



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

2023

環境、社會及管治報告



目錄

04	關於本報告
06	董事長致辭
08	2023 年關鍵績效
09	關於紅星美凱龍
09	公司概況
10	獎項榮譽

01

完善治理 著力行穩致遠

公司治理	14
可持續發展管理	22

86	ESG 關鍵績效
90	附錄：《環境、社會及管治報告指引》內容索引

02

品質至上 成就品牌典範

開創家居零售新模式	28
打造客戶星體驗	38



03

匯聚星火 助力員工發展

保障員工權益	50
助力人才發展	52
提升員工幸福感	56
職業健康與安全	58



05

共建共享 共創美好生活

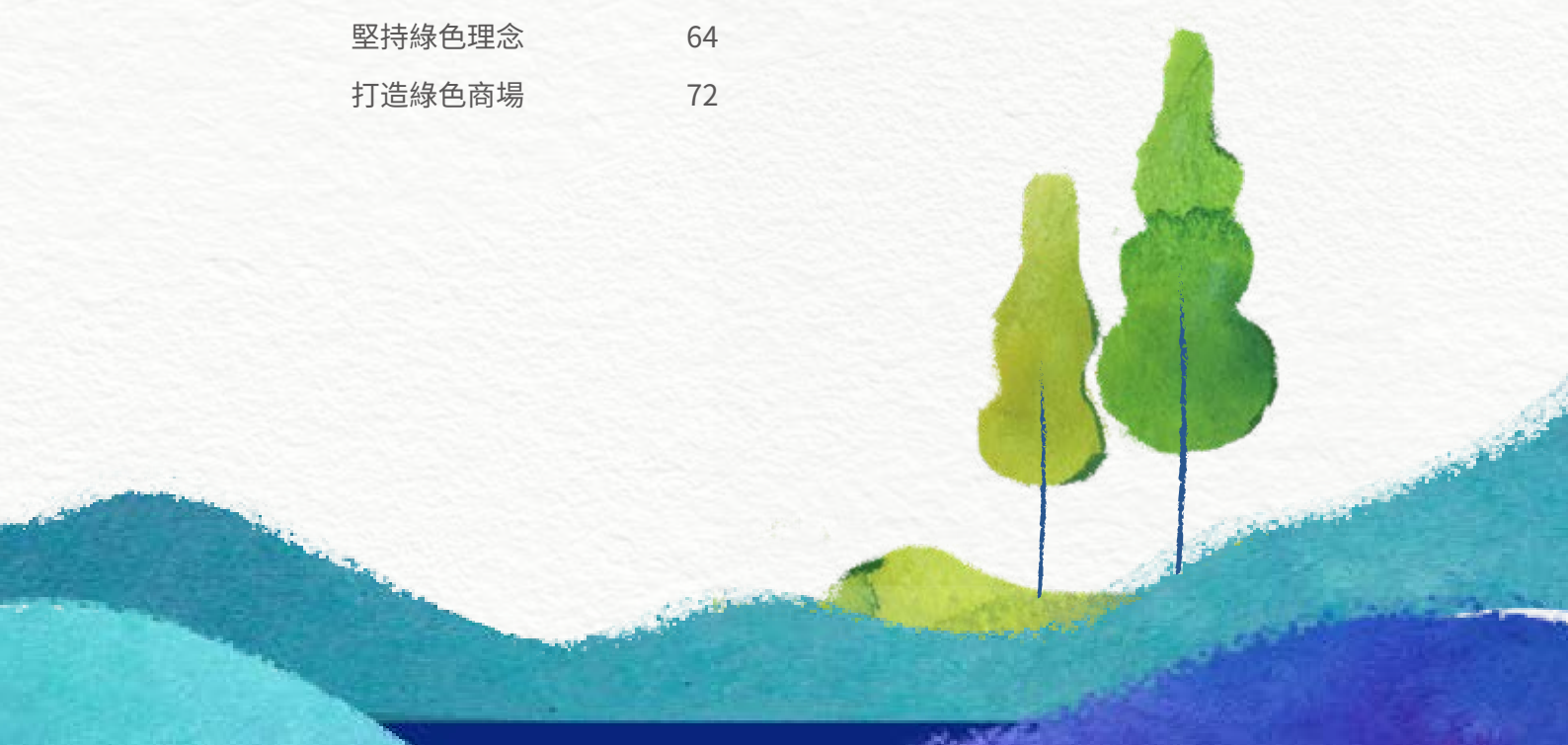
共建品質供應鏈	82
協同鑄造美好	84



04

守護生態 踐行綠色發展

堅持綠色理念	64
打造綠色商場	72



關於本報告

報告簡介

本報告是紅星美凱龍家居集團股份有限公司發佈的第七份《環境、社會及管治報告》（以下簡稱「本報告」或「ESG」報告），面向公司各利益相關方，重點披露本公司在經濟、環境、社會及管治方面的管理、實踐與績效。

報告時間範圍

本報告覆蓋的周期為 2023 年 1 月 1 日至 2023 年 12 月 31 日（即報告期內），部分內容追溯以往年份。

報告範圍及邊界

本報告覆蓋紅星美凱龍家居集團股份有限公司（以下簡稱「紅星美凱龍」「公司」或「我們」），與年報範圍保持一致。

編制標準

本報告依據香港聯合交易所有限公司（簡稱「香港聯交所」）上市規則附錄 C2《環境、社會及管治報告指引》以及上海證券交易所頒佈的《上海證券交易所上市公司自律監管指引第 1 號——規範運作》進行編制。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。

本報告在編制過程中主要遵循了以下基本原則：

重要性原則：報告應當披露董事會厘定的會對投資者及其他持份者產生重要影響的環境、社會及管治相關事宜。

量化原則：有關歷史數據的關鍵績效指針須可予計量，應訂下減少個別影響的目標（可以是實際數字或方向性、前瞻性的聲明）以致環境、社會及管治政策及管理系統的效益可被評估及驗證。量化數據應附帶說明，闡述其目的及影響，並在適當的情況下提供比較數據。

平衡原則：環境、社會及管治報告應當不偏不倚地呈報發行人的表現，避免可能會不恰當地影響報告讀者決策或判斷的選擇、遺漏或呈報格式。

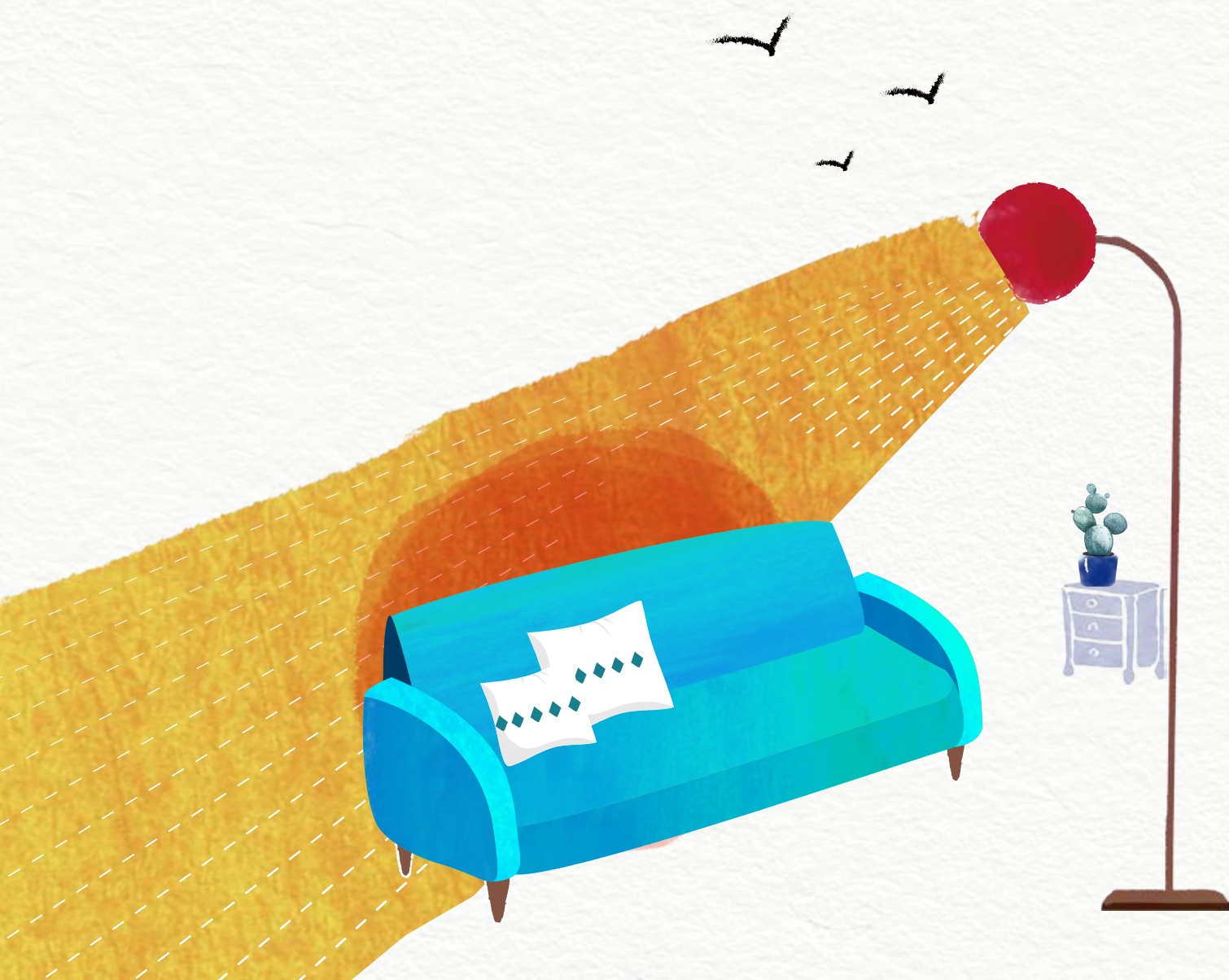
一致性原則：發行人應使用一致的披露統計方法，令環境、社會及管治數據日後可作有意義的比較。

數據來源

報告信息與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，公司董事會對報告內容的真實性、準確性和完整性負責。2023 年報告披露的環境範疇績效指標範圍，包括自營商場、委管商場和虹橋總部辦公。

獲取方式

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

2023 年，對紅星美凱龍而言，是挑戰與機遇交織的一年，更是我們砥礪前行、邁向高品質發展的奮進之年。我們始終堅定信心、追求卓越，秉承開放、包容的心態，以主動求變的企業經營思路書寫我們的新篇章。

紅星美凱龍始終堅持以締造品位藝術、傳播居家藝術為目標，以提升中國人的居家品位為己任，對每個家庭的居家環保負責任，致力於追求中國家居業的美學發展，逐步提升中國消費者對於家居品位的認知。我們不斷升級創新市場模式，打造線上線下一站式購物平臺，攜手各方夥伴，滿足消費者家居購物極致體驗。

紅星美凱龍牢記合規經營，恪守商業道德，強化責任管理，不斷提升企業治理水平。我們建立科學高效的決策機制、有效制衡的監督機制，持續完善公司治理體系建設與風險管理水平，推動公司健康、穩定、可持續發展。同時，我們將可持續發展理念作為選擇合作夥伴的重要考量，積極打造負責任供應鏈，推動價值鏈可持續發展。



紅星美凱龍秉持“以人為本”的理念，攜手同路人共繪未來藍圖、共享成長喜悅。我們重視員工權益保障，尊重和關注每一位員工的勞動成果，用心呵護每一位員工的成長，積極營造多元、公平、包容的工作環境。我們為員工提供完善的培訓及晉升通道，助力員工職業夢想的實現。

紅星美凱龍積極履行社會責任，堅持企業發展與公益事業同行。一直以來，我們致力於傳統文化的守護與傳承，期望藝術美學得以保存、傳遞並觸達更廣泛受眾，促進文化延續。我們熱心投身社會公益，奉獻愛心、服務社會，致力於將美好蔓延。

我們堅守“居是景，家是情”的經營理念，銷售的不僅僅是家居產品，更是一種充滿溫度的生活方式。我們致力於美學理念的傳遞，旨在溫暖每個家庭，提升國人的居家生活品味，激發社會審美能力的提升。展望未來，我們將繼續用初心和擔當詮釋我們的使命，以實際行動和創新精神踐行我們對家居行業的熱愛。在未來的征程中，我們將繼續攜手每一位夥伴，用我們的熱情和承諾續寫美好故事的篇章，讓每一個角落都充滿愛與美好，讓美好生活的故事不斷延續。



2023 年關鍵績效

經濟 績效

- **121,060.64** 人民幣百萬元 資產規模
- **115,150** 人民幣百萬元 營業收入
- **21,724,717.18** 平方米 商場總經營面積

「以中國會計準則測算」

管治 績效

- **8 次** 商業道德與反貪腐舞弊審計
- **所有** 董監高及全體正式員工接受商業道德培訓與宣貫

社會 績效

- **超 90%** 最終客訴解決滿意度
- **100%** 員工培訓覆蓋率
- **48.36** 小時 員工平均培訓時數

環境 績效

- **6,137.04** 兆瓦時 綠色電力使用
- **452.51** 兆瓦時 / 萬平方米 單位面積能源消耗量
- **192.97** 噸 / 萬平方米 單位面積溫室氣體排放量
- **2,686.83** 立方米 / 萬平方米 單位面積耗水量

關於 紅星美凱龍

紅星美凱龍一直為實現「打造中華民族的世界商業品牌」的企業願景而不懈努力。

公司概況

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。

主營業務

紅星美凱龍是國內領先的家居裝飾及家具商場營運商和泛家居業務平台服務商，主要通過經營和管理自營商場、委管商場、特許經營商場和戰略合作商場，為商戶、消費者和合作方提供全面服務。同時，公司還提供包括互聯網零售、家裝、設計等泛家居消費服務。

截至目前，公司商場品牌庫擁有的品牌系列數量超過

38,500個

30 多年來，從最初的「第一代」商場到目前的第九代「紅星美凱龍家居藝術設計博覽中心」，引領家居消費從單純的「買家居」，過渡到「逛家居」「賞家居」時代，通過欣賞家居藝術、家居文化，提升消費者自身的生活品位，紅星美凱龍不斷升級創新，通過打造線上線下一站式購物平台，滿足消費者家居購物極致體驗。

戰略佈局

據統計，截至 2023 年 12 月 31 日，公司經營了 87 家自營商場，275 家委管商場，通過戰略合作經營 8 家家居商場，此外，公司以特許經營方式授權開業 46 家特許經營家居建材項目，共包括 448 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 30 個省、直轄市、自治區的 215 個城市，商場總經營面積 21,724,717.18 平方米。

獎項榮譽



國新杯 ESG 金牛獎



第 25 屆上市公司金信披獎



上海市慈善獎



中國卓越管理公司



「好伯樂」年度價值僱主獎



「好伯樂」最佳實踐項目獎



CDI 中國數字化企業 TOP 30



CDI 商業模式數字化創新獎



CEFE 第十四屆博奧獎，數字化學習應用標桿企業獎



2023 年上海市工程建設優秀
QC 小組成果二類成果



2023 年上海市工程建設
QC 小組活動優秀企業



2023 年上海市工程建設優秀
QC 小組成果二類成果



2023 年上海市工程建設優秀
QC 小組成果二類成果



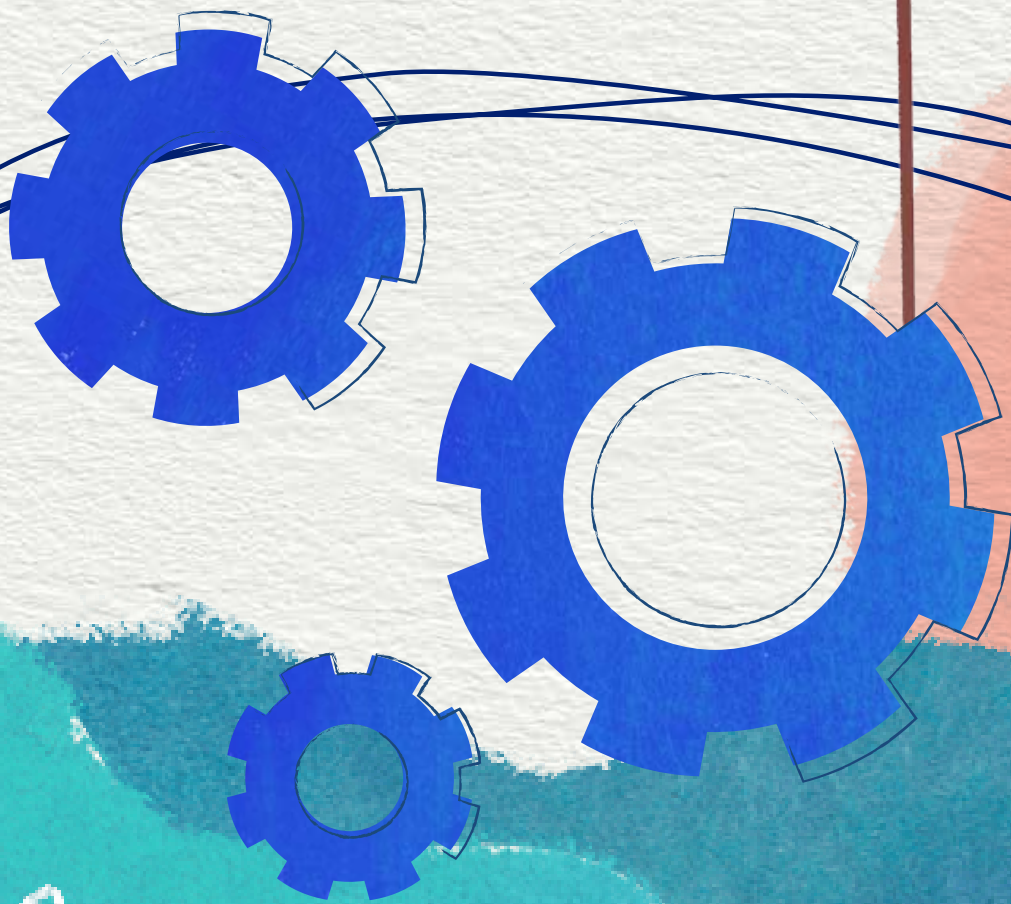
2023 年上海市工程建設優秀
QC 小組成果三類成果

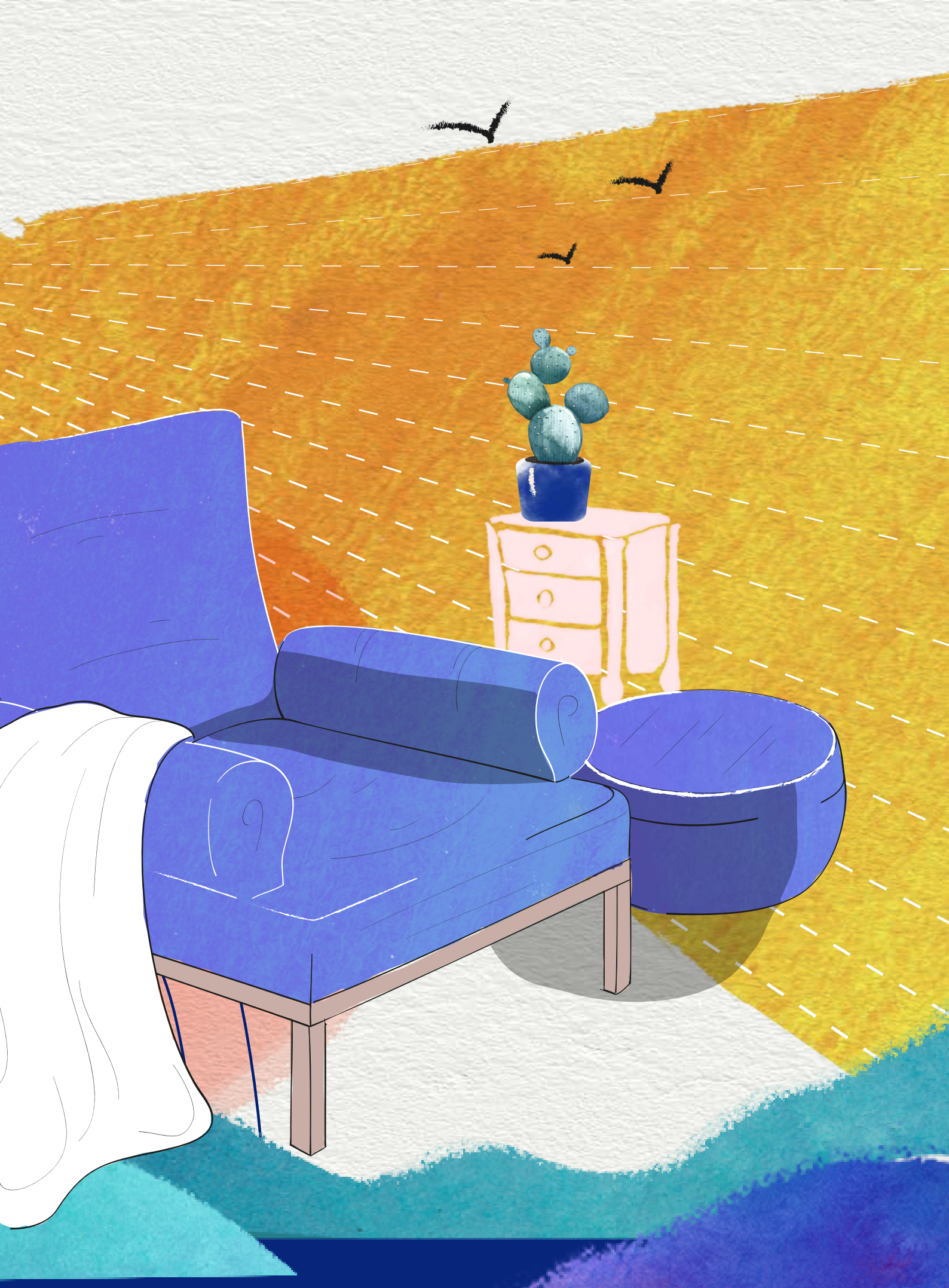


2023 年上海市工程建設優秀
QC 小組成果三類成果

完善治理 著力行穩致遠

良好的公司治理是企業穩健發展的重要根基。我們嚴格遵守營運地的各項法律法規，不斷優化企業管治架構，完善公司經營管理模式，堅持正道經營，努力提升風險管控水平，為確保公司在高效、正確的道路上行穩致遠。





公司治理

紅星美凱龍關注長期價值創造，堅持穩健經營策略，嚴格遵守《中華人民共和國公司法》《中華人民共和國證券法》《上市公司治理準則》《香港聯合交易所有限公司證券上市規則》等法律法規和其他有關規定，積極響應監管機構的監管條例，並結合公司實際情況，不斷完善和提高公司治理水平。

治理架構

我們制定了《紅星美凱龍家居集團股份有限公司章程》，建立並不斷健全公司治理機制，力求科學、嚴謹、規範化達到最佳企業管理要求。公司股東大會下設董事會、監事會，並在董事會下設立戰略與投資委員會、審計委員會、薪酬與考核委員會及提名委員會，以全方位監督公司具體事務，維護與完善企業管治。

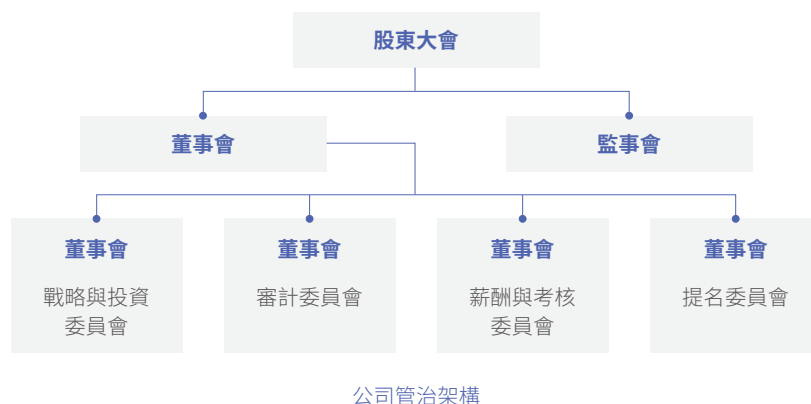
報告期內，公司共召開

8次

股東大會

27次

董事會會議



股東大會是公司的權力機構，依法行使職權。董事會對股東大會負責，負責執行股東大會的決議，決定公司的經營計劃和投資方案，批准及監督一切政策事宜、整體策略及預算、內部監控及風險管理系統、重大交易，管理公司信息披露事項等。四個委員會則以其專業職能為基礎，監督公司的相關營運和管理工作。

董事會多元化

紅星美凱龍認為，董事會成員的日益多元化是支持公司實現戰略目標及促進可持續發展的關鍵因素。在設定董事會成員組合時，我們會從多個方面考慮董事會成員多元化，包括但不限於性別、年齡、文化及教育背景、種族、專業經驗、技能、知識及服務任期，以確保董事會成員在技術、經驗及觀點多元化方面維持適度平衡，為支持董事會執行業務策略及維持董事會有效運作提供所需的條件。

全體董事均為董事會帶來各種不同的寶貴營商經驗及專業知識，使其可具效率及有效履行董事會的職能。截至報告期末，紅星美凱龍董事共包括 14 名董事，設董事長 1 人，獨立非執行董事 5 人，女性董事 1 人。

商業道德

紅星美凱龍恪守誠實守信、廉潔自律的商業道德準則，對賄賂、腐敗、舞弊等行為保持「零容忍」態度。公司嚴格遵守《中華人民共和國反不正當競爭法》《中華人民共和國反洗錢法》《中華人民共和國商標法》《中華人民共和國廣告法》《中華人民共和國企業知識產權管理規範》等法律法規，制定並執行內部管理制度，要求全體員工以及供應商、承包商等業務合作夥伴一致遵守。

管理體系

紅星美凱龍致力於營造廉潔、公正、透明的經營環境，貫徹「做人正、做事正、走正道」的企業核心價值觀。我們始終堅持制度先行，根據相關法律法規要求制定了內部重要反腐倡廉文件，包括《倡廉 26 條》《八項禁令》《13 字箴言》等，並於報告期內進一步重申，以保證公司在道德合規層面的一致性和協同性。

我們致力於消除權力監督的盲點，建立完善的監督管理機制、有效的權力制約機制以及嚴肅的責任追究機制對商業道德相關風險進行監管。董事會負責規劃並建立公司的風險管理架構，對商業道德風險管理及內部監控體系的建立健全和風險管理工作的有效實施承擔最終責任，並為公司風險管理和內部監控的最高決策機構。內審部、審計委員會負責獨立開展監督，識別是否存在商業道德及反舞弊風險，並主動開展商業道德審計，對公司商業道德與反舞弊等風險管理政策、制度、流程的實施情況及成效進行監督與檢查。同時，內審部將審計結果向審計委員會報告，使其能夠更好地評估商業道德風險管理的有效性，並由審計委員會定期向董事會匯報。公司內控合規部負責搭建、維護公司商業道德風險管理框架，統籌指導風險管理工作開展。各部門積極落實廉潔從業日常監督，定期開展內部自查，並就發現的商業道德與反舞弊風險向內審部、內控合規部報告。

合規舉措

報告期內

8次

商業道德與反舞弊審計

紅星美凱龍開展一系列措施來及時識別、預防及應對潛在商業道德風險，確保道德標準的高效執行。

我們持續對公司所有營運地開展商業道德審計。公司內審部根據年度審計計劃，按月度、分區域進行審計，並在每三年內覆蓋全部自營商場。我們每年對商業道德與反舞弊相關政策制度進行審查，評估業務活動、內部控制和風險管理的適當性和有效性；對日常經營活動中管理層、員工或第三方使用欺騙手段獲取不當或非法利益產生的舞弊風險等內容進行審查，並根據獲取的審計證據，作出恰當的審計結論，及時出具審計報告，並實時追蹤整改情況。

此外，紅星美凱龍建立了完善的監察體系，在商場配有基層監察人員，各職能中心設立監察對接人，各省級區域設立兼職監察部長，公司監察部指導並監督商場進行案件查辦，層層遞進，堵漏增效。報告期內，公司未有已裁決的貪污腐敗相關訴訟案件。

溝通與培訓

我們將相關制度與處理機制清晰地傳達給每一位員工，致力於保障全體員工遵守防止賄賂相關法例，維持高標準的廉潔準則。在日常工作過程中，基層檢察員負責在其所管轄商場、區域進行定期的廉政宣傳、教育工作，公司監察部則不定期前往商場進行廉政宣講、培訓，防微杜漸。此外，報告期內，公司已制定並落實一系列的廉政宣傳舉措：

- 各商場衛生間、員工通道按規定張貼最新版本的廉政舉報公示牌
- 每年開年目標責任大會期間宣讀《八項禁令》
- 面談即將上任的商場總經理，進行廉政教育並與其簽訂《認真履行八項禁令承諾書》
- 在日常會議中對基層監察人員進行廉政宣貫
- 行政管理委員會展示商業道德與反貪腐違紀案例，警示全體員工

廉政宣貫

紅星美凱龍定期向公司董監高及全體正式員工提供商業道德與廉政培訓與宣貫。報告期內，公司組織開展了廉潔自律宣導月和多項廉政宣傳活動和培訓，全面提升內部商業道德、反貪腐培訓意識，推進廉潔文化建設。除了針對全員的培訓，我們亦開展針對性培訓與宣貫工作，提升廉潔意識。2023 年初，我們組織開展高層新年廉政學習，並簽訂《八項禁令》和倡廉 26 條。監察條線每年開展專項會議，對每年的監察工作進行總結，交流監察工作經驗，溝通未來工作規劃並開展商業道德合規管理培訓，以此提高自身監察工作能力。



董監高及員工反腐宣導

報告期內，紅星美凱龍法律部主管就《預防職務犯罪》主體向董監高進行授課培訓，從概述、侵佔、賄賂及其他罪名四個維度出發，並結合相關企業實際案例，闡述職務犯罪的多種情形，進一步強化董監高的責任意識，守好職業道德。



廉政宣講培訓

舉報管理機制

公司對侵佔、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。紅星美凱龍提供了多種舉報渠道，面向所有員工、供應商及業務合作夥伴。

紅星美凱龍舉報渠道

電話：021-53208966
手機：13818982132
地址：上海市閔行區申長路 1466 弄 2 號樓北樓 8 樓
郵編：201106
郵箱：jt.dcb@chinaredstar.com

廉政舉報公示



公司監察部負責識別舉報內容，並對所有收到的包含相關線索和證據的舉報進行調查。根據案件情況，監察部負責人明確案件辦理方式，分為轉交業務線處理、下級督查協辦、集團監察部督辦和自行處理，並在處理過程中保持及時有效溝通，並形成調查報告以及處理意見，後續由人資進行處理。



此外，我們設有舉報人保護機制，並在廉潔舉報公示說明。對實名舉報者，公司明確要求嚴格保密其信息，不得公開舉報人姓名、聯繫方式、家庭住址、工作單位等個人信息。同時，在接受舉報人舉報以及核實情況時，在不暴露舉報人身份情況下進行，並做好保密工作。

合作方權益保護

為保障各業務合作夥伴的利益，努力創造公平、公正、公開的經營環境，做到互惠互利，合作共贏，公司開展一系列的權益保護舉措，具體如下：

委管商場合作方權益保護

- 審計過程中著重關注與合作方相關的審批流程完整性，相關授權的完整性以及真實性等，合理合法的保護委管商場合作方利益

供應商和商戶權益保護

- 公司保證努力為社會提供優質服務，審計過程中敦促供應商及商戶遵守商業道德和社會公德，對拒不改進的供應商及商戶建議對其終止合作
- 督促公司建立相應程序，嚴格監控和防範公司或職工與供應商及商戶進行的各類非法商業賄賂活動
- 確保供應商及商戶的信息安全，不非法使用該信息牟利

業務合作夥伴權益保護舉措

風險控制

完善的風險管控體系可以幫助企業更好地應對內外部環境的變化和不確定性。公司高度重視風險管理，通過建立健全的風險防控機制，識別、應對各類潛在風險，切實保障公司及利益相關方的利益。

管理體系

紅星美凱龍嚴格遵循《企業管治守則》《中華人民共和國審計法》《內部審計基本準則》等法律法規，建立了完善的、具備充分勝任能力的風險管理和內部監控組織體系，包括董事會、審計委員會、審計委員會下屬的內控管理委員會、內控合規部、內審部及公司各部門。董事會對風險管理及內部監控體系的建立健全和風險管理工作的有效實施承擔最終責任，並為公司風險管理和內部監控的最高決策機構。同時，公司明確施行「風險管理和內部監控、內控合規、審計」三線模型，以保障風險管理體系的穩定性和有效性。



風險管理和內部監控管理體系

內控建設

公司已建立完善的內控制度，包括《內控管理制度》《流程管理制度》《內控自評估管理制度》等，並納入本公司的風險防控體系，以確保公司隨時應對多變的市場環境。報告期內，紅星美凱龍每年開展公司內控自我評估方式，對公司制度中涉及的內容進行設計有效性和執行有效性的檢查。此外，公司亦開展風險管理線上化，如上線印章管理系統、合同管理系統、檔案管理系統、風控系統等，對基礎管理的控制點進行系統固化，保障及時有效的管控風險，杜絕隱患。



內部審計

報告期內

紅星美凱龍共開展審計工作

8次

在內部審計方面，公司依據《紅星美凱龍家居集團股份有限公司內部審計制度》，獨立開展內審工作。

紅星美凱龍重點開展財務審計和工程審計，對於常規的日常營運進行審計工作。財務審計重點關注內控、經濟責任、盡職調查和信息系統方面的審計工作，確保各類風險得到充分管控。公司工程審計部重點監督概預算、施工調研以及竣工決算審計，保障工程每一個環節都能得到有效監督，確保按時交付。

報告期內，公司內審部根據年度審計計劃確定的審計項目，按月分區域進行審計工作。其中，對自營商場分周期全覆蓋審計，對委管商場、新業態單位進行重點審計。其他專項審計根據年度計劃及實際情況進行安排。根據獲取的審計結果，作出相對應的審計結論，並出具審計報告，並實時追蹤整改情況。報告期內，紅星美凱龍共開展 8 次審計工作，重點風險管理和內控體系的建設和執行的有效性，對租賃管理、企劃管理、物業管理等業務層次進行抽查審計。

此外，為提升內審工作效率與精度，我們應用智能信息化工具，如企業資源管理軟件系統(SAP)，進一步提升審計效率。公司現對以下兩種平台提供信息化支持：

集團信息化系統支持

開通集團範圍內被審商場及單位的 SAP 財務數據、SAP 採購數據、龍翼系統數據及數坊等相關權限；按月獲取集團清算中心關於銀行流水及商戶銷售數據

自建審計信息平台支持

部門在集團信息技術部的幫助下建立審計監察管理智能化平台，共享審計數據的同時，進一步提升審計效率

內審信息化支持

知識產權

紅星美凱龍堅持重視知識產權保護工作，嚴格遵守《中華人民共和國知識產權法》《中華人民共和國商標法》等法律法規，制定《科研管理制度》《技術標準、工法管理制度》《專利管理制度》等內部管理制度，依法開展知識產權運用以及保護工作。通過與全體員工簽訂保密協議，開展培訓等方式，全面保障公司的知識產權不受侵犯。

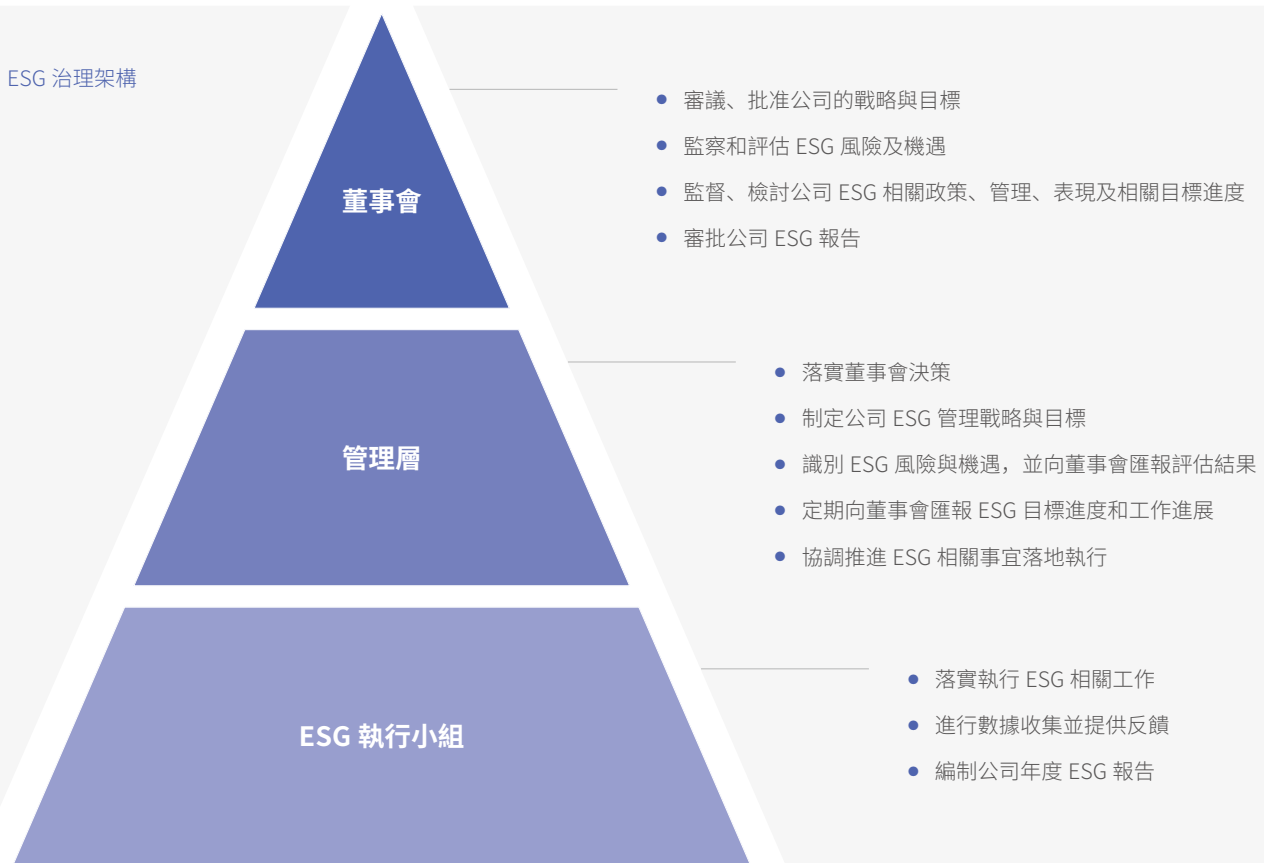
可持續發展 管理

紅星美凱龍始終踐行可持續發展理念，堅持將可持續發展理念融入企業頂層規劃中，專注完善 ESG 管理架構，明確 ESG 工作機制。我們聆聽並回應各利益相關方對公司 ESG 方面的建議與期望，夯實公司 ESG 能力建設，堅定不移走可持續發展道路。

ESG 治理架構

ESG 管理工作對公司長久穩定發展起著重要作用。我們不斷完善 ESG 管理體系，建立了自上而下、權責分明的 ESG 管治架構，有效推動 ESG 工作在公司的落地。董事會是我們 ESG 工作的最高決策機構，總體領導決策 ESG 管理工作。管理層作為監督協調層，統籌落實董事會決策，負責設定相應目標並溝通協調 ESG 相關事務。相關職能部門組成的 ESG 工作小組，由公司秘書處牽頭，負責落實執行相關工作，通過規範化、系統化、科學化的管理方式，實現 ESG 工作的有效實施。

ESG 治理架構



董事會聲明

董事會對紅星美凱龍 ESG 工作的表現負有最終責任。管理層負責制定並檢討公司的 ESG 相關責任、目標、策略、政策等，定期召開會議監督、管理公司 ESG 工作，並向董事會提出建議。

ESG 工作的實施與落實主要由 ESG 執行小組負責。ESG 執行小組配合管理層，負責確保董事會通過的 ESG 目標、政策等得到執行和落實，並定期向管理層匯報最新趨勢及相關工作進展，以為其提供 ESG 工作的支持。

董事會每年參與重大性議題的評估、優先級排序及最終確認。管理層負責識別與評估 ESG 風險和機遇，由董事會對 ESG 相關風險進行審閱並決策風險應對策略和管理機制，確保公司設立有效的風險管理和內部控制系統。

報告期內，董事會對 2023 年 ESG 目標進度進行回顧檢討並基於完成情況提出了未來發展策略。在董事會的監督和管理層的統籌下，ESG 執行小組負責相關方案的落地執行。

利益相關方溝通

我們致力於與利益相關方構建良好關係，通過建立常態化的多元溝通機制，與股東及投資者、政府與監管機構、員工、顧客、供應商及業務合作夥伴、媒體、社會公眾及其他利益相關方保持良好溝通，深入了解各利益相關方的期望訴求，以實際行動作出回應。為了提高信息透明度，促進與利益相關方的相互溝通與合作，我們通過公司官網以及其他官方渠道，定期更新財務報告、公司公告等相關信息及材料。

2023 年，我們通過股東大會、業績說明會、路演、券商策略會、投行論壇、線下調研等途徑與各利益相關方開展對話與合作，實現雙向溝通，形成良性互動。

利益相關方	關注領域	溝通方式
 <p>股東與投資者</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 財務表現 • 企業管治 • 商業道德與合規 • 信息披露 	<ul style="list-style-type: none"> • 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
 <p>政府與監管機構</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 水資源管理 • 能源管理 • 排放物管理 • 勞工關係 • 社會公益 	<ul style="list-style-type: none"> • 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
 <p>員工</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 勞工關係 • 員工培訓與發展 • 員工幸福 • 職業健康與安全 	<ul style="list-style-type: none"> • 勞動合同 • 工會 / 職工代表大會 • 業餘活動 • 誌願活動 • 企業員工溝通渠道 • 集體談判協議 • 安全與合規會議
 <p>顧客</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 商品責任 • 商場安全 • 顧客服務 • 創新研發 • 顧客信息與隱私保護 	<ul style="list-style-type: none"> • 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
 <p>供應商及業務合作夥伴</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 供應商管理 • 綠色租賃 • 租戶參與 	<ul style="list-style-type: none"> • 高層會晤 • 招標、研討會 • 營銷峰會 • 供應商准入與評估估 • 實地考察 • 日常交流
 <p>媒體</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 商品責任 • 員工幸福 • 創新研發 • 社會公益 	<ul style="list-style-type: none"> • 公司官網 • 社交媒體 • 年度 ESG 報告 • 直接溝通 • 公益活動
 <p>社會公眾及其他</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 商品責任 • 商場安全 • 顧客信息與隱私保護 • 社會公益 	<ul style="list-style-type: none"> • 公益活動 • 社區服務 • 環保活動

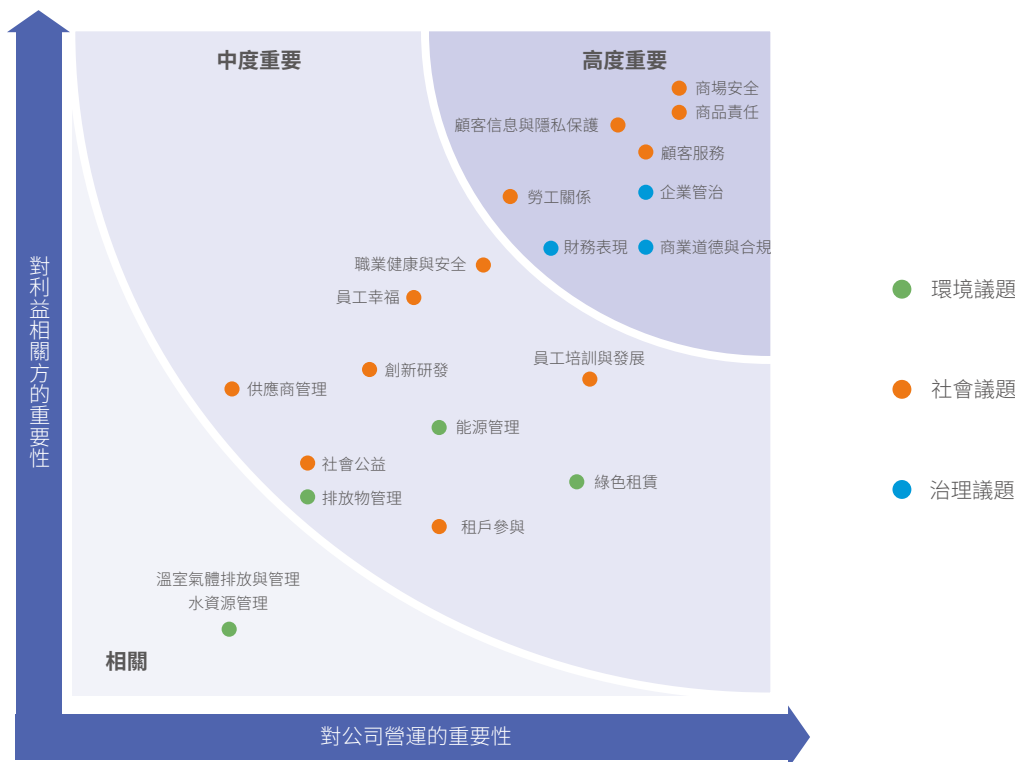
重要性議題評估

我們重視 ESG 議題的識別和管理，定期進行面向廣泛利益相關方的調研活動，全面了解和收集其意見與反饋，以識別 ESG 重要議題，為公司 ESG 管理提供重要參考。



重大性矩陣評估及確認流程

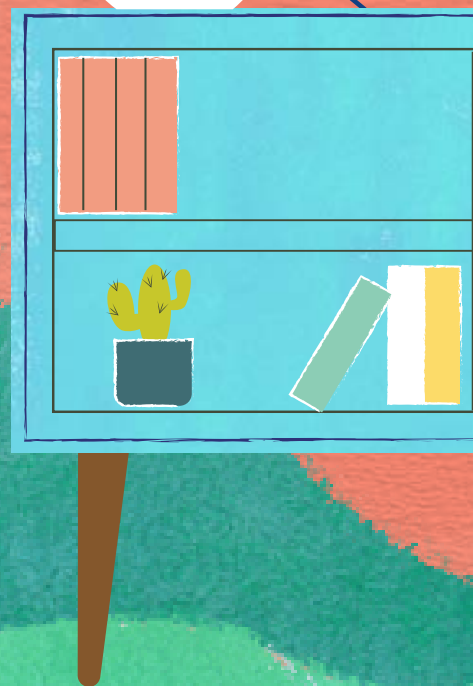
2023 年，公司共總結出 20 項重要議題，包括 8 項高度重要議題、10 項中度重要議題及 2 項相關議題。



紅星美凱龍重大性矩陣

品質至上 成就品牌典範

紅星美凱龍始終以中國綠色領跑家居建材的材料制定者和監督人的角色，秉持打造匠心品質的精神，積極保障產品品質，持續提升自身的交付能力。在不斷升級創新市場模式的同時，紅星美凱龍向消費者倡導居家品味和文化，為消費者提供賓至如歸的購物體驗，鑄就品牌典範。





開創家居零售新模式

紅星美凱龍始終堅持「對每個家庭的居家環保負責任」的理念，引領家居消費從單純的「買家居」，過渡到「逛家居」、「賞家居」時代。我們嚴控產品品質，並不斷進行升級創新，通過打造線上線下一站式購物平台，滿足消費者家居購物極致體驗。

品質把控

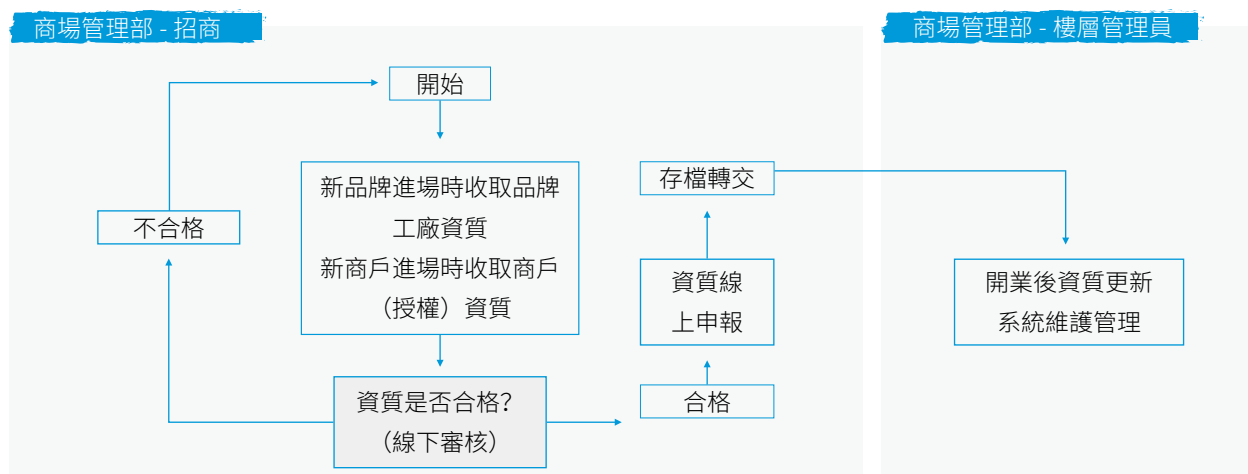
紅星美凱龍堅守品質至上的原則，追求為客戶提供品質高端、安全環保的產品。作為中國家居行業的龍頭企業，我們從 2016 年起，每年投入千萬元專項經費用於產品品質管理。通過對產品准入的嚴格把控、產品檢測的流程優化以及產品品質的內部培訓，我們不斷提高呈現給消費者的產品品質，並積極賦能商戶經營。

產品准入

在產品准入階段，我們建立了完善的全流程商品質量管理體系，針對產品品質進行 360°全方位嚴苛篩選。

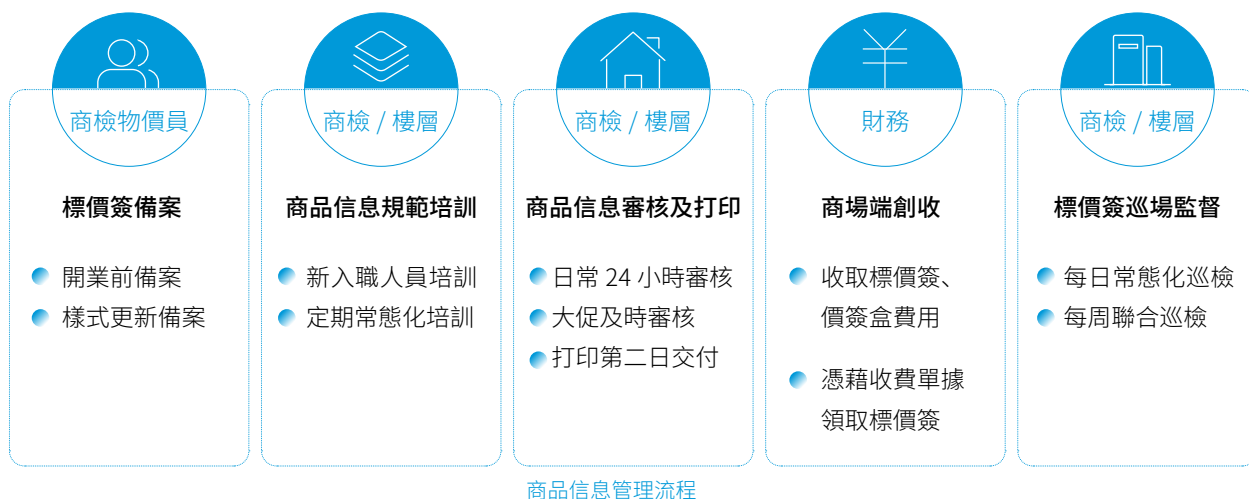
通過建立《商品准入資質管理制度》及商品准入資質管理流程，對入場品牌及產品進行嚴格的品質管控。我們要求入駐商場的商戶提供相應的資質文件及合格的產品檢測報告，拒絕不符合要求的商戶入駐商城，從產品准入源頭把控商品經營風險。此外，我們專門成立了商品管理崗位——商檢物價員，對商品進行檢查與管控。截至報告期末，紅星美凱龍已售或已送產品總數中沒有因安全與健康理由而須回收的情況發生。

流程名稱：商品准入資質管理流程



商品准入資質管理流程

針對完成准入流程的商品，我們建立了《商品信息管理制度》，要求對在場經營商戶所銷售的商品信息標註內容進行規範。同時，我們設立商品信息管理流程，明確對商品信息的管理與維護準則，確保商品信息的時效性。



產品檢測

我們致力於規範並完善商品檢測管理流程以及檢測不合格處理流程，積極提升在場經營商戶的產品品質。

標準制定與發佈 >>> 合作機構考察 >>> 制度規範培訓 >>> 檢測與處理 >>> 日常監管與審查

商品檢測管理流程

在日常經營中，我們對所有商戶進行常態化的資質抽檢，並對於即將過期的相關資質做好收取提醒，確保在紅星美凱龍經營的每個品牌都有合格的准入資質及正規的生產廠家，讓消費者放心選購。此外，我們在全國商場範圍內開展「神秘買家檢測」項目，對商品開展抽檢，監督商戶及重點品牌的品質控制，發揮出更強有力的品質監督作用。



「神秘買家檢測」項目：發揮品質監督作用

報告期內，我們共委托 20 家國家監督抽查、省級監督抽查權威檢測機構，針對全國 181 家重點商場的神秘買家抽檢，抽檢共涉及 28 個品類，約 1,800 個批次。抽檢依據紅星美凱龍企業標準，針對全國重點品牌擴大抽檢的統籌分配，優化不合格商品處理，極大提高了重點品牌的管控效率，降低了商品管理風險發生的機率，並提升了商品質量抽檢的規範度和合格率。

針對檢測結果為不合格的商品，我們設立相應的後續處理機制，並針對初次抽檢及二次抽檢不合格產品分別採取不同的上報及處理機制，持續提升不合格商品的處理效率。



此外，紅星美凱龍致力於不斷提升商品檢驗能力及效率。我們借鑒國際經驗，打造家居正品查詢平台。該正品查詢平台由中國品質認證中心發起、中國標準化研究院研發，以及紅星美凱龍全面營運。為保證消費者購買的產品來源可靠，紅星美凱龍依托供應鏈上下遊，聯合家居工廠實現家居商品全程防偽可追溯，從而解決「樣品不等於產品，產品不等於商品，商品不等於用品」的部分行業現象。

同時，為進一步確保產品品質，我們從源頭針對商戶進行考評，激勵商戶不斷提升自身產品品質及服務水平。我們從商戶的形象、服務、價格、品質、誠信、以及黑名單行為等多維度進行考慮，並結合顧客評估，對商戶進行立體式、全方位的信用分級評估，以此形成我們內部的商戶管理模式。

商戶信用評估指標

- 從形象維度、服務維度、價格維度、品質維度、誠信維度、黑名單行為維度進行管理評估。

商戶信用等级劃分

- 每月評定一次，由好至差依次分為五星商戶、四星商戶、三星商戶、二星商戶、一星商戶，若發生嚴重損害紅星美凱龍品牌及顧客實際利益行為，則作摘星處理。

商戶信用評定流程

- 商場自定義「指標細則」、「評分規則」並進行評星管理，為商戶給予一定的建議評選比例區間。
- 針對評估數據來源做出明確的要求：如財務數據、顧客投訴、商場巡檢、環保品質抽檢、內外部檢查、媒體曝光、公共信用等。
- 要求對應參照管理指標中「黑名單行為」，對不合格商戶進行摘星管理。

商戶信用評級標準及流程

我們不斷優化升級商戶信用評級方案，全新升級商戶信用平台，並結合升級商戶信用管理方案，推出商戶信用線上線下一體化商場，打造全新商戶信用查詢界面。該界面可以展示商戶店面基本信息及五大維度信用星級，實現商戶線上線下信用一體化展示，確保商戶信用管理的公示真實性。報告期內，我們在全國範圍內開展商戶信用星級評級共計超過 1,000 場次，商戶信用線上查詢全年累計超過 24 萬次。



商戶信用評級

品質培訓

我們積極組織員工參與品質方面的培訓，通過常態化培訓和專項培訓結合的方法，豐富員工的品質知識儲備，持續提升品質把控。我們的常態化培訓包含商品信息培訓、商品環保培訓、以及核心崗位培訓等。

商品信息培訓		<ul style="list-style-type: none">• 針對新入駐商場的品牌導購員或者店長進行商品信息、商品促銷合規性管理的培訓
商品環保培訓		<ul style="list-style-type: none">• 對商品環保品質檢測結果的應用培訓
核心崗位培訓		<ul style="list-style-type: none">• 包含樓管培訓、銷售員培訓、商檢培訓• 針對完成檢測的品牌，對導購員或者店長開展檢測報告的數據應用培訓，並培訓核心崗位學習如何將信息通過通俗易懂的方式傳遞給消費者

針對國家新出台的質量方面的法律法規、國家及行業標準，我們組織相關品牌的導購員及店長，開展專項培訓。報告期內，我們針對國家2023年11月1日正式實施的QB/T 1952.2-2023《軟體家具 彈簧軟床墊》標準¹，組織不同品類的導購員或店長到實驗室進行產品檢測等相關方面的培訓。

此外，我們鼓勵員工進行質量方面的不斷學習，每年組織相關人員到品牌工廠進行深入的學習交流，在學習先進生產工藝的同時，與品牌進行深度溝通，以便我們更高效掌握行業信息、提升品牌服務與質量管理。

產品創新

紅星美凱龍秉持工匠精神，不斷在產品設計、綠色環保等領域進行升級創新，開展多樣化的創新探索活動，致力於為客戶帶來更安全、綠色、舒適的家居體驗，並推動整個中國家居行業的發展。

¹《QB/T 1952.2-2023 軟體家具 彈簧軟床墊》規定了彈簧軟床墊的符號、分類、要求、檢驗規則、標誌、使用說明、包裝、運輸和貯存，描述了相應的試驗方法。

綠色產品

公司堅持在商品環保管理體系進行研發投入，並通過對綠色環保品牌的扶持，推動全社會綠色家居的發展。我們高度重視商品的環保品質，持續加大商品綠色環保管理體系建設，強化商品綠色環保管理水平。我們定期委託中國權威檢測機構對商場內經營商品進行抽檢，確保符合中國環保質量標準。報告期內，我們針對共計 236 家商場開展 2,580 個批次的環保質量檢測。

此外，自 2013 年起，紅星美凱龍每年聯合中國質量認證中心，開展家居綠色環保領跑品牌認證項目，旨在為消費者評選並推薦一批綠色環保品牌，推動家居行業綠色環保發展。目前，該項目已成為中國家居行業影響力最大、家具檢測標準最先進與嚴格的綠色環保認證項目。報告期內，我們與中國質量認證中心（CQC）簽署第三個 5 年戰略合作協議，發佈家居綠色環保領跑品牌年度榜單。



簽署戰略合作協議

同時，我們積極推進「綠色環保周」等活動，全面推廣綠色家居，賦能家居行業轉型升級，保障居家環保健康生活。



「綠色環保周」專項活動：賦能綠色領跑品牌

報告期內，我們組織全國商場開展第 6 屆「綠色環保周」專項活動，賦能綠色領跑品牌，實現線上線下全覆蓋式宣傳。全國共 261 家商場開啟「綠色領跑」健康跑活動，總參與人數 26,563 人，全國商場共計舉辦 230 場綠色環保周主題活動。活動期間，全國商場聯動 665 個品牌次組織開展 270 場綠色環保直播，直播觀看人次超 3 萬+，點贊量超 270 萬。為了強化綠色領跑品牌宣傳，我們攜手行業內 1,000+ 個主流家居品牌，引燃全網密集報道，曝光量超 200 萬。

總參與人數

26,563人



「綠色領跑」健康跑活動

總閱讀量高達

330萬

我們堅持綠色環保宣傳常態化，讓環保賦能品牌發展，並引領消費者進行環保家居消費。報告期內，我們聯動 10 大綠色門窗品牌開展「綠色 0 分貝」專題研討會活動，活動由 40 多家官方主流媒體同步宣發，總閱讀量高達 330 萬。同時，全國 216 家商場進行門窗品類直播，累計直播觀看量 50 萬，達到綠色環保與品牌同步宣傳的效果，助力行業綠色發展。

創新設計

紅星美凱龍秉承「為美而生，為中國生活設計」的使命，不斷加大創新研發力度，在產品品質方面進行工藝創新的同時，用心打造美學設計並推進美居服務，為消費者帶來高品質美學生活體驗。

報告期內，我們在防黴、防滲、防開裂、防潮等方面均獲得工藝技術突破，並申請多項專利技術，包括「一種防堵塞積水排出結構」、「一種輕鋼龍骨防開裂結構」、「一種牆面磚陰、陽角連接結構」等，其中前兩項已獲得專利認證。



一種防堵塞積水排出結構



一種輕鋼龍骨防開裂結構

除推動工藝技術突破外，我們致力於進行家裝設計創新，並開展各項設計專題培訓、競賽與設計方案交流會等，激勵員工不斷進行創新嘗試。



設計專題培訓：室內住宅適老化設計培訓

報告期內，我們面向全國門店員工組織進行室內住宅的適老化設計專題培訓。此次培訓主要目標崗位為設計師，門店店總及門店商務亦可參與。課程分上下兩節課進行，由家裝總部設計部薛鋼作為主講培訓師，課後其培訓課件上傳至「美凱龍網盤」，供需要的員工自主下載學習。本次培訓為設計相關員工提供了適老化設計創新思路，激發了員工的創新靈感，激勵設計員工為消費者提供更多舒適的家居產品。

M+ 設計師設計大賽：推動設計與環保公益有機融合

2023年9月，以「萬物向新」為主題的「2022M+中國高端室內設計大賽頒獎盛典暨2023年度啟動禮」在上海成功舉行。M+中國高端室內設計大賽由紅星美凱龍發起，至今已舉辦五屆。

M+大賽致力於挖掘更多優秀原創設計作品，扶持新生設計力量，共同提升國人居家生活品位。此次大賽秉承著「公正 唯美 融合 傳承」的宗旨，其資源將與紅星美凱龍目前致力於打造的「M+ 高端設計中心」相融合，形成一個融合高端設計、豪宅概念場景空間、高端建材家居、高端電器供應鏈、隱蔽機電工程在內的為高端設計師業務賦能的一站式場景化服務平台。



M+ 設計師設計大賽

家居新零售

報告期內

我們累計實現線上流量

11,011萬

紅星美凱龍不斷升級創新，率先推行線上線下一體化直播模式，對全國商場進行數字化升級，為消費者帶來更好的家居購物體驗。2019年，紅星美凱龍和阿里巴巴展開戰略合作，共同探索家居新零售的模式，天貓同城站²由此誕生。報告期內，紅星美凱龍持續深化與阿里巴巴的戰略合作，深耕淘寶主陣地，並積極推動抖音次陣地建設，做好線上線下一體化經營的深度推進，堅持聚焦主業、降本提效、組織融合和價值創造，賦能一線商場經營，不斷為本公司帶來新的增量營收。報告期內，我們累計實現線上流量 11,011 萬；累計獲得客資超 92.4 萬。

萬人直播工作：聚焦提升直播品質

報告期內，我們的金牌導購萬人直播工作從直播場次和賬號規模角度進一步聚焦直播品質，提升從流量到客資、客資到到店的轉化率。本著先量後質、量質齊升的策略，並通過培訓、通報、案例挖掘等手段，我們鼓勵紅星體系內 3.2 萬賬號積極直播。經過一年的努力，我們的直播場次同比提升 189%，直接成交並引導成交單數同比提升 217%。報告期內，我們的直播間流量累計近 3,000 萬，同比提升 49%，獲取客資同比提升 40%。

²天貓同城站是基於 LBS 技術進行本地化商品展示和本地化服務承接，可根據消費者地理位置向其線上推送所在區域的本地化商品界面。當消費者進入「同城站」界面後，後台系統會對消費者地理位置進行定位，並自動生成特定城市的「同城站」瀏覽界面，讓消費者足不出戶即可選購同城線下紅星美凱龍商場中的家居產品。

我們積極開展線上線下一體化、多元化的營銷活動，推出「315 FUN 肆嗨購節」、「818 FUN 肆嗨購節」等大促 IP，積極匯聚業內頂級頭部品牌、腰部品牌、流量品牌，實現高淨值人群消費升級需求與改善型需求的雙滿足。

315 FUN 肆嗨購節：共享消費復蘇紅利

作為家居行業開年首檔超級大促，2023 年「315 FUN 肆嗨購節」（2 月 11 日至 3 月 26 日）期間，紅星美凱龍聯動上下遊千餘品牌，重磅投入全年三分之一資源，打響春裝市場第一槍，讓消費者真正「放心消費，FUN 肆嗨購」，讓更多品牌商、經銷商共享消費復蘇紅利，並於 2 月 14 日啟動新一輪品牌奪魁之戰。

據紅星美凱龍全國統計數據顯示，「315 FUN 肆嗨購節」期間，客流同比增長 15.8%，消費人數同比增長 23%，客總價同比增長 6%，銷售金額同比去年實現穩中有漲。芝華仕、九牧、美的、方太等品牌均實現同比雙位數乃至翻倍增長。



315 FUN 肆嗨購節

818 FUN 肆嗨購節：彰顯消費市場潛力

2023 年 7 月 9 日，「818 FUN 肆嗨購節」（7 月 21 日至 8 月 20 日）在廣州啟動發佈，紅星美凱龍攜手百大品牌集中讓利，覆蓋家具建材、電器等全品類，開啟全覆蓋全國 200 多個城市、400 多家家居商場的營銷活動。

活動期間，紅星美凱龍全國各區域廣泛實施了發放消費券、「以舊換新」券、惠民消費補貼等促消費舉措，其營銷方式包括舉辦音樂會、電音節、自主 IP 節日活動、開展抖音直播、話題營銷、夜宴、抽盲盒、服務進社區、樓盤團購會等，全方位觸達消費者。根據數據統計分析，紅星美凱龍全國商場車流數據同比增加 13%，客單價、客總價同比均實現提升，整體銷售額同比增長 21%，彰顯城市家居消費市場的巨大潛力。



818 FUN 肆嗨購節

進口品類節：倡導品質生活方式

2023年10月，紅星美凱龍主辦的「無問東西，潮向最美」進口家居品鑒月第四季在新生活方式社區阿那亞舉行。十一大國際知名家居建材電器品牌及11個城市設計師和紅星美凱龍團隊等近130人共同上演了一場進口國際品類盛宴、設計美學盛宴。國際品牌與紅星美凱龍、設計師進行了從美學空間到美學生活的理念分享，共同倡導品質生活方式。



進口品類節

家博會：發展優質商戶平台

2023年9月，由紅星美凱龍與中貿展聯合舉辦的中國家博會（上海）在上海虹橋·國家會展中心舉行，為品牌方搭建了從展示、銷售到服務，以及「展店聯動」發展優質大商的最佳平台陣地。此次家博會以煥新消費活力、煥新家居題材、煥新四大子展、煥新內外循環為引擎，為消費者獻上一場精彩絕倫的家居新體驗。展會還首次專設「公眾消費日」，精選100家睡眠、沙發、軟裝飾品、戶外家具等參展企業參與家居煥新消費節，打造百家千件家居新品展示間。



家博會

進博會：加速引進家居電器品牌

報告期內，紅星美凱龍升級為進博會家居板塊唯一的展覽合作夥伴，深度參與進口家居家電品牌的諮詢顧問招商等工作。

2023年11月5日至10日，第六屆中國國際進口博覽會在上海舉行。作為紮根上海的中國家居流通平台，紅星美凱龍充分發揮主場化優勢，通過「引進來」，成功引薦4大國際家居電器品牌參加進博會，助力進博會加速擴容家居電器「朋友圈」；同時「融進去」，推動參加進博會的進口家居電器品牌的產品通過紅星美凱龍遍布全國的商場更快觸及廣大消費者，把源自世界的美好生活裝進國人的家。

打造 客戶星體驗

紅星美凱龍始終以消費者的需求作為出發點，結合企業使命與顧客第一的價值主張，致力於為客戶提供全方位的家居生活解決方案，致力於讓消費者享受高品質的生活。我們以細緻匠心為客戶打造安全商場，為客戶帶來安心、舒心的購物體驗，並不斷優化客戶投訴處理流程，持續提升客戶滿意度。

保障客戶安全

我們高度重視客戶安全，以高質量的工程建設與商場營運為客戶提供全方位的安全保障，做好安全風險防範，力爭成為行業安全建設標杆。

工程質量保障



質量管理體系認證證書

我們將客戶及周邊社區的安全切實擺在各項工作的首位，通過高質量的工程建設保障安全營運。在商場建設過程中，我們嚴格遵循《建設工程安全生產管理條例》等法律法規進行現場施工。針對新店施工，我們在內部建立了《新店管理手冊》等制度，規範現場安全施工。

為進一步完善我們的質量安全體系建設，我們建立安全管理架構，明確商場各責任歸屬管理模塊，進一步提升商場及毗鄰建築的風險防範能力，在處理突發事件時，切實落實執行「維穩保安全、除患助營運」管理標準，減少周邊社區安全事故的發生。紅星美凱龍建築工程板塊延續通過質量管理體系認證。



商場營運安全

為提升商場安全管理水平，從源頭杜絕各項安全風險隱患，我們在內部共更新修訂了 18 項安全相關制度，包括《物業特許管理商場安全工作指導手冊 - 1.0 版》《商場物業技術管理手冊 2023 版 - 安全部分》《中庭休閒椅及外牆窗戶設置物品規範》等制度規範。針對商場日常營運，我們制定了《規範商場安全員巡場及固定崗位工作要求》《執行商業金街物業安全管理制度》《執行商場內小隔間及庫房巡檢規範》《規範動火作業管理及商場保溫材料》和《商場物業技術管理手冊-安全部份》等 19 項安全管控類通知，大大提升了商場安全管理水平。

我們不斷優化營運安全體系，由安全管理部主導，針對商場營運安全巡檢系統進行 2.0 版的升級應用，將其覆蓋至全國所有商場，並進行月度考核監管。同時，我們積極打造並評選安全培訓示範商場，每半年進行一次復評。評選出的安全培訓示範商場需定期開發各項安全培訓課件，負責輻射轄區商場的培訓帶教工作，並積極開發安全創新管理案例及工具，提升安全管理水平及組織效率。

針對潛在的安全隱患，我們採取多樣化的安全防範措施，進行多項設備改造，提前構築防範生產安全事故的防火牆。

安全防範設備 / 公示	安全防範效果	設備配圖
智能化 LED 大屏	增設感煙、感溫及自動滅火貼等設備，與智能化 LED 大屏形成聯動進行溫度監管，提高大屏安全管控。	
變色測溫貼應用	利用變色測溫貼特性，在設備線路、開關等位置粘貼，當被測點溫度達到變色區域額定溫度時，變色示溫片即由其原始色變成示溫色，便於巡檢人員發現早期溫度升高隱患。	
消防主機標準化色塊管理	通過採用不同底色，分區管理各項啟動設備，讓值班人員在日常測試時能夠快速分辨設備類型，避免啟動錯誤，提高工作效率及安全使用係數。	
電伴熱無線測溫傳感器	根據現場實際情況進行設備的定制，高溫自動報警並發送至手機端，手機端也可發送指令，達到實時監測，避免監管盲區。	
多功能裝修安全用電車	解決裝修臨時用電電線規範、懸掛標準、工具隨意擺放、滅火器配置達標及現場巡檢等問題，全面提升裝修現場安全管理水平。	

此外，我們針對安全隱患排查工作落實三級檢查機制，檢查內容覆蓋商場建築結構、設施設備、營業展位、裝修展位、空展位、餐飲異業、應急處置、非營業時間管控等。在區域層面，我們每季度開展總監安全督導巡店及商場互查工作；在商場層面，我們開展周、月安全自查及整改工作，全面推進商場的安全隱患排查及整改工作。報告期內，我們共針對 300 家商場開展一年 2 次的安全隱患風險排查工作。

我們積極開展各項安全相關培訓、演練活動，進行安全意識宣傳，提升內部安全文化建設。我們的吉林商場，榮獲「2023 年度消防工作示範單位」認證。



吉林商場榮獲 2023 年度消防工作示範單位認證

營運安全培訓：落實安全意識宣傳工作

報告期內，我們在集團、大區、區域等層面分別開展各項營運安全相關培訓 10,676 場次，參與培訓 201,573 人，針對自有員工、商戶營業員、裝修人員、餐飲異業人員及第三方等人員落實培訓工作。培訓內容包含安全用電、消防「四懂四會」、滅火器使用、裝修管理規範、國家制度規範、商

業警示案例及各項發文通知規範等內容。同時，我們在線下利用商場公告欄、宣傳欄、中廳大屏及商場門頭 LED 屏、員工通道等商場範圍內落實安全宣傳工作，線上不定期開展微推等多種形式的宣傳工作，全年共計進行宣傳 3,312 次。

營運安全相關培訓

10,676 場次

參與培訓

201,573 人

全年共計宣傳

3,312 次



營運安全培訓

優化客戶體驗

作為家居賣場的領軍品牌，紅星美凱龍一直致力於為消費者提供豐富多樣的家居產品和優質的購物體驗。同時，我們高度重視客戶需求，想消費者所想，不斷為客戶推出多樣化、人性化、個性化的服務。

品類拓展

我們積極進行前瞻性嘗試，打造差異化的營銷策略，在商場內拓展生活品類，提升家居賣場的整體競爭力。報告期內，我們從人性化角度出發，拓展時尚餐飲品類，滿足客戶出行就餐的需求。通過引入時尚餐飲品類，家居賣場可以升級為一個集購物、餐飲、休閒等多功能於一體的綜合性、互動性場所，滿足消費者的一站式購物需求，提高消費者的購物體驗。在品牌合作上，紅星美凱龍與眾多餐飲連鎖品牌達成戰略合作，同時拓展內部經銷商餐飲業務。在未來，我們將看到更多的紅星美凱龍商場，將體驗類型的品類融入到自己的業務中，為消費者提供更為豐富、多樣、便捷的購物體驗。



多品類融合

服務到家

報告期內，紅星美凱龍通過整合專業的維保服務團隊，為顧客提供包括家居保養、保潔、家電清洗、空氣治理等 6 大產品線、50 余項服務在內的全方位家居生活解決方案。同時，我們開展了「春日煥新」、「清涼一夏」等在內的五場主題活動，深度結合商場大促、助力品類營運，為 40 萬戶家庭提供了到家服務。其中，重慶及山東深化推出了「渝小星到我家」、「魯老師到我家」等同城特色到家服務，在當地收獲了顧客的一致好評。



服務到家

會員服務

報告期內，紅星美凱龍繼續在 96 家商場深耕會員服務，通過會員註冊、消費積分、積分兌換等方式，喚醒老顧客的消費力和購買力，為商場經營賦能。我們為顧客提供了包括停車洗車、服務到家、家居禮品等在內的實物類和服務類會員權益，讓顧客足不出戶感受到我們的優質服務。



會員服務

上門回訪服務

報告期內，紅星美凱龍全國商場持續開展上門回訪服務，傾聽顧客建議，解決售後問題，並免費贈送家電清洗、家居保潔等高端家居維保服務。報告期內，在省中心總經理、商場總經理等管理人員的帶頭和表率下，我們共回訪了6萬位顧客。自2016年以來，紅星美凱龍已累計上門回訪服務客戶超50萬次，不斷提升我們的服務口碑。



上門回訪服務

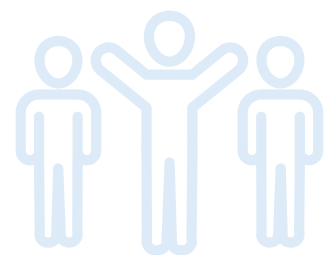
無障礙設計

紅星美凱龍充分考慮各類客戶需求，致力於為所有客戶帶來舒心便捷的購物體驗。報告期內，我們為殘疾人消費者進行無障礙設計施工，提升我們的人性化服務水平。



寧波姚江家居商場項目：無障礙設計施工

報告期內，我們針對寧波姚江家居商場項目進行無障礙設計施工完善。我們在工程各個主入口處設置坡度 1:30 的平坡出入口，現場采用淨寬為 1.0m 的自動門，玻璃門設置 350 高擋板。同時，商場每層均設置專用無障礙衛生間，並在地下一層車庫及地面均設置無障礙停車位。我們在商場主要出入口、通道、停車位、廁所、電梯等無障礙設施位置，設置無障礙標誌。



智慧營運

為不斷提升客戶到店體驗，我們開發了賣場數字化小程序，並在上海、北京、天津等城市進行試點。該小程序結合原有的會員、停車等系統，針對商場內不同的消費場景，進行了用戶側的體驗升級。截至報告期末，該數字化小程序已上線5個月，在各試點商場歸集私域會員超數萬。我們在智慧營運方面的嘗試不僅提升了用戶體驗，同時完備了商場的消費者劃像，為後續商場的會員營運及營銷觸達打好了數字化的基礎。

賦能經銷商

我們積極賦能經銷商，提升自身營運效率。報告期內，我們的互聯網營運中心持續在商品聚合營運方面進行推進工作，啟動關鍵客戶品牌商品聚合項目，推動經銷商區域化承接客資，彌補區域經銷商營運能力弱、客服響應慢、商品權重無法形成聚合等問題。截至報告期末，我們已確認合作品牌經銷商共 14 個，已啟動上線品牌 12 個，聚合商品 408 款；在店鋪側，累計聚合門店 928 家，聚合切換率 84%，累計完成銷售 GMV³ 3,163 萬元。



³GMV，指商品交易總額，電商交易指標之一。

應對客戶投訴

我們高度重視客戶投訴，並積極應對處理。我們在內部制定了《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》等制度，針對投訴處理流程、處理技巧及各部門職責進行明確說明。我們在商場與內部績效考核中涵蓋客訴滿意度評估，在商場考核中，將客訴處理的時效、投訴顧客的滿意度作為售後的核心指標納入日常考核；在內部考核中，我們從處理時效、處理結果、處理態度三個維度進行內部考核。

我們堅持「客戶第一」的服務理念，設立了專業的客服團隊，全國範圍內已有超過 600 多名資深客訴顧問專職處理投訴。同時，我們紮實推進商場客訴職能崗位員工培養與能力建設，指導省中心開展核心崗位員工培訓工作，深化崗位知識掌握度，培養中級客訴顧問 67 名，高級客訴顧問 19 名，資深客訴顧問 7 名。報告期內，我們針對客訴新人共開展專業知識培訓 200 多場，從產品知識、法律知識、投訴處理技能三大維度全方位提升全國客訴人員的專業技能。

我們重視客訴處理的時效，堅守「20 分鐘快速回覆，24 小時給出解決方案，5 天結案」的原則與「首問負責、依法合規、快速處理、顧客滿意」的方針，確保投訴顧客滿意度。我們建立明確的投訴渠道，如 400 呼叫中心、微博、微信、商場服務台、商戶反饋等。客訴受理後，由集團、商場、商戶三方同步協調，直至解決消費者疑慮。我們聯動政企一起處理客訴問題，在全國商場設有 200 多家消費者維權站點，受到當地政府和顧客的一致認同。

報告期內，我們共接獲關於產品及服務的重要客訴 113 起，投訴顧客最終解決滿意度超 90%。



保證客戶權益

責任營銷

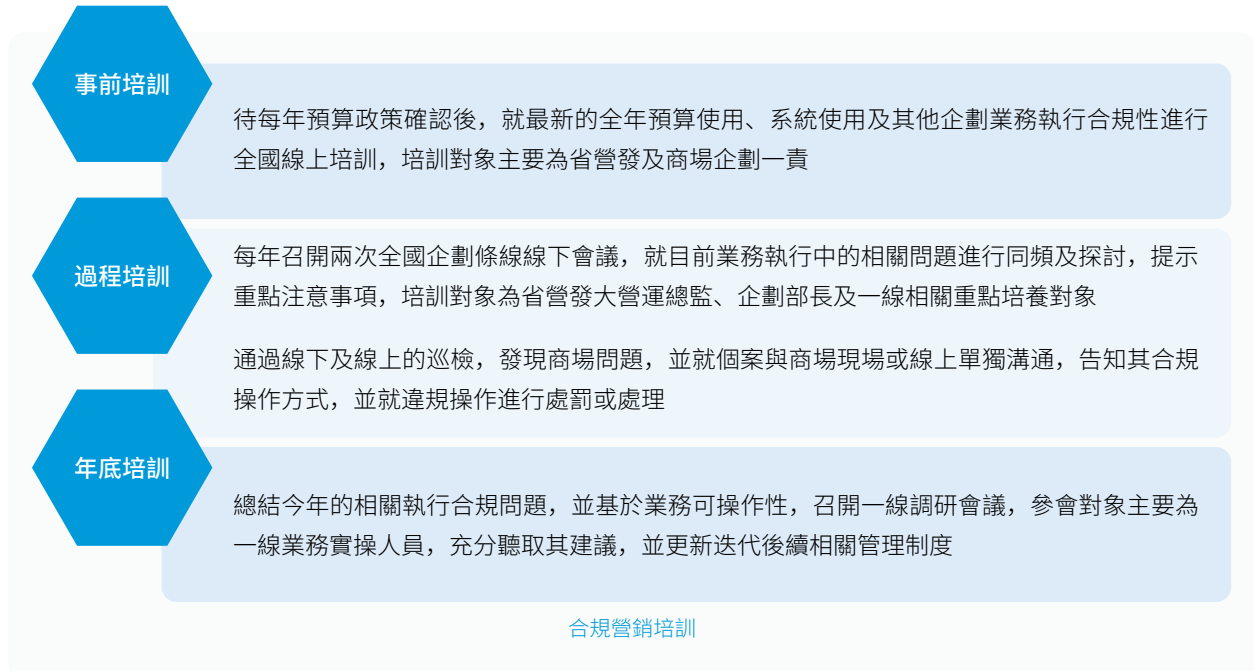
紅星美凱龍堅守負責任營銷原則，在確保合規營銷的同時積極開展各類營銷活動，不斷深化線上線下一體化的新零售模式，對全國商場進行數字化升級，助力品牌實現高效的流量轉化，並為消費者帶來更好的家居購物體驗。

紅星美凱龍嚴格遵守《中華人民共和國廣告法》《中華人民共和國反不正當競爭法》等法律法規要求，以合理合規的方式開展營銷活動。我們建立了《紅星美凱龍家居集團統一營銷活動管理制度》等內部合規營銷制度，規範公司營銷流程管理，指導省區營發團隊及商場有序開展各項營銷活動。

在制定內部制度的基礎上，我們建立了統一的營銷活動方案策劃執行、總結及評估全流程鏈路，有效提升營銷效果。



我們積極開展合規營銷培訓，通過事前培訓、過程培訓、年底培訓三個部分，不斷提升自身的合規營銷水平。



保護客戶隱私

我們尊重客戶信息及隱私，嚴格遵守《中華人民共和國消費者權益保護法》《中華人民共和國個人信息保護法》等法律法規。我們積極建設信息安全管理體系，配備了專業的信息安全團隊，運用技術和管理結合的手段保護客戶的隱私安全。同時，我們採取多種措施對客戶隱私進行保護。在營運過程中，我們根據銷售人員的職責對顧客文檔訪問進行權限設置，規範客戶信息的收集、持有、使用及處理工作，全力保障客戶隱私安全。

截至報告期末，我們已基本覆蓋了數據從生成到銷毀的全生命周期管理，並通過了國家的等級保護評測，進一步加強活動營銷中的客戶信息安全。

匯聚星火 助力員工發展

紅星美凱龍重視員工價值的實現，致力於創造公平、健康、向上、高效的職場環境，保障員工良好的職場體驗。我們積極保障員工基本權益，不斷優化薪酬福利制度，持續完善培訓發展體系，助力員工實現職業理想。我們亦關心員工需求，通過開展各類豐富的活動，提升員工幸福感。我們願與員工攜手，共同成長。





保障 員工權益

紅星美凱龍持續深化員工招聘工作，不斷完善員工權益保障舉措。我們始終在保障員工基本權益不受侵害的基礎上與員工共同發展，彼此賦能。

招聘管理

紅星美凱龍嚴格遵循《中華人民共和國勞動法》《中華人民共和國勞動合同法》等法律法規，依法開展僱傭活動。我們堅持平等僱傭原則，堅決杜絕在員工招聘及發展過程中出現任何因年齡、國籍、婚姻狀態、種族、膚色、民族、宗教信仰身體狀況、性別認同等因素而產生的歧視行為。

公司女性員工佔比

43%

僱傭殘疾人員工

23位

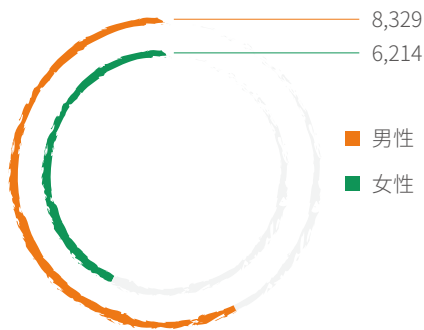
紅星美凱龍大力倡導多元、包容的企業文化。我們招聘具有多元背景的员工，期待不同思潮碰撞出新的文化。公司通過校園招聘、社會招聘以及活水計劃等途徑吸納人才，組建紅星美凱龍人才戰隊。我們根據企業發展需要，開展人才盤點工作，持續優化人才需求與現狀梳理，落實專項人才池培養，保障人才隊伍的高效性。為確保相關工作的有效性，我們定期監控多元、包容與平等的關鍵績效與表現，並向管理層匯報。

報告期內，公司女性員工佔比達到 43%，高級管理層中女性佔比為 18%。同時，我們為處於弱勢群體的员工提供了就業機會，僱傭了 23 位殘疾人員工。

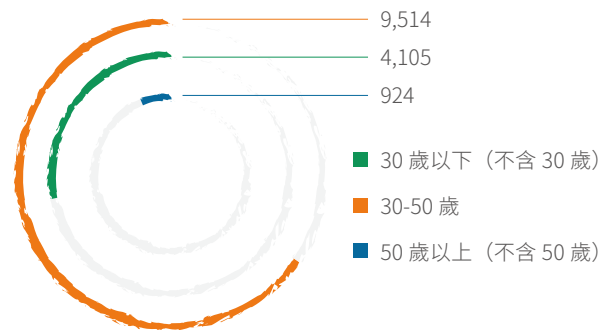
勞工權益

紅星美凱龍嚴格依照營運地法律法規監管要求，與所有員工簽訂勞動合同，保障員工合法權益。我們嚴格執行《未成年工特殊保護規定》《禁止使用童工規定》等法律法規，亦制定《員工手冊》作為內部員工管理依據。我們倡導合理工時，反對任何形式的強制勞動。我們堅決維護未成年人合法權益並嚴厲禁止僱傭童工。此外，我們嚴格規範了加班申請制度及流程，以實現勞逸結合。報告期內，我們未出現任何與僱傭童工或強制勞動有關法律及法規的違規事宜。

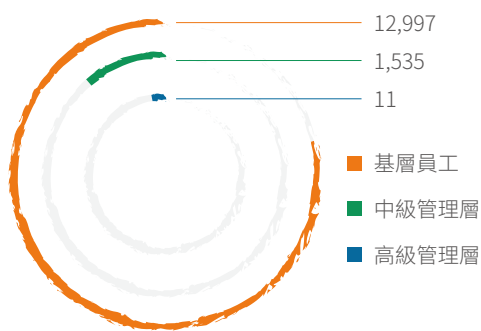
報告期內，我們共有員工 14,591 人，其中全職員工 14,543 人，兼職員工 48 人。下列圖表列載 2023 年我們按類別劃分全職員工僱傭情況：



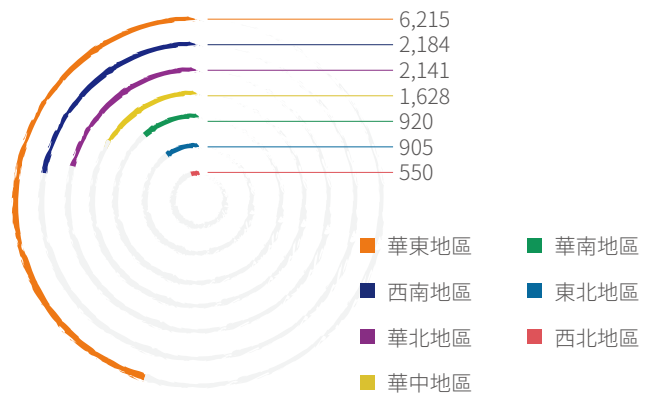
按性別劃分的員工僱傭情況



按年齡劃分的員工僱傭情況



按職級劃分的員工僱傭情況



按地區劃分的員工僱傭情況

薪酬福利

紅星美凱龍持續完善由固定薪酬、可變薪酬、津貼福利等構成的薪酬體系，通過制定內部管理標準，不斷細化薪酬福利管理程序。為進一步促進員工積極性，我們建立了全面的薪酬激勵體系，充分發揮對人才的激勵作用。我們通過績效評估與能力評估，並將員工權益與企業績效有機聯合，決定調整薪酬的幅度，保障員工權益的同時，增強員工幸福感。

此外，我們推行長期與短期激勵相結合、物質與精神雙重激勵的政策，充分調動員工工作的積極性和創造性。我們亦進行股權激勵，保留關鍵人才，使員工成為公司的股東，共享發展的成果。公司為管理層及核心骨幹員工提供股權激勵，報告期內存續第三期員工持股計劃，持續激勵員工創造性。

公司建立全面的福利體系，持續推進彈性福利計劃。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，為所有員工繳納養老、醫療、生育、工傷及失業等社會保險金。我們倡導「家文化」理念，落實帶薪年假、補充商業保險、年度健康體檢等額外福利，已制定高於國家法定標準的年休假待遇，並向員工提供產假、陪產假、育兒假等家庭福利。公司致力於保障女性員工權益，通過為女員工提供女性體檢項目、設立母嬰室等舉措，切實關心女性員工需求。

助力人才發展

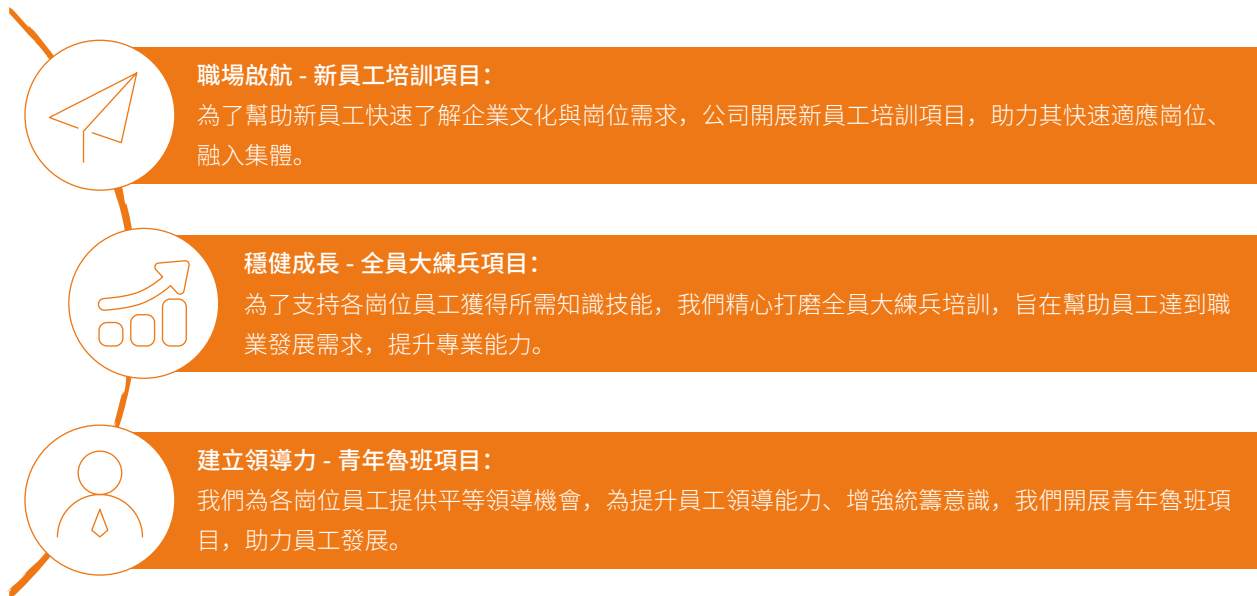
紅星美凱龍相信，人才是企業可持續發展的核心資本，是企業持續前進的動力。公司高度重視人才的培養與發展，打造清晰的人才晉升路徑，搭建完善的員工培訓體系，不斷完善績效評估與晉升機制，為員工提供成長平台，根據員工的實際情況與每一崗位的特點設計合理的職業發展通道。

培訓體系

我們打造全面學習發展體系，針對各層級、各工作崗位制定覆蓋員工各成長階段的發展培訓計劃，全方位提升員工知識與技能儲備、領導能力。



紅星美凱龍致力於建設持續學習型人才隊伍。我們希望各級員工都能綻放光芒，實現職業理想。公司已制定涵蓋員工各發展階段的培訓計劃，通過全員大練兵、新員工培訓等項目，形成學習全覆蓋，助力業務提升。對於關鍵核心崗位人才，我們開設「青年魯班」項目，結合公司核心管理崗位序列，分別打造「青年魯班－後備梯隊」「青年魯班－預備役」及「青年魯班」三個核心人才梯隊庫，暢通青年人才晉升中高層管理層通道。此外，我們鼓勵員工參與外部學位課程考取外部證書，實現個人知識儲備的提升。



員工發展各階段培訓計劃

全員大練兵

紅星美凱龍開展涵蓋營運條線各類專業能力的培訓及实操演練、企劃條線各類活動案例講解及分析、互聯網條線各類營運方式培訓等內容的「全員大練兵」培訓。2023年「全員大練兵」共計開展4,408場、培訓時長累計達到7,667.8小時、覆蓋員工100,027人次。




全員大練兵

星動力項目

星動力項目是紅星美凱龍制定的針對校招人才的專項人才培養項目，通過導師制和集訓、輪崗、試崗、溝通會、半年度一次的考核及課題實踐等，助力員工快速成長。我們通過校園宣講會、Open Day 等途徑暢通校企溝通路徑，不斷加強高校學生對紅星美凱龍的關注與理解。我們將持續推動企業年輕化，為行業培養年輕人。



星動力項目培訓

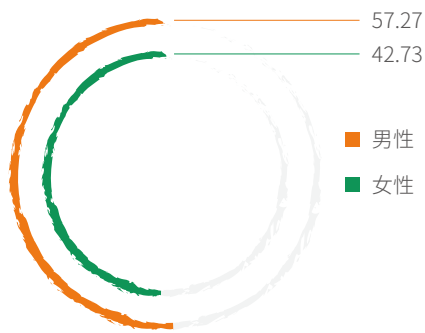
青年魯班項目

青年魯班項目是紅星美凱龍未來高潛人才的職業快速發展通道。2023 年公司與「中歐 Mini-MBA」展開合作，為青年魯班項目量身打造為期 6 個月的管理課程。課程通過小組共創自學模式，為學員構建系統化現代業績管理模型。本次培訓涵蓋 6 大模塊 25 門課程，通過在線課程、主題案例研討、學習主題活動等 3 大關鍵動作，全面拓展學員認知邊界，助力員工提升。

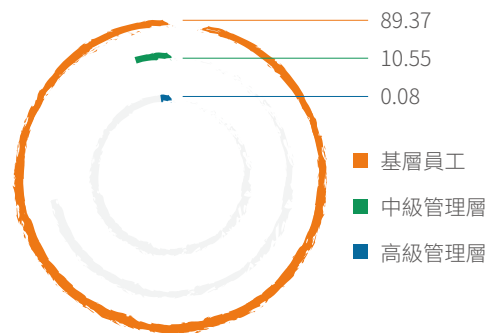


2023 青年魯班人才盤點會

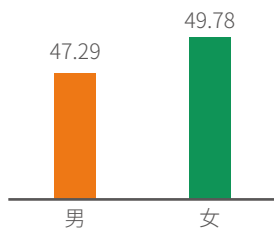
報告期內，我們員工受訓率 100%，平均受訓時數 48.36 小時。下列圖表列載 2023 年我們按類別劃分全職員工培訓情況：



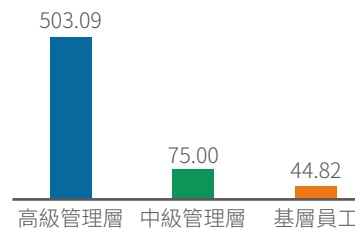
按性別劃分的受訓僱員百分比 (%)



按職級劃分的受訓僱員百分比 (%)



按性別劃分的每名僱員平均受訓時數 (小時)



按職級劃分的每名僱員平均受訓時數 (小時)

員工晉升

我們制定《晉升任命管理手冊》等內部制度作為員工發展管理依據，保障員工晉升的公平、透明與平等，同時做好轉向人才管理與培養。針對全體員工，我們建立了全面評估管理體系，以價值觀、業績、能力為考核維度，對員工進行全面考量。報告期內，我們延續開展月度賽馬、季度綜合評估、和年度績效評估與審閱，與紅星美凱龍全體員工探討目標的設定與績效的溝通。通過每月評估員工業績數據，每季度對員工進行多條線聯合評估，讓有潛力有業績的員工被及時發現、發展和晉升。同時，結合單位一責相馬管理，讓員工有機會直接與任職權限領導面對面交流，就績效表現、目標設定等事宜進行深入溝通。報告期內，接受績效考核的員工佔比為 100%。

我們堅持人才公平競爭理念，透明晉升流程，並對晉升名單進行公示，所有的晉升資料均會進入員工的個人人才發展檔案。對於員工晉升流程中涉及的試崗、任命等節點，公司均嚴格把控，保障員工公平、科學晉升。

提升 員工幸福感

我們持續關注員工需求，通過持續優化員工福利、加強員工關愛舉措、暢通員工溝通渠道，不斷提升員工幸福感，增強員工歸屬感。

員工關愛

我們將員工視為自己的家人，關愛員工生活。我們傳承愛家文化，開展愛家日、感恩節、家庭日等多種活動，喚起員工家庭溫暖與幸福記憶，讓愛傳遞。報告期內，全職員工總流失率 47.31%。

愛家日活動

紅星美凱龍所在行業與家息息相關，一直以倡導「愛家文化」，把「愛家」作為一項不斷傳承和發展的社會公益事業付諸行動。從 2010 年開始，紅星美凱龍每年以不同的形式、不同的主題，啟發大眾對家的思考和討論。

2023 年，紅星美凱龍以「感恩相伴，勇敢再出發」為主題的系列活動，向全體員工徵集愛家故事，並拍攝創意視頻，喚起更多人珍惜與家人共度時光，感受家的溫暖與幸福。



紅星美凱龍愛家日宣傳海報

報告期內，紅星美凱龍工會開展多項員工福利活動，關愛員工健康、切實關心員工需求。

「兩病」篩查活動

紅星美凱龍工會積極響應《上海市實施〈中華人民共和國婦女權益保障法〉辦法》《女職工保健工作規定》等法律法規，貫徹落實市總工會關心關愛職工、助力經濟發展的相關工作要求，開展困難女職工免費乳腺病和婦科病篩查工作，實現「早發現、早診斷、早治療」，關愛女性員工健康。本次篩查，累計覆蓋職工 48 人。



「兩病」篩查活動



愛眼健康上門檢查服務

為樹立新時代美德健康生活方式，宣傳普及眼健康科學知識，增強職工愛眼護眼意識。在國際勞動婦女節來臨之際，公司工會聯合寶島眼鏡為員工開展健康服務，並提供護眼禮品，受到廣大職工的歡迎。



寶島眼鏡愛眼健康服務活動



健身俱樂部

為鼓勵員工積極運動，提升身體素質，公司工會在總部開展職工健身俱樂部為員工提供瑜伽課程，受到員工的熱烈歡迎。



瑜伽課程

員工溝通

我們致力營造民主開放的溝通環境，傾聽員工聲音，加強公司與員工之間的互動。我們設立多樣的溝通渠道，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、微信公眾號等方式向公司反饋有關勞工權益、工作生活、職業發展、公司經驗發展等方面的問題和建議。同時，我們建立了員工申訴及處理機制，於各大商場設置員工反饋、舉報途徑，對於收到的檢舉，公司監察部會第一時間開展調查，如查證屬實會依法依規嚴肅處理。

此外，公司充分重視員工意見，我們每年對所有商場開展員工滿意度調研，並根據獲得的反饋與提議不斷優化職場環境。我們從業績進取、管理支持、團隊整合、上級關懷和學習培訓等維度，了解員工真實所想，關心每位員工在工作中遇到的困難和挑戰，通過及時跟進與回應，讓每一位紅星人都能用最好的狀態共迎未來。

職業 健康與安全

紅星美凱龍視員工職業健康與安全為公司營運的首要任務。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。公司制定《安全應急預案》《安全施工規範》《物業特許管理商場安全工作指導手冊-1.0 版》，並於報告期內修訂頒發了《新店管理手冊》並進行培訓落實執行，指導安全生產工作的開展，不斷完善現場安全管理體系。報告期內，我們獲得了 ISO 45001 職業健康安全管理體系認證。



我們成立了安全生產委員會，由總裁擔任安委會主任，安全部作為安委會常設工作機構承擔日常管理工作，相關成員機構共同落實安全生產工作，通過完善的架構和明確的職責劃分對公司的安全生產工作進行由上至下的管理。我們定期召開安委會例會，對安全生產中存在的問題進行梳理以及改進，並負責確定全教育培訓目標，制定年度計劃並檢查實施效果，持續優化公司安全管理能力。

為保障工程安全，我們將工程安全檢查、評估工作匯入日常項目檢查中，將安全工作的落實情況放在巡檢、飛檢的檢查內容之首。我們的安全檢查每兩個月覆蓋所有在建項目，檢查內容針對工程做到全覆蓋，涵蓋現場實體隱患，方（預）案流程合規，執行到位、管理行為等相關內容。針對檢查中發現的各類問題，嚴格執行三定原則措施（定人、

定時間、定整改措施），並持續跟蹤整改情況。

此外，2023年，公司編制並發佈年度安全應急預案，涵蓋職業健康安全，辦公區域救援，火災、維穩應急預案等潛在安全風險，並以此指導各工程項目在開工伊始依據項目實際情況組織編制合理、合規、具有可執行性的安全應急預案，並視項目進度及工況，適時組織每年不少於一次的應急演練活動。

我們為員工提供定期職業健康體檢，以及依照有關要求為員工發放勞動保護用品，守護員工健康。報告期內，我們未發生因工死亡事件。

安全文化建設

紅星美凱龍大力開展安全文化建設，積極開展安全作業培訓、安全整頓季活動，提升員工安全生產意識，使安全生產理念根植人心。我們定期舉辦安全演練活動，確保一線員工做到人人講安全、個個會應急。2023年度全國商場共計組織應急處置預案演練 14,939 場次，參與演練 147,979 人次，我們亦鼓勵商場與當地政府部門進行聯動，累計邀請當地消防部門參與商場預案演練 705 場次。



在建項目安全知識宣貫、培訓

2023 年，公司在建項目組織開展兩大類、多針對、全覆蓋的安全培訓。

第一類：日常定期類

- 滿足三級教育學時的新工人入場施工前安全教育培訓工作
- 符合各參建工種專業性的分部分項，工種安全技術交底
- 不少於每周一次的安全專項會議
- 不少於每年一次的特項安全應急演練
- 契合每年 6 月全國安全生產月主題而開展的教育培訓及宣傳工作

第二類：專項不定期類

- 項目開、停、復工組織全員的安全教育培訓工作
- 依據項目現狀及現場安全頑疾組織專項安全知識培訓及警示教育工作
- 應集團上級部門及政府建設監管部門新指示，新要求而開展的相應教育培訓工作



安全培訓現場圖

高壓安全工具使用規範

公司制定《高壓安全工具使用規範》對高壓值班員工日常高壓安全工具的檢查、使用流程等進行規範化、可視化，進一步保障員工安全。



安全工具使用指示

安全整頓季

為保障安全施工以及進一步維護公司連鎖品牌形象、持續提升客戶滿意度，公司依照《施工現場七大安全文明管理規範》等文件，對全國在建工地開展為期三個月的安全文明施工整頓行動，進一步保障生產安全。



安全整頓季

消防日演練

紅星美凱龍藉助「419」「119」等消防日開展各項應急預案演練活動。我們的演練內容涵蓋應急疏散演練、滅火演練、電梯困人演練、噴淋爆裂演練、暴恐事件處置演練、突發事件演練等，以期提升員工應急能力。



消防日演練

守護生態 踐行綠色發展

紅星美凱龍致力於構築更加環境友好的未來，聚焦低碳發展、環境治理和生態保護。我們不斷優化環境管理體系，努力謀求業務綠色發展，並致力於在價值鏈上帶來廣泛影響，共建繁榮清潔美麗的世界。





堅持 綠色理念

紅星美凱龍以「提升中國人的居家品味為己任，對每個家庭的居家環保負責任」為使命，積極響應國家「雙碳」戰略及綠色生態政策，堅定不移走生態優先、綠色發展之路，促進人與自然和諧共生。公司堅持綠色發展理念，持續探索綠色建築，加強生態環境保護，參與綠色開發建設推動協同發展，讓綠色低碳成為高品質發展底色。

綠色規劃

為貫徹落實綠色投資理念，推動土地的良性開發、防止對生態破壞以及保護生物多樣性，我們避免在國家的自然保護區中拓展開發項目，亦儘量避免開發農田及綠地，以保護野生動植物及自然環境。如有必要進行相關建設活動，則需確保僅在綠地中開發獲得綠色認證的項目，在使用土地前先獲得相關部門的批准，並在開發過程中致力於做好生態保護修復的工作。此外，我們著眼城市更新、城市公共空間建設、棕地利用、河流治理等項目開發機遇，致力於推動提升城市經濟、社區、環境活力。



綠色設計

紅星美凱龍將綠色、低碳、可持續理念融入建築開發設計、材料選用全生命周期，持續開展綠色建築、低碳建築、既有建築節能等領域的探索與實踐，不斷引領綠色商場進化之路。我們嚴格遵守《中華人民共和國工程建設標準強制性條文房屋建築部分》《民用建築設計通則》等法律法規，遵循《綠色建築評估標準》（GB/T 50378-2019）要求，制定內部指導政策與制度。

循環利用

紅星美凱龍注重資源的循環利用。我們在商場建造時優先考慮雨水回收系統，用於商場綠化灌溉。在確保城市排水防澇安全前提下，最大限度的實現雨水在城市區域的積存、滲透和淨化，促進雨水資源的利用和生態環境保護。



海綿城市建設理念應用

2023年下半年，寧波姚江家居商場項目嚴格執行海綿城市政策，在廣場的南側設置了雨水回收系統，通過安全分流、截污水、過濾水、蓄水、淨水，對雨水進行有效回收、處理再運用。同時，在雨水回收系統區域上配合合理綠化，促使功能和外觀相協調，保持場地內的生態系統與場地外生態系統的連貫性。

健康設計

為保障人、自然與建築的和諧統一，公司在設計商場建造項目時，充分考慮適合多種植被相結合的綠化，結合當地氣候特徵，選擇適宜植物種植，形成優美的外部造型，打造舒適的商業與休閒一體的商業綜合體。



景觀綠化設置因地制宜

紅星美凱龍寧波姚江家居商場採用多種植被相結合的綠化施工，並通過保留植物原有自然生長冠形，同周邊環境融為一體。



綠色建材使用

我們在建築材料選購時關注其綠色環保屬性，優選生產過程中對地球環境負荷小，不會對人體健康有影響的綠色建材。公司要求所有項目必須使用符合中國環境標誌認證的材料，使用符合 GB18580⁴ 標準 E1 級規範的木質板材、輕鋼龍骨、石膏板等 A 級不燃材料，使用大品牌綠色環保油漆，要求主材（漆料、膠水等）符合國家綠色環保要求，達到國標或具備中國環境標識，並對裝修材料進行環保檢測認證後投入使用，全面保障商場整體滿足國家環境和綠色可持續的高標準。

綠色技術應用

紅星美凱龍積極應用綠色建造技術。我們大力發展更具環境友好型的裝配式建築，提高整體施工品質和環保等級，減少施工現場的環境污染。



裝配式技術應用

寧波姚江家居商場在主體結構施工階段大量採用預制裝配式技術，預制構件包括鋼筋桁架樓承板、預制樓梯、預制疊合樓板以及二結構非砌築預制內隔牆等。二結構牆體採用預制混凝土（PC）條形預制板，根據部位和功能的區別，項目選用了不同厚度的條形預制板，商業裙樓區域採用的是 240mm 厚預制條板，辦公塔樓區域採用的是 200mm 厚預制條板。此技術將傳統施工工地作業優化為工廠預制與現場安裝的方式，大大提高工程品質與效率，同時減少廢棄物和粉塵排放，控制噪音，節能減排。

此外，為更進一步提高施工效率與精度，降低環境足跡，我們採用 BIM（建築信息模型）技術加智慧工地決策系統。通過對建築的數據化、信息化模型整合，推進建築、結構、設備管線、裝修等一體化集成設計，提高各專業協同設計能力，提高生產效率、節約成本和縮短工期。

安全管理系統

建立項目安全雙重預防體系，安全管理線上可視，管理過程清晰留痕，大大提升安全管理效果。

品質管理系統

對現場品質問題進行處理閉合，過程相關資料自動記錄存留，且通過實測實量模塊，大幅度提升此項繁雜工作的工作效率，提高管理效力。

生產管理系統

管控項目各級進度計劃及現場生產過程情況，多維度管控現場生產過程，並定期召開數字例會，提升會議效果。

技術管理系統

對業務進行有效替代，各項技術資料通過系統有序整理並加強線上應用，幫助項目清晰梳理技術管理業務，開展技術管理工作。

勞務管理系統

對項目人員進行實名制管理，使用人臉閘機自動控制項目人員進出現場，同步生成相應考勤數據，為項目人員管理提供及時準確的數據依據。

BIM+ 智慧工地決策系統

⁴ 國家室內裝飾裝修材料人造板及其制品中甲醛釋放限量標準，標準號：GB 18580-2017

安全管理系統

- 通過 BIM+ 智慧工地決策系統建立項目安全雙重預防體系，實現風險分級管控和隱患排查治理，網頁端進行風險辨識評估和管理，手機端實現現場隱患排查治理
- 通過手機端下載安全隱患問題，數據隨時可查

品質管理系統

- 通過系統線上收到整改信息，判斷整改情況，滿足復查條件現場復查檢驗
- 系統立即進行管理數據匯總分析，針對重點問題作為未來工作管控重點

生產管理系統

- 通過系統對項目總計劃、期間計劃和周計劃進行三級管控
- 對周計劃進行實時跟蹤管控

技術管理系統

- 通過系統對各模塊的使用和項目上的技術管理業務進行管控
- 項目圖紙分類上傳至技術系統，實現項目人員通過手機隨時快速查看圖紙內容，嚴格落實項目「按圖施工」的基本原則

勞務管理系統

- 系統對整個項目的作業人員實行實名制，快速錄入進場工人身份信息
- 通過人臉識別自動記錄人員考勤，及時提供準確數據依據

BIM+ 智慧工地系統應用成果

綠色建築標準

運用綠色設計理念，遵循國家綠色建築標準，採用綠色建材及建造技術，紅星美凱龍持續開發、打造綠色建築。紅星美凱龍承諾，將持續加強綠色建築管理能力，推進綠色建築技術的開發與落地，推動綠色建築項目落地，滿足更高的綠色建築認證標準。報告期內，公司共有 1 個項目獲得中國《綠色建築評估標準》認證，為綠建二星設計標準。

打造二星級綠色建築標準項目

愛琴海購物公園奧特萊斯項目以「協調的生態本底修復、主被動統籌整合、人與建築和諧共生、完善的智能管理」為設計目標，在項目過程中貫徹綠色設計理念，採用綠色技術。同時，考慮到後期營運的綠色屬性，配備了節能設施設備，將項目打造為資源節約的示範性項目，最終實現綠色建築二星級設計目標。

- 我們充分利用當地氣候特點，並結合建築的功能，採用了適宜的綠建技術，如下凹式綠地、透水鋪裝、節水器具技術、高強度鋼等；
- 充分利用太陽能光伏系統可再生能源；
- 採用高效節能照明燈具和節能控制方式；
- 設置能源監測系統，便於項目過程中及營運階段的能源管理。



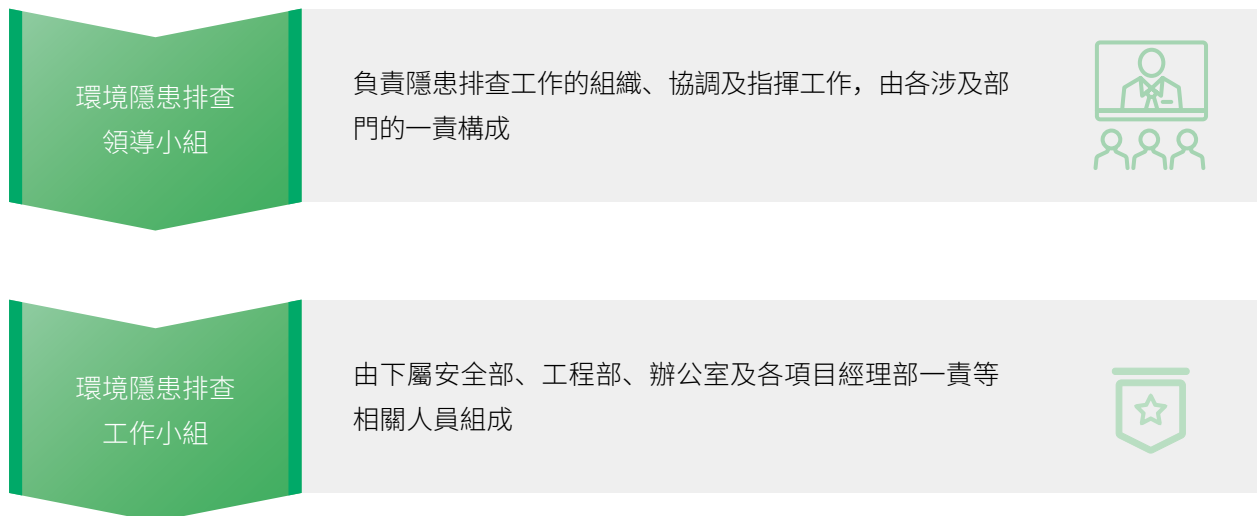
綠色施工



環境管理體系認證證書

公司嚴格遵守《中華人民共和國環境保護法》《中華人民共和國環境噪聲污染防治法》《中華人民共和國環境影響評估法》《中華人民共和國大氣污染防治法》《中華人民共和國固體廢物污染環境防治法》《中華人民共和國水污染防治法》《建設項目環境保護管理條例》等法律法規。為確保施工現場的規範管理以及環保措施的落地，避免對現場及周邊環境產生影響，我們制定《施工現場安全生產、文明施工、作業場所環境監控管理辦法》《環境因素辨識、評估及控制管理辦法》《施工現場廢棄物管理辦法》《施工現場光污染管理辦法》《施工現場機械設備管理辦法》《施工現場污水排放管理辦法》《施工現場揚塵污染管理辦法》《施工現場噪聲污染管理辦法》等內部制度，切實履行建設良好生態環境的綠色承諾。報告期內，紅星美凱龍建築板塊延續通過 ISO 14001 環境管理體系認證。

此外，我們成立了專門的環境隱患排查領導及工作小組，對施工過程施行動態管理，定期開展綠色文明施工實施情況自檢，並召開綠色施工例會對綠色施工情況匯總分析，對發現的問題及時進行整改，持續提升環保管理水平。公司每 2 個月對涉及環保風險的總部及在建工程進行隱患排查，包含現場實體隱患排查，方案是否合規，執行情況等。我們對於不合格的問題執行三定原則措施（定人、定時間、定整改措施），對於整改不力問題，也制定相應獎懲制度。報告期內，紅星美凱龍未有任何環境處罰和環境違規事件發生。



環境隱患排查處理架構

紅星美凱龍通過科學管理和技術進步，對施工策劃、材料採購、現場施工及工程驗收等各方面進行控制，以期最大限度地節約資源與減少對環境負面影響而進行施工作業。報告期內，公司在施工過程中為提升資源使用效率，已開展相關節能、節水和節約材料與資源利用措施，具體舉措如下：

節約資源舉措	
節能舉措	<ul style="list-style-type: none"> • 要求辦公區域內夏季室內空調溫度設置不得低於 26°C，冬季室內溫度不得高於 20°C，空調運行期間應關閉窗戶。 • 施工現場，辦公區，生活區的照明應儘量使用節能燈。室內外照明器具採用節能型器具以減少耗電量。 • 工地生活區職工浴室熱水的熱源儘量以太陽能為主，用電為輔。
節水舉措	<ul style="list-style-type: none"> • 在水源處應設置明顯的節約用水標識。同時應及時收集施工現場的用水資料，建立用水節水統計台帳並進行分析，對比，提高節水率。 • 使用節水型生活用水器具，如沖洗池，衛生間採用節水型水龍頭，低水量沖洗便器等。 • 廢水儘量重復利用，現場清洗車輪、灑水壓塵儘量使用經沉澱後的中水，節約水資源。 • 施工現場均採取地下水資源保護措施，禁止在施工現場打井抽取地下水。
節約材料與回收再利用	<ul style="list-style-type: none"> • 腳手架及模板等專項方案進行會審、合理安排施工工期，加快周轉材料的使用頻率，降低非實材料的投入和消耗。採用先進工藝、技術、降低材料剪裁浪費，合理確定預拌混凝土摻合料及配合比。 • 建立回收小組，專門負責回收零散材料，保證回收利用。 • 加強後期裝修使用材料數量的控制，做到現場材料「長料不短用，能用短料不用長料」的原則，合理用料。

此外，公司著力打造安全文明施工現場，通過各種技術舉措，合規處置各類排放物，避免對環境造成影響、防止污染。具體舉措如下：

防止污染舉措	
防止周圍環境污染、大氣污染	<ul style="list-style-type: none"> 儘量考慮使用原有硬化路面，施工現場非道路部分硬化處理，保證施工現場不起塵土。 採用揚塵檢測系統，在揚塵超標時自動開啟噴霧系統進行減塵操作。 水泥和其它易飛揚物，細顆粒散體材料在庫內存放或嚴密遮蓋。運輸時要防止遺灑、飛揚，卸運時採取碼放措施。 水泥庫房、垃圾站、砂漿攪拌站等應採用臨時磚牆，石棉瓦、多層板等材料封閉。 在工地周邊設置的硬質密閉圍檔處增設霧化噴水措施，部分項目還在塔吊處增設降塵霧化降水措施。 禁止在施工區內焚燒建築垃圾以及其它會產生有毒、有害煙塵和惡臭氣體的物質。
防止水土污染	<ul style="list-style-type: none"> 施工現場應建立有效的排污系統，確保雨水管網與污水管網分開使用，嚴禁將非雨水類的其他水體排進市政雨水管網。 針對施工期間產生污水、泥漿等各項目均在場內設置三級沉澱排放設施。 食堂設置有效的隔油池，將油污經沉澱隔油後排入市政污水管線。隔油池應加強管理，定期掏油，防止污染。 現場臨時道路和材料堆放場統一規劃排水溝。控制污水流向，污水經沉澱後再排入市政污水管線，嚴防施工污水直接排入市政污水管線或流出施工區域污染環境。 加強現場存放油料和化學品的管理。設專門庫房，地面應做防滲處理。儲存和使用時都要採取措施，不得隨意傾倒，防止油料跑、冒、滴、漏污染水土。
廢棄物管理	<ul style="list-style-type: none"> 施工現場設立專門的廢棄物臨時貯存場地，廢棄物應分類存放，對有可能造成二次污染的廢棄物須單獨貯存，設置安全防範措施且有醒目標識。 廢棄物運輸確保不遺撒、不混放、送往有廢棄物處理資質的單位或場所進行處理、消納。對可回收的廢棄物應再回收利用。 施工現場內設置封閉式垃圾站，廢料應及時分揀和清運回收。 辦公區、生活區設置專門的生活垃圾回收站，每日有專人清理，臨時宿舍要專人每日清掃。
噪音控制	<ul style="list-style-type: none"> 商業體裝修內部階段實行全面封閉施工，包括小商戶裝修階段。 工程內的商品砂漿攪拌機針對高噪聲的攪拌機體設置封閉式隔聲圍檔。 根據項目所在地周圍建築（學校、醫院、居民區等）具體情況，合理安排高噪施工時間段。

打造 綠色商場

紅星美凱龍始終踐行綠色營運，著力將商場打造成為綠色健康空間，並將綠色低碳理念推行到日常辦公。公司以實際行動回應綠色發展理念，積極落實完善節能環保措施，引領綠色健康生活方式，領跑行業綠色。

綠色營運

紅星美凱龍堅持綠色營運之道，通過不斷完善環境管理體系，明確體系內各崗位的環境管理目標責任，落實有效監管機制，採用資源節約型設施設備，引導綠色文化扎根企業等措施，推動公司綠色低碳轉型。公司嚴格遵守《中華人民共和國環境保護法》《中華人民共和國節約能源法》《中華人民共和國水法》等國家相關法律法規及規則要求，制定《環境與職業健康安全管理制度》《能源、資源管理辦法》《應急準備和響應管理辦法》《重要環境因素及控制措施》等內部管理制度，確保環境管理工作的有效落實。報告期內，紅星美凱龍在商場營運和裝修板塊延續獲得 ISO 14001 環境管理體系認證。



能源管理

我們密切關注企業營運中消耗的各類資源。節約能源並提高能源使用效率是我們在能源管理方面的行動目標和工作重點，我們對能源進行精細化管理，在商場建立時即將節能作為重點考慮因素，並積極推進各類節能技術改造項目，進一步優化能源管理。

報告期內，為避免不必要的能源消耗、提升能源使用效率，公司採取了設施設備維護、節能改造，高效設備替換高能耗設備等一系列的措施。同時，佈局綠色樓宇管理系統，持續探索可再生能源使用的可能性，推動商場低碳轉型。

商場中央空調系統維護改造

報告期內，我們對全國各商場中央空調系統開展全面的維修維護工作，保障空調系統正常營運，並對老舊設備設施進行替換，以避免非正常運行導致的高能耗。



鍋爐低碳改造

2023年，甘肅全球家居1號店、新疆全球家居1號店對商場鍋爐進行低碳改造，共完成6台超低氮燃燒器的改造。通過改造使鍋爐的空燃比和燃氣效率達到最高，燃燒效率高達99.9%，在保障氮氧化物等廢氣排放達到環保排放標準的同時，通過充分燃燒達到節能降耗的目的。



清潔能源

此外，紅星美凱龍十分注重能源清潔、高效、系統化應用技術，如設置太陽能光伏系統等，並把相關技術運用至其下商場建造項目，形成可再生能源和建築一體化模式，提高建築能源利用率。

商場 LED 節能燈維修和更換

公司提倡使用節能燈具，降低營運能耗。報告期內，我們共計更換、維修 LED 節能燈具 172,000 盞，商場 LED 節能燈具使用覆蓋率達到 99%。

閒置屋頂建設光伏電站

寧波姚江家居商場項目，在項目裙樓及塔樓屋頂利用閒置的屋頂空間，建設光伏電站。該光伏項目建設工程總面積達 1,400 平方米，電站安裝容量約 265 千瓦。



水資源管理

紅星美凱龍嚴格遵守國家及地區水資源管理條例要求，制定用水效益目標，即進一步加強水資源使用統計和檢測，提高全國商場整體用水效率，實現商場的水資源可持續管理。為實現公司管理目標，報告期內，紅星美凱龍在更換節水器具以及大力推進節水宣傳標識兩個方面重點開展行動。

衛生間節水裝置及節水宣傳標識

公司通過對商場水龍頭安裝起泡器，對水流速度進行管控，避免流速過快導致的水資源浪費。同時，在衛生間張貼節約用水標識，提升員工、商戶及消費者的節水意識。



排放物管理

廢水管理

紅星美凱龍商場主要的廢水為生活污水。為保障空調水的合規排放，我們根據中國《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，制定商場空調水處理合同模板，並明確要求供應商簽訂承諾書，確保供應產品符合國家排放標準。同時，我們將在確保排放閥廢水檢測合規後進行排放進入市政管網。對於餐廚廢水，紅星美凱龍商場餐飲處對其使用隔油池淨化後再進行排放，以減少對環境的污染。

此外，每個商場設有化糞池，對生活污水進行預處理，沉澱雜質，對大分子有機物水解後成為酸、醇等小分子有機物等合規處置舉措後進行排放，並定期進行清淤，改善後續的污水處理效率與品質。

廢氣管理

紅星美凱龍嚴格遵守國家廢氣排放方面的法規法律。基於行業特性，我們主要廢氣來源為商場建造環節、裝修環節和汽車尾氣排放物，如氮氧化物、硫氧化物及 PM 顆粒物等。公司設立了確保所有廢氣達標排放及逐步減少廢氣排放的目標，並通過合理配備廢氣處理設施設備，在不影響日常營運的情況下儘可能減少商務出行，鼓勵綠色低碳出行等方式，推動目標實現。

廢棄物管理

紅星美凱龍積極落實廢棄物管理舉措，持續推動廢棄物回收再利用，以全面儘量的減少有害廢棄物的產生。公司設立廢棄物排放管理目標，即減少廢棄物產生，並優先對廢棄物進行回收再利用等，降低廢棄物對環境產生的影響。我們按照「減量化、資源化、無害化」的原則對各類廢物進行收集、處置和綜合利用。

廢棄物分類	處置方式
無害廢棄物	對於可回收利用的無害廢棄物，按種類分類投入貼有標識的垃圾箱或相應容器妥善保管，由倉庫管理員統一負責處置。
有害廢棄物	對於不可回收再用的無害廢棄物，統一規定地點放置，堆放，及時進行外運處理 廢電瓶由廠家收回統一處理；廢電池統一架存，由當地環保部門處理，所有有害廢棄物均不得混入其他廢棄物中。

在商場營運過程中，我們遵循「廢物改造、舊物重生」的環保原則，對商場內的生活垃圾和建築垃圾進行分類管理，做到垃圾日產日清。對於商場建築垃圾，我們在暫存點進行分類、臨時存儲後，由清運公司進行集中處理。對於生活垃圾，我們積極響應國家號召，落實生活垃圾分類措施，通過設置分類垃圾桶，普及垃圾分類知識，鼓勵消費者、商戶和員工進行垃圾分類。



商場設置分類垃圾桶

綠色租賃

在保障自身綠色營運的同時，我們堅持與商戶通力合作優化可持續管理運作模式，推動商戶在綠色、可持續發展方面的文化建設，實現環境、社會及經濟效益的共贏。公司持續推動落實綠色租賃模式，鼓勵商戶做好低碳工作並持續開展環保宣傳。

在商鋪裝修方面，紅星美凱龍制定《物業技術管理手冊》，明確規定了所有入駐紅星美凱龍的商戶，必須使用大品牌綠色環保油漆，並要求使用的主材達到國家綠色環保標準、國標（GB18580）E1 環保標準或帶中國環境標識，並納入房屋租賃標準合同。同時，公司對全體商戶積極開展綠色裝修理念的培訓宣貫，確保綠色租賃專項工作高效開展。

綠色辦公

公司在日常工作中倡導綠色辦公理念，致力於打造綠色辦公環境。通過建立節能環保規章指引，督促員工節約水、電、紙張，促進辦公用品回收再利用，引導全體員工以實際行動加入到環保辦公的行列。紅星美凱龍已開展一系列的綠色管理實踐推動綠色辦公：

無紙化辦公

- 應用自動化辦公（OA）系統，進行流程審批、溝通交流
- 鼓勵使用智能簽單、電子印章等數字化辦公用具
- 行政事項鼓勵使用線上解決方式，如簽到，上下班打卡等
- 會議材料儘量以電子版形式傳閱，減少多餘紙張使用

鼓勵綠色出行

- 公司實行班車制度，鼓勵員工以公共交通代替私家車出行

減少一次性產品使用

- 提供可重復利用水杯、碗筷和餐盤，杜絕一次性產品使用

綠色環保意識宣貫

- 在打印機、洗手間、食堂及辦公場所張貼節約宣傳海報

應對氣候變化

全球氣候變暖已成為人類面臨的全球性問題之一，紅星美凱龍為應對氣候變化對公司所帶來的影響和不可扭轉的趨勢，積極承擔氣候治理責任，高度重視並關注氣候變化的潛在風險，並探索可持續發展機遇，全面建立健全的氣候變化管理制度，提高公司的長遠經營。

氣候變化治理

紅星美凱龍已將氣候變化納入公司的整體日常管理中。我們搭建董事會、管理層和 ESG 執行小組的三層 ESG 管治架構，並將氣候相關的風險和機遇監察、評估以及識別納入各層級工作中。董事會主要負責審閱處理氣候變化的問題，並回應氣候變化議題的 ESG 報告信息披露內容。管理層負責識別氣候風險相關的 ESG 風險與機遇，評估其對公司的影響。各 ESG 執行小組制定氣候相關的項目管理績效目標，並維持更新能源及碳數據管理系統。

風險識別和機遇

作為中國建築及家具零售行業的領導者之一，紅星美凱龍積極推進低碳運行責任主體，充分考慮市場行情，日常公司管理營運情況及營運所在地的氣候變化情況，從實體風險與轉型風險兩大維度識別可能對公司產生的影響，對公司未來戰略決策和風險管控提供指引。

報告期內，我們對氣候變化風險和機遇識別如下：

風險類型		風險描述	潛在影響
實體風險	急性風險	台風、洪水等極端天氣事件嚴重加劇	極端天氣頻發會導致公司的物業和設備損壞和維護成本上升 員工、商戶和消費者的身體健康以及我們的供應鏈造成破壞，影響公司的日常運作
	慢性風險	海平面上升、持續高溫等	公司日常基礎設施維護及更換成本上升 物業管理壓力增加，增加公司的營運成本增加
轉型風險	政策和法律風險	低碳轉型，雙碳戰略	氣候變化政策監管要求日漸收緊，對公司的綠色管理要求和標準逐漸提高 強制要求上市公司進行氣候相關的披露要求，公司的營運及合規成本會增加
	市場風險	原材料成本上漲	為達到國家綠色標準，公司建築原材料均需符合國家及綠色標準認證，公司原材料選擇範圍受限，營運成本增加
機遇類型		機遇描述	潛在影響
產品 / 服務		物業升級帶來經濟效益，低碳商場	更多客戶和商戶對公司商場進行認可，並加入公司商場，為公司帶來經濟效益
		因高標準帶來的高品質產品和服務	公司為達到國家可持續發展政策而產生的高品質產品和服務，會幫助公司在資本市場下戰勝其他競爭者

氣候變化應對措施

針對已識別的氣候風險和機遇，紅星美凱龍積極應對，採取預防性管控和應急管理模式，減少氣候變化風險對公司造成的損失。

我們制定並建立了防洪防汛風險預防措施，成立防台防汛小組，建立定期巡查制度、事故急報制度和應急處理制度。同時，我們要求全國商場提前配置防汛、防台、防雨等災害天氣的應急工具和裝備，提升商場應對災害性氣候的能力。公司採取應急預案與演練兩大舉措，保障項目安全平穩度過，達到狀態可控。具體舉措如下：

極端天氣應對舉措

計劃先行

要求所轄各工程項目在開工伊始就必須根據項目所在地實際情況組織編制極端天氣安全應急預案，強化逐級審批，確保科學合理、合法合規及具有可執行性。

措施到位

根據預案要求，及時足量配備相應的應急救援及防範物資，規範物資存放，嚴格領用制度，需要應急安置場所的，需提前鎖定，確保滿足撤離及居住要求。

演練定時

視項目具體進度及工況，要求總承包部適時組織每年不少於一次的專項應急演練活動，做到一線參建人員全員「人人講安全，個個會應急」。



專項應急演練活動



預防中暑、熱射病及急救知識培訓及演練



防颱防塵專項教育及演練



颱風來臨撤離點處教育會



防汛應急演練

共建共享 共創美好生活

紅星美凱龍堅持合作共贏的發展理念，依照公平公開、透明廉潔的供應鏈管理原則，打造多元穩定的供應鏈。我們將企業經營成果與社會共享，為社會貢獻紅星美凱龍力量。我們堅持參與傳統文化守護和社會共建，以高度的社會責任感回饋社會，為促進社區繁榮貢獻一份力量。





共建 品質供應鏈

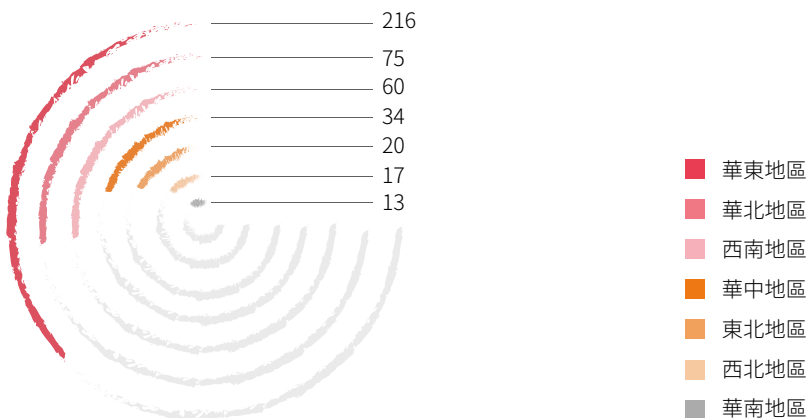
紅星美凱龍秉承平等、透明的合作宗旨，堅持開放共享的基本原則，不斷完善供應鏈體系建設，加強供應商管理。我們積極與供應商夥伴進行合作溝通，共建可持續價值鏈。

供應商管理

主要供應商

435 名

我們的供應商分為品牌合作商戶、家裝輔材供應商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，家裝輔材供應商負責家裝輔材的供應，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、促銷禮品、保潔服務等）。截至報告期末，佔 2023 年全年採購訂單金額 80% 的主要供應商有 435 家。



2023 年度紅星美凱龍供應商地區分佈

我們採取「統談分購」的採購原則，要求供應商除在資質方面需滿足業務要求，亦需滿足我們內部管理提升需求。針對供應商管理，我們在內部制定了《採購管理制度》《家裝輔材供應商管理制度》《商品資質管理規定》，對准入資質的收取標準、合規性驗證、供應商准入標準、核定要求、淘汰機制等進行明確規定。

我們建立了由多維度、多部門共同參與的供應商考核體系，通過現場考核、年度評審等方式對所有合作供應商進行年度評分，基於評分結果進行末位淘汰。

此外，為確保其供應商合規並為我們提供優質服務，我們對供應商開展定期現場審核和不定期巡檢。針對審查和巡檢發現的待改進項及風險點，我們會協助供應商制定整改計劃並監督其執行，有效管控供應鏈風險，不斷提升供應品質。報告期內，我們對供應商 2022 年主要供應商的履約情況進行審核。2023 年內展開的「2022 年度年終考核」的供應商中，屬於 2022 年全年採購訂單金額 80% 的主要供應商的數量為 273 家。

供應商可持續表現管理

報告期內

採購類供應商《供應商廉潔承諾書》簽署率為

100%

紅星美凱龍深知供應鏈的穩定性及可持續性離不開我們與諸多商業合作夥伴共同履行環境及社會責任。我們將供應商在勞工、環境、職業健康與安全、品質方面的表現納入供應商管理制度中，作為供應商准入、審核過程中的考核指標，排查供應商的安全文明施工、員工保障等風險點。

我們嚴格要求供應商保持與我們同樣的商業道德標準。我們要求供應商嚴格依據所有適用法律法規合規營運，制定廉潔管理制度。此外，我們要求已在庫供應商簽訂《供應商廉潔承諾書》，在保障自身利益同時也確保供應商經營的良好環境，從源頭預防和杜絕違法、違規、違紀行為的發生。對於公司重大採購事件，如大型廣告投放、展會搭建等，公司督察部門會進行抽查驗收，並將驗收結果告知採購部門，並以此為據進行最終結算。

在材料採購方面，我們積極推進綠色建材、綠色裝修材料的使用及環保標準的提升。以選用可再生資源以及節能減排設備優先原則，引入低碳綠色產品，督促高污染高排放衍生產品的淘汰。報告期內，我們要求所有項目必須使用符合中國環境標誌認證的材料。未來，我們還將不斷提升材料的環保標準要求，推動全產業鏈的綠色發展。

供應商溝通

我們積極與供應商展開溝通合作，通過電話、郵件、供應商大會等形式與供應商定期溝通交流，及時互通行業信息等。

供應商大會：堅定供應商合作動力

報告期內，我們開展供應商大會，針對鼎力支持紅星美凱龍各區域商場營運做出傑出貢獻的供應商夥伴進行頒獎。在供應商大會上，優秀供應商代表上台領獎並發表獲獎感言，讓合作供應商更加堅定與我們合作的信心及動力。



採購信息化

我們搭建「供應商協同平台」，供應商可以通過該平台實時同步貨品交付、驗收入庫、開具發票等環節的信息，極大提升了採購工作效率。同時，我們搭建智能化採購電商平台，利用國內線上電商模式為我們的門店提供豐富多樣、極具價格優勢和高效配送能力的標準化商品。

協同 鑄造美好

作為一家有社會責任感的企業，紅星美凱龍持續投身慈善公益事業，助力實現發展成果與社會共享。我們不斷創新公益形式，積極開展各類公益活動，投身文化遺產保護、教育公益、慈善捐助和鄉村振興，向社會傳遞溫暖，為社會貢獻紅星美凱龍力量。

守護傳統文化

紅星美凱龍大力弘揚中華民族傳統文化，積極傳播美學理念，兌現守護中華民族傳統文化的諾言。秉承著對敦煌文化長期堅守的敬畏，紅星美凱龍已連續 6 年攜手敦煌研究院，開展敦煌石窟公益空間改造項目，助力敦煌石窟保護工作。

敦煌文化保護

2023 年，紅星美凱龍與中國敦煌石窟保護研究基金會合作，捐建敦煌屏風保護設施設計改造項目，強化保障莫高窟第 16 窟藏經洞文物與遊客安全的能力。同年 6 月，紅星美凱龍與近百位設計師參加敦煌見「文」錄美學研習會，感受和傳播敦煌美學，共同探討家居與國潮的設計聯動。



由紅星美凱龍捐建敦煌莫高窟保護性展示工程

紅星美凱龍堅持從非遺工藝中尋求靈感，致力於開拓傳統文化與商業文明交融的新模式，助力非遺文化的保護與傳承。

軟裝非遺技術交流活動

2023 年 9 月，紅星美凱龍策劃舉辦了「煥新·尋藍計劃」2023 年中國軟裝美學溯源研習會，與 18 家軟裝品牌走進黔东南州榕江縣的藍染、苗侗刺繡、蠟染、手織布等非遺工藝，展開橫跨傳統文化與現代商業文明的對話。



「煥新·尋藍計劃」2023 年中國軟裝美學溯源研習會

傳遞點滴溫暖

紅星美凱龍在努力實現自身經濟發展的同時，協同公司上下積極投身各項公益事業。公司積極承擔社會責任，並關注中國兒童成長需求。我們為雲南怒江的孩子們提供美學課堂，助力兒童美學啟蒙。

我們始終關懷弱勢群體，期待傳遞更多溫暖。鄆城紅星美凱龍工會聯合 8 家愛心商戶攜手金太陽志願者協會開展「情暖六一 與愛同行」公益行活動，慰問黃泥崗鎮困難兒童，傳遞企業溫暖和關愛。紅星美凱龍在自身發展的同時，始終關注關注特殊群體的幫扶。天津市殘疾人福利基金會秘書長與紅星美凱龍天津紅橋商場簽署了「公益扶殘助殘」戰略合作協議，圍繞殘疾人就業幫扶項目、提升殘疾人家居生活品質項目進行探討，我們向天津市殘疾人福利基金會捐贈善款，以期幫助到更多的特殊人群。

我們員工志願者團隊積極參與各類志願者活動，報告期內共計開展志願者服務 5 次，參與人次達 68 人次，志願服務總時長 185 小時。



給中國孩子的一堂美學課

2023 年 8 月，紅星美凱龍藉聯合上海第一財經公益基金會共同發起創新公益項目「時間的顏色」面壁泥板畫工作坊——「給中國孩子的一堂敦煌美學課」，在天津、濟南、西安、合肥、北京、南京等地紅星美凱龍商場開展親子互動的精彩美育課，關注中國兒童成長需求。



「時間的顏色」面壁泥板畫工作坊——「給中國孩子的一堂敦煌美學課」

我們亦積極響應國家共同富裕的政策方針，關注偏遠地區民生需求，推動偏遠山區自力更生式發展，宣揚公平、光明、團結的企業文化，進一步兌現承擔企業公民責任的承諾，共建美好社會，共創美好生活。

ESG 關鍵績效

指標	單位	2023 ⁵	2022	2021
排放				
溫室氣體排放量（範圍一 & 範圍二） ⁶	噸二氧化碳當量	420,264.33	965,767.64	1,004,170.06
直接溫室氣體排放量（範圍一）	噸二氧化碳當量	73,928.96	73,361.85	77,925.99
間接溫室氣體排放量（範圍二）	噸二氧化碳當量	346,335.37	892,405.79	926,244.07
每萬平方米溫室氣體排放量	噸二氧化碳當量 / 萬平方米	192.97	429.07	450.23
廢氣排放量 ⁷	千克	81.28	81.06	417.57
NO _x 排放量	千克	74.93	73.58	382.68
SO _x 排放量	千克	0.35	2.06	8.80
PM 排放量	千克	5.99	5.42	28.18
有害廢棄物排放量	噸	7.20	37.80	43.50
無害廢棄物排放量	噸	182,074.47	1,670.30	2,243.11
每萬平方米有害廢棄物排放量	噸 / 萬平方米	0.003	0.02	0.02
每萬平方米無害廢棄物排放量	噸 / 萬平方米	83.60	0.74	1.01
水資源消耗				
總用水量	立方米	5,851,440.23	6,808,216.41	7,102,419.62
每萬平方米用水量	立方米 / 萬平方米	2,686.83	3,024.76	3,184.44
能源消耗⁸				
能源消耗量	兆瓦時	985,478.85	1,672,477.50	1,751,957.83
外購電力	兆瓦時	602,027.22	1,313,893.08	1,372,136.58
外購熱力	兆瓦時	7,573.87	-	-
天然氣	兆瓦時	368,730.26	357,369.23	374,655.03

⁵ 本年度報告中的環境數據統計口徑為紅星美凱龍自營及委管商場辦公及營運管理，以及虹橋總部辦公。數據統計口徑較 2022 年口徑有所變更，2022 年環境數據包括自營商場和委管商場整體數據。績效表中涉及的每萬平方米麪積數據為 2023 年紅星美凱龍商場總經營面積及虹橋總部辦公面積。由於商場恢復營運，本年度部分環境數據相較於 2022 年有所上升。

⁶ 溫室氣體排放主要源自自有車輛燃料燃燒、天然氣燃燒、柴油燃燒、外購電力和外購熱水。溫室氣體排放數據的計算方式參考國家發展改革委員會發布的《工業其他行業企業溫室氣體排放核算方法與報告指南》、中華人民共和國生態環境部發布的全國電網平均排放因子。

⁷ 廢氣排放來源於車輛排放數據。NO_x、SO_x、PM：根據香港環境保護署發佈的汽車排放計算模型 (EMFAC-HK Vehicle Emission Calculation) 中提供的排放係數計算所得。

⁸ 能耗數據的計算方法參考國家市場監督管理總局和國家標準化管理委員會發布的《綜合能耗計算通則》(GB2589-2020)。

指標	單位	2023	2022	2021
汽油	兆瓦時	998.19	1,215.19	5,166.22
柴油	兆瓦時	12.27	0	33.10
綠色電力	兆瓦時	6,137.04	-	-
每萬平方米能源消耗量	兆瓦時 / 萬平方米	452.51	743.05	785.51
僱傭				
全職僱員總數	人	14,543	18,101	21,514
按性別				
女	人	6,214	7,818	9,015
男	人	8,329	10,283	12,499
按地區				
華東地區	人	6,215	7,834	9,715
華南地區	人	920	1,188	1,357
華中地區	人	1,628	2,086	2,787
華北地區	人	2,141	2,576	2,667
西北地區	人	550	753	885
西南地區	人	2,184	2,617	2,837
東北地區	人	905	1,047	1,266
按年齡組別				
30 歲以下 (不含 30 歲)	人	4,105	6,718	8,895
30 歲至 50 歲	人	9,514	10,240	11,422
50 歲以上 (不含 50 歲)	人	924	1,143	1,197
按僱員類型				
高級管理層	人	11	13	291
中級管理層	人	1,535	1,871	1,927
普通員工	人	12,997	16,217	19,296
僱員流失比率				
按性別				
女	%	47.78	32.21	29.72
男	%	46.96	35.92	33.22

指標	單位	2023	2022	2021
按年齡組別				
30 歲以下 (不含 30 歲)	%	78.95	44.35	39.56
30 歲至 50 歲	%	35.60	26.89	25.67
50 歲以上 (不含 50 歲)	%	27.27	23.95	17.96
按地區				
華東地區	%	45.79	35.04	30.39
華南地區	%	57.07	32.77	32.42
華中地區	%	59.77	41.32	37.80
華北地區	%	42.08	30.86	29.13
西北地區	%	68.73	38.13	35.02
西南地區	%	41.39	30.51	30.91
東北地區	%	39.01	29.73	32.15
培訓與發展				
受訓僱員百分比	%	100	100	100
每名僱員完成受訓的平均時數	小時	48.36	174	248
按性別				
女	小時	49.78	174	242
男	小時	47.29	174	253
按僱員類型				
高級管理層	小時	503.09	117	204
中級管理層	小時	75.00	208	331
普通員工	小時	44.82	170	241
安全				
因工作關係而死亡的人數	人	0	0	1
因工作關係而死亡的人數比率	%	0	0	0.0046
因工傷損失工作日數	天	1,670	1,406	0
供應商管理				
供應商總數	個	435	381	411

指標	單位	2023	2022	2021
按地區				
華東地區	個	216	173	223
華南地區	個	13	14	11
華中地區	個	34	20	36
華北地區	個	75	81	70
西北地區	個	17	27	10
西南地區	個	60	49	37
東北地區	個	20	17	24
產品責任				
已售或已運送產品中因安全與健康理由而須回收的百分比	%	0	0	0
關於產品及服務的投訴數目	件	113	138	31
社會投資				
社會投資	萬元	5.67	598	3,104

附錄：

《環境、社會及管治報告指引》內容索引

主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標		所在章節
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。	堅持綠色理念 打造綠色商場
關鍵績效指標 A1.1	排放物種類及相關排放數據。	ESG 關鍵績效
關鍵績效指標 A1.2	溫室氣體總排放量（以噸計算）及（如適用）密度（如以每產量單位、每項設施計算）。	ESG 關鍵績效
關鍵績效指標 A1.3	所產生有害廢棄物總量（以噸計算）及（如適用）密度（如以每產量單位、每項設施計算）。	ESG 關鍵績效
關鍵績效指標 A1.4	所產生無害廢棄物總量（以噸計算）及（如適用）密度（如以每產量單位、每項設施計算）。	ESG 關鍵績效
關鍵績效指標 A1.5	描述所訂立的排放量目標及為達到這些目標所採取的步驟。	堅持綠色理念 打造綠色商場
關鍵績效指標 A1.6	描述處理有害及無害廢棄物的方法，及描述所訂立的減廢目標及為達到這些目標所採取的步驟。	堅持綠色理念 打造綠色商場
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。 資源可用於生產、儲存、運輸、樓宇、電子設備等。	堅持綠色理念 打造綠色商場
關鍵績效指標 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）。	ESG 關鍵績效
關鍵績效指標 A2.2	總耗水量及密度（如以每產量單位、每項設施計算）。	ESG 關鍵績效
關鍵績效指標 A2.3	描述所訂立的能源使用效益目標及為達到這些目標所採取的步驟。	堅持綠色理念 打造綠色商場
關鍵績效指標 A2.4	描述求取適用水源上可有任何問題，以及所訂立的用水效益目標及為達到這些目標所採取的步驟。	堅持綠色理念 打造綠色商場

主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標		所在章節
A2.5	制成品所用包材料的總量及每生產單位佔量	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。	堅持綠色理念 打造綠色商場
關鍵績效指標 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。	堅持綠色理念 打造綠色商場
層面 A4	氣候變化	
一般披露	識別及應對已經及可能會對發行人產生影響的重大氣候相關事宜的政策	打造綠色商場
關鍵績效指標 A4.1	描述已經及可能會對發行人產生影響的重大氣候相關事宜，及應對行動	打造綠色商場
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) 對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	保障員工權益 助力人才發展 提升員工幸福感
關鍵績效指標 B1.1	按性別、僱傭類型、年齡組別及地區劃分的僱員總數。	ESG 關鍵績效
關鍵績效指標 B1.2	按性別、年齡組別及地區劃分的僱員流失比率。	ESG 關鍵績效
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。	職業健康與安全
關鍵績效指標 B2.1	因工作關係而死亡的人數及比率。	ESG 關鍵績效
關鍵績效指標 B2.2	因工傷損失工作日數。	ESG 關鍵績效
關鍵績效指標 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。	職業健康與安全

主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標		所在章節
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。 培訓指職業培訓，可包括由僱主付費的內外部課程。	助力人才發展
關鍵績效指標 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。	助力人才發展
關鍵績效指標 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。	ESG 關鍵績效
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。	保障員工權益
關鍵績效指標 B4.1	描述檢討招聘慣例的措施以避免童工及強制勞工。	保障員工權益
關鍵績效指標 B4.2	描述在發現違規情況時消除有關情況所採取的步驟。	保障員工權益
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。	共建品質供應鏈
關鍵績效指標 B5.1	按地區劃分的供應商數目。	ESG 關鍵績效
關鍵績效指標 B5.2	描述有關聘用供應商的慣例，向其執行有關慣例的供應商數目、以及有關慣例的執行及監察方法。	共建品質供應鏈
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、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。	開創家居零售新模式 打造客戶星體驗
關鍵績效指標 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。	ESG 關鍵績效
關鍵績效指標 B6.2	接獲關於產品及服務的投訴數目以及應對方法。	ESG 關鍵績效
關鍵績效指標 B6.3	描述與維護及保障知識產權有關的慣例。	公司治理
關鍵績效指標 B6.4	描述品質檢定過程及產品回收程序。	開創家居零售新模式
關鍵績效指標 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。	打造客戶星體驗

主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標		所在章節
層面 B7	反貪污	
	有關防止賄賂、勒索、欺詐及洗黑錢的：	
一般披露	(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。	公司治理
關鍵績效指標 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。	公司治理
關鍵績效指標 B7.2	描述防範措施及舉報程序，以及相關執行及監察方法。	公司治理
層面 B8	社區投資	
一般披露	有關以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。	協同鑄造美好
關鍵績效指標 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）。	協同鑄造美好
關鍵績效指標 B8.2	在專注範疇所動用資源（如金錢或時間）。	ESG 關鍵績效

