

# 2017 年度企业环境及社会责任报告

## 关于本报告

本报告详细描述了在 2017 年 1 月 1 日到 2017 年 12 月 31 日 (“2017 财政年度”) 红星美凯龙家居集团股份有限公司的社会责任表现。为了方便表述和阅读,在本报告内,“红星美凯龙家居集团股份有限公司”简称“红星美凯龙”和“我们”。

内容的编写参考了香港联合交易所有限公司 2015 年 12 月颁布的《环境、社会及管治报告指引》,以及上海证券交易所于 2008 年 5 月颁布的关于加强上市公司社会责任的《上海证券交易所上市公司环境信息披露指引》。

报告信息数据均来自于红星美凯龙家居集团股份有限公司正式文件和统计报告,以及所属企业的汇总和统计。目前,由于委管商场较难保证其提供的环境相关数据的准确性,因而本报告披露的所有环境范畴关键绩效指标不包含委管商场。

此报告可以从红星美凯龙家居集团股份有限公司网站 ([www.chinaredstar.com](http://www.chinaredstar.com))、上海证券交易所 ([www.sse.com.cn](http://www.sse.com.cn)) 或香港联合交易所有限公司网站 ([www.hkexnews.hk](http://www.hkexnews.hk)) 下载。

# 概览

## 董事长致辞

尊敬的利益相关方：

对于中国家居装饰及家具行业来说，近两年是群雄逐鹿的大时代，众多家居品牌全力争夺国内市场份额，在这样的竞争条件下，红星美凯龙稳步前行，收入稳居前列。作为中国家居流通业第一品牌，红星美凯龙不单单是普通的家居卖场，更以提升中国人的家居品味、推动中国设计原创力量为目标。红星美凯龙在自身不断成长的同时，还力图成为中国家居装饰及家具行业的领导者和先行者。我们将始终秉承不断超越的创新精神，不断汇聚各个方面的资源和力量，开拓中国家居市场，将中国变成世界家居品牌的大国、强国。

红星美凯龙在关注自身成长的同时，密切关注股东、员工、客户、供应商等利益相关者的诉求。我们希望通过每一次追求卓越的历程，为股东带来最佳回报；通过不断完善员工培训机制及晋升通道，帮助员工提升能力、获得更好的职业发展；努力成为家居装饰及家具行业的模范企业，对供应商高标准严要求，为客户提供高品质的产品和服务。

红星美凯龙以打造中国最领先、最专业的“家居装饰及家具行业全渠道平台商”为目标，传承并宣扬“鲁班精神”，以匠心和创新为出发点，甄选全球设计尖货，持续保持家居装饰及家具行业的领先优势。与此同时，我们通过落实线上线下齐头并进的营销模式，拓展互联网相关产品和服务在家居装饰及家具行业中的应用，提升客户消费体验。

我们始终“提升中国人的家居品位”为己任，积极宣扬家居美学、传播家居艺术，宣传“家文化”来唤醒亿万中国人的爱家意识，逐步提升中国客户对于家居品味的价值认知，培育国民对于幸福生活的追求理念，为公众建设美好的家居生活环境。

我们时刻牢记企业应承担的社会责任，热心从事教育、扶贫、创业、儿童等公益事业，积极回馈社会。与此同时，作为中国家居装饰及家具行业中唯一被授牌“中国绿色生态家居示范商场”称号的商场，红星美凯龙已经将环境保护理念全面深入到企业决策、管理和运行过程中。

展望未来，红星美凯龙将不断为利益相关者创造价值，在成为“中华民族的世界商业品牌”的道路上坚定前行。让我们一起见证，中国家居装饰及家具行业的光荣与梦想！

董事长 车建兴

上海 2018 年 3 月 28 日

# 关于红星美凯龙

## 公司介绍

红星美凯龙家居集团股份有限公司于 2015 年 6 月 26 日在香港联合交易所有限公司主板挂牌上市（股票代码：01528.HK）。公司的主营业务是家居装饰及家具商场的经营、管理和专业咨询服务。

公司主要通过经营及管理自营商场和委管商场，为商场的商户、客户和合作方提供全面服务。就商场商户而言，公司提供包括设计商场内展位、营销和推广、日常管理和客户服务等全方面的服务。就商场客户而言，公司为客户提供丰富的品牌和产品，提供优质的“一站式”购物体验。公司提供的优质服务还包括“30 天无条件退货”、免费和信息丰富的购物指南以及家居设计咨询服务。此外，公司为委管商场合作方提供从选址到商场规划设计、招商、开业策划等全过程咨询服务和后续运营、管理服务。

截至 2017 年 12 月 31 日，红星美凯龙在中国 29 个省、直辖市、自治区的 177 个城市经营了 256 个商场，总经营面积约 15,137,728 平方米。

## 2017 财政年度数据概览

资产规模 (万元)	营业收入 (万元)	净利润 (万元)	员工总数 (名)	每股社会贡献 值 (元)
9,701,462	1,095,951	427,801	22,621	2.47

## 我们的发展历程

**2000**

上海真北商场设立，该商场为“红星美凯龙”品牌下第一个商场

**2002**

于北京建立首个自营商场，北部地区业务得以扩展

**2006**

于重庆建立首个自营商场，西部地区业务得以扩展

**2007**

公司前身上海红星美凯龙家居饰品有限公司成立；

公司与合作伙伴订立首份商场管理协议，开设首家委管商场

**2008**

于深圳建立首个自营商场，南部地区业务得以扩展

**2009**

公司建立第 50 个家居装饰及家具商场，成为行业内首家运营 50 个家居装饰及家具商场的公司

**2010**

公司开业委管商场数量（46 家），首次超过自营商场（33 家），轻资产模式得到市场广泛认可

**2012**

公司建立第 100 个家居装饰及家具商场，成为行业内首家运营 100 个家居装饰及家具商场的公司；公司首次亮相米兰国际家具展

**2013**

公司首个第九代商场上海浦东金桥商场开业，第九代商场提供了现代化购物环境、高端商品且其装饰包含更多艺术元素。开拓家居设计及预付卡等扩展性业务

**2014**

公司于中国第 100 个城市扩大运营，建立第 150 个家居装饰及家具商场，进一步开拓消费金融及物流配送等扩展性业务

**2015**

公司启动中国红星美凯龙会员计划电子商务业务，成家金所以进一步拓展互联网金融业务，于香港联交所主板挂牌上市

**2016**

公司第 200 个家居装饰及家具商场开业。

## 社会责任战略推进与实施

### 企业社会责任战略

站在客户角度，为市场提供可靠的高品质的家居商品平台，为行业树立榜样，实现收益与环境及社会同步发展，积极履行企业的社会责任：

#### 热情服务客户的企业

热切关注客户的体验和需求，对客户的反馈积极回应，根据“服务口碑”项目的 5 个维度不断调整，完善服务体系，争取做到客户全满意，零投诉。

#### 促进家居装饰及家具行业发展的企业

进行管理体制、消费服务的不断创新，为家居装饰及家具行业提供标杆，促进行业不断整合优化，提升行业整体实力。

#### 绿色环保的企业

积极履行应尽的环保责任，加大企业节能减排力度，为生态环境做出贡献。同时督促供应商履行其环境及社会责任。

#### 可持续发展的企业

提升企业价值创造力，为股东提供持续稳定的回报；关注员工利益，响应员工需求，关心员工健康，为其提供像家一样温馨的工作环境；关注社会需求，积极参与扶贫、助学等慈善事业，为推动社会的和谐发展做出贡献。

## 权益者沟通

红星美凯龙的权益者涉及层面广泛，包括股东/投资者、政府/监管机构、员工、客户、供应商/合作伙伴、环境、社区/公众。我们围绕“打造中华民族的世界商业品牌”的愿景，充分考虑各利益相关方的诉求，与权益者保持正式和非正式的联系。

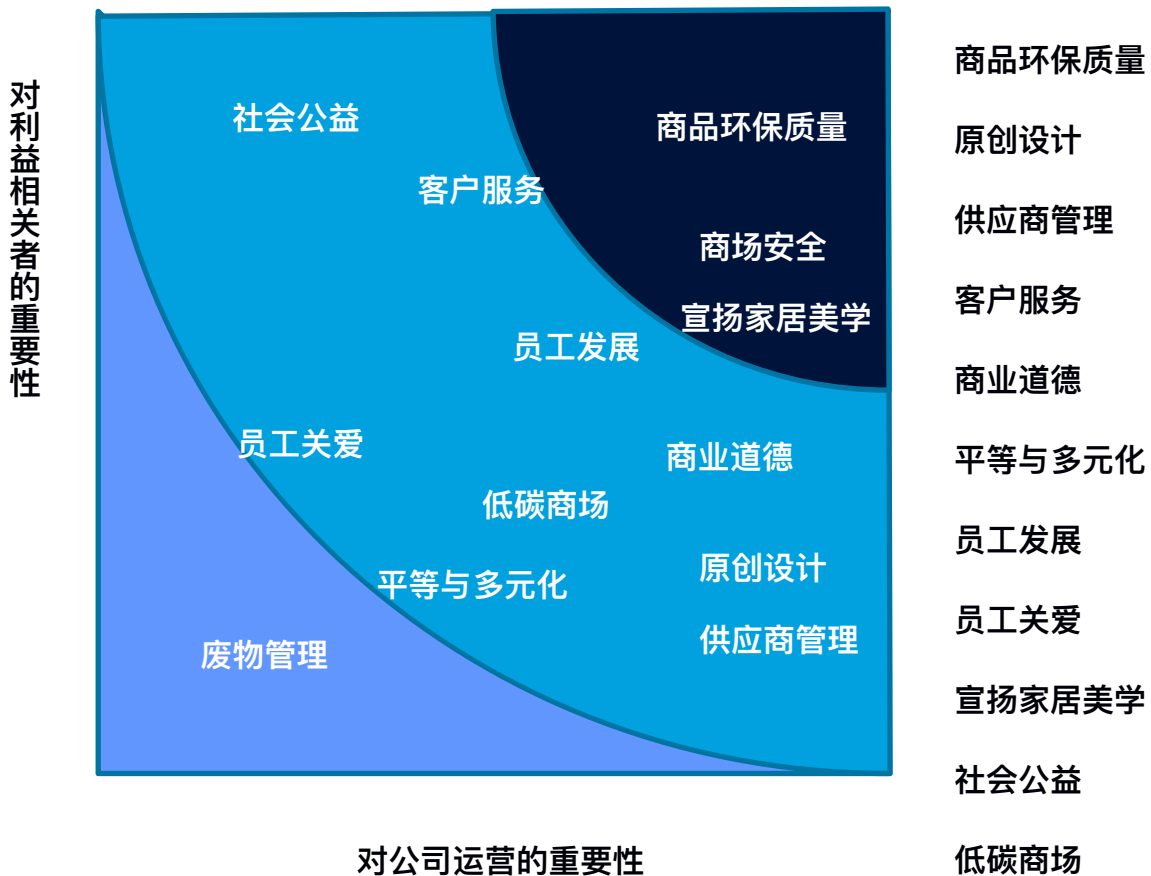
利益相关者	期望与诉求	沟通方式
股东/投资者	保障股东权利及权益；资产保值增值；公司治理；信息披露真实、准确、及时和完整	股东大会；新闻稿及公告；公司报告；在公司网站发布消息；投资者会议
政府/监管机构	平等雇佣；健康与安全；环境保护；行业发展；回馈社会	会议；合规报告；实地检查；参与会议/研讨会；特别查询/检查；妥善提交文件
员工	平等雇佣；薪酬福利；员工培训；职业发展；人文关爱；员工健康与安全管理	劳动合同；工会；业余活动；经理邮箱；志愿活动；日常交流

客户	客户满意度管理；客户投诉管理；产品责任	日常营运/互动；客户满意度调查；定期走访；客户服务中心/热线
供应商/合作伙伴	行业发展；供应商行为准则；供应商评估；供应商合作	高层会晤；研讨会；营销峰会；供应商准入与评估；实地考察；日常交流
环境	环保政策与理念；降低能源资源消耗；减少污染排放	环境监察；环境披露报告；推行绿色经营与管理
社区/公众	传播家居文化；致力公益事业；热心社区服务；注重环保活动	公益活动；社区服务；环保活动

## 重大议题选择

今年我们对公司内部和外部的利益者进行了沟通与调查，收到多项建议，从对公司运营的影响及对利益相关者的影响两个维度出发，对红星美凯龙的社会责任议题进行了评分与排序，以反映我们对环境、社会的重大影响，并更好地回应权益者的期望与诉求。我们的重大议题如下：

重要性评估矩阵



## 市场

红星美凯龙始终坚持合作共赢的理念，与供应商和客户建立一个共同成长、互信互惠的协同发展机制，形成行业内强有力的竞争优势。在严控产品质量的前提下，我们关注产品创新，致力于提升客户满意度，增强客户黏性，推动行业发展。此外，我们通过加强与供应商合作，完善供应商管理，监督供应商履行社会责任，打造一条安全可靠的供应链。

## 商品责任

家居产品的环保质量关系到每一位客户的根本利益，作为家居装饰及家具行业的领先者，红星美凯龙带头建立行业标准，引领行业健康发展。此外，我们关注原创设计，相信创新是第一生产力，通过把原创设计做大做强，促进零售的复兴。在提升服务方面，我们倾听客户意见，提高售后服务质量，力图增加用户满意度，让客户感受到红星美凯龙的贴心服务。

## 环保家居

我们希望通过严格执行产品环保标准，并积极推广绿色环保品牌，可以提升每个家庭的环保居家水平。

### 制定产品环保质量标准

红星美凯龙根据中国国家标准、国家推荐性标准、建筑材料行业推荐性标准、林业行业推荐性标准，并参照中国 GB18583《室内装修材料胶粘剂中有害物质限量》、GB24410《室内装饰装修材料水性木器漆涂料中有害物质限量》等标准要求，制定了《红星美凯龙家居商品环保质量评价标准》和《商品环保质量管理规定》，明确了商场经营的环保要求和检测流程等环保质量管理方案。

红星美凯龙积极引进进口品牌的认证，建立了《家居绿色环保领跑品牌项目—进口产品核查标准》，从而更为有效地管理进口家居产品。

### 《商品环保质量评价标准》

- 规定了 13 个品类的环保抽检项目，包括重金属含量（限色漆）、甲醛释放量、放射性、产品异味等。
- 在上海市质量技术监督局进行的备案，成为家居流通行业第一套商品环保质量综合评价标准。

### 《商品环保质量管理规定》

- 我们对商品的日常检测工作和不合格品处理流程进行了具体规范，为商品的环保质量管理提供了操作依据。

2017 财政年度，红星美凯龙对家居商品质量标准的要求得到了中国有关部门的认可。我们被指定为中国国家质检总局“标准领跑者”评审单位，并与中国质量认证中心深化互信合作，正式签署第二个五年战略合作协议。

### 严格执行环保质量标准

我们独创了售前、售中、售后的全方位商品环保质量管理体系，严格执行环保质量标准。

- 售前

针对入场品牌，只有企业提供的环保质量检测报告合格后方可入场经营。

- 售中

日常商品环保质量管理工作中，我们委托经认定的检测机构定期对商场产品进行抽检。保证售出的每一件产品符合质量环保标准。针对入场品牌，红星美凯龙设立专项经费用于环保质量检测管理，每家卖场的入场品牌抽检率不低于卖场总数的 36%，在全国范围内执行计划管理，所有入场品牌抽检率达到 100%，保证任一入场品牌每年至少被抽检一次。

- 售后

我们依托正品查询平台和信用分类体系，将商品环保质量管控从下游客户追溯到流通环节的最上游，从工厂源头探索产品品质，对所有产品的质量安全及环保性能进行严格的检测、控制与筛选。

### 推广绿色环保品牌

为规范整个家居装饰及家具行业的质量环保标准、推广绿色环保品牌，红星美凯龙与中国质量认证中心持续合作开展“绿色领跑品牌”的评选活动。这项活动通过建立基于工厂质量保证能力检查、工厂源头产品质量检验、商场抽样检测、客户投诉数据统计四个维度的等级评价体系，对各参与品牌的家居产品及其生产企业进行系统的分析，评选出当年优秀的绿色环保品牌。目前“绿色领跑”已成为客户和全行业高度认可的质量奖项。

2017 财政年度是我们“绿色领跑品牌”项目的第五年，取得了突破性进展：申报品牌突破 1600 个系列；申报品类更加完善，达到 31 个。在中国质量认证中心的鼎力支持下，我们沿袭一贯全面严谨的评审程序，采用远高于国家标准的检测流程对各参与品牌进行全面、综合的评价，共选出了 87 个绿色环保领跑品牌，471 个绿色环保推荐品牌以及 13 个绿色环保进口品牌。

此外，我们举行了绿色健康跑等相关系列活动，立体化传播绿色领跑项目的影响力，以期望激励业内其他品牌对绿色家居理念的重视，带动整个家居装饰及家具行业的共同进步。

2017年3月，在上海浦东沪南商场举行的红星美凯龙绿色环保正品“品牌增长计划”发布会，再次表明了我们将持续致力于绿色环保正品推广的决心。

### “中国家居正品查询平台”的建立

响应中共中央宣传部、发展和改革委员会“诚信兴商”号召，在中国商务部、国家质量监督检验检疫总局的支持下，2015年红星美凯龙联合中国质量认证中心和各个家居代表品牌，正式推出“中国家居正品查询平台”，顾客可以在这个平台上查询自己购买的商品是否为正品，实现“绿色家居·正品追溯”。

在2017财政年度，红星美凯龙已经复购防伪标签品牌100个，有1000余个品牌已经全系列全面使用正品防伪标签。

## 原创精神

我们推出业内首个家居设计的甄选标准——“鲁班指数”，旨在评判家居产品的匠心与创新，带领行业一起关注原创设计。同时，我们通过扶持青年设计师、参加米兰国际设计周、举办潮流TALK论坛等，推动中国原创设计的发展。

### 推出“鲁班指数”

我们秉承“鲁班”精神，推出了设计尖货的评选标准——鲁班指数，从“美颜、良材、精工、妙用、格调”5个维度，围绕用户选购家居时最为关注的外观、材质、工艺、功能、内涵这5个方向，评判家居产品的匠心与创新。以匠心和创新为出发点，甄选全球设计尖货，为客户带来更好的商品。

### 助力中国原创设计

我们通过引入设计资源和跨界创新资源，包括国际知名设计师以及国内一线设计师，参与家居新品研发；同时对其在原创设计领域进行扶持和补贴，助力中国原创设计的发展。

作为米兰国际设计周的常客，我们致力于将中国原创设计品牌及原创设计师推向全球舞台，激发中国原创力量，让业内各方“看过来”，并借助这个国际高级别的时尚与设计盛会，提高人们对设计师群体的关注，积极推动中国原创设计在全球市场的话语权。

我们成立了红星国际平台，旨在加强海内外设计、品牌和市场的沟通，扩大中国的原创设计的影响力，推动中国家居装饰及家具行业完成从“中国制造”到“中国创造”的飞跃。

2017财政年度第二十三届中国国际家具展览会设计展会上，我们搭建创新设计交流平台，创办DESIGN DREAM SHOW展览，参展面积达2,000平方米，4天6场活动，现场引流4万观众，线上互动1,000万观众。通过举办潮流TALK论坛，

邀请国内顶级设计大咖梁景华、邱德光进行现场讲座，探讨当下潮流趋势，促进青年设计师成长。该展览获“家具展 2017 年摩登态度公益奖”。

### 原创设计成为大促王牌

2017 财政年度，我们“五一”大促的主题不再是“低价”、“折扣”这样的字眼，而是“设计尖货”以及“五一大赏”。众多设计师的设计产品是这次大促的先锋部队，设计师是大促的王牌。本次大促，全国总计整合设计师 2,356 名、家装设计公司 506 家，联合商户品牌 4,266 个，开展 158 场设计盛宴。

## 服务至上

我们始终相信客户是企业之本，我们希望通过为客户提供高效优质的服务，满足客户的一切需求，认真对待并且及时解决客户的投诉建议，从而获取客户的满意度和忠诚度。在客户隐私方面，我们根据销售人员的职责对客户文档访问权限进行设置，最大限度地保障我们客户的隐私。

### 提升客户消费体验

- “服务口碑”项目

我们全面推广“服务口碑”项目，将常态化标准覆盖全国口碑商场。我们在价格、服务、运营、人员、环境五个方面提出了具体要求，并自 2017 财年开始着力从信息化、环境美、服务好三方面探索口碑新模式，并已在 7 家口碑领跑商场试点实施。

- 价格

我们推行价签管控、单品管控、价格合规管控以及折扣管控等措施，从源头提升客户的购买体验。在价签管控方面，所有商品必须遵从货签相符原则；在单品管控方面，我们正在着力于研究编码体系，保证一类产品对应一个编码，每个产品源头可以追溯，让客户买得放心；在价格合规管控方面，我们确保商品的合理定价，严厉禁止乱标价的行为；在折扣管控方面，我们禁止“高标低折”的现象出现。

- 服务

在商场管理方面，我们建立统一的服务标准。在退换货过程中，我们继续推行同行业首创的“15 分钟退单”服务，即从客户提出退单的需求起，在 15 分钟内完成所有退单手续。在这项服务中起重要作用的是先行赔付服务，即当客户与商户发生纠纷时，在客户满足一定要求的前提下，我们会动用商户的质保金对客户进行先行赔付，让客户可以及时得到赔偿。在物流方面，我们自建物流体系，不断扩大物流中心数量，确保及时的物流配送。在完善配套服务过程中，我们建立家居商品保养团队，为客户提供专业的家居保养服务。

- 运营

我们将商户信用分类管理应用到平时的运营管理之中，对商户从质量、价格、送货、服务和履约行为等几个维度拆分进行星级评级，鼓励商户为客户提供更加优质的服务。我们的“商户信用分类管理”工作被中华人民共和国商务部推荐入选中国“培育和践行社会主义核心价值观百家经验”案例。

2017 财年，该信用分类标准已入驻诚信上海 APP。该信用平台是上海市商务诚信公众服务平台的首批子平台。

- 星易·家居贷

为满足客户对消费的需求，我们的消费金融线上产品“星易·家居贷”为有家居购买需求的顾客提供无抵押、无担保、纯信用、低成本的个人家居消费信贷服务。将来我们会继续扩大与金融机构的合作，使金融机构线下驻点满足客户一次性贷款需求，继续推广“家居贷”产品，使其成为可以为整个家居装饰及家具行业服务的产品。

- 家倍得—用技术保证一站式家装服务

为了整合家装上下游产业链，给客户id提供集家居设计方案、材料销售、家具购买、施工于一体的完整服务，我们的子公司上海家倍得装饰工程有限公司（“家倍得”）为客户提供高品质一站式家装服务。家倍得已通过由上海市科学技术委员会、上海市财政局、上海市国家税务局、上海市地方税务局批准的《高新技术企业》认定，还是中国整装品牌 5A 示范企业、五星级诚信创建企业。

家倍得所拥有的多项独家专利，不仅可以帮助客户家装时省心省力，还可以满足客户的个性化需求，全面提升客户服务体验。

- 绿色展陈 3.0

为了进一步提升客户体验，2017 财政年度内我们实现了绿色展陈 3.0，于商场内开展打造“绿色家装课堂”。客户可与家装公司、设计师紧密互动，通过 15 步装修流程指导，学会如何科学地、经济地选购适合自己的绿色环保家装。目前，绿色展陈 3.0 活动已在全国近 30 家商场落地实施。

## 客户投诉管理

我们坚持首问负责和先行赔付，积极有效地处理客户投诉，提供高质量的售后服务。通过依托“龙翼”系统打造新客服平台，为信息化全媒体客户联络中心奠定基础，咨询投诉全程可追溯。客户可以通过拨打 400 热线、网站以及公众号平台多渠道进行投诉，保障客户投诉通道的多样性和开放性。同时，我们制订了《客户投诉处理管理实施细则》、《客诉岗位职责要求》、《客诉处理服务规范与基本流程》、《客诉应对参考话术》等一系列客户投诉处理规范，对投诉流程、处理技巧及各部门职责进行明确说明。根据客户投诉问题的严重性，我们的处理节点分为 24 小时、72 小时以及 7 天。我们还会不定期进行客户电话回访以及上门回访，高度重视客户购物和使用体验，及时改正自身存在问题，提升客户满意度。

在 2017 财政年度，我们获得“全国行业十佳售后服务单位”。

## 供应商管理

我们的供应商分为品牌合作商户和物资及服务采购供应商。品牌合作商户主要是负责红星美凯龙商场内部家居产品的供应，物资及服务采购供应商主要是供应除家居产品之外的产品（例如办公用品等）。

对于商户，我们制订了《商品资质管理规定》，对品牌商户准入资质的收取标准和合规性验证进行明确规定。我们通过实地走访、货源审核、服务时效及内容抽查等方式对品牌合作方进行评估，并根据年度综合考评结果淘汰不合格的品牌合作方。我们推行《工厂质量保证能力评价标准》，对我们的品牌合作方的公司资质、质量保证资源、质量安全/环保产品的设计和开发、采购和进货检验、生产过程控制和过程检验、出厂检验和确认检验、检验仪器设备、不合格品的控制、包装搬运和储存、产品生命周期内重要环境因素的确定等方面提出要求。此外，我们要求品牌合作方必须遵循经营所在地的法律法规和环保要求，鼓励其通过中国 CQC 环保或节水产品认证、中国十环认证以及 ISO 系列体系认证等认证标准。

在物资及服务采购方面，红星美凯龙颁布了《采购管理制度》，对物资及服务采购业务实施统一的、标准化的、集中化的管理，发挥集中整合优势，提升采购质量和降低采购成本。我们建立了集团采购和区域自采相结合的物资采购方式，构建不同层级、类别的物资采购网络。我们不断加大集采范围，整合采购资源，积极寻找优秀物资及服务采购供应商进行战略采购，大大降低采购成本，减少运输能源消耗以及对环境的影响。2017 财政年度内，我们的主要物资及服务采购供应商有 682 家，大部分来自华东区域，来自香港的供应商有 4 家。主要物资及服务采购供应商是指在 2017 财政年度内与红星美凯龙合作金额从大到小依次排序。前 682 家供应商合计订单金额占今年所有供应商订单金额的 80%。

## 商业道德

红星美凯龙致力于打造廉洁、公正、透明的经营环境。公司设有监察部门，对侵占、挪用公司资产，收受或索取商业贿赂，利用职务之便谋取不正当利益等各种违规违纪行为进行严厉查处。于 2017 年，为适应公司风险管控需要，完善廉洁监督体制，促进公司健康快速发展，在原《督察条例》基础上进行修订，颁布了《红星美凯龙家居集团督察管理制度》，对违纪违规处理作出了详细的规定。此外，公司设有举报渠道，接受各界人士对违规违纪行为进行举报并定期进行巡视检查工作。

## 员工

我们始终视员工为我们最宝贵的财富。在积极保障员工基本权益的情况下，我们根据相关的雇佣法律法规，提供有竞争力的薪酬并且不断完善晋升制度。与此同时，我们营造和谐、开放的工作环境，尊重服务员工，通过在管理学院的学习，让每位员工感受到集团就在身边，从而实现企业与员工幸福成长、共同进步的美好愿景。我们连续多年荣膺“CCFA 中国连锁业员工最喜爱公司”、“CSTD 中国最佳企业大学”等荣誉，并在 2017 财政年度收获“年度先锋雇主”、“中国年度百强雇主”、“风尚非凡雇主”等称号以及“人力资源管理杰出奖”。

## 平等与多元化

我们严格遵循人权、劳工国际公约及运营所在地的劳动雇佣法规及相关政策，坚持平等雇佣，反对各种形式的就业歧视，与员工签订劳动合同，保证员工不因种族、性别等因素受到歧视。

我们严禁雇佣童工及强制劳动。我们会于招聘时要求求职者出示有效身份证明文件，确保其符合法定工作年龄。我们要求员工定时关店、按时下班，加班需提前提交加班申请。我们于 2017 财政年度内并未发现任何与雇佣儿童或强制劳工有关法律及法规的违规事宜。

我们非常重视员工结构的多元化，招聘更多不同背景的员工，从而为公司带来多元化的思想和价值观，增强公司和员工的活力。我们注重招聘更多的女性员工，尤其是增加管理层中女性员工的比重。2017 财政年度内，我们女性员工占比为 37%。我们员工中除中国籍外，还有法国、澳大利亚、美国等外籍员工。此外，我们的员工约 3.8% 为少数民族，包括满族、回族、白族、壮族、蒙古族、布依族、侗族、苗族、土家族、彝族等。

在 2017 财政年度，我们有 22,621 名员工。

## 培训与发展

我们关注员工的职业发展，倡导“快乐学习，快乐工作，快乐生活”。我们为员工制定学习与发展计划，鼓励和帮助员工不断提高能力和素质，获得更好的职业发展，成为红星美凯龙乃至社会的栋梁之材。

## 人才培养

我们开设管理学院，建立健全员工培训体系，为员工的职业发展提供培训支持。管理学院通过开发、开设和推广针对各个层级员工的进阶式课程，有针对性的专业技能、管理知识等各项培训，帮助每一位员工在工作中探寻职业发展之路，为建设可

持续发展的人才梯队提供理论支持。2017 财政年度内，雇员平均受训课时数达到 219 小时。

在 2017 财政年度，管理学院获得“CCFA 十佳企业大学”、“中国最佳企业大学排行榜企业大学趋势引领奖”、“2017 CEFE 优秀学习生态运营奖”、“CSTD 中国最佳企业大学”等诸多奖项与荣誉称号。

我们倡导全员学习，并将线上线下的学习模式相结合，通过课堂、分享、访谈等多种形式，开展了多项全员学习活动。同时，我们也会根据不同岗位的能力模型和业务需求设置符合其能力提升的课程。

管理学院在 2017 财政年度开展了“家居商场关键岗位人才培养”、“家居生活专家”、“服务商户”、“应知应会全员培训”、“知识管理及分享体系”等系列主题培训活动，我们根据学员的不同需求，匹配相应课程，并通过学习方案与实际业绩挂钩考核的方式，提升学员的综合管理能力和商场运营管理能力。

管理学院针对应届毕业生、商场中基层、商场总经理及公司高管，分别开设有针对性的核心人才培养项目。

- 截至 2017 年，“星动力”项目已成功运作十年，我们与北大、南大、上海交大、武大等高校合作，累计为公司带来 1,895 名优秀应届毕业生。2017 年内各板块引进“星动力”315 名。在项目中，应届生通过在商场轮岗的方式，了解商场运作模式；通过发挥团队和个人优势，合作解决商场实际面临的问题，最终将课堂上学到的理论知识转换为实践经验，掌握基本工作技能。
- 我们开展训练营，覆盖大区、物管、财务、异业互动等各个区域条线，根据不同业务部门的需求选定课程，主题涉及“公众演讲技巧、360 度沟通与协作、情绪管理与职业压力处理”等，提供了持续、标准化的人员梯队培训，致力于把商场中层人员从专业业务骨干往全能型管理者培养。同时，对于新进中层管理人员，帮助他们快速融入红星企业文化、工作流程、岗位角色。
- 红星美凯龙正处于打造行业生态链，实现战略升级的进程中。不论是外部招聘还是内部晋升，都对商场总经理的综合管理能力提出了更高的要求。2017 年有 49 位总经理参与培训。该培训聚焦新店开业核心业务技能及管理知识，采用行动学习的方式，以真实开店场景为主题任务，设定行动计划，帮助把培训转化为工作中的绩效。

## 职业发展

为帮助员工实现个人职业发展，我们制定了员工发展体系，创建了多元化的员工发展平台，为员工提供成长的多通道发展路径。我们建立较为完备的绩效考核体系，重视员工的价值贡献，不以职位论人才。每年我们会进行人才盘点，挖掘有潜力的人才，让最合适的人处在最正确的岗位上。

我们通过向全员发放《全面评估自我改善与提升册》，让每位员工了解公司战略对人才的能力要求，并根据公司战略明确自身发展方向。同时我们潜力和绩效两个维度对每一名员工进行评定，实施员工分类管理。此外，我们提倡“从内部晋升人才”政策，通过执行内部招聘及内部晋升计划，优先保证内部员工的职业发展，也为公司的人才储备打下坚实基础。

针对发展部门，我们开展了“发展团队名师榜”项目，使 27 位导师与 104 位高徒结对，通过月度及年度的会议总结、日常小组微信群交流等及时沟通交流，以帮助员工成长、得到更好的职业发展。

## 员工关爱

我们关心员工在工作和生活中遇到的困难，乐于倾听员工心声，加强员工的归属感和幸福感，从而让每位员工时刻感受到集团的温暖。此外，我们严格遵守中华人民共和国《劳动法》、《职业病防治法》和地方职业病防治法规，积极为员工打造健康、安全、舒适、以家文化为核心的工作及生活环境而努力。

### 关心身体健康

我们十分关注员工的身心健康状况。我们利用各大商场空闲的顶楼平台建立天台农场，进行绿色农作物种植，生产绿色无公害蔬菜供给员工内部食堂，保障员工食材安全。同时，我们在确保良好的餐饮卫生条件下，坚持食堂不外包、食堂工作人员必须持健康证上岗、坚持食堂整洁干净的原则。

在打造卫生整洁的工作环境方面，我们聘请专业的保洁公司定期对办公区域进行清洁。为进一步改善员工的健康状况，预防和减少病发率，我们对接了优秀的医疗平台，广泛开展健康知识讲座，建立员工健康绿色通道。

我们不但开放员工健身房，还定期举办篮球、羽毛球比赛、趣味运动会、劳动竞赛等，帮助员工增强身体体质，缓解工作压力，积极营造快乐、开放、健康、友善、和谐的工作生活氛围。

### 建立绿色天台农场

“天台农场”项目可以让员工欣赏到花园般城市屋顶农场美景，目前已推出体验蔬菜采摘种植、豆腐制作、陶艺制作、香露制作、DIY 手工坊等体验项目。同时设置了亲子教育，科普长廊等景区。现已发展成集科普、休闲、交往、活动为一体的场地。在天台农场，前后共有 80 位专职或兼职大学生在此就业或学习有关农艺知识。我们将继续肩负绿色环保的使命，不断发展、扩大、延伸更多健康绿色新产业，覆盖更多的红星美凯龙商业体、引领生活新方式。

## 保障商场安全

商场的安全管理涉及到员工和客户的安全问题，因此我们尤为重视。

在新商场投入使用之前，我们会进行 5 个物业关键节点管控，明确招商发布会前、厂家进场装修前、厂家上货前、开业广告发布前以及开业交接后的管理要求，保证新商场可以安全地投入使用。此外，新商场开业前，我们的安全管理部、品质服务部和人资行政部，对商场人员进行专项培训，对新商场的安全管控工作进行指导和评估，确保新店的各项指标达到安全标准。

在商场日常运行过程中，我们制定了《物业设施设备日常管理细则》和《商场物业技术管理手册》，提供物业设施设备安全作业守则和紧急应对措施，防患于未然。在实际安全管理操作方面，我们利用专业仪器排查商场的安全隐患，在餐饮厨房增加自动灭火装置，所有岗位全部持证上岗，对风险区域进行预防性管控，提高商场的安全系数。

2017 年，我们组织了 4 次“消防日安全大检查、大练兵、大宣传”活动，进行消防疏散演练 805 场和灭火演练 954 场。我们全面排查商场存在的风险，指明相关的管控措施，并提出 19 项物业应急预案。这些活动不仅提升了全员的应急反应能力，而且使得安全隐患问题全部得到解决。2017 年，我们共计完成 60 家商场的 219 项改造项目，其中 97 项与商场安全相关，包括：外墙、消防、监控、电梯、电气等。

## 关爱女性员工

我们开设爱心妈咪小屋，配备全天候冰箱、沙发、茶几、微波炉等物品，同时准备了“爱心妈咪包”，包括湿纸巾、香皂、洗手液等清洁用品，为妈妈们提供暖心的私密空间。2017 年 3 月，由工会承办的庆祝三八妇女节“创意插花花艺培训活动”温馨举行，活动丰富了女性员工的文化生活。同年 11 月，为了呼吁女性员工增强自我保健意识，倡导轻松健康的生活方式，我们为女性员工举办了关于女性健康的“幸福 2017 粉红丝带”健康讲座。

## 帮扶困难员工

我们于 2016 年设立红星挚爱基金，面向红星美凯龙内部员工，精准帮困，为员工提供医保外帮扶。成立至今，通过募捐、爱心义卖、投资理财、工会三产等方式，基金规模已经从 100 多万增加到 2017 年的 250 万，并已支出 90.5 万用于员工大病医疗。

## 员工公租房

我们积极改善职工生活居住条件，对接社会优良资源，联合湾流国际青年小区，开展“企业员工租房福利计划”。至今已签约 400 套公租房，1000 名员工及家属受益，解决员工租房难，租房环境差等问题。

## 社区

我们在追求自身成长的同时，坚持将发展成果与社会共享，并将企业社会责任作为企业可持续发展的核心战略之一。

作为中国家居装饰及家具行业的领导者，我们积极宣扬家居美学，传播家居艺术。我们先后成立多种专项基金，扶持地方经济发展。此外，我们热心社会公益，关注教育行业，服务社区，开展多项志愿者服务。我们坚持可持续发展，努力在社会、经济和环境等方面做出贡献。

## 宣扬家居美学

我们始终坚持以缔造品味艺术、传播居家艺术为目标，以提升中国人的居家品位为己任，致力于追求中国家居业的美学发展，逐步提升中国客户对于家居品味的认知。“家居”这两个字包含了“家”和“居”，对于家庭来说，居是景，家是情，“居”固然重要，“家”才是根本。没有“家”，“居”再美也将失去意义。自公司成立以来，我们不仅致力于打造最美的“居”，更是致力于打造更美的“家”，在现代忙碌的社会生活中唤醒人们内心的爱家意识。

我们利用自身的专业性，本着为大众和客户服务的原则，创建了“寓道”微信公众号，通过对较大空间住宅及高品质的居住美学研究，为公众提供家居美图和实用的居住建议。“寓道”不定期推送家居设计和美学研究的文章，向公众传递家居装饰及家具行业的美学价值，提高公众的居家生活和美学欣赏品味。

我们将每年的12月3日定为“爱家日”，发起了声势浩大的爱家运动。在每次爱家日活动中，我们都会推出相应的爱家日优惠活动，同时也会在商场举办“爱家咨询”、“爱家互动”游戏、“爱家手势”拍摄活动等许多别开生面的小活动来吸引客户的积极参与，唤醒更多人的爱家意识。通过爱家日活动，我们所要传达的，不仅仅是为用户提供高品质的家居生活，更希望与广大客户一起，从关系的角度解读家的意义，引导探索真正的家的本质，让更多人发现、创造属于自己的幸福的家。2017年的爱家日，我们举行了“晒出最美家庭幸福照”的活动，呼吁客户关爱小家，打造温暖幸福的家庭氛围。

## 社会公益

我们一直倡导做有社会责任感的企业公民，积极投身参加社会公益事业，关注贫困、关注教育，热心公益、爱心奉献，积极弘扬红星美凯龙“家文化”。我们致力于协助地区经济发展，积极投身于城市建设。我们帮助当地品牌供应商进行整合，提升品牌竞争力，为当地居民提供就业岗位，促进当地经济发展。

2017 财政年度内，我们在妇女儿童、帮助青年创业、支持基础设施建设等方面共投放了约人民币 1,085 万元。

## 教育公益

我们关心教育行业，积极推进教育事业的发展。2017 财政年度内，我们从硬件设施建设、关爱关心困境儿童、慈善捐赠、助学等多个方面着手，扎扎实实推进开展教育公益活动，资助金额共人民币 38 万余元。

2017 年 5 月，十字岭小学爱心图书馆捐赠仪式在红星美凯龙郑州商场隆重举行。我们鼓励商户们积极响应，加入到本次爱心图书馆公益活动中来。我们现场进行的爱心捐赠金额高达人民币 10 万元。该款项将全部用于山区教育事业，捐建一座爱心图书馆，并将根据实际情况制定后续公益帮扶计划。

## 扶贫公益

我们专注于扶贫帮困，促进经济社会发展。我们成立光彩基金，每年向上海市光彩事业促进会捐赠人民币 140 万元。

## 社区友好

我们积极与社区社群建立良好的关系，鼓励员工开展志愿者服务，关注关爱弱势群体，为贫困地区、孤儿院、敬老院捐赠生活用品等。2017 财政年度内累计慈善金额达人民币 18 万元。

2017 年 5 月，华东地区商场组织向无私奉献的“城市美容师”致敬活动，通过慰问环卫工人传递公益正能量。

此外，我们关注灾害情况，为灾区捐助、祈福。福建中区、西北中原中区在 2017 年 8 月四川九寨沟抗震救灾事件中，组织捐款人民币 2 万余元，提供矿泉水、泡面等 200 余件。

## 环保公益

红星美凯龙一直关注环境可持续发展，组织开展环保公益活动，用实际行动践行和传播绿色环保理念。

我们组织绿色环保低碳徒步行、绿色骑行活动，旨在提高员工身体健康的同时宣传低碳出行。

在华东大区，我们组织“助力治水，青春共建”活动，每周一至两次进行河道卫生清理、河道卫生用水监督，不定期自发组织或参加政府部门组织的污水共治公益宣传活动。在福建中区，我们参与了“百人净滩”志愿者活动，为环境建设贡献一份力量。

我们鼓励员工积极参加环保志愿者活动。在《联合国防治荒漠公约》第十三次缔约方会议期间，我们员工积极参与到其中，成为交通志愿者。

## 助力青年创业

为帮助当代中国的有志青年进行创业、树立正确的创业观，我们向中国青年创业就业基金会认捐人民币 2,000 万元，从 2017 年开始分七年进行捐赠。2017 财政年度，我们捐赠了人民币 300 万元。

## 儿童关爱

2017 财政年度，我们向中华少年儿童慈善救助基金会捐赠约人民币 500 万元家居商品，共同助力中国困境儿童成长。其中红星美凯龙向太阳村，一个无偿代教养服刑人员未成年子女的非政府慈善组织，捐赠了部分小件家居商品。这些小件商品由太阳村组织开展义卖，所得善款将用于太阳村的日常支持。此外，还有部分家居商品将定向捐赠给益童成长中心、江西共青城儿童村。

2017 财政年度红星美凯龙自主创业项目：器度新家生活艺术馆与“北京天真者公益发展中心”合作代理《天真者》自闭症儿童艺术画作手机壳。其收入中的 1/3 回馈画作原作者及家庭，用于帮助其生活与治疗，1/3 用于孤独症医疗康复基金，1/3 用于“天真者的绘画”艺术疗育课程、活动基金。推广及售卖自闭症艺术爱好者的画作衍生品，可以更多支持自闭症儿童以自己的力量，实现自我价值体现。

## 环境

自 2016 年起，红星美凯龙将“绿色环保”上升到企业的战略性层面。除对不环保的家居产品和品牌“零容忍”的情况外，我们的环保政策还体现在决策过程、管理以至公司文化层面，将绿色环境始终放在首要位置并适用于业务营运的每一个环节和阶段。

我们要求品牌合作方必须遵循经营所在地的法律法规和环保要求，鼓励其通过中国 CQC 环保或节水产品认证、中国十环认证以及 ISO 系列体系认证等认证标准。此外，我们将环保理念融入商场建设项目规划与设计、建筑营造，以及项目竣工后的物业管理、办公楼管理等中，涵盖绿色建筑认证、节约自然资源、优化能源效益及环保采购等。我们努力营造珍惜资源的公司文化，提高员工的环保意识，鼓励员工积极参与和实践环保承诺。

红星美凯龙上下齐心，严格按照公司“绿色环保管理体系”进行管控，2017 财政年度内未发生对环境和天然资源产生重大影响的业务活动和事件。

## 低碳商场

我们重视节约能源，商场和办公室消耗的主要能源为电、天然气、建筑物料等，我们制定了一系列节约能源的策略，降低温室气体排放量，为控制全球气候变暖共献一份力量。2017 财政年度内，我们共消耗电 423,595.30 兆瓦时、天然气 213,323.94 兆瓦时。

## 商场建设

为降低能源消耗，我们在项目规划和设计阶段制定提升能源效益的目标。2017 财政年度，我们在推动商场建设项目时，商场设计均考虑了节能元素。

- 采用节能型变压器、节能性控制设备和用电设备
- 采用自动调节的无功补偿装置，减少变压器损耗
- 采用高效供水设备、卫生器具采用节水型产品
- 采用节能高效的照明光源及灯具，以提高功率因素及用电效率
- 景观照明、车库照明、公共通道照明等采用时间控制系统，楼梯间照明采用声光控开关，减少浪费

## 办公管理

我们运用现代节能技术，完善办公楼节能管理体系。我们在日常管理方面优化流程，对现有重点用能设备或系统进行节能分析，提出节能技术改造方案。对于有条件的可按实际情况采用相关节能技术改造项目，如 LED 照明、安装变频扶梯、空调改造、光伏电等。

## 排放物管理

红星美凯龙在倡导节能的同时，致力于减少废物排放，降低对生态环境的破坏和影响。公司废物的处理和排放均符合经营所在地的监管标准。我们的废物主要有生活垃圾、建筑垃圾、废钢筋、污水等。

## 废水处理

2017 财政年度我们消耗的水的总量是 2,488,038.92 立方米。我们产生的废水主要为生活污水。我们严格遵循当地环保部门的监管标准，将废水进行处理后排放。红星美凯龙商场设有化粪池，对生活污水进行预处理（一级处理），沉淀杂质，使大分子有机物水解，成为酸、醇等小分子有机物，改善后续的污水处理。含有餐饮的商场设有隔油池，进行隔油处理，保证处理合格后再进行排放，减少对环境的污染。

## 废弃物处理

红星美凯龙商场发展的整个过程中，包括由建造直至投入营运的不同阶段，均会产生废弃物。我们积极进行废物管理，加强工地废物管理和商场的废弃物回收工作，以减少废弃物的产生。

商场建设完工后，我们积极回收废电缆、废钢筋等废旧物资，进行废旧物资重新改造利用或者进行二次销售，极大地减少了资源的浪费。

在物业管理过程中我们积极减废，遵循“废物改造、旧物重生”的环保原则，对商场内生活垃圾与建筑垃圾分类管理，并分别设有相应的垃圾房，做到垃圾日产日清，生活垃圾密封存放，建筑垃圾袋装化，再集中由专业的清运公司清运垃圾。同时，我们倡导并按照政府要求进行指定垃圾的分类，并鼓励变废为宝，提高资源回收利用率。

## 噪声处理

红星美凯龙主要噪声源包括空调机组、空压机、冷却塔、热处理等动力设备。我们通过采用环保设备、在设备周围加盖消声装置等措施来控制噪声。红星美凯龙噪声测量结果均可以达到经营所在地的限值要求，对周边社区环境的噪声影响很小。我们的主要降噪措施包括：

- 空调室外机及通风机等均选用高效率、低噪音产品
- 通风机及空调机均在其进出风管设消声器，进、排风口设消声器或消声百叶
- 水泵、柜式空调机进出水管均设减振接头；制冷机、风机、水泵等均设减振基础
- 制冷机房内的水管弯头安装减振吊架
- 柜式空调机吊装时采用减振吊架或减振垫
- 柜式空调机及所有通风机进出风管均设柔性软接头等

## 数据总览

2017 财政年度 ESG 数据总览	
<b>雇佣</b>	
雇员总数	22,621
按性别	
男	14,196
女	8,425
按年龄组别	
30 岁以下	9,815
30 岁至 50 岁	11,830
50 岁以上	976
按雇员类型	
高级管理层	504
中级管理层	4,095
普通员工	18,022
<b>安全</b>	
因工死亡人数	0
因工死亡人数的比率	0
工伤损失工作日数	1,064
<b>发展</b>	
受训雇员百分比	100%
按性别	
男	100%
女	100%
按雇员类型	
高级管理层	100%
中级管理层	100%
普通员工	100%
每名雇员完成受训的平均时数 (小时/年)	
按性别	
女	219
男	219
按雇员类型	
高级管理层	192
中级管理层	264
普通员工	216
<b>排放</b>	
温室气体排放总量 (范围 1 & 范围 2) (吨)	342,480.31

直接温室气体排放总量 (范围 1)	43,648.67
间接温室气体排放总量 (范围 2)	298,831.64
每万平方米自营商场经营面积温室气体排放总量 (吨/万平方米)	600.22
废气排放量总量 (千克)	14.49
排放总量	13.10
排放总量	0.28
PM 排放总量	1.11
有害废弃物排放总量 (吨)	1.42
油漆	0.89
胶合物	0.53
无害废弃物排放总量 (吨)	257,516.77
生活垃圾	50,858.70
建筑垃圾	206,046.00
废钢筋	23.71
废电缆	588.36
每万平方米自营商场经营面积无害废弃物排放总量 (吨/万平方米)	451.31
水资源消耗	
总用水量 (立方米)	2,488,038.92
新鲜的自来水	2,488,038.92
每万平方米自营商场经营面积总用水量 (立方米/万平方米)	4,360.43
能源消耗	
能源消耗总量 (兆瓦时)	637,078.28
电力	423,595.30
天然气	213,323.94
汽油	159.04
每万平方米自营商场经营面积能源消耗总量(兆瓦时/万平方米)	1,116.51
社会投资 (元)	
妇女儿童	5,207,767
教育	339,440
生计	100,000
基础设施	450,000
创业	3,000,000
其他	1,750,000