



股份代號：493



環境、社會及
管治報告
2016

引言			1
環境保護願景			2
A1 排放物	2		
A2、A3 使用資源	2		
一、節約能源	2	四、與環保團體溝通	10
二、綠色銷售及回收	5	五、響應國家政策	11
三、支持環境保護活動	9	六、所獲環保獎項	13
工作環境願景			14
B1 僱傭	14	B5 供應鏈管理	26
一、平等人才引進	14	一、建立共享的信息系統	27
二、員工福利	16	二、雙方的行動配合	28
三、與員工溝通	16	三、設立激勵措施	28
四、關懷員工	16	四、拒絕「違規」行為	28
B2 健康與安全	19	五、供應鏈社會責任風險管理	28
一、職安健	19	B6 產品責任	30
二、工作與生活平衡	19	一、供應商篩選及產品質量控制	30
B3 發展及培訓	20	B7 反貪污	32
一、人才引進	20	一、打造廉潔隊伍	32
二、員工發展	21	B8 社區投資	33
B4 勞工準則	26	一、帶動社會就業	33
一、防止童工和強制勞工	26	二、推動經濟發展	34
		三、賑災救援	35
		四、青少年教育	36
		五、助老扶弱	38
		六、其他公益活動	41

國美電器控股有限公司

2016年環境、社會及管治報告

引言

一直以來國美電器控股有限公司（「本公司」）及其附屬公司下稱（「國美」或「本集團」）以「率先踐信、垂範各方」的責任自覺，站在經濟發展與社會進步的最前沿，帶頭樹立並擎起「商道惟信」的旗幟，以真誠的信行贏取消費者及其他相關方的信賴，領航零售的未來；以內聚員工、外聚公眾，倍受消費者信賴的「信」文化彰顯商業文明的發展方向。

從創業期的「買電器，到國美，花錢不後悔」到發展期的「薄利多銷 服務當先」，再到今天的「被信任、是一種快樂」，30年來，國美對「信」的理解和堅守一脈相承，並最終融入到中國家電零售業的發展浪潮中，讓「信」變成一種基因，根植在國美企業文化元素的最深處。這也是國美能夠在激烈競爭的市場競爭中脫穎而出，一躍而為當代中國商業標桿企業的制勝法寶。本報告將重點說明國美是如何以「信」文化來履行其對環境、社會及管治的責任。

在「被信任、是一種快樂」的品牌理念中，國美強調了更寬泛的信任元素，並成功將商業道德和精神層次的追求高度融合在一起，試圖通過信任，架起一座企業與社會、企業與員工、企業與供應商之間的快樂橋梁。不難看出，在國美着力建構的「信」文化體系中，其對象包括了社會公眾、股東、消費者、政府、員工、供應商等，對他們的誠信恰恰是支撐行業乃至整個社會健康向前的重要力量。

於本報告內，本公司已遵守香港聯合交易所有限公司上市規則附錄27所載之條文。

環境

環境保護願景

「追求低碳環保，創造可持續發展的未來」不僅是國美的企業責任，更是國美的一個重要經營理念。作為國內領先的電子產品流通渠道以及中國零售業可持續發展圓桌成員，國美一直致力於普及綠色低碳理念、銷售綠色低碳產品及遵從相關法規和守則，並將其納入到企業運營、產品銷售和供應鏈等各個環節，國美有責任、更有信心為推進中國零售業的可持續發展作出不懈努力。

A1 排放物

國美的主要業務是在中華人民共和國（「中國」）經營及管理電器及消費電子產品零售門店及電子產品在線銷售網絡。因此國美並無在經營過程中因生產直接產生排放物或污染物，而國美在經營過程中因使用資源將間接產生排放物，下面的章節將會詳細列示。

A2、A3 資源使用

作為一家零售商，國美在節能推廣方面有着天然的基因：在供應鏈方面，我們與廠家合作，制定生產更多節能環保產品，增加這類產品的銷售比重；在經營方面，我們將綠色、節能、環保的理念滲透到我們經營的各個環節；在消費者層面，我們通過培訓，讓銷售員主動向消費者推廣節能環保產品和知識，轉變消費者的消費習慣。未來，作為圓桌成員企業及合作夥伴，國美將整合內外部資源力量，努力推動中國家電業朝着可持續生產與消費的方向發展。

一、節約能源

綠色門店

節約用電

在門店節能改造方面，截至2016年底，國美所有1,628家門店的燈具已由以前的鹵素燈全部更換為LED節能燈。

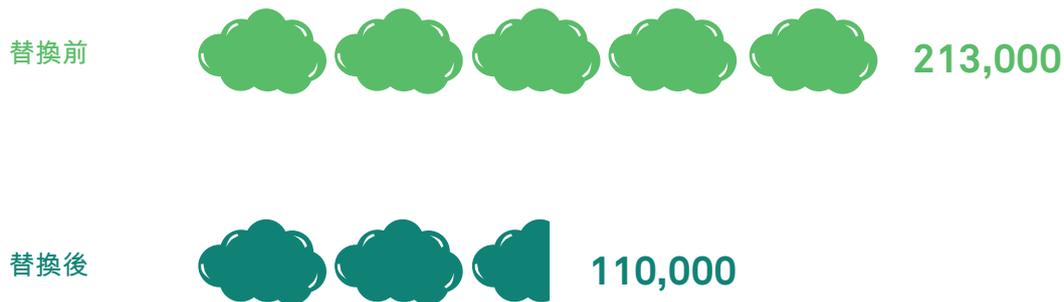
在一般情況下，每個門店平均需要約650支燈管，全國1,628家門店，共計燈管約1,058,200支。每天每支燈管平均照明時數為12小時，因此每支燈管年照明時數為4,380小時，而所有門店的年照明總時數為4,634.9百萬小時。

- 替換前：使用鹵素燈排放量每年約為21.3萬噸二氧化碳；
- 替換後：全部替換為LED燈具排放量每年約為11.0萬噸二氧化碳。減少48.4%的二氧化碳排放量。

門店照明時長

門店數量	平均燈管數／門店	平均每日照明時長（小時）	平均每年照明時長（小時）	所有門店每年照明時長（百萬小時）
1,628	650	12	4,380	4,634.9

二氧化碳年排放量（噸）



門店燈管由鹵素燈改為LED燈後二氧化碳減排情況

節約用水

國美積極響應國家節能節水的號召，尤其重視在門店的節能節水，主要舉措如下：

- 在門店裝修或日常維護中，使用節能型器材；
- 根據各單位實際用量、賣場面積大小及衛生間數量實施定額控制；
- 加強日常巡查，嚴防冒、跑、滴、漏水現象發生。

綠色辦公

無紙化辦公

- 本集團採用加強信息化建設，充分利用OA(Office Automation)、OC(Office Communication)系統，全員實現「無紙化辦公」，文件報批、費用報銷等流程均可在線提交，減少了紙張的使用和浪費；
- 本集團使用指紋識別打卡方式進行出勤考核，有效地節約了紙張；
- 2014年起，本集團的「E激勵系統」正式上線，以員工在線查詢工資明細的方式代替了以往的大量工資條下發，進一步節約了紙張的使用。

環境

視頻會議

本集團配備了視頻會議設備，凡涉及不同地理位置的部門之間的會議均採用視頻會議的方式進行，減少了員工的出行需要，既節約了大量差旅需要消耗的能源，也節省了本集團的開支。

廢舊物資回收

本集團對日常廢舊物資進行定期收集和回收，如閉店物資的統一拆卸與變賣、門店日常廢舊紙箱的回收與變賣等，促進資源的再利用。

- 制定專用地點存放廢舊物資：各分部及門店必須制定專用地點存放廢舊物資，以便集中處理；
- 制定廢品回收公司：總部機關行政中心及分部行政管理部門必須在本區域內指定一至兩家廢品回收公司進行廢舊物資處理或變賣，並建立回收公司相關檔案，便於管理。

物流管理

物流體系

國美擁有自己的物流體系，進行統一的運輸和配送管理。為了配合全渠道戰略，國美搭建了面向全渠道銷售及全供應鏈的物流平台，並樹立了「一日三達，精準配送，送裝同步」的客戶服務標桿。

截至2016年12月31日，本集團物流體系已在全國擁有2,252個作業網點及超過15,000輛自有和簽約運力。作業網點共包括21個大型中心倉、225個城市倉、206個轉運分撥點和1,600多個門店倉，形成了以區域轉運、城市分撥、末端配送為主要功能，輻射全國的三級倉配網絡體系。業務範圍覆蓋全國700多個地縣級城市、2,800多個區縣、45,000多個鄉鎮，成為中大件產品領域國內網絡佈局最均衡的物流平台。有效的配送網絡，縮減了整體的運輸距離，不但降低成本也減低了資源的消耗。

GPS系統安裝

為了實現對運輸車輛的集中管理，國美對所有車輛安裝了GPS全球定位系統及配套管理軟件，來有效地控制車輛使用成本。GPS系統的安裝大大優化了運輸路線，既提升了配送效率，減少了能源消耗。

線上下單 線下自提

國美在線（本集團的線上平台）推出了「線上下單，線下自提」功能，即顧客在國美在線下單後，可以選擇臨近的門店自行提取，門店成為線上訂單的快速服務站。這一功能的推出不僅增強了顧客的實體消費體驗和消費安全感，同時也節省了物流配送成本和能源耗費。

多級轉運退貨流程控制

國美實行多級分段物流配送，並擁有強大的信息系統(SAP)及物流管理系統作為支撐。當線上訂單的貨物已發出，而客戶中途又發生退貨時，系統會自動取消第二級的派工及第二段運輸，保證各個運輸節點對退貨信息的實時掌控，避免無效的配送和資源消耗。

二、綠色銷售及回收

售賣節能產品

節能補貼方案

在新消費環境下，綠色消費逐漸興起，國家先後出台了多輪節能補貼政策，作為行業引領者，國美一直以來以實際行動積極響應，在全國範圍內推出豐富的節能補貼產品，以普惠形式激勵消費者使用節能家電。2016年6月起，國美全面啟動高能效家電產品消費補貼：一級能效家電產品補貼15%，二級能效產品補貼10%，單台產品補貼最高可達人民幣1,000元。補貼活動涉及空調、冰箱、洗衣機、彩電、廚電在內的50多個品牌、2,000多個型號，補貼金額達到人民幣1.5億元。同時，國美通過提升節能產品的賣場展示率和銷售佔比等多個考核指標，在全國範圍內打造「百家節能環保示範賣場」，推廣高能效產品，引領綠色消費，承擔企業社會責任。

國美賣場綠色環保產品銷售佔比

通過擴大節能產品採購規模，國美不斷提高賣場節能環保產品佔比，在2015年節能環保商品銷售佔比93%的基礎上，2016年節能環保商品銷售環比增長5個百分點，達到98%。計劃未來實現銷售100%節能產品。

環境

綠色環保產品銷售佔比數據

	2014年	2015年	2016年
環保產品銷售佔比	>90%	>93%	>98%

節能推廣項目－全國推廣電子發票

隨着電子發票的試用推廣，其環保理念得到了廣大的消費者的一致認可。2016年，國美電子發票項目在線下連鎖企業中首家試點上線。未來，國美將通過線上線下渠道在全國範圍內推廣電子發票，通過專門的手機應用程式（APP），實現消費者線上直接開票，顛覆消費者購物「拿發票」的習慣，實現綠色減排目標。



電子發票樣板

節能宣傳活動

全方位節能宣傳體系

國美通過線上線下全覆蓋式組合宣傳，大力推廣綠色節能產品的市場普及，引導消費者樹立「買電器就買節能電器」的消費理念。

- 2014年3月，國美推出了「用七天改變明天」活動，通過在在微博上分享節能妙招、贈送節能

知識手冊等方式喚醒消費者節能意識，推動節能家電在消費者中的普及；

- 從2014年到2016年，國美響應世界自然基金會號召，每年都積極參與「地球一小時」活動，在全國所有門店關閉所有電視電源和非必要的照明設備，並在2016年3月邀請新生代明星劉芮麟為「地球一小時」活動錄製倡議宣言，宣傳環保理念。

國美培訓中心成立綠色節能教育專項小組，完成「節能知識」的課程開發，同時通過組建「百名講師團隊」、成立「家電環保志願者」社團、微信平台推廣等形式，對全國國美員工、導購員進行各項節能知識的教育，快速提升門店銷售人員的節能環保意識和節能產品銷售能力。

樹立節能環保行業標桿

為響應國家綠色消費理念，強化流通領域的節能環保工作，2016年9月，由我國商務部發佈的《綠色商場》行業標準正式實施。國美電器作為家電零售行業唯一代表，參與了本次《綠色商場》標準的制定工作。

國美歷經30年的專業運作，形成了一套低碳可持續的管理體系，在中國連鎖經營協會基於推動零售行業節能降耗目的推出的「低碳示範商店」評選活動中，本集團有16家門店入選「低碳示範商店」榜，居行業榜首。

地球一小時



環境

回收及循環使用舊產品

線上線下全渠道綠色回收

- 線下：早在2005年，國美就在所有門店設置指定回收點，回收廢舊電器，各門店陸續建立廢舊家電回收體系，規範廢舊家電的回收拆解流程，實現低碳循環；
- 線上：2013年11月起，國美在線啟動了「家電回收」項目，用戶可通過在線填寫個人登記信息，或者電話預約，來進行上門回收的預約工作。同時，用戶也可通過關注「國美家電回收」官方微博，享受專業的客服人員諮詢及3小時完成回收的服務體驗。2016年4月「國美管家」上線，用戶關注此微信公眾號後，同樣可以享受家電回收預約上門的服務；
- 國美的家電回收種類已經涵蓋了冰箱（冰櫃）、洗衣機、電視、音響、空調等家用電器以及其他電子產品。國美全方位解決用戶處理廢舊家電之憂，努力推動綠色環保理念深入人心；
- 未來國美將聯合社區及各小家電生產商的特約維修站，開設更多的小家電回收代理點，主要回收消費者手中的舊家電，以避免對環境造成污染，更可滿足消費者處理舊電器的需求；
- 從2014到2016三年間，國美累計回收舊電器約1,300萬件，有效減少了能源消耗和環境污染，回收數量之大，在行業史無前例；
- 目前國美的大家電回收已覆蓋29個省和直轄市，省會城市基本覆蓋。此外，手機回收則覆蓋29個省和直轄市、314個城市，上門服務基本覆蓋所有省會城市。

三、支持環境保護活動

舉辦環保活動

除了重視企業內部的節能節水行為，大力推廣節能產品以外，國美還積極參與環境保護工作，支持並鼓勵分部舉辦各種環保活動，號召更多的人參與環保事業。

2014年3月16日，河南永樂（本公司的一家子公司）客服部聯合鄭州慈善總會、鄭州市電視台共同舉辦「我栽一點綠益，還您一片藍天」公益植樹活動。來自鄭州市和滎陽市近百名會員參加了此次活動，為美麗的萬山留下了濃厚的一抹「綠益」。



2015年4月初，廈門國美（本公司的一家子公司）員工及有愛心的國美會員在廈大白城環島路開展了「美麗廈門，共同締造」公益環保活動。除了清除海邊的白色污染，會員們還積極向路過的市民和遊客宣傳環保知識，喚起大家的環保意識。



2016年8月13日，為了響應政府「創建全國文明城市」的號召，汕頭國美（本公司的一家子公司）各個門店開始開展「國美·家美」環保公益捐贈活動，聯合汕頭市綠點環保科技有限公司一衣舊換物項目組，號召員工、會員用戶及廣大市民朋友通過環保公益捐贈的方式來幫助社會弱勢群體，國美此次活動為汕頭創文行動開展做出了貢獻。



環境

四、與環保團體溝通

國美定期參加中國連鎖經營協會關於可持續消費宣傳的會議以及調查問卷。2016年，國美與環保組織共同討論最具有環保性的經營活動，並引領家電零售行業推進節能綠色產品的市場推廣。目前國美各個分部每月均與社區展開合作，並積極和街道辦事處組織綠色環保活動。

綠色合作團體

與國美合作過的環保團體有：瑞士Top 10節能中心、環境保護部環境保護對外合作中心、世界自然基金會(WWF)、中國連鎖經營協會、中國標準研究院、中國家用電器協會、聯合國開發計劃署駐華代表處等。以上環保團體，國美都是通過資源互換的形式進行合作。

啟動「國美領袖榜」

2016年1月，中國標準化研究院與國美聯合舉辦「國美領袖榜」啟動暨能效標識二維碼經銷商專區試點發佈會，「國美領袖榜」對高效節能、性能優越的家電產品進行評選，向消費者推薦優質的節能產品。能效

標識二維碼經銷商專區率先登陸北京國美（本公司的一家子公司）馬甸鵬潤店，消費者「掃一掃」，即可了解產品的多維度信息，國美通過輕鬆易懂的方式，將節能知識傳遞給消費者。

綠色可持續消費宣傳周

2016年8月，由中國連鎖經營協會、世界自然基金會及中國零售可持續發展圓桌舉辦的第4屆綠色可持續消費宣傳周活動隆重舉行。本屆綠色可持續消費宣傳周以「綠色生活 智慧消費」為主題，以國美為代表的零售企業，借助多樣化、智慧化的互動服務，賦能消費者，讓他們的綠色生活更便捷、更透明、更智能。作為中國零售可持續發展圓桌發起人之一，國美依託專業化的節能低碳運營體系，大力推廣節能產品，傳播可持續消費理念，推動了綠色可持續消費宣傳周活動理念的落地。本屆綠色可持續消費宣傳周期間，包括北京、上海、深圳、西安等7個城市的400多家國美門店參與了活動的推廣。除引導消費者正確選購綠色家電、展示綠色門店外，國美還將創新性的以虛擬實景（VR）體驗的形式讓消費者感受與別不同的綠色消費生活。

五、響應國家政策

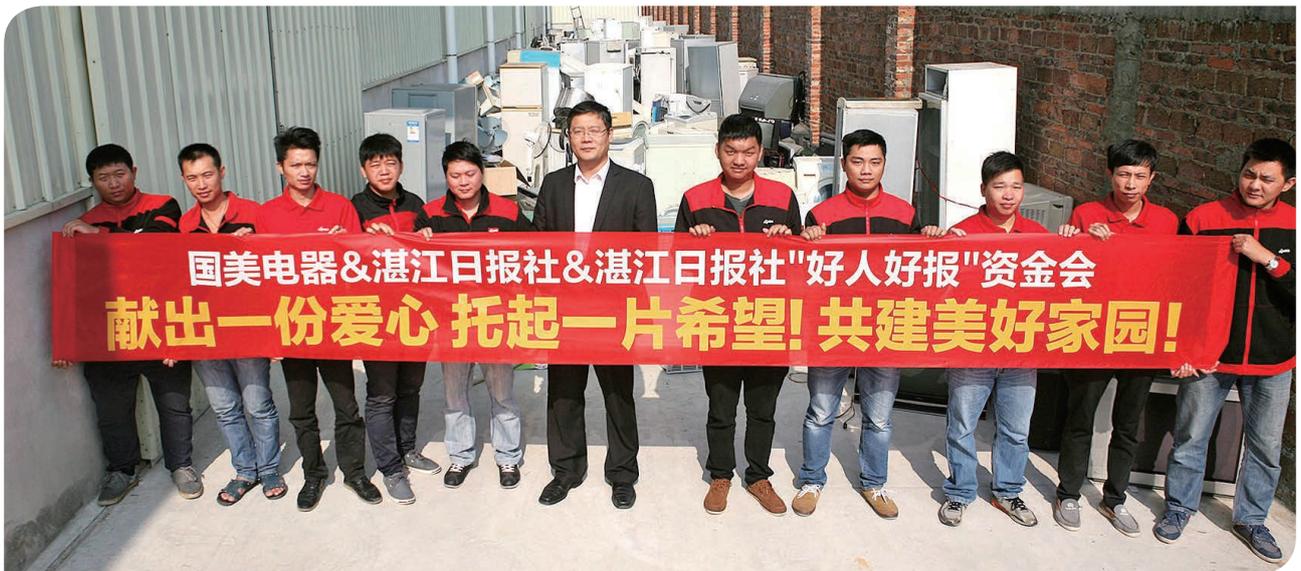
以舊換新

中國政府推出家電產品「以舊換新」政策後，國美積極響應國家政策，開啟VIP綠色通道、推出「誠久保障」服務、組織專業的物流隊伍，用最短的時間將「以舊換新」政策落實到位。目前，政策雖然到期，國美秉承「成就品質生活」的使命，延續「以舊換新」的理念，不斷豐富活動內容和形式，持續為消費者提供優質的家電產品和服務。

2014年5月，佛山國美（本公司的一家子公司）聯合供應廠商共同出資，專門成立「專項以舊換新補貼基

金」，同時啟動以舊換新活動。2015年5月，深圳國美（本公司的一家子公司）同樣啟動相同活動。國美的「以舊換新」活動為消費者一次性解決新舊家電問題，促進了節能減排和循環經濟發展。

2015年11月，湛江國美（本公司的一家子公司）為受颱風影響的市民舉行換新活動，解決了因受災而極需新家電產品的問題，同時湛江國美向受颱風影響的貧困家庭捐贈人民幣40多萬元，為受災居民的災後生活提供了保障。



湛江國美為受颱風影響的市民舉行換新活動

2016年10月，廣州國美（本公司的一家子公司）舉行「以舊換新」大型公益活動，並將舊電器拆解取得的款項全部捐獻給廣州市青少年發展基金會，用於貧

困學子助學項目。國美創新公益活動方式，實現了以舊換新與公益活動的精準對接，既保障了居民的家電使用，也為公益事業做出了貢獻。

環境

節能補貼

國家高度重視節能減排工作，一直以來將倡導節能家電、推動產業升級列為重要課題，為此，中國政府推行多輪節能補貼政策。

2014年5月，國美作為全球環境基金節能房間空調器推進項目的唯一中標零售商，大力啟動節能空調補貼計劃。項目結束後，國美共銷售節能空調53.53萬套，據測算，這些節能空調將為國家節電超過5億度。



國美總裁王俊洲先生於全球環境基金節能房間空調器推進項目零售激勵計劃發佈會中致辭

2015年11月中政府公佈了《家電能效领跑者實施細則》，首批涉及平板電視、家用電冰箱和空調三大類家電產品，將對購買高能效產品的消費者予以獎勵。同時，北京版的節能激勵政策率先落地，明確提出對電視機、冰箱、洗衣機等9類產品進行節能減排財政補貼。作為北京節能激勵政策的首批中標單位，北京國美積極推動節能補貼活動，在全城所有門店設立節能補貼專區，為消費者購買節能產品開闢綠色通道。

2016年6月，國美宣佈在全國各家門店同步啟動高能效家電產品消費補貼，推出豐富的節能產品，其中節能品牌超過50個、型號達2,000個以上，補貼高達金額人民幣1.5億元，滿足了消費者購買節能家電的需求。

六、所獲環保獎項

「中國綠效企業－最佳典範獎」

2013年11月28日，由聯合國和國際節能環保協會等組織共同舉辦的第六屆世界環保（經濟與環境）大會在北京召開。其中，國美憑借在綠色低碳、可持續發展等方面的優異表現，榮獲了本屆國際碳金獎單項獎－「中國綠效企業－最佳典範獎」。



榮獲「中國綠效企業－最佳典範獎」

「國際碳金獎」之「創新價值獎」

2017年1月13日，由世界環保（經濟與環境）大會組委會主辦的「2016綠色低碳發展變革力領導者年會」在北京舉行。憑借在可持續發展方面的突出貢獻，國美成功摘得「國際碳金獎」之「創新價值獎」。



榮獲「國際碳金獎」之「創新價值獎」

社會，僱傭及勞工常規

工作環境願景

本集團一直視人才為企業第一寶貴資源，不僅積極從外界招募優秀人才，更注重對自有員工的大力培養，此外，本集團致力於創造良好的工作環境，營造和諧友愛的工作與生活氛圍，關注員工的身心健康與長期發展，追求企業價值最大化與員工價值最大化的同步實現。

和諧溫暖的工作環境讓員工找到了濃濃的集體歸屬感，成熟的人才發展通道激勵了員工澎湃的工作熱情。陽光透明的溝通機制既保證了員工與本集團之間的順暢交流，加深了彼此間的相互信任，同時也讓本集團收獲了更多寶貴的員工反饋意見。未來，國美計

劃對員工開展更為完善的全方位培訓，鼓勵員工的創新思維，真正使員工成為國美的第一財富。

B1僱傭

一、平等人才引進

本集團在人才招募與錄用方面，一貫堅持公平原則，堅決杜絕各種種族、性別、籍貫、年齡、懷孕與殘疾等方面的歧視現象。在員工晉升與培訓上，所有員工一視同仁，根據員工的能力、質素及工作表現進行提拔晉升。所有員工的薪酬、福利及假期均嚴格遵循法律規定與本集團制度，平等對待每一位員工。

本集團員工的基本狀況

	2014年	2015年	2016年
員工人數	42,839	42,015	43,013
男女比例	1:1.06	1:1.07	1:1.06
少數民族員工比例	5.9%	3.2%	3.4%
殘障員工比例	0.7%	0.6%	0.7%

社會，僱傭及勞工常規

2016年本集團員工基本狀況

按性別分類

性別	僱員總數	佔比	平均僱員流失比率
男	20,848	48.5%	4.2%
女	22,165	51.5%	3.9%
總計	43,013	100.0%	4.0%

按年齡分類

年齡	僱員總數	佔比
25歲以下	3,955	9.2%
25-35歲	21,788	50.7%
35-45歲	12,700	29.5%
45歲以上	4,570	10.6%
總計	43,013	100.0%

按僱傭類型分類

僱傭類型	僱員總數	佔比
長期僱員	42,389	98.6%
實習生	130	0.3%
臨時僱員	494	1.1%
總計	43,013	100.0%

按地區分類

區域	僱員總數	佔比
集團總部 ¹	1,765	4.1%
東北大區 ²	3,835	8.9%
華北大區 ³	10,751	25.0%
華東大區 ⁴	10,647	24.8%
華南大區 ⁵	8,215	19.1%
西部大區 ⁶	7,800	18.1%
總計	43,013	100.0%

註釋：

- 1 集團總部設於北京
- 2 東北大區主要包括吉林、瀋陽、內蒙、大連等地區
- 3 華北大區主要包括北京、河北、河南、山東等地區
- 4 華東大區主要包括上海、浙江、江西、武漢等地區
- 5 華南大區主要包括深圳、廣州、福州、南寧等地區
- 6 西部大區主要包括陝西、甘肅、青海、新疆等地區

社會，僱傭及勞工常規

二、員工福利

購股權計劃

為使高級管理人員的個人利益與企業的長期發展更緊密地結合在一起，激勵高管人員努力達成本集團的目標同時實現個人價值，本集團在高級管理人員範圍內實施「購股權計劃」。總部總監級以上，分公司總經理以上級別的高管都在計劃範圍之內。

公私僱制度

為了讓員工共享企業的發展成績，本集團在員工的工資制定上加入了公私僱部分，私僱即個人的績效考核，公僱則與本集團的業績直接相關聯。當本集團在當期取得可喜的成績時，所有員工亦能分享到企業的成果。

五險一金

根據國家社會保障相關規定以及地方法規，員工入職後本集團即為其辦理繳納養老、失業、工傷、醫療、生育等社會保險及住房公積金。

工會組織

為更好地保障員工的權利，本集團積極推進基層工會建設，形成了相對健全的工會組織。

補貼津貼

本集團為員工提供餐費補貼、通訊費、差旅費、交通補貼、取暖費、高溫補貼、防暑降溫費；對因公外派到外地的員工提供異地補貼、特殊地區津貼等。

福利假期

除按國家法律法規提供各種法定節假日、年假、婚假、喪假、產假、工傷假、哺乳假外，本集團充分體現人文關懷，對孕前待產女員工提供特殊休假政策，對孕前產檢的員工提供公假，對於哺乳期內女員工提供愛心哺乳室，對於大量的異地工作員工，一方面因

公外派員工提供每半年度一次的異地探親假，同時報銷探親往返路費。另一方面對路途遙遠返回家鄉處理辦理喪事的員工提供路程假。對有在讀學生的員工提供參加家長會的帶薪公假。

三、與員工溝通

與員工的積極溝通是一個很好的途徑讓國美去了解員工的需求，從而提供適當的幫助並能與員工加深互信。

總經理接待日

2007年起，本集團即設立並開展「總經理接待日」活動，目前已形成本集團的傳統項目和重要的溝通渠道。總經理接待日通過總經理與員工的近距離訪談，及時了解員工的工作及生活情況，掌握企業管理過程中存在的問題，並向員工解釋本集團戰略路線的調整的意義和發展的方向。

員工敬業度調研

本集團每年都會在全員中開展「員工敬業度調查」，並匯總分析數據，撰寫分析報告，呈送相關職能中心與分部領導，有助於了解員工及加強管理。

國美論壇

本集團還提供相應的國美內部論壇，給員工搭建了一個暢所欲言的平台。論壇中設置相應的板塊，對員工進行意見建議的收集，便於及時處理及解決問題。

四、關懷員工

國美一直致力於創建和諧溫暖的企業氛圍，不僅體現在工作環境上的積極營造，更體現在對員工生活需求的密切關注上。

社會，僱傭及勞工常規

國美愛心互助基金

國美愛心互助基金是本集團發起設立的、內部員工自願參與的用於救助困難同仁的互助式企業內部基金。截至2016年底，該基金共資助困難員工208人次，共計人民幣954,800元。

節日禮品

本集團每年春節均為員工發放春節過節費，中秋、端午等節日發放節日禮品，並在每位員工生日之時發放生日禮物。



截至2016年底，國美愛心互助基金共資助困難員工208人次，共計人民幣

954,800元



盛夏酷暑送清爽活動

社會，僱傭及勞工常規

員工活動

為落實「信」文化，提升員工歸屬感，本集團圍繞文體活動、員工關懷、團隊建設等主題積極開展豐富多彩的活動，以豐富員工工作和生活，為員工創造更好的工作體驗。同時，積極推進各種信任雨傘、超市、書屋等文化體驗項目，以推動「信」文化價值導向的落地。

在中秋節、端午節、聖誕節、婦女節等大型節日，本集團都會組織具備節日特色的員工活動並發放節日福利，同時，組織因工作不能與家人團聚的駐店員工進行聚餐等活動，以緩解員工的思鄉之情。



中秋喜樂會



聖誕糖果大派送



社會，僱傭及勞工常規

B2健康與安全

一、職安健

本集團十分重視員工的工作環境營造與心理健康管理，如售後空調安裝工人需要高空作業，存在一定危險系數，為保障員工自身安全，本集團除為員工繳納社會保險外，還為該群體購買商業保險，定期更換勞動工具，組織員工學習工作操作規範，舉辦員工技能大賽，最大程度使員工提高安全意識，避免發生職業危險。遇惡劣天氣（高溫、暴雨、颱風等），本集團會體恤員工，發放津貼或相關福利品，同時修訂工作安排或要求，幫助員工應對突發事件。

此外，本集團為營造愉悅、輕鬆的工作氛圍，不定期開展各項文體活動，緩解員工工作壓力。每年，本集團均投入大量人力、物力、時間和費用來開展上述工作。

二、工作與生活平衡

為了使員工在工作與生活得到平衡，國美通過組織藝術團、俱樂部等方式讓員工放下手上工作參與活動，釋放壓力。

國美藝術團

國美藝術團是本集團企業文化建設的一個特色和亮點，嘗試通過藝術呈現文化，將國美文化「演出來」！藝術團不僅為本集團年會提供高質量的節目，而且在門店開展動員演出，激發了員工的工作熱情，很好的服務了門店經營。

高管俱樂部

面對挑戰，術業有專攻、良好的人際關係和健康的體魄都不可或缺。該項目成員由總部所有總監級及以上人員組成，通過定期組織活動，讓高管們能夠增強跨部門的溝通，同時擁有健康的體魄及充沛的精力。



國美高管俱樂部國際大道徒步活動

社會，僱傭及勞工常規

關注員工健康

國美於2009年成立健康俱樂部，根據員工需求定期為員工提供運動、健身的場地，組織足球、籃球、趣味運動會、羽毛球、拔河等體育賽事。本集團每周還會向員工免費發放健身券（每人每周兩次機會），鼓勵員工積極參與健身活動，提升員工身體素質，降低員

工亞健康比例。此外，本集團定期組織開展員工免費體檢項目，使員工能夠掌握自身健康狀況，從而有效預防各種疾病的發生，使員工保持身心健康。本集團還組建常態化巡檢小組，對員工辦公環境及秩序進行監督與檢查，為員工提供良好舒適的辦公環境。



國之奔跑，美麗綻放-國美財務體系野鴨湖徒步活動

B3發展及培訓

一、人才引進

校園招聘

本集團從2002年開展「蓄水池」工程以來，每年都會從全國高校招募優秀應屆畢業生加入該工程，作為企

業未來的人才儲備也為年輕人走進社會建立渠道。該工程是專門為蓄水池員工設計具有針對性的職業發展通道和培養計劃，也一直是本集團人才儲備戰略的重要組成部分。

本集團蓄水池工程概況

	2014年	2015年	2016年
招聘員工人數	744	630	657

社會，僱傭及勞工常規

中高端人才引進

等途徑引進具有專業背景的中高端人才。

為配合本集團的業務發展，本集團積極通過社會招聘

本集團引進中高層人才概況

	2014 年	2015 年	2016 年
引進人數	173	299	110

新型人才引進

快速配送進行了組織機構的調整，相關引進員工人數達4,428人。

2016年，本集團加大互聯網IT、金融、物流等領域的人才引進，加快人才轉型。其中，物流體系為實現更

本集團新型人才引進概況

	2014 年	2015 年	2016 年
互聯網技術人員	471	411	451
物流體系人員	4,549	4,323	4,428

二、員工發展

人才是企業發展最為核心的要素。作為中國家電零售行業的領軍企業，本集團始終重視對人才的培養與發展工作。有完善的人才梯隊培養體系，課程體系和兼

職講師體系。與多家優質培訓公司建立了長期合作關係。每年培訓次數逾數萬人次，涉及業務，營運，財務，管理，信息技術等各個方面。培訓時間平均每個月逾數十次。

社會，僱傭及勞工常規

獨創的3L培訓體系

根據家電零售行業的業務需求和崗位特點，本集團獨創了「3L」培訓組合模式，並在此基礎上搭建人才的

發展平台，建立了較為成熟的培訓體系，力求實現人才培養及企業戰略的高度契合。



「3L」培訓組合模型

社會，僱傭及勞工常規

SOL培訓學校

本集團借鑑英國SOL(Store of Learning)培訓模式，並根據自身的特點和需求，在2009年啟動了SOL零售培訓學校的網絡建設。SOL採取「前店後校」模式，前台是正常運營的門店，後台是培訓學校。學員先在後台接受理論的培訓，下課後進入賣場實踐。學員在這裡接觸的是最前沿的實踐與最實用理論的結合，知行合一，快速成長。2016年全國SOL培訓學校總計達到170家，培訓總時長為115,420小時。

2016年全國SOL培訓學校總計達170家，培訓總時長為115,420小時



國美E學院

2009年12月，本集團E學院線上學習考試系統(E-Learning)開始全國推廣。平台整合了考試、測評、調查問卷、電子課件學習、電子圖書、培訓管理、學習檔案、講師管理等各類功能，並構建起14,000餘門的課程體系，包括企業文化課程、管理類課程、企業信息系統(ERP)操作等等。通過打造無時間邊界無地域邊界的學習平台，促進各體系員工任職能力持續提升。國美E學院截至2016年底學習總課時超過1,000萬小時。

截至2016年底，國美E學院的
學習總課時超過

1,000萬小時



行動學習

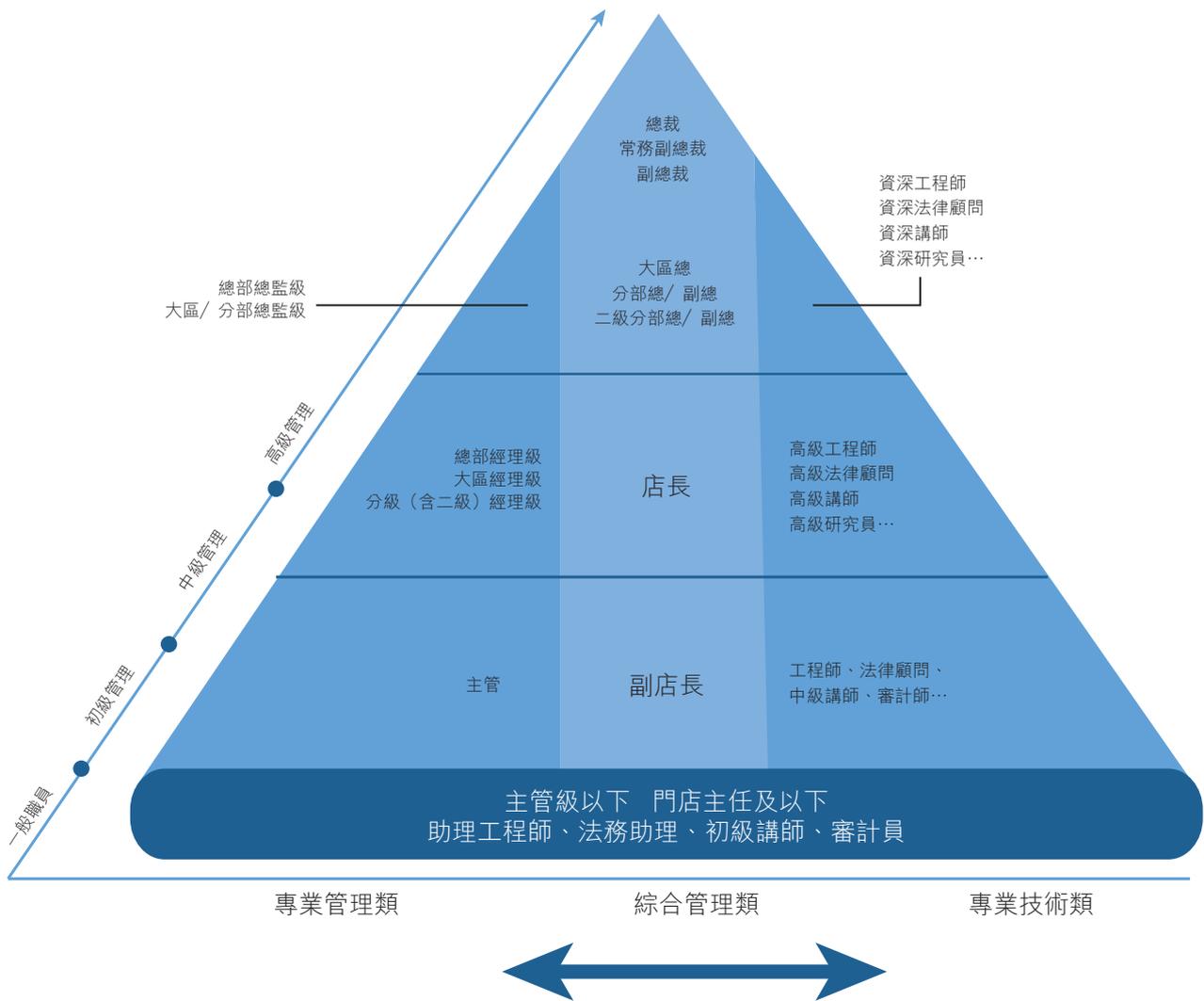
本集團在各個層級推廣行動學習(Action Learning)的工作方法，助力於組織效率的提升。通過行動學習促使全員在行動中思考，在行動中學習，根據問題的需要活用活學、活學活用。

社會，僱傭及勞工常規

成熟的人才發展通道

作為國內連鎖行業的龍頭企業，本集團始終非常關注每個層級關鍵員工的培養與發展，並構建了分層級的梯隊人才培養體系。在基層，「蓄水池工程」為本集團人才提供源頭活水；在中層，「職場加速計劃」、「儲備店長培養」、「領航計劃（店長）」為本集團錘煉和輸送中層儲備人員；在高層，「高管繼任計

劃」為高級管理團隊提供堅實的後備軍；在崗高管還參加「高管EDP研修班」、「名校EMBA」等項目進行深造。通過實施針對性的各類人才發展項目，在為企業搭建健康的人才儲備結構的同時，也進一步提升了各層級員工專業及綜合管理能力，打通員工的職業成長通道，幫助員工發揮個人最大的價值與潛力。



職業發展路徑

社會，僱傭及勞工常規



國美華東大區2016屆蓄水池新動力集訓營



2016年國美總部中層管理人員「職場加速計劃」

社會，僱傭及勞工常規

B4 勞工準則

一、防止童工和強制勞工

本集團嚴格按照國務院令第364號《禁止使用童工規定》禁止用人單位招用不滿16周歲的未成年人。並不定期對人力資源工作進行相關法律法規的培訓，夯實法律知識，加強法律意識，從根本上防範使用童工

的法律隱患。同時嚴格執行《職工帶薪年休假條例》規定，提倡高效工作，鼓勵員工在工作時間內完成任務，不提倡加班。各級管理者有責任合理安排員工工作時間，確因工作需要安排員工加班的嚴格履行加班審批流程，且同一員工每月加班時間不得超過36小時，對工作日及公休日的加班，優先安排員工倒休，堅決杜絕「加班文化」的存在。

本集團工作、休假時間概況

	工齡	2014年	2015年	2016年
員工工作時間／休假時間比例	10年以上	1.869	1.868	1.870
	10年或以下	1.987	1.985	1.986

B5 供應鏈管理

互聯網的快速發展正在改變人們的生活方式和消費習慣。在電子商務的競爭和經濟環境的雙重壓力下，零售行業正在發生劇烈的變化，由傳統的網絡規模優勢正在向客戶流量和鏈接優勢過渡，以供應鏈為支撐的全零售能力，正在成為零售業的主流。2016年，通過對行業發展方向的不斷學習與探索，國美提出了「全渠道、新場景、強鏈接，打造全零售生態圈」的戰略，並通過構建：「娛樂•休閒」、「生活•美食」、「裝修•設計」等多業態相結合的新場景啟發客戶需求，增強與顧客之間的鏈接，形成流量入口，同時通過優質供應鏈選擇高性價比商品，高覆蓋、低成本的物流系統，高黏性的後服務平台，實現客戶價值。這些新的業務與傳統交易業務，以及後台物流及售後平台，構成本集團未來的生態商業模式。

在「全渠道、新場景、強鏈接，打造全零售生態圈」的戰略指導下，國美以創新的思維引導行業變革，大力打造新場景體驗式門店，投資電子商務，在線上線下與各方展開廣泛協同性合作，強化與顧客的超級鏈接，為客戶提供更加滿意的消費體驗。在這一戰略的執行過程中，國美將打造一個開放式的供應鏈價值平台，實現與合作夥伴的共同成長，與中小供應商、平台電商、消費者的多方資源共享。

國美的發展與合作夥伴密不可分，只有構建起有效的合作平台，營造有利於自身發展的和諧商業環境，與合作夥伴相互促進、攜手共贏，才能實現企業的可持續發展。

社會，僱傭及勞工常規

2016年本集團供應商概況

區域	供應商總數	佔比
東北大區	1,028	11.5%
華北大區	2,051	22.9%
華東大區	2,196	24.5%
華南大區	1,691	18.9%
西部大區	1,192	13.3%
其他	797	8.9%
總計	8,955	100.0%

一、建立共享的信息系統

與供應商之間建立戰略合作關係離不開信息系統的可靠支持。實時的銷售交易、資源投入使用、暢銷型號貨源、庫存商品結構、產品控制等為各方提供準確的信息，幫助各方及時有效做出正確的判斷。尤其是庫

存信息系統與商品交易和市場信息聯繫密切。有完善的信息系統共享作為支撐平台，能更好的促進各方產品的銷售。

共享信息平台



註釋：

- 1 指與產品銷售有關的信息，如商品在各門店終端銷售的數量、價格、資源使用等。
- 2 指與市場活動相關的信息，比如顧客購買信息、競爭性商品的銷售信息、促銷活動信息等。
- 3 指與庫存相關的信息，如庫存結構、暢銷型號或重點型號庫存情況、商品的發貨信息等。

社會，僱傭及勞工常規

過去幾年，供應商對企業共享信息平台（ECP）的使用率逐年增長，2014年使用率為74.8%，2015年增長到92.5%，自2016年1月1日起啟動全供應商採購訂單確認控制，ECP使用率達到100%。

二、雙方的行動配合

國美與合作夥伴首先通過雙方內部業務流程的制定與對方無縫對接。如國美在與海爾的戰略合作中，國美方專門成立海爾事業部，海爾方專門成立國美經營體等部門專門負責無縫對接工作，使得雙方合作關係進一步加深。同時，雙方還根據消費者需求共同開發設計產品，不定期舉行共同營銷內購會等等，保證雙方及時的溝通與協調。

三、設立激勵措施

適當的激勵措施可以激發並保持對方積極合作的意願。在合作過程中，國美通過建立客觀公正而又合理的評價機制和激勵措施，在各階段達到目標後給與供應商一定的激勵，調動供應商的積極性和主動性。

選位
優先權

訂單
激勵

信息
激勵

四、拒絕「違規」行為

國美確立了以「信」為核心的品牌理念和企業文化，明確界定了違規失信行為，集中體現在弄虛作假、損公肥私、索賄受賄、越權違規、失職懈怠、滋事毀序、罔顧安全和洩露機密八個方面；在與供應商的合作中，國美業務人員一定自覺執行「信」文化，拒絕觸碰違規行為，努力維護與供應商的戰略合作關係。

五、供應鏈社會責任風險管理

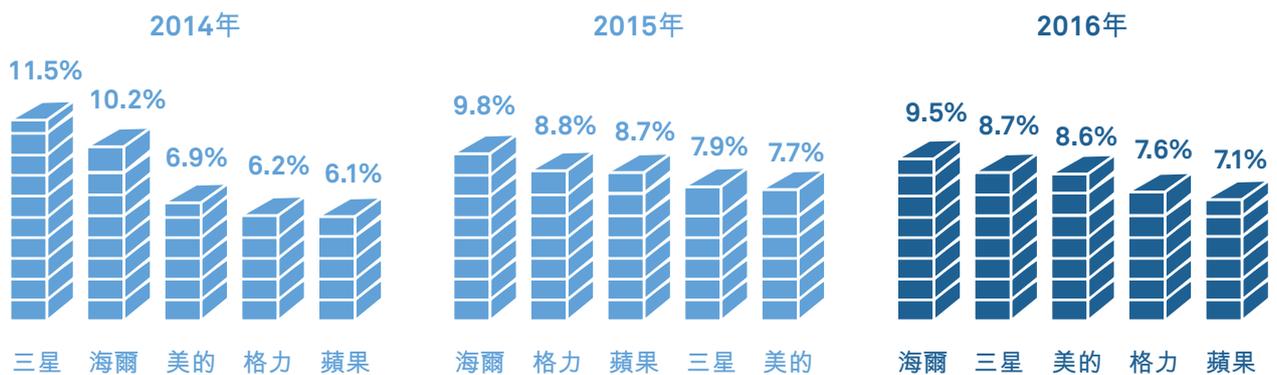
國美根據調研供應鏈實際存在的風險，和不同供應商所提供的產品的社會影響，將供應商劃分為三個等級：高風險、中風險、低風險。根據不同的風險等級，確定不同的應對措施。對於高風險供應商，採取強有力措施，直接與供應商對話，持續監督和改進表現；對於中風險供應商，積極地介入供應鏈管理，並對供應商的社會責任履行情況保持關注；對於低風險供應商，按照企業社會責任標準和制定訂購單的限制性條款執行。

社會，僱傭及勞工常規

同時，國美認為，一個真正履行社會責任的品牌公司，應該給予存在問題的供應商一個可以改進的空間和餘地，並給予必要的資源支持，幫助供應商履行社會責任。如果供應商在適當的時間，多次重複地不能達到行為守則，才能成為解除合作的理由。國美願意提供資源和機會，幫助合作夥伴共同提升社會責任績效。

國美定期與供應商進行溝通，廣泛聽取其意見並盡力解決供應商難題。基於健全的供應商制度以及各方互相支持，利益共贏的合作態度，國美與各供應商一直保持着長期穩定的合作關係。

2014年－2016年國美前五大供應商所佔總採購額比例



社會，僱傭及勞工常規

國美依託線上、線下以及移動端的全渠道、全場景、全品類的優異消費體驗，提升消費者購物體驗，增強與消費群體的鏈接，實現零售效益的增長。2016年，國美憑借開創性的全零售生態圈戰略、前瞻性的家庭生活系統解決方案提供商理念，在第十八屆中國連鎖業會議榮獲CCFA「中國零售創新獎」。同時，國美還活躍在世界零售舞台上，多次受邀參加世界零售大會，成為唯一在2016年世界零售大會獲得「最佳全渠道消費者體驗」大獎的中國企業。



B6產品責任

一、供應商篩選及產品質量控制

供應商及產品篩選

在國美銷售的產品，除了供應商自有的檢驗制度外，均須經過國美嚴格的檢驗，保證在質量和安全性方面達標。

- 與國美合作的所有供應商都是經過中國強制性產品認證制度(China Compulsory Certification)（「3C」）認證的供應商。3C認

證是中國政府為保護消費者人身安全和國家安全、加強產品質量管理、依照法律法規實施的一種產品合格評定制度。另外，國美要求所有的供應商在正式簽約前，都要出具工商三證，包括年檢過的營業執照、稅務登記證及組織機構代碼證。它們分別由工商局，稅務局和質量技術監督局頒發；

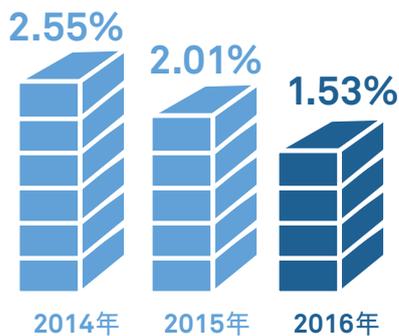
- 國美高度重視節能產品的推廣，鼓勵供應商提供節能產品。

社會，僱傭及勞工常規

產品質量控制

- 為了保障供應商的產品質量，國美要求供應商必須對所提供的每一批產品提供第三方質量檢測報告。質量檢測就是對產品的質量特性進行觀察、測量、試驗，並將結果與規定的質量要求進行比較，以判斷每項質量特性是否符合要求；
- 國美在產品入庫前會再次進行產品的抽樣檢驗。包括對品名、型號、數量等信息的核對；外包裝檢查，看是否出現污損、凹陷等情況；以及外觀質量檢查等；

產品殘次率



國美的產品殘次率呈逐年下降趨勢

- 國美制定了嚴格的抽檢與驗收規定，如果出現包裝破損，或有明顯污漬、變形、受潮、霉變、水浸等現象，將作為不合格產品處理。對入庫商品的配件、附件視同正常商品驗收，嚴格控制質量；
- 若初次抽檢殘次率高於或等於50%，則按照抽檢數量的2倍擴大抽檢範圍，如果抽檢殘次率仍舊高於或等於50%，同型號該批次商品將作為不合格產品處理。

售後延保服務

- 為解除消費者的後顧之憂，國美對旗下所有產品推出延保服務，消費者只需繳納少量的延保費用，即可在延保期限內享受免費維修服務；
- 為了讓延保服務惠及更多的消費者，國美的延保服務不僅涵蓋國美線上線下的所有產品，對於顧客通過其他銷售渠道購買的產品（如其他網絡銷售平台），亦可在國美購買延保服務，享受於本集團購買產品的同等待遇；
- 國美售後延保服務從2012年起步，訂單量逐年增長。

社會，僱傭及勞工常規

投訴處理

針對顧客投訴問題，本集團客服中心要求全員樹立優先解決顧客問題的服務意識，以「先解決顧客心情，再解決顧客問題」為原則，快速跟蹤多方協調，同時確保一日兩次電話聯繫，主動告知進度並妥善安撫。為了升級顧客服務保障，消除顧客後顧之憂，充分滿足顧客「商品需求」和「服務需求」，本集團於全國範圍內推行《無憂購物 九大承諾》的服務。

B7反貪污

一、打造廉潔隊伍

廉潔教育

為打造一支高效廉潔的員工隊伍，國美將廉潔教育培訓貫穿到了員工的入職、晉升、降職、異動等各個環節，並與所有入職員工簽署《國美電器廉潔承諾書》，存入員工人力資源的檔案，作為勞動合同附件。

廉潔制度

國美設立《國美電器員工廉政制度》，根據管理理念及指導思想每年度都予以更新。並在基層各品類小組、門店、分部、大區、總部發起的晨會、業務例會、管理例會、年會上予以日常宣講。

廉政部門

本集團於2002年成立總部監察中心，下設紀檢部和審計部，並於各分部設立分部監察部，全面監督並處理日常運營中所發生的所有違規違紀事宜。

廉政體系

為加強廉潔建設，本集團開通電話、短信、郵箱等舉報綠色通道，設立舉報獎勵制度，制定廉政談話制度、員工廉潔準則、廉政述職報告、廉政責任制、員工紅線管理辦法等等，以全方位的廉政體系保證健康良好的企業風氣。

當本集團員工發生違規違紀行為時，本集團會本着實事求是的原則，對違規違紀情況進行調查、判定，在證據充分、程序合法的前提下，與當事員工進行溝通，而後視員工違規違紀行為的嚴重程度按照本集團相關制度予以處分，同時給予員工申訴的權利。處罰不是目的，而是作為一種教育手段，來幫助本集團員工改進不良行為，實現不斷發展與進步。

社會，僱傭及勞工常規

B8社區投資

社會責任的認真履行和公益活動的積極參與，不僅是國美對社會公眾的主動回饋，也讓國美自身贏得了更多消費者的信賴。近幾年，國美的會員人數持續增加，更多的公眾接受並認可國美的「信」文化。在未來，國美願以更真誠不懈的努力，以更出色的責任履行，成為消費者最放心企業。

國美自創立之初就秉承「以人為本」的發展戰略，30年以來一直在對社會公眾的回饋路上不斷前行與探索。國美深知，要成為一家百年企業，不僅要有成熟的經營理念，更要具備高度的社會責任感。以真實的

努力和行動成為公眾心中可以信賴的社會風向標。為此，國美在社會責任方面做出了長期的戰略規劃並進行了持之不懈的努力。

目前，國美的社會責任履行與公益活動參與主要體現在：帶動社會就業、推動經濟發展、賑災救援、扶持青少年教育、助老扶弱等等。未來，國美會更加積極地探索並創新公益模式，不斷打造公益平台，推動社會公益的發展。



一、帶動社會就業

國美電器每年都會舉行多場面向全國各地大學生的校園招聘會，積極招募應屆畢業生加入國美大家庭，為

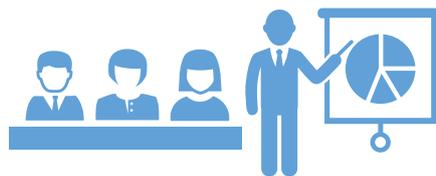
社會不斷創造新的就業機會。同時，國美電器每年都會為退伍軍人、殘疾人士等弱勢群體提供一線式關懷方案，積極推動地方就業。截至2016年，國美直接或間接為188,120人創造就業。

2014年－2016年國美直接或間接推動就業機會



30,203

2014年



24,203

2015年



10,358

2016年

截至2016年，國美直接或間接為

188,120 人創造就業



社會，僱傭及勞工常規

二、推動經濟發展

國美在全國400多個城市擁有1,628家門店，並與物美集團、廣州摩登百貨、武漢國貿等多家百貨公司及超市進行合作，致力於推動各地經濟的不斷發展。同時，為了縮小東西部發展差異，實現中國經濟的均衡

全面發展，中國政府於2000年10月提出了西部大開發戰略。國美積極響應「西部大開發」政策，連續多年在甘肅、新疆、貴州、雲南等偏遠地區積極開設新門店並將物流配送體系延伸至這些地區，截至2016年底，國美共在上述地區建立211家門店，以實際行動支持國家的西部大開發戰略。

截至2016年底國美在西部地區開設門店數量

	蘭州	貴州	昆明	西安	新疆	合計
開設門店數量	20	16	33	109	33	211

社會，僱傭及勞工常規

三、賑災救援

企業的發展是追求自身經濟價值增長的過程，也是不斷滿足將經營成果回饋社會的過程。國美在多年的發展歷程中，不僅實現企業的盈利，而且立身「優秀企業公民」，以承擔社會責任為己任，推動整個社會的可持續發展。國美始終活躍在救災、扶貧的第一線，真正做到了「哪里有需要，哪里就有國美的身影」，積極承擔社會責任。

在2014年8月雲南省昭通市魯甸縣發生的地震災情中，國美在線代表國美向地震災區捐贈人民幣500萬元，並由昆明國美（本公司的一家子公司）物流團隊將50,000瓶礦泉水和50,000盒方便面送至昭通市魯甸縣民政局。同年10月，雲南省普洱市發生6.6級地震。國美在得知災情的第一時間向地震災區捐款人民

幣100萬元，用於災區救援工作，並為普洱市景谷縣的100所學校提供了多媒體電器設備。

2015年8月，天津港國際物流中心區域內的危險品倉庫發生多次爆炸。事故發生後，天津國美（本公司的一家子公司）物流團隊將2,000個口罩、100箱礦泉水等應急物資安全送抵事故現場，近百名天津國美員工自發前往附近血站義務獻血以解決塘沽血站告急問題。

2016年6月，江蘇省鹽城市阜寧、射陽等地發生龍卷風災害天氣。國美捐資人民幣30萬元，於第一時間送抵災區，保障了災區人民的生活需要。此外，當地全體員工自發組織愛心獻血，為同胞貢獻一份力量，與受災群眾共渡難關。

2014年－2016年國美捐贈金額

	2014年	2015年	2016年
捐贈金額（人民幣千元）	2,850	560	5,020



國美向昭通市魯甸縣運送救災物資

社會，僱傭及勞工常規

2017年3月28日，中國扶貧基金會2016年度捐贈人大會在北京國家會議中心舉行。國美憑借長期以來對扶

貧工作的堅持和投入，國美被評為「2016年度作出傑出貢獻」企業。



國美被評為「2016年度作出傑出貢獻」企業

四、青少年教育

未來空間

國美「未來空間」項目誕生於互聯網開放、協作的理念之下，是國美與中國扶貧基金會聯合成立的改進受災和貧困地區教育環境，關注被救助者成長的公益項目。項目始於2013年，主要是為災區或貧困地區的學

校搭建多媒體互聯網教室，讓孩子們通過網絡了解外面的世界。項目第一期在四川雅安地震後，國美第一時間捐助人民幣400萬元用於災區的救援，並建成了10間「未來空間」多媒體教室，第二期國美向雲南魯甸貧困地區的9所學校捐贈價值人民幣280萬元的電器設備，又建成10間「未來空間」多媒體教室，預計每年將有近3萬名學生受益。

社會，僱傭及勞工常規



國美「未來空間」多媒體教室

在2017年1月11日閉幕的第六屆中國公益節上，國美憑借「未來空間」公益項目以及紀錄片《大山的孩

子》，榮獲「2016年度公益踐行獎」及「2016年度公益映像獎」。



國美榮獲「2016年度公益踐行獎」及「2016年度公益映像獎」

社會，僱傭及勞工常規

未來基金

2016年12月22日，國美與中國扶貧基金會共同宣佈成立「國美未來基金」。該項目將致力於打造人人可公益的平台，實現公益事業的可持續發展。基金將用

於山區災區學校多媒體教室的建設和災區孩子教育與生活的救助。國美希望通過「國美未來基金」項目建立一座與貧困地區孩子溝通聯繫的橋梁，讓社會的愛心力量能夠幫助到真正需要幫助的人群。



「國美未來基金」啟動儀式

五、助老扶弱

志願兒女

我國已經步入老齡化社會，養老問題日益嚴重，據權威數據統計，2050年空巢老人的數量將達到4,900萬以上。2014年春節前夕，國美啟動「志願兒女」關愛空巢老人專項，旨在關愛空巢老人、獨居老人，並將

此項目作為國美公益長期執行項目。

2014年9月，國美「志願兒女」項目聯合北京義工聯盟、前門街道大江社區一起舉辦了「志願兒女『銀鈴夢想，微笑前門』中秋游園會」活動。來自大江社區的100多位老人住戶與志願兒女們齊聚一堂，共度中秋。

社會，僱傭及勞工常規



「志願兒女『銀鈴夢想，微笑前門』中秋游園會」活動現場

2016年1月，重慶國美（本公司的一家子公司）發起了「年•在一起—志願兒女」活動，招募會員及愛心

人士加入志願兒女團隊，探訪空巢老人，倡導社會常思反哺之心，常懷感恩之義。



國美「年•在一起」志願兒女關愛空巢老人活動

社會，僱傭及勞工常規

「老吾老以及人之老」，國美一直關注空巢老人、孤寡老人的助養問題，國美通過「志願兒女」項目形成了覆蓋全國400多個城市、1,628家門店的關愛空巢老人網絡，打造了業內公益事業體系範本。

「我們養羊吧」

2014年4月至次年1月，國美秉持「授人以魚，不如授人以漁」的理念，聯合成都電視台、邛崃高何鎮政府，開展「我們養羊吧」大型公益項目，向高何鎮災民捐助人民幣10萬元養羊基金，並認購50頭羊捐贈給災民，幫助震區重建災後生活。



國美「我們養羊吧」公益項目

「美麗中國 暖心行動」

身為城市的美容師，環衛工人為城市整潔做出了重要貢獻。近幾年，關於「關注環衛工人」的提案不斷出現在兩會上，引發社會各界的討論和對這一群體的關注。國美多年來一直熱心公益，關注社會各階層群體

的生活，以企業之力帶動全社會尊重和理解環衛工人的辛勤勞動，通過公益活動讓需要幫助的群體得到來自國美和社會各界的關愛。國美依託1,628家門店為環衛工人提供休息處、飲水區、熱飯服務等，為環衛工人送去溫暖。

社會，僱傭及勞工常規

為了保障環衛工人的生活質量，2016年2月，國美發起「美麗中國 暖心行動」公益活動，幫助環衛工人實現春節的「微心願」，再由國美為環衛工人送上家

電。國美給予環衛工人實質性的幫助，帶給他們持續的、無斷點的關愛。



「美麗中國 暖心行動」活動，國美為環衛工人發放家電

六、其他公益活動

除了賑災救援、青少年教育、助老扶弱等公益活動，國美不斷拓展公益邊界，廣泛整合社會各界力量，開展形式多樣、種類豐富、內容多彩的公益活動，讓更多人享受到國美提供的服務、幫助和福利。

2014年4月，北京國美聯合新京報、新途網及其它家裝企業共同發起「預見未來的家•尋找北京保障房業主」公益活動。北京國美為北京保障房業主援助人民幣50萬元置業基金，與家裝企業一同為保障房業主提

供家裝設計、裝修、家居、家電等一站式服務。

2015年4月，北京國美啟動「愛心惠民」公益活動，共捐助人民幣25萬元物資，對北京房山區30家養老院及福利機構捐贈30台洗衣機，同時向4,930戶低保家庭和4,800名優撫對象，每戶發放面值人民幣1,000元的愛心惠民券。

2016年1月，國美在「2016明星慈善盛典」上，為貧困山區希望小學捐款人民幣36萬元，支持貧困山區的教育事業。