



股份代號: 493

GOME RETAIL HOLDINGS LIMITED

國美零售控股有限公司 \*

(於百慕達註冊成立之有限公司)

2019

環境、社會及管治報告



\* 僅供識別

# 目錄



引言 .....	1	供應鏈願景 .....	19
環境保護願景 .....	2	B5 供應鏈管理 .....	19
A1 排放物 .....	2	一、甄選供應商 .....	19
A2、A3 資源使用 .....	2	二、信息共享 .....	19
一、節約能源 .....	2	三、搭建供應鏈數據平台 .....	20
二、綠色銷售及回收 .....	5	B6 產品責任 .....	20
三、支持環境保護活動 .....	5	一、產品質量控制 .....	20
四、響應國家政策 .....	6	二、廣告宣傳 .....	21
工作環境願景 .....	7	三、商品標識 .....	21
B1 僱傭 .....	7	四、私隱保障 .....	22
一、平等人才引進 .....	7	五、售後服務 .....	22
二、員工福利 .....	9	六、投訴處理 .....	22
三、與員工溝通 .....	10	廉潔文化願景 .....	23
四、關懷員工 .....	10	B7 反貪污 .....	23
B2 健康與安全 .....	12	一、廉潔教育 .....	23
一、職安健 .....	12	二、廉潔制度 .....	23
二、工作與生活平衡 .....	12	三、廉政部門 .....	23
B3 發展與培訓 .....	13	四、廉政舉措 .....	23
一、人才引進 .....	13	社區參與願景 .....	24
二、員工發展 .....	14	B8 社區投資 .....	24
B4 勞工準則 .....	18	一、帶動社會就業 .....	24
一、防止童工、強制勞工 .....	18	二、推動經濟發展 .....	25
		三、青少年教育 .....	26
		四、助老扶弱 .....	27

# 國美零售控股有限公司

## 2019年環境、社會及管治報告

### 引言

國美零售控股有限公司(「本公司」)於2004年7月在香港聯交所上市(股份代號：493)(連同其附屬公司，下稱(「國美」或「本集團」))。國美1987年於中國成立，從事電器及消費電子產品的零售業務，是中國領先的電器及消費電子產品零售連鎖企業。

國美作為家電零售企業的代表，本身肩負著促消費、保民生的使命，在全新的消費趨勢下，零售企業更應該加快零售基礎設施的迭代，在可持續發展的基礎上，挖掘中國的消費潛力，推動中國經濟長期穩定、高質量的發展。

2019年，國美積極響應國家號召，圍繞綠色消費理念，持續深化「家•生活」戰略，加速線上線下融合，促進新型消費並轉化為製造業的新動能，帶動家電產業提質升級，繼續向以「家」為核心的整體方案提供商，服務解決商和供應鏈輸出商轉型。國美在原有「信」文化的基礎上，繼續深化及正向引導企業核心價值觀，在供給端和需求端同時發力，全方位促進企業的可持續發展。

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



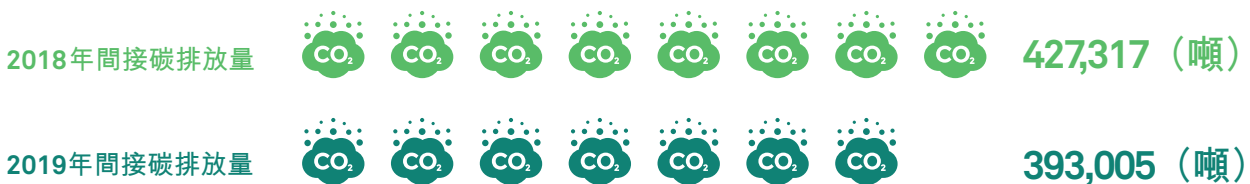
## 環境保護願景

企業的發展與環境保護共存共榮。國美作為中國零售企業代表，始終堅持可持續發展，在節能環保方面踐行著社會責任。從採購、運營、銷售的各個環節都執行嚴格的環保標準，致力於建設全產業鏈的綠色生態體系。

## 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線上銷售網絡。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（如電力和汽油）間接產生排放物，下面的章節會詳細列示。

### 本集團間接碳排放量



## A2、A3 資源使用

國美依托著專業化的節能運營體系，一方面深度鏈接上下游企業，進行銷售數據和生產數據配對，把市場上的產品需求信息發送到工廠形成定制，實現產品的有效供給，引導環保生產和環保消費。另一方面，國美積極參與環境保護工作，從自身做起，推進綠色環保的持續發展。

### 一、 節約能源

#### 節約用電

國美在經營過程中對電的使用進行了嚴格的控制，一方面降低電費成本，另一方面節省能源的消耗，2019年主要採取了以下措施：

- 推廣節能型電器產品，推廣綠色照明產品和技術；
- 進行門店節能改造，採用自然光源，使用節能燈具；
- 杜絕不必要的白晝燈和長明燈，加強日常用電管理；
- 辦公室減少用電並關閉不使用設備。

## 環境



在門店耗電量方面，2019年本集團耗電總量約為545,307,000千瓦時。

本集團耗電量	2018年	2019年	變化
電費(人民幣元)	614,986,000	<b>567,120,000</b>	(7.8%)
用電量(千瓦時)	591,333,000	<b>545,307,000</b>	(7.8%)
月均單店用電量(千瓦時)	23,222	<b>17,464</b>	(24.8%)

### 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，在節約用水成本的同時也控制了能源的消耗，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、門店面積大小及衛生間數量進行定額控制；
- 加強日常巡查，嚴防冒、跑、滴、漏水現象發生。

2019年，本集團的總用水量約為3,076,000立方米。此外，本集團在求取適用水源上沒有重大的問題。

本集團用水量	2018年	2019年	變化
水費(人民幣元)	11,273,000	<b>10,395,000</b>	(7.8%)
用水量(立方米)	3,335,000	<b>3,076,000</b>	(7.8%)
月均單店用水量(立方米)	131	<b>98</b>	(25.2%)

## 環境



### 節約用紙及綠色辦公

本集團持續推行無紙化運作，保護環境。隨著產品電子說明書、電子保修卡的推行，以及日常經營管理中辦公用品的管控，電子文件傳遞的推行，大量減少了用紙數量和廢紙的產生。

### 倉儲物流管理

2019年，本集團通過技術及大數據賦能，大力開發供應鏈系統，穩步提升人、倉、配送資源利用效率，同時滿足了客戶多樣性需求。本集團利用覆蓋全國的「七大平行倉」，縮短了配送距離；以技術賦能，引入AGV智能搬運機器人自動揀貨，有效提升了配送效率。通過一系列的整合，本集團的配送網絡佈局進一步得到完善。截至2019年底，本集團已有倉儲面積達到3,000,000平方米，全國倉庫數量達到2,186個，覆蓋全國92%的城市及超過40,000個鄉鎮地區。同時本集團利用中心倉和門店倉互相配合，可提供周邊商圈3-5公里範圍內「2小時極速送達」服務。

本集團運用信息系統對送貨的運輸路線進行合理佈局與規劃，通過縮短整體的運輸路線，有效利用車輛，提高車輛裝載率等措施，降低無效行駛，實現節能減排的目標。此外，本集團還進一步提升車輛運行效率，將老舊、高能耗車輛替換成低排放車輛。

本集團汽油用量	2018年	2019年
汽油費(人民幣元)	148,153,000	<b>128,478,000</b>
耗油量(公升)	20,955,000	<b>18,922,000</b>

### 包裝物料

本集團的業務主要是銷售產品，並非製造產品，因此本集團並沒有統計所銷售產品的包裝物料數據。

## 環境



### 二、 綠色銷售及回收

#### 綠色銷售

國美積極響應國家政策，聯合全球優質家電品牌滿足用戶消費需求，以節能環保、綠色健康等多維度作為選品策略，全面提升消費體驗。持續通過技術能力、供應鏈及服務優勢，滿足不斷升級的消費需求和中國家庭對品質生活、美好生活的嚮往。

#### 產品回收

本集團的「國美管家」服務目前已實現與國家指定拆解企業或收舊企業合作，保證廢舊家電回收全部進入有資質的分解企業。本集團還免費為消費者提供回收服務，確保將消費者交付的舊電器直接轉入拆解處理環節。「國美管家」服務利用自身的服務平台，做好相關回收管理條例的宣傳和推進工作，進一步提高全民在環保方面的認知與意識。

2019年，國美的家電回收服務已覆蓋全國全部省會級城市，超過70%的二至四級城市，超過80%的區縣級地區，實現各品類廢棄電器電子產品的回收近30萬單。

### 三、 支持環境保護活動

國美一直致力於節能降耗、環保減排等方面的工作，並聯合眾多品牌，大力倡導節能低碳的社會風尚，加快構建綠色產業鏈。

2019年，國美聯手世界自然基金會參與「聯合國環境日」，推廣環境保護綠色消費、綠色處理壽盡廢舊電子產品等活動。此外，國美還與北京節能環保中心一同傳遞綠色消費理念，在門店中設置豐富的節能物料展示以及客戶服務專櫃，積極開展節能產品推廣活動。在引導消費者購買節能環保商品方面，國美聯手海爾、格力、美的等知名優質品牌，共同推行一、二級能效產品，從生產到零售，樹立節能行業標準。

國美在「全國節能宣傳週」期間，聯合國家節能中心等相關單位共同推出「節能大富翁」遊戲，通過遊戲的方式讓消費者學習節能知識。

此外，國美聯合阿拉善SEE開啟「地球寶貝」環保公益項目，以推動人與自然的可持續發展為願景，遵循生態效益、經濟效益和社會效益三者統一的價值觀。通過在門店及社區舉辦環保活動的方式助力西北地區垃圾處理、土地污染、荒漠化等環境問題，積極承擔更多的環境責任和社會責任。

# 環境



## 四、 響應國家政策

### 以舊換新

2019年，國家連續出台各項消費激勵政策力促「以舊換新」，與此同時，各地方政府也相繼出台相應政策刺激消費，推進家電「以舊換新」及「節能補貼」政策，對家電市場發展起到強力拉動作用。

2019年，國美聯合各大品牌商一起助力消費升級，在全國開展「以舊換新」活動，基本涉及所有家電品類和數碼3C品類。用戶可以選擇通過國美線下門店、國美APP、國美美店、國美管家微信公眾號四種不同方式完成「以舊換新」補貼服務預約，一站式實現了舊家電的換新。

### 節能補貼

2019年，中國政府印發了《進一步優化供給推動消費平穩增長促進形成強大國內市場的實施方案（2019年）》。明確提出支持綠色、智能家電銷售和促進家電產品更新換代。

在新一輪「節能補貼」政策指導下，國美憑藉多年的供應鏈積澱，以及華南及北京地區家電節能補貼新政策的實踐經驗，把更多綠色、智能家電推廣到全國家庭，尤其是要讓三至六線城市的消費者享受「節能補貼」和「以舊換新」雙重優惠。



家電以舊換新及節能補貼活動



# 社會，僱傭 及勞工常規



## 工作環境願景

人才是企業發展最為核心的要素，國美一直視人才為企業的寶貴資源，不僅僅積極從外界招募優秀人才，也注重對自有員工的大力的培養，注重為員工創造良好的工作環境，提供平等的發展機會。此外，國美對員工的培養及生活方面的關愛是無微不至的，為員工提供有幸福感的氛圍，關注員工身心健康，以同步實現企業價值與員工價值最大化為目標。

和諧溫暖的工作氛圍讓員工體會到了強烈的集體歸屬感，科學多元的人才發展通道激勵了員工積極的工作熱情，透明的溝通機制保證了員工與公司的順暢交流，加深了彼此的相互信任，更讓企業收獲了眾多寶貴反饋意見。因此，國美會一直關注員工的需求，進

行有針對性的培訓，鼓勵員工積極創新，促進員工個人的發展，使員工真正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，堅持公平、公正、公開原則，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。對於聘用的員工，按照公司規則統一進行培訓，根據員工的能力、素質及工作表現進行提拔晉升。對表現未達標的員工進行再培訓，而培訓後仍未達標的進行調崗或辭退，並按國家相關規定給予合理賠償(如有)。所有員工的薪酬、福利、工時及假期均嚴格遵循相關的法律規定與公司制度，不產生歧視，平等對待每一位員工。

本集團員工的基本狀況	2018年	2019年
員工人數	42,269	<b>34,001</b>
男女比例	1:1.08	<b>1:1.08</b>
少數民族員工比例	4.1%	<b>4.5%</b>
殘障員工比例	0.3%	<b>0.9%</b>

# 社會，僱傭 及勞工常規



## 按僱傭類型分類

僱傭類型	2018年		2019年	
	僱員總數	佔比	僱員總數	佔比
長期僱員	41,753	98.8%	<b>33,556</b>	<b>98.7%</b>
實習生	314	0.7%	<b>412</b>	<b>1.2%</b>
臨時僱員	202	0.5%	<b>33</b>	<b>0.1%</b>
總計	42,269	100.0%	<b>34,001</b>	<b>100.0%</b>

## 按性別分類

性別	2018年			2019年		
	僱員總數	佔比	月均流失比率	僱員總數	佔比	月均流失比率 (附註1)
男	20,357	48.2%	2.2%	<b>16,319</b>	<b>48.0%</b>	<b>3.2%</b>
女	21,912	51.8%	2.2%	<b>17,682</b>	<b>52.0%</b>	<b>3.0%</b>
總計	42,269	100.0%	2.2%	<b>34,001</b>	<b>100.0%</b>	<b>3.1%</b>

## 按年齡分類

年齡	2018年			2019年		
	僱員總數	佔比	月均流失比率	僱員總數	佔比	月均流失比率 (附註1)
25歲以下	4,027	9.5%	3.7%	<b>2,791</b>	<b>8.2%</b>	<b>4.6%</b>
25-35歲	18,361	43.4%	2.9%	<b>14,291</b>	<b>42.0%</b>	<b>3.4%</b>
35-45歲	14,320	33.9%	1.3%	<b>12,528</b>	<b>36.9%</b>	<b>2.3%</b>
45歲以上	5,561	13.2%	1.1%	<b>4,391</b>	<b>12.9%</b>	<b>2.7%</b>
總計	42,269	100.0%	2.2%	<b>34,001</b>	<b>100.0%</b>	<b>3.1%</b>

# 社會，僱傭 及勞工常規



## 按地區分類

區域 (附註2)	2018年			2019年		
	僱員總數	佔比	月均流失比率	僱員總數	佔比	月均流失比率 (附註1)
集團總部	8,749	20.7%	1.9%	<b>6,921</b>	<b>20.4%</b>	<b>2.8%</b>
東北地區	2,565	6.1%	2.2%	<b>2,130</b>	<b>6.3%</b>	<b>2.7%</b>
華北地區	8,952	21.2%	2.3%	<b>7,847</b>	<b>23.1%</b>	<b>3.2%</b>
華東地區	8,871	21.0%	2.1%	<b>6,100</b>	<b>17.9%</b>	<b>3.4%</b>
華南地區	6,087	14.4%	2.1%	<b>5,394</b>	<b>15.8%</b>	<b>3.1%</b>
西部地區	7,045	16.6%	1.8%	<b>5,609</b>	<b>16.5%</b>	<b>3.1%</b>
總計	42,269	100.0%	2.2%	<b>34,001</b>	<b>100.0%</b>	<b>3.1%</b>

附註1：月均流失比率=離職人數/(離職人員+ 僱員總數)/12

附註2：本集團總部設於北京

東北地區主要包括吉林、瀋陽、內蒙、大連等地區

華北地區主要包括北京、河北、河南、山東等地區

華東地區主要包括上海、浙江、江西、武漢等地區

華南地區主要包括深圳、廣州、福州、南寧等地區

西部地區主要包括陝西、甘肅、青海、新疆等地區

## 二、 員工福利

### 股份獎勵計劃

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公司目標，實現個人價值，本集團在高級管理人員範圍內實施「受限制股份獎勵計劃」。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，約佔高管總人數的30%。

### 法定福利

依據國家社會保障相關規定以及地方法規，本集團一直為員工繳納養老、失業、工傷、醫療、生育等社會保險及住房公積金。並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、哺乳假等。

## 社會，僱傭 及勞工常規



### 其他福利

本集團關懷員工的身體健康，為員工提供健康檢查費，防暑降溫費，加班餐費，交通費等相關福利。為豐富員工的工作與生活，提供了節日活動費，生日活動費，並組織了各種文娛體育活動。此外，還給予門店駐店員工生活物資採買，為部分高管人員提供專用車輛配置福利和交通補貼福利，並為解決異地調動人員住房及生活等問題提供福利補貼。

### 三、 與員工溝通

為了讓員工感受到企業的關懷，激發員工的工作積極性，創造更多的價值，本集團搭建了與員工直接交流的平台，讓員工與公司之間順暢交流，也讓本集團更了解員工的意見與需求。

#### 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。通過管理層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，並向員工解釋公司戰略路線的規劃和發展方向。

#### 員工職業發展調研

本集團每年都會在關鍵崗位員工中開展「員工職業發展調研」，並匯總分析數據，撰寫分析報告，呈送相關職能中心與分部管理人員審閱，同時根據員工發展意願，制定詳實的、具有可操作性的職業發展計劃，並推動落實。

### 綠色通道

本集團為員工搭建了內部溝通渠道，使本集團與員工，員工與員工之間能夠更好的進行信息交流，加速信息的傳遞與共享，使員工更了解本集團的情況，也便於員工反饋意見與想法。

### 四、 關懷員工

本集團關懷員工並持續不斷地改善員工的工作環境及生活質量，降低員工由於工作壓力帶來的焦慮和無助，有利於提高員工的積極性，歸屬感和忠誠度。

#### 國美愛心互助基金

國美愛心互助基金是本集團發起設立及由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。於2019年期間，該基金共資助困難員工178人次，共計人民幣953,000元（2018年：203人次，人民幣1,057,000元）。

#### 員工活動

為落實「信」文化，提升員工敬業度，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，豐富員工工作和生活，為員工創造更好的工作體驗。在各大節日，本集團舉辦具備節日特色的員工活動並發放節日福利。在每位員工生日之時發放生日禮物，用集體的溫暖緩解員工的思鄉之情。

# 社會，僱傭 及勞工常規



員工活動

# 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擁有安全、高效、合適的工作環境，同時重視員工的健康及福祉。為提供安全的工作環境及符合國家相關的規定，本集團除了對工作環境及時進行巡查，還為員工購買了相應的保險，並定期組織職業安全健康培訓，宣傳與推廣安全文化。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

平衡的工作和生活能為本集團和員工帶來雙贏的局面，員工從而可以更飽滿的熱情投入到工作中去。為此，本集團組織了藝術團、俱樂部、健身房等常規活動並鼓勵員工積極參與、豐富員工生活。

#### 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，通過藝術表演呈現和推廣國美的企業文化。藝術團不僅為本集團各項大小活動提供高質量的節目，更鼓勵員工參與演出，激發了員工的工作熱情，增加對本集團的歸屬感。

#### 高管俱樂部

高管俱樂部由總部所有總監級及以上人員組成，通過定期組織活動提升高管的專業技能，增強跨部門的溝通，提升人際關係以及增強個人的體魄。

#### 關注員工健康

本集團於2009年成立健康俱樂部，定期為員工組織各種活動，提升員工的身體素質，並定期為員工做體檢。此外，本集團還定期安排宣講健康知識，提高了員工對健康的意識。

# 社會，僱傭 及勞工常規



## B3發展與培訓

### 一、 人才引進

#### 校園招聘

本集團從2002年起開展「蓄水池」工程，每年均會在全國高校展開校園宣講會，會有來自各高校的優秀畢業生參與其中。該項目是本集團重要的梯隊培養項目之一，為尋求、培養、使用人才提供基礎保障。

本集團「蓄水池」工程概況	2018年	2019年
招聘員工人數	346	<b>569</b>

#### 中高端人才引進

為配合各項戰略的實施，本集團積極通過社會招聘引進具有專業背景的中高端人才。

本集團引進中高端人才概況	2018年	2019年
引進員工人數	383	<b>49</b>

#### 新型人才引進

近幾年，本集團根據戰略規劃，加大了互聯網IT及物流等領域的人才引進，使本集團更適應時代的發展。

本集團新型人才引進概況	2018年	2019年
互聯網技術人員	361	<b>204</b>
物流體系人員	3,826	<b>200</b>

# 社會，僱傭 及勞工常規

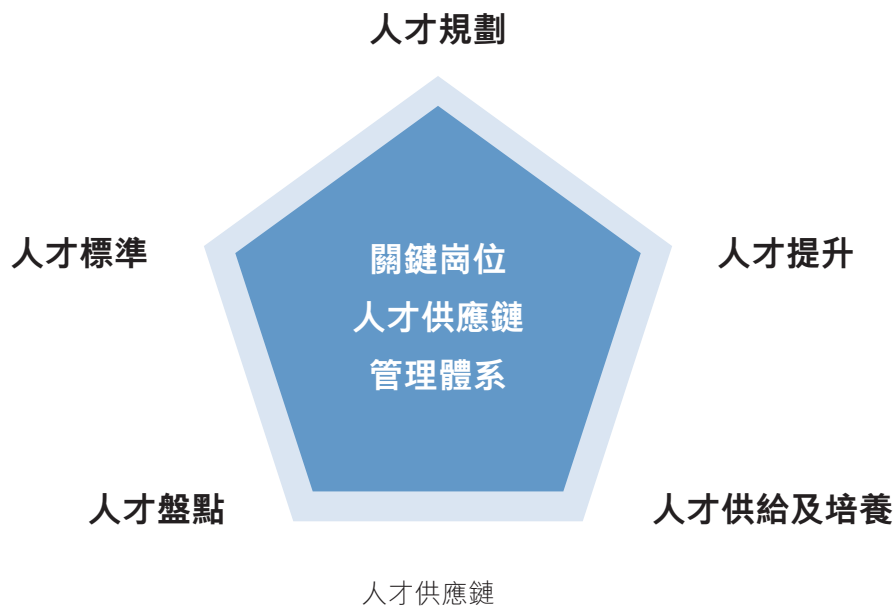


## 二、 員工發展

2019年，本集團人力資源中心以「建立培訓學習體系，塑造戰鬥型組織氛圍」的培養策略，重點夯實關鍵崗位人才供應鏈，並積極培養終端員工的學習能力和工作技能，全力支持本集團「家•生活」戰略的轉型及發展。

### 夯實關鍵崗位人才供應鏈

本集團以提升經營業績、培養未來各級管理團隊為目標，加強關鍵崗位人才供應與培養的機制建設，全面更新了涵蓋各階層管理人員勝任力標準，並優化了關鍵崗位人才的選拔、培養、儲備、任命、淘汰等流程，形成關鍵崗位人才供應鏈。





# 社會，僱傭 及勞工常規



## 培養終端員工學習能力

針對門店店長及銷售團隊等核心崗位，本集團通過「終端門店星級導購」、「誰與爭鋒」、「店長技能大賽」及「TOP銷售服務案例分享」等培養項目，重點提升前線員工在客戶經營、資源整合、社群營銷等方面的能力，助力經營及銷售業績的提升。



國美學習發展地圖

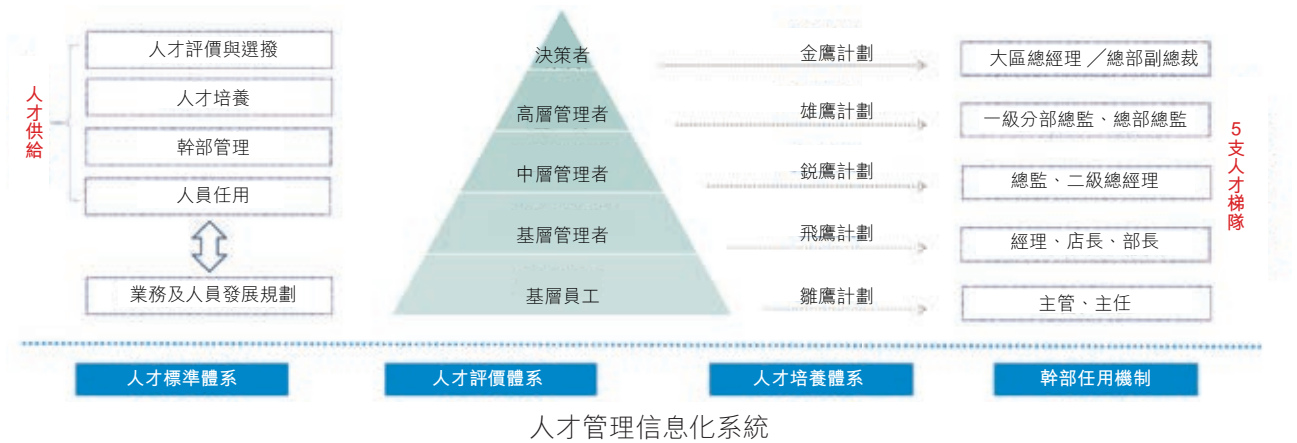
# 社會，僱傭 及勞工常規



## 通過日常培訓提升工作技能

**線上培養：**「美E學」是本集團共享的線上知識平台，一方面提供包含通用技能、基礎領導力及相關專業知識等內容，滿足員工日常碎片化學習的需要；另一方面通過開放學習平台，形成知識共享、經驗分享的學習氛圍。

**線下培養：**「新人攻略」及「蓄水池訓練營」項目提供了工作基本技能及職業化思維，使新員工能快速融入新環境。「大咖來了」大講堂邀請了外部知名培訓師分享經驗，開拓了員工的視野。而「鷹」計劃是為滿足各層級關鍵崗位人才梯隊培養而建立的培訓項目。



「領導力十二小時」之情商領導培訓

# 社會，僱傭 及勞工常規



「大咖來了」大講堂



2019年「新人攻略」新員工培訓

# 社會，僱傭 及勞工常規



## B4 勞工準則

### 一、 防止童工、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。各級管理人員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	2018年	2019年
員工工作時間／休假時間比例	10年以上	1.916	<b>1.936</b>
	10年以下	2.090	<b>2.037</b>

# 社會，僱傭 及勞工常規



## 供應鏈願景

自發佈「家•生活」戰略以來，國美快速從家電零售商向「家•生活」整體方案提供商、服務解決商和供應鏈輸出商轉型，以家電、家裝、家居、家服務為觸點，實現與用戶全方位深度交互。同時，依托供應鏈優勢和IoT物聯網技術，全面佈局智能家電、智能家居等領域，為用戶提供更深度的「智慧家庭整體解決方案」。

在運營的過程當中，國美在一方面嚴格篩選供應商、其產品及服務，保證銷售產品和服務的質量，另一方面鼓勵供應商提供綠色產品，為節能減排出一份力。

## B5 供應鏈管理

### 一、 甄選供應商

本集團遵循公開、公平及透明的準則，甄選供應商及服務商，而且建立了供應商評核制度，評核供應商在價格、品質、成本、貨運及售後服務等各方面的表現。本集團會與符合資格的供應商保持長期合作。此外，本集團還推行長期監察制度，確保供應商能持續向本集團供應最優質的貨品和服務。

本集團供應商概況 區域	2018年		2019年	
	供應商總數	佔比	供應商總數	佔比
東北大區	1,255	13.0%	<b>1,218</b>	<b>11.8%</b>
華北大區	2,695	28.0%	<b>2,473</b>	<b>23.9%</b>
華東大區	2,111	21.9%	<b>2,115</b>	<b>20.4%</b>
華南大區	1,686	17.5%	<b>1,773</b>	<b>17.1%</b>
西部大區	1,563	16.2%	<b>2,180</b>	<b>21.1%</b>
其他	331	3.4%	<b>593</b>	<b>5.7%</b>
總計	9,641	100.0%	<b>10,352</b>	<b>100.0%</b>

### 二、 信息共享

國美經過30多年的發展沉澱，擁有豐富的SKU和深厚的廠商戰略合作關係。國美與各供應商聯手以領先的技術、創新的模式、優質的服務，共同攻堅，實現信息互通、資源共投、利益共享，最終實現市場和口碑的雙贏。

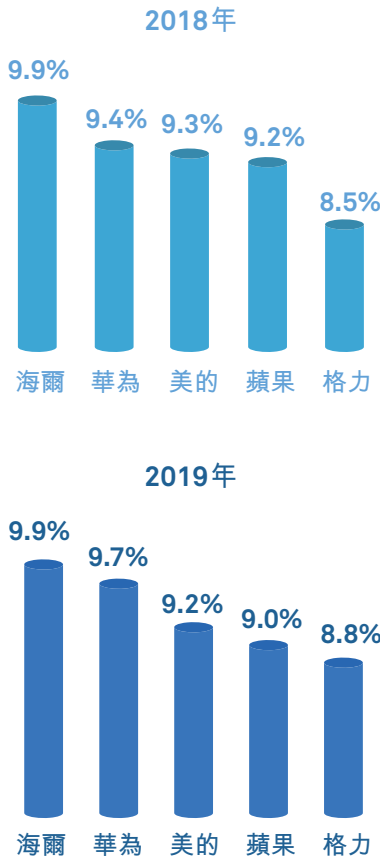
# 社會，僱傭及勞工常規



## 三、 搭建供應鏈數據平台

國美憑藉30多年積累的强大供應鏈管理能力，搭建了供應鏈數據平台，實現銷售、採購、庫存、價格、調撥、配送的全流程可視化；實現每日自動更新、多維度、全鏈條數據跟蹤，驅動提升績效。以智能分析和監控結果數據，實現動態經營決策。

### 本集團前五大供應商所佔總採購比例



## B6 產品責任

### 一、 產品質量控制

《中華人民共和國產品質量法》規定了銷售者的產品質量責任和義務，銷售者應當建立並執行進貨檢查驗收制度，驗明產品合格證明和其他標識；銷售者應當採取措施，保持銷售產品的質量；銷售者不得銷售國家明令淘汰並停止銷售的產品和失效、變質的產品；銷售者銷售的產品的標識應當符合本法第二十七條的規定。

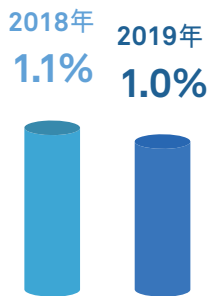
為符合國家規定，嚴格把控供應商的產品質量，國美要求供應商提供第三方質量檢測報告，旨在將產品的質量特性進行觀察、測量、試驗，並將結果與規定的質量要求進行比較，以判斷是否符合要求。

產品入庫前，國美制定了嚴格的抽檢與驗收規定，對品名、型號、數量等信息進行核對。針對包裝，如果出現破損、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，嚴格把守質量關。同時，國美執行增倍抽檢規定，若初次抽檢殘次率高於指定比例，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指定比例，該批次同型號商品將作為不合格產品處理，退還給供應商。

# 社會，僱傭 及勞工常規



## 殘次品率



## 二、廣告宣傳

廣告中對商品的性能、功能、產地、用途、質量、成分、價格、生產者、有效期限、銷售狀況、曾獲榮譽等信息，或者服務的內涵、提供者、形式、質量、價格、銷售狀況、曾獲榮譽等信息，以及與商品或者服務相關的允諾等信息與實際情況不符，對購買行為有實質性影響的，欺騙和誤導消費者的，構成虛假廣告，應依照《中華人民共和國廣告法》的規定追究法律責任。

本集團嚴格遵守本法規定，絕不發佈虛假廣告，欺騙、誤導消費者，依法保障購買商品或者接受服務的消費者的合法權益，並制定嚴格的廣告宣傳制度進行監督。

## 三、商品標識

根據《中華人民共和國產品質量法》第二十七條規定，產品或者其包裝上的標識必須真實，並符合下列要求：1) 有產品質量檢驗合格證明；2) 有中文標明的產品名稱、生產廠名和廠址；3) 根據產品的特點和使用要求，需要標明產品規格、等級、所含主要成份的名稱和含量的，用中文相應予以標明；4) 需要事先讓消費者知曉的，應當在外包裝上標明，或者預先向消費者提供有關資料；5) 限期使用的產品，應當在顯著位置清晰地標明生產日期和安全使用期或者失效日期；6) 使用不當，容易造成產品本身損壞或者可能危及人身、財產安全的產品，應當有警示標志或者中文警示說明。

此外，在中國境內生產、銷售的家用電器，其標識的標注應當遵守《產品標識標注規定》。本集團嚴格遵守相關產品標識規定，建立並執行進貨檢查驗收制度，驗明產品合格證明。

## 社會，僱傭 及勞工常規



### 四、 私隱保障

《中華人民共和國消費者權益保護法》對消費者個人信息的法律保護進行了規定，規定經營者在收集消費者個人信息中的義務，要求經營者不得隨意洩露以及買賣消費者的個人信息，在消費者的個人信息遭到侵害後，應及時採取補救措施，同時，在未取得同意的情况下，不得向消費者隨意發送商業信息。隨著電子商務的發展，消費者信息安全保障更為重要，本集團在維護消費者信息安全方面，嚴格遵守相關法律規定。

### 五、 售後服務

針對線上線下的共融互通，本集團制定了《服務質量標準手冊》，並配套制定培訓方案保障實施，真正做到讓客戶無憂購物。

本集團的「國美管家」打造服務產品化，橫向在「購買商品－送貨安裝－家電維修－清洗保養－以舊換新－再次購買」的家電全生命週期的各項服務方面拓展；縱向在每項服務中進行深度挖掘細緻管理，對每項服務制定嚴格的標準，提升客戶服務體驗，讓客戶更加放心、省心。

### 六、 投訴處理

國美客服中心繼續圍繞「家·生活」戰略，不斷加強服務的質量，為客戶積極答疑解惑、解決難題。國美始終堅持以客戶為中心，通過制定《客服中心管理手冊》，對客訴管理與解決時效等問題進行了嚴格的管理，以保障顧客的訴求得到及時快速的解決。



「2019年度客戶口碑最佳客戶聯絡中心」



## 社會，僱傭 及勞工常規



### 廉潔文化願景

國美相信，廉政文化是「信」文化的重要核心部分，誠信、廉潔的文化氛圍更是公司持續健康發展的重要組成部分。廉政從業，紅線管理是全體國美人開展工作的基礎，既是職業道德的要求，也是全體國美人的責任和義務。

### B7反貪污

#### 一、 廉潔教育

為加強廉政建設，保障公司廉潔風氣，提高員工廉潔從業意識，國美將廉潔教育培訓貫穿到了員工的入職、晉升、降職、調崗等各個環節，並根據國家相關法規的規定制定公司制度，與所有管理人員簽署《國美電器廉潔承諾書》，對受賄、敲詐、舞弊、洗黑錢等等違反道德的行為做了嚴格的規定並計入員工檔案，作為勞動合同附件。

#### 二、 廉潔制度

國美設立《國美電器員工廉政制度》，並定期在各門店、分部、大區、總部發起的晨會、業務例會、管理例會、年會上予以宣講。同時，根據公司戰略、管理理念的調整，每年度都予以補充及更新。

### 三、 廉政部門

本集團於2002年成立總部監察中心，下設紀檢室、審計室、督導室，同時設立執行機構，全面監督並處理公司日常運營中所發生的所有違規違紀事宜。

### 四、 廉政舉措

為加強廉潔建設，本集團開通電話、郵箱、短信等舉報綠色通道，設立舉報獎勵制度、制定廉政談話制度、廉政述職報告、廉政責任制、員工紅線管理規定等等，以全方位的廉潔措施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，本集團會本著實事求是的原則，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。本集團相信，處罰並不是目的，而是作為一種教育方式，使本集團員工的不良行為獲得改善。

## 社會，僱傭 及勞工常規



### 社區參與願景

多年來，國美始終堅持公益初心，用實際行動踐行企業公民的社會責任。未來，國美將繼續積極參與公益扶貧工作，利用自身品牌資源優勢，打造開放的公益生態系統，鏈接各公益機構，推進公益事業前行，讓億萬家庭都能享受到「國美、家美、生活美」的核心內涵。

### B8社區投資

#### 一、 帶動社會就業

扶貧先扶智，國美打造「創業扶貧」可複製樣板項目，加強電商品牌和人才的孵化與培育。一方面與重點扶持的貧困縣建立合作關係，為當地貧困群眾舉辦電商扶貧培訓。另一方面，與當地職業技術學院合作，將電商納入課程體系，再通過實習實踐課程的安排，為貧困地區的電商發展輸送人才。國美組建了以高管團隊作為領隊的金牌講師團隊，將電商運營的實際操作經驗全方位傳授給學員。目前，國美聯合河北省赤城縣商務局（赤城縣是國家級貧困縣，也是全國電子商務進農村示範縣）、赤城縣職業技術學校、河南鄭州職業技術學院等舉辦了五期電商科技扶貧培訓班。

國美還利用遍佈全國的1,000多家縣域店，幫助貧困地區貧困戶實現就業。目前已吸納100餘名貧困人員成為國美加盟店的員工，同時傳授銷售技巧和專業知識，極大的提高了貧困人員的收入，實現了就業扶貧。

# 社會，僱傭 及勞工常規



## 二、 推動經濟發展

近幾年，國美通過其在全國700多個城市的2,600多家門店，不斷推動各地經濟的發展。國美在一二線城市佈局線上線下融合的大型綜合體驗店，為用戶提供智能化「家·生活」整體解決方案。此外，看到鄉、鎮、農村市場消費需求有所提升，國美在三至六線城市持續擴張縣域店，引入更多綠色、智能家電產品。

國美運用「合夥人」加盟模式拓展縣域級市場，向加盟店提供資金、供應鏈、管理、系統及營銷各方面的支持，快速實現縣域市場的覆蓋。這樣的佈局成果也是顯而易見的，截至2019年底，國美累計新開縣域店1,026家（2018年：513家），縣域店GMV同比增長約61%，銷售佔比也從2018年的4.06%增長至2019年的7.07%，提升了3.01個百分點。

此外，國美積極響應「西部大開發」政策，連續多年在貴州、雲南、甘肅、陝西及新疆等偏遠地區開設新的門店並將物流配送服務延伸到這些區域，截止2019年12月底，在上述區域共建立345家門店（2018年：272家）。

本集團西部地區開設門店數量	2018年	2019年
貴州	20	<b>26</b>
雲南	38	<b>38</b>
甘肅	38	<b>56</b>
陝西	133	<b>176</b>
新疆	43	<b>49</b>
總計	272	<b>345</b>

# 社會，僱傭 及勞工常規



## 三、 青少年教育

### 未來空間

自2013年發起以來，國美「未來空間」公益項目不斷迭代優化。圍繞「未來空間」公益項目，國美建立了「1+N公益幫扶體系」，以國美公益平台為核心，推出了「國美未來基金」、「互動體驗會」、「為愛益起行」、「有買有善」等N個公益活動，多維度、全方位發揮公益的聚合、協同效應，助力國美「未來空間」可持續發展。

### 青少年安全教育實踐基地

2019年9月，國美攜手中華志願者協會文化藝術委員會及青少年安全防衛中心聯合發起《青少年安全救助基地》公益共建活動。通過本集團與社會組織深入合作，將專業的青少年安全救助體系，延伸到社會各個層面。在全社會營造出「關愛青少年群體，呵護平安成長」的良好社會氛圍。未來，國美將繼續與各方攜手，推動中國青少年安全教育事業的發展，共同關愛青少年平安成長。

### 其他青少年教育項目

日期	事項
2019年4月	西安國美開展天使童畫第八站，主題為「送你一個春天的故事」。
2019年5月	大中電器舉辦「青少年安全防衛公益大講堂」。
2019年7月	河南永樂開展20週年暖心行動，為鄭州市兒童福利院獻愛心，為他們送去了空調，洗衣機，被子，牛奶等愛心物資。



訪問敬老院



天使童畫活動

# 社會，僱傭 及勞工常規



## 四、 助老扶弱

### 助老扶弱活動

日期	事項
2019年5月	西安國美到西安市朝陽敬老院慰問老人，贈送滾筒洗衣機。不僅提供物質上的幫助，還對老人進行心理關懷。
2019年9月	國美再度參與到「99公益日」活動中來，在99公益日活動期間，邀請廣大民眾捐贈愛心包裹，通過捐款或者捐步的方式圓孩子們彩色夢想。

### 所獲獎項

日期	事項	國美所獲獎項
2019年12月	中國扶貧基金會頒發榮譽證書，以獎勵由國美發起的「有買有善」愛心助學公益活動取得的成果。	2019年作出突出貢獻獎
2020年1月	大眾媒體聯袂發起的第九屆中國公益節暨「因為愛」2019致敬盛典。	2019年度責任品牌獎



2019年作出突出貢獻獎