

明源雲

股份代號：0909

明源雲集團控股有限公司

Ming Yuan Cloud Group Holdings Limited

加速地產生態鏈數字化升級



2020

環境、社會與管治報告



環境、社會與管治報告



關於本報告

本報告為明源雲集團控股有限公司（以下簡稱「明源雲」、「集團」或「我們」）發佈的第一份《環境、社會及管治報告》（以下簡稱「本報告」）。本報告秉承重要性、量化、平衡性及一致性的原則，重點披露本年度履行環境、社會及管治（以下簡稱「ESG」）責任的理念、重要進展和成效。

報告範圍

除特定說明，本報告中的政策、聲明、資料等覆蓋明源雲集團控股有限公司的實際業務範圍。報告期為二零二零年一月一日至二零二零年十二月三十一日。本報告以人民幣為貨幣單位。

報告標準

本集團遵循香港聯合交易所有限公司證券主板上市規則附錄二十七闡述的《環境、社會及管治報告指引》（以下簡稱「ESG指引」）編製本報告，確保報告呈現利益相關方所關注的環境、社會及管治議題，內容清晰，具有量化性及比較意義。

ESG 報告原則

本集團回應

重要性	報告應涵蓋反映機構對經濟、環境及社會的顯著影響，或實質上影響利益相關方評估及決定的範疇。	結合本集團發展戰略、行業與業務狀況，並與利益相關方溝通交流，識別當前的重要性議題。
量化	報告有關歷史數據的關鍵績效指標須可予計量，以評估和驗證績效表現。量化資料附帶說明，闡述其目的及影響，並在適當情況下提供比較數據。	本集團已就本年度的關鍵績效指標信息進行量化披露，同時予以文字闡釋，以利益相關方能清晰理解集團整體績效。
平衡性	報告信息應反映報告機構績效的正面性和負面性，以便對整體績效進行合理的評估。	本報告詳盡闡述本集團的工作成果及所面對的挑戰，並披露相關量化信息，以便合理分析和比較。
一致性	報告應使用一致方式披露信息，以利益相關方可分析及評估機構於不同時間的績效。機構應就任何方法的變化作出解釋。	本集團將確保報告的披露範圍與匯報方法每年均能保持大體一致。

資料來源及可靠性聲明

報告中所使用的數據均源於明源雲集團控股有限公司的正式文件、統計報告及相關公開資料，集團董事會（「董事會」）對報告內容的真實性、準確性和完整性負責。

確認與批准

本報告經管理層確認後，於二零二一年三月三十日獲董事會審批通過。

環境、社會與管治報告

集團榮譽

二零二零年八月

由國際專業機構皇家特許測量師學會(RICS)主辦的「世界建築環境論壇(WBEF)中國峰會2020暨RICS中國獎2020頒獎典禮」在上海落幕。RICS在二零二零年度首次設置地產科技創新成就獎，集團從全國20個城市100餘家企業的近200個團隊與項目裡脫穎而出，榮獲年度地產科技創新成就優秀獎。



二零二零年九月

由中國房地產TOP10研究組主辦，中指控股(CIH)、中指研究院承辦的「2020中國房地產品牌價值研究成果發佈會暨第十七屆中國房地產品牌發展高峰論壇」在北京舉行。集團以堅持「加速地產生態鏈數字化升級」的使命，不斷提升服務品質，憑藉深厚的業務綜合實力及良好的市場口碑，榮獲2020中國房地產軟件技術服務優秀品牌。



二零二零年十一月

十一月六日，由國內中高端人才職業發展平台獵聘主辦的2020「非凡僱主」全國巡演首站中南站於珠海開啟。本次活動揭曉了獵聘2020中南地區「非凡僱主」獲獎名單，集團榮獲「2020廣東創新非凡僱主」獎項。



二零二零年十二月

十二月二十日，中經聯盟第十二屆年會在北京達美中心舉辦。集團一舉斬獲「2020中國房地產數字化領軍企業」、「二零二零年度中經聯盟戰略合作夥伴」獎。同時，作為地產生態鏈數字化轉型的專業服務提供商，集團與中經聯盟繼續推動深度合作。



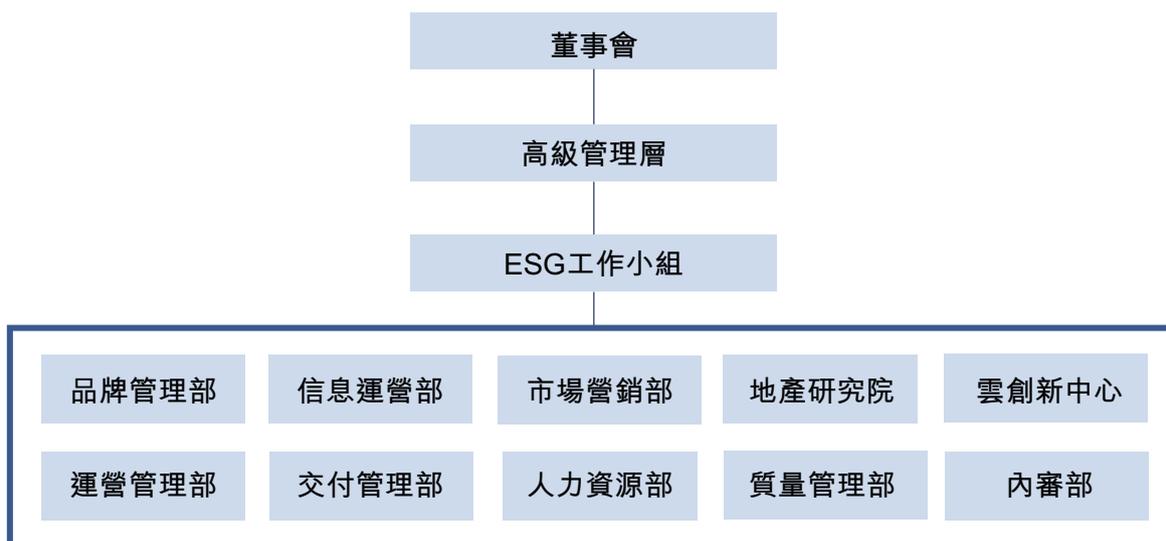
ESG管治

集團積極謀求自身、環境與社會的可持續發展，推動與各方利益相關者的溝通與交流，關注自身發展與環境保護的協調性，重視社會公益，承擔作為企業主體的社會責任，為建設綠色和諧社會貢獻一份力量。



ESG管理責任分工

集團各部門各司其職，承擔ESG管理工作的責任。集團董事會作為ESG工作領導層，承擔環境、社會及管治工作的最高管理職能，負責監督本集團ESG管理策略的修訂與落實，調配資源確保ESG風險管理工作有效運行；同時，董事會及高級管理層討論可持續發展相關議題的風險與機遇，審核ESG工作績效，負責審閱並正式簽批年度ESG報告。集團相關職能部門負責落實ESG策略之下的各項具體工作，安排ESG工作對接人員，監督ESG工作進程，並定期統計相關量化指標及資料，為董事會及管理層審閱ESG管理進展提供信息基礎。



利益相關方溝通

集團關注各方利益相關方的訴求，傾聽利益相關方的心聲，積極搭建溝通交流平台，了解利益相關方對集團運營規劃與未來發展的期望。此外，集團在經營過程中重視與環境、社會的協調發展，用可持續理念奠定良性發展的基石。

利益相關方類別	關注點	溝通與回應
監督管理機構與外部中介機構	<ul style="list-style-type: none"> • 合規經營 • 反貪腐 • 信息披露 • 企業管治水平 • 社會影響 	<ul style="list-style-type: none"> • 信息披露 • 遵守國家法律法規 • 接受調研與監督 • 完善內部制度規範 • 增加溝通渠道
投資者與股東	<ul style="list-style-type: none"> • 信息安全 • 投訴處理 • 負責任營銷 • 供應商管理 • 企業文化 	<ul style="list-style-type: none"> • 提升信息安全管理 • 多樣化投訴渠道 • 加強營銷人員培訓 • 嚴控供應商管理 • 豐富企業文化建設
產品使用者	<ul style="list-style-type: none"> • 產品環境影響 • 產品可靠性 • 隱私保護 • 信息安全 • 服務質量 	<ul style="list-style-type: none"> • 重視產品創新研發 • 優化產品與服務品質 • 加強隱私安全建設 • 關注信息安全建設 • 提升服務品質
員工	<ul style="list-style-type: none"> • 職業安全與健康 • 績效與晉升 • 多元化僱傭 • 員工關懷 	<ul style="list-style-type: none"> • 落實健康安全管理體系 • 清晰的職業晉升機制 • 落實平等文化 • 多樣化員工福利
供應商及合作夥伴	<ul style="list-style-type: none"> • 誠信合作 • 反貪腐 • 公平公正 	<ul style="list-style-type: none"> • 審查與評估 • 打造廉潔供應鏈 • 促進日常溝通
社區	<ul style="list-style-type: none"> • 支持社會公益 	<ul style="list-style-type: none"> • 積極參與疫情捐贈

重要性評估

為深入評估ESG相關議題的重要性，了解利益相關方對本集團年度工作的期望，集團組織開展利益相關方問卷調查，以識別內外部利益相關方關注的ESG議題，從而在本報告中重點加強對相關信息的披露，並對下一年度的工作進行合理規劃。

本年度的重要性評估主要採取以下四個步驟：

識別ESG議題：根據集團現有業務及行業ESG管理要點，綜合選定環境、僱傭、營運、社區四個方面共19項ESG議題。

利益相關方問卷調查：邀請集團管理層、員工、供應商、投資者等利益相關方參與在線問卷調查，收集利益相關方對各項議題的關注程度，根據評分結果了解利益相關方對集團ESG管理工作的建議與期望。

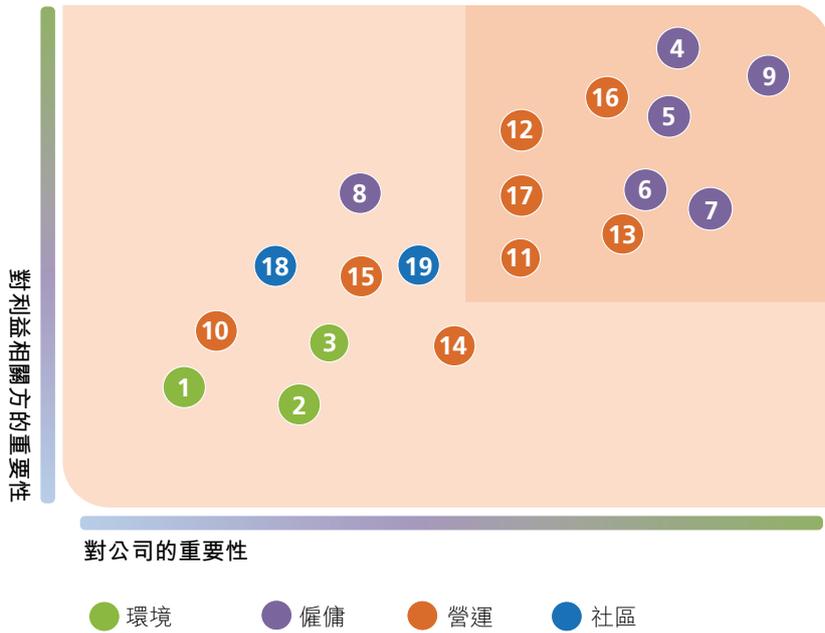
重要性議題排序：根據訪談記錄與問卷調查結果，將ESG議題進行重要性排序，清晰展示各項議題的重要性程度。

編制重要性矩陣：基於ESG議題重要性評估結果編制本年度ESG議題重要性矩陣。



環境、社會與管治報告

本集團二零二零年度ESG重要性議題矩陣及排序如下：



環境、社會與管治報告

環境	1	溫室氣體排放與管理
	2	廢棄物管理
	3	節能降耗
僱傭	4	員工招聘與團隊建設
	5	員工平等與多元化
	6	員工溝通及關懷
	7	健康與安全的工作環境
	8	員工培訓與發展
	9	員工權益保護
營運	10	採購與供應商管理
	11	產品質量保障
	12	產品研發與創新
	13	知識產權管理
	14	服務響應及處理效率
	15	客戶溝通及滿意度
	16	客戶信息與隱私保護
	17	反貪腐管理與培訓
社區	18	公益慈善與社會服務
	19	推動行業進步

* 加粗的議題為重要性議題

通過本年度的重要性評估，僱傭與營運是集團利益相關者最關心的層面，其中員工權益保護、員工招聘與團隊建設、客戶信息與隱私保護三個議題佔據重要的地位。我們深知員工對於集團可持續發展的重要性，因此，在未來工作中，集團將繼續做好僱傭管理與人才發展工作，營造積極向上的工作環境。同時，我們將保持與各方利益相關者的緊密溝通，推進集團ESG方面的有關工作。

加速地產生態鏈數字化升級

本集團是國內領先的地產生態鏈數字化服務商，秉承專業制勝、產品領先戰略和讓用戶成功的經營理念，累計為全國超過6,000家房地產企業提供智能商業解決方案和管理系統。集團與多家地產百強房企攜手，成功推進數字化實踐。我們形成了以企業級PaaS平台—天際開放平台為技術底盤，以ERP解決方案和雲客、雲鏈、雲採購、雲空間等企業級SaaS產品為雙輪驅動的戰略佈局，致力於為地產生態鏈相關企業提供專業服務。集團先後推出的軟件即服務(SaaS)創新業務與天際開放平台成功實現從管理工具到智慧產品的轉型，成為地產行業智能商業的經典案例與風向標。

我們堅持「加速地產生態鏈數字化升級」的使命，持續推進地產數字化研究，以線上直播活動、中國房地產總裁峰會、走進標桿系列活動等為地產企業搭建交流平台，共話地產行業新生態。

智慧產品

軟件即服務(SaaS)業務

明源雲客

集團的明源雲客產品聚焦於營銷領域以及內外協同後的在線化和智能化，向房地產開發商提供營銷全流程的數字化工具，幫助開發商簡化流程、提升效率、降低成本，促進房地產營銷的數字化和智能化。明源雲客以大數據為基礎，結合智能軟硬件等前沿科技，為傳播、渠道、案場、交易等房地產營銷全鏈條多環節，提供多場景智能應用，覆蓋全國30+省市區域，直連企業內部，打造全新一代地產智慧營銷體系。



環境、社會與管治報告

該產品在未來將主攻拓客引流，採用私域流量池、自有渠道拓客，實現雲行銷、行坐銷一體化。同時，集團還將繼續進行精細化管理，並兼顧管控與營銷創新，為房企打造全渠道識別與創新服務，通過一站式交易提升房企營銷能力，降低渠道依賴。



智慧傳播



智慧渠道



智慧案場



智慧交易

明源雲鏈

明源雲鏈作為地產工程建造數字化引領者，致力於通過領先的移動互聯網+大數據技術，讓地產工程建造環節及上下游各方的業務場景在線化。該產品協助保障工程質量、安全文明綠色施工，有效提升建造環節的生產效率及上下游的協同效率；同時，運用領先的大數據算法為房企各業務環節賦能，讓房企的採購更智慧、工程管理更智慧、交付維保更智慧。



展望未來，集團將繼續推進新一代工程信息化解決方案，包括開發工程建造過程的進度計劃、樣板管理、工序驗收等模塊，實現計劃精準落地，進度全程可視；推動變更簽證、付款、結算等環節的在線化管理，嚴格材料管控，避免成本失控；依託大數據防範交付風險，實現從工地開放到產品交付的全流程在線化，從客戶視角提升產品品質，助力完美交付。此外，集團還將推出智慧客服4.0系統，著力增強風險在線管控，實現業主從參觀到入住的全場景在線服務，並增設客戶滿意度在線調研功能，預控客戶風險，助推客戶滿意度提升。

明源雲採購

明源雲採購聚焦於地產供應鏈領域，構建內外協同和數據賦能的平台，協助開發商和供應商實現更高效、更精準的在線連接，降低合作成本，讓地產採購業務變得更簡單、更高效。截至目前，明源雲採購已經實現在全國範圍內對本公司認證的約2,800家房地產開發商與71,000家供應商進行連接，構建交流渠道、拓展商機、提供全方位的解決方案。



未來明源雲採購將繼續探索供方業務場景，開發供方一卡通業務，實現一家供應商與多家開發商之間的招採協同管理。同時，集團逐步推進線下業務線上化，如舉行線上對接會，為供應商與開發商提供在線互動服務。此外，集團還將利用該產品在峰會活動上嘗試新的玩法，賦能線下峰會打造地產供應鏈的品牌高地。

明源雲空間

明源雲空間作為不動產管理數字化領航者，專注為經營性不動產提供資產管理及運營數字化解決方案，覆蓋公寓、商辦、園區、商業、住宅社區等業態。該產品將核心聚焦於資產管理、資產運營、物業管理與客戶服務業務板塊，幫助鏈接企業、企業員工、消費者、業主，沉澱存量數據，驅動存量資產價值新增長。

環境、社會與管治報告



該產品將專注於國有資產保值增值，打造資管中心、租賃中心、物管中心三大中心，支撐國有資產盤清、風險受控、運營增收和物業保值，實現開發商多業態租售一體經營，助力售後返租、運營增收和物業提效。集團還將探索產業園區，軟硬件結合，建設在線化智能的服務平台。

ERP解決方案

集團多年深耕地產行業，依託行業最佳實踐及前沿技術，自主研發明源雲ERP解決方案，提供企業級整體解決方案。該產品聚焦數據和技術優勢，推動地產企業業務標準化與內部管控落地後的在線化和智能化，包括採購、成本、計劃、費用、銷售、經營分析等核心業務模塊，能夠有效提升房企智能化運營和數字化創新能力，打通信息孤島、連接碎片場景、提升管理效能，實現房企業務規模和商業模式的突破。



利潤保障

運營風控

降本增效

精準決策

未來，明源雲ERP解決方案將聚焦核心業務，支持可複製的標準化交付，保證核心場景應用健康度。同時，集團將設計面向企業經營和財務視角的經營分析管理產品方案，打造高層價值呈現、高成熟度、代表行業最佳實踐的企業資源管理業務，加速房企管理提效，持續為行業創造價值。

天際開放平台

天際開放平台沉澱集團20多年地產行業數字化領域的經驗，整合內外部生態資源，為企業打造平台層、業務中台層和應用層的全方位開放能力。平台支持「穩態」和「敏態」的雙模IT特徵，採用雲原生技術，支持微服務、分佈式計算與存儲、容器服務等多種功能，企業不僅能更好地應用集團提供的專業產品，還能在此基礎上開發企業專屬獨立模塊，為個性化發展提供空間。



天際開放平台產品架構



質量管理

集團高度重視質量管理，從產品研發到交付，全流程嚴控細節。於二零二零年度（「本年度」），集團逐步推進質量管理機制執行落地，推動智能質檢上線應用，提高抽檢覆蓋率，主動識別和管控質量風險，致力於為客戶提供優質產品。

產品質量管理

為不斷提升研發效能與質量管控，集團積極落實精益敏捷框架，以價值驅動，通過不斷試錯、學習及聆聽用戶反饋，對產品進行快速迭代優化，交付正確的、用戶需要的產品。

集團質量管理部在產品開發過程中採取的關鍵質量管控舉措如下：

1. 注重內建質量：產品必須通過靜態代碼掃描、代碼交叉審查、單元測試、接口測試與功能測試。
2. 質量策劃和評審審計：對產品研發過程的關鍵活動和成果開展相應的審計，尤其是業務模型、業務方案、技術架構、技術實現方案等關鍵活動。同時，集團針對迭代版本上線會明確發佈標準和質量目標並對結果進行把控。
3. 在線化、自動化協同平台建設：提升提測代碼質量，降低代碼合併或集成的成本，縮短測試準備和執行時間，提升線下測試效率，降低事故發生的可能性。
4. 建立質量洞察機制：建立相關度量儀表板，對質量和效率等數據進行分析洞察，並直連用戶的反饋機制，定期分析發佈生產系統的質量情況，形成質量必進舉措。此外，建立生產事故回溯機制，對生產事故進行追根溯源。

5. 完善質量控制組織：設置獨立的測試與流程改進小組，專注相關領域的持續改進。



集團產品研發流程質量管理

項目進度管理

集團嚴格把控產品項目實施進度，保障項目實施質量，對交付質量一直保持著重要管理。我們在項目實施中始終堅持一個成功等式，即：客戶成功和項目成功=先進的軟件平台+合適的解決方案+成功的實施方法+價值觀。集團有明確的項目實施方法體系來確保交付流程可控，通過在線化的項目賦能系統進行項目管理，設計明確的項目質量管控點，並有效落地。同時，我們會根據不同項目難度，明確不同項目的核心任務清單，平衡項目質量和項目進度，確保項目順利交付。

本年度，集團通過方案訓練營、幹部訓練營、項目訓練營，實現理論與實踐結合的賦能體系落地，並針對骨幹人才進行四次季度輔導，助力人才成長。此外，我們進一步優化複雜項目方法論和場景化交付方法論，提升項目管理的規範性。結合月度業績目標管理，在在線化的進度看板支持下，集團提高了項目進度的計劃可控性，並通過設定在線化的項目質量巡檢平台，關聯項目績效，高效保障項目質量。

環境、社會與管治報告

高質量的項目離不開與客戶的溝通交流。集團始終與客戶保持緊密溝通，著力把握現場服務質量服務能力，對於複雜項目需要兩級相關負責人進行參與交流，並參加立項啟動會、客戶周會等。在項目完成後，集團相關部門員工對客戶進行線上指導及培訓會，包括區域級客戶交流、項目交流、方案推薦、業務交流會、產品參觀等。



與客戶溝通

行業賦能

本集團密切關注地產行業形勢變化，順應宏觀經濟和企業需求，持續推進地產數字化研究，助力房企真正實現數字化轉型。同時，集團地產研究院緊跟地產行業時事熱點，深度解讀國家政策，為房企解行業之困，擁抱新的成長機遇。

行業直播活動

二零二零年，集團地產研究院圍繞地產行業管理人員及相關從業者的核心關注點，通過對行業的持續深度研究，推出多場熱門議題線上直播活動，賦能地產行業的持續發展與成長。本年度，我們共舉行線上直播活動共計21場，最高一場觀看人次超過12萬，覆蓋超過10萬名客戶。集團將持續優化直播形式，形成一套直播活動的標準化流程體系，提升集團的品牌形象。

《疫情對地產行業的影響及房企應對建議》直播活動

二零二零年二月初，地產研究院在疫情下率先策劃及組織明源線上直播課程，創新集團連接客戶的新形式，在以往市場手段無法觸達客戶的情況下，通過在線直播的客戶向行業傳遞熱點專題成果，解決房企面臨的核心困惑，直播在線人數超過12萬人。



《直面疫情挑戰：房企資金風險與應對策略》直播活動

二零二零年二月二十六日，圍繞地產企業董事長和總裁關注的資金風險問題，集團邀請到地產行業的財務領域專家進行了一場專門針對房企董事長和總裁的定向在線分享活動。該活動僅針對受邀企業參與，共363位客戶在線與我們進行了深度的交流和互動。



房企數字化新探索

集團二十多年來一直秉持「科技驅動、產品領先」戰略和「讓用戶成功」的經營理念，通過多樣化的交流方式與國內多家一線房企保持高頻互動與深入合作，累計為全國超過6,000家房地產企業提供智能商業解決方案和管理系統。

領軍房企CIO私享會

二零二零年九月，由明源雲主辦的「領軍房企CIO私享會」在銀川舉辦。20餘家領軍房企管理者們齊聚銀川。業界精英們與華為雲CTO、IDC數字化研究專家們齊聚一堂，從不同視角解讀千億房企數字化轉型的方向、策略與路徑，共話房企數字化轉型的新實踐、新技術、新未來！



私享會現場

明源雲賦能某頭部房企

二零二零年，新冠疫情對該房企的整體運營帶來很大影響，客戶購房模式從線下看盤轉移到線上瀏覽。集團的營銷推廣系統充分利用互聯網手段為該房企提供全新營銷方案。截至二零二零年六月底，該房企通過線上平台達成的交易額佔總銷售的15-16%的水平。

大型房企「智慧營銷數字平台」項目

集團深度賦能的某大型房企的「智慧營銷數字平台」項目一舉獲得二零二零年IDC中國數字化轉型卓越獎—「信息數據領軍者」。該房企通過明源雲客搭建5G線上售樓處，優化渠道在線化管理，保持持續拓客和鎖客。疫情期間，該房企實現二零二零年上半年簽約金額1,016.3億元，同比上升18.73%，最終達到業績逆勢增長。



2020 IDC 中國數字化轉型優秀獎榜單

行業研究報告

集團地產研究院持續進行地產行業熱點研究，於本年度推出了《疫情新挑戰房企新應對》與《地產新挑戰房企新應對數字新未來》兩本行業熱點報告，著重解決疫情下房企的焦慮狀態，為地產行業提供問題解決方案。兩份報告累計總銷量接近2萬冊，多家房企董事長將此作為高管必讀書目。此外，地產研究院還重磅推出《明源地產研究院期刊》，本年度共出版四期，共計70,000+冊，已經成為地產企業中高層管理者關注行業動態的風向標。

集團地產研究院還將在二零二一年重點推進和完成四大研究專題和兩份月報，同時通過存量月報、公眾號文章、專題報告等多種形式持續發力存量地產領域的研究。順應行業形勢和企業需求，數字化專項將成為研究院二零二一年的研究重點。集團地產研究院將深度解讀最新國家政策給地產行業帶來的多維度影響，全面分析企業的應對策略，助力房企更好地生存發展。

環境、社會與管治報告

打造地產生態

集團把「開放、共贏」作為企業發展的重要基石，全面整合產業資源與生態能力，提供一站式解決方案。為適應互聯網和地產行業正在發生的革命性變化，集團圍繞客戶需求和技術創新，與華為、阿里雲等領先公司開放合作，聚焦構築面向未來的智能地產商業服務生態圈，持續為客戶和全社會創造價值。

深圳 • 進而有為 — 華為雲與計算城市峰會2020

二零二零年七月，作為華為雲的重要生態合作夥伴，集團受邀出席「深圳 • 進而有為，華為雲與計算城市峰會2020」盛會，並在會場展示了技術創新驅動下的房地產智慧營銷解決方案，重點向參展嘉賓介紹了口罩人臉識別算法、實時風控、VR帶看等核心產品。



城市峰會現場

行業交流

當前地產行業面臨結構調整、產業優化等諸多挑戰，也迎來信息技術、數字改革等新的機遇。集團圍繞地產經營決策、開放平台與智慧經營等諸多內容為地產企業搭建交流平台，對行業動向進行深度探討，共同交流，共話地產行業新生態。

中國房地產總裁峰會

中國房地產總裁峰會是由明源地產研究院創辦的一場地產總裁年度巔峰盛會，旨在為地產總裁提供一個「純粹、高端、私密」的交流平台，為推動房地產管理創新，持續提升房地產行業整體管理水平而努力。峰會至今已成功舉辦七屆，聚集了4,000多名地產董事長、總裁，40多位行業重量級演講嘉賓曾在峰會上發表了精彩演講。目前，峰會在行業內已經形成了一定勢能和品牌效應，參會企業的數量和質量屢創新高。

第七屆中國房地產總裁峰會

本屆峰會共947人參與，其中房企董事長與總裁佔比達到93%，董事長佔比增漲15%至400人。集團邀請地產行業多位重磅專家上台分享，得到了參會嘉賓的高度認可。



中國房地產總裁峰會

走進標桿系列活動

集團在本年度組織走進標桿活動5場，深度經營近200家房企董事長／總裁。集團地產研究院把標桿房企和中小房企的合作抱團的訴求結合到一起，通過組織該系列活動，為房企賦能。該活動為全國頂尖地產企業創造了見面、交流的機會，為雙方積累人脈和合作資源，互利共贏。



走進標桿活動

鏈接外部平台

集團地產研究院自主連接或推動區域連接商會、協會以及其他地產行業的資源，參與平台活動，實現行業面的覆蓋，分享最新資訊與研究成果，促進共同進步。

環境、社會與管治報告

第三屆城市峰會

集團地產研究院參與二零二零年十二月二十日舉行的中經聯盟董事長沙龍活動第三屆城市峰會。研究院院長向中經聯盟董事長會員發表主題演講，分享明源地產研究院的行業成果，得到了積極的反響。



第三屆城市峰會

信息管理

集團作為國內領先的地產生態鏈數字化服務商，積極推動日常運營業務數字化建設，努力構建集團自身的信息化平台，提高工作效率，為客戶提供最便捷的服務。同時，集團遵守國家法律法規，嚴格把控信息安全管理，落實信息安全體系責任分工，高度重視數據管理和客戶隱私保密工作，維持集團良好聲譽。

業務數字化

二零二零年，集團的數字化戰略目標為推動全業務鏈數字化與在線化，通過數據和知識的沉澱支撐場景化應用，為兩級中台和業務單元全面賦能。本年度主要在3個維度進行實踐，分別為建設數據中台，逐步構建數字化運營體系；夯實從銷售到回款全流程信息化建設；推進遠程辦公。

構建數字化運營體系

本年度，集團對17套核心系統的客戶主數據進行整合，新增客戶業務流轉模塊、落實以簽約客戶為單位的關聯繫統開通工作，並規範記錄客戶信息。同時，藉助天際數據平台構建集團自身的數據中台，完成初版9大類、282個標準數據指標體系梳理，統一數據口徑規則與業務維度標準。在數據應用層面，結合指標庫梳理規範，完成移動端小屏報表優化、新報表提煉、電腦中屏初版業績分析、經營分析標準報表體系的梳理並面向區域發佈。

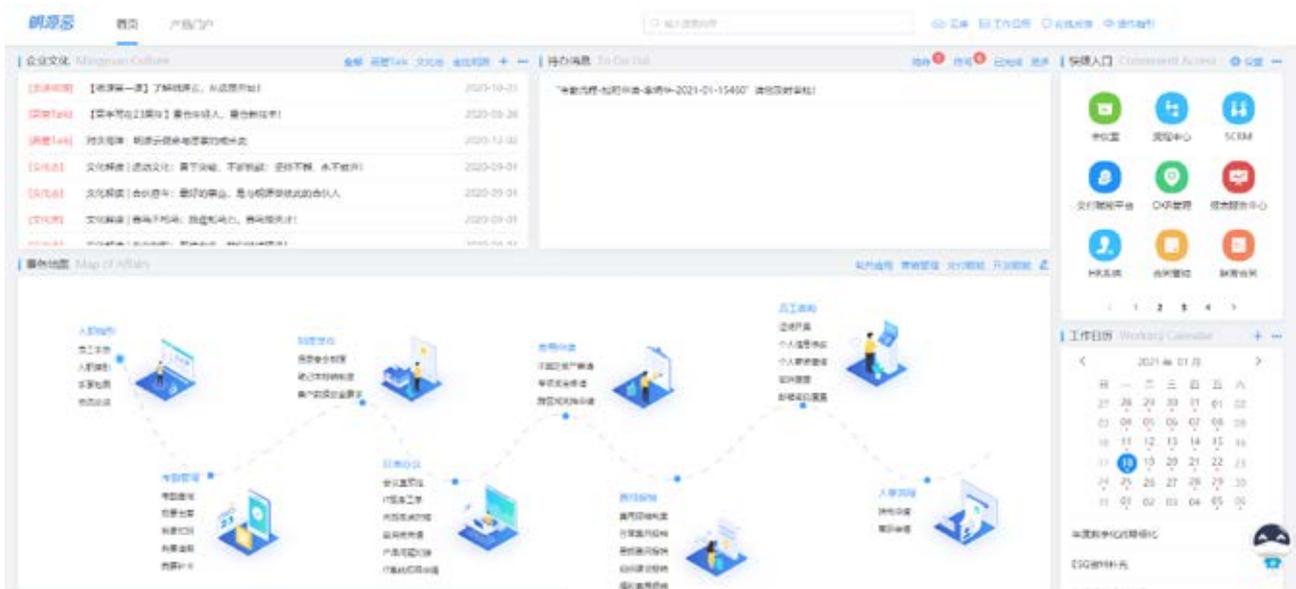
業務全流程信息化建設

本年度，集團積極推動落實業務全流程信息化建設，致力於提升運營效率。在市場到回款環節中，集團重點建設了新老客市場在線流程：新客市場通過官網改版、直播活動、全民營銷小程序工具構建強化在線渠道引流獲客與運營轉化；老客戶市場通過經營規劃閉環在線應用構建，通過年度規劃數據聚合、經營規劃分解、執行穿透回顧，實現老客戶經營在線閉環賦能。在合同到回款環節方面，集團在前端合同部分通過明源雲ERP解決方案合同全流程在線、電子簽章實現區域合同業務提效，同時覆蓋4類場景應用，提升數字化員工人效；在收入端，集團綜合外部披露與內部經營分析訴求，完善收入確認規則，支撐整體收入、軟件即服務(SaaS)業務全額與淨額收入數據實時輸出，建模收入數據預測，結合過程問題推動數據治理。

遠程辦公

集團自二零一六年起，已逐步形成電腦端－企業知識門戶、移動端－企業微信門戶的遠程辦公門戶，分別整合覆蓋了內部日常辦公、費用申請報銷、業務執行等在線應用，集團所有用戶的日程辦公、業務執行與業務協同已通過以上兩個門戶中的各類應用在線進行。本年度，集團夯實優化原有的遠程辦公系統，加強用戶體驗，如聚焦核心崗位群體的在線事務地圖指引等，並全力推廣在線學習知識社區，將內部產品及業務知識的學習交流全部切換為在線模式。集團在第一季度在線進行了產品學習考核的春節大練兵，在線召開年度產品大會，形成不同業務線人員在線交流。

環境、社會與管治報告



遠程辦公系統

受新冠疫情影响，集團重點針對開發團隊升級了雲端、遠程開發模式，從除夕開始制定武深兩地在線遠程辦公方案，春節期間完成設備協調、系統工具部署就位，年初六開始支持雲客團隊遠程開發工作。另外，集團還將之前軟、硬件結合的視頻會議模式升級為以ZOOM、騰訊會議的純軟件模式，結合企業微信應用支撐在線辦公遠程協同，上半年僅ZOOM即發起了3,027次在線會議，有效保障了疫情期間整體業務的連續開展。

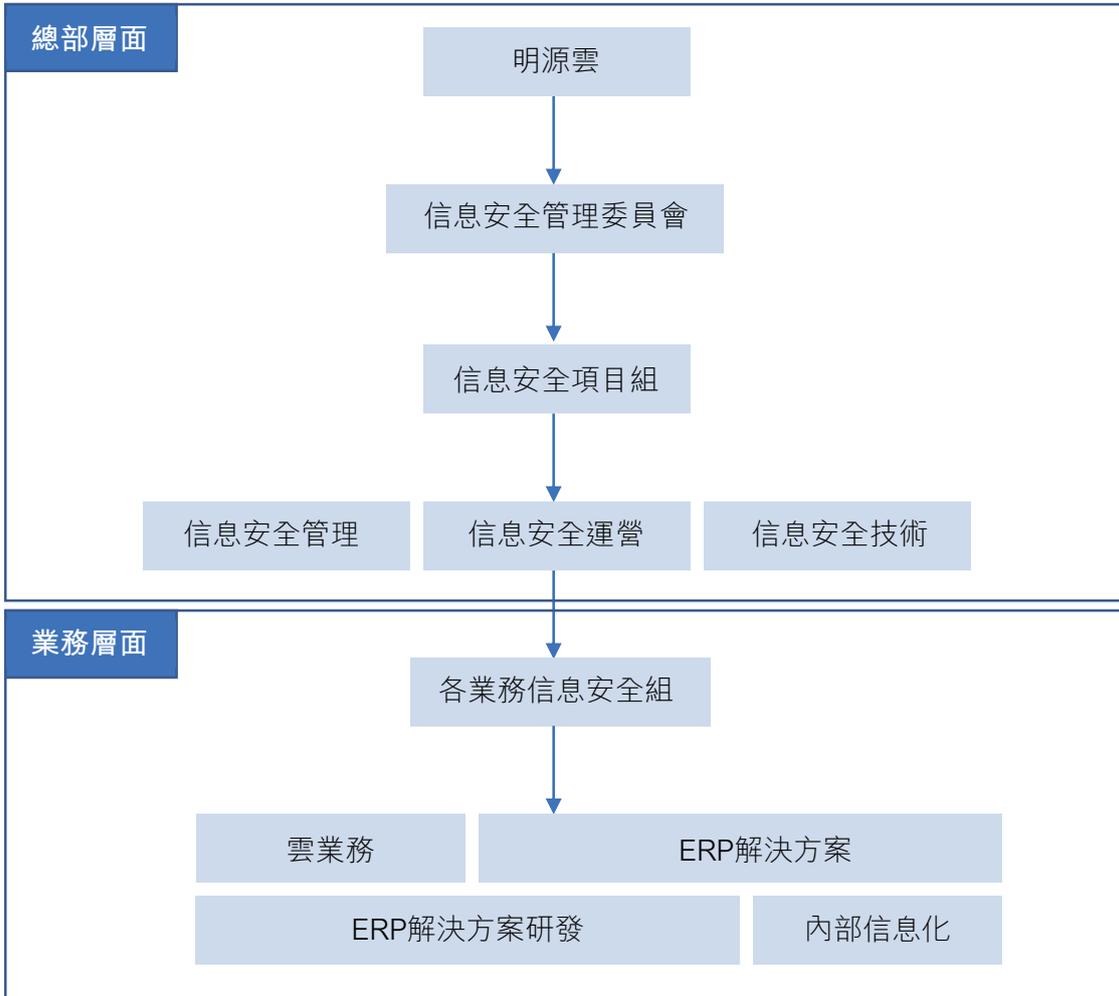
內部信息安全

集團秉承「信息安全是明源雲生命線」的準則，遵循《中華人民共和國網絡安全法》等法律法規，確保敏感數據、服務與研發植入的保密性、完整性與穩定性，詳細制定了安全管理制度，優化頒佈《員工信息安全管理規範3.2》、《明源雲信息安全管理總綱》、《明源雲安全白皮書》，保證信息安全落地有據可依。此外，集團還成立了質量與安全中心，專設安全管理團隊，同時明確各業務團隊作為安全責任主體，對各自安全體系建設與優化進行責任分工。

構建信息安全管理組織

集團搭建了由明源安全管理委員會、信息安全項目組及業務安全小組組成的三級信息安全管治架構，其中：

1. 明源安全管理委員會主要由董事長、CEO、CTO、CIO、各雲業務CEO、安全負責人組成，主要負責制定信息安全策略，信息安全工作管理及調整、安全投入批准。
2. 信息安全項目組則由安全負責人、安全專家、安全專員、各業務安全責任人組成，主要對信息安全制度管理體系進行優化完善，對各雲業務開展安全培訓，構建明源雲安全生態，支持產品安全設計、研發、測試、運維及整改，並負責安全防護與預警、安全監控與分析、安全事件響應與處置等。
3. 業務安全小組有業務技術負責人、業務安全責任人等，主要按照集團信息安全建設規劃和本業務制定的標準開展信息安全日常工作，並定期將集團安全項目小組反饋進展情況。



明源雲安全組織架構與職責分工

數據安全防範體系

集團全面構建數據安全防範體系，從安全合規、數據架構、權限分配、運維管理、人員安全五個方面持續投入，為集團數據安全保駕護航。

1. 安全合規：擁有安全合規認證是衡量一個企業在安全綜合能力和安全投入的重要指標。本年度集團開展多項信息安全認證工作，主要取得的認證有ISO27001認證、CSA_STAR認證和ISO20000認證。同時，集團的雲客、雲鏈、雲空間、雲採購產品獲得雲業務等保三級認證。
2. 數據架構：集團在數據底層技術層對數據訪問、數據存儲、數據刪除、數據防洩露等方面進行控制，保障雲端數據安全可靠。在日常工作中，集團通過使用堡壘機、VPN等方式，提高應用和數據的訪問安全性並定期進行數據安全底線專項審計。
3. 權限分配：集團在數據應用技術層對數據訪問權限進行相互隔離，使相關員工的數據權限按需分配，合理使用，保證信息安全。
4. 運維管理：集團確保每個員工都在安全可控的環境下開展工作，避免為生產環境帶來不確定的安全風險。集團的內部業務系統、各產品生產環境與數據存儲選擇微軟雲、華為雲等具備較高安全性的數據存儲模式並開展數據備份策略，提升數據可靠性，全面接入阿里雲等雲廠商安全產品，對雲端應用進行安全防護。
5. 人員安全：確保信息安全的重要環節是做好人員安全教育工作。集團通過對進行員工安全教育、簽署信息安全協議，讓每一位員工意識到信息安全的底線和應承擔的嚴重法律後果。集團採用線上、線下等方式進行安全教育培訓，特別是針對武深兩地研發團隊、武漢400團隊和運維團隊。同時，結合安全體系建設，集團與深信服等外部安全廠商展開戰略合作，每季度定期對於內部信息安全能力進行外部視角的風險評估，且進行年度安全攻防演練，檢驗安全能力建設水平，各業務安全責任主體定期開展災備演練，當各應用或數據出現異常後，能夠快速恢復應用和數據。

環境、社會與管治報告

集團安全培訓

二零二零年集團分別對雲客、雲鏈、雲空間、雲採購、天際平台、武漢研發中心各部門員工進行了多輪的安全培訓。針對新員工一般採用面對面或遠程視頻的方式開展，針對老員工通過明源雲信息中心、同事吧、明源雲安全社區等多個渠道傳遞。



培訓現場

客戶信息安全

集團要求員工積極學習國家相關法律法規，如《民法典》、《個人信息安全規範》、《App違法違規收集使用個人信息行為認定方法》等，並構建了明源雲安全社區，針對員工的安全培訓開展多輪的面對面安全培訓。為進一步規範信息安全工作，集團要求員工必須簽訂保密協議與信息安全協議。在日常業務工作流程中，集團從創建、存儲、傳輸、訪問、使用、銷毀等環節針對用戶隱私進行安全處理。本年度集團實施的主要措施如下：

1. 服務流程方面，集團嚴格執行隱私保護措施。在前端客戶服務環節，若客戶要求集團服務人員遠程對客戶環境進行問題排查處理，必須由客戶出具正式的操作授權函或授權郵件進行說明。在開發和設置環節，內部到終端安全軟件不保留客戶程序環境和數據庫包括數據文檔，客戶環境開發工作必須通過集團服務器對客戶信息進行模擬或者是由客戶授權數據進行模擬。在終端交付和服務環節，集團員工不得接觸到客戶的信息賬戶和密碼，員工不能代客戶進行操作，替客戶查詢信息需要客戶的書面或者郵件授權，隨後通過臨時個人賬號進行處理。

2. 安全認證方面，集團對雲客、雲鏈、雲空間、雲採購開展了國家等保三級認證和一年一次的安全測評工作，對所有APP增加了隱私政策。此外，集團針對明星產品雲客、雲鏈、雲空間、雲採購還開展了ISO27001和雲安全兩個國際認證三年換證年審工作。
3. 在數據備份方面，集團主要開展了數據安全底線專項安全審計，對所有雲業務的數據進行備份，備份要求都按照公司統一的底線要求進行執行。基於數據備份，雲業務還開展了兩次災備演練，演練結果符合要求。

知識產權保護

知識產權是重要的無形資產，隨著集團規模的發展壯大，對知識產權的重視及保護已成為可持續發展戰略中不可忽視的重要舉措。由於知識產權具有專有性、地域性、時間性等法律特徵，集團根據《中華人民共和國著作法》、《中華人民共和國專利法》等國家有關法律法規規定，制定《知識產權管理及激勵指引》，旨在加強知識產權的保護，規範知識產權管理工作，鼓勵員工發明創造的積極性，促進知識產權成果的推廣應用。

集團設置專職知識產權管理部，負責知識產權的管理工作。各相關業務部門相關負責人審核業務部門的申請，組織和建立知識產權檔案管理，參與簽訂或審核涉及知識產權內容的各類合同、協議，建立知識產權合同檔案，組織員工學習有關知識產權的法律知識，對知識產權的發明人或者設計人的獎勵與報酬。

品質服務用心鑄

集團始終致力於為客戶提供最優質的產品體驗，嚴格遵循《中華人民共和國消費者權益保護法》等相關規定，用心打磨服務品質，洞察客戶需求，跟進產品全流程服務。集團通過提升銷售人員與客服人員自身的知識儲備，落實誠信合規營銷，更高效地對客戶需求進行反饋，並採用多種方式對客戶進行溝通互動，增強客戶對集團產品的信賴。

服務品質提升

集團在本年度全面提升售前服務質量，對員工的銷售能力進行專業化培養，梳理銷售團隊架構，全面下沉銷售網絡，優化銷售流程，積極響應客戶需求，為客戶打造精品服務。

1. 員工培訓：集團通過標準化的營銷訓練營和解決方案訓練營，完成市場銷售人員、解決方案人員的能力和法論的訓練，並且通過提煉典型客戶需求，標桿客戶實踐和解決方案，完成標準化的解決方案套裝，幫助一線員工更好地完成客戶需求洞察及客戶價值挖掘。本年度，集團已基本實現了能力和方案套裝的在線化。
2. 全流程在線化：集團通過專業在線公開課、圈層私享會等方式實現批量客戶的需求洞察，採用專業系統對所有商機和訂單進行全流程在線管理，實現對業績的有效預測。
3. 銷售網絡下沉：集團在現有的省會城市設立經營組織的情況下，進一步向有潛力的城市設立分支機構，更好地貼近客戶，更高效地響應客戶需求。二零二零年，我們已拓展34個分公司、渠道經銷商分支機構。

客戶權益保障

保障客戶權益是產品服務的重要組成。集團嚴格遵循《中華人民共和國廣告法》等法律法規，制定並嚴格執行《產品支援中心流程規範手冊》、《明源雲軟體及交付價格政策》等規章制度，堅持合規誠信營銷，規範客戶滿意度與投訴管理，建立客戶賠償保障機制。本年度，集團與客戶之間未發生因產品和服務質量問題而導致的糾紛或賠償事件。

合規誠信營銷

集團在產品推廣環節嚴格遵循合規營銷規範，制定並發佈十大軍規，從銷售政策、違規報價、禁止佣金、合法納稅等層面對區域公司的合規經營、誠信營銷方面提出了明確的要求和懲罰措施。市場營銷部明確按照《明源雲軟件及交付價格政策》發佈產品價格和計價標準，同時規定最高價和最低價，實現價格透明化，避免高價欺騙客戶，也避免惡意低價擾亂市場秩序；此外，集團發佈《明源雲商機管理和運營機制》，要求全國所有區域在跟進客戶時全部實現在線化管理，對於關鍵環節，如解決方案、報價等，要求上傳總部系統，總部進行隨機抽查，避免出現違規報價或不合理方案的情況。

客戶滿意度與投訴管理

集團制定《產品支持中心流程規範手冊》、《應用支持中心流程規範手冊》、《運維剛性原則》等一系列制度規範客戶滿意度與投訴管理，並將客戶投訴考核指標納入客戶整體滿意度指標。本年度，客戶滿意度平均分98.6分，無重大質量事故。

集團在踐行客戶滿意度管理方面實施的主要措施有：

1. 投訴快速響應：客戶通過武漢400呼叫中心、在線服務或其他反饋渠道進行投訴反饋，在線問答系統接收用戶的投訴後，初步判斷相關責任部門，通過郵件反饋至責任部門，責任部門快速響應用戶的投訴。投訴處理完畢後，相關部門分析原因並明確改進措施，進行事件複盤，將分析結果反饋給在線問答系統，在線問答系統收到反饋後對投訴用戶進行滿意度回訪。
2. 優化質量控制報告：集團將質量控制日報數據納入在線評價並重點公示，對異常結果進行調研，了解客戶的真實訴求；形成每周質量問題報告，對各團隊達成情況進行檢查並及時風險預警，推動分析改進閉環。

3. 服務質量跟蹤：相關部門及時跟進在線評價功能需求更新進度，並追蹤上線效果；在產品支持服務到期前開展滿意度回訪調研，識別交付和產品問題並推動交付和產品改進；對停服客戶跟蹤調研，了解客戶真實停服原因，對服務異常問題進行反饋追蹤，促進服務續簽。

客戶關係維護

集團注重維護客戶關係的穩定性與持久性，通過電話、會議等方式與客戶保持溝通與交流，促進集團業務持續穩定發展。本年度集團通過電話回訪形式獲取323家客戶關鍵對接人員合同交付滿意度情況，滿意度平均分97.5分。

在具體項目中，集團對客戶的溝通與回訪主要有以下三種形式：

1. 顧問面對面交流：集團為客戶配備駐場的顧問進行貼身服務，客戶可以隨時與顧問和現場管理者進行溝通。集團通過在線化的方式進行收集客戶需求，並設定明確的反饋機制。
2. 關鍵節點匯報：集團在業務開展過程中，明確規定與客戶接觸的幾個關鍵節點，比如高層訪談，業務骨幹調研，方案匯報，年度服務匯報等環節。在這些環節中，集團集中進行客戶意見和需求的收集，匯總並經內部研討形成解決方案後與客戶進行交互。
3. 非成熟產品的回訪：集團統籌組建回訪小組，小組成員包括產品運營中心負責人、區域客戶經理、項目經理等，通過客戶現場的應用訪談充分獲取客戶對明源非成熟產品的應用評價，並將回訪結果提交評審會。本年度集團共組織7次客戶回訪，涉及投資收益、流程中心、移動採招、費用系統、移動報銷等產品。

此外，集團舉辦的三大行業峰會、專業私享會、行業標桿高層管理人員互訪行動等大型活動能夠為集團與客戶提供良好的互動平台，共同探討發展的新趨勢及創新舉措，為企業管理者提供解決問題的新思路。

人才齊聚助發展

集團深知人才團隊是保障企業可持續發展的核心，嚴格遵守《中華人民共和國勞動法》、《中華人民共和國勞動合同法》等僱傭相關法律法規，採用多樣化的途徑吸收專業化人才，為集團的快速發展打下良好基礎。我們著力開發豐富的培訓課程，增強員工自身的專業素養，落實透明的員工績效考核與晉升機制，保證人才隊伍的穩定性。同時，我們致力於為員工打造溫馨、舒適的工作環境，通過多樣化的企業文化活動及關懷福利，切實提升員工幸福感與歸屬感。

員工僱傭

集團建立並落實完善的人力資源管理體系，確保員工招聘、薪酬、福利、晉升、工時、離職等管理事項的有序執行。同時，集團積極倡導平等多元的僱傭文化，嚴禁任何形式的強制勞工與僱傭童工，切實保障員工的勞動權益。本年度，集團未發生與員工僱傭相關的違規違例事件。

員工招聘

集團制定《人才招聘管理制度》，不斷完善人才招聘體系，發力校園招聘，吸納優秀青年畢業生，壯大集團業務團隊；同時，我們通過社會招聘加強高級人才的引入，豐富團隊專業素養與經驗。此外，我們不斷拓展人才挖掘渠道，本年度通過贊助中國.NET第二屆開發者大會、獵頭合作夥伴開源茶話會、雲業務HR獵聘工作坊等多種形式觸達高端人才，並開展招聘力工作坊培訓、430人才攻堅戰、面試官手冊更新工作同步提升人力資源部員工招聘力，精準識別優秀人才。

環境、社會與管治報告

中國.NET第二屆開發者大會

集團參與二零二零年十二月九日舉行的中國.NET第二屆開發者大會。應主辦方邀請，集團提供了相應贊助並進行了專題技術演講，專屬展台宣傳，推廣明源技術形象，助力.NET圈生態發展和鏈接技術人才。集團與主辦方達成渠道合作，進行線上推廣，積極獲取頂尖人才信息。



中國.NET第二屆開發者大會

高端人才走進明源活動

二零二零年十月二十三日，集團開展明源雲營銷運營體系交流私享會，邀請部門高管進行明源企業發展及文化、拓新銷售方法論、大客戶一客一策方法論的分享和交流，連接外部2B銷售高端人才，讓人選深度了解明源業務、戰略、專業體系，促成人才轉化。



高端人才走進明源活動

回源行動

二零二零年十一月至十二月，集團總部與各區域公司盤點人才並聯動管理者進行回源行動，向離職員工發出「回源」的邀請，向離職員工分享集團當前的新變化、新發展等，邀請他們回來一起並肩作戰，邁向新的台階。



回源行動

多元化及平等僱傭

集團內部倡導平等文化，尊重專業、遵守規則、機會平等，不因性別、種族、年齡等原因對員工存在不公正待遇，尊重員工多樣性，打造多元化人才隊伍。集團關心女性員工，在辦公區域設置女性員工服務樓層，對孕期女員工給予特殊關照。此外，集團在北京、上海分公司的行政類崗位引入殘障人士，幫助殘障人士解決就業問題，為殘障人士提供生活保障，承擔企業公民責任。

我們嚴格遵守《中華人民共和國未成年人保護法》、《中華人民共和國禁止使用童工規定》等法律法規，禁止僱傭童工或強制勞工。本集團在招聘過程中會對求職者進行身份核驗，包括但不限於年齡及受聘資格，以確保僱傭符合國家法律法規及集團管理制度。同時，我們禁止以任何方式強迫員工工作或超時工作。如發現應聘人員身份證信息不實、瞞報年齡或發現強制勞工現象，集團將進行相應調查並落實內部整改。

員工培訓

基於「客戶成功、員工成功、公司成功」的價值理念，集團在轉型變革時期需持續深化的四大核心組織能力，即「產品力，銷售力，顧問力，領導力」，以支撐ERP解決方案與軟件即服務(SAAS)業務。集團針對一線業務價值鏈的所有崗位的員工進行了四項核心組織能力的專項培訓，並建設樂享社區為員工深度學習提供交流共享平台，助力公司持續健康發展。

環境、社會與管治報告

四大核心組織能力培訓

領導力培訓

「領導力」是實現戰略與發展所需的關鍵。當前集團正處在變革期，是檢驗與體現組織領導力的最佳時刻。本年度集團總部聚焦不同層級的管理者，陸續啟動群鷹訓練營，即：雛鷹營、翔鷹營、雄鷹營、精鷹營，旨在針對性提升各級管理者的綜合能力，打造管理人才供應鏈，為滿足業務多元化帶來的組織裂變。



翔鷹營優秀營員合影

銷售力培訓

為提升一線銷售人員的標準化，強化銷售人員基本功訓練，集團推出線上銷售力專項訓練營幫助銷售崗員工拓寬銷售視野，提升銷售思維與能力，加快銷售出單周期，提升銷售質量，進而全方面強化相關員工銷售能力。



星狼營優秀營員合影

顧問力培訓

為夯實一線顧問專業基礎知識，針對顧問不同工作場景的工作方法，集團推出了「鋼鐵俠計劃」、「隊長計劃」等顧問力專項訓練營，提升相關員工複雜項目管理能力、標準化實施場景交付等諸多關鍵技能，開展顧問分層分級的訓練工作，為集團業務的開展打下良好的基礎。



「鋼鐵俠計劃」— 區域交付管理特訓

產品力培訓

一線顧問是集團與客戶交流的主要力量，提升顧問的專業素養才能保障集團與客戶的高效交互服務，因而強化顧問產品掌握深度是集團顧問專業力的保證。集團針對所有核心產品，對全國一線顧問進行集中開展「春季大練兵」等培訓。



一線顧問「春季大練兵」培訓

樂享社區在線學習平台

集團高度重視組織能力升級，引入樂享知識社區，支撐各業務線在線學習賦能。樂享社區主要功能包括視頻課堂、知識庫和交流論壇，目前已開放課堂有331個，知識文檔1,724份，交流帖子305個，專業知識的沉澱初具規模。在新冠疫情背景下，樂享平台月度活躍用戶從疫情前2,000人提升至月均6,000人，頁面瀏覽量提升15倍，月均穩定在近27萬次左右。同時，集團結合在線學習考核數據與基礎人事流程，規範銷售、交付崗位人員試用期轉正能力門檻。目前，平台員工中心完成初步構建，能夠實現員工在線自助服務與檔案數據聚合、在線認證、團隊分析、組織規劃，基於數據形成人員勝任與發展培養客觀評估。

員工晉升

為了支撐明源雲的經營戰略和生產率戰略，傳遞和落實經營目標，集團制定了明確的績效考核管理要求與清晰的晉升路徑。各層級人員明確績效期望，以客戶滿意度為核心衡量標準，以責任結果為導向進行績效評價。集團有效引導員工行為，鼓勵員工提升工作績效，促使員工努力方向與集團發展方向保持一致，最終確保集團戰略目標的實現。

績效管理

集團制定並落實《績效管理制度》，通過設定具體可達成的績效目標，實現上下游的目標相互支撐與客戶壓力的無損傳導。我們將所有指標明確定義，歸納為指標描述清單，形成公司級指標庫。針對不同的崗位與層級，集團共設定了五種績效考核模式，分別為業績提成制、業績曲線制、目標獎金制、年薪績效制和利潤分享制。考核周期有月度、季度與年度三種。每個考核周期由考核人提交自評，再由直接上級與職能負責人共同審核。各考核周期結束後，由直接上級與員工進行一對一的績效溝通，回顧及反饋員工上季度的工作表現、個人發展計劃的達成情況探討存在的問題及提出工作建議，同時進行下一季度的績效計劃。績效結果除用於員工績效獎金或提成核算外，還將應用於年度人才盤點中，作為下一年員工薪酬調整、人員任用的參考依據之一。

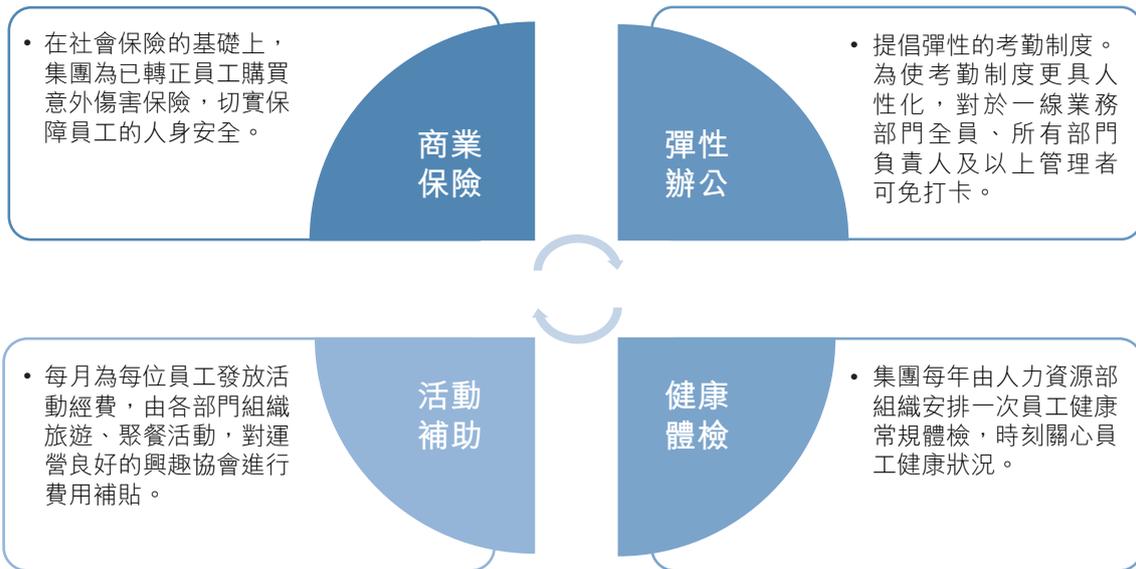
多樣化晉升

集團針對在職員工提供多樣化的發展方向與空間，鼓勵員工做「T」字型人才。首先，基於本崗位的雙通道發展路徑，員工可以選擇專業與管理方向。員工既可以在專業上進行深耕，積累深厚的業務專業能力，助力客戶成功，也可以專業縱深上達到一定水平後，橫向向其他崗位流動，進行跨區域、跨業務的人才流動，讓個人發展更加多元化，避免人才板結。

集團內部採用科學的專業人才職級劃分，崗位晉升採用「評聘分離」的方式，即崗位晉升的前提是獲取對應職級的任職資格，但任職資格認證成功不一定會進行崗位晉升，要結合價值觀、潛力等綜合評估，確保人崗匹配與崗位晉升的嚴謹性。在管理者晉升方面，集團鼓勵賽馬不相馬，旨在激發個人最大的潛能，以結果、事實說話，優先從能攻堅克難的隊伍中選拔管理者。

員工關懷

集團制定員工《福利管理手冊》，為員工提供多維度的關懷與福利，致力於為員工創造安全、舒適的辦公環境。在工作之餘，我們組織員工參與豐富多彩的活動，鼓勵員工樂觀工作，健康生活。新冠疫情期間，集團嚴格遵守國家防疫政策，落實復工健康安全措施，切實守護員工健康。



中秋關懷

二零二零年十月一日，正值中秋佳節，集團連續18年為員工家人送去中秋關懷，節日前會定制中秋禮盒郵寄給員工的父母和配偶父母，送上集團對家人的感恩。



集團中秋家人關懷禮盒

企業文化建設

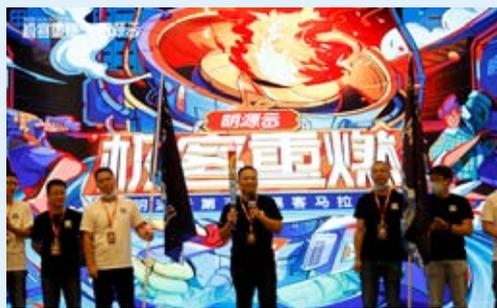
集團大力推進企業文化建設，在本年度打造了形式多樣的文化建設活動，如黑客馬拉松大賽、創新成果秀、吉祥物設計大賽、衝刺隨手拍等，充分發揮員工的主觀能動性，鼓勵員工在創新意識、技術能力、團隊意識、演講能力等方面進行鍛煉和展示，營造良好的工作氛圍，全面支持集團業務的戰略轉型。



創新

黑客馬拉松大賽

二零二零年的黑客馬拉松大賽由ERP解決方案、明源雲鏈、明源雲客等多部門聯合舉辦，武漢、深圳兩個賽區共有650名員工報名參與，是有史以來規模最大的一季比賽，眾多技術人員參與其中，各顯其能。



黑客馬拉松大賽現場

創新成果秀大賽

二零二零年集團在武漢、深圳兩地共有72支隊伍報名參加創新成果秀大賽。集團旨在通過一年一度的成果嘉年華活動，給每一個產品團隊提供展示自己實力和成果，互相學習和反哺成長的平台。



創新成果秀大賽現場



創意

吉祥物設計大賽

為激發員工的創意，形成良好的工作氛圍，二零二零年十月底集團啟動了明源雲文化IP設計大賽。經過全員工設計作品徵集、專業評審、全員投票等多重選拔，由員工設計的「明小源」成為集團文化代言人，與集團共同成長。



明源雲文化 IP

衝刺隨手拍

二零二零年十二月，集團發起了為期一個月的百日衝刺隨手拍活動，發揮創意，記錄美好，致敬明源奮鬥者。活動最終收到來自全國分公司共50餘張精彩照片。每個瞬間都是集團員工的拼搏與堅持，專業與執著的體現。



衝刺隨手拍活動



榜樣

百日衝刺先鋒人物榜

二零二零年十月，集團總部舉行百日衝刺先鋒人物榜系列專題活動，通過人物事跡的報導及時認可員工成績與付出。本次活動共有18名優秀員工榜上有名。集團為每一名獲獎員工製作了嘉獎獎杯，表彰標桿人物的成績。



【先鋒人物榜】深圳区域-崔忱：时光不负有心人，攻坚敌占区！

年度冲刺进行中，炮火战场奋斗的明源人，正在书写崭新的奇迹。我们将在冲刺季推出先锋人物榜，寻找那些平凡岗位上不平凡的你，歌颂明源奋斗者之魂！第十八期先锋人物：崔忱。

集團優秀員工代表

年度表彰方案

二零二零年十月，集團年度表彰榮譽地圖發佈。年度表彰作為正向激勵的重要一環，是集團榮譽體系的關鍵組成部分，也是集團「獎罰分明、獎罰清晰」理念的重要踐行。



2020年度表彰方案发布啦，歌颂明源奋斗者之魂！

我们鼓励创新突破；我们点赞使命必达；我们歌颂明源奋斗者之魂——2020年度表彰总方案今日发布！未来明源云的年度表彰将做到前置引领，期望每年能够提前为全体员工公开透明展示年度表彰的荣誉地图，这也显明源云未来“奖罚分明、奖罚清晰”的重要践行。

二零二零年度表彰方案



運動

運動，是開啟自律的方式。運動文化洋溢在集團各個角落，早已成為員工共同的信仰與默契。集團全國9個區域，30多個分公司、渠道經銷商組織開展不同形式的運動文化活動內容，如籃球、足球、羽毛球、瑜伽等豐富的運動協會，讓員工能夠保持良好的體魄，更加有激情的投入的工作和生活。

一起補充能量源

集團從二零二零年五月開始組織開展「一起補充能量源」的組隊運動打卡活動。員工紛紛參與，堅持打卡運動，管理層也以身作則，經常與員工分享運動心得。



員工運動打卡



運動心得分享



見證

周年慶系列活動

集團在23周年慶來臨之際用具有時代意義的活動展現明源雲精神，並結合「新征程」周年主題開啟了線上互動直播活動，一起見證集團的成長歷程。



周年慶活動記錄

上市慶典

二零二零年九月二十五日，集團正式進入香港資本市場。在這具有里程碑意義的時刻，全體員工開啟了線上線下互動慶祝活動，感受公司榮光時刻。



上市慶祝活動



共享

集團各分公司定期舉行企業文化建設分享活動，互相學習文化建設經驗，提升區域文化建設能力，形成集團獨特的文化建設方法論。

企業文化雙周分享賦能會

集團重視文化建設經驗總結，定期開展線上企業文化分享賦能會，用文化的力量傾聽人心、溫暖人心、激勵人心、凝聚人心。全國各區域分享文化建設經驗，互通有無，促進共同成長。本年度共完成了7次分享課程，受到員工的熱烈歡迎。



分享會線上直播記錄

樂享論壇

樂享論壇是集團文化互動的平台，也是各區域及產研組織展示的窗口。該平台內容豐富，板塊眾多，有地產專業知識、專題課程、產品展示、案例經驗分享等供大家交流學習。



樂享論壇

誠信廉潔共構建

集團堅守誠信經營原則，嚴格遵守《中華人民共和國反不正當競爭法》等國家法律法規，致力於營造風清氣正、幹事創業、遵紀守法的良好工作氛圍。為預防貪腐事件，集團制定並落實《反腐與舉報管理制度》，由集團內審部梳理集團各領域工作流程，擬定防腐敗措施，調查相關行為。同時，集團建立了暢通的貪腐舉報渠道，保護舉報人的合法權益，獎勵舉報有功人員，懲戒違法違規人員，共建崇廉尚實的行為規範。本年度，未發生對集團或其員工提出並已審結的貪污訴訟案件。

貪腐舉報渠道

舉報人可以採用電話、手機短信、微信、信函、電子郵件、面談以及舉報人認為合適的其它方式向集團內審部進行舉報，也可以委託他人代理舉報。受理舉報時，工作人員將仔細詢問，如實記錄，對舉報的問題組織調查核實。

反腐事件處理

由集團內審部根據舉報和檢查確定嫌疑點並收集證據，撰寫調查報告交內審部負責人審核，隨後呈報董事長或總裁，由董事會辦公室聯合人力資源部對責任人員做出處理通報，責令追回損失，事件嚴重的移交司法機關處理。集團高度重視反貪腐培訓及宣傳，相關部門在日常編制典型案例，對董事及員工開展反貪腐與廉潔培訓，以持續鞏固集團內部誠信運營之理念。

舉報人保護

集團內審部工作人員在處理舉報案件時，嚴格遵守集團的保密規定，如不得私自摘抄、複製、借閱、扣押、銷毀舉報材料，不得洩露舉報人的姓名、單位、住址等情況，不得向被調查單位和被調查人出示舉報材料，宣傳報導和獎勵舉報有功人員，除徵得舉報人的同意外，不得公開舉報人的姓名和單位等內容。

優質夥伴齊攜手

集團始終秉承與合作夥伴攜手共進，共創價值的理念，遵循《中華人民共和國招投標法》、《中華人民共和國政府採購法》等法律法規要求，在供應商選擇、評估、管理方面制定了完善的制度體系與評價標準，選擇優質的合作夥伴共建長期穩定的合作關係，保證集團整體運營的可持續發展。集團各部門分工合作，落實招標採購各個環節的責任分工與合規檢查，致力打造廉潔陽光的供應鏈。

供應商選擇

集團最主要的供應商為IT類供應商。針對該類型供應商，集團採用主動招募、供應商自薦評估兩種模式。主動招募模式即根據集團相關部門的採購訴求，主動進行供應商聯繫、信息收集、維度評估，而供應商自薦評估模式為供應商主動提交信息，進行審核同時加入集團評估維度內容綜合審視。集團將供應商區分為軟件供應商、硬件供應商、綜合型供應商三類，其中軟件供應商評估主要從公司可持續發展的規模實力、成功應用的標桿客戶案例、產品功能需求匹配度、技術服務人員專業度等維度進行評估；硬件供應商則從公司資質、可持續發展的規模實力、方案需求匹配等維度進行評估。

供應商管理

集團將每次採購流程中所考察的供應商統一納入供應商庫，分為合格供應商與潛在供應商，並附上詳細的考察評估說明。在IT硬件資產方面，為保證產品的持續供應與質量穩定，集團每年度考察納入新供應商，並對其從供應商資質、公司規模、方案需求匹配、價格合理性、服務標準清晰度、技術人員能力六大方面進行綜合評估。供應商入庫後，集團總部財務將進一步進行合規性審核。

此外，集團在與供應商的合作過程中對本次合作的履約情況進行詳細評價，集團財務部負責對標的物合規性與款項支付情況進行審計。所有供應商的履約評估均從系統設備故障率、服務響應速度、問題處理結果質量和人員業務技術能力四個維度進行。針對軟件類供應商，集團在試點上線後、項目驗收後和年度服務續費前三個重要時間點進行履約評估。

環境、社會與管治報告

供應商溝通

集團在日常工作中與供應商進行密切的溝通交流，定期規劃下一年度合作服務計劃、軟件產品新變動、內部訴求等。在項目進展過程中，集團與供應商定期展開面對面溝通，積極反饋項目落實進度，整理相關訴求，為後續的進一步合作打下良好的基礎。

與深信服安全廠商開展合作

集團在本年度與深信服安全廠商就集團整體結構化安全能力升級展開戰略合作，落實安全能力升級專項工作。在啟動前期，雙方先通過深信服解決方案產品介紹交流、安全現狀調研方式充分溝通增進雙方對於當前安全現狀問題、風險點、解決方案、提升的程度等關鍵點達成基本共識，形成信息安全成熟度分析結果，明確建設提升目標。



雙方就項目實施效果進行溝通

廉潔供應鏈

集團關注供應鏈採購廉潔情況，制定並落實合理的招標採購流程與制度，堅決預防招標採購過程中徇私舞弊現象的發生，保證供應鏈招標採購清晰化、透明化。集團採購招投標的評標小組成員至少由業務需求部門、數字化團隊、財務部門三方成員組成，涉及新樓裝修的弱電工程還需要人力行政部門人員共同參與，招標金額在300萬以上的項目，還需總裁參與評標。集團所有採購項目須遵循年度預算情況，每次採購招投標必須選擇不少於四家同等規模水平的供應商進行綜合對比，如回標評標環節供應商少於3家，將廢標重新走招投標流程，且每次採購投標的入圍供應商必須與未合作過的新供應商共同參與評標，集團對供應商名單定期考察刷新。在定標後的交付環節，集團嚴控合同變更情況，若出現合同變更，則需要業務部門、數字化團隊雙方對接人、負責人共同審批確認，防止低價中標，後續合同執行環節出現異常。

環境保護同擔當

集團在發展業務的同時切實履行企業環境保護責任，遵守《中華人民共和國環境保護法》等國家環境保護的相關規定，將綠色發展理念融入運營的各個環節，積極探索節能減排實踐，配合持續的綠色培訓與宣導，致力於降低集團運營工作對環境的影響，促進企業與環境和諧共融。

節能減排

集團重視辦公區域的節能環保工作，制定了完善具體的節能減排措施，倡導員工在日常工作中積極落實。本年度，集團的能源消耗主要來自辦公區域的用電、用水、用紙，推行的主要節能減排政策如下：



節約用電

1. 員工離開辦公室應隨手關燈，杜絕「無人燈」現象。
2. 減少電腦、打印機等辦公設備的待機能耗，無人使用時應設置自動進入低能耗的休眠狀態。
3. 合理設置空調溫度，辦公室、會議室等區域的夏季的空調設置溫度不得低於攝氏26度，開空調時必須關閉窗戶。
4. 協同辦公系統及業務系統的應用服務器均統一租賃使用微軟、華為雲的雲端服務區資源，減少本地服務器採購部署的能源消耗。

武漢研發中心花山辦公室節能設計

集團武漢研發中心花山新辦公室針對空調的控制採取了總——分的控制方式，既有方便員工使用的分式控制面面板，可以根據需求自行調節，也在前台工位安裝了集控面板，可一鍵關閉整棟樓體的空調，達到節能減排的目的。



前台空調面板設計



節約用水

1. 加強用水設備的修理與維護，避免水資源的浪費。
2. 在茶水間與洗手間張貼節水標語，呼籲員工養成節約用水的良好習慣。



節約用紙

1. 充分利用線上辦公，推行無紙化辦公進程，降低紙張的消耗。辦公統一使用內部的EKP系統及移動端的企業微信門戶，所有內部制度、發文、通知均使用在線電子檔發佈模式，內部會議的輸入也通過企業微信群電子文檔的方式進行發送，規避紙質文本印刷浪費。
2. 減少重複打印次數，提倡雙面用紙，控制文件印刷數量。
3. 重視對已使用過的紙張再利用，做到循環使用。

廢棄物管理

集團號召員工減少一次性用品的使用，以節約資源，減少廢棄物的產生。同時，集團積極落實國家政府的要求，進行垃圾分類回收。對於辦公區域產生的廢紙、塑料等日常辦公垃圾，集團安排保潔人員定時交與廢品回收商處理，對於不可回收的廢棄物則統一交與物業進行處置。集團武漢研究中心嚴格執行垃圾分類制度，改善了原辦公室垃圾桶的設置，減少了垃圾桶數量，在辦公室集中放置分類回收垃圾桶，不再在員工工位旁邊放置中小號垃圾桶，引導員工進行垃圾分類，保護環境，共同實踐科學的廢棄物收集管理。



垃圾分類回收

責任專題：抗擊新冠疫情

本年度，面對突如其來的的新冠疫情，集團迅速響應，積極為醫療機構捐款捐物，承擔社會責任。聯合創始人高先生、陳先生及姜先生第一時間代表集團捐助100萬元，支援疫情救助。同時，集團從多個可靠渠道購採購236,000個一次性醫用外科口罩和8,900個護目鏡，陸續送達湖北武漢、洪湖、枝江、黃岡黃梅、宜昌興山5個市縣的20餘家醫院及醫療衛生服務機構，用於疫情防護及治療工作。

面對疫情的迅猛發展，集團心系武漢研發中心，第一時間成立應急小組，在一月二十一日迅速啟動緊急預案，制定多項保障舉措，並根據疫情動態實時調整，以最大程度護佑每一位員工的健康安全。「離司不離崗、隔離不隔愛」，集團員工用自己的力量，匯聚愛的點滴，恪守使命，堅守崗位，默默付出，分秒必爭，創造一個最安全、最有保障的工作環境。

共克时艰，逆势出击

离司不离岗、隔离不隔爱，明源人在行动！

為推動穩步復工復產，守護員工健康，集團為每一位員工準備醫用口罩、消毒洗手液及酒精棉片等防疫物資，並每日登記員工體溫測量記錄；辦公區域每日消毒，嚴格做好疫情防控工作。同時，集團在疫情期間執行彈性辦公、AB組輪班制度，並為員工提供心理輔導等，將集團對員工的關懷落到實處。



辦公場所防疫措施

疫情突襲，地產企業面臨售樓處全面關閉的危機，全程在線化成為迫切需求。集團雲業務團隊，尤其是雲客、雲採購團隊，不忘「助力客戶成功」的信念，積極承擔責任，響應客戶的需求，開啟遠程工作模式，在極短的時間內完成上百個項目的上線工作，為客戶提供專業的服務，助力客戶共度難關，得到客戶充分的認可。



捐贈證明



愛心物資



明源雲客協助客戶

環境、社會與管治報告

明源雲鏈「工地防疫寶」免費助力工地安全復工

二零二零年二月，為貫徹落實國家疫情防控政策，有序推動工地復工復產，明源雲鏈第一時間調研客戶需求，輸出產品規劃藍圖，圍繞復工前準備、復工後安全生產，主抓四大管理，滿足政府監管和總部管控需求。研發人員爭分奪秒，在一周內完成「工地防疫寶」的開發，同時宣佈在疫情期間軟件免費使用。

二零二零年三月，湖北省房地產協會、雲南省房地產協會、重慶房地產開發協會等20多個省市地方房協／商會組織均陸續發文建議房企使用「工地防疫寶」管理系統，助力地產安全復工、安全生產。

「工地防疫寶」管理系統貫穿復工前期準備和復工後生產疫情安全監管兩大階段，分別應對房地產建設項目復工前期準備工作和復工後的建設過程中勞務檔案、每日體溫測量、進出場記錄、消殺防疫執行、防疫物資盤點等統一管理，能對工地現場的防疫管理以及監管各項目防疫工作開展起到有效落地。

截至二零二零年底，「工地防疫寶」已合作房企達到700多家，為10,000多個項目工地提供服務，幫助諸多房企的工地現場實現了安全復工和安全生產，為廣大建築從業人員提供了一個有安全保障的生產環境。



源明雲鏈工地防疫寶



多家商會組織發文倡議

附錄I 二零二零年ESG關鍵績效數據表

環境範疇

關鍵績效指標	單位	二零二零年	
排放物	二氧化硫排放量	千克	0.10
	氮氧化物排放量	千克	2.47
	顆粒物排放量	千克	0.18
溫室氣體排放	溫室氣體排放量(範圍一)	噸二氧化碳當量	18.58
	溫室氣體排放量(範圍二)	噸二氧化碳當量	912.55
	溫室氣體總排放量	噸二氧化碳當量	931.13
	溫室氣體排放強度	噸二氧化碳當量/平方米	0.05
有害廢棄物	有害廢棄物總量	千克	172.00
	有害廢棄物密度	千克/平方米	0.01
無害廢棄物	無害廢棄物總量	噸	74.00
	無害廢棄物密度	噸/平方米	0.004
能源使用	總能耗量	兆瓦時	1,110.11
	直接能耗量	兆瓦時	59.50
	間接能耗量	兆瓦時	1,050.61
	能耗強度	兆瓦時/平方米	0.06
	總用電量	兆瓦時	1,050.61
	汽油使用量	升	6,860.00
用水量	用水量	立方米	14,242.76
	用水強度	立方米/平方米	0.75

環境數據與係數說明

1. 環境數據的時間跨度為二零二零年一月一日至十二月三十一日；數據收集範圍覆蓋公司位於深圳市的總部及位於武漢的研發基地。
2. 溫室氣體排放（範圍一）主要來自公務車輛的燃油消耗，溫室氣體排放（範圍二）產生於外購電力消耗，數據來源為相關費用的繳費單以及行政統計台賬。外購電力的溫室氣體排放係數參考國家生態環境部發佈的《二零一七年度中國區域電網基準線排放因子》，其他能源排放係數參考香港聯交所發佈的《環境關鍵績效指標匯報指引》。
3. 二零二零年集團消耗的能源類型包括公務車輛燃油、外購電力，數據來源為相關費用的繳費單以及行政統計台賬；能耗係數參考國際能源署提供的轉換因子以及國家《GB/T2589-2008綜合能耗計算通則》。
4. 有害廢棄物為廢棄電池、廢棄燈管、廢棄墨盒及硒鼓。
5. 無害廢棄物為行政辦公產生的辦公垃圾及報廢家具。
6. 集團用水來源於市政管網供水，數據來源為財務記錄以及行政統計台賬。

社會範疇

關鍵績效指標		二零二零年	
按性別、僱傭類型、年齡組別及地區劃分的僱員總數			
		員工人數(人)	佔比(%)
按性別劃分	男	2,152	68%
	女	1,018	32%
按僱傭類型劃分	全職	3,121	98%
	實習生	49	2%
按年齡組別劃分	30周歲以下	1,982	63%
	31-40周歲	1,114	35%
	40周歲以上	74	2%
按地區劃分	中國大陸	3,170	100%
員工總人數		3,170	
按性別、年齡組別及地區劃分的僱員流失比率			
		離職人數(人)	離職率(%)
按性別劃分	男	405	19%
	女	254	25%
按年齡組別劃分	30周歲以下	487	25%
	31-40周歲	168	15%
	40周歲以上	4	5%
按地區劃分	中國大陸	659	21%

環境、社會與管治報告

關鍵績效指標		二零二零年	
健康與安全			
因工死亡的人數		0	
因工傷損失的工作日數		0	
按性別及職級劃分的受訓僱員百分比及受訓平均時數			
		受訓僱員百分比	人均受訓時數
按性別劃分	男	69.10%	29.21
	女	69.94%	31.42
按職級劃分	高管	37.50%	57.81
	中層管理	46.67%	39.06
	普通員工	72.40%	28.53
供應商數量			
供應商數量	產品採購類	44	
	行政專項類	19	
	人事專項類	44	
	日常服務類	71	
	市場活動類	87	
	諮詢服務類	37	
	資產類	105	
客戶服務數據			
客戶投訴數量(次)		234	
回訪數量(次)		234	

附錄II《環境、社會及管治報告指引》內容索引

ESG指標		披露情況	對應章節
A1 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政策及遵守發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	已披露	環境保護同擔當
A1.1	排放物種類及相關排放數據。	已披露	附錄I
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）。	已披露	附錄I
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）。	已披露	附錄I
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）。	已披露	附錄I
A1.5	描述減低排放量的措施及所得成果。	已披露	環境保護同擔當
A1.6	描述處理有害及無害廢氣物的方法、減低產生量的措施及所得成果。	已披露	環境保護同擔當
A2 一般披露	有效使用資源（包括能源、水及其他原材料）的政策。	已披露	環境保護同擔當
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）。	已披露	附錄I

環境、社會與管治報告

ESG指標		披露情況	對應章節
A2.2	總耗水量及密度(如以每產量單位、每項設施計算)。	已披露	附錄I
A2.3	描述能源使用效益計劃及所得成果。	已披露	環境保護同擔當
A2.4	描述求取適用水源上可有任何問題，以及提升用水效益計劃及所得成果。	已披露	環境保護同擔當
A2.5	製成品所用包裝材料的總量(以噸計算)及(如適用)每生產單位估量。	不適用。我們的主營業務不涉及包裝材料的使用。	-
A3 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。	已披露	環境保護同擔當
A3.1	描述業務活動對環境及天然資源的重大資源的重大影響及已採取管理有關影響的行動。	已披露	環境保護同擔當
B1 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政策及遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	已披露	人才齊聚助發展
B1.1	按性別、僱傭類型、年齡組別及地區劃分的僱員總數。	已披露	附錄I
B1.2	按性別、年齡組別及地區劃分的僱員流失比率。	已披露	附錄I

ESG 指標		披露情況	對應章節
B2 一般披露	有關提供安全工作環境以及保障僱員避免職業性危害的政策及遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	已披露	人才齊聚助發展
B2.1	因工作關係而死亡的人數及比率。	已披露	附錄I
B2.2	因工傷損失工作日數。	已披露	附錄I
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。	已披露	人才齊聚助發展
B3 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。	已披露	人才齊聚助發展
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。	已披露	附錄I
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。	已披露	附錄I
B4 一般披露	有關防止童工或強制勞工的政策及遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	已披露	人才齊聚助發展
B4.1	描述檢討招聘慣例的措施以避免童工及強制勞工。	已披露	人才齊聚助發展
B4.2	描述在發現違規情況時消除有關情況所採取的步驟。	已披露	人才齊聚助發展

ESG指標		披露情況	對應章節
B5 一般披露	管理供應鏈的環境及社會風險政策。	已披露	優質夥伴齊攜手
B5.1	按地區劃分的供應商數目。	根據當前業務管理實際需求，暫未從此維度進行供應商統計。	-
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。	已披露	優質夥伴齊攜手
B6 一般披露	有關所提供產品和服務的健康與安全、廣告、標籤及私隱事宜以及補救方法的政策及遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	已披露	地產生態獻智慧 品質服務用心鑄
B6.1	已售或已運送產品總數中因安全健康理由而須回收的百分比。	不適用。我們的核心業務並不涉及安全健康風險。	-
B6.2	接獲關於產品及服務的投訴數目以及應對方法。	已披露	品質服務用心鑄 附錄I
B6.3	描述與維護及保障知識產權有關的慣例。	已披露	地產生態獻智慧

ESG 指標		披露情況	對應章節
B6.4	描述質量檢定過程及產品回收程序。	已披露	地產生態獻智慧
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。	已披露	地產生態獻智慧
B7 一般披露	有關防止賄賂、勒索、欺詐及洗黑錢的政策及遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	已披露	誠信廉潔共構建
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。	已披露	誠信廉潔共構建
B7.2	描述防範措施及舉報程序，以及相關執行及監察方法。	已披露	誠信廉潔共構建
B8 一般披露	有關以社區參與來了解營運所在社區需要和確保其業務活動考慮社區利益的政策。	已披露	責任專題： 抗擊新冠疫情
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）。	已披露	責任專題： 抗擊新冠疫情
B8.2	在專注範疇所動用資源（如金錢或時間）。	已披露	責任專題： 抗擊新冠疫情