



国美

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)

2020

環境、社會及管治報告



*僅供識別

CONTENT

目錄

01. 02.

01/關於本報告
02/合規與風險管理

保障用戶權益，
締造品質生活

堅持以人為本，
賦能員工成長

07 / 切實保障用戶權益
09 / 高品質產品與服務
10 / 服務更廣範圍人群

13 / 人才引進與發展
15 / 員工安全與保障
17 / 員工關懷與福利

03. 04. 05.

呵護綠水青山，
應對氣候變化

21 / 積極管理環境影響
26 / 倡導可持續消費

攜手各方夥伴，
協同共贏生態

29 / 打造共贏合作生態
31 / 爭做優秀企業公民

33/香港聯交所ESG指引索引

關於本報告

本報告是國美零售控股有限公司（「本公司」）及其附屬公司（「本集團」或「國美」）發佈的 2020 年度環境、社會及管治（「ESG」）報告，秉承重要性、可量化、平衡性及一致性的原則，重點披露本集團在環境、社會及管治方面的理念、重要進展、成果及未來計劃等，時間跨度為 2020 年 1 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日（「報告期」）。

自 2016 年起本公司每年主動向社會發佈 ESG 報告。

編制依據

本報告根據《香港聯合交易所有限公司證券上市規則》附錄二十七《環境、社會及管治報告指引》（《ESG 指引》）進行編制，同時參考了全球報告倡議組織（GRI）標準、聯合國全球契約十項原則、ISO 26000 社會責任指南等要求。

報告範圍及邊界

除個別資料有特定說明外，本報告中的政策、聲明、資料等覆蓋本集團的實際業務範圍，範圍與本公司發佈的年報一致。

除另有說明，本報告以人民幣為貨幣單位。

涵義

除另有指明外，本報告所使用的詞彙與本公司《二〇二〇年年度報告》所界定者具有相同涵義。

資料來源及可靠性聲明

報告中所使用的資料均來自本公司，本公司董事會（「董事會」）對報告內容的真實性、準確性和完整性負責。

確認及批准

本報告已獲得董事會的確認，予以發佈。

獲取本報告

您可通過以下網站獲取本報告電子版：<https://www.gome.com.hk>

合規與風險管理

國美以監察中心為主要平台，對本集團範圍內反腐敗、反商業賄賂、內部控制、舉報管理進行全面管理，並通過派出機構實現了全國範圍覆蓋。



設置在總部。

職能職責：負責國美各板塊、各產業公司及各區域分公司中各類經濟事項進行事前或事後審計監督，對於出現的失職、產生的損失進行查處並追回。對於本集團存在的系統漏洞和製度缺失問題進行披露和整改跟進。



設置在總部。

職能職責：負責國美各板塊、各產業公司及各區域分公司中各級員工涉及經濟類事項的違規、違法、違紀事項監督、調查和處理。同時負責對接並配合相關國家機關，國家網絡安全部門及專業協會等開展相關監察及安全管理工作。



設置在總部。

職能職責：負責本集團互聯網平台的安全管理，定期對平台運營安全進行穿行測試，預防和處理外部人員和單位利用互聯網平台實施的各類損害本集團利益行為。



設置在各區域。

職能職責：監察中心下設七個區域監察室，承擔著區域內廉潔風氣建設、授權執行檢查、違規違紀調查、反腐敗反欺詐，以及監察事項後期跟進等工作，負責全面落實監察中心各項工作在所轄區域的落地執行。

強化內控與風險管理

本集團建立了完善的內審內控管理制度和工作內容，主要針對制度的完善性及流程的改善、系統的風險控制進行評估，提出改善建議並督促落實改善管理。2020年，本集團從系統、制度和流程三方面入手，對風險短板進行重點改善，系統性提升風險管理能力。



本集團建立了《合作商黑名單制度》，並要求所有合作商都必須簽訂「陽光條款」，採購合同和非採購合同均需簽訂《廉潔合作承諾書》、《杜絕員工親屬關係承攬公司業務承諾書》。

另外，本集團還加入企業反舞弊聯盟、陽光誠信聯盟，與聯盟單位共防共治，共同創建廉潔企業、廉潔社會環境。



案例 國美紅線管理規定

2012年12月，本集團正式確立以「信」為核心的品牌理念和企業文化。對嚴重背離和踐踏信文化價值觀的失信行為進行總結概括，形成《國美紅線管理規定》，在本規定中，本集團明確界定屬於觸碰紅線的失信行為，對於觸碰紅線的員工，本集團以零容忍的態度，直接給予行政處罰，或做解除勞動合同處理。

創建廉潔企業環境

早在2003年，國美創建了監察體系，以「維護企業一切利益」為宗旨，全面履行本集團賦予的各項監督職責，承擔着推進廉潔風氣建設、查錯防弊、完善內控制度、增收節支和反腐敗等工作。

本集團發佈了《國美員工廉政制度管理規定》，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，以此明確國美員工的廉潔責任，要求每一名員工自覺加強廉潔意識，自覺遵守國家法律法規和本集團的規章制度，做一名合格的國美人。

2020年，本集團繼續推進內部廉政建設，並攜手合作夥伴共同促進反腐進程。

在樹立企業內部廉潔風氣方面，本集團開展實施高管廉政述職制度，落實各級管理人員的廉政管理責任，有助於廉潔風氣建設。

豐富與順暢的舉報渠道

舉報管理方面，對事舉報和對人舉報的處理流程一致。舉報處理流程：監察中心督導管理部收到投訴舉報事項予以登記，進行初步篩選，在7個工作日內按照「垂直管理、分區負責」、「有舉必查、有查必復」的原則，對屬於監察中心受理範圍的投訴舉報事項進行分類，並交辦至查辦部門。查辦部門核查完畢，出具核查報告並根據本集團的制度出具處理建議，提報授權領導審批。監察中心最終將核查結果回復至舉報人。



2020年，監察中心共計接收
受理有效投訴舉報

76件，完成**75**件



舉報的閉環解決率

98.68%

01 保障用戶權益， 締造品質生活

正在邁入「家·生活」戰略第二階段的國美將全面更新用戶全流程體驗體系，在服務於全場景的同時，我們一如既往關注用戶權益保護以及溝通，確保消費者的訴求能夠得到及時處理，同時，我們堅持負責任營銷，強化網點覆蓋與服務下沉，讓更多人能夠一起加入對「生活美」的憧憬和追逐中來。

我們的進展

本集團已經圍繞數據生命周期建立了數據安全管理體系，從組織建設、制度設計、人員管理、產品技術等方面多維度提升系統安全性，並且重要信息系統已經通過 ISO27001 等認證；

2020 年，本集團針對廣告宣傳違法行為、價格宣傳的違法行為組織開展培訓工作，確保負責任營銷；

2020 年 12 月，客戶投訴率已降低至 0.1%，同比改善 84.0%，環比改善 28.3%；

2020 年，國美通過「社群 + 直播」的方式，組建近 100 萬個社群、觸達龐大用戶群體。

支持聯合國可持續發展目標



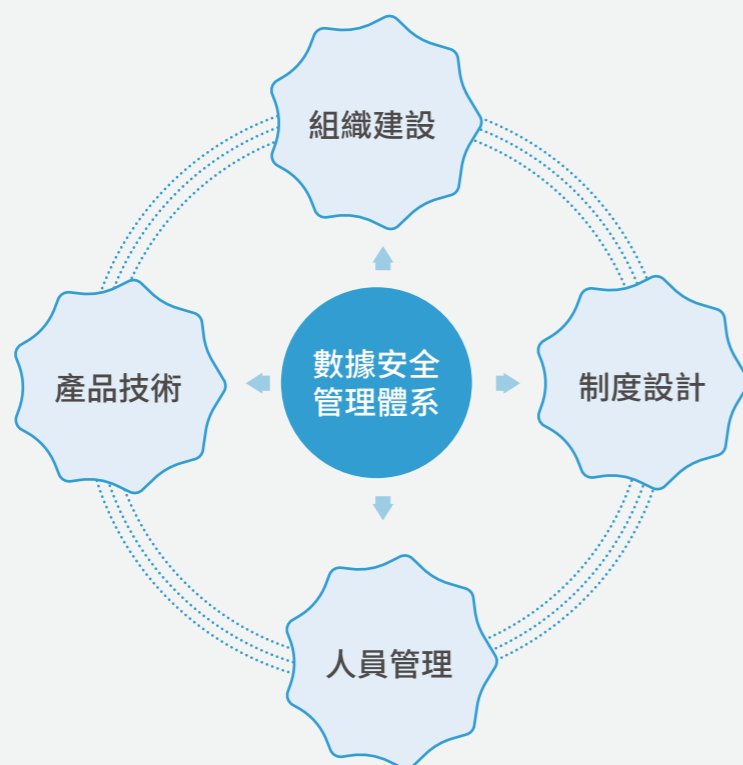
切實保障用戶權益

信息安全與私隱保護

根據《中華人民共和國消費者權益保護法》規定，針對用戶自願提供的個人信息，國美已經建立了完備的保護機制。總體原則是敏感數據和系統架構從設計時就遵循「國美軟件設計規範」，「安全性」是一個重要的課題，從需求到設計、編碼和測試階段都會着重考慮。重要信息數據存儲採用分庫分表的方式。任何敏感數據跨系統訪問和服務請求都需要雙方領導事先審批之後才能實施。

為加強本集團網絡系統的安全管理，防止因偶發性事件、網絡病毒等造成系統故障，妨礙正常的工作秩序，2020 年本集團從網絡系統數據資源安全、網絡硬件設備及機房安全運行、網絡病毒防止管理以及上網信息管理四個方面開展工作，並優化《國美備份管理制度》。淘汰冗餘的設備並搬遷新機房，採購新殺毒軟件，保障每台連網的電腦都安裝防病毒軟件。同時也通過網絡管理數據，提升企業管理效率和效益，使得網絡信息的泄露風險得到有效降低，保障企業網絡、伺服器、個人辦公電腦的可靠性。

目前，本集團已經圍繞數據生命周期建立了數據安全管理體系，從組織建設、制度設計、人員管理、產品技術等方面多維度提升整個系統的安全性。重要信息系統已經通過 ISO27001 等認證。同時還對外發佈平台私隱政策，向用戶說明信息收集、使用和保護的方式方法。



踐行負責任營銷

國美高度關注合法合規的廣告投放以及營銷推廣，我們嚴格遵守《中華人民共和國廣告法》與相關各項法令法規，並配合媒體廣告審查。包括：

廣告審核，不使用口罩、消毒液等防疫物資商品、煙酒等特殊商品做廣告，不使用未成年人參加廣告及視頻內容創作；

明星、名人代言、IP 合作資質審核，涉及廣告、營銷活動中使用的明星、名人等資源，均要求簽署形象及作品授權使用周期和使用範圍，避免侵犯肖像權和知識產權行為；

直播帶貨營銷活動中，與黨媒、央媒、衛視媒體共創主題式、場景化、娛樂化直播帶貨新形式，倡導積極、健康的娛樂帶貨氛圍，避免低俗違規直播內容。同時，依照國家要求提供真實的直播帶貨數據。



規範促銷活動中價格宣傳的法律培訓

2020 年，本集團還針對廣告宣傳違法行為、價格宣傳的違法行為組織開展培訓工作，確保負責任營銷。

積極回應用戶投訴

客服管理中心對客戶投訴進行四級分類管理，確保每單客戶投訴解決時效控制在 24 小時內。針對重大輿情特級客戶投訴，客服管理中心通過建立輿情監測機制、構建內部問題解決機制、搭建公共關係維護機制，聯動協同法務、品牌、業務等部門，加強負面輿情管控，從源頭控制訴求升級，力爭「化危為機」，持續提升品牌美譽度。

此外，客服管理中心開啟需求快速解決綠色通道，推行「需求限時回覆制」，實現 20 分鐘內回覆及 12 小時內解決的服務。同時實施先行賠付制，加大服務終端授權及快速響應速度，充分體現對消費者的關懷，營造安全放心的消費環境。

通過以上措施，客戶投訴率持續下降，2020 年 12 月客訴率已降低至 0.1%，同比改善 84.0%，環比改善 28.3%。

高品質產品與服務

嚴把貨源質量

國美堅持打造高性價比的產品體系，從採購源頭確保產品質量過關，滿足消費者的需求，打造可信賴的消費平台。從採購端來看，國美從兩個關鍵階段把控產品質量。首先，根據《中華人民共和國產品質量法》規定，在合同上對產品質量做出明確約定，保證產品均為正品，並且性能良好，且均不侵犯任何第三方的知識產權和合法權益。其次，根據《中華人民共和國產品質量法》第二十七條，規定所有上架產品均有相關溯源鑑證性資料及相關國家 3C 認證，並對相關的標識也進行了規定。

同時，國美對供應商進行分級管理，根據供應商提供貨品的質量以及業務相關指標和客服相關指標，從高到低把其分為 A、B、C 三個等級，並根據等級的不同分配不同的優惠政策與限制措施。累計被歸為 3 次 C 級的供應商，國美將減少進貨量，並選擇其他進貨渠道。

針對平台入駐商家，本集團在商家入駐資質審核環節將對企業資質、品牌資質核查，對商家上傳資質的合法性、真實性、合理性等進行審核。同時在日常經營中對商家在線客服關鍵指標進行管理，及時跟進網店違規情況、通報處罰，並給予商家系統操作、續約、退店等業務支持，構建國美平台生態圈。

打造優質客戶服務

國美以用戶需求為核心，搭建多觸點、場景化、智能化的用戶服務體系，以熱線、在線客服、微博、微信、實體店等社會化營銷平台構築起了滿足各類用戶需求的客戶服務矩陣生態，打造「立體、智能、開放」的多維度客服體系。

呼叫中心是國美最主要客戶溝通渠道之一。早在 2007 年，國美就自建了呼叫中心，2020 年 7 月整體遷至西安，並更名為「西安客戶滿意服務中心」，坐席規模近 300 人。目前熱線電話、在線客服、智能客服已實現全網覆蓋。用戶隨時隨地可在在官網、微信、電話等全渠道獲取一致性的服務體驗。



服務更廣範圍人群

服務更廣泛人群，讓更多人享受到美好生活是國美一直努力的方向。為更好的達成這一目標，2020 年，依託國美「真快樂」線上平台以及全國 3,400 多家實體店，本集團與拼多多、京東等電商平台展開戰略合作，構建以線上平台為主，線上線下雙平台發展，同時加上自營及第三方外部供應鏈的兩軸驅動、四輪互動「社交 + 商務 + 分享」的國美生態圈，為消費者打造全場景購物體驗。



與央視合作的「買遍中國」直播帶貨活動

2020 年，國美通過「社群 + 直播」的方式，組建近 100 萬個社群、觸達龐大用戶群體。全國 3,400 多家門店白天營業，晚間則變身「實景直播間」，充分發揮員工的專業度，為用戶提供專業的諮詢、銷售和服務。國美還分別與央視新聞、浙江衛視、人民日報等媒體合作，先後開展了「為美好生活拼了」、「為美好奔跑」、「人民的美好生活」等超級主題直播，並開啟「買遍中國」全國巡迴帶貨直播，在探索特色直播的路上，讓線上平台發揮更大的作用。

本集團推進加盟店戰略，並進一步進行自有門店的科學覆蓋。截止 2020 年 12 月底自營和加盟共覆蓋 873 個三至六線城市，未來三年內，國美將進一步進駐空白區域，覆蓋率力爭 90%，為更廣泛人群提供優質服務和高品質產品。



截止 2020 年 12 月底
自營和加盟共覆蓋

873 個三至六線城市



覆蓋率力爭

90%

02 堅持以人為本， 賦能員工成長

為打造備受信賴的世界級零售企業，國美始終秉持着「德才兼備德為先」，「人才本土化」的員工管理理念，志在建立擁有高素質、高境界和高度團結的隊伍，並且持續改進，追求卓越。2020年，國美繼續優化改進了人才引進與培養的機制，為員工提供更完善的發展晉升渠道和更有溫度的關懷福利。



我們的進展

2020年，全國各類培訓累計培訓 1,475,085 小時，覆蓋 629,151 人次；

加強員工技能培訓，開展視頻導購項目、BBC 試點項目及「一店一頁」培訓，助力經營轉型；

2020年，國美愛心互助基金共資助員工 165 人次，共計人民幣 889,966 元。

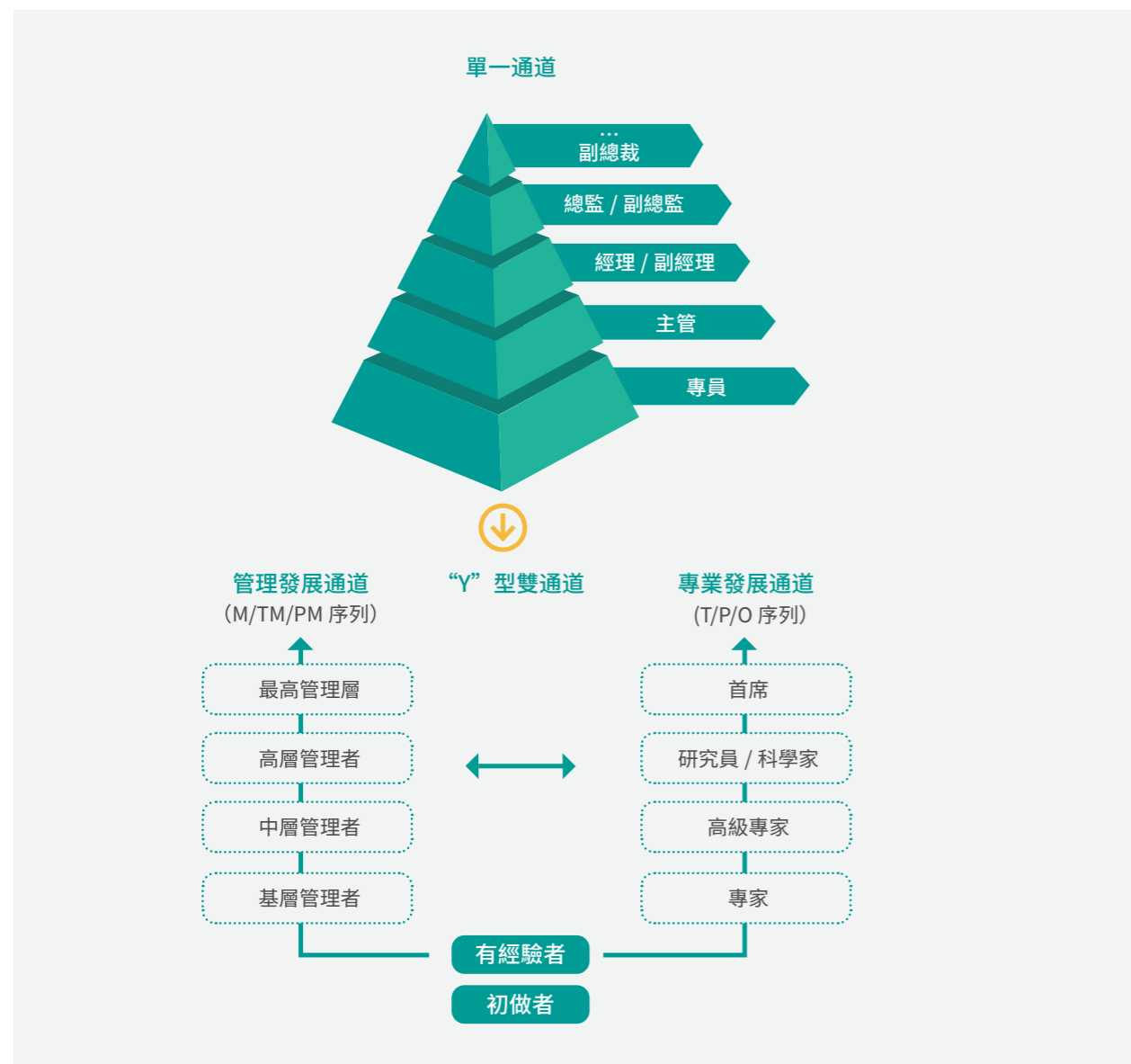
支持聯合國可持續發展目標



人才引進與發展

2020年，國美人才培養策略以本集團戰略規劃為出發點，重點聚焦在助力經營轉型期間的技能轉化培訓及年輕的、專業的管理人才的培養。

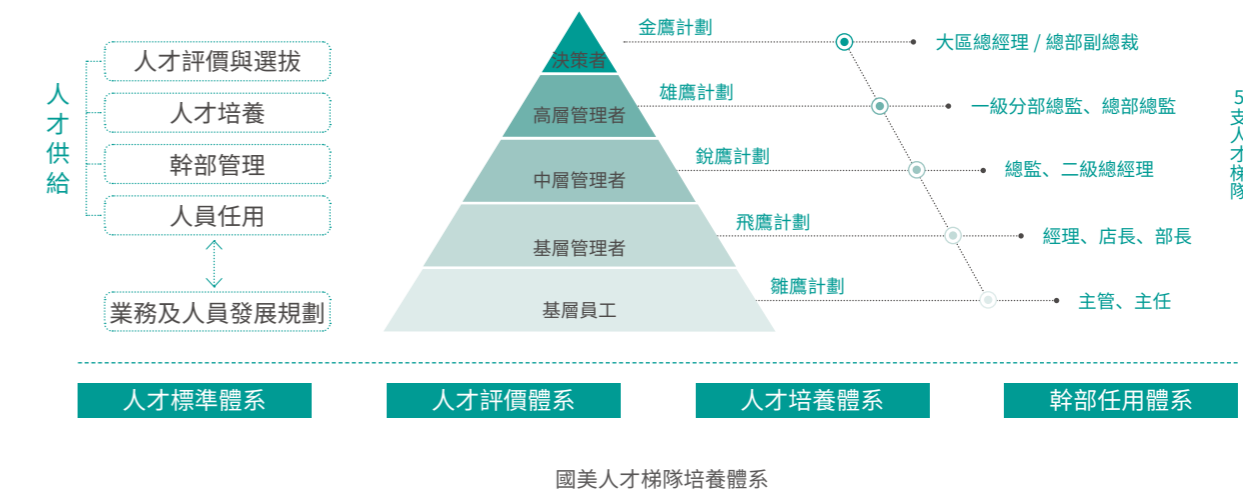
國美鼓勵各專業人才百花齊放，實現從單一通道向管理發展通道和專業發展通道的雙通道轉型，進而緩解員工職業發展瓶頸，實現小步快跑，加快優秀人才的提拔和發展速度，減少人才流失。同時通過加強關鍵崗位人才供應與培養的機制建設，形成關鍵崗位人才供應鏈。



在各級別梯隊培養方面，通過建立從培養基層員工的「雛鷹計劃」到培養決策者的「金鷹計劃」，創新 721 人才培養機制，即「70% 實崗培養 + 20% 導師引領 + 10% 上學」，提升人力資本增值效率，促進關鍵崗位人才綜合能力素質的提升。

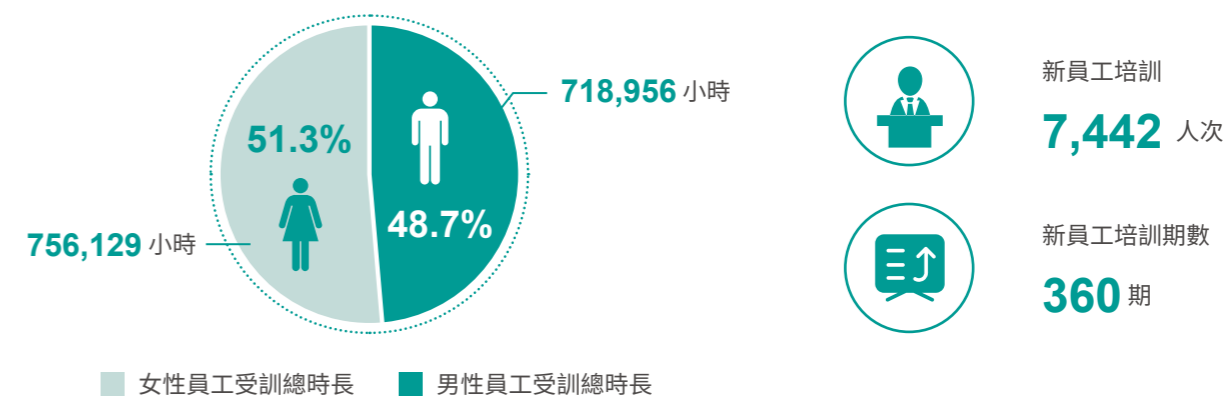
在基層層面，重點梳理了蓄水池招聘計劃在招聘、培養、使用、選拔、晉升等完整供應鏈體系，加大成長期蓄水池員工在業務、管理技能方面的培訓，並通過全國蓄水池文化戰略活動選拔具有高潛力的員工擔任轉型相關的關鍵崗位；

在中層至決策者層面，制定「領導力三角色（即場上隊長、主教練、球隊總經理）」培養體系，完善了經理及店長級別的培养方式和內容。



2020年，國美在全國進行的各類培訓累計培訓 1,475,085 小時，覆蓋 629,151 人次。

全體員工總受訓時長 **1,475,085** 小時



員工安全與保障

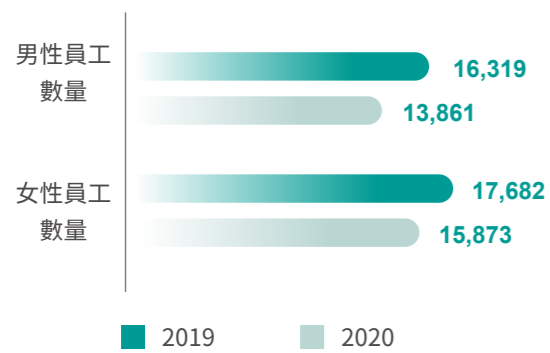
基本權益保障

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。

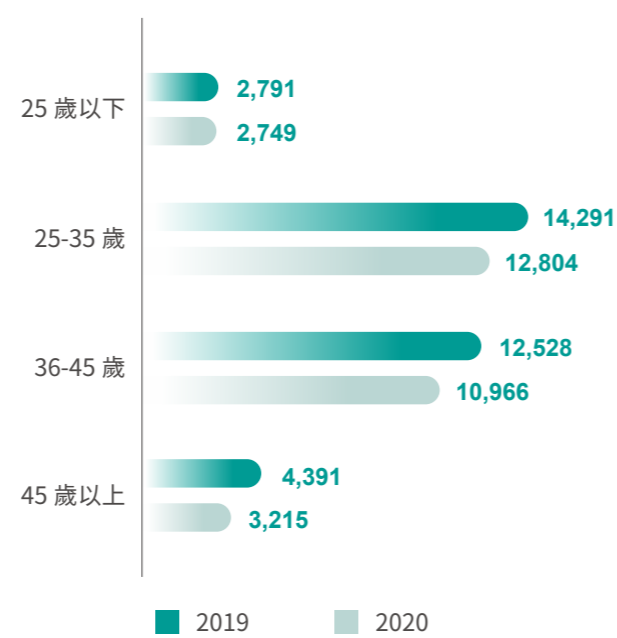
員工總數 (人)



依照性別 (人)



依照年齡 (人)



員工健康安全

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。

為保障本集團內各部門經營穩定、有序發展，有效防範各類重大突發事件產生，或在產生各類重大突發事件時能夠及時、得當地進行處置，本集團根據重大突發事件的性質、嚴重程度、企業控制事態的能力和影響範圍等因素分定了 A、B、C 三類級別和提報流程，並制定了《重大突發事件響應及應急預案機制》，保障了本集團業務穩定經營，有序發展。

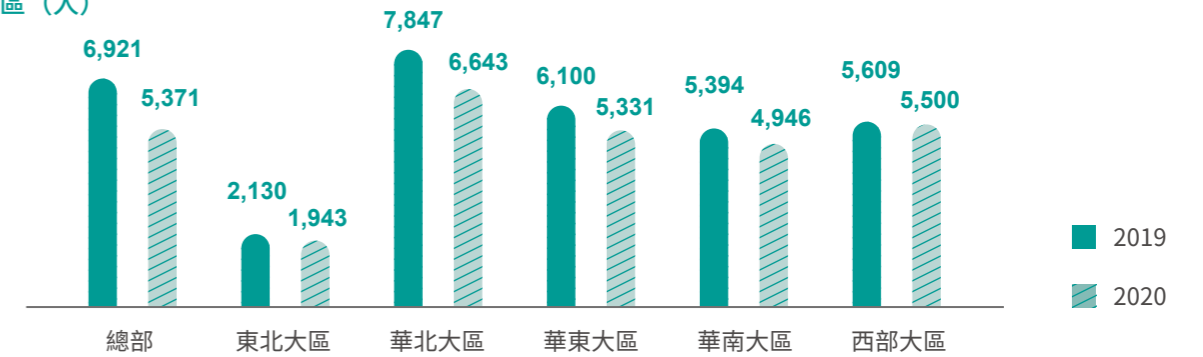
同時，為了加強本集團安全管理工作，確保員工、財產安全，維護正常經營秩序，國美在總部和分部分別設定了安全

在人才招聘及待遇上，國美遵循公平、公正、公開的原則，重視員工多元化理念，拒絕各種種族、性別、籍貫、年齡、懷孕與殘疾等方面的歧視，尊重勞工人權。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）。

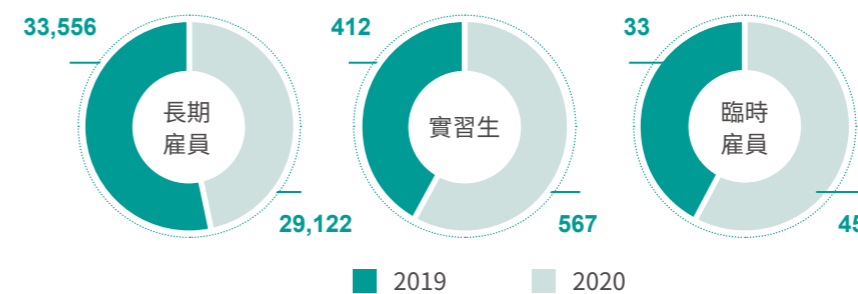
所有員工的薪酬、福利、工時及假期均嚴格遵守相關的法律規定與本集團的制度，做到同工同酬，不產生歧視，充分確保每一位員工的平等權利。

截至 2020 年底，本集團共有員工 29,734 人。

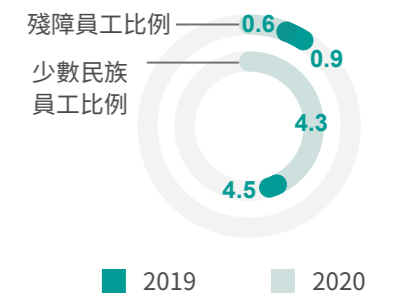
依照地區 (人)



依照僱傭類型 (人)



其他口徑 (%)



突發事件提報流程



領導小組，對本集團安全工作承擔管理責任。

在新冠肺炎 (COVID-19) 疫情期間，國美組織了有效的防控措施，包括：指導入倉人員做好測溫、掃碼、檢查登記，並要求其全程佩戴口罩，做到行程可查，人員可追蹤，安全有防控的管理要求。針對入戶安全及服務規範，國美制定了服務防護指導，主要包含：隨時測量體溫、正確佩戴口罩、健康防疫登記、全程佩戴手套、入戶前穿戴鞋套、全面消毒除菌、垃圾隨身帶走、服務車輛消毒等。

員工關懷與福利

補貼福利

為了提高員工的工作生活質量，滿足員工的生活需求，本集團制定了《職工福利費管理規定 V5.0》、《員工個人福利管理規定 V5.0》等政策，為符合要求的員工提供交通補貼、異地補貼、探親交通補貼、支持發展補貼、加班福利、防暑降溫費、員工生日會及生日禮物等福利。



員工生日會活動

員工活動

為了進一步豐富員工生活，營造良好的工作氛圍，落實「國美，家美，生活美」的文化理念，本集團在傳統節日組織了各類活動。2020年，本集團組織了「2020 屬你最行國美年」、「中秋戰一起」、「1024 WISH 碼到程功」、「2021 擁抱國美 MAX」等文化主題活動，活動主題及策劃均圍繞國美企業文化的理念體系，貫徹「成就美好生活」的企業使命。同時，團隊建設主題活動也是國美活動中的重要一環，2020年12月31日，國美舉辦了「匯力聚勢·融新築夢主題迎新趴團建活動」。



1024 WISH 碼到程功（程式設計師節）



匯力聚勢·融新築夢主題迎新趴團建活動

國美愛心互助基金

國美愛心互助基金是本集團發起設立、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愛心基金。作為國美「敬業感恩」核心理念重要的落實平台，國美愛心基金集中體現了廣大國美員工的愛與責任，也是國美企業福利的重要體現。2020年，國美愛心互助基金共資助員工165人次，共計人民幣889,966元。



國美愛心互助基金共資助員工

165 人次



共計人民幣

889,966 元

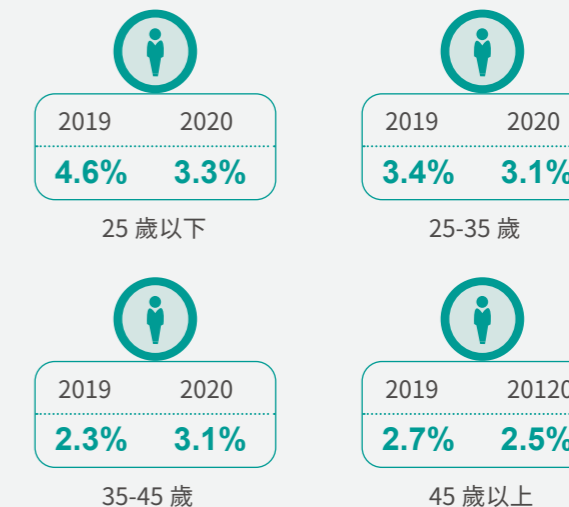
月均員工流失率指標

附註1：月均流失比率 = 離職人數 / (離職人員 + 僱員總數) / 12

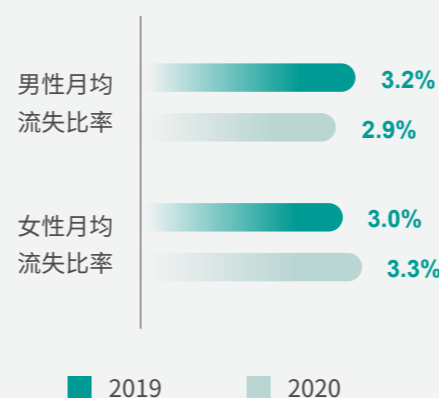
月均流失比率



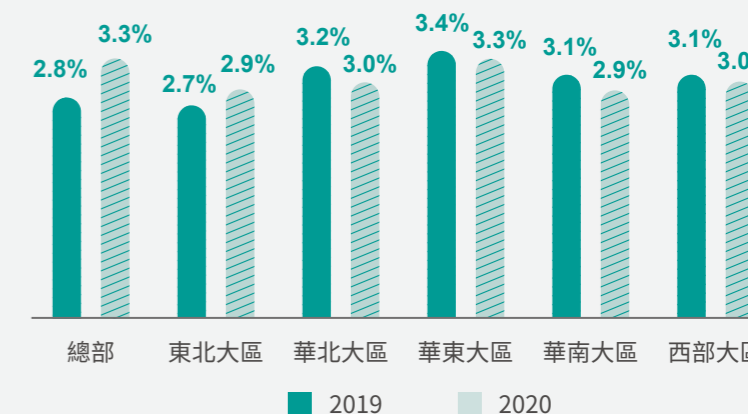
依照年齡



依照性別



依照地區



03 呵護綠水青山， 應對氣候變化

國美始終堅持可持續發展理念，積極響應國家「碳中和」的號召。作為領先的中國零售企業，在運營與銷售過程中，堅持綠色發展生態可持續的價值觀，遵循國家法律法規，致力於建設全產業鏈的綠色生態體系。



我們的進展

針對中小件商品，本集團集中採購可循環使用的環保塑料周轉箱，全國使用周轉箱約 4.8 萬個；

2020 年，國美管家服務用戶量達 30 萬人，以舊換新帶動銷售人民幣 6.3 億元；

2020 年，水電消耗同比下降 14.1%；

2020 年，全國門店用電量較 2019 年用電量少 76,765,000 千瓦時，用水少 433,000 立方米。



支持聯合國可持續發展目標



積極管理環境影響

國美的主要業務是以自營及平台方式在中華人民共和國（以下簡稱「中國」）經營及管理電器、消費電子產品、百貨類零售門店及全品類在線銷售網絡。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（如電力和汽油）間接產生排放物，下面的章節會詳細列示。

綠色辦公

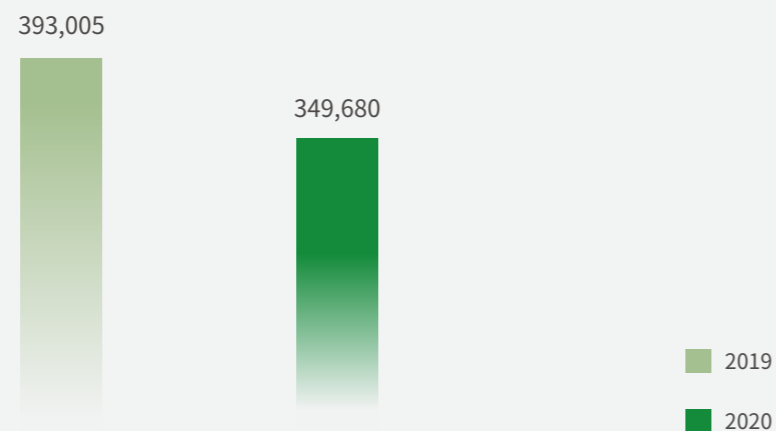
國美持續推行綠色辦公理念，通過無紙化辦公，線上會議減少出行等方式來貫徹綠色運營，做到低碳減排，綠色發展。在日常工作中，本集團全員宣傳「無紙化辦公」，各類文件儘可能採用電子版形式流轉，推行使用電子簽字，對於辦公用紙必須雙面使用後方可作廢（特殊情況除外），並且設立專人負責紙張和辦公用品的發放和使用，以減少浪費。同時，本集團充分利用各類在線會議平台來推行在線視頻、電話會議，以減少員工出行。

綠色門店

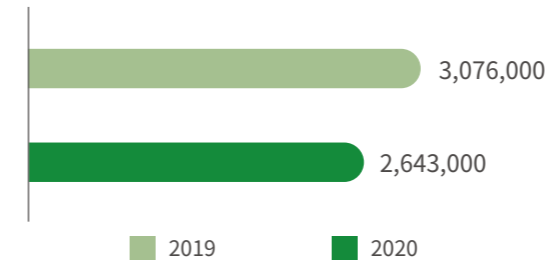
在日常經營中，國美積極開展節能降耗管理，對水電等能源的使用和廢棄物的回收進行了嚴格的控制，持續推進企業的可持續發展進程。2020 年，國美的水電總消耗量耗同比下降 14.1%。



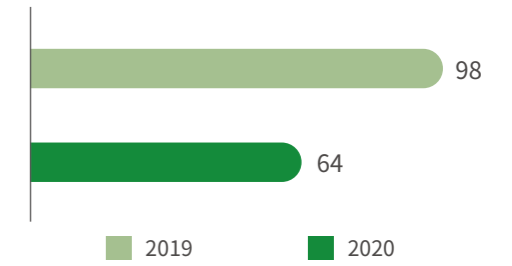
間接碳排放量（噸）



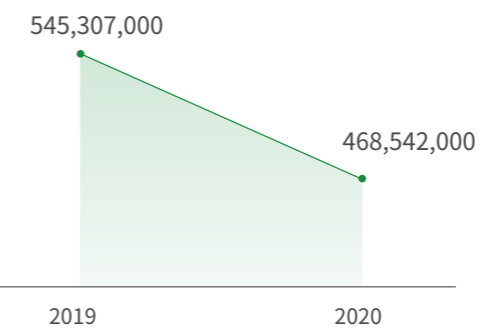
總耗水量（立方米）



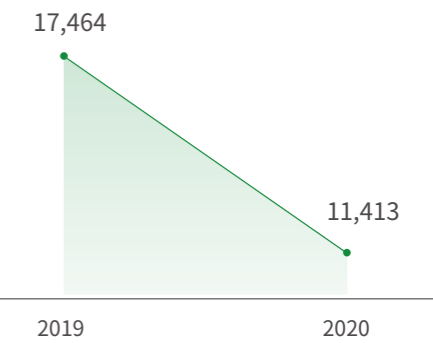
月均單店用水量（立方米）



電力總耗量（千瓦時）



月均單店用電量（千瓦時）



針對門店水電能耗

國美積極出台管控措施，例如非營業時間必須關閉設備、空調用電營業前半小時開啟，使用節能型器材等，分類分時降低能耗。

針對垃圾分類

國美積極響應政府號召，按規定或標準將垃圾分類儲存、投放和搬運。

針對門店的日常廢棄物

國美對其進行統一的收集和回收，如關閉門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。對於出現損壞的耐用辦公用品，則採取以舊換新方式更換。



本集團在求取適用水源上沒有重大的問題。

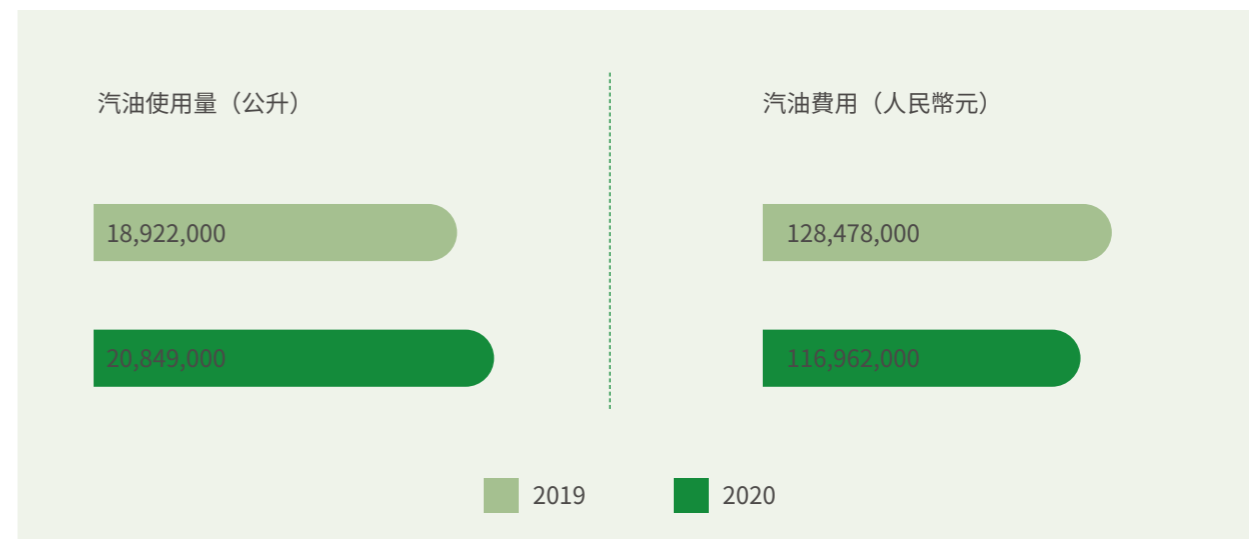
綠色物流

2020 年，國家加大了對快遞物流方面的綠色發展關注力度。國美積極響應國家號召，在綠色倉儲、綠色運輸以及綠色包裝方面，制定嚴格的制度規範，運用先進的信息技術手段，提高運行效率，減少浪費，向公眾傳遞綠色可持續的理念。

在物流倉儲方面，國美一方面制定嚴格的節能降耗規則，規範倉庫的能源使用情況；另一方面，充分利用大數據先進信息技術，賦能倉儲，提高倉儲運營效率。

- 明確各分公司規範用水用電安全，嚴禁使用大功率電器，上下班期間做到人走燈滅，節水節電；
- 庫房房頂採用採光帶，減少白天照明燈的使用，所有庫內照明用燈，全部更換成節能燈；
- 規劃班車線路，鼓勵員工上下班乘坐公司班車，減少私家車、電瓶車的使用量；
- 廢舊物資及無法重新使用的包裝、耗材集中回收處理。

在綠色運輸方面，國美充分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，國美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。



綠色包裝

國美積極響應國家發佈的快遞綠色包裝號召，對自身業務進行梳理後制定了相應的規則，確保包裝可循環再利用，減少包裝浪費。

- 小件商品包裝**
- 採購具有國家環保認證標準的企業生產的包裝箱、包裝耗材；
 - 建立包裝台賬，專資專用，系統鎖定包裝耗材的使用；
 - 以內部培訓及發文的方式規範快遞包裝的使用及標準，合理使用包裝，重複利用包裝，避免過度包裝；
 - 針對中小件商品，本集團集中採購可循環使用的環保塑料周轉箱，全國使用周轉箱約 4.8 萬個，往門店發貨時均使用周轉箱，可重複循環使用，極大的減少了包裝材料的使用。

案例 上海青浦自動化立體倉庫

國美充分利用大數據等先進信息技術，在上海青浦建立了自動化倉庫，倉儲面積達 62,000 平方米，其中高位自動化立庫面積 10,350 平方米（擁有 19,007 個托盤位），小件自動傳輸線 4,000 平方米。該項目使用全球領先的曼哈特系統，軟硬件技術都極為先進，這極大的提高了物流運作效率，在倉儲、配送中形成了有效銜接，較好的實現了商品在入庫、庫內存儲、出庫管理中的高效運轉。



大件商品包裝

- 規範周轉商品的交接要求，如禁止包裝塗鴉，輕拿輕放，重不壓輕，禁止野蠻裝卸等；
- 加大處罰力度，針對運輸或庫內損壞包裝的情況制定規範性文件，對責任人進行處罰，減少和避免因包裝更換、損壞導致的資源浪費情況；
- 家電配送時使用出廠原包裝，在顧客家中安裝調試，並徵得顧客同意後，可將包裝物收回，部分可用於更換包裝破損的同型號商品包裝，減少資源浪費，不斷樹立綠色物流、環保物流的發展理念。

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。

綠色導購

在 2020 年，國美聯合央視新聞、浙江衛視等平台開展直播帶貨，大行促銷活動期間在拼多多、京東官方旗艦店進行多場直播。利用直播這種線上「綠色促銷」的方式節約了線下促銷的成本及提高了運營效率。除直播帶貨外，國美在 2020 年還發力線上渠道以「降本提效」，線下門店是線上引流的重要戰場。截至 2020 年 12 月 31 日，國美在全國擁有 3,400 多家線下門店，且都完成「一店一頁」模式改造，通過「真快樂」APP 視頻導購真人在線解答，可以服務門店周圍 3-5 公里客戶。



倡導可持續消費

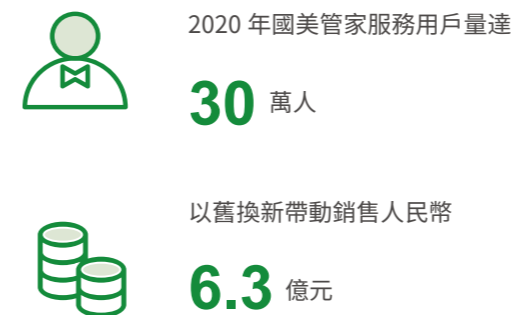
作為零售連鎖企業代表，國美有 93 家門店參與了「綠色消費 品質生活」為主題的連鎖行業的公益宣傳活動，推廣綠色低碳的家電產品，響應政府的綠色發展號召與綠色消費倡導，助力經濟恢復和增長。

在「618 購物節」活動期間，國美在持續推進北京市政府節能補貼的同時，又加入了以舊換新補貼，在北京地區首批投入人民幣 5 億元以舊換新補貼，整個消費季過程中優惠幅度達到 20%。

此外，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，共同主推一、二級能效產品，從生產到零售，積極參與樹立節能行業標準。

國美的這些舉措從零售端助力綠色經濟發展。一方面能夠滿足消費者對家電更新換代的需求，引領家電消費品質升級；另一方面，通過兩項實際補貼行動，推動綠色家電走向全國，引導消費者形成綠色消費、品質消費的理念。

國美管家一直致力於推廣綠色消費理念，並積極投身於國家主導的「家電下鄉」、「以舊換新」等活動中。在積累了豐富的經驗後，國美管家決定將家電回收打造成一項長期的綠色公益行動，不斷將環境績效目標納入到供應鏈、運營、產品銷售和回收處理等各個環節。2020 年國美管家服務用戶量達 30 萬人，以舊換新帶動銷售人民幣 6.3 億元。



04 攜手各方夥伴， 協同共贏生態

國美堅持用最優質的產品和服務，增厚國美生態圈。並堅持開放創新，迎合消費者以及合作夥伴的需求，不斷探索新的運營模式，努力促成多方共贏。

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，積極參與社會扶貧工作。未來，國美將繼續發揮自身品牌資源優勢，打造開放的公益生態系統，連接社會各公益主體，推進公益事業前行，用公益的力量點亮更多人的「家·生活」。

我們的進展

截至 2020 年底，國美供應商數量達到 11,100 家；

國美在 99 公益日線上線下籌集的款項，用於支持「未來空間」項目；

2020 年元旦跨年期間，國美聯手央視新聞跨年直播，共同關注國家在脫貧攻堅戰中取得的顯著成績，展示了國美精準扶貧的成果，並向工作在第一線的廣大奮鬥者們致敬。

支持聯合國可持續發展目標



打造共贏合作生態

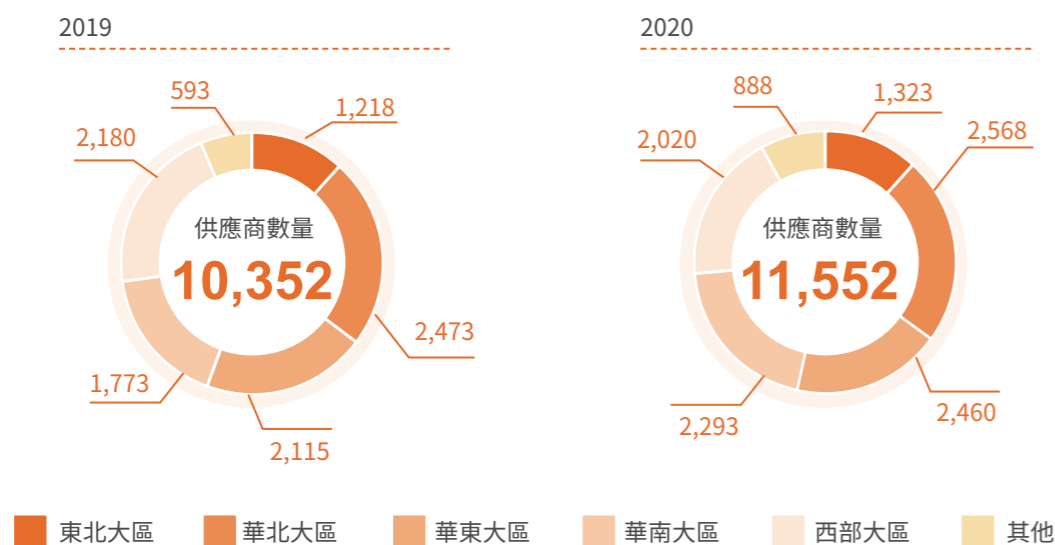
全周期管理體系

在運營的過程當中，國美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。

國美堅持打造公平公開透明的陽光採購環境，所有供應商都要簽署《廉潔合作協議書》，並於 2019 年開始在合同中增加「陽光條款」。本集團對任何貪污腐敗和行賄賂等不陽光行為持「零容忍」，設置了舉報專用郵箱：gomejb@163.com，和監督電話：010-84581700 接受投訴，並對所有舉報人信息進行嚴格保密。

國美還制定了相關的供應商操作手冊，從新供應商註冊、訂單管理、庫存管理、電子合同管理、商品管理、採購訂單管理到安裝商品管理，細緻規定相關的操作運行步驟，確保採購過程的公平公正。

同時，本集團建立了全面和嚴格的供應商引入和退出標準和流程，其中就包含供應商用工管理、環境管理等內容，涉及童工、強迫勞動、工時工資等議題，並據此進行全生命周期管理。



供應商扶持與賦能

2020 年上半年受疫情影響，為了緩解本集團的庫存積壓、運轉不順等問題，國美推出對供應商的周銷周結策略，與符合要求的經銷供應商簽訂《勤進快銷快速結算協議》，雙方以銷售需求來決定採購數量，提高了雙方庫存的周轉效率，提高了資金的使用效率，加快結算速度，能夠幫助供應商及時回籠資金，同時減少了庫存商品對資金的佔壓，國美也能夠加快周轉，減少商品的倉儲成本。

2020 年，國美和京東、拼多多等電商平台的供應鏈雙向開放賦能，取得很好效果。未來，國美真選開放供應鏈將向更多平台、更廣領域的供應鏈開放賦能。

案例 與京東合作上線百貨供應鏈系統

2020 年 7 月以來，京東自營百貨商品開始陸續入駐國美，並在超級直播中推廣銷售。此舉使國美平台百貨商品種類不斷增加，銷量迅速放大，整合效應凸顯。8 月 10 日，國美與京東共同宣佈啟動人民幣 300 億元聯合採購計畫，雙方意在通過規模化採購，開源節流、降本增效，推動多方共贏，重塑家電零售業新格局、新未來。國美將中高端產品、定制化產品、包銷產品入駐京東，同時通過國美百貨供應鏈系統把京東百貨、快消類供應鏈引入國美，雙方打通服務，共用物流，目前已上架百貨商品超過 2 萬個 SKU。

加盟店支持與成長

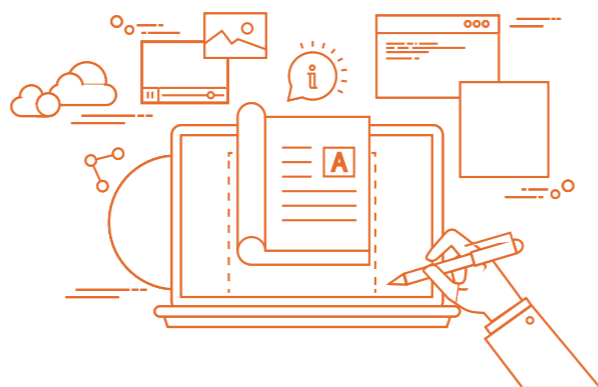
加盟店戰略是國美以高品質服務下沉市場的重要途徑。國美視加盟店為國美的自營門店來經營，並在營銷、經營管理、資源等方面進行共享與賦能，扶持加盟店做大做強。



加盟店簽約後，國美還會針對加盟門店建立「一店一群」，由總部、大區、分部管理層進駐，實現三級聯動，快速響應，對開業過程中出現的問題進行快速溝通解決。

爭做優秀企業公民

作為國內零售巨頭，33 歲的國美從成立之初，就堅持公益理念與企業發展並行，積極履行企業社會責任：與中國扶貧基金會聯合成立公益項目「未來空間」，通過教育扶貧，延伸孩子夢想。目前，國美「未來空間」教室已在雲南魯甸、四川雅安、貴州赫章等地區的 30 所貧困縣學校落地；作為中國電商扶貧聯盟主席團單位，國美多年持續發揮零售企業優勢，助力精準扶貧，搭建農商橋樑；國美還參與了汶川地震、玉樹地震、雲南大旱及雅安地震的緊急救災以及助殘就業、關愛老人等多個領域的公益活動。



電商優勢助力脫貧攻堅

2020 年元旦跨年期間，國美聯手央視新聞跨年直播，共同關注國家在脫貧攻堅戰中取得的顯著成績，展示了國美精準扶貧的成果，並向工作在第一線的廣大奮鬥者們致敬。

啟動精準扶貧項目以來，國美在商務部備選的 500 餘家扶貧商家池中邀約近百家，其中已有數十家商家入駐。國美提出「消費扶貧 + 創業扶貧」新主張、新模式，以電商平台作為橋樑，真正讓農產品走進城市。

積極投身全民公益

2020 年 9 月，國美在 6 個城市（北京、上海、廣州、深圳、成都、西安）門店進行店內 99 公益活動倡議，號召大家一起支持公益。99 公益日線上線下籌集的款項，用於支持「未來空間」項目。

同時，國美也為美麗中國鄉村支教項目發起人民幣 100 萬捐款，用戶可在國美公益主頁領取「愛心加倍卡」，為自己的捐款加倍，用行動支持在鄉村堅守 10 年的美麗中國支教項目。



關愛幫扶弱勢群體

2020 年 11 月，國美再次發起公益愛心活動，通過集中收集乾淨、整潔的秋冬衣物，將所獲衣物全部捐贈給北京皮村打工子弟同心實驗小學和皮村工友之家工人。該項目由 2014 年國美內部發起，多年來，國美合計一共捐贈了衣物 19,800 餘件。

除了為貧困孩子捐贈衣物外，在 2020 年 6 月，國美還組織了書籍捐贈活動，攜手 80 後插畫師兼記者黎婧將其創作的親筆簽名新書——《2020 武漢日記：方艙「手繪小姐姐」的抗疫畫集》，送給國美「未來空間」公益項目中的魯甸縣龍頭山鎮中心小學及魯甸縣二中等五所貧困學校的孩子。



全力以赴抗擊疫情

2020 年新冠肺炎疫情暴發以來，國美始終奔跑在抗疫前線，從第一時間為武漢消費者免費發放口罩，到國美員工身着防護服送冰箱進入疫區病房；從為解決醫療隊生活難題捐贈洗烘一體機，到深入雷神山醫院前線搶裝空調；從設立武漢救援物資運輸綠色通道，到全國開設家電遠程即時維修服務。國美積極響應抗疫號召，實施精準援建，捐贈大批空調、洗衣機、冰箱、電視等醫院急需的生活物資，並發揮自身送裝同步的服務優勢，捐贈送裝一次達成，確保醫院儘快投入使用，挽救更多生命。

截止 2020 年底，國美已在全國 776 個城市開展抗擊疫情保障供需的行動，其中向公益機構、醫療、防疫部門等捐贈電器、食品、生活用品、口罩、防護服等急需物資共計人民幣 611.3 萬元。國美憑藉在抗擊疫情期間的突出貢獻，以高度的責任感和多項公益舉措於 2020 年第七屆中國互聯網企業社會責任論壇上獲得「2018-2020 年度互聯網行業公益獎」。

截止 2020 年底，國美已在全國 776 個城市開展抗擊疫情保障供需的行動，其中向公益機構、醫療、防疫部門等捐贈電器、食品、生活用品、口罩、防護服等急需物資共計人民幣

611.3 萬元。



香港聯交所 ESG 指引索引

下表乃按香港聯合交易所有限公司上市規則附錄二十七中“不遵守就解釋”條文列示：

	描述	披露位置
層面 A1: 排放物		
一般披露	有關廢氣及溫室氣體排放、向水及土地的排汙、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	P21-P25
關鍵績效指標 A1.1	排放物種類及相關排放資料。	P21-22
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。	P21
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。	不適用
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。	不適用
關鍵績效指標 A1.5	描述減低排放量的措施及成果。	P21-P24
關鍵績效指標 A1.6	描述處理有害及無害廢棄物的方法、減低產生量的措施及所得成果。	P21-P22
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。	P21-P25
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）總耗量及密度。	P21-P24
關鍵績效指標 A2.2	總耗水量及密度。	P21-P22
關鍵績效指標 A2.3	描述能源使用效益計畫及所得成果。	P21-P24
關鍵績效指標 A2.4	描述于獲得水源上面對的問題，以及提升用水效益計畫及成果。	P21
關鍵績效指標 A2.5	製成品所用包裝材料的總量（以噸計算）及（如適用）每生產單位占量。	P24-P25
層面 A3: 環境及天然資源		
一般披露	減低發行人對環境及自然資源造成重大影響的政策。	P21-P25
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。	P21-P25

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) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	P13-P18
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員工避免受職業性危害的： (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。	P15-P16
層面 B3: 發展及培訓		
一般披露	有關提升員工履行工作職責的知識及技能的政策。描述培訓活動。	P13-P14
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。	P15
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。	P29-P30
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、標籤及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。	P7-P10
層面 B7: 反貪污		
一般披露	有關防止賄賂、勒索、欺詐及洗黑錢的： (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。	P2-P4
層面 B8: 社區投資		
一般披露	瞭解營運所在社區的需要，確保其業務活動會考慮社區利益的政策。	P31-P32

