



奇点国际有限公司

Qidian International Co., Ltd.

(於開曼群島註冊成立的有限公司)

股份代號：1280



2021

環境、社會及管治報告



23:55
Tuesday

100%

21°



LIVE ONLINE SHOP

5G



LIVE

目錄

報告說明	2
引言	3
我們的利益相關方	4
環境保護	6
A1 排放物	6
A2、A3 資源使用	7
一、節約能源	7
二、綠色銷售	11
A4 氣候變化	11
員工關懷	12
B1 僱傭	12
一、人才引進	12
二、員工福利	15
三、員工晉升	17
B2 健康與安全	17
一、職業健康	19
二、職業安全	20
B3 發展與培訓	20
一、員工發展	20
二、人才發展通道	22
B4 勞工準則	25
一、防止童工、強制勞工	25
產品管理	26
B5 供應鏈管理	26
一、供應商甄選	26
B6 產品責任	27
一、質量控制	27
二、廣告宣傳	28
三、商品標識	28
四、私隱保障	29
五、售後保障	29
廉潔文化	30
B7 反貪污	30
一、廉潔教育	30
二、廉潔制度	30
三、廉政舉措	30
社區公益	31
B8 社區投資	31
一、社區服務	31
二、社區發展	32
三、社區就業	33
四、公益活動	33
結語	34
附錄－《環境、社會及管治報告指引》內容索引	35



報告說明

報告範圍

報告組織範圍：本報告覆蓋奇点国际有限公司及其控股子公司。

報告時間範圍：2021年1月1日至2021年12月31日。

報告編製依據

本報告依據《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》進行編製。

報告發布形式

本報告以電子版形式發布，查閱本報告請登錄網站 www.hkex.com.hk 或 www.hyjd.com。

釋義

為便於表達，本報告中使用「本公司」指代「奇点国际有限公司」，「本集團」或「奇點國際」指代本公司及其附屬公司。

報告工作小組

報告期內，本集團成立以本公司董事會（「董事會」）牽頭、ESG工作小組為推動力、各部門專員為落實主力的多層次ESG內部管理架構，明確ESG管理和目標的責任落實。

聯繫方式

聯繫電話：86-514-87370101

聯繫郵箱：laq@sscy.cn

聯繫地址：中國江蘇省揚州市文昌中路539號滙銀大廈6樓

引言

奇點國際 2021 年環境、社會及管治報告

引言

本公司於2010年3月在香港聯交所上市(股份代號：1280)。奇點國際2008年2月於中國成立，從事家用電器銷售及進口商品的零售業務，是中國華東地區三、四城市領先的零售連鎖企業。

本集團一直秉承讓世界因我們而更美好的理念，在實現經濟效益的同時，主動承擔作為企業公民的社會責任，在銷售及倡導使用低能耗環保產品的同時，亦通過持續推行與供應商、顧客、員工等利益相關方的可持續性發展理念及踐行公益行動來回饋和報答社會。

2021年，本集團積極響應國家號召，一方面力行舒適家理念，推動銷售綠色、環保家電產品，注重家電產品能耗的降低；另一方面在家電更新迭代潮流下，積極引入健康智能產品，持續優化供應鏈管理，並通過線上+線下等多種渠道降低成本，著力提高本集團可持續發展水平。

與此同時，本集團一向堅信優秀的人才培訓及管理是集團長遠發展的致勝關鍵，因此集團非常重視人才培訓以及系統化的管理策略，報告期內組織員工參加多項提升工作技能的相關培訓。

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「環境、社會及管治報告指引」載列的「不遵守就解釋」條文，並根據本公司實際情況作出匯報。

董事會明白其為確保環境、社會及管治報告完整所負有的責任。就董事會全悉，本報告記述所有重大事項，並合理展示本公司的環境、社會及管治表現以及其影響。董事會確認其已審閱並批准本報告。

我們的利益相關方

我們的利益相關方

本集團通過多方渠道進行利益相關方溝通，瞭解各利益相關方訴求，並致力於推動本集團業務與運營的可持續發展。

基於本集團業務範疇，本集團識別出的主要利益相關方包括：投資者／股東、政府及監管機構、員工、供應商、消費者、社區居民。根據本年度與利益相關方的溝通，本集團總結了各利益相關方對於本集團環境、社會及管治方面的關注情況：

利益相關方	溝通與回應主要渠道	主要關注層面
投資者／股東	股東大會； 年報與中期報告； 公告	公司內部管治； 遵守法律法規要求； 商品與服務質量
政府及監管機構	主動拜訪； 公文往來； 相關會議； 信息披露	遵守法律法規要求； 反貪污； 環境保護； 消費者權益保護； 員工基本權益保護及員工福利待遇
員工	員工意見調查； 員工內部溝通會議；	有關薪酬及僱傭、招聘及晉升等的平等機會、 多元化政策； 員工基本權益保護及員工福利待遇； 員工發展與培訓； 員工健康與安全
供應商	供應商管理制度； 相關會議； 戰略合作談判	供應商准入、評價等管理制度及其落實情況； 供應商管理的公平透明機制
消費者	消費者滿意度調查； 消費者回饋活動； 服務投訴與回應機制	產品質量與服務質量； 投訴及處理機制； 消費者權益及隱私保護
社區居民	社區活動； 公益活動； 社會事業支持項目	社區投資投入資源及成果； 環境保護及資源使用

我們的利益相關方

環境、社會及管治相關重要議題識別

基於本集團在環境、社會及管治方面的利益相關者的訴求以及集團業務特點，甄選出相對重要的環境、社會及管治層面，並對相關議題設立針對性的目標與工作方向，引導公司未來發展與運營：

重要議題	涉及的主要利益相關方	目標及工作方向
商品及服務質量	投資者／股東、消費者、政府及監管機構、員工、供應商	為員工與消費者創造健康安全的工作及消費環境； 持續改善消費者體驗； 加強關注消費者隱私事宜， 保護消費者權益不受侵害。
資源使用與減少排放	投資者／股東、政府及監管機構、社區居民、供應商、消費者	持續推動內部環保理念的宣講； 營造綠色辦公環境； 積極減少業務工作帶來的環境影響。
供應鏈管理	投資者／股東、員工、供應商	持續建設公平、透明及有序的供應商准入、篩選及管理制度； 推動並鼓勵供應商進行環境社會風險管理。
信息安全與消費者隱私	投資者／股東、消費者、政府及監管機構	持續關注消費者隱私事宜， 保護消費者權益不受侵害。
員工健康與安全、 培訓與發展	投資者／股東、員工、政府及監管機構	持續推動員工的發展與成長； 持續提供公平、具競爭力和高透明度的獎懲機制； 關注員工健康，為員工提供安全的工作環境。

環境保護

環境保護

本集團作為中國華東地區三、四線城市零售企業的代表，把節能環保作為自身的社會責任。在上游供應商方面，與其達成各項戰略合作，引導綠色生產和綠色消費。

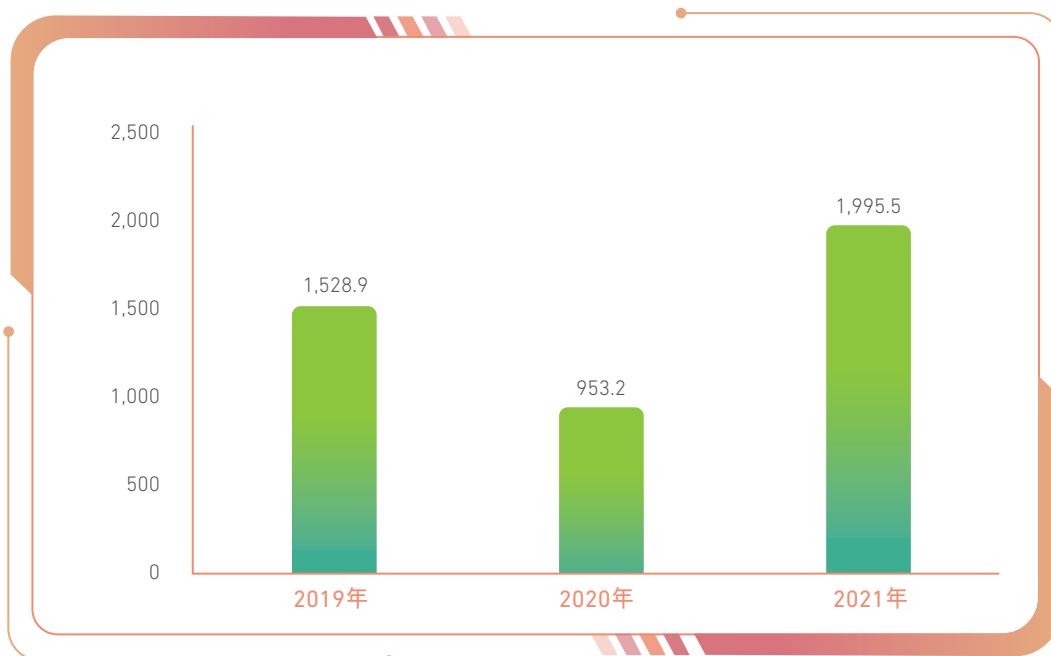
在經營方面，對各門店能耗進行監督，並在經營的全流程中推動綠色發展。在下遊消費者方面，通過門店場景、佈局改造，將用戶引入綠色生活空間，積極推廣綠色低能耗產品，通過改變用戶的消費觀念、消費方式以及引入低能耗消費產品等途徑，推廣綠色消費理念。

A1 排放物

本集團的主要業務是在中華人民共和國（「中國」），從事家用電器銷售及進口商品的零售業務，以及通過APP進行產品的線上銷售業務。因此本集團並無因生產直接產生排放物或污染物。在經營過程當中，本集團會因使用資源，如電力與汽油，而間接產生排放物。然而，本集團持續注重節能減排，通過一系列的舉措，如智慧物流、節能減排等，有關詳情，請參閱本報告下面的「節約用電」和「物流管理」兩段。本報告期內，本集團的資源消耗以及碳排放同比出現大幅上漲主要是因為本報告期內門店基本正常營業，而2020年受疫情影響嚴重，部門門店持續營業時間相較縮短。

2021年碳排放1,995.46噸，相比於2020年的953.18噸增加109.4%。

間接碳排放量（噸）



環境保護

A2、A3 資源使用

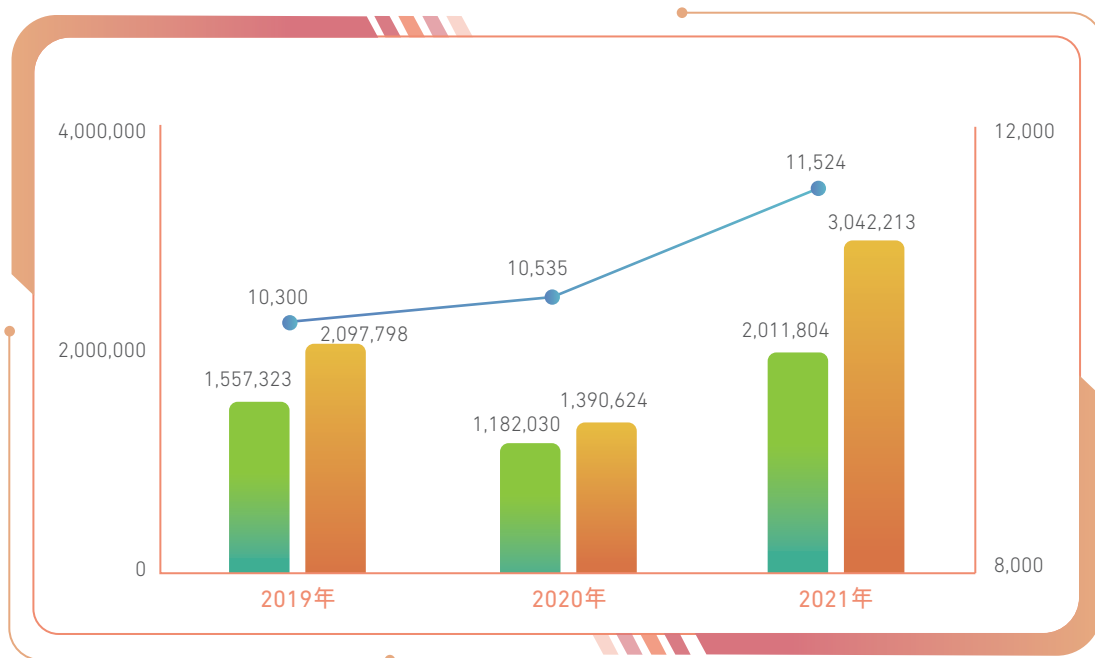
一、節約能源

節約用電

本集團持續遵循「節能減排，綠色運營」的方針策略，在經營過程中為了減少電能消耗以及降低電費成本，對電力的使用採取了如下控制措施：

- (1) 大面積使用綠色照明產品，現有門店及辦公地點的照明產品均為LED燈；
- (2) 在門店擴張和改造過程中，主要推行和使用節能燈；
- (3) 在工作時間以外，沒有重要事務的情況下，嚴禁使用主燈照明；
- (4) 在辦公過程中，嚴禁使用非必要的高耗電產品；在下班後及時關閉照明燈、飲水機、打印機等耗電設備。在門店耗電量方面，2021年本集團的耗電總量約為3,042,213千瓦時，相比於2020年大幅增加118.8%。

耗電量



- 電費 (人民幣元)
- 集團總耗電量 (千瓦時)
- 月均單店用電量 (千瓦時)

環境保護

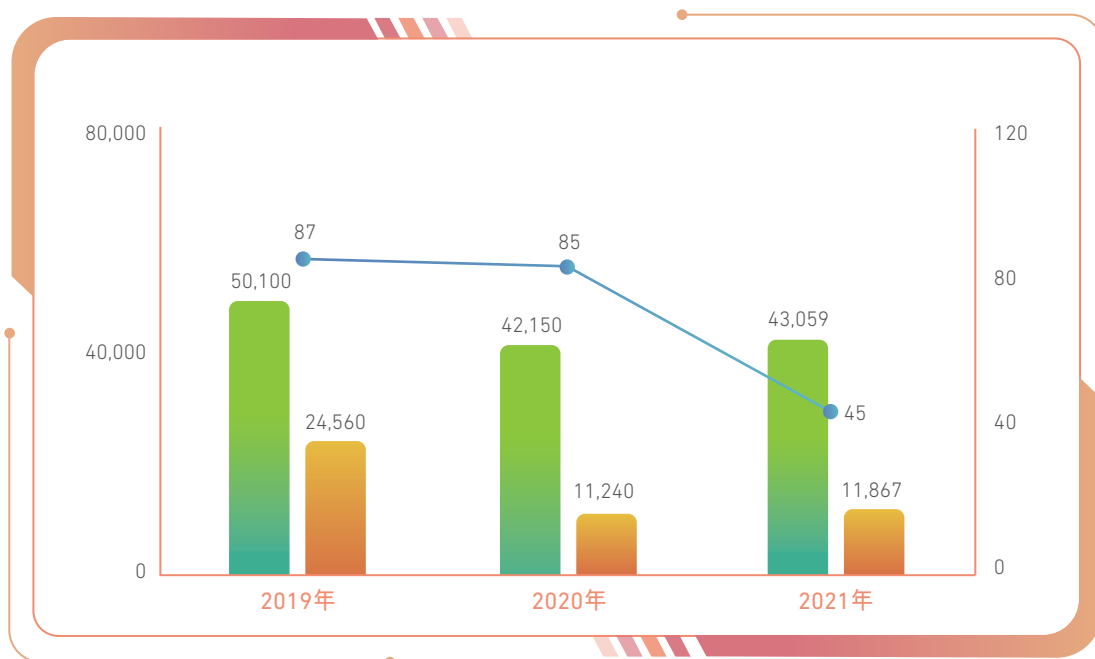
節約用水

除電力外，本集團亦重視水源的管理，尤其是門店的節水方面。節約用水的主要舉措如下：

- ✓ 根據各門店面積大小和員工數量多少，實施額度監控；
- ✓ 加強日常巡查和監督，防止漏水、滴水和跑水的現象發生；
- ✓ 在洗漱間張貼「節約用水」等宣傳標語，強化節能意識；
- ✓ 將各門店水龍頭均換成感應水龍頭，實施節水舉措。

2021年本集團總用水量約為11,867立方米，相比2020年基本持平。

耗水量



- 水費 (人民幣元)
- 耗水量 (立方米)
- 月均單店用水量 (立方米)

環境保護

節約用紙

本集團主要通過如下措施節約紙張，保護環境。

(一) 多舉措節約用紙支持紙張正反面打印；

設立環保紙取用盒，優先使用可以二次打印的環保紙張。

(二) 大範圍實施無紙化運作

電子優惠券：針對本公司的會員或消費者，在節假日進行促銷時，通過微信、微商城、抖音號等APP或小程序發放電子優惠券，或憑積分，通過APP或小程序購買產品即可應用，減少紙張的浪費。

電子發票：把原來的紙質發票替換為電子發票，電子發票不僅方便保存，而且方便查詢和報銷，減少打印發票的用紙。

推行辦公自動化系統：集團目前已推行OA(Office Automation)辦公自動化系統，同時升級財務NC管理系統，增設一體化資金管控系統，全面預算管理系統：所有的合同、賬單支付、管理流程、蓋章等均將實現無紙化辦公，最大程度地減少紙質浪費。

物流管理

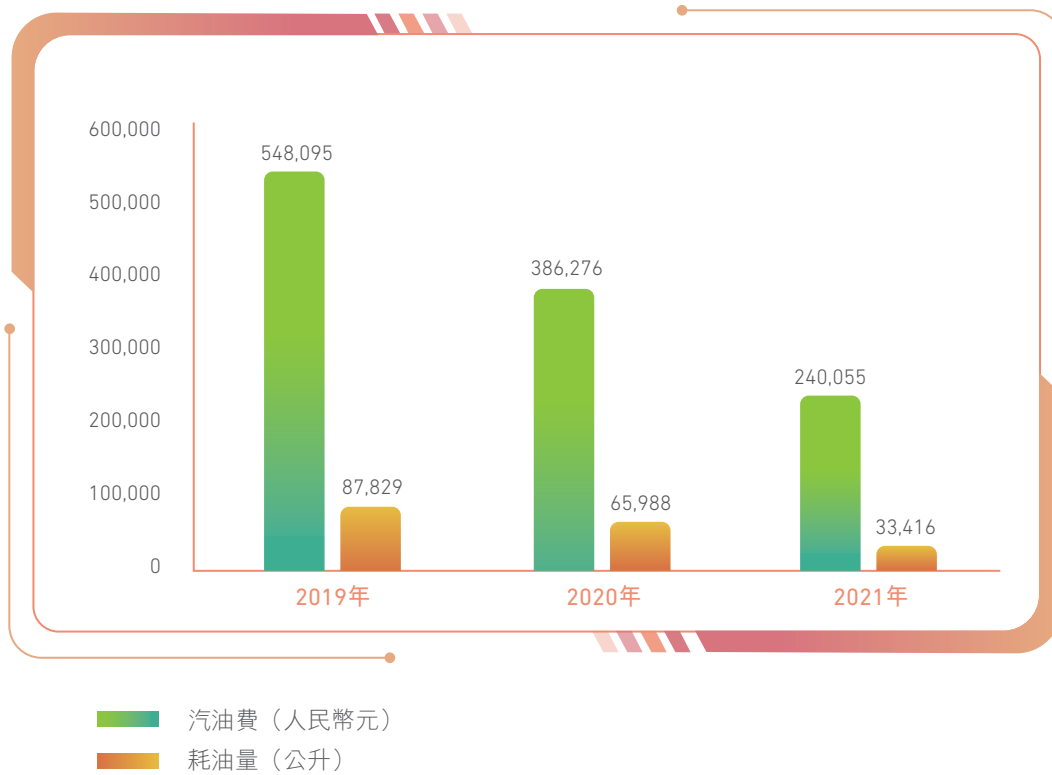
2021年，本集團持續對物流管理系統進行優化，一方面，繼續大力發展智慧物流，通過GPS對物流的運輸路線進行合理佈局規劃，降低無效行駛，以改善送貨過程，提升消費者購物體驗；另一方面，持續優化現有物流網絡、倉庫及分銷中心的物流管理，以應對日益增長的業務營運。

同時，公司亦有單位用車制度規定，在非緊急重要事務的情況下，可乘用公共交通工具辦理事務，盡量降低單位公務用車的油耗和碳排放。

環境保護

2021年集團油耗量達到33,416公升，相比於2020年減少49.4%。

耗油量



包裝物料

由於本集團的業務性質主要是產品的銷售，並不製造產品，不涉及大量包裝材料的使用，因此，本集團沒有對所銷售產品的包裝物料數據進行統計。

環境保護

二、綠色銷售

銷售節能產品

伴隨國家印發推動家電產品更新升級消費，鼓勵居民購買綠色智能家電產品的相關意見以來，本集團作為華東地區領先的零售企業，一直以實際行動積極響應國家政策，以普惠的方式引導消費者購買符合國家質量標準的電視機、冰箱、洗衣機、空調、熱水器、抽油煙機、空氣淨化器等節能家電。同時，本集團積極力行舒適家理念，通過產品選代助推家電產業節能升級，甄選家電產品，推動高能效產品的推廣和應用，以帶動全民實行節能環保。

A4 氣候變化

因著氣候變化而帶來的影響愈發顯著，使全球各地遭受極為嚴峻的挑戰。本集團需以負責任的方式來使用自然資源，盡力減少環境的負擔。本集團作為有擔當負責任的企業，將堅定本集團對氣候變化的立場，承諾透過實行銷售綠色環保家電產品等多個環保措施以盡可能地減少日常營運中產生的溫室氣體。

作為家電零售企業，本集團將緊緊擁護中央政府為推動可再生能源的發展規劃，包括國家能源局於二零二零年四月發佈《關於做好可再生能源發展「十四五」規劃編製工作有關事項的通知》，預計二零三零年非石化能源佔比，將增至20%，以及於二零二一年三月宣佈「碳達峰」及「碳中和」等發展方向及目標。本集團需在甄選綠色節能家電產品、持續推動綠色家電銷售等多方面，全力支持及響應國家的號召，大力推動清潔能源的發展。

員工關懷

員工關懷

本集團嚴格遵照《中華人民共和國勞動法》、《中華人民共和國勞動合同法》、《職工帶薪年休假條例》等法律法規，保護員工的合法權益。建立公平合理的薪酬管理制度，保證員工得到公正合理的福利和待遇。建立招聘、培訓、績效考核等制度，保證所有求職者都有平等的進入公司工作以及獲得培訓的機會，並通過績效考核不斷晉升和成長。同時本集團亦注重企業文化建設，引入同仁共勉十條，營造和諧友愛的工作氛圍。關注員工的職業生涯規劃與發展，不定期進行職業培訓，幫助員工穩步實現其職業生涯目標。

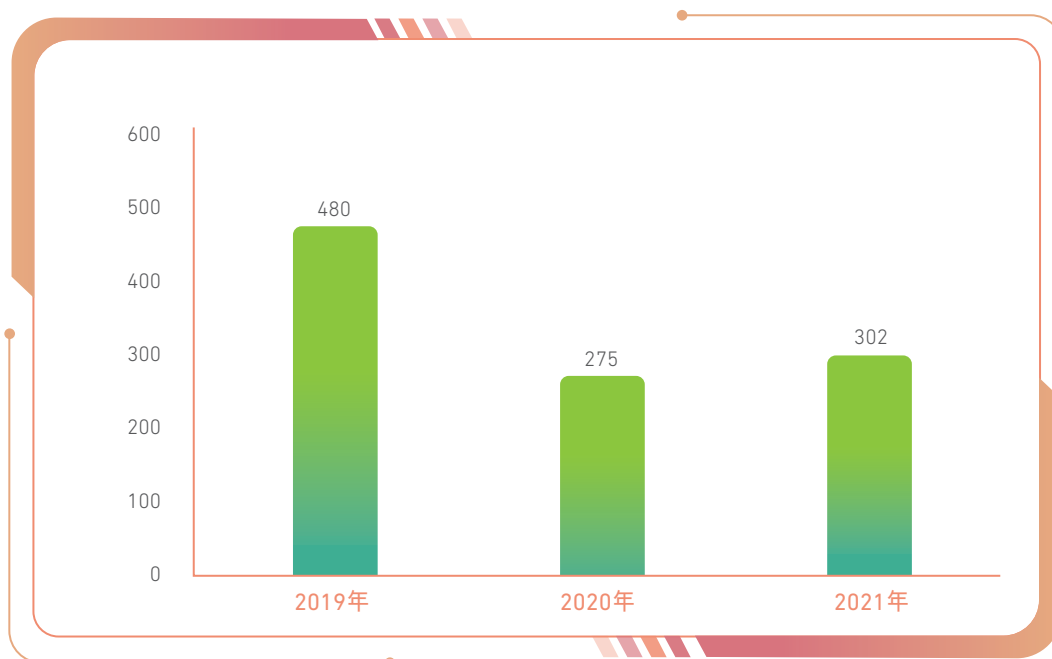
B1 僱傭

一、人才引進

本集團在人才招募引進方面，堅決杜絕種族、性別等方面的歧視現象，堅持公平、公正、公開原則，根據員工的品行、能力及工作業績等進行晉升和加薪。所有員工的薪酬福利待遇、工時及假期均嚴格遵循相關的法律規定與公司制度，平等對待每一位員工，無歧視現象發生。

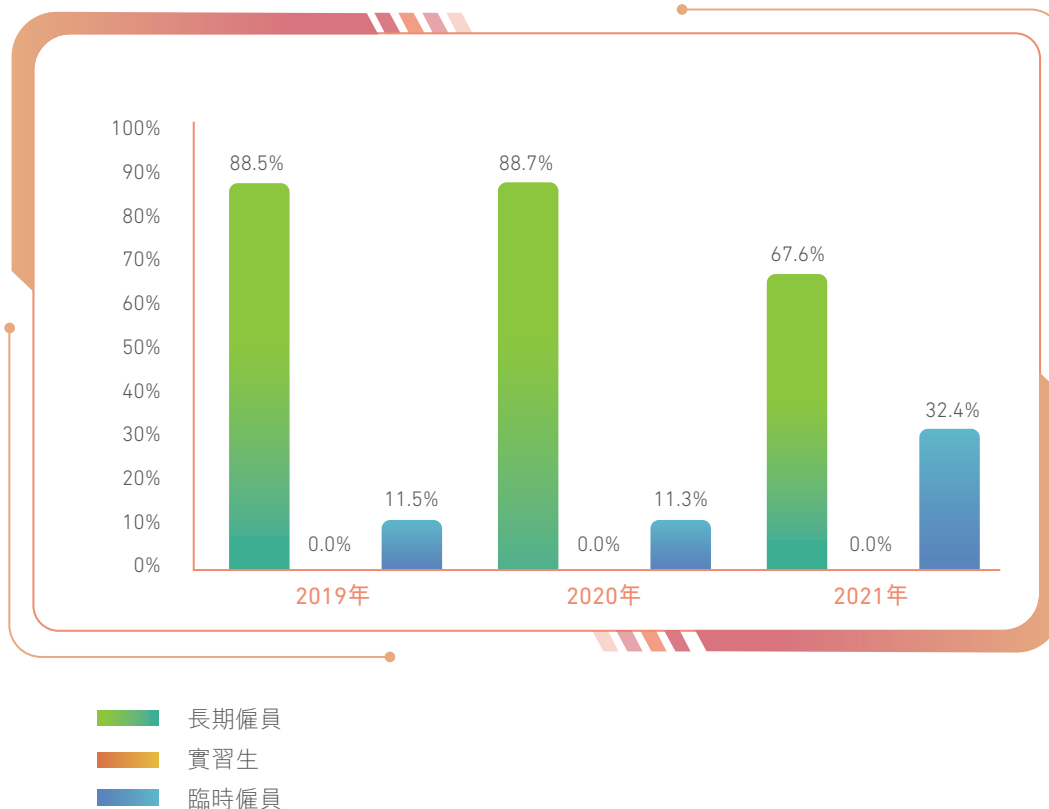
本報告期內，本集團持續對人力資源進行了崗位職能、任職要求、KPI等方面的梳理，同時加強對專業人才的引入，截至報告期末，2021年員工總人數302人，相對於2020年有所增加。同時持續注重少數民族員工及殘障員工的引進，當前佔比為1.99%，在體現集團人才僱傭方面更加多元化的同時，更好彰顯出集團良好的社會責任擔當感。

員工總人數

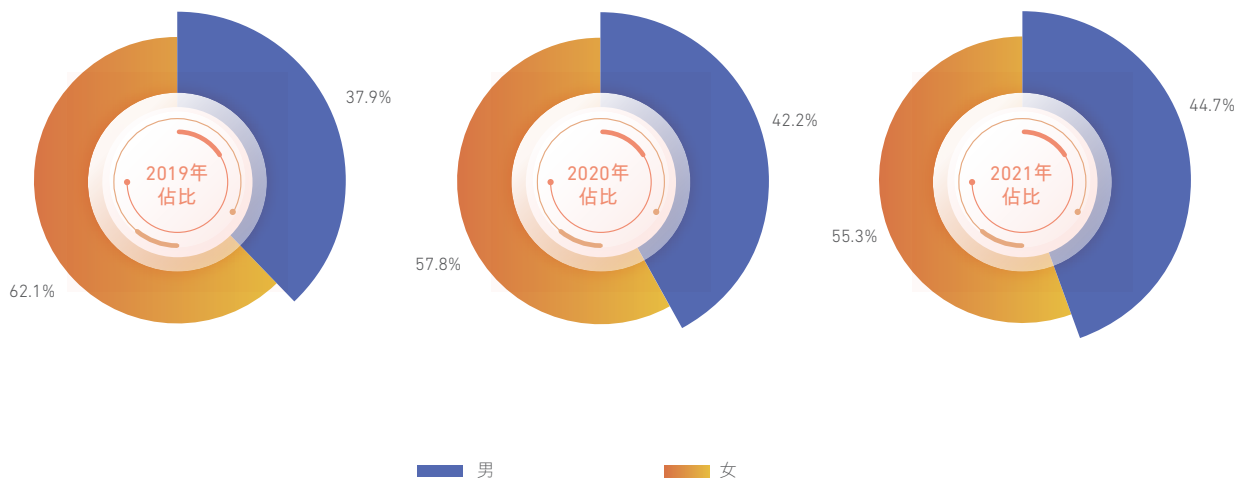


員工關懷

在僱傭類型方面，2021年僱傭類型仍然保持多樣化特性，全職員工與臨時僱員的比重如下。

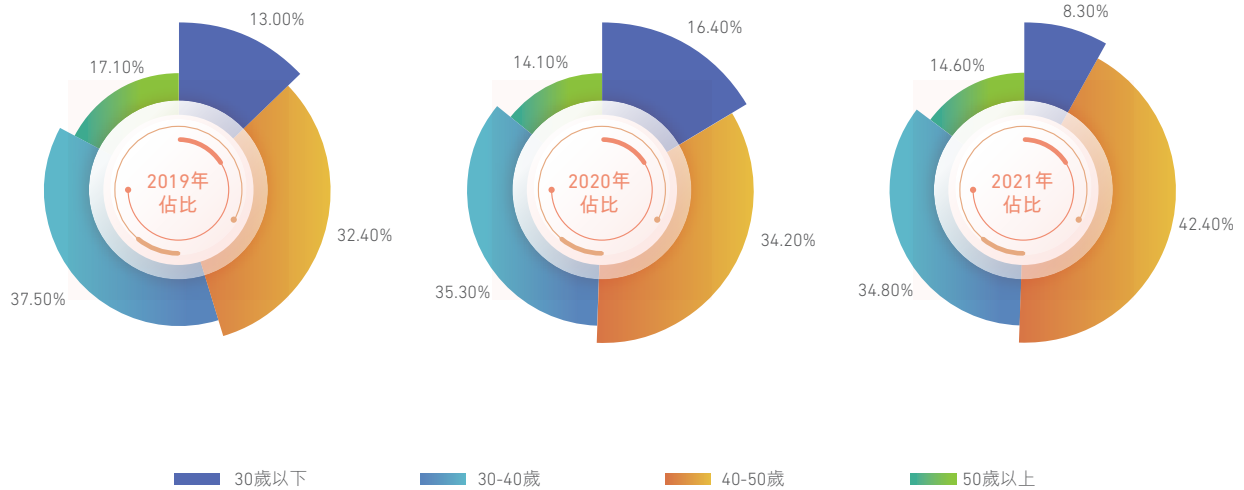


在性別方面，本集團注重員工性別方面的平衡，在2021年男性與女性成員的比例較2020年基本保持穩定。在人員流失率方面，本報告期內，經過前幾年的調整和優化，集團組織架構已趨完善，人員流失率較2020年出現一定幅度的下降。

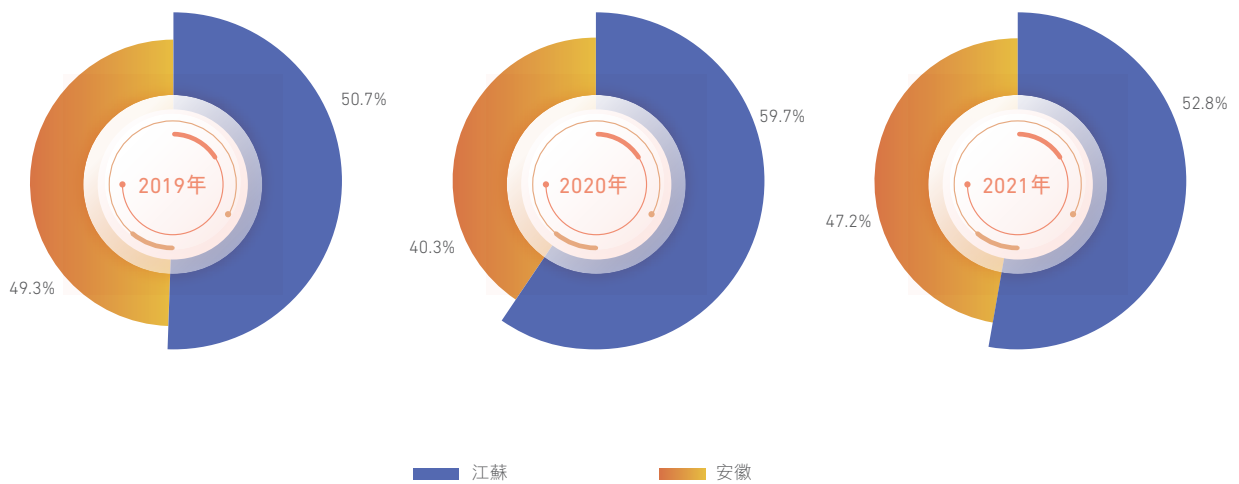


員工關懷

在年齡方面，2021年本集團持續進行人才結構優化，30-50歲人才所佔比例較上年基本持平，這兩個年齡層段，具有更加穩定的特徵，以及更加豐富的經營、管理及營銷等經驗，有利於集團健康與穩定發展。



在地區方面，經歷前幾年戰略調整和開展業務整合，2021年本集團人才保持相對穩定，江蘇、安徽市場的人才流失率均出現不同程度的下降。



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

附註2：本集團總部設於江蘇省揚州市

員工關懷

二、員工福利

法定福利

本集團依據《中華人民共和國社會保險法》，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。

一般福利

本集團為員工提供工作餐補助、通訊費補貼、交通補助等福利；在年末為全體員工提供年度體檢福利；為新入職以及在職員工進行培訓，以提升員工知識面、技能和能力，為員工實現職業生涯規劃目標打下基礎；為豐富員工業餘文化生活，本集團亦在節假日組織各項活動，增強企業員工的凝聚力。



員工關愛準時送達

專項福利

公司除了按照《職工帶薪年休假條例》及《全國年節及紀念日放假辦法》為員工提供年假、婚假、病假、喪假、產假、工傷假、哺乳假外，本集團亦為工作卓越、表現突出的員工提供旅遊等專項福利，以及為部分高管人員提供專用車輛以及筆記本電腦等辦公配置。

三、員工晉升

本集團對於員工的晉升嚴格按照人盡其才的原則，充分發掘員工的個人潛能，並根據其職業生涯規劃目標，以及其取得的工作業績考核，而非憑借親屬關係或性別歧視等進行晉升。

通過公司建立的晉升制度，給予每位員工同等的晉升機會，對每位員工進行科學評價和提拔，保證在公司平台的員工能夠人盡其用，最大化的實現個人價值。

常規晉升

通過門店評比、員工評比、管理幹部評比，選出優秀的員工骨幹和管理幹部，對於持續績效考核達標，滿足晉升條件的員工骨幹和管理幹部，將放到即將晉升的崗位，按照該崗位的標準進行見習工作，工作一段時間(一般為三個月)通過考評且滿足崗位標準的情況下，可提拔為基層管理人員或中高層管理人員。

破格晉升

在公司快速成長階段，需要一大批具有職業操守和領導能力的中高層管理幹部，對特別積極向上且在工作崗位上做出重大貢獻的員工，公司領導可以引薦，並通過高層評審討論及對其具有的關鍵能力和技能進行打分，滿足條件的員工可以破格晉升。

員工關懷

B2 健康與安全

一、職業健康

本集團十分關注員工的身體以及心理健康，一方面本集團為僱員提供安全健康的工作環境，為員工提供良好舒適的工作空間，避免他們發生工傷意外或傷害。另一方面，通過不同形式的活動來讓員工參與其中，釋放心理壓力，使得其工作與生活更加平衡，工作亦更加豐富多彩。



為患病同事愛心捐款

員工關懷



2021年戶外拓展活動

員工關懷

二、職業安全

本集團依照中國關於職業健康與安全的法律法規及行業標準，制定了《安全操作規範》制度，對其工作安全進行統一指導和監督。例如，公司服務人員在安裝、維修等服務時必須對用戶家電源、接地線、電線走向、水管、水閥、氣閥、水壓、氣壓等進行安全檢查，如果有安全隱患，要及時提出整改意見，防止意外事件發生。

報告期內，本集團未有發生因工作關係而死亡的事件(2019及2020年：無)，但本報告期內有2人因工作關係發生工傷，損失7個工作天。(2019：無；2020年：2人)。



員工關懷

B3 發展與培訓

一、員工發展

作為中國華東地區零售行業的領先企業，本集團始終重視對人才的培養與發展工作。本集團已建立較完善的培訓體系和課程體系，並與多家優質企業建立了長期合作關係。課程種類涉及營銷、營運、財務、管理等各方面。

員工入職培訓

本集團的每位新員工必須接受入司崗前培訓，其中各地新入職員工需要到總部參加統一培訓。一方面，人力資源部會幫助員工，讓員工瞭解公司的發展歷程、業務構成、部門構成、未來規劃等內容。另一方面，讓員工瞭解公司的各項管理制度、儀容儀表、禮貌禮節要求和規範，以增強主人翁意識與服務意識。



門店動員培訓

員工關懷

績效提升培訓

本集團的每位員工在各自的崗位上，針對本部門的業務技能及公司的發展需求，每個部門每兩周必須組織一次學習，並在其後對各部門的學習收獲情況進行一次檢查。溫故而知新，不斷吸收新的知識的同時，鞏固原有的知識結構，在提高業務技能的同時，形成良好的思維方式和行為習慣。另外，公司還通過集團高管帶隊分管門店，進行動員培訓，給予工作提醒和指導，以提升員工士氣和工作績效。



門店內部培訓

企業合作培訓

本集團重視與外部廠商的合作培訓，已與西門子、AO史密斯、LG、夏普等全球知名企業進行培訓上的深入合作交流，此類形式不僅可以使奇點國際員工能更好的瞭解所經營的產品，提高業務素質和技能，而且能鞏固與廠商之間的戰略合作關係。共同交流與培訓的經歷將使奇點國際與廠家未來的合作更加順暢和穩固。

高校深造培訓

為了增強高管的理論知識體系以及拓展業界人脈資源，本集團會給予核心高管去清華大學、北京大學或長江商學院等高等院校學習和深造的機會。通過高等學府MBA及EMBA的研修和學習，提高管理能力和決策能力，增強組織的內控系統和對外戰略擴張能力。

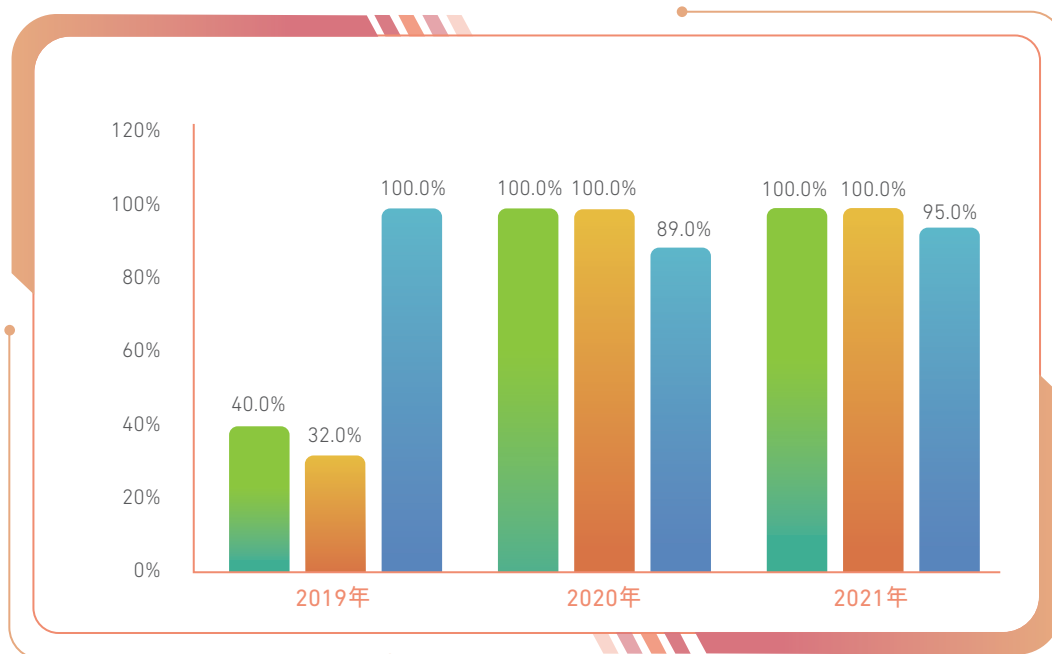
員工關懷

二、人才發展通道

本集團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。通過公司人力資源戰略規劃與員工職業生涯規劃的擬合，形成管理路線和技術路線的晉升通道。使得公司每一位員工都有明確的職業生涯發展目標，最大化地實現員工的人生價值。

按僱員類別劃分的培訓方面，2021年持續注重員工的培訓情況，使得高、中、基層員工的培訓體系更加均衡。

按僱員類別劃分僱員受訓百分比

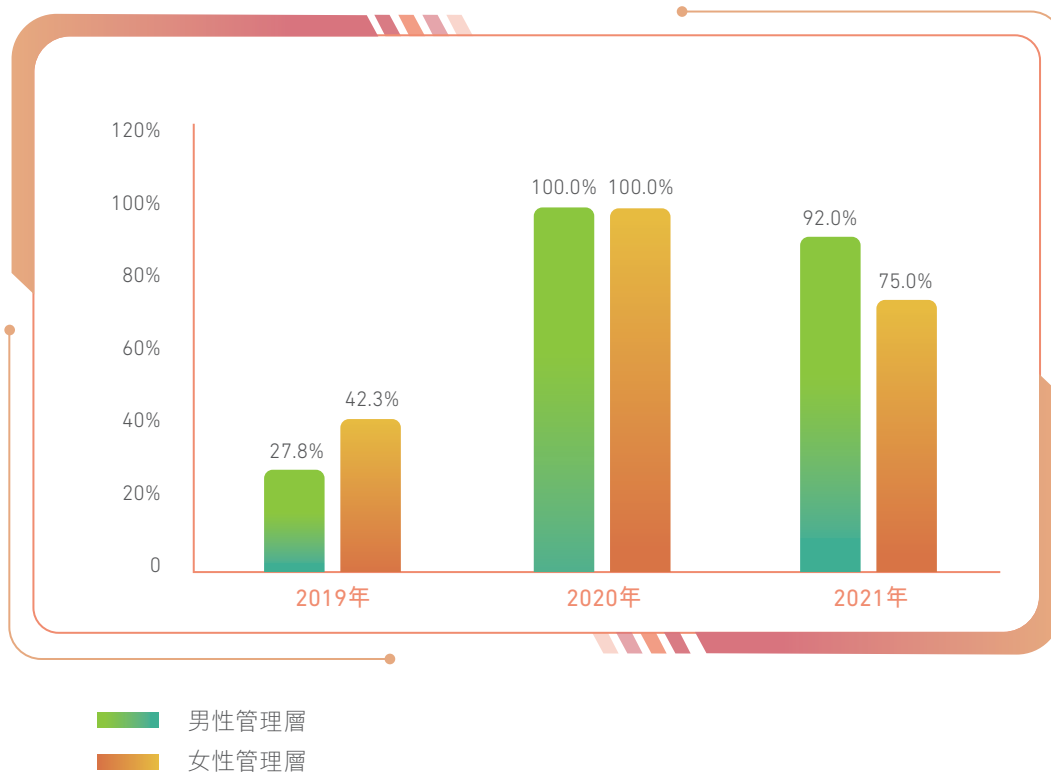


- 高層管理者
- 中層管理者
- 基層員工

員工關懷

在按性別劃分的培訓方面，2021年女性管理者受培訓比例與男性管理者略有差異。

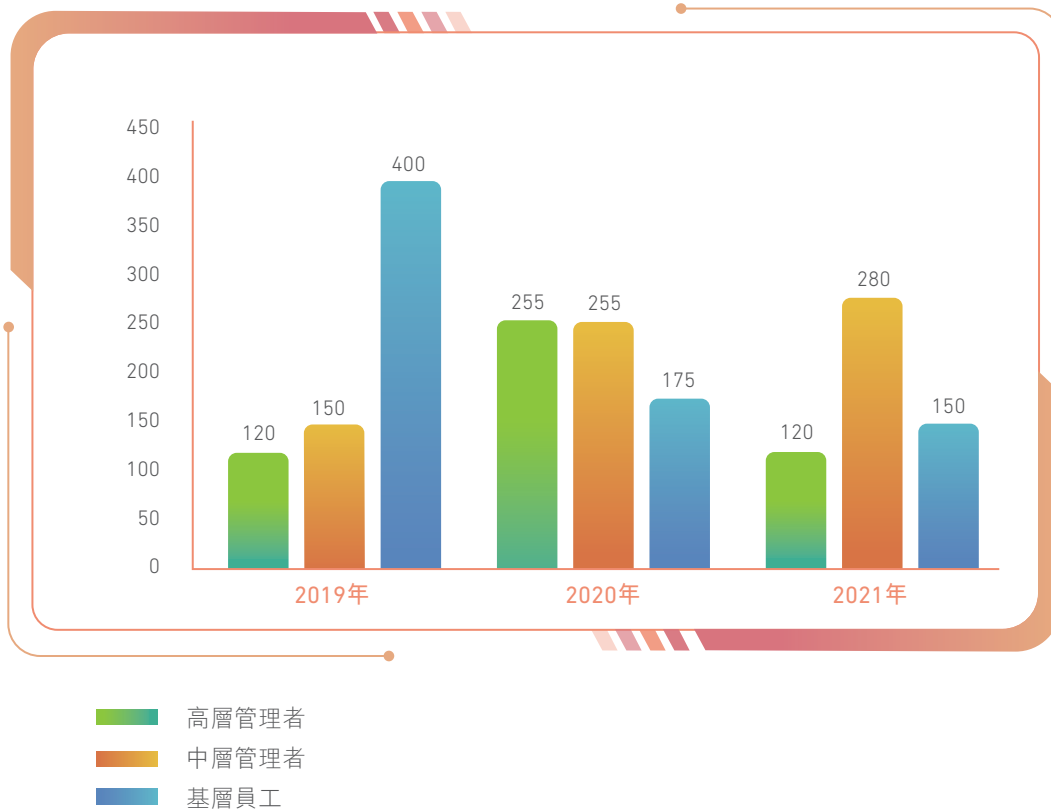
按性別劃分僱員受訓百分比



員工關懷

在按僱員類別劃分的培訓方面，報告期內公司繼續加大培訓力度，使得在各個工作層面的員工得到充分的知識儲備和工作技能，進而提高運營效率和工作效率。

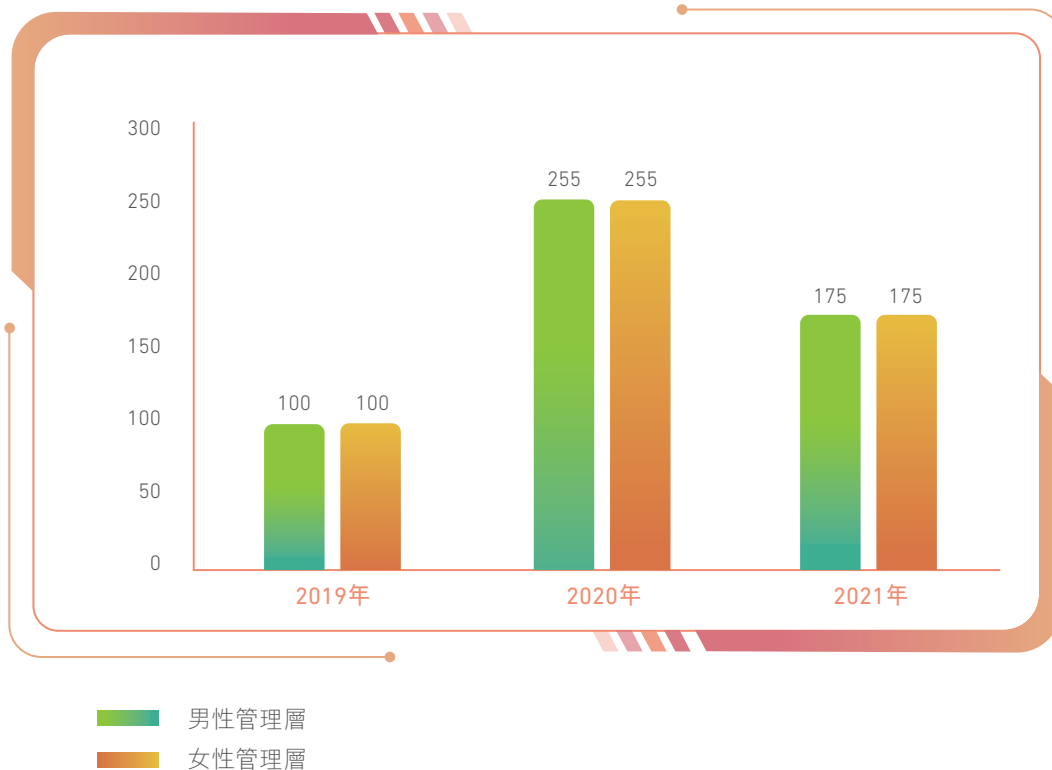
按僱員類別劃分平均每名僱員受訓小時數



員工關懷

在按性別劃分方面，男性與女性管理者受訓小時數漸趨均衡。

按性別劃分平均每名僱員受訓小時數



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號公佈的《禁止使用童工規定》，在招用人員時須核查被招用人員的身份證，禁止招用不滿16周歲的未成年人，同時禁止為不滿16周歲的未成年人介紹就業。同時本集團不定期對人力資源工作進行相關法律法規的培訓，增強法律意識，從招聘源頭上消除招聘童工的可能性。

本集團嚴格執行《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。如有特殊需要加班的事項，需要走加班流程，並經過上級領導審批後方可加班。加班後，員工可依據加班的時間進行調休，堅決杜絕加班文化現象的存在。

本報告期內，本集團未有童工及強制勞工的案例。

產品管理

產品管理

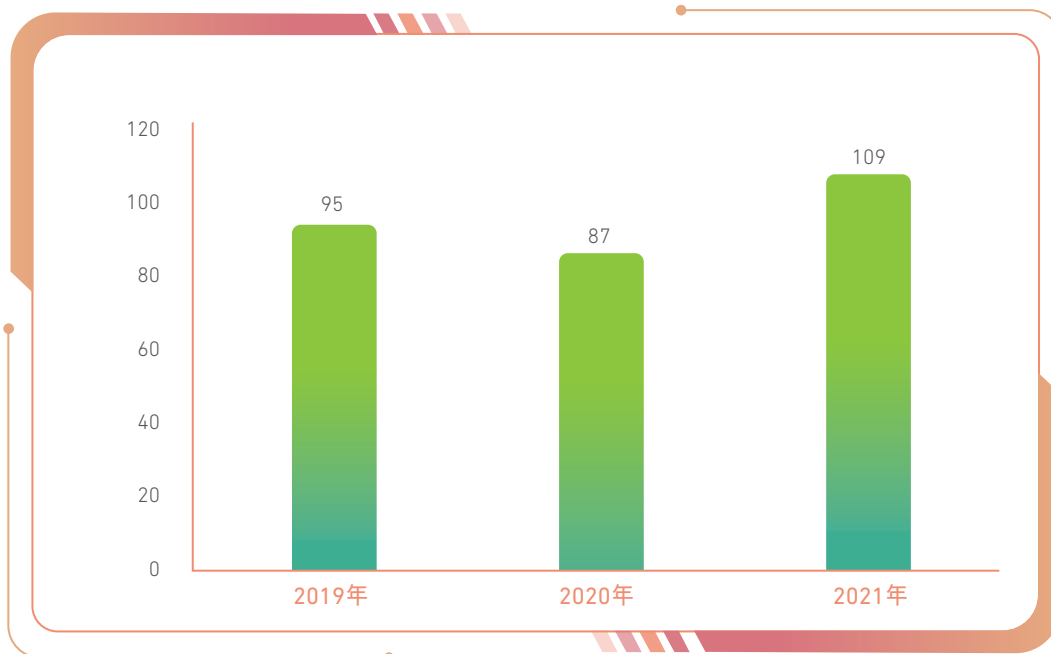
本集團始終致力於供應鏈能力的建設並不斷創新，在運營的過程當中，本集團一方面嚴格篩選供應商，以保證銷售產品和服務的質量，另一方面鼓勵供應商提供低能耗的綠色環保產品，為節能減排與環境保護貢獻一份力量。

B5 供應鏈管理

一、 供應商甄選

本集團遵循公開、公平及透明的準則甄選供應商，制定並執行採購管理手冊，詳細列明採購及招標程序與規定、供應商的考核與甄選標準，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。根據各部門的物資需求計劃和所需物資種類，一般採用詢比價、定點採購方式進行物資採購；通過質量、價格對供應商篩選及評估以挑選供應商。

華東大區(家數)



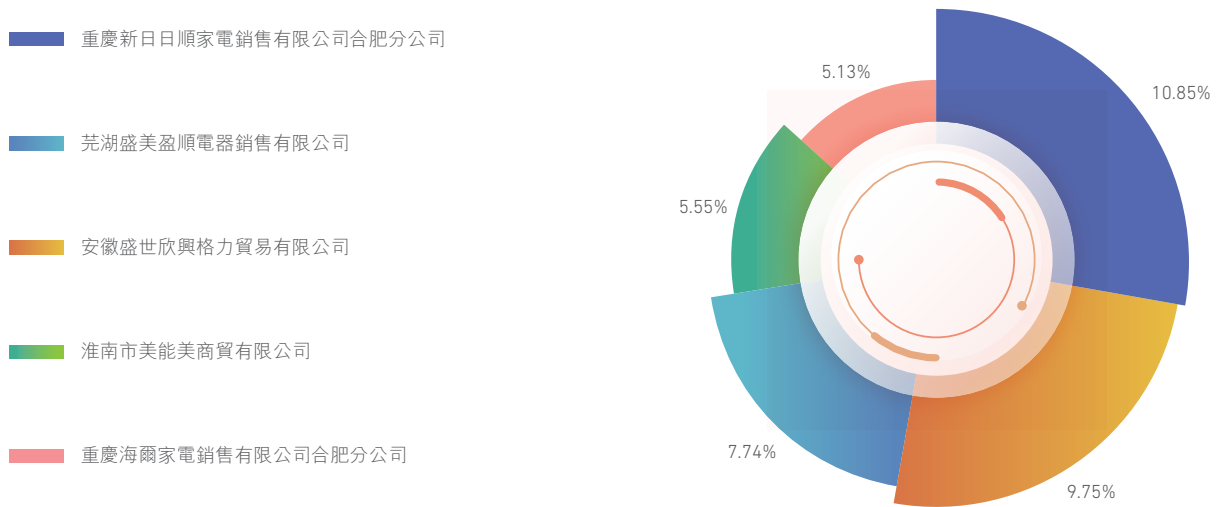
本集團主要市場在華東地區，因此，為了供貨方便與快捷，供應商主要集中在華東地區。為了提高供應產品的成本談判能力，以及更大範圍的篩選出優質供應商。報告期內，本集團有效融合控股子公司安徽四海匯銀家電銷售有限公司(「安徽四海」)運營、營銷能力及管理經驗，加強與供應商談判溝通效率，着重精選智能家電產品。

附註3：華東大區主要包括江蘇，安徽等地區

產品管理

此外，為確保供應商在質量保證、安全、環保及其他環境管理等方面的能力，本集團需要對供應商進行現場調查，對其生產能力、技術水平、質量保證、供貨能力、產品環保、安全環境管理資質等方面進行實地調查，以確保供應鏈優質與安全。在合理及實際可行的情況下，本集團會優先考慮擁有相關環保標籤、能夠有效運用資源並減少產生有害及無害廢棄物的產品及服務。

本集團前五大供應商所佔總採購比例 (%)



B6 產品責任

一、質量控制

本集團根據《中華人民共和國產品質量法》的規定，建立進貨檢查驗收制度並嚴格執行，驗明產品合格證明和其他標識，以保證銷售產品的質量；嚴禁銷售國家明令淘汰並停止銷售的產品和失效、變質的產品。所銷售產品的標識符合《中華人民共和國產品質量法》第二十七條的規定。嚴禁偽造產地，偽造或者冒用他人的廠名、廠址。嚴禁偽造或者冒用認證標志等質量標誌。

本集團已制定《採購管理制度》、《入庫管理制度》、《倉庫盤點制度》、《殘次品管理制度》，對產品質量進行把關和管理。所有所售產品，不得以假充真、以次充好，並確保所售商品不發生因產品質量引發的安全事件。報告期內，本集團未有發生產品召回的事件。

本集團以身作則，始終以「質量第一」的標準要求自己，在銷售產品方面，銷售民眾信得過的知名品牌，例如格力、西門子、海爾、美的等，為當地居民的高質量生活做出貢獻。



二、廣告宣傳

本集團嚴格遵照《中華人民共和國廣告法》的規定行事，從事廣告活動過程中，遵守法律、法規，誠實信用，公平競爭。

對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、允諾等或者對服務的內
容、提供者、形式、質量、價格、允諾等有表示的，必須表述準確、清楚、明白。廣告中表明推銷的商品或者服
務附帶贈送的，一定要明示所附帶贈送商品或者服務的品種、規格、數量、期限和方式。法律、行政法規規定廣
告中應當明示的內容，必須顯著、清晰地表示。本集團通過上述措施，切實維護消費者的合法權益。

三、商品標識

本集團嚴格遵照《中華人民共和國產品質量法》中第二十七條、第二十八條、第三十條、第三十一條等的規定。銷
售的家用電器，應符合家用和類似用途電器的安全標準，按產品標準GB 4706系列標準的規定標識標註。本集團
嚴格遵守相關產品標識規定，通過進貨檢查驗收制度，檢查供應商供應的產品，驗明產品合格證明，以保證銷售
產品的質量和安全。

產品管理

四、私隱保障

本集團嚴格遵照《中華人民共和國消費者權益保護法》，在收集、使用消費者個人信息的時候，遵循合法、正當、必要的原則，明示收集、使用信息的目的、方式和範圍，並經消費者同意。不得違反法律、法規的規定和雙方的約定收集、使用信息。本公司及其工作人員對收集的消費者個人信息必須嚴格保密，不得洩露、出售或者非法向他人提供。本公司會採取技術措施和其他必要措施，確保信息安全，防止消費者個人信息洩露、丟失。在發生或者可能發生信息洩露、丟失的情況時，將立即採取補救措施。未經消費者同意或者請求，或者消費者明確表示拒絕的，不得向其發送商業性信息。

五、售後保障

售後服務

本集團擁有專業的售後服務中心和售後人才培訓中心，並擁有幾十家廠家維修定點機構。通過多年的服務積累，為消費者提供專業服務保障。另外，本集團建立物流計算機管理網絡和鄉鎮物流中轉站、售後服務站，送貨週期更短、上門服務更快捷，保證客戶可以得到充分和便捷的售後服務體驗。

投訴服務

本集團一方面會對購買產品的客戶進行電話回訪，瞭解客戶購買產品後的體驗，同時解決客戶遇到的問題。另一方面，本集團擁有 24 小時服務熱線，隨時解決投訴的問題。公司有投訴處理工作組，由客服主管、業務主管、業務副總裁組成，如遇投訴問題，客服會及時反饋給工作組，工作組會根據投訴的嚴重程度分類，分別給出回復意見，由客服人員主動告知客戶有關的問題的處理進度與妥善安撫。為消費者構建起高效、便捷、可信賴的服務平台，及時高效地解決顧客遇到的各類問題。

廉潔文化

廉潔文化

B7 反貪污

廉潔文化是公司企業文化中的重要部分，而與廉潔所共生的誠善、利他的文化氛圍更是公司持續健康發展的重要保障。廉潔從業不僅是本集團開展工作的基礎和道德要求，也是所有員工的責任和義務。

一、廉潔教育

本集團把廉潔教育作為僱員培訓的重要一環，教育員工嚴格遵守《中華人民共和國公司法》和避免觸犯《中華人民共和國刑法》，禁止和杜絕受賄、敲詐、舞弊、洗黑錢等不良行為，並以職務犯罪案例來警醒員工，確保本集團的員工誠實、守信且具有良好的道德操守和行為規範。

二、廉潔制度

本集團已制定《反舞弊與舉報管理制度》，以監察僱員在日常營運中的操守及行為，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。本集團通過年度自我審查，檢討道德守則及有關規定的實施情況，確保道德守則及有關規定在實際營運及管理慣例中貫徹執行，切實杜絕受賄、敲詐、舞弊、洗黑錢等行為，平衡及維護本集團與持份者利益，建立長期夥伴關係。

三、廉政舉措

本集團一方面通過內部監察預防及控制本集團發生貪污或不道德行為；另一方面，本集團提供反舞弊郵箱及反舞弊匿名熱線對集團內外公佈，接受來自集團內部員工及與集團有相關聯供應商／代理公司／固定客戶的投訴、舉報事宜，並配置專人對於投訴、舉報的案件進行妥善的記錄及保管。總裁辦公室／人力資源部負責與反舞弊相關的各類信息之收集整理、分析、傳遞、交流。反舞弊處理結果的執行、跟進、發布、備案。反舞弊工作由監察風控組定期監督執行。

對於投訴、舉報的案件，按照內投訴人或被舉報人在集團的崗位，集團中層以下管理人員由集團辦公室／人力資源部直接調查處理，並經集團反舞弊小組審批後實施處理。集團中層以上(含)管理的由集團反舞弊小組直接調查處理，經最高層審批後實施處理。集團對於任何投訴、舉報，均採取保密措施，防範投訴人或舉報人的人身、利益不受侵害。

此外，本集團董事會轄下審核委員會定期聽取內審部門匯報當期內控工作，及時瞭解本集團廉潔工作。

自二零二一年一月一日起，截至本報告日止，本公司未發生任何員工或公司腐敗案件。

社區公益

社區公益

作為中國華東地區三四線城市領先的零售連鎖企業，多年來，本集團堅守公益初心，堅持踐行公益活動，解決當地居民就業，依法納稅，承擔企業公民的社會責任。同時，作為華東地區領先企業，本集團利用自身品牌優勢，積極參與組織各公益活動，成為推動社會公益不斷前進的動力。

B8 社區投資

一、社區服務

本集團重視與其經營所在地區社區建立和諧共融的企業、社區關係，並通過積極參與社區活動來瞭解社區需要。

以本集團旗下控股子公司安徽四海為主要成員的愛心公益組織，自2009年以來連年走進孔店鄉第一敬老院開展慰問活動，為敬老院捐款捐物累計達人民幣百萬元。



社區公益



敬老院愛心慰問活動

二、社區發展

此外，本集團旗下控股子公司安徽四海多年來一直努力擴大經營規模，積極發揮帶頭作用，牽頭成立淮南市家電行業協會，帶動更多本土企業進步發展，同時培養了一批精幹優秀的商貿行業從業人才，為推動淮南商貿行業的蓬勃發展貢獻自己的力量。

二零二一十二月十五日，中國人民政治協商會議北京市朝陽區第十四屆委員會第一次會議於北京會議中心隆重開幕，近400名區政協委員彙聚一堂，奇點國際董事會主席袁力先生作為政協北京市朝陽區連任委員參加了本次會議，並圍繞北京市朝陽區「十三五」建設和「十四五」開局，聚焦「建設‘三區’、建成小康」和「三化四區」發展目標，積極履職，建言獻策。

社區公益



三、社區就業

作為中國華東地區三、四線城市領先的零售連鎖企業，本集團在不斷下沉市場，滿足消費升級需求的同時，持續為當地提供就業機會。未來隨著新零售業務的發展，本集團將繼續加大招聘力度，為社區就業做出貢獻。

四、公益活動

本集團堅持公益初心，一直把踐行慈善公益事業作為重要的企業文化推行，在迅速發展的同時，積極履行社會責任，同時鼓勵員工積極參加社會各種公益事業，在企業獲得收益的同時，亦主動回報社會，為民眾提供更多的幫助。

結語

結語

環境、社會及管治報告作為公司管治和發展戰略的重要體現，本集團一方面恪守良好的環境保護、社會責任及企業管治理念，重視企業與環境、社會發展的和諧共融，主動承擔作為企業公民的社會責任；另一方面注重集團的可持續性發展，建立中長期發展戰略和規劃，意在不斷改善投資者長期回報，促進資本市場和本集團經濟協調健康發展。於報告期內，本集團積極履行社會責任，滿足消費升級需求的同時，力行舒適家理念，推動銷售綠色、環保家電產品，注重公司與股東、員工、客戶、供應商、所在社區等利益相關主體之間的利益平衡，同時積極推進環境保護、社會公益活動，整體而言，公司企業管治工作較上年有了長足發展。

本集團在新的報告指引規範下，注重匯報原則「重要性」、「量化」以及「一致性」的應用，不斷提升公司管治質量，更好回報社會和國家。

附錄一《環境、社會及管治報告指引》 內容索引

範疇	議題	績效指標	對應本報告章節
環境	A1 排放物	一般披露：有關廢氣及溫室氣體排放、對水及土壤的排污、有害及無害廢棄物的產生等的：	環境保護
		(a) 政策；及	環境保護
		(b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	環境保護
		A1.1 排放物種類及相關排放數據	A1 排放物
		A1.2 溫室氣體排放量(以噸計算)及(如適用)密度(如以每產量單位、每項設施計算)	A1 排放物
		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)	不適用
		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)	A1 排放物
		A1.5 描述降低排放量的措施及所取得成果	A1 排放物
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取得成果	A1 排放物		

附錄一《環境、社會及管治報告指引》 內容索引

範疇	議題	績效指標	對應本報告章節
A2 資源使用		一般披露	A2、A3 資源使用
		有效使用資源(包括能源、水及其他原材料)的政策。	A2、A3 資源使用
		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)	一、節約能源
		A2.2 總耗水量及密度(如以每產量單位、每項設施計算)	節約用水
		A2.3 描述能源使用效益計劃及所取得成果	A2、A3 資源使用
		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取得成果	A2、A3 資源使用
		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
A3 環境及天然資源		一般披露	A2、A3 資源使用
		減低發行人對環境及天然資源造成重大影響的政策。	A2、A3 資源使用
		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	A2、A3 資源使用
A4 氣候變化		一般披露 識別及應對已經及可能會對發行人產生影響的重大氣候相關事宜的政策	
		A4.1 描述已經及可能會對發行人產生影響的重大氣候相關事宜，及應對行動	A4 氣候變化

附錄－《環境、社會及管治報告指引》 內容索引

範疇	議題	績效指標	對應本報告章節	
社會	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：	員工關懷	
		(a) 政策；及	B1 僱傭	
		(b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	B1 僱傭	
		B1.1 按性別、僱傭類型、年齡組別及地區劃分的僱員總數	B1 僱傭	
		B1.2 按性別、年齡組別及地區劃分的僱員流失比率	B1 僱傭	
		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職業性危害的：	B2 健康與安全
			(a) 政策；及	B2 健康與安全
			(b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	B2 健康與安全
	B2.1 因工作關係而死亡的人數及比率		B2 健康與安全	
	B2.2 因工傷損失工作日數		B2 健康與安全	
	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		B2 健康與安全	

附錄一《環境、社會及管治報告指引》 內容索引

範疇	議題	績效指標	對應本報告章節
B3 發展與培訓		一般披露	B3 發展與培訓
		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。	二、人才發展通道
		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	二、人才發展通道
		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	二、人才發展通道
B4 勞工準則		一般披露	B4 勞工準則
		有關防止童工或強制勞工的：	B4 勞工準則
		(a) 政策；及	B4 勞工準則
		(b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	B4 勞工準則
		B4.1 描述檢討招聘慣例的措施以避免童工及強制勞工	B4 勞工準則
B4.2 描述在所發現違規情況時消除有關情況所採取的步驟	B4 勞工準則		

附錄－《環境、社會及管治報告指引》 內容索引

範疇	議題	績效指標	對應本報告章節
B5 供應鏈管理		一般披露	B5 供應鏈管理
		管理供應鏈的環境及社會風險政策。	一、供應商甄選
		B5.1 按地區劃分的供應商數目	B5 供應鏈管理
		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	B5 供應鏈管理
		B5.3 描述有關識別供應鏈每個環節的環境及社會風險的慣例，以及相關執行及監察方法	B5 供應鏈管理
B6 產品責任		B5.4 描述在揀選供應商時促使多用環保產品及服務的慣例，以及相關執行及監察方法	B5 供應鏈管理
		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：	B6 產品責任
		(a) 政策；及	B6 產品責任
		(b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	B6 產品責任
		B6.1 已售或已運送產品數量中因安全與健康理由而須回收的百分比	B6 產品責任
		B6.2 接獲關於產品及服務的投訴數目以及應對方法	五、售後保障
		B6.3 描述與維護及保障知識產權有關的慣例	五、售後保障
		B6.4 描述質量檢定過程及產品回收程序	五、售後保障
		B6.5 描述消費方資料保障及隱私政策，以及相關執行及監察方法	四、私隱保障

附錄一《環境、社會及管治報告指引》 內容索引

範疇	議題	績效指標	對應本報告章節
B7 反貪污		一般披露：有關防止賄賂、勒索、欺詐及洗黑錢的：	B7 反貪污
		(a) 政策；及	二、廉潔制度
		(b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規定的資料。	B7 反貪污
		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	B7 反貪污
		B7.2 描述防範措施及舉報程序，以及相關執行及監察方法	B7 反貪污
		B7.3 描述向董事及員工提供的反貪污培訓	B7 反貪污
		B8 社區投資	
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)	B8 社區投資		
B8.2 在專注範疇所動用資源(如金錢或時間)	B8 社區投資		