



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)



2022 環境、社會及管治報告

* 僅供識別

目 錄

高管致辭	1		
關於本報告	3		
ESG治理與董事會參與	4		
董事會參與ESG	5		
實質性議題分析	6		
持份者溝通	7		
堅持有序發展，保障運營合規	9		
合規與風險管理	10		
內審內控與風險管理	10		
反貪污與商業賄賂	11		
舉報人保護	12		
推動人才培養，助力員工成長	13		
人才招聘與培養	14		
員工權益保障	19		
職業發展與晉升	21		
員工福利與關愛	23		
		保護客戶權益，共創美好生活	26
		負責任供應鏈	27
		服務質量保障	29
		用戶隱私安全	31
		社區公益慈善	32
		應對氣候變化，堅持綠色發展	34
		推進綠色運營	35
		創新綠色服務	36
		助力綠色發展	37
		董事會聲明	39
		香港聯交所ESG指引索引	40
		讀者反饋	43

國美零售控股有限公司

2022年環境、社會及管治報告

高管致辭

國美自成立以來，一直秉持國美、家美、生活美的初心，以服務中國家庭美好生活、助力實體經濟高質量發展為己任。作為一家有35年歷史的民營企業，國美的誕生和成長，得益於黨和國家鼓勵、引導、支持民營經濟發展的各项政策措施。是時代成就了國美，國美也用切實行動，回應著時代的召喚：國美把握改革開放機遇，以人無我有、人有我優、敢為人先的創業精神，開創了家電零售連鎖模式；國美以信待人、以信立業、以信致遠，與各方夥伴互動互助互補、化競爭為合作，實現了高價值可持續的相融共生；國美貫徹新發展理念，以用戶思維、科技思維、平台思維和閉環思維，深耕「家生活」賽道，打造全零售生態共享平台。

2022年是國美成立發展的第35年，也是「家·生活」戰略啟動實施的第一個5年，更是經受疫情考驗，走出低谷的一年。過去一年全國疫情多次反覆，主要一線城市均受到嚴重影響，多數地區都實施了不同程度的封管控措施，線下商業受到明顯影響；線上商業也因物流受阻而受到疫情以來最嚴重的影響。儘管如此，國美一直全力承擔社會責任，以線上真快樂APP為前端觸手，線下國美實體門店為運營軸承，實現網格化運營管理，發揮骨幹零售企業的作用。在集團內部，切實抓好防控工作，確保全國數百座城市的員工穩定；對社會，國美在疫情期間千方百計穩定社會供應，在全國各地門店、線上平台全渠道做好保供保價工作，確保健康類民生類商品不漲價，調集緊缺物資馳援危重疫區，為疫情期間保供應、促消費做出表率。

過去一年來，基於對政策新要求、用戶新需求、廠商新訴求的深入思考，結合國美經營的經驗、資源和能力，我們對集團戰略進行了再定位：聚焦零售業和家服務業，以模式創新、技術賦能為突破口，系統打造全零售生態共享平台，服務百姓持續升級的「家生活」需求，讓更多人實現「國美 家美 生活美」。

首先，踏實服務百姓美好生活需要，國美堅持以品質、低價、好服務助力百姓消費升級。國美正將家用、家電、家居、家裝、家服務等家庭生活全領域的供應鏈和服務體系聚合延伸，通過真選商品、嚴選商家，傳遞給顧客高品質、真低價的好商品，提供視頻導購、準時達、閃店送、送裝同步、管家服務等全程好服務，切實提升消費者的幸福感、獲得感和安全感。

其次，務實推動零售數字科技創新，國美充分發揮數字網絡科技，在互聯互通、全程全息、自動化智能化等方面的顯著優勢，以重點打造線上平台真快樂APP為抓手，將線上和線下、虛擬與實體、到網到店到家的場景融合貫通，讓線上和線下的定位更清晰、協同更緊密，幫助廠商以更低成本，實現線上線下O2O全場景的更好覆蓋；同時通過重點打磨在線賽事內容社交功能，讓商家銷售和用戶消費，都實現了購中有樂，樂中有購，探索出「商家娛樂賣、用戶娛樂買、一起分享樂」的娛樂化營銷新模式，幫助廠商高效低成本地獲取可持續性流量，也將顯著提升消費者的購物愉悅度。

同時，切實支持實體經濟發展壯大，國美通過改造實體商業形態、改善供應鏈效率和提升服務技能三方面舉措，推動零售「脫虛向實」。打造以「國美家」為核心的線下平台，以側重展示體驗和本地生活服務的業態升級，以全品類多店型的網格化佈局，重新激活

線下實體商業的能效和價值；打造鏈路更短、標準更高的全模式供應鏈平台，助力原產地、產業帶的廣大生產商，縮短流通環節，快速進入市場；培育全程導購、專業買手等新型服務職業，多為社會提供可持續的現代服務業新技能、新崗位。

在上述工作開展的基礎上，倡導並構建開放共享的行業新基建和零售新生態，國美打造的「共享共建平台」，初衷就是將國美貫通「人、貨、場」的零售基礎設施、全量資源池和全套服務工具包等關鍵資源和核心能力向有需求的各方市場夥伴開放接入、全面共享，全方位助力生產商、經銷商、社會機構和廣大勞動者直通市場，不做重複的建設和投入，發揮各自差異化的資源能力優勢，快速低成本地打造起自主可控的經營新主場，從零售業角度降低社會綜合成本。

35年的市場洗禮，讓今天的國美更具韌性，也更加眼光長遠、步伐堅定。在走出疫情低谷、全力以赴踏上全新征程的同時，國美將時刻銘記，35年來各界的深情厚誼和真誠相助，我們期待今後更加長久的共建共享，讓我們攜手並進，一起推動行業的新發展，迎接更加美好的未來！

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2022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2022年1月1日至2022年12月31日。如有不一致，將在具體內容處進行說明。

自2016年起本公司每年主動向社會發佈ESG報告。

— 編製依據

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》）進行編製，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，本報告所使用的詞匯與本公司《二〇二二年度報告》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。

— 獲取及回應本報告

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

01

ESG治理與董事會參與



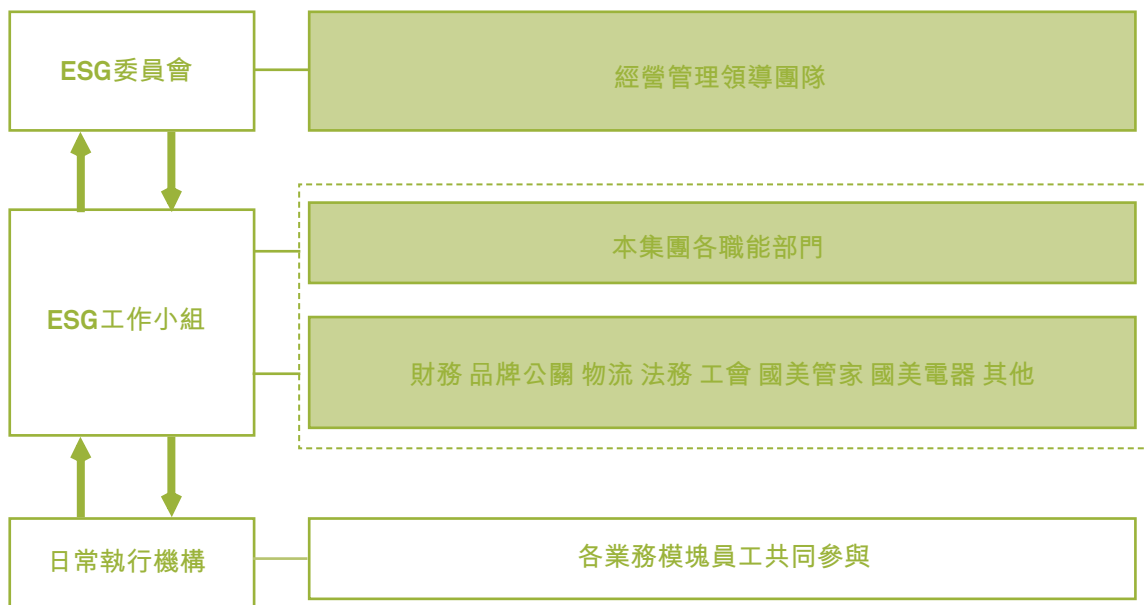
ESG治理與董事會參與

董事會參與ESG

ESG工作在國美是一項戰略化的常態性工作，本集團建立了縱向貫穿各層級、橫向覆蓋所有職能部門的可持續發展組織體系，其包含三大層級：

- ESG委員會：由本集團最高管理層人員組成，委員會會定期對本集團可持續發展工作進行評估與建議，內容包含重大項目進展、年度預算、年度工作計劃等。如有重大突發狀況，委員會將組織臨時會議進行決策。
- ESG工作小組：由本集團董事會辦公室牽頭，各職能部門管理人員參加，對客戶審核、合規、環境保護、健康安全、供應商管理等工作進行內部討論與項目設計。小組成員也會定期溝通，並向委員會直接匯報。
- 日常執行機構：由各業務模塊員工共同參與可持續發展工作在國美的日常推進以及協調。

本集團可持續發展組織架構

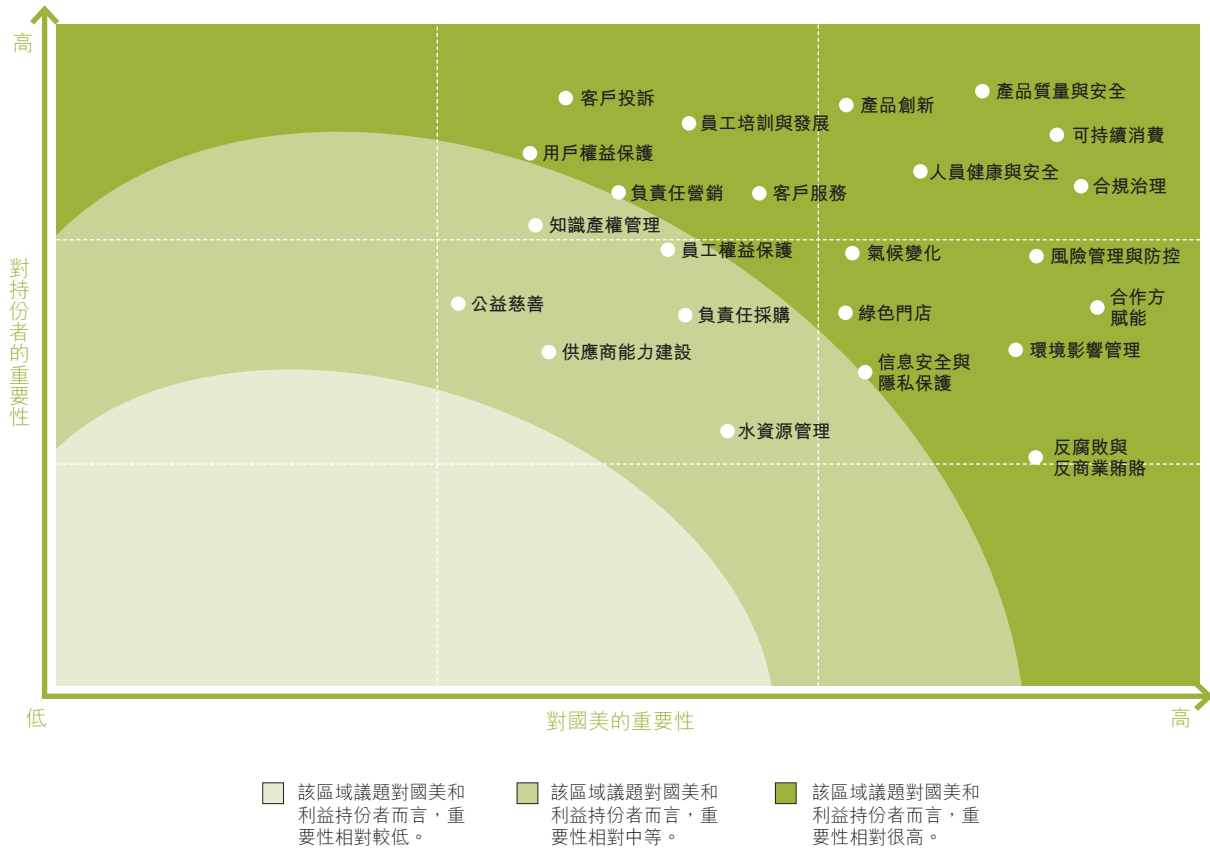


ESG治理與董事會參與

實質性議題分析

2022年，國美通過定期溝通、行業協會、客戶交流和投資者會議等形式全面分析外部持份者關注點。同時，結合本集團戰略，在內部培訓與會議基礎上明確內部持份者的關注點，綜合內外分析結果，識別出以下年度重點議題，進行針對性管理和績效提升。

國美實質性議題分佈矩陣



ESG治理與董事會參與

持份者溝通

國美高度關注在日常經營過程中聽取各持份者的意見與建議，同時各職能部門和業務條線也在日常工作中形成了有效的溝通和參與方式。

持份者構成	持份者代表	持份者關注點	部分溝通參與方式
股東與投資人	<ul style="list-style-type: none"> ■ 投資人 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 本集團業務與基本面 ■ 長期發展規劃與財務表現 ■ 企業管治與風險管控 ■ 投資人溝通與互動 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 定期信息披露 ■ 股東大會 ■ 投資者路演與大會 ■ 溝通電話與郵箱
監管機構	<ul style="list-style-type: none"> ■ 各級政府及主管單位 ■ 香港聯合交易所 ■ 中國證監會 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 守法合規的運營 ■ 保護客戶、員工等持份者權益 ■ 帶動經濟增長 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 參與相關會議 ■ 行業協會等機構溝通
客戶	<ul style="list-style-type: none"> ■ 消費者 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 產品質量與性價比 ■ 信息安全與隱私保護 ■ 客戶服務品質 ■ 客戶權益保障 ■ 產品穩定運行 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 售前溝通 ■ 客戶服務熱線 ■ 本集團網站 ■ 客服中心

ESG治理與董事會參與

持份者構成	持份者代表	持份者關注點	部分溝通參與方式
員工	<ul style="list-style-type: none"> ■ 全職員工 ■ 兼職員工 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 豐富的能力建設內容 ■ 公開透明的發展通道 ■ 員工活動 ■ 工作場所健康安全 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 在線溝通平台 ■ 員工代表大會
合作夥伴	<ul style="list-style-type: none"> ■ 供應商 ■ 加盟商 ■ 社群 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 公平透明的遴選程序 ■ 穩定財務表現與付款政策 ■ 長期穩定的合作關係 ■ 公平、公正、公開，陽光透明的採購環境 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 合作夥伴大會
社區	<ul style="list-style-type: none"> ■ 項目點周邊村鎮 ■ 項目地所在城市社區 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 社區生態人文 ■ 共享企業發展成果 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 鄉村振興產業幫扶項目 ■ 社區融合活動

02

堅持有序發展， 保障運營合規

國美一直旗幟鮮明、立場堅定、從不動搖地推進廉政建設和反腐敗工作。集團秉持著「有效預防，堅決懲治」的廉政方針，不斷從落實合規制度，開展合規教育，加強風險預防等方面推進合規工作。

我們的進展

- 2022年舉報的閉環解決率96.15%
- 開展4次董監高廉潔培訓

支持聯合國可持續發展目標



堅持有序發展，保障運營合規

合規與風險管理

2022年，集團通過審計監察中心（下轄總部監察室、區域監察室）和督導管理部的設立，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。

審計監察中心

設置在總部。負責國美控股集團下各板塊、各產業公司及各區域分公司：1) 對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。對於公司存在的系統漏洞和制度缺失問題進行披露和整改跟進。2) 對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公、檢、法、監等國家機關以及國家網絡安全部門、專業協會開展相關監察及安全管理工作。

督導管理部

設置在總部。承接監察中心綜合管理的職能，以及監察中心內部廉政體系建設、違規違紀調查和信息化管理等職能。

內審內控與風險管理

國美自2003年創建了監察體系，由董事長直接領導，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，承擔著推進廉潔風氣建設、查錯防弊、完善內控制度、增收節支和反腐敗工作。2022年，本集團繼續堅持從系統風控、制度規範和合同管控三方面入手，對風險短板進行重點改善，系統性提升風險管理能力。

在系統風控改善方面，針對顧客訂金交款存在的漏洞和有效風險控制的欠缺，審計發現後提出了系統風控改善意見，修改訂金（線上／線下）充值操作流程，增加風控措施，杜絕了資金安全風險。

堅持有序發展，保障運營合規

在制度規範方面，針對現行公司制度未對終端門店促銷人員進行背景調查，存在一定風險。審計發現後，運營系統進行整改並發文規範。

在合同範本規範方面，針對2022年廣告合同條款在執行中存在的風險漏洞，對合同條款進行了修訂。按雙方合同約定，要求廣告公司提供《監播報告》作為支付廣告投放監測的依據，並明確監測資料需提供原始照片。該條款規避了執行標準不清的風險。

反貪污與商業賄賂

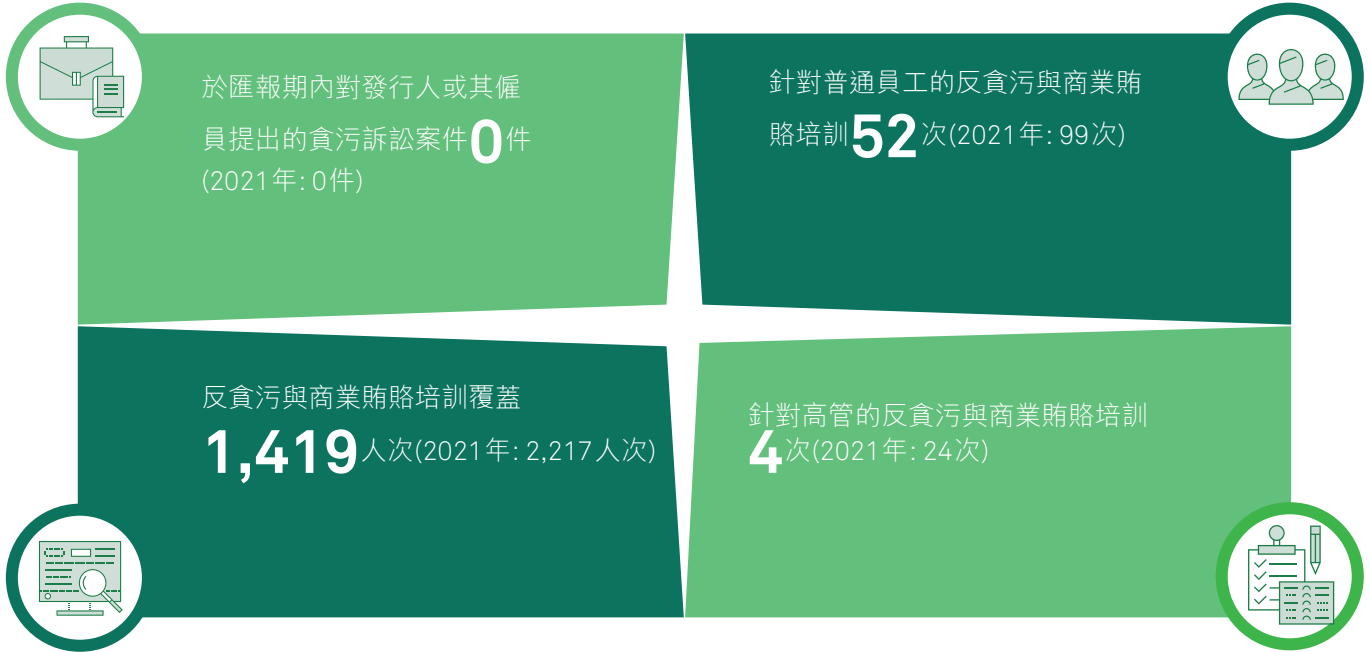
國美積極響應國家政策，及時根據新法規、新監管要求更新集團合同範本及操作流程。由各業務條線的法務針對政策變化出具法律意見和處理意見，修改現有文本或制度，並對業務部門進行相應的培訓；同時，每年年終對合同範本進行統一的梳理，根據過往一年的實際情況進行修訂。

公司每半年會組織對員工廉潔紅線管理規定進行修訂，組織監察中心員工對《國美零售控股紅線管理規定》和《國美零售控股處罰條例》的集中學習。國美對行賄受賄，欺詐，勒索，洗錢等反商業道德的行為做了嚴格的規定，積極提升了員工的法律合規和商業道德意識。此外，公司通過會議形式開展對董監高的廉潔培訓，本年度共計開展4次，起到了警示教育和有意識地推進廉政文化建設的成效。

國美目前已經加入中國反舞弊聯盟和陽光誠信聯盟，與聯盟單位共防共治，共同創建廉潔企業、廉潔社會。

堅持有序發展，保障運營合規

合規相關指標



舉報人保護

在舉報管理方面，國美對事舉報和對人舉報的處理流程一致，並嚴格執行舉報人保護制度。

在舉報流程管控上，監察中心督導管理部收到投訴舉報事項後予以登記，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、有查必覆」的原則，對屬於監察中心受理範圍的投訴舉報事項，根據投訴舉報事項所屬區域、被投訴舉報人所屬級別分類，並交辦至查辦部門；對於重大、緊急的舉報事項，監察中心督導管理部及時提出建議，報請監察中心授權領導決策。查辦部門核查完畢後出具核查報告、根據本集團制度出具處理建議，並提報授權領導審批。最終由監察中心將核查結果回覆至舉報人。

2022年共計接收受理有效投訴舉報78件，完成75件，舉報的閉環解決率96.15%。

在舉報渠道上，本集團設置了郵箱，電話，公眾號，信箱等多種途徑，確保舉報渠道豐富並暢通。另外，我們的線上辦公平台首頁也設有「廉潔之窗」反腐敗舉報入口。當員工發現有人違反集團規定時，可隨時通過「廉潔之窗」向監察中心舉報。

- 舉報電話： 010-84581700
- 舉報郵箱： gomejb@163.com
- 公眾號： 國美監察中心
- 美辦： 監察中心
- 短信： 18910160790
- 信箱： 北京市朝陽區霄雲路26號鵬潤大廈B座11層(郵編：100016)

03

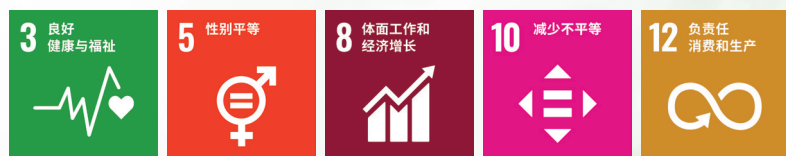
推動人才培養， 助力員工成長

國美秉著「德才兼備德為先」和「人才本土化」的員工管理理念，從人才招聘，人才培養，員工健康安全等方面打造全方位的人才管理機制，並持續優化提升，為員工提供更完善的發展渠道和福利待遇。

我們的進展

- 2022年，國美愛心互助基金共資助員工77人，共計人民幣504,635元
- 國美共有員工12,431人，其中女性員工6,145人，男性員工6,286人

支持聯合國可持續發展目標



推動人才培養，助力員工成長

人才招聘與培養

國美嚴格遵守《中華人民共和國勞動法》、《中華人民共和國勞動合同法》等相關法律並設立了相關招聘制度。為充分體現公開、公平、公正的原則，保證各部門各崗位能及時有效地吸引所需人才，滿足本集團穩定、快速發展，在2022年，國美更新和完善了如《招聘管理制度》、《親屬迴避原則》、《招聘系統操作規範》、《面試官管理規範》、《背景調查管理規範》、《獵頭渠道管理規範》等制度及規則。

在人才招聘方面，本集團重視員工多元化理念，嚴格防止各種種族、性別、籍貫、年齡與殘疾等方面的歧視。本集團嚴格按照國務院令第364號《禁止使用童工規定》禁止招用不滿16周歲的未成年人。並不定期對人力資源管理體系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。2022年，本集團在汽車銷售、物流、供應鏈、技術研發等領域引進高端管理者和行業核心人才130餘人。

數字化時代背景下，加速了行業／企業對人才的要求，國美致力於培養面向未來的管理人才發展模式。國美培訓發展中心以企業戰略為依託，涵蓋專業人才梯隊建設培養、關鍵崗位人才能力與績效提升、人才繼任領導力提升等培養項目，結合崗位體系、任職資格、學習方案、勝任力評估，助力企業人才培養體系化、標準化、數字化、透明化，年均投入450萬元。公司常規的培訓項目包括：新員工的培訓計劃，高管入職三個月的集訓項目，在崗員工領導力（梯隊培養項目）和專業能力培訓等。

推動人才培養，助力員工成長

國美領導力培養項目與企業戰略發展相結合，針對不同管理層級人員匹配相應的能力標準及課程，採用線上線下相結合學習形式，通過階段性培養全面覆蓋必備知識、技能、應用場景。2022年執行的「GO MASTER」培養項目，面向總監級及以上層級管理者，致力於將領頭羊培養為大師級管理人才，同時營造專業領導力發展氛圍，建立領導力能力模型，賦能行業專業團隊領導能力，包含戰略承接、組織建設、團隊管理、協同增效四大專業領導力維度，聯動業務場景。該項目賦能全國核心管理層人員600餘人，經過系列培育選拔近百人作為優秀管理者，參與管理經典案例萃取，儲備80餘篇，轉化應用10餘篇。

對於客服工作人員，客服管理中心一直致力於打造學習型組織，為員工創造條件，推動建設有助於員工持續學習及成長的體系環境，並幫助客服人員將學習成果轉化為生產價值。

同時，結合國美轉型戰略的人才要求，針對門店店長，公司開設了菁英店長培訓（針對核心店長群）與獵鷹店長培訓（針對新入職店長）。

在學習項目的設計上，根據目標學員匹配、開發相應學習內容需求，通過線上學習社群組建、在線H5趣味測評、線上案例萃取工坊等多種形式，在培訓中加入場景化、遊戲化元素，滿足學員學習需求、提升學習體驗和參與度。

國美歷來重視知識的沉澱、複用與共享，將培訓過程中的課程、經典案例、學習材料、心得等內容轉化為線上資源，通過數字化學習平台「美E學」中的課程庫、案例庫、學習項目班級、BBC圈子等功能，沉澱組織關鍵階段重點，向全國快速傳遞導向及賦能內容，營造積極學習氛圍和組織文化。

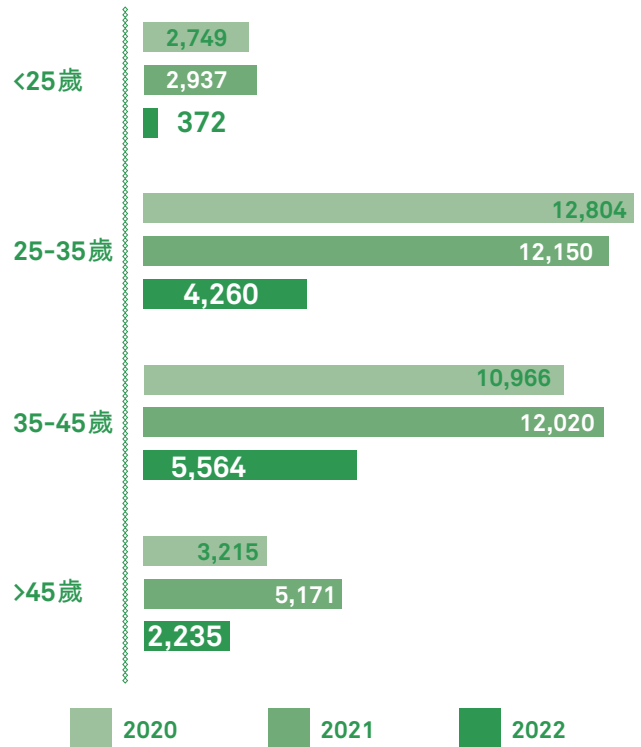
推動人才培養，助力員工成長

[案例]美E學平台升級迭代項目

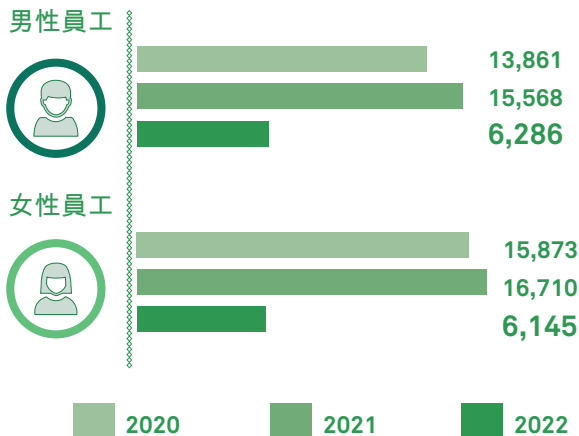
2022年交付的「美E學」平台的升級迭代項目投入近80萬元，從性能（承載力、併發數）、新功能（學習地圖、崗位模型、高管看板）、交互界面、用戶體驗（遊戲化）等方面全面迭代，定位為內部學習資源交互平台、任職資格認證平台、學習發展對外品牌（賦能零售行業）累計課程資源達900餘門。通過基礎性能提升，實現戰略業務、管理要求的快速傳達，及員工需求的精準觸達，從而實現工作效率的提升，完成了全國近6萬名員工新學習功能配置及記錄同步，60餘名產業及區域公司管理員新權限配置，350門課程遷移。通過功能升級，提升平台運營效率及員工學習效率，促進人員、組織增效，自動化報告分析，精準定位學員需求。



依照年齡統計(人)

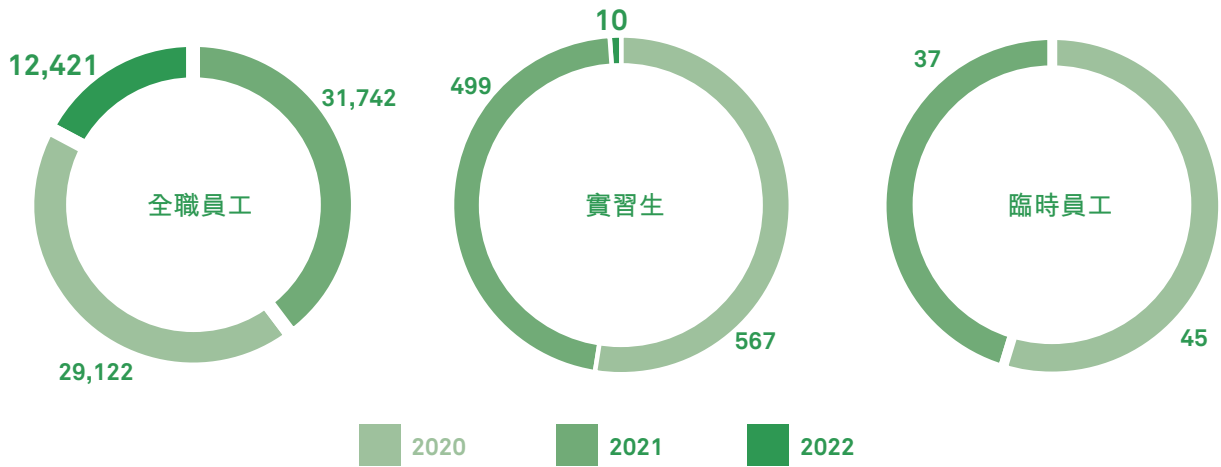


依照性別統計(人)

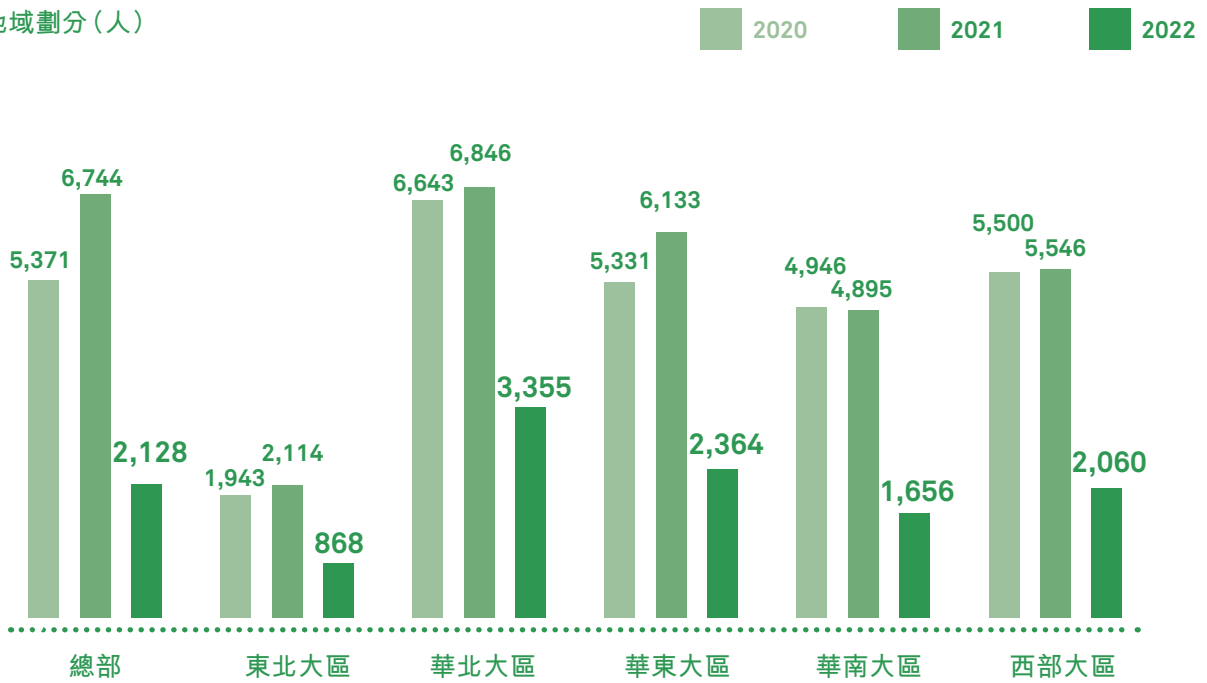


推動人才培養，助力員工成長

按僱傭類別統計(人)



依照地域劃分(人)



推動人才培養，助力員工成長



受訓僱員總人次

2022: **274,488** 人次
2021: **789,227** 人次

受訓僱員佔比

2022: **92%**
2021: **90%**



男性受訓員工

2022: **5,847** 人
佔比**93.02%**

2021: **14,080** 人
佔比**90.44%**

男性員工
平均受訓時長

2022: **47** 小時／人

2021: **60** 小時／人



女性受訓員工

2022: **5,590** 人
佔比**90.97%**

2021: **14,971** 人
佔比**89.59%**

女性員工
平均受訓時長

2022: **59** 小時／人

2021: **60** 小時／人



管理層受訓員工

2022: **457** 人
佔比**100%**

普通受訓員工

2022: **10,980** 人
佔比**91.7%**

2021: **670** 人
佔比**100%**

2021: **28,381** 人
佔比**89.79%**



全體員工
總受訓時長

2022: **606,748** 小時
2021: **1,744,566** 小時

管理層員工
平均受訓總時長

2022: **46** 小時／人
2021: **54** 小時／人

普通員工
平均受訓總時長

2022: **53** 小時／人
2021: **60** 小時／人

推動人才培養，助力員工成長

員工權益保障

員工交流與溝通

國美持續關注員工們的聲音且重視他們的需求。本集團針對不同的員工制定了不同的溝通模式：

針對普通員工，國美在員工職業週期關鍵節點與員工進行溝通，且日常溝通頻次平均保持1月1次；

針對新入職員工，我們設立了雙領帶機制：由員工的匯報上級擔任其業務領帶人，員工的HRBP擔任職能領帶人，通過業務和職能兩個維度引領新員工，幫助新員工平穩渡過入職融入期，為新員工提供及時的輔導和幫助；

針對新入職高管，國美結合雙領帶計劃，定期進行正式的溝通訪談。

針對在職高管，國美一方面會開展定期高管訪談，另一方面則會結合專案工作開展專項訪談。並對訪談情況匯總覆盤、推動改進。

國美歷來十分重視員工心理疏導，國美控股公眾號、內部OA、美辦職工之家也經常進行正能量教育和心理疏導。目前，集團總部設有調解室：位於鵬潤大廈1507室，於2021年11月建成，並投入使用，倡導員工根據自身需求自願前往調解室，由黨委／工會工作人員接待，每週設領導接待日，並聘請專業心理輔導師進行講座、疏導。

此外，國美還專門設立了監察中心，隸屬國美電器公司CEO直管，下設5個區域監察室，由總部監察中心垂直管理，規範企業內部員工職務行為、維護員工各項合法權益、監督勞動用工安全風險。監察中心搭建了微信&短信、電子郵件、紙質信函、語音信箱、內部辦公協同系統等信息反饋渠道，受理全集團範圍內任何員工的投訴、舉報事宜，經初步核查投訴舉報內容，成立專項監察／審計小組，本著公平公正公開的原則，全流程跟蹤調查，反饋，公示審計結果。

國美電器公司董事長深諳以人為本的用人理念，2022年3月，國美內部辦公軟件「美辦」獨立開發的「董事長熱線」專欄正式上線，旨在打造平等、透明的溝通氛圍，集團內全體員工均可一鍵向董事長反饋任何意見及投訴，欄目後台運營管控權限歸屬董事長辦公室，截至目前，已收到反饋數據433條，線上完全解決／回覆近百條，後台管理員全數處理，並記錄。

推動人才培養，助力員工成長

工會建設與發展

2021年4月1日「國美電器有限公司工會」正式更名為「國美控股集團有限公司工會委員會」，擔負起整個國美集團的工會工作。集團工會主席由集團黨委書記兼任並負責全面領導工作。截止2022年12月份「國美控股集團有限公司工會委員會」下含8個分會。工會還專門開通了「國美職工之家」專號加強工會與員工的聯繫，並開展了集團工資集體協商活動；北京國美工會總部開展了綜合工時工作制集體協商活動、為各分公司僱工提供工會意見回覆書等，做好員工權益的第一道保障。



員工健康安全

今年，國美積極響應國家疫情防控政策，及時向員工同步各類政策及疫情資訊，做好防疫知識宣傳。並與太陽宮社區接洽，完成本集團辦公大廈全體員工的疫苗補種和核酸檢測工作，並聽從社區指揮，嚴格落實執行疫情防控要求，從嚴管理辦公大廈防疫工作。

本集團也非常關注辦公室消防安全。我們每季度都會聯合物業工程部、安保部對辦公大廈消防設備設施進行檢查，發現問題及時整改，確保辦公大廈消防安全。2022年消防安全月，本集團舉辦了消防知識宣講，並組織員工開展消防演練等活動。

在第三方人員權益保護方面，我們會督促承運商為其員工購買意外險。截至2022年底，國美共有承運商668家，我們計劃在後續承運商引入標準中規定，需要承運商為司機購買意外險，保障運輸安全和員工權益。

推動人才培養，助力員工成長

健康安全指標



因工傷損失總日數

過去三年每年因公亡故人數

過去三年每年因公亡故比率

	2020	2021	2022
因工傷損失總日數	不適用*	11,322天	228 天
過去三年每年因公亡故人數	0	0	0
過去三年每年因公亡故比率	0%	0%	0%

* 2021年及2022年相關數字按聯交所指引生效披露

職業發展與晉升

國美相信人才的發展就是本集團自身的發展。本集團為員工提供具有競爭力的薪酬，也為員工設計了明確的職業發展藍圖，實現員工職業發展與本集團發展的雙贏。

在薪酬方面，本集團2022年對標外部行業，繼續開展薪酬調研，對整體的薪酬寬帶、城市薪酬差異系數進行了更新，並匹配福利制度對各項福利標準進行了提升。

在激勵方面，國美建立短長期聯動的立體激勵機制並重點關注短期激勵的結構與效果。集團在短期激勵制度方面，以年收入作為短期激勵牽引，在績效考核部份執行公僱（組織績效）、私僱（個人績效）制度，進一步細化考核標準；落實《積分應用管理規定》，通過正向激勵與負向激勵充分調動員工積極性，鼓勵員工積極參與各項工作。同時在年末引入「銷售收入提成+淨利潤分紅+單項獎罰」的激勵機制，將員工薪酬與公司業績強掛鉤。

在人才培養方面，結合公司經營管理現狀，識別並培養有潛質、高素質的骨幹人才，公司於2022年進行多次核心骨幹人才盤點，對於核心骨幹進行重點培養及保留激勵。同時啟動常青藤項目，對於重點崗位及高潛人員進行階梯式培養及培育。

推動人才培養，助力員工成長

員工總流失比率¹(%)



2020年	3.10
2021年	2.67
2022年	4.81

¹ 流失比率 = 離職人數 / (離職人員 + 僱員總數) / 12

依照性別統計(%)

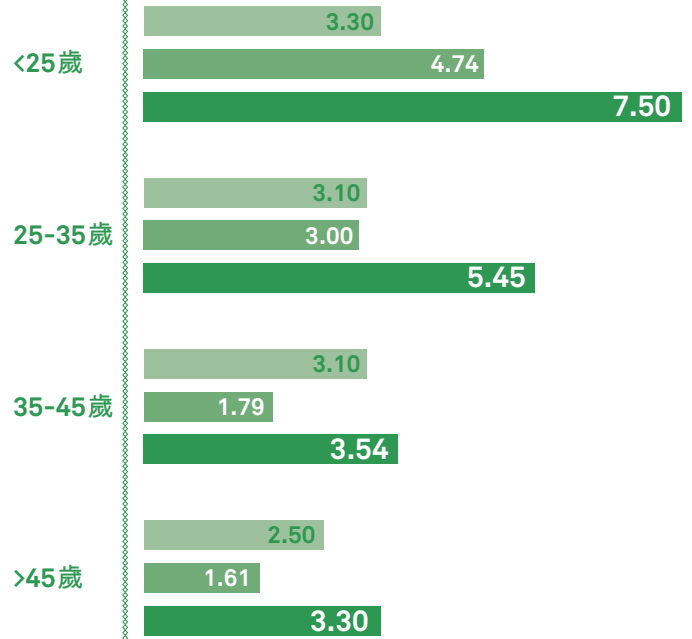
男性員工



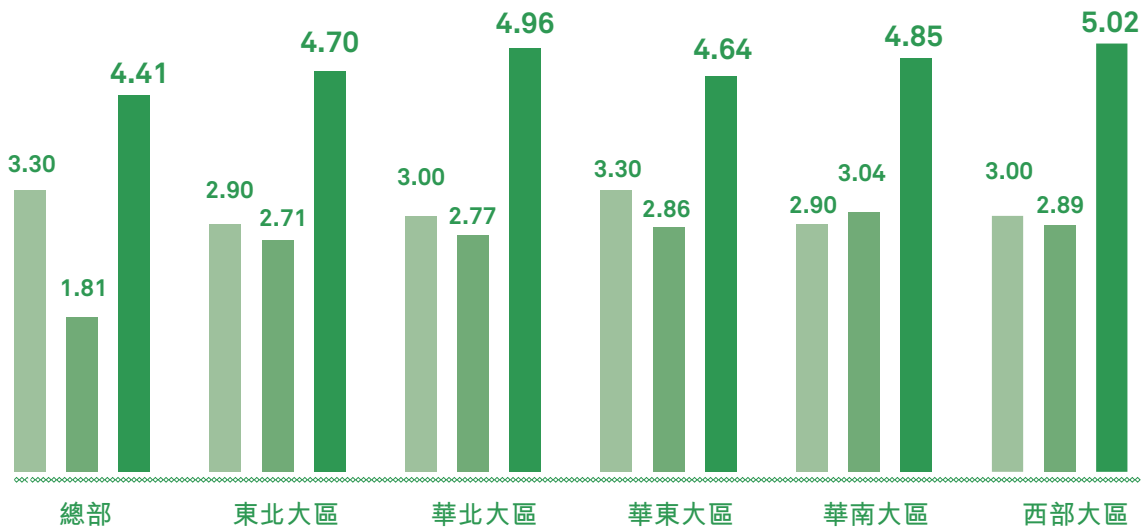
女性員工



依照年齡統計(%)



依照地域劃分(%)



推動人才培養，助力員工成長

員工福利與關愛

本集團福利體系

國美一直不遺餘力地加強員工的福利建設。在2022年，集團修訂並落實執行《員工個人福利管理規定》。在休假方面，依法為員工提供公休假日及婚假、產假、育兒假等法定休假。同時嚴格執行《職工帶薪年休假條例》，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。如確實需要加班，則應嚴格履行加班審批流程。在工作環境方面，2022年本集團工會定期維護並不斷改善職工之家的環境，員工享有圖書室、母嬰室、餐廳、活動室等設施福利。在補貼方面，員工享有交通補貼與個人發展補貼，異地工作員工享有異地補貼、探親補貼，加班員工享有加班餐費以及加班交通費。



職工書屋



乒乓球室



健身房



母嬰室

推動人才培養，助力員工成長

[案例] 國美開展心肺復甦培訓活動

2022年7月26日，國美控股集團工會聯合北京市紅十字協會、太陽宮地區辦事處，在鵬潤大廈開展了「職工自救互救（心肺復甦）培訓，進一步增強職工的急救意識，學習應急救護知識，提高急救能力。本次活動共有近百名職工參與，培訓以心肺復甦、創傷救護、常見意外自救互救、應急處置等方面內容為主。活動現場，北京市紅十字協會授課老師針對心肺復甦理論、針對急救的意義、急救的黃金時間、急救時對病人的病情分析和處理方法進行了詳細的講授，著重利用模擬人對成人及嬰幼兒實施徒手心肺復甦、氣道異物處置的操作要領，包括胸外按壓、清理口腔異物、開放氣道、人工呼吸、按壓深度頻率等進行了同步演示。

[案例] 國美發佈《居家辦公效率手冊》

2022年，新冠疫情散點式頻發，國美員工數量多且人員集中，相應疫情防護多次全員居家辦公。為確保員工在居家期間與公司的鏈接、保障員工心理健康、提升員工工作效率，國美特發佈《居家辦公效率手冊》，從居家辦公氛圍、倡導積極主動的工作方式、做好目標管理、番茄工作法等方面，帶領員工突破居家辦公帶來的諸多不易，度過倦怠瓶頸期，找回更好的工作狀態，平衡工作生活的邊界。

員工生活

為了豐富員工生活，落實「國美，家美，生活美」的文化理念，國美在傳統／民俗節日基礎上，結合節日本身的儀式感及寓意宣導集團文化價值導向。員工在生日以及傳統節日都能收到精心準備的禮物與福利。2022年，集團舉辦了元宵節有獎猜燈謎活動、婦女節女職工專項關愛活動及講座、「喜迎二十大建功新時代」黨員活動、致全員工的一封信活動、發佈《居家辦公效率手冊》。

推動人才培養，助力員工成長



2022年三八婦女節「職場禮儀與個人妝容」大講堂



2022年10.1邀請招行進企推動國家個人養老金賬戶的開通

員工互助－國美愛心基金

國美愛心基金是國美零售控股公司員工愛心互助基金的簡稱，由國美零售公司發起建立，內部員工自願參與，用於救助困難同仁的互助式企業內部愛心基金，是國美「敬業感恩」核心價值理念重要的落實平台，員工自願選擇是否加入。員工本人或其親屬發生意外，如疾病、經濟變故、交通事故等，可按一定比例收取國美愛心基金捐助的款項，緩解經濟壓力、補充未成年子女教育資助金。國美愛心基金匯聚著國美大家庭的力量，愛心助人、幫人幫己、關愛同事、情系同胞，是廣大國美員工愛與責任的集中體現，也是國美企業福利的重要的、有益的補充。2022年，國美愛心基金賬戶支出504,635元，慰問132人次，覆蓋77人。

04

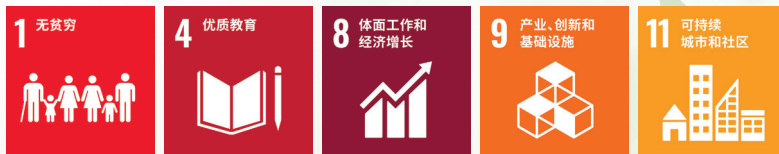
保護客戶權益， 共創美好生活

國美以零售業+家服務業為核心，在建成「線上、線下、供應鏈、物流、大數據&雲、共享共建」六大平台的基礎上，2022年實行了戰略聚焦，

我們的進展

- 擁有自建物流基地10座
- 2022年，國美三級及四級地址覆蓋數量達3,146個及42,883個，覆蓋率分別達100%及99.5%
- 2022年，國美整體客訴率0.04%，同比下降0.04個百分點；客戶滿意度99.7%，上升1.5個百分點

支持聯合國可持續發展目標



保護客戶權益，共創美好生活

負責任供應鏈

完善佈局物流體系

物流基地是倉配的重要基礎設施。截至到2022年12月，國美在全國9個城市擁有自建物流基地10座；已投運的物流基地有8座（分別在瀋陽、西安、天津、上海青浦、上海嘉定、寧波、濟南、南京），合計倉儲設施面積約51萬平方米，辦公配套設施面積約15萬平方米；在建設中的物流基地有2座（分別在成都、長沙）。

在物流服務戰略方面，國美圍繞中小件網、大件網、冷鏈網進行倉儲、配送、大件安裝一體化佈局，通過

自身運營能力的提升，打造更加社會化、標準化、專業化的物流平台和大數據／雲倉平台，提高周轉效率，提升智能化水平，做智慧化物流，為終端客戶提供深度服務和體驗。2022年，國美三級及四級地址覆蓋數量達3,146個及42,883個，覆蓋率分別達100%及99.5%。

國美將物流極速達、無盲點覆蓋、送裝一體化作為服務標準，以物流配送時效監控及時響應用戶。同時，國美通過視頻導購的真人語音、視頻互動為所有用戶解答產品、服務、售後等關切問題，真正滿足用戶的全流程服務體驗。

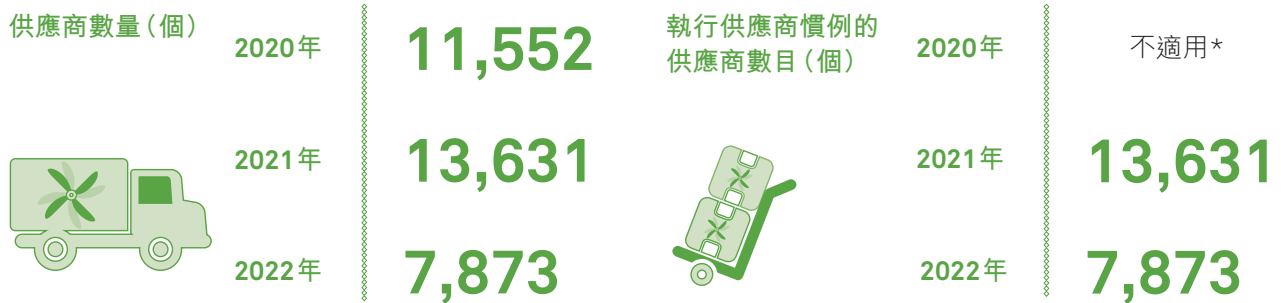


保護客戶權益，共創美好生活

全方位管理供應商

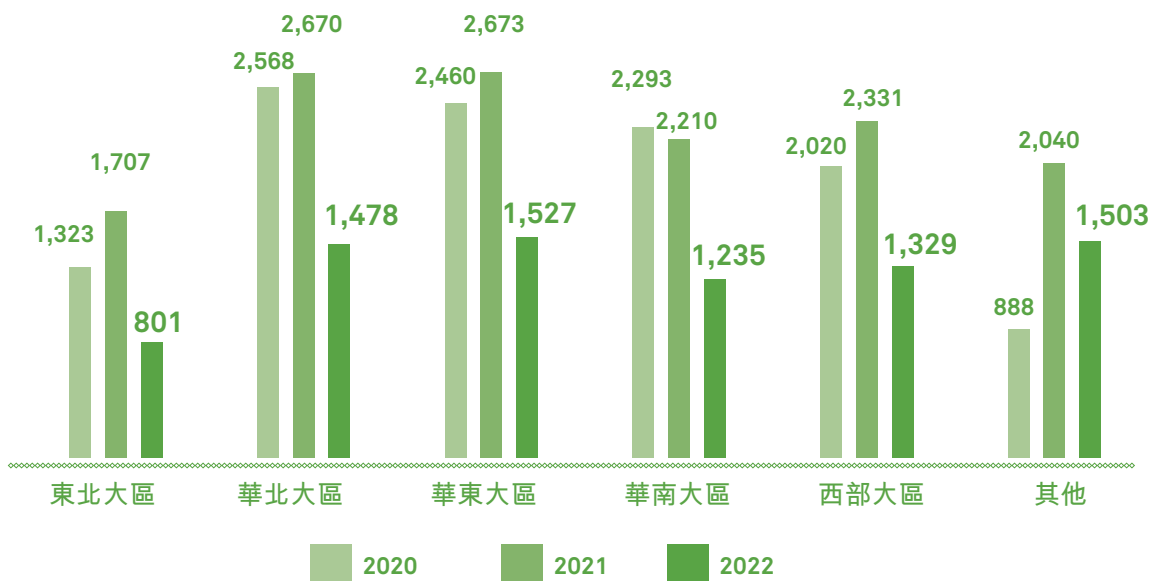
為確保供應商認同我們的發展目標、戰略、實現路徑，本集團要求供應商簽訂廉潔合作協定。同時，國美十分重視供應商溝通管道建設與成效，開發了供應商管理系統。此外，本集團強化了對供應商的培訓和交流，如針對新品上市及主推商品安排供應商開展產品培訓。除合同談判外，日常促銷、商品備貨、資源投放、滯銷／殘次／欠收清理等活動中，均會與廠家進行交流溝通。

為了提升ODM自有產品的競爭力和盈利能力，國美結合自身商品經營現狀，制定了《ODM定制／包銷操作管理辦法》，從價格、滯銷商品、日常操作管控和考核四個方面規範ODM定制／包銷商品的操作管理。



* 2021年及2022年相關數字按聯交所指引生效披露

供應商相關指標 (個)



保護客戶權益，共創美好生活

多元賦能加盟商

2022年，本集團持續優化拓店路徑，向加盟商提供展台、促銷員、物料等資源支持，提供培訓、重裝、活動促銷等系列輔助。

同時，國美制定了相應的培訓制度，通過線上與線下渠道，提供供應商政策、產品知識的週度培訓和集團制度的月度培訓，內容涉及產品，案例，售賣技巧等。區域分公司還可自行安排培訓內容，例如高管月度拜訪、業務精英一對一幫扶、加盟團隊月度巡檢培訓、銷售精英駐店傳授等。

深度連接服務商

2021年年初，國美管家重新規範了服務商的引入制度，為國美管家從「家電服務」轉型為「家庭服務」奠定了基礎。2021下半年至2022年全年，國美管家開發PC端和移動端服務預警功能，讓服務商在使用者下單後的第一時間就可以與用戶聯繫，高效地了解服務情況，確認服務時間及地點，提升接單時效。截止至2022年12月，國美管家共上線SKU1,763個。

2022年，國美管家根據服務商的落地情況，組織服務商培訓、調研、抽訪活動，直至服務商真正融入。此外，國美通過對服務全流程的梳理及調研，整理出6項用戶最關注的節點並進行指標化，打造服務商考評系統。服務指標具有即時監控、一目了然的優點，實

現了總部、分部、服務商的資訊對等，對服務商的優勝略汰起到關鍵作用。2022年，國美管家系統不但沒有受到疫情反覆的影響，反而迭代速度不斷加快、活動開展越發頻繁、服務體驗不斷升級。

服務質量保障

隨著本集團「家·生活」戰略的全面推進，客服管理中心積極對接新上線的百貨公司、定制公司、美鍋優食、哎呦喂、酒窖、國美家等產業公司，承接各產業公司的服務品質監督、培訓與效能提升工作，積極賦能產業公司，提升全鏈路服務效率。

優化內部體系

本集團通過內部梳理，已完成初步的「業務+運營」模式搭建，並依託全國分公司完成項目落地。同時，國美開展「雙流項目」實現平台化，一方面提高流程社會化水準，便於與外部管道對接，從而承接其業務；另一方面上收、整合結算工作，規範結算規則，提升工作效率。

嚴控貨源品質

客服團隊完善《商品頁面信息管理規範》，《直播服務規範》、《非家電類商品服務管控處理規範》等一系列緊隨集團戰略變革的內部文件。

保護客戶權益，共創美好生活

為確保商品品質符合相關法律法規規定，我們提高了供應商准入標準。在考核流程上對供應商實施分級管理，將殘次、滯銷、欠收等指標，與相關業務指標和客服指標結合，實現綜合評級。

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與安全作出明確約定，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鑒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。

升級營銷體驗

國美一直以國家政策為導向，以行業標準為標桿，始終以「消費者為中心」作為營銷活動執行的準則。2022年，國美繼續從經營能力、人效管控、違規／漏櫃管控和視頻導購四個方面提升店面管理，從而提升門店管理效率和用戶營銷體驗。

此外，國美一直秉承「低價」口碑，通過真選優質的商品與提供優質的服務，結合全新上線的真快樂娛樂化營銷，為用戶提供真低價、真滿意、真快樂的營銷體

驗。國美繼續以「家·生活」戰略為核心，構建以線下為基礎，線上為延伸的全場景行銷，打造了如「年貨節」、「黑色星期五」、「五一、618、十一、雙十一大促」等重點節假日及IP營銷活動。

拓展下沉市場

2022年，本集團依據核心戰略規劃，積極探索運營模式上的轉變。國美發揮線下平台優勢，以城市、商圈屬性、服務人群及銷售規模為要素，對門店進行新業態、新品類、新場景的模式升級，轉變為以解決方案及場景體驗為主的經營展示模式，打造新航母型特色門店。其中，北京西壩河新模式體驗店在國慶期間正式啟動，收穫了消費者和各界的好評。

此外，本集團加快社群的建立和發展，並在全國範圍內推廣「一店一頁」，逐步完成了門店數字化、在線化的改造升級，實現了線上線下的O2O全場景的覆蓋。此外，國美推動新零售店的以舊換新活動，新零售店可自主參與，通過以舊換新、入戶清洗等活動拓寬本地生活服務市場。截至2022年年末，本集團擁有城市展廳店38家，旗艦店241家，精品店233家，新零售店2,331家，線下門店合計2,843家。

保護客戶權益，共創美好生活

打通溝通渠道

國美以用戶需求為核心，搭建多觸點、場景化、智慧化的使用者服務體系，以400熱線、線上客服、微博、微信、實體店等社會化行銷平台構築起了滿足各類使用者需求的客戶服務生態，打造「立體、智慧、開放」的客服體系。西安客戶滿意服務中心規模近500人，日受理顧客需求3萬餘單，綜合客戶滿意度99%以上。

為加快用戶訴求響應速度，客服管理中心建立了客訴管理制度，逐步完善智能知識庫，組建專項問題處理小組，提升訴求處理質量和效率；並制定了訴求首問解決制、投訴多級自動預警、不滿意用戶閉環管理等方案；同時，將服務監督管理方式由事後點評、通報處罰向事前規避、節點監控、整改提升的管理模式轉變。建立完備的「服務承諾、服務標準、客訴管理制度」規範保障體系，客服管理日益規範化、精細化，持續提升用戶體驗。

2022年，國美整體客訴率0.04%，同比下降0.04個百分點；客戶滿意度99.7%，上升1.5個百分點。

產品責任相關指標	單位	2021	2022
已售或已運送產品總數中因安全與健康理由而須回收的百分比	%	0	0
接獲關於產品及服務的投訴數目	個	22,969	11,690

用戶隱私安全

國美依據國家頒佈施行的《個人資訊保護法》、《資料安全法》、《網路安全法》，制定了符合國美線上業務的隱私保護工作清單與治理框架。2022年，國美修訂了《國美軟體安全設計及開發規範》，對軟體安全設計和編碼規則進行了完善，並加入了隱私合規相關的設計規範。此外，國美進一步完善了《國美零售資料安全管理規範》、《國美線上業務個人資訊安全影響評估指南》、《敏感性資料分類分級樣表》、《隱私合規功能設計需求表》，完成個人敏感性資料的分類分級規則並推動業務線實施。

保護客戶權益，共創美好生活

本集團成立了信息安全委員會、數據委員會、個人信息管理小組等安全管理組織，相關管理組織由首席運營官牽頭，成員由網安中心及各業務線負責人組成。同時，本集團搭建了以雲平台公司一網安中心安全合規部門為核心，產品、研發、法務、運營聯動的個人信息保護高效工作機制，並建立了信息安全工作體系。

對於新技術發展可能帶來的風險，國美對APP前端個人隱私資料的收集實現了使用者自主授權同意，符合合法性、最小必要性、自主性原則；其次對大數據平台獲取與查詢個人隱私資料進行了嚴格的許可權審批，限制大數據畫像的使用。堅持最小必要獲取消費者資料，堅持科技向善，杜絕資料濫用、保護消費者合法權益。針對線上產品，國美根據線上零售實際業務場景形成《國美App違法違規收集使用個人信息行為認定方法及自評估方法》並在產品設計階段和發佈階段進行卡點和審計，保證了線上產品的隱私合規性。

對於娛樂化專案，國美通過完善使用者協定、優化應用介面和業務處理邏輯、音視頻文字監察等手段，確保所提供的娛樂化服務正面、健康，對社會有利。對於服務過程中少量使用者提交的不合規資料，通過AI圖像識別、文字識別、語音辨識等多種手段及時發現並阻截。

社區公益慈善

作為社會企業公民，國美在重視自身發展的同時，更積極履行社會責任、踐行公益事業，回報社會。

助力鄉村振興

農村消費市場是我國消費市場的重要組成部分，家電下鄉是激活農村消費市場的重要舉措之一，同時也為鄉村振興增添了動能。以國美為代表的家電零售企業積極助力家電下鄉，並以品質低價惠及廣大百姓，助力推動農村消費提檔升級。

2022年，國美電器積極響應號召，借力假日消費經濟勢頭，在國慶節、國美&海爾818嗨購節等重要節點推出等系列促銷活動，助力市場釋放消費活力。國慶樂購節期間，國美聯合全球精品電器廠商發放「5億電器消費券」，同時還舉辦「電器以舊換新補貼」、「家電下鄉補貼」和「預約購準時達」等惠民促消費活動。

為推進家電下鄉，國美充分發揮自身線上、線下、物流和大數據等深度融合的零售全渠道的優勢，真選高品質真低價家電產品，打通鄉村最後一公里，全面推進家電下鄉。在國慶樂購節期間，國美依託全國1379個城鎮的千餘家家門店為渠道，聯合政府機構和眾多品牌廠商免費發放5億消費券，為家電下鄉提供真低價的樂購體驗。



保護客戶權益，共創美好生活

多管齊下 攜手抗疫

2022年國內疫情不斷反覆，很多城市的正常生活都被迫按下了暫停鍵，其中以上海尤為嚴重，關鍵時刻，國美積極發揮雙平台作用，不僅大力保障上海物資的供應，更用自己的方式全力護航上海市民的美好「家生活」。

從疫情初期，國美便時刻關注各地防疫情況，並聚焦上海居民的抗疫和生活所需，通過自身強大的供應鏈和物流運輸優勢，以充足的貨源供應、及時的物流配送、有溫度的線上線下服務，堅定做好保供「擺渡人」，做好消費者堅強的抗疫後盾。

火速調配物資，積極馳援隔離點。上海疫情初期，在接到世博臨時集中隔離點急需採購230台空調並要求盡快安裝到位的任務後，國美火速開通綠色通道，積極從臨近倉庫調配貨物，確保空調準時到位；同時，國美緊急調配運送、安裝人員，最終在72小時內將空調順利送達隔離點並完成安裝工作。

市民需求至上，想方設法保供應。面對上海居民家電購置激增的應急需求，國美第一時間做出承諾，上海市民如有家電需求，均可上國美APP或尋找身邊的國美人，通過國美社群進行下單和保修，並表示上海地區滿額必送貨到家。此外，國美還積極培訓員工的社群運營能力，盡全力解決居民反饋的最急迫的物資問題。

員工深入一線，當好社區守「滬」者。全面保供之餘，國美還湧現了一批批勇擔當、敢奉獻的志願者員工，物資輸送、防疫檢測、義務消殺……他們主動深入做基層，充當人民需要的戰「疫」急先鋒，為守護上海美好家園貢獻力量。

05

應對氣候變化， 堅持綠色發展

在全球積極應對氣候變化的大背景下，國美始終堅持可持續發展理念，在綠色運營、綠色包裝、綠色物流、綠色供應等方面做出行動以減少碳排放量。作為領先的中國零售企業，國美始終堅持可持續消費的價值觀，遵循國家法律法規，推動中國碳中和目標的實現。

我們的目標

- 至2023年，有害廢棄物0.5千克以下，無害廢棄物7.8噸以下
- 在能源使用效益上，過往三年的月均單店耗電量下降10%，2023年月均單店耗電目標少於11,000千瓦時
- 在用水效益上，過往三年的月均單店用水量下降10%，2023年月均單店耗水目標少於65噸
- 在溫室氣體排放上，過往三年的月均單店二氧化碳排放量（範圍二）下降10%，2023年月均單店二氧化碳排放量（範圍二）少於6.9噸

我們的進展

- 2022年，二氧化碳總排放量約197,000噸
- 2022年，有害廢棄物約1千克，無害廢棄物約7.8噸
- 2022年，電力總耗量約372,337,000千瓦時，耗水量約1,498,000立方米

支持聯合國可持續發展目標



應對氣候變化，堅持綠色發展

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線上銷售網路。因此國美並未在經營過程中因生產直接產生排放物或污染物，而對於國美在經營過程中因使用資源（如電力和汽油）間接產生的排放物，會在以下章節詳細列示。

推進綠色運營

2022年，本集團組織了多項環境相關節能改造項目。

2022年國美繼續組織開展機房模塊間整合項目，解決網絡接入層單上聯導致的單點故障問題和當前機房內部帶寬不足問題，實現了能耗下降、運營成本下降，社會效益較突出。

為積極響應國家「節能降耗」號召，提升打印效率、優化設備數量、節約電力、節省紙張，2022年本集團總部完成部署雲列印系統並引入統一品牌的印表機，同時使用原廠環保耗材、保護員工身體健康。此外，2022年本集團在全國範圍廣泛實行了行「電子簽」專案，對於各類勞動合同、用工協定改用電子版本，取代以往紙質印刷的方式，推進無紙化辦公進程。

本集團宣導員工節電、節水，電燈開關處張貼節電小提示，並通過政策宣貫、政策發文、組織培訓、定期和不定期檢查的方式明確、監督各分公司規範用水用電。自建及租賃庫房一律採用或選擇房頂有採光帶的

庫房，白天可減少照明燈的使用；同時將所有庫房內照明用燈全部更換成安全環保的節能燈。上下班期間組織員工乘坐統一班車，並安排多條接送線路，減少私家車、電瓶車的使用量。

本著包裝材料可迴圈、可重複利用、減少一次性消耗的綠色環保理念，國美在業務執行過程中明確規定禁止過度包裝。並且回收包裝物，提升循環利用水平。對於廢舊物資、無法重複利用的包裝及耗材則集中處理，減少污染。

針對小件商品，國美規範了快遞包裝標準，增加環保手提袋並減少紙箱的使用，禁止過度包裝；同時明確包裝耗材的標準，採購符合國家環保認證要求的包裝箱、包裝耗材。

針對中小件商品，國美集中採購可迴圈使用的環保塑膠周轉箱，用於向門店發貨及配送。目前全國在用周轉箱約4.8萬個，可重複迴圈使用，極大的減少了包裝材料用量，降低耗材成本支出。

針對大件商品，國美內部發文規範周轉商品的交接、碼放要求，減少對包裝的損壞，增加可迴圈利用的幾率；倉庫內按照五距要求規範堆碼，避免超高碼放、避免包裝損壞。並且要求配送時使用出廠原包裝，送達客戶家後進行包裝回收、實現二次利用。

應對氣候變化，堅持綠色發展

本集團逐步淘汰高耗能車輛，採用新能源車輛，以實現保護環境的目標。2022年，全國自有及承運商新能源車輛覆蓋全國35個核心城市。

創新綠色服務

環保節能是實現碳達峰、碳中和目標的關鍵支撐。為響應國家綠色低碳發展要求，發揮平台作用，國美展開線上+線下全管道推廣宣傳，並推進綠色門店建設工作。北京中塔店被認證為零售行業首家「綠色產品銷售專區」001號店。國美將持續深入開展具有國美特色的綠色產品宣傳活動，從而促進社會全面綠色轉型。

在視頻導購專案上，本集團建立了遠端視頻導購客服中心，並對近五百家門店進行配套改造，最大限度地優化門店促銷人員配置。通過集約化手段，整體性減少水電等資源的使用，也減少了人員出行帶來的尾氣、噪音等環境污染，留出了更多的空間為顧客提供更好的購物體驗。

國美深度拓展「國美管家」收舊業務，近2,500名收舊人員組成覆蓋各級縣市的廢舊家電回收網路，2022年實現「四機」回收約10.8萬台。連續兩年國美管家聯合電器推廣以舊換新綠色電器理念，通過舉辦「週年慶」、「購物節」、「內購會」、「以舊換新日」等活動，推動舊家電的以舊換新。同時利用滿千返百的活動力度，不斷拉動消費者對綠色電器的需求，有效地推動節能減排工作。

應對氣候變化，堅持綠色發展

助力綠色發展

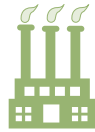
氣候變化問題是全球共同面臨的巨大挑戰，零售電商企業作為經濟發展的重要一環，應當持續探索低碳可持續的商業模式，響應國家「碳达峰，碳中和」的氣候目標。2022年，國美聯合品牌廠家繼續推動「節能減排」「綠色消費」行動，提升1、2級能效產品的銷售。國美門店還不斷推出「綠色家電」體驗活動，通

過門店現場體驗、試用激發消費者對於綠色家電的需求，全面打造「綠色門店」消費場景。

國美通過節能技術產品展示推廣+節能知識講座+賣場專題活動等多種形式普及綠色消費、綠色低碳出行概念，動員廣大消費者廣泛參與。通過真快樂APP首焦圖及直播多種渠道傳播綠色消費理念。



NOx **1,238.39** 千克



SOx **81.47** 千克



顆粒物 **108.56** 千克

應對氣候變化，堅持綠色發展

排放物指標	單位	2021	2022
溫室氣體排放總量	噸二氧化碳當量	366,000	197,000
範圍一：直接溫室氣體排放	噸二氧化碳當量	61,000	15,000
範圍二：間接溫室氣體排放	噸二氧化碳當量	305,000	182,000
範圍一：直接溫室氣體排放密度	噸二氧化碳當量／百萬收入	1.31	0.86
範圍二：間接溫室氣體排放密度	噸二氧化碳當量／百萬收入	6.56	10.4
有害廢棄物總量	千克	1.00	0.5
無害廢棄物總量	噸	8.58	7.8
有害廢棄物密度	克／百萬收入	0.02	0.03
無害廢棄物密度	克／百萬收入	184.54	447.13
有害廢棄物目標 ¹	千克	0.50	0.50
無害廢棄物目標 ²	噸	8.10	7.8
氮氧化物 (NO _x)	千克	1,602.70	1,238.39
硫氧化物 (SO _x)	千克	342.56	81.47
顆粒物 (PM)	千克	142.98	108.56

資源使用指標 ³	單位	2020	2021	2022
電力總耗量	千瓦時	468,542,000	484,129,000	372,337,000
電力耗量密度	千瓦時／百萬收入	10,619.93	10,415.01	21,344.12
汽油使用量	公升	20,849,000	23,304,000	5,542,000
汽油耗量密度	公升／百萬收入	472.56	501.33	317.69
總耗水量	立方米	2,643,000	2,730,000	2,100,000
耗水量密度	立方米／百萬收入	59.91	58.74	120.38

¹ 該目標為2023年，國美總部辦公區域有害廢棄物總量達到0.5千克。

² 該目標為2023年，國美總部辦公區域無害廢棄物總量達到7.8噸。

³ 本集團的業務主要是銷售產品，並非製造產品，因此本集團並未涉及相關製成品包裝材料的使用。

董事會聲明

國美高度重視董事會在ESG治理中的參與與領導價值。目前，我們在董事會下設ESG委員會，委員會成員由本集團高級管理人員擔任，並開展年度定期會議對ESG戰略事項進行審議和決策。同時，委員會負責本公司整體ESG戰略制定、識別和評估風險、審核管理政策、計劃和目標、審議績效考核，最終通過本集團ESG辦公室統籌政策落實與執行。

基於外部社會經濟宏觀環境和本公司發展戰略，國美ESG管理團隊動態評估ESG議題的重要性，討論並確定本公司在環境、社會和企業管治方面的風險與機遇，將重點議題的管理與提升作為可持續發展年度戰略工作。

對國美而言，我們需要高度關注的議題如下：

- **合規運營**：不斷強化治理與風險管控，打造廉潔氛圍，將ESG融入戰略管理與業務流程，確保本集團基業長青。
- **可持續消費**：對於國美，可持續消費是我們可持續發展工作的核心，其包含對我們生產運營環節的影響管理以及對消費者良好消費習慣的溝通與教育，這也是國美一直努力的方向。
- **品質生活**：本集團最終希望為大眾創造高品質的美好生活，這一過程中，我們不斷進行戰略完善以覆蓋更多消費場景，注重用戶權益保障，並打造全方位的客戶服務體系高效響應客戶需求，追求「生活美」的目標。
- **員工成長**：將員工放在本公司發展首位，保障員工權益，為其提供豐富的成長機會，實現企業與員工的共同持續發展。
- **綠水青山**：將「綠水青山就是金山銀山」作為發展信條，全方位管控運營對環境的影響，並打造綠色門店助力環境保護。

本報告已詳盡披露國美在上述工作及其他ESG議題上的管理與實踐進展，得到本公司董事會審議通過。

香港聯交所ESG指引索引

	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、向水及土地的排污、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。	第五部分
關鍵績效指標A1.1	排放物種類及相關排放數據。	第五部分
關鍵績效指標A1.2	直接（範圍1）及能源間接（範圍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）。	第五部分
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（如以每產量單位、每項設施計算）。	第五部分
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（如以每產量單位、每項設施計算）。	第五部分
關鍵績效指標A1.5	描述所訂立的排放量目標及為達到這些目標所採取的步驟。	第五部分
關鍵績效指標A1.6	描述處理有害及無害廢棄物的方法，及描述所訂立的減廢目標及為達到這些目標所採取的步驟。	第五部分
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。	第五部分
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（以千個千瓦時計算）及密度（如以每產量單位、每項設施計算）。	第五部分
關鍵績效指標A2.2	總耗水量及密度（如以每產量單位、每項設施計算）。	第五部分
關鍵績效指標A2.3	描述所訂立的能源使用效益目標及為達到這些目標所採取的步驟。	第五部分
關鍵績效指標A2.4	描述求取適用水源上可有任何問題，以及所訂立的用水效益目標及為達到這些目標所採取的步驟。	第五部分
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）每生產單位估量。	第五部分
層面A3：環境及天然資源		
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。	第五部分
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。	第五部分
層面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。	第五部分
關鍵績效指標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。	第五部分

香港聯交所ESG指引索引

	描述	披露位置
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：	第三部分
	(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。	
關鍵績效指標B1.1	按性別、僱傭類型（如全職或兼職）、年齡組別及地區劃分的僱員總數。	第三部分
關鍵績效指標B1.2	按性別、年齡組別及地區劃分的僱員流失比率。	第三部分
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僱員避免職業性危害的：	第三部分
	(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。	
關鍵績效指標B2.1	過去三年（包括匯報年度）每年因工亡故的人數及比率。	第三部分
關鍵績效指標B2.2	因工傷損失工作日數。	第三部分
關鍵績效指標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。	第三部分
層面B3：發展及培訓		
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。	第三部分
關鍵績效指標B3.1	按性別及僱員類別（如高級管理層、中級管理層）劃分的受訓僱員百分比。	第三部分
關鍵績效指標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。	第三部分
層面B4：勞工準則		
一般披露	有關防止童工或強制勞工的：	第三部分
	(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。	
關鍵績效指標B4.1	描述檢討招聘慣例的措施以避免童工及強制勞工。	第三部分
關鍵績效指標B4.2	描述在發現違規情況時消除有關情況所採取的步驟。	第三部分

香港聯交所ESG指引索引

	描述	披露位置
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。	第四部分
關鍵績效指標B5.1	按地區劃分的供應商數目。	第四部分
關鍵績效指標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。	第四部分
關鍵績效指標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。	第四部分
關鍵績效指標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。	第四部分
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。	第四部分
關鍵績效指標B6.1	已售或已運送產品總數中因安全與健康理由而須回收的百分比。	第四部分
關鍵績效指標B6.2	接獲關於產品及服務的投訴數目以及應對方法。	第四部分
關鍵績效指標B6.3	描述與維護及保障知識產權有關的慣例。	第四部分
關鍵績效指標B6.4	描述質量檢定過程及產品回收程序。	第四部分
關鍵績效指標B6.5	描述消費者資料保障及私隱政策，以及相關執行及監察方法。	第四部分
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。	第二部分
關鍵績效指標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。	第二部分
關鍵績效指標B7.2	描述防範措施及舉報程序，以及相關執行及監察方法。	第二部分
關鍵績效指標B7.3	描述向董事及員工提供的反貪污培訓。	第二部分
層面B8：社區投資		
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會考慮社區利益的政策。	第四部分
關鍵績效指標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)。	第四部分
關鍵績效指標B8.2	在專注範疇所動用資源(如金錢或時間)	第四部分

讀者反饋

尊敬的讀者：

感謝您閱讀本報告！為了向您及其他持份者提供更專業，更有價值的企業可持續發展信息，我們非常希望您能夠留下您的寶貴意見，幫助我們對報告進行持續改進。

您對本報告的評價（請在相應位置打√）：

評價內容	認同	非常認同	一般	不認同	非常不認同
您希望了解的信息在本報告是否得到了完整的披露？					
您認為本報告的內容結構和文字表述是否清晰？					
您認為我們履行社會責任的情況是否完整披露？					
您對報告哪一部分內容最感興趣？（請註明）					
您認為還有哪些需要了解的信息沒有在本報告中反映？（請註明）					
您對我們今後發佈可持續發展報告有什麼建議？（請註明）					

聯繫方式（我們將對您的個人信息嚴格保密，本部分內容選填）

姓名： 電話：

電子郵箱：

您可以通過以下方式聯繫我們：

地址：香港中環金融街8號國際金融中心二期29樓2915室

電郵：info@gome.com.hk

感謝您對國美的關注！