



紅星美凱龍家居集團股份有限公司
Red Star Macalline Group Corporation Ltd.

(一家於中華人民共和國註冊成立的中外合資股份有限公司)
H股股份代號: 01528 A股股份代號: 601828

2025

環境、社會及管治報告

Environmental, Social and Governance Report





目录

- 01 關於本報告
- 03 董事長致辭
- 04 關於紅星美凱龍
- 05 2025年可持續發展影響力
- 06 2025年可持續發展榮譽
- 07 重要性議題管理
- 16 持份者參與
- 17 可持續發展治理
- 22 環境
- 50 社會
- 83 公司治理
- 90 數據摘要
- 103 附錄



關於本報告

本報告為紅星美凱龍家居集團股份有限公司（簡稱「紅星美凱龍」或「公司」）發佈的2025年度環境、社會及管治報告，旨在系統闡述公司在2025年度於環境、社會及管治（ESG）三大維度開展的關鍵管理工作、取得的實質進展，以及對聯合國可持續發展目標（SDGs）所貢獻的具體行動與成效，以此響應各持份者的期望與關切。



編制依據

本報告根據《香港聯合交易所有限公司上市規則附錄 C2——環境、社會及管治報告守則》《上海證券交易所上市公司自律監管指引第14號——可持續發展報告（試行）》《上海證券交易所上市公司自律監管指南第4號——可持續發展報告編制（2026年1月修訂）》，以及中國財政部會同外交部、國家發展改革委、工業和信息化部、生態環境部、商務部、中國人民銀行、國務院國資委、金融監管總局、中國證監會制定的《企業可持續披露準則——基本準則（試行）》、可持續發展會計準則委員會標準（SASB Standards）、國際可持續準則理事會（ISSB）發佈的兩項國際財務報告可持續披露準則（IFRS S1、S2），以及聯合國可持續發展目標（SDGs）的要求編制。



報告範圍

本報告的報告期涵蓋2025年1月1日至2025年12月31日。為保持披露信息的連續性和可比性，部分內容可能延伸至報告期前後範圍。本報告所披露的經濟、環境及社會數據涵蓋公司合併報表範圍內的主體。



釋義說明

簡稱	全稱
紅星美凱龍、美凱龍、公司	紅星美凱龍家居集團股份有限公司
建發集團	廈門建發集團有限公司
建發股份	廈門建發股份有限公司

獲取及反饋

本報告以簡體中文、繁體中文和英文格式的電子版形式發佈，中文版與英文版不一致的，以中文版內容為準。電子版報告可在公司官方網站 (www.chinaredstar.com)、香港聯合交易所有限公司網站 (www.hkexnews.hk) 及上海證券交易所網站(www.sse.com.cn)查詢下載。公司致力於不斷提升在環境、社會和公司治理方面的表現，如您對本報告有任何意見或建議，歡迎發送郵件至jt.dcb@chinaredstar.com。



董事長致辭



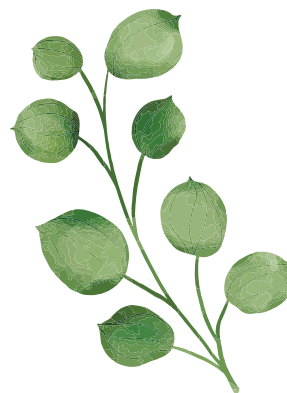
2025年，紅星美凱龍站在行業轉型與消費升級的關鍵節點，面對家居行業從增量競爭向存量深耕、從經驗驅動向數字智慧雙驅動的深刻變革，我們堅持“以迂為直、以患為利”的智慧理念，主動求變、勇立潮頭。過去一年，我們深化“3+星生態”企業戰略，以“堅守家居主業、年輕化轉型、數字化賦能、生態化延展、全球化佈局”為核心，以“找設計，買電器、傢俱、建材就到紅星美凱龍”為全新品牌定位，通過整合設計、品牌、供應鏈及服務資源，構建家居、家裝、家電三位一體、互為入口、互為增量、互相賦能的泛家居生態，鞏固行業領先地位，實現高質量發展。

我們始終以技術創新為核心驅動力，將綠色理念深度融入產品研發與數字化改造，致力於引領行業邁向低碳化與智能化發展，打造更高效、更智慧、更可持續的運營模式。2025年，我們全面升級全國商場會員數字化運營體系，迭代更新數據倉庫、AI服務平台、樓層管理系統、合併報表系統及智慧客服系統，推動數據標準化、流程優化與經營分析智能化建設。通過自主研發及與領先科技企業的深度合作，我們以科技之力持續提升商場運營效率與服務水準，為行業發展提供創新動力與可持續價值。

我們積極踐行國家雙碳戰略，將綠色發展理念貫穿企業運營的各個環節。2025年，我們持續推進綠色辦公、節能減排、環保產品應用及低碳運營實踐，持續優化能源結構，提高資源循環利用率，推動循環經濟發展，不斷降低能源消耗及自身運營的碳排放。我們將環保理念融入家居設計、材料選用及供應鏈管理，宣導綠色低碳的生活方式，積極開展節能宣傳與環保教育，以實際行動引領行業可持續發展，為消費者提供健康、安全、環保的家居生活體驗。

我們深知企業發展與社會責任相輔相成。2025年，我們切實履行社會責任，積極構建與社區的協同發展機制，推動企業發展與社區福祉同向共進。我們尊重並保護社區的文化傳統與民俗習慣，強化與社區的聯結與互動，深入瞭解並響應社區的需求與期望。同時，我們高度關注教育與民生，通過鄉村振興、教育支持及開展多元化公益活動，以實際行動反饋社區，助力社區實現繁榮與可持續發展。

展望未來，我們將繼續以堅守家居主業為核心，以年輕化、數字化為契機，以數智化、生態化、全球化為驅動，持續優化產品與服務體系、深化產業生態協作、穩步拓展國際化佈局，致力於為消費者提供一站式、場景化、高端化的家居生活解決方案，推動企業由傳統家居賣場向“最懂消費者的生活提案者”持續演進。無論風暴如何撼動行業，我們都將以智慧與勇氣把握變革機遇，始終堅持長期主義，為員工、消費者、合作夥伴和社會創造持久價值，實現美好生活願景。



紅星美凱龍 董事長
李玉鵬

關於紅星美凱龍

紅星美凱龍成立於2007年，總部位於中國上海。公司於2015年6月26日在香港聯合交易所主機板上市（股票代碼：**01528HK**），並於2018年1月17日在上海證券交易所主機板上市（股票代碼：**601828.SH**），成為中國家居裝飾及傢俱行業首家實現“A+H”雙重上市的企業。

紅星美凱龍是國內領先的家居裝飾及傢俱商場運營商和泛家居業務平台服務商，主要通過經營和管理自營商場、委管商場、特許經營商場和戰略合作商場，為商戶、消費者和合作方提供全面服務。同時，公司還提供包括互聯網零售、裝修設計等泛家居消費服務。

公司以“3+星生態”為企業戰略，推動家電、家居、家裝設計三方融合，打造涵蓋高端電器、進口國際等十大品類主題館及M+高端家裝設計中心，形成覆蓋全品類、整合品牌商與設計師資源的“10+1”立體大家居生態。公司同時拓展汽車、餐飲等新業態，打造綜合服務平台，實現一站式家體驗、一站式家消費和一站式到家服務，並率先推進全國商場數字化升級，建立線上“天貓同城站”，同時拓展抖音、小紅書、微信視頻號、高德地圖、大眾點評等線上渠道，推動線上線下一體化運營，形成全域引流和數字化新零售格局。

截至報告期末

公司共有**74**家自營商場

128家委管商場

7家戰略合作商場

19個特許經營家居建材項目

345家家居建材店/產業街

覆蓋全國**30**個省、直轄市、自治區的**181**個城市，
商場總經營面積**1,913.48**萬平方米，
商場品牌庫擁有的國內外品牌系列數量超過**4.1**萬個。



2025年可持續發展影響力



經濟影響

總資產

873.56 億元

營業收入

65.82 億元

營業成本

239.17 億元

歸屬於上市公司股東的淨利潤

-237.22 億元



社會影響

社會貢獻值

50.97 億元

其中：

— 為國家創造的稅收：**11.06** 億元

— 向員工支付的工資和福利：**17.62** 億元

— 支付給股東的股息：**0.69** 億元

— 向銀行等債權人給付的借款利息：**21.60** 億元



環境影響

溫室氣體排放強度

164.67 噸二氧化碳當量/萬平方米

能耗強度

420.17 兆瓦時/萬平方米

用水強度

2,666.22 立方米/萬平方米

安全生產投入

77.57 萬元

公益服務時數

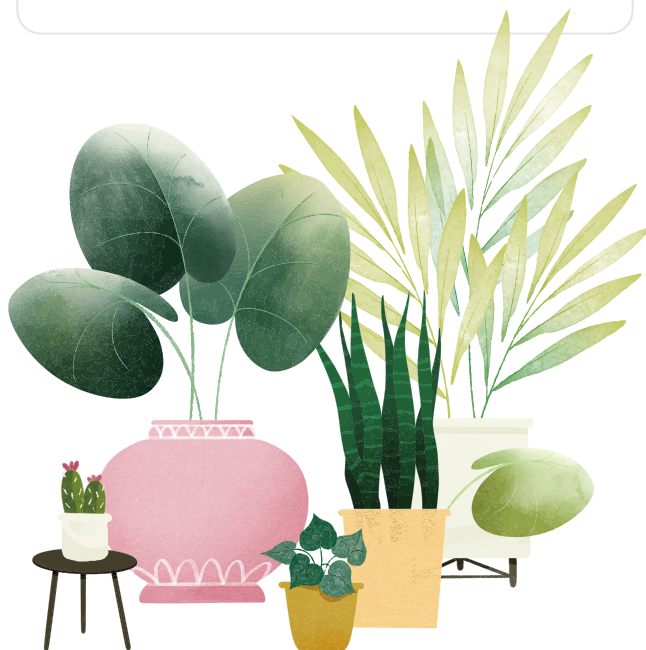
7,885 小時

員工總數

9,012 人

員工總培訓時數

839,637 小時



2025年可持續發展榮譽



榮獲中國證券報頒發的金牛獎
“2024年度上市公司金信披獎”



榮獲財聯社頒發的
“最具投資價值獎”



榮獲新京報頒發的
“年度責任踐行力品牌”



榮獲樂居財經頒發的“2025家居行業戰略轉型典範”
及“2025年度商業生態創新品牌”



榮獲和讯與聯辦集團聯合頒發的
第二十三屆財經風雲榜“2025年度整合營銷獎”



榮獲上海市普陀區民政局與區商務委員會聯合授予的
“長者友好商城”榮譽（紅星美凱龍全球家居1號店）



重要性議題管理

作為可持續發展管理和信息披露的關鍵步驟，紅星美凱龍於2025年開展可持續發展議題雙重重要性評估工作。公司根據中國財政部會同外交部、國家發展改革委、工業和信息化部、生態環境部、商務部、中國人民銀行、國務院國資委、金融監管總局、中國證監會制定的《企業可持續披露準則——基本準則（試行）》《企業可持續披露準則第1號——氣候（試行）》《香港聯合交易所有限公司上市規則附錄C2——環境、社會及管治報告守則》以及《上海證券交易所上市公司自律監管指引第14號——可持續發展報告（試行）》《上海證券交易所上市公司自律監管指南第4號——可持續發展報告編制（2026年1月修訂）》、國際可持續準則理事會（ISSB）發佈的兩項國際財務報告可持續披露準則（IFRS S1、S2）等最新國內、國際、可持續披露規則所載明的評估方法，開展雙重重要性評估工作，識別對企業長期價值和持份者具有重大影響的可持續發展議題。

在實質性議題評估中，公司遵循“雙重重要性”原則，識別議題是否預期在短期、中期和長期內對公司商業模式、業務運營等產生重大影響（財務重要性），以及公司在相應議題的表現是否會對經濟、社會和環境產生重大影響（影響重要性）。公司通過問卷調查的形式累計獲取289位持份者的評估意見。基於調查結果，公司系統識別並篩選出8項具有“重要性”的議題，並在本報告相關章節予以說明。



雙重重要性評估工作流程

01

步驟一
背景分析與議題識別

02

步驟二
影響重要性評估

03

步驟三
雙重重要性評估分析

04

步驟四
分析結果指導披露與實踐

步驟一：背景分析與議題識別

公司充分考慮結合選定的報告編制準則、國際倡議、全球經濟與宏觀政策趨勢、市場趨勢及公司策略與發展需求這五類因素，識別與公司相關的可持續發展議題清單。

■ 1 可持續發展準則

中國財政部會同外交部、國家發展改革委、工業和信息化部、生態環境部、商務部、中國人民銀行、國務院國資委、金融監管總局、中國證監會制定的《企業可持續披露準則——基本準則（試行）》《香港聯合交易所有限公司上市規則附錄 C2——環境、社會及管治報告守則》以及《上海證券交易所上市公司自律監管指引第14號——可持續發展報告（試行）》《上海證券交易所上市公司自律監管指南第4號——可持續發展報告編制（2026年1月修訂）》、可持續發展會計準則委員會標準（SASB Standards）、國際可持續發展準則理事會（ISSB）發佈的兩項國際財務報告可持續披露準則（IFRS S1、S2）

■ 2 國際倡議

聯合國可持續發展目標（SDGs）、第三十屆聯合國氣候變化大會（COP30）、經濟合作與發展組織（OECD）負責任商業行為盡責管理指南等

■ 3 全球經濟與宏觀政策趨勢

在《巴黎協定》下的全球控溫目標與國家“雙碳戰略”的推動下，國家層面持續出臺綠色建材與綠色家居促消費政策，助力行業向低碳化發展。同時，家居流通行業正經歷數字化、智能化轉型，並朝著“大家居”生態融合的方向演進，共同塑造著新的發展格局

■ 4 市場趨勢

對綠色、健康、低碳家居產品的需求日益增長，推動泛家居價值鏈及服務過程逐步向標準化、透明化發展。同時，監管機構及資本市場對綠色建築資質、品牌環保合規、產品全生命週期管理及企業整體ESG表現的要求持續提升，正深刻影響行業競爭格局與發展路徑

■ 5 公司策略與發展需求

公司增長策略聚焦增長的可持續性，積極應對行業監管與政策導向，持續強化企業韌性與綜合風險管理能力，以推動公司實現更高質量、更可持續的長期發展



公司可持續發展議題清單

議題範疇	議題名稱	
環境	<ul style="list-style-type: none"> • 應對氣候變化 • 廢棄物處理 • 環境合規管理 • 水資源利用 	<ul style="list-style-type: none"> • 污染物排放 • 生態系統和生物多樣性保護 • 能源利用 • 循環經濟
社會	<ul style="list-style-type: none"> • 鄉村振興 • 創新驅動 • 負責任的採購 • 平等對待中小企業 • 數據安全與客戶隱私保護 • 平等僱傭 • 員工溝通 • 員工薪酬與福利 	<ul style="list-style-type: none"> • 社會貢獻 • 科技倫理 • 供應鏈安全 • 產品和服務安全與質量 • 助力行業發展 • 人權保護 • 人才發展與培訓 • 職業健康與安全
治理	<ul style="list-style-type: none"> • 盡職調查 • 風險與合規管理 • 反不正當競爭 	<ul style="list-style-type: none"> • 持份者溝通 • 反商業賄賂及反貪污 • 稅務合規

步驟2-1：影響重要性評估

紅星美凱龍從影響程度、影響發生可能性兩個維度評估各議題涉及到的影響重要性和財務重要性。

· 維度1：影響程度評估

公司通過開展持份者問卷調查，對可持續發展關鍵議題在經濟、環境及社會維度的“影響程度”進行了評估。本次調查，共回收有效問卷289份。採用加權平均、方差分析等統計方法量化各議題的定性評分（1-5級），結合權重分配計算影響程度綜合得分，最終確定可持續發展議題影響的重要性水準。

· 維度2：可能性評估

公司根據過往同類事件的發生頻率評判風險概率，並借鑒行業類似事件經驗，對風險發生概率進行分級量化，以確定可持續發展議題相關影響發生的可能性。



影響重要性評估結果

影響重要性：一般	影響重要性：中等	影響重要性：較高
<ul style="list-style-type: none"> • 水資源利用 • 廢棄物處理 • 循環經濟 • 環境合規管理 • 污染物排放 • 科技倫理 • 生態系統和生物多樣性保護 • 鄉村振興 	<ul style="list-style-type: none"> • 人才發展與培訓 • 員工薪酬與福利 • 反不正當競爭 • 產品和服務安全與質量 • 供應鏈安全 • 員工溝通 • 平等對待中小企業 • 持份者溝通 • 能源利用 • 人權保護 • 負責任的採購 • 職業健康與安全 • 盡職調查 • 創新驅動 • 助力行業發展 • 社會貢獻 	<ul style="list-style-type: none"> • 反商業賄賂及反貪污 • 稅務合規 • 風險與合規管理 • 應對氣候變化 • 數據安全與客戶隱私保護 • 平等僱傭

影響重要性：一般

指議題影響重要性評分低於2.5分，表明企業在該議題上的表現對經濟、社會及環境產生的實際或潛在影響較為有限。

影響重要性：中等

指議題影響重要性評分介於2.5-3.0分之間，表明企業在該議題上的表現已對經濟、社會及環境構成一定程度的實質性影響，需加以關注並採取相應管理措施。

影響重要性：較高

指議題影響重要性評分高於3.0分，表明企業在該議題上的表現對經濟、社會及環境具有直接、廣泛且顯著的實際或潛在重大影響。

步驟2-2：財務重要性評估

公司圍繞“影響發生的程度”及“影響發生的概率”兩個維度開展各可持續發展議題的財務重要性評估工作：



· 維度1：影響發生的程度

各項可持續發展議題所涉及的機遇和風險下在報告期內和未來預測期間內可能對公司財務績效產生的直接和間接、正向和負向的影響。

· 維度2：影響發生的概率

在短、中、長期時間範圍內，各項可持續發展議題所涉及的機遇和風險對公司造成財務績效產生影響的可能性。

參考參數指標

成本	綜合考慮資源市場價格、趨勢預測、公司往年成本等因素
利潤	綜合考慮成本以及收益，評估利潤影響

財務重要性評估結果

財務重要性：一般	財務重要性：中等	財務重要性：較高
<ul style="list-style-type: none"> · 廢棄物處理 · 社會貢獻 · 盡職調查 · 環境合規管理 · 污染物排放 · 循環經濟 · 生態系統和生物多樣性保護 · 科技倫理 · 鄉村振興 	<ul style="list-style-type: none"> · 平等僱傭 · 供應鏈安全 · 能源利用 · 數據安全與客戶隱私保護 · 反不正當競爭 · 平等對待中小企業 · 職業健康與安全 · 人才發展與培訓 · 負責任的採購 · 員工溝通 · 創新驅動 · 持份者溝通 · 人權保護 · 助力行業發展 · 水資源利用 	<ul style="list-style-type: none"> · 應對氣候變化 · 風險與合規管理 · 稅務合規 · 反商業賄賂及反貪污 · 員工薪酬與福利 · 產品和服務安全與質量

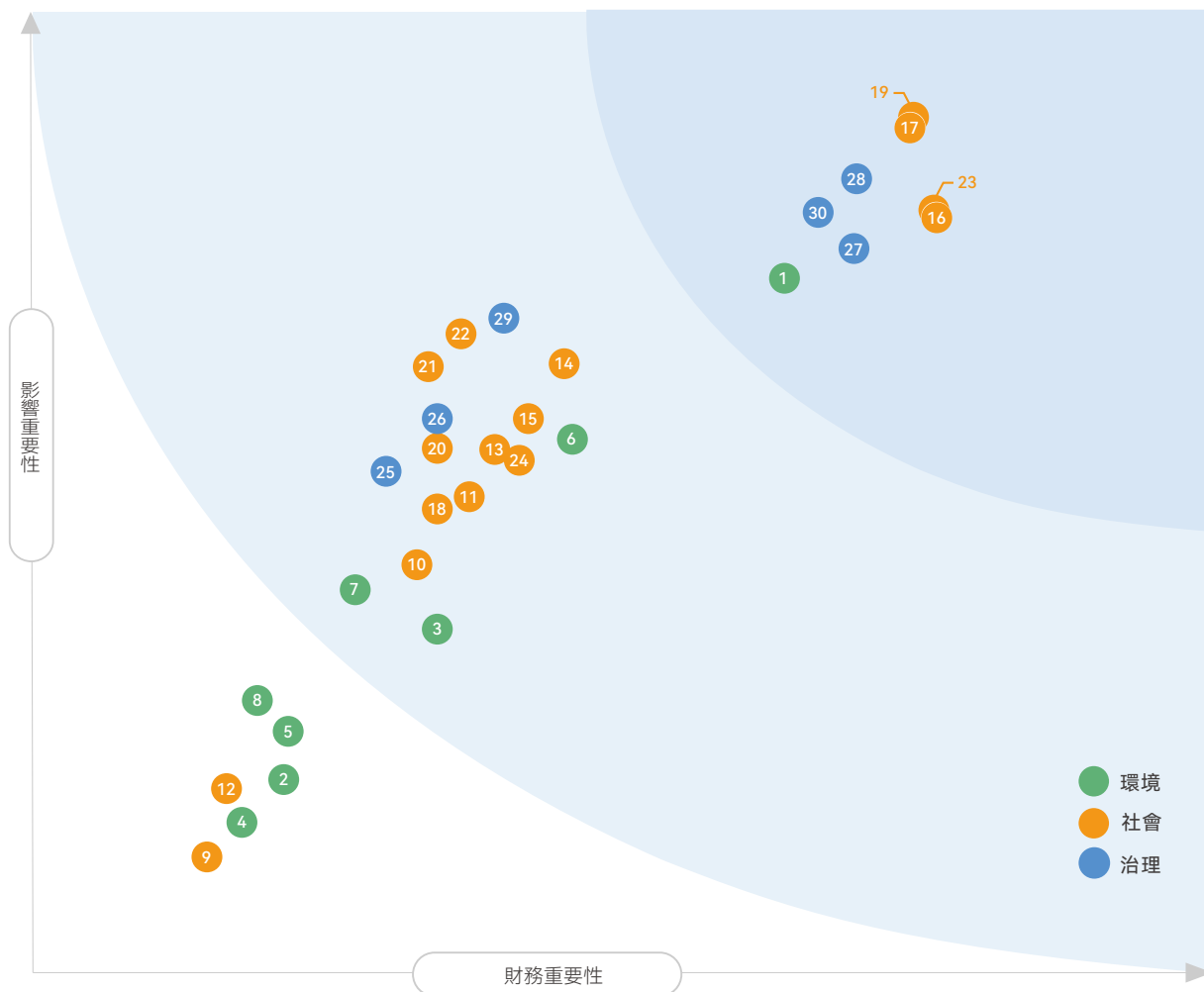
“財務重要性:一般”指議題在短期、中期及長期均可能對企業產生財務影響，但影響有限，即對貨幣價值(如收入)的影響<100萬元或對淨利潤的影響<1%。

“財務重要性:中等”指議題在短期、中期及長期均可能對企業產生一定的財務影響，即對貨幣價值(如收入)的影響在100萬元-500萬元之間或對淨利潤的影響為1%-5%。

“財務重要性:較高”指議題在短期、中期、長期均可能產生較大的財務影響，即對貨幣價值(如收入)的影響>500萬元或對淨利潤的影響>5%。

步驟3：雙重重要性評估分析

根據影響重要性與財務重要性評估結果，公司形成了重要性議題矩陣，識別確定了8項重要性議題。



環境議題

- 1 應對氣候變化
- 2 污染物排放
- 3 廢棄物處理
- 4 生態系統和生物多樣性保護
- 5 環境合規管理
- 6 能源利用
- 7 水資源利用
- 8 循環經濟

社會議題





- 9 鄉村振興
- 10 社會貢獻
- 11 創新驅動
- 12 科技倫理
- 13 負責任的採購
- 14 供應鏈安全
- 15 平等對待中小企業
- 16 產品和服務安全與質量
- 17 數據安全與客戶隱私保護
- 18 助力行業發展
- 19 平等僱傭
- 20 人權保護
- 21 員工溝通
- 22 人才發展與培訓
- 23 員工薪酬與福利
- 24 職業健康與安全

治理議題




- 25 盡職調查
- 26 持份者 溝通
- 27 風險與合規管理
- 28 反商業賄賂及反貪污
- 29 反不正當競爭
- 30 稅務合規

步驟4：分析結果指導披露與實踐

公司重要性議題評估結果作為可持續發展報告的重要內容經公司董事會審議並確認。報告相關章節將針對各項議題，系統闡述公司所採取的具體管理措施與實際行動。

重要性議題	影響範圍				受影響的持份者	風險	機遇	影響週期 ¹	對應的SDGs	管理與行動所在章節
	價值鏈上游	企業運營	價值鏈下游	社區						
應對氣候變化	✓	✓	✓	✓	<ul style="list-style-type: none"> 員工 客戶 供應商 投資者 銀行等金融機構 媒體機構 政府及監督機構 非政府組織 當地社區 	<ul style="list-style-type: none"> 政策驅動成本上升：國家“雙碳”目標下，宏觀環保政策收緊與建築碳排放標準升級，可能導致商場運營成本升高 極端天氣威脅運營：極端氣候事件頻發對實體商業資產的安全及供應鏈的業務連續性可能構成威脅，增加業務中斷風險及運維投入 綠色偏好影響競爭力：消費者和租戶日益青睞綠色低碳的商業空間，如未及時響應，可能導致商場吸引力下降、空置率上升 	<ul style="list-style-type: none"> 把握低碳經濟趨勢，系統構建綠色商業地產運營體系，實現可持續商業價值轉化 推廣應用清潔能源與能效技術，優化能源結構，降低長期運營成本 打造低碳消費空間與綠色商業標杆，增強品牌在資本市場和消費者心中的聲譽與影響力 	短期 中期 長期	  	應對氣候變化 能源利用 循環經濟
風險與合規管理	✓	✓	✓	✓	<ul style="list-style-type: none"> 員工 客戶 供應商 投資者 銀行等金融機構 媒體機構 政府及監督機構 非政府組織 	<ul style="list-style-type: none"> 監管趨嚴增加合規成本：隨著國家法律法規及資本市場監管要求持續強化，企業若未能及時升級合規體系，將面臨更高的合規管理成本與潛在處罰風險 政策關聯加劇流動性風險：家居行業與房地產政策高度聯動，若缺乏對宏觀政策的系統性風險評估，可能因市場波動導致企業流動性壓力 	<ul style="list-style-type: none"> 構建高於監管要求的風控體系，顯著提升企業抵禦宏觀經濟週期性波動的能力，鞏固經營的穩定與韌性 通過建立完善的合規管理體系，在複雜的監管與市場環境中贏得資本市場與公眾的信任，塑造負責任的企業形象 	短期 中期 長期		風險與合規管理

1.影響週期說明：短期一般是指報告期結束後1年以內（含1年）；中期指報告期結束後1年至5年（含5年）；長期指報告期結束後5年以上。

重要性議題	影響範圍				受影響的持份者	風險	機遇	影響 ¹ 週期	對應的SDGs	管理與行動所在章節
	價值鏈上游	企業運營	價值鏈下游	社區						
稅務合規	✓	✓	✓	✓	<ul style="list-style-type: none"> 員工 客戶 供應商 投資者 銀行等金融機構 媒體機構 政府及監督機構 非政府組織 	<ul style="list-style-type: none"> 稅務合規風險：伴隨全球稅務監管透明化及國家稅收征管數字化的進程，企業若未能建立動態適應的稅務管理體系，可能引發財務損失與聲譽損害 	<ul style="list-style-type: none"> 良好的納稅信用記錄有助於企業在政策扶持、資源對接等方面獲得優先支持，從而優化整體營商環境並強化社會資源協同 	短期 中期 長期		稅務合規管理
反商業賄賂及反貪污	✓	✓	✓		<ul style="list-style-type: none"> 員工 客戶 供應商 投資者 銀行等金融機構 媒體機構 政府及監督機構 非政府組織 	<ul style="list-style-type: none"> 商業道德與合規風險：企業若發生賄賂或貪污等行為，不僅會造成直接經濟損失，更會破壞供應鏈生態穩定性，嚴重損害持份者信任與企業聲譽 	<ul style="list-style-type: none"> 構建高透明度、強廉潔性的商業道德規範體系，能夠推動供應鏈生態實現更公平、高效的協同，並促進政企、客企之間建立長期穩定的信任關係 	短期 中期 長期		反商業賄賂及反貪污
員工薪酬與福利		✓			<ul style="list-style-type: none"> 員工 	<ul style="list-style-type: none"> 人才與組織風險：缺乏市場競爭力的人才激勵與薪酬體系，將導致核心人才流失，造成企業人力資本價值下降與組織能力弱化 	<ul style="list-style-type: none"> 建立科學、公平且具有行業競爭力的薪酬福利體系與長期激勵機制，能有效激發組織創新活力，吸引並保留高價值人才，持續提升企業核心競爭力 	中期 長期		員工薪酬福利










1. 影響週期說明：短期一般是指報告期結束後1年以內（含1年）；中期指報告期結束後1年至5年（含5年）；長期指報告期結束後5年以上。

重要性議題	影響範圍				受影響的持份者	風險	機遇	影響週期 ¹	對應的SDGs	管理與行動所在章節
	價值鏈上游	企業運營	價值鏈下游	社區						
產品和服務安全與質量	✓	✓	✓	✓	<ul style="list-style-type: none"> 客戶 供應商 	<ul style="list-style-type: none"> 產品與服務風險：若企業對供應鏈中的產品質量、健康環保標準及服務承諾缺乏系統性監管與管理，將增加消費者權益糾紛與監管問責風險 	<ul style="list-style-type: none"> 建立覆蓋全生命週期的產品質量管控與服務標準體系，有助於推動行業構建可持續的良性生態，實現長期的品牌價值提升與溢價能力 	短期 中期 長期		產品和服務安全與質量
平等僱傭		✓			<ul style="list-style-type: none"> 員工 	<ul style="list-style-type: none"> 平等僱傭合規風險：若在招聘、晉升環節忽視多元化、公平與包容性原則，或存性別、年齡、地域等歧視行為，將違反《勞動法》及相關國際公約，使企業面臨法律風險和輿論危機 	<ul style="list-style-type: none"> 構建多元、平等、包容的企業文化與僱傭環境，有助於彙聚跨文化、跨背景的人才智慧，為企業的商業模式與服務創新提供內在動力 	短期 中期 長期	 	平等僱傭
數據安全與客戶隱私保護	✓	✓	✓		<ul style="list-style-type: none"> 員工 客戶 供應商 投資者 銀行等金融機構 媒體機構 政府及監督機構 非政府組織 	<ul style="list-style-type: none"> 數據安全風險：數據治理機制不健全或網路安全防護不足，將可能導致敏感信息洩露，從而引發客戶信任危機與會員體系功能失效 	<ul style="list-style-type: none"> 建立高標準的數據安全與治理體系，在合規前提下推動數據資產的高效利用，可賦能全渠道商業決策與精準營銷，持續提升客戶體驗與經營效益 	中期 長期	 	數據安全與客戶隱私保護

1.影響週期說明：短期一般是指報告期結束後1年以內（含1年）；中期指報告期結束後1年至5年（含5年）；長期指報告期結束後5年以上。

持份者參與

公司高度重視持份者的訴求，通過建立多元化的溝通渠道，與持份者保持緊密溝通和交流，及時瞭解持份者的反饋與期望，並將其納入公司可持續發展治理中。

持份者	關注議題	溝通方式
 員工	職業健康與安全 人權保護 員工薪酬與福利	職工代表大會 員工活動 員工培訓 員工滿意度調查 員工意見箱 員工座談會/工會
 客戶	稅務合規 風險與合規管理 產品和服務安全與質量	新品發佈會 產品展覽 客戶現場調研 客戶滿意度調查 產品售後服務
 供應商	稅務合規 數據安全與客戶隱私保護 產品和服務安全與質量	供應商審核及培訓 合作夥伴行為準則 現場調研 行業交流會
 投資者	產品和服務安全與質量 平等對待中小企業 反商業賄賂及反貪污	上市公司信息披露 股東大會 業績說明會 投資者熱線及互動平台
 銀行等金融機構	稅務合規 數據安全與客戶隱私保護 反商業賄賂及反貪污	上市公司信息披露 項目合作
 媒體機構	應對氣候變化 廢棄物處理 稅務合規	上市公司信息披露 媒體採訪 電話/郵件交流
 政府及監督機構	稅務合規 創新驅動 反不正當競爭	上市公司信息披露 現場調研 會議交流 監督檢查 政策執行
 非政府組織	平等對待中小企業 人權保護 反不正當競爭	上市公司信息披露 實地訪問 社區服務 公益服務
 當地社區	社會貢獻 鄉村振興 循環經濟	社區志願活動 上市公司信息披露 公益慈善項目

可持續發展治理

公司立足長期價值創造，將可持續發展理念深度融入企業戰略與經營管理全過程。公司高度重視與持份者的溝通，持續完善公司治理體系，不斷提升可持續發展管理水準，並通過規範、透明的信息披露機制主動接受社會監督，推動企業實現長期穩健發展。

可持續發展治理架構

為確保公司戰略與 ESG 管理目標的有效落實，公司建立健全由董事會領導的自上而下、權責清晰的可持續發展治理架構，保障可持續發展管理工作的規範運作與有效執行。

公司建立由決策層、管理層和執行層組成的ESG三級治理架構，並明確各層級職責分工。董事會作為ESG管理的最高決策機構，負責制定ESG戰略方向及政策方針；管理層負責統籌推進與協調落實董事會決策，制定相應的ESG管理目標，並將其分解納入各部門的工作計畫；同時，由相關職能部門組成ESG工作小組，並由公司秘書處牽頭，負責具體執行與落實相關工作。

決策層

董事會

- 作為公司ESG管治的最高決策機構，負責指導和制定公司ESG相關願景、目標、戰略及架構
- 監督與評估公司ESG相關風險與機遇，包括氣候相關風險與機遇
- 定期審閱氣候相關目標的執行進展與達成情況
- 監督和檢查公司ESG相關政策、管理措施、績效表現及目標完成進度
- 審議並批准公司年度環境、社會及管治報告

管理層

管理層

- 組織落實董事會ESG相關決策，並定期向董事會彙報ESG目標進展及相關工作情況
- 制定公司ESG管理戰略與具體目標，並為氣候變化相關戰略提供業務洞察
- 識別、評估公司ESG風險與機遇，並向董事會彙報評估結果
- 統籌推動ESG目標拆解至各部門並確保有效執行
- 協調並保障氣候相關戰略執行及風險管理所需的資源支持

執行層

ESG執行小組

- 負責具體推進和落實ESG相關工作，包括氣候變化相關的適應與緩解策略
- 組織開展ESG相關數據的收集、整理、分析及反饋工作
- 持續跟蹤公司ESG相關績效表現，確保相關目標的實現
- 負責編制年度環境、社會及管治報告

董事、高管人員選任

公司嚴格按照《公司章程》《股東大會議事規則》《提名委員會工作細則》等制度履行董事會成員、高級管理人員的提名、選聘程式，董事會下設提名委員會綜合考量董事、高級管理人員的性別、年齡、文化及教育背景、專業經驗、技能、知識結構及任期等因素，對候選人進行資格審查，並向董事會提出人選建議，高級管理人員經董事會審議通過後聘任，董事人選經董事會審議通過後由股東大會選舉產生。

公司董事會目前由13位董事組成，其中5位為獨立董事，占董事會成員總數的38.5%。

公司高級管理人員專業領域覆蓋企業管理、財務管理、風險管理等，其中包含1名女性高級管理人員，占高級管理人員總數的25%。

姓名	職務	年齡	專業能力				專門委員會任職			
			行業經驗	運營管理	風控合規	財務會計	戰略與投資委員會	薪酬與考核委員會	審計委員會	提名委員會
李玉鵬 (男)	董事長	36	•	•	•	•	•			
鄭永達 (男)	董事 (已離任)	54	•	•	•	•	•	•	•	
王文懷 (男)	董事 (已離任)	53	•	•	•	•				
鄒少榮 (男)	董事	49	•	•	•	•	•	•		
車建興 (男)	董事	59	•	•	•	•	•		•	
施姚峰 (男)	董事 總經理	50	•	•	•	•	•			
葉衍榴 (女)	董事	53	•	•	•	•	•	•	•	
徐國峰 (男)	董事	59	•	•	•	•	•			
李建宏 (男)	董事 (已離任)	52	•	•	•	•	•			
楊映武 (男)	董事 副總經理 財務負責人	41	•	•	•	•				
宋廣斌 (男)	董事 (已離任)	41	•	•	•	•				
許迪 (女)	董事 (已離任)	37	•	•	•	•				
薛偉 (男)	獨立董事	47	•		•	•		•		
陳善昂 (男)	獨立董事	59	•		•	•			•	

姓名	職務	年齡	專業能力				專門委員會任職			
			行業經驗	運營管理	風控合規	財務會計	戰略與投資委員會	薪酬與考核委員會	審計委員會	提名委員會
黃建忠 (男)	獨立董事	63	•		•	•	•	•	•	
黃志偉 (男)	獨立董事	56	•		•	•		•		
蔡慶輝 (男)	獨立董事	51	•		•	•			•	
鄭建傑 (男)	職工董事	43	•	•	•	•				
蔣小忠 (男)	副總經理 (已離任)	56	•	•	•	•				
朱家桂	副總經理	47	•	•	•	•				
車國興 (男)	副總經理 (已離任)	51	•	•	•	•				
邱 喆 (女)	副總經理 董事會秘書 (已離任)	47	•	•	•	•				

董事及高級管理人員結構的多元化與專業化是保障企業科學決策的重要基礎。公司高度重視董事、監事及高級管理人員履職能力的持續提升，建立常態化培訓機制，每年定期組織相關人員參加履職及可持續發展專題培訓，不斷提升公司治理水準，保障合規穩健運營。2025年，公司組織董事、監事及高級管理人員參加由證監會、證券交易所等機構舉辦的專題培訓、政策解讀及合規研討，內容涵蓋公司治理新規、規範履職要求、財務造假綜合懲防政策、信息披露規範、市值管理及提質增效等重點領域，持續強化董事、高級管理人員合規意識與履職能力。



董事、高管薪酬管理

公司董事會下設薪酬與考核委員會，按照《董事會薪酬與考核委員會工作細則》履職，負責制定公司董事及高級管理人員的薪酬和績效考核方案，並對高級管理人員進行薪酬考核。薪酬與考核委員會根據公司所處行業的薪酬水準、年度經營業績及其績效考核結果，結合公司實際情況制定當年度董事及高級管理人員薪酬方案。董事薪酬方案經董事會同意並提交股東大會審議通過後實施，高級管理人員薪酬方案報董事會批准後實施。同時，公司將ESG關鍵績效指標納入高管考核，確保薪酬體系與公司長期可持續發展戰略保持一致，激勵管理層在追求經營業績的同時積極履行企業社會責任，推動公司實現經濟效益與社會價值的雙贏。

公司制定了《董事和高級管理人員持股變動管理制度》，並通過實施股票期權激勵計劃，建立中長期激勵約束機制。截至2025年12月31日，公司董事、高管共持有公司股票3,505,110股，共占公司總股本的0.08%。

公司董事、高管持股情況

序號	姓名	職務	持有股份數（股）
1	車建興	董事	435,600
2	李建宏	董事（已離任）	1,134,330
3	邱喆	董事會秘書（已離任）	140,400
4	蔣小忠	副總經理（已離任）	1,794,780

關聯交易管理

公司嚴格規範關聯交易管理，確保交易符合公平、公正、公開的原則。公司制定了《關聯交易管理制度》，明確規定關聯交易的類型、決策程式及信息披露要求。關聯交易需依法依規履行審議程式，在提交董事會審議前，由獨立董事召開專門會議提出意見，董事會及股東大會在許可權範圍內進行審議，關聯董事及關聯股東須回避表決，以充分保障中小股東及全體股東的合法權益。

避免利益衝突

根據《公司章程》規定，董事、高級管理人員對公司和股東負有忠實義務，未經股東大會同意，不得利用職務便利，為自己或者他人謀取本應屬於公司的商業機會，自營或者為他人經營與本公司同類的業務。公司要求董事、高級管理人員積極採取措施避免自身利益與公司利益衝突，並及時向公司報告與公司利益存在衝突或可能存在衝突的情形，確保每位董事、高級管理人員的履職能力不受到任何其他職位、活動或關係等利益衝突情形的影響。

2025年，公司組織聘任幹部及重點崗位人員開展自查自糾，對照相關管理規定申報是否存在投資回避、業務回避等違規情形，並完成利益衝突申報及廉潔自律承諾，累計2,404人次填報《利益衝突申報表》和《廉潔自律承諾》。公司通過自查與抽查相結合的方式，引導相關人員主動識別和防範潛在利益衝突風險。

股東權益保護

公司嚴格遵循《公司法》《證券法》《上市公司信息披露管理辦法》等法律法規及《公司章程》等內部規定要求，規範履行股東大會的召集、召開與表決程式，通過現場會議與網路投票相結合的方式保障全體股東，尤其是中小股東依法行使知情權、參與權、表決權及監督權。

公司依法建立臨時股東大會召開機制，及時響應符合條件股東提議，保障股東對重大事項的決策權，同時依法保障股東提起派生訴訟或直接訴訟的權利。在利潤分配方面，公司堅持長期、穩定、可持續的分紅政策，在綜合考慮經營發展、現金流狀況及資金需求等因素的基礎上，建立持續穩定的投資者回報機制，相關方案在充分聽取獨立董事和公眾投資者意見後提交股東大會審議實施。同時，公司嚴格遵循同股同權原則，公平對待所有股東，並通過完善董事會專門委員會設置、提高獨立董事比例及實行累積投票制等措施，持續強化中小股東權益保護。

信息披露管理

公司嚴格按照《上海證券交易所股票上市規則》《香港聯合交易所有限公司證券上市規則》《上市公司信息披露管理辦法》等相關法規要求，制定《信息披露管理制度》《銀行間債券市場訊息披露事務管理制度》《內幕信息知情人登記管理制度》《自有商場租賃及管理費收入監控及信息披露制度》《信息披露暫緩與豁免業務管理制度》等制度檔，通過明確信息披露的範圍、時限、程式及渠道等規範信息披露工作，依規履行信息披露義務，向投資者真實、準確、完整、及時、公平地披露公司信息。同時，公司積極與地方證監局、上海證券交易所及香港聯合交易所有限公司等境內外監管機構開展良性互動，構建覆蓋事前、事中及事後的全流程監管溝通機制。針對重大投資、關聯交易、股權變動、業績預告、高級管理人員任免等重大事項，公司堅持“早識別、早溝通、早披露”的原則，在內部充分論證的基礎上，主動與相關監管機構開展多輪溝通，明確披露口徑及合規邊界，持續提升信息披露透明度與規範性。

投資者關係管理

公司充分尊重且平等對待所有投資者，制定《投資者關係管理制度》並持續完善投資者關係管理機制。公司通過股東大會、業績說明會、機構路演、券商策略會、上交所e互動平台、投資者來訪及調研、公司官方網站，以及投資者熱線和投資者郵箱等多元化渠道，持續開展投資者關係管理工作，增強信息披露的透明度和及時性，充分傳遞公司經營成果與投資價值，持續為投資者創造長期價值回報。

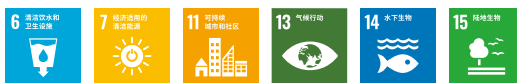
2025年，公司持續加強投資者關係管理，主要開展了以下工作：

- 組織投關活動**69**次，其中全國賣場調研**23**次。
- 組織面向全市場的業績說明會**3**次（涵蓋年報、半年報及第三季度報告）。
- 發佈《投資者關係活動記錄表》公告**4**篇。
- 通過上交所 e 互動平台回復投資者提問**59**問。
- 接聽投資者熱線電話累計超過**500**人次。





環境



2025年公司環境議題績效目標

目標達成情況

1	溫室氣體（範圍1、範圍2）排放量較2024年下降33%	已完成
2	綜合能耗較2024年下降22%	已完成
3	推進商場屋頂光伏建設，推動能源結構優化，提高綠色能源占比	已完成
4	水資源消耗量較2024年下降6%	已完成
5	全年廢氣、廢水、廢棄污染物均100%達標排放	已完成
6	重大環境污染事故數為0	已完成
7	商場內商戶裝修產生的建築垃圾，規範化清運及處置率達到 100%	已完成
8	持續推進下屬子公司的ISO14001環境管理體系認證工作，報告期內，下屬蘇南建築、美凱龍設計院已通過ISO14001環境管理體系認證	已完成



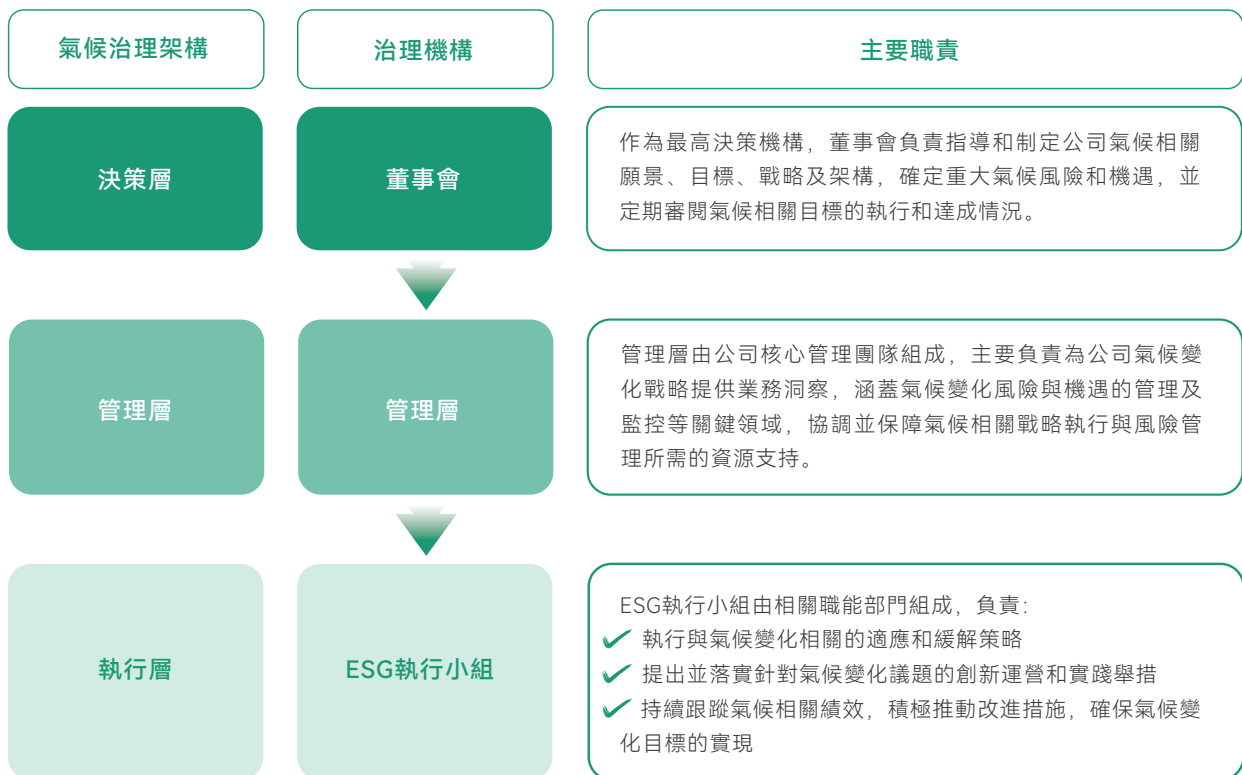
應對氣候變化

當前，全球氣候變暖正在加速演進，極端天氣氣候事件呈現頻發、強發、廣發特徵，嚴重影響全球經濟社會和自然生態環境，積極應對氣候變化已成為全球共識。作為國內領先的家居裝飾及傢俱商場運營商和泛家居業務平台服務商，公司堅定貫徹國家“雙碳”目標和戰略部署，嚴格遵循《聯合國氣候變化框架公約》《巴黎協定》等相關國際協定，將應對氣候變化納入企業發展戰略，堅定踐行綠色發展理念，持續推動自身運營與產業鏈協同減排，為守護地球生態、緩解氣候危機貢獻積極力量。



氣候治理

公司建立了由決策層、管理層和執行層組成的三級氣候治理架構，並通過明確各層級職責與許可權，將氣候變化治理融入公司運營的各個環節，持續提升公司氣候治理能力與水準。



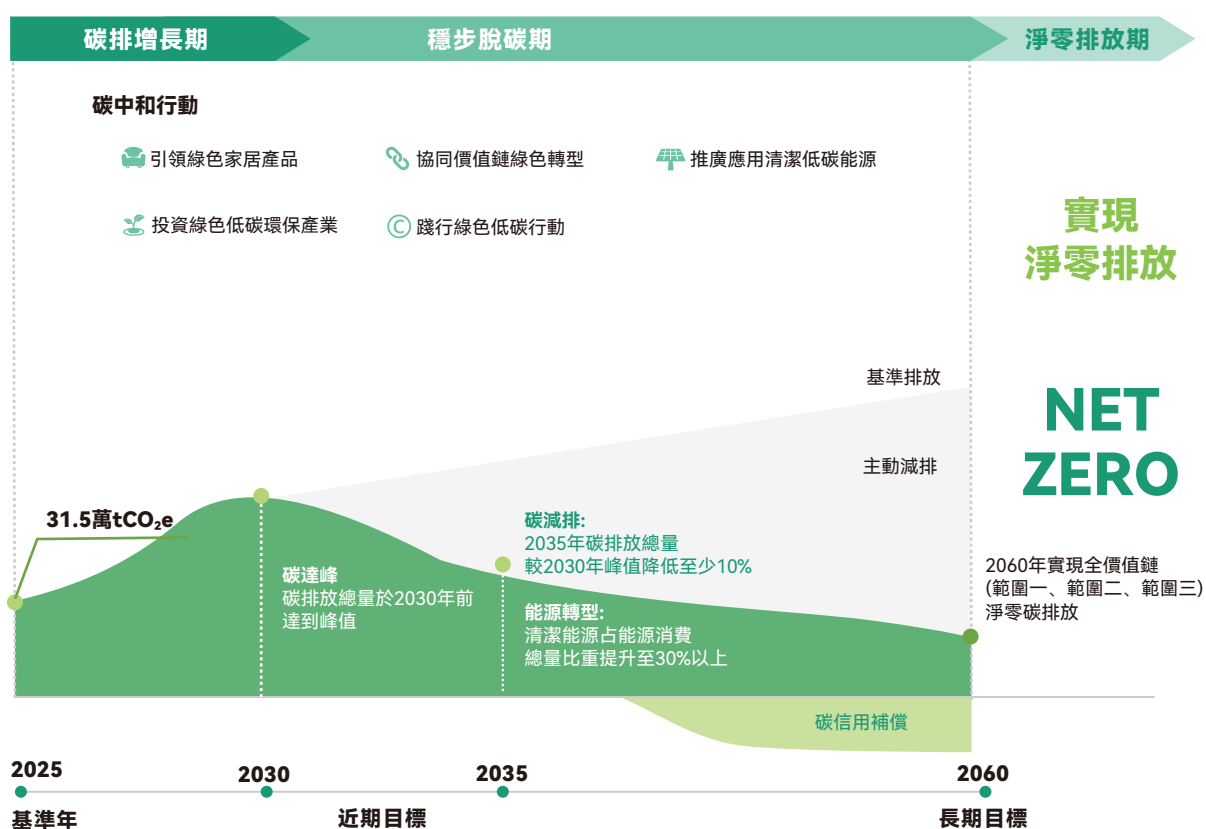
氣候戰略

為積極應對全球氣候變化挑戰，堅定貫徹中國“雙碳”戰略，公司將企業低碳發展路徑與全球1.5°C溫控目標相協同，設定覆蓋自身運營與價值鏈的碳中和目標。

·**近期目標：**2030年前碳排放總量達到峰值；2035年碳排放總量較2030年峰值降低至少10%，清潔能源占能源消費總量比重提升至30%以上。

·**長期目標與淨零承諾：**2060年實現全價值鏈（範圍一、範圍二、範圍三）淨零碳排放。

淨零排放路徑



氣候相關影響、風險及機遇管理

為全面評估氣候變化對企業運營的潛在影響，公司結合自身業務特點，參考國際能源署（IEA）的情景模型，識別和評估短期、中期和長期內可能面臨的轉型風險和機遇；參考聯合國政府間氣候變化專門委員會（IPCC）提出的情景模型，識別和評估短期、中期和長期所面臨的物理風險。基於識別和評估結果，公司制定了針對性的風險管理策略與應對措施，以持續提升企業的氣候韌性及可持續發展能力。

轉型風險

公司選取IEA情景模型下的淨零排放情景（NZE）進行轉型風險分析。在該情景下：

- 全球到2050年實現淨零排放，平均氣溫穩定在高於工業化前1.5°C內的水準。
- 全球人口預計增長至約97億人，且人口增長有放緩趨勢。
- 全球經濟預計將以年均2.6%的速度增長，但各國、各地區和不同時間段的增長存在一定差異。
- 煤炭和其他高碳排放的化石燃料將逐步被淘汰，能源利用效率大幅提高。
- 2050年，全球發電總量的近70%來自太陽能光伏和風能。
- 全球將緊密合作，推動政策發展，降低清潔能源技術成本，同時擴大關鍵礦產與清潔能源技術的多樣性，並構建韌性強的全球供應鏈，企業將面臨嚴格的政策監管和較高的轉型風險。

風險類型	風險描述	應對措施	影響期限 ²	影響範圍	財務影響 ³
政策與法律風險	<ul style="list-style-type: none"> • 國內外氣候相關政策法規持續完善，資本市場與監管層面對上市公司氣候信息披露要求不斷提高，增加企業合規管理成本。 • 在國家“雙碳”戰略引領下，建築能效與碳排放管控制度持續加大。公司旗下商業運營項目若未能及時推進節能降碳改造，可能面臨運營成本增加、合規管理受限等風險。 	<ul style="list-style-type: none"> • 跟蹤國內外氣候與環境政策法規變化，及時優化信息披露內容，保障公司運營全面符合監管合規要求。 • 結合門店運營狀況，統籌推進節能改造與清潔能源應用，穩步降低運營碳排放，提升綠色低碳發展水準。 	短期 中期 長期	上游 企業運營 下游	中等 影響
技術風險	<ul style="list-style-type: none"> • 實體商業向“智慧與綠色”轉型的過程中，涉及底層基礎設施的全面反覆運算與複雜系統重構。若前沿技術路線與業務場景適配度不足，或新舊系統融合存在壁壘，將面臨沉沒成本高昂、技術成果轉化率低的風險，進而制約資產整體運營效率。 	<ul style="list-style-type: none"> • 引入行業前沿的智庫力量與標準化評估體系，賦能頂層技術架構規劃，從而實現技術投資回報與戰略升級的確定性。 	短期 中期 長期	企業運營 下游	中等 影響
市場風險	<ul style="list-style-type: none"> • 消費者對綠色、智慧、健康家居的需求持續提升，若未能構建具備市場競爭力的綠色產品體系，可能面臨客戶流失、市場份額下滑，進而影響盈利水準。 • 循環經濟快速發展，二手傢俱、家居租賃等新業態不斷湧現，若未能提前佈局，可能錯失市場新增機遇。 	<ul style="list-style-type: none"> • 完善綠色家居品牌優選體系，嚴格規範入駐品牌環保材料標準；積極探索家居全生命週期服務模式，推動以舊換新、循環利用等創新業務，打造服務閉環，培育新的增長動能。 	短期 中期 長期	上游 企業運營 下游	中等 影響
聲譽風險	<ul style="list-style-type: none"> • 若公司碳減排成效未達監管與持份者預期，可能對企業聲譽、投資者信心及長期可持續發展造成不利影響。 	<ul style="list-style-type: none"> • 建立健全持份者溝通機制，通過常態化溝通與可持續發展信息披露，主動披露公司的實踐與成效，樹立負責任的企業形象。 	中期 長期	企業運營	較小 影響

2. 影響期限分為短期、中期和長期。短期一般是指1年以內（含1年），中期一般是指1年至5年（含5年）；長期一般是指5年以上。

3. 財務影響分為極小、較小、中等、較大、極大影響。影響極小指對貨幣價值(如收入)的影響< 100 萬元或對淨利潤的影響<1%；影響較小指對貨幣價值(如收入)的影響在 100 萬元-500萬元之間或對淨利潤的影響為1%-5%；影響中等指對貨幣價值(如收入)的影響在500萬元-1,000萬元之間或對淨利潤的影響為5%-10%；影響較大指對貨幣價值(如收入)的影響在1,000萬元-5,000 萬元之間或對淨利潤的影響為10%-15%；影響極大指對貨幣價值(如收入)的影響>5,000萬元或對淨利潤的影響> 15%。

轉型機遇

機遇類型	機遇描述	行動措施	影響期限 ⁴	影響範圍	財務影響 ⁵
資源效率	<ul style="list-style-type: none"> 提升資源利用效率、推廣清潔能源應用，有利於企業實現溫室氣體減排，減少中長期運營成本。 	<ul style="list-style-type: none"> 完善綠色運營規範，推動數字化辦公與綠色物流，協同上下游減少資源消耗，提升循環利用水準。 	短期 中期 長期	企業運營	較小影響
能源來源	<ul style="list-style-type: none"> 依託現有物業載體，有序開發分佈式光伏等清潔能源，有利於公司擴大綠色電力應用、優化能源結構，實現運營成本下降與能源利用效率提升。 	<ul style="list-style-type: none"> 在自有商場及子公司穩步推進屋頂分佈式光伏發電項目建設，積極擴大清潔能源應用規模，持續提升能源利用效率與運營效益。 	短期 中期 長期	上游 企業運營 下游	中等影響
產品與服務	<ul style="list-style-type: none"> 家居消費向綠色、健康、智慧化升級，為企業發展綠色產品與循環經濟服務提供重要機遇，有利於提升客戶價值與品牌核心競爭力。 構建循環經濟商業模式，拓展家居全生命週期服務，有助於增強公司業務韌性和品牌附加值。 	<ul style="list-style-type: none"> 聯設立重點門店綠色家居體驗專區，打造行業綠色消費標杆平台。 試點並規模化運營高端傢俱租賃、舊傢俱專業回收翻新與再銷售等服務，構建銷售-使用-循環再生的閉環商業生態。 	短期 中期 長期	上游 企業運營 下游	較大影響
市場	<ul style="list-style-type: none"> 公司可通過綠色產品創新、智慧家居佈局及氣候信息披露，搶抓市場與資本機遇，構建差異化優勢，拓展新增長空間。 	<ul style="list-style-type: none"> 將可持續發展深度融入品牌戰略，通過環境、社會及管治報告、綠色商場、綠色家居消費節等活動，持續提升品牌綠色影響力。 	中期 長期	企業運營	較大影響

4. 影響期限分為短期、中期和長期。短期一般是指1年以內（含1年），中期一般是指1年至5年（含5年）；長期一般是指5年以上。

5. 財務影響分為極小、較小、中等、較大、極大影響。影響極小指對貨幣價值(如收入)的影響< 100萬元或對淨利潤的影響<1%；影響較小指對貨幣價值(如收入)的影響在 100萬元-500萬元之間或對淨利潤的影響為1%-5%；影響中等指對貨幣價值(如收入)的影響在500萬元-1,000萬元之間或對淨利潤的影響為5%-10%；影響較大指對貨幣價值(如收入)的影響在1,000萬元-5,000萬元之間或對淨利潤的影響為10%-15%；影響極大指對貨幣價值(如收入)的影響>5,000萬元或對淨利潤的影響> 15%。



物理風險

公司選取IPCC的SSP路徑下的高碳排放的高增長情景（SSP5-8.5）進行物理風險分析。在該情景下：

- 全球溫室氣體排放在21世紀末仍將繼續增長，與1850-1900年相比，2081-2100年的全球表面溫度很可能升高3.3°C至5.7°C。
- 公司業務運營所在地區年平均近地表氣溫變化較為顯著，極端天氣氣候事件趨於增多、增強。此外，公司業務運營所在地區的海平面高度亦將持續升高。
- 在該情景下，政策監管最寬鬆，但隨著全球氣溫上升、極端天氣日數增加、降水量變化、海平面上升等現象的發生，公司將面臨物理風險的影響。

風險類型	風險描述	應對措施	影響期限 ⁶	影響範圍	財務影響 ⁷	
急性物理風險	颱風	<ul style="list-style-type: none"> • 颱風伴隨的強風、暴雨可能對商場建築外立面、屋頂結構及戶外廣告設施造成損壞，造成直接資產損失與營收中斷。 • 颱風可能導致區域性交通癱瘓與物流中斷，影響商品配送及客戶到店，並對供應鏈的穩定性造成衝擊。 	<ul style="list-style-type: none"> • 建立氣象監測與應急響應機制，定期組織防颱風專項演練，提升抗災能力。 • 對沿海地區的商場進行抗風加固設計改造，定期巡檢並加固屋頂、幕牆、廣告裝置等，確保公司建築物、設備能夠抵禦超強颱風的影響。 	短期 中期 長期	上游 企業運營 下游	較大影響
	洪水	<ul style="list-style-type: none"> • 洪水帶來的洪澇災害，可能導致商場地下車庫、倉儲區及配電設施受損，造成重大財產損失與長期停業風險。 • 城市內澇可能阻礙員工通勤與顧客到訪，直接影響客流量與銷售額。 	<ul style="list-style-type: none"> • 對新建商場項目嚴格執行防洪設計標準，對現有商場開展排水系統能力評估與升級改造，在重點區域配備防洪擋板和應急排水設備。 • 建立健全極端天氣應急管理機制，完善防汛物資儲備體系，定期開展防汛應急演練，提升應對極端降水事件的響應能力。 	短期 中期 長期	上游 企業運營 下游	較大影響
	極端高溫	<ul style="list-style-type: none"> • 極端高溫天氣將大幅增加商場空調製冷負荷，增加能源消耗和商場的運營成本。 • 高溫可能影響戶外作業人員（如物流、安裝工人）的健康與工作效率，增加用工風險與安全管理壓力。 	<ul style="list-style-type: none"> • 在商場公共區域增加自然通風、遮陽系統及節能設計，減少空調能耗壓力，提高室內舒適度。 • 合理安排高溫季的物流與倉儲作業的工作時間，為戶外作業人員提供防署物資，並加強高溫作業安全培訓與健康監測。 	短期	上游 企業運營 下游	較大影響
	乾旱	<ul style="list-style-type: none"> • 乾旱可能導致水價上漲，增加商場運營成本；持續乾旱引發的限水政策可能影響商場日常清潔、空調冷卻、綠化灌溉及餐飲租戶運營，導致客戶體驗下降與租戶投訴風險上升。 	<ul style="list-style-type: none"> • 在商場全面推廣安裝節水器具，建設中水回收處理系統，提高循環用水比例與廢水回收利用率，切實減少運營期間的取水量，並緩解供水壓力。 	短期 中期 長期	上游 企業運營 下游	中等影響
	滑坡	<ul style="list-style-type: none"> • 建於山地或丘陵地區的物流倉儲設施或部分門店，在持續強降雨後可能面臨周邊山體滑坡或泥石流的地質災害威脅，可能導致重大財產損失、人員安全風險與長期業務中斷。 	<ul style="list-style-type: none"> • 在新項目選址與設計中，嚴格遵循地質災害風險評估程式，主動規避高風險區域；建立地質災害應急預案，定期組織員工開展應急演練，強化員工應急響應能力。 	短期 中期 長期	上游 企業運營 下游	極小影響

6. 影響期限分為短期、中期和長期。短期一般是指1年以內（含1年），中期一般是指1年至5年（含5年）；長期一般是指5年以上。

7. 財務影響分為極小、較小、中等、較大、極大影響。影響極小指對貨幣價值(如收入)的影響< 100萬元或對淨利潤的影響<1%；影響較小指對貨幣價值(如收入)的影響在 100萬元-500萬元之間或對淨利潤的影響為1%-5%；影響中等指對貨幣價值(如收入)的影響在500萬元-1,000萬元之間或對淨利潤的影響為5%-10%；影響較大指對貨幣價值(如收入)的影響在1,000萬元-5,000萬元之間或對淨利潤的影響為10%-15%；影響極大指對貨幣價值(如收入)的影響>5,000萬元或對淨利潤的影響> 15%。

風險類型	風險描述	應對措施	影響期限 ⁶	影響範圍	財務影響 ⁷	
慢性物理風險	海平面上升	<ul style="list-style-type: none"> 海平面上升將加劇沿海城市風暴潮和內澇風險，位於沿海地區的商場將面臨運營中斷、資產受損甚至最終被迫遷址等多重挑戰。 	<ul style="list-style-type: none"> 對沿海地區現有商場開展定期風險排查，對關鍵基礎設施實施防洪防潮加固與排水系統升級，增強其抵禦洪水、海水倒灌等災害的能力。 	中期 長期	上游 企業運營 下游	較小 影響
	平均氣溫升高	<ul style="list-style-type: none"> 年平均氣溫的持續升高將導致商場空調製冷負荷增加、製冷週期延長，全年總能耗與能源成本面臨長期上漲壓力。 	<ul style="list-style-type: none"> 全面推進商場圍護結構熱工性能提升，在新建與改造項目中廣泛應用高效隔熱材料、智慧遮陽系統及自然通風優化設計等措施，從源頭降低建築製冷負荷需求。 	中期 長期	上游 企業運營 下游	較大 影響
	水資源供應短缺	<ul style="list-style-type: none"> 水資源短缺可能導致部分商場面臨持續的用水成本上升和限水壓力，影響運營穩定性。 	<ul style="list-style-type: none"> 在新建商場項目中配套建設雨水收集、蓄水設施等，提高自身水資源蓄存與利用能力，增強運營韌性；定期對員工開展水資源保護的相關宣傳與培訓，提升其節水意識。 	中期 長期	企業運營	中等 影響
	生態系統退化	<ul style="list-style-type: none"> 氣候變化導致的區域生態系統退化（如城市熱島效應加劇、綠地減少等）會削弱自然系統對洪澇、熱浪等極端氣候的調節與緩衝作用，可能間接摧毀或損壞公司的固定資產，導致公司運營中斷和巨大財務損失。 	<ul style="list-style-type: none"> 在商場項目規劃、設計、改造與日常運營中，嚴格執行生態影響評估，並採取綠色施工與生態補償措施，最大限度降低對當地生態系統的負面影響。 	中期 長期	上游 企業運營 下游	極小 影響

6. 影響期限分為短期、中期和長期。短期一般是指1年以內（含1年），中期一般是指1年至5年（含5年）；長期一般是指5年以上。

7. 財務影響分為極小、較小、中等、較大、極大影響。影響極小指對貨幣價值(如收入)的影響 < 100 萬元或對淨利潤的影響 < 1%；影響較小指對貨幣價值(如收入)的影響在 100 萬元-500萬元之間或對淨利潤的影響為1%-5%；影響中等指對貨幣價值(如收入)的影響在500萬元-1,000萬元之間或對淨利潤的影響為5%-10%；影響較大指對貨幣價值(如收入)的影響在1,000萬元-5,000 萬元之間或對淨利潤的影響為10%-15%；影響極大指對貨幣價值(如收入)的影響 > 5,000萬元或對淨利潤的影響 > 15%。



溫室氣體排放管理

公司根據ISO14064-1:2018標準，採用運營控制法對財務報表合併範圍內的主體開展了2025年度溫室氣體盤查工作。

溫室氣體盤查組織邊界

本次碳盤查覆蓋公司合併範圍內所有子公司，以及通過運營控制權管理的所有家居商場、辦公場所等。

溫室氣體盤查活動邊界

公司 2025 年溫室氣體盤查範圍包括範圍1直接排放源及範圍2能源產生的間接排放源。

GHG類型	定義	主要溫室氣體排放活動
範圍一	直接溫室氣體排放，指組織自身產生的溫室氣體排放，包括燃燒化石燃料和工業過程中產生的排放等。分為固定燃燒排放、移動燃燒排放、工藝過程排放、逸散排放。	<ul style="list-style-type: none"> • 天然氣鍋爐 • 汽油公務車 • 柴油公務車 • 空調 • 滅火器
範圍二	能源間接溫室氣體排放，指組織所消耗的電力、熱能等能源所產生的溫室氣體排放。包括外購電力、外購蒸汽等。	<ul style="list-style-type: none"> • 外購電力 • 外購熱力

溫室氣體種類

包含二氧化碳 (CO₂)、甲烷 (CH₄)、氧化亞氮 (N₂O)、氫氟碳化物 (HFC_s)、全氟碳化物 (PFC_s)、六氟化硫(SF₆)、三氟化氮 (NF₃) 七類溫室氣體。

溫室氣體計算量化方法學

公司根據ISO14064-1:2018標準，採用計算法、排放係數和質量平衡方法進行碳排放數據計算，碳排放核算主要計算公式為“活動水準數據×排放因數”。

不同排放源的計算遵循《2006年IPCC國家溫室氣體指南》，能源相關排放依據《綜合能耗計算通則 (GB/T2589-2020)》及生態環境部發佈的2023年中國區域電網平均二氧化碳排放因數進行核算，境外企業則採用所在地電網因數進行核算。

所有溫室氣體排放數據最終依據IPCC第六次評估報告 (AR6) 提供的全球暖化潛勢 (GWP) 轉換為CO₂e，以確保計算結果的科學性和可比性。

公司2025年的計算方法與往年保持一致，未發生重大變化。

排放因數

針對範圍一、範圍二的不同排放源，公司依據《2006年IPCC國家溫室氣體指南》《綜合能耗計算通則（GB/T 2589—2020）》、生態環境部最新發佈的電力排放因數等選擇合適的排放因數進行溫室氣體排放量的計算。

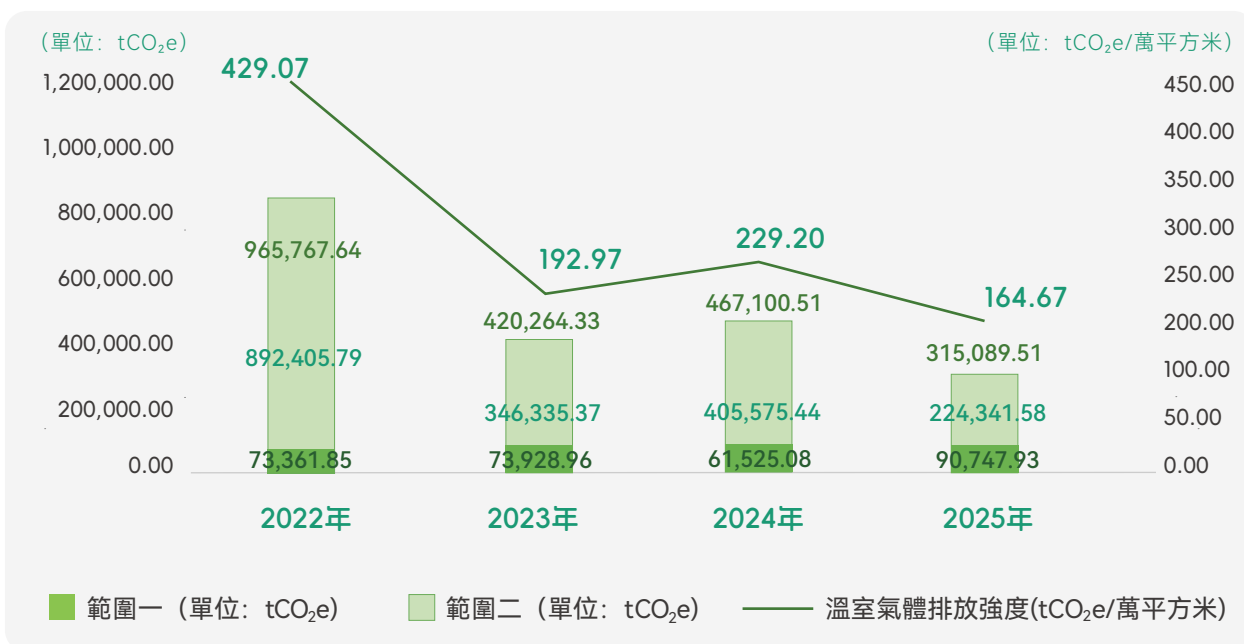
溫室氣體排放情況

2025年，公司溫室氣體總排放量（範圍1、範圍2）為**315,089.51tCO₂e**，較2024年減少**152,011tCO₂e**，主要得益於公司精細化能源管理與清潔電力使用比例提升。

公司溫室氣體排放量

類別	2022年	2023年	2024年	2025年
範圍1：直接排放 (單位：tCO ₂ e)	73,361.85	73,928.96	61,525.08	90,747.93
範圍2：間接排放 (單位：tCO ₂ e)	892,405.79	346,335.37	405,575.44	224,341.58
總排放量 (單位：tCO ₂ e)	965,767.64	420,264.33	467,100.51	315,089.51
溫室氣體排放強度 (單位：tCO ₂ e/萬平方米)	429.07	192.97	229.20	164.67

GHG排放情況



溫室氣體減排措施

公司通過引領綠色家居產品、協同價值鏈綠色轉型、推廣應用清潔低碳能源、投資綠色低碳環保產業、踐行綠色低碳行動等一系列措施，在降低自身運營產生的溫室氣體排放的同時推動傳統行業的低碳轉型，助力產業鏈的綠色發展。



引領綠色家居產品

伴隨消費者環保意識的不斷提升，綠色健康家居產品日益成為市場消費主流。為引領綠色家居消費理念、宣導健康環保生活，公司將綠色低碳理念全面融入業務發展，聚焦綠色家居、綠色建築、零碳消費場景等領域，從源頭確保家居產品的環保與健康，致力於以綠色理念推動人居生活的綠色低碳轉型。

引領綠色家居，共築環保未來

公司秉持“對每個家庭的居家環保負責任”的企業使命，致力於為消費者甄選並推薦更環保的家居產品。為此，公司通過重點扶持綠色環保品牌、制定並推行高標準的綠色家居規範等核心舉措，系統性地推進綠色環保實踐。

在促進行業規範化發展方面，公司積極履行領導責任，牽頭制定了一系列家居產品質量與環保相關的關鍵標準。這些標準已獲得國家認證認可監督管理委員會的備案與認可，為整個家居行業的環保升級提供了明確的規範指引與依據。

公司對綠色發展的承諾與實踐由來已久且不斷深化：

- 2012年，率先在行業內提出“家居專家”九項服務承諾，將綠色環保納入核心服務範疇。
- 2013年，聯合中國質量認證中心共同發起“家居綠色環保領跑品牌”項目。該項目通過建立公開、公正的評選體系，遴選並表彰在環保方面表現卓越的品牌，旨在樹立行業標杆，驅動全產業鏈環保水準的整體提升。
- 2015年，攜手中國質量認證中心正式推出“中國家居正品查詢平台”，構建了“綠色家居·正品追溯”體系，保障消費者權益，促進市場透明化。
- 2016年，正式發佈企業綠色宣言，並持續反覆運算升級“綠色領跑”品牌評選機制，以實際行動堅定推動家居行業向綠色、低碳的未來邁進。

通過一系列持續且深入的舉措，公司不僅在產品層面踐行環保承諾，更在行業標準與生態構建層面發揮著積極的引領作用，攜手合作夥伴與消費者，共同邁向可持續的家居生活。



家居綠色環保領跑品牌

打造綠色人居體驗，以零碳場景賦能綠色消費

公司聚焦“智慧化、零碳化、適老化”消費趨勢，全面推進核心電器業態提檔升級。通過跨界融合新能源與前沿科技，創新打造集家庭綠能管理與智電生態於一體的沉浸式空間，推動實體商業從單一零售向“一站式零碳生活解決方案”跨越。同時，公司將該創新場景定為標準化配置並穩步推進全國複製，引領用戶向綠色“能源創造者”轉型，重塑可持續的家居商業生態。

案例 | “零碳生活家”科技展廳

為推動家居消費綠色轉型，2025年公司攜手建發居住科技、星星充電，在上海創新打造全國首個“零碳生活家”零碳綠能科技展廳。該展廳以家庭能源管理為核心，圍繞零碳生活方式，構建戶外露營、人車家能量中樞、零碳出行、零碳咖啡、自行車發電、陽臺光伏六大主題場景。通過光伏發電、儲能系統、V2G充放電等前沿技術，將零碳理念轉化為用戶可體驗、可感知的日常生活場景，實現零碳科技與家居場景的深度融合，為消費者提供一站式零碳生活解決方案。公司已將“零碳生活家”確立為未來智慧電器生活館升級的標準配置，並制定了規模化的推廣路徑：2025年率先建成5座“零碳生活家”，2026年拓展至10家，2027年覆蓋40至50家門店。依託綠色場景與主營業務深度協同，公司推動家庭用戶從傳統能源消耗者向能源創造者轉變，持續鞏固在可持續家居領域的創新引領地位，助力構建家居行業綠色生態。



“零碳生活家”零碳綠能科技展廳

案例 | “Mega-E智電綠洲”

2025年，公司于上海全球家居1號店正式宣佈，美凱龍電器館從1.0版升級為2.0版“Mega-E智電綠洲”，並同步啟動全國電器2.0首館開業儀式。作為“Mega-E智電綠洲”全國首店，上海全球家居1號店的電器館在升級後經營面積從1.6萬平方米增加到3.3萬平方米，品牌數量由57個提升至103個，並新增“潮電薈”“使用者服務中心”“零碳生活家”等場景模組，實現從“單一高端電器館”向生態化場景轉型。

“Mega-E智電綠洲”聚焦“智能化、零碳化、適老化”新三化趨勢，通過引入零碳生活方式、家庭綠能解決方案、AI智慧穿戴、適老家電及潮酷3C等新興品類，構建覆蓋居家全場景的科技生態。同時，以使用者服務中心為核心，推動服務從“交易終點”轉向“關係起點”，並依託會員體系連結商戶與社區，塑造“有溫度”的服務體驗。公司計畫在2027年前在全國落地40家“Mega-E智電綠洲”，從上海、北京等高能級城市向全域覆蓋，實現“一城一標杆”佈局，重塑高端電器消費目的地，引領行業從渠道競爭向場景生態共創演進。



“Mega-E智電綠洲”上海全球家居1號店開業首發

協同價值鏈綠色轉型

推動價值鏈協同降碳，是公司實現深度減排、構築整體綠色競爭力的關鍵路徑。公司積極聯動上下游夥伴共同減排，將綠色發展要求融入供應商與合作商戶的管理體系，通過踐行綠色採購、推動綠色生產、強化綠色品控等措施，共同推進減排行動，助力產業價值鏈生態實現綠色低碳轉型。

深化綠色採購，推廣環保材料應用

公司秉持綠色可持續發展理念，將環保表現納入供應商評估與管理體系，全面推進綠色建材與環保裝修材料的採購與應用。在採購環節，公司明確確立以“可再生資源優先、節能設備優先”的原則，持續加大低碳環保產品引入力度，逐步淘汰高污染、高排放的落後產品，全力推廣綠色建材與環保裝修材料的規模化應用。



推動綠色生產，強化全過程環保管控

針對入駐公司商場的合作品牌，公司致力於從生產源頭推動綠色轉型，引導合作夥伴踐行綠色生產模式：



構建全流程綠色品控體系

構建覆蓋“售前-售中-售後”的全流程商品質量管控體系，將環保指標作為質量管制的核心要素，對原材料採購、生產流程及成品檢測等環節實施嚴格審查，強化商品准入風險管控。



引導生產環節節能降碳

要求各合作品牌工廠在生產環節嚴格遵循國家一級能效標準，引導其通過優化工藝流程、採用節能設備、減少生產廢料等方式降低能耗與碳排放，並鼓勵其配備自有檢測設備，在保障產品質量的同時減少生產環節的環境影響。



攜手第三方保障綠色質量

聯合第三方檢測機構開展環保質量檢測，確保所有商品符合《綠色建材產品認證》標準。

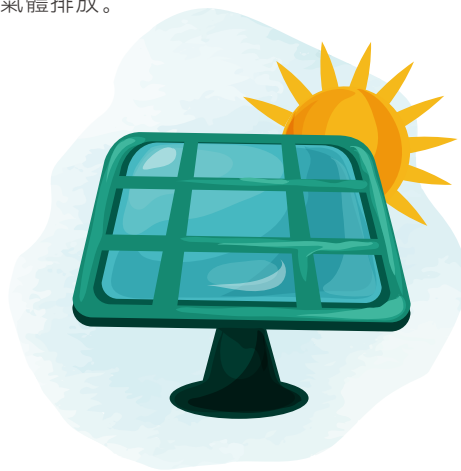
通過以上措施，公司不僅自身踐行綠色承諾，更致力於賦能並協同價值鏈夥伴共同減碳，構建責任共擔、效益共用的綠色產業生態，推動家居行業整體向資源節約、環境友好的方向發展。

推廣應用清潔低碳能源

推廣應用清潔能源是公司實現運營碳中和、實現用能結構優化與長期成本控制的重要行動措施。公司積極推進清潔低碳能源應用，持續降低對傳統化石燃料的依賴，減少運營環節的溫室氣體排放。

啟動屋頂空間價值，光伏賦能綠色運營

在全球綠色低碳轉型的背景下，充分利用城市空間資源的分佈式光伏，已成為優化能源結構、促進可持續發展的重要路徑。通過在公共建築屋頂部署光伏系統，不僅能夠有效啟動閒置資產，還能顯著降低碳排放，助力城市邁向低碳未來。公司積極踐行綠色運營理念，推進商場綠色能源轉型。



案例 | 南通紅星美凱龍光伏建築一體化項目

公司旗下南通紅星美凱龍商場採用光伏建築一體化建設模式，在商場屋頂鋪設了總面積達1,650平方米的光伏組件，總裝機容量達到346千瓦。系統並網運行後，預計首年發電量可達36.7萬度。該光伏項目在其長達30年的設計生命週期內，累計發電量預計可等效減少二氧化碳排放約8,360噸，相當於種植超過7.5萬棵樹木的碳匯效益。項目所發電能將優先滿足商場自身運營所需，不僅提供了穩定可靠的綠色電力，有效降低了對傳統電網的依賴，更以實際行動減少了運營過程中的碳排放，是公司推動自身可持續運營與履行環境責任的重要實踐。



南通紅星美凱龍屋面光伏

投資綠色低碳環保產業

投資綠色低碳環保產業是公司著眼未來、推動業務增長與行業創新的重要戰略佈局。通過積極拓展綠色能源應用與多元化創新場景，公司著力構建面向未來的綠色產業生態，持續賦能行業的可持續發展。

創新能源合作，構建綠色供能生態

公司設立專屬的綠色能源科技運營平台紅星美凱龍綠能（上海）科技有限公司，聚焦於碳減排、碳轉化、碳捕捉及碳封存（CCUS）等前沿技術的研發攻堅，並協同拓展儲能技術服務、新能源電池及生態環保材料製造等上下游相關業務。同時，公司積極連結外部頭部新能源開發資源，創新跨界生態合作機制。以“綠色新能源+產業”的深度融合為導向，持續拓展低碳轉型合作模式，扎實推進分佈式光伏建設、綠電交易等核心新能源項目的高質量落地，致力於打造全方位、可持續的現代化能源生態體系。



資源融合，構築“人車家”消費新生態

在新能源汽車產業蓬勃發展與消費提質升級的背景下，線下商業空間的跨界融合已成為優化資產效能、激發商業活力的重要路徑。依託大型家居商場豐富的網點資源與空間優勢，引入新能源汽車業態，不僅能夠拓寬商業服務邊界，更能精準匹配消費者對沉浸式體驗與高質量服務的要求。公司積極響應綠色消費趨勢，通過以下舉措系統性孵化汽車新賽道，構築“人車家”新生活方式：

設立專職平台與戰略規劃

成立專屬智慧汽車服務公司作為運營載體，發佈“3100規劃”，以明確的規模化目標驅動全國多城市、多品牌的招商與業務落地。

構建全鏈條汽車業務生態

深化與品牌總部的戰略合作，積極連結主機廠及汽車平台資源，打造覆蓋新能源汽車展示、高端二手車交易及汽車後市場服務的一體化產業鏈。

創新場域運營與用戶體驗

推動汽車智慧生態綜合體“π空間”以店中店形式落地商場，集IP展示、購車與營銷於一體。並借助數字化工具沉澱高粘性用戶社群，打通線上線下流量，最終實現多業態融合的綠色消費生態閉環。

踐行綠色低碳行動

公司致力於將綠色低碳理念深度融入企業運營與消費場景，通過內部管理優化與外部消費引導雙向發力，構建覆蓋員工、商戶及消費者的可持續發展生態。

踐行綠色辦公，宣導低碳行為

公司積極踐行綠色辦公理念，持續推進辦公區域的節能改造與精細化管理：

精細化能源管理

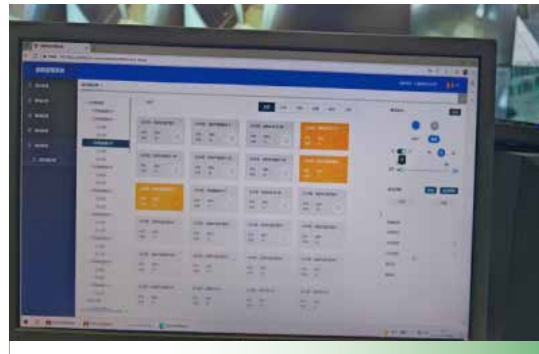
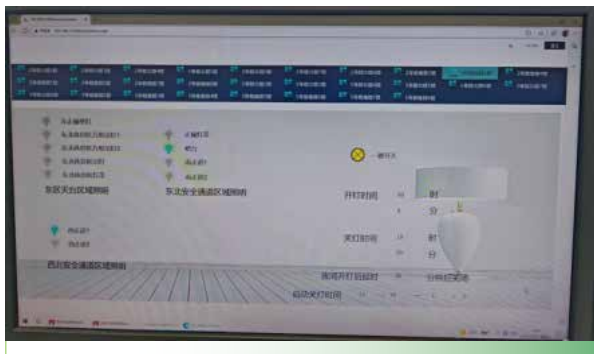
對辦公區域能源系統進行升級，部署會議室紅外探測節能套件，並引入燈光能耗控制與能源管理系統，實現對會議室資源的高效調度及燈光、空調的自動化控制，有效降低能耗。

辦公耗材減量化使用

公司推廣綠色用品，通過採購環保擦手紙、可回收洗滌餐具等綠色用品，減少一次性製品使用，降低資源消耗。

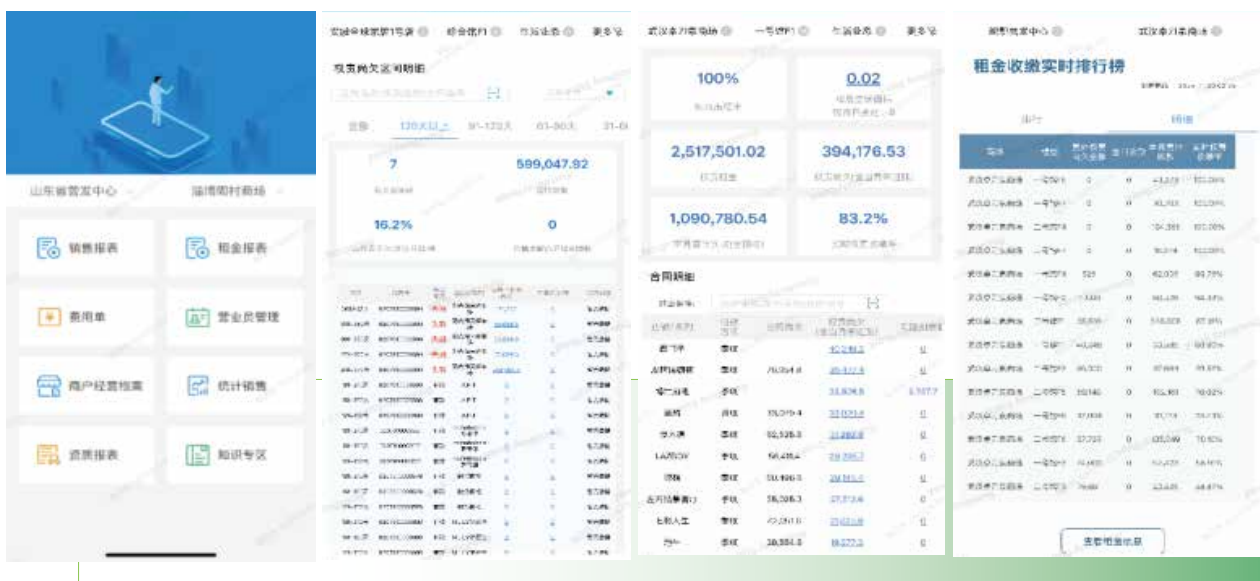
組織內部環保宣導

宣導“人去燈滅、合理控溫、樓梯通勤”等低碳行為，持續提升員工的環保意識與參與度，共同構建節能高效的綠色辦公環境。



數智化轉型，打造全鏈路智慧樓宇管理中樞

公司積極順應“數智+低碳”雙轉型趨勢，全面升級樓宇運營管理體系。公司持續自主研發並深度反覆運算智慧樓層管理系統，將分散的樓宇管理模組整合為統一的數字化中樞。通過集成租金收繳、資質審核與風控預警等多維度動態看板，公司實現了商戶全生命週期的線上化與視覺化治理，為精準決策提供敏捷的數據支撐。同時，公司依託該數字化基座，將綠色理念深度融入日常運營：對內，全面推行無紙化與電子化業務流轉，大幅降低資源消耗；對外，創新植入環保質量抽檢與綠色宣貫機制，以數字化手段引導供應鏈強化綠色產品屬性。以此為抓手，公司正攜手廣大商戶，共同構建高效、低碳、可持續的家居流通新生態。



樓層管理E端系統



能源利用

能源是人類賴以生存和發展的重要物質基礎，亦是國家安全與經濟社會可持續運行的關鍵保障。提升能源管理水準、推動能源技術創新是企業踐行綠色運營、實現可持續發展的必然路徑。公司將節能減排確立為核心發展目標，嚴格遵守《中華人民共和國能源法》《中華人民共和國節約能源法》《中華人民共和國可再生能源法》等法律法規要求，持續完善能源管理體系，全面提升能源利用效率，降低能源消耗及溫室氣體排放。

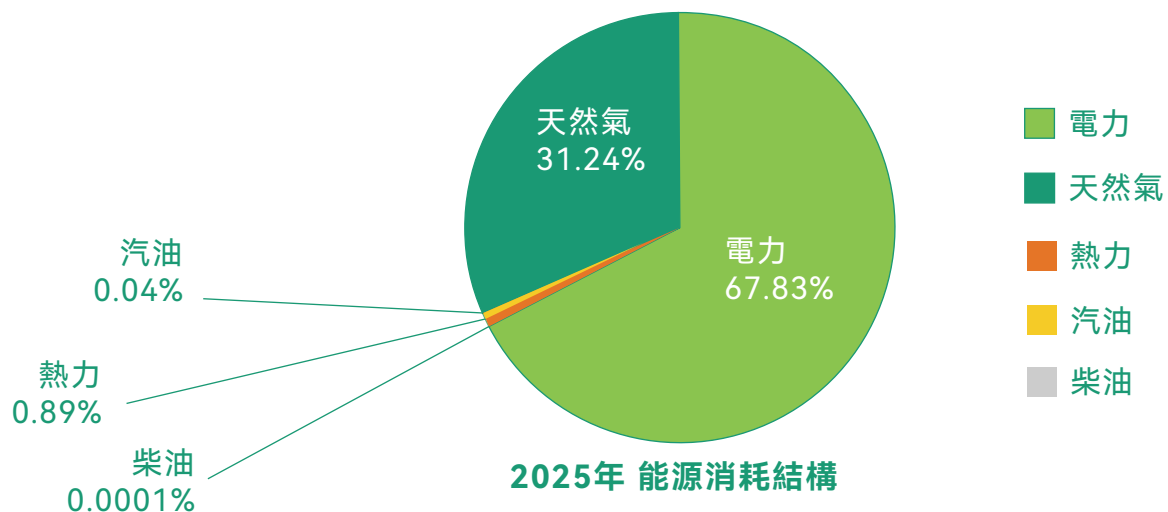


能源消耗

2025年，公司綜合能耗為**803,983.13**兆瓦時。從消耗的能源結構上看，2025年，公司運營過程中主要消耗的能源資源為**電力**，占比能源消耗總量的**67.83%**。

公司能源消耗結構

能源類型	2022年	2023年	2024年	2025年	2025年能耗占比 (%)
電力(兆瓦時)	1,313,893.08	602,027.22	683,234.20	545,371.73	67.83
柴油(兆瓦時)	0	12.27	5.43	0.57	0.0001
熱力(兆瓦時)	/	7,573.87	16,296.78	7,153.74	0.89
汽油(兆瓦時)	1,215.19	998.19	531.65	297.15	0.04
天然氣(兆瓦時)	357,369.23	368,730.26	307,927.27	251,159.93	31.24
合計	1,672,477.50	985,478.85	1,026,172.09	803,983.13	100



能源管理

公司通過制定並推行《關於執行商場能源章節精細化管理的通知》等專項制度，建立了系統化的能源管理推進機制。該機制明確了各項節能任務的目標、時間節點與責任主體，實現了對能源使用狀況的全流程動態跟蹤與閉環管理，有效提升了商場能源精細化管理水準。同時，公司推動部分商場建立能源管理組織架構，持續開展能源精益改善與能效提升行動，並定期組織能源管理專項培訓。為進一步落實管理責任，公司將能源管理績效納入相關崗位的考核體系，確保各項綠色低碳運營目標得以扎實、穩步地實現。



能源管理培訓

節能降耗

為系統推進節能降耗工作，公司聚焦商場照明、空調、電梯等重點用能系統，持續實施能源管理優化措施，提升能源利用效率，降低運營碳排放。

公司在運用中落實的主要節能舉措包括：

照明系統優化

廣泛採用智慧控制策略，在公共區域、幕牆照明、店鋪招牌照明中使用時控開關，根據季節與日照變化靈活調整關閉時間；在消防通道、車庫、衛生間等區域推廣聲控、光控或雷達感應燈具，實現“人走燈滅”；嚴格執行分時照明策略，區分營業與非營業時段設置不同照明方案，並將傳統金鹵燈、筒燈等更換為高效LED燈具，從源頭上降低照明能耗。

空調系統調節

嚴格執行室內溫度控制標準，並依據室外氣溫動態調節主機出水溫度與風機回風溫度，實現按需供冷供熱；根據各樓層實際熱負荷差異，實施差異化送風策略，避免能源浪費；優化主機運行時段，充分利用夜間穀電進行蓄熱或蓄冷，進一步提升系統能效。

電梯系統

對扶梯實行分時運行管理，營業前後错峰放停，非營業時段全部關閉；客梯在營業期間全部開啟，閉店後僅保留必要值班電梯運行；貨梯集中安排在非客流高峰時段使用，減少無效能耗。

能耗監測

常態化開展能耗數據抄錄與對比分析，及時識別並處理用能異常。部分商場已部署智慧能源管理系統，逐步實現用能數據的遠端監測、分析與精細化調控，為持續優化能效提供數據支援。

水資源利用

水資源是人類社會生存與發展的基礎資源，也是企業可持續運營的重要保障。公司高度重視水資源管理工作，嚴格遵循《中華人民共和國水法》《中華人民共和國節約能源法》《中華人民共和國水污染防治法》等相關法律法規要求，將節水理念融入運營全過程。

公司制定了明確的用水效益提升目標，並通過強化統計監測、推廣節水技術、開展宣傳宣導等綜合措施，全面提升水資源利用效率，履行企業節水責任。

在商場運營中，公司系統性推行以下節水管理措施：

推廣節水器具

在商場衛生間、後勤區域等用水點全面推廣安裝節水型器具，例如為水龍頭加裝起泡器，在保證使用體驗的同時有效控制水流、減少不必要的浪費。



商場感應水龍頭及節約用水標識

營造節水氛圍

在衛生間、公共通道等醒目位置張貼節約用水宣傳標識，持續向員工、商戶及顧客傳遞節水理念，宣導綠色用水行為，共同營造全員參與、自覺節水的良好氛圍。



節水宣傳

在建設項目施工中，公司系統性實施以下水資源管理措施：

- 01 實施定額計量與考核** 對生活用水、工程用水實行分類定額管控與獨立計量，針對用水集中區域及關鍵工藝點開展專項計量考核，強化用水精細化管控。
- 02 優化水源配置** 施工現場噴灑路面、綠化澆灌等環節優先採用非傳統水源，嚴控市政自來水使用；現場攪拌、養護用水配套專項節水方案，嚴禁粗放養護混凝土。
- 03 推廣循環節水設施** 在場內設備、車輛沖洗點設置循環用水裝置，提高水資源重複利用率。在辦公區、生活區及其他臨時用水點全面配置節水型器具與系統，並安裝計量裝置，實現用水數據精準監測與管理。
- 04 加強管網設計與維護** 科學設計供水管網，確保管徑合理、管路簡捷，並指派專人巡視養護，杜絕跑、冒、滴、漏等水資源浪費現象。
- 05 推進水資源循環利用** 因地制宜建設水資源收集、處理和回用系統，實現施工廢水的梯級、循環利用，提升整體用水效率。
- 06 強化節水責任** 項目部與各分包單位簽訂節約型工地共建協議，明確節水責任；在生活區張貼節水標語，開展不定期節水宣傳教育，推廣節水型器具，增強全員節水意識。

污染物排放

公司嚴格遵守《中華人民共和國大氣污染防治法》《中華人民共和國水污染防治法》《中華人民共和國土壤污染防治法》《中華人民共和國環境噪聲污染防治法》等相關法律法規，持續完善污染物排放管理體系，強化對運營過程中產生的廢氣、廢水、噪聲等各類污染物的系統管控與治理，致力於持續減少對環境的負面影響。



廢氣排放管理

公司廢氣的主要來源包括項目建設與裝修環節，以及停車場內的汽車尾氣，主要污染物包括顆粒物、氮氧化物和硫氧化物等。

揚塵是施工裝修過程中的主要污染物之一，對周邊環境和人員健康構成潛在影響。在項目建設施工全過程中，公司積極踐行清潔生產理念，嚴格遵循《建設工程施工現場環境與衛生標準》(JGJ146-2013)等行業規範，採用源頭控制與末端治理相結合的策略，針對各類施工作業場景，落實以下廢氣與粉塵治理措施，致力於最大限度減少施工過程中的粉塵與廢氣排放，保護周邊環境質量，履行企業環境保護責任：

- 推廣清潔建材與工藝：**施工現場全面推行使用預拌商品混凝土。在特殊情況下需現場攪拌時，攪拌設備必須配備高效除塵裝置，並對散裝水泥罐實施全封閉管理，最大限度減少工藝粉塵產生。同時，規定現場所有茶爐、火灶必須使用電能、液化石油氣等清潔能源，並嚴禁一切露天焚燒行為，從源頭杜絕固定污染源廢氣排放。
- 嚴控裝飾材料環保質量：**所有裝飾裝修材料均須選用經權威檢測認證的環保產品，並嚴格依據《民用建築工程室內環境污染控制標準》(GB50325-2020)等國家強制性標準進行進場有害物質抽檢，從材料源頭預防揮發性有機物(VOCs)等室內外空氣污染。
- 實施裸露土地動態治理：**對辦公區、生活區及場內臨時裸露土地，及時採取綠化、硬化或覆蓋等抑塵措施，有效控制風蝕揚塵，並改善施工現場環境面貌。
- 推行物料全鏈條密閉管理：**在存儲環節，對水泥等粉狀物料實行專庫存放；對砂石、土方等易揚塵物料堆場，採取全覆蓋、防風抑塵網等物理隔絕措施。在運輸環節，所有土方、建築垃圾及易撒漏物料均採用密閉式運輸車輛或進行100%苫蓋運輸，嚴防遺撒。
- 加強移動源排放管控：**建立並嚴格執行施工車輛與機械的定期維護保養制度，確保其處於良好工況。通過推廣使用清潔燃油、加裝尾氣淨化裝置等綜合措施，確保所有移動源排放均符合國家及所在地最嚴格的排放標準。
- 推廣濕法作業與局部封閉：**在土方開挖、拆除、塗料打磨等高風險作業中，強制採用灑水、噴霧降塵、局部作業空間封閉等濕法工藝，並配備空氣質量監測，確保作業區揚塵可控。
- 建立智慧化車輛沖洗系統：**在所有主要出入口設置自動化洗車平台及循環水處理設施，確保所有車輛離場前100%清洗，實現不帶泥上路，顯著降低道路揚塵。



揚塵線上監測裝置



洗車池

廢水排放管理

公司運營中產生的廢水主要來源於項目建設施工與商場日常運營兩個環節，其內含的污染物主要包括化學需氧量（COD）、生化需氧量（BOD5）等。

建築施工廢水排放管理

公司建築施工產生的廢水主要包括施工現場工程廢水與生活廢水。為踐行綠色發展理念，公司嚴格遵循環保法規要求，建立從源頭控制到末端治理的全鏈條廢水管理機制。針對建築施工業務，公司通過工藝優化、達標處理等舉措，確保施工現場污水排放符合國家標準《污水綜合排放標準》（GB8978-1996），切實達成廢水減量化、無害化排放目標，助力綠色可持續發展。報告期內，公司未發生因污水排放對環境造成負面影響的事件。

針對施工過程中產生的工程廢水，公司通過以下措施實施全過程管控：

● 完善排水與處理設施

- ✓ 根據施工總平面佈置，系統設置排水溝、三級沉澱池、隔油池等處理設施，確保各類生產污水（含車輛沖洗、機械作業、砼養護等廢水）100%收集處理。
- ✓ 施工產生的泥漿、浸磚廢水等，均須在經硬化的固定場地內有組織排放，並全部經沉澱處理後方可外排。

● 強化分項程序控制

- ✓ **混凝土養護**：優先採用蓄水養護工藝，或通過浸濕麻袋片覆蓋養護的方式，最大限度減少養護廢水的無組織排放。
- ✓ **車輛清洗**：所有車輛必須在固定洗車台沖洗，廢水循環使用或經沉澱後排放。
- ✓ **機械設備作業**：現場機械設備嚴格按照施工平面圖劃定區域規範佈設，同步對設備作業場地實施硬化處理，並配套設置排水溝與沉澱池，確保施工廢水經沉澱處理後，合規排入市政污水管網。
- ✓ **危化品管理**：對化學品、油料等設置具有嚴格防滲層的專用儲存區，並配套滲漏液收集與應急處理設施。

● 加強監測與資源保護

- ✓ **水質監測**：定期委託有資質的第三方對排放廢水進行水質檢測，並根據結果採取糾正與預防措施。
- ✓ **地下水保護**：在地下室等施工中，採用混凝土護坡等隔水措施，將施工降水限定在基坑範圍內，防止影響周邊地下水位及水質。



商場運營廢水排放管理

公司商場運營產生的廢水主要來自商場的餐飲服務、廁所沖洗、空調系統、場地清潔等環節。針對商場運營產生的污水，公司從設施升級與管理優化兩方面推進節水減排工作：



● 升級節水設備與技術

在公共衛生間全面配置感應式小便器、腳踏式節水龍頭及起泡器等高效節水器具，有效控制沖廁、洗手等環節的用水量。同時，通過科學調控空調系統運行模式與時長，減少系統排汗頻次與總體補水量，從而降低間接廢水產生。

● 優化運營與維護管理

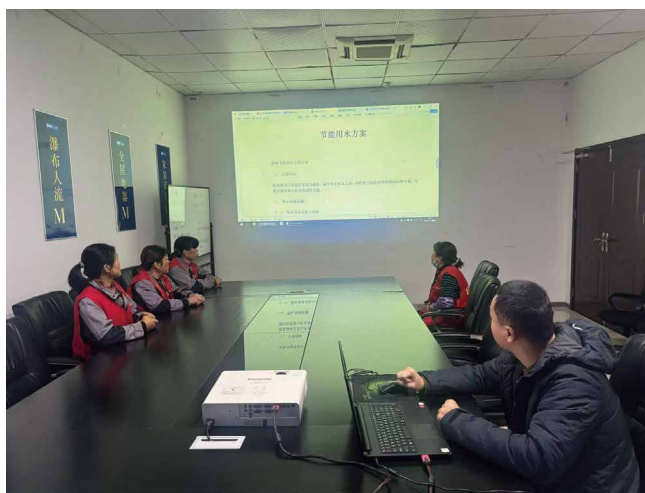
- ✓ 針對保潔人員開展專項節水培訓，明確作業規範，禁止採用水管直沖方式清潔大面積地面。
- ✓ 搭建用水量即時監測系統，動態追蹤用水數據，及時識別並處置管網異常洩漏問題。
- ✓ 建立渠道、閘門、水箱等供水設施的定期巡檢與維修制度，從源頭杜絕“跑、冒、滴、漏”現象。
- ✓ 定期對供水管網進行清洗維護，防止渠道結垢造成供水效率下降及不必要的耗水。

● 加強意識引導與習慣培養

在所有用水點統一設置醒目節水標識，引導員工、商戶與顧客養成隨手關水、杜絕長流水的良好習慣。面向全體員工及導購人員定期開展節水意識與實操技能培訓，將節水理念深度融入日常運營的各個環節。



日常供水設施巡檢



節約用水培訓

噪聲管理

公司運營過程中產生的噪聲，主要來源於建設項目的施工現場。公司高度重視施工作業現場的噪聲管控工作，積極採取相應措施管控施工作業現場產生的噪聲，確保噪聲管理符合國家及地區規定的標準要求。2025年，公司在建項目施工期間噪聲嚴格執行《建築施工場界環境噪聲排放標準》（GB12523-2011）的各項要求，實現穩定達標。



公司針對施工現場噪聲管控採取的主要措施包括：

- **加強設備維護與管理：**施工前對挖掘機、運輸車輛等設備進行保養，施工中及時排除故障，避免因機械故障產生噪音。定期對有可能發出噪聲的機械部位進行清理、潤滑、保養，從源頭控制噪聲發生。
- **推廣低噪聲設備與工藝：**選用低噪聲型的施工機械設備及工藝，嚴格控制易發生尖銳噪音的小型電動工具的使用時間、使用頻次和同時作業數量，夜間休息時段減少或停止相關作業。
- **規範大型設備使用：**塔吊、施工電梯等大型機械設備必須取得地方行政部門頒發的“使用許可證”才可投入使用。
- **科學安排作業時間：**合理規劃施工流程，將拆卸、混凝土澆築等高噪聲作業嚴格安排在晝間時段進行，最大限度減少夜間施工對周邊環境的影響。
- **推行文明施工與精細作業：**宣導文明施工，嚴禁高空拋擲鋼管、扣件等構件，控制混凝土振搗噪聲，規範垂直運輸信號，推行低噪聲施工、裝卸、搬運、清理等作業。
- **實施車輛噪聲准入制度：**推行低噪聲車輛轉入管理，所有進場車輛的運行噪聲值均須符合國家及地方現行噪聲排放標準。
- **履行監測與報備手續：**項目開工前，按規定向城管部門申辦施工噪聲監測委託手續，主動接受監督，確保噪聲管理合規、透明。



廢棄物處理

公司嚴格遵守《中華人民共和國固體廢物污染環境防治法》《一般工業固體廢物貯存和填埋污染控制標準》《危險廢物貯存污染控制標準》等國家和地方法律法規以及固體廢物相關要求，不斷健全和完善廢棄物管理制度，堅持減量化、資源化、無害化原則，努力減少業務運營過程中產生的各類廢棄物排放。



無害廢棄物

公司無害廢棄物的主要來源包括項目建設與商場運營環節，主要污染物包括建築垃圾、工業垃圾和生活垃圾等。

建築施工無害廢棄物管理

公司建築施工業務產生的無害廢棄物主要為建築垃圾、工業垃圾和生活垃圾。公司秉承廢棄物資源化利用的原則，採取以下管理措施：

- **強化現場管理，推進源頭減量**

通過“活完、料淨、腳下清”的現場管理，從源頭減少建築垃圾產生。

- **推行分類收集與資源化利用**

對建築垃圾分類收集，並優先採用地基回填、鋪路等方式進行資源化利用。

- **規範生活垃圾處理**

生活區設置封閉垃圾容器，生活垃圾袋裝化並及時清運。

- **保障環保設施有效運行**

確保沉澱池、隔油池、化糞池等環保設施正常運行，杜絕堵塞、滲漏與溢流。

- **落實專業化清運處置**

定期委託具備相應資質的單位對池內沉澱物進行規範化清掏、運輸與處置，防止二次污染。

商場運營無害廢棄物管理

針對商場運營業務產生的無害廢棄物，公司依據《中華人民共和國固體廢物污染環境防治法》《城市生活垃圾管理辦法》等相關法律法規，對各運營商場提出廢棄物管理要求：

● 健全管理組織與責任體系

建立多層次、全鏈條的責任管控體系，明確物業主導部門、商戶責任主體、保潔執行部門及運營管理部門等各方的廢棄物管理職責，形成協同聯動的管理格局。

● 推行源頭減量與分類

配置標識清晰、分類明確的標準化垃圾分類容器。積極推行源頭減量舉措，限制商品過度包裝行為，大力推廣可降解購物袋、循環再用餐具等環保替代品，從源頭降低廢棄物產生量。

● 規範收運與處置流程

嚴格執行全程密閉運輸標準，採用防遺撒、防滲漏專用車輛，杜絕運輸過程中二次污染。優化清運作業安排，避開商場營業高峰時段，並科學規劃運輸路線，減少對顧客消費體驗的干擾，保障清運高效有序。

● 實施分類貯存與專業化處理

按可回收物、有害垃圾及其他垃圾的類別特性，實施分類堆放、分區管理，明確各類廢棄物的暫存要求與處置標準。嚴格遵循當地垃圾處理相關法規，對接具備資質的專業機構，確保可回收物資源化利用、有害垃圾無害化處置、其他垃圾合規處理，全流程符合環保要求。

● 建立監測與應急機制

建立常態化監督機制，即時監督廢棄物管理情況，隨機抽查重點區域，及時發現並糾正不規範行為。制定完善突發事件應急預案，明確在發生垃圾洩漏、違禁品混入、異味擴散等情況時的應急處置流程與責任分工，確保快速有效響應。

● 納入考核與持續改進

將廢棄物分類管理的成效納入商場運營考核及商戶合作評估體系，通過監督考核與獎懲機制，推動管理要求落到實處並持續改進。

有害廢棄物

公司運營產生的有害廢棄物主要來自於建築工程施工業務，主要廢棄物包括廢電池、廢墨水匣、廢油漆、廢塗料及其包裝物等。

針對施工過程中產生的有毒有害廢棄物，公司建立了嚴格的管理流程。所有有害廢棄物嚴禁與一般建築垃圾或生活垃圾混合，並委託具備相應危險廢物經營資質的單位進行合規回收與專業處置，從源頭規避土壤及地下水污染風險，履行環保責任。

環境合規管理

公司嚴格遵守《中華人民共和國環境保護法》《中華人民共和國環境影響評價法》等法律法規及業務運營所在地的相關規定，在減少污染物排放、水資源保護以及生物多樣性保護等方面對公司及旗下子公司的運營活動提出了規範要求。公司持續推進環境管理體系建設，旗下蘇南建築與美凱龍設計院已通過ISO14001環境管理體系認證。2025年，公司未發生突發重大環境事件，未受到環境相關行政處罰。



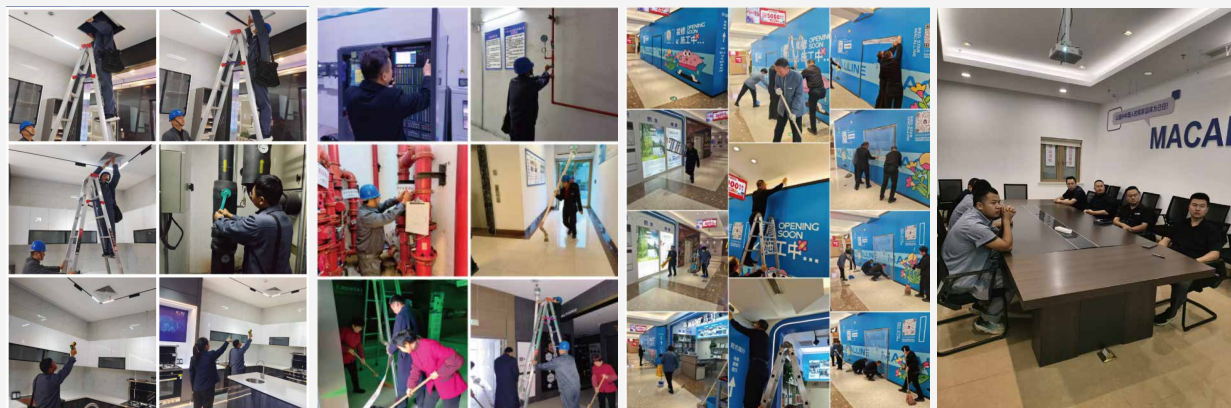
環境風險管控

公司按照風險管控制度和流程，識別、評估經營可能面臨的環境風險，亦不定期進行具體項目的專項風險識別評估，確定風險等級，並採取相應的風險控制措施降低潛在環境風險。

公司旗下蘇南建築制定了《重大環境因素清單》，識別施工流程各活動點及工序等相關環節所涉及的潛在環境影響。清單系統涵蓋大氣、水體、土壤、放射性等污染類型，同時包括資源消耗、火災隱患等多種風險，進一步明確了不同時態與狀態下的環境影響情形，從而為環境風險管控奠定了扎實基礎。

環境應急管理

為提升旗下商場環境管控應急處置能力，強化全員環境風險防範意識，確保環境污染突發事件得到妥善處置、快速消除污染負面影響，公司制定並發佈《質量環境應急預案》。預案不僅明確了應急處理小組的組織架構與崗位職責，還針對商場漏水滲漏、洗手間污染物洩漏、裝修現場污染外溢、設備噪音侵擾、場內溫度異常等多類環境突發場景，逐一制定標準化處置流程。同時，各商場嚴格遵照預案要求，定期組織開展質量環境應急培訓，並進行常態化演練，切實提升相關人員的應急響應與實操處置能力。



溫度管控應急演練

噴淋爆管預案演練

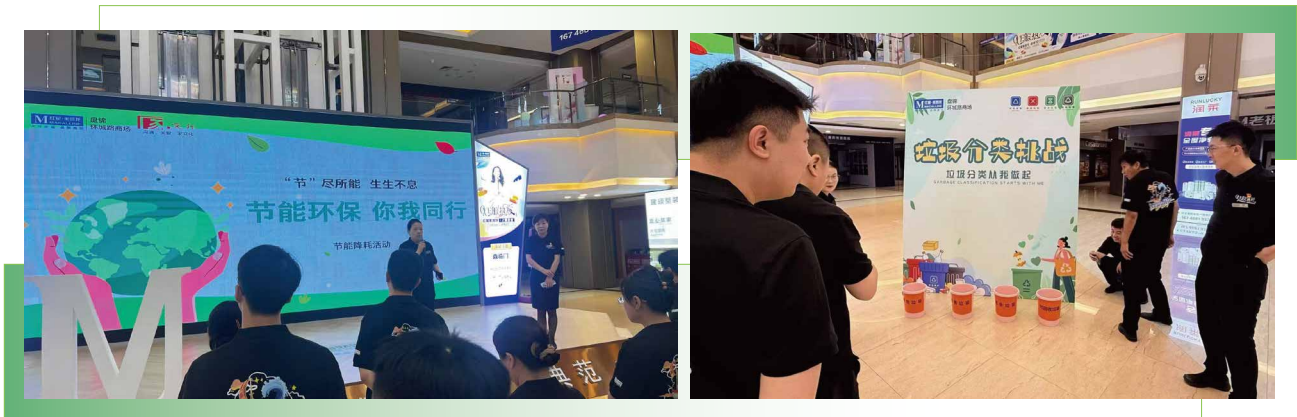
環境污染應急預案演練

突發質量應急預案培訓

環保文化培育

公司建立常態化環境管理培訓機制，定期組織開展環境管理體系專項培訓，助力員工夯實環境管理專業知識，提升員工環境合規管理意識與实操能力。同時，公司制定了環保培訓效果評估機制，通過系統化考核與多維度反饋，保障全體員工掌握環境合規管理要求，確保培訓成效切實轉化為合規管理效能。

此外，公司針對垃圾分類、節約用水、文明施工等各類環境議題，定期組織專題培訓活動，以系統化宣貫強化全員環保意識，厚植綠色發展的企業文化根基。通過將環保理念深度融入日常運營與服務流程，公司不僅持續提升了內部管理的規範化水準，更以綠色服務為抓手優化客戶體驗，切實增強了企業在可持續發展領域的核心競爭力，為推動行業綠色轉型與生態環境改善貢獻積極力量。



循環經濟

發展循環經濟是我國經濟社會發展的一項重大戰略，是保障國家資源安全、加快轉變經濟發展方式、促進生態文明建設和生態環境高水準保護的重要途徑。2024年，中共中央國務院印發的《關於加快經濟社會發展全面綠色轉型的意見》檔中指出，要大力發展資源循環利用產業。2025年第十四屆全國人大三次會議通過的政府工作報告進一步明確“加強廢棄物循環利用，大力推廣再生材料使用，促進循環經濟發展”。作為國內領先的家居裝飾及傢俱商場運營商和泛家居業務平台服務商，公司積極開展綠色循環經濟業務，促進資源循環利用，助力綠色低碳循環發展經濟體系建設。



開展綠色循環經濟業務

為踐行循環經濟理念，公司積極拓展家電延保、維修、數碼產品維修及家居回收服務，致力於延長產品使用週期、減少資源消耗與廢棄物產生，構建可持續的服務生態體系。

● 家電延保服務

圍繞消費者需求，創新開發包括核心部件十年保、整機保、只換不修、複購保障及電視機碎屏險等在內的49款延保產品，並通過自主研發的“紅星專屬延保管理系統”，實現從客戶下單、服務查詢到理賠出險的全流程數字化管理，提升服務可及性與透明度。

● 家電維修服務

上線覆蓋15類生活家電及19類小家電的維修服務，推出維修透明化計價系統與電子工單系統，提供故障診斷與維修等增值服務，助力家電產品持續使用，減少非必要更換。

● 3C數碼維修服務

針對手機等數碼產品服務需求高頻、使用者粘性強的特點，拓展共計377款維修產品，進一步豐富售後服務體系，支援電子產品延長使用壽命。

● 家居回收服務

系統建設回收服務體系，統一服務標準與流程，將回收業務融入家居賣場場景化運營。新增小家電、清潔電器、智慧數碼三大類別共30項回收服務產品，推動廢舊家電及電子產品規範回收與資源化利用。

案例 | 以舊換新，綠色煥新

2025年，公司在全國範圍內聯動超200家商場開展“綠色煥新季”主題營銷活動，同步推出“舊傢俱免費上門回收”“煥新補貼疊加品牌讓利”等創新舉措，有效激發消費活力，相關實踐獲得行業高度認可。2025年12月11日，公司“以舊換新戰略的立體化實踐”案例榮獲建材與家居行業“以舊換新”典型案例表彰，成為行業標杆範式，為同行企業提供可借鑒路徑。



“以舊換新”典型案例證書

資源循環利用

在施工現場管理過程中，公司系統推進建築垃圾減量化與資源化處置工作，設定明確的資源回收目標，持續提升施工現場的資源循環效能：

- 建築垃圾總再利用及回收率力爭達到30%。
- 針對碎石類、土石方類等資源化潛力較高的建築垃圾，通過地基填埋、道路墊層等途徑拓寬資源化利用渠道，力爭將其再利用率提升至50%以上。



生態系統和生物多樣性保護

公司始終將生態保護與生物多樣性維護置於重要位置，嚴格遵循《中華人民共和國環境保護法》《中華人民共和國野生動物保護法》《中華人民共和國野生植物保護條例》等法律法規，及《昆明——蒙特利爾全球生物多樣性框架》等國際公約，系統性地加強生態風險管理，確保所有經營活動均滿足生態環保標準，竭力避免對自然生態系統造成不利影響。

在業務層面，公司積極宣導並實踐綠色家居理念，通過推廣可持續的行業實踐，助力減少對森林等自然資源的不合理消耗。在自身運營層面，公司於施工管理等環節明確制定了環境保護規範，著力防控污染，注重水土保持，嚴禁非法破壞林木，致力於維護周邊生態平衡。同時，公司在業務發展中持續完善環境管理，推行低碳運營模式，以減輕對生態環境及生物多樣性的壓力，共同促進生態系統的健康與穩定。

案例 | 攜手植綠美家園

公司積極踐行“綠水青山就是金山銀山”的發展理念，於2025年植樹節之際，組織黨員、職工志願者隊伍，主動參與由當地總工會及鎮政府發起的“勞模工匠林”植樹造林活動。此次活動以黨建為引領，工會協同推進，旨在弘揚勞模精神、勞動精神與工匠精神，同時將公司“溝通、關愛、家文化”的企業理念融入社區共建與生態保護實踐，以實際行動履行企業社會責任，宣導綠色低碳、可持續發展的生活方式。

在活動過程中，公司黨、工、團及義工隊與其他參與單位高效協同，共同完成了樹苗搬運、挖坑、栽植、培土、澆水等一系列工序，共計種植香樟樹苗100棵，實現新增綠化面積約1.5畝。此舉不僅為當地增添了一片新綠，更直接助力了中山市的生態環境建設與“國家森林城市”創建工作，展現了企業與社區共建美好家園的積極擔當。



“勞模工匠林”植樹造林活動

社會



2025年公司社會議題績效目標		目標達成情況
1	全年組織員工參與志願服務/公益活動總時長不低於7,000小時	已完成
2	合作供應商及入駐商戶《供應商廉潔承諾書》簽署率達到100%	已完成
3	客戶投訴處理率達到100%; 一般投訴結案時效控制在24小時以內	已完成
4	全年因侵犯他人知識產權行為導致訴訟的事件數為0	已完成
5	全年侵犯客戶隱私的事件數為0	已完成
6	全年員工培訓覆蓋率100%	已完成
7	全年為員工提供的人均受訓時數不低於90小時	已完成
8	全年組織的安全培訓活動覆蓋員工100%	已完成
9	全年特大、重大火災及安全生產責任事故為0	已完成



鄉村振興與社會貢獻

公司始終秉持向善而行、反饋社會的價值理念，將公益精神融入企業戰略與日常運營，持續關注社區發展、關愛弱勢群體，積極推動社會包容與人文共融，助力構建更具包容性與可持續性的社會生態，與各方攜手共創共享美好未來。



社區共建

公司始終將自身發展與社區繁榮視為共生共榮的整體，將社區關係確立為業務可持續發展的關鍵支撐，制定並持續完善《社區政策》，將社區發展深度融入業務規劃，致力於構建企業與社區和諧共進的命運共同體。

在具體實踐中，公司堅持以系統性思維推進社區共建：

- 深化風險管理**：定期開展社區影響評估與風險排查，最大限度降低運營活動對當地社區的負面影響。
- 維護社區權益**：充分尊重與保護當地社區原住民的文化習俗、文化遺產及合法權益。
- 暢通溝通渠道**：由專門部門負責社區關係維護與溝通事務，建立快速響應機制，及時接收、反饋並處理社區關切與投訴，建立互信互利的社區關係。
- 賦能地方經濟**：堅持本地化招聘優先原則，積極為當地社區提供就業機會；在業務發展過程中主動為當地企業提供合作機會，助力當地經濟發展。

通過以上多維度社區共建實踐，公司不斷夯實與社區的信任基礎，實現企業發展根植于社區、反饋于社區，推動雙方在互利共生中實現長遠繁榮。

社會公益

2025年，公司累計組織公益活動**140**次，

參與志願者達**5,684**人次，

志願服務總時長**7,885**小時。



案例 | 聚暖成虹，益企前行

2025年9月，公司積極響應由新虹街道黨工委、辦事處及上海閔房（集團）有限公司主辦的“溫度集市”暨上海慈善周主題活動，以實際行動踐行企業社會責任。

活動伊始，公司黨委率先發起動員，黨員帶頭捐贈全新優質家居與生活物品，各省市營發中心與全體員工熱烈響應，迅速彙集各類實用物資。活動現場，黨員與員工志願者化身“愛心攤主”，熱情講解、用心推介，將每一份捐贈轉化為切實的善款。活動所籌款項統一捐贈至相關慈善基金會，未售出物資亦移交新虹街道慈善超市延續義賣，實現愛心的循環與傳遞。

本次活動不僅展現了公司全員參與、黨群聯動的公益凝聚力，更通過社區慈善的場景融入，推動了企業社會責任與社區發展的深度融合，為慈善事業注入持久的企業溫度與力量。



“溫度集市”暨上海慈善周主題活動

案例 | “志願紅”閃耀進博路

2025年11月，公司黨委連續第八年組織黨員投身中國國際進口博覽會志願服務工作，累計動員黨員志願者超過1,330人次。期間，公司榮獲上海市委組織部授予的首批“進博黨建城市客廳”稱號，並被虹橋商務區評為黨員志願服務先進集體，多名黨員獲評閔行區優秀志願者及先進個人等榮譽。

八年堅守，初心如磐。公司黨委將進博服務作為黨員教育實踐的重要平台，通過系統組織與持續參與，形成了“黨員帶頭、組織保障、機制長效”的志願服務模式。在服務過程中，黨員志願者們以專業的態度、熱情的服務展現企業責任擔當，成為進博會現場一道亮麗的“紅色風景線”。

這一系列榮譽的取得，既是上級黨組織對公司黨建與志願服務工作的充分肯定，也彰顯了公司黨委以黨建為引領、推動社會責任實踐與企業發展相融合的持續成效，為企業樹立了良好的社會形象。



進博會志願服務

創新驅動

公司以“業務賦能、流程提效、模型驅動、智慧應用”為核心戰略導向，緊密對接建發集團數智化戰略與公司新五年業務規劃，明確提出“深化科技賦能，以數據與AI為引擎，打造線上線下全鏈路數字化家居智慧零售體系”的總體目標，並將其拆解為提升經營管理效率、強化業財一體化水準、增強全域流量運營能力、夯實數據與AI驅動能力、推進對外產業賦能以及支撐業務創新等六項重點任務，確保戰略目標有序落地、重點工作協同推進，持續提升公司整體運營效能與核心競爭力。



研發創新

科技創新是企業可持續發展的核心動力。公司持續完善研發創新體系，構建以自主創新為引領、以市場需求為導向的全方位、多層次的研發創新體系，不斷提升公司自主創新能力與全球競爭力。

2025年，公司在項目交付、成本管控與戰略落地方面取得顯著成效：全年承接項目**221**個，完成交付**208**個，交付率達**94.12%**；在預算控制方面實現節約**470**萬元，人工成本同比下降**23.64%**。公司同步完成數字化新五年子規劃編制，明確“數據挖掘+智慧應用”雙引擎發展路徑，並成功推動以舊換新全鏈路平台、國資報表智能化升級及AI服務平台等關鍵應用的落地實施，有力支撐業務規模增長與管理效率提升。

研發管理體系

公司構建了以“全流程管控+跨部門協同”為核心的研發創新管理體系，形成“決策—執行—支持”三級架構，並以制度建設為抓手持續提升研發效率與品質。公司優化產研流程，統一需求、設計、開發、測試等關鍵階段的評審標準，提升跨團隊協作效率。同時引入智能檢測工具，提高核心項目代碼問題的提前識別能力，並持續完善發佈管理機制，有效降低發佈風險。此外，依託飛書項目搭建數字化項目管理系統，對項目全生命週期進行標準化管理，已對290餘個項目進行進度拆解與即時監控，顯著提升整體項目管理效率。

公司建立職責清晰、協同高效的管理架構：

決策層

- 由數字科技部負責人統一牽頭
- 統籌研發創新的戰略規劃與資源配置，確保研發方向與公司整體發展戰略保持一致



執行層

- 由技術研發、數據治理、AI應用等專項團隊組成
- 按照既定目標和計劃推進研發項目實施，保障各項工作有序落地



支持層

- 通過協同財務、大營運等相關業務部門，並聯動阿里、騰訊等外部合作夥伴，強化需求對接與資源整合，為研發創新提供持續、穩定的支撐保障

技術人才培養

公司高度重視技術人才培養，持續打造高素質、高水準的技術人才隊伍。2025年，紅星美凱龍數字科技部通過“選育用留”全鏈條機制，持續強化技術人才梯隊建設。

- **內部培養：**全年組織13場部門內部專業培訓，覆蓋IT核心技術與專業能力建設，並依託飛書雲文檔搭建部門級知識庫，累計沉澱技術文檔6,500餘篇、訪問量超16,000次，新員工學習與上手週期縮短約30%。
- **外部引進：**圍繞公司數字化轉型與業務升級需求，針對性引進大數據分析、流程管理等關鍵領域的高層次專業人才，為核心項目與能力建設提供專業支撐。
- **業務—IT融合：**推動IT人員深入商場一線開展調研與實踐，通過實戰培訓、崗位練兵及案例復盤等方式，持續培養兼具技術能力與業務思維的ITBP複合型人才。

自主研發與外部合作

公司圍繞“自主研發+外部合作”的研發創新路徑，系統化推進數據與AI領域及核心業務應用領域的重點項目建設。

- **自主研發：**公司持續強化數據與智慧能力，完成數據倉庫2.0建設，覆蓋12大主題，提升數據開發效率，並上線AI服務平台與智慧代碼助手，有效提升研發與交付效率。同時，在業務應用層面，落地以舊換新全鏈路平台、合併報表系統及智慧客服等關鍵系統，實現多主體數據整合與業務流程智能化，提升協同效率與服務響應能力。
- **外部合作：**公司積極與阿里、字節、騰訊等科技企業開展協作，引入先進AI技術能力，並深度參與建發集團AI戰略協同，充分複用建發股份算力與數據資源，持續提升整體研發創新與技術應用水準。

研發創新成果

公司數字科技部以“技術賦能業務”為核心，聚焦提升研發與業務協同效率，形成多項突出技術創新成果，推動公司從經驗驅動向數據與智慧雙驅動轉型，顯著提升運營效率與用戶體驗。

- **AI服務平台與智慧工具：**建設企業級AI服務平台，統一模型與智慧體接入標準，實現智慧應用交付效率提升50%同時上線代碼助手、業績檔案AI助手及智慧客服，覆蓋研發、培訓、服務全場景，提升開發與業務響應效率，降低人力成本，加速案例推廣與使用者自助服務能力建設，全面支撐技術賦能業務的落地。
- **數據治理與模型建設：**完成數據倉庫2.0在12大主題域的模型建設，統一了超過200項原子指標，推動數據流程轉效率提升50%。同時，上線的“經營一覽表”覆蓋各大主題域、整合300余項核心指標，實現從總部到區域的統一數據口徑，有力支撐業務分析與決策靈活高效開展。
- **業財一體化與流程優化：**合併報表系統整合740餘家子公司數據，處理時效提升40%，與建發股份協同效率提升50%；遷移204條老舊流程，上線“統一待辦中心”，審批效率提升30%，平均業務流轉週期從5.7天縮短至2.1天。上述優化不僅提升商場運營效率（如以舊換新銷售額98.97億）、商戶服務體驗（開單效率提升40%）、用戶轉化率（智慧推薦提升套餐購買率），還有效降低經營成本（採購節約超280萬元），為家居零售行業數字化升級提供可複製的示範模式。

案例 | 數字賦能，精準管控：公司樓層管理系統反覆運算升級助力運營效能全面提升

公司持續推動樓層管理系統的自主研發與迭代優化，構建集成租金、銷售、資質與風控等維度的數據看板，全面實現商戶經營信息的線上化管理和數字化分析。2025年，系統完成多項關鍵功能迭代，包括租金與銷售看板V1.4、商戶經營檔案V1.1、租金收繳提效項目V1.0試點上線，並對統一收銀報表進行優化，推動商場商戶經營信息實現常態化、標準化錄入，從而為商戶經營風險動態評估與管理決策提供了堅實的數據支撐。

該系統上線以來，運營管理效率顯著提升，數據報告產出時間由以往的數天大幅縮短至即時可視，租金收繳等關鍵流程實現自動化，在降低人工成本的同時，進一步提升了管理精確度與響應能力，全面賦能商場精細化運營。

案例 | 會員生態數字化升級，全域聯動驅動商業增長

公司圍繞“以使用者為中心、以數據為驅動、以技術為支撐”的科技創新戰略，將會員運營作為核心突破口，升級官方小程序平台，整合線上客服、設計師服務、智慧客服及數坊系統，構建全鏈路數字化會員生態。

該體系已覆蓋全國225家商場，累計實現小程序頁面流覽量（PV）達2,269.8萬、獨立訪客數（UV）達265.8萬，新註冊會員達55.7萬人，其中註冊會員貢獻統一收銀消費人數36萬、消費金額達95億元，顯著提升用戶粘性與商業轉化效率。

覆蓋全國**225**家商場
消費金額達**95**億元

知識產權保護

公司嚴格遵守《中華人民共和國專利法》《中華人民共和國商標法》等相關法律法規，制定《科研管理制度》《技術標準、工法管理制度》《專利管理制度》等內部管理制度，並由數字科技部統籌推進知識產權工作，人力資源部負責相關制度的制定、修訂、解釋及監督落實，各部門負責人負責制度宣貫與執行，強化知識產權保護工作。

2025年，公司共提交**8**項軟體著作權和**5**項專利申請，新增授權專利**1**項，新增登記著作權**8**項，全年未發生因知識產權糾紛引發的訴訟案件。

知識產權保護體系

公司通過技術資產沉澱、系統整合及戰略合作多維度構建並強化知識產權保護與管理體系。公司積累了包括知識產權、代碼庫、類庫及知識庫在內的核心技術資產，並將其轉化為受法律保護的成果，持續提升企業信譽及市場競爭力。公司完成6套數據庫的遷移與整合及25套中介軟體的整合，有效防範外部商務軟體版權風險，同時建設AI知識庫，提升知識檢索與利用效率。此外，公司與專業知識產權機構建立戰略合作關係，依託制度化管理與專業協作，持續完善知識產權保護體系。

意識與能力提升

公司通過定期開展知識產權相關培訓和教育宣導，持續提升全體員工的知識產權保護意識。2025年，公司組織了3場技術培訓，全面分享項目實施過程中積累的技术成果與經驗；開展產品與技術專題分享，推動知識產權中心的知識分享與傳播工作。同時，推進研發流程整合與自動化建設，並圍繞該項工作舉辦了3場培訓，進一步完善員工知識體系，提升團隊專業能力。

供應商與客戶

公司致力於構建協同發展、互利共贏的供應鏈生態，秉持開放、透明、互信的合作理念，持續完善供應鏈管理體系。公司通過深化與供應商的戰略協作，共同打造高效、穩健、可持續的價值鏈條，積極推動家居行業朝著更高品質、更可持續的方向發展。



供應鏈管理

供應鏈安全是企業穩健經營的根本保障。公司堅持“公開、公正、公平”的基本原則，制定並持續優化《採購管理制度》《供應商管理規定》《招標管理規定》等一系列供應鏈管理制度，將合規資質、廉潔誠信記錄、履約能力等關鍵安全要素深度嵌入供應商准入、評估及動態管理全流程。公司構建了以採購及招標工作領導小組統籌決策、採購管理部專業執行的雙層管控體系，系統提升供應鏈的風險抵禦能力與合規管理水準，全面築牢供應鏈安全防線。

供應商准入管理

公司制定系統規範的供應商准入管理流程，聚焦業務匹配度、企業規模、行業排名及潛在風險等信息，確保合作供應商具備合法合規資質與穩定履約能力。針對潛在供應商，公司還組建專項考察團隊，對其生產廠房、設施設備、產能配置、人員結構及辦公環境等進行實地調研與溝通，考察頻次依據項目具體需求靈活調整，以確保供應商綜合能力與項目要求相匹配。此外，所有新增供應商均須簽署《供應商廉潔承諾書》《誠信守法承諾書》及《廉潔協議書》，從合作起點築牢合規與誠信的契約基礎。

商戶准入審核機制

公司建立嚴格的商戶准入審核機制，制定《商品管理制度》《廠商品牌管理規定》等內部制度，對所有擬進駐公司商場的商戶，從形象、服務、價格、品質、誠信、黑名單行為等多個維度進行綜合評估。公司設立家居行業獨有的商檢物價專業崗位，對工廠資質、商戶資質、商品標準等進行重重把關，以確保相關制度與標準有效落地。同時，所有擬進駐商戶須承諾其經營活動遵守國家法律法規、聯合國公約相關貿易規定、行業規範及相關政策；須提供真實、有效、齊全的資質文件（如成功案例、財務證明等）；並保證無違法失信記錄、未被列入黑名單、無重大品質或商業誠信問題。

供應商考評

公司實行優勝劣汰、獎優罰劣的供應商考評機制。對於簽約年度框架合同的供應商、集團及區域統談業務供應商、以及存在潛在風險的供應商，公司通過第三方機構或公司內部部門共同開展供應商現場及綜合服務品質考評，確保供應商的品質、服務、交付時效和售後服務等滿足標準。年度考評分數達標的供應商將直接進入下一年度供應商選擇清單，年度考評優秀的供應商可與公司進行續簽合作。若供應商出現違反《供應商廉潔承諾書》協定、產品和服務品質評估不合格且整改失敗、損害公司利益、違法違規等行為，公司將終止合作，並將其列入黑名單，不再開展業務合作。

供應商考評內容：

- 供應商現場考評：**包括但不限於供應商暗訪、現場評估、貨源審核、施工量核對、服務時效及內容抽查、資質證件授權書真實性有效性審核等；
- 供應商綜合服務品質考評：**包括但不限於商品品質、服務品質、工程品質、價格成本、業務覆蓋範圍、交付時效、售後服務、增值服務、商務及內控風險等。

商戶考核

為進一步加強產品品質管制，公司建立了系統化的商戶信用分類分級管理考評機制，從形象、服務、價格、品質、誠信及黑名單行為六大維度，對所有已進駐公司商場的商戶開展立體式、全方位的信用分級評價：

- 商戶信用等級：**每季度評定一次，依次分為五星、四星、三星、二星、一星五個等級。
- 商戶信用評定：**公司旗下各商場依據自行制定的“指標細則”與“評分規則”進行評星管理，並參照建議評選比例區間執行。評定過程中，各商場系統整合財務數據、顧客投訴、商場巡檢、環保品質抽檢、內外部檢查、媒體曝光、公共信用等多渠道商戶數據，形成全面客觀的評定依據。如商戶發生嚴重損害公司品牌或顧客實際利益的行為，將予以摘星處理。
- 商戶獎懲機制：**對獲評高星級（五星、四星）的商戶，各商場將給予相應激勵與經營支持；對三星級商戶，各商場將對其進行指導與幫扶，以提升其經營水準與顧客滿意度；對低星級（一星、二星）及被摘星商戶，各商場將視情況採取相應的處罰措施。

在此基礎上，公司還搭建了線上商戶信用平台，並開設商戶信用公示與查詢界面，通過可視化管理看板及線上輕應用，實現線上線下信用信息一體化，提升顧客對商戶信用信息的可及性與感知度。

供應商溝通

公司高度重視與供應商的緊密溝通與協同合作，通過線上即時通訊、線下專題會議及實地走訪調研等多種方式，搭建高效暢通的常態化信息交互渠道，促進需求對接與問題協同解決。在日常交流中，公司積極聽取供應商意見，並適時分享企業戰略規劃與採購政策導向，推動雙方在品質管控、交付效率與服務提升等方面深化共識，持續強化合作互信，共建長期穩定、互利共贏的合作關係。

為保障合作的公平透明，公司建立了雙向申訴反饋機制。針對業務單位和供應商在業務開展中出現的爭議或訴求，遵循“一事一議”原則，通過專項調研與組會協調等方式及時響應、公正處理，營造公平、健康、可持續的合作環境。

風險管理

公司高度重視供應鏈風險管理，系統性構建了覆蓋招標全流程、聚焦關鍵環節的風險管控體系。在招標環節，公司嚴格執行供應商資質預審機制，所有投標供應商須經招標工作小組及項目招標管理委員會雙重審核通過後方可進入投標程式，從源頭上防範關聯交易、商業賄賂等潛在合規風險。

為進一步強化交易過程監管，公司對供應商未入庫擅自合作、已入庫但未依規操作、超經營範圍提供服務等違規行為，建立了包括警示約談、業務重新核定、限期整改、暫停合作直至取消資格在內的分級處置機制，實現對合作全程的動態合規管控。

同時，公司明確規定中標管理規則，如第一中標候選人資格被取消或主動放棄中標，必須重新組織招標，以此有效杜絕供應商之間串通投標等有損招標公正性的行為，全面防範供應鏈各環節風險，確保採購活動合規、有序、公平開展。

平等對待中小企業

公司秉持公平公正原則，嚴格遵守《中華人民共和國反不正當競爭法》《保障中小企業款項支付條例》《企業信息公示暫行條例》等相關法律法規及監管要求，在業務全流程中平等對待各類中小企業，通過持續規範採購流程、優化合作機制，積極履行社會責任，保障中小企業的合法權益。

產品和服務安全與品質

產品與服務的品質安全是企業贏得市場的根本保障，也是品牌長期贏得信賴的基石。公司始終堅持高標準品質管控，將品質管理貫穿於研發、生產、交付及售後全流程，以體系化管控築牢安全防線，持續提升服務體驗。

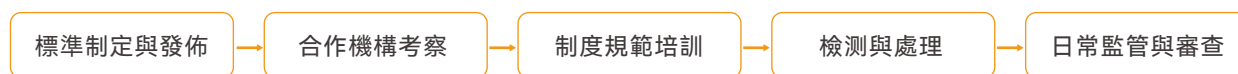
產品品質管制

公司將產品品質管制視為企業發展的生命線，致力於構建完善的商品檢測管理流程，提供負責任的產品與服務。為築牢產品品質防線，公司開展全國商場常態化環保品質抽檢工作，通過制定系統的檢測計畫與執行標準，對商場內各類商品實施定期與不定期的品質監督，確保環保與品質要求落到實處。對於檢測中發現的不合格批次，公司建立快速響應與聯動處置機制，協同相關省營發中心及商場，向對應品牌方及生產工廠發送不合格告知函，並監督其嚴格執行二次複檢及整改措施，實現從問題識別到閉環糾正的全過程管理，助力品牌和工廠提升產品品質管控能力，為消費者提供安心環保的購物體驗。

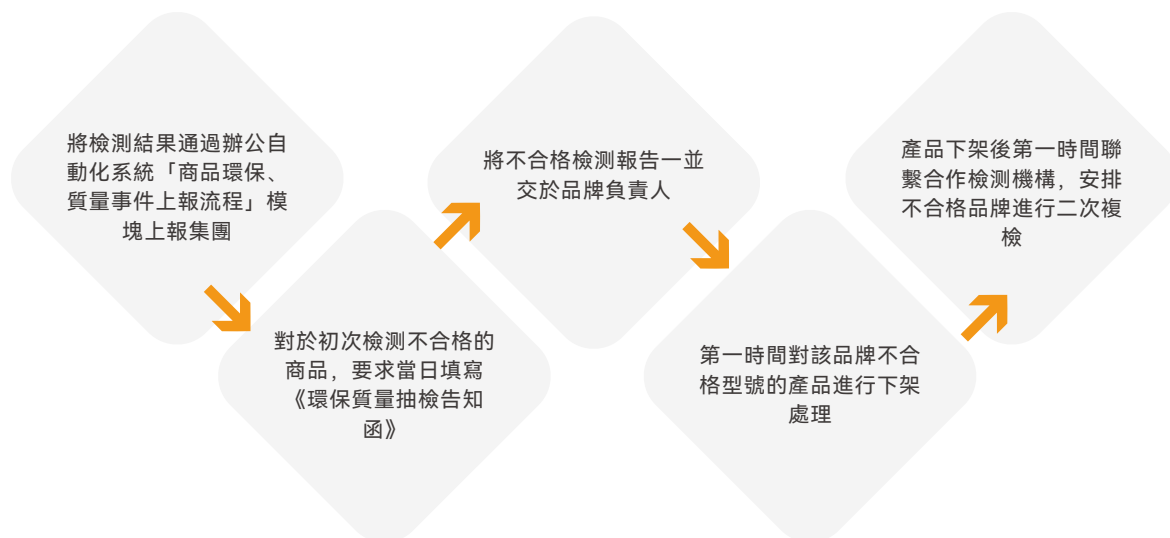
2025年，公司已完成1,006批次的環保品質檢測，抽檢工作覆蓋全國20個省營發中心、111家商場，整體合格率達98.9%。

覆蓋全國**20**個省營發中心
111家商場
整體合格率達**98.9%**

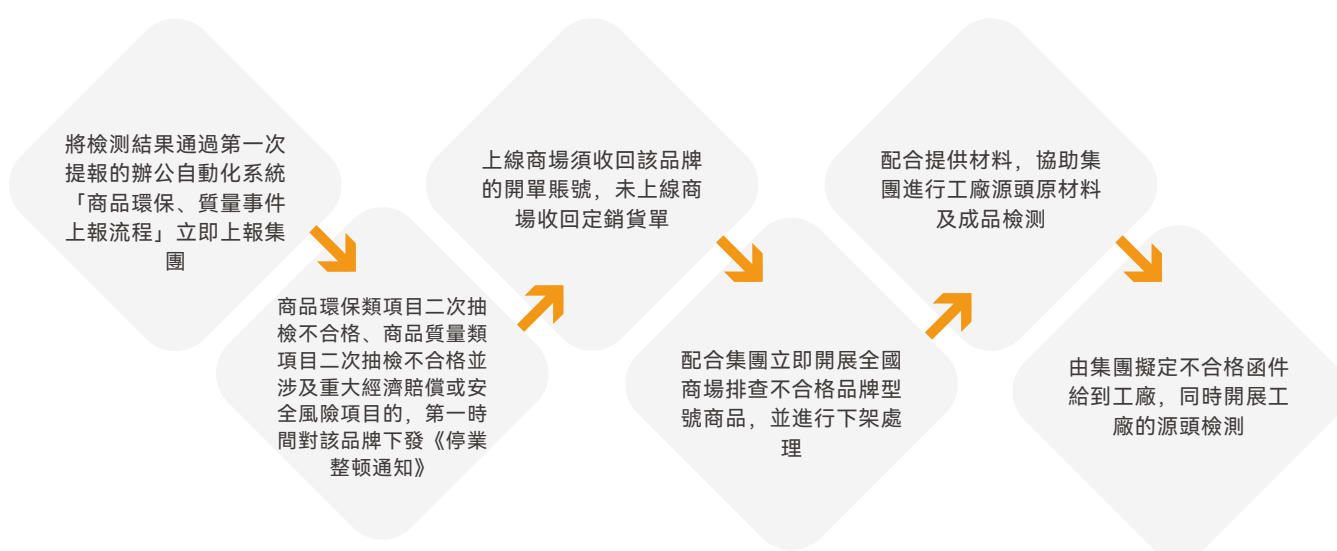
商品檢測管理流程



初次抽檢不合格產品上報及處理機制



二次抽檢不合格產品上報及處理機制



案例 | “聚質優價，共創環保品質生活”——“品質月”活動引領綠色消費新風尚

2025年9月，公司開展全國商場“聚質優價，共創環保品質生活”品質月專項活動，旨在引導各商場向消費者積極宣導“聚質優價、綠色環保”的消費理念，為品牌經營賦能增效。活動覆蓋公司旗下23個省營發中心、212家商場，共開展412場線下活動，通過工廠及實驗室參觀體驗、環保品質專題研討、品牌專家訪談及環保主題直播等各類活動，多維度闡釋生產加工環節品質管控要點，深化消費者對綠色優質產品的認知與認同，有效推動傢俱行業可持續發展理念的落地與實踐。

客戶權益保護

客戶權益保護是企業踐行社會責任、築牢品牌根基的核心環節，也是衡量企業核心競爭力與可持續發展能力的重要尺規。公司將客戶權益保護深度融入經營管理全流程，通過建立健全客戶權益保護機制、完善服務規範與投訴響應流程、暢通客戶溝通反饋渠道、優化糾紛高效處置機制，持續提升客戶滿意度與信任度，切實營造公平公正的消費環境，為企業可持續發展積累堅實的口碑基礎。



售後服務管理

公司秉持“星承諾·心服務”理念，通過集團、商場、商戶三方協同機制，致力於打造行業領先的全方位客戶服務體系。公司制定《商場品質服務管理手冊》《家居商場品質保證金管理規定》等服務管理制度，系統提供包括綠色環保承諾、先行賠付、30天無理由退貨以及一站式家裝等升級服務項目，實現從售前、售中到售後全鏈路服務體驗的持續提升。

客戶投訴管理

公司始終堅持“首問負責、依法合規、快速處理、顧客滿意”的服務方針，搭建覆蓋集團總部、省營發中心與商場的三級顧客服務管理體系，並配套制定《電話接聽管理規定》《電話呼出管理規定》《400話務工單管理規定》《客訴崗位管理規定》《顧客評價體系》一系列客訴管理制度，形成系統化、標準化的服務保障機制。

為高效響應客戶訴求，公司建立了覆蓋線上線下的多元化投訴渠道，包括400客服熱線、官方微博、商場服務台等平台，並配備專業客服團隊，嚴格執行“30分鐘快速回復、24小時給出解決方案、5天結案”的時效標準，確保客訴處理流程高效閉環。此外，公司持續開展客訴團隊專業能力建設，通過服務意識強化、溝通技巧提升、產品與法律知識培訓以及投訴處理實戰演練等多維度賦能，不斷提升團隊服務水準。同時，依託線上學習平台沉澱並推廣優秀服務案例，助力員工提升職業素養與服務效能。

累計服務顧客超過**5.1**萬人次
受理投訴**10,430**件
投訴處理率達到**100%**

2025年，公司400熱線累計服務顧客超過5.1萬人次，受理投訴10,430件，投訴處理率達到100%，平均結案時間控制在5天以內，結案率達94.8%，客訴結案滿意度達95.3%。

數據安全與客戶隱私保護

公司高度重視信息安全與數據合規管理，嚴格遵守《中華人民共和國網路安全法》《中華人民共和國數據安全法》《中華人民共和國個人信息保護法》《中華人民共和國消費者權益保護法》等有關法律法規，建立健全信息安全管理體系，確保信息安全各項措施有效落地，切實保障企業數據信息安全及客戶隱私權益。2025年，公司未發生信息安全事件及侵犯客戶隱私的情形。

信息安全管理

公司建立健全數據信息安全制度體系，制定了《紅星美凱龍家居集團信息安全管理制度》等綱領性文件，並配套《IT辦公安全管理規範》《源代碼管理規範》等專項實施細則，形成基礎性管理框架，同時制定《數據脫敏管理規範》《數據安全事件應急管理規範》《信息系統漏洞管理規範》等數據安全專項制度，明確數據處理、事件應急及系統漏洞管理要求。公司廢止了包括2019年《信息安全管理制度》、2020年《個人信息安全管理制度》在內的9項舊制度，實現制度體系的整合與更新，進一步完善數據信息安全制度建設。

公司採取全面信息安全管理措施，確保系統、數據及網路安全。公司在系統與權限管理方面嚴格實施三權分立，帳號申請與權限分配遵循最小權限原則，堅持按需授權、職務分離及可審計原則，定期檢查和清理存取權限，覆蓋帳號全生命週期管理。公司明確崗位信息安全責任，與涉密人員及第三方簽訂保密協定，對信息資產進行分類分級管理，並在信息存儲與傳輸過程中採取嚴格保護措施。公司強化網路與安全防護，實施內外網隔離，高安全域採用堡壘機控制，部署防火牆並定期更新策略，即時監控網路攻擊，定期開展系統掃描與滲透測試，及時修復漏洞，在系統開發全生命週期融入安全要求，形成貫穿全流程的信息安全防護體系。

信息安全管理架構

公司已構建覆蓋決策、管理與執行三個層級的信息安全管理架構：

公司安全生產工作委員會辦公室作為信息安全決策層，負責統籌公司整體信息安全管理工作並對重大事項作出決策。

管理層由數字科技部牽頭，設立專職團隊承擔信息安全體系建設、保障、指導及監督檢查職責。

執行層覆蓋公司各中心、部門及業務群，並指定專職或兼職信息安全聯絡人配合落實安全保障工作，各省管發中心負責人及商場總經理分別負責本地區及本商場的信息安全管理與執行。

公司同時建立跨部門數據安全應急處置機制，由數字科技部統籌協調，確保信息安全事件得到及時、規範、高效處置。

信息安全應急管理

公司制定了《紅星美凱龍家居集團數據安全事件應急管理規範》，建立科學、有效、反應迅速的應急工作機制，明確事件分級、報告流程及處置措施，包括隔離、修復、通知及上報等各個環節。公司由數字科技部牽頭，每年度組織至少一次應急演練，並編制總結評估報告，以檢驗與優化應急響應能力，持續完善事件處置機制，保障數據安全與業務連續性。

信息安全風險評估及監督檢查

公司已建立系統化、規範化的信息安全風險管理機制，覆蓋風險識別評估、監控預警及應對處置全流程。在風險識別與評估方面，公司依照制度要求對信息資產實施重要性評估和分級保護，對個人信息委託處理、共用、轉讓及公開披露等活動開展個人信息保護影響評估，並在對外合作前審慎評估外部機構的信息安全管理能力，同時在系統開發需求分析階段同步開展安全需求分析與威脅評估。在風險監控與預警方面，公司部署入侵偵測/防禦系統（IDS/IPS）及安全信息與事件管理系統（SIEM），對網路環境、系統運行狀態及使用者行為進行持續監控，並通過監管部門提示、外部投訴、網路輿情等多渠道建立風險監測與預警機制，各職能部門依職責及時上報風險信息。在風險應對與管理方面，公司堅持“安全第一、綜合防範、預防為主、持續改進”的原則，綜合運用管理與技術措施，將信息安全風險控制在可接受範圍內。

公司高度重視信息安全審計與監督管理，信息系統全面啟用日誌功能，特權使用者操作日誌至少保留180天。公司定期開展日誌審計及信息系統安全審計，覆蓋訪問控制、數據保護、系統開發維護及第三方管理等關鍵環節。審計完成後，形成正式審計報告並提出改進建議，嚴格跟蹤整改落實，確保信息安全管理制度全面、規範、有效執行。

信息安全教育培訓

公司定期組織員工開展信息安全培訓，強化網路安全風險防範意識，深入理解並貫徹執行信息安全相關政策與制度，持續提升員工安全意識與信息安全管理能力。

為持續夯實員工信息安全防綫，公司于2025年組織開展了一系列培訓與宣貫活動，主要包括：

攻防演練專項培訓

依托集團網絡攻防演練，開展全員安全意識培訓。重點剖析釣魚郵件識別、常見攻擊手段及日常防護要點，全面提升員工的風險識別與防範應對能力。

商場IT安全自查培訓

面向一綫IT人員開展專項賦能。圍繞安全檢查標準、安全基綫及高頻風險場景進行拆解，指導各單位規範開展安全自查與隱患整改，強化基層信息安全管理水平。

安全動態與案例宣貫

依托內部平台，常態化推送網絡安全動態與典型事件。結合公司實際發布風險預警，督促各單位落實日常管理與自查，營造長效化的信息安全文化氛圍。

客戶隱私保護

公司嚴格遵循《中華人民共和國網路安全法》《電腦信息系統安全保護條例》《個人信息保護法》等相關法律法規，制定《紅星美凱龍家居集團個人信息安全管理制度》，明確規範客戶信息（含敏感個人信息）的收集、存儲、使用、加工、傳輸、提供、公開及刪除等全生命週期管理，確保信息處理過程遵循合法、正當、必要、誠信、目的明確、最小必要、選擇同意及公開透明等原則。

公司已建立完善的信息安全管理體系。在信息收集環節，公司嚴格遵循合法性與最小必要原則，禁止通過欺詐或非法渠道獲取信息，敏感信息收集需取得明確同意，並提供便捷關閉或退出途徑。在使用與存儲環節實行最小授權訪問控制，重要操作需經審批並分離職責，展示信息採取去標識化處理，傳輸與存儲敏感信息採用加密等安全技術加以保障。公司充分維護信息主體權利，提供查詢、更正、刪除及撤回同意、註銷帳戶的渠道，並設立申訴機制。同時，公司嚴格限制個人信息委託處理、共享、轉讓及披露，開展風險評估並簽署合同明確安全責任，對嵌入的第三方SDK等進行技術檢測與審計。針對敏感信息處理、自動化決策及跨境提供等高風險活動，公司均開展個人信息保護影響評估，確保客戶隱私安全。

負責任營銷

公司始終貫徹“負責任營銷”理念，堅持以制度規範與數字化管理為支撐，致力於構建公開透明、誠實守信的營銷環境。公司制定並持續完善《官方自媒體運營管理實施細則》《商標及企業名稱管理辦法》《企劃宣傳物料合規管理實施細則》等營銷管理制度，對各類營銷內容建立嚴格的審核監督機制，明確商場所有線上及線下傳播物料，均需經省營發中心審核通過後方可投入使用，從源頭上保障營銷活動合法合規、規範有序。同時，公司督查及審計部門對營銷內容開展不定期抽檢，以“制度約束+動態督查”相結合的方式，持續強化營銷合規管理，築牢營銷合規防線，堅守誠信營銷底線，切實傳遞負責任的企業形象。

助力行業發展

公司積極履行行業責任，通過深度參與行業協會協作、牽頭組織行業交流活動及系統推廣先進實踐經驗，為促進行業規範發展、實現可持續高品質發展貢獻力量。

公司及下屬公司參與的主要行業協會情況

序號	協會名稱	擔任職務
1	中國消費品質量安全促進會	副會長單位
2	上海市服務消費促進會	副會長單位
3	中國消費品質量安全促進會	副理事長單位
4	中國建築材料流通協會	執行委員會委員

案例 | “綠智煥新，引領未來”—第三屆全國綠色智能家居消費節暨以舊換新總結大會

2025年1月，公司牽頭承辦“第三屆全國綠色智能家居消費節暨家居以舊換新總結大會”。本次活動邀請了政府相關部門代表、行業頭部品牌負責人、專家學者及主流媒體代表等多方參與，系統梳理並總結了2024年至2025年度家居以舊換新工作的實施成果與經驗，為家居產業向綠色化、智能化轉型升級提供了重要的交流平台與智庫支援。



案例 | “設計為鏈，共生未來”—2024M+中國高端室內設計大賽頒獎禮暨第二屆中國家裝設計生態大會

2025年3月，由公司主辦的“2024M+中國高端室內設計大賽頒獎禮暨第二屆中國家裝設計生態大會”在上海成功舉行。大會彙聚了來自全國各地的精英設計師、主流家居品牌代表及行業合作夥伴，共同聚焦設計賦能與產業協同發展，以設計為核心紐帶，有效串聯產業鏈上下游資源，致力於推動中國家裝設計向專業化、生態化與國際化方向發展，從而為消費者創造更具品質與美感的生活空間。



案例 | “以質駁變 向新而生”—2025中國汽車流通行業年會暨博覽會

2025年11月，“2025中國汽車流通行業年會暨博覽會”在上海召開。本屆博覽會以“以質駁變 向新而生”為主題，聚焦新能源、營銷創新、數字化、售後服務轉型等熱點領域，為汽車產業鏈行業企業搭建跨領域、跨地域的對話和交流合作平台。公司作為創新汽車渠道代表參會並發表主題演講，表達與汽車產業鏈各方深化協作的開放意願，堅持以用戶為中心，攜手關注家庭場景的合作夥伴，共同探索“車居一體”新模式，更好滿足家庭消費需求。



員工

企業的高品質與可持續發展離不開一支穩定而專業的團隊支撐。公司圍繞員工權益保障、溝通參與、能力建設、薪酬福利及職業健康安全等方面，系統構建並持續優化覆蓋員工全職業週期的管理體系。在權益保障方面，公司持續更新並落實內部管理制度，切實維護員工基本勞動權益，規範處理員工關切事項。在能力發展方面，通過幹部管理機制、分層培養體系、專題培訓項目及深化校企合作等多元舉措，助力員工實現能力提升與職業成長。在薪酬福利方面，公司依法落實薪酬支付、休息休假等制度，持續完善員工福利體系與關懷支持機制。此外，公司積極推進職業健康管理與健康促進活動，致力於為員工營造安全、健康、穩定的工作環境。

員工權益保護

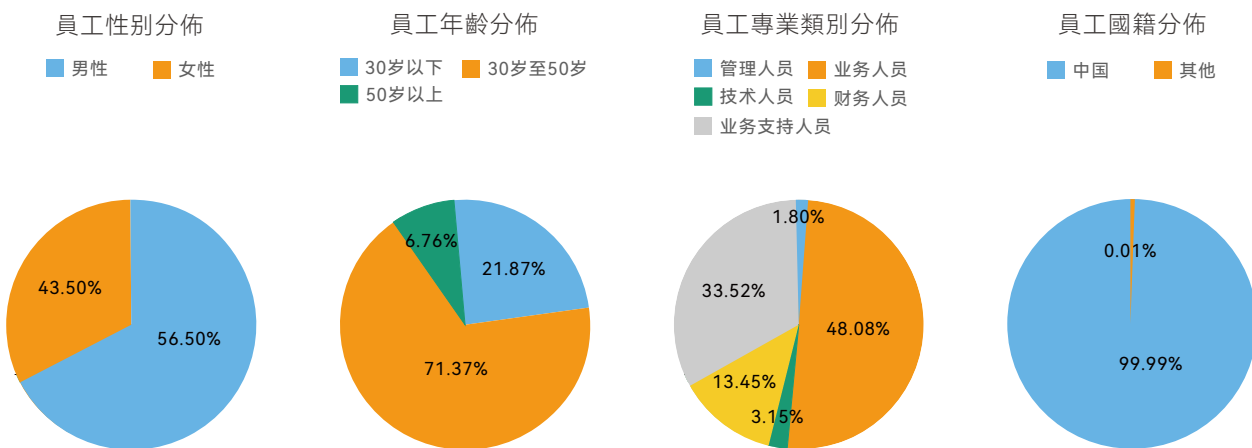
公司嚴格遵守國家相關法律法規，建立並實施內部管理制度，保障員工依法享有公平機會。公司在日常管理中明確人權保護要求，並通過工會組織和集體合同機制，依法維護員工的合法權益。同時，公司建立人權相關投訴舉報機制，對涉及員工權益的問題進行規範處置，有效防範侵害員工權益的風險。

平等僱傭

公司遵循平等、反歧視和多元化原則，制定《招聘錄用管理制度》《試用期管理制度》等內部制度。公司通過社會公開招聘與內部選拔相結合的方式選聘員工，所有招聘崗位均公開面向符合條件的候選人，招聘信息及職位描述使用中性和化表述，避免設置可能構成不合理限制的條件。員工一經錄用，即依法簽訂勞動合同或勞務協議，明確雙方權利與義務，規範勞動關係管理。

公司制定並實施《員工薪酬管理制度》，明確遵循“同工同酬”及“等值工作同等報酬”的原則。對於崗位內容、技能要求、責任程度和工作條件相當的崗位，公司在薪酬水準上保持公平與可比性，避免非工作因素造成的不合理差異，保障薪酬分配的公平與透明。

截至2025年12月31日，公司共有9,012名員工，具體員工結構如下：



人權保護

公司重視保護員工合法權益，將反歧視、反騷擾、禁止童工和強迫勞動等基本人權保護要求納入日常人力資源管理體系，依法保障員工享有合理工時、法定休假、安全健康工作環境等合同約定及法律規定的權利，從制度與管理層面系統預防侵害員工權益行為的發生。

2025年，公司依法與工會簽署集體合同，內容涵蓋工資專項集體合同和女職工特殊利益集體合同。目前，公司已在組織層面實現工會組織全覆蓋，進一步夯實員工權益保障的組織基礎。



反歧視反騷擾

公司明確禁止在招聘、用工管理、薪酬分配、崗位安排、晉升及日常工作交流中，出現基於性別、年齡、民族、宗教信仰等任何與工作無關因素的差別對待或不當行為。同時，公司明確禁止任何形式的職場騷擾，包括但不限於言語、行為或其他方式對員工造成冒犯、侮辱、威脅或不適的情形，維護員工在工作場所中的基本尊嚴與安全。

禁止童工和強迫勞動

公司嚴格執行未成年工和童工管理相關法律法規，明確禁止僱傭童工及任何形式的強迫勞動。公司在《員工手冊》等內部制度中對用工年齡要求作出明確規定，並依託人力資源信息系統對員工年齡信息進行校驗，不符合用工條件的人員無法進入招聘錄用環節。若發現違規用工情形，公司將依法及時糾正，並根據內部管理規定對相關責任人員作出處理。

女性員工權益保護

公司關注女性員工權益保護，通過制度安排和組織建設，依法保障女性員工在就業、勞動保護和職業發展等方面的平等權利。公司通過《女職工特殊利益專項集體合同》，對女職工在勞動保護、福利保障等方面作出專項規定，嚴禁任何危害女性職場安全的行為。2021年11月，公司成立婦女聯合會，進一步推動女職工權益保障工作的開展。

人權問題投訴舉報機制

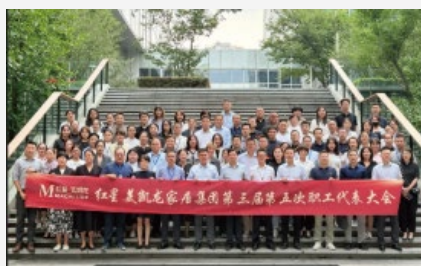
為暢通人權相關問題的反饋與處置機制，公司建立了覆蓋總部及各級單位的投訴舉報體系，由專門部門統籌負責監督與調查工作，並在各級組織中配備相應督查人員，形成分級負責、協同聯動的管理機制。對於涉及歧視、騷擾或其他侵害員工權益的舉報，公司將依照既定程式開展調查，並根據調查結果依法依規處理。同時，公司支援匿名舉報，並對舉報人信息予以嚴格保密，防止因舉報行為受到不利影響。

員工溝通協商

公司依法保障員工參與工會組織等合法權利，建立了多形式多層級的員工溝通與民主協商機制，支援員工通過規範渠道表達合理訴求。公司通過員工滿意度調查、管理層座談會，以及工會委員會和職工代表大會等形式，收集員工對工作環境、制度安排和權益保障等方面的意見，並將相關反饋納入管理改進議程。

在日常管理中，公司鼓勵員工通過直接主管、隔級主管以及人力資源部門、工會等渠道進行溝通，對員工在工作和生活中遇到的問題，按照既定程式逐級協調和處理，確保溝通渠道暢通。

2025年，公司圍繞職工權益保障和工會工作，組織召開工會職工代表大會。大會圍繞員工切身利益事項，審議通過了部分崗位工時制度安排、員工職級體系管理制度、《員工手冊》修訂補充說明、職工健康與福利標準提升方案、《獎懲管理辦法》《集體合同》以及員工薪酬管理制度等檔，並依法履行職工董事選舉程式，推動相關制度的規範實施。



員工能力建設

公司圍繞管理幹部培養、員工職業發展和專業能力提升，逐步構建覆蓋不同層級、不同崗位的人才培養體系。通過完善幹部管理與梯隊建設機制，推動管理能力的系統化培養；同時，依託培訓制度和學習平台，結合業務需求組織多層次、多形式的員工培訓，支持員工在崗位中持續成長。在此基礎上，深化校企合作，拓展人才培養與實踐教學場景，促進外部人才培養與企業用人需求的有效銜接。



員工發展

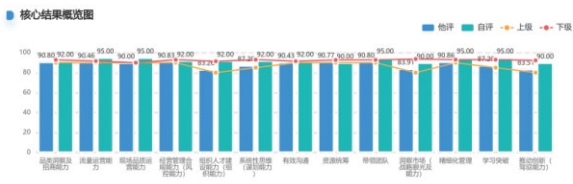
在員工能力建設總體框架下，公司將管理幹部隊伍作為重點培養對象，制定並實施《幹部管理辦法》，從幹部選拔、任用、培養、發展及退出等環節入手，逐步搭建系統化的幹部管理體系。在梯隊建設方面，推動各單位明確幹部梯隊人才標準，通過組織盤點與人才規劃，推進管理幹部的分層培養與儲備。同時，持續完善關鍵崗位幹部的人才畫像與評價標準，圍繞關鍵崗位更新能力模型，並引入科學測評工具，為幹部培養與使用提供參考依據。

2025年，公司推進管理幹部年度聘任工作，建立“一年一聘”機制，通過明確任職期限與聘任要求，推動幹部隊伍實現常態化、動態化管理，持續激發組織活力。



核心结果：红星美凯龙关键岗位人才测评

上级: 86.92 | 下级: 92.36



对于各角色对被评估人在各能力项上的反馈，建议重点关注以下方面：

他评分较高的能力：精细化管理、经营管理合规能力(风控能力)、品类洞察及招商能力；

他评分较低的能力：组织人才建设能力(组织能力)、推动创新(驾驭能力)、洞察市场(战略眼光及能力)；

各角色差异较大的能力：洞察市场(战略眼光及能力)、推动创新(驾驭能力)、组织人才建设能力(组织能力)。

个人发展四宫格基于被评估人他评分与所有指标他评均分、自评分与所有指标自评均分的对比产生四宫格，建议重点关注以下两个区域：

优势共识区：被评估人和他人共同认为的优势能力，着重思考如何强化优势。

待发展共识区：被评估人和他人共同认为的发展机会，着重关注对其工作结果影响较大的能力。

案例 | “星動力”自主人才培養項目

“星動力”項目是公司面向青年人才開展的管培生培養項目，自2007年啟動以來已連續實施十九屆，持續圍繞高校畢業生開展系統化選拔與培養。2025年，公司通過線上與線下相結合的方式，走進160餘所高校，組織選拔面試逾3,000人次，吸納海內外150餘名應屆畢業生，覆蓋公司多個業務板塊。

在培養實施方面，項目分階段推進：第一階段與建發集團相關培養項目聯合開展，促進跨企業交流與學習；第二階段聚焦公司業務實踐，通過商場實戰、案例研討及高管交流等形式，幫助學員加深對崗位要求與行業特點的理解。培訓過程中，學員參與情況及考核結果按項目要求實施管理，2025年項目學員考核通過率保持在較高水準。

為增強項目成員之間的交流與參與感，公司將每年的7月1日設定為“星動力日”，通過相關活動安排，促進項目成員的溝通與融入。



案例 | “龍潮生”實習生計劃

2025年，公司啟動“龍潮生”實習生計劃，作為“星動力”管培生項目的前置人才儲備機制，在北京、上海、東北、天津、重慶等區域開展試點。通過前期校園招聘與崗位實踐相結合的方式，提前吸引並篩選具備發展潛力的在校學生，為後續管培生項目提供候選人才。截至報告期末，已有18名實習生通過“龍潮生”計畫進入“星動力”項目。



案例 | “青年魯班”管理幹部後備梯隊培養項目

“青年魯班”管理幹部後備梯隊培養項目是公司面向大家居業務群開展的青年管理人才選拔與培養項目，圍繞青年管理人員的系統識別、評估與培養，構建管理幹部後備梯隊。

在人才選拔方面，公司採用區域盤點與總部終審相結合的方式，對候選人進行綜合評估。盤點過程強調實戰導向，候選人圍繞真實業務場景提交分析材料，並參與現場調研、案例分析及互動評估等環節。2025年，公司組織開展多場區域盤點活動，對近百名青年幹部進行初步盤點與評估，經多輪篩選後，第25屆“青年魯班”項目最終遴選出21名項目組成員。

在培養實施方面，公司同步推進“青年魯班”專項培訓項目，圍繞經營管理、業務實踐及領導能力開展分階段培養。2025年，公司對往屆69名“青年魯班”項目組成員開展持續培養，通過集中培訓、案例研討、業務場景實踐及外部學習等方式，支援學員加深對業務經營、組織管理及行業發展的理解。

同時，公司在項目實施過程中構建“青年魯班—青年魯班（預備）—青年魯班（後備）”的梯隊結構，並與面向高校畢業生的“星動力”項目形成銜接，逐步完善從青年人才引入到中高層管理人員培養的內部發展路徑，支援青年管理人員在業務實踐中逐步成長。



青年魯班區域盤點及集團總部終審會



青年魯班培訓培養項目



青年魯班畢業班學員走進美團參訪

員工培訓

公司制定並持續完善《培訓管理制度》，以公司管理學院及各級分院為載體，構建線上與線下相結合的員工培訓體系，覆蓋新員工入職、崗位任職、在崗提升、崗位晉升及員工自主學習等不同階段與類型。培訓內容結合業務發展需求與崗位能力要求，幫助員工提升專業知識、業務技能及職業素養，支持員工在崗位中持續成長。

圍繞年度經營重點，公司為不同層級和職類員工設計專項學習項目，並引入外部專業資源，開展消費者洞察、新媒體運營等主題課程，組織業務骨幹參與外部研討與參訪學習。同時，公司鼓勵員工結合崗位實際和個人發展需要開展自主學習，對符合條件的外部課程培訓、學歷提升及職業資格認證，給予相應支援，為員工自我發展創造條件。

案例 | 總部管理幹部MTP集訓

2025年6月27至28日，公司通過管理學院在美凱龍環球中心組織開展總部管理幹部MTP集訓。本次集訓採用“訓前一訓中一訓後”相結合的培養方式，旨在提升總部職能管理人員的管理認知與實踐能力。訓前，學員完成《反饋輔導》《教練型領導》《AI-DeepSeek管理應用》等線上課程學習；訓中，圍繞溝通管理與自我效能提升開展集中訓練；訓後，學員按要求提交學習總結與應用計劃，並由直屬負責人給予反饋，推動培訓內容與實際工作的銜接。



案例 | 品類品牌應知應會培訓項目

2025年9月至12月，公司組織開展“品類品牌應知應會”系列培訓，由人才發展相關部門聯合業務部門實施。培訓圍繞十二個核心品類，採用線上與線下相結合的方式，每期聚焦2—3個品類進行專題講解，共開展六期。培訓內容涵蓋品類結構、品牌合作模式及相關業務規則，各期課程視頻及配套數據同步上線公司內部學習平台，支持員工自主回看與複習，並結合線上互動與定期測試，促進知識鞏固與應用。

2025年，系列培訓線下參訓率保持在85%以上，線上直播參訓率達93.5%。公司同步組織線上答題活動，累計參與人數27,067人，通過人數26,500人，通過率為97.9%。



案例 | 用戶運營訓練營項目

2025年，為促進樓層管理人員的業務能力提升，公司面向一線樓層管理人員開展“用戶運營訓練營”系列培訓。培訓圍繞樓層管理實際工作需求設置，涵蓋戰略理解、業務合規、流量運營、精細化管理及數字化工具應用等模組，通過集中授課與實操演練兩種方式開展，引導參訓人員將培訓內容與日常工作相結合。系列培訓分別在江蘇、北京、武漢、內蒙古、天津及山東等區域開展，共舉辦6場，累計覆蓋一線業務骨幹近300人次。



案例 | 流量運營大師班培養項目

流量運營大師班是公司面向業務體系開展的專項培訓項目，圍繞家居零售場景下的數字化運營需求，設置流量運營邏輯、新媒體營銷實務及 AI 新媒體應用等培訓內容，支援參訓人員提升數字化運營認知與實操能力。

2025年，公司圍繞客流獲取、內容運營及數字工具應用等主題，在14個營發中心組織實施該項目。培訓採用線上學習與線下實戰相結合的方式，線上側重基礎知識與方法講解，線下通過案例分析與現場授課，引導學員將所學內容應用於實際經營場景。2025年共舉辦25場培訓，公司員工參與545人次。



案例 | 財務條線 F-TTT 內部講師培養項目

2025年，公司圍繞財務條線內部講師隊伍建設，組織開展 F-TTT (Train the Trainer) 講師培養項目，面向52名財務內訓師分兩期實施。培訓分別於7月25至26日及11月21至22日在美凱龍環球中心開展。

第一期培訓聚焦經驗萃取與知識轉化，課題圍繞財務業務場景，覆蓋預算管理、投入產出分析、收入確認等財務核心業務領域，並結合AI工具在數據歸納、制度規範及案例總結中的應用，提升課程內容的系統性與實用性。第二期培訓側重課程設計與授課呈現，圍繞課程結構優化、表達方式及現場應變能力開展訓練，促進財務專業知識在組織內部的有效傳遞。



案例 | “龍E學”內部學習平台

公司通過內部學習平台“龍E學”建設運營管理知識專區，圍繞業務實際需求，構建以標準、工具和課程為核心的知識庫體系。其中，課程類內容進一步細分為八個學習專區，系統支援一線員工開展業務學習與能力提升。2025年，平台累計上線營運管理相關課程206門，一線員工學習次數超過10萬次。



校企合作

公司圍繞人才培養、實踐教學與用人需求銜接，持續豐富校企合作的形式和實施場景。在既有實習與校園招聘合作基礎上，逐步將合作內容拓展至進校課程、實踐項目、職業發展活動及企業開放日等多種形式，促進高校人才培養與企業崗位需求的有效銜接。

2025年，公司持續推進校企合作的體系化建設，與北京林業大學、中央民族大學、上海大學等多所高校建立並深化合作關係。圍繞人才培養與產學研融合，雙方開展AI技能素養提升活動、聯合暑期實踐項目、職業規劃競賽及系列進校課程等合作內容，為在校學生提供職業認知、實踐學習及能力提升的機會，同時拓展校招與實習對接渠道，推動校園人才培養與企業用人需求的銜接。



案例 | 攜手東華大學啟動“產學研究”融合實踐

2025年3月6日，公司與東華大學在上海全球家居1號店開展校企合作啟動活動，將合作場景設置於商業運營一線。活動中，參會師生實地參觀商場運營環境，公司人力資源部門圍繞“星動力”項目，介紹了校園招聘、實習銜接及青年人才培養路徑。雙方重點圍繞學生實踐參與、就業對接及“產學研究”協同模式進行交流，並完成校企合作授牌及合作協議簽署。



案例 | 企業Open Day多元交流活動

2025年，公司圍繞校企聯動與實踐體驗，持續開展企業Open-Day等交流活動，邀請高校師生走進商場一線。活動通過組織商場參觀、企業及“星動力”項目介紹、高管與在職員工分享、多崗位交流及現場模擬等環節，為學生提供沉浸式的經營實景體驗，幫助學生直觀了解家居零售業務運作模式及不同崗位的工作內容，增進對行業特點和職業發展路徑的認知。



員工薪酬福利

為有效吸引與保留人才，公司建立並實施相應的薪酬與績效管理機制，依法足額支付員工薪酬，全面落實社會保險、住房公積金等法定福利保障。在此基礎上，公司持續完善員工福利體系，結合員工實際需求提供多樣化福利支持，關注員工生活保障與關懷，切實提升員工的獲得感、歸屬感與組織穩定性。



薪酬績效

公司建立了與崗位責任、業務特點及區域差異相匹配的薪酬體系，依法、按時向員工支付薪酬。員工薪酬由固定薪酬、津貼補貼、績效獎金及其他依法支付的收入構成，並依據公司經營狀況、市場薪酬水平、員工崗位變動及個人業績表現等因素，適時進行調整。針對不同崗位特點，公司結合績效考核結果實施相應的獎金激勵安排，以支持員工績效提升與業務目標達成。

公司建立並實施覆蓋全體員工的績效評估機制，對員工在一定週期內的工作表現進行評價。績效評估以崗位職責和工作目標為基礎，綜合考察員工的業績完成情況及履職過程中的行為表現，確保評價過程的客觀性與公正性。公司根據崗位類型和管理層級，實施差異化的績效管理安排，針對業務單位、職能部門及管理幹部等不同對象，綜合運用業績結果、工作表現及相關評價方式開展績效評估。

公司績效評估包括業績評價和價值觀評價兩個方面。



業績評價

主要依據員工崗位主要業績指標的完成情況進行評定。



價值觀評價

主要考察員工在完成工作過程中所體現的態度與行為表現，作為業績評價的重要補充。

績效評估結果主要用於員工績效獎金核算，並作為員工晉升、調薪等人力資源管理事項的重要參考依據。針對管理幹部，公司結合業績結果、年度述職及360度評價等方式，對其績效表現進行綜合評定，促進個人績效與組織目標的有效銜接。

員工福利

公司嚴格遵守相關法律法規，為員工繳納社會保險和住房公積金，落實國家及地方規定的各類法定假期和帶薪休假制度，包括法定節假日、帶薪年休假、婚假、產假、陪产假、育兒假及喪假等，為員工提供基本的勞動保障。

同時，公司結合員工實際需求，不斷完善員工福利體系。公司為員工提供節日福利、生日福利、通訊補貼及年度健康體檢等常規福利，還在部分地區推動公租房及長租公寓綠色通道服務，緩解員工住房壓力。員工關愛基金則為遭遇重大疾病或特殊困難的員工提供必要支持，並通過醫療綠色通道等方式協助員工獲得及時救助。

此外，公司支援各單位根據員工需求持續完善“職工之家”“愛心媽咪小屋”等服務設施，提供休息、健身、閱讀及母嬰關懷等功能，進一步提升員工的獲得感與便利性。

2025年，工會組織開展“冬送溫暖、夏送清涼”“五一”“元旦春節”等慰問活動共199次，累計幫扶慰問職工4,617人次；針對重大疾病職工等特殊情況，開展專項慰問與支持。



職業健康與安全

公司始終將員工職業健康與生產安全置於經營發展的首要位置，恪守“安全第一、預防為主、綜合治理”的核心方針，嚴格遵守《中華人民共和國安全生產法》《中華人民共和國職業病防治法》《中華人民共和國消防法》《中華人民共和國勞動法》等法律法規，積極構建覆蓋全鏈條的職業健康與安全管理體系，持續完善《安全管理制度》等一系列內部規章，致力於將各類安全風險降至最低，切實保障員工的生命健康與安全。截至報告期末，公司部分子公司已通過GB/T 45001-2020/ISO45001:2018職業健康安全管理體系認證，持續對標國際標準優化管理流程，不斷提升職業健康與安全管理的專業化、規範化水平。



職業健康安全管理體系認證證書

安全管理組織

公司嚴格遵循《中華人民共和國安全生產法》等法律法規，貫徹“黨政同責、一崗雙責”的工作要求。2025年，公司全面開啟了集團層面的安全生產工作，將原分散在家居商場、工地工程、物流倉儲、寫字樓四個業務板塊的安全管理工作提升至集團層面，初步建立了安全生產八大體系，解決了安全“無人區”和“視覺盲點”的問題。

公司在集團層面設立了安全生產委員會辦公室（安委辦），作為核心的安全生產管理協調與監督機構。同時，在安委辦下設立了安全工作組，集中各業務板塊的安全骨幹，配強人手和資源，形成了跨板塊的專業安全研判團隊，負責對各類安全現場進行檢查與專業支持。通過建立了清晰明確的分層級責任體系，確保責任層層落實。

2025年，公司各層級累計簽訂安全生產責任書9,066份，覆蓋了全部250家商場及8家子公司，並通過召開1,028場安全生產專題會議，確保安全要求宣貫到位、責任落實到人。集團安委辦通過每季度帶隊進行現場抽檢、全年完成44次現場檢查等方式，對各級單位執行督導，形成有部署、有檢查、有落實、有閉環的管理循環，推動安全文化深入人心。



安全風險管理

公司貫徹“安全第一、預防為主、綜合治理”的安全生產方針，在安全風險防控與隱患治理方面建立了科學化、系統化的管理流程，在應急管理體系方面持續通過制度保障、資源配備和常態演練全面提升應對突發事件的實戰能力，有效提升員工應對風險能力。公司構築防範生產安全事故兩道防火牆，持續提升安全管理能力，全方位保障公司的生產運營安全，為公司安全穩定發展築牢基礎。

安全風險防控

公司系統性地推進安全風險防控工作，嚴格執行並持續優化《安全風險管控制度》，系統性識別重大危險源並實施相應的風險分級管控措施。公司將燃氣安全、電梯安全、建築消防、危險作業等列為公司核心風險領域，並嚴格執行專項審批與過程監督。

公司建立了安全風險分級管控、隱患排查治理雙重預防機制，採用直接判斷法和作業條件危險性分析法進行風險評估，根據風險可能造成的危害後果，從高到低依次劃分為重大風險、較大風險、一般風險和低風險四個等級，並分別用紅、橙、黃、藍四種顏色標示。公司旗下各單位因地制宜地開展風險辨識、評估、制定控制措施、評分和分級，實現對全公司各類業務風險的標準化、制度化、差異化防控、監督。

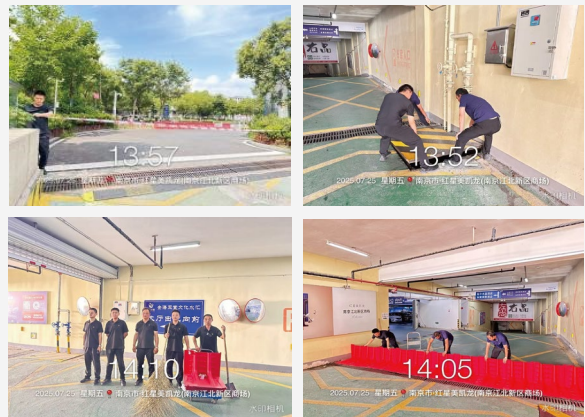
安全應急管理

公司建立了規範的應急管理體系，確保發生各類安全事故或緊急情況時，能夠迅速有效控制局面，實現從響應到恢復的全過程閉環管理。公司持續更新並維護涵蓋應急預案在內的安全生產案例庫，截至報告期末，公司案例庫數據共**484**個，其中應急預案**9**個，為應急響應提供了標準化依據。

公司定期組織應急演練，涵蓋防颱防汛、建築火災等場景，檢驗預案可行性及隊伍實戰能力，提升全員自救互救技能。2025年，公司組織各類應急演練超**6,000**場，參與演練超**61,000**人次。

案例 | 防颱防汛應急演練

南京江北新區商場常態化組織防颱防汛應急演練，全面築牢颱風、暴雨等極端天氣的安全防線。演練中，安全員對室外空調機架、廣告牌等高空易墜物實施加固與隱患排查，同步巡查屋面地漏排水功能、園區高大樹木穩固情況，消除高空墜物與積水倒灌風險。同時，聚焦地下車庫、下水道、排水管網等關鍵區域，對潛水泵、集水井、配電系統等防汛核心設施進行系統性檢測，確保設備運行正常、排水通道暢通無阻。此外，商場建立標準化搶險物資儲備機制，足額配備黃沙、編織袋、擋水板、應急照明設備、雨衣雨靴等應急物資，並落實專人專管、定期盤點，保障緊急狀態下物資調運及時高效，切實提升應對極端天氣的應急處置能力，守護商場及消費者的生命財產安全。



案例 | 消防應急演練

公司嚴格執行年度應急演練計劃，定期組織各類應急演練，以檢驗應急預案的科學性與可操作性，並顯著提升員工應對突發事件的實戰能力。

2025年12月4日，公司於美凱龍環球中心開展大型綜合性消防應急疏散演習，此次演習緊扣實戰標準，覆蓋樓內全體員工、訪客及客戶，完整演練了從警報發佈、全員疏散、集合清點到滅火器實操、急救知識演示等一系列流程。演習有效檢驗了多部門協同聯動機制，強化了全員消防安全意識與自救互救技能。



消防演習

安全生產檢查

公司建立了多層級安全生產檢查體系，通過系統性督查確保各項安全管理措施落到實處，切實提升隱患排查治理效能。公司安委辦切實履行監督管理職責，定期對各單位安全生產工作進行現場督導。

2025年，安委辦每季度帶隊現場抽檢，全年完成**44**次現場檢查，抽檢覆蓋率達**18%**，排查超**500**項各類隱患，整改完成率達**97%**，對各級單位形成有效督導。各業務板塊的安全工作組完成每年2次的安全現場**100%**檢查，全年累計消除重大風險**4**項、較大風險**27**項、一般風險**7**項、低風險**6**項。與此同時，各單位以安全生產管理部門為主體，對重要危險源實行“班組日檢、部門周檢、安管部門月檢”的三級管控機制，確保風險防控責任層層壓實。

案例 | 常態化安全檢查與隱患治理

華信商業廣場項目在2025年6月“安全生產月”期間，積極開展安全生產隱患排查治理工作。針對夏季高溫、汛期及季節性事故高發特點，項目部成立工作專班持續排查，當月總計發現8處安全隱患，均現場即時下達整改通知書，確保了檢查、記錄、整改、成效的閉環管理。



現場安全隱患排查



大型機械（塔吊）維護保養檢查

安全文化建設

安全教育培訓是企業提升全員安全意識、防範生產安全事故、打造本質安全型組織的根本性舉措。公司從集團層面將員工安全能力建設與安全文化建設作為一項長期、系統的重點工作予以持續投入和深化，將“安全第一，預防為主”的思想內化於心，外化於行。

為強化全員安全素質，公司系統性、常態化推進安全生產教育與實戰演練。2025年，公司及各下屬單位共組織開展各類安全培訓超**5,000**場，累計培訓超**82,000**人次。通過高頻次、廣覆蓋的培訓與實戰模擬，有效提升了全體員工的風險辨識、隱患排除及應急處突能力。

此外，公司建立了綜合性、標準化的安全案例庫，作為安全知識沉澱與經驗共用的平台。截至報告期末，該案例庫數據共計**484**個，其中包含優秀案例**29**個、警示教育**46**個、施工規範**76**個、國標法規**87**個、專業知識**237**個及應急預案**9**個，為員工日常學習和安全管理提供了豐富的參考資源。

公司在履行內部安全職責的同時，積極參與外部行業交流與政府組織的安全技能比武等活動。截止報告期末，公司累計獲得**50**項政府安全相關榮譽，如“安全生產先進集體”、“消防安全管理示範單位”、“安全生產責任制工作落實先進單位”等獎項。此外，公司員工還受邀代表地方消防部門參與國家級培訓並被聘任為講師，彰顯了公司在安全管理領域的專業水準與良好社會聲譽。

案例 | “安全生產月”系列活動

公司及項目部積極組織開展各類安全教育培訓活動，以提升全員安全意識與技能。2025年6月“安全生產月”期間，華信商業廣場項目組織開展了系列安全活動。項目部於施工現場對班組全體工人開展了安全生產教育培訓，培訓重點對安全生產的含義與作用進行了詳盡闡述，並從高溫施工、火災事故、機械事故、觸電事故、高空墜落事故等各個方面進行了案例剖析，讓施工人員深刻意識到安全生產的重要性。



發放《施工安全手冊》



事故案例學習



現場安全教育培訓

職業健康管理

公司重視員工職業健康與身心健康管理，圍繞職業健康風險防控、健康促進與應急能力建設，持續完善職業健康管理相關舉措，通過健康服務、培訓活動及配套管理措施，支援員工保持良好身心狀態，營造有利於員工長期健康與穩定工作的工作環境。

公司通過多種方式推進員工職業健康管理：

- **膳食安全管理：** 膳食委員會參與員工餐廳食品供應商招標及監督工作，加強職工膳食安全管理。
- **心理健康關注：** 推進員工心理健康測評工作，關注員工心理狀態，支援員工健康風險的早期識別與干預。
- **女職工健康服務：** 關注女職工健康需求，為女職工提供“兩篩”專項體檢服務，2025年共有82人次參與相關檢查。
- **急救能力建設：** 組織開展中醫義診、健康講座以及創傷救護、急救技能等培訓，2025年相關活動覆蓋員工570人次，其中85人獲得急救相關認證。
- **體育活動開展：** 常態化運營跑團、籃球等興趣社團，2025年體育社團成員達247人，累計組織賽事活動71場，覆蓋1,143人次；各地商場結合實際，自主舉辦體育賽事69場。
- **文體活動組織：** 2025年共組織開展各類文體活動868次，累計員工參與超過37,000人次；打造城市徒步挑戰賽等特色活動，覆蓋15個省份、25個城市，吸引1,800餘名員工參與。





公司治理



2025年公司治理議題績效目標

目標達成情況

- | | | |
|---|------------------------------------|-----|
| 1 | 全體員工反腐敗/商業道德培訓覆蓋率達到 100% | 已完成 |
| 2 | 全年因利益衝突導致公司重大損失的事件數為0 | 已完成 |
| 3 | 完成年度持份者調研，實質性議題評估覆蓋率 100% | 已完成 |
| 4 | 全年因不正當競爭行為導致的重大訴訟或重大行政處罰的事件數為0 | 已完成 |
| 5 | 每年定期披露環境、社會及管治報告，向持份者匯報年度可持續發展治理成效 | 已完成 |

風險與合規管理

公司圍繞戰略規劃和經營目標，結合業務實際，持續完善全面風險管理與內部控制體系，將風險管理融入日常經營決策和業務流程，通過風險識別、監測預警及應對機制，不斷提升風險防範和管控能力，保障公司穩健經營。

風險管理架構

公司嚴格遵循《企業管治守則》《中華人民共和國審計法》《內部審計基本準則》等有關法律法規及監管要求，制定並持續完善《內控管理制度》《流程管理制度》《內控自評價管理制度》《突發事件應急管理》等內部管理制度，系統識別和評估經營活動中的各類風險，強化關鍵風險點和流程管控。

公司構建了職責清晰、運行規範的風險管理與內部監控組織體系，涵蓋董事會、審計委員會、審計委員會下屬的審計監查部及相關業務部門。董事會作為風險管理與內部監控的最高決策機構，對體系建設及風險管理工作的有效落實承擔最終責任。公司實施以“風險管理和內部監控、內控合規、審計”為核心的三道防線模型，持續提升公司風險管理與內部監控體系的穩定性和有效性。

公司三級風險管理架構



風控合規審查

公司董事會下設審計委員會負責對風險管理與內控合規進行審查和監督，公司審計監查部負責對各職能管理部門、下屬公司開展風控合規檢查、內控審計、內控評價等工作，強化風控合規監督力度，實現風險及時有效地管控、及時識別內部控制制度流程建設及執行情況等方面的問題、提出相關整改建議並督促整改落實，以不斷提升風險管控水平，有效防範風險。

公司積極推進風險管理和內部審計的數字化建設，上線印章管理系統、合同管理系統、檔案管理系統及風控系統等，通過信息化手段固化基礎管理控制點，確保風險及時有效管控，消除潛在隱患。為提升內部審計的效率與精準度，公司進一步應用智能化工具，包括企業資源管理軟件系統（SAP），獲取全範圍被審單位的財務數據、採購數據、銷售數據及相關系統權限，並按月獲取清算中心的銀行流水和商戶銷售數據。同時，公司建立審計監察管理智能化平台，實現審計數據共用與集中管理，進一步提高審計工作的效率和質量。

公司每年通過內控自我評價，評估制度設計和執行的有效性。2025年，公司對23家商場進行了抽樣自查，並結合系統評估及審計工作，持續提升內部控制能力，保障經營活動規範有序、資產管理穩健，並確保財務及相關信息準確可靠。

公司依據《紅星美凱龍家居集團股份有限公司內部審計制度》，每年對所有運營地開展內部審計，以識別和防範潛在風險，支持公司安全高效運營。2025年，公司按照內部審計計劃，對子公司開展抽查審計，覆蓋內部管理績效、制度執行情況及風險管理等方面。全年完成商場及非家居商場業務審計項目50項，專項審計4項，離任審計4項，合計58項；同時完成決算審計項目202件，並對施工現場進行專項覆核5次。

風控合規教育

為強化整體風險管理，公司積極開展各類風險管控與合規培訓，通過多種形式向員工傳授風控與合規知識，宣導業務管理及風險控制制度要求，提高員工合規經營和風險防範意識，持續增強全員風險管理能力。



商業行為

公司將誠信經營視為企業發展的基石，嚴格遵守《中華人民共和國刑法》《中華人民共和國反不正當競爭法》《關於禁止商業賄賂行為的暫行規定》等相關法律法規，制定並執行《倡廉26條》《八項禁令》《13字箴言》等內部制度，以高道德標準規範各項經營活動，明確業務運營中的行為邊界和合規底線。

公司通過常態化道德宣貫與警示教育，強化全員合規意識和自律意識，並通過完善的監督機制和暢通的舉報渠道，保障商業道德要求有效落實。同時，公司積極宣導供應商、承包商等合作夥伴共同遵循誠信與合規經營原則，攜手構建規範、透明、公平的商業生態。

反商業賄賂及反貪污

公司高度重視企業廉潔建設，制定了《反腐敗與反賄賂政策》，明確腐敗和賄賂的定義，規定反商業賄賂及反貪污相關禁止行為，對賄賂、腐敗、舞弊、不正當競爭、洗錢等行為保持“零容忍”態度，並要求全體員工及供應商等業務合作夥伴共同遵守公司要求。

廉潔風險管控

公司貫徹執行《反腐敗和反賄賂政策》等廉潔制度，構建由董事會、審計委員會、審計監查部及各業務部門共同參與、協同運作的商業道德與合規管理架構，加強企業廉潔風險管控，確保商業道德與合規要求在公司各層級和各業務環節得到有效落實。其中，董事會作為公司風險管理和內部控制的最高決策機構，負責監督商業道德風險管理和內部控制的有效性，並監督商業道德標準的執行情況；審計委員會及審計監查部獨立履行監督職能，識別商業道德及舞弊風險，並對相關政策、制度和流程的執行情況開展監督檢查；各業務部門按照廉潔從業要求開展日常監督和定期自查，並就發現的商業道德或舞弊風險及時向審計監查部門報告。

廉潔監督與檢查

公司建立了覆蓋總部、區域及商場層級的監察管理體系，在商場配備基層監察人員，在各職能中心設置監察對接人，在省級區域設立兼職監察負責人，由公司審計監察部統一指導並監督案件查辦工作，形成自上而下、層層銜接的監督機制，持續提升監督效能。公司通過多項管理措施，及時識別、預防和應對潛在商業道德風險，保障商業道德要求的有效落實。2025年，公司對各運營主體開展商業道德風險評估，覆蓋率達100%。

公司至少每三年對所有自營商場開展一次商業道德相關政策制度執行情況的全面審計。公司審計監查部依據年度審計計劃，按月度、分區域組織開展審計工作，抽取全國重要的省營運發展中心及商場開展檢查，對業務活動、內部控制及風險管理的適當性和有效性進行評估，並重點關注舞弊風險，及時發現廉政隱患並督促相關單位及時整改。2025年，公司共開展商業道德與反舞弊相關審計12次，發現並完成整改問題5項，整改完成率達100%。

供應商廉潔管理

公司發佈的《反腐敗與反賄賂政策》要求供應商遵守公司反腐敗與反賄賂要求，嚴禁供應商出現任何形式的腐敗、敲詐、賄賂、勒索、貪污及其他涉及不正當利益的行為。公司採取一系列管理措施，並積極向業務夥伴宣導廉潔要求，以加強價值鏈廉潔風險的防範。對於開展業務合作的供應商，公司要求其簽署《合作夥伴廉潔告知書》或《供應商廉潔承諾書》等文件。

2025年，供應商《供應商廉潔承諾書》簽署率達100%。同時，公司面向各級合作供應商及合作商開展廉潔從業告知工作，由總部採購管理部及大家居業務群分級推進，覆蓋全國24個省營發中心的31,028家商戶、123家品牌工廠及1,113家合作供應商，累計發放《合作夥伴廉潔告知書》32,264份。為確保告知工作落實到位，公司要求合作夥伴在確認接收告知書後填寫接收人員信息，以便後續抽查核驗，力爭實現廉潔告知全覆蓋並確保實際成效。

廉潔培訓教育

公司通過多渠道、多層次開展宣貫與培訓工作，持續提升員工廉潔從業意識。公司承諾每年至少組織一次覆蓋董事、監事、高級管理人員及全體員工（包括兼職員工和合約人員）的商業道德相關政策制度培訓，確保相關要求得到充分理解和落實。在日常管理中，基層監察人員在所轄商場和區域內定期開展廉政宣傳與教育活動，公司審計監察部不定期赴商場開展廉政宣講和專題培訓，持續營造風清氣正的廉潔文化氛圍。

2025年，公司針對董事、全體員工開展廉潔培訓，員工覆蓋率達100%。主要廉潔培訓教育活動包括：

結合談心談話制度，推行分級廉潔談話機制，圍繞管理環節廉潔從業要求，由各單位負責人對分管聘任幹部逐一開展廉潔談話，明確崗位廉潔責任和風險點，強化廉潔履職意識。2025年，累計開展聘任管理幹部廉潔談話237人次，並形成《談話記錄表》138份。

公司黨委、紀委圍繞廉潔自律相關制度組織開展廉潔從業宣講活動，通過制度解讀和典型案例剖析強化全員廉潔意識。2025年，累計開展宣講5次（包括覆蓋全員宣講1次）、時長150分鐘，參與人數達10,392人；

組織148名擬聘任幹部開展任前廉政教育，重點學習《國有企業領導人員廉潔從業若干規定》《國有企業管理人員處分條例》《員工“八項禁令”若干規定》等文件，督促其全面掌握公司投資回避、業務回避、錄用回避等制度要求。相關人員完成廉政對照檢查及知識自測共計148人次，切實築牢新任幹部廉潔從業的思想防線，為其後續履職明確行為規範與紅線要求。

反不正當競爭

公司嚴格遵循《中華人民共和國反不正當競爭法》《中華人民共和國反壟斷法》等國內及業務所在地區有關法律法規，堅決抵制任何形式的不正當競爭行為。公司倡導自由和公平競爭，禁止利用不正當手段獲取有關競爭對手的商業秘密，禁止編造、散播虛假信息，禁止採取任何欺詐行為或其他非法手段擾亂市場秩序，致力於維護健康的市場競爭秩序。2025年，公司未涉及任何不正當競爭行為，未發生任何因不正當競爭行為導致訴訟或重大行政處罰的事件。

投訴機制及投訴人保護

公司高度重視持份者的意見與建議，鼓勵員工、客戶、供應商、當地社區等相關方對公司業務活動進行持續監督，並就任何涉嫌違法、違紀、違規或違反商業道德的行為及時進行投訴舉報。公司建立多元化、暢通便捷的投訴與建議渠道，包括獨立舉報熱線、電子郵箱、龍眼APP員工舉報平台及當面溝通等途徑，積極接收並處理持份者的反饋，與各持份者共同營造誠信廉潔的商業環境。

持份者可以通過以下公開渠道進行實名或匿名投訴或舉報：



電話：0215320896；13818982132

投訴舉報郵箱：jt.dcb@chinaredstar.com；compliance@chinacond.com

投訴舉報地址：上海市閔行區申長路1466弄2號樓北樓8樓

公司對所有舉報的違規行為予以及時受理和調查，根據調查結果依法依規採取包括政策澄清、補充培訓、流程優化、責任追究和紀律處分等糾正措施，並及時向投訴人反饋調查進展及處理結果。2025年，公司共收到各類投訴舉報220起，其中匿名舉報156起、實名舉報64起，相關投訴舉報均得到規範、及時、高效處理。

舉報調查流程

及時受理舉報，規範記錄舉報信息



對舉報信息進行篩選和初步核實，確保後續調查的有效性和準確性



採集相關證據，開展現場調查和訪談，確保調查過程公正，並依法保護舉報人身份，防止打擊報復



根據已掌握的證據進行分析評估，形成調查結論並報送審核



根據實際情況公佈案件處理結果

公司承諾對舉報人進行保護，並在《反腐敗和反賄賂政策》中明確了舉報人保護機制。公司允許實名或匿名舉報，嚴格落實保密機制，嚴禁洩露投訴舉報人的信息、舉報內容等情況；嚴禁針對投訴舉報人的打擊報復行為，對於洩露投訴舉報信息及存在打擊報復行為的人員，將按照相關規定嚴肅處理，追究相應責任。

稅務合規管理

公司嚴格遵守《中華人民共和國企業所得稅法》等國家法律法規及各業務所在地適用的稅收法規和政策，堅持合規經營、誠信納稅和透明管理原則，依法履行納稅人義務，積極營造公平、有序的稅收環境。

公司由相關部門人員負責日常稅務相關工作，持續關注和跟蹤稅收法規政策的更新和變化，並與稅務機關保持溝通和交流，及時向稅務機關諮詢、了解業務活動適用的稅收法規政策以及稅務事項操作規範，以確保稅務合規。同時，公司不定期組織稅務合規培訓，強化員工涉稅風險防範意識，提升稅務專業能力和風險管理水平。



數據摘要

指標	單位	2022年	2023年	2024年	2025年
排放物					
溫室氣體¹					
範圍一： 直接排放量 ²	噸二氧化碳當量	73,361.85	73,928.96	61,525.08	90,747.93
範圍二： 外購能源的間接排放量 (基於市場)		892,405.79	346,335.37	405,575.44	224,341.58
溫室氣體排放總量 (範圍一+範圍二)		965,767.64	420,264.33	467,100.51	315,089.51
每萬平方溫室氣體 排放量	噸二氧化碳當量/萬平方米	429.07	192.97	229.20	164.67
廢氣污染物					
氮氧化物排放量	千克	73.58	74.93	48.89	32.20
硫氧化物排放量		2.06	1.69	0.90	0.50
顆粒物排放量		5.42	5.99	3.99	2.74
廢氣排放總量		81.06	82.61	53.78	38.25
廢水及廢水污染物					
廢水排放量	立方米	/	/	4,316,533.24	5,046,177.64
化學需氧量排放量	噸	/	/	/	0
生化需氧量排放量		/	/	/	0
氨氮排放量		/	/	/	0
總氮排放量		/	/	/	0
總磷排放量		/	/	/	0

註1：公司溫室氣體排放總量較2024年降低主要得益於精細化能源管理與清潔電力使用比例提升。

註2：2025年與2024年數據差異主要系核算邊界調整所致。2025年，公司持續加強排放源管控與核算工作，範圍一核算邊界新增逸散排放源數據。

指標	單位	2022年	2023年	2024年	2025年
有害廢棄物					
有害廢棄物產生	噸	37.80	7.20	10.01	0.44
有害廢棄物轉移處置量		/	/	/	0.44
每萬平方米有害廢棄物排放量	噸/萬平方米	0.02	0.003	0.005	0.0002
無害廢棄物					
建築垃圾產生	噸	/	/	/	87,656.20
生活垃圾產生		/	/	/	36,076.73
其他無害廢棄物		/	/	/	3.00
無害廢棄物產生總量		1,670.30	182,074.47	128,325.10	123,735.93
每萬平方米無害廢棄物排放量	噸/萬平方米	0.74	83.60	62.97	64.67
資源消耗					
能源					
能源消耗總量	兆瓦時	1,672,477.50	985,478.85	1,026,172.09	803,983.13
其中：外購電力		1,313,893.08	602,027.22	683,234.20	545,371.73
其中：光伏電		/	/	/	40,711.93
水電		/	/	/	87,867.52
綠色電力總量		/	6,137.04	18,176.77	128,579.45
綠色電力比例	%	/	0.01	2.66	23.58
外購熱力	兆瓦時	/	7,573.87	16,296.78	7,153.74
天然氣消耗量		357,369.23	368,730.26	307,927.27	251,159.93
汽油消耗量		1,215.19	998.19	531.65	297.15
柴油消耗量		0	12.27	5.43	0.57
每萬平方米能源消耗量	兆瓦時/萬平方米	743.05	452.51	503.54	420.17
水資源					
總用水量	立方米	6,808,216.41	5,851,440.23	5,433,894.64	5,101,748.14
每萬平方米用水量	立方米/萬平方米	3,024.76	2,686.83	2,666.39	2,666.22

指標	單位	2022年	2023年	2024年	2025年
員工構成					
員工總人數	人	18,101	14,543	11,679	9,012
其中：全職員工		/	/	/	9,012
兼職員工		/	/	/	/
員工之外的工作者 ³		/	/	/	52
員工性別分布					
男性	人	10,283	8,329	6,593	5,092
女性		7,818	6,214	5,086	3,920
員工年齡分布					
30歲以下	人	6,718	4,105	2,904	1,971
30歲至50歲		10,240	9,514	7,927	6,432
50歲以上		1,143	924	848	609
員工教育程度分布					
碩士及以上	人	/	/	/	204
本科		/	/	/	4,101
其他		/	/	/	4,707
員工國籍分布					
中國	人	/	/	/	9,011
其他		/	/	/	1
員工民族分布					
漢族	人	/	/	/	8,603
滿族		/	/	/	109
回族		/	/	/	70
蒙古族		/	/	/	50
土家族		/	/	/	44
苗族		/	/	/	25
彝族		/	/	/	21
壯族		/	/	/	17
布依族		/	/	/	16

註3：其他工作者包括勞務派遣人員、退休返聘人員、實習生。

指標		單位	2022年	2023年	2024年	2025年
僱傭	藏族	人	/	/	/	16
	侗族		/	/	/	9
	白族		/	/	/	7
	畚族		/	/	/	7
	朝鮮族		/	/	/	6
	穿青人		/	/	/	3
	土族		/	/	/	3
	仡佬族		/	/	/	3
	水族		/	/	/	2
	哈薩克族		/	/	/	1
	員工專業類別分布					
管理人員	人	/	/	/	162	
業務人員		/	/	/	4,333	
技術人員		/	/	/	284	
財務人員		/	/	/	1,212	
業務支持人員		/	/	/	3,012	
女性管理人員		/	/	/	25	
女性業務人員		/	/	/	1,975	
女性技術人員		/	/	/	133	
女性財務人員		/	/	/	973	
女性業務支持人員		/	/	/	814	
科學、技術、工程和數學相關職位 (STEM) 員工數量		/	/	/	510	
科學、技術、工程和數學相關職位 (STEM) 的女性數量	/	/	/	276		
擔任科學、技術、工程和數學相關職位女性比例	%	/	/	/	54.12	

指標	單位	2022年	2023年	2024年	2025年
管理層構成 (管理層指公司總部、各子公司中層及以上管理人員)					
男性管理層	人	/	/	/	137
女性管理層		/	/	/	25
初級管理人員		/	/	/	845
女性初級管理人員		/	/	/	235
管理層(中層及以上)		/	/	/	162
女性管理層(中層及以上)		/	/	/	25
高級管理人員		/	/	/	4
女性高級管理人員		/	/	/	0
女性初級管理人員比例		%	/	/	/
女性管理層 (中層及以上) 比例	/		/	/	15.43
女性高級管理人員比例	/		/	/	0
創收部門的管理層數量	人	/	/	/	96
創收部門的女性管理層 數量		/	/	/	13
創收部門的女性管理層 比例	%	/	/	/	13.54
管理層國籍分布					
中國	人	/	/	/	162
其他		/	/	/	0
本地化僱傭					
公司僱傭本省員工數量	人	/	/	/	475
公司僱傭本省員工比例	%	/	/	/	5.27
公司僱傭本省女性員工 數量	人	/	/	/	220
公司僱傭本省女性員工 比例	%	/	/	/	5.61
公司僱傭本省高管數量	人	/	/	/	1

指標		單位	2022年	2023年	2024年	2025年	
僱 傭	公司僱傭本省高管比例	%	/	/	/	25	
	公司僱傭本省女性高管數量	人	/	/	/	0	
	公司僱傭本省女性高管比例	%	/	/	/	0	
	勞動合同簽訂						
	簽訂勞動合同的員工	人	/	/	/	9,012	
	勞動合同簽訂率	%	/	/	/	100.00	
	公司僱傭殘障人士情況						
	公司僱傭殘障人士情況	人	/	/	/	35	
	公司僱傭殘障人士情況	%	/	/	/	0.39	
	員工職業規劃及職位變動支持情況						
	員工內部輪崗數	人	/	/	/	588	
	員工內部輪崗的比例	%	/	/	/	6.52	
	員工流失情況						
	年度新入職總人數	人	/	/	1,449	1,570	
	離職總人數		/	/	/	4,153	
	管理層離職總人數		/	/	/	15	
	全職員工主動離職總人數		/	/	/	1,398	
	年度流失率	%	/	/	/	31.55	
	員工流失情況（按性別）						
	男性	%	35.92	46.96	51.83	40.15	
	女性		32.21	47.78	44.16	38.02	
員工流失情況（按年齡）							
30歲以下	%	44.35	78.95	87.88	50.36		
30歲至50歲		26.89	35.60	35.33	33.67		
50歲以上		23.95	27.27	36.56	47.16		

指標	單位	2022年	2023年	2024年	2025年
員工流失情況（按地區）					
中國籍員工離職率	%	/	/	/	39.25
非中國籍員工離職率		/	/	/	0
員工培訓情況					
全年員工培訓總投資額	萬元人民幣	/	/	/	269.7
受訓員工總人數	人	/	/	/	9,012
平均受訓金額	萬元人民幣/人	/	/	/	0.03
男性受訓員工人數	人	/	/	/	5,092
女性受訓員工人數		/	/	/	3,920
女性員工受訓比例	%	/	/	/	100
員工培訓覆蓋率		/	/	/	100
員工培訓總場次	次	/	/	/	3,950
員工培訓總人次	人次	/	/	/	194,757
員工受訓總時數	小時	/	/	/	839,637
員工平均受訓時數		174	48.36	67.47	93.17
分類型的員工培訓情況					
男性員工平均受訓時數	小時	174	47.29	67.52	93.17
女性員工平均受訓時數		174	49.78	67.39	93.17
30歲以下員工平均受訓時數		/	/	/	93.17
30歲至50歲員工平均受訓時數		/	/	/	93.17
50歲以上員工平均受訓時數		/	/	/	93.17
高級管理人員員工平均受訓時數		117	503.09	49.25	93.17
中級管理人員員工平均受訓時數		208	75.00	67.56	93.17
初級管理人員員工平均受訓時數		/	/	/	93.17
普通員工平均受訓時數		170	44.82	67.48	93.17
中國籍員工平均受訓時數		/	/	/	93.17

指標		單位	2022年	2023年	2024年	2025年
非中國籍員工平均受訓時數		小時	/	/	/	93.17
員工績效						
接受定期績效和職業發展考核的管理人員數量		人	/	/	/	162
接受定期績效和職業發展考核的業務人員數量			/	/	/	4,333
接受定期績效和職業發展考核的技術人員數量			/	/	/	284
接受定期績效和職業發展考核的財務人員數量			/	/	/	1,212
接受定期績效和職業發展考核的業務支持人員數量			/	/	/	3,016
接受定期績效和職業發展考核的女性員工總數量			/	/	/	3,919
接受定期績效和職業發展考核的員工總數量			/	/	/	9,007
接受定期績效和職業發展考核的員工比例 ⁴			%	/	/	/
員工關懷及福利						
員工申請的總產假時長 (作為主要照顧者)		天	/	/	/	24,167
員工申請的總產假時長 (作為非主要照顧者)			/	/	/	1,029
員工申請的總帶薪育兒假時長 (作為主要照顧者)			/	/	/	1,094.5
員工申請的總帶薪育兒假時長 (作為非主要照顧者)			/	/	/	350
非產假的帶薪家庭或護理假時長			/	/	/	92

註4: 5名殘疾員工(含1名女性殘疾員工)未設定績效考核目標。

	指標	單位	2022年	2023年	2024年	2025年
僱備	安保實踐					
	接受過人權政策或程序方面培訓的安保人員數量	人	/	/	/	772
	公司僱備的安保人員總數量		/	/	/	754
	第三方安保人員總數量		/	/	/	18
	接受過人權政策或程序方面培訓的安保人員比例	%	/	/	/	100

職業健康與安全	安全生產投入					
	全年安全生產總投入	萬元人民幣	/	/	/	77.57
	安全生產培訓及應急演練					
	安全生產培訓總人次	人次	/	/	/	102,324
	安全生產培訓總時數	小時	/	/	/	506,258
	接受安全培訓總人數	人	/	/	/	9,012
	接受安全培訓人員比例	%	/	/	/	100
	接受安全培訓女性人數	人	/	/	/	3,920
	接受安全培訓女性比例	%	/	/	/	100
	安全應急演練次數	次	/	/	/	6,798
	安全應急演練人次	人次	/	/	/	58,321
	綫下安全培訓次數	次	/	/	/	7,824
	綫上安全課程數	門	/	/	/	7
	安全生產事故					
	特別重大事故數量	宗	/	/	/	0
	重大事故數量		/	/	/	0
	較重大事故數量		/	/	/	0
	一般事故數量		/	/	/	0
	職業健康與安全績效					
	職業健康安全管理体系覆蓋的工作者	人	/	/	/	320

指標		單位	2022年	2023年	2024年	2025年
職業健康與安全	因工受傷人數	人	/	/	/	31
	因工死亡人數		/	/	1	0
	因工死亡比率	%	/	/	0.01	0
	因工傷損失的總時長	天	1,406	1,670	1,310	1,355
	工傷事件總數	件	/	/	/	31
	總可記錄傷害事故頻率 (TRIFR) - 員工	/	/	/	/	1.37
	損失工時工傷發生率 (LTIFR) - 員工		/	/	/	480.51

研發投入及研發人員						
	全年研發投入金額	萬元人民幣	/	/	/	475.61
	全年研發投入金額占主營業務收入的比例	%	/	/	/	/
	研發人員數量	人	/	/	/	74
	研發人員占比	%	/	/	/	0.82
知識產權						
市場	應用于主營業務的發明專利數量	項	/	/	/	7
	新增申請專利數量		/	/	/	5
	新增授權專利數量		/	/	/	1
	新增登記著作權數量		/	/	/	8
	新增申請商標數量		/	/	/	0
	新增註冊商標數量		/	/	/	0
	當年新增知識產權數		/	/	/	9
	公司取得授權的專利數量		/	/	/	110
	公司獲得登記的著作權數量		/	/	/	277
	公司註冊的商標數量		/	/	/	1,214

指標	單位	2022年	2023年	2024年	2025年
信息安全及侵犯客戶隱私事件					
信息安全事件數量	件	/	/	/	0
侵犯客戶隱私事件數量		/	/	/	0
供應商管理					
供應商分布					
供應商總數	家	8,669	9,218	9,511	4,653
其中：中國內地供應商數量		/	/	/	4,650
其他地區供應商數量		/	/	/	3
公司所在省的供應商數量		/	/	/	566
一級供應商數量		/	/	/	2,030
其他供應商數量		/	/	/	2,623
供應商審核					
本年度審查准入的新供應商數量	家	/	/	/	1,099
通過案頭評估的供應商總數		/	/	/	1,078
通過現場審查的供應商總數		/	/	/	21
本年度審查的供應商數量		/	/	/	1,517
重要供應商評估總數		/	/	/	412
採購實踐					
公司採購支出	萬元人民幣	/	/	/	74,269
公司向運營所在省份供應商採購的支出		/	/	/	20,986
公司向運營所在省份供應商採購的支出比例	%	/	/	/	28.26

指標		單位	2022年	2023年	2024年	2025年
市場	產品責任					
	已售或已運送產品中因安全與健康理由而須回收的百分比	%	0	0	0	0
	關於產品及服務的投訴數目	件	138	113	210	78

社會貢獻	公益					
	公益次數	次	/	/	/	140
	公益總人次	人次	/	/	/	5,684
	公益總時數	小時	/	/	/	7,885
	對外捐贈					
	對外捐贈總金額	萬元人民幣	/	/	/	0

公司治理	反腐敗政策宣導及培訓					
	反腐敗政策和程序傳達給董事、監事、高級管理人員的人數	人	/	/	/	5
	反腐敗政策和程序傳達給董事、監事、高級管理人員的比例	%	/	/	/	35.71
	反腐敗政策和程序傳達給員工的比例		/	/	/	100
	反腐敗政策和程序傳達給管理人員的比例(不含董事、監事、高級管理人員)		/	/	/	100
	反腐敗政策和程序傳達給承包商的比例		/	/	/	100
	反腐敗政策和程序傳達給供應商的比例		/	/	/	100
	反腐敗政策和程序傳達給客戶的比例		/	/	/	100

指標		單位	2022年	2023年	2024年	2025年
公司 治 理	接受反腐敗培訓的董事、監事、高級管理人員比例	%	/	/	/	35.71
	接受反腐敗培訓的員工比例		/	/	/	100
	接受反腐敗培訓的管理人員比例（不含董事、監事、高級管理人員）		/	/	/	100

《環境、社會及管治報告守則》索引表

ESG層面	一般披露及關鍵績效指標		報告章節/聲明
A.環境			
A1: 排放物	一般披露		污染物排放 廢棄物處理
	關鍵績效指標 A1.1	排放物種類及相關排放數據。	污染物排放 廢棄物處理 數據摘要
	關鍵績效指標 A1.3	所產生有害廢棄物總量及密度。	數據摘要
	關鍵績效指標 A1.4	所產生無害廢棄物總量及密度。	數據摘要
	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。	環境 污染物排放 廢棄物處理
	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。	環境 污染物排放 廢棄物處理
A2: 資源使用	一般披露		能源利用 水資源利用
	關鍵績效指標 A2.1	按類型劃分的直接及 / 或間接能源總耗量及密度。	能源利用 數據摘要
	關鍵績效指標 A2.2	總耗水量及密度。	水資源利用 數據摘要
	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。	環境 能源利用
	關鍵績效指標 A2.4	描述尋求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。	環境 水資源利用
	關鍵績效指標 A2.5	製成品所用包裝材料的總量及每生產單位估量。	本報告暫不涉及

ESG層面	一般披露及關鍵績效指標		報告章節/聲明
A.環境			
A3: 環境及天然資源	一般披露		循環經濟 生態系統和 生物多樣性保護
	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。	循環經濟 生態系統和 生物多樣性保護
B.社會			
僱傭及勞工常規			
B1: 僱傭	一般披露		員工
	關鍵績效指標 B1.1	按性別、僱傭類型、年齡組別及地區劃分的僱員總數。	數據摘要
	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。	數據摘要
B2: 健康與安全	一般披露		職業健康與安全
	關鍵績效指標 B2.1	過去三年每年因工傷亡的人數及比率。	數據摘要
	關鍵績效指標 B2.2	因工傷損失工作日數。	數據摘要
	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。	職業健康與安全
B3: 發展及培訓	一般披露		員工
	關鍵績效指標 B3.1	按性別及僱員類別劃分的受訓僱員百分比。	數據摘要
	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。	數據摘要

ESG層面	一般披露及關鍵績效指標		報告章節/聲明
B4: 勞工準則	一般披露		員工
	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。	員工權益保護
	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。	員工權益保護
營運慣例			
B5: 供應鏈管理	一般披露		供應鏈管理
	關鍵績效指標 B5.1	按地區劃分的供應商數目。	數據摘要
	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，以及相關執行及監察方法。	供應鏈管理
	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。	供應鏈管理
	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。	供應鏈管理 產品和服務安全與質量
B6: 產品責任	一般披露		產品和服務安全與質量
	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。	數據摘要
	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。	產品和服務安全與質量 數據摘要

ESG層面	一般披露及關鍵績效指標		報告章節/聲明
B6: 產品責任	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。	知識產權保護
	關鍵績效指標 B6.4	描述品質保證過程及產品回收程序。	產品和服務安全與質量
	關鍵績效指標 B6.5	描述消費者數據保障及隱私政策，以及相關執行及監察方法。	數據安全與客戶隱私保護
B7: 反貪污	一般披露		反商業賄賂及反貪污投訴機制及投訴人保護
	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。	反商業賄賂及反貪污
	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。	反商業賄賂及反貪污投訴機制及投訴人保護
	關鍵績效指標 B7.3	描述向董事及員工提供的反貪污培訓。	反商業賄賂及反貪污
社區			
B8: 社區投資	一般披露		鄉村振興與社會貢獻
	關鍵績效指標 B8.1	專注貢獻範疇	鄉村振興與社會貢獻數據摘要
	關鍵績效指標 B8.2	在專注範疇所動用資源	社會公益數據摘要
D部分: 氣候相關披露			
氣候相關披露	(I)	管治	應對氣候變化
	(II)	策略	應對氣候變化
	(III)	風險管理	應對氣候變化
	(IV)	指標及目標	應對氣候變化

上海證券交易所上市公司自律監管指引第14號 可持續發展報告（試行）

議題	對應條款	披露位置
第三章 環境信息披露		
應對氣候變化	第二十一條至第二十八條	應對氣候變化
污染物排放	第三十條	污染物排放
廢棄物處理	第三十一條	廢棄物處理
生態系統和生物多樣性保護	第三十二條	生態系統和生物多樣性保護
環境合規管理	第三十三條	環境合規管理
能源利用	第三十五條	能源利用
水資源利用	第三十六條	水資源利用
循環經濟	第三十七條	循環經濟
第四章 社會信息披露		
鄉村振興	第三十九條	鄉村振興與社會貢獻
社會貢獻	第四十條	鄉村振興與社會貢獻
創新驅動	第四十二條	創新驅動
科技倫理	第四十三條	本報告暫不涉及
供應鏈安全	第四十五條	供應鏈管理
平等對待中小企業	第四十六條	平等對待中小企業
產品和服務安全與質量	第四十七條	產品和服務安全與質量
數據安全與客戶隱私保護	第四十八條	數據安全與客戶隱私保護
員工	第五十條	員工
第五章 可持續發展相關治理信息披露		
盡職調查	第五十二條	重要性議題管理 氣候相關影響、風險及機遇管理
持份者溝通	第五十三條	持份者溝通
反商業賄賂及反貪污	第五十五條	反商業賄賂及反貪污 投訴機制及投訴人保護
反不正當競爭	第五十六條	反不正當競爭

SASB索引表

SASB主題	指 標	披露位置
能源 管理	IF-RE-130a.1 按房地產類型劃分的能耗數據覆蓋率（占總建築面積的百分比）	數據摘要
	IF-RE-130a.2 按房地產類型劃分的 (1)有數據覆蓋範圍的投資組合的總能源消耗 (2)購買的電網電力占總能耗的百分比 (3)消耗的可再生能源占總能耗的百分比	數據摘要
	IF-RE-130a.3 按房地產類型劃分的，有數據覆蓋的投資組合區域能源消耗的百分比變化	數據摘要
	IF-RE-130a.4 (1)具有能源評級且 (2)已通過房地產分部門認證為ENERGY STAR的合格投資組合百分比	本報告暫未統計
	IF-RE-130a.5 描述如何將建築能源管理考慮因素納入物業投資分析和運營策略	本報告暫未統計
水管理	IF-RE-140a.1 按房地產類型劃分的 (1)總建築面積和 (2)基綫水壓力高或極高的區域的建築面積占總建築面積的百分比	2025年可持續發展榮譽
	IF-RE-140a.2 按房地產類型劃分的 (1)具有數據覆蓋範圍的投資組合區域的總取水量 (2)水壓力高或極高的區域中取水量占總取水量的百分比	數據摘要
	IF-RE-140a.3 按房地產類型劃分，有數據覆蓋範圍的投資組合區域取水量的變化	數據摘要
	IF-RE-140a.4 描述水管理風險，並討論降低這些風險的策略和實踐	水資源利用

SASB主題	指 標	披 露 位 置
租戶可持續性影響的管理	IF-RE-410a.1 按房地產類型劃分的 (1)包含資源效率成本回收條款（相關資本改進）的新租約的百分比，以及 (2)相關的租賃面積	本報告暫未統計
	IF-RE-410a.2 按房地產類型分別計量或輔助計量的 (1)電網用電量和 (2)取水量的租戶百分比	能源利用
	IF-RE-410a.3 討論衡量、激勵和改善租戶可持續性影響的方法	本報告暫未統計
應對氣候變化	IF-RE-450a.1 按房地產類型劃分的位于百年一遇洪水地區的房產區域	應對氣候變化
	IF-RE-450a.2 描述氣候變化風險暴露分析，系統的資產組合暴露程度以及降低風險的策略	應對氣候變化

ISSB 準則索引表

IFRS S1

核心要素	披露建議	報告章節
治理	a)負責監督可持續相關風險和機遇的治理機構（包括董事會、委員會或負責治理的同等機構）或個人。	可持續發展治理架構 氣候治理 風險與合規管理
	b)管理層在監控、管理和監督可持續相關風險和機遇的治理流程、控制和程序中所發揮的作用。	可持續發展治理架構 氣候治理 風險與合規管理
戰略	a)實體在短期、中期或長期時間範圍內可合理預期會影響實體發展前景的可持續相關風險和機遇。	應對氣候變化
	b)可持續相關風險和機遇對實體的業務模式和價值鏈的當前和預期影響，以及可持續相關風險和機遇在實體業務模式和價值鏈中所集中的環節。	應對氣候變化
	c)實體在其戰略和決策中如何應對或計劃應對可持續相關風險和機遇，並披露計劃進度的定量和定性信息，以及實體如何權衡可持續相關風險和機遇。	應對氣候變化
	d)可持續相關風險和機遇在報告期內對實體的財務狀況、財務業績和現金流量的定量及定性影響，並識別將對下一報告年度的資產和負債賬面金額產生重大影響的可持續相關風險和機遇；基于實體為管理可持續相關風險和機遇所採取的戰略，預期財務狀況、財務業績和現金流量在短期、中期和長期將如何發生變化。	應對氣候變化
	e)實體的戰略和業務模式對可持續相關風險的應對韌性。	應對氣候變化

核心要素	披露建議	披露位置
風險管理	a)實體用于識別、評估、優先考慮和監控可持續相關風險的流程和政策，包括使用的輸入值和參數、是否以及如何使用情景分析來幫助識別可持續相關風險、是否以及如何優先考慮可持續相關風險、如何評估風險影響的性質、可能性和影響程度等。	應對氣候變化 風險與合規管理
	b)實體用于識別、評估、優先考慮和監控可持續相關機遇的流程，包括是否以及如何使用情景分析來幫助識別可持續相關機遇。	應對氣候變化
	c)實體用于識別、評估、優先考慮和監控可持續相關風險和機遇的流程在多大程度上以及如何納入實體的整體風險管理流程。	應對氣候變化 風險與合規管理
指標和目標	a)適用的國際財務報告可持續披露準則要求的指標。	應對氣候變化 數據摘要
	b)實體用來衡量和監控可持續相關風險或機遇，以及實體的可持續相關風險或機遇績效表現的指標。	應對氣候變化 數據摘要
	c)實體設定的或法律法規要求的目標。	應對氣候變化 環境 社會 公司治理 數據摘要

IFRS S2

核心要素	披露建議	報告章節
治理	a)負責監督氣候相關風險和機遇的治理機構（包括董事會、委員會或負責治理的同等機構）或個人。	可持續發展治理架構 氣候治理 風險與合規管理
	b)管理層在監控、管理和監督氣候相關風險和機遇的治理流程、控制和程序中所發揮的作用。	可持續發展治理架構 氣候治理 風險與合規管理
戰略	a)實體在短期、中期或長期時間範圍內可合理預期會影響實體發展前景的氣候相關風險（識別物理風險或轉型風險）和機遇。	重要性議題管理 應對氣候變化
	b)與氣候相關的風險和機遇對實體的業務模式和價值鏈的當前和預期影響，以及氣候相關風險和機遇在實體業務模式和價值鏈中所集中的環節。	重要性議題管理 應對氣候變化
	c)實體在其戰略和決策中如何應對或計劃應對氣候相關風險和機遇,包括設立目標、配置資源、以及披露計劃進度的定量或定性信息。	重要性議題管理 應對氣候變化
	d)與氣候有關的風險和機遇在報告期內對實體的財務狀況、財務業績和現金流量的定量及定性影響，並識別將對下一報告年度的資產和負債賬面金額產生重大影響的氣候相關風險和機遇；基于實體為管理氣候相關風險和機遇所採取的戰略，預期財務狀況、財務業績和現金流量在短期、中期和長期將如何發生變化。	重要性議題管理 應對氣候變化
	e)實體氣候韌性的分析結果，包括分析結果對其戰略和商業模式的影響，在分析過程中考慮的重大不確定性領域，以及實體在短期、中期和長期調整其戰略和商業模式以適應氣候變化的能力；實體應結合實際采用情景分析方法評估其氣候應對韌性，並披露如何以及何時開展情景分析，以及使用的輸入值、做出的關鍵假設和報告期間等。	重要性議題管理 應對氣候變化

核心要素	披露建議	報告章節
風險管理	a)實體用于識別、評估、優先考慮和監控氣候相關風險的流程和相關政策，包括使用的輸入值和參數、是否以及如何使用氣候情景分析來幫助識別氣候相關風險、是否以及如何優先考慮氣候相關風險、如何評估風險影響的性質、可能性和影響程度等。	重要性議題管理 應對氣候變化 風險與合規管理
	b)實體用于識別、評估、優先考慮和監控氣候相關機遇的流程，包括是否以及如何使用氣候情景分析來幫助識別氣候相關機遇。	重要性議題管理 應對氣候變化
	c)實體用于識別、評估、優先考慮和監控氣候相關風險和機遇的流程在多大程度上以及如何納入實體的整體風險管理流程。	重要性議題管理 應對氣候變化 風險與合規管理
指標和目標	a)跨行業指標，包括溫室氣體排放情況、內部碳價格、將氣候相關因素納入高級管理人員薪酬方案、針對氣候相關風險和機遇的資本配置、易受氣候相關風險與機遇影響的資產或業務活動的數量、總額和百分比等。	應對氣候變化
	b)行業特定指標，包括與一個或多個特定商業模式、經濟活動和其他表明實體參與某一行業的共同特徵相關的行業特定指標。	應對氣候變化 數據摘要
	c)實體設定的或法律法規要求的氣候相關定量或定性目標、目標實現進展情況、業績信息，以及關於溫室氣體排放目標的具體內容。	應對氣候變化 數據摘要