

ROISERV 榮万家

Roiserv Lifestyle Services Co., Ltd.

榮萬家生活服務股份有限公司

(一家於中華人民共和國註冊成立的股份有限公司)

股份代號：2146

2025

環境、社會及管治報告



目錄

1	公司致辭
3	關於本報告
4	關於榮萬家
7	可持續發展管治
7	董事會聲明
8	ESG管治架構
9	利益相關方溝通
10	ESG重要性議題識別與分析
12	致誠服務·溫暖萬家－2025年度ESG迴響
12	專題：悅享好服務
15	專題：共建好社區
18	環境(E)－以綠色引領低碳發展
19	氣候變化管理與應對
21	能源管理與節能減排
25	綠色運營與環保意識培養
28	社會(S)－以共益築就美好生活
28	客戶服務與品質保障
39	供應鏈管理與綠色採購
40	員工安全與人才發展
46	社區支持與公益貢獻
52	管治(G)－以合規護航穩健經營
52	廉潔誠信與反貪腐
55	信息安全與隱私保護
56	知識產權保護與合規宣傳
57	附錄
57	《環境、社會及管治報告守則》關鍵績效指標
62	《環境、社會及管治報告守則》內容索引



公司致辭

歲序更替，華章日新。非常高興通過《榮萬家2025年環境、社會及管治報告》與大家分享我們在可持續發展道路上的新進展、新思考。

2025年是「十四五」規劃的收官之年，也是榮萬家深化服務內涵、夯實治理基礎、邁向高質量發展的重要一年。過去一年，我們始終秉持「成就生活之美」的使命，堅持「致誠、致暖、致遠」的價值觀，在複雜多變的外部環境中穩中求進，在平凡崗位上默默耕耘，用專業與溫度守護萬千家庭。

這一年，我們持續提升服務品質，通過標準化、專業化、智能化建設，不斷優化社區服務體驗。「米飯公社」APP功能持續迭代，已覆蓋線上報修、智能門禁、費用繳納、鄰里互動等核心場景，顯著提升了服務響應效率與業主使用便捷度。同時，我們全新推出「覓好家」業主資產管理平台，整合房屋租售、美居改造、家居煥新等資源，延伸物業服務價值鏈，助力業主資產保值增值。2025年，客戶投訴率進一步降至0.40%，處理及時率達99%，結案率達98%。

這一年，我們積極踐行社會責任，持續打磨「益動萬家」公益品牌，全年開展「吶吼家庭節」「便民服務月」「四季節氣」等系列社區活動兩千餘場，覆蓋長者關懷、環保倡導、親子互動等多個維度，推動社區共建共治共享。我們相信，物業服務的價值不僅止於空間管理，更在於有溫度、有歸屬感的生活共同體的打造。與此同時，我們切實保障員工權益，全面落實職業健康與安全防護等基礎制度，並建立覆蓋新員工、基層員工、中層及管理人員的多層次培訓體系，為員工提供廣闊的成長平台。在供應鏈管理方面，我們完善供應商准入與動態考評機制，建設廉潔供應鏈、綠色供應鏈，推動責任向上下游延伸。

這一年，我們強化合規與管治能力，公司ESG工作小組繼續深耕ESG建設，統籌協調跨部門ESG議題識別、日常工作推進與信息披露。董事會持續關注ESG相關進展，通過專項匯報、會議審議等方式履行監督職責，並將關鍵ESG風險納入企業整體風險管理框架。我們堅守合規底線，持續推進廉潔文化建設，廣泛開展警示教育，對貪污腐敗行為保持「零容忍」態度；嚴格落實信息安全與數據保護法規要求，全年未發生重大信息泄露事件；在反洗錢、知識產權保護及宣傳合規等領域亦保持高度審慎。2025年，公司未發生任何涉及貪污、賄賂或洗錢的訴訟或監管處罰，治理透明度與合規水平持續提升。

這一年，我們穩步推進綠色運營，積極響應國家「雙碳」目標，將節能減排融入日常管理。通過實施公共區域照明節能改造、推廣非常規水源利用、推行垃圾分類精細化管理等舉措，有效降低資源消耗與環境影響。2025年，公司能源消耗總量同比下降8.54%，能源消耗密度同比下降15.89%；溫室氣體排放總量同比下降8.22%，溫室氣體排放密度同比下降15.44%。同時，我們正逐步建立氣候風險識別與應對機制，為未來提升業務韌性奠定基礎。

2026年是「十五五」開局之年，也是榮萬家邁向新發展階段的關鍵一年。我們將繼續以「成為美好人居生活的締造者」為願景，聚焦主業、苦練內功，不斷提升服務力、組織力與可持續發展能力。我們深知，真正的高質量發展，不僅體現在規模與效益上，更體現在對人的尊重、對環境的責任、對社會的回饋之中。

前路雖遠，行則將至；初心如磐，篤行不怠。榮萬家將永葆初心，以真誠服務溫暖萬家燈火，以務實行動守護綠色家園，以合規經營築牢發展根基，在可持續發展的道路上堅定前行，為創造更美好的生活貢獻力量。

關於本報告

報告簡介

本報告是榮萬家生活服務股份有限公司發佈的第六份ESG報告，重點披露了本公司及附屬公司(統稱「榮萬家」[公司][我們]) 2025年在ESG管理與實踐方面的進展與突破。本報告應與公司2025年度報告中的《企業管治報告》章節一同閱讀，以便對本公司的ESG表現進行更加全面的了解。

時間範圍

報告所覆蓋的時間範圍為2025年1月1日至12月31日，部分內容超出上述範圍。如無另行說明，本報告匯報範圍與2025年度報告保持一致。

編製依據

本報告遵循《香港聯合交易所有限公司證券上市規則》附錄C2《環境、社會及管治報告守則》(簡稱《ESG報告守則》)進行編製，並基於本公司的業務性質進行關鍵績效指標的披露。

匯報原則

本報告遵循《ESG報告守則》中「重要性、量化、平衡、一致性」四項原則進行披露。

- 重要性：** 我們與利益相關方進行持續溝通，並結合自身業務性質和運營方式進行重要性議題的識別、排序與回應。
- 量化：** 我們對環境、社會的相關績效指標進行量化披露。相關指標的量化標準、方法、假設及計算方式均已在相應位置進行說明，以利益相關方了解我們的ESG量化績效。
- 平衡：** 我們充分討論了報告中披露的相關議題，秉承真實、客觀的立場，針對業務發展中具有重大影響的可持續發展事宜進行全面披露，避免遺漏或不恰當地影響利益相關方進行決策或判斷。
- 一致性：** 我們的披露範圍和方法與往年保持基本一致，個別變動均設置相關說明，供利益相關方參考。

信息來源及確認

本報告披露的信息均來自榮萬家正式文件、統計數據或公開資料，經內部監督機制及檢視程序審定。董事會對報告內容的充分性和適當性負責，確保不存在虛假記錄、誤導性陳述或重大遺漏，並於2026年4月29日經董事會審議通過。

發佈方式

本報告以繁體中文及英文兩種版本進行編製，以電子形式發佈。電子版報告可在香港聯交所網站(www.hkexnews.hk)或本公司官方網站(www.roiserv.com)獲取。如中英文版本有任何不相符之處，請以中文版為準。

關於榮萬家

企業概況與使命價值觀

榮萬家生活服務股份有限公司成立於2000年11月，是中國物業管理協會會員單位，於2021年1月15日在港交所上市(股票代碼HK02146)。

榮萬家秉承著「成就生活之美」的企業使命，圍繞用戶的全生命周期，致力於服務全鏈條，以「致誠、致暖、致遠」的企業價值觀為客戶提供高水平、有溫度的服務，持續利用科技賦能為各業態提供智慧化的管理。作為一家大型的綜合性專業物業服務企業，榮萬家致力於為用戶提供優質服務、為股東創造高價值回報、為人才提供廣闊的發展平台。



業務模式與服務網絡

榮萬家從環渤海起步，通過搭建「兩橫兩縱三集群」的戰略骨架，建立起全國性戰略網絡。

兩橫—長江及隴海鐵路線；

兩縱—京滬、京廣鐵路線；

三集群—環渤海城市群、長三角城市群以及珠三角城市群。

榮萬家持續夯實環渤海區域的傳統優勢，著力發展長三角城市群、珠三角城市群以及西部城市群，成功打造出未來發展的三大核心引擎。

公司通過四條業務線提供多元化服務，即社區服務、商企服務、城市服務及服務周邊。公司在管物業組合包括社區物業及非社區物業。其中，非社區物業在管物業類型包括：商企物業，如購物中心、寫字樓及酒店式公寓、產業園、學校及醫院；城市服務，包括：市政環衛、垃圾處理、水處理、文體場館、公共交通等。

截至2025年12月31日，公司管理物業管理項目共計490個，總在管建築面積約9,699.9萬平方米，覆蓋中國19個省、直轄市及自治區的67個城市；訂約管理物業管理項目524個，總合約建築面積約10,545.5萬平方米，覆蓋中國19個省、直轄市及自治區的68個城市。

業務風險

作為一家主要在中國大陸開展物業服務業務的企業，我們的業務發展與本土宏觀經濟發展及房地產行業的趨勢密不可分。因此，公司將持續面臨來自宏觀經濟的周期性調整、房地產市場調控政策的變化以及市場需求的結構性變化等外部不確定性因素的潛在影響。

為有效管理上述風險，公司採取審慎的策略，對內建立並完善相應的內部監控及風險管理體系；對外密切關注外部環境變化，通過持續優化服務模式、拓展多元化增值服務來鞏固核心競爭力，以更好地應對風險、把握機遇。2025年度，公司整體運營穩健，未發生對業務運營或財務狀況造成重大不利影響的風險事件。



年度主要榮譽與成就

榮萬家一直以「讓業主滿意」為服務目標，以提升業主生活及居住品質為己任，積極開拓進取，不斷追求卓越，多年來贏得了主管部門及行業的高度贊譽和認同。2025年，公司再獲多項肯定，進一步鞏固了市場地位，彰顯了品牌實力與行業影響力。

榮萬家2025年度主要獎項

榮譽名稱	頒發單位
2025中國物業行業最佳僱主	克而瑞物管 中物研協
2025中國物業服務滿意度領先企業	克而瑞物管 中物研協
2025中國物業服務華北品牌企業30強	克而瑞物管 中物研協
2025中國物業服務ESG發展優秀企業十強	北京中指信息技術研究院
2025中國物業服務綜合實力百強企業第13名	中物智庫
2025中國物業品牌影響力百強企業	中物智庫
2025中國物業管理行業上市物企20強第17名	中物智庫
2025中國住宅物業服務企業TOP20	中物智庫
2025中國物業品質服務領軍企業	中物智庫
2025中國物業服務滿意度領先企業	中物智庫
2025中國物業服務企業華北30強	中物智庫
2025中國標杆物業服務項目－黃山金盆灣	中物智庫
2025中國標杆物業服務項目－南京文墨花苑	中物智庫
2025中國住宅物業好服務領軍企業	中物智庫
2025中國標杆物業服務項目－河北廊坊四季花語	中物智庫
2025中國標杆物業服務項目－江蘇南京香林水築	中物智庫

榮譽名稱	頒發單位
2025中國標杆物業服務項目－河北滄州錦綉學府	中物智庫
2025重點城市住宅物業十大品牌物業服務企業－瀋陽公司	中物智庫
2025重點城市住宅物業十大品牌物業服務企業－石家莊公司	中物智庫
2025重點城市住宅物業十大品牌物業服務企業－濟南公司	中物智庫
2025華北區域物業服務企業綜合實力50強	中物智庫
2025華北住宅物業服務TOP10企業	中物智庫
2025河北省物業服務企業綜合實力20強	中物智庫
2025東北區域物業服務企業綜合實力50強	中物智庫
2025東北物業服務滿意度領軍企業	中物智庫
2025遼寧省物業服務企業綜合實力20強	中物智庫
2025華北區域標杆物業服務項目－石家莊榮景園	中物智庫
2025華北區域標杆物業服務項目－廊坊四季花語	中物智庫

可持續發展管治

董事會聲明

本公司及董事會遵循香港聯合交易所有限公司《企業管治守則》及《環境、社會及管治報告守則》的相關要求，持續關注並監督公司在環境、社會及管治(ESG)領域的管理實踐，推動ESG理念與日常經營相融合。

董事會作為公司治理的核心，對ESG相關重大事項承擔監督責任。報告期內，公司ESG工作小組持續推進ESG相關工作，包括信息披露、議題識別、風險梳理及跨部門協作，並定期向董事會匯報進展情況。

董事會重視利益相關方關切，關注氣候變化、客戶服務、員工健康與安全、信息安全、社區參與、廉潔合規等關鍵ESG議題對公司運營的影響。公司已將主要ESG風險納入整體風險管理框架，由相關職能部門開展識別、評估與應對。

在本年度ESG報告編製過程中，董事會審閱了報告範圍、重要性議題分析及披露內容，確保其符合「重要性、量化、平衡、一致性」的匯報原則，並反映公司在2025年度的實際管理舉措與績效表現。董事會將繼續加強對ESG工作的關注與指導，支持管理層完善ESG工作機制，提升透明度與執行力，推動公司實現穩健、可持續的高質量發展。



ESG管治架構

榮萬家將ESG理念視為企業高質量發展的內生動力。在延續董事會戰略引領的基礎上，公司進一步完善ESG治理機制，推動ESG管理由分散響應逐步轉向系統治理。

董事會：是ESG治理的最高決策機構，對ESG相關事務承擔最終責任。董事會負責審定公司ESG戰略方向，監督ESG重大風險的識別、評估與應對機制。並定期聽取管理層關於ESG進展的專項匯報，跟進ESG目標達成情況。

管理層：由董事會秘書統籌協調。為強化跨部門協同與執行落地，公司已成立ESG工作小組。明確由品牌部牽頭，聯合董事會辦公室、品牌部、人力行政部、品質運營中心等關鍵業務條線及核心職能部門組成。該小組作為公司ESG工作的常設執行機構，主要職責包括：

- 制定年度ESG工作計劃與行動方案
- 組織開展ESG重要性議題識別與評估
- 推動ESG目標在各業務條線的分解與實施
- 編製並發佈年度ESG報告
- 跟蹤國內外ESG監管動態與行業最佳實踐，持續優化管理機制

執行層：各區域分公司及項目部依據ESG工作小組統一部署，將ESG要求融入客戶服務、設施運維、員工管理、供應商合作等日常運營環節。確保ESG舉措可執行、可追蹤、可評估。

通過構建董事會、管理層、執行層三級聯動的ESG管治架構。榮萬家的ESG治理實現了從頂層設計到基礎落地的有效貫通，為可持續發展戰略的扎實推進提供了堅實的組織保障。

利益相關方溝通

企業的可持續發展離不開與各利益相關方的緊密協作與互信共贏。我們通過多元化、常態化的溝通機制，主動傾聽、識別並積極回應各方核心關切，將利益相關方的期待轉化為切實可行的ESG管理行動。

利益相關方類別	重點關注議題	溝通方式與渠道
政府及監管機構	業務合規及標準化 反貪污及反洗錢 社區參與	政策諮詢 工作匯報 信息披露 監管機構會議 常規檢查
股東及投資者	溫室氣體排放 產品及服務品質 穩健價值創造	股東大會 信息披露 投資者熱線及郵箱 官方網站 日常接待
客戶／業主	客戶／業主健康安全 產品及服務品質 信息安全及隱私保護	服務熱線 滿意度調查 社區活動
員工(基層與中層員工)	權益保障與福利待遇 發展與培訓 職業健康與安全	職工代表大會 工會 信訪 直接交流
員工(高級管理人員)	員工招聘與僱傭 信息安全及隱私保護 客戶／業主健康安全	訪談 問卷 直接交流



利益相關方類別	重點關注議題	溝通方式與渠道
供應商／合作夥伴	負責任營銷 供應鏈管理 知識產權保護	公開招標程序 合同談判 日常業務交流
媒體與非政府組織	信息透明公開 權益保障與福利待遇 職業健康與安全	社交媒體 官方網站 新聞發佈會 交流活動
行業協會	客戶／業主健康安全 信息安全及隱私保護 供應鏈管理	行業會議 信息披露 社交媒體
社區	社區參與 公益慈善	社區共建活動 社交媒體

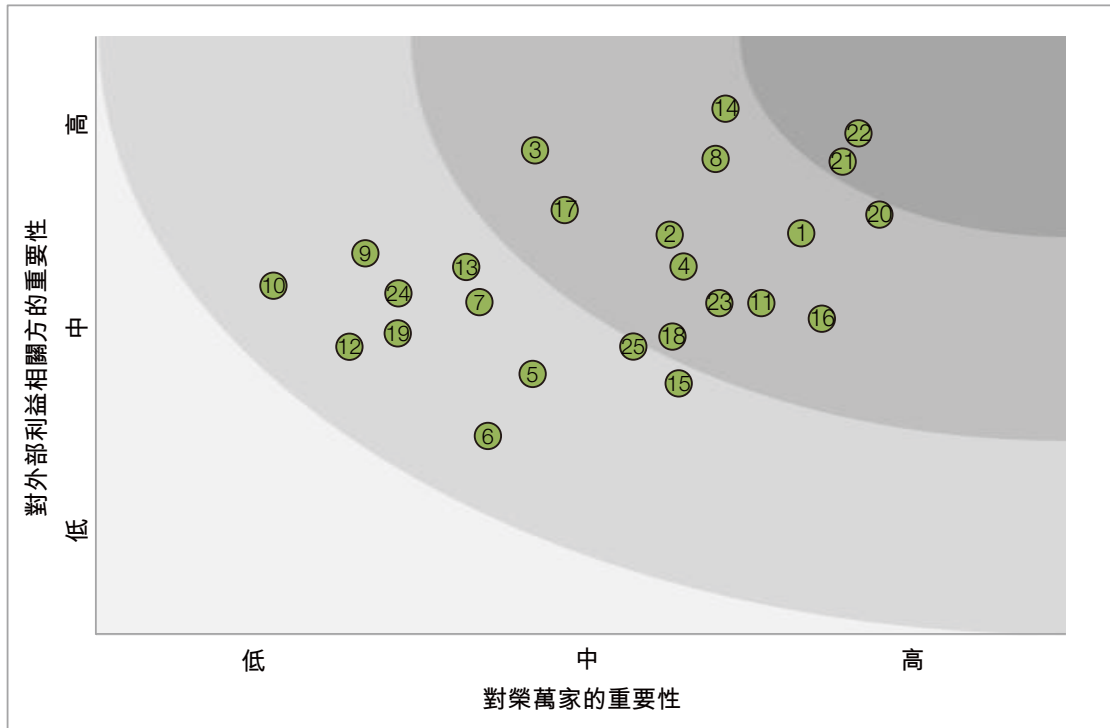
ESG重要性議題識別與分析

為保證ESG工作的科學規範，公司在2025年開展了新一輪的ESG重要性議題評估。

議題初篩：我們基於國家「雙碳」目標、物業行業發展趨勢、交易所最新披露要求、同業標杆企業實踐對標，結合公司自身業務佈局及運營特點，初步梳理出涵蓋環境、社會、管治三大維度的25項議題清單。

利益相關方調研：基於初篩形成的議題庫，制定重要性議題調研問卷，邀請公司內外部利益相關方，從自身視角評估不同議題的重要程度。調研共計回收有效問卷476份，分別來自公司高層管理人員、總部部門負責人、分公司負責人、中層管理人員、基層員工、社區街道負責人員、客戶／業主、供應商、合作夥伴、媒體等內外部相關方，調研樣本具有廣泛代表性，能夠真實反映多方訴求。

重要性議題分析：根據問卷回收結果，我們對議題得分進行統計分析，按照「對榮萬家的重要性」和「對外部利益相關方的重要性」兩大維度形成重要性矩陣，並經內部管理層及外部專家審核，形成最終議題分佈矩陣。



1. 業務合規及標準化	2. 反貪污及反洗錢	3. 知識產權維護	4. 信息安全與隱私保護	5. ESG監管
6. 風險識別	7. ESG議題的相關方溝通	8. 環境合規	9. 污染物排放	10. 廢水與噪聲管理
11. 排放目標	12. 資源節約與利用	13. 環境保護及自然資源管理	14. 氣候變化風險與機遇	15. 員工招聘與僱傭
16. 職業健康與安全	17. 員工發展及培訓	18. 員工權益保障與福利待遇	19. 負責任營銷	20. 客戶關係管理
21. 客戶／業主健康與安全	22. 產品及服務質量	23. 供應鏈管理	24. 公益慈善	25. 社區參與

致誠服務·溫暖萬家－2025年度ESG迴響

專題：悅享好服務

物業服務工作的根基在於日復一日的堅守，而其內在的價值，則在於對業主真實需求的敏銳捕捉與積極回應。2025年，榮萬家在扎實履行基礎服務的同時，圍繞居住體驗提升、便民生活支持、服務價值延伸與社區氛圍營造，推出一系列務實舉措，貼近業主生活，解決實際問題，讓好服務被感知、被認可。

居住體驗提升

公司將目光投向長期被忽視的地下空間，全面推行地庫「亮潔安」行動。「亮」即優化照明系統，消除視覺盲區；「潔」即加強對地庫路面、連接通道的系統性檢修與清潔；「安」即著重完善交通標識牌等安全防護設置。這一行動系統改善了地庫環境，提升了業主日常出入的舒適度與安全感。

值得一提的是，2025年榮萬家河北滄州某項目秩序員「花式開門」「躬身擦車」「坡道推車」等服務細節被拍成視頻，在網絡平台引發關注，獲得大量點贊。這是榮萬家一線員工日常服務的真實縮影，也是榮萬家服務理念的行動詮釋。



便民生活支持

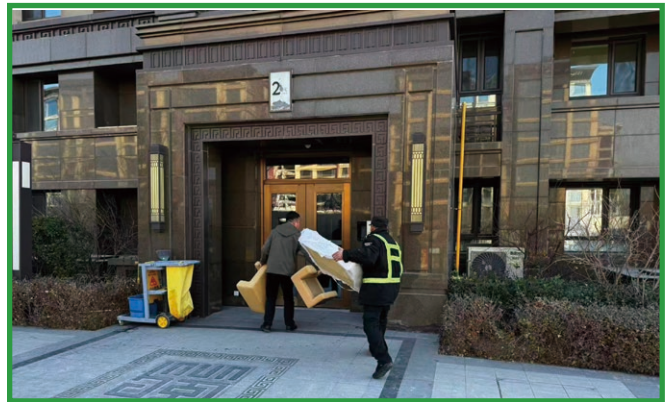
物業服務企業是參與社會基層治理的重要力量。榮萬家積極響應國家號召，助力構建「城市一刻鐘便民生活圈」，通過整合優質民生資源(如飲用水、生鮮食品、家政服務等)，為業主提供更便捷、高性價比的生活解決方案。

2025年以來，榮萬家臨鄰便利聚焦社區家庭高頻、剛需產品，加強民生產品供應鏈建設，持續優化商品結構與服務體驗，通過源頭直採與數字化供應鏈管理，讓社區居民享受「品質優、價格實、配送快」的便民服務。2025年4月，榮萬家暖心推出「送水到家」便民服務，截至12月31日，送水到家已完成服務訂單超三萬單、服務兩萬戶業主，真正做到「智慧生活，即刻送達」。

此外，榮萬家各地項目還持續開展形式多樣的日常便民服務。如免費磨刀、小家電維修、愛心義診等，將實實在在的幫助送到業主家門口。入冬後，公司組織開展為期一個月的「暖冬行動」，以業主需求為核心，持續開展入戶慰問關懷，為特殊業主送上暖心物資與誠摯問候。



愛心義診



協助物品搬運

服務價值延伸

為應對存量市場的新挑戰，改善業主的生活品質，助力業主房屋資產保值、升值，讓「老房子」煥發「新機」，榮萬家整合原房屋租售團隊和美居服務團隊，在全國落地業主資產管理平台「覓好家」。

「覓好家」聚焦業主在房屋使用與資產管理方面的實際需求，致力於為業主的居住資產保值與生活品質改善提供支持，成為值得信賴的居住資產管家。一方面，作為平台向業主及外部客戶提供存量房買賣、租賃等居間服務，助力盤活房屋資產；另一方面圍繞居住品質提升，提供二次裝修、局部改造、軟裝搭配、智能化改造等房屋美居升級服務，改善居住舒適度。



社區氛圍營造

2025年，公司結合重要時間節點，組織系列主題文化活動。六一兒童節期間，開展親子手工、組織趣味遊戲，為孩子們營造歡樂記憶；重陽節組織敬老慰問與健康關懷，弘揚尊老風尚；國慶節則通過園區環境佈置與美化、鄰里聯歡等形式，共慶家國同歡。此外，在建黨節、建軍節等重大節日，也開展了相關主題共建活動，讓物業服務更具溫度與人情味，營造和諧美好、互敬互愛的社區氛圍。



重陽節敬老慰問



迎七一心向党

專題：共建好社區

卓越的社區打造不僅有賴於優質的基礎服務，更在於構建和諧、充滿活力、共治共享的社區生態。2025年，榮萬家通過體系化的品牌活動、公益項目與社區參與機制，主動融入基層治理網絡，將服務場景轉化為促進鄰里和睦、激發社區活力、提升居民幸福感的平台，發揮物業服務企業優勢，助力基層治理。

「啲吼家庭節」推動社區融合

自2019年創辦以來，「啲吼家庭節」已經成為榮萬家推動社區融合的重要載體。2025年第七屆「啲吼家庭節」，公司更以全員參與、千人千面、精心策劃為原則，著力將其打造成為強化社區認同、促進鄰里交融的年度盛事。

在推動「全員參與」方面，榮萬家通過精心規劃，在全國設立34個主會場及125個分會場，覆蓋所有在管社區，累計開展活動363場，覆蓋範圍同比增長21.4%和42%，參與人數超過5萬人次。對於暫不具備獨立開展活動的項目，則積極引導業主就近參與鄰近會場活動，最大限度提升業主參與度。

針對社區內不同年齡結構、生活習慣的業主需求，榮萬家採取「千人千面」的策略，深入分析不同業主群體特徵，量身定制活動方案。面向長者群體，組織頤養康樂活動；面向親子家庭，開展趣味運動會；面向年輕業主，設置潮流互動環節，有效提升業主參與意願與滿意度，同時也促進了社區內部的代際融合與交流。

「啲吼家庭節」不僅豐富了業主的業餘文化生活，更將鄰里關係轉化為社區情誼，有效降低了社區溝通成本，為基層治理營造了友善、互助的社區氛圍。



開幕儀式



中秋晚會

物業不僅是服務，更是家的溫暖延伸。感謝你們的每一份付出，讓生活更美好！

—業主感言

寶貝參加玩得非常開心，重在參與，希望多多舉辦這樣的活動！

—業主感言

「臨鄰」品牌行動共建可持續社區

榮萬家依託「臨鄰」品牌活動，將環保、健康、全民運動等議題融入社區日常，在促進社區公平與包容性方面持續努力，攜手業主共建可持續社區。

「臨鄰綠動」：聚焦綠色生活，開展「檢約徒步·暢意家園」活動，組織業主家庭清理園區垃圾、參與環保科普，並通過寓教於樂的垃圾分類遊戲與環保塗鴉等方式，將環保意識轉化為業主的實際行動，培養社區居民的環保主體責任意識，推動綠色生活方式普及。



「臨鄰悅動」：倡導健康生活方式，通過親子公益跑、趣味運動會等形式，促進家庭協作與社區健康活力。



「臨鄰悅護」：積極應對老齡化趨勢，自2024年以來，已建立居家照護站、長者學院，並推進康養中心建設，提供從活力長者到失能老人的分層照護服務。

「當夏·趣夜市」激活鄰里經濟

2025年夏，榮萬家啟動「當夏·趣夜市」活動，聯結各方資源，整合零售、娛樂、便民服務與康養體驗，為社區居民提供就近享受照護、陪伴、社區文化活動的便利。

活動覆蓋全國100餘個住宅小區，共舉辦夜市大集活動137場，參與人次超10萬。通過整合社區內外資源，活動有效激活「鄰里經濟」，提升社區商業活力與生活便利度。活動現場設置露天電影放映、親子互動、便民理髮、家電維修等服務，並引入「臨鄰悅護」團隊提供理療按摩，滿足社區居民多元化需求。這一活動實踐為探索「市集+服務」商業模式、參與共建和諧繁榮社區生態提供了有益範本。



探索業主共建激勵機制

為激發業主參與社區治理的積極性，榮萬家持續探索並完善業主共建激勵機制，通過創新活動設計、多元激勵方式和長效反饋機制，構建共治共享的社區治理新格局。

2025年，榮萬家創新開展「春季煥顏」專項行動，通過全員服務形象提升、園區空間煥顏打造等舉措，實現項目環境品質的全面提升。在此過程中，公司特別推出「煥新家園，共築美好」業主互動活動，帶動業主深度融入社區煥新全流程。活動面向全體業主開展互動創意徵集，評選出的優秀業主方案由物業負責實施落地。為強化激勵效果，活動分別設置集體獎項（針對整棟業主）、團隊獎項（針對項目團隊）、個人獎項（針對個人業主）三類榮譽，並給予相應獎勵。此外，公司還建立《業主共建檔案》，將高頻建議納入下季度改造計劃，每季度發佈工作報告，展示業主建議與實施成果。

在常態化共建機制建設方面，榮萬家致力於搭建業主參與社區事務的多元化平台，通過發起社區故事、生活分享、建言獻策等徵集活動，鼓勵業主分享對社區建設的思考與建議。對於採納的稿件，公司給予米飯公社積分回饋及到家服務基礎保潔服務體驗獎勵，以此激勵更多業主從旁觀者轉變為共建者。這一機制不僅收集了寶貴的社區治理民意，更增強了業主的社區歸屬感與參與感，為社區長效治理注入了可持續的內生動力。



環境(E) — 以綠色引領低碳發展

在全球應對氣候變化、推動可持續發展的時代背景下，榮萬家深刻認識到環境管理是企業實現高質量發展的基石。我們將環境保護深度融入企業戰略決策與日常運營的各個環節，致力於通過系統化的管理、全員參與的環保行動，構建資源節約、環境友好的運營模式。

公司以「雙碳」目標為引領，嚴格貫徹國家綠色發展理念，遵守《中華人民共和國環境保護法》《中華人民共和國節約能源法》《中華人民共和國固體廢物污染環境防治法》《環境行政處罰辦法》《生活垃圾分類制度實施方案》等法律法規。自2018年獲得ISO 14001：2015環境管理體系認證後，公司持續完善標準化環境管理體系建設，建立健全《公司環境保護管理制度》等各項制度，積極識別並應對氣候相關風險與機遇，在溫室氣體排放、節能減排等方面扎實推進工作，並通過綠色辦公、環保宣傳、社區共建等多種形式，攜手員工、客戶、供應商及社區公眾，共同踐行綠色生活方式，努力降低自身運營對環境的影響，賦能服務空間的綠色低碳轉型。

氣候變化管理與應對

在全球氣候挑戰日益嚴峻的背景下，榮萬家充分認識到識別和應對氣候相關風險是保障業務韌性與實現可持續發展的關鍵前提。公司正逐步建立對氣候變化影響的認知框架，推動相關議題納入公司風險管理範疇，探索在運營層面開展前瞻性評估與響應準備，為可持續發展提供系統支撐。

治理體系

健全的治理結構是有效應對氣候變化的基礎。為此，公司正參考行業領先實踐，著手建立由董事會層面監督、管理層負責推進的氣候變化管治架構，明確各層級在氣候風險管理中的職責與分工。目前，公司ESG工作小組已將氣候相關議題納入常態化管理範疇，定期評估氣候風險對公司業務的潛在影響，並向董事會匯報相關管理工作進展。後續，我們將持續完善這一治理體系，為系統化開展氣候風險識別、評估和應對提供保障。

應對策略

為了系統應對氣候變化帶來的機遇與挑戰，榮萬家對業務進行梳理與審查，建立系統化的氣候風險管理流程，對氣候相關的物理風險及轉型風險進行識別與評估，確定重點關注領域。評估範圍包括物業服務、法律合規、健康與安全等方面，並有針對性地制定應對措施，如節能減排、能源管理及極端天氣應對等，以增強業務韌性，降低潛在的氣候風險可能對運營產生的影響。

氣候風險	潛在影響	應對措施	
物理風險	極端高溫	<ul style="list-style-type: none"> 增加空調等製冷設備能耗 可能影響業主／客戶舒適度 加速建築材料老化，增加維護需求 影響戶外設施使用 	<ul style="list-style-type: none"> 制定並下發《防颱防汛應急預案》《惡劣天氣突發事件處理制度》等相關制度與規程 面向員工開展惡劣天氣應對培訓，制定供電事故、供水中斷、水質污染等應急預案 配備應急設備及物資，做好應急準備 做好應急預警，提前向員工、業主發佈預警信息
	極端低溫	<ul style="list-style-type: none"> 管道凍結 供暖系統故障 影響戶外設施使用 	
	極端降雪	<ul style="list-style-type: none"> 建築屋頂結構受損 道路及出入口堵塞 	
	洪澇	<ul style="list-style-type: none"> 地下設施、停車場、底層建築被淹，破壞建築結構 停水停電 	
	熱帶氣旋(強風、暴雨)	<ul style="list-style-type: none"> 破壞建築結構 停水停電 	



氣候風險	潛在影響	應對措施
轉型風險	政策與法規	<ul style="list-style-type: none"> • 嚴格披露要求提升數據監測與合規成本 • 如不能滿足持續升級的標準可能被追責
	企業聲譽	<ul style="list-style-type: none"> • 如對氣候相關問題應對不當，可能損害公司聲譽
	市場	<ul style="list-style-type: none"> • 隨著環保意識的提升，非綠色物業服務缺乏市場競爭力 • 綠色物業的管理與服務會增加研發與運營成本
	技術及供應鏈	<ul style="list-style-type: none"> • 綠色技術、設備可能提高採購及運維成本
		<ul style="list-style-type: none"> • 定期跟進法律法規發展趨勢 • 開展節能改造，提高能源使用效率 • 確保信息披露真實、及時、有效 • 加強內外部宣貫，提升品牌形象 • 制定《突發事件媒體應對、輿論引導的應急處置》，規範突發事件應對 • 提供綠色低碳物業服務，回應市場需求 • 開展綠色低碳活動，與業主共建低碳社區 • 開展節能化改造、智能化運營，節水、節電 • 針對節能改造中涉及的通用設備，通過戰略集採降本，以量換價
氣候機遇	潛在機遇	應對計劃
企業聲譽	<ul style="list-style-type: none"> • 踐行ESG、強化氣候管理，有助於營造負責任的企業形象，提升公眾信任度，增強業主黏性 	<ul style="list-style-type: none"> • 強化ESG信息披露，全面、真實展示公司在應對氣候變化方面的努力與成效 • 開展「臨鄰綠動」等綠色低碳活動，帶動利益相關方共同參與氣候行動
市場	<ul style="list-style-type: none"> • 市場對環保、節能、綠色產品及服務關注越來越高，有助於新興業務空間的開拓 	<ul style="list-style-type: none"> • 打造綠色社區，提升市場競爭力 • 發展新零售業務，倡導綠色消費，提高業務收入
技術及供應鏈	<ul style="list-style-type: none"> • 物聯網、人工智能等技術可提升能源效率、降低運營成本、改善業主體驗 	<ul style="list-style-type: none"> • 不斷完善「米飯公社」服務平台，並開拓外部合作，為業主提供更好服務
資源提效	<ul style="list-style-type: none"> • 通過節能改造等方式，可降低能耗，具有長遠價值 	<ul style="list-style-type: none"> • 開展綠色運營、綠色辦公，提高資源和能源使用效率，實現節能減排，降低運營成本

風險管理

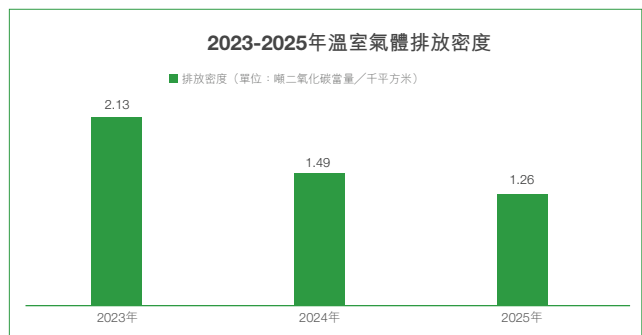
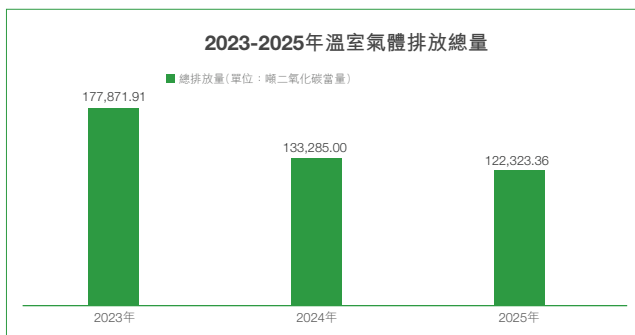
公司高度重視氣候變化對企業經營的潛在影響，正在逐步建立系統化的氣候風險管理機制，探索將氣候相關風險全面融入業務運營各個環節，嘗試構建包含風險識別、專業評估、科學應對及效果跟蹤的閉環管理體系，並通過定期審查與動態監測，持續優化針對物理風險與轉型風險的應對策略，確保企業具備足夠韌性應對氣候挑戰。此外，為提升全員風險意識與應對能力，公司發出低碳辦公倡議，不斷增強員工對氣候風險的理解與重視。

與此同時，我們也深刻認識到在氣候治理框架的完善、氣候情景分析工具的深入應用、長期減排目標的科學設定等工作方面，公司仍存在一定不足，對於氣候變化的相關披露與實踐仍處在初級階段。未來，我們將把氣候相關因素進一步整合，結合行業特徵與資源條件，強化內部能力建設，完善數據收集體系，循序漸進地提升氣候管理與實踐的能力，提升信息披露的深度與廣度。

指標與目標

榮萬家持續監察及披露溫室氣體排放指標，並在2024年度的環境、社會及管治報告中，首次嘗試對範圍三排放數據進行核算與披露。現階段，由於內部數據採集體系仍待優化、供應鏈碳足跡核算基礎相對薄弱，以及部分排放源的監測手段尚不完善等現實條件限制，當前公司範圍三排放統計範圍暫時集中於員工商務出行環節。我們將在此基礎上，不斷提升數據收集的精細化水平，以期實現更加全面、透明的碳排放信息披露。

2025年，榮萬家溫室氣體排放總量為122,323.36噸二氧化碳當量，同比下降8.22%；溫室氣體排放密度(單位面積碳排)為1.26噸二氧化碳當量/千平方米，同比下降15.44%。



能源管理與節能減排

高效、集約地使用能源與水資源，並規範管理化學品、處置廢棄物，是企業履行環境責任的基本要求。榮萬家將資源效率提升作為綠色低碳發展的核心任務之一，統籌推進能源、水資源、化學品及廢棄物等關鍵環節的系統化管控，著力構建覆蓋使用、監測、優化與回收的全過程管理體系。

能源與資源管理

公司在成功獲得ISO 50001能源管理體系認證的基礎上，持續建立系統化的管理體系和改進機制。2025年，公司進一步深化能源與資源管理工作，制定管理目標與實施路徑，在節能減排、資源循環、環境友好等方面開展常態化工作，致力於構建資源節約型、環境友好型的現代物業服務企業。

目標範疇	2025目標描述	2025落實進展
能源使用	積極推進節能技術改造，優化用能結構，加大智能化管控平台的覆蓋率，實現對重點用能環節的精細化管理。	持續推廣高效節能設備應用，開展照明系統等關鍵能耗設備的運行優化，有效降低能源消耗強度。
水資源使用	進一步完善用水計量體系，加強用水過程監控，實施節水技術改造，提升水資源利用效率。	注重水循環利用技術應用，在綠化灌溉、景觀補水等環節推廣使用再生水，減少新鮮水資源消耗。 開展節水宣傳，持續提升員工、業主等的節水意識。
廢棄物處理	持續完善分類收集體系，強化全過程管控，積極推進與專業機構的資源化利用合作。	開展環保宣傳教育活動，提升員工與業主的環保意識，促進廢棄物源頭減量與資源循環利用。

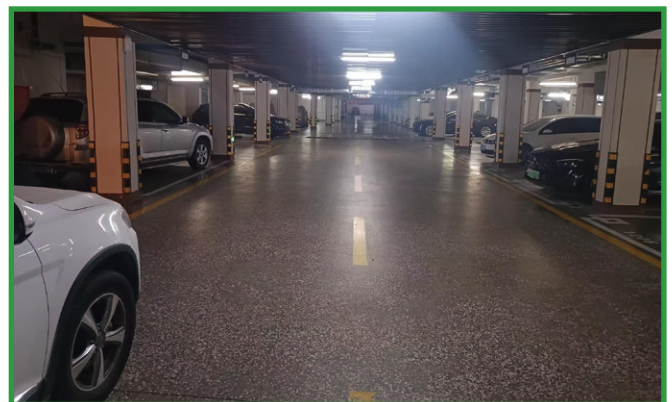
能源與資源節約

為實現能源的合理節約使用，提高能源利用率，以最小能耗實現最大的服務效果，榮萬家制定並下發《節能降耗管理作業規程》，通過建立明確管理架構和持續改進機制，在保證服務質量的前提下，全面提升能源利用效率和資源循環利用水平。

在電力管理方面，公司持續推進各項目節能技術改造。其中，石家莊公司對項目小區地庫進行照明節能改造，將原有的雙排燈整合為一排燈，在確保照明效果的前提下，有效降低電力消耗。



改造前



改造後

在水資源管理方面，公司制定並實施節約用水管理規定，涵蓋非常規水源利用、設施設備管控、綠化灌溉管控和人員行為管控等多個維度。通過完善的管理體系與行動指南，實現水資源的最優化利用。

案例：川渝公司多措並舉降水耗

榮萬家川渝公司在節水管理方面開展了卓有成效的探索實踐。在非常規水源利用方面，明確要求園區景觀水池、景觀湖的溢流水及日常換水必須優先回收用於綠化灌溉，並建立水池水位預警機制。設施設備管控方面，確保公共區域用水器具全部採用節水型產品，並每月對供水管網進行巡檢。綠化灌溉嚴格執行優先使用回收水、控制灌溉時段和時長等要求。同時，通過將節水指標納入員工考核，強化人員行為管理。2025年，川渝公司綠化灌溉非市政水利用率達52%；供水管網漏損率4.8%，實現了5%以內的控制目標；景觀水池年回收水量達8,500噸。

川渝公司2025年硬件改造及營運優化措施



得益於持續推動節能舉措，榮萬家2025年能源消耗總量同比下降8.54%，能源消耗密度(單位面積能耗)同比下降15.89%，能效水平進一步提升。

化學品管理

榮萬家高度重視作業場所的環境與職業健康安全，對易燃、易爆、有毒等危險化學品實施全生命周期管控。公司建立《特殊物品領用、回收登記表》《化學藥品領用、回收登記表》等台賬，確保危險化學品從領用、使用到回收的全過程可追溯。同時，公司編製並維護《化學品MSDS數據表》檔案，詳細記錄各類化學品的成分特性、安全防護措施及應急處理辦法，並配套制定《危險品一覽表》，落實月度盤點與半月巡查機制，由各項目環境負責人嚴格監督執行，切實防範化學品使用過程中的安全與環境風險。

廢棄物管理

公司堅持「減量化、資源化、無害化」原則，全面推進廢棄物的規範化管理。針對生活垃圾，制定《生活垃圾清運標準作業規程》《垃圾清運作業指導書》，涵蓋垃圾打包、清運轉運、設備清潔等全鏈條作業環節，有效實現了生活垃圾的日產日清和環境維護。對於運營過程中可能產生的少量有害廢棄物，公司嚴格進行分類收集與暫存管理，並委託具備資質的第三方單位進行合規處置，確保符合國家相關法規要求。

濟南公司為落實落細《濟南市生活垃圾減量與分類管理條例》，在前期生活垃圾分類模範小區基礎上，從分類設施配置、日常維護管理、分類實效等3個方面進一步優化，在管錦綉瀾灣小區獲評2025年上半年濟南市生活垃圾分類示範小區。

案例：川渝公司垃圾減排見實效

2025年，榮萬家川渝公司通過設備升級、督導宣傳、閉環收運三項核心舉措，在垃圾分類上取得了顯著成效。

- 設施升級：在管住宅園區完成28組四分類投放點標準化改造，配備智能分類設備，實現投放數據實時監測。
- 督導宣傳：設置10名專職督導員，在每日早7-9點、晚6-8點高峰時段值守，全年開展宣傳活動12場，覆蓋業主5,000人次。
- 閉環收運：與2家具備資質的收運單位簽訂協議，實現可回收物每周1次、廚餘垃圾每日1次（社區清運）、有害垃圾每季度1次的分類收運。

通過以上措施，業主垃圾分類準確率從45%提升至88%，月均可回收物回收量從120千克增加至450千克，廚餘垃圾分出率39%，生活垃圾清運量同比減少17%，年減碳量約12噸。



石家莊公司在管38個項目均已完成垃圾分類改造



綠色運營與環保意識培養

推動綠色低碳發展不僅依賴於硬件設施的升級，更離不開全員參與的文化氛圍。榮萬家將綠色理念融入辦公運營、社區服務與員工行為規範之中，通過制度建設、場景營造與多元化的宣貫活動，攜手員工、業主及社區夥伴，共同踐行綠色生活方式。

綠色辦公

公司通過制度規範與日常管理相結合的方式，在辦公場所持續落實照明、空調、用水、紙張及辦公垃圾的節能減排措施，強化員工環保意識培養。

- **節省辦公用電**：辦公區域普遍採用日光照明，非使用時段及時關閉電燈；照明系統設有獨立控制開關，確保按需開啟。空調系統設定最低溫度為25.5攝氏度，定期清洗濾網及盤管式風機，門窗加裝密封條以減少冷氣外泄。辦公設備在非工作時間關閉電源，鼓勵使用高能效產品，如取得一級能源效益標籤的分體式冷氣機等。
- **節約辦公用水**：辦公區推行「隨手關水、人走水關」，及時維修滴水龍頭，定期檢查水錶讀數與隱蔽漏水現象，杜絕跑冒滴漏。
- **節約辦公用紙**：公司推廣雙面打印與複印，將電腦及打印機默認設置為省墨模式；優先使用電子通訊傳遞信息，減少紙質文件流轉；所有廢棄紙張均投入可回收物垃圾桶，由專業機構回收處理。此外，推動電子簽系統應用，減少紙質合同與審批文件使用。
- **減少辦公垃圾**：辦公場所實施垃圾分類，廢硒鼓、墨盒由供應商在更換時統一回收並做專業處理；廢舊電池通過以舊換新方式集中收集，經專業渠道處置。同時，使用可替換筆芯的筆具，避免整支廢棄；推廣充電電池替代一次性電池。
- **員工意識培養**：公司鼓勵員工搭乘公共交通工具上下班，倡導綠色出行。通過內部郵件、海報等形式向員工宣傳節能減排知識，增強環保責任意識，並組織員工參與環保團體活動。

綠色社區

榮萬家重視在管物業區域的生態環境維護，通過標準化作業、季節性專項行動及員工能力建設，系統推進綠色環境改造及綠色氛圍營造。

公司制定《綠化常規養護標準作業規程》《病蟲害防治作業指導書》，明確綠化養護技術要求。在病蟲害防治中，優先採用生物性農藥，禁止使用劇毒、高毒農藥，減少中低毒化學藥劑使用，降低對土壤與水體的潛在影響。

2025年春季，公司在全國項目開展「煥新家園，共築美好」春季煥顏活動，將環境品質提升作為重點內容。綠化團隊抓住春季養護窗口期，對園區綠植進行全面檢查、修剪造型與缺株補種，提升景觀整體性與綠植覆蓋率。同時，面向業主徵集主幹道植物修剪建議及園區出入口亮化創意，部分可行方案已由物業組織實施，推動業主參與環境共建。

在基礎設施維護方面，工程團隊對園區主幹道路面進行全覆蓋排查，修復破損點位；地下車庫持續推進「亮潔安」改造，更新節能照明燈具，修復漏水點，優化標識系統，提升空間明亮度與安全性。單元大堂、好生活服務中心等公共區域同步開展環境整治，統一公告欄設置，規範保潔工具存放，保障公共空間整潔有序。

為強化一線作業能力，各地區公司組織開展環境條線技能大比武，設置保潔作業、綠化修剪、理論知識等考核環節，以賽促訓，提升員工專業水平，夯實綠色社區運維基礎。



環保宣貫

公司面向員工、業主及社區相關方，聯合多方力量，開展環保主題宣傳與實踐活動，推動綠色低碳理念在社區落地。2026年1月13日，榮萬家南亞鄺都好生活服務中心協辦由共青團湛江市委員會主辦的「綠韻環保•分繪新卷」—垃圾分類志願服務。活動面向南亞鄺都社區居民，設置垃圾分類承諾牆簽名、快問快答、家庭場景垃圾闖關小遊戲等互動環節；現場採用「以老帶新」搭檔模式引導居民自主分類，並組織志願者與居民代表共同清理公共區域垃圾、現場分類投放，最後集體宣讀《社區垃圾分類倡議書》，強化居民參與感與垃圾分類意識及實操能力。





社會(S)－以共益築就美好生活

榮萬家始終將客戶、員工、合作夥伴與社區的福祉融入可持續發展戰略。公司聚焦客戶需求，持續優化服務體系，以標準化、數字化和人性化舉措提升服務品質，矢志實現「好生活，榮萬家」的美好願景；在供應鏈管理中，強化全周期合規與廉潔管控，踐行綠色採購理念，推動上下游共建負責任、可持續的價值鏈；切實履行員工責任，保障合法權益，完善職業發展通道，營造安全、健康、有尊嚴的工作環境；同時，積極投身社區公益，打造「益動萬家」公益品牌，聯動業主、員工與社會力量，在助殘扶弱、環境保護、應急救災等領域傳遞溫暖，共創共享共治的美好社區生態。

客戶服務與品質保障

榮萬家生活服務始終秉持「想業主所想，急業主所急」的服務宗旨，以專業化團隊和標準化體系為基礎，從日常服務到高端定制化解決方案，全方位滿足業主多元化需求。通過溫暖貼心的服務營造舒適生活空間，持續提升社區品質，不斷提升業主滿意度。2025年全年，榮萬家有5個項目在全國性行業評選中獲標杆榮譽，2個項目榮獲省優級獎項，5個項目榮獲市優級榮譽，3個項目榮獲行業特定優秀榮譽。

標準化建設築牢服務根基

榮萬家始終以業主需求為導向，持續優化服務流程，提升內部運營效率，致力於為業主提供高質量、個性化、有溫度的社區生活服務，打造「便捷、安心、溫暖、柔軟、關愛、呵護」的居住體驗。

作為服務品質管理的重要支撐，榮萬家先後通過ISO 9001質量管理體系、ISO 14001環境管理體系、ISO 45001職業健康安全管理体系、ISO/IEC 27001信息安全管理體系、ISO 50001能源管理體系、GB/T 37228應急預案管理能力六大管理體系認證。結合管理體系認證，榮萬家從客戶服務、工程服務、秩序服務、環境管理、前置案場等五大管理維度持續優化項目品質，通過36個程序文件，83個標準規程、232個記錄表單，以嚴格的標準規範服務細節。



智慧化轉型賦能品質提升

榮萬家將科技創新深度融入服務價值鏈建設，積極探索科技智慧，利用互聯網、大數據、雲計算等技術，為業主打造「安全、便捷、舒適、智能」的生活環境。客戶服務端方面，自主研發社區O2O服務APP「米飯公社」，業主專享一鍵報事、報修、預約到家服務；設備監管與管理方面，建立FM & EBA設備監管系統，高效、精準實施設備設施巡查，實時掌握設備設施動態數據，保障設備設施安全運行；智慧社區打造方面，建設以智慧人行、智慧車行、車輛違停治理、AI危險識別為核心的智慧社區，提升業主居住體驗。2025年，榮萬家專項投入資金用於智慧社區管理和數據中台的建設，重點佈局了能耗管理、安防響應等核心物業服務場景，進一步邁向低碳、智能管理。

米飯公社

「米飯公社」平台集成線上物業繳費、線上報事報修、小區智能門禁、物業通知公告、房屋／訪客管理、米飯精品商城、社區業主團購、社區活動報名等核心功能，為業主提供全場景、一站式智能化社區生活體驗。

「米飯公社」深度融合大數據分析能力，成為客戶響應、服務改進的重要工具，該應用可以對各項設施設備運行狀態、員工服務評價、項目運營效能等內部數據進行動態監測，為公司不斷提升服務品質、提高服務效率奠定數據基礎。此外，還可以通過系統數據，分析業主生活習慣與消費偏好，為業主精準推送個性化服務與社區內容，實現從「標準化服務」向「千人千面」的智慧服務升級，持續賦能美好社區建設。



米飯公社功能



米飯公社物業服務小程序

多元增值服務拓展服務邊界

榮萬家始終以客戶體驗為核心，持續洞察業主不斷變化的生活需求，探索「物業+生活服務」融合創新，推動服務模式從「物的管理」向「人的關懷」深度轉型。

好生活服務中心服務

以榮萬家好生活服務中心的設立為起點，榮萬家將物業服務內容全面轉向業主全周期生活場景服務。通過「必達+選配」的彈性服務機制，好生活服務中心致力於助力業主在「家門口」一站式解除後顧之憂，真正實現服務有溫度、響應有速度、內容有精度，持續提升社區生活的便利性、幸福感與歸屬感。



榮萬家創建新型「空間運營+生活運營」社區生態系統

好生活服務中心特色服務項目

- 「4+N」一站式便民服務

所有榮萬家服務項目均設有4項基礎便民服務內容—便民驛站、快遞代收發、便民打印複印、鑰匙託管；N為各項目依據自身實際開展的靈活選配服務。
- 「吶吶到家」入戶服務

各項目結合人員配置、項目資源，定制「吶吶到家」入戶服務菜單，涵蓋家政保潔、入戶維修、疏通下水、開鎖、跑腿等生活服務，通過打造社區綜合服務團隊和社區前置倉，提供門到門的優質服務，形成差異化定制。
- 「宜老宜小」服務

打造業主活動室；結合榮萬家自有養老品牌「柏齡悅」，提供上門拜訪、健康體檢、入戶家政服務；結合旅遊品牌家游季組織親子游、研學游、老年團等活動。

新零售服務

榮萬家搭建「連鎖便利店+自營前置倉+社區團購」三位一體的S2B2C新零售模式，讓業主實現「一鍵下單、一單到底」的高效購物體驗，持續完善社區生活服務生態圈。截至2025年12月底，榮萬家在管小區已佈局67家「臨鄰便利」實體店，活躍銷售單品逾4,000種。

在產品方面，全年引入合作商家20餘家，新增單品1,500餘個，進一步豐富產品線結構。全年累計開展線下擺展活動692場次，強化線上線下聯動效應，提升轉化效率。臨鄰優選及自有品牌建設方面，開發定制雞蛋、專用紙巾、優質大米等核心主力單品；攜手知名飲用水企業推出「送水到家」便民服務，聚焦社區高頻複購型剛需品類。



榮萬家與快遞企業簽訂戰略合作協議



榮萬家線下「臨鄰便利」倉儲店

業主居住安全守護

榮萬家始終將社區安全視為物業服務的基石，嚴格遵守《中華人民共和國安全生產法》等國家及地方相關法律法規，全面落實企業安全生產主體責任，致力於實現零物業責任事故，保障社區居民安全，為業主營造安全、有序、可信賴的居住環境。

公司已建立覆蓋日常運營與突發事件應對的全場景安全管理制度體系及操作規程，包括《消防安全管理作業標準規程》《秩序維護巡邏管理標準作業規程》《機具管理標準作業規程》《生活垃圾清運標準作業規程》等，從人防、物防、技防多維度規範安全行為，確保各項操作有章可循、責任到人。

安全意識常態化

日常服務中，榮萬家執行標準化作業規程，形成常態化隱患巡查機制。注重推行「人車分流」，降低服務區域內交通安全隱患；在主要出入口進行訪客身份核驗與登記管理，強化社區封閉式安全管控。

為全面保障業主與員工的人身財產安全，確保物業服務平穩運行，榮萬家及地區公司每年組織不少於2次的消防綜合演練、每季度開展至少1次防盜防暴演練，提升一線員工與業主的協同應對能力。

每年，榮萬家均組織「零患行動」「安全守護季」「節前風險排查」等專項治理行動，各地區公司及項目對服務園區進行系統排查，針對消防、治安、設備運營等重點領域進行安全檢查，杜絕小區安全隱患，同步提升秩序維護人員的風險識別與處置技能，為業主、住戶生命財產安全保駕護航。2025年，榮萬家開展「零患行動」安全專項治理工作，組織各項目開展安全隱患排查及防火、防盜、防災等應急演練；專項檢查消防設備與通道，確保設施完好、通道暢通，問題即查即改；面向員工與業主開展用火用電等安全培訓，普及安全知識，打造「人人懂安全、人人護安全」的社區共治氛圍。



川渝公司防汛應急演練



滄州公司消防應急演練

健全應急響應機制

公司制定《突發事件處理標準作業規程》，並配套20項專項應急預案，覆蓋物業服務中高頻、高風險場景，包括：停車場交通意外、電梯困人、車輛盜竊與違規停放、突發停水停電、水管爆裂、可燃氣體泄漏、治安事件(如酗酒鬧事、打架鬥毆)、刑事案件、颱風暴雨、火災、群體性事件、食物中毒、傳染病及疫情、地震、爆炸及可疑物品、突發性水浸與室內水浸等。規程明確了全流程標準動作，旨在有效預防風險、及時控制事態、最大限度減少危害，切實保障住戶生命財產安全，構建高效、科學、可操作的社區應急處置體系。

電梯維保升級

2025年，針對老舊小區電梯陳舊的問題，榮萬家嚴格遵循住宅專項維修資金管理規定，規範啟用公共維修基金501.28萬元，精準落地90台電梯大小維修工程，高效解決電梯運行故障等急難問題；同時積極響應國家老舊小區改造政策，成功申請政府補貼4,233.97萬元，完成505台電梯的專業維保及更新改造，改善老舊小區居民服務體驗，全面提升電梯安全性能與運行穩定性。



汛期安全守護

汛期安全是物業服務的關鍵防線，直接關係業主生命財產安全與社區正常運轉。榮萬家高度重視汛期風險防控，堅持「預防為主、防救結合」，系統部署隱患排查、物資儲備、應急演練與值班值守，全面提升防汛抗災能力。2025年，在超強颱風「樺加沙」「麥德姆」登陸期間，榮萬家湛江公司提前佈防、風雨中徹夜搶險、災後高效復原；在華北多地極端強降雨、河北承德青松嶺鎮遭遇歷史罕見山洪時，廊坊公司項目團隊連夜組織撤離、搶排積水、送水上門、通宵搶修，72小時內恢復水、電、電梯，並完成全面消殺。各區域以快速響應、專業處置和人文關懷，切實築牢汛期安全屏障，守護社區平安。



湛江公司應對超強颱風，守護業主生命財產安全



廊坊公司承德·青松嶺項目啟動應急預案，保障業主安全

客戶溝通與投訴

榮萬家始終秉持「客戶至上、主動服務」的理念，將客戶溝通與投訴視為改進服務、提升體驗的重要契機。公司依據《投訴處理標準作業規程》《客服條線日常巡查管理規範》等制度文件，建立起標準化、分級化、數字化的全周期投訴管理體系，確保業主訴求「件件有落實、事事有回音」。2025年，根據米飯公社後台數據統計，公司全年共接獲投訴總數量2,408件，投訴處理及時率99%，客戶投訴結案率98%，客戶投訴率0.40%，客戶投訴處理總體滿意度80%。



多元渠道，及時響應

渠道方面：除面對面投訴外，公司開通管家微信、米飯公社App客戶端，以及400-640-8888、400-100-8987服務投訴熱線等多通道投訴機制，並在各服務中心前台、大堂、電梯轎廂等區域公示監督電話，確保業主反饋「零障礙」。在社商業務服務設置專人管理社商業務相關業主的投訴。

響應實效方面：

面對面投訴 設專人負責處理，並錄入App後台形成工單，24小時內出具解決方案；重大緊急事件30分鐘內上報。

客戶管家微信投訴 10分鐘內錄入App後台形成工單，工作時間30分鐘內首次響應。

所有App內工單 1小時內響應，24小時內跟進或確認完成。

閉環管理，責任到人

每項投訴由專屬客戶管家全程跟進，每72小時向業主反饋進展；建立三級超時預警機制：超7天推送項目經理、超15天推送地區總經理、超30天直接上報總部品質運營中心；工單關閉以業主滿意度評價為唯一標準，不滿意則持續優化直至滿意；對重大投訴，由物業公司總經理牽頭召開專題會，確保快速妥善處置。

全流程數字化支撐

所有投訴均錄入「米飯公社」App後台，形成工單，並依託後台系統實現投訴工單線上錄入、自動派單、進度跟蹤、錄音留痕、回訪驗證、電子歸檔全流程管理，保存期限不少於3年。

分析改進，預防前置

各服務中心每月導出投訴數據，編製《月度投訴分析表》；分公司品質運營中心每季度形成《季度投訴分析報告》，提煉典型案例，組織專題交流會；針對高頻或系統性問題，推動流程優化與服務升級，實現「處理一個、改進一類、預防一片」。



項目點舉辦項目經理接待日活動，物業團隊與業主代表展開深入交流

創新項目拓展

榮萬家積極應對行業挑戰，不斷拓寬服務範圍、拓展業務增長點，推動業務創新。公司建立「臨鄰悅護」康養品牌，落地「物業+養老」模式，實現對業主全生命周期的全齡關懷；加大非住宅業態管理項目和城市服務項目拓展力度，逐步實現從住宅服務商向城市綜合運營服務商的戰略轉型。2025年，公司非社區物業管理面積達1,227.7萬平方米，同比增長41.62%。

商企服務：在深耕住宅服務的同時，榮萬家在非住宅服務領域持續發力，不斷增加市場佔有率，建立各類型非社區物業的專業化服務標準和管理體系，打造高品質商企服務。2025年，榮萬家簽約商企服務項目135個，類型涵蓋政府大樓、產業園、公建、高速服務區、商業、住宅、園林綠化、學校、城市環衛、工業、景區等多元場景。



湛江公司進駐中國傳媒大學海南國際學院項目

2025年5月，榮萬家成功中標貴州高速公路北部區域綜合服務項目，管理範圍涵蓋重慶至畢節、畢節至遵義、畢節至貴陽、貴陽至遵義、遵義至重慶等五大路段，涉及29個服務區及1個收費站，覆蓋面積超過貴州全省高速公路服務區總面積的四分之一，是榮萬家單個管理規模最大的非住項目；同時，也標誌著榮萬家從此前的服務區服務進入大交通板塊，包括服務區、停車區、路面保潔、商業空間管理等細分領域。此次合作大大拓寬了榮萬家的業務邊界，有助於積累大型基礎設施運維經驗。

城市服務：榮萬家基於自身業務優勢，不斷孵化新業務方向，在市政環衛、垃圾處理、園林綠化、水治理等公共治理領域，以實際市場需求為重點，為城市治理提供精細化服務。截至2025年末，榮萬家累計在河北、黑龍江的6個城市簽約9個城市運營服務項目。

供應鏈管理與綠色採購

榮萬家始終秉持「以客戶為核心、以品質為根本」，將供應鏈管理視為保障服務質量與履行企業社會責任的關鍵環節。公司通過構建覆蓋准入、履約、評估、退出的全周期供應商管理體系，全面推行綠色採購實踐，並嵌入廉潔合規機制，打造供應鏈健康生態。2025年，榮萬家在全國共有供應商531家。

供應商全周期管理

嚴格准入機制

根據《供應商管理制度》要求，榮萬家招採部門依據公司業務發展計劃及現有供方資源，提前開展供應商儲備工作，於新項目進場前2個月完成供應商拓展工作，保障採購需求有效落地，避免因時間緊迫降低供應商合規准入門檻；所有新拓展單位須由招採部門對其渠道來源進行確認，並從企業資質、經營規模、歷史業績、承接能力、運營模式、資金保障等維度開展綜合評定，篩選出符合公司標準的候選供應商納入考察名單；招採部聯合需求或專業部門(至少兩人)對供應商的辦公場所、庫房、工廠或服務/施工項目現場進行實地考察，全面驗證供應商實際運營與服務能力。

動態庫管與退出機制

所有合格供應商須完整錄入《榮萬家供應商信息庫》，並在招採部門備案，實現統一、透明管理。同時，榮萬家建立了嚴格的動態退出機制，對履約評分低於70分者暫停合作；對多次不參與報價、三年無實質合作的供應商進行剔除；對圍標、串標，以及發生重大勞資糾紛或存在嚴重安全隱患拒不整改的供應商及其關聯方、實際控制人，一律列入黑名單，永久禁止參與公司任何採購。

踐行綠色採購

榮萬家積極推行綠色採購理念，將環境友好性納入供應鏈管理全過程。在供應商准入與績效評估中，公司優先選擇能夠提供清潔、低碳、環保產品及服務的合作方，尤其注重採購具備能源效率標識、高回收利用價值或對環境影響最小化的產品。各項目公司在滿足業務需求的前提下，優先選用本地或鄰近區域的供應商，減少運輸環節碳排放，提升響應效率。同時，公司根據具體採購品類，要求供應商提供相關產品檢測合格報告、環境管理體系認證等合規文件，確保所採購的用品、藥劑等符合國家環保法規及公司可持續發展要求。

供應鏈廉潔管理

榮萬家堅決杜絕供應鏈環節的腐敗行為，致力於構建公平、透明、廉潔的合作生態。公司制定並實施《招標採購管理辦法》《廉潔誠信承諾書》等制度文件，明確要求所有供應商簽署廉潔承諾，並將反商業賄賂、反不正當競爭等要求嵌入合同條款；同時，公司設立廉潔舉報通道，鼓勵員工、供應商對違規行為進行監督舉報，形成內外聯動的廉潔防線，從源頭防控廉潔風險。

採購全過程嚴格執行招採制度，從供應商引入、資格審查、現場考察到評標定標，均實行雙人參與、跨部門協同、留痕可溯，杜絕暗箱操作。對圍標串標等行為「零容忍」，一經查實即啟動黑名單機制，形成強大震懾。

在同等條件下，公司優先選擇品牌知名度高、市場佔有率大、治理規範的企業。此類供應商通常具備成熟的合規體系與良好的商業信譽，有助於降低廉潔與履約風險。

員工安全與人才發展

榮萬家始終嚴格遵守《中華人民共和國勞動法》《中華人民共和國勞動合同法》《中華人民共和國殘疾人保障法》《中華人民共和國社會保險法》《企業職工帶薪年休假實施辦法》《中華人民共和國婦女權益保障法》《女職工勞動保護特別規定》《職業健康監護管理辦法》等國家相關法律法規，全面履行用人單位責任，切實維護員工的合法權益。2025年，公司榮獲克而瑞物管、中物研協評選的「2025中國物業行業最佳僱主」。



職場健康與安全

榮萬家始終將員工職業健康與安全置於管理核心。公司明確管理層對提供安全工作環境、安全作業系統、合規設備設施及必要培訓、指導與監管的主體責任，並制定覆蓋全員的健康安全政策，確保辦公及作業場所全面符合甚至優於國家法規要求。

公司建立全員參與的安全目標體系和高效隱患上報機制，將日常安全檢查納入崗位職責，定期向員工通報安全數據與改進措施。所有新員工入職即接受通用安全培訓，針對高風險崗位同步開展專項防護培訓，內容涵蓋危險識別、應急處置及個人防護裝備使用等。工作場所嚴格執行禁煙規定，及時清理地面液體與雜物以防滑倒，並免費配發必要勞保用品。

在健康保障方面，公司對各崗位人員的健康情況、體檢情況進行統計與管理，根據員工年齡段、性別定制體檢套餐。同時，公司還通過內部溝通平台促進員工與管理層對話，並依託職工俱樂部／工會組織「團隊拓展日」「健康講座」「節日聯歡」等活動，營造尊重、關愛、激勵的工作氛圍，切實守護員工身心健康與職業尊嚴。

權益保障與福利

薪酬保障

榮萬家高度重視員工的薪酬激勵與福利保障，致力於構建完善、透明、公平且具有市場競爭力的薪酬福利體系。公司制定並實施《薪酬管理制度》《考勤與休假管理制度》等，根據崗位性質、工作職責及業務特點，科學設定差異化、個性化的薪酬標準，確保薪酬分配合規合理、公正透明，並具備行業吸引力。自2022年以來，榮萬家通過設立「致敬一線」「榜樣的力量」等專項榮譽，表彰一線員工的突出貢獻，在公司內部積極營造尊重一線、關愛一線的良好氛圍，並配套實施薪酬激勵、福利保障等向一線傾斜的政策措施。

在基礎薪酬之外，榮萬家為員工提供全面多元的福利保障，涵蓋生活支持、健康關懷等多個維度，包括婚喪育補貼、通訊補貼、高溫津貼、食堂補助、住宿補貼、年度免費健康體檢、帶薪年休假等基礎性福利；同時，結合員工績效表現，還提供購房優惠、物業費報銷等激勵性福利，切實提升員工獲得感與歸屬感。

在節日與重要節點，榮萬家亦注重人文關懷：每年春節前夕為全體員工發放節日慰問品；為當月生日員工舉辦集體生日會，傳遞組織溫暖。

員工關愛

為營造溫暖、具有活力的企業文化氛圍，公司組織形式多樣的文體與團建活動，如團隊拓展、公司籃球賽、集體觀影等，有效豐富員工的業餘文化生活。這些活動不僅有助於緩解工作壓力、放鬆身心，也極大地提升了員工的歸屬感與幸福感，增強了團隊凝聚力和工會活力，激發了廣大職工的工作熱情與積極性。

案例：芳華悦己·向美而生－榮萬家致敬「她」力量

榮萬家重視女性業主和員工的生活體驗和工作感受，2025年「三八」國際婦女節之際，榮萬家在全國所有社區和分公司開展系列活動，為女性業主和員工送上溫暖關懷，讓每一位女性都能感受到尊重與關愛。各分公司精心籌備活動，如古雅團扇製作、插花體驗、時尚美甲服務、愛心義診等活動，讓女性員工、業主在節日裏享受關愛，努力營造平等、和諧、美好的社區氛圍與工作環境。



員工趣味運動會



員工茶話會



南京公司員工休息區



川渝公司開展「夏季送清涼」活動

人才招聘與發展

公平僱傭

榮萬家堅持以人為本，營造包容開放的工作環境。公司嚴格遵守國家勞動法律法規，堅決禁止任何形式的就業歧視，包括性別、殘疾、年齡、種族、國籍、家庭狀況或其他任何受法律保護的因素，確保在招聘、薪酬、晉升等各環節堅持公平、公正與透明。公司依法與員工簽訂勞動合同，切實保障其合法權益；同時尊重並保護員工個人隱私，致力於構建規範、公正、和諧的勞動關係。報告期內，榮萬家未發生任何違反勞動法律法規的事件。

公司堅決杜絕使用童工及強制勞動，通過人力資源系統與在線入職平台實現員工身份信息的雙重核驗—包括身份證件真實性校驗與年齡識別，從源頭上有效防範童工僱傭風險。如發現任何疑似童工或強迫勞動情況，公司將立即啟動調查程序，並依據調查結果採取嚴肅糾正措施。此外，榮萬家積極履行企業社會責任，重視退役軍人的就業安置與職業發展，在招聘過程中對符合條件的退役軍人予以優先考慮，並結合其綜合能力，合理匹配崗位。

拓寬成長空間

榮萬家視員工為企業最寶貴的財富，持續優化人才發展體系，暢通管理與專業雙通道晉升路徑，規範選拔機制，夯實人才梯隊建設。通過系統化技能培訓與職業發展規劃，切實支持員工能力提升與職業成長，為員工創造清晰、公平、可持續的發展空間。2025年，榮萬家啟動維修服務體系全面改革，將「員工能力建設」置於核心位置，通過制度設計與機制創新，打造一條清晰、公平、可持續的職業發展路徑，切實將一線技術人才的成長融入企業高質量發展進程。

公司改革建立「基礎工—一星至三星技工」四層級技能認證體系，明確各等級對應的薪酬標準、能力要求與發展通道，推行「以考定級、以級定薪」機制，打破平均主義，激勵員工主動學習、精進技藝。這一舉措不僅提升了維修團隊的專業化水平，更讓肯鑽研、有技術的員工獲得與其價值匹配的回報，營造出「比學趕超、實幹爭先」的積極氛圍。

在總部統籌下，改革同步推進三大支撐體系建設：

- **專業化分工：**按水電、暖通、智能化等工種組建專項小組，實現「專業事由專業人做」
- **數字化賦能：**依託「米飯公社」智慧平台，實現報修、派單、進度跟蹤、業主評價全流程線上閉環，提升服務效率與透明度
- **成長閉環機制：**人力資源系統配套建立「培訓－考核－晉升」一體化發展路徑，為維修人員提供持續學習與職業躍升的機會

多維度培訓體系

榮萬家堅持以人為本，重視人才梯隊建設，圍繞「三力(領導力、文化力、專業力)」針對不同層級人才進行專項賦能，通過領航計劃、星火計劃及條線內訓逐級搭建梯隊人才發展賦能體系，針對榮萬家獨有的管培生計劃「新盛力」不同階段、不同節點的發展需求配備相應支持，加快「新盛力」成長，為公司各個層級持續提供優質內生人才。2025年，榮萬家員工受訓比率100%，平均受訓時長17.45小時。

「新盛力」管培生培養計劃

「新盛力」是榮萬家自2019年起專門針對高潛力的優秀應屆畢業生打造的管培生培養計劃。「新」是新行業中的新生力量，「盛」指旺盛的生命力，「力」是指公司的骨幹力量，「新盛力」寓意著公司對校招生的期望。培養目標：兩年經理，四年總監，六年總經理。該計劃旨在快速培養「懂戰略，識體系，能落地」的核心幹部團隊，實現管理層1/3來自「新盛力」的總目標。



9月，榮萬家為期8天的「新盛力」訓練營圓滿落幕

案例：以賽促學強技能，匠心築優提服務

2025年6月起，榮萬家多家分公司圍繞客服、工程、秩序、環境四大條線廣泛開展崗位技能比武，通過「理論+實操」雙賽道考核，全面檢驗並提升一線員工專業能力。工程條線聚焦家庭電箱組裝、自鎖電路接線等實操項目，從作業規範、工藝質量、時效及物料損耗等維度嚴格評分；客服、秩序、環境條線則通過情景模擬、標準化流程演練等方式，強化服務細節與應急響應能力。

比賽不僅設立榮譽激勵，更注重經驗共享—選手自發組建互助小組，品質運營中心同步開展「工藝展示時刻」，將優秀案例轉化為培訓教材。南京分公司等區域持續推動崗位練兵，弘揚「工匠精神」，夯實人才梯隊，切實將員工成長轉化為高品質服務輸出。



社區支持與公益貢獻

榮萬家為業主提供高質量物業服務，與社區、居民攜手共建共治共享美好社區。在此基礎上，榮萬家持續深化社區公益實踐，系統化組織形式多樣、內容豐富的公益活動與主題宣傳，涵蓋環保倡導、助老扶弱、兒童關愛、特殊群體融合等多個領域。公司通過推動社區公益賦能社區治理，打造出獨具特色的公益品牌，助力構建人人參與、人人盡責、人人享有的美好社區共同體。

益動萬家

2024年，榮萬家推出全新公益品牌「益動萬家」，以「17來公益」為口號，號召業主、員工和社會大眾共同參與公益活動。同時，公司將每年的5月17日和9月17日設立為「榮萬家公益日」，倡導公益參與。通過整合上下游資源，榮萬家構建起了具有自身特色的公益矩陣，並逐步推動社區公益文化建設的組織化、持續化、規模化。



益動萬家公益品牌logo解讀



「益動萬家」公益矩陣

臨鄰綠動



「臨鄰綠動」作為榮萬家公益品牌的組成部分，旨在通過系列環境保護類活動的開展，推行社區環境保護與節能減排。2025年，榮萬家旗下社區通過普及垃圾分類知識、徒步撿拾活動、環保袋DIY、綠色集市、跳蚤市場等豐富多樣的活動，激發鄰里互動，推動建設低碳環保社區。



臨鄰悅動



「臨鄰悅動」旨在通過系列健身活動的開展，打造活力社區、倡導全民健身。2025年，榮萬家旗下社區組織親子運動會等各種趣味體育活動，點燃業主們參與健身的熱情，激發社區活力，引導業主健康生活。



啲吼家庭節



「啲吼家庭節」是榮萬家的社區活動主題項目，是業主年度專屬節日。項目通過聯合社區、街道、業委會，組織開展豐富多彩的社區親子類活動，促進和諧社區、鄰里共建。項目已成功舉辦七屆，成為榮萬家社區活動的「名片」。



左鄰右里



「左鄰右里」是榮萬家推動「黨建引領，基層治理」的基礎項目。通過推動總部及各分公司建立黨組織，加強黨的建設，號召並發動黨員幹部廣泛參與，發揮黨建引領在品質服務中的作用，助力社區治理。



案例：黨建引領辦實事，便民服務零距離

2025年二季度，榮萬家川渝公司多個項目共同以「黨建引領辦實事•便民服務零距離」為主題，開展便民活動。活動涵蓋便民磨刀、公益理髮、電動車清潔、地墊清洗等多元服務，切實提升業主生活便利性。現場還設置健康諮詢、女性美妝等特色項目，吸引近千名業主參與。便民服務旨在通過公益性與實用性相結合的方式，深化「黨建引領•社區治理」的紅色服務理念，構建有溫度的社區生活場景。



洗車



清洗地墊

關愛孤獨症人群公益活動

2025年3月底，「益動萬家」第二次攜手壹基金，共同開啟「4•2世界孤獨症日」主題宣傳周。本次公益活動廣泛調動榮萬家全國13個分公司，橫跨16個省份、64座城市，通過各服務社區與辦公區域的電子屏幕、宣傳欄、電梯公告板等多元渠道，在323個具體項目中累計投放主題宣傳海報逾萬幅，全方位營造關愛氛圍。此次公益活動募集的資金主要用於資助壹基金海洋天堂計劃項目，該項目內容包括為心智障礙兒童行為訓練及家庭養育賦能，青少年、成年心智障礙人士社區自主生活支持，社區家庭支援中心支持，藍色行動公眾倡導活動開展，康復服務機構及家長組織能力建設等。

榮萬家攜手業主、員工以實際行動支持孤獨症患者關愛，推動社會認知與接納，減少偏見與障礙，呼籲社會各界共同為孤獨症群體營造包容、友好的社區環境，支持他們實現平等參與和自主生活。



便民服務

榮萬家堅持以業主需求為導向，各分公司、各項目開展形式多樣的便民服務活動，提高業主幸福感與獲得感。如湛江公司各項目好生活服務中心開展愛心義剪、免費磨刀、免費義診、清洗地毯等一系列便民服務；瀋陽公司錦綉觀邸二期開展物業便民服務日活動，安排專業保潔團隊，為業主提供紗窗拆卸、清洗和安裝服務，並對行動不便的老年居民提供上門服務，營造和諧幸福的社區氛圍。



暖心助考

2025年，榮萬家心系學子，在全國多地項目啟動「暖心助考行動」—發起社區「靜音行動」倡議，加強裝修、噪聲管理，為考生營造安靜舒適的備考與休息環境；設立「高考加油站」，配備免費礦泉水、應急文具、防暑藥品及愛心應急車輛等，隨時為考生及家長提供應急支援。



廊坊公司



濟南公司

應急救援

榮萬家堅持責任為先、愛心同行理念，各分公司結合所在地氣候災害特點，主動支持應急救援工作，在自然災害等突發公共事件中迅速響應，對受災地區施以援手，履行企業社會責任。

2025年7月底，河北省承德市興隆縣青松嶺鎮等地遭遇持續強降雨，引發嚴重山洪和泥石流災害。廊坊公司承德·青松嶺項目全體人員迅速投入抗洪搶險工作和隨後的災後恢復工作中，維護業主安全、保障生活秩序。除所負責項目外，由於多個鄉鎮受災嚴重，萬家智慧環境—興隆項目公司響應災區需求，緊急籌備1,000件礦泉水和300箱方便面，為災區群眾送去急需的生活援助。



管治(G)－以合規護航穩健經營

榮萬家嚴格遵守《中華人民共和國公司法》《中華人民共和國證券法》《香港聯合交易所有限公司證券上市規則》等法律法規與監管要求，並結合公司發展實際情況不斷優化治理架構、持續提升治理水平。榮萬家設立董事會、審計委員會、薪酬委員會及提名委員會，構建起權責清晰的治理架構，確保公司合規、穩健、高質量發展。本公司2025年年報中對治理內容有更為詳盡的闡述，敬請參閱。

廉潔誠信與反貪腐

榮萬家始終秉持「誠實守信」價值觀，嚴格遵守《中華人民共和國反洗錢法》《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》等法律法規，對貪污腐敗行為「零容忍」。在此基礎上，公司制定並實施內部廉潔管理制度，劃清廉潔底線，明確行為禁區，將廉潔要求嵌入業務流程與崗位職責之中。公司《廉潔自律準則》已成為勞動合同的重要組成部分，所有員工入職即簽署。2025年全年，公司未發生任何一起涉及貪污、賄賂、勒索、欺詐及洗黑錢的訴訟案件。

加強監督管理

公司董事會全面監督企業商業道德及反腐敗事宜，審計監察部全面統籌並負責反腐敗相關建設，始終堅持「有案必查、違規必究」，堅決打擊各類違紀違法行為；在嚴格保護舉報人基礎上，對舉報線索展開調查，做到事事有核查、件件有反饋，並依法依規嚴肅處置；持續深化廉潔文化建設，推動監督執紀問責常態化、規範化、精準化；定期開展廉潔培訓、警示教育 and 制度宣貫，增強全員合規意識，築牢企業高質量發展的廉潔防線。

榮萬家出台《紀律處分規則》《廉潔風險事前報備實施細則》《監督信息明示政策實施細則》《內部審計工作程序規範》等一系列制度文件，系統構建起廉潔合規管理體系。制度內容包含應對利益衝突、信息保密、賄賂、反貪污及機會平等在內的行為準則，明確反貪污政策。各項制度協同發力，為公司打造陽光、透明、廉潔的經營生態提供堅實保障。此外，公司明令禁止員工通過個人微信、支付寶等非企業渠道收費，客服管家均配備企業微信號，以統一身份提供服務，杜絕私收行為。

強化內部審計

2025年，公司通過專項審計排查管理漏洞，完善業務管理，強化內部管控。全年推進業務部門修訂並完善《項目庫房管理辦法》《維修、補植質量管理辦法》等制度；進一步厘清與開發公司之間的債權、債務，強化相關業務往來要求；規範收費系統和發票系統的管理權限，全年通過內部審計發現項目管理問題112項，已推動整改90%以上。

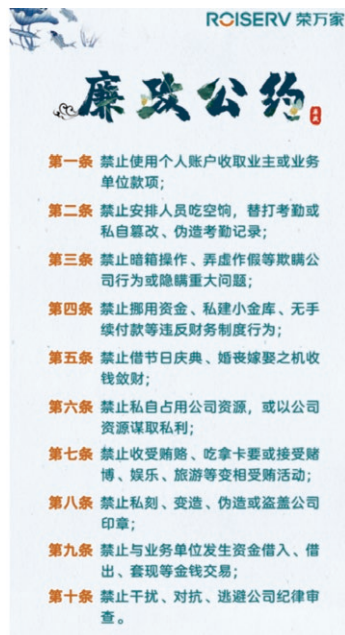
暢通舉報渠道

公司建立貪污舉報制度，並暢通舉報渠道，主動向社會公佈舉報路徑—包括電話、郵箱、微信、QQ、信件、來訪等，確保舉報路徑清晰、響應及時。審計監察部自受理線索之日起20日內，完成初查並提出立項意見。2025年公司收到舉報事項18項，經初查、達到立項條件的11項，已調查處理完結。

同時，榮萬家堅信廉潔監督需要全員參與，為此建立《舉報保密、保護、獎勵實施細則》。公司嚴格執行舉報人保護機制，以「三全保護(全過程、全層級、全節點監督)」為核心，為每一位敢於伸張正義的舉報者築牢安全屏障，避免任何形式的泄露與打擊報復。此外，公司明確要求員工如果收受賄賂或覺察到賄賂事件、貪污事件或其他任何已發生及可能發生的違反行為準則的事件，須及時通知相關上級管理人員。

榮萬家通過多種渠道公示監督信息

- 公司辦公平台、系統首頁及公司官網公示監督信息
- 各公司在職能辦公區、項目辦公區、租售中心等公共區域懸掛《廉政公約》標牌，標牌內容涵蓋紀律要求、監督信息
- 招標採購業務開展過程中，在《招標公告》《招標文件》《詢價通知》等文件、資料中明示公司監督信息
- 公司對外簽訂的所有採購類合同附帶《廉潔誠信承諾書》，明示公司監督信息



開展廉潔教育

公司高度重視廉潔教育，尤其聚焦腐敗易發多發的重點環節和關鍵崗位人員，強調監督與教育並重，積極引導企業管理人員及利益相關方依法依規辦事，恪守誠實守信原則，自覺抵制腐敗行為，由點及面推動廉潔意識覆蓋至全體員工。此外，在清明節、端午節等節假日期間，廣泛開展廉潔宣傳，持續強化紀律意識和底線思維。2025年全年，累計舉辦廉政培訓20次，共有1,507人次參與，總培訓時長1,591小時。

公司項目經理級以上員工 (含管理層)	總部通過線上、線下的方式，組織自學、測試、制度培訓、案例警示、知識競賽等多種方式進行廉潔及反舞弊教育，覆蓋公司項目經理級以上所有員工。
公司基層骨幹員工	在業務部門組織的管家工作坊、到家服務訓練營、秩序主管訓練營、環境條線訓練營等活動中加入廉政及反舞弊主題和案例警示宣講，覆蓋公司基層骨幹員工。
新入職員工及 「新盛力」員工	公司新入職員工均須在學習平台上完成廉政制度的學習和測試；公司在「新盛力」訓練營、「新盛力」主管和經理競聘中加入廉政主題培訓，覆蓋全部「新盛力」。
被審計單位全體員工	開展廉政主題宣講活動。



榮萬家2025年到家服務訓練營宣講紀律處分規則



蚌埠公司組織開展主題座談會，推動廉潔文化與職業精神融合互促

信息安全與隱私保護

信息安全制度建設

榮萬家的物業服務業務直接或間接涉及租戶、消費者、業主的個人信息內容及日常交易內容，加強信息保護和數據安全，是公司的基本責任和應盡義務。公司嚴格遵守《中華人民共和國網絡安全法》《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》等相關法律法規與隱私政策，切實履行企業數據合規責任。公司通過建立健全《客戶信息管理條例》等隱私管理政策，規範信息訪問權限、數據泄露應急保護等方面工作，強化數據全生命周期安全管理，全方位保障業主及客戶的個人信息安全。

技術應用與應急管理

在數據收集層面，公司堅持落實個人信息採集的「最小必要」要求和「知情同意」規則，堅持非業務客戶信息一律不存儲，以合法的形式收集及使用客戶信息，對客戶信息的使用限於合約中列明的途徑；在訪問權限方面，實施嚴格的權限管控機制，向員工告知有關客戶信息處理事項，同時通過自主開發的權限控制系統，對客戶隱私信息安全進行雙重保護與加密。

此外，公司持續從全局視角出發，對內部防火牆技術進行適時升級，提升信息安全威脅因素的發現與識別、理解和分析，全面提高應急處置能力；注重內部審查，定期開展流程巡查回顧，嚴防數據管理漏洞，持續進行關於隱私權風險的監控及測試；跟蹤安全技術的發展趨勢，不斷更新技術和管理，確保隱私安全。

若遇到數據泄露緊急情況，公司在接收識別客戶數據調用異常告警後，會對相關服務進行臨時限制和降級，對調取信息情況進行控制；若發現泄露跡象，會進行現場搜集與保留，並緊急上報公安及司法系統，保證在最短時間內降低事故造成的影響。

2025年，公司在短信通知及往期繳費記錄查詢功能方面進行了進一步管控，避免業主及泛業主信息的泄露，最大限度保障業主端隱私安全。此外，「米飯公社」App升級改版過程中，也對業主信息安全和隱私保護進行了完善，進一步提升物業服務的安全性、合規性與客戶信任度。



知識產權保護與合規宣傳

公司嚴格遵守《中華人民共和國商標法》《中華人民共和國專利法》等相關法律法規，積極維護自身知識產權，對使用的商標依法申請註冊保護；同時充分尊重他方合法擁有的知識產權，系統開展知識產權識別與風險排查工作，切實防範侵權風險。公司通過常態化檢測、內容流程合規審核與明示權屬等方式，持續完善知識產權保護。

常態化侵權監測：定期排查市場上冒用公司名稱、商標等侵權行為；一經發現，立即與相關方溝通，要求其限期整改或停止使用。

內容合規審核：由法務及品牌部門對官方網站宣傳內容、微信公眾號推文、營銷物料等進行前置知識產權審查，確保圖片、字體、文案等素材的合法來源，杜絕未經授權使用他人作品情況的發生。

用戶協議明示權屬：在「米飯公社」App用戶協議中，明確約定平台內容及用戶生成內容的知識產權歸屬，並就知識產權保護作出清晰說明，強化用戶合規意識。

附錄

《環境、社會及管治報告守則》關鍵績效指標

指標名稱	單位	2023年	2024年	2025年
A. 環境				
A1：排放物				
A1.1 排放物種類及相關排放數據				
氮氧化物排放量	千克	128.14	171.46	241.60
硫氧化物排放量	千克	1.21	1.62	1.98
顆粒物排放量	千克	12.09	16.18	22.90
A1.3 有害廢棄物總量及密度				
有害廢棄物排放總量	噸	–	5.39	2.88
有害廢棄物排放密度	噸／千平方米	–	0.00006	0.00003
A1.4 無害廢棄物總量及密度				
無害廢棄物排放總量	噸	2,021.28	857.44	934.59
無害廢棄物排放密度	噸／千平方米	0.02	0.009	0.0096
A2：資源使用				
A2.1 能源消耗及密度				
能源消耗總量	兆瓦時	243,636.85	230,136.42	210,490.85
能源消耗密度	兆瓦時／千平方米	2.91	2.58	2.17
直接能源消耗量	兆瓦時	892.26	979.62	1,307.73
汽油	兆瓦時	835.67	917.49	1,157.97
柴油	兆瓦時	56.59	62.13	149.76
間接能源消耗量	兆瓦時	242,744.59	229,156.80	209,183.12
外購電力	兆瓦時	242,744.59	229,156.80	209,183.12
A2.2 總耗水量及密度				
總耗水量	噸	3,521,476.00	3,205,825.40	4,923,852.02
耗水密度	噸／千平方米	42.11	35.90	50.76



指標名稱	單位	2023年	2024年	2025年
B. 社會				
B1：僱傭				
B1.1按性別、僱傭類型、年齡組別及地區劃分的僱員總數				
員工總數	人	7,743	9,289	7,002
男性員工數量	人	4,166	5,796	3,704
女性員工數量	人	3,577	3,493	3,298
全職員工數量	人	7,743	9,289	7,002
兼職員工數量	人	0	0	0
30歲及以下員工數量	人	1,329	1,413	1,079
31-50歲員工數量	人	4,894	6,030	4,340
51歲及以上員工數量	人	1,520	1,846	1,583
華東地區員工數量	人	1,909	2,125	2,050
華中地區員工數量	人	305	324	219
華北地區員工數量	人	3,399	5,036	3,590
華南地區員工數量	人	269	298	256
東北地區員工數量	人	55	55	521
西南地區員工數量	人	525	1,056	311
西北地區員工數量	人	373	395	55
港澳台地區員工數量	人	0	0	0
B1.2按性別、年齡組別及地區劃分的僱員流失比率				
員工流失率	%	53.74	28.61	29.10
男性員工流失率	%	46.88	27.34	28.23
女性員工流失率	%	61.36	30.01	29.44
全職員工流失率	%	53.74	28.61	29.10
兼職員工流失率	%	0	0	0
30歲及以下員工流失率	%	78.96	39.91	40.33
31-50歲員工流失率	%	49.65	26.58	25.57
51歲及以上員工流失率	%	41.79	22.05	28
華東地區員工流失率	%	—	36.78	34.49
華中地區員工流失率	%	—	40.54	35.33
華北地區員工流失率	%	—	25.78	25.64
華南地區員工流失率	%	—	48.94	39.86
東北地區員工流失率	%	—	8.33	10.38
西南地區員工流失率	%	—	28.61	21.99
西北地區員工流失率	%	—	33.27	18.18
港澳台地區員工流失率	%	—	0	0

指標名稱	單位	2023年	2024年	2025年
B2：健康與安全				
B2.1過去三年每年因公亡故的人數及比率				
每年因公亡故人數	人	1	1	1
每年因公亡故比率	%	0.01	0.01	0.01
B2.2因工傷損失工作日數				
因工傷損失工作日數	天	4,227	2,688	3,410
B3：發展及培訓				
B3.1按性別及僱員類型劃分的受訓僱員百分比				
管理人員受訓比率	%	95.52	100	100
普通員工受訓比率	%	50.90	100	100
男性員工受訓比率	%	41.84	100	100
女性員工受訓比率	%	68.86	100	100
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				
管理人員平均培訓時長	小時／人	115.14	130.26	25.33
普通員工平均培訓時長	小時／人	43.99	110.31	9.56
員工平均培訓時長	小時／人	49.94	123.01	17.45
男性員工平均培訓時長	小時／人	38.33	108.17	17.45
女性員工平均培訓時長	小時／人	63.46	132.40	17.45
B5：供應鏈管理				
B5.1按地區劃分的供應商數目				
供應商數量	家	–	646	531
華東地區數量	家	–	276	212
華中地區數量	家	–	74	48
華北地區數量	家	–	177	179
華南地區數量	家	–	32	22
東北地區數量	家	–	38	23
西南地區數量	家	–	45	42
西北地區數量	家	–	4	5
B5.2供應商審查數目				
報告期內審查的供應商數量	家	–	646	531
因不合規被中止合作的供應商數量	家	–	0	0



指標名稱	單位	2023年	2024年	2025年
B6：產品責任				
B6.2接獲關於產品及服務的投訴數目				
接獲投訴數量	起	–	2,588	2,408
投訴率	%	–	0.44	0.40
投訴處理及時率	%	–	99	99
投訴結案率	%	–	98	98
投訴滿意率	%	–	85	80
B7：反貪污				
B7.1提出並已審結的貪污訴訟案件數目				
提出並已審結的貪污訴訟案件數目	起	–	1	0
B7.3向董事及員工提供的反貪污培訓				
培訓次數	次	–	5	20
受訓人次數	人次	–	12,780	1,507
培訓總時長	小時	–	12,780	1,591
B8：社區投資				
B8.2在專注範疇所動用資源				
公益捐贈	元	20,500	10,500	468,244
D部分：氣候相關披露				
溫室氣體排放				
溫室氣體排放總量	噸二氧化碳當量	177,871.91	133,285.00	122,323.36
溫室氣體排放密度	噸二氧化碳當量／ 千平方米	2.13	1.49	1.26
範圍一排放量	噸二氧化碳當量	194.60	260.39	299.82
汽油	噸二氧化碳當量	182.47	244.16	261.60
柴油	噸二氧化碳當量	12.13	16.23	38.22
範圍二排放量	噸二氧化碳當量	176,178.31	133,023.13	122,022.10
外購電力合計	噸二氧化碳當量	176,178.31	133,023.13	122,022.10
範圍三排放量	噸二氧化碳當量	–	1.48	1.44
員工商務出行	噸二氧化碳當量	–	1.48	1.44

註：

1. 2025年度環境相關績效指標數據披露範圍包括本公司各業務板塊辦公區，以及在管項目的物業管理公共區域(不含酬金制項目)。
2. 基於運營特性，氮氧化物、硫氧化物及顆粒物排放物主要來自公司車輛消耗的汽油、柴油等，排放量根據香港聯交所《如何準備環境、社會及管治報告附錄二：環境關鍵績效指標匯報指引》計算。
3. 基於運營特性，本公司溫室氣體排放主要來源於外購電力、綠化用機器及車輛燃油，包括二氧化碳、甲烷和氧化亞氮。溫室氣體核算按二氧化碳當量呈列，根據中華人民共和國生態環境部《2023年電力二氧化碳排放因子》及《IPCC 2006年國家溫室氣體清單指南2019修訂版》進行核算。
4. 其他間接溫室氣體排放量主要來源包括員工商務行程，量化過程及排放因子參考《國際民航組織(ICAO)碳排放計算方法論(2024)》。本年度該指標統計口徑與過往報告存在差異，過往數據不具備可比性。
5. 能源消耗量數據根據外購電力及車輛燃油的消耗量及《如何準備環境、社會及管治報告附錄二：環境關鍵績效指標匯報指引》提供的相關轉換因子進行計算。
6. 本公司用水來自市政供水，在求取適用水源上不存在問題。
7. 根據《國家危險廢棄物名錄》，為日常生活提供服務產生的少量廢熒光燈管、廢電池屬於豁免範圍，以一般生活垃圾標準分類處理，因此調整廢棄物數據口徑，當前有害廢棄物統計僅包括廢棄硒鼓與廢棄墨盒，與過往數據不具備可比性。
8. 本公司運營涉及的無害廢棄物主要包括辦公樓生活垃圾、廢棄辦公用紙、廢熒光燈管及廢電池，其中生活垃圾按人數及生活垃圾日均產量系數進行估算。
9. 環境數據由各項目一線工作人員填報，覆蓋項目數量較多、地域分佈較廣，數據管理的顆粒度和標準化程度仍有提升空間。我們將持續優化數據填報流程，完善數據校驗與審核機制，進一步提升環境數據的完整性、準確性與可比性。



《環境、社會及管治報告守則》內容索引

議題	披露內容	對應章節
A1：排放物	一般披露 有關廢氣排放、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。	環境－能源管理與節能減排
	A1.1排放物種類及相關排放數據。	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)。	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)。	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－能源管理與節能減排
	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－能源管理與節能減排
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。	環境－能源管理與節能減排
	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)。	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)。	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－能源管理與節能減排
	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。	環境－能源管理與節能減排
	A2.5製成品所用包裝材料的總量(以噸計算)及(如適用)每生產單位估量。	不適用

議題	披露內容	對應章節
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。	環境－以綠色引領低碳發展
	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。	環境－綠色運營與環保意識培養
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：	社會－員工安全與人才發展
	(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。	
	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。	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。	關鍵績效指標	
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：	社會－員工安全與人才發展
	(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。	
	B2.1過去三年(包括匯報年度)每年因公亡故的人數及比率。	關鍵績效指標
	B2.2因工傷損失工作日數。	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。	社會－員工安全與人才發展



議題	披露內容	對應章節
B3：發展及培訓	<p>一般披露</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p>	<p>社會－員工安全與人才發展</p> <p>關鍵績效指標</p> <p>關鍵績效指標</p>
B4：勞工準則	<p>一般披露</p> <p>有關防止童工或強制勞工的：</p> <p>(a) 政策；及</p> <p>(b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。</p> <p>B4.1描述檢討招聘慣例的措施以避免童工及強制勞工。</p> <p>B4.2描述在發現違規情況時消除有關情況所採取的步驟。</p>	<p>社會－員工安全與人才發展</p> <p>社會－員工安全與人才發展</p>
B5：供應鏈管理	<p>一般披露</p> <p>管理供應鏈的環境及社會風險政策。</p> <p>B5.1按地區劃分的供應商數目。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p>	<p>社會－供應鏈管理與綠色採購</p> <p>關鍵績效指標</p> <p>社會－供應鏈管理與綠色採購</p> <p>社會－供應鏈管理與綠色採購</p> <p>社會－供應鏈管理與綠色採購</p>

議題	披露內容	對應章節
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：	專題：悦享好服務 社會－客戶服務與品質保障
	(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。	
	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。	不適用
	B6.2接獲關於產品及服務的投訴數目以及應對方法。	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。	管治－知識產權保護與合規宣傳
B6.4描述質量檢定過程及產品回收程序。	社會－客戶服務與品質保障	
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。	管治－信息安全與隱私保護	
B7：反貪污	一般披露 有關防止賄賂、勒索、欺詐及洗黑錢的：	管治－廉潔誠信與反貪腐
	(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。	
	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。	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。	管治－廉潔誠信與反貪腐
B7.3描述向董事及員工提供的反貪污培訓。	管治－廉潔誠信與反貪腐	
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。	專題：共建好社區 社會－社區支持與公益貢獻
	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)。	社會－社區支持與公益貢獻
	B8.2在專注範疇所動用資源(如金錢或時間)。	關鍵績效指標