



红星美凯龙家居集团股份有限公司
Red Star Macalline Group Corporation Ltd.

(一家于中华人民共和国注册成立的中外合资股份有限公司)
H股股份代号: 01528 A股股份代号: 601828

2025

环境、社会及管治报告

Environmental, Social and Governance Report





目录

- 01 关于本报告
- 03 董事长致辞
- 04 关于红星美凯龙
- 05 2025年可持续发展影响力
- 06 2025年可持续发展荣誉
- 07 重要性议题管理
- 16 利益相关方沟通
- 17 可持续发展治理
- 22 环境
- 50 社会
- 83 公司治理
- 90 数据摘要
- 103 附录



关于本报告

本报告为红星美凯龙家居集团股份有限公司（简称“红星美凯龙”或“公司”）发布的2025年度环境、社会及管治报告，旨在系统阐述公司在2025年度于环境、社会及管治（ESG）三大维度开展的关键管理工作、取得的实质进展，以及对联合国可持续发展目标（SDGs）所贡献的具体行动与成效，以此回应各利益相关方的期望与关切。



编制依据

本报告根据《香港联合交易所有限公司上市规则附录 C2——环境、社会及管治报告守则》《上海证券交易所上市公司自律监管指引第14号——可持续发展报告（试行）》《上海证券交易所上市公司自律监管指南第4号——可持续发展报告编制（2026年1月修订）》，以及中国财政部会同外交部、国家发展改革委、工业和信息化部、生态环境部、商务部、中国人民银行、国务院国资委、金融监管总局、中国证监会制定的《企业可持续披露准则——基本准则（试行）》、可持续发展会计准则委员会标准（SASB Standards）、国际可持续准则理事会（ISSB）发布的两项国际财务报告可持续披露准则（IFRS S1、S2），以及联合国可持续发展目标（SDGs）的要求编制。



报告范围

本报告的报告期涵盖2025年1月1日至2025年12月31日。为保持披露信息的连续性和可比性，部分内容可能延伸至报告期前后范围。本报告所披露的经济、环境及社会数据涵盖公司合并报表范围内的主体。



释义说明

简称	全称
红星美凯龙、美凯龙、公司	红星美凯龙家居集团股份有限公司
建发集团	厦门建发集团有限公司
建发股份	厦门建发股份有限公司

获取及反馈

本报告以简体中文、繁体中文和英文格式的电子版形式发布，中文版与英文版不一致的，以中文版内容为准。电子版报告可在公司官方网站 (www.chinaredstar.com)、香港联合交易所有限公司网站 (www.hkexnews.hk) 及上海证券交易所网站(www.sse.com.cn)查询下载。公司致力于不断提升在环境、社会和公司治理方面的表现，如您对本报告有任何意见或建议，欢迎发送邮件至jt.dcb@chinaredstar.com。



董事长致辞



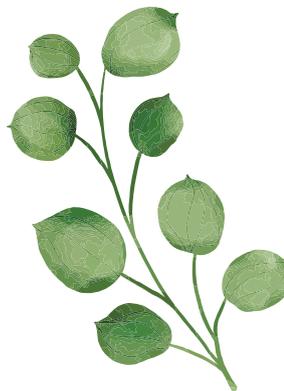
2025年，红星美凯龙站在行业转型与消费升级的关键节点，面对家居行业从增量竞争向存量深耕、从经验驱动向数字智能双驱动的深刻变革，我们坚持“以迂为直、以患为利”的智慧理念，主动求变、勇立潮头。过去一年，我们深化“3+星生态”企业战略，以“坚守家居主业、年轻化转型、数字化赋能、生态化延展、全球化布局”为核心，以“找设计，买电器、家具、建材就到红星美凯龙”为全新品牌定位，通过整合设计、品牌、供应链及服务资源，构建家居、家装、家电三位一体、互为入口、互为增量、互相赋能的泛家居生态，巩固行业领先地位，实现高质量发展。

我们始终以技术创新为核心驱动力，将绿色理念深度融入产品研发与数字化改造，致力于引领行业迈向低碳化与智能化发展，打造更高效、更智能、更可持续的运营模式。2025年，我们全面升级全国商场会员数字化运营体系，迭代更新数据仓库、AI服务平台、楼层管理系统、合并报表系统及智能客服系统，推动数据标准化、流程优化与经营分析智能化建设。通过自主研发及与领先科技企业的深度合作，我们以科技之力持续提升商场运营效率与服务水平，为行业发展提供创新动力与可持续价值。

我们积极践行国家双碳战略，将绿色发展理念贯穿企业运营的各个环节。2025年，我们持续推进绿色办公、节能减排、环保产品应用及低碳运营实践，持续优化能源结构，提高资源循环利用效率，推动循环经济发展，不断降低能源消耗及自身运营的碳排放。我们将环保理念融入家居设计、材料选用及供应链管理，倡导绿色低碳的生活方式，积极开展节能宣传与环保教育，以实际行动引领行业可持续发展，为消费者提供健康、安全、环保的家居生活体验。

我们深知企业发展与社会责任相辅相成。2025年，我们切实履行社会责任，积极构建与社区的协同发展机制，推动企业发展与社区福祉同向共进。我们尊重并保护社区的文化传统与民俗习惯，强化与社区的联结与互动，深入了解并回应社区的需求与期望。同时，我们高度关注教育与民生，通过乡村振兴、教育支持及开展多元化公益活动，以实际行动回馈社区，助力社区实现繁荣与可持续发展。

展望未来，我们将继续以坚守家居主业为核心，以年轻化、数字化为契机，以数智化、生态化、全球化为驱动，持续优化产品与服务体系、深化产业生态协作、稳步拓展国际化布局，致力于为消费者提供一站式、场景化、高端化的家居生活解决方案，推动企业由传统家居卖场向“最懂消费者的生活提案者”持续演进。无论风暴如何撼动行业，我们都将以智慧与勇气把握变革机遇，始终坚持长期主义，为员工、消费者、合作伙伴和社会创造持久价值，实现美好生活愿景。



红星美凯龙 董事长
李玉鹏

关于红星美凯龙

红星美凯龙成立于2007年，总部位于中国上海。公司于2015年6月26日在香港联合交易所主板上市（股票代码：01528HK），并于2018年1月17日在上海证券交易所主板上市（股票代码：601828.SH），成为中国家居装饰及家具行业首家实现“A+H”双重上市的企业。

红星美凯龙是国内领先的家居装饰及家具商场运营商和泛家居业务平台服务商，主要通过经营和管理自营商场、委管商场、特许经营商场和战略合作商场，为商户、消费者和合作方提供全面服务。同时，公司还提供包括互联网零售、装修设计等泛家居消费服务。

公司以“3+星生态”为企业战略，推动家电、家居、家装设计三方融合，打造涵盖高端电器、进口国际等十大品类主题馆及M+高端家装设计中心，形成覆盖全品类、整合品牌商与设计师资源的“10+1”立体大家居生态。公司同时拓展汽车、餐饮等新业态，打造综合服务平台，实现一站式家体验、一站式家消费和一站式到家服务，并率先推进全国商场数字化升级，建立线上“天猫同城站”，同时拓展抖音、小红书、微信视频号、高德地图、大众点评等线上渠道，推动线上线下一体化运营，形成全域引流和数字化新零售格局。

截至报告期末

公司共有**74**家自营商场

128家委管商场

7家战略合作商场

19个特许经营家居建材项目

345家家居建材店/产业街

覆盖全国**30**个省、直辖市、自治区的**181**个城市，
商场总经营面积**1,913.48**万平方米，
商场品牌库拥有的国内外品牌系列数量超过**4.1**万个。



2025年可持续发展影响力



经济影响

总资产

873.56 亿元

营业收入

65.82 亿元

净资产

239.17 亿元

归属于上市公司股东的净利润

-237.22 亿元



社会影响

社会贡献值

50.97 亿元

其中：

- 为国家创造的税收：**11.06** 亿元
- 向员工支付的工资和福利：**17.62** 亿元
- 支付给股东的股息：**0.69** 亿元
- 向银行等债权人给付的借款利息：**21.60** 亿元



环境影响

温室气体排放密度

164.67 吨二氧化碳当量/万平方米

能耗强度

420.17 兆瓦时/万平方米

用水强度

2,666.22 立方米/万平方米

安全生产投入

77.57 万元

公益服务时数

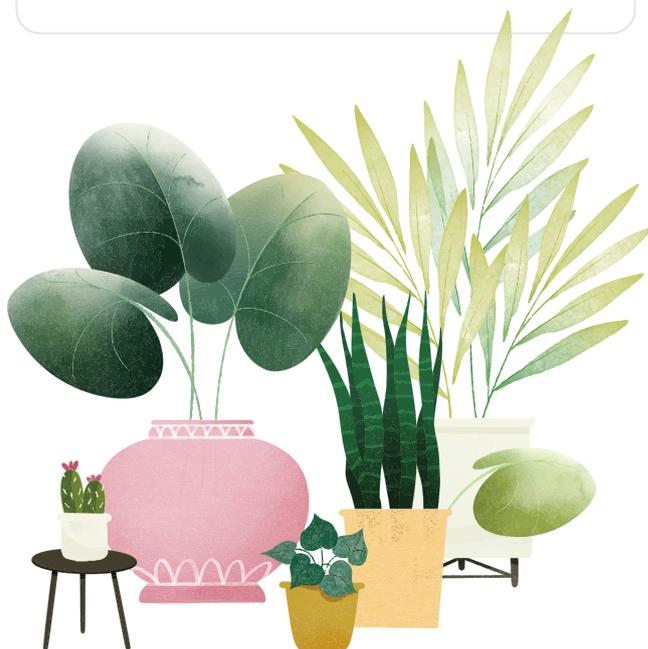
7,885 小时

员工总数

9,012 人

员工总培训时数

839,637 小时



2025年可持续发展荣誉



荣获中国证券报颁发的金牛奖
“2024年度上市公司金信披奖”



荣获财联社颁发的
“最具投资价值奖”



荣获新京报颁发的
“年度责任践行力品牌”



荣获乐居财经颁发的“2025家居行业战略转型典范”
及“2025年度商业生态创新品牌”



荣获和讯与联办集团联合颁发的
第二十三届财经风云榜“2025年度整合营销奖”



荣获上海市普陀区民政局与区商务委员会联合授予的
“长者友好商城”荣誉（红星美凯龙全球家居1号店）



重要性议题管理

作为可持续发展管理和信息披露的关键步骤，红星美凯龙于2025年开展可持续发展议题双重重要性评估工作。公司根据中国财政部会同外交部、国家发展改革委、工业和信息化部、生态环境部、商务部、中国人民银行、国务院国资委、金融监管总局、中国证监会制定的《企业可持续披露准则——基本准则（试行）》《企业可持续披露准则第1号——气候（试行）》《香港联合交易所有限公司上市规则附录C2——环境、社会及管治报告守则》以及《上海证券交易所上市公司自律监管指引第14号——可持续发展报告（试行）》《上海证券交易所上市公司自律监管指南第4号——可持续发展报告编制（2026年1月修订）》、国际可持续准则理事会（ISSB）发布的两项国际财务报告可持续披露准则（IFRS S1、S2）等最新国内、国际、可持续披露规则所载明的评估方法，开展双重重要性评估工作，识别对企业长期价值和利益相关方具有重大影响的可持续发展议题。

在实质性议题评估中，公司遵循“双重重要性”原则，识别议题是否预期在短期、中期和长期内对公司商业模式、业务运营等产生重大影响（财务重要性），以及公司在相应议题的表现是否会对经济、社会和环境产生重大影响（影响重要性）。公司通过问卷调查的形式累计获取289位利益相关方的评估意见。基于调查结果，公司系统识别并筛选出8项具有“重要性”的议题，并在本报告相关章节予以说明。



双重重要性评估工作流程



步骤1：背景分析与议题识别

公司充分考虑结合选定的报告编制准则、国际倡议、全球经济与宏观政策趋势、市场趋势及公司策略与发展需求这五类因素，识别与公司相关的可持续发展议题清单。

■ 1 可持续发展准则

中国财政部会同外交部、国家发展改革委、工业和信息化部、生态环境部、商务部、中国人民银行、国务院国资委、金融监管总局、中国证监会制定的《企业可持续披露准则——基本准则（试行）》《香港联合交易所有限公司上市规则附录 C2——环境、社会及管治报告守则》以及《上海证券交易所上市公司自律监管指引第14号——可持续发展报告（试行）》《上海证券交易所上市公司自律监管指南第4号——可持续发展报告编制（2026年1月修订）》、可持续发展会计准则委员会标准（SASB Standards）、国际可持续准则理事会（ISSB）发布的两项国际财务报告可持续披露准则（IFRS S1、S2）

■ 2 国际倡议

联合国可持续发展目标（SDGs）、第三十届联合国气候变化大会（COP30）、经济合作与发展组织（OECD）负责任商业行为尽责管理指南等

■ 3 全球经济与宏观政策趋势

在《巴黎协定》下的全球控温目标与国家“双碳战略”的推动下，国家层面持续出台绿色建材与绿色家居促消费政策，助力行业向低碳化发展。同时，家居流通行业正经历数字化、智能化转型，并朝着“大家居”生态融合的方向演进，共同塑造着新的发展格局

■ 4 市场趋势

对绿色、健康、低碳家居产品的需求日益增长，推动泛家居价值链及服务过程逐步向标准化、透明化发展。同时，监管机构及资本市场对绿色建筑资质、品牌环保合规、产品全生命周期管理及企业整体ESG表现的要求持续提升，正深刻影响行业竞争格局与发展路径

■ 5 公司策略与发展需求

公司增长策略聚焦增长的可持续性，积极应对行业监管与政策导向，持续强化企业韧性与综合风险管理能力，以推动公司实现更高质量、更可持续的长期发展



公司可持续发展议题清单

议题范畴	议题名称	
环境	<ul style="list-style-type: none"> • 应对气候变化 • 废弃物处理 • 环境合规管理 • 水资源利用 	<ul style="list-style-type: none"> • 污染物排放 • 生态系统和生物多样性保护 • 能源利用 • 循环经济
社会	<ul style="list-style-type: none"> • 乡村振兴 • 创新驱动 • 负责任的采购 • 平等对待中小企业 • 数据安全与客户隐私保护 • 平等雇佣 • 员工沟通 • 员工薪酬与福利 	<ul style="list-style-type: none"> • 社会贡献 • 科技伦理 • 供应链安全 • 产品和服务安全与质量 • 助力行业发展 • 人权保护 • 人才发展与培训 • 职业健康与安全
治理	<ul style="list-style-type: none"> • 尽职调查 • 风险与合规管理 • 反不正当竞争 	<ul style="list-style-type: none"> • 利益相关方沟通 • 反商业贿赂及反贪污 • 税务合规

步骤2-1：影响重要性评估

红星美凯龙从影响程度、影响发生可能性两个维度评估各议题涉及到的影响重要性和财务重要性。

· 维度1：影响程度评估

公司通过开展利益相关方问卷调查，对可持续发展关键议题在经济、环境及社会维度的“影响程度”进行了评估。本次调查，共回收有效问卷289份。采用加权平均、方差分析等统计方法量化各议题的定性评分（1-5级），结合权重分配计算影响程度综合得分，最终确定可持续发展议题影响的重要性水平。

· 维度2：可能性评估

公司根据过往同类事件的发生频率评判风险概率，并借鉴行业类似事件经验，对风险发生概率进行分级量化，以确定可持续发展议题相关影响发生的可能性。



影响重要性评估结果

影响重要性：一般	影响重要性：中等	影响重要性：较高
<ul style="list-style-type: none"> • 水资源利用 • 废弃物处理 • 循环经济 • 环境合规管理 • 污染物排放 • 科技伦理 • 生态系统和生物多样性保护 • 乡村振兴 	<ul style="list-style-type: none"> • 人才发展与培训 • 员工薪酬与福利 • 反不正当竞争 • 产品和服务安全与质量 • 供应链安全 • 员工沟通 • 平等对待中小企业 • 利益相关方沟通 • 能源利用 • 人权保护 • 负责任的采购 • 职业健康与安全 • 尽职调查 • 创新驱动 • 助力行业发展 • 社会贡献 	<ul style="list-style-type: none"> • 反商业贿赂及反贪污 • 税务合规 • 风险与合规管理 • 应对气候变化 • 数据安全与客户隐私保护 • 平等雇佣

影响重要性：一般

指议题影响重要性评分低于2.5分，表明企业在该议题上的表现对经济、社会及环境产生的实际或潜在影响较为有限。

影响重要性：中等

指议题影响重要性评分介于2.5-3.0分之间，表明企业在该议题上的表现已对经济、社会及环境构成一定程度的实质性影响，需加以关注并采取相应管理措施。

影响重要性：较高

指议题影响重要性评分高于3.0分，表明企业在该议题上的表现对经济、社会及环境具有直接、广泛且显著的实际或潜在重大影响。

步骤2-2：财务重要性评估

公司围绕“影响发生的程度”及“影响发生的概率”两个维度开展各可持续发展议题的财务重要性评估工作：



· 维度1：影响发生的程度

各项可持续发展议题所涉及的机遇和风险下在报告期内和未来预测期间内可能对公司财务绩效产生的直接和间接、正向和负向的影响。

· 维度2：影响发生的概率

在短、中、长期时间范围内，各项可持续发展议题所涉及的机遇和风险对公司造成上述财务影响的可能性。

参考参数指标	
成本	综合考虑相关资源市场价格、趋势预测、公司往年成本等因素
利润	综合考虑收益及成本，评估利润影响

财务重要性评估结果

财务重要性：一般	财务重要性：中等	财务重要性：较高
<ul style="list-style-type: none"> · 废弃物处理 · 社会贡献 · 尽职调查 · 环境合规管理 · 污染物排放 · 循环经济 · 生态系统和生物多样性保护 · 科技伦理 · 乡村振兴 	<ul style="list-style-type: none"> · 平等雇佣 · 供应链安全 · 能源利用 · 数据安全与客户隐私保护 · 反不正当竞争 · 平等对待中小企业 · 职业健康与安全 · 人才发展与培训 · 负责任的采购 · 员工沟通 · 创新驱动 · 利益相关方沟通 · 人权保护 · 助力行业发展 · 水资源利用 	<ul style="list-style-type: none"> · 应对气候变化 · 风险与合规管理 · 税务合规 · 反商业贿赂及反贪污 · 员工薪酬与福利 · 产品和服务安全与质量

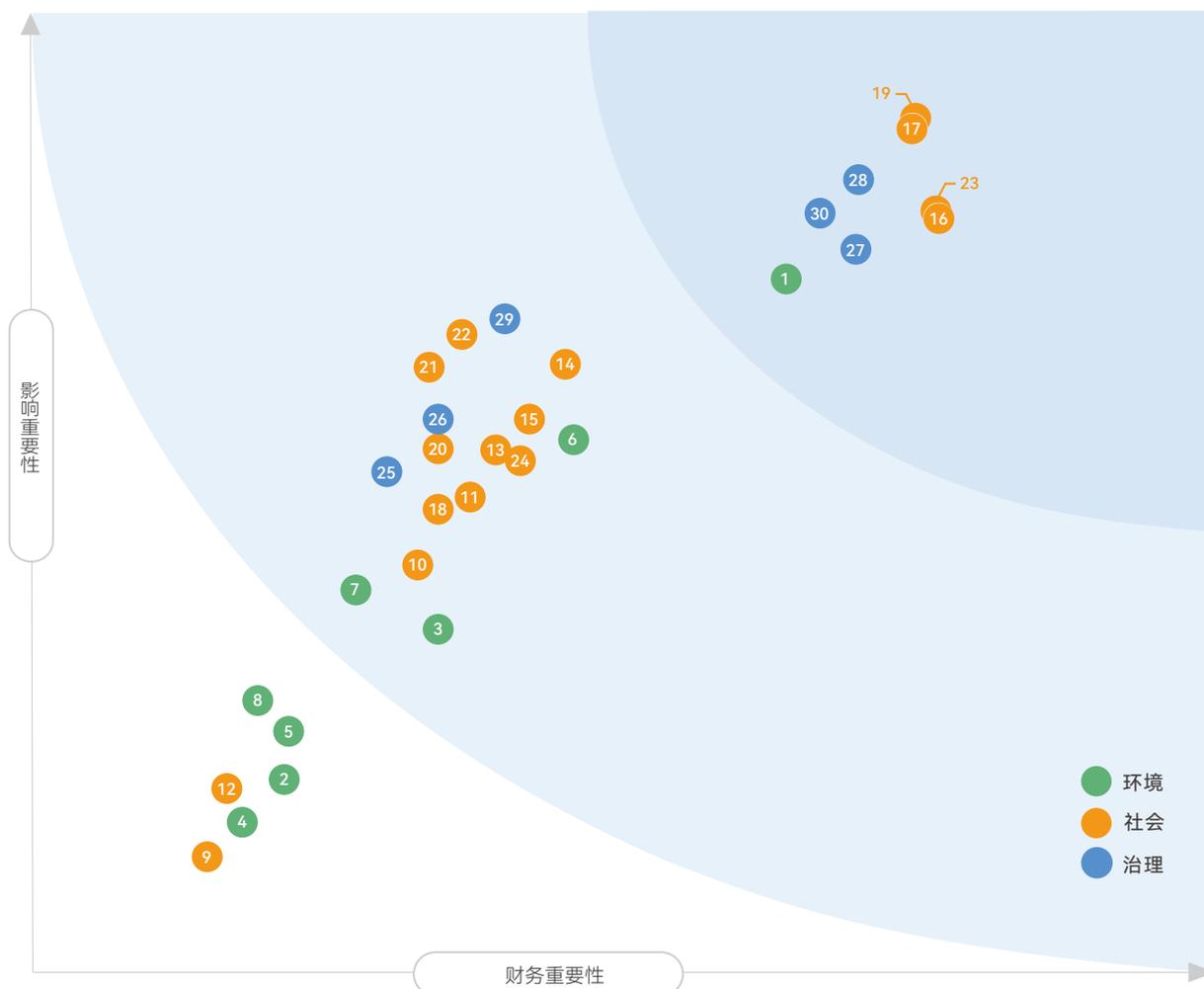
“财务重要性:一般”指议题在短期、中期及长期均可能对企业产生财务影响，但影响有限，即对货币价值（如收入）的影响<100万元或对净利润的影响<1%。

“财务重要性:中等”指议题在短期、中期及长期均可能对企业产生一定的财务影响，即对货币价值（如收入）的影响在100万元-500万元之间或对净利润的影响为1%-5%。

“财务重要性:较高”指议题在短期、中期、长期均可能产生较大的财务影响，即对货币价值（如收入）的影响>500万元或对净利润的影响>5%。

步骤3：双重重要性评估分析

根据影响重要性与财务重要性评估结果，公司形成了重要性议题矩阵，识别确定了8项重要性议题。



环境议题

- | | | | |
|----------|---------|---------|----------------|
| 1 应对气候变化 | 2 污染物排放 | 3 废弃物处理 | 4 生态系统和生物多样性保护 |
| 5 环境合规管理 | 6 能源利用 | 7 水资源利用 | 8 循环经济 |

社会议题

- | | | | |
|----------------|------------|-------------|---------------|
| 9 乡村振兴 | 10 社会贡献 | 11 创新驱动 | 12 科技伦理 |
| 13 负责任的采购 | 14 供应链安全 | 15 平等对待中小企业 | 16 产品和服务安全与质量 |
| 17 数据安全与客户隐私保护 | 18 助力行业发展 | 19 平等雇佣 | 20 人权保护 |
| 21 员工沟通 | 22 人才发展与培训 | 23 员工薪酬与福利 | 24 职业健康与安全 |

治理议题

- | | | | |
|-----------|------------|------------|--------------|
| 25 尽职调查 | 26 利益相关方沟通 | 27 风险与合规管理 | 28 反商业贿赂及反贪污 |
| 29 反不正当竞争 | 30 税务合规 | | |

步骤4：分析结果指导披露与实践

公司重要性议题评估结果作为可持续发展报告的重要内容经公司董事会审议并确认。报告相关章节将针对各项议题，系统阐述公司所采取的具体管理措施与实际行动。

重要性议题	影响范围				受影响的利益相关方	风险	机遇	影响 ¹ 周期	对应的SDGs	对应报告章节
	价值链上游	企业运营	价值链下游	社区						
应对气候变化	✓	✓	✓	✓	<ul style="list-style-type: none"> 员工 客户 供应商 投资者 银行等金融机构 媒体机构 政府及监督机构 非政府组织 当地社区 	<ul style="list-style-type: none"> 政策驱动成本上升：国家“双碳”目标下，宏观环保政策收紧与建筑碳排放标准升级，可能导致商场运营成本升高 极端天气威胁运营：极端气候事件频发对实体商业资产的安全及供应链的业务连续性可能构成威胁，增加业务中断风险及运维投入 绿色偏好影响竞争力：消费者和租户日益青睐绿色低碳的商业空间，如未及时响应，可能导致商场吸引力下降、空置率上升 	<ul style="list-style-type: none"> 把握低碳经济趋势，系统构建绿色商业地产运营体系，实现可持续商业价值转化 推广应用清洁能源与能效技术，优化能源结构，降低长期运营成本 打造低碳消费空间与绿色商业标杆，增强品牌在资本市场和消费者心中的声誉与影响力 	短期 中期 长期	  	应对气候变化 能源利用 循环经济
风险与合规管理	✓	✓	✓	✓	<ul style="list-style-type: none"> 员工 客户 供应商 投资者 银行等金融机构 媒体机构 政府及监督机构 非政府组织 	<ul style="list-style-type: none"> 监管趋严增加合规成本：随着国家法律法规及资本市场监管要求持续强化，企业若未能及时升级合规体系，将面临更高的合规管理成本与潜在处罚风险 政策关联加剧流动性风险：家居行业与房地产政策高度联动，若缺乏对宏观政策的系统性风险评估，可能因市场波动导致企业流动性压力 	<ul style="list-style-type: none"> 构建高于监管要求的风控体系，显著提升企业抵御宏观经济周期性波动的能力，巩固经营的稳定与韧性 通过建立完善的合规管理体系，在复杂的监管与市场环境中赢得资本市场与公众的信任，塑造负责任的企业形象 	短期 中期 长期		风险与 合规管理

1.影响周期说明：短期一般是指报告期结束后1年以内（含1年）；中期指报告期结束后1年至5年（含5年）；长期指报告期结束后5年以上。

重要性议题	影响范围				受影响的利益相关方	风险	机遇	影响 ¹ 周期	对应的SDGs	对应报告章节
	价值链上游	企业运营	价值链下游	社区						
税务合规	✓	✓	✓	✓	<ul style="list-style-type: none"> 员工 客户 供应商 投资者 银行等金融机构 媒体机构 政府及监督机构 非政府组织 	<ul style="list-style-type: none"> 税务合规风险：伴随全球税务监管透明化及国家税收征管数字化的进程，企业若未能建立动态适应的税务管理体系，可能引发财务损失与声誉损害 	<ul style="list-style-type: none"> 良好的纳税信用记录有助于企业在政策扶持、资源对接等方面获得优先支持，从而优化整体营商环境并强化社会资源协同 	短期 中期 长期		税务 合规管理
反商业贿赂及反贪污	✓	✓	✓	✓	<ul style="list-style-type: none"> 员工 客户 供应商 投资者 银行等金融机构 媒体机构 政府及监督机构 非政府组织 	<ul style="list-style-type: none"> 商业道德与合规风险：企业若发生贿赂或贪污等行为，不仅会造成直接经济损失，更会破坏供应链生态稳定性，严重损害利益相关方信任与企业声誉 	<ul style="list-style-type: none"> 构建高透明度、强廉洁性的商业道德规范体系，能够推动供应链生态实现更公平、高效的协同，并促进政企、客企之间建立长期稳定的信任关系 	短期 中期 长期		反商业贿赂 及反贪污
员工薪酬与福利		✓			<ul style="list-style-type: none"> 员工 	<ul style="list-style-type: none"> 人才与组织风险：缺乏市场竞争力的人才激励与薪酬体系，将导致核心人才流失，造成企业人力资本价值下降与组织能力弱化 	<ul style="list-style-type: none"> 建立科学、公平且具有行业竞争力的薪酬福利体系与长期激励机制，能有效激发组织创新活力，吸引并保留高价值人才，持续提升企业核心竞争力 	中期 长期		员工 薪酬福利

1.影响周期说明：短期一般是指报告期结束后1年以内（含1年）；中期指报告期结束后1年至5年（含5年）；长期指报告期结束后5年以上。

重要性议题	影响范围				受影响的利益相关方	风险	机遇	影响周期 ¹	对应的SDGs	对应报告章节
	价值链上游	企业运营	价值链下游	社区						
产品和服务安全与质量	✓	✓	✓	✓	<ul style="list-style-type: none"> 客户 供应商 	<ul style="list-style-type: none"> 产品与服务风险：若企业对供应链中的产品质量、健康环保标准及服务承诺缺乏系统性监管与管理，将增加消费者权益纠纷与监管问责风险 	<ul style="list-style-type: none"> 建立覆盖全生命周期的产品质量管控与服务标准体系，有助于推动行业构建可持续的良性生态，实现长期的品牌价值提升与溢价能力 	短期 中期 长期		产品和服务安全与质量
平等雇佣		✓			<ul style="list-style-type: none"> 员工 	<ul style="list-style-type: none"> 平等雇佣合规风险：若在招聘、晋升环节忽视多元化、公平与包容性原则，或存性别、年龄、地域等歧视行为，将违反《劳动法》及相关国际公约，使企业面临法律风险和舆论危机 	<ul style="list-style-type: none"> 构建多元、平等、包容的企业文化与雇佣环境，有助于汇聚跨文化、跨背景的人才智慧，为企业的商业模式与服务创新提供内在动力 	短期 中期 长期	 	平等雇佣
数据安全与客户隐私保护	✓	✓	✓		<ul style="list-style-type: none"> 员工 客户 供应商 投资者 银行等金融机构 媒体机构 政府及监督机构 非政府组织 	<ul style="list-style-type: none"> 数据安全风险：数据治理机制不健全或网络安全防护不足，将可能导致敏感信息泄露，从而引发客户信任危机与会员体系功能失效 	<ul style="list-style-type: none"> 建立高标准的数据安全与治理体系，在合规前提下推动数据资产的高效利用，可赋能全渠道商业决策与精准营销，持续提升客户体验与经营效益 	中期 长期	 	数据安全与客户隐私保护

1.影响周期说明：短期一般是指报告期结束后1年以内（含1年）；中期指报告期结束后1年至5年（含5年）；长期指报告期结束后5年以上。

利益相关方沟通

公司高度重视利益相关方的诉求，通过建立多元化的沟通渠道，与利益相关方保持紧密沟通和交流，及时了解利益相关方的反馈与期望，并将其纳入公司可持续发展治理中。

利益相关方	关注议题	沟通方式
 员工	职业健康与安全 人权保护 员工薪酬与福利	职工代表大会 员工活动 员工培训 员工满意度调查 员工意见箱 员工座谈会/工会
 客户	税务合规 风险与合规管理 产品和服务安全与质量	新品发布会 产品展览 客户现场调研 客户满意度调查 产品售后服务
 供应商	税务合规 数据安全与客户隐私保护 产品和服务安全与质量	供应商审核及培训 合作伙伴行为准则 现场调研 行业交流会
 投资者	产品和服务安全与质量 平等对待中小企业 反商业贿赂及反贪污	上市公司信息披露 股东大会 业绩说明会 投资者热线及互动平台
 银行等金融机构	税务合规 数据安全与客户隐私保护 反商业贿赂及反贪污	上市公司信息披露 项目合作
 媒体机构	应对气候变化 废弃物处理 税务合规	上市公司信息披露 媒体采访 电话/邮件交流
 政府及监督机构	税务合规 创新驱动 反不正当竞争	上市公司信息披露 现场调研 会议交流 监督检查 政策执行
 非政府组织	平等对待中小企业 人权保护 反不正当竞争	上市公司信息披露 实地访问 社区服务 公益服务
 当地社区	社会贡献 乡村振兴 循环经济	社区志愿活动 上市公司信息披露 公益慈善项目

可持续发展治理

公司立足长期价值创造，将可持续发展理念深度融入企业战略与经营管理全过程。公司高度重视与利益相关方的沟通，持续完善公司治理体系，不断提升可持续发展管理水平，并通过规范、透明的信息披露机制主动接受社会监督，推动企业实现长期稳健发展。

可持续发展治理架构

为确保公司战略与 ESG 管理目标的有效落实，公司建立健全由董事会领导的自上而下、权责清晰的可持续发展治理架构，保障可持续发展管理工作的规范运作与有效执行。

公司建立由决策层、管理层和执行层组成的ESG三级治理架构，并明确各层级职责分工。董事会作为ESG管理的最高决策机构，负责制定ESG战略方向及政策方针；管理层负责统筹推进与协调落实董事会决策，制定相应的ESG管理目标，并将其分解纳入各部门的工作计划；同时，由相关职能部门组成ESG工作小组，并由公司秘书处牵头，负责具体执行与落实相关工作。

决策层

董事会

- 作为公司ESG管治的最高决策机构，负责指导和制定公司ESG相关愿景、目标、战略及架构
- 监督与评估公司ESG相关风险与机遇，包括气候相关风险与机遇
- 定期审阅气候相关目标的执行进展与达成情况
- 监督和检查公司ESG相关政策、管理措施、绩效表现及目标完成进度
- 审议并批准公司年度环境、社会及管治报告

管理层

管理层

- 组织落实董事会ESG相关决策，并定期向董事会汇报ESG目标进展及相关工作情况
- 制定公司ESG管理战略与具体目标，并为气候变化相关战略提供业务洞察
- 识别、评估公司ESG风险与机遇，并向董事会汇报评估结果
- 统筹推动ESG目标拆解至各部门并确保有效执行
- 协调并保障气候相关战略执行及风险管理所需的资源支持

执行层

ESG执行小组

- 负责具体推进和落实ESG相关工作，包括气候变化相关的适应与缓解策略
- 组织开展ESG相关数据的收集、整理、分析及反馈工作
- 持续跟踪公司ESG相关绩效表现，确保相关目标的实现
- 负责编制年度环境、社会及管治报告

董事、高管人员选任

公司严格按照《公司章程》《股东大会议事规则》《提名委员会工作细则》等制度履行董事会成员、高级管理人员的提名、选聘程序，董事会下设提名委员会综合考量董事、高级管理人员的性别、年龄、文化及教育背景、专业经验、技能、知识结构及任期等因素，对候选人进行资格审查，并向董事会提出人选建议，高级管理人员经董事会审议通过后聘任，董事人选经董事会审议通过后由股东大会选举产生。

公司董事会目前由13位董事组成，其中5位为独立董事，占董事会成员总数的38.5%。

公司高级管理人员专业领域覆盖企业管理、财务管理、风险管理等，其中包含1名女性高级管理人员，占高级管理人员总数的25%。

姓名	职务	年龄	专业能力				专门委员会任职			
			行业经验	运营管理	风控合规	财务会计	战略与投资委员会	薪酬与考核委员会	审计委员会	提名委员会
李玉鹏 (男)	董事长	36	•	•	•	•	•			
郑永达 (男)	董事 (已离任)	54	•	•	•	•	•	•		•
王文怀 (男)	董事 (已离任)	53	•	•	•	•				
邹少荣 (男)	董事	49	•	•	•	•	•		•	
车建兴 (男)	董事	59	•	•	•	•	•			•
施姚峰 (男)	董事 总经理	50	•	•	•	•	•			
叶衍榴 (女)	董事	53	•	•	•	•	•	•		•
徐国峰 (男)	董事	59	•	•	•	•	•			
李建宏 (男)	董事 (已离任)	52	•	•	•	•	•			
杨映武 (男)	董事 副总经理 财务负责人	41	•	•	•	•				
宋广斌 (男)	董事 (已离任)	41	•	•	•	•				
许迪 (女)	董事 (已离任)	37	•	•	•	•				
薛伟 (男)	独立董事	47	•		•	•			•	
陈善昂 (男)	独立董事	59	•		•	•				•

姓名	职务	年龄	专业能力				专门委员会任职			
			行业经验	运营管理	风控合规	财务会计	战略与可持续发展委员会	薪酬与考核委员会	审计委员会	提名委员会
黄建忠 (男)	独立董事	63	•		•	•	•	•	•	•
黄志伟 (男)	独立董事	56	•		•	•		•		
蔡庆辉 (男)	独立董事	51	•		•	•				•
郑建杰 (男)	职工董事	43	•	•	•	•				
蒋小忠 (男)	副总经理 (已离任)	56	•	•	•	•				
朱家桂	副总经理	47	•	•	•	•				
车国兴 (男)	副总经理 (已离任)	51	•	•	•	•				
邱喆 (女)	副总经理 董事会秘书 (已离任)	47	•	•	•	•				

董事及高级管理人员结构的多元化与专业化是保障企业科学决策的重要基础。公司高度重视董事、监事及高级管理人员履职能力的持续提升，建立常态化培训机制，每年定期组织相关人员参加履职及可持续发展专题培训，不断提升公司治理水平，保障合规稳健运营。2025年，公司组织董事、监事及高级管理人员参加由证监会、证券交易所等机构举办的专题培训、政策解读及合规研讨，内容涵盖公司治理新规、规范履职要求、财务造假综合惩防政策、信息披露规范、市值管理及提质增效等重点领域，持续强化董事、高级管理人员合规意识与履职能力。



董事、高管薪酬管理

公司董事会下设薪酬与考核委员会，按照《董事会薪酬与考核委员会工作细则》履职，负责制定公司董事及高级管理人员的薪酬和绩效考核方案，并对高级管理人员进行薪酬考核。薪酬与考核委员会根据公司所处行业的薪酬水平、年度经营业绩及其绩效考核结果，结合公司实际情况制定当年度董事及高级管理人员薪酬方案。董事薪酬方案经董事会同意并提交股东大会审议通过后实施，高级管理人员薪酬方案报董事会批准后实施。同时，公司将ESG关键绩效指标纳入高管考核，确保薪酬体系与公司长期可持续发展战略保持一致，激励管理层在追求经营业绩的同时积极履行企业社会责任，推动公司实现经济效益与社会价值的双赢。

公司制定了《董事和高级管理人员持股变动管理制度》，并通过实施股票期权激励计划，建立中长期激励约束机制。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，共占公司总股本的0.08%。

公司董事、高管持股情况

序号	姓名	职务	持有股份数（股）
1	车建兴	董事	435,600
2	李建宏	董事（已离任）	1,134,330
3	邱喆	董事会秘书（已离任）	140,400
4	蒋小忠	副总经理（已离任）	1,794,780

关联交易管理

公司严格规范关联交易管理，确保交易符合公平、公正、公开的原则。公司制定了《关联交易管理制度》，明确规定关联交易的类型、决策程序及信息披露要求。关联交易需依法依规履行审议程序，在提交董事会审议前，由独立董事召开专门会议提出意见，董事会及股东大会在权限范围内进行审议，关联董事及关联股东须回避表决，以充分保障中小股东及全体股东的合法权益。

避免利益冲突

根据《公司章程》规定，董事、高级管理人员对公司和股东负有忠实义务，未经股东大会同意，不得利用职务便利，为自己或者他人谋取本应属于公司的商业机会，自营或者为他人经营与本公司同类的业务。公司要求董事、高级管理人员积极采取措施避免自身利益与公司利益冲突，并及时向公司报告与公司利益存在冲突或可能存在冲突的情形，确保每位董事、高级管理人员的履职能力不受到任何其他职位、活动或关系等利益冲突情形的影响。

2025年，公司组织聘任干部及重点岗位人员开展自查自纠，对照相关管理规定申报是否存在投资回避、业务回避等违规情形，并完成利益冲突申报及廉洁自律承诺，累计2,404人次填报《利益冲突申报表》和《廉洁自律承诺》。公司通过自查与抽查相结合的方式，引导相关人员主动识别和防范潜在利益冲突风险。

股东权益保护

公司严格遵循《公司法》《证券法》《上市公司信息披露管理办法》等法律法规及《公司章程》等内部规定要求，规范履行股东大会的召集、召开与表决程序，通过现场会议与网络投票相结合的方式保障全体股东，尤其是中小股东依法行使知情权、参与权、表决权及监督权。

公司依法建立临时股东大会召开机制，及时响应符合条件股东提议，保障股东对重大事项的决策权，同时依法保障股东提起派生诉讼或直接诉讼的权利。在利润分配方面，公司坚持长期、稳定、可持续的分红政策，在综合考虑经营发展、现金流状况及资金需求等因素的基础上，建立持续稳定的投资者回报机制，相关方案在充分听取独立董事和公众投资者意见后提交股东大会审议实施。同时，公司严格遵循同股同权原则，公平对待所有股东，并通过完善董事会专门委员会设置、提高独立董事比例及实行累积投票制等措施，持续强化中小股东权益保护。

信息披露管理

公司严格按照《上海证券交易所股票上市规则》《香港联合交易所有限公司证券上市规则》《上市公司信息披露管理办法》等相关法规要求，制定《信息披露管理制度》《银行间债券市场信息披露事务管理制度》《内幕信息知情人登记管理制度》《自有商场租赁及管理费收入监控及信息披露制度》《信息披露暂缓与豁免业务管理制度》等制度文件，通过明确信息披露的范围、时限、程序及渠道等规范信息披露工作，依规履行信息披露义务，向投资者真实、准确、完整、及时、公平地披露公司信息。同时，公司积极与地方证监局、上海证券交易所及香港联合交易所有限公司等境内外监管机构开展良性互动，构建覆盖事前、事中及事后的全流程监管沟通机制。针对重大投资、关联交易、股权变动、业绩预告、高级管理人员任免等重大事项，公司坚持“早识别、早沟通、早披露”的原则，在内部充分论证的基础上，主动与相关监管机构开展多轮沟通，明确披露口径及合规边界，持续提升信息披露透明度与规范性。

投资者关系管理

公司充分尊重且平等对待所有投资者，制定《投资者关系管理制度》并持续完善投资者关系管理机制。公司通过股东大会、业绩说明会、机构路演、券商策略会、上交所e互动平台、投资者来访及调研、公司官方网站，以及投资者热线和投资者邮箱等多元化渠道，持续开展投资者关系管理工作，增强信息披露的透明度和及时性，充分传递公司经营成果与投资价值，持续为投资者创造长期价值回报。

2025年，公司持续加强投资者关系管理，主要开展了以下工作：

- 组织投关活动**69**次，其中全国卖场调研**23**次。
- 组织面向全市场的业绩说明会**3**次（涵盖年报、半年报及第三季度报告）。
- 发布《投资者关系活动记录表》公告**4**篇。
- 通过上交所 e 互动平台回复投资者提问**59**问。
- 接听投资者热线电话累计超过**500**人次。





环境



2025年公司环境议题绩效目标

目标达成情况

1 温室气体（范围一、范围二）排放量较2024年下降33%	已完成
2 综合能耗较2024年下降22%	已完成
3 推进商场屋顶光伏建设，推动能源结构优化，提高绿色能源占比	已完成
4 水资源消耗量较2024年下降6%	已完成
5 全年废气、废水、废弃污染物均100%达标排放	已完成
6 重大环境污染事故数为0	已完成
7 商场内商户装修产生的建筑垃圾，规范化清运及处置率达到100%	已完成
8 持续推进下属子公司的ISO14001环境管理体系认证工作，报告期内，下属苏南建筑、美凯龙设计院已通过ISO14001环境管理体系认证	已完成



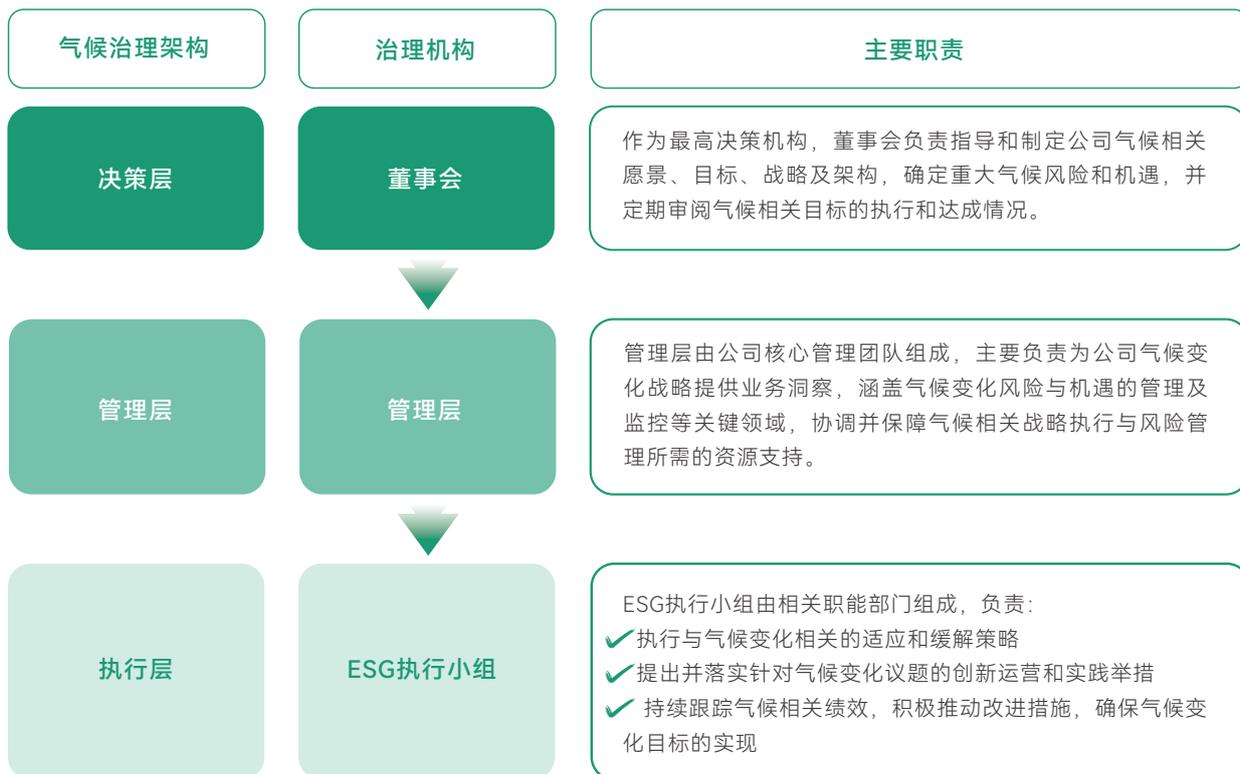
应对气候变化

当前，全球气候变暖正在加速演进，极端天气气候事件呈现频发、强发、广发特征，严重影响全球经济社会和自然环境，积极应对气候变化已成为全球共识。作为国内领先的家居装饰及家具商场运营商和泛家居业务平台服务商，公司坚定贯彻国家“双碳”目标和战略部署，严格遵循《联合国气候变化框架公约》《巴黎协定》等相关国际协定，将应对气候变化纳入企业发展战略，坚定践行绿色发展理念，持续推动自身运营与产业链协同减排，为守护地球生态、缓解气候危机贡献积极力量。



气候治理

公司建立了由决策层、管理层和执行层组成的三级气候治理架构，并通过明确各层级职责与权限，将气候变化治理融入公司运营的各个环节，持续提升公司气候治理能力与水平。



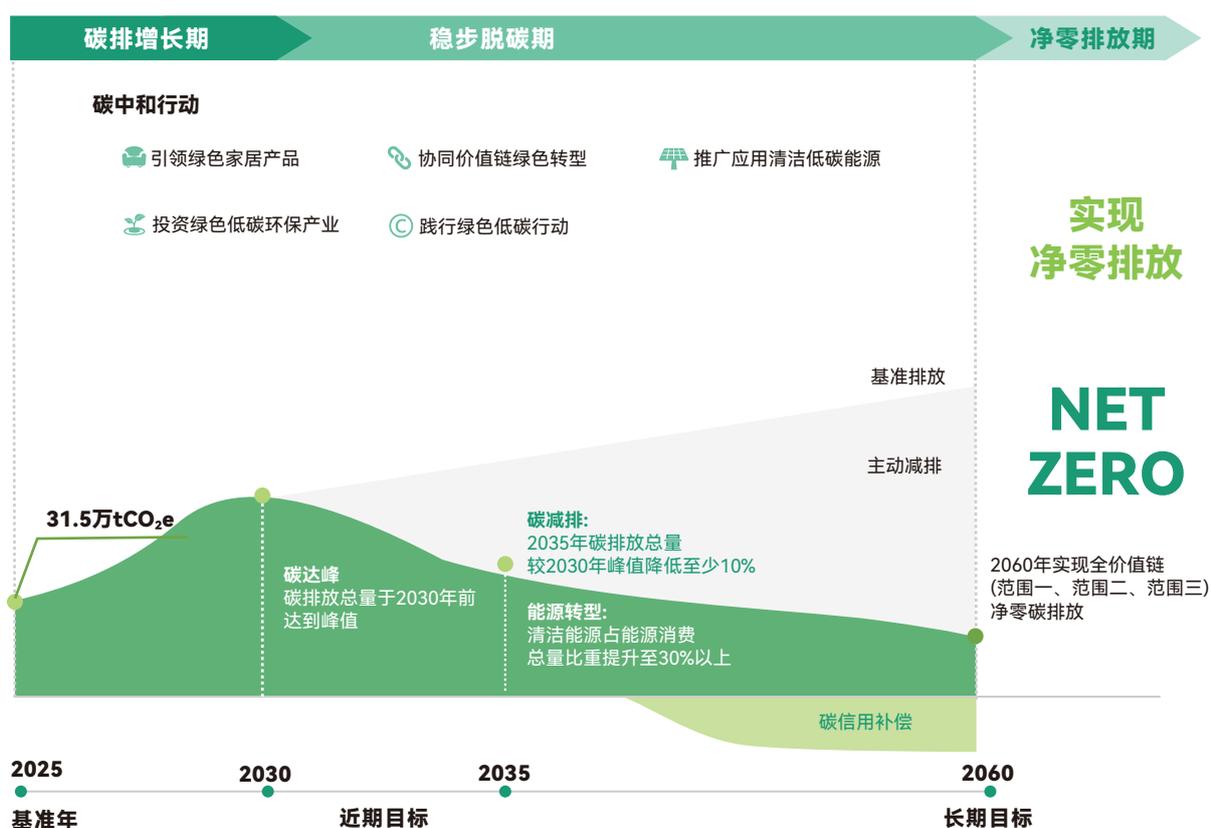
气候战略

为积极应对全球气候变化挑战，坚定贯彻中国“双碳”战略，公司将企业低碳发展路径与全球1.5°C温控目标相协同，设定覆盖自身运营与价值链的碳中和目标。

·**近期目标**：2030年前碳排放总量达到峰值；2035年碳排放总量较2030年峰值降低至少10%，清洁能源占能源消费总量比重提升至30%以上。

·**长期目标与净零承诺**：2060年实现全价值链（范围一、范围二、范围三）净零碳排放。

■ 净零排放路径



气候相关影响、风险及机遇管理

为全面评估气候变化对企业运营的潜在影响，公司结合自身业务特点，参考国际能源署（IEA）的情景模型，识别和评估短期、中期和长期内可能面临的转型风险和机遇；参考联合国政府间气候变化专门委员会（IPCC）提出的情景模型，识别和评估短期、中期和长期所面临的物理风险。基于识别和评估结果，公司制定了针对性的风险管理策略与应对措施，以持续提升企业的气候韧性及可持续发展能力。

转型风险

公司选取IEA情景模型下的净零排放情景（NZE）进行转型风险分析。在该情景下：

- 全球到2050年实现净零排放，平均气温稳定在高于工业化前1.5°C内的水平。
- 全球人口预计增长至约97亿人，且人口增长有放缓趋势。
- 全球经济预计将以年均2.6%的速度增长，但各国、各地区和不同时间段的增长存在一定差异。
- 煤炭和其他高碳排放的化石燃料将逐步被淘汰，能源利用效率大幅提高。
- 2050年，全球发电总量的近70%来自太阳能光伏和风能。
- 全球将紧密合作，推动政策发展，降低清洁能源技术成本，同时扩大关键矿产与清洁能源技术的多样性，并构建韧性强的全球供应链，企业将面临严格的政策监管和较高的转型风险。

风险类型	风险描述	应对措施	影响期限 ²	影响范围	财务影响 ³
政策与法律风险	<ul style="list-style-type: none"> • 国内外气候相关政策法规持续完善，资本市场与监管层面对上市公司气候信息披露要求不断提高，增加企业合规管理成本。 • 在国家“双碳”战略引领下，建筑能效与碳排放管控力度持续加大。公司旗下商业运营项目若未能及时推进节能降碳改造，可能面临运营成本增加、合规管理受限等风险。 	<ul style="list-style-type: none"> • 跟踪国内外气候与环境政策法规变化，及时优化信息披露内容，保障公司运营全面符合监管合规要求。 • 结合门店运营状况，统筹推进节能改造与清洁能源应用，稳步降低运营碳排放，提升绿色低碳发展水平。 	短期 中期 长期	上游 企业运营 下游	中等影响
技术风险	<ul style="list-style-type: none"> • 实体商业向“智慧与绿色”转型的过程中，涉及底层基础设施的全面迭代与复杂系统重构。若前沿技术路线与业务场景适配度不足，或新旧系统融合存在壁垒，将面临沉没成本高昂、技术成果转化率低的风险，进而制约资产整体运营效率。 	<ul style="list-style-type: none"> • 引入行业前沿的智库力量与标准化评估体系，赋能顶层技术架构规划，从而实现技术投资回报与战略升级的确定性。 	短期 中期 长期	企业运营 下游	中等影响
市场风险	<ul style="list-style-type: none"> • 消费者对绿色、智能、健康家居的需求持续提升，若未能构建具备市场竞争力的绿色产品体系，可能面临客户流失、市场份额下滑，进而影响盈利水平。 • 循环经济快速发展，二手家具、家居租赁等新业态不断涌现，若未能提前布局，可能错失市场新增机遇。 	<ul style="list-style-type: none"> • 完善绿色家居品牌优选体系，严格规范入驻品牌环保材料标准；积极探索家居全生命周期服务模式，推动以旧换新、循环利用等创新业务，打造服务闭环，培育新的增长动能。 	短期 中期 长期	上游 企业运营 下游	中等影响
声誉风险	<ul style="list-style-type: none"> • 若公司碳减排成效未达监管与利益相关方预期，可能对企业声誉、投资者信心及长期可持续发展造成不利影响。 	<ul style="list-style-type: none"> • 建立健全利益相关方沟通机制，通过常态化沟通与可持续发展信息披露，主动披露公司的实践与成效，树立负责任的企业形象。 	中期 长期	企业运营	较小影响

2. 影响期限分为短期、中期和长期。短期一般是指1年以内（含1年），中期一般是指1年至5年（含5年）；长期一般是指5年以上。

3. 财务影响分为极小、较小、中等、较大、极大影响。影响极小指对货币价值(如收入)的影响<100万元或对净利润的影响<1%；影响较小指对货币价值(如收入)的影响在100万元-500万元之间或对净利润的影响为1%-5%；影响中等指对货币价值(如收入)的影响在500万元-1,000万元之间或对净利润的影响为5%-10%；影响较大指对货币价值(如收入)的影响在1,000万元-5,000万元之间或对净利润的影响为10%-15%；影响极大指对货币价值(如收入)的影响>5,000万元或对净利润的影响>15%。

转型机遇

机遇类型	机遇描述	行动措施	影响期限 ⁴	影响范围	财务影响 ⁵
资源效率	<ul style="list-style-type: none"> 提升资源利用效率、推广清洁能源应用，有利于企业实现温室气体减排，减少中长期运营成本。 	<ul style="list-style-type: none"> 完善绿色运营规范，推动数字化办公与绿色物流，协同上下游减少资源消耗，提升循环利用水平。 	短期 中期 长期	企业运营	较小影响
能源来源	<ul style="list-style-type: none"> 依托现有物业载体，有序开展分布式光伏等清洁能源，有利于公司扩大绿色电力应用、优化能源结构，实现运营成本下降与能源利用效率提升。 	<ul style="list-style-type: none"> 在自有商场及子公司稳步推进屋顶分布式光伏发电项目建设，积极扩大清洁能源应用规模，持续提升能源利用效率与运营效益。 	短期 中期 长期	上游 企业运营 下游	中等影响
产品与服务	<ul style="list-style-type: none"> 家居消费向绿色、健康、智能化升级，为企业发展绿色产品与循环经济服务提供重要机遇，有利于提升客户价值与品牌核心竞争力。 构建循环经济商业模式，拓展家居全生命周期服务，有助于增强公司业务韧性和品牌附加值。 	<ul style="list-style-type: none"> 设立重点门店绿色家居体验专区，打造行业绿色消费标杆平台。 试点并规模化运营高端家具租赁、旧家具专业回收翻新与再销售等服务，构建销售-使用-循环再生的闭环商业生态。 	短期 中期 长期	上游 企业运营 下游	较大影响
市场	<ul style="list-style-type: none"> 公司可通过绿色产品创新、智慧家居布局及气候信息披露，抢抓市场与资本机遇，构建差异化优势，拓展新增长空间。 	<ul style="list-style-type: none"> 将可持续发展深度融入品牌战略，通过环境、社会及管治报告、绿色商场、绿色家居消费节等活动，持续提升品牌绿色影响力。 	中期 长期	企业运营	较大影响

4.影响期限分为短期、中期和长期。短期一般是指1年以内（含1年），中期一般是指1年至5年（含5年）；长期一般是指5年以上。

5.财务影响分为极小、较小、中等、较大、极大影响。影响极小指对货币价值(如收入)的影响< 100 万元或对净利润的影响<1%；影响较小指对货币价值(如收入)的影响在 100 万元-500万元之间或对净利润的影响为1%-5%；影响中等指对货币价值(如收入)的影响在500万元-1,000万元之间或对净利润的影响为5%-10%；影响较大指对货币价值(如收入)的影响在1,000万元-5,000万元之间或对净利润的影响为10%-15%；影响极大指对货币价值(如收入)的影响>5,000万元或对净利润的影响> 15%。



物理风险

公司选取IPCC的SSP路径下的高碳排放的高增长情景（SSP5-8.5）进行物理风险分析。在该情景下：

- 全球温室气体排在21世纪末仍将继续增长，与1850-1900年相比，2081-2100年的全球表面温度很可能升高3.3℃至5.7℃。
- 公司业务运营所在地区年平均近地表气温变化较为显著，极端天气气候事件趋于增多、增强。此外，公司业务运营所在地区的海平面高度亦将持续升高。
- 在该情景下，政策监管最宽松，但随着全球气温上升、极端天气日数增加、降水量变化、海平面上升等现象的发生，公司将面临物理风险的影响。

风险类型	风险描述	应对措施	影响期限 ⁶	影响范围	财务影响 ⁷	
急性物理风险	台风	<ul style="list-style-type: none"> 台风伴随的强风、暴雨可能对商场建筑外立面、屋顶结构及户外广告设施造成损坏，造成直接财产损失与营收中断。 台风可能导致区域性交通瘫痪与物流中断，影响商品配送及客户到店，并对供应链的稳定性造成冲击。 	<ul style="list-style-type: none"> 建立气象监测与应急响应机制，定期组织防风专项演练，提升抗灾能力。 对沿海地区的商场进行抗风加固设计改造，定期巡检并加固屋顶、幕墙、广告装置等，确保公司建筑物、设备能够抵御超强台风的影响。 	短期 中期 长期	上游 企业运营 下游	较大影响
	洪水	<ul style="list-style-type: none"> 洪水带来的洪涝灾害，可能导致商场地下车库、仓储区及配电设施受损，造成重大财产损失与长期停业风险。 城市内涝可能阻碍员工通勤与顾客到访，直接影响客流量与销售额。 	<ul style="list-style-type: none"> 对新建商场项目严格执行防洪设计标准，对现有商场开展排水系统能力评估与升级改造，在重点区域配备防洪挡板和应急排水设备。 建立健全极端天气应急管理机制，完善防汛物资储备体系，定期开展防汛应急演练，提升应对极端降水事件的响应能力。 	短期 中期 长期	上游 企业运营 下游	较大影响
	极端高温	<ul style="list-style-type: none"> 极端高温天气将大幅增加商场空调制冷负荷，增加能源消耗和商场的运营成本。 高温可能影响户外作业人员（如物流、安装工人）的健康与工作效率，增加用工风险与安全管理压力。 	<ul style="list-style-type: none"> 在商场公共区域增加自然通风、遮阳系统及节能设计，减少空调能耗压力，提高室内舒适度。 合理安排高温季的物流与仓储作业的工作时间，为户外作业人员提供防暑物资，并加强高温作业安全培训与健康监测。 	短期	上游 企业运营 下游	较大影响
	干旱	<ul style="list-style-type: none"> 干旱可能导致水价上涨，增加商场运营成本；持续干旱引发的限水政策可能影响商场日常清洁、空调冷却、绿化灌溉及餐饮租户运营，导致客户体验下降与租户投诉风险上升。 	<ul style="list-style-type: none"> 在商场全面推广安装节水器具，建设中水回收处理系统，提高循环用水比例与废水回收利用率，切实减少运营期间的取水量，并缓解供水压力。 	短期 中期 长期	上游 企业运营 下游	中等影响
	滑坡	<ul style="list-style-type: none"> 建于山地或丘陵地区的物流仓储设施或部分门店，在持续强降雨后可能面临周边山体滑坡或泥石流的地质灾害威胁，可能导致重大财产损失、人员安全风险与长期业务中断。 	<ul style="list-style-type: none"> 在新项目选址与设计时，严格遵循地质灾害风险评估程序，主动规避高风险区域；建立地质灾害应急预案，定期组织员工开展应急演练，强化员工应急响应能力。 	短期 中期 长期	上游 企业运营 下游	极小影响

6. 影响期限分为短期、中期和长期。短期一般是指1年以内（含1年），中期一般是指1年至5年（含5年）；长期一般是指5年以上。

7. 财务影响分为极小、较小、中等、较大、极大影响。影响极小指对货币价值(如收入)的影响< 100 万元或对净利润的影响<1%；影响较小指对货币价值(如收入)的影响在100万元-500万元之间或对净利润的影响为1%-5%；影响中等指对货币价值(如收入)的影响在500万元-1,000万元之间或对净利润的影响为5%-10%；影响较大指对货币价值(如收入)的影响在1,000万元-5,000 万元之间或对净利润的影响为10%-15%；影响极大指对货币价值(如收入)的影响>5,000万元或对净利润的影响> 15%。

风险类型	风险描述	应对措施	影响期限 ⁶	影响范围	财务影响 ⁷	
慢性物理风险	海平面上升	<ul style="list-style-type: none"> 海平面上升将加剧沿海城市风暴潮和内涝风险，位于沿海地区的商场将面临运营中断、资产受损甚至最终被迫迁址等多重挑战。 	<ul style="list-style-type: none"> 对沿海地区现有商场开展定期风险排查，对关键基础设施实施防洪防潮加固与排水系统升级，增强其抵御洪水、海水倒灌等灾害的能力。 	中期 长期	上游 企业运营 下游	较小影响
	平均气温升高	<ul style="list-style-type: none"> 年平均气温的持续升高将导致商场空调制冷负荷增加、制冷周期延长，全年总能耗与能源成本面临长期上涨压力。 	<ul style="list-style-type: none"> 全面推进商场围护结构热工性能提升，在新建与改造项目中广泛应用高效隔热材料、智能遮阳系统及自然通风优化设计等措施，从源头降低建筑制冷负荷需求。 	中期 长期	上游 企业运营 下游	较大影响
	水资源供应短缺	<ul style="list-style-type: none"> 水资源短缺可能导致部分商场面临持续的用水成本上升和限水压力，影响运营稳定性。 	<ul style="list-style-type: none"> 在新建商场项目中配套建设雨水收集、蓄水设施等，提高自身水资源蓄存与利用能力，增强运营韧性；定期对员工开展水资源保护的相关宣传与培训，提升其节水意识。 	中期 长期	企业运营	中等影响
	生态系统退化	<ul style="list-style-type: none"> 气候变化导致的区域生态系统退化（如城市热岛效应加剧、绿地减少等）会削弱自然系统对洪涝、热浪等极端气候的调节与缓冲作用，可能间接摧毁或损坏公司的固定资产，导致公司运营中断和巨大财务损失。 	<ul style="list-style-type: none"> 在商场项目规划、设计、改造与日常运营中，严格执行生态影响评估，并采取绿色施工与生态补偿措施，最大限度降低对当地生态系统的负面影响。 	中期 长期	上游 企业运营 下游	极小影响

6.影响期限分为短期、中期和长期。短期一般是指1年以内（含1年），中期一般是指1年至5年（含5年）；长期一般是指5年以上。

7.财务影响分为极小、较小、中等、较大、极大影响。影响极小指对货币价值(如收入)的影响< 100 万元或对净利润的影响<1%；影响较小指对货币价值(如收入)的影响在100万元-500万元之间或对净利润的影响为1%-5%；影响中等指对货币价值(如收入)的影响在500万元-1,000万元之间或对净利润的影响为5%-10%；影响较大指对货币价值(如收入)的影响在1,000万元-5,000 万元之间或对净利润的影响为10%-15%；影响极大指对货币价值(如收入)的影响>5,000万元或对净利润的影响> 15%。



温室气体排放管理

公司根据ISO14064-1:2018标准，采用运营控制法对财务报表合并范围内的主体开展了2025年度温室气体盘查工作。

温室气体盘查组织边界

本次碳盘查覆盖公司合并范围内所有子公司，以及通过运营控制权管理的所有家居商场、办公场所等。

温室气体盘查活动边界

公司 2025 年温室气体盘查范围包括范围一直接排放源及范围二能源产生的间接排放源。

GHG类型	定义	主要温室气体排放活动
范围一	直接温室气体排放，指组织自身产生的温室气体排放，包括燃烧化石燃料和工业过程中产生的排放等。分为固定燃烧排放、移动燃烧排放、工艺过程排放、逸散排放。	<ul style="list-style-type: none"> • 天然气锅炉 • 汽油公务车 • 柴油公务车 • 空调 • 灭火器
范围二	能源间接温室气体排放，指组织所消耗的电力、热能等能源所产生的温室气体排放。包括外购电力、外购蒸汽等。	<ul style="list-style-type: none"> • 外购电力 • 外购热力

温室气体种类

包含二氧化碳 (CO₂)、甲烷 (CH₄)、氧化亚氮 (N₂O)、氢氟碳化物 (HFCs)、全氟碳化物 (PFCs)、六氟化硫(SF₆)、三氟化氮 (NF₃) 七类温室气体。

温室气体计算量化方法学

公司根据ISO14064-1:2018标准，采用算法、排放系数和质量平衡方法进行碳排放数据计算，碳排放核算主要计算公式为“活动水平数据×排放因子”。

不同排放源的计算遵循《2006年IPCC国家温室气体指南》，能源相关排放依据《综合能耗计算通则 (GB/T2589-2020)》及生态环境部发布的2023年中国区域电网平均二氧化碳排放因子进行核算，境外企业则采用所在地电网因子进行核算。

所有温室气体排放数据最终依据IPCC第六次评估报告 (AR6) 提供的全球暖化潜势 (GWP) 转换为CO₂e，以确保计算结果的科学性和可比性。

公司2025年的计算方法与往年保持一致，未发生重大变化。

排放因子

针对范围一、范围二的不同排放源，公司依据《2006年IPCC国家温室气体指南》《综合能耗计算通则（GB/T 2589—2020）》、生态环境部最新发布的电力排放因子等选择合适的排放因子进行温室气体排放量的计算。

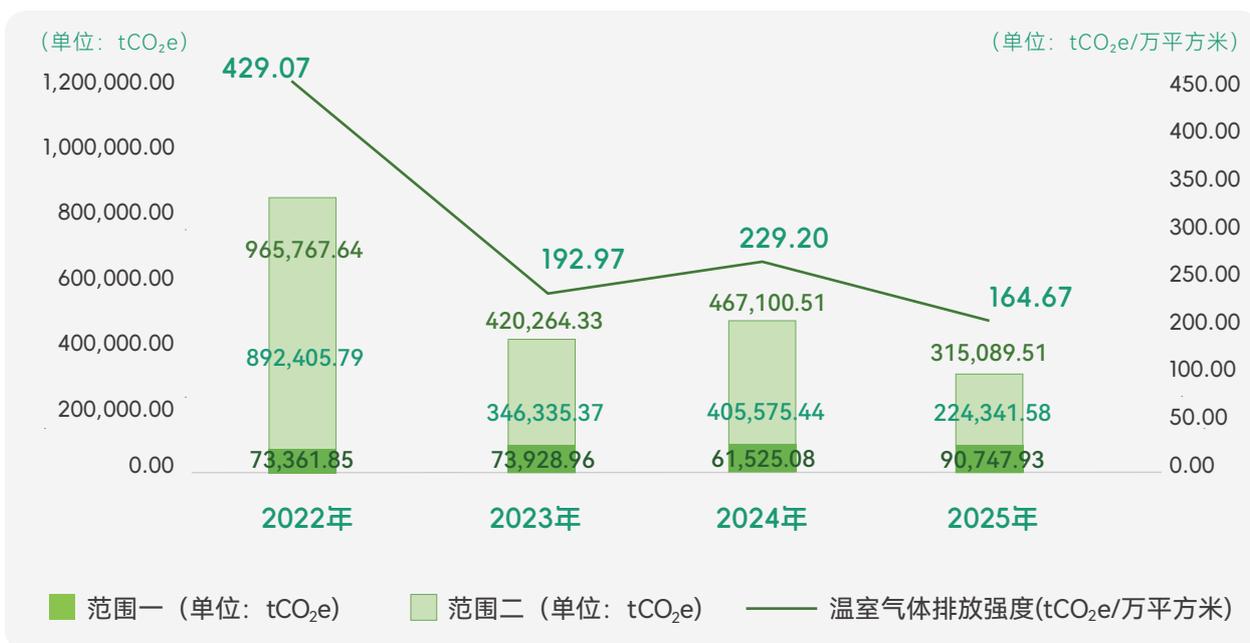
温室气体排放情况

2025年，公司温室气体总排放量（范围1、范围2）为**315,089.51tCO₂e**，较2024年减少**152,011tCO₂e**，主要得益于公司精细化能源管理与清洁电力使用比例提升。

公司温室气体排放量

类别	2022年	2023年	2024年	2025年
范围1：直接排放 (单位：tCO ₂ e)	73,361.85	73,928.96	61,525.08	90,747.93
范围2：间接排放 (单位：tCO ₂ e)	892,405.79	346,335.37	405,575.44	224,341.58
总排放量 (单位：tCO ₂ e)	965,767.64	420,264.33	467,100.51	315,089.51
温室气体排放强度 (单位：tCO ₂ e/万平方米)	429.07	192.97	229.20	164.67

GHG排放情况



温室气体减排措施

公司通过引领绿色家居产品、协同价值链绿色转型、推广应用清洁低碳能源、投资绿色低碳环保产业、践行绿色低碳行动等一系列措施，在降低自身运营产生的温室气体排放的同时推动传统行业的低碳转型，助力产业链的绿色发展。



引领绿色家居产品

伴随消费者环保意识的不断提升，绿色健康家居产品日益成为市场消费主流。为引领绿色家居消费理念、倡导健康环保生活，公司将绿色低碳理念全面融入业务发展，聚焦绿色家居、绿色建筑、零碳消费场景等领域，从源头确保家居产品的环保与健康，致力于以绿色理念推动人居生活的绿色低碳转型。

引领绿色家居，共筑环保未来

公司秉持“对每个家庭的居家环保负责任”的企业使命，致力于为消费者甄选并推荐更环保的家居产品。为此，公司通过重点扶持绿色环保品牌、制定并推行高标准的绿色家居规范等核心举措，系统性地推进绿色环保实践。

在促进行业规范化发展方面，公司积极履行领导责任，牵头制定了一系列家居产品质量与环保相关的关键标准。这些标准已获得国家认证认可监督管理委员会的备案与认可，为整个家居行业的环保升级提供了明确的规范指引与依据。

公司对绿色发展的承诺与实践由来已久且不断深化：

- 2012年，率先在行业内提出“家居专家”九项服务承诺，将绿色环保纳入核心服务范畴。
- 2013年，联合中国质量认证中心共同发起“家居绿色环保领跑品牌”项目。该项目通过建立公开、公正的评选体系，遴选并表彰在环保方面表现卓越的品牌，旨在树立行业标杆，驱动全产业链环保水平的整体提升。
- 2015年，携手中国质量认证中心正式推出“中国家居正品查询平台”，构建了“绿色家居·正品追溯”体系，保障消费者权益，促进市场透明化。
- 2016年，正式发布企业绿色宣言，并持续迭代升级“绿色领跑”品牌评选机制，以实际行动坚定推动家居行业向绿色、低碳的未来迈进。

通过一系列持续且深入的举措，公司不仅在产品层面践行环保承诺，更在行业标准与生态构建层面发挥着积极的引领作用，携手合作伙伴与消费者，共同迈向可持续的家居生活。



家居绿色环保领跑品牌

打造绿色人居体验，以零碳场景赋能绿色消费

公司聚焦“智能化、零碳化、适老化”消费趋势，全面推进核心电器业态提档升级。通过跨界融合新能源与前沿科技，创新打造集家庭绿能管理与智电生态于一体的沉浸式空间，推动实体商业从单一零售向“一站式零碳生活解决方案”跨越。同时，公司将该创新场景定为标准化配置并稳步推进全国复制，引领用户向绿色“能源创造者”转型，重塑可持续的家居商业生态。

案例 | “零碳生活家”科技展厅

为推动家居消费绿色转型，2025年公司携手建发居住科技、星星充电，在上海创新打造全国首个“零碳生活家”零碳绿能科技展厅。该展厅以家庭能源管理为核心，围绕零碳生活方式，构建户外露营、人车家能量中枢、零碳出行、零碳咖啡、自行车发电、阳台光伏六大主题场景。通过光伏发电、储能系统、V2G充放电等前沿技术，将零碳理念转化为用户可体验、可感知的日常生活场景，实现零碳科技与家居场景的深度融合，为消费者提供一站式零碳生活解决方案。公司已将“零碳生活家”确立为未来智能电器生活馆升级的标准配置，并制定了规模化的推广路径：2025年率先建成5座“零碳生活家”，2026年拓展至10家，2027年覆盖40至50家门店。依托绿色场景与主营业务深度协同，公司推动家庭用户从传统能源消耗者向能源创造者转变，持续巩固在可持续家居领域的创新引领地位，助力构建家居行业绿色生态。



“零碳生活家”零碳绿能科技展厅

案例 | “Mega-E智电绿洲”

2025年，公司于上海全球家居1号店正式宣布，美凯龙电器馆从1.0版升级为2.0版“Mega-E智电绿洲”，并同步启动全国电器2.0首馆开业仪式。作为“Mega-E智电绿洲”全国首店，上海全球家居1号店的电器馆在升级后经营面积从1.6万平方米增加到3.3万平方米，品牌数量由57个提升至103个，并新增“潮电荟”“用户服务中心”“零碳生活家”等场景模块，实现从“单一高端电器馆”向生态化场景转型。

“Mega-E智电绿洲”聚焦“智能化、零碳化、适老化”新三化趋势，通过引入零碳生活方式、家庭绿能解决方案、AI智能穿戴、适老家电及潮酷3C等新兴品类，构建覆盖居家全场景的科技生态。同时，以用户服务中心为核心，推动服务从“交易终点”转向“关系起点”，并依托会员体系链接商户与社区，塑造“有温度”的服务体验。公司计划在2027年前在全国落地40家“Mega-E智电绿洲”，从上海、北京等高能级城市向全域覆盖，实现“一城一标杆”布局，重塑高端电器消费目的地，引领行业从渠道竞争向场景生态共创演进。



“Mega-E智电绿洲”上海全球家居1号店开业首发

协同价值链绿色转型

推动价值链协同降碳，是公司实现深度减排、构筑整体绿色竞争力的关键路径。公司积极联动上下游伙伴共同减排，将绿色发展要求融入供应商与合作商户的管理体系，通过践行绿色采购、推动绿色生产、强化绿色品控等措施，共同推进减排行动，助力产业价值链生态实现绿色低碳转型。

深化绿色采购，推广环保材料应用

公司秉持绿色可持续发展理念，将环保表现纳入供应商评估与管理体系，全面推进绿色建材与环保装修材料的采购与应用。在采购环节，公司明确确立以“可再生资源优先、节能设备优先”的原则，持续加大低碳环保产品引入力度，逐步淘汰高污染、高排放的落后产品，全力推广绿色建材与环保装修材料的规模化应用。



推动绿色生产，强化全过程环保管控

针对入驻公司商场的合作品牌，公司致力于从生产源头推动绿色转型，引导合作伙伴践行绿色生产模式：



构建全流程绿色品控体系

构建覆盖“售前-售中-售后”的全流程商品质量管控体系，将环保指标作为质量管理的核心要素，对原材料采购、生产流程及成品检测等环节实施严格审查，强化商品准入风险管控。



引导生产环节节能降碳

要求各合作品牌工厂在生产环节严格遵循国家一级能效标准，引导其通过优化工艺流程、采用节能设备、减少生产废料等方式降低能耗与碳排放，并鼓励其配备自有检测设备，在保障产品品质的同时减少生产环节的环境影响。



携手第三方保障绿色品质

联合第三方检测机构开展环保质量检测，确保所有商品符合《绿色建材产品认证》标准。

通过以上措施，公司不仅自身践行绿色承诺，更致力于赋能并协同价值链伙伴共同减碳，构建责任共担、效益共享的绿色产业生态，推动家居行业整体向资源节约、环境友好的方向发展。

推广应用清洁低碳能源

推广应用清洁能源是公司实现运营碳中和、实现用能结构优化与长期成本控制的重要行动措施。公司积极推进清洁低碳能源应用，持续降低对传统化石燃料的依赖，减少运营环节的温室气体排放。

激活屋顶空间价值，光伏赋能绿色运营

在全球绿色低碳转型的背景下，充分利用城市空间资源的分布式光伏，已成为优化能源结构、促进可持续发展的重要途径。通过在公共建筑屋顶部署光伏系统，不仅能够有效激活闲置资产，还能显著降低碳排放，助力城市迈向低碳未来。公司积极践行绿色运营理念，推进商场绿色能源转型。



案例 | 南通红星美凯龙光伏建筑一体化项目

公司旗下南通红星美凯龙商场采用光伏建筑一体化建设模式，在商场屋顶铺设了总面积达1,650平方米的光伏组件，总装机容量达到346千瓦。系统并网运行后，预计首年发电量可达36.7万度。该光伏项目在其长达30年的设计生命周期内，累计发电量预计可等效减少二氧化碳排放约8,360吨，相当于种植超过7.5万棵树木的碳汇效益。项目所发电能将优先满足商场自身运营所需，不仅提供了稳定可靠的绿色电力，有效降低了对传统电网的依赖，更以实际行动减少了运营过程中的碳排放，是公司推动自身可持续运营与履行环境责任的重要实践。



南通红星美凯龙屋面光伏

投资绿色低碳环保产业

投资绿色低碳环保产业是公司着眼未来、推动业务增长与行业创新的重要战略布局。通过积极拓展绿色能源应用与多元化创新场景，公司着力构建面向未来的绿色产业生态，持续赋能行业的可持续发展。

创新能源合作，构建绿色供能生态

公司设立专属的绿色能源科技运营平台红星美凯龙绿能（上海）科技有限公司，聚焦于碳减排、碳转化、碳捕捉及碳封存（CCUS）等前沿技术的研发攻坚，并协同拓展储能技术服务、新能源电池及生态环保材料制造等上下游相关业务。同时，公司积极链接外部头部新能源开发资源，创新跨界生态合作机制。以“绿色新能源+产业”的深度融合为导向，持续拓展低碳转型合作模式，扎实推进分布式光伏建设、绿电交易等核心新能源项目的高质量落地，致力于打造全方位、可持续的现代化能源生态体系。



资源融合，构筑“人车家”消费新生态

在新能源汽车产业蓬勃发展与消费提质升级的背景下，线下商业空间的跨界融合已成为优化资产效能、激发商业活力的重要路径。依托大型家居商场丰富的网点资源与空间优势，引入新能源汽车业态，不仅能够拓宽商业服务边界，更能精准匹配消费者对沉浸式体验与高品质服务的要求。公司积极响应绿色消费趋势，通过以下举措系统性孵化汽车新赛道，构筑“人车家”新生活方式：

设立专职平台与战略规划

成立专属智慧汽车服务公司作为运营载体，发布“3100规划”，以明确的规模化目标驱动全国多城市、多品牌的招商与业务落地。

构建全链条汽车业务生态

深化与品牌总部的战略合作，积极链接主机厂及汽车平台资源，打造覆盖新能源汽车展示、高端二手车交易及汽车后市场服务的一体化产业链。

创新场域运营与用户体验

推动汽车智能生态综合体“π空间”以店中店形式落地商场，集IP展示、购车与营销于一体。并借助数字化工具沉淀高粘性用户社群，打通线上线下流量，最终实现多业态融合的绿色消费生态闭环。

践行绿色低碳行动

公司致力于将绿色低碳理念深度融入企业运营与消费场景，通过内部管理优化与外部消费引导双向发力，构建覆盖员工、商户及消费者的可持续发展生态。

践行绿色办公，倡导低碳行为

公司积极践行绿色办公理念，持续推进办公区域的节能改造与精细化管理：

精细化能源管理

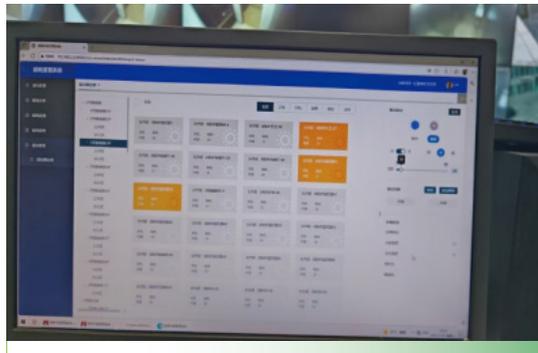
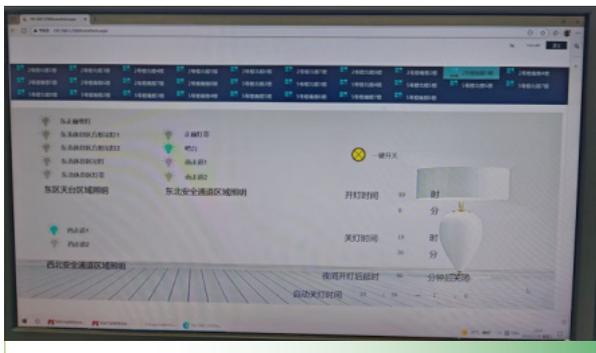
对办公区域能源系统进行升级，部署会议室红外探测节能套件，并引入灯光能耗控制与能源管理系统，实现对会议室资源的高效调度及灯光、空调的自动化控制，有效降低能耗。

办公耗材减量化使用

公司推广绿色用品，通过采购环保擦手纸、可回收洗涤餐具等绿色用品，减少一次性制品使用，降低资源消耗。

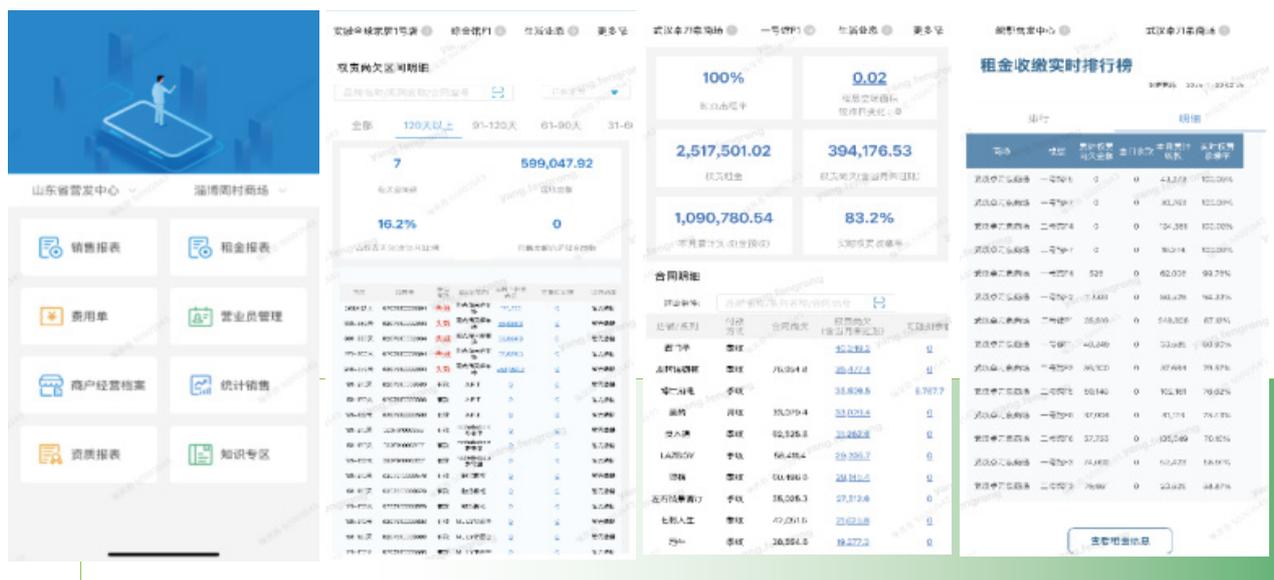
组织内部环保宣导

倡导“人去灯灭、合理控温、楼梯通勤”等低碳行为，持续提升员工的环保意识与参与度，共同构建节能高效的绿色办公环境。



数智化转型，打造全链路智慧楼宇管理中枢

公司积极顺应“数智+低碳”双转型趋势，全面升级楼宇运营管理体系。公司持续自主研发并深度迭代智慧楼层管理系统，将分散的楼宇管理模块整合为统一的数字化中枢。通过集成租金收缴、资质审核与风控预警等多维度动态看板，公司实现了商户全生命周期的线上化与可视化治理，为精准决策提供敏捷的数据支撑。同时，公司依托该数字化基座，将绿色理念深度融入日常运营：对内，全面推行无纸化与电子化业务流转，大幅降低资源消耗；对外，创新植入环保质量抽检与绿色宣贯机制，以数字化手段引导供应链强化绿色产品属性。以此为抓手，公司正携手广大商户，共同构建高效、低碳、可持续的家居流通新生态。



楼层管理E端系统



能源利用

能源是人类赖以生存和发展的重要物质基础，亦是国家安全与经济社会可持续运行的关键保障。提升能源管理水平、推动能源技术创新是企业践行绿色运营、实现可持续发展的必然路径。公司将节能减排确立为核心发展目标，严格遵守《中华人民共和国能源法》《中华人民共和国节约能源法》《中华人民共和国可再生能源法》等法律法规要求，持续完善能源管理体系，全面提升能源利用效率，降低能源消耗及温室气体排放。

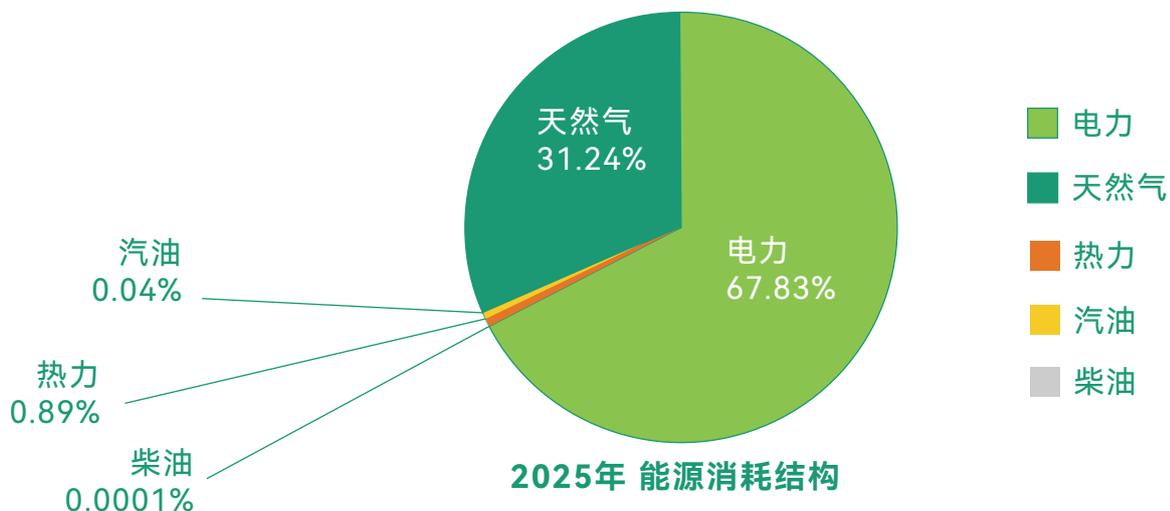


能源消耗

2025年，公司综合能耗为**803,983.13**兆瓦时。从消耗的能源结构上看，2025年，公司运营过程中主要消耗的能源资源为**电力**，占比能源消耗总量的**67.83%**。

公司能源消耗结构

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



能源管理

公司通过制定并推行《关于执行商场能源章节精细化管理的通知》等专项制度，建立了系统化的能源管理推进机制。该机制明确了各项节能任务的目标、时间节点与责任主体，实现了对能源使用状况的全流程动态跟踪与闭环管理，有效提升了商场能源精细化管理水平。同时，公司推动部分商场建立能源管理组织架构，持续开展能源精益改善与能效提升行动，并定期组织能源管理专项培训。为进一步落实管理责任，公司将能源管理绩效纳入相关岗位的考核体系，确保各项绿色低碳运营目标得以扎实、稳步地实现。



能源管理培训

节能降耗

为系统推进节能降耗工作，公司聚焦商场照明、空调、电梯等重点用能系统，持续实施能源管理优化措施，提升能源利用效率，降低运营碳排放。

公司在运用中落实的主要节能举措包括：

照明系统优化

广泛采用智能控制策略，在公共区域、幕墙照明、店铺招牌照明中使用时控开关，根据季节与日照变化灵活调整启闭时间；在消防通道、车库、卫生间等区域推广声控、光控或雷达感应灯具，实现“人走灯灭”；严格执行分时照明策略，区分营业与非营业时段设置不同照明方案，并将传统金卤灯、筒灯等更换为高效LED灯具，从源头上降低照明能耗。

空调系统调节

严格执行室内温度控制标准，并依据室外气温动态调节主机出水温度与风机回风温度，实现按需供冷供热；根据各楼层实际热负荷差异，实施差异化送风策略，避免能源浪费；优化主机运行时段，充分利用夜间谷电进行蓄热或蓄冷，进一步提升系统能效。

电梯系统

对扶梯实行分时运行管理，营业前后错峰启停，非营业时段全部关闭；客梯在营业期间全部开启，闭店后仅保留必要值班电梯运行；货梯集中安排在非客流高峰时段使用，减少无效能耗。

能耗监测

常态化开展能耗数据抄录与对比分析，及时识别并处理用能异常。部分商场已部署智能能源管理系统，逐步实现用能数据的远程监测、分析与精细化调控，为持续优化能效提供数据支持。

水资源利用

水资源是人类社会生存与发展的基础资源，也是企业可持续运营的重要保障。公司高度重视水资源管理工作，严格遵循《中华人民共和国水法》《中华人民共和国节约能源法》《中华人民共和国水污染防治法》等相关法律法规要求，将节水理念融入运营全过程。

公司制定了明确的用水效益提升目标，并通过强化统计监测、推广节水技术、开展宣传倡导等综合措施，全面提升水资源利用效率，履行企业节水责任。

在商场运营中，公司系统性推行以下节水管理措施：

推广节水器具

在商场卫生间、后勤区域等用水点全面推广安装节水型器具，例如为水龙头加装起泡器，在保证使用体验的同时有效控制水流、减少不必要的浪费。



商场感应水龙头及节约用水标识

营造节水氛围

在卫生间、公共通道等醒目位置张贴节约用水宣传标识，持续向员工、商户及顾客传递节水理念，倡导绿色用水行为，共同营造全员参与、自觉节水的良好氛围。



节水宣传

在建设项目施工中，公司系统性实施以下水资源管理措施：

- 01 实施定额计量与考核** 对生活用水、工程用水实行分类定额管控与独立计量，针对用水集中区域及关键工艺点开展专项计量考核，强化用水精细化管理。
- 02 优化水源配置** 施工现场喷洒路面、绿化浇灌等环节优先采用非传统水源，严控市政自来水使用；现场搅拌、养护用水配套专项节水方案，严禁粗放养护混凝土。
- 03 推广循环节水设施** 在场内设备、车辆冲洗点设置循环用水装置，提高水资源重复利用率。在办公区、生活区及其他临时用水点全面配置节水型器具与系统，并安装计量装置，实现用水数据精准监测与管理。
- 04 加强管网设计与维护** 科学设计供水管网，确保管径合理、管路简捷，并指派专人巡视养护，杜绝跑、冒、滴、漏等水资源浪费现象。
- 05 推进水资源循环利用** 因地制宜建设水资源收集、处理和回用系统，实现施工废水的梯级、循环利用，提升整体用水效率。
- 06 强化节水责任** 项目部与各分包单位签订节约型工地共建协议，明确节水责任；在生活区张贴节水标语，开展不定期节水宣传教育，推广节水型器具，增强全员节水意识。

污染物排放

公司严格遵守《中华人民共和国大气污染防治法》《中华人民共和国水污染防治法》《中华人民共和国土壤污染防治法》《中华人民共和国环境噪声污染防治法》等相关法律法规，持续完善污染物排放管理体系，强化对运营过程中产生的废气、废水、噪声等各类污染物的系统管控与治理，致力于持续减少对环境的负面影响。



废气排放管理

公司废气的主要来源包括项目建设与装修环节，以及停车场内的汽车尾气，主要污染物包括颗粒物、氮氧化物和硫氧化物等。

扬尘是施工装修过程中的主要污染物之一，对周边环境和人员健康构成潜在影响。在项目建设施工全过程中，公司积极践行清洁生产理念，严格遵循《建设工程施工现场环境与卫生标准》(JGJ146-2013)等行业规范，采用源头控制与末端治理相结合的策略，针对各类施工作业场景，落实以下废气与粉尘治理措施，致力于最大限度减少施工过程中的粉尘与废气排放，保护周边环境质量，履行企业环境保护责任：

- **推广清洁建材与工艺：**施工现场全面推行使用预拌商品混凝土。在特殊情况下需现场搅拌时，搅拌设备必须配备高效除尘装置，并对散装水泥罐实施全封闭管理，最大限度减少工艺粉尘产生。同时，规定现场所有茶炉、火灶必须使用电能、液化石油气等清洁能源，并严禁一切露天焚烧行为，从源头杜绝固定污染源废气排放。
- **严控装饰材料环保品质：**所有装饰装修材料均须选用经权威检测认证的环保产品，并严格依据《民用建筑工程室内环境污染控制标准》(GB50325-2020)等国家强制性标准进行进场有害物质抽检，从材料源头预防挥发性有机物(VOCs)等室内外空气污染。
- **实施裸露土地动态治理：**对办公区、生活区及场内临时裸露土地，及时采取绿化、硬化或覆盖等抑尘措施，有效控制风蚀扬尘，并改善施工现场环境面貌。
- **推行物料全链条密闭管理：**在存储环节，对水泥等粉状物料实行专库存放；对砂石、土方等易扬尘物料堆场，采取全覆盖、防风抑尘网等物理隔绝措施。在运输环节，所有土方、建筑垃圾及易撒漏物料均采用密闭式运输车辆或进行100%苫盖运输，严防遗撒。
- **加强移动源排放管控：**建立并严格执行施工车辆与机械的定期维护保养制度，确保其处于良好工况。通过推广使用清洁燃油、加装尾气净化装置等综合措施，确保所有移动源排放均符合国家及所在地最严格的排放标准。
- **推广湿法作业与局部封闭：**在土方开挖、拆除、涂料打磨等高风险作业中，强制采用洒水、喷雾降尘、局部作业空间封闭等湿法工艺，并配备空气质量监测，确保作业区扬尘可控。
- **建立智能化车辆冲洗系统：**在所有主要出入口设置自动化洗车平台及循环水处理设施，确保所有车辆离场前100%清洗，实现不带泥上路，显著降低道路扬尘。



扬尘在线监测装置



洗车池

废水排放管理

公司运营中产生的废水主要来源于项目建设施工与商场日常运营两个环节，其内含的污染物主要包括化学需氧量（COD）、生化需氧量（BOD5）等。

建筑施工废水排放管理

公司建筑施工产生的废水主要包括施工现场工程废水与生活废水。为践行绿色发展理念，公司严格遵循环保法规要求，建立从源头控制到末端治理的全链条废水管理机制。针对建筑施工业务，公司通过工艺优化、达标处理等举措，确保施工现场污水排放符合国家标准《污水综合排放标准》（GB8978-1996），切实达成废水减量化、无害化排放目标，助力绿色可持续发展。报告期内，公司未发生因污水排放对环境造成负面影响的事件。

针对施工过程中产生的工程废水，公司通过以下措施实施全过程管控：

• 完善排水与处理设施

- ✓ 根据施工总平面布置，系统设置排水沟、三级沉淀池、隔油池等处理设施，确保各类生产污水（含车辆冲洗、机械作业、砼养护等废水）100%收集处理。
- ✓ 施工产生的泥浆、浸砖废水等，均须在经硬化的固定场地内有组织排放，并全部经沉淀处理后方可外排。

• 强化分项过程控制

- ✓ **混凝土养护**：优先采用蓄水养护工艺，或通过浸湿麻袋片覆盖养护的方式，最大限度减少养护废水的无组织排放。
- ✓ **车辆清洗**：所有车辆必须在固定洗车台冲洗，废水循环使用或经沉淀后排放。
- ✓ **机械设备作业**：现场机械设备严格按照施工平面图划定区域规范布设，同步对设备作业场地实施硬化处理，并配套设置排水沟与沉淀池，确保施工废水经沉淀处理后，合规排入市政污水管网。
- ✓ **危化品管理**：对化学品、油料等设置具有严格防渗层的专用储存区，并配套渗漏液收集与应急处理设施。

• 加强监测与资源保护

- ✓ **水质监测**：定期委托有资质的第三方对排放废水进行水质检测，并根据结果采取纠正与预防措施。
- ✓ **地下水保护**：在地下室等施工中，采用混凝土护坡等隔水措施，将施工降水限定在基坑范围内，防止影响周边地下水水位及水质。



商场运营废水排放管理

公司商场运营产生的废水主要来自商场的餐饮服务、厕所冲洗、空调系统、场地清洁等环节。针对商场运营产生的污水，公司从设施升级与管理优化两方面推进节水减排工作：



● 升级节水设备与技术

公共卫生间全面配置感应式小便器、脚踏式节水龙头及起泡器等高效节水器具，有效控制冲厕、洗手等环节的用水量。同时，通过科学调控空调系统运行模式与时长，减少系统排污频次与总体补水量，从而降低间接废水产生。

● 优化运营与维护管理

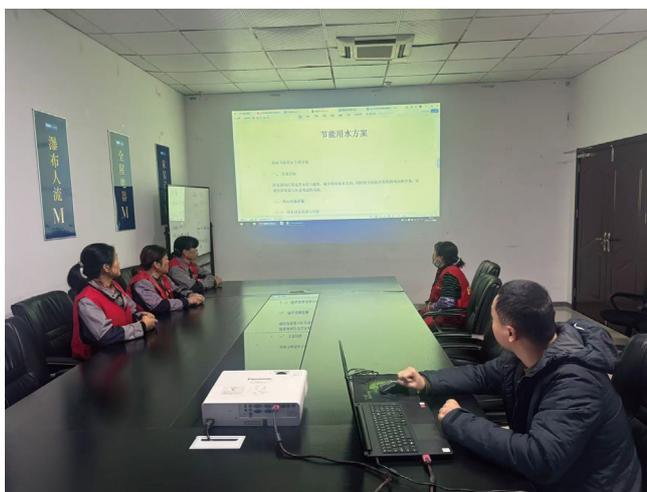
- ✓ 针对保洁人员开展专项节水培训，明确作业规范，禁止采用水管直冲方式清洁大面积地面。
- ✓ 搭建用水量实时监测系统，动态追踪用水数据，及时识别并处置管网异常泄漏问题。
- ✓ 建立管道、阀门、水箱等供水设施的定期巡检与维修制度，从源头杜绝“跑、冒、滴、漏”现象。
- ✓ 定期对供水管网进行清洗维护，防止管道结垢造成供水效率下降及不必要的耗水。

● 加强意识引导与习惯培养

在所有用水点统一设置醒目节水标识，引导员工、商户与顾客养成随手关水、杜绝长流水的良好习惯。面向全体员工及导购人员定期开展节水意识与实操技能培训，将节水理念深度融入日常运营的各个环节。



日常供水设施巡检



节约用水培训

噪声管理

公司运营过程中产生的噪声，主要来源于建设项目的施工现场。公司高度重视施工作业现场的噪声管控工作，积极采取相应措施管控施工作业现场产生的噪声，确保噪声管理符合国家及地区规定的标准要求。2025年，公司在建项目施工期间噪声严格执行《建筑施工场界环境噪声排放标准》（GB12523-2011）的各项要求，实现稳定达标。



公司针对施工现场噪声管控采取的主要措施包括：

- **加强设备维护与管理：**施工前对挖掘机、运输车辆等设备进行保养，施工中及时排除故障，避免因机械故障产生噪音。定期对有可能发出噪声的机械部位进行清理、润滑、保养，从源头控制噪声发生。
- **推广低噪声设备与工艺：**选用低噪声型的施工机械设备及工艺，严格控制易发生尖锐噪音的小型电动工具的使用时间、使用频次和同时作业数量，夜间休息时段减少或停止相关作业。
- **规范大型设备使用：**塔吊、施工电梯等大型机械设备必须取得地方行政部门颁发的“使用许可证”才可投入使用。
- **科学安排作业时间：**合理规划施工流程，将拆卸、混凝土浇筑等高噪声作业严格安排在昼间时段进行，最大限度减少夜间施工对周边环境的影响。
- **推行文明施工与精细作业：**倡导文明施工，严禁高空抛掷钢管、扣件等构件，控制混凝土振捣噪声，规范垂直运输信号，推行低噪声施工、装卸、搬运、清理等作业。
- **实施车辆噪声准入制度：**推行低噪声车辆转入管理，所有进场车辆的运行噪声值均须符合国家及地方现行噪声排放标准。
- **履行监测与报备手续：**项目开工前，按规定向城管部门申办施工噪声监测委托手续，主动接受监督，确保噪声管理合规、透明。



废弃物处理

公司严格遵守《中华人民共和国固体废物污染环境防治法》《一般工业固体废物贮存和填埋污染控制标准》《危险废物贮存污染控制标准》等国家 and 地方法律法规以及固体废物相关要求，不断健全和完善废弃物管理制度，坚持减量化、资源化、无害化原则，努力减少业务运营过程中产生的各类废弃物排放。



无害废弃物

公司无害废弃物的主要来源包括项目建设与商场运营环节，主要污染物包括建筑垃圾、工业垃圾和生活垃圾等。

建筑施工无害废弃物管理

公司建筑施工业务产生的无害废弃物主要为建筑垃圾、工业垃圾和生活垃圾。公司秉承废弃物资源化利用的原则，采取以下管理措施：

- **强化现场管理，推进源头减量**

通过“活完、料净、脚下清”的现场管理，从源头减少建筑垃圾产生。

- **推行分类收集与资源化利用**

对建筑垃圾分类收集，并优先采用地基回填、铺路等方式进行资源化利用。

- **规范生活垃圾处理**

生活区设置封闭垃圾容器，生活垃圾袋装化并及时清运。

- **保障环保设施有效运行**

确保沉淀池、隔油池、化粪池等环保设施正常运行，杜绝堵塞、渗漏与溢流。

- **落实专业化清运处置**

定期委托具备相应资质的单位对池内沉淀物进行规范化清掏、运输与处置，防止二次污染。

商场运营无害废弃物管理

针对商场运营业务产生的无害废弃物，公司依据《中华人民共和国固体废物污染环境防治法》《城市生活垃圾管理办法》等相关法律法规，对各运营商场提出废弃物管理要求：

● 健全管理组织与责任体系

建立多层次、全链条的责任管控体系，明确物业主导部门、商户责任主体、保洁执行部门及运营管理部门等各方的废弃物管理职责，形成协同联动的管理格局。

● 推行源头减量与分类

配置标识清晰、分类明确的标准化垃圾分类容器。积极推行源头减量举措，限制商品过度包装行为，大力推广可降解购物袋、循环使用餐具等环保替代品，从源头降低废弃物产生量。

● 规范收运与处置流程

严格执行全程密闭运输标准，采用防遗撒、防渗漏专用车辆，杜绝运输过程中二次污染。优化清运作业安排，避开商场营业高峰时段，并科学规划运输路线，减少对顾客消费体验的干扰，保障清运高效有序。

● 实施分类贮存与专业化处理

按可回收物、有害垃圾及其他垃圾的类别特性，实施分类堆放、分区管理，明确各类废弃物的暂存要求与处置标准。严格遵循当地垃圾处理相关法规，对接具备资质的专业机构，确保可回收物资源化利用、有害垃圾无害化处置、其他垃圾合规处理，全流程符合环保要求。

● 建立监测与应急机制

建立常态化监督机制，实时监督废弃物管理情况，随机抽查重点区域，及时发现并纠正不规范行为。制定完善突发事件应急预案，明确在发生垃圾泄漏、违禁品混入、异味扩散等情况时的应急处置流程与责任分工，确保快速有效响应。

● 纳入考核与持续改进

将废弃物分类管理的成效纳入商场运营考核及商户合作评估体系，通过监督考核与奖惩机制，推动管理要求落到实处并持续改进。

有害废弃物

公司运营产生的有害废弃物主要来自于建筑工程施工业务，主要废弃物包括废电池、废墨盒、废油漆、废涂料及其包装物等。

针对施工过程中产生的有毒有害废弃物，公司建立了严格的管理流程。所有有害废弃物严禁与一般建筑垃圾或生活垃圾混合，并委托具备相应危险废物经营资质的单位进行合规回收与专业处置，从源头规避土壤及地下水污染风险，履行环保责任。

环境合规管理

公司严格遵守《中华人民共和国环境保护法》《中华人民共和国环境影响评价法》等法律法规及业务运营所在地的相关规定，在减少污染物排放、水资源保护以及生物多样性保护等方面对公司及旗下子公司的运营活动提出了规范要求。公司持续推进环境管理体系建设，旗下苏南建筑与美凯龙设计院已通过ISO14001环境管理体系认证。2025年，公司未发生突发重大环境事件，未受到环境相关行政处罚。



环境风险管控

公司按照风险管控制度和流程，识别、评估经营可能面临的环境风险，亦不定期进行具体项目的专项风险识别评估，确定风险等级，并采取相应的风险控制措施降低潜在环境风险。

公司旗下苏南建筑制定了《重大环境因素清单》，识别施工流程各活动点及工序等相关环节所涉及的潜在环境影响。清单系统涵盖大气、水体、土壤、放射性等污染类型，同时包括资源消耗、火灾隐患等多种风险，进一步明确了不同时段与状态下的环境影响情形，从而为环境风险管控奠定了扎实基础。

环境应急管理

为提升旗下商场环境管控应急处置能力，强化全员环境风险防范意识，确保环境污染突发事件得到妥善处置、快速消除污染负面影响，公司制定并发布《品质环境应急预案》。预案不仅明确了应急处理小组的组织架构与岗位职责，还针对商场漏水渗漏、洗手间污染物泄漏、装修现场污染外溢、设备噪音侵扰、场内温度异常等多类环境突发事件，逐一制定标准化处置流程。同时，各商场严格遵照预案要求，定期组织开展品质环境应急培训，并进行常态化演练，切实提升相关人员的应急响应与实操处置能力。



温度管控应急演练

喷淋爆管预案演练

环境污染应急预案演练

突发品质应急预案培训

环保文化培育

公司建立常态化环境管理培训机制，定期组织开展环境管理体系专项培训，助力员工夯实环境管理专业知识，提升员工环境合规管理意识与实操能力。同时，公司制定了环保培训效果评估机制，通过系统化考核与多维度反馈，保障全体员工掌握环境合规管理要求，确保培训成效切实转化为合规管理效能。

此外，公司针对垃圾分类、节约用水、文明施工等各类环境议题，定期组织专题培训活动，以系统化宣贯强化全员环保意识，厚植绿色发展的企业文化根基。通过将环保理念深度融入日常运营与服务流程，公司不仅持续提升了内部管理的规范化水平，更以绿色服务为抓手优化客户体验，切实增强了企业在可持续发展领域的核心竞争力，为推动行业绿色转型与生态环境改善贡献积极力量。



循环经济

发展循环经济是我国经济社会发展的一项重大战略，是保障国家资源安全、加快转变经济发展方式、促进生态文明建设和生态环境高水平保护的重要途径。2024年，中共中央国务院印发的《关于加快经济社会发展全面绿色转型的意见》文件中指出，要大力发展资源循环利用产业。2025年第十四届全国人大三次会议通过的政府工作报告进一步明确“加强废弃物循环利用，大力推广再生材料使用，促进循环经济发展”。作为国内领先的家居装饰及家具商场运营商和泛家居业务平台服务商，公司积极开展绿色循环经济业务，促进资源循环利用，助力绿色低碳循环发展经济体系建设。



开展绿色循环经济业务

为践行循环经济理念，公司积极拓展家电延保、维修、数码产品维修及家居回收服务，致力于延长产品使用周期、减少资源消耗与废弃物产生，构建可持续的服务生态体系。

• 家电延保服务

围绕消费者需求，创新开发包括核心部件十年保、整机保、只换不修、复购保障及电视机碎屏险等在内的49款延保产品，并通过自主研发的“红星专属延保管理系统”，实现从客户下单、服务查询到理赔出险的全流程数字化管理，提升服务可及性与透明度。

• 家电维修服务

上线覆盖15类生活家电及19类小家电的维修服务，推出维修透明化计价系统与电子工单系统，提供故障诊断与维修等增值服务，助力家电产品持续使用，减少非必要更换。

• 3C数码维修服务

针对手机等数码产品服务需求高频、用户粘性强的特点，拓展共计377款维修产品，进一步丰富售后服务体系，支持电子产品延长使用寿命。

• 家居回收服务

系统建设回收服务体系，统一服务标准与流程，将回收业务融入家居卖场场景化运营。新增小家电、清洁电器、智能数码三大类别共30项回收服务产品，推动废旧家电及电子产品规范回收与资源化利用。

案例 | 以旧换新，绿色焕新

2025年，公司在全国范围内联动超200家商场开展“绿色焕新季”主题营销活动，同步推出“旧家具免费上门回收”“焕新补贴叠加品牌让利”等创新举措，有效激发消费活力，相关实践获得行业高度认可。2025年12月11日，公司“以旧换新战略的立体化实践”案例荣获建材与家居行业“以旧换新”典型案例表彰，成为行业标杆范式，为同行企业提供可借鉴路径。



“以旧换新”典型案例证书

资源循环利用

在施工现场管理过程中，公司系统推进建筑垃圾减量化与资源化处置工作，设定明确的资源回收目标，持续提升施工现场的资源循环效能：

- 建筑垃圾总再利用及回收率力争达到30%。
- 针对碎石类、土石方类等资源化潜力较高的建筑垃圾，通过地基填埋、道路垫层等途径拓宽资源化利用渠道，力争将其再利用率提升至50%以上。



生态系统和生物多样性保护

公司始终将生态保护与生物多样性维护置于重要位置，严格遵循《中华人民共和国环境保护法》《中华人民共和国野生动物保护法》《中华人民共和国野生植物保护条例》等法律法规，及《昆明——蒙特利尔全球生物多样性框架》等国际公约，系统性地加强生态风险管理，确保所有经营活动均满足生态环保标准，竭力避免对自然生态系统造成不利影响。

在业务层面，公司积极倡导并实践绿色家居理念，通过推广可持续的行业实践，助力减少对森林等自然资源的不合理消耗。在自身运营层面，公司于施工管理等环节明确制定了环境保护规范，着力防控污染，注重水土保持，严禁非法破坏林木，致力于维护周边生态平衡。同时，公司在业务发展中持续完善环境管理，推行低碳运营模式，以减轻对生态环境及生物多样性的压力，共同促进生态系统的健康与稳定。

案例 | 携手植绿美家园

公司积极践行“绿水青山就是金山银山”的发展理念，于2025年植树节之际，组织党员、职工志愿者队伍，主动参与由当地总工会及镇政府发起的“劳模工匠林”植树造林活动。此次活动以党建为引领，工会协同推进，旨在弘扬劳模精神、劳动精神与工匠精神，同时将公司“沟通、关爱、家文化”的企业理念融入社区共建与生态保护实践，以实际行动履行企业社会责任，倡导绿色低碳、可持续发展的生活方式。

在活动过程中，公司党、工、团及义工队与其他参与单位高效协同，共同完成了树苗搬运、挖坑、栽植、培土、浇水等一系列工序，共计种植香樟树苗100棵，实现新增绿化面积约1.5亩。此举不仅为当地增添了一片新绿，更直接助力了中山市的生态环境建设与“国家森林城市”创建工作，展现了企业与社区共建美好家园的积极担当。



“劳模工匠林”植树造林活动

社会



2025年公司社会议题绩效目标		目标达成情况
1	全年组织员工参与志愿服务/公益活动总时长不低于7,000小时	已完成
2	合作供应商及入驻商户《供应商廉洁承诺书》签署率达到 100%	已完成
3	客户投诉处理率达到100%; 一般投诉结案时效控制在24小时以内	已完成
4	全年因侵犯他人知识产权行为导致诉讼的事件数为0	已完成
5	全年侵犯客户隐私的事件数为0	已完成
6	全年员工培训覆盖率100%	已完成
7	全年为员工提供的人均受训时数不低于90小时	已完成
8	全年组织的安全培训活动覆盖员工100%	已完成
9	全年特大、重大火灾及安全生产责任事故为0	已完成



乡村振兴与社会贡献

公司始终秉持向善而行、回馈社会的价值理念，将公益精神融入企业战略与日常运营，持续关注社区发展、关爱弱势群体，积极推动社会包容与人文共融，助力构建更具包容性与可持续性的社会生态，与各方携手共创共享美好未来。



社区共建

公司始终将自身发展与社区繁荣视为共生共荣的整体，将社区关系确立为业务可持续发展的关键支撑，制定并持续完善《社区政策》，将社区发展深度融入业务规划，致力于构建企业与社区和谐共进的命运共同体。

在具体实践中，公司坚持以系统性思维推进社区共建：

- 深化风险管理**：定期开展社区影响评估与风险排查，最大限度降低运营活动对当地社区的负面影响。
- 维护社区权益**：充分尊重与保护当地社区原住民的文化习俗、文化遗产及合法权益。
- 畅通沟通渠道**：由专门部门负责社区关系维护与沟通事务，建立快速响应机制，及时接收、反馈并处理社区关切与投诉，建立互信互利的社区关系。
- 赋能地方经济**：坚持本地化招聘优先原则，积极为当地社区提供就业机会；在业务发展过程中主动为当地企业提供合作机会，助力当地经济发展。

通过以上多维度社区共建实践，公司不断夯实与社区的信任基础，实现企业发展根植于社区、回馈于社区，推动双方在互利共生中实现长远繁荣。

社会公益

2025年，公司累计组织志愿活动**140**次，

参与志愿者达**5,684**人次，

志愿服务总时长**7,885**小时。



案例 | 聚暖成虹，益企前行

2025年9月，公司积极响应由新虹街道党工委、办事处及上海闵房（集团）有限公司主办的“温度集市”暨上海慈善周主题活动，以实际行动践行企业社会责任。

活动伊始，公司党委率先发起动员，党员带头捐赠全新优质家居与生活物品，各省市营发中心与全体员工热烈响应，迅速汇集各类实用物资。活动现场，党员与员工志愿者化身“爱心摊主”，热情讲解、用心推介，将每一份捐赠转化为切实的善款。活动所筹款项统一捐赠至相关慈善基金会，未售出物资亦移交新虹街道慈善超市延续义卖，实现爱心的循环与传递。

本次活动不仅展现了公司全员参与、党群联动的公益凝聚力，更通过社区慈善的场景融入，推动了企业社会责任与社区发展的深度融合，为慈善事业注入持久的企业温度与力量。



“温度集市”暨上海慈善周主题活动

案例 | “志愿红”闪耀进博路

2025年11月，公司党委连续第八年组织党员投身中国国际进口博览会志愿服务工作，累计动员党员志愿者超过1,330人次。期间，公司荣获上海市委组织部授予的首批“进博党建城市客厅”称号，并被虹桥商务区评为党员志愿服务先进集体，多名党员获评闵行区优秀志愿者及先进个人等荣誉。

八年坚守，初心如磐。公司党委将进博服务作为党员教育实践的重要平台，通过系统组织与持续参与，形成了“党员带头、组织保障、机制长效”的志愿服务模式。在服务过程中，党员志愿者们以专业的态度、热情的服务展现企业责任担当，成为进博会现场一道亮丽的“红色风景线”。

这一系列荣誉的取得，既是上级党组织对公司党建与志愿服务工作的充分肯定，也彰显了公司党委以党建为引领、推动社会责任实践与企业发展相融合的持续成效，为企业树立了良好的社会形象。



进博会志愿服务

创新驱动

公司以“业务赋能、流程提效、模型驱动、智能应用”为核心战略导向，紧密对接建发集团数智化战略与公司新五年业务规划，明确提出“深化科技赋能，以数据与AI为引擎，打造线上线下全链路数字化家居智慧零售体系”的总体目标，并将其拆解为提升经营管理效率、强化业财一体化水平、增强全域流量运营能力、夯实数据与AI驱动能力、推进对外产业赋能以及支撑业务创新等六项重点任务，确保战略目标有序落地、重点工作协同推进，持续提升公司整体运营效能与核心竞争力。



研发创新

科技创新是企业可持续发展的核心动力。公司持续完善研发创新体系，构建以自主创新为引领、以市场需求为导向的全方位、多层次的研发创新体系，不断提升公司自主创新能力与全球竞争力。

2025年，公司在项目交付、成本管控与战略落地方面取得显著成效：全年承接项目**221**个，完成交付**208**个，交付率达**94.12%**；在预算控制方面实现节约**470**万元，人工成本同比下降**23.64%**。公司同步完成数字化新五年子规划编制，明确“数据挖掘+智能应用”双引擎发展路径，并成功推动以旧换新全链路平台、国资报表智能化升级及AI服务平台等关键应用的落地实施，有力支撑业务规模增长与管理效率提升。

研发管理体系

公司构建了以“全流程管控+跨部门协同”为核心的研发创新管理体系，形成“决策—执行—支持”三级架构，并以制度建设为抓手持续提升研发效率与质量。公司优化产研流程，统一需求、设计、开发、测试等关键阶段的评审标准，提升跨团队协作效率。同时引入智能检测工具，提高核心项目代码问题的提前识别能力，并持续完善发布管理机制，有效降低发布风险。此外，依托飞书项目搭建数字化项目管理系统，对项目全生命周期进行标准化管理，已对290余个项目进行进度拆解与实时监控，显著提升整体项目管理效率。

公司建立职责清晰、协同高效的管理架构：

决策层

- 由数字科技部负责人统一牵头
- 统筹研发创新的战略规划与资源配置，确保研发方向与公司整体发展战略保持一致



执行层

- 由技术研发、数据治理、AI应用等专项团队组成
- 按照既定目标和计划推进研发项目实施，保障各项工作有序落地



支持层

- 通过协同财务、大营运等相关业务部门，并联动阿里、腾讯等外部合作伙伴，强化需求对接与资源整合，为研发创新提供持续、稳定的支撑保障

技术人才培养

公司高度重视技术人才培养，持续打造高素质、高水平的技术人才队伍。2025年，红星美凯龙数字科技部通过“选育用留”全链条机制，持续强化技术人才梯队建设。

- **内部培养：**全年组织13场部门内部专业培训，覆盖IT核心技术与专业能力建设，并依托飞书云文档搭建部门级知识库，累计沉淀技术文档6,500余篇、访问量超16,000次，新员工学习与上手周期缩短约30%。
- **外部引进：**围绕公司数字化转型与业务升级需求，针对性引进大数据分析、流程管理等关键领域的高层次专业人才，为核心项目与能力建设提供专业支撑。
- **业务-IT融合：**推动IT人员深入商场一线开展调研与实践，通过实战培训、岗位练兵及案例复盘等方式，持续培养兼具技术能力与业务思维的ITBP复合型人才。

自主研发与外部合作

公司围绕“自主研发+外部合作”的研发创新路径，系统化推进数据与AI领域及核心业务应用领域的重点项目建设。

- **自主研发：**公司持续强化数据与智能能力，完成数据仓库2.0建设，覆盖12大主题，提升数据开发效率，并上线AI服务平台与智能代码助手，有效提升研发与交付效率。同时，在业务应用层面，落地以旧换新全链路平台、合并报表系统及智能客服等关键系统，实现多主体数据整合与业务流程智能化，提升协同效率与服务响应能力。
- **外部合作：**公司积极与阿里、字节、腾讯等科技企业开展协作，引入先进AI技术能力，并深度参与建发集团AI战略协同，充分复用建发股份算力与数据资源，持续提升整体研发创新与技术应用水平。

研发创新成果

公司数字科技部以“技术赋能业务”为核心，聚焦提升研发与业务协同效率，形成多项突出技术创新成果，推动公司从经验驱动向数据与智能双驱动转型，显著提升运营效率与用户体验。

- **AI服务平台与智能工具：**建设企业级AI服务平台，统一模型与智能体接入标准，实现智能应用交付效率提升50%同时上线代码助手、业绩档案AI助手及智能客服，覆盖研发、培训、服务全场景，提升开发与业务响应效率，降低人力成本，加速案例推广与用户自助服务能力建设，全面支撑技术赋能业务的落地。
- **数据治理与模型建设：**完成数据仓库2.0在12大主题域的模式建设，统一了超过200项原子指标，推动数据流转效率提升50%。同时，上线的“经营一览表”覆盖各大主题域、整合300余项核心指标，实现从总部到区域的统一数据口径，有力支撑业务分析与决策灵活高效开展。
- **业财一体化与流程优化：**合并报表系统整合740余家子公司数据，处理时效提升40%，与建发股份协同效率提升50%；迁移204条老旧流程，上线“统一待办中心”，审批效率提升30%，平均业务流转周期从5.7天缩短至2.1天。上述优化不仅提升商场运营效率（如以旧换新销售额98.97亿元）、商户服务体验（开单效率提升40%）、用户转化率（智能推荐提升套餐购买率），还有效降低经营成本（采购节约超280万元），为家居零售行业数字化升级提供可复制的示范模式。

案例 | 数字赋能，精准管控：公司楼层管理系统迭代升级助力运营效能全面提升

公司持续推动楼层管理系统的自主研发与迭代优化，构建集成租金、销售、资质与风控等维度的数据看板，全面实现商户经营信息的线上化管理和数字化分析。2025年，系统完成多项关键功能迭代，包括租金与销售看板V1.4、商户经营档案V1.1、租金收缴提效项目V1.0试点上线，并对统一收银报表进行优化，推动商场商户经营信息实现常态化、标准化录入，从而为商户经营风险动态评估与管理决策提供了坚实的数据支撑。

该系统上线以来，运营管理效率显著提升，数据报告产出时间由以往的数天大幅缩短至实时可视，租金收缴等关键流程实现自动化，在降低人工成本的同时，进一步提升了管理精准度与响应能力，全面赋能商场精细化运营。

案例 | 会员生态数字化升级，全域联动驱动商业增长

公司围绕“以用户为中心、以数据为驱动、以技术为支撑”的科技创新战略，将会员运营作为核心突破口，升级官方小程序平台，整合在线客服、设计师服务、智能客服及数坊系统，构建全链路数字化会员生态。

该体系已覆盖全国225家商场，累计实现小程序页面浏览量（PV）达2,269.8万、独立访客数（UV）达265.8万，新注册会员达55.7万人，其中注册会员贡献统一收银消费人数36万、消费金额达95亿元，显著提升用户粘性与商业转化效率。

覆盖全国**225**家商场
消费金额达**95**亿元

知识产权保护

公司严格遵守《中华人民共和国专利法》《中华人民共和国商标法》等相关法律法规，制定《科研管理制度》《技术标准、工法管理制度》《专利管理制度》等内部管理制度，并由数字科技部统筹推进知识产权工作，人力资源部负责相关制度的制定、修订、解释及监督落实，各部门负责人负责制度宣贯与执行，强化知识产权保护工作。

2025年，公司共提交**8**项软件著作权和**5**项专利申请，新增授权专利**1**项，新增登记著作权**8**项，全年未发生因知识产权纠纷引发的诉讼案件。

知识产权保护体系

公司通过技术资产沉淀、系统整合及战略合作多维度构建并强化知识产权保护与管理体系。公司积累了包括知识产权、代码库、类库及知识库在内的核心技术资产，并将其转化为受法律保护的成果，持续提升企业信誉及市场竞争力。公司完成6套数据库的迁移与整合及25套中间件的整合，有效防范外部商业软件版权风险，同时建设AI知识库，提升知识检索与利用效率。此外，公司与专业知识产权机构建立战略合作关系，依托制度化管理与专业协作，持续完善知识产权保护体系。

意识与能力提升

公司通过定期开展知识产权相关培训和教育宣导，持续提升全体员工的知识产权保护意识。2025年，公司组织了3场技术培训，全面分享项目实施过程中积累的技术成果与经验；开展产品与技术专题分享，推动知识产权中心的知识分享与传播工作。同时，推进研发流程整合与自动化建设，并围绕该项工作举办了3场培训，进一步完善员工知识体系，提升团队专业能力。

供应商与客户

公司致力于构建协同发展、互利共赢的供应链生态，秉持开放、透明、互信的合作理念，持续完善供应链管理体系。公司通过深化与供应商的战略协作，共同打造高效、稳健、可持续的价值链条，积极推动家居行业朝着更高质量、更可持续的方向发展。



供应链管理

供应链安全是企业稳健经营的根本保障。公司坚持“公开、公正、公平”的基本原则，制定并持续优化《采购管理制度》《供应商管理规定》《招标管理规定》等一系列供应链管理制度，将合规资质、廉洁诚信记录、履约能力等关键安全要素深度嵌入供应商准入、评估及动态管理全流程。公司构建了以采购及招标工作领导小组统筹决策、采购管理部专业执行的双层管控体系，系统提升供应链的风险抵御能力与合规管理水平，全面筑牢供应链安全防线。

供应商准入管理

公司制定系统规范的供应商准入管理流程，聚焦业务匹配度、企业规模、行业排名及潜在风险等信息，确保合作供应商具备合法合规资质与稳定履约能力。针对潜在供应商，公司还组建专项考察团队，对其生产厂房、设施设备、产能配置、人员结构及办公环境等进行实地调研与沟通，考察频次依据项目具体需求灵活调整，以确保供应商综合能力与项目要求相匹配。此外，所有新增供应商均须签署《供应商廉洁承诺书》《诚信守法承诺书》及《廉洁协议书》，从合作起点筑牢合规与诚信的契约基础。

商户准入审核机制

公司建立严格的商户准入审核机制，制定《商品管理制度》《厂商品品牌管理规定》等内部制度，对所有拟进驻公司商场的商户，从形象、服务、价格、质量、诚信、黑名单行为等多个维度进行综合评估。公司设立家居行业独有的商检物价专业岗位，对工厂资质、商户资质、商品标准等进行重重把关，以确保相关制度与标准有效落地。同时，所有拟进驻商户须承诺其经营活动遵守国家法律法规、联合国公约相关贸易规定、行业规范及相关政策；须提供真实、有效、齐全的资质文件（如成功案例、财务证明等）；并保证无违法失信记录、未被列入黑名单、无重大质量或商业诚信问题。

供应商考评

公司实行优胜劣汰、奖优罚劣的供应商考评机制。对于签约年度框架合同的供应商、集团及区域统谈业务供应商、以及存在潜在风险的供应商，公司通过第三方机构或公司内部部门共同开展供应商现场及综合服务质量考评，确保供应商的质量、服务、交付时效和售后服务等满足标准。年度考评分数达标的供应商将直接进入下一年度供应商选择清单，年度考评优秀的供应商可与公司进行续签合作。若供应商出现违反《供应商廉洁承诺书》协议、产品和服务质量评估不合格且整改失败、损害公司利益、违法违规等行为，公司将终止合作，并将其列入黑名单，不再开展业务合作。

供应商考评内容：

- 供应商现场考评：**包括但不限于供应商暗访、现场评估、货源审核、施工量核对、服务时效及内容抽查、资质证件授权书真实性有效性审核等。
- 供应商综合服务质量考评：**包括但不限于商品质量、服务质量、工程质量、价格成本、业务覆盖范围、交付时效、售后服务、增值服务、商务及内控风险等。

商户考核

为进一步加强产品质量管理，公司建立了系统化的商户信用分类分级管理考评机制，从形象、服务、价格、质量、诚信及黑名单行为六大维度，对所有已进驻公司商场的商户开展立体式、全方位的信用分级评价：

- 商户信用等级：**每季度评定一次，依次分为五星、四星、三星、二星、一星五个等级。
- 商户信用评定：**公司旗下各商场依据自行制定的“指标细则”与“评分规则”进行评星管理，并参照建议评选比例区间执行。评定过程中，各商场系统整合财务数据、顾客投诉、商场巡检、环保质量抽检、内外部检查、媒体曝光、公共信用等多渠道商户数据，形成全面客观的评定依据。如商户发生严重损害公司品牌或顾客实际利益的行为，将予以摘星处理。
- 商户奖惩机制：**对获评高星级（五星、四星）的商户，各商场将给予相应激励与经营支持；对三星级商户，各商场将对其进行指导与帮扶，以提升其经营水平与顾客满意度；对低星级（一星、二星）及被摘星商户，各商场将视情况采取相应的处罚措施。

在此基础上，公司还搭建了线上商户信用平台，并开设商户信用公示与查询界面，通过可视化管理看板及线上小程序，实现线上线下信用信息一体化，提升顾客对商户信用信息的可及性与感知度。

供应商沟通

公司高度重视与供应商的紧密沟通与协同合作，通过线上即时通讯、线下专题会议及实地走访调研等多种方式，搭建高效畅通的常态化信息交互渠道，促进需求对接与问题协同解决。在日常交流中，公司积极听取供应商意见，并适时分享企业战略规划与采购政策导向，推动双方在品质管控、交付效率与服务提升等方面深化共识，持续强化合作互信，共建长期稳定、互利共赢的合作关系。

为保障合作的公平透明，公司建立了双向申诉反馈机制。针对业务单位和供应商在业务开展中出现的争议或诉求，遵循“一事一议”原则，通过专项调研与组会协调等方式及时响应、公正处理，营造公平、健康、可持续的合作环境。

风险管理

公司高度重视供应链风险管理，系统性构建了覆盖招标全流程、聚焦关键环节的风险管控体系。在招标环节，公司严格执行供应商资质预审机制，所有投标供应商须经招标工作小组及项目招标管理委员会双重审核通过后方可进入投标程序，从源头上防范关联交易、商业贿赂等潜在合规风险。

为进一步强化交易过程监管，公司对供应商未入库擅自合作、已入库但未依规操作、超经营范围提供服务等违规行为，建立了包括警示约谈、业务重新核定、限期整改、暂停合作直至取消资格在内的分级处置机制，实现对合作全程的动态合规管控。

同时，公司明确规定中标管理规则，如第一中标候选人资格被取消或主动放弃中标，必须重新组织招标，以此有效杜绝供应商之间串通投标等有损招标公正性的行为，全面防范供应链各环节风险，确保采购活动合规、有序、公平开展。

平等对待中小企业

公司秉持公平公正原则，严格遵守《中华人民共和国反不正当竞争法》《保障中小企业款项支付条例》《企业信息公示暂行条例》等相关法律法规及监管要求，在业务全流程中平等对待各类中小企业，通过持续规范采购流程、优化合作机制，积极履行社会责任，保障中小企业的合法权益。

产品和服务安全与质量

产品与服务的质量安全是企业赢得市场的根本保障，也是品牌长期赢得信赖的基石。公司始终坚持高标准质量管控，将品质管理贯穿于研发、生产、交付及售后全流程，以体系化管控筑牢安全防线，持续提升服务体验。

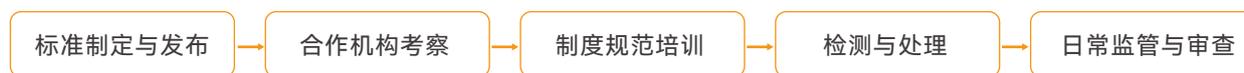
产品质量管理

公司将产品质量管理视为企业发展的生命线，致力于构建完善的商品检测管理流程，提供负责任的产品与服务。为筑牢产品质量防线，公司开展全国商场常态化环保质量抽检工作，通过制定系统的检测计划与执行标准，对商场内各类商品实施定期与不定期的质量监督，确保环保与品质要求落到实处。对于检测中发现的不合格批次，公司建立快速响应与联动处置机制，协同相关省营发中心及商场，向对应品牌方及生产工厂发送不合格告知函，并监督其严格执行二次复检及整改措施，实现从问题识别到闭环纠正的全过程管理，助力品牌和工厂提升产品质量管控能力，为消费者提供安心环保的购物体验。

2025年，公司已完成1,006批次的环保质量检测，抽检工作覆盖全国20个省营发中心、111家商场，整体合格率达98.9%。

覆盖全国**20**个省营发中心
111家商场
整体合格率达**98.9%**

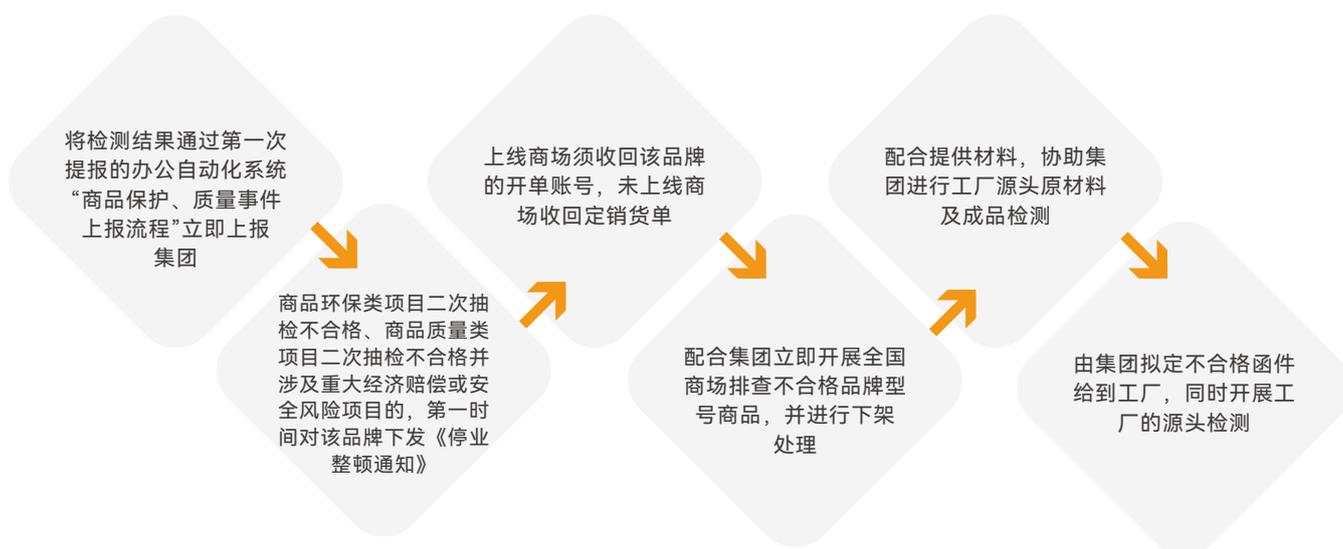
商品检测管理流程



初次抽检不合格产品上报及处理机制



二次抽检不合格产品上报及处理机制



案例 | “聚质优价，共创环保品质生活”——“质量月”活动引领绿色消费新风尚

2025年9月，公司开展全国商场“聚质优价，共创环保品质生活”质量月专项活动，旨在引导各商场向消费者积极倡导“聚质优价、绿色环保”的消费理念，为品牌经营赋能增效。活动覆盖公司旗下23个省营发中心、212家商场，共开展412场线下活动，通过工厂及实验室参观体验、环保质量专题研讨、品牌专家访谈及环保主题直播等各类活动，多维度阐释生产加工环节质量管控要点，深化消费者对绿色优质产品的认知与认同，有效推动家具行业可持续发展理念的落地与实践。

客户权益保护

客户权益保护是企业践行社会责任、筑牢品牌根基的核心环节，也是衡量企业核心竞争力与可持续发展能力的重要标尺。公司将客户权益保护深度融入经营管理全流程，通过建立健全客户权益保护机制、完善服务规范与投诉响应流程、畅通客户沟通反馈渠道、优化纠纷高效处置机制，持续提升客户满意度与信任度，切实营造公平公正的消费环境，为企业可持续发展积累坚实的口碑基础。



售后服务管理

公司秉持“星承诺·心服务”理念，通过集团、商场、商户三方协同机制，致力于打造行业领先的全方位客户服务体系。公司制定《商场品质服务管理手册》《家居商场质量保证金管理规定》等服务管理制度，系统提供包括绿色环保承诺、先行赔付、30天无理由退货以及一站式家装等升级服务项目，实现从售前、售中到售后全链路服务体验的持续提升。

客户投诉管理

公司始终坚持“首问负责、依法合规、快速处理、顾客满意”的服务方针，搭建覆盖集团总部、省营发中心与商场的三级客户服务管理体系，并配套制定《电话接听管理规定》《电话呼出管理规定》《400话务工单管理规定》《客诉岗位管理规定》《顾客评价体系》一系列客诉管理制度，形成系统化、标准化的服务保障机制。

为高效响应客户诉求，公司建立了覆盖线上线下的多元化投诉渠道，包括400客服热线、官方微博、商场服务台等平台，并配备专业客服团队，严格执行“30分钟快速回复、24小时给出解决方案、5天结案”的时效标准，确保客诉处理流程高效闭环。此外，公司持续开展客诉团队专业能力建设，通过服务意识强化、沟通技巧提升、产品与法律知识培训以及投诉处理实战演练等多维度赋能，不断提升团队服务水平。同时，依托线上学习平台沉淀并推广优秀服务案例，助力员工提升职业素养与服务效能。

累计服务顾客超过**5.1**万人次
受理投诉**10,430**件
投诉处理率达到**100%**

2025年，公司400热线累计服务顾客超过5.1万人次，受理投诉10,430件，投诉处理率达到100%，平均结案时间控制在5天以内，结案率达94.8%，客诉结案满意度达95.3%。

数据安全与客户隐私保护

公司高度重视信息安全与数据合规管理，严格遵守《中华人民共和国网络安全法》《中华人民共和国数据安全法》《中华人民共和国个人信息保护法》《中华人民共和国消费者权益保护法》等有关法律法规，建立健全信息安全管理体系，确保信息安全各项措施有效落地，切实保障企业数据信息安全及客户隐私权益。2025年，公司未发生信息安全事件及侵犯客户隐私的情形。

信息安全管理

公司建立健全数据信息安全制度体系，制定了《红星美凯龙家居集团信息安全管理制度》等纲领性文件，并配套《IT办公安全管理规范》《源代码管理规范》等专项实施细则，形成基础性管理框架，同时制定《数据脱敏管理规范》《数据安全事件应急管理规范》《信息系统漏洞管理规范》等数据安全专项制度，明确数据处理、事件应急及系统漏洞管理要求。公司废止了包括2019年《信息安全管理制度》、2020年《个人信息安全管理制度》在内的9项旧制度，实现制度体系的整合与更新，进一步完善数据信息安全制度建设。

公司采取全面信息安全管理措施，确保系统、数据及网络安全。公司在系统与权限管理方面严格实施三权分立，账号申请与权限分配遵循最小权限原则，坚持按需授权、职务分离及可审计原则，定期检查和清理访问权限，覆盖账号全生命周期管理。公司明确岗位信息安全责任，与涉密人员及第三方签订保密协议，对信息资产进行分类分级管理，并在信息存储与传输过程中采取严格保护措施。公司强化网络与安全防护，实施内外网隔离，高安全域采用堡垒机控制，部署防火墙并定期更新策略，实时监控网络攻击，定期开展系统扫描与渗透测试，及时修复漏洞，在系统开发全生命周期融入安全要求，形成贯穿全流程的信息安全防护体系。

信息安全管理架构

公司已构建覆盖决策、管理与执行三个层级的信息安全管理架构：

公司安全生产工作委员会办公室作为信息安全决策层，负责统筹公司整体信息安全工作并对重大事项作出决策。

管理层由数字科技部牵头，设立专职团队承担信息安全体系建设、保障、指导及监督检查职责。

执行层覆盖公司各中心、部门及业务群，并指定专职或兼职信息安全联络人配合落实安全保障工作，各省管发中心负责人及商场总经理分别负责本地区及本商场的信息安全管理与执行。

公司同时建立跨部门数据安全应急处置机制，由数字科技部统筹协调，确保信息安全事件得到及时、规范、高效处置。

信息安全应急管理

公司制定了《红星美凯龙家居集团数据安全事件应急管理规范》，建立科学、有效、反应迅速的应急工作机制，明确事件分级、报告流程及处置措施，包括隔离、修复、通知及上报等各个环节。公司由数字科技部牵头，每年度组织至少一次应急演练，并编制总结评估报告，以检验与优化应急响应能力，持续完善事件处置机制，保障数据安全与业务连续性。

信息安全风险评估及监督检查

公司已建立系统化、规范化的信息安全风险管理机制，覆盖风险识别评估、监控预警及应对处置全流程。在风险识别与评估方面，公司依照制度要求对信息资产实施重要性评估和分级保护，对个人信息委托处理、共享、转让及公开披露等活动开展个人信息保护影响评估，并在对外合作前审慎评估外部机构的信息安全管理能力，同时在系统开发需求分析阶段同步开展安全需求分析与威胁评估。在风险监控与预警方面，公司部署入侵检测/防御系统（IDS/IPS）及安全信息与事件管理系统（SIEM），对网络环境、系统运行状态及用户行为进行持续监控，并通过监管部门提示、外部投诉、网络舆情等多渠道建立风险监测与预警机制，各职能部门依职责及时上报风险信息。在风险应对与管理方面，公司坚持“安全第一、综合防范、预防为主、持续改进”的原则，综合运用管理与技术措施，将信息安全风险控制在可接受范围内。

公司高度重视信息安全审计与监督管理，信息系统全面启用日志功能，特权用户操作日志至少保留180天。公司定期开展日志审计及信息系统安全审计，覆盖访问控制、数据保护、系统开发维护及第三方管理等关键环节。审计完成后，形成正式审计报告并提出改进建议，严格跟踪整改落实，确保信息安全管理制度全面、规范、有效执行。

信息安全教育培训

公司定期组织员工开展信息安全培训，强化网络安全风险防范意识，深入理解并贯彻执行信息安全相关政策与制度，持续提升员工安全意识与信息安全管理能力。

为持续夯实员工信息安全防线，公司于2025年组织开展了一系列培训与宣贯活动，主要包括：

攻防演练专项培训

依托集团网络攻防演练，开展全员安全意识培训。重点剖析钓鱼邮件识别、常见攻击手段及日常防护要点，全面提升员工的风险识别与防范应对能力。

商场IT安全自查培训

面向一线IT人员开展专项赋能。围绕安全检查标准、安全基线及高频风险场景进行拆解，指导各单位规范开展安全自查与隐患整改，强化基层信息安全管理水平。

安全动态与案例宣贯

依托内部平台，常态化推送网络安全动态与典型事件。结合公司实际发布风险预警，督促各单位落实日常管理与自查，营造长效化的信息安全文化氛围。

客户隐私保护

公司严格遵循《中华人民共和国网络安全法》《计算机信息系统安全保护条例》《个人信息保护法》等相关法律法规，制定《红星美凯龙家居集团个人信息安全管理制度》，明确规范客户信息（含敏感个人信息）的收集、存储、使用、加工、传输、提供、公开及删除等全生命周期管理，确保信息处理过程遵循合法、正当、必要、诚信、目的明确、最小必要、选择同意及公开透明等原则。

公司已建立完善的信息安全管理体系。在信息收集环节，公司严格遵循合法性与最小必要原则，禁止通过欺诈或非法渠道获取信息，敏感信息收集需取得明确同意，并提供便捷关闭或退出途径。在使用与存储环节实行最小授权访问控制，重要操作需经审批并分离职责，展示信息采取去标识化处理，传输与存储敏感信息采用加密等安全技术加以保障。公司充分维护信息主体权利，提供查询、更正、删除及撤回同意、注销账户的渠道，并设立申诉机制。同时，公司严格限制个人信息委托处理、共享、转让及披露，开展风险评估并签署合同明确安全责任，对嵌入的第三方SDK等进行技术检测与审计。针对敏感信息处理、自动化决策及跨境提供等高风险活动，公司均开展个人信息保护影响评估，确保客户隐私安全。

负责任营销

公司始终贯彻“负责任营销”理念，坚持以制度规范与数字化管理为支撑，致力于构建公开透明、诚实守信的营销环境。公司制定并持续完善《官方自媒体运营管理实施细则》《商标及企业名称管理办法》《企划宣传物料合规管理实施细则》等营销管理制度，对各类营销内容建立严格的审核监督机制，明确商场所有线上及线下传播物料，均需经省营发中心审核通过后方可投入使用，从源头上保障营销活动合法合规、规范有序。同时，公司督查及审计部门对营销内容开展不定期抽检，以“制度约束+动态督查”相结合的方式，持续强化营销合规管理，筑牢营销合规防线，坚守诚信营销底线，切实传递负责任的企业形象。

助力行业发展

公司积极履行行业责任，通过深度参与行业协会协作、牵头组织行业交流活动及系统推广先进实践经验，为促进行业规范发展、实现可持续高质量发展贡献力量。

公司及下属公司参与的主要行业协会情况

序号	协会名称	担任职务
1	中国消费品质量安全促进会	副会长单位
2	上海市服务消费促进会	副会长单位
3	中国消费品质量安全促进会	副理事长单位
4	中国建筑材料流通协会	执行委员会委员

案例 | “绿智焕新，引领未来”——第三届全国绿色智能家居消费节暨以旧换新总结大会

2025年1月，公司牵头承办“第三届全国绿色智能家居消费节暨家居以旧换新总结大会”。本次活动邀请了政府相关部门代表、行业头部品牌负责人、专家学者及主流媒体代表等多方参与，系统梳理并总结了2024年至2025年度家居以旧换新工作的实施成果与经验，为家居产业向绿色化、智能化转型升级提供了重要的交流平台与智库支持。



案例 | “设计为链，共生未来”——2024M+中国高端室内设计大赛颁奖礼暨第二届中国家装设计生态大会

2025年3月，由公司主办的“2024M+”中国高端室内设计大赛颁奖礼暨第二届中国家装设计生态大会”在上海成功举行。大会汇聚了来自全国各地的精英设计师、主流家居品牌代表及行业合作伙伴，共同聚焦设计赋能与产业协同发展，以设计为核心纽带，有效串联产业链上下游资源，致力于推动中国家装设计向专业化、生态化与国际化方向发展，从而为消费者创造更具品质与美感的生活空间。



案例 | “以质驭变 向新而生”——2025中国汽车流通行业年会暨博览会

2025年11月，“2025中国汽车流通行业年会暨博览会”在上海召开。本届博览会以“以质驭变 向新而生”为主题，聚焦新能源、营销创新、数字化、售后服务转型等热点领域，为汽车产业链行业企业搭建跨领域、跨地域的对话和交流合作平台。公司作为创新汽车渠道代表参会并发表主题演讲，表达与汽车产业链各方深化协作的开放意愿，坚持以用户为中心，携手关注家庭场景的合作伙伴，共同探索“车居一体”新模式，更好满足家庭消费需求。



员工

企业的高质量与可持续发展离不开一支稳定而专业的团队支撑。公司围绕员工权益保障、沟通参与、能力建设、薪酬福利及职业健康安全等方面，系统构建并持续优化覆盖员工全职业周期的管理体系。在权益保障方面，公司持续更新并落实内部管理制度，切实维护员工基本劳动权益，规范处理员工关切事项。在能力发展方面，通过干部管理机制、分层培养体系、专题培训项目及深化校企合作等多元举措，助力员工实现能力提升与职业成长。在薪酬福利方面，公司依法落实薪酬支付、休息休假等制度，持续完善员工福利体系与关怀支持机制。此外，公司积极推进职业健康管理与健康促进活动，致力于为员工营造安全、健康、稳定的工作环境。

员工权益保护

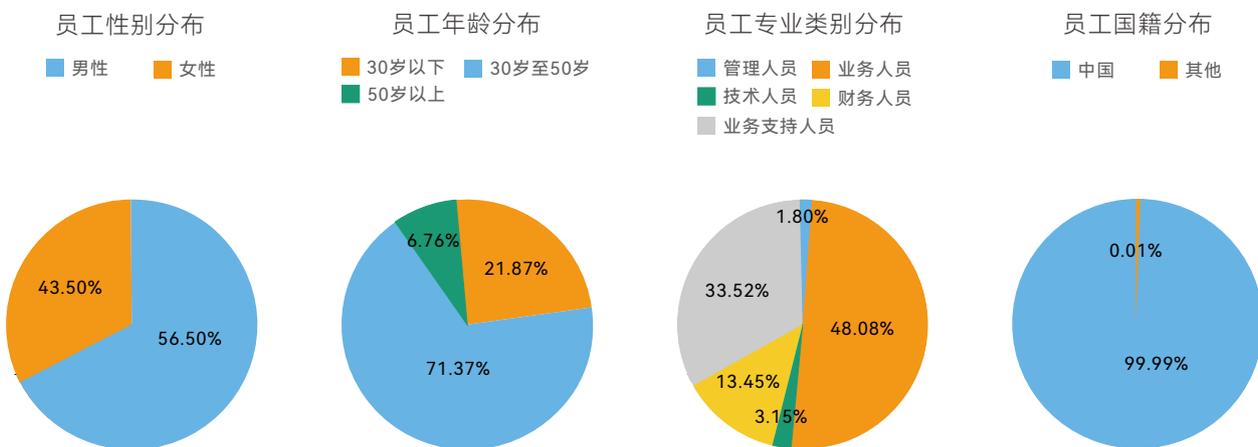
公司严格遵守国家相关法律法规，建立并实施内部管理制度，保障员工依法享有公平机会。公司在日常管理中明确人权保护要求，并通过工会组织和集体合同机制，依法维护员工的合法权益。同时，公司建立人权相关投诉举报机制，对涉及员工权益的问题进行规范处置，有效防范侵害员工权益的风险。

平等雇佣

公司遵循平等、反歧视和多元化原则，制定《招聘录用管理制度》《试用期管理制度》等内部制度。公司通过社会公开招聘与内部选拔相结合的方式选聘员工，所有招聘岗位均公开面向符合条件的候选人，招聘信息及职位描述使用中性和化表述，避免设置可能构成不合理限制的条件。员工一经录用，即依法签订劳动合同或劳务协议，明确双方权利与义务，规范劳动关系管理。

公司制定并实施《员工薪酬管理制度》，明确遵循“同工同酬”及“等值工作同等报酬”的原则。对于岗位内容、技能要求、责任程度和工作条件相当的岗位，公司在薪酬水平上保持公平与可比性，避免非工作因素造成的不合理差异，保障薪酬分配的公平与透明。

截至2025年12月31日，公司共有9,012名员工，具体员工结构如下：



人权保护

公司重视保护员工合法权益，将反歧视、反骚扰、禁止童工和强迫劳动等基本人权保护要求纳入日常人力资源管理体系，依法保障员工享有合理工时、法定休假、安全健康工作环境等合同约定及法律规定的权利，从制度与管理层面系统预防侵害员工权益行为的发生。

2025年，公司依法与工会签署集体合同，内容涵盖工资专项集体合同和女职工特殊利益集体合同。目前，公司已在组织层面实现工会组织全覆盖，进一步夯实员工权益保障的组织基础。



反歧视反骚扰

公司明确禁止在招聘、用工管理、薪酬分配、岗位安排、晋升及日常工作交流中，出现基于性别、年龄、民族、宗教信仰等任何与工作无关因素的差别对待或不当行为。同时，公司明确禁止任何形式的职场骚扰，包括但不限于言语、行为或以其他方式对员工造成冒犯、侮辱、威胁或不适的情形，维护员工在工作场所中的基本尊严与安全。

禁止童工和强迫劳动

公司严格执行未成年工和童工管理相关法律法规，明确禁止雇佣童工及任何形式的强迫劳动。公司在《员工手册》等内部制度中对用工年龄要求作出明确规定，并依托人力资源信息系统对员工年龄信息进行校验，不符合用工条件的人员无法进入招聘录用环节。若发现违规用工情形，公司将依法及时纠正，并根据内部管理规定对相关责任人员作出处理。

女性员工权益保护

公司关注女性员工权益保护，通过制度安排和组织建设，依法保障女性员工在就业、劳动保护和职业发展等方面的平等权利。公司通过《女职工特殊利益专项集体合同》，对女职工在劳动保护、福利保障等方面作出专项规定，严禁任何危害女性职场安全的行为。2021年11月，公司成立妇女联合会，进一步推动女职工权益保障工作的开展。

人权问题投诉举报机制

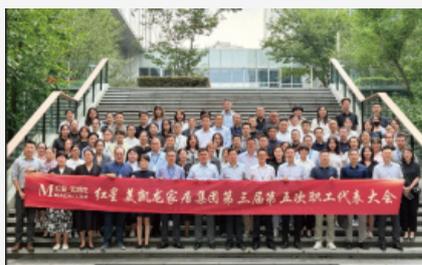
为畅通人权相关问题的反馈与处置机制，公司建立了覆盖总部及各级单位的投诉举报体系，由专门部门统筹负责监督与调查工作，并在各级组织中配备相应督查人员，形成分级负责、协同联动的管理机制。对于涉及歧视、骚扰或其他侵害员工权益的举报，公司将依照既定程序开展调查，并根据调查结果依法依规处理。同时，公司支持匿名举报，并对举报人信息予以严格保密，防止因举报行为受到不利影响。

员工沟通协商

公司依法保障员工参与工会组织等合法权利，建立了多形式多层次的员工沟通与民主协商机制，支持员工通过规范渠道表达合理诉求。公司通过员工满意度调查、管理层座谈会，以及工会委员会和职工代表大会等形式，收集员工对工作环境、制度安排和权益保障等方面的意见，并将相关反馈纳入管理改进议程。

在日常管理中，公司鼓励员工通过直接主管、隔级主管以及人力资源部门、工会等渠道进行沟通，对员工在工作和生活中遇到的问题，按照既定程序逐级协调和处理，确保沟通渠道畅通。

2025年，公司围绕职工权益保障和工会工作，组织召开工会职工代表大会。大会围绕员工切身利益事项，审议通过了部分岗位工时制度安排、员工职级体系管理制度、《员工手册》修订补充说明、职工健康与福利标准提升方案、《奖惩管理办法》《集体合同》以及员工薪酬管理制度等文件，并依法履行职工董事选举程序，推动相关制度的规范实施。



员工能力建设

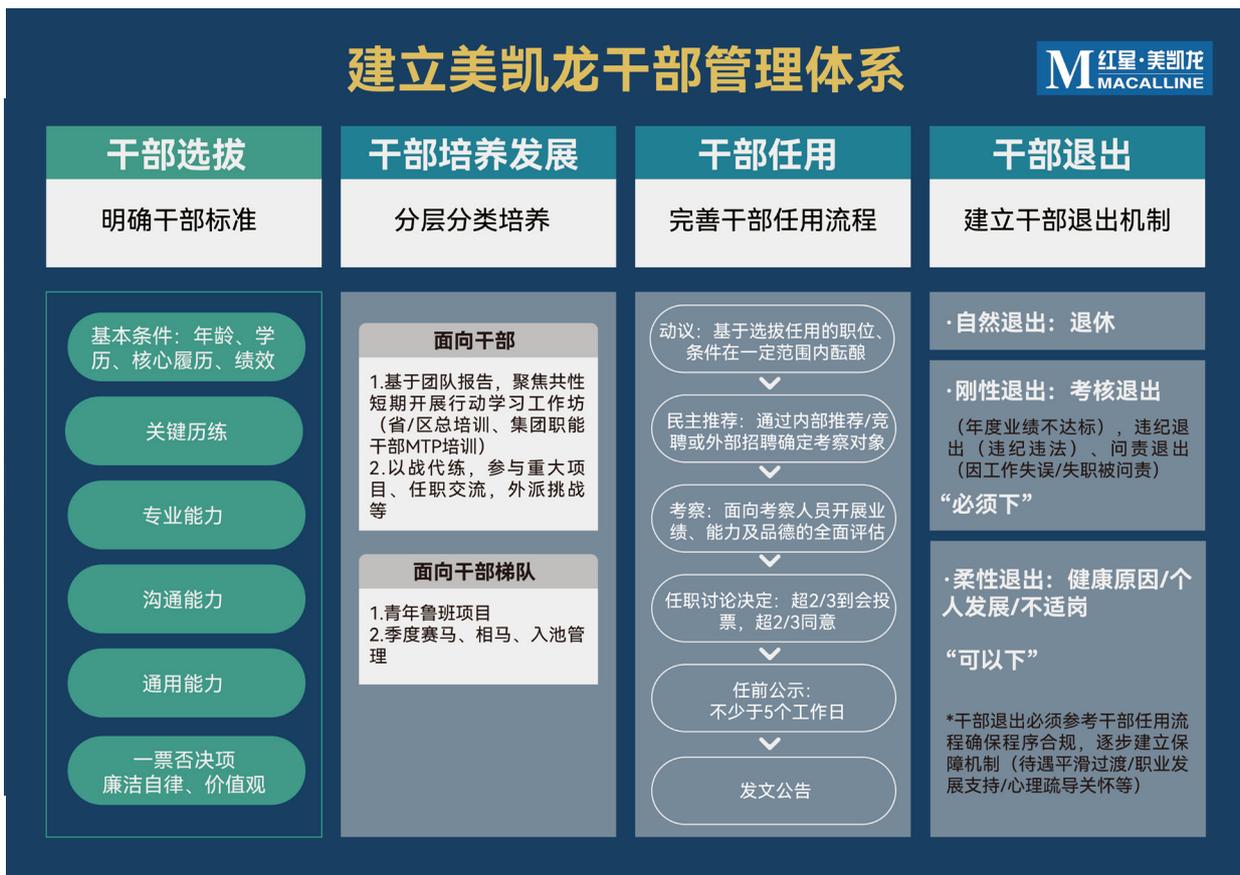
公司围绕管理干部培养、员工职业发展和专业能力提升，逐步构建覆盖不同层级、不同岗位的人才培养体系。通过完善干部管理与梯队建设机制，推动管理能力的系统化培养；同时，依托培训制度和平台，结合业务需求组织多层次、多形式的员工培训，支持员工在岗位中持续成长。在此基础上，深化校企合作，拓展人才培养与实践教学场景，促进外部人才培养与企业用人需求的有效衔接。



员工发展

在员工能力建设总体框架下，公司将管理干部队伍作为重点培养对象，制定并实施《干部管理办法》，从干部选拔、任用、培养、发展及退出等环节入手，逐步搭建系统化的干部管理体系。在梯队建设方面，推动各单位明确干部梯队人才标准，通过组织盘点与人才规划，推进管理干部的分层培养与储备。同时，持续完善关键岗位干部的人才画像与评价标准，围绕关键岗位更新能力模型，并引入科学测评工具，为干部培养与使用提供参考依据。

2025年，公司推进管理干部年度聘任工作，建立“一年一聘”机制，通过明确任职期限与聘任要求，推动干部队伍实现常态化、动态化管理，持续激发组织活力。



对于有角色对评估人在新能力项上的反馈，建议重点关注以下方面：

他评分较高的能力：精细化管理、经营决策综合能力（风控能力）、品牌洞察及招商能力；

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

角色得分差异较大的能力：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（组织力）。

个人发展四宫格基于他评他人评分与所有目标他评得分、自评分与所有目标自评分对比产生的四宫格。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 | “星动力”自主人才培养项目

“星动力”项目是公司面向青年人才开展的管培生培养项目，自2007年启动以来已连续实施十九届，持续围绕高校毕业生开展系统化选拔与培养。2025年，公司通过线上与线下相结合的方式，走进160余所高校，组织选拔面试逾3,000人次，吸纳海内外150余名应届毕业生，覆盖公司多个业务板块。

在培养实施方面，项目分阶段推进：第一阶段与建发集团相关培养项目联合开展，促进跨企业交流与学习；第二阶段聚焦公司业务实践，通过商场实战、案例研讨及高管交流等形式，帮助学员加深对岗位要求与行业特点的理解。培训过程中，学员参与情况及考核结果按项目要求实施管理，2025年项目学员考核通过率保持在较高水平。

为增强项目成员之间的交流与参与感，公司将每年的7月1日设定为“星动力日”，通过相关活动安排，促进项目成员的沟通与融入。



案例 | “龙潮生”实习生计划

2025年，公司启动“龙潮生”实习生计划，作为“星动力”管培生项目的前置人才储备机制，在北京、上海、东北、天津、重庆等区域开展试点。通过前期校园招聘与岗位实践相结合的方式，提前吸引并筛选具备发展潜力的在校学生，为后续管培生项目提供候选人才。截至报告期末，已有18名实习生通过“龙潮生”计划进入“星动力”项目。



案例 | “青年鲁班”管理干部后备梯队培养项目

“青年鲁班”管理干部后备梯队培养项目是公司面向大家居业务群开展的青年管理人才选拔与培养项目，围绕青年管理人员的系统识别、评估与培养，构建管理干部后备梯队。

在人才选拔方面，公司采用区域盘点与总部终审相结合的方式，对候选人进行综合评估。盘点过程强调实战导向，候选人围绕真实业务场景提交分析材料，并参与现场调研、案例分析及互动评估等环节。2025年，公司组织开展多场区域盘点活动，对近百名青年干部进行初步盘点与评估，经多轮筛选后，第25届“青年鲁班”项目最终遴选出21名项目组成员。

在培养实施方面，公司同步推进“青年鲁班”专项培训项目，围绕经营管理、业务实践及领导能力开展分阶段培养。2025年，公司对往届69名“青年鲁班”项目组成员开展持续培养，通过集中培训、案例研讨、业务场景实践及外部学习等方式，支持学员加深对业务经营、组织管理及行业发展的理解。

同时，公司在项目实施过程中构建“青年鲁班—青年鲁班（预备）—青年鲁班（后备）”的梯队结构，并与面向高校毕业生的“星动力”项目形成衔接，逐步完善从青年人才引入到中高层管理人员培养的内部发展路径，支持青年管理人员在业务实践中逐步成长。



青年鲁班区域盘点及集团总部终审会



青年鲁班培训培养项目



青年鲁班毕业班学员走进美团参访

员工培训

公司制定并持续完善《培训管理制度》，以公司管理学院及各级分院为载体，构建线上与线下相结合的员工培训体系，覆盖新员工入职、岗位任职、在岗提升、岗位晋升及员工自主学习等不同阶段与类型。培训内容结合业务发展需求与岗位能力要求，帮助员工提升专业知识、业务技能及职业素养，支持员工在岗位中持续成长。

围绕年度经营重点，公司为不同层级和职类员工设计专项学习项目，并引入外部专业资源，开展消费者洞察、新媒体运营等主题课程，组织业务骨干参与外部研讨与参访学习。同时，公司鼓励员工结合岗位实际和个人发展需要开展自主学习，对符合条件的外部课程培训、学历提升及职业资格认证，给予相应支持，为员工自我发展创造条件。

案例 | 总部管理干部MTP集训

2025年6月27至28日，公司通过管理学院在美凯龙环球中心组织开展总部管理干部MTP集训。本次集训采用“训前一训中一训后”相结合的培养方式，旨在提升总部职能管理人员的管理认知与实践能力。训前，学员完成《反馈辅导》《教练型领导》《AI-DeepSeek管理应用》等线上课程学习；训中，围绕沟通管理与自我效能提升开展集中训练；训后，学员按要求提交学习总结与应用计划，并由直属负责人给予反馈，推动培训内容与实际工作的衔接。



案例 | 品类品牌应知应会培训项目

2025年9月至12月，公司组织开展“品类品牌应知应会”系列培训，由人才发展相关部门联合业务部门实施。培训围绕十二个核心品类，采用线上与线下相结合的方式，每期聚焦2—3个品类进行专题讲解，共开展六期。培训内容涵盖品类结构、品牌合作模式及相关业务规则，各期课程视频及配套资料同步上线公司内部学习平台，支持员工自主回看与复习，并结合线上互动与定期测试，促进知识巩固与应用。

2025年，系列培训线下参训率保持在85%以上，线上直播参训率达93.5%。公司同步组织线上答题活动，累计参与人数27,067人，通过人数26,500人，通过率为97.9%。



案例 | 用户运营训练营项目

2025年，为促进楼层管理人员的业务能力提升，公司面向一线楼层管理人员开展“用户运营训练营”系列培训。培训围绕楼层管理实际工作需求设置，涵盖战略理解、业务合规、流量运营、精细化管理及数字化工具应用等模块，通过集中授课与实操演练两种方式开展，引导参训人员将培训内容与日常工作相结合。系列培训分别在江苏、北京、武汉、内蒙古、天津及山东等区域开展，共举办6场，累计覆盖一线业务骨干近300人次。



案例 | 流量运营大师班培养项目

流量运营大师班是公司面向业务体系开展的专项培训项目，围绕家居零售场景下的数字化运营需求，设置流量运营逻辑、新媒体营销实务及 AI 新媒体应用等培训内容，支持参训人员提升数字化运营认知与实操能力。

2025年，公司围绕客流获取、内容运营及数字工具应用等主题，在14个营发中心组织实施该项目。培训采用线上学习与线下实战相结合的方式，线上侧重基础知识与方法讲解，线下通过案例分析与现场授课，引导学员将所学内容应用于实际经营场景。2025年共举办25场培训，公司员工参与545人次。



案例 | 财务条线 F-TTT 内部讲师培养项目

2025年，公司围绕财务条线内部讲师队伍建设，组织开展 F-TTT (Train the Trainer) 讲师培养项目，面向52名财务内训师分两期实施。培训分别于7月25至26日及11月21至22日在美凯龙环球中心开展。

第一期培训聚焦经验萃取与知识转化，课题围绕财务业务场景，覆盖预算管理、投入产出分析、收入确认等财务核心业务领域，并结合AI工具在数据归纳、制度规范及案例总结中的应用，提升课程内容的系统性与实用性。第二期培训侧重课程设计与授课呈现，围绕课程结构优化、表达方式及现场应变能力开展训练，促进财务专业知识在组织内部的有效传递。



案例 | “龙E学”内部学习平台

公司通过内部学习平台“龙E学”建设运营管理知识专区，围绕业务实际需求，构建以标准、工具和课程为核心的知识库体系。其中，课程类内容进一步细分为八个学习专区，系统支持一线员工开展业务学习与能力提升。2025年，平台累计上线运营管理相关课程206门，一线员工学习次数超过10万次。



校企合作

公司围绕人才培养、实践教学与用人需求衔接，持续丰富校企合作的形式和实施场景。在既有实习与校园招聘合作基础上，逐步将合作内容拓展至进校课程、实践项目、职业发展活动及企业开放日等多种形式，促进高校人才培养与企业岗位需求的有效衔接。

2025年，公司持续推进校企合作的体系化建设，与北京林业大学、中央民族大学、上海大学等多所高校建立并深化合作关系。围绕人才培养与产学研融合，双方开展AI技能素养提升活动、联合暑期实践项目、职业规划竞赛及系列进校课程等合作内容，为在校学生提供职业认知、实践学习及能力提升的机会，同时拓展校招与实习对接渠道，推动校园人才培养与企业用人需求的衔接。



案例 | 携手东华大学启动“产学研”融合实践

2025年3月6日，公司与东华大学在上海全球家居1号店开展校企合作启动活动，将合作场景设置于商业运营一线。活动中，参会师生实地参观商场运营环境，公司人力资源部门围绕“星动力”项目，介绍了校园招聘、实习衔接及青年人才培养路径。双方重点围绕学生实践参与、就业对接及“产学研”协同模式进行交流，并完成校企合作授牌及合作协议签署。



案例 | 企业OpenDay多元交流活动

2025年，公司围绕校企联动与实践体验，持续开展企业Open-Day等交流活动，邀请高校师生走进商场一线。活动通过组织商场参观、企业及“星动力”项目介绍、高管与在职员工分享、多岗位交流及现场模拟等环节，为学生提供沉浸式的经营实景体验，帮助学生直观了解家居零售业务运作模式及不同岗位的工作内容，增进对行业特点和职业发展路径的认知。



员工薪酬福利

为有效吸引与保留人才，公司建立并实施相应的薪酬与绩效管理机制，依法足额支付员工薪酬，全面落实社会保险、住房公积金等法定福利保障。在此基础上，公司持续完善员工福利体系，结合员工实际需求提供多样化福利支持，关注员工生活保障与关怀，切实提升员工的获得感、归属感与组织稳定性。



薪酬绩效

公司建立了与岗位责任、业务特点及区域差异相匹配的薪酬体系，依法、按时向员工支付薪酬。员工薪酬由固定薪酬、津贴补贴、绩效奖金及其他依法支付的收入构成，并依据公司经营状况、市场薪酬水平、员工岗位变动及个人业绩表现等因素，适时进行调整。针对不同岗位特点，公司结合绩效考核结果实施相应的奖金激励安排，以支持员工绩效提升与业务目标达成。

公司建立并实施覆盖全体员工的绩效评估机制，对员工在一定周期内的工作表现进行评价。绩效评估以岗位职责和工作目标为基础，综合考察员工的业绩完成情况及履职过程中的行为表现，确保评价过程的客观性与公正性。公司根据岗位类型和管理层级，实施差异化的绩效管理安排，针对业务单位、职能部门及管理干部等不同对象，综合运用业绩结果、工作表现及相关评价方式开展绩效评估。

公司绩效评估包括业绩评价和价值观评价两个方面。



业绩评价

主要依据员工岗位主要业绩指标的完成情况进行评定。



价值观评价

主要考察员工在完成工作过程中所体现的态度与行为表现，作为业绩评价的重要补充。

绩效评估结果主要用于员工绩效奖金核算，并作为员工晋升、调薪等人力资源管理事项的重要参考依据。针对管理干部，公司结合业绩结果、年度述职及360度评价等方式，对其绩效表现进行综合评定，促进个人绩效与组织目标的有效衔接。

员工福利

公司严格遵守相关法律法规，为员工缴纳社会保险和住房公积金，落实国家及地方规定的各类法定假期和带薪休假制度，包括法定节假日、带薪年假、婚假、产假、陪产假、育儿假及丧假等，为员工提供基本的劳动保障。

同时，公司结合员工实际需求，不断完善员工福利体系。公司为员工提供节日福利、生日福利、通讯补贴及年度健康体检等常规福利，还在部分地区推动公租房及长租公寓绿色通道服务，缓解员工住房压力。员工关爱基金则为遭遇重大疾病或特殊困难的员工提供必要支持，并通过医疗绿色通道等方式协助员工获得及时救助。

此外，公司支持各单位根据员工需求持续完善“职工之家”“爱心妈咪小屋”等服务设施，提供休息、健身、阅读及母婴关怀等功能，进一步提升员工的获得感与便利性。

2025年，工会组织开展“冬送温暖、夏送清凉”“五一”“元旦春节”等慰问活动共199次，累计帮扶慰问职工4,617人次；针对重大疾病职工等特殊情况，开展专项慰问与支持。



职业健康与安全

公司始终将员工职业健康与生产安全置于经营发展的首要位置，恪守“安全第一、预防为主、综合治理”的核心方针，严格遵守《中华人民共和国安全生产法》《中华人民共和国职业病防治法》《中华人民共和国消防法》《中华人民共和国劳动法》等法律法规，积极构建覆盖全链条的职业健康与安全管理体系，持续完善《安全管理制度》等一系列内部规章，致力于将各类安全风险降至最低，切实保障员工的生命健康与安全。截至报告期末，公司部分子公司已通过GB/T 45001-2020/ISO45001:2018职业健康安全管理体系认证，持续对标国际标准优化管理流程，不断提升职业健康与安全管理的专业化、规范化水平。



职业健康安全管理体系认证证书

安全管理组织

公司严格遵循《中华人民共和国安全生产法》等法律法规，贯彻“党政同责、一岗双责”的工作要求。2025年，公司全面开启了集团层面的安全生产工作，将原分散在家具商场、工地工程、物流仓储、写字楼四个业务板块的安全管理工作提升至集团层面，初步建立了安全生产八大体系，解决了安全“无人区”和“视觉盲点”的问题。

公司在集团层面设立了安全生产委员会办公室（安委办），作为核心的安全生产管理协调与监督机构。同时，在安委办下设立了安全工作组，集中各业务板块的安全骨干，配强人手和资源，形成了跨板块的专业安全研判团队，负责对各类安全现场进行检查与专业支持。通过建立了清晰明确的分层级责任体系，确保责任层层压实。

2025年，公司各层级累计签订安全生产责任书9,066份，覆盖了全部250家商场及8家子公司，并通过召开1,028场安全生产专题会议，确保安全要求宣贯到位、责任落实到人。集团安委办通过每季度带队进行现场抽检、全年完成44次现场检查等方式，对各级单位执行督导，形成有部署、有检查、有落实、有闭环的管理循环，推动安全文化深入人心。



安全风险管

公司贯彻“安全第一、预防为主、综合治理”的安全生产方针，在安全风险防控与隐患治理方面建立了科学化、系统化的管理流程，在应急管理体系方面持续通过制度保障、资源配备和常态演练全面提升应对突发事件的实战能力，有效提升员工应对风险能力。公司构筑防范生产安全事故两道防火墙，持续提升安全管理能力，全方位保障公司的生产运营安全，为公司安全稳定发展筑牢基础。

安全风险防控

公司系统性地推进安全风险防控工作，严格执行并持续优化《安全风险管控制度》，系统性识别重大危险源并实施相应的风险分级管控措施。公司将燃气安全、电梯安全、建筑消防、危险作业等列为公司核心风险领域，并严格执行专项审批与过程监督。

公司建立了安全风险分级管控、隐患排查治理双重预防机制，采用直接判断法和作业条件危险性分析法进行风险评估，根据风险可能造成的危害后果，从高到低依次划分为重大风险、较大风险、一般风险和低风险四个等级，并分别用红、橙、黄、蓝四种颜色标示。公司旗下各单位因地制宜地开展风险辨识、评估、制定控制措施、评分和分级，实现对全公司各类业务风险的标准化、制度化、差异化防控、监督。

安全应急管理

公司建立了规范的应急管理体系，确保发生各类安全事故或紧急情况时，能够迅速有效控制局面，实现从响应到恢复的全过程闭环管理。公司持续更新并维护涵盖应急预案在内的安全生产案例库，截至报告期末，公司案例库资料共**484**个，其中应急预案**9**个，为应急响应提供了标准化依据。

公司定期组织应急演练，涵盖防台防汛、建筑火灾等场景，检验预案可行性及队伍实战能力，提升全员自救互救技能。2025年，公司组织各类应急演练超**6,000**场，参与演练超**61,000**人次。

案例 | 防台防汛应急演练

南京江北新区商场常态化组织防台防汛应急演练，全面筑牢台风、暴雨等极端天气的安全防线。演练中，安全员对室外空调机架、广告牌等高空易坠物实施加固与隐患排查，同步巡查屋面地漏排水功能、园区高大树木稳固情况，消除高空坠物与积水倒灌风险。同时，聚焦地下车库、下水道、排水管网等关键区域，对潜水泵、集水井、配电系统等防汛核心设施进行系统性检测，确保设备运行正常、排水通道畅通无阻。此外，商场建立标准化抢险物资储备机制，足额配备黄沙、编织袋、挡水板、应急照明设备、雨衣雨靴等应急物资，并落实专人专管、定期盘点，保障紧急状态下物资调运及时高效，切实提升应对极端天气的应急处置能力，守护商场及消费者的生命财产安全。



案例 | 消防应急演练

公司严格执行年度应急演练计划，定期组织各类应急演练，以检验应急预案的科学性与可操作性，并显著提升员工应对突发事件的实战能力。

2025年12月4日，公司于美凯龙环球中心开展大型综合性消防应急疏散演习，此次演习紧扣实战标准，覆盖楼内全体员工、访客及客户，完整演练了从警报发布、全员疏散、集合清点到灭火器实操、急救知识演示等一系列流程。演习有效检验了多部门协同联动机制，强化了全员消防安全意识与自救互救技能。



消防演习

安全生产检查

公司建立了多层级安全生产检查体系，通过系统性督查确保各项安全管理措施落到实处，切实提升隐患排查治理效能。公司安委办切实履行监督管理职责，定期对各单位安全生产工作进行现场督导。

2025年，安委办每季度带队现场抽检，全年完成**44**次现场检查，抽检覆盖率达**18%**，排查超**500**项各类隐患，整改完成率达**97%**，对各单位形成有效督导。各业务板块的安全工作组完成每年2次的安全现场**100%**检查，全年累计消除重大风险**4**项、较大风险**27**项、一般风险**7**项、低风险**6**项。与此同时，各单位以安全生产管理部门为主体，对重要危险源实行“班组日检、部门周检、安管部门月检”的三级管控机制，确保风险防控责任层层压实。

案例 | 常态化安全检查与隐患治理

华信商业广场项目在2025年6月“安全生产月”期间，积极开展安全生产隐患排查治理工作。针对夏季高温、汛期及季节性事故高发特点，项目部成立工作专班持续排查，当月总计发现8处安全隐患，均现场即时下达整改通知书，确保了检查、记录、整改、成效的闭环管理。



现场安全隐患排查



大型机械（塔吊）维护保养检查

安全文化建设

安全教育培训是企业提升全员安全意识、防范生产安全事故、打造本质安全型组织的根本性举措。公司从集团层面将员工安全能力建设与安全文化建设作为一项长期、系统的重点工作予以持续投入和深化，将“安全第一，预防为主”的思想内化于心，外化于行。

为强化全员安全素质，公司系统性、常态化推进安全生产教育与实战演练。2025年，公司及各下属单位共组织开展各类安全培训超**5,000**场，累计培训超**82,000**人次。通过高频次、广覆盖的培训与实战模拟，有效提升了全体员工的辨识、隐患排查及应急处突能力。

此外，公司建立了综合性、标准化的安全案例库，作为安全知识沉淀与经验共享的平台。截至报告期末，该案例库资料共计**484**个，其中包含优秀案例**29**个、警示教育**46**个、施工规范**76**个、国标法规**87**个、专业知识**237**个及应急预案**9**个，为员工日常学习和安全管理提供了丰富的参考资源。

公司在履行内部安全职责的同时，积极参与外部行业交流与政府组织的安全技能比武等活动。截止报告期末，公司累计获得**50**项政府安全相关荣誉，如“安全生产先进集体”、“消防安全管理示范单位”、“安全生产责任制工作落实先进单位”等奖项。此外，公司员工还受邀代表地方消防部门参与国家级培训并被聘任为讲师，彰显了公司在安全管理领域的专业水平与良好社会声誉。

案例 | “安全生产月”系列活动

公司及项目部积极组织开展各类安全教育培训活动，以提升全员安全意识与技能。2025年6月“安全生产月”期间，华信商业广场项目组织开展了系列安全活动。项目部于施工现场对班组全体工人开展了安全生产教育培训，培训重点对安全生产的含义与作用进行了详尽阐述，并从高温施工、火灾事故、机械事故、触电事故、高空坠落事故等各个方面进行了案例剖析，让施工人员深刻意识到安全生产的重要性。



发放《施工安全手册》



事故案例学习



现场安全教育培训



职业健康管理

公司重视员工职业健康与身心健康管理，围绕职业健康风险防控、健康促进与应急能力建设，持续完善职业健康管理相关举措，通过健康服务、培训活动及配套管理措施，支持员工保持良好身心状态，营造有利于员工长期健康与稳定工作的工作环境。

公司通过多种方式推进员工职业健康管理：

- **膳食安全管理：**膳食委员会参与员工餐厅食品供应商招标及监督工作，加强职工膳食安全管理。
- **心理健康关注：**推进员工心理健康测评工作，关注员工心理状态，支持员工健康风险的早期识别与干预。
- **女职工健康服务：**关注女职工健康需求，为女职工提供“两筛”专项体检服务，2025年共有82人次参与相关检查。
- **急救能力建设：**组织开展中医义诊、健康讲座以及创伤救护、急救技能等培训，2025年相关活动覆盖员工570人次，其中85人获得急救相关认证。
- **体育活动开展：**常态化运营跑团、篮球等兴趣社团，2025年体育社团成员达247人，累计组织赛事活动71场，覆盖1,143人次；各地商场结合实际，自主举办体育赛事69场。
- **文体活动组织：**2025年共组织开展各类文体活动868次，累计员工参与超过37,000人次；打造城市徒步挑战赛等特色活动，覆盖15个省份、25个城市，吸引1,800余名员工参与。





公司治理



2025年公司治理议题绩效目标	目标达成情况
1 全体员工反腐败/商业道德培训覆盖率达到 100%	已完成
2 全年因利益冲突导致公司重大损失的事件数为0	已完成
3 完成年度利益相关方调研，实质性议题评估覆盖率 100%	已完成
4 全年因不正当竞争行为导致的重大诉讼或重大行政处罚的事件数为0	已完成
5 每年定期披露环境、社会及管治报告，向利益相关方汇报年度可持续发展治理成效	已完成

风险与合规管理

公司围绕战略规划和经营目标，结合业务实际，持续完善全面风险管理与内部控制体系，将风险管理融入日常经营决策和业务流程，通过风险识别、监测预警及应对机制，不断提升风险防范和管控能力，保障公司稳健经营。

风险管理架构

公司严格遵循《企业管治守则》《中华人民共和国审计法》《内部审计基本准则》等有关法律法规及监管要求，制定并持续完善《内控管理制度》《流程管理制度》《内控自我评价管理制度》《突发事件应急管理》等内部管理制度，系统识别和评估经营活动中的各类风险，强化关键风险点和流程管控。

公司构建了职责清晰、运行规范的风险管理与内部监控组织体系，涵盖董事会、审计委员会、审计委员会下属的审计监查部及相关业务部门。董事会作为风险管理与内部监控的最高决策机构，对体系建设及风险管理工作的有效落实承担最终责任。公司实施以“风险管理和内部监控、内控合规、审计”为核心的三道防线模型，持续提升公司风险管理与内部监控体系的稳定性和有效性。

公司三级风险管理架构



风控合规审查

公司董事会下设审计委员会负责对风险管理与内控合规进行审查和监督，公司审计监察部负责对各职能管理部门、下属公司开展风控合规检查、内控审计、内控评价等工作，强化风控合规监督力度，实现风险及时有效地管控、及时识别内部控制制度流程建设及执行情况等方面的问题、提出相关整改建议并督促整改落实，以不断提升风险管控水平，有效防范风险。

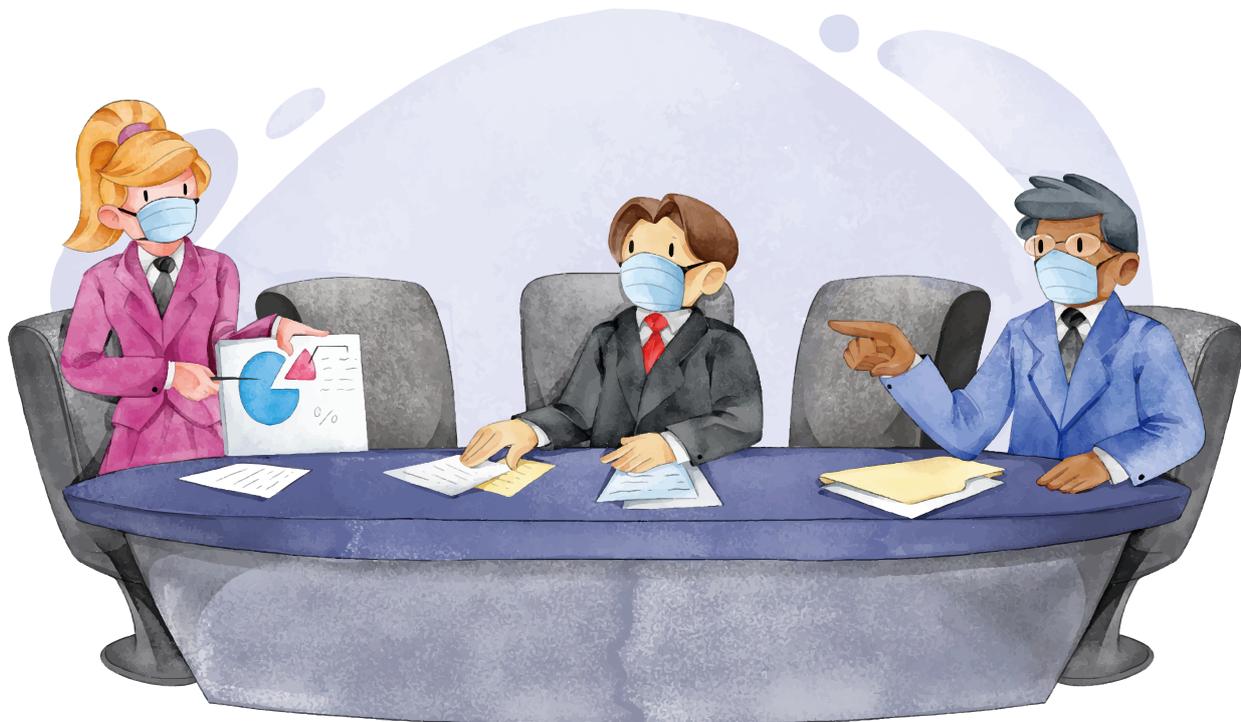
公司积极推进风险管理和内部审计的数字化建设，上线印章管理系统、合同管理系统、档案管理系统及风控系统等，通过信息化手段固化基础管理控制点，确保风险及时有效管控，消除潜在隐患。为提升内部审计的效率与精准度，公司进一步应用智能化工具，包括企业资源管理软件系统（SAP），获取全范围被审单位的财务数据、采购数据、销售数据及相关系统权限，并按月获取清算中心的银行流水和商户销售数据。同时，公司建立审计监察管理智能化平台，实现审计数据共享与集中管理，进一步提高审计工作的效率和质量。

公司每年通过内控自我评价，评估制度设计和执行的有效性。2025年，公司对23家商场进行了抽样自查，并结合系统评估及审计工作，持续提升内部控制能力，保障经营活动规范有序、资产管理稳健，并确保财务及相关信息准确可靠。

公司依据《红星美凯龙家居集团股份有限公司内部审计制度》，每年对所有运营地开展内部审计，以识别和防控潜在风险，支持公司安全高效运营。2025年，公司按照内部审计计划，对子公司开展抽查审计，覆盖内部管理绩效、制度执行情况及风险管理等方面。全年完成商场及非家居商场业务审计项目50项，专项审计4项，离任审计4项，合计58项；同时完成决算审计项目202件，并对施工现场进行专项复核5次。

风控合规教育

为强化整体风险管理，公司积极开展各类风险管控与合规培训，通过多种形式向员工传授风控与合规知识，宣导业务管理及风险控制制度要求，提高员工合规经营和风险防范意识，持续增强全员风险管理能力。



商业行为

公司将诚信经营视为企业发展的基石，严格遵守《中华人民共和国刑法》《中华人民共和国反不正当竞争法》《关于禁止商业贿赂行为的暂行规定》等相关法律法规，制定并执行《倡廉26条》《八项禁令》《13字箴言》等内部制度，以高道德标准规范各项经营活动，明确业务运营中的行为边界和合规底线。

公司通过常态化道德宣贯与警示教育，强化全员合规意识和自律意识，并通过完善的监督机制和畅通的举报渠道，保障商业道德要求有效落实。同时，公司积极倡导供应商、承包商等合作伙伴共同遵循诚信与合规经营原则，携手构建规范、透明、公平的商业生态。

反商业贿赂及反贪污

公司高度重视企业廉洁建设，制定了《反腐败与反贿赂政策》，明确腐败和贿赂的定义，规定反商业贿赂及反贪污相关禁止行为，对贿赂、腐败、舞弊、不正当竞争、洗钱等行为保持“零容忍”态度，并要求全体员工及供应商等业务合作伙伴共同遵守公司要求。

廉洁风险管控

公司贯彻执行《反腐败和反贿赂政策》等廉洁制度，构建由董事会、审计委员会、审计监察部及各业务部门共同参与、协同运作的商业道德与合规管理架构，加强企业廉洁风险管控，确保商业道德与合规要求在公司各层级和各业务环节得到有效落实。其中，董事会作为公司风险管理和内部控制最高决策机构，负责监督商业道德风险管理和内部控制的有效性，并监督商业道德标准的执行情况；审计委员会及审计监察部独立履行监督职能，识别商业道德及舞弊风险，并对相关政策、制度和流程的执行情况开展监督检查；各业务部门按照廉洁从业要求开展日常监督和定期自查，并就发现的商业道德或舞弊风险及时向审计监察部门报告。

廉洁监督与检查

公司建立了覆盖总部、区域及商场层级的监察管理体系，在商场配备基层监察人员，在各职能中心设置监察对接人，在省级区域设立兼职监察负责人，由公司审计监察部统一指导并监督案件查办工作，形成自上而下、层层衔接的监督机制，持续提升监督效能。公司通过多项管理措施，及时识别、预防和应对潜在商业道德风险，保障商业道德要求的有效落实。2025年，公司对各运营主体开展商业道德风险评估，覆盖率达100%。

公司至少每三年对所有自营商场开展一次商业道德相关政策制度执行情况的全面审计。公司审计监察部依据年度审计计划，按月度、分区域组织开展审计工作，抽取全国重要的省营运发展中心及商场开展检查，对业务活动、内部控制及风险管理的适当性和有效性进行评估，并重点关注舞弊风险，及时发现廉政隐患并督促相关单位及时整改。2025年，公司共开展商业道德与反舞弊相关审计12次，发现并完成整改问题5项，整改完成率达100%。

供应商廉洁管理

公司发布的《反腐败与反贿赂政策》要求供应商遵守公司反腐败与反贿赂要求，严禁供应商出现任何形式的腐败、敲诈、贿赂、勒索、贪污及其他涉及不正当利益的行为。公司采取一系列管理措施，并积极向业务伙伴宣导廉洁要求，以加强价值链廉洁风险的防范。对于开展业务合作的供应商，公司要求其签署《合作伙伴廉洁告知书》或《供应商廉洁承诺书》等文件。

2025年，供应商《供应商廉洁承诺书》签署率达100%。同时，公司面向各级合作供应商及合作商开展廉洁从业告知工作，由总部采购管理部及大家居业务群分级推进，覆盖全国24个省营发中心的31,028家商户、123家品牌工厂及1,113家合作供应商，累计发放《合作伙伴廉洁告知书》32,264份。为确保告知工作落实到位，公司要求合作伙伴在确认接收告知书后填写接收人员信息，以便后续抽查核验，力争实现廉洁告知全覆盖并确保实际成效。

廉洁培训教育

公司通过多渠道、多层次开展宣贯与培训工作，持续提升员工廉洁从业意识。公司承诺每年至少组织一次覆盖董事、监事、高级管理人员及全体员工（包括兼职员工和合约人员）的商业道德相关政策制度培训，确保相关要求得到充分理解和落实。在日常管理中，基层监察人员在所辖商场和区域内定期开展廉政宣传与教育活动，公司审计监察部不定期赴商场开展廉政宣讲和专题培训，持续营造风清气正的廉洁文化氛围。

2025年，公司针对董事、全体员工开展廉洁培训，员工覆盖率达100%。主要廉洁培训教育活动包括：

结合谈心谈话制度，推行分级廉洁谈话机制，围绕管理环节廉洁从业要求，由各单位负责人对分管聘任干部逐一开展廉洁谈话，明确岗位廉洁责任和风险点，强化廉洁履职意识。2025年，累计开展聘任管理干部廉洁谈话237人次，并形成《谈话记录表》138份。

公司党委、纪委围绕廉洁自律相关制度组织开展廉洁从业宣讲活动，通过制度解读和典型案例剖析强化全员廉洁意识。2025年，累计开展宣讲5次（包括覆盖全员宣讲1次）、时长150分钟，参与人数达10,392人；

组织148名拟聘任干部开展任前廉政教育，重点学习《国有企业领导人员廉洁从业若干规定》《国有企业管理人员处分条例》《员工“八项禁令”若干规定》等文件，督促其全面掌握公司投资回避、业务回避、录用回避等制度要求。相关人员完成廉政对照检查及知识自测共计148人次，切实筑牢新任干部廉洁从业的思想防线，为其后续履职明确行为规范与红线要求。

反不正当竞争

公司严格遵循《中华人民共和国反不正当竞争法》《中华人民共和国反垄断法》等国内及业务所在地区有关法律法规，坚决抵制任何形式的反不正当竞争行为。公司倡导自由和公平竞争，禁止利用不正当手段获取有关竞争对手的商业秘密，禁止编造、散播虚假信息，禁止采取任何欺诈行为或其他非法手段扰乱市场秩序，致力于维护健康的市场竞争秩序。2025年，公司未涉及任何反不正当竞争行为，未发生任何因反不正当竞争行为导致诉讼或重大行政处罚的事件。

投诉机制及投诉人保护

公司高度重视利益相关方的意见与建议，鼓励员工、客户、供应商、当地社区等相关方对公司业务活动进行持续监督，并就任何涉嫌违法、违纪、违规或违反商业道德的行为及时进行投诉举报。公司建立多元化、畅通便捷的投诉与建议渠道，包括独立举报热线、电子邮箱、龙眼APP员工举报平台及当面沟通等途径，积极接收并处理利益相关方的反馈，与各利益相关方共同营造诚信廉洁的商业环境。

利益相关方可以通过以下公开渠道进行实名或匿名投诉或举报：



电话：0215320896；13818982132

投诉举报邮箱：jt.dcb@chinaredstar.com；compliance@chinacond.com

投诉举报地址：上海市闵行区申长路1466弄2号楼北楼8楼

公司对所有举报的违规行为予以及时受理和调查，根据调查结果依法依规采取包括政策澄清、补充培训、流程优化、责任追究和纪律处分等纠正措施，并及时向投诉人反馈调查进展及处理结果。2025年，公司共收到各类投诉举报220起，其中匿名举报156起、实名举报64起，相关投诉举报均得到规范、及时、高效处理。

举报调查流程

及时受理举报，规范记录举报信息



对举报信息进行筛选和初步核实，确保后续调查的有效性和准确性



采集相关证据，开展现场调查和访谈，确保调查过程公正，并依法保护举报人身份，防止打击报复



根据已掌握的证据进行分析评估，形成调查结论并报送审核



根据实际情况公布案件处理结果

公司承诺对举报人进行保护，并在《反腐败和反贿赂政策》中明确了举报人保护机制。公司允许实名或匿名举报，严格落实保密机制，严禁泄露投诉举报人的信息、举报内容等情况；严禁针对投诉举报人的打击报复行为，对于泄露投诉举报信息及存在打击报复行为的人员，将按照相关规定严肃处理，追究相应责任。

税务合规管理

公司严格遵守《中华人民共和国企业所得税法》等国家法律法规及各业务所在地适用的税收法规和政策，坚持合规经营、诚信纳税和透明管理原则，依法履行纳税人义务，积极营造公平、有序的税收环境。

公司由相关部门人员负责日常税务相关工作，持续关注和跟踪税收法规政策的更新和变化，并与税务机关保持沟通和交流，及时向税务机关咨询、了解业务活动适用的税收法规政策以及税务事项操作规范，以确保税务合规。同时，公司不定期组织税务合规培训，强化员工涉税风险防范意识，提升税务专业能力和风险管理水平。



数据摘要

指标		单位	2022年	2023年	2024年	2025年
环境	排放物					
	温室气体 ¹					
	范围一： 直接排放量 ²	吨二氧化碳当量	73,361.85	73,928.96	61,525.08	90,747.93
	范围二： 外购能源的间接排放量 (基于市场)		892,405.79	346,335.37	405,575.44	224,341.58
	温室气体排放总量 (范围一+范围二)		965,767.64	420,264.33	467,100.51	315,089.51
	每万平方温室气体 排放量	吨二氧化碳当量/万 平方米	429.07	192.97	229.20	164.67
	废气污染物					
	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
	颗粒物排放量		5.42	5.99	3.99	2.74
	废气排放总量		81.06	82.61	53.78	38.25
	废水及废水污染物					
	废水排放量	立方米	/	/	4,316,533.24	5,046,177.64
	化学需氧量排放量	吨	/	/	/	0
生化需氧量排放量	/		/	/	0	
氨氮排放量	/		/	/	0	
总氮排放量	/		/	/	0	
总磷排放量	/		/	/	0	

注1：公司温室气体排放总量较2024年降低主要得益于精细化能源管理与清洁电力使用比例提升。

注2：2025年与2024年数据差异主要系核算边界调整所致。2025年，公司持续加强排放源管控与核算工作，范围一核算边界新增逸散排放源数据。

指标	单位	2022年	2023年	2024年	2025年
有害废弃物					
有害废弃物产生量	吨	37.80	7.20	10.01	0.44
有害废弃物转移处置量		/	/	/	0.44
每万平方米有害废弃物排放量	吨/万平方米	0.02	0.003	0.005	0.0002
无害废弃物					
建筑垃圾产生量	吨	/	/	/	87,656.20
生活垃圾产生量		/	/	/	36,076.73
其他无害废弃物		/	/	/	3.00
无害废弃物产生总量		1,670.30	182,074.47	128,325.10	123,735.93
每万平方米无害废弃物排放量	吨/万平方米	0.74	83.60	62.97	64.67
资源消耗					
能源					
能源消耗总量	兆瓦时	1,672,477.50	985,478.85	1,026,172.09	803,983.13
其中：外购电力		1,313,893.08	602,027.22	683,234.20	545,371.73
其中：光伏电		/	/	/	40,711.93
水电		/	/	/	87,867.52
绿色电力总量		/	6,137.04	18,176.77	128,579.45
绿色电力比例	%	/	0.01	2.66	23.58
外购热力	兆瓦时	/	7,573.87	16,296.78	7,153.74
天然气消耗量		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
每万平方米能源消耗量	兆瓦时/万平方米	743.05	452.51	503.54	420.17
水资源					
总用水量	立方米	6,808,216.41	5,851,440.23	5,433,894.64	5,101,748.14
每万平方米用水量	立方米/万平方米	3,024.76	2,686.83	2,666.39	2,666.22

指标	单位	2022年	2023年	2024年	2025年
员工构成					
员工总人数	人	18,101	14,543	11,679	9,012
其中：全职员工		/	/	/	9,012
兼职员工		/	/	/	/
员工之外的工作者 ³		/	/	/	52
员工性别分布					
男性	人	10,283	8,329	6,593	5,092
女性		7,818	6,214	5,086	3,920
员工年龄分布					
30岁以下	人	6,718	4,105	2,904	1,971
30岁至50岁		10,240	9,514	7,927	6,432
50岁以上		1,143	924	848	609
员工教育程度分布					
硕士及以上	人	/	/	/	204
本科		/	/	/	4,101
其他		/	/	/	4,707
员工国籍分布					
中国	人	/	/	/	9,011
其他		/	/	/	1
员工民族分布					
汉族	人	/	/	/	8,603
满族		/	/	/	109
回族		/	/	/	70
蒙古族		/	/	/	50
土家族		/	/	/	44
苗族		/	/	/	25
彝族		/	/	/	21
壮族		/	/	/	17
布依族		/	/	/	16

注3：其他工作者包括劳务派遣人员、退休返聘人员、实习生。

指标		单位	2022年	2023年	2024年	2025年	
雇 佣	藏族	人	/	/	/	16	
	侗族		/	/	/	9	
	白族		/	/	/	7	
	畲族		/	/	/	7	
	朝鲜族		/	/	/	6	
	穿青人		/	/	/	3	
	土族		/	/	/	3	
	仡佬族		/	/	/	3	
	水族		/	/	/	2	
	哈萨克族		/	/	/	1	
	员工专业类别分布						
	管理人员	人	/	/	/	162	
	业务人员		/	/	/	4,333	
	技术人员		/	/	/	284	
财务人员	/		/	/	1,212		
业务支持人员	/		/	/	3,012		
女性管理人员	/		/	/	25		
女性业务人员	/		/	/	1,975		
女性技术人员	/		/	/	133		
女性财务人员	/		/	/	973		
女性业务支持人员	/		/	/	814		
科学、技术、工程和数学相关职位(STEM)员工数量		/	/	/	510		
科学、技术、工程和数学相关职位(STEM)的女性数量		/	/	/	276		
担任科学、技术、工程和数学相关职位女性比例	%	/	/	/	54.12		

指标	单位	2022年	2023年	2024年	2025年
管理层构成（管理层指公司总部、各子公司中层及以上管理人员）					
男性管理层	人	/	/	/	137
女性管理层		/	/	/	25
初级管理人员		/	/	/	845
女性初级管理人员		/	/	/	235
管理层(中层及以上)		/	/	/	162
女性管理层(中层及以上)		/	/	/	25
高级管理人员		/	/	/	4
女性高级管理人员		/	/	/	0
女性初级管理人员比例	%	/	/	/	27.81
女性管理层 (中层及以上) 比例		/	/	/	15.43
女性高级管理人员比例		/	/	/	0
创收部门的管理层数量	人	/	/	/	96
创收部门的女性管理层 数量		/	/	/	13
创收部门的女性管理层 比例	%	/	/	/	13.54
管理层国籍分布					
中国	人	/	/	/	162
其他		/	/	/	0
本地化雇佣					
公司雇佣本省员工数量	人	/	/	/	475
公司雇佣本省员工比例	%	/	/	/	5.27
公司雇佣本省女性员工 数量	人	/	/	/	220
公司雇佣本省女性员工 比例	%	/	/	/	5.61
公司雇佣本省高管数量	人	/	/	/	1

指标		单位	2022年	2023年	2024年	2025年	
雇 佣	公司雇佣本省高管比例	%	/	/	/	25	
	公司雇佣本省女性高管数量	人	/	/	/	0	
	公司雇佣本省女性高管比例	%	/	/	/	0	
	劳动合同签订						
	签订劳动合同的员工	人	/	/	/	9,012	
	劳动合同签订率	%	/	/	/	100.00	
	公司雇佣残障人士情况						
	公司雇佣残障人士数量	人	/	/	/	35	
	公司雇佣残障人士比例	%	/	/	/	0.39	
	员工职业规划及职位变动支持情况						
	员工内部轮岗数	人	/	/	/	588	
	员工内部轮岗的比例	%	/	/	/	6.52	
	员工流失情况						
	年度新入职总人数	人	/	/	1,449	1,570	
	离职总人数		/	/	/	4,153	
	管理层离职总人数		/	/	/	15	
	全职员工主动离职总人数		/	/	/	1,398	
	年度流失率	%	/	/	/	31.55	
	员工流失情况（按性别）						
	男性	%	35.92	46.96	51.83	40.15	
女性	32.21		47.78	44.16	38.02		
员工流失情况（按年龄）							
30岁以下	%	44.35	78.95	87.88	50.36		
30岁至50岁		26.89	35.60	35.33	33.67		
50岁以上		23.95	27.27	36.56	47.16		

指标	单位	2022年	2023年	2024年	2025年
员工流失情况（按地区）					
中国籍员工离职率	%	/	/	/	39.25
非中国籍员工离职率		/	/	/	0
员工培训情况					
全年员工培训总投资额	万元人民币	/	/	/	269.7
受训员工总人数	人	/	/	/	9,012
平均受训金额	万元人民币/人	/	/	/	0.03
男性受训员工人数	人	/	/	/	5,092
女性受训员工人数		/	/	/	3,920
女性员工受训比例	%	/	/	/	100
员工培训覆盖率		/	/	/	100
员工培训总场次	次	/	/	/	3,950
员工培训总人次	人次	/	/	/	194,757
员工受训总时数	小时	/	/	/	839,637
员工平均受训时数		174	48.36	67.47	93.17
分类型的员工培训情况					
男性员工平均受训时数	小时	174	47.29	67.52	93.17
女性员工平均受训时数		174	49.78	67.39	93.17
30岁以下员工平均受训时数		/	/	/	93.17
30岁至50岁员工平均受训时数		/	/	/	93.17
50岁以上员工平均受训时数		/	/	/	93.17
高级管理人员员工平均受训时数		117	503.09	49.25	93.17
中级管理人员员工平均受训时数		208	75.00	67.56	93.17
初级管理人员员工平均受训时数		/	/	/	93.17
普通员工平均受训时数		170	44.82	67.48	93.17
中国籍员工平均受训时数		/	/	/	93.17

指标		单位	2022年	2023年	2024年	2025年	
雇 佣	非中国籍员工平均受训时数	小时	/	/	/	93.17	
	员工绩效						
	接受定期绩效和职业发展考核的管理人员数量	人	/	/	/	162	
	接受定期绩效和职业发展考核的业务人员数量		/	/	/	4,333	
	接受定期绩效和职业发展考核的技术人员数量		/	/	/	284	
	接受定期绩效和职业发展考核的财务人员数量		/	/	/	1,212	
	接受定期绩效和职业发展考核的业务支持人员数量		/	/	/	3,016	
	接受定期绩效和职业发展考核的女性员工总数量		/	/	/	3,919	
	接受定期绩效和职业发展考核的员工总数量		/	/	/	9,007	
	接受定期绩效和职业发展考核的员工比例 ⁴		%	/	/	/	99.94
	员工关怀及福利						
	员工申请的总产假时长 (作为主要照顾者)	天	/	/	/	24,167	
	员工申请的总产假时长 (作为非主要照顾者)		/	/	/	1,029	
	员工申请的总带薪育儿假时长 (作为主要照顾者)		/	/	/	1,094.5	
员工申请的总带薪育儿假时长 (作为非主要照顾者)	/		/	/	350		
非产假的带薪家庭或护理假时长	/		/	/	92		

注4: 5名残疾员工(含1名女性残疾员工)未设定绩效考核目标

	指标	单位	2022年	2023年	2024年	2025年
雇佣	安保实践					
	接受过人权政策或程序方面培训的安保人员数量	人	/	/	/	772
	公司雇佣的安保人员总数量		/	/	/	754
	第三方安保人员总数量		/	/	/	18
	接受过人权政策或程序方面培训的安保人员比例	%	/	/	/	100

职业健康与安全	安全生产投入					
	全年安全生产总投入	万元人民币	/	/	/	77.57
	安全生产培训及应急演练					
	安全生产培训总人次	人次	/	/	/	102,324
	安全生产培训总时数	小时	/	/	/	506,258
	接受安全培训总人数	人	/	/	/	9,012
	接受安全培训人员比例	%	/	/	/	100
	接受安全培训女性人数	人	/	/	/	3,920
	接受安全培训女性比例	%	/	/	/	100
	安全应急演练次数	次	/	/	/	6,798
	安全应急演练人次	人次	/	/	/	58,321
	线下安全培训次数	次	/	/	/	7,824
	线上安全课程数	门	/	/	/	7
	安全生产事故					
	特别重大事故数量	宗	/	/	/	0
	重大事故数量		/	/	/	0
	较大事故数量		/	/	/	0
	一般事故数量		/	/	/	0
	职业健康与安全绩效					
	职业健康安全管理体系覆盖的工作者	人	/	/	/	320

指标		单位	2022年	2023年	2024年	2025年
职业健康与安全	因工受伤人数	人	/	/	/	31
	因工死亡人数		/	/	1	0
	因工死亡比率	%	/	/	0.01	0
	因工伤损失的总时长	天	1,406	1,670	1,310	1,355
	工伤事件总数	件	/	/	/	31
	总可记录伤害事故频率 (TRIFR) -员工	/	/	/	/	1.37
	损失工时工伤发生率 (LTIFR) -员工		/	/	/	480.51

研发投入及研发人员						
	全年研发投入金额	万元人民币	/	/	/	475.61
	全年研发投入金额占主营业务收入的 比例	%	/	/	/	/
	研发人员数量	人	/	/	/	74
	研发人员占比	%	/	/	/	0.82
知识产权						
市场	应用于主营业务的发明 专利数量	项	/	/	/	7
	新增申请专利数量		/	/	/	5
	新增授权专利数量		/	/	/	1
	新增登记著作权数量		/	/	/	8
	新增申请商标数量		/	/	/	0
	新增注册商标数量		/	/	/	0
	当年新增知识产权数		/	/	/	9
	公司取得授权的专利数量		/	/	/	110
	公司获得登记的著作权 数量		/	/	/	277
	公司注册的商标数量		/	/	/	1,214

指标	单位	2022年	2023年	2024年	2025年
信息安全及侵犯客户隐私事件					
信息安全事件数量	件	/	/	/	0
侵犯客户隐私事件数量		/	/	/	0
供应商管理					
供应商分布					
供应商总数	家	8,669	9,218	9,511	4,653
其中：中国内地供应商数量		/	/	/	4,650
其他地区供应商数量		/	/	/	3
公司所在省的供应商数量		/	/	/	566
一级供应商数量		/	/	/	2,030
其他供应商数量		/	/	/	2,623
供应商审核					
本年度审查准入的新供应商数量	家	/	/	/	1,099
通过案头评估的供应商总数		/	/	/	1,078
通过现场审查的供应商总数		/	/	/	21
本年度审查的供应商数量		/	/	/	1,517
重要供应商评估总数		/	/	/	412
采购实践					
公司采购支出	万元人民币	/	/	/	74,269
公司向运营所在省份供应商采购的支出		/	/	/	20,986
公司向运营所在省份供应商采购的支出比例	%	/	/	/	28.26

	指标	单位	2022年	2023年	2024年	2025年
市场	产品责任					
	已售或已运送产品中因安全与健康理由而须回收的百分比	%	0	0	0	0
	关于产品及服务的投诉数目	件	138	113	210	78

社会贡献	公益					
	公益次数	次	/	/	/	140
	公益总人次	人次	/	/	/	5,684
	公益总时数	小时	/	/	/	7,885
	对外捐赠					
	对外捐赠总金额	万元人民币	/	/	/	0

公司治理	反腐败政策宣导及培训					
	反腐败政策和程序传达给董事、监事、高级管理人员的人数	人	/	/	/	5
	反腐败政策和程序传达给董事、监事、高级管理人员的比例	%	/	/	/	35.71
	反腐败政策和程序传达给员工的比例	%	/	/	/	100
	反腐败政策和程序传达给管理人员的比例(不含董事、监事、高级管理人员)	%	/	/	/	100
	反腐败政策和程序传达给承包商的比例	%	/	/	/	100
	反腐败政策和程序传达给供应商的比例	%	/	/	/	100
	反腐败政策和程序传达给客户的比例	%	/	/	/	100

	指标	单位	2022年	2023年	2024年	2025年
公司治理	接受反腐败培训的董事、监事、高级管理人员比例	%	/	/	/	35.71
	接受反腐败培训的员工比例	%	/	/	/	100
	接受反腐败培训的管理人员比例（不含董事、监事、高级管理人员）	%	/	/	/	100

《环境、社会及管治报告守则》索引表

ESG层面	一般披露及关键绩效指标		报告章节/声明
A.环境			
A1: 排放物	一般披露		污染物排放 废弃物处理
	关键绩效指标 A1.1	排放物种类及相关排放资料。	污染物排放 废弃物处理 数据摘要
	关键绩效指标 A1.3	所产生有害废弃物总量及密度。	数据摘要
	关键绩效指标 A1.4	所产生无害废弃物总量及密度。	数据摘要
	关键绩效指标 A1.5	描述所订立的排放量目标及为达到这些目标所采取的步骤。	环境 污染物排放 废弃物处理
	关键绩效指标 A1.6	描述处理有害及无害废弃物的方法，及描述所订立的减废目标及为达到这些目标所采取的步骤。	环境 污染物排放 废弃物处理
A2: 资源使用	一般披露		能源利用 水资源利用
	关键绩效指标 A2.1	按类型划分的直接及 / 或间接能源总耗量及密度。	能源利用 数据摘要
	关键绩效指标 A2.2	总耗水量及密度。	水资源利用 数据摘要
	关键绩效指标 A2.3	描述所订立的能源使用效益目标及为达到这些目标所采取的步骤。	环境 能源利用
	关键绩效指标 A2.4	描述寻求适用水源上可有任何问题，以及所订立的用水效益目标及为达到这些目标所采取的步骤。	环境 水资源利用
	关键绩效指标 A2.5	制成品所用包装材料的总量及每生产单位估量。	本报告暂不涉及

ESG层面	一般披露及关键绩效指标		报告章节/声明
A.环境			
A3: 环境及天然资源	一般披露		循环经济 生态系统和生物多样性保护
	关键绩效指标 A3.1	描述业务活动对环境及天然资源的重大影响及已采取管理有关影响的行动。	循环经济 生态系统和生物多样性保护
B.社会			
雇佣及劳工常规			
B1: 雇佣	一般披露		员工
	关键绩效指标 B1.1	按性别、雇佣类型、年龄组别及地区划分的雇员总数。	数据摘要
	关键绩效指标 B1.2	按性别、年龄组别及地区划分的雇员流失比率。	数据摘要
B2: 健康与安全	一般披露		职业健康与安全
	关键绩效指标 B2.1	过去三年每年因工伤亡的人数及比率。	数据摘要
	关键绩效指标 B2.2	因工伤损失工作日数。	数据摘要
	关键绩效指标 B2.3	描述所采纳的职业健康与安全措施, 以及相关执行及监察方法。	职业健康与安全
B3: 发展及培训	一般披露		员工
	关键绩效指标 B3.1	按性别及雇员类别划分的受训雇员百分比。	数据摘要
	关键绩效指标 B3.2	按性别及雇员类别划分, 每名雇员完成受训的平均时数。	数据摘要

ESG层面	一般披露及关键绩效指标		报告章节/声明
B4: 劳工准则	一般披露		员工
	关键绩效指标 B4.1	描述检讨招聘惯例的措施以避免童工及强制劳工。	员工权益保护
	关键绩效指标 B4.2	描述在发现违规情况时消除有关情况所采取的步骤。	员工权益保护
营运惯例			
B5: 供应链管理	一般披露		供应链管理
	关键绩效指标 B5.1	按地区划分的供应商数目。	数据摘要
	关键绩效指标 B5.2	描述有关聘用供应商的惯例，向其执行有关惯例的供应商数目，以及相关执行及监察方法。	供应链管理
	关键绩效指标 B5.3	描述有关识别供应链每个环节的环境及社会风险的惯例，以及相关执行及监察方法。	供应链管理
	关键绩效指标 B5.4	描述在拣选供应商时促使多用环保产品及服务的惯例，以及相关执行及监察方法。	供应链管理 产品和服务安全与质量
B6: 产品责任	一般披露		产品和服务安全与质量
	关键绩效指标 B6.1	已售或已运送产品总数中因安全与健康理由而须回收的百分比。	数据摘要
	关键绩效指标 B6.2	接获关于产品及服务的投诉数目以及应对方法。	产品和服务安全与质量 数据摘要

ESG层面	一般披露及关键绩效指标		报告章节/声明
B6: 产品责任	关键绩效指标 B6.3	描述与维护及保障知识产权有关的惯例。	知识产权保护
	关键绩效指标 B6.4	描述品质保证过程及产品回收程序。	产品和服务安全与质量
	关键绩效指标 B6.5	描述消费者资料保障及隐私政策，以及相关执行及监察方法。	数据安全与客户隐私保护
B7: 反贪污	一般披露		反商业贿赂及反贪污 投诉机制及投诉人保护
	关键绩效指标 B7.1	于汇报期内对发行人或其雇员提出并已审结的贪污诉讼案件的数目及诉讼结果。	反商业贿赂及反贪污
	关键绩效指标 B7.2	描述防范措施及举报程序，以及相关执行及监察方法。	反商业贿赂及反贪污 投诉机制及投诉人保护
	关键绩效指标 B7.3	描述向董事及员工提供的反贪污培训。	反商业贿赂及反贪污
社区			
B8: 社区投资	一般披露		乡村振兴与社会贡献
	关键绩效指标 B8.1	专注贡献范畴	乡村振兴与社会贡献 数据摘要
	关键绩效指标 B8.2	在专注范畴所动用资源。	社会公益 数据摘要
D部分: 气候相关披露			
气候相关披露	(I)	管治	应对气候变化
	(II)	策略	应对气候变化
	(III)	风险管理	应对气候变化
	(IV)	指标及目标	应对气候变化

上海证券交易所上市公司自律监管指引第14号 可持续发展报告（试行）

议题	对应条款	披露位置
第三章 环境信息披露		
应对气候变化	第二十一条至第二十八条	应对气候变化
污染物排放	第三十条	污染物排放
废弃物处理	第三十一条	废弃物处理
生态系统和生物多样性保护	第三十二条	生态系统和生物多样性保护
环境合规管理	第三十三条	环境合规管理
能源利用	第三十五条	能源利用
水资源利用	第三十六条	水资源利用
循环经济	第三十七条	循环经济
第四章 社会信息披露		
乡村振兴	第三十九条	乡村振兴与社会贡献
社会贡献	第四十条	乡村振兴与社会贡献
创新驱动	第四十二条	创新驱动
科技伦理	第四十三条	本报告暂不涉及
供应链安全	第四十五条	供应链管理
平等对待中小企业	第四十六条	平等对待中小企业
产品和服务安全与质量	第四十七条	产品和服务安全与质量
数据安全与客户隐私保护	第四十八条	数据安全与客户隐私保护
员工	第五十条	员工
第五章 可持续发展相关治理信息披露		
尽职调查	第五十二条	重要性议题管理 气候相关影响、风险及机遇管理
利益相关方沟通	第五十三条	利益相关方沟通
反商业贿赂及反贪污	第五十五条	反商业贿赂及反贪污 投诉机制及投诉人保护
反不正当竞争	第五十六条	反不正当竞争

SASB索引表

SASB主题	指标	披露位置
能源管理	IF-RE-130a.1 按房地产类型划分的能耗数据覆盖率（占总建筑面积的百分比）	数据摘要
	IF-RE-130a.2 按房地产类型划分的 (1)有数据覆盖范围的投资组合的总能源消耗 (2)购买的电网电力占总能耗的百分比 (3)消耗的可再生能源占总能耗的百分比	数据摘要
	IF-RE-130a.3 按房地产类型划分的，有数据覆盖的投资组合区域能源消耗的百分比变化	数据摘要
	IF-RE-130a.4 (1)具有能源评级且 (2)已通过房地产分部门认证为ENERGY STAR的合格投资组合百分比	本报告暂未统计
	IF-RE-130a.5 描述如何将建筑能源管理考虑因素纳入物业投资分析和运营策略	本报告暂未统计
水管理	IF-RE-140a.1 按房地产类型划分的 (1)总建筑面积和 (2)基线水压力高或极高的区域的建筑面积占总建筑面积的百分比	2025年可持续发展荣誉
	IF-RE-140a.2 按房地产类型划分的 (1)具有数据覆盖范围的投资组合区域的总取水量 (2)水压力高或极高的区域中取水量占总取水量的百分比	数据摘要
	IF-RE-140a.3 按房地产类型划分，有数据覆盖范围的投资组合区域取水量的变化	数据摘要
	IF-RE-140a.4 描述水管理风险，并讨论降低这些风险的策略和实践	水资源利用

SASB主题	指标	披露位置
租户可持续性影响的管理	IF-RE-410a.1 按房地产类型划分的 (1)包含资源效率成本回收条款（相关资本改进）的新租约的百分比，以及 (2)相关的租赁面积	本报告暂未统计
	IF-RE-410a.2 按房地产类型分别计量或辅助计量的 (1)电网用电量和 (2)取水量的租户百分比	能源利用
	IF-RE-410a.3 讨论衡量、激励和改善租户可持续性影响的方法	本报告暂未统计
应对气候变化	IF-RE-450a.1 按房地产类型划分的位于百年一遇洪水地区的房产区域	应对气候变化
	IF-RE-450a.2 描述气候变化风险暴露分析，系统的资产组合暴露程度以及降低风险的策略	应对气候变化

ISSB 准则索引表

IFRS S1

核心要素	披露建议	披露位置
治理	a)负责监督可持续相关风险和机遇的治理机构（包括董事会、委员会或负责治理的同等机构）或个人。	可持续发展治理架构 气候治理 风险与合规管理
	b)管理层在监控、管理和监督可持续相关风险和机遇的治理流程、控制和程序中所发挥的作用。	可持续发展治理架构 气候治理 风险与合规管理
战略	a)实体在短期、中期或长期时间范围内可合理预期会影响实体发展前景的可持续相关风险和机遇。	应对气候变化
	b)可持续相关风险和机遇对实体的业务模式和价值链的当前和预期影响，以及可持续相关风险和机遇在实体业务模式和价值链中所集中的环节。	应对气候变化
	c)实体在其战略和决策中如何应对或计划应对可持续相关风险和机遇,并披露计划进度的定量和定性信息，以及实体如何权衡可持续相关风险和机遇。	应对气候变化
	d)可持续相关风险和机遇在报告期内对实体的财务状况、财务业绩和现金流量的定量及定性影响，并识别将对下一报告年度的资产和负债账面金额产生重大影响的可持续相关风险和机遇；基于实体为管理可持续相关风险和机遇所采取的战略，预期财务状况、财务业绩和现金流量在短期、中期和长期将如何发生变化。	应对气候变化
	e)实体的战略和业务模式对可持续相关风险的应对韧性。	应对气候变化

核心要素	披露建议	披露位置
风险管理	a)实体用于识别、评估、优先考虑和监控可持续相关风险的流程和政策，包括使用的输入值和参数、是否以及如何使用情景分析来帮助识别可持续相关风险、是否以及如何优先考虑可持续相关风险、如何评估风险影响的性质、可能性和影响程度等。	应对气候变化 风险与合规管理
	b)实体用于识别、评估、优先考虑和监控可持续相关机遇的流程，包括是否以及如何使用情景分析来帮助识别可持续相关机遇。	应对气候变化
	c)实体用于识别、评估、优先考虑和监控可持续相关风险和机遇的流程在多大程度上以及如何纳入实体的整体风险管理流程。	应对气候变化 风险与合规管理
指标和目标	a)适用的国际财务报告可持续披露准则要求的指标。	应对气候变化 数据摘要
	b)实体用来衡量和监控可持续相关风险或机遇，以及实体的可持续相关风险或机遇绩效表现的指标。	应对气候变化 数据摘要
	c)实体设定的或法律法规要求的目标。	应对气候变化 环境 社会 公司治理 数据摘要

IFRS S2

核心要素	披露建议	披露位置
治理	a)负责监督气候相关风险和机遇的治理机构（包括董事会、委员会或负责治理的同等机构）或个人。	可持续发展治理架构 气候治理 风险与合规管理
	b)管理层在监控、管理和监督气候相关风险和机遇的治理流程、控制和程序中所发挥的作用。	可持续发展治理架构 气候治理 风险与合规管理
战略	a)实体在短期、中期或长期时间范围内可合理预期会影响实体发展前景的气候相关风险（识别物理风险或转型风险）和机遇。	重要性议题管理 应对气候变化
	b)与气候相关的风险和机遇对实体的业务模式和价值链的当前和预期影响，以及气候相关风险和机遇在实体业务模式和价值链中所集中的环节。	重要性议题管理 应对气候变化
	c)实体在其战略和决策中如何应对或计划应对气候相关风险和机遇,包括设立目标、配置资源、以及披露计划进度的定量或定性信息。	重要性议题管理 应对气候变化
	d)与气候有关的风险和机遇在报告期内对实体的财务状况、财务业绩和现金流量的定量及定性影响，并识别将对下一报告年度的资产和负债账面金额产生重大影响的气候相关风险和机遇；基于实体为管理气候相关风险和机遇所采取的战略，预期财务状况、财务业绩和现金流量在短期、中期和长期将如何发生变化。	重要性议题管理 应对气候变化
	e)实体气候韧性的分析结果，包括分析结果对其战略和商业模式的影响，在分析过程中考虑的重大不确定性领域，以及实体在短期、中期和长期调整其战略和商业模式以适应气候变化的能力；实体应结合实际采用情景分析方法评估其气候应对韧性，并披露如何以及何时开展情景分析，以及使用的输入值、做出的关键假设和报告期间等。	重要性议题管理 应对气候变化

核心要素	披露建议	披露位置
风险管理	a)实体用于识别、评估、优先考虑和监控气候相关风险的流程和相关政策，包括使用的输入值和参数、是否以及如何使用气候情景分析来帮助识别气候相关风险、是否以及如何优先考虑气候相关风险、如何评估风险影响的性质、可能性和影响程度等。	重要性议题管理 应对气候变化 风险与合规管理
	b)实体用于识别、评估、优先考虑和监控气候相关机遇的流程，包括是否以及如何使用气候情景分析来帮助识别气候相关机遇。	重要性议题管理 应对气候变化
	c)实体用于识别、评估、优先考虑和监控气候相关风险和机遇的流程在多大程度上以及如何纳入实体的整体风险管理流程。	重要性议题管理 应对气候变化 风险与合规管理
指标和目标	a)跨行业指标，包括温室气体排放情况、内部碳价格、将气候相关因素纳入高级管理人员薪酬方案、针对气候相关风险和机遇的资本配置、易受气候相关风险与机遇影响的资产或业务活动的数量、总额和百分比等。	应对气候变化
	b)行业特定指标，包括与一个或多个特定商业模式、经济活动和其他表明实体参与某一行业的共同特征相关的行业特定指标。	应对气候变化 数据摘要
	c)实体设定的或法律法规要求的气候相关定量或定性目标、目标实现进展情况、业绩信息，以及关于温室气体排放目标的具体内容。	应对气候变化 数据摘要