

上海爱婴室商务服务股份有限公司

2019 年度社会责任报告



二〇二〇年三月二十七日

## 关于本报告

- **声明**

本公司董事会及全体董事保证本报告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性和完整性承担个别及连带责任。

- **报告对象**

本报告所涵盖的有关公司的数据及信息均来自于上海爱婴室商务服务股份有限公司（以下简称“爱婴室”或“公司”、“本公司”）及其子公司。

- **报告内容**

本报告是第一份对外披露的社会责任报告，本着客观、规范、透明、全面的原则，比较详尽的阐述了本公司从 2019 年 1 月 1 日至 12 月 31 日履行社会责任的各种表现（部分所陈述事实超出报告期范围），总结 2019 年全年成果以及展望未来社会责任的发展目标。

- **报告时间**

本报告内容覆盖时间为 2019 年 1 月 1 日至 2019 年 12 月 31 日，部分数据、表述及引用有所向前或向后延伸涉及。

- **发布时间**

本报告披露日期为 2020 年 3 月 27 日。

- **报告周期**

公司可持续发展报告每年披露一次，每次披露的涵盖期间为过去最近一完整自然年。

# 一、关于我们

## （一）企业简介

上海爱婴室商务服务股份有限公司（以下简称“爱婴室”、“公司”或“本公司”）是一家以母婴商品的销售及相关服务为主营业务，以会员营销为核心，以直营门店、APP 为主要营销渠道，结合微商城小程序、到家小程序等多种营销渠道，为孕前至 6 岁婴幼儿家庭提供优质母婴用品和相关服务的专业连锁零售商，经营产品涵盖了婴幼儿乳制品、纸制品、喂哺用品、洗护用品、棉纺品、玩具、车床等品类，产品品种逾万种。

公司总部位于上海，并在上海、江苏、浙江、福建、重庆、深圳等经济发达省市开设直营门店。本报告期内，公司已开设直营门店 297 家，营业面积达 173,693.73 平方米，为客户搭建了一站式母婴用品采购及孕婴童服务平台。

作为国内知名的母婴用品专业连锁零售机构，“爱婴室”母婴品质生活馆吸引了惠氏、雅培、美赞臣、达能、雀巢、大王、金佰利、嘉宝等世界知名品牌的入驻，并与上述多家国际性集团公司建立了紧密的战略合作关系，为客户提供了优质特惠的母婴商品及服务。

公司对商品的采购实行以总部统一集中采购为主和区域采购相结合的方式，对销售商品的配送实行以自建物流仓储中心配送为主和供应商直送相结合的方式，这些举措保证了公司经营成本优势和营运高效。公司在供应链管理上的优势，构成了公司在一站式母婴商品连锁零售市场的独特竞争力。

## （二）经营成果

2019 年度，国家深化增值税改革落地生效、发布“促消费 20 条”政策措施，激发国内消费潜力，促进商业繁荣，为公司业务发展带来良好机会。在董事会的决策部署下，公司管理团队围绕构建母婴生态圈的战略目标，聚集主业，加速门店拓展和升级、加码线上建设、构建全渠道信息系统、持续优化商品结构、优化供应链体系、完善会员营销场景、完善人才培养与激励措施、加强与资本市场沟通交流等，公司全年业绩保持稳健增长，市场区域版图进一步扩张，公司积极探索零售新业态并获颁“大消费产业最具成长上市公司奖”等

报告期内，公司及下属子公司合并报表营业收入 246,036.51 万元，同比增

长 15.22%；实现归属于上市公司股东的净利润 15,424.76 万元，同比增长 28.55%；实现归属于上市公司股东的净资产 101,369.00 万元，同比增长 14.48%；基本每股收益 1.54 元，同比增长 20.31%。

### （三）发展战略

公司身处万亿母婴市场优质赛道，城市化、消费升级、育儿观念转变将为行业市场成长带来长期驱动力。公司管理团队围绕董事会制定的构建母婴生态圈战略目标，聚焦主业，稳健经营，以渠道拓展和升级、商品结构优化、会员体系优化、品牌建设等为主轴，同时，进一步加速数字化转型，积极探索新媒体营销方式，深挖单客价值，加强业务与财务融合，推进产业链上游品牌资源整合步伐，以科技和品牌赋能新零售营销渠道，践行“母婴智慧零售”新模式，推进主业快速发展。

### （四）企业文化

文化是企业持续发展、基业长青的源动力。多年来爱婴室不仅取得了长足的发展和骄人的业绩，也培育了内涵丰富、独具特色的企业文化，为公司各项战略目标的实现提供了强大的动力和保障。爱婴室文化正在并一直激励和引领公司全体员工昂首阔步、奋勇前行。

公司始终秉持“勤奋致远、创新不断、乐于分享、有容乃大”的核心价值观，积极探索母婴零售市场。并打造了以“成为客户喜爱、员工热爱、合作伙伴信赖的优秀企业”为愿景、以“关爱家庭、关注未来”为使命，以“专注于中国市场成为消费者心目中无所不能的可信赖的专家”为经营理念，凝聚起促进公司发展和经营的正能量。

### （五）2019 年度所获荣誉

2019 年，公司主业成长、治理水平得到了行业和媒体界的认可，荣获众多殊荣，其中，在金融界 2019 价值发现嘉年华暨第二届中国企业价值发展论坛上，公司荣获“杰出公司治理实践上市公司”奖，在每日经济新闻主办的 2019 年第九届中国上市公司口碑榜评选中，公司荣获“2019 年大消费产业最具成长上市公司奖”。公司还获得嘉善经济技术开发区管委会颁发“2018 年度突出贡献奖（服务业）”，获得上海市东方世纪消费品发展促进中心颁发“2019 年供应商满意度领先零售商（连锁母婴类）”，获得 2019CBME AWARDS 中国孕婴童产业奖“年

度企业社会责任奖”等。

## 二、社会责任体系

### （一）社会责任理念

公司在快速发展中，坚持“成长于斯，回报于斯”，始终关注母婴群体的健康发展，积极履行社会责任。于2017年5月18日创业20周年之际，携手中国红十字基金会共同设立了“中国红十字基金会爱婴室母婴关爱基金”，爱婴室集团捐赠200万元，用于该基金的首期启动资金，后续将会每年捐赠集团公司上一财务年度主营业务收入的1%为慈善续力，长远持续地发挥该基金的主旨和作用。积极履行社会责任，不仅是爱婴室秉持的经营理念，也是公司在企业经营过程中想要传递给社会的一种价值观。

### （二）社会责任管理

公司积极实践推行社会责任管理，制定年度社会责任目标，明确各职能部门在社会责任报告管理流程中的职责和权限，组织员工积极参加培训，将社会责任落实到公司生产经营过程中，推动公司可持续发展。

公司将在依法合规，诚信经营的前提下，不断完善公司法人治理结构，健全公司内部控制体系，加强安全生产和环境保护，防范风险，提高公司规范运作水平。加强与利益相关方的沟通参与，切实保护职工权益，积极投身于社会公益事业，实现公司社会价值。

### （三）利益相关方沟通与参与

公司充分尊重和维护相关利益方的合法权益，公司利益相关方包括客户、员工、供应商及合作伙伴、股东、政府及第三方组织、社区等，公司建立完善利益相关方沟通和参与机制，与利益相关方保持着规范、积极、顺畅的沟通，确保利益相关方的知情权、参与权和监督权，共同推动公司持续、健康的发展。

## 三、社会责任履行情况

### （一）股东和债权人权益保护

#### 1、不断完善公司治理结构

报告期内，公司严格按照《公司法》、《上市公司治理准则》、《上海证券交易所股票上市规则》等有关法律法规及《公司章程》等相关要求，进一步完善法人治理结构，制定完善企业内部控制制度，确保公司各项管理有法可依、有章可循，防范经营风险。

2019年，公司共召开4次股东大会，8次董事会，8次监事会。公司股东大会、董事会、监事会和经营管理层制度及独立董事制度规范运作，形成权力机构、决策机构、监督机构和经营管理层之间权责明确、相互协调、有效制衡的机制，确保充分履行各自职责，保证公司治理的合法和有效运行。公司严格履行“三会”议事规则及信息披露管理制度，及时向社会公众予以披露，切实保护了投资者利益。

#### 2、信息披露管理

根据《公司法》、《证券法》、《上海证券交易所股票上市规则》以及《上市公司信息披露管理办法》等法律、法规和规范性文件的有关规定，结合《公司章程》，建立了《信息披露管理制度》等相关规定，对涉及公司重大经营决策、经营范围、资本运作、重大合同、重大投资等重大影响事项以及公司定期报告，及时履行审议程序，并按照要求认真履行信息披露义务，保证每个投资者以平等的机会获取公司信息，充分的维护了公司及投资者的合法权益。按照上市公司信息披露相关规则的要求，保证信息披露内容的真实性、准确性、完整性和及时性，从而提升了公司信息披露的水平，切实维护公司中小股东的利益。

2019年公司发布公告共计83份，及时向广大投资者尤其是中小投资者传递公司关于经营情况等重要信息，未出现重大差错。

#### 3、完善内幕信息知情人管理

公司高度重视内幕信息规范管理工作，严格遵守《股票上市规则》及公司《内幕信息知情人登记管理制度》中关于内幕信息知情人管理的要求，抓好信息源头控制，监控信息扩散途径，确保信息披露工作的规范性。公司严格审核对外报送

数据、信息，严格控制内幕信息知情人范围，派专人负责内幕信息管理的填报、登记备案工作，有效的防范了内幕交易的发生，切实维护了投资者的合法权益。

#### 4、投资者关系管理

公司严格按照相关规定积极开展各种形式的投资者关系管理工作，不断完善与投资者的沟通机制。增强公司透明度，提升公司治理水平，建立和加强公司与投资者之间的沟通和长期稳定的合作关系。

2019年，公司积极通过多种途径和方式，与投资者保持交流和沟通，传递公司价值，增强投资者对公司的了解和认同。公司先后举办5场投资者现场业绩交流会，到场投资机构及个人投资者累计有600余人，接待来访交流人员30余次，组织参加券商机构举办的路演和反路演交流会20余次，参加投资者集体接待日活动2次，与协会单位联合举办投资者走进上市公司交流活动1次，组织投资者门店调研15余次等，通过灵活多样的形式，广泛与投资者保持沟通和交流，不仅让投资者了解公司的经营模式、经营业绩，传播公司的投资价值，更让部分投资者通过门店调研、产品使用等形式，成为公司的消费者、品牌的传播者。

#### 5、投资者回报

公司在保护投资者权益的同时，重视对投资者的回报。《公司章程》、《招股说明书》中已明确规定了实施持续、稳定的利润分配政策，并积极采取现金分红方式回报投资者。

近三年利润分配情况如下：

分红年度	营业收入（万元）	归属上市公司股东的净利润（万元）	年度现金分红预案/其他方式（万元）	占分红年度归属于上市公司股东净利润的比例（%）
2017年度	180,785	9,358	2,000	21.37
2018年度	213,540	11,999	3,600	30.00
2019年度	246,036.51	15,424.76	51,02.95	33.08

公司目前盈利状况良好，为保持长期积极稳定回报股东的分红策略，根据中国证监会鼓励分红的有关规定，在保证公司稳健持续发展的情况下，考虑到公司未来业务发展，公司董事会拟定2019年度利润分配方案，拟以实施权益分派股权登记日登记的总股本为基数，向全体股东每10股派发现金股利人民币5.00

元（含税），同时以资本公积金向全体股东每 10 股转增 4 股。截至 2019 年 12 月 31 日，公司总股本 102,059,000 股，以此计算合计拟派发现金红利 51,029,500 元（含税），以此计算合计转增 40,823,600 股。本年度公司现金分红金额占合并报表中归属于上市公司普通股股东的净利润的比例为 33.08%。

## **6、债权人权益保护**

公司一贯奉行稳健的经营策略，降低自身经营风险从而降低财务风险，降低债权人权益风险。在追求股东利益最大化的同时，公司在保证财务状况稳定与公司资产、资金安全的基础上，兼顾债权人的利益。公司在各项重大经营决策过程，均充分考虑了债权人的合法权益，及时进行信息披露保证了股东和债权人的知情权，降低了股东和债权人的投资风险，有效地保护了股东及债权人权益。

### **（二）职工权益保护**

#### **1、人文关怀的制度政策**

公司按照年度计划开展一系列的员工福利工作，在保障员工的合法权益之外，还提供了更多专属的福利。

（1）按时缴纳社保、公积金；实施带薪年假和节假日假期。

（2）按照年度福利规划实施带薪培训、体检、节假日慰问、生日礼物、结婚贺礼、奠礼等公司特有的福利补贴。

（3）对孕期员工给予特殊劳动保护，提供带薪孕产假、在婴儿不满一周岁时，女员工每天享有哺乳时间，让女员工更好地应对工作和生活的平衡。

（4）公司设立忠诚员工“金脚丫”奖项，奖励入职满 5 年、10 年、15 年等年限的员工足金饰品。

（5）对门店员工，公司设有学历补助金及岗位技能补助金等。

通过公司一系列的福利关怀举措，解决了员工的后顾之忧，鼓励了员工专注交付，提升价值创造，进而将更多利润回馈员工，提升员工生活质量，减轻员工经济压力；同时也尽一份企业应有的社会责任。

#### **2、定期团队建设**

公司不仅为员工提供舒适、温暖的办公环境，并通过每月举办员工集体生日会、组织主题下午茶活动等方式组织员工业余活动，向员工传达鼓励与关怀，丰富员工业余生活，努力打造阳光、积极、向上的团队，让员工与公司共同成长。





图：万圣节主题生日会

公司积极组织户外团建活动，培养健康向上、团结协作的工作氛围，在创造经济价值的同时，也创造和谐快乐的文化价值。2019年，公司举办“凝心聚力、团队共赢”穹窿山拓展活动，员工们在比赛和活动中展现了良好的精神风貌，加强了公司各部门间的交流和沟通，增强了员工集体荣誉感、凝聚力和向心力。





组图：团建活动

### 3、人才建设

#### (1) 培训体系

公司重视人才资本的价值，打造开放型的人才梯队，为各类人才提供广阔的职业机会和发展平台，积极拓展和完善与之匹配的培训体系和培训资源，让不同岗位、不同层级的员工能够公平享受到符合岗位和个人发展需求的职业培训和引导，帮助员工实现职业发展目标、成就自我价值。

2019 年度，公司人力资源部门制定了更加科学、完善的年度培训计划，除新员工的入职培训定期开展外，公司从办公技能、人资管理、项目管理、法律类教育等方面对员工进行内部培训与教育，也安排工作专业性更强的同事参加外部培训，从多个方面提高员工职业素养和业务素质。

#### ①新员工入职培训

公司为新入职同事定期开展入职培训，以公司企业文化、管理制度、产品知识和销售服务流程为主要培训内容，向新入职员工宣讲爱婴室文化与发展战略，帮助员工快速熟悉公司业务及文化氛围，当新员工进到各部门之后会由老员工帮

带，帮助新员工更快更好地融入团队。

### ②内部管理培训

公司积极践行以人为本文化、主动变革创新，重视员工能力提升和职业发展。2019年公司开展了首届内训师的选拔培训活动，活动评比选拔出23位公司内部员工成为爱婴室内训师。公司建设内训师队伍，组织内训课件开发研讨，并开展内训培训活动。2019年度，共计组织内训19场，接受培训185人次，通过内训师的培训，为不同岗位的员工提供针对性的培训，助力员工发展和个人价值提升。

### ③外部专业培训

公司拥有丰富的外部培训资源，为员工提供专业化、多样化的学习平台，充分激发员工活力，为员工职业发展创造良好条件。通过培训，有效提高了员工工作能力和职业竞争力，提升员工综合素质。

## (2) 薪酬绩效

公司雇佣职员的过程中，均严格遵守《中华人民共和国劳动法》等国家相关法律法规，执行各地社会保险和住房公积金管理条例，按时支付薪资，缴纳社保与公积金，切实保障员工合法权益。本公司提倡公平竞争，为所有职员提供平等机会，不因性别、年龄、婚姻状况、宗教信仰、种族、国籍、身体状况而歧视任何员工，这在员工选聘、任用和晋升中均得到很好的贯彻。

公司按以岗定薪、按劳取酬为原则，实行岗位工资和绩效奖励相结合的薪酬分配办法，建立了考核与工资、奖金、调薪、晋升及培训等机制。在绩效方案设计、绩效指标设定、绩效评估、绩效反馈、绩效结果应用等流程中都做到科学合理，公平公正。针对各部门职责、各岗位职责及相应的年度重点工作，公司设置并实施“KPI”指标，对员工实施季度考核、年度考核和360度评价，运用“考核结果科学分布”的概念确定考核结果，客观、公正地评价员工的工作能力、态度和绩效等，并与公司奖惩制度相结合，有效激活员工的工作积极性和责任感

报告期内，公司实施了限制性股票激励计划，为128名员工，共计授予207.4万股限制性股票，为骨干员工和优秀人才提供中长期的激励政策，充分发挥团队能动性、充分调动了员工的积极性和创造性，促进管理人员更好地推动企业战略目标落地。

## (三) 维护供应商和消费者权益

## 1、坚持“共赢”原则，与供应商共同成长

公司始终秉承合作共赢的精神处理与供应商之间的关系，坚持公平、公正、公开的原则，谨遵社会公德、商业道德，建立健全采购机制，确保实现公司与供应商共同发展、互利共赢。采购过程公正、透明。在保护合格供应商权益的基础上，积极拓宽采购渠道，优化供应商结构，积极与各级供应商建立和发展友好合作关系。

## 2、坚持“以客户需求为导向”的服务理念

公司奉行“把分内的服务做精；把额外的服务做足；把超乎想象的服务做好”为服务准则，强调从消费者的角度审视我们的服务，努力把这种理论贯穿于整个服务过程中。服务前，从消费者的角度出发考虑消费者的需求；服务过程中，留心观察、认真倾听消费者的诉求；服务后，积极追踪消费者的反馈。爱婴室致力于做好“您身边的母婴专家”。

在售后服务方面，公司设立了客户服务热线，专门处理各类消费者反馈及投诉建议；并设有专门的售后服务机构，对出现的商品或服务等问题及时跟踪处理。一方面保证消费者的利益，另一方面了解公司商品状况，持续提高消费者体验及服务管理水平。

公司还制定了《爱婴室退换货服务条款》，对符合公司制度规定的商品问题必须及时处理、记录，对商品在使用过程中出现的问题进行汇总、分析，及时给予跟踪处理，同时为公司今后服务管理改进提供依据。

## （四）公共关系和社会公益事业

公司在快速发展中，坚持“成长于斯，回报于斯”，始终关注母婴群体的健康发展，积极履行社会责任。积极履行社会责任，不仅是爱婴室秉持的经营理念，也是公司在企业经营过程中想要传递给社会的一种价值观。

### 1、公共关系

公司重视与政府部门和监管机构等的联系、汇报，主动配合政府部门和监管部门的监督和检查，涉及公司规范运作相关事项特别是重大事项会及时向监管部门汇报和咨询，积极争取政府部门和监管部门的支持。同时，作为社会公众上市公司，公司在生产经营活动中遵循自愿、公平、诚实信用的原则，遵守社会公德、商业道德，主动接受政府部门和监管部门的监督和检查，高度重视社会公众及新

闻媒体对公司的评论，赢得了社会各界的普遍认同，实现公司与政府部门、监管机构和社会的良性互动。

## 2、社会公益事业

公司于 2017 年 5 月 18 日创业 20 周年之际，携手中国红十字基金会共同设立了“中国红十字基金会爱婴室母婴关爱基金”，爱婴室集团捐赠 200 万元，用于该基金的首期启动资金，后续将会每年捐赠集团公司上一财务年度主营业务收入的 1%为慈善续力，长远持续地发挥该基金的主旨和作用。

### （1）中国红十字会爱婴室母婴关爱基金会简介

爱婴室母婴关爱基金宗旨：帮助患有重大疾病、家庭困苦的母婴。致力于改善中国贫困母婴生存境况，关注和保护母婴生命与健康。

基金援助对象：中国籍的贫困重症母婴，即育儿期（孩子 3 岁以下，包括怀孕中）的妈妈和 0 岁至 14 周岁的孩子。（先天性心脏病、白血病、再生障碍性贫血、唇腭裂等申请将优先推荐至中国红基会其他相关专项基金）。

### （2）2019 年度基金会活动

#### ① “天使之旅” 走进新疆和田，让贫困先心病患儿重获“心”生。

2019 年 4 月 25 日，中国红十字基金会爱婴室母婴关爱基金开展的“天使之旅——新疆和田贫困先心病患儿筛查行动”在和田地区人民医院正式启动。



图：新疆和田贫困先心病患儿筛查行动启动仪式

新疆和田地区是先心病高发地区，初步估算，和田地区每年新增先心病患儿 200 余例。为积极响应国家健康扶贫政策，关注三区三州，让更多的贫困先心病患儿得到治疗，降低贫困人口的就医负担，爱婴室母婴关爱基金首次尝试开展联

合救助的模式，通过与自治区红十字会、自治区人民医院，联合开展此次行动。通过活动将符合救助条件的患儿分批送至自治区人民医院接受手术治疗，患儿治愈出院经医保报销后，剩余自费部分由爱婴室基金进行补充资助，“天使之旅”活动由爱婴室母婴关爱基金支持 100 万元。启动仪式结束后，自治区人民医院的专家们开始对前来参加筛查活动的 148 名疑似先心病患儿进行检查。经过一天的筛查，23 名患儿可享受此次求助，共拨付救助资金 29.5 万元。



图：“天使之旅”筛查活动现场

## ② “‘婴’爱而聚，为爱接力”主题慈善活动

2019 年 5 月 18 日，正值爱婴室携手中国红十字会基金会共同设立的“中国红十字基金会爱婴室母婴关爱基金”两周年之际，公司于上海市中福会少年宫举办“‘婴’爱而聚，为爱接力”主题慈善活动，希望通过这次“爱”的接力，让更多人能了解并参与到活动中，让爱心传递梦想，一起来发现并提供需要帮助的妈妈或宝贝信息，让更多贫困家庭母婴及重症儿童都拥有健康幸福和美好的未来。



图：慈善活动现场

### ③ “乐善‘莘’风 婴爱而聚”大型慈善嘉年华

11月24日中国红十字基金会爱婴室母婴关爱基金联合上海闵行区民政局、上海莘庄镇政府和哈哈炫动卫视在闵行区莘城中央公园举办了“乐善‘莘’风 婴爱而聚”慈善嘉年华活动。以嘉年华主题游玩形式，拉近特殊儿童家庭与一般家庭之间的距离进行的主题融合活动。现场更有众多爱心企业、爱婴室义工队、社区里的小伙伴用爱心义卖、物品捐赠、捐款等多种方式献上自己的爱心，小小善举都在这里汇聚成了大爱。



图：嘉年华活动现场

#### (3) 爱婴室义工队活动

2019年5月18日，爱婴室联合了社会各界的爱心人士共同成立了“婴为爱义工队伍”，致力于帮助那些需要帮助的孕妇和儿童。自义工队伍成立以来，义工队定期组织辅读学校、飞叶艺术及儿童医院等社会公益活动。



图：义工队授旗仪式

2019年6月起，婴为爱义工队已先后在上海儿童医院、飞叶艺术学校和浦东复读学校陆续开展了29次义工活动，义工服务时间共计66个小时，陪伴孩子们学习成长玩耍。



图：飞叶学校-“快乐星期二”，陪伴孩子们一起学习手语、角色扮演、才艺展示，改善孩子们的社会交往能力，提高他们的认知理解能力。



图：儿童医院 - “欢乐星期四”，陪伴孩子们画画、彩泥、折纸，讲故事，让他们感受病房以外的温暖，忘记病痛折磨。





图：浦东辅读学校—“陪伴成长”，帮助一年级小班学生能够更好的适应社会

### （五）精准扶贫工作

为全面贯彻《国务院关于印发“十三五”脱贫攻坚规划的通知》精神，认真落实《中国证监会关于发挥资本市场作用服务国家脱贫攻坚战略的意见》，结合公司经营等实际情况，积极参与扶贫行动。公司通过就业帮扶、公益帮扶等几方面实施精准扶贫规划，建立结对帮扶关系，争取使贫困对象实现早日脱贫，促进共同富裕，为打赢脱贫攻坚战做出积极贡献。

爱婴室基金自成立以来，共计资助全国 15 省（市）的 117 名贫困重症儿童，累计资助 252 万余元款项。

## 四、未来展望

2019 年公司承担了相应的社会责任，促进了公司与社会以及相关利益者的协调发展。2020 年公司将继续坚持“成长于斯，回报于斯”，始终关注母婴群体的健康发展，在公司董事会的坚强领导下，为母婴家庭提供优质的商品和服务，不断提升公司经营业绩和治理水平，全力维护好投资者的利益；继续人才梯队建设，完善激励机制，进一步提升员工的幸福感和归属感。公司将不断完善企业社会责任监督管理体系，进一步深化企业社会责任理念，将履行社会责任的工作融入到公司经营、管理等各项活动中，提高公司社会责任的透明度，促进公司健康稳定发展的同时回报社会！