

SUNSHINE  
MISSION



2020  
SUNSHINE MISSION

**阳光使命**  
>2020 社会责任报告

## 关于本报告

### 报告简介

本报告是苏宁易购集团股份有限公司发布的第十三份企业社会责任报告。

### 编制依据

本报告编制采用全球可持续发展标准委员会《GRI 可持续发展报告标准》(GRI Standards)，并参考深圳证券交易所《上市公司社会责任指引》、中国社会科学院《中国企业社会责任报告编写指南(CASS-CSR 4.0)》《社会责任国际标准 ISO 26000:2010》及国家标准化委员会《社会责任报告编写指南》(GB/T 36001)。

### 时间范围

报告的时间跨度是 2020 年 1 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日，部分信息超出以上时间范围。

### 发布周期

本报告为年度报告，每年与苏宁易购集团股份有限公司年报同时发布。

### 报告范围

报告涵盖苏宁易购集团股份有限公司及其子公司，主要子公司详见公司《2020 年年度报告》附注六(1)(a)。

### 数据来源

报告中的经济数据源于经过审计的苏宁易购集团股份有限公司年报，其他数据来源于公司内部文件和信息统计系统且通过相关部门审核。除特别标注，数据均为苏宁易购集团股份有限公司数据。

### 指代说明

为便于表述，在报告中“苏宁易购集团股份有限公司”也以“苏宁易购”或“苏宁”“公司”“我们”表示。



## CONTENT LIST 目录

报告开篇	关于我们	2
	董事长致辞	5
	社会责任管理	6
	专题：坚守服务初心，而立之年再出发	10
报告主体	1. 绽放“智”能，极速发展	12
	2. 生态“智”享，合作共赢	18
	3. 服务“智”先，极致体验	24
	4. 凝聚“智”慧，共同成长	29
	5. 竭尽“智”谋，守护生态	38
	6. 共享“智”果，普惠民生	44
报告结尾	展望	56
	附录	58
	报告反馈	67



## 公司概况

苏宁易购集团股份有限公司（股票代码：002024）1990年创立于中国南京，是中国领先的智慧零售服务商。在互联网零售时代，苏宁持续推进智慧零售、场景互联战略，全品类拓展，全渠道在线，全客群融合，并通过开放供应云、用户云、物流云、金融云、营销云，实现从线上到线下，从城市到乡镇，从购物中心到社区全覆盖，为消费者提供无处不在的场景生活圈解决方案，全方位覆盖消费者的生活所需。2020年，苏宁易购再次位列《财富》全球500强，并且在2020年《中国500最具价值品牌》中，以2968.15亿元的品牌价值稳居零售业第一位。

截至2020年12月底，全场景苏宁易购线下网络覆盖全国，拥有苏宁易购广场、苏宁家乐福超市、苏宁零售云、苏宁极物、苏宁红孩子等各类创新互联网门店，稳居国内线下网络前列；苏宁易购线上通过自营、开放和跨平台运营，跻身中国B2C行业前列。

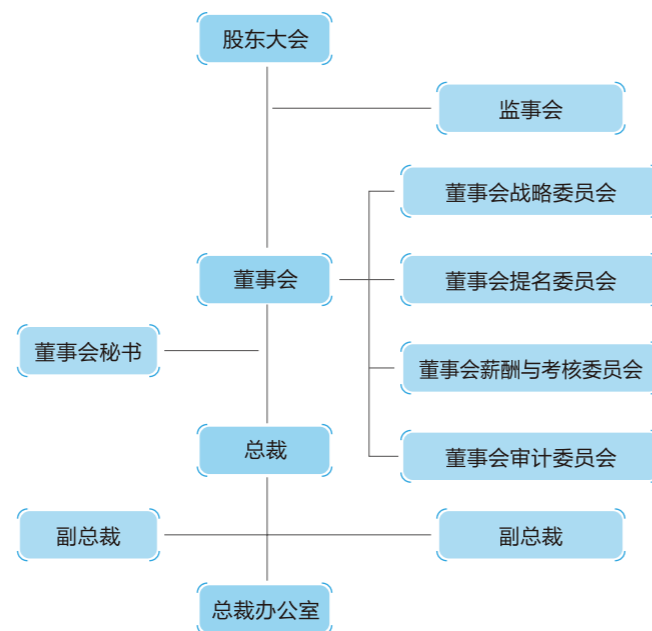
## 公司治理

2020年，公司治理运作规范、信息披露合规，严格按照国家法律法规和中国证监会有关规定要求执行。

公司制定完善《股东大会议事规则》《董事会议事规则》《监事会议事规则》《总裁工作细则》《董事会秘书工作细则》以及《重大投资和财务决策制度》等规范性文件和内部制度，明确股东大会、董事会、监事会和高级管理人员之间的权责范围和工作程序。

在公司治理结构方面，公司依照《公司法》《上市公司治理准则》《中小企业板投资者权益保护指引》等相关规定的要求，设立董事会战略委员会、董事会提名委员会、董事会薪酬与考核委员会、董事会审计委员会，建立健全公司董事及高级管理人员的考核和薪酬管理制度，确保董事会对高管层的有效监督。

在董事会选举制度方面，根据《公司章程》的规定，公司董事的选聘遵循公开、公平、公正、独立的原则。在董事的选举过程中，充分反映中小股东的意见，股东大会中每一个议案决议



苏宁易购治理结构图

都会单独披露中小股东投票情况。为规范公司董事会的议事方式和决策程序，公司依据相关法规制定了《董事会议事规则》，明确董事会的权责范围和工作程序，董事和董事会有效地履行其职责，保障董事会规范运作和科学决策水平。

### · 合规运营

在运营中，苏宁始终严格遵守法律法规，建立法律风险管理制度体系，夯实法律合规管理机制，确保产品和项目的合规性；梳理、明确监管红线，分层次开展合规培训，提升合规意识；各部门高效协作，共同合力保证企业经营管理合法合规。

针对大数据、物联网、供应链、普惠金融等创新业务，公司对所涉领域的法律法规、判例以及实践进行深入研究，引导合法合规发展；应用现代化信息技术电子签章，在防范法律风险的同时，改善用户体验，优化合同签订方式和运行模式。为更有效化解矛盾纠纷，公司建立多元化纠纷解决机制，避免诉累，提高效率。按上市公司信息披露等相关要求，苏宁无应披露的重大行政处罚或诉讼。

### · 内控风险

公司重视风险管理及内部控制建设，改造和完善内部控制的流程、操作、监督和评估；完善内控自评管理规范与工作机制，组织开展内控自评；积极开展风险培训，提升公司人员风险管理意识与能力；以监察/审计+体系稽核/财务/人事+各业务管理层形成风控三道防线，共同防范经营管理风险；内部审计部门聚焦公司核心业务领域开展审计工作，通过质量强审、科技强审、人才强审三个手段，持续在增加价值、促进组织改善运营方面发挥作用。

### · 反腐倡廉

公司始终坚持“惩防并举”的方针：建立内部举报受理制度，受理包括商业贿赂在内的各类违法违规相关线索信息，举报途径包括但不限于举报电话、邮箱、微信公众号、在线网站等，同时提供举报受理进度查询服务。

2020年，公司向全员发文要求不允许收受贿赂，高管带领全员专项学习；针对典型商业贿赂案件，网站发布执纪信息19篇，累计阅读人数20万+，召开10次案情通报及劝诫谈话，对2个体系中高层进行现场廉洁培训；签订廉洁承诺书。

### · 坚守公平竞争

公开、公正、公平、诚信是公司一直坚持的理念，严格执行《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，与所有供应商签订《阳光承诺书》，以保护市场公平竞争，提高经济运行效率，在风控环境上打通各产业黑名单机制，对不诚信合作商、员工在全产业内进行公示。促进市场经济的健康发展；加强对员工诚实守信的宣传教育培训，订立“阳光公约”，全面树立员工的商业道德和操守，践行并传递诚实守信、公平竞争的理念。

# 董事长致辞

ADDRESS BY THE CHAIRMAN

## · 保护知识产权

高度重视知识产权保护，贯彻国家“全面加强知识产权保护”精神，上线专利管理系统，实现专利、商标、域名、软件与非软件著作权、知识产权投诉平台等近6个知识产权管理平台上线使用；成功申报江苏省正版正货示范街区、南京市电子商务平台知识产权保护示范、鼓楼区高价值专利培育项目、鼓楼区知识产权示范企业等项目，联合南京理工大学申报江苏省研究生工作站，参与编撰电子商务知识产权保护报告，参与江苏省实体市场知识产权管理规范标准制定，与佛山保护中心共建华南地区电商平台知识产权保护中心。

2020年，新增提交注册商标137件，新增核准注册商标118件（含2020年前提交申请），新增专利授权15件，新增著作权申请9件。荣获“优秀商标法务队”“2020ALB China 十五佳公司知识产权法务”等荣誉称号。

## 投资者关系管理

### · 规范信息披露

为加强公司信息披露事务管理，促进公司依法规范运作，维护公司股东特别是社会公众股东的合法权益，根据《公司法》《证券法》《上市公司信息披露管理办法》《股票上市规则》等法律、法规及公司《章程》的有关规定，制定《信息披露管理制度》。公司股东、全体董事、监事、董事会秘书、高级管理人员等人员严格按照以上法规和制度严格履行信息披露义务，通过《证券时报》《中国证券报》《上海证券报》《证券日报》和深交所指定网站巨潮资讯网（<http://www.cninfo.com.cn/>）披露公司信息，保证信息披露的真实、准确、完整、及时、公平，不存在选择性信息披露或者信息披露违规的情形。根据深交所对上市公司的信息披露考核，公司自2004年上市以来每年均被评为“优秀”/“A”，发挥良好的市场示范带头作用。

公司股东大会、董事会、监事会规范运作。2020年，召开3次股东大会、11次董事会会议、8次监事会会议；发布公告的编号数达到97号。注重了解投资者需求，对公司信息披露的内容不断予以丰富和细化。

### · 畅通沟通渠道

公司向股东开放了多种沟通渠道，如投资者热线（025-84418888-888480/888122）、董秘信箱（stock@suning.com）、“深交所互动易”（<http://irm.cninfo.com.cn/irms/company/companyDetail?stockcode=002024&orgId=gsz0002024>）、股东大会、管理层交流会、在线及电话客服等，为所有投资者，尤其是中小股东提供了畅通的交流渠道。员工和股东及其他利益相关方可通过上述公开渠道联系公司反馈其建议意见。在交流活动中，公司管理层与投资者深度交流公司发展现状与规划，解答投资者提问，沟通数据背后的业务理念和公司的经营想法，使投资人进一步理解、认同公司的战略和业务发展情况，并接受投资者建议意见。

公司在苏宁易购官网推出“意见反馈”在线收集平台，并在微博、雪球等论坛安排专人主动搜集投资人建议意见，及时将建议意见反馈给内部相关部门研讨、实施，已有众多建设性意见被公司采纳，感谢投资人为公司发展建言献策。

截至2020年底，根据深交所互动易的公示，公司及时答复投资人关切，回答在线提问近11000个，屡次跻身“提问前10公司”榜单，受到投资人的广泛关注。

### · 维护股东利益

公司互联网零售战略转型成效逐步显现，企业发展进入良性轨道。基于对公司未来发展的信心以及对公司价值的认可，为维护投资者的利益，增强投资者信心。2020年，公司结合股票二级市场表现，并综合考虑公司经营情况及财务状况等因素，使用自有资金回购公司股份及债券，且部分董事、高级管理人员和核心业务骨干增持公司股份，用实际行动保护中小股东权益。

公司鼓励股东体验公司的产品和服务，建立股东会员认证系统（<http://mrs.suning.com/mrs-web/stockholder/check.htm>），引导股东注册为股东会员，不定期开展股东专属活动，推出股东常态化专属权益（<https://cuxiao.m.suning.com/scms/sngdzxhd.html>），其中2020年开展的股东VIP狂欢节、上市16周年庆股东专属活动、赠送金牌股东1年苏宁易购SUPER会员活动受到股东广泛的好评。



## 张近东

苏宁易购集团股份有限公司董事长  
全国人大代表

2020年是不平凡的一年，疫情仍在全球蔓延，宏观经济下行压力加大，在内外环境不确定性较大的背景下，苏宁逆势上行，乘风破浪间迈入三十而立之年，全面推动从“零售商”到“零售服务商”的转型升级，致力为社会释放更大价值。三十载披荆斩棘，三十载风雨兼程，回顾苏宁三十年奋斗历程，从专业零售、连锁零售到互联网零售，始终不变的是苏宁矢志探索先进零售模式和优质服务的初心。

**这是披荆斩棘，一往无前的一年。**苏宁在持续推动数字化转型以及开放赋能的基础上，充分把握新趋势，调动全场景优势，发展到家务、离店销售、社群营销、直播购物等互联网业务；加强零售基础能力的开放，通过场景、供应链、营销、物流、金融五大核心能力赋能，为生态内的中小微经济体提供服务，携手行业伙伴在消费升级浪潮之下不断探索新模式。

**这是初心不忘，锲而不舍的一年。**苏宁始终坚守“专注好服务”初心，面向不断变化的消费需求和消费习惯，以“技术驱动”创新服务，不断嫁接各类技术应用，持续精进服务能力。在上游产业端通过开发大数据与商家建立柔性合作关系，在用户需求端通过人工智能挖掘数据引领上游生产制造，致力为消费者提供优质的产品、服务和体验。

**这是因善而兴，向善而行的一年。**苏宁重视发挥自身优势贡献社会美好发展，以零售优势激发贫困地区经济活力，深耕乡村振兴，在教育、公益、慈善等方面奋发有为，迅疾响应抗疫保供，全面彰显责任担当。把员工视为最重要的财富，积极为员工营造良好的工作环境和氛围，全力推动人才资源的可持续发展，努力携手利益相关方共创幸福美好未来。

2021年是“十四五”开局之年，是开启全面建设社会主义现代化国家新征程的开启之年。苏宁将秉持资源互通、优势互补、发展互利的理念，加大开发共享和链接协同，携手行业伙伴共创零售美好新未来！

# 社会责任管理

SOCIAL RESPONSIBILITY MANAGEMENT

苏宁坚持社会化企业的理念，将社会责任理念融入公司日常运营与管理，致力让消费者放心、投资者满意、员工幸福、合作伙伴共赢、社会赞誉、人类生活更美好。苏宁不仅要做零售业的标杆企业，更要成为对行业和社会可持续发展最具价值的企业。

## 可持续发展背景与挑战

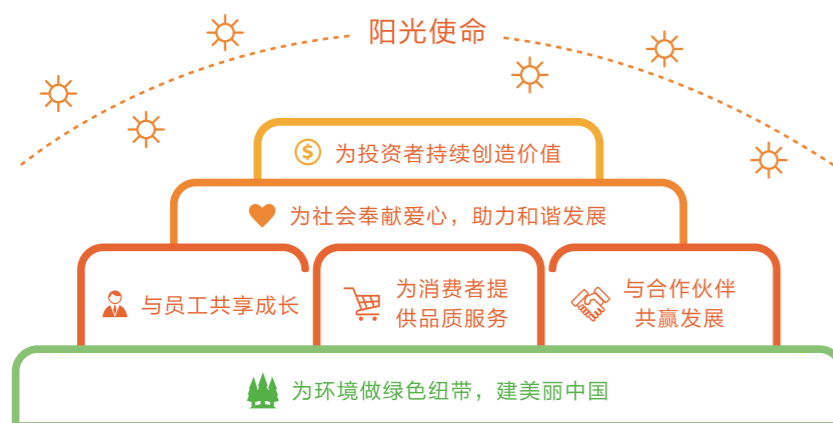
2020年9月，中国在联合国大会上明确提出了长期气候目标——二氧化碳排放力争于2030年前达到峰值，并努力争取2060年前实现碳中和。企业作为社会重要的组成部分，需要从低碳科技研发、产品设计、生产管理、供应链管理等方面实现减排、节能、节材，多维度支持企业落实碳减排，达到碳达峰、碳中和，为提升中国的核心竞争力、助力实现世界低碳经济高质量发展、实现人与自然和谐共生贡献智慧和力量。

促进经济、环境和社会协调发展，成为企业的必然选择和竞争要素。作为零售行业的领军企业，在消费升级、技术创新推动的新经济环境下，苏宁不仅要识别与可持续发展相关的风险与机遇，将自身业务发展和社会的可持续发展有机结合，通过管理创新、技术创新等手段不断增强自身可持续发展能力，充分发挥利益相关方参与的作用，积极推动共建可持续的企业、行业及社会生态。

## 社会责任模型

根据企业的发展战略、品牌声誉、行业影响、人才建设以及各利益相关方的期望，苏宁以“阳光使命”为核心，推行责任理念，落实责任实践。坚持“服务是苏宁的唯一产品”，苏宁持续增强经营能力，与员工、合作伙伴共赢发展，在为社会奉献价值的同时实现环境友好。

- 价值使命：**持续增强盈利能力，对股东和投资者负责；
- 共赢使命：**积极带动产业发展，对合作伙伴发展负责；
- 服务使命：**不断提升服务能力，对客户权益负责；
- 员工使命：**提供才华施展平台，对全体员工发展负责；
- 环境使命：**携手供应链上下游，对生态环境建设负责；
- 和谐使命：**竭尽全力奉献爱心，对和谐社会发展负责。



## 社会责任管理流程

苏宁不断完善社会责任管理体系，健全社会责任管理机构，推动社会责任融入企业日常管理和运营。公司管理层定期讨论并部署集团社会责任战略及规划，并对社会责任项目实施统一预算管理；“总裁办-行政管理中心-品牌部-工会-苏宁公益基金会”组成的社会责任执行机构负责推进战略及规划落实，制定年度社会责任工作计划，发布社会责任工作指导书；各大区总经理办公室协调相关部门，推动社会责任工作计划实施，保障计划高效落实。

## 利益相关方沟通

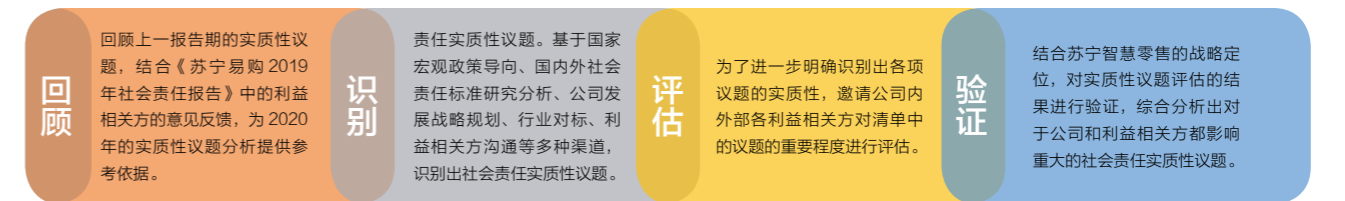
苏宁始终以利益相关方的期望和要求为重中之重，充分考虑自身运营对各方的影响，从零售业连接消费者和生产者的行业特性出发，识别出与公司决策和运营活动相互影响的主体。通过开展品牌调研、员工满意度调查，召开股东大会、供应商大会等方式，了解利益相关方的诉求，积极回应相关方关切热点。

利益相关方	关注与期望	苏宁视点	沟通方式与回应
政府	<ul style="list-style-type: none"> <li>守法合规</li> <li>促进社会就业</li> <li>促进创业创新</li> <li>推动零售业发展</li> <li>促进生产要素的有效供给</li> <li>应对气候变化</li> <li>节能减排</li> </ul>	苏宁的成长离不开政策的支持和公平竞争的市场环境；苏宁致力于以自身的不断发展推动中国现代零售业的价值提升；为创业创新提供平台，促进社会就业	<ul style="list-style-type: none"> <li>遵守国家法律法规制度</li> <li>积极响应政府各项政策</li> <li>共享资源、搭建平台，支持创业</li> <li>与政府部门开展战略合作</li> <li>探索零售行业转型升级</li> <li>绿色运营</li> </ul>
投资者	<ul style="list-style-type: none"> <li>可持续的价值增长</li> <li>加强风险管理</li> <li>信息披露透明</li> <li>保护投资者利益</li> </ul>	苏宁的发展离不开投资者的支持，也将与投资者一起分享转型成果	<ul style="list-style-type: none"> <li>严格遵循上市公司信息披露相关规定，保证信息披露的真实、准确、完整、及时、公平</li> <li>丰富信息披露渠道和形式，与投资者保持密切交流</li> <li>鼓励股东用户参与购物体验，搜集建议意见，促进公司发展</li> </ul>
客户	<ul style="list-style-type: none"> <li>突破时空，不同情景，随时随地有品质地消费</li> <li>自由顺畅的消费流程</li> <li>提供安全、环保、优质产品</li> <li>贴心、安心、舒心的服务体验</li> <li>互联网交易安全</li> </ul>	客户需求是推动苏宁发展最根本的动力；苏宁不断创新的服务将提升用户的生活品质，释放消费的价值	<ul style="list-style-type: none"> <li>加速智慧零售建设</li> <li>创新服务方式</li> <li>提升专业服务能力和水平</li> <li>严格管理用户信息和交易流程</li> </ul>
员工	<ul style="list-style-type: none"> <li>员工权益保障</li> <li>员工职业发展</li> <li>良好的沟通渠道</li> <li>员工健康和安</li> <li>丰富员工生活</li> </ul>	员工才智的充分发挥是苏宁发展的内生力量；苏宁的持续发展助力员工实现更大的自我价值	<ul style="list-style-type: none"> <li>遵守相关法律法规制度</li> <li>提供合理薪酬福利</li> <li>开展多种形式培训</li> <li>完善内部沟通机制</li> <li>关爱员工生活</li> <li>成立各级工会组织</li> <li>提供健康安全的工作环境</li> </ul>
供应商	<ul style="list-style-type: none"> <li>共同遵守商业道德和国家法律法规</li> <li>推动行业发展</li> <li>实现互利共赢</li> </ul>	苏宁视供应商为超越单纯经济关系的合作伙伴，共享、共赢平台的价值	<ul style="list-style-type: none"> <li>高层定期沟通</li> <li>定期召开供应商大会</li> <li>合作举办行业发展论坛</li> <li>输出“互联网零售 CPU”，依托“智慧零售大脑”，分享技术、管理等后台资源</li> <li>创新合作模式</li> </ul>
社区	<ul style="list-style-type: none"> <li>促进社区繁荣发展</li> <li>社区扶贫救灾</li> <li>改善社区环境</li> <li>支持、带动创建和谐社会</li> <li>推广环境保护意识</li> </ul>	社区是苏宁发展不可缺少的一部分，为社区做贡献能有效传递苏宁的阳光价值	<ul style="list-style-type: none"> <li>创新公益模式</li> <li>开展志愿者活动</li> <li>开展扶贫活动</li> <li>搭建创业平台</li> <li>重大灾害援助行动</li> <li>参与社区基础设施建设</li> <li>传递绿色理念</li> </ul>
外部监督方 (媒体 / 社会团体 / 公众等)	<ul style="list-style-type: none"> <li>监督企业运营</li> <li>帮助公众更全面、客观地了解企业</li> <li>企业发展不以牺牲环境为代价</li> </ul>	苏宁与外部监督方的良性互动有助于促进苏宁的持续发展，提升苏宁的影响力	<ul style="list-style-type: none"> <li>完善自律机制，自觉接受媒体与社会公众监督</li> <li>举行新闻发布会，开展品牌建设</li> <li>积极运用新媒体，发布社会责任报告</li> <li>绿色运营</li> <li>践行环保公益</li> </ul>

## 社会责任实质性议题分析

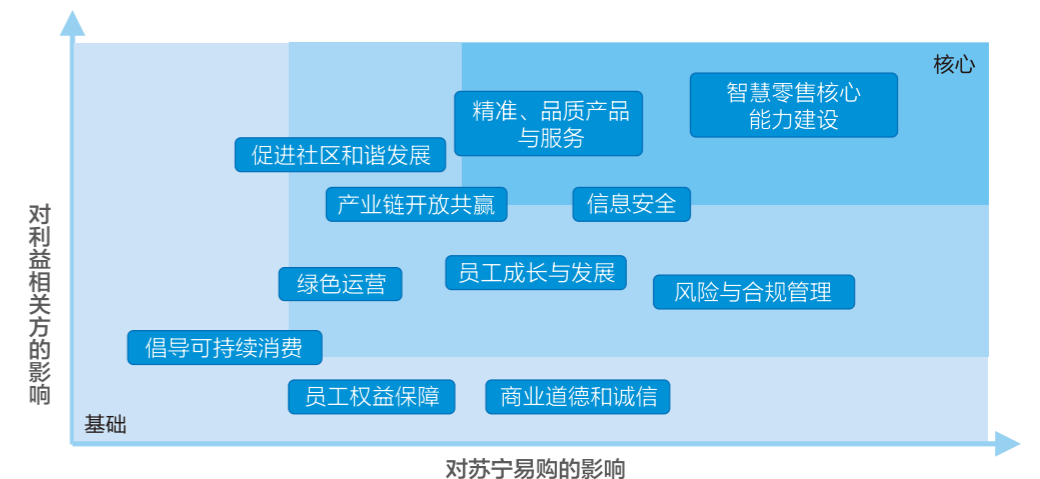
2020年，苏宁采用全球报告倡议组织（GRI）《可持续发展报告指南》G4 核心方案，通过内部评估、外部组织评价、利益相关方调研相结合的方式，对社会责任议题进行了实质性分析，并从苏宁面临的机遇和挑战，确定优先级实质性议题。

从苏宁的企业定位和中长期发展战略出发，“智慧零售”成为判断议题优先程度的首要原则。苏宁认为，智慧零售的本质是运用互联网、物联网技术，充分感知消费习惯，预测消费趋势，引导生产制造，为消费者提供多样化、个性化的产品和服务。报告披露的重点应该覆盖那些影响苏宁智慧零售或帮助利益相关方感知、理解、共享苏宁智慧零售价值的议题。



关键实质性议题	G4 方案对应指标和方面	边界
智慧零售核心能力建设	经济绩效；间接经济影响	内部
精准、品质产品和服务	客户健康与安全；产品及服务标识；合规	内部
商业道德和诚信	公司治理；反腐败；反竞争行为	内部
线上线下融合	经济绩效；间接经济影响	内部
守法合规	公司治理；合规	内部
供应链能力建设与支持	当地社区；间接经济影响	内部 + 外部利益相关方
交易信息安全	客户隐私	内部
员工基本权益保护	雇佣；劳资关系；多元化与机会平等；男女同酬；非歧视；培训与教育；市场表现	内部
绿色物流	物料；能源；废气排放；交通运输；污水和废弃物；合规；产品和服务	内部 + 外部利益相关方
互联网 + 精准扶贫	当地社区；间接经济影响	内部 + 外部利益相关方

最后，从对苏宁和利益相关方影响的重要程度，确定2020年苏宁企业社会责任实质性议题矩阵，更清晰地展现苏宁回应利益相关方期望的重点。



苏宁易购社会责任实质性议题矩阵

# 专题

FEATURE

# 坚守服务初心 而立之年再出发

“民营企业创新发展的标杆、转型发展的样本。”

——江苏省委副书记 张敬华

2020年12月26日，1990年“出生”的苏宁迎来了三十周岁生日，三十年披荆斩棘，一路前行，而立之年苏宁已然成为智慧零售企业发展典型。未来，苏宁将踏上开放赋能新历程，携手生态链伙伴，共创美好明天。

## 三十而立——智慧零售树企业发展典型

苏宁三十年来坚持零售本源，以服务至上为宗旨，顺应时代不断创新转型，以十年为时间单位，从空调专营到综合零售，最终成为中国领先的智慧零售服务商，成功开辟了企业高质量发展路径，苏宁创造的发展典型成为民营经济领域坚定发展的信心。

### 第一阶段

空调专营阶段



△ 1990年12月26日，在南京宁海路苏宁创立  
1990年12月26日，张近东在南京宁海路租下200平方米门面房，取名苏宁，专营空调，开启专业零售十年。苏宁成立第二年即建立了上百人的服务队，从事专业的送货、安装、维修和保养全系列服务，开创了国内空调自营服务先河。

### 第二阶段

综合零售阶段



△ 1999年，苏宁南京新街口店开业  
1999年，苏宁第一家“综合电器零售店”登陆南京新街口商圈，开启了苏宁从专业零售转型综合连锁零售的全新征程，通过十年的连锁经营，苏宁成为了国内最大的综合连锁零售企业之一。

### 第三阶段

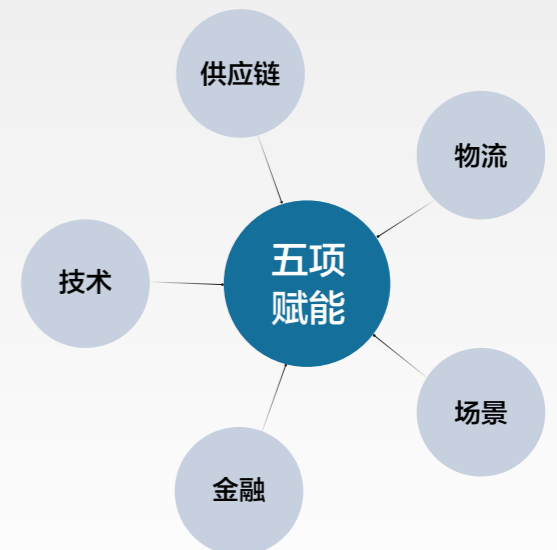
互联网零售阶段



△ 2019年，苏宁收购家乐福中国  
2010年，苏宁直面互联网冲击，正式上线网上商城——苏宁易购，开启了苏宁十年的线上线下融合发展之路。2019年，苏宁收购万达百货，拿下家乐福中国80%的股权，补齐了百货和快消业务两块版图。至此，苏宁搭建起囊括线上自营、线上平台和线下电器店、百货店、商超店、母婴店等各类专业店融合的全渠道零售生态。

## 三十而励——开放赋能助行业转型升级

企业高质量发展只是开始，未来10年，苏宁将正式由“零售商”升级为“零售服务商”，进入云化发展、开放赋能的新阶段，将服务对象从消费者扩展到生态中的每一环节，包括上下游供应链、零售云加盟商、甚至中小微企业，为社会释放更大的价值。



△ “零售服务商”的五项赋能

SUNSHINE  
MISSION

# 绽放“智”能 极速发展

苏宁聚焦零售主业，持续夯实零售核心能力建设，做强智慧零售发展的基础设施，充分发挥资源和技术优势，推动线上线下业态深度融合互联；紧抓数字经济新机遇，不断强化供应链国际化布局，持续引入全球高品质的服务和产品，致力搭建全场景、全渠道、全品类的智慧零售版图。

2020 年主要进展	主要涉及实质性议题	主要关联利益相关方
<ul style="list-style-type: none"> <li>全年营收 2522.96 亿元</li> <li>销售规模 4163.15 亿元</li> <li>线上平台商品交易规模 2903.35 亿元</li> <li>各类自营、加盟门店总数 9786 家</li> </ul>	智慧零售核心能力建设	投资者

## 双线融合引领零售行业变革

苏宁始终坚持线上线下协同式发展，积极拓展线下新业态、开发线上新模式，并基于自身全产业链资源优势打通线上线下产品和服务，推进线上线下深度融合互联，打造更加智慧、体验更加丰富的业态，满足用户随时可见、随时可触的消费诉求。

### 拓展线下 新业态

苏宁积极拥抱数字化变革，将互联网能力、形式和模型深化植入到传统线下业态，先后落地苏宁云店、线下直播门店、城市旗舰店等，利用场景化体验、智能化互动、个性化服务，让消费者尽享互联网的便捷和“逛”的乐趣，进一步爱上新一代互联网智慧零售。

#### 全球首家智慧生活体验中心开业

2020 年 4 月 30 日，定位“全球首家智慧生活体验中心”的南京新街口苏宁易购云店重装开业，凝聚了苏宁 30 年来对于先进零售模式和优质服务探索，囊括了全球新品潮货、美好生活场景以及全屋智能打造三类、数十个场景体验中心，覆盖近百个全球主流品牌产品。从全品类、多业态产品入驻，到用户线上线下体验的全场景融合，再到线上线下库存打通构建的多层次产品及服务体系，在门店、在云端，消费者都可以无忧逛店，买到全球好物，享受配送到家的服务。



▲ 南京新街口苏宁易购云店



### “直播 + 零售”，玩出新花样

2020年9月30日，位于徐庄软件园苏宁总部的“趣逛逛”焕新升级盛大开业。它是全球首个可以在线逛的直播门店，融合了品质家电、精品超市、苏宁极物、红孩子母婴、儿童乐园、网红美食广场等多个业态，并汇集多处好看好玩的直播场景，如3C潮玩直播馆、美妆护肤直播馆、母婴游乐直播馆等，让消费者实现碎片化逛街的同时，带来所见即所得的购物体验，打造“万物皆可逛”的全新生活方式。

> 徐庄苏宁“趣逛逛”



### 开发线上新模式

疫情催生了“宅经济”，苏宁敏锐捕捉用户痛点，积极推进线上平台的迭代升级，加速推进线上平台的内容化、泛娱乐化，力推“超店播计划”，联动小程序、APP、直播平台等移动互联网工具，实现人货场的三重互联，助力消费者足不出户买遍“天下”。依托家乐福供应链能力及苏宁互联网运营能力，苏宁打通多个线上流量入口，形成了线上下单、线下送货，“3公里1小时达、10公里半日达、最高一日三送”的多元化服务模式。2020年，苏宁线上销售规模2903.35亿元，线上商品销售规模占比70%。

### “小门店”也有“大流量”

2020年2月21日，苏宁易购利用全渠道优势，在互联网行业首创连续12小时直播的“超店播计划”。该计划中，明星店员搭配网红主播，开通直播频道，实时线上带货。此次超店播计划全方位的互动激活了大量潜在用户。数据显示，超3000场直播同步在线不间断直播，创下行业之最；此外，宅家经济也催生了新的需求，11时28分数据显示，超360万人互动抢购飞天茅台酒，这也创下了21日的最高互动峰值；家乐福超市上海金桥店、苏宁易购无锡苏宁广场店、苏宁易购北京联想桥店则成为12小时不间断直播门店带货王。



▲ 苏宁家乐福到家业务

### 线上下单 线下到家

疫情爆发后，苏宁家乐福到家业务频频出招。2020年2月5日，家乐福接入苏宁易购APP，并推出3公里1小时达业务；2月20日推出“同城配”服务，将服务范围扩展到家乐福门店生活圈10公里；3月12日，苏宁家乐福宣布推出“福社圈”到家服务升级计划，推出了更为贴心的“最高一日三送”，切实做到了疫情期间保障市民的“菜篮子”、“米袋子”。

## 智慧转型打破传统发展格局

面向不断变化的消费方式和消费习惯，苏宁持续以技术驱动创新，依托在物联网、大数据、人工智能等方面的技术优势，助力企业实现数字化升级，用更加契合消费者的服务和体验，推动行业转型发展。

### 经营数字化提升

苏宁将数据融合技术贯穿到零售运营的每一项流程、每一个环节、每一处场景之中，构建了覆盖率和便捷度全球领先的零售网络，通过线上精准营销，智能供应链、物流无人仓、AGV仓储机器人、实体门店数字化、智能化转型等创新举措，多维度构筑全新竞争力。

## 苏宁赋能家乐福 让老牌零售商跟上中国速度



2020年9月，家乐福中国进入“苏宁时刻”已满一年。期间，家乐福在苏宁的持续赋能下不断升级，本土服务能力不断夯实，在中国市场的竞争力也正加速凸显。

< 家乐福中国门店

### 购物更便捷： 传统大卖场的数字化变革

苏宁超6亿全域会员体系的导入，使家乐福用户享受苏宁全渠道积分和服务的同时，大幅延伸了家乐福离店销售与服务能力；依托门店内升级的扫码购、自助收银系统，消费者平均每单可节约60%的付款时间。与此同时，家乐福遍布国内的门店、中心仓，已与苏宁易购的线上商品打通，通过资源整合，家乐福的到家服务能力全面强化。

### 商品更丰富： 供应链升级下的全品类扩充

家乐福通过与苏宁全品类供应链的打通，不断扩充生鲜、食品、

百货等品类，为中国消费者提供更多差异化选择。与此同时，家乐福从年轻、网红产品入手，成功引进超2000个食品新品，持续满足本土消费者年轻化、健康化、个性化的购物需求。

### 触点更多元： 全场景需求更易被满足

家乐福经过一年的反复试验，将店面模型确定为“1+2+1”的模式。“1”代表服务城市“远场”的家乐福社区生活中心，“2”代表服务社区“中场”的家乐福标超和精选店，另一个“1”则是面向家门口“近场”的家乐福社区生鲜店。家乐福的四种店面模型高度适配中国消费市场现状，匹配远场、中场、近场的消费者，配合苏宁易购广场、苏宁小店等业态，为用户提供“一站式购齐”的一小时生活圈新主张。

### 伙伴数字化 赋能

苏宁深化全场景零售融合互联，致力从智慧零售商转变为智慧零售服务商。在大开放 + 大连接的零售芯片开放赋能下，升级为“好省心、好伙伴、好收益”平台，在商品与服务、业态与运营、流量与触达等方面达成综合提升，与合作伙伴共赴数字化改革浪潮，共享数字化发展成果。

#### 从开放中来，到赋能中去

“云网万店”成立于2020年双十一，是苏宁易购旗下新设子公司，主要有两大业务：一是面向用户和商户，提供电商和本地互联网等全场景融合交易服务；二是面向零售商和供应商，提供供应链、物流、售后和各业态的零售云服务。简言之，云网万店作为一个全面开放的平台，以服务商的角色定位，分别架起了两座增量桥梁：一座连接商户和用户，一座连接供应商和零售商。零售生态正全面进入资源互通、优势互补、发展互利的共生时代，“云网万店”通过开放吸引更多合作伙伴入驻，通过业务增长反哺苏宁自身成长，最终打造多方共享共赢的良好生态局面。



▲ 苏宁零售云第 8000 家门店

#### 苏宁零售云迎来 8000 店

2020年12月30日，苏宁零售云第8000家门店落地河南。至此，苏宁零售云成功在一场拼合县镇市场零售版图的宏大战役中拿下“关键赛点”，全面迈向新的战略目标。零售云依托苏宁易购的品牌、供应链、技术、物流、金融等全价值链资源，开放赋能给中小创业者。

## 发力内循环，助力双循环

苏宁顺应发展新格局，供应链、战略、服务“三箭齐发”，有效拉动国内消费市场，推动国内经济大循环；持续提升开放格局，加大合作力度，依托进博会平台链接更多国内外合作伙伴和优质资源，扮演好中国消费者和全球好物之间的桥梁角色，为畅通国内国际双循环贡献自身力量。

### 打造全球化 供应链

苏宁不断强化供应链国际化布局，持续引入全球高品质的服务和产品，助力国内消费升级。当前，苏宁的供应链已覆盖100多个国家和地区，在日本、美国、欧洲等地都已实现落地。2020年，苏宁进一步整合快消供应链，与联合利华、恒安、蒙牛、宝洁等品牌达成全渠道深度合作共识，全年日用百货商品营收规模507亿，占比20.09%，位列第二大品类。



▲ 2020年进博会家乐福展区签约现场

### 链接全球 优势资源

苏宁致力做好全球好物的“买手”和“推手”，积极帮助海外优质品牌进入中国市场，通过苏宁本土化全场景、全链路、全渠道的营销解决方案，以买手臻选、IP孵化、创新内容场景为品牌特色，吸引更多越来越个性化、年轻化的中国消费升级人群。

#### 助力双循环，苏宁进博会玩出新花样

第三届进博会，苏宁再次以“参展方+采购方”的双重身份亮相，先后与意大利对外贸易委员会（ITA）、全球肉类生产巨头巴西JBS集团、意大利香氛品牌Gellé Frères、澳大利亚食品品牌INNOVADS Pty Ltd、德国瓷器品牌VISTA ALEGRE、韩国邮政购物、加拿大魁北克政府、意大利红酒品牌Schenk Group、意大利咖啡品牌Caffe veronesi等诸多国际机构与品牌达成采购与合作签约，将全球大量优质商品引进国内，为中国消费者带来更多元的品质商品、更优质的消费体验和更新颖的生活方式。



> 2020年第三届进博会家乐福展区

SUNSHINE  
MISSION

# 生态“智”享 合作共赢

苏宁始终坚持共享发展理念，逐步从“零售商”升级为“零售服务商”，持续夯实智慧零售基础设施，强化开放平台建设，全面赋能合作伙伴，释放伙伴发展潜力，共同探索推进协同创新，同时重视战略合作、政企合作、行业推动，为社会创造更大价值。

2020 年主要进展	主要涉及实质性议题	主要关联利益相关方
<ul style="list-style-type: none"> <li>开放平台商品交易规模同比增长 44.42%</li> <li>开放平台非电器品类商户占比提升至 86.81%</li> <li>截至 2020 年底，零售云加盟店 7137 家</li> </ul>	产业链开放共赢	供应商 / 合作伙伴 政府 客户

## 全面开放赋能

开放赋能是苏宁聚焦零售业务战略的重要延续。苏宁以科技为驱动，进一步夯实并输出供应链、物流、场景、金融、技术五项服务能力，并重点打造云网万店，以“资源互联网+场景互联网”模式，推动零售基础能力全面开放赋能，全方位支持行业内企业数字化转型。

### 赋能用户 商户

苏宁通过开放星河生态赋能平台、数据易道产品、仓配物流等服务方式为用户和商户提供电商和本地互联网等全场景融合交易服务，保障用户拥有高品质的商品和服务体验，同时为商户提供专业培训，出台商户佣金、年费优惠等扶持政策，在疫情期间与商户共克时艰。

#### 平台赋能河北辛集市日化企业实现扭亏为盈

河北辛集市一家日化企业成立初期由于知名度低、市场信息把握不准确，导致产品滞销，一度入不敷出。面对困境，企业主动对接苏宁拼购，寻求支持。苏宁拼购根据企业面临的现状，量身定制助力提升计划，一方面给予流量支持，提升品牌知名度，另一方面根据市场需求大数据，帮助企业产品升级。如今，在苏宁拼购的平台上，该企业的洗涤液销售件数动辄几十万单，企业经营也已进入良性循环，在当地日化产业带中起到引领示范作用。辛集市通过跟电商平台的合作，日化产业的销售整体增长 30%-40%，同时带动了仓储物流、产品包装、售后服务等其他产业的发展，苏宁拼购平台的赋能为辛集市经济发展做出突出贡献。



◀ 2020 年 11 月 9 日，央视消费主张栏目播出《双十一特别节目：电商助力产业带新发展》节目，报道苏宁电商平台赋能河北辛集市日化企业

## 赋能零售商 供应商

苏宁对零售商以及供应商开放涵盖全品类的优质供应链、行业领先的自营物流体系、售后服务体系，加之完善的金融服务、技术优势和各业态的零售云服务，让零售商以及供应商更具市场竞争力。

### 零售云“头等舱计划”打造业内 C2M 的典型案列

依托苏宁全场景资源、海量用户与数据，苏宁零售云推出“头等舱计划”，联动各大品牌合作推出百款核心 C2M（用户直连制造）产品，打通消费端和生产端。2020 年因受疫情影响，在线下经济恢复尚存不确定的大背景下，C2M 成为传统企业突围自救的重要途径，C2M 产品策略打造了高效的商品流通体系，反向推动工厂数字化升级，消费者买到符合需求的高性价比产品，实现了三方价值最大化。2020 年 8 月 11 日，在第三届零售云合作伙伴大会上，零售云与美的、海尔、海信等家电巨头签约新一轮“头等舱”合作，并与多方签订 3 年销售规模破千亿的合作目标，重点将围绕 C2M 单品等业务方向开展，助力复苏下沉市场。

## 共同探索创新

应对疫情的冲击，创新发展营销是有效的策略之一，苏宁致力于不断增添新的合作伙伴，协同创新零售营销方式，开拓社群运营思路，输出公司积累多年的平台力量，与合作伙伴共同以创新寻求新的发展动能。

## 创新 营销方式

苏宁不断创新营销方式，打造直播带货超级 IP—苏宁易购超级买手，除了在苏宁易购 APP 上进行直播，更与抖音展开深度合作，以零售服务能力赋能抖音平台头部达人。同时，苏宁贯彻“大牌正品”的宗旨，不断迭代升级百亿补贴营销玩法，通过平台补贴和品牌让利双结合，为品牌提供新的营销出口。截至 2020 年底，苏宁易购超级买手账号累计明星带货直播 40+ 场，2 场打破抖音带货记录，账号从 0 快速涨粉至 284W，百亿补贴已为 900 万+ 买家带来补贴优惠。

### 贾乃亮带领苏宁“超级买手直播间”占领抖音带货榜第一名

直播带货是 2020 年零售行业最大的风口，818 期间，苏宁携手抖音一起打造苏宁易购“超级买手直播间”。8 月 19 日凌晨，苏宁易购再次刷新抖音带货的 3 项新纪录：由贾乃亮和关晓彤携手打造的“苏宁易购超级买手”直播专直播 4 小时总销售额达 2.4 亿，总观看人数超 5000 万，30 余单品销售破万件。此次新纪录的诞生距离上一次破纪录仅仅间隔 11 天，而两次纪录的缔造者都是苏宁易购。相较于以往零售门店的单渠道流通，与抖音平台合作的直播带货真正实现了线上和线下的连通、流量和效益的转化。

## 创新 社群运营

疫情期间，在零售云县镇下沉市场，众多门店把挑战转化为机遇，改变传统营销模式，开展了“场景社交+社群+直播”的新零售模式，使 10000+ 垂直社群成苏宁零售云的流量窗口，并借助微店、推客、拓客等工具以及裂变、拼团、秒杀的多种社交玩法打开二次增长空间。2020 年 1-5 月份，零售云小程序日均流量同比快速增长，通过直播、拼团、推客、拓客等工具社交裂变，实现了线上整体销售金额快速提升。

### “场景社交+社群+直播”营销模式破局“流量焦虑”

目前各个电商平台开始寻求流量突围之路，零售云利用场景社交，开辟了一个差异化的赛道。6 月 16 日，在“世界小商品中心”浙江义乌的一个小镇商场，苏宁零售云全国第 6000 店——义乌佛堂镇零售云店盛大开业，佛堂镇的王老板便是一名当地的直播网红。5 月 19 号，王老板做了一场线上云店直播，销售金额近 8 万。王老板的成功之道便是更懂产品、更懂服务。



▲ 第 6000 店开业现场，线上同步直播

## 创新 自有品牌

苏宁快消自有品牌利用互联网化的整合营销传播，加速品牌的裂变，通过线上品牌传播、线上线下互通流量，迅速炒热品牌，加速品牌成长。

### 苏宁自有品牌一举拿下“金星奖”两项大奖成品牌界黑马

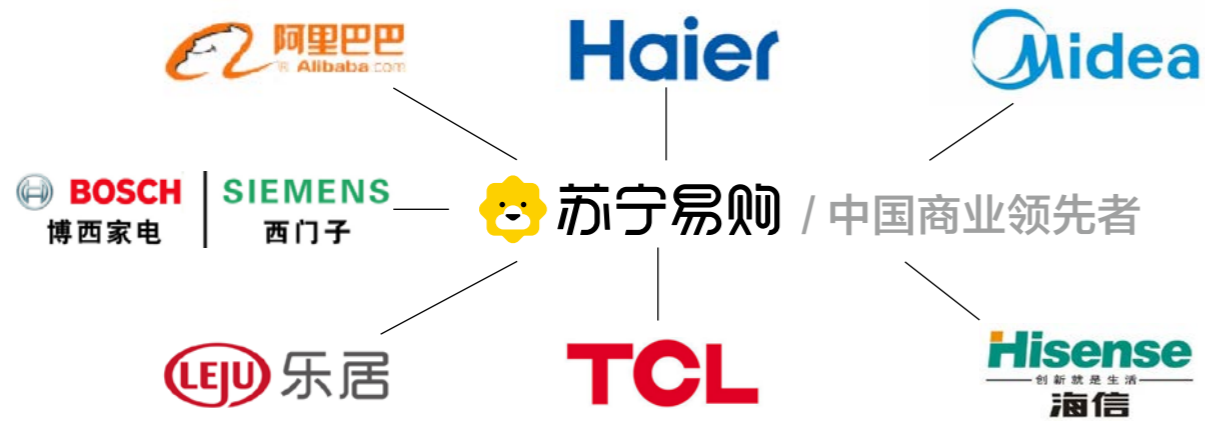
2020 年 12 月 23 日，经过三个多月的激烈角逐和专业评审，第四届全球自有品牌产品亚洲展-中国自有品牌评选“金星奖”公布获奖名单。颁奖现场，苏宁快消自有品牌营销及乐可爱手口湿巾分别斩获“2020 年度自有品牌整合营销奖”及“2020 年度自有品牌最佳产品奖”2 项大奖。苏宁这一年来在开发及推广自有品牌的努力，得到了业内充分肯定。

## 深化价值创造

苏宁开放赋能智慧零售生态体系, 扩展战略合作联盟, 最大化释放战略合作伙伴活力与潜能, 强化政府的合作, 推动区域经济高质量发展, 充分交流, 向行业分享苏宁先进经验, 不断深化零售创造价值。

## 释放伙伴发展潜力

苏宁不断整合公司优势资源, 与包括阿里巴巴、博西家电、光大、格力等众多合作伙伴建立长期稳定的战略合作关系, 努力打造协同发展良好局面, 以苏宁的平台助力战略伙伴释放发展潜力。



▲ 苏宁战略合作伙伴 (部分)

## 贡献区域经济发展

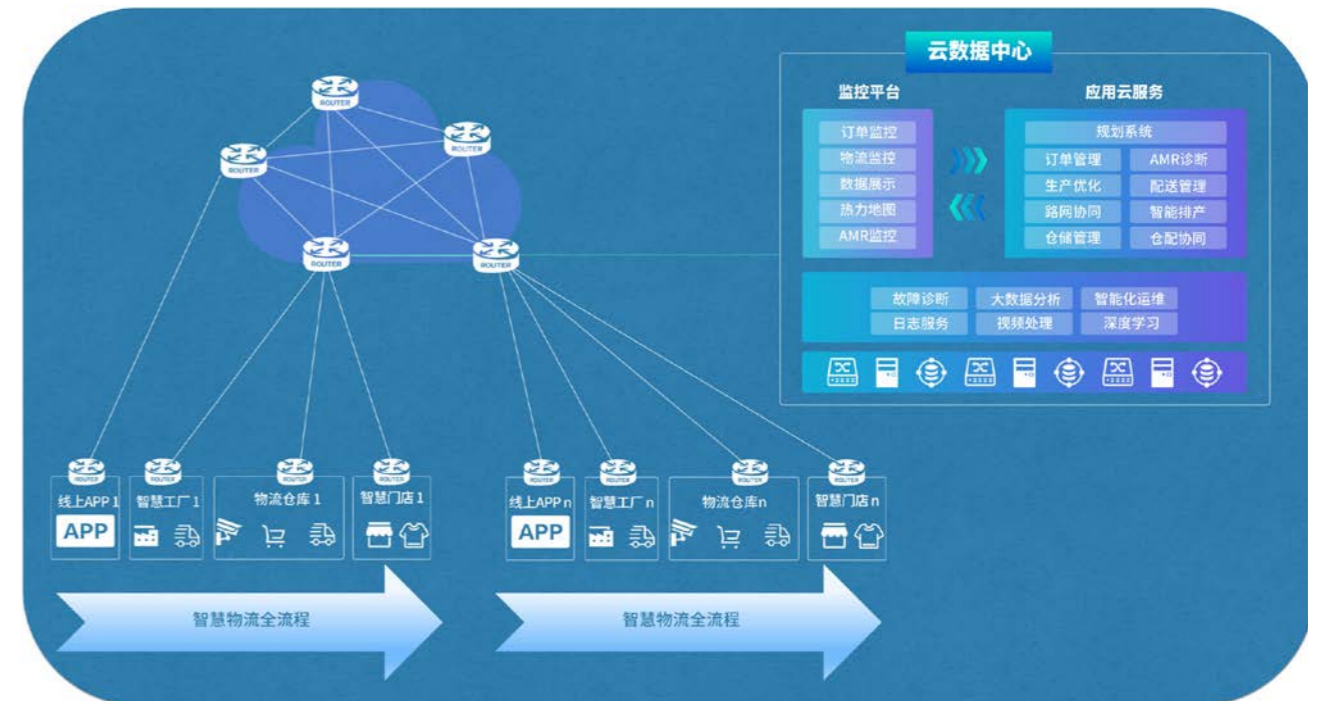
2020年, 苏宁与河南省政府等政府部门达成战略合作, 为区域经济高速发展贡献苏宁力量; 同时, 积极配合北京、深圳当地政府部门, 推动政府消费补贴上线苏宁云店频道, 为当地带动销售各数亿元, 有效助力当地经济复苏。



> 2020年11月18日, 在江苏省委书记娄勤俭、省长吴政隆等江苏省领导的陪同下, 河南省委书记王国生, 省长尹弘率领的河南省党政代表团到访南京苏宁总部, 两省党政领导对苏宁智慧零售创新实践成果以及地方性战略发展布局予以高度肯定

## 推动行业经验分享

苏宁作为中国领先的智慧零售服务商, 积极与社会各界分享自身成功实践经验, 发布《5G 零售行业应用白皮书》、零售科技“新基建”报告、《客厅消费白皮书》、《5G 智慧物流创新示范白皮书》等报告, 同时, 积极参加2020世界智能制造大会、2020中国网络诚信大会、中国汽车蓝皮书论坛等行业活动, 不断推动行业稳定繁荣发展。



▲ 2020年8月10日, 由中国物流与采购联合会联合苏宁、江苏移动等合作伙伴推出的《5G 智慧物流创新示范白皮书》正式发布, 将苏宁与合作伙伴在智慧物流领域的探索经验分享给社会各界



▲ 苏宁和新华社经济参考报联合发布首份零售科技行业的“新基建”深度调研报告, 挖掘“新基建”在数字经济中的内核作用, 也为零售行业在新经济形势下抢占数字化先机指引了方向



> 张近东出席2020世界智能制造大会并演讲

# 服务“智”先 极致体验

服务是苏宁唯一的产品，用户体验是服务的唯一标准。苏宁保持始终如一的服务初心，专注好产品、好服务，以智慧零售不断提升物流速度以及服务效率，打造极致的用户体验。

2020 年主要进展	主要涉及实质性议题	主要关联利益相关方
<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ 客服 45 秒响应及时率达 91%</li> <li>◦ 2020 年，智能分流率即页面自助完成的服务占需服务总量的比例达 95.69%，较 2019 年增长 18.19%</li> <li>◦ 截至 2020 年 12 月底苏宁在 48 个城市投入运营 67 个物流基地，在 15 个城市有 17 个物流基地在建、扩建</li> </ul>	品质产品和服务 信息安全	客户

## 消费提质

苏宁全面聚焦用户体验，专注智慧零售，一如既往地为消费者提供优质商品，打造安全便捷的购物环境，持续带给消费者极致消费体验，让消费者安心、开心、放心消费。

## 保证 产品质量

苏宁设立商品合规和质量管理部门，从源头把控好商品质量，严格落实资质合规和商品合规的核查工作，并公示正品承诺及产品质量保证。同时，为确保开放平台商品质量，苏宁在“品控 Fire 计划”的基础上，继续全面推行“去芜存菁、全程介入、正品保障、品质推优”四大举措，严格监管，确保正品行货，为消费者合法权益保驾护航。

### 去芜存菁 (Fighting)

优化品控中心系统，实时监控品质数据；神秘抽检让不良商家“无处遁行”



### 全程介入 (Involvement)

全流程管控，深入工厂、基地进行现场品控



### 品质推优 (Refining)

品质推优、构建质检联盟



### 正品保障 (Ensurance)

知识产权保护、海外直采、溯源系统



▲ “去芜存菁、全程介入、正品保障、品质推优”四大举措

## 苏宁全量正品行货入驻抖音小店

品质是留住消费者的秘诀，也是直播带货行业关注的焦点。如火如荼的直播带货，伴随着泥沙俱下的货源品质，消费者买到“三无产品”却难以维权，阻碍了直播行业的健康发展。苏宁和抖音达成深度合作，将在供应链服务和直播品质等方面展开全方位融合。

苏宁全量正品行货入驻抖音小店，承诺所有货源均来自苏宁正品行货，并且消费者可享受苏宁“30 年磨一剑”的服务，借助物流和售后服务的双重保障，彻底解决消费者的后顾之忧。2020 年 8 月 7 日，是苏宁入驻抖音后的首场直播，邀请了“品牌严选官”罗永浩担任首位直播带货主播，4 小时直播总支付金额突破 2 亿元，产生了巨大的高品质“化学”反应。

### “苏宁拼购品质联盟”为双十一打上“优质”保险

在各种购物节层出不穷的大环境下，消费者对商品的高品质需求逐日提升。双十一期间，苏宁全力为用户提供更可靠的服务和产品。苏宁在服务层面做了全面升级，保障用户“正品购”和“极速退”。为了保障品质，苏宁成立“苏宁拼购品质联盟”，联合国内外权威第三方检测认证机构以及重点省级质检院，对工厂直供厂商进行介入产品源头、深入工厂实地审核、产品符合性检测、神秘买样等措施，制定拼团行业检测标准，优选检测认证商家，为品质服务打上“优质”保险。

## 护航 安全消费

消费安全涉及用户最关心、最直接、最现实的利益，苏宁营造安全便利消费环境，重视用户信息保护，以及用户选择权及隐私权保障，让用户能消费、愿消费、敢消费。



### 安全合规

根据《中华人民共和国网络安全法》等法律法规要求，苏宁物流云平台在网络安全等级保护测评中通过了三级等保续评，在物理安全、网络安全、主机安全、应用安全、数据安全与备份恢复、安全管理制度、安全管理机构、人员安全管理、系统建设管理、系统运维管理等方面均达到了测评要求



### 数据保护

苏宁通过算法加密、日志保存、哈希值校验等方式，确保数据传输和存储过程的完整性，并实时进行数据备份，避免数据丢失。同时，苏宁自研密钥管理系统（KMS）和解密管理 SDK，可对敏感字段进行加密，并通过页面水印技术做溯源管理



### 安全审计

苏宁安全审计通过堡垒机实现，堡垒机已启用录屏功能，可以对数据库重要用户行为，系统资源的异常使用和重要系统命令等进行审计，审计日志定期进行审计记录备份，日志记录存储 6 个月以上



### 选择权及隐私权保护

苏宁严格遵守相关法律法规收集使用用户个人信息，并根据法律要求对消费者允许采纳或者授权的信息进行安全保护，消费者如申请注销账户时，苏宁将停止使用并删除用户个人信息。同时，苏宁进一步优化《苏宁易购隐私政策》等相关服务协议，切实保障用户知情权和选择权

### 苏宁易购 APP IPV6 全力守护用户安全消费

消费安全有保障，才能够让用户放心消费，苏宁一直致力于打造一个信息安全和交易安全的消费平台。苏宁易购 APP 在互联网应用 IPV6 升级改造第二阶段测评中综合评定“优秀”，在所有 TOP100 互联网应用中排名第一！IPV6 不仅资源丰富，网络延迟低，也更加安全，用户和服务器之间的通信很难被破解。

苏宁易购 APP 在 IPV6 支持度上位居 TOP100 榜首，体现了苏宁积极响应国家 IPV6 部署计划的行动力，展现了苏宁为用户安全消费保驾护航的初心，以及深耕以科技驱动智慧零售发展、转型为“零售服务商”的智慧零售战略升级的决心。

## 极致 消费体验

苏宁为用户打造极致便利的售后体验，实行价格保障“贵就赔”、退款时效保障“急速退款”、发货配送安装履约保障“延时赔”，推出行业首创退货 0 元取件服务。其中，0 秒退通过“两小时两百元 0 秒退”、无理由退货急速审核，有效缩短退款周期、缩减退款流程。在大家电行业，苏宁严格执行“30365”家电服务标准，让用户退换货体验无感化，解决退货难题，提升用户购买信心，让用户享受极致消费体验。

**“30365”计划：**消费者购买带有“30 天包退，365 天包换”标识的商品（大家电、生活电器），若商品出现质量问题，自收货次日起 30 天内可退货，365 天内可换货。

## 物流提速

苏宁拥有中国零售业领先的自建物流平台，构建了仓储网络、骨干网络、末端网络三大基础网络，同时以物流科技创新为驱动，在智能化发展上进行大量应用性投入和前瞻性布局，全方位提升商品流通效率和消费者体验，实现“有温度的交付”。

## 强化 基础布局

苏宁物流拥有零售行业领先的自建物流设施网络。截至 2020 年 12 月 31 日公司已在 48 个城市投入运营 67 个物流基地，在 15 个城市有 17 个物流基地在建、扩建。在服务下沉乡镇用户上，苏宁全场景布局 7137 家零售云协同。苏宁物流已实现以卓越的一体化和规模化服务能力，引领行业转型升级，降低社会物流成本。

### “无与伦比”“乡镇速度”助力双十一下沉市场服务

乡镇市场是双十一的新生力量，在乡镇下沉市场，苏宁全场景布局 7137 家零售云，以配送速度快、覆盖范围广、服务质量高持续加码乡镇市场。2020 年双十一期间，苏宁县镇家电、家居配送订单量同比增长 150%、安维订单量同比增长 138%、高端家电需求量同比增长 103%，而 80 寸大屏电视、电动按摩椅、美妆产品销量均以 2-9 倍的同比增长成为下沉市场的“爆品”，苏宁在下沉市场的配送服务也经受住了这场大考，展现了极速的服务。

## 发力 智慧物流

苏宁在物流领域不断增强先进技术的开发和应用，基于 5G、大数据、物联网等技术，自主研发了乐高、天眼、天机三大系统平台构建起“智慧大脑”，协同不同层级的智能化基础设施投入场景应用，智慧园区、智能仓储、智能分拨场、智能快递站的四大终端实现了全流程智能化建设。同时，持续开发无人物流系列装备，相继开发并试点运营“无人仓”、“行龙一号无人重卡”、“卧龙一号无人配送车”、“5G 卧龙号无人配送车”、“无人机”等众多无人物流装备，在全国率先进行从仓储到运配的全环节无人化试点运营。苏宁在物流领域深耕智慧应用，最大程度提升运营效率，打造行业物流服务标杆。

### 苏宁首个 5G 无人仓“黑科技”满满

2020 年 6 月 1 日，苏宁首个 5G 无人仓在南京雨花物流基地完成测试，于 618 购物节期间正式投入使用。苏宁 5G 无人仓通过 5G 信号覆盖与智能设备联动，5G 摄像头、5G 无人叉车等智能终端收集海量数据，对数据进行边缘计算之后，为后端提供状态监控，优化仓储运作效率，具有低延时、高连接、抗干扰、无缝漫游等优势，真正实现由“数据智能”驱动智慧物流的颠覆性变革。



▲ 苏宁 5G 无人仓

### ◎ 以无人配送保障疫情期间“最后 100 米”安全交付

全国各地为防控新冠肺炎实施小区封闭式管理，但消费者终究需要直面衣食住行的基本需求。苏宁探寻“科技抗疫”的新手段，借助人工智能、AI、大数据等科技力量，推出机器人协助配送计划，无人配送小 biu 机器人能够自主规划路线、避开障碍物、乘坐电梯以及提醒消费者取货，完全实现“无接触式配送”。

苏宁以“快递员配送 + 机器人进小区送货”的配送模式，给行业、社会提供“解题思路”，打通疫情下小区配送最后 100 米，在助力防疫的同时，有效保障用户体验。

## 服务提效

苏宁致力于为用户提供便利、贴心、周到的服务，2020 年，苏宁持续发力本地生活服务，为居民居家生活提供便捷。同时，苏宁重视客服管理，为用户提供专业的客户服务，保障服务品质。

### 发力 生活服务

2020 年，苏宁不断扩大生活服务范围，打造多样化的本地生活服务场景。双十二期间，苏宁将百亿补贴范围进一步扩大至本地生活服务，持续落地苏宁菜场自提点，热水器免费拆旧以及换新补贴等，为居民生活带来切实的便利。

### 便捷 客服服务

2020 年，苏宁全场景多渠道受理客户服务，同时，客服总规模已超 3000 坐席，全年 365 天、30s 内响应客户服务需求，客服机器人已实现大部分标准化问题智能化覆盖，有效提高客户服务时效。

为保障客服服务品质，苏宁实行“首问负责制”，实现标准化受理，下达至职责方实行“处理责任追究制”，整体服务过程，进行全程录屏、抽样检查，并建立服务回访、跟踪机制，确保服务质量管控形成闭环管理。同时，苏宁基于企业发展策略、法律法规和行业规则制定企业的服务标准和服务承诺，落实服务责任，规范公司经营行为。

# 凝聚“智”慧 共同成长

人才工程是创建百年苏宁的一项长远工程，苏宁将员工视为最重要的财富，始终坚持以人为本理念，确保员工权益和健康安全落到实处，重视员工个人价值和职业发展，努力营造良好的人才培养氛围，在生活方面细致关心每一位员工，全力推动人才资源的可持续发展，在奋进途中携手员工共创、共当、共享。



2020 年主要进展	主要涉及实质性议题	主要关联利益相关方
<ul style="list-style-type: none"> <li>员工男女比例 0.62:1</li> <li>管理岗女性占比 46.4%</li> <li>员工中非汉族(少数民族及外籍)人员占比 2.8%</li> <li>保险覆盖率 100%</li> <li>培训总小时数 22081.54 万小时, 人均培训时长 180.7 小时</li> </ul>	员工成长发展	员工 政府

## 保障员工权益

苏宁把员工权益维护作为增强员工主人翁意识、凝聚发展合力的重中之重, 在突如其来的疫情和经济下行的大背景下, 苏宁坚持维护每一位员工权利, 在劳动关系、民主建设、薪酬福利方面严格管理, 与员工坦诚沟通, 平等对待每一位员工。2020 年, 管理岗女性占比 46.4%, 集体合同覆盖率 100%, 劳动合同签订率 100%。

### 建立和谐关系

苏宁依法规范招用员工, 不做虚假宣传、不做性别、年龄、身份限制, 避免就业歧视; 实行劳动合同入职签订一体化, 入职手续一次性办结, 确保 100% 合同签订; 尊重和维护中国政府签署的国际人权公约和劳工标准, 严禁和抵制任何形式的雇佣童工, 杜绝强制劳动和歧视现象的发生; 促进平等就业, 实行男女同工同酬, 公平和公正对待全体员工。

苏宁注重特殊群体和特殊时期员工权益保障。维护女员工权益, 与工会和职工代表大会签订《女职工权益保护专项协议》, 确保各项女员工保障措施落到实处。疫情期间启动无接触式春招, 全力保障员工入职正常进行。

### 提升民主管理

苏宁践行“苏宁是全体苏宁人的苏宁”信条, 坚持员工民主参与原则, 保障员工的知情权、参与权、表达权和监督权, 定期召开职代会, 分享企业成长、解决企业问题、确定战略规划、审议企业制度、审评管理团队、审定集体合同、劳动合同等民主管理相关工作。同时, 通过党建工作、工会建设、管理干部下终端、员工合理化建议、内部刊物、终端广播等载体, 建立系统的沟通机制, 确保员工知道、了解、参与苏宁发展。

### 完善薪酬福利

完善的薪酬机制: 秉承“激励与约束并行, 激励先行”, 建立工资、福利、短期激励、长期激励四位一体的薪酬激励机制, 薪资调整合法、守时; 开展员工持股计划, 推出年度评优、年度超额奖励、旺季表彰、旅游激励、月度绩效考核奖励等一系列激励措施。

丰富的贴心福利: 社会统筹、就餐提供、住宿提供、通讯报销、差旅补助、节日礼金、婚育病丧慰问金、驻外生活补贴、驻外租房补贴、驻外家属慰问、探亲待遇、生育保险费、例行体检及各类带薪假期。

## 促进员工成长

苏宁注重人才持续成长, 结合发展战略和员工成长诉求, 不断探索员工职业发展模式, 搭建职业发展通道, 明确员工的职业发展路径, 并进行有计划的培训培养, 使员工更清晰的了解自身的职业发展规划, 帮助员工实现个人梦想, 成就事业价值。

### 多渠道助力成长

苏宁坚持“自主培养、内部提拔”的原则, 围绕智慧零售发展持续优化内部梯队、社招梯队、1200 梯队的人才培养体系, 通过“1200 工程”、“互联网店长工程”、中层管理梯队工程、千名维修技术蓝领工程等人才培养工程的持续推进, 培养了一大批精干、专业的管理人才和技术人才。帮助制定学习计划, 持续优化自主学习平台, 自主研发宝典, 每个员工可以在手机豆芽 APP 中查阅, 为自主学习提供支持。



▲ 1200 工程



▲ 苏宁员工自助学习平台

## 青春不设限 多项工程助力人才发展

苏宁重视青年员工培养, 建立起标准化人才培养体系, 分层级全力打造出色的企业接班人。

### 优化“1200 工程”

入职第一年内安排总部集训、终端轮岗、岗前培训等, 着重培养员工“激情、团队、执著”的品质; 进入部门后, 按照“高起点、高责任、高管带教”的三高方针, 安排部门带教人进行一对一带教, 进行系统化的历练培养, 打造出苏宁重要的核心人才储备。

### 启动“互联网店长工程”

从终端基层岗位培养历练 95 后大学生, 经过 1-5 年的培养, 逐步成为终端门店的店长以及区域管理层的核心管理干部, 打造苏宁全场景、多业态的互联网店面的年轻化、知识化的经营人才。

### 多层次 培养人才

苏宁建立完善的企业培训体系，在全国搭建 40 多个现代化的培训中心，在总部建立苏宁大学，为员工职业发展和学习成长提供保障。按照员工的岗位职级提供不同的培训，覆盖员工发展的各个阶段。2020 年苏宁大学共开展培训 5 万多场，参训总人次达 406 万人次，人均学习时长达 180.7 小时。

#### 开展新进中高层企业文化强化培训

苏宁关注年轻干部培养与发展，苏宁大学联合组织部开展 2020 年第二期新进中高层企业文化强化培训，通过线下研修与交流、战略课题研讨分享等方式，进一步加强新进中高层干部对集团企业文化理念的理解，深化对集团经营文化、管理文化的认知，加快促进产业间业务交流、推动后期协同发展，为真正肩负起企业的未来发展积蓄力量。23 位中高层管理干部参加了培训。



2020年新进中高层企业文化强化培训班



#### 苏宁大学公开课为成长赋能

苏宁大学积极为员工提供信息交流和思想碰撞的平台，苏宁大学公开课围绕合伙人机制、服务运营、5G、内容营销、区块链等主题，请行业大咖分享前沿热点话题，为员工的拓宽知识面、开阔专业技能、实现职业蓝图创造条件。

苏宁零售技术研究院王俊杰院长做客苏宁大学公开课 解读 5G+ 零售的未来



场景实验室创始人吴声做客苏宁大学 解读场景订阅与会员制新物种



微海咨询创始人何永东做客苏宁大学 解读海底捞服务运营管理模式



苏宁大学高研班（科技专场）



苏宁快递员潘福荣获第 24 届中国青年五四奖章

## 关心员工生活

苏宁组织开展多种形式文体活动，放松员工工作情绪，提高员工的凝聚力和向心力，提供舒适的工作环境和智慧工作平台，建立家庭式氛围的工作环境，关怀关爱员工，营造幸福工作氛围。

### 全面升级 工作环境

苏宁重点推进总部园区餐饮、住宿、活动中心、母婴室升级改造及孕妇就餐服务优化等，悉心关爱员工，不断提升员工生活体验指数。

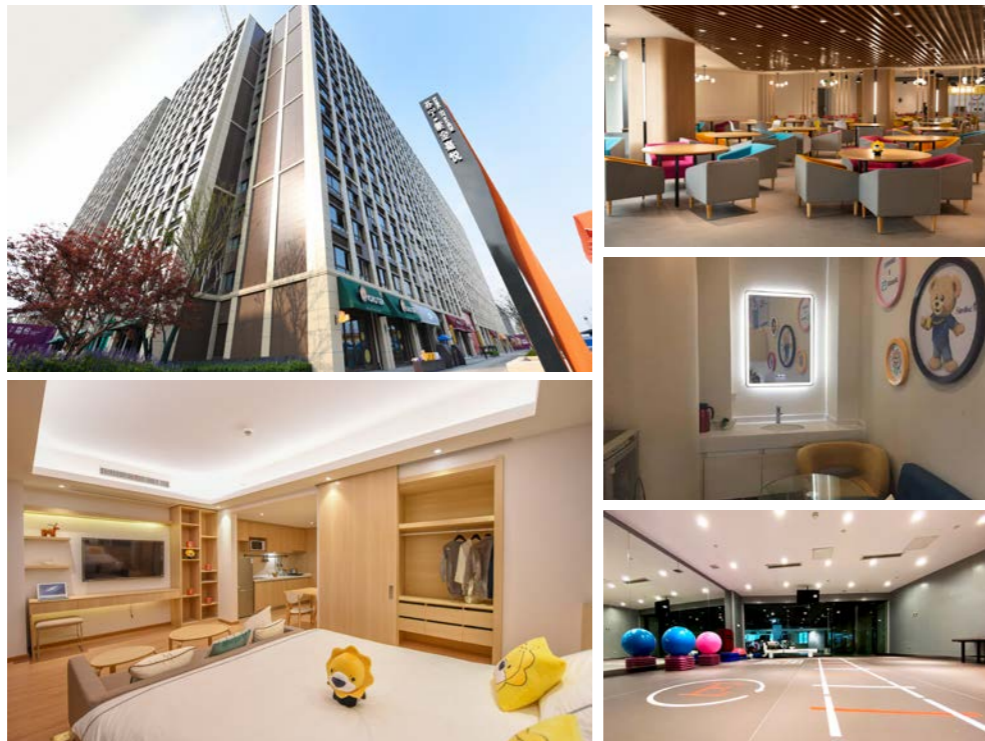
**餐饮方面：**完成总部一期、二期餐厅装修升级，提升餐厅就餐环境，引进专业团餐公司，丰富菜品种类，提升员工就餐体验。

**住宿方面：**对徐庄总部及雨花公寓进行硬件维修改造升级，改善整体住宿环境，提升员工住宿体验。配置员工公寓、公租房等住房，洽谈社会房产资源、协议酒店，为员工住宿、出差等解决后顾之忧。

**活动中心方面：**增加活动中心专业化团课、私教课程，翻新更衣室、健身区，丰富员工服务项目。

**母婴室及孕妇就餐方面：**翻新母婴室，优化孕妇就餐方案，为孕期员工提供呵护和支持。

1200 公寓 外景	总部餐厅
	母婴室
1200 公寓 内景	健身房



### 平衡工作 与生活

苏宁切实关爱员工生活，解员工之所难，协调解决多名外地籍员工子女入学问题，满足员工子女入学需求；组织开展丰富的文体活动，搭建员工展现才艺、绽放自我的多彩舞台，倡导员工培养健康向上的文化生活氛围。

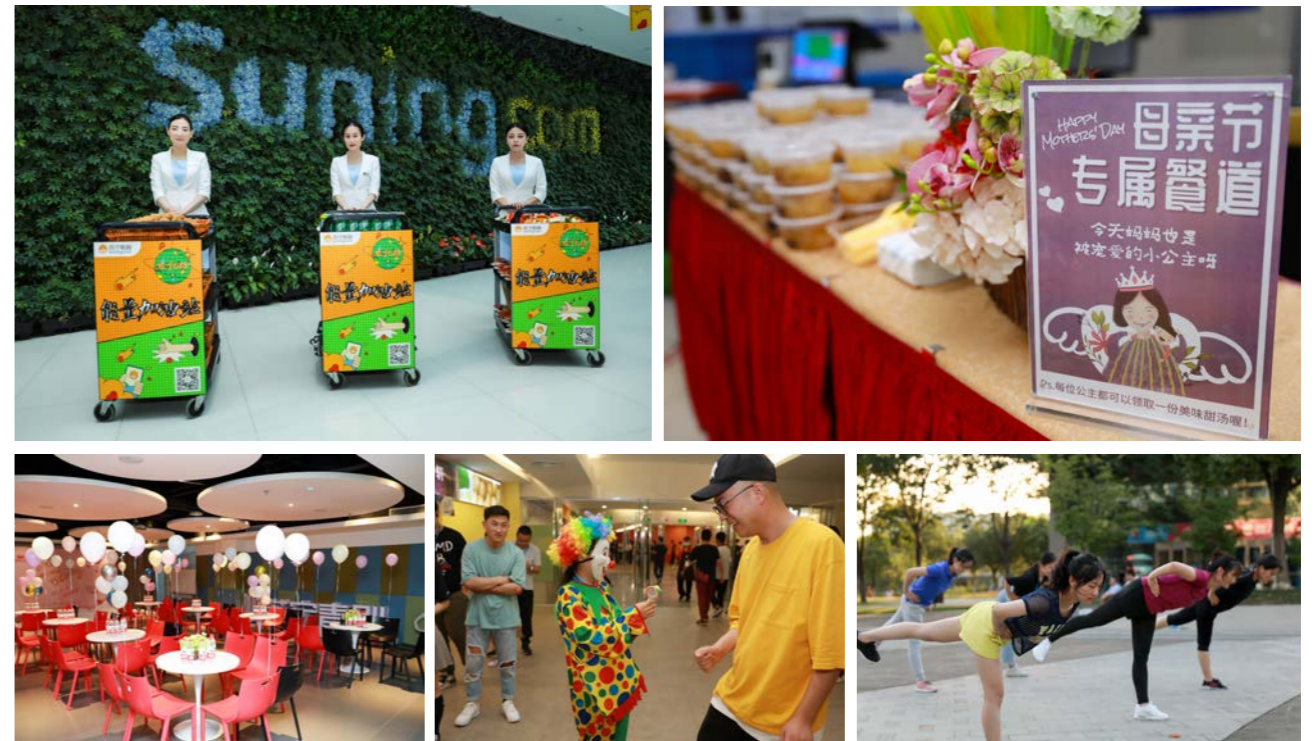
**大促关爱：**从食、住、行、身心关爱四方面牵头策划 618、818 大促员工关爱活动，2020 年，共组织大促慰问 3 次，覆盖 19 万人次。

**节日关爱：**结合传统节日、家庭日、司庆日等节点开展员工关爱行动。以司庆日为例，苏宁整合自有餐厅、外部商户资源，以游园会的形式展开活动，活动现场员工及家属热情高涨。总部园区附近的趣逛逛、诺富特酒店、青创园均设置司庆分会场，作为家庭日打卡点，提供各种优惠福利，极大提高员工幸福指数。2020 年，共组织关爱活动 9 次，覆盖 16927 人。

**联谊类活动：**以多企业共同联谊的形式举办，在青创园组织中秋联谊、七夕联谊，帮助员工实现事业爱情双丰收。2020 年，共举办 2 次联谊类活动。

**平台商户内场活动：**覆盖员工服务平台出行、租房、健康、休闲娱乐版块，给员工带来便利的同时享受苏宁专享优惠价格。2020 年，组织平台商户内场活动 5 次，覆盖 6743 人。

618 大促关爱 联合办公慰问	开展母亲节餐 厅关爱活动	
青创有光 浪漫市集	开展儿童 节活动	组织健身 操活动



## 规范健康安全 安全管理

苏宁建立安全生产规范，建立完善安全生产作业管理规范和配套培训、监督体制、定期演练机制，实行严格的上岗“资格认证”制度；对特殊时期女性员工工作环境实行安全保障监管，定期体检规则；建立安全作业环境管理评估体系，对高温作业、户外作业、高空作业实行特别监管和管理责任追究；设立雇主责任险，在法定基本保障之外提供额外补偿保障；组织员工定期体检，全面保障员工身心健康。

### 促进快递员健康管理

苏宁物流联合江苏省红十字会、江苏省邮政管理局、江苏省快递协会、江苏省人民医院、南开大学药学院联合编写全国首个《快递员应急救援手册》正式发布。该救护手册包含创伤出血、晕厥等十大常见意外伤害和交通事故等四大突发事件处理的紧急救护原则和建议。苏宁物流还邀请江苏省人民医院门诊部为快递员上了一堂一线应急知识科普课。

< 《快递员应急救援手册》

### 加强疫情期间员工安全管理

成立苏宁新型冠状病毒肺炎疫情防控领导小组，通过明确的组织分工以及防疫管控机制，围绕人员信息预警及信息筛查、后勤物业保障等方面逐层、逐项的推动各项防疫工作的有序开展。围绕交通、住宿、餐饮、办公等场景制定严密的配套管控方案，通过科学的手段建立员工健康信息筛查平台——防疫战狮，大力推行线上办公、远程办公，减少聚集风险。

### 疫情期间开展消毒



### 开展急救和义诊

苏宁通过组织急救培训、义诊等活动帮助员工提高应急防护能力和安全意识，切实关注员工身体健康。

**急救方面：**携手南京红十字会开展急救综合讲座，同时发布线上题库鼓励员工自主学习，开展急救日实操培训，结合1200传承跑组织一次运动急救培训，整体覆盖员工超300人，100名员工取得急救证，扩大集团整体急救队伍。

**义诊方面：**包含眼科、早癌筛查、急救知识普及、口腔、中医理疗各个方面，员工评价及满意度非常高。布置专属理疗室，邀请南京中医药大学教授对员工进行体质辩证，员工经过持续关注均反馈身体状况有所改善。2020年，开展8次讲座义诊类活动，覆盖1200多名员工。



▲ 苏宁专场急救培训

### 开展理疗活动



SUNSHINE  
MISSION

# 竭尽“智”谋 守护生态

苏宁在严格保护生态环境的前提下，全面提高资源利用效率，加快推动绿色发展，大力推广绿色物流、绿色运营、绿色采购及绿色生活，努力为人与自然和谐共生的绿色发展示范带建设做出贡献。

2020 年主要进展	主要涉及实质性议题	主要关联利益相关方
<ul style="list-style-type: none"> <li>全国范围内电子面单普及率接近 100%</li> <li>绿色减量化包装实现 100% 覆盖</li> <li>苏宁易购门店每小时每百平米用电同比下降 20.04%</li> <li>累计回收家电和手机合计 76 万台</li> <li>电子签章使用破 1 亿次，节省纸张约 4 亿张</li> </ul>	绿色运营	社区 政府 外部监督方

## 绿色物流

苏宁高度重视绿色物流建设，以技术创新与效率提升驱动全国物流基础设施绿色化升级，以城市为单元推进整体化全链路绿色供应链建设，从包装、回收等单一维度向仓储、运输、包装、末端全链路绿色发展，构建绿色物流系统化和规模化应用。2020 年，苏宁“青城计划”升级 2.0 落地北京，这也是“青城计划”继海口、无锡之后，全面推广落地的第三个城市。

## 绿色仓储

苏宁针对仓库建设进行合理选址、科学规划，有效节约资源、降低能源消耗，目前已在北京、上海、南京等 29 个城市建立行业标准化“绿仓”，并积极推进多元化仓储科学布局和智慧科技武装仓库，并通过使用 LED 灯和投入自动化设备，提高物流效率。



> 自动打包机

### 绿色运输

苏宁在全国百城投入使用新能源车同步开展充电桩建设，并不断优化智能化运输路由调度系统，借助大数据和智能路径优化算法提升物流效能，实行单元化运输方式降低碳排放。

#### 推广新能源车辆

在全国百城真正实现新能源车规模化使用，以4.2米的厢式货车为主，主要应用于门店调拨、快递点调拨、最后一公里配送等场景。

#### 实行单元化运输

推进集装箱化运输单元的应用，制定相应的集装箱化运输规范，加快装卸搬运效率，减少单个包裹的装卸搬运次数，有效降低物流环节对包裹保护性包装的强度要求。



▲ 苏宁新能源车辆

### 绿色配送

在末端环节，苏宁建设全链路回收体系，持续推进包装废弃物回收箱，并不断优化包装回收管理系统，实现循环装备在包装、分拨、运输、配送环节的正逆向物流场景的全链路监控；大力推动无人配送，开发无人车、无人机等新兴运载工具，以减少燃油车的使用频率和包装材料的使用。

苏宁5G无人配送车



### 绿色包装

在绿色包装方面，以共享快递盒、循环中转袋为代表的一系列可循环包装已在全国规模化投入使用。苏宁在推动直发包装、简约包装、包装优化以及自动化、智能化升级的同时，将零胶纸箱、可降解包装袋、一联单、瘦身胶带等更多绿色能量“装”进包裹。截至2020年底，苏宁物流全国范围内电子面单普及率接近100%；胶带减宽、减量填充物等绿色减量化包装实现100%覆盖；而共享快递盒作为苏宁物流绿色循环包装的创新标杆产品，过去一年，投放使用累计超过1.5亿次。

包括在中转环节使用的循环周转箱和循环中转袋，以及在末端配送环节使用的共享快递盒和冷链循环箱，并探索新型运行模式和合作方式，提升周转率。

#### 循环包装

#### 直发包装

一方面探索更多适合整箱发货商品品类，减少仓库发货环节二次包装比例；另一方面，持续扩大供应商商品采购入库使用循环周转箱的比例。

基于商品规格和结构，对包装尺寸和型号设计进行优化；优化包装推荐算法，提高“一家多件”场景包装推荐的准确率；采购使用低重高强包装箱。

#### 包装优化

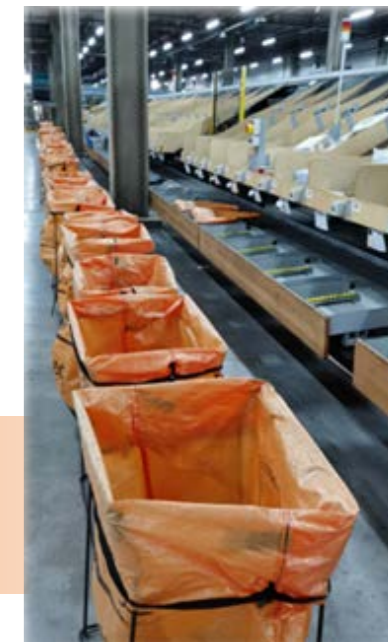
#### 简约包装

联合上游供应商共同推行简约包装，有效降低快件包装全生命周期平均用量，并通过在全国范围内开展过度包装专项治理，大幅减少防护型被动式二次包装和过度包装。

### 全面推广使用循环中转袋，苏宁物流再掀绿色风暴

2020年，苏宁物流持续全面推广使用循环中转袋，并对扫码设备进行了升级，提高工作效率及扫码准确率，截止目前，循环中转袋使用率已达90%以上，预计全年可节约使用4000万个一次性编织袋。

### 苏宁物流循环中转袋



## 绿色运营

苏宁始终坚持走绿色低碳发展之路，将绿色理念融入业务运营的全流程，通过打造绿色门店、号召绿色办公、建设节能高效数据中心等多措并举，推动形成绿色低碳的生产生活方式。

### 绿色门店

苏宁秉持绿色环保理念对门店进行管理和升级改造，改善门店基础设施，完善能源管理，同时通过对门店员工开展节能降耗宣传及培训，切实践行绿色门店理念。2020年，苏宁易购门店年均每小时每平方米用电2.1831度，同比2019年下降20.04%。

2020年，苏宁对上海五角场广场、广州车陂店持续进行中央空调系统节能改造，其中广州车陂项目节能率为23%，上海五角场项目节能率达28%，年度估计节约用电约30万度。

### 绿色办公

苏宁大力宣传节能文化，推广实施无纸化办公、文件双面打印、人走灯闭、电器节能改造等举措，将绿色办公理念贯穿每个员工的工作和生活。2020年，苏宁电子签章使用破1亿次，节省纸张约4亿张，相当于少砍13万棵树；文印量同比下降35.55%，可节约纸张约118.6万张，等于挽救了395棵树木。

### 节能高效数据中心

苏宁积极响应节能降耗，打造绿色数据中心，通过提高供水温度与末端设备出风温度，以及关闭备用设备等手段，在2020年数据中心服务器设备数量增长9.88%的情况下，数据中心全年用电量仅增长0.4%。



▲ 苏宁数据中心

## 绿色使者

苏宁在自身坚守绿色发展的同时，积极将绿色低碳理念传递给价值链上下游，大力开展绿色采购、绿色消费、绿色公益等活动，携手利益相关方共同创造绿色生活。

### 绿色采购

苏宁积极践行绿色采购，优先选择绿色化供应商，采购绿色化产品，降低末端环境治理成本。2020年，苏宁率先响应国家企标“领跑者”制度，致力构建高质量渠道平台，向社会输送“领跑者”产品，严格淘汰低质低效产品，助力家电行业高质量发展。



▲ “首批家电‘领跑者’团体标准发布会暨苏宁家电迭代升级发布仪式”在苏宁总部举办

### 绿色消费

作为家电行业的领先者，苏宁积极倡导绿色消费，大力开展以旧换新业务和能源补贴业务，推动资源循环利用，引导消费者形成可持续的消费观念和消费方式。2020年，苏宁线下以旧换新累计回收家电和手机76万台，参与活动人数超过60万人。



### 苏宁发起“新一级能效联盟”，加码空调节能风暴

2020年5月18日，苏宁联合中国标准化研究院权威发布《2020年空调行业白皮书》，围绕能效升级、健康转型、以旧换新、渠道变革四大方向，发布2020年空调品类发展战略，正式宣告成立行业首个“新一级能效联盟”。“新一级能效联盟”依托苏宁的全渠道资源，通过开展老能效清仓、新能效补贴、以旧换新及分期免息等绿色消费让利活动，加速新能效产品的普及推广，扩大绿色消费规模。

### 绿色生活

苏宁积极投身绿色环保公益，传递绿色生活理念，持续策划开展义务植树、旧物回收、公益跑等多种形式的公益活动，推动社会形成文明、健康、绿色、环保的生活方式。

多年来，苏宁公益平台（gongyi.suning.com）携手中国绿化基金会、中国生物多样性保护与绿色发展基金会、爱德基金会等发起“我有一片胡杨林”、“守护白鳍豚庇护所”等环保类公益项目，为促进生态环境和谐发展起到积极作用。

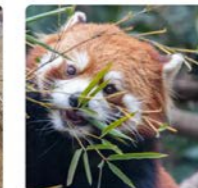
#### 自然保护



流浪动物爱心年夜饭  
无锡灵山慈善基金会  
已筹110万元 已筹123人



水安全，孩子才安全  
中国生物多样性保护与绿色发展基金会  
已筹1.89万元 已筹1127人



他们的城市家园  
爱德基金会  
已筹4.96704元 已筹155人



我有一片胡杨林（二期）  
中国绿化基金会  
已筹4.08757元 已筹613人

SUNSHINE  
MISSION

# 共享“智”果 普惠民生

增进民生福祉，厚植幸福根基。苏宁在注重经济、环境效益的同时，更重视发挥自身优势贡献社会美好发展，以零售优势激发贫困地区经济活力，深耕乡村振兴，在抗疫、教育、公益、慈善等方面担当有为，努力携手利益相关方共创幸福美好未来。



2020 年主要进展	主要涉及实质性议题	主要关联利益相关方
◎截至 2020 年，苏宁*累计共向社会捐赠资金与物资价值超过 23 亿人民币，开展公益活动超过百万人次参与，在抗击新型冠状病毒肺炎疫情期间，捐款捐物、免费服务、抗疫支出等方面累计投入超 10 亿元	精准扶贫及乡村振兴 抗击疫情 互联网公益	社区 政府 外部监督方

## 精准扶贫，振兴乡村

苏宁充分发挥各资源优势，通过扶贫实训店、中华特色馆、苏宁拼购等线上线下的渠道资源优势，打造立体扶贫模式，全力助推贫困地区农产品上行，推动农村产业升级，促进农村服务业发展，为返乡以及在当地农村青年创业就业提供更多支持，在脱贫攻坚和乡村振兴方面贡献苏宁力量。

### 扶贫有为 助农有行

苏宁切实贯彻党中央“坚决打赢脱贫攻坚战”号召，成立了由张近东董事长亲自挂帅的扶贫工作领导小组，在集团党委设立扶贫办公室，推进体系化扶贫工作。深入落实“产业扶贫、就业扶贫、教育扶贫、捐资扶贫”的“四扶脱贫”战略，践行“乡村振兴 521 计划”，推进“输血与造血相结合”，通过开展“产业扶贫”、“万企帮万村”、“东西部扶贫协作”等行动，帮助农民一步一步走出贫困，改善民生。

#### 多渠道流量赋能

推出“家在苏宁拼购”直播计划，利用苏宁线下门店主播+网红主播，对农户商品进行一对一帮扶计划，苏宁流量+直播带货。

#### 多重免费政策

提供免费电商运营课程，提供免费试用服务、苏宁智能客服机器人免费使用，免费店铺运营。

### 助农 18 项举措 帮助农户商品走 出来、卖出去

#### 入驻绿色通道开启

设置极速审核绿色通道，开通滞销农产品绿色通道，沟通合作供应商与原产地地方政府，积极洽谈困难农户接入平台，并给予帮扶。

#### 物流服务 1 对 1

针对新仓商户进行 1 对 1 服务，帮助农户将菜品从农地运向社区周边门店，实现从农地到餐桌的一站式运输。

#### 共享服务保障

对新仓配商家进行合同签订、入仓对接等 1 对 1 专属服务。为苏宁会员提供免费医生问诊、肺炎科普等服务，帮助商家快速了解员工健康情况，保障日常运营。

\* 本章节“苏宁“指”苏宁易购”及相关关联方。



### 产业扶贫 助力乡村振兴

苏宁结合自身发展经验，探索出一条产业助农脱贫道路。一是数字技术推动农业产业升级，通过前端市场需求的分析反向推动农产品、手工艺品等生产制造的产业化发展，努力培育契合市场需求的各类特色生产基地；二是以互联网平台推动农产品品牌化发展，通过打通农产品销售的各类线上线下平台，打造农产品交易会，实现农产品品牌升级；三是通过新业态推动农村消费升级，将全链路的零售能力向农村市场输出，真正助力实现“村强、民富、产业旺”。



▲ 2020年6月9日，“脱贫攻坚在江苏——苏宁·涟水产业扶贫项目启用仪式”在江苏涟水正式举行，苏宁捐资新建“苏宁·涟水百草园”项目，提升当地“中草药加工”的效率效益，为农户致富增收提供生产设施支持



▲ 苏宁先后在 111 个国家级贫困县开设 116 家扶贫实训店，直接解决贫困人员就业超 6000 人；并全力推进零售云发展，已累计开设超 8000 家，助力乡村市场消费升级。



▲ 苏宁充分发挥产业优势，全力推进苏宁村、农产品直采基地建设，助力农产品上行。



消费扶贫是社会力量参与脱贫攻坚的重要途径。苏宁积极推动消费扶贫数字化升级，利用线上线下深度融合优势和自身零售渠道参与消费扶贫，带动贫困地区特色农副产品销售、拓宽贫困户增收渠道，进而推进贫困地区产业发展纳入国内“大循环”体系。

2020年，在国务院扶贫办指导之下，苏宁第一时间成立专项工作组，全力推进消费扶贫月工作，统筹旗下的中华特色馆、苏宁拼购、苏宁家乐福、苏宁小店等线上线下体系，在8月底用短短两天时间迅速上线“苏宁消费扶贫专区”，助销各地扶贫产品。截至2020年底，苏宁依托中华特色馆、苏宁拼购、苏鲜生、苏宁超市等渠道，累计销售扶贫性质的农产品超过140亿元。



▲ 苏宁积极参与“消费扶贫月”行动，设立线上线下融合的“消费扶贫专区”，全力助销扶贫产品



▲ 2020年11月17日，苏宁作为唯一一家智慧零售企业，受邀在国务院扶贫办（现为国家乡村振兴局）主办的“全国消费扶贫月活动成果展示发布会”上分享消费扶贫模式及成果。



▲ 苏宁走进湖南湘西十八洞村、陕西商洛法官庙村、重庆奉节三沱村、甘肃古浪富民新村等地，开展电商直播等活动，全力助销当地特色产品。



▲ 苏宁在云南宾川县举办“消费扶贫数字化升级助力乡村产业振兴”论坛，探讨助力扶贫及乡村振兴成功经验。

### 开展“万企帮万村”精准扶贫行动

苏宁重点在江苏经济薄弱地区捐资打造产业基地，通过捐资兴建成子湖苏宁青虾产业基地、盱眙苏宁农业培训示范基地、滨海苏宁扶贫共建店等，全方位开展精准扶贫工作；向盐城阜宁、建湖等地开展扶贫捐赠，关注关心当地弱势群体，打出精准扶贫“组合拳”。

#### 苏宁帮扶的八里社区喜迎丰收

苏宁帮扶的八里社区是一个纯农业社区，2016 年被南京市确定为“经济薄弱社区”，苏宁从改善基础设施、带活产业入手，精准选址捐建四个水灌站，出资帮助社区修建道路，极大方便了村民和物流车辆进出，同时将八里社区的蔬菜、水果和其他农产品第一时间摆上苏宁旗下家乐福等店面的货架，拓宽农产品销路。现在的八里社区，农村富庶繁荣，农民增收致富。



▲ 八里社区葡萄进驻苏宁家乐福



▲ 八里社区的水稻迎来丰收时刻

“没有田里的四个水灌站，我们不会这么从容。真是越大的企业越从小处着手，越是名企越干在实处。”

——八里社区党总支书记耿礼珠

### 助力东西部扶贫协作显成效

苏宁向江苏省光彩事业基金会、南京市光彩事业基金会捐资，用于直接帮扶江苏和南京对口支援的贫困地区农业产业化发展；直接向陕西商洛捐赠，助力当地特色农业产业发展；在陕西、贵州、新疆地区的贫困乡村捐建 33 栋苏宁校舍、31 座苏宁桥、61 个苏宁阳光梦想中心，累计直接帮助师生超 30 万人次。

在江苏省对口支援的陕西、青海、贵州、新疆地区，以“消费扶贫”为中心，充分发挥线上线下融合的全场景优势，通过市场化方式，借助优先采购、销售推广、物流、金融等举措，拓展农产品上行通路，助力地区脱贫攻坚。



▲ 苏宁先后在陕西、贵州、云南等西部省份捐建苏宁校舍、苏宁桥、苏宁阳光梦想中心，累计受益超 30 万人次



### 看见新颜 多方赞赏

苏宁推进精准扶贫工作，扎实助力乡村振兴，获各方赞赏。

- 截至 2020 年底，
- ◆ 苏宁在以精准扶贫及乡村振兴为主体的公益慈善领域，累计捐赠资金与物资超 23 亿元。
- ◆ 在线上，依托苏宁拼购、中华特色馆等频道，惠及万余个贫困村，帮助众多贫困人口脱贫致富；在线下，深入乡村市场开设扶贫实体店、零售云店，全渠道助销农产品。
- ◆ 国务院扶贫开发领导小组向苏宁颁发“全国社会扶贫先进集体”、向张近东董事长授予“全国脱贫攻坚奉献奖”，苏宁多个扶贫项目荣获“中华慈善奖”。2021 年 2 月 25 日，党中央、国务院表彰全国脱贫攻坚先进个人先进集体，苏宁作为江苏省唯一民营企业入选先进集体，获得了这一扶贫领域的最隆重的殊荣。



▲ 苏宁荣获中共中央和国务院颁发的“全国脱贫攻坚先进集体”

## 同舟抗疫，复产保供

2020 年伊始，一场突如其来的新冠病毒肆虐神州大地，继而在全球不断蔓延，抗击疫情是全人类面临的共同挑战。疫情就是命令，防控就是责任。疫情爆发后，苏宁快速行动，第一时间成立抗疫保供领导小组，苏宁党员示范岗率先开展抗疫保供工作，出台保民生十大举措，全国店面、电商销售、采购、物流、客服等业务体系，全面参与到全国抗击疫情工作中来，全力以赴坚决打赢疫情防控阻击战。

“所有体系都要把保障和援助放在首位，坚守岗位保障百姓的生活所需，就是我们最大的责任。”

——苏宁易购集团董事长张近东

### 全力提供物资、服务支持

苏宁发挥全球供应链资源优势，第一时间紧急支援武汉防疫物资，开辟物流绿色通道，补贴稳定物价。把自身的智慧优势与社会共享，上线资深医师健康在线义诊，上线“驰援武汉疫情”公益项目开启爱心捐赠通道助力抗疫，开放“苏宁豆芽”协同办公服务计划等举措支持防疫战，为共同抗击疫情加码。

截至 2020 年底，苏宁在捐款捐物、免费服务、抗疫支出等各方面累计投入已超过 10 亿元，并紧急组织超过 50 亿元的防疫和民生物资，全渠道平价供应市场。

### 着眼疫情一线，苏宁打通“绿色通道”为武汉抗击疫情保驾护航

疫情发生后，苏宁第一时间在武汉建立一线支援团队，设立防疫专项基金，急速支援雷神山、火神山及方舱医院建设，捐赠急需的空调、医用冰箱、饮水设备等关键设施；建立起云南地头到湖北一线医院的“一日达”通道，为湖北医院捐献了上百吨蔬菜；成立湖北绿色运输专项小组，开辟物流绿色通道，专线电话 95315 免费为公益组织和机构提供物资运输支持，疫情期间苏宁物流仓储和快递人员、5800 多辆运输车辆坚守一线。截至 2020 年 3 月底，苏宁物流抗疫物资绿色通道累计发车 34 辆次，运送抗疫物资 350 吨。面向湖北疫区，苏宁陆续送达 60 万只口罩、77 万双医用手套、70 吨消毒水等防疫急需紧缺物资。



▲ 苏宁向武汉及湖北医院捐赠上百吨蔬菜现摘现运一日达



▲ 面向湖北地区捐赠防疫急需紧缺物资

### ◎ 做好抗疫物资保障

春节期间苏宁员工坚守一线，通过苏宁易购线上平台、家乐福等为消费者提供送达服务，让全国人民在特殊时期能吃上新鲜、平价的蔬菜。家乐福中国管理团队承诺春节期间民生用品不涨价，蔬菜价格与日常基本持平，同时针对武汉及全国范围都提前备好充足货量，及时补货洗手液、消毒液、清洁剂、消毒柜、空气净化器等产品，助力全国范围的防疫工作。



### ◎ 贡献苏宁智慧，普惠远程办公

2020年1月28日，苏宁科技宣布免费开放“苏宁豆芽”协同办公服务计划，面向苏宁合作伙伴以及全社会企业与相关社会组织，为了提供更专业的服务支持，苏宁成立专门的服务团队，7\*24小时响应全社会的需求。“苏宁豆芽”开放的功能有即时通讯、通用办公应用套件、音视频会议、跨企业虚拟团队等，在疫情期间减少会面沟通的同时确保供应链协作效率、各组织协作不受影响，为各企业组织之间能够正常快速运转共享苏宁智慧。

## 精准施策 复工复产

苏宁严格遵守复工时间规定，发口罩、报动态、延复工，把员工安全放在第一位的同时，花式举措护员工周全，有序开展复工复产，让疫情防控和生产经营同向共促。同时，苏宁的服务也“不打烊”，春节期间，苏宁帮客数万名服务工程师坚守岗位，逆行向前，志愿服务隔离区，为疫情下消费者的生活保驾护航，发挥自身供应链、金融、物流等优势，全力支持社会企业复工复产。

### ◎ 抗疫一线设备安装有苏宁

2020年1月27日，无锡市宜兴紧急建立新型冠状病毒感染集中医学观察点，苏宁物流送货人员与帮客工程师在道路受阻和高危工作环境下，成功安装调试首批热水器，有力地协助解决第一批观察人员进驻的紧急战情，当天，苏宁帮客服务工程师携手苏宁物流火箭哥为重庆医科大学附属第二医院送货安装热水器。之后，苏宁帮客服务工程师相继完成天津人民医院、无锡宜兴医学观察区、内江市第六人民医院、泰安东平人民医院、烟台莱山区第四人民医院等疫情隔离区空调、热水器等电器的免费安装，全力支持疫情防控第一线的工作！

### ◎ 苏宁全球供应链驰援防疫战：



< 第一时间向湖北地区捐赠送达60万只口罩、77万双医用手套等防疫紧缺物资



< 苏宁国际 & 国际米兰捐赠物资，为武汉加油



< 100万件防护物资从日本火速运抵清关



< 苏宁支援江苏援鄂医疗队



▲ 苏宁物流工人及时配送亟需的电器



▲ 苏宁帮客为重庆医科大学附属第二医院隔离室安装热水器



▲ 苏宁帮客安装师傅“全副武装”为烟台莱山区第四人民医院进行空调安装

### 开展“拼光湖北货”专题活动

疫情期间，借助苏宁易购助农会场、苏宁易购中华特色馆、苏宁生鲜、苏宁拼购、苏宁推客、苏小团社群等渠道资源同步推广湖北农产品。2020年2月至11月，组织1000家湖北区域农产品企业店铺，进行100余场专场线上促销活动，助力湖北农产品加速流通，走出疫情阴霾。



### “跨界共享员工”为复工复产提供人力保障

为了更好地控制疫情蔓延，很多企业都选择暂时停业，员工无班上，但是超市、物流等民生行业却由于抗击疫情的需要，对人员的需求逆势增加。为了更好地解决受疫情影响出现的劳动力供需不平衡问题，苏宁全面推动家乐福、苏宁物流等业务的劳动力优化配置。在内部，苏宁依托“跨界共享员工”，推动场景零售中其他产业体系上千名员工的跨产业调配，重点支援家乐福各门店的“一小时达”到家业务的拣配服务；在外部，家乐福、苏宁物流也向全社会发起“召集令”，募集暂时歇业人员到岗，成为抗疫和经济恢复的中坚力量。

### 担当作为 感恩常在

截至2020年底，苏宁在捐款捐物、免费服务、抗疫支出等各方面累计投入已超过10亿元，并紧急组织超过50亿元的防疫和民生物资，全渠道平价供应市场。

获得各方感谢信，感谢苏宁的付出和担当：



## 社区关怀，传递爱心

作为企业公民，苏宁始终坚持“社会化企业”的定位，积极进行公益的探索与实践，持续打造“阳光 1+1”等苏宁公益品牌，把智慧和快乐传递给利益相关方，为社会美好发展贡献苏宁力量。截至 2020 年底，共向社会捐赠资金与物资价值超过 23 亿，开展公益活动超过百万人次参与，荣获 6 次“中华慈善奖”。

## 为特殊群体 奉献苏宁爱心

苏宁公益始终关注孤弃儿童、特困人员、困难残疾人、农村留守老人、留守儿童、留守妇女等特殊群体，积极与相关方向的公募基金会开展合作，分析群众关心的社会热点和公众需求，积极普及基本医疗技能，致力于提升社会幸福指数。

2020 年，苏宁公益发起并大力推广了母亲邮包（关爱山区贫困母亲）、蓝色爱星计划（关爱自闭症儿童）、心的希望（关爱贫困先心病患儿）、急救救护培训（向普通人推广、培训急救技能）等公益项目，将特别的爱给到迫切需要帮助的人们。尤其是在关爱自闭症儿童方面，深入整合了苏宁产业资源，围绕“蓝色爱星计划”打造品牌性公益项目。

## 积极自主开发互联网 公益创新产品

苏宁公益平台（gongyi.suning.com）是民政部指定的慈善组织互联网募捐信息平台之一。自上线以来，其坚持落实行业标准，积极与研发团队对接，每月对平台进行产品升级迭代，不断优化捐赠用户和慈善组织的使用体验，促进平台有序发展。

苏宁公益平台坚持落实行业标准，积极与研发团队对接，每月对平台进行产品升级迭代，不断优化捐赠用户和慈善组织的使用体验，促进平台有序发展。

### 丰富平台功能，延伸交互场景

苏宁积极自主开发两款互联网公益创新产品：①“益起走”行走捐公益游戏，由苏宁易购 app 多款互动游戏接口进入，通过行走、签到、公益捐款等方式获取爱心和会员云钻，爱心可捐赠公益项目并由苏宁兑现为现金捐赠；②“苏宁益品”计划，通过与商户签约的形式，将商户商品的部分收益捐赠到对应公益项目。苏宁凭借电商平台优势，运用互联网公益产品在引导普通用户和商家参与到公益活动的同时，也增强了公益活动的互动性，让普通消费者获得更强的公益事业参与感。



“益起走”小游戏及“苏宁益品”绑定商品



“母亲邮包”公益项目



“蓝色爱星计划”自闭症儿童画展



苏宁专场公益献血



志愿者看望老人



携手抗洪重建幸福家园

## “线上 + 线下” 一体化公益推广

苏宁一直致力于探索“线上 + 线下”一体化融合的公益模式，通过整合线上苏宁易购和相关 APP 各个资源位，以及线下城市地铁、线下苏宁易购门店的大屏资源，为公益项目推广争取流量导入，为平台上的公益项目做推广曝光，形成自身有特色的公益推广路径。



# 展望

LOOK INTO THE FUTURE



## 第三方评价

THIRD PARTY EVALUATION

### 殷格非

金蜜蜂智库首席专家、ISO 26000 利益相关方全球网络 (SGN) 联席秘书长



苏宁始终坚持“社会化企业”的定位，与利益相关方风雨共命运，形成以“阳光使命”为核心，价值使命、共赢使命、服务使命、员工使命、环境使命、和谐使命六大模块的社会责任价值体系，走出一条多方共享共赢的可持续发展之路。具体而言，苏宁专注为客户提供优质服务，持续向伙伴输出价值，大力推动绿色物流和绿色运营，努力为员工营造良好工作氛围，并充分发挥自身优势贡献疫情防控、精准扶贫及乡村振兴，在自身稳健发展的同时致力为社会创造更大的价值。希望苏宁在新征程上继续坚守定位，以担当的初心和持续的创新，与利益相关方携手共赢美好未来。

### 裴亮

中国连锁经营协会会长



疫情来袭，零售行业历经寒冬。面对疫情带来的行业危机，苏宁专注服务，积极探索，提升数字化水平，发力线上线下全渠道业务，为整个行业提供了破局之路范本。30岁的苏宁不忘初心，迈向前方、带动行业繁荣的步伐愈加坚定，持续加强对零售行业的开放赋能，全面由“零售商”升级为“零售服务商”，帮助更多的中小零售商成功，让用户更便捷地获得优质服务，持续在绿色发展、和谐社会等领域深耕探索，致力推动企业、行业乃至社会可持续发展，打造零售服务标杆。

### 刘成斌

华中科技大学 社会学院副院长、教授、博士生导师



苏宁易购发布的第13年份社会责任报告保持了以往的高水准，栉风沐雨三十载，我为苏宁在社会责任之路上取得的累累硕果感到高兴。通过今年的报告，可以充分感受到苏宁围绕阳光使命，对可持续发展的思考愈加成熟，前瞻性创新性的履责行动让人印象深刻，同时严格遵守国内外报告编制规范和要求，体现出苏宁参与变革世界的力量和价值。整体来说，报告结构清晰、内容完整、绩效丰富、图片优美，给利益相关方很好的阅读体验，也为其他企业提供了参考和借鉴的典范，这是一份零售行业高质量的社会责任报告。期待苏宁在下一个三十年不断突破，用智慧创造更美好的未来。

### 陈元桥

中国标准化研究院研究员



过去三十年，苏宁始终坚守初心持续创业、顺应时代不断创新转型，实现了从空调专营到全场零售的华丽蜕变，见证并促进了中国零售业发展。新冠肺炎疫情为零售行业带来的商业变化既是挑战，也是机遇，疫情加速了苏宁的数字化转型，加快了苏宁从“零售商”全面升级为“零售服务商”的脚步。未来，希望苏宁加强零售基础能力的开放赋能，推动行业和传统企业转型升级，帮助更多的中小零售商成功，让苏宁的价值在零售行业内焕发出新的活力。

围绕“阳光使命”，苏宁不断在经济、社会、环境多方面开展社会责任实践，企业价值与利益相关方共享，不仅为利益相关方带来阳光和温暖，也为苏宁的可持续发展赋能蓄力。未来，苏宁将继续坚守初心，用智慧应对发展中的机遇和挑战。

#### ◎ 聚焦零售

我们将聚焦零售主业，在业务层面做精做深、做专做强、做好做优，进一步聚焦商品供应链、用户运营、服务建设、技术能力四个方面的基础能力建设，构建智慧零售的创新机制。

#### ◎ 深化服务

我们将持续加强在实业智造、乡村振兴、小微企业、双循环发展四个重点领域的服务，大力加强海外采购和跨境业务，丰富国内供给，做双循环发展的探索者和实践者。

#### ◎ 智启美好

我们将进一步推动员工组织管理、奖励激励机制的变革，携手员工共同进步。我们将继续结合自身资源优势，支持拓展教育事业，投身公益慈善活动，助力和谐社会建设。

**功崇惟志，业广惟勤。**2021年，苏宁将进一步强化做社会化企业的定位，聚焦零售主业，赋能行业发展、服务社会创业，围绕中国供给侧结构性改革和现代化发展的主旋律，畅通国内经济大循环，实现高质量发展、高水平发展，与社会共享苏宁智慧价值。

◎ 2020 年苏宁及关联公司 CSR 相关荣誉

时间	奖项名称	颁奖单位
1月10日	中国时间·推动中国·攻坚奖	中国经济网
4月9日	2019年杰出贡献奖(获奖单位为苏宁控股集团有限公司)	中国扶贫基金会
5月13日	中国企业社会责任领先指数苏宁42名	人民日报
8月13日	第五届“江苏慈善奖”最具爱心慈善捐赠单位(获奖单位为苏宁控股集团有限公司)	江苏省人民政府
8月13日	第五届“江苏慈善奖”最具影响力慈善项目(获奖单位为苏宁控股集团有限公司)	江苏省人民政府
8月21日	2020年“南京榜样 最美互联网人”先进单位奖(获奖单位为苏宁控股集团有限公司)	南京市网信办
10月16日	2020网络扶贫十大案例——《苏宁乡村精准扶贫公益项目》(获奖单位为苏宁控股集团有限公司)	中央网信办信息化发展局指导、中国网络社会组织联合会主办
11月6日	江苏省网络扶贫优秀案例荣誉奖——《扶贫实训店项目》	江苏省委网信办、江苏省发改委、江苏省扶贫办、江苏省工信厅、江苏省通信管理局
11月6日	第三届江苏“十佳网络公益达人”——苏宁网络公益志愿者团队(获奖团队为苏宁公益团队)	江苏省委网信办
11月26日	2020全省抗击新冠肺炎疫情先进集体	中共江苏省委、江苏省人民政府
11月27日	2020“中国益公司”企业社会责任评选“抗击疫情创新实践杰出企业”奖(获奖单位为苏宁控股集团有限公司)	腾讯新闻
12月13日	抗击新冠肺炎疫情突出贡献会员企业(获奖单位为苏宁控股集团有限公司)	全联房地产商会和党建工委
12月14日	第十五届人民企业社会责任奖(获奖单位为苏宁控股集团有限公司)	人民日报社指导、人民网主办
12月23日	中华慈善奖“慈善项目奖”(获奖单位为苏宁控股集团有限公司)	民政部

◎ 核心绩效

	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年
营业收入(单位:亿元人民币)	1485.85	1879.28	2449.57	2692.29	2522.96
海内外各类自营门店数量(单位:个)	3491	3867	8881	3630*	2649
海内外各类加盟门店数量(单位:个)	0	39	2071	4586	7137
供应商《阳光承诺书》签订率(单位:%)	100	100	100	100	100
人均培训时间(单位:小时)	82.50	85.85	89	96	180.7*
门店年均每小时每百平米用电量(单位:度)	—*	2.7544	2.7518	2.7301	2.1831
门店单位平米每月用水量(单位:吨)	—*	0.1680	0.1097	0.0895	0.0591

3630\* 苏宁小店和LAOX于2019年内出表,本次门店数量统计截至2019年12月31日,因此其门店不在本次统计范围内。

180.7\* 苏宁自有员工、合伙人线下集训、在在线学习数据。2020年受疫情影响主要采用线上培训方式,同时全面推行合伙人制,通过赋能学院,对合伙人进行终端赋能,人均培训时长有所提升。

—\* 为提升计算科学准确性,对2017年及以后门店用电、用水计算公式进行了调整。

◎ 联合国 2030 可持续发展目标

2016年1月1日,联合国2030年可持续发展议程正式生效。《议程》中提出了17项可持续发展目标(SDGs)及169项具体目标,致力于消除一切形式的贫穷、实现平等和应对气候变化,同时确保没有一个人掉队。

中国积极响应和推动可持续发展议程的落实,秉持创新、协调、绿色、开放、共享的发展理念,推动经济高质量发展,全面深入贯彻落实2030年可持续发展议程。

零售行业作为连接消费者和生产者的桥梁,通过创新发展,支撑政府并联合其他产业、消费者共同服务于这些目标的达成。苏宁易购从自身实际出发,以实际行动与可持续发展目标对接,贡献企业参与变革世界的价值。

联合国 2030 可持续发展目标	苏宁易购实践
<b>1 无贫穷</b> 	目标 1: 在全世界消除一切形式的贫困 践行“四扶脱贫”战略、“乡村振兴 521 计划”,推进“输血与造血相结合”;通过建设苏宁村、中华特色馆、零售云门店、扶贫实训店,发展线上线下联动的电商扶贫模式,大力开展消费扶贫、电商扶贫、教育扶贫、就业扶贫、捐资扶贫等公益活动。
<b>2 零饥饿</b> 	目标 2: 消除饥饿,实现粮食安全,改善营养状况和促进可持续农业 将企业资源嵌入行业、扎根农村、融入社会,发挥全球供应链资源优势,为农产品提供便捷销售渠道,助力乡村振兴。
<b>3 良好健康与福祉</b> 	目标 3: 确保健康的生活方式,促进各年龄段人群的福祉 在突发疫情面前坚决保障员工生命安全,优化提升员工工作环境,提供义诊等服务;开放“苏宁豆芽”普惠远程办公,开辟物流绿色通道,补贴稳定物价。
<b>4 优质教育</b> 	目标 4: 确保包容和公平的优质教育,让全民终身享有学习机会 建立慈善公开募捐信息平台,通过公益活动如“苏宁校舍”“梦想大篷车”“江苏省希望工程圆梦行动”等支持教育事业的发展;依据员工需求提供相匹配的课程。
<b>5 性别平等</b> 	目标 5: 实现性别平等,增强所有妇女和女童的权能 奉行非歧视的用工政策,实行同工同酬;提供产假、哺乳假等,关爱女性员工。
<b>6 清洁饮水和卫生设施</b> 	目标 6: 为所有人提供水和环境卫生并对其进行可持续管理 制定环保规划,鼓励员工节水、节电、绿色出行。
<b>7 经济适用的清洁能源</b> 	目标 7: 确保人人获得负担得起的、可靠和可持续的现代能源 将绿色理念融入业务运营的全流程,打造绿色门店、号召绿色办公、建设节能高效数据中心。
<b>8 体面工作和经济增长</b> 	目标 8: 促进持久、包容和可持续经济增长,促进充分的生产性就业和人人获得体面工作 通过搭建零售云、拼购村、扶贫实训店等平台,支持创新创业;疫情期间开展线上招聘,确保招聘顺利进行;保障员工合法权益,完善薪酬福利待遇。

联合国 2030 可持续发展目标	苏宁易购实践
<b>9 产业、创新和基础设施</b> 	目标 9: 建造具备抵御灾害能力的基础设施, 促进具有包容性的可持续工业化, 推动创新 强化供应链国际化布局, 持续引入全球高品质的服务和产品, 致力搭建全场景、全渠道、全品类的智慧零售版图。
<b>10 减少不平等</b> 	目标 10: 减少国家内部和国家之间的不平等 苏宁发展带动社会共同发展, 让员工和社会民众共享发展成果; 拓展海外合作伙伴, 链接国外优质资源, 将更多的海外优质商品和前沿技术引进国内。
<b>11 可持续城市和社区</b> 	目标 11: 建设包容、安全、有抵御灾害能力和可持续的城市和人类住区 “苏宁生活帮”全场景化提供便民服务; 利用电商提升农民应对灾害能力; 疫情爆发后第一时间捐资捐物, 全国店面、电商销售、采购、物流、客服等业务体系迅速加入, 助力抗击疫情。
<b>12 负责任消费和生产</b> 	目标 12: 采用可持续的消费和生产模式 通过智慧供应链建设, 精准匹配供需关系; 践行绿色采购; 推动绿色消费; 积极倡导绿色生活, 向员工和消费者传递绿色理念。
<b>13 气候行动</b> 	目标 13: 采取紧急行动应对气候变化及其影响 构建绿色物流生态圈, 通过绿色仓储, 绿色运输, 绿色包装来推动物流减量化、绿色化、可循环发展; 成立环保项目组, 为公司自然资源的利用和各类气体排放等制定长期环保规划, 并将绿色运营理念融入到建筑、业态、服务等方方面面。
<b>14 水下生物</b> 	目标 14: 保护和可持续利用海洋和海洋资源以促进可持续发展 减少塑料及制品的使用, 从而减少塑料对海洋环境带来的影响。
<b>15 陆地生物</b> 	目标 15: 保护、恢复和促进可持续利用陆地生态系统, 可持续管理森林, 防治荒漠化, 制止和扭转土地退化, 遏制生物多样性的丧失 减少物流环节对纸箱的消耗, 回收和共享快递箱; 推广实施无纸化办公、文件双面打印、人走灯闭、电器节能改造等举措。
<b>16 和平、正义与强大机构</b> 	目标 16: 创建和平、包容的社会以促进可持续发展, 让所有人都能诉诸司法, 在各级建立有效、负责和包容的机构 严格遵守法律法规, 坚持“惩防并举”方针, 畅通反腐倡廉渠道, 将“公平公正共赢”的理念融入线上线下, 自觉接受媒体与社会公众监督; 开展民主管理, 听取和回应员工诉求。
<b>17 促进目标实现的伙伴关系</b> 	目标 17: 加强执行手段, 重振可持续发展全球伙伴关系 创新合作模式, 定期召开供应商大会, 合作举办行业发展论坛, 汇聚全球资源, 促进行业发展。

## ◎ GRI Standards 指标索引

本报告遵循 GRI 可持续发展报告标准 (GRI Standards) 的核心方案编写。\*

	指标编号和描述	状态	报告章节	简要说明
1. 组织概况	102-1 组织名称	披露充分	关于我们	苏宁易购集团股份有限公司
	102-2 活动、品牌、产品和服务	披露充分	关于我们	苏宁易购集团股份有限公司是中国领先的智慧零售服务商, 经营品类涵盖家电、母婴、百货、超市等
	102-3 总部位置	披露充分	关于我们	中国江苏南京
	102-4 经营位置	披露充分	关于我们	海内外
	102-5 所有权与法律形式	披露充分	关于我们	民营企业
	102-6 服务的市场	披露充分	关于我们	海内外
	102-7 组织规模	披露充分	关于我们	拥有 9786 家互联网门店
	102-8 关于员工和其他工作者的信息	披露充分	凝聚“智”慧, 共同成长	员工男女比例 0.62:1
	102-9 供应链	披露充分	绽放“智”能, 极速发展	不断强化供应链国际化布局, 苏宁的供应链已覆盖 100 多个国家和地区, 在日本、美国、欧洲等地都已实现落地
	102-10 组织及其供应链的重大变化	披露充分	关于我们	未发生重大变化
	102-11 预警原则或方针	披露充分	公司治理	苏宁完善内控自评管理规范与工作机制, 组织开展内控自评; 以监察 / 审计 + 体系稽核 / 财务 / 人事 + 各业务管理层形成风控三道防线, 共同防范经营管理风险
2. 战略	102-14 高级决策者的声明	披露充分	董事长致辞	——
	102-15 关键影响、风险和机遇	披露充分	关于我们	苏宁对企业可持续发展的挑战和机遇进行深入分析, 并融入战略决策中
3. 道德和诚信	102-16 价值观、原则、标准和行为规范	披露充分	社会责任管理	苏宁“阳光使命”
	102-17 关于道德的建议和关切问题的机制	披露充分	公司治理	苏宁始终坚持“惩防并举”的方针, 并向全员发文要求不允许收受贿赂, 高管带领全员专项学习
4. 管治	102-18 管治架构	披露充分	公司治理	——

\* 根据实质性, 选取部分指标进行对标



	指标编号和描述	状态	报告章节	简要说明
5. 利益相关方参与	102-40 利益相关方群体列表	披露充分	社会责任管理	——
	102-41 集体谈判协议	披露充分	凝聚“智”慧，共同成长	集体合同覆盖率 100%
	102-42 利益相关方的识别和遴选	披露充分	社会责任管理	——
	102-43 利益相关方参与方针	披露充分	社会责任管理	——
	102-44 提出的主要议题和关切问题	披露充分	社会责任管理	——
6. 报告实践	102-45 合并财务报表中所涵盖的实体	披露充分	关于本报告	欲了解详细信息，可参阅苏宁《2020 年年度报告》
	102-46 界定报告内容和议题边界	披露充分	关于本报告	报告涵盖苏宁易购集团股份有限公司及其子公司
	102-47 实质性议题列表	披露充分	社会责任管理	——
	102-48 信息重述	披露充分	关于我们	无重述信息
	102-49 报告变化	披露充分	社会责任管理	无重大变化
	102-50 报告期	披露充分	关于本报告	报告时间跨度是 2020 年 1 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日，部分信息超出以上时间范围
	102-51 最近报告日期	披露充分	关于本报告	上一次报告发布时间为 2020 年 4 月 17 日
	102-52 报告周期	披露充分	关于本报告	每年发布一次
	102-53 有关本报告问题的联系人信息	披露充分	报告反馈	stock@suning.com
	102-54 符合 GRI 标准进行报告的声明	披露充分	关于本报告	本报告编制采用全球报告倡议组织 (GRI)《可持续发展报告标准》(GRI Standards)
102-55 GRI 内容索引	披露充分	附录	——	
GRI 201: 经济绩效	GRI 103: 管理方法披露	披露充分	社会责任管理；绽放“智”能，极速发展	苏宁聚焦零售主业，持续夯实零售核心能力建设
	议题专项披露	披露充分	绽放“智”能，极速发展	营业收入 2522.96 亿元
	议题专项披露	披露充分	竭尽“智”谋，守护生态	苏宁严格保护生态环境的前提下，全面提高资源利用效率，加快推动绿色发展，大力推广绿色物流、绿色运营、绿色采购及绿色生活

	指标编号和描述	状态	报告章节	简要说明
GRI 203: 间接经济影响	GRI 103: 管理方法披露	披露充分	生态“智”享，合作共赢；共享“智”果，普惠民生	苏宁致力于推动行业进步、贡献社会发展
	议题专项披露	披露充分	生态“智”享，合作共赢	苏宁重视战略合作、政企合作、行业推动，为社会创造更大价值
	议题专项披露	披露充分	共享“智”果，普惠民生	苏宁坚持“社会化企业”的定位，积极进行公益的探索与实践，把智慧和快乐传递给利益相关方，为社会美好发展贡献力量
GRI 205: 反腐败	GRI 103: 管理方法披露	披露充分	公司治理	苏宁始终坚持“惩防并举”的方针
	议题专项披露	披露充分	公司治理	苏宁向全员发文要求不允许收受贿赂，高管带领全员专项学习；针对典型商业贿赂案件，网站发布执纪信息 19 篇，累计阅读人数 20 万+，召开 10 次案情通报及劝诫谈话，对 2 个体系中高层进行现场廉洁培训；签订廉洁承诺书
GRI 206: 不正当竞争行为	GRI 103: 管理方法披露	披露充分	公司治理	苏宁坚持公开、公正、公平、诚信，严格执行《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，与所有供应商签订《阳光承诺书》，加强对员工诚实守信的宣传教育 and 培训，订立“阳光公约”
	议题专项披露	披露充分	公司治理	未发生针对不正当竞争行为、反托拉斯和反垄断实践的法律诉讼
GRI 302: 能源	GRI 103: 管理方法披露	披露充分	竭尽“智”谋，守护生态	苏宁全面提高资源利用效率，加快推动绿色发展，大力推广绿色物流、绿色运营、绿色采购及绿色生活
	议题专项披露	披露充分	竭尽“智”谋，守护生态	苏宁电子签章使用破 1 亿次，节省纸张约 4 亿张，相当于少砍 13 万棵树；文印量同比下降 35.55%，可节约纸张约 118.6 万张，等于挽救了 395 棵树木
	议题专项披露	披露充分	绿色运营	苏宁易购门店每小时每平方米用电同比下降 20.04%
	议题专项披露	披露充分	绿色物流	苏宁物流持续全面推广使用循环中转袋，并对扫码设备进行了升级，提高工作效率及扫码准确率，循环中转袋使用率已达 90% 以上，预计全年可节约使用 4000 万个一次性编织袋

	指标编号和描述		状态	报告章节	简要说明
GRI 305: 排放	GRI 103: 管理方法披露	对实质性议题及其边界的说明; 管理方法及其组成部分; 管理方法的评估	披露充分	竭尽“智”谋, 守护生态	苏宁始终坚持走绿色低碳发展之路, 将绿色理念融入业务运营的全流程, 通过打造绿色门店、号召绿色办公、建设节能高效数据中心等多措并举, 推动形成绿色低碳的生产生活方式
	议题专项披露	305-5 温室气体减排量	披露充分	绿色运营	苏宁积极打造绿色数据中心, 通过提高供水温度与末端设备出风温度, 以及关闭备用设备等手段减少用电量, 降低温室气体排放量, 其中, 在2020年数据中心服务器设备数量增长9.88%的情况下, 数据中心全年用电量仅增长0.4%
GRI 401: 雇佣	GRI 103: 管理方法披露	对实质性议题及其边界的说明; 管理方法及其组成部分; 管理方法的评估	披露充分	凝聚“智”慧, 共同成长	苏宁依法规范招用员工, 实行劳动合同入职签订一体化, 尊重和维持中国政府签署的国际人权公约和劳工标准, 严禁和抵制任何形式的雇佣童工
	议题专项披露	401-2 提供给全职员工(不包括临时或兼职员工)的福利  401-3 育儿假	披露充分  披露充分	保障员工权益  保障员工权益	苏宁员工享有相关法律法规规定的福利待遇, 以及各类补贴和假期  苏宁员工享有产假、哺乳假、陪产假等假期及生育保险费
GRI 403: 职业健康与安全	GRI 103: 管理方法披露	对实质性议题及其边界的说明; 管理方法及其组成部分; 管理方法的评估	披露充分	凝聚“智”慧, 共同成长	苏宁建立完善安全生产作业管理规范和配套培训、监督体制、定期演练机制, 实行严格的上岗“资格认证”制度
	议题专项披露	403-2 工伤类别, 工伤、职业病、损失工作日、缺勤等比率  403-4 工会正式协议中的健康与安全议题	披露充分  披露充分	保障员工权益  关心员工生活	员工工伤发生率0.02%  苏宁将健康与安全议题纳入工会正式协议
GRI 404: 培训与教育	GRI 103: 管理方法披露	对实质性议题及其边界的说明; 管理方法及其组成部分; 管理方法的评估	披露充分	凝聚“智”慧, 共同成长	苏宁坚持“自主培养、内部提拔”的原则, 围绕智慧零售发展持续优化内部梯队、社招梯队、1200 梯队的人才培养体系
	议题专项披露	404-1 每名员工每年接受培训的平均小时数  404-2 员工技能提升方案和过渡协助方案	披露充分  披露充分	促进员工成长  促进员工成长	人均培训时长 180.7 小时  苏宁通过“1200 工程”、“互联网店长工程”、中层管理梯队工程、千名维修技术蓝领工程等人才培养工程的持续推进, 培养一大批精干、专业的管理人才和技术人才
GRI 405: 多元化与平等机会	GRI 103: 管理方法披露	对实质性议题及其边界的说明; 管理方法及其组成部分; 管理方法的评估	披露充分	凝聚“智”慧, 共同成长	苏宁杜绝强制劳动和歧视现象的发生, 实行男女同工同酬, 公平和公正对待全体员工
	议题专项披露	405-1 管治机构与员工的多元化  405-2 男女基本工资和报酬的比例	披露充分  披露充分	保障员工权益  保障员工权益	员工男女比例 0.62:1; 注重特殊群体和特殊时期员工权益保障  苏宁遵循同工同酬原则

	指标编号和描述		状态	报告章节	简要说明
GRI 406: 反歧视	GRI 103: 管理方法披露	对实质性议题及其边界的说明; 管理方法及其组成部分; 管理方法的评估	披露充分	凝聚“智”慧, 共同成长	苏宁促进平等就业, 公平和公正对待全体员工
	议题专项披露	406-1 歧视事件及采取的纠正行动	披露充分	保障员工权益	报告期内未发生歧视事件
GRI 409: 强迫或强制劳动	GRI 103: 管理方法披露	对实质性议题及其边界的说明; 管理方法及其组成部分; 管理方法的评估	披露充分	凝聚“智”慧, 共同成长	苏宁尊重和维护中国政府签署的国际人权公约和劳工标准, 杜绝强制劳动和歧视现象的发生
	议题专项披露	409-1 具有强迫或强制劳动事件重大风险的运营点和供应商	披露充分	保障员工权益	报告期内未发生强迫或强制劳动事件
GRI 413: 当地社区	GRI 103: 管理方法披露	对实质性议题及其边界的说明; 管理方法及其组成部分; 管理方法的评估	披露充分	共享“智”果, 普惠民生	苏宁以零售优势激发贫困地区经济活力, 深耕乡村振兴, 在抗疫、教育、公益、慈善等方面担当有为
	议题专项披露	413-1 有当地社区参与、影响评估和发展计划的运营点  413-2 对当地社区有实际或潜在重大负面影响的运营点	披露充分  披露充分	社区关怀, 传递爱心  社区关怀, 传递爱心	苏宁坚持“社会化企业”的定位, 积极进行公益的探索与实践, 持续打造“阳光 1+1”等苏宁公益品牌, 把智慧和快乐传递给利益相关方  无实际或潜在重大负面影响的运营点
GRI 414: 供应商社会评估	GRI 103: 管理方法披露	对实质性议题及其边界的说明; 管理方法及其组成部分; 管理方法的评估	披露充分	生态“智”享, 合作共赢	苏宁与供应商签订《阳光承诺书》, 签订率为 100%
	议题专项披露	414-2 供应链对社会的负面影响以及采取的行动	披露充分	生态“智”享, 合作共赢	供应链未发生负面影响
GRI 416: 客户健康与安全	GRI 103: 管理方法披露	对实质性议题及其边界的说明; 管理方法及其组成部分; 管理方法的评估	披露充分	服务“智”先, 极致体验	苏宁保持始终如一的服务初心, 专注好产品、好服务, 以智慧零售不断提升物流速度以及服务效率, 打造极致的用户体验
	议题专项披露	416-2 涉及产品和服务的健康与安全影响的违规事件	披露充分	服务“智”先, 极致体验	未发生违规事件

	指标编号和描述	状态	报告章节	简要说明	
GRI 417: 营销与标识	GRI 103: 管理方法披露	对实质性议题及其边界的说明; 管理方法及其组成部分; 管理方法的评估	披露充分	服务“智”先, 极致体验	欲了解详细信息, 可参阅苏宁网站顾客服务 <a href="http://www.suning.cn/cms/servicePrinciple/index.htm">http://www.suning.cn/cms/servicePrinciple/index.htm</a>
	议题专项披露	417-1 对产品和服务信息与标识的要求	披露充分	服务“智”先, 极致体验	欲了解详细信息, 可参阅苏宁网站顾客服务 <a href="http://www.suning.cn/cms/servicePrinciple/index.htm">http://www.suning.cn/cms/servicePrinciple/index.htm</a>
		417-2 涉及产品和服务信息与标识的违规事件	披露充分	服务“智”先, 极致体验	未发生违规事件
		417-3 涉及市场营销的违规事件	披露充分	服务“智”先, 极致体验	未发生违规事件
GRI 418: 客户隐私	GRI 103: 管理方法披露	对实质性议题及其边界的说明; 管理方法及其组成部分; 管理方法的评估	披露充分	服务“智”先, 极致体验	苏宁重视用户信息保护, 以及用户选择权及隐私权保障
	议题专项披露	418-1 与侵犯客户隐私和丢失客户资料有关的经证实的投诉	披露充分	消费提质	未发生违规事件
GRI 419: 社会经济合规	GRI 103: 管理方法披露	对实质性议题及其边界的说明; 管理方法及其组成部分; 管理方法的评估	披露充分	公司治理	苏宁始终严格遵守法律法规, 建立法律风险管理制度体系, 夯实法律合规管理机制, 确保产品和项目的合规性
	议题专项披露	419-1 违反社会与经济领域的法律和法规	披露充分	公司治理	未发生违规事件

## 报告反馈

### 反馈意见表

尊敬的读者:

您好! 编制《苏宁易购集团股份有限公司 2020 年企业社会责任报告》的过程, 是全面回顾和系统总结苏宁易购企业社会责任理念和实践的过程, 也是进一步增强与利益相关方沟通的过程。我们希望您就《苏宁易购集团股份有限公司 2020 年企业社会责任报告》提供反馈意见, 从而帮助苏宁易购不断提高履责能力和水平。我们将仔细听取您的反馈意见并致以衷心的感谢!

——苏宁易购集团股份有限公司

选择性问题: (请在相应的位置选择打“√”)

1. 您对本报告的总体印象:  很好  较好  一般  较差  很差
2. 您认为本报告所披露的社会责任信息质量:  很高  较高  一般  较低  很低
3. 您认为本报告结构安排:  很合理  较合理  一般  较差  很差
4. 您认为本报告版式设计:  很合理  较合理  一般  较差  很差
5. 您认为本报告可读性:  很好  较好  一般  较差  很差

开放性问题:

1. 您对苏宁易购集团股份有限公司社会责任工作有哪些建议?
2. 您认为本报告存在哪些不足?
3. 您认为本报告为您提供了哪些有价值的社会责任信息?
4. 您认为本报告还需要披露哪些社会责任信息?

请来函: 中国江苏省南京市玄武区徐庄软件园苏宁大道 1 号

请电邮: [stock@suning.com](mailto:stock@suning.com)

携手发展 合作共赢

XIESHOUFAZHAN HEZUOGONGYING



扫描二维码关注蓝话筒

## 苏宁易购集团股份有限公司

地址：中国南京市玄武区苏宁大道 1 号

电话：025-6699 6699

E-mail: [stock@suning.com](mailto:stock@suning.com)

<http://www.suning.cn>

<http://www.suning.com>