

四川吉百惠百货超市有限公司

ESG(环境、社会、公司治理)报告

报告主体：四川吉百惠百货超市有限公司

报告编号：2025YDXY0617

第三方服务机构：耀鼎信用评估有限公司

日期：2025年5月7日

查询网址：www.ydxy1818.com

一、前言

在当今全球对可持续发展高度关注的时代浪潮下，四川吉百惠百货超市有限公司深刻认识到企业在环境、社会和治理（ESG）方面所肩负的重大责任。我们坚信，积极践行ESG理念不仅是对社会和环境的担当，更是企业实现长期稳定发展、提升核心竞争力的关键所在。

这份ESG报告，是我们向利益相关方交出的一份诚意答卷。它记录了我们在过去一段时间里，在追求卓越技术与创新产品的同时，努力平衡经济、环境与社会价值的坚实脚步。我们希望通过这份报告，向我们的股东、客户、员工、合作伙伴以及社会各界展示我们在ESG领域的努力、成就与未来规划。

四川吉百惠百货超市有限公司自成立以来，致力于为客户提供高质量的产品与服务。在这个过程中，从未忘记社会责任，积极探索可持续发展之路。深知只有将ESG理念融入企业的战略决策、日常运营和文化建设中，才能真正实现企业与社会、环境的和谐共生。

在报告中，从能源管理到资源循环利用，降低企业运营对环境的影响；在社会责任方面，关注员工的成长与发展，积极参与社区建设和公益事业，为构建更加美好的社会贡献力量；在公司治理方面，完善治理结构，加强风险管理，确保企业的运营合法合规、透明高效。

在各利益相关方的支持与监督下，持续不断地改进和提升ESG表现。期待与各方携手共进，共同为创造一个更加可持续的未来而努力！



目录

一、前言	1
二、企业概况	6
2.1 企业基本信息	6
2.2 企业的治理结构	8
2.2.1 高层管理	8
2.2.2 财务部	10
2.2.3 行政部	11
2.3 企业战略定位、愿景和价值观	12
2.3.1 战略定位	12
2.3.2 愿景	12
2.3.3 价值观	12
三、环境现状	13
3.1 环境政策和目标	13
3.1.1 环境政策	13
3.1.2 环境目标	14
3.2 环境管理体系	15
3.2.1 环境方针与政策制定	15
3.2.2 组织架构与职责划分	15
3.2.3 环境因素识别与评估	16
3.2.4 环境目标与指标设定	16
3.2.5 环境管理计划制定与实施	16
3.2.6 培训与教育	17
3.2.7 监测与评估	17
3.2.8 持续改进	17
3.3 气候变化应对	18
3.3.1 自身运营方面	18
3.3.2 业务相关方面	18
3.3.3 合作与参与方面	19

3.4. 资源管理	19
3.4.1 人力资源管理	19
3.4.2 财务资源管理	19
3.4.3 信息资源管理	21
3.4.4 物力资源管理	21
3.5. 生态保护	22
3.5.1 能源管理与节能减排	22
3.5.2 资源循环利用	22
3.5.3 生态环保项目合作	23
3.5.4 员工环保意识培养	23
四、社会（S）	24
4.1 社会责任政策和目标	24
4.1.1 社会责任政策方面	24
4.1.2 社会责任目标方面	24
4.2 员工权益与发展	25
4.2.1 员工权益保障	25
4.2.2 员工发展支持	26
4.3 供应链管理	27
4.3.1 供应商选择与评估	27
4.3.2 供应商合作与沟通	27
4.4 供应链风险管理	27
4.5 可持续供应链建设	28
4.6 供应链信息化管理	28
五、治理（G）	30
5.1 企业治理结构	30
5.1.1 股东层面	30
5.1.2 董事会层面	30
5.1.3 高级管理人员层面	30
5.1.4 监事会层面	31
5.1.5 其他利益相关者层面	31
5.2 风险管理	31

5.2.1 风险识别	31
5.2.2 风险评估	32
5.2.3 风险应对策略	32
5.2.4 风险监控与反馈	33
5.3 合规与透明度	35
5.3.1 合规	35
5.3.2 透明度	35
5.4 利益与相关者沟通	36
5.4.1 与股东的沟通	36
5.4.2 与员工的沟通	36
5.4.3 与客户的沟通	37
5.4.4 与供应商的沟通	37
5.4.5 与政府部门的沟通	37
5.4.6 与社会公众的沟通	38
六、ESG绩效指标	39
6.1 环境绩效指标	39
6.1.1 能源使用	39
6.1.2 资源利用	39
6.1.3 环境管理体系	39
6.2 社会绩效指标	40
6.2.1 员工相关指标	40
6.2.2 客户服务相关指标	41
6.2.3 供应链管理相关指标	41
6.2.4 企业道德与合规相关指标	41
6.3 治理绩效指标	42
6.3.1 董事会结构与运作	42
6.3.2 高管薪酬与激励	42
6.3.3 内部控制与风险管理	42
6.3.4 股东权益保护	43
6.3.5 企业社会责任管理	43
七、未来展望	44

7.1 未来发展战略	44
7.1.1 市场拓展战略	44
7.1.2 服务提升战略	44
7.1.3 人才发展战略	44
7.1.4 品牌建设战略	45
7.2 持续改进计划	45
7.2.1 环境方面	45
7.2.2 社会方面	46
7.2.3 治理方面	47
八、结语	48



二、企业概况

2.1 企业基本信息

四川吉百惠百货超市有限公司创始于2023年1月，注册资金1000万元。是一家迅速崛起的大型商业零售企业。省内整体经营面积超10万平方米。公司以深厚的底蕴、丰富的经验、全新的姿态，为广大消费者提供更加优质、便捷的服务。公司秉承“吉祥百年，生活汇好”的经营理念，将传统文化与现代商业完美融合，以吉祥、和谐、美好的生活愿景为核心，为消费者打造一个集购物、休闲、娱乐于一体的综合性购物空间。

公司经营范围为一般项目：日用品销售；工艺美术品及礼仪用品销售（象牙及其制品除外）；计算机软硬件及辅助设备零售；通讯设备销售；日用百货销售；服装辅料销售；针纺织品销售；互联网销售（除销售需要许可的商品）；鞋帽零售；劳动保护用品销售；日用杂品销售；日用家电零售；家用电器销售；体育用品及器材零售；户外用品销售；单用途商业预付卡代理销售；化妆品零售；金银制品销售；农副产品销售；初级农产品收购；货物进出口；技术进出口；数据处理服务；家政服务；会议及展览服务；摄影扩印服务；企业管理咨询；市场营销策划；物业管理；广告制作；广告发布；广告设计、代理；家具安装和维修服务；非居住房地产租赁；租赁服务（不含许可类租赁服务）；餐饮管理；办公用品销售；国内贸易代理；保健食品（预包装）销售；食品互联网销售（仅销售预包装食品）；婴幼儿配方乳粉及其他婴幼儿配方食品销售；特殊医学用途配方食品销售；第二类医疗器械销售；医用口罩零售；食品销售（仅销售预包装食品）；豆及薯类销售；新鲜蔬菜批发；新鲜蔬菜零售；水产品零售；鲜蛋零售；食用农产品零售；鲜肉零售；宠物食品及用品批发；宠物食品及用品零售；新鲜水果零售；新鲜水果批发；食用农产品批发。（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）许可项目：食品销售；餐饮服务；烟草制品零售；出版物零售；道路货物运输（不含危险货物）；道路货物运输（网络货运）。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以相关部门批准文件或许可证件为准）

（一）业务范围

在省内，我们精心策划的成都市锦江区“吉百汇”川师店、“吉百汇”羊犀店已完美呈现；同时，我们深入内江市，规划资中两家门店，以点带面，辐射周边；在广元市，我们布局旺苍和宝轮两家门店，形成强大的市场覆盖力；资阳市乐至店已于2025年1月8日顺利开业，更是我们市场拓展战略的重要里程碑。

省外市场的布局同样如火如荼。我们已挥师云南、甘肃等地，设立多家门店，以星星之火可以燎原之势，点燃全国市场的商业热情。我们坚信，通过不懈的努力和坚持，“吉百汇”超市必将在未来三年内遍布西南大地，五年内拓展至全国，并致力于成为全国商业零售业行业品牌的标杆。

（二）体系认证

我公司已经成功引入多个系统管理工具，进行项目的科学管理，整合到公司的管理体系中，借助现有的管理工具，确保达到高水准的服务质量。我们以“创意”和“新意”的管理思维，指导员工开展工作，即：

- 1、服务管理有创意
- 2、工作方法有新意

完善的质量管理体系，公司在一次性通过GB/T 19001-2016/ISO 9001:2015质量管理体系认证、GB/T 24001-2016/ISO 14001:2015环境管理体系认证以及GB/T 45001-2020/ISO 45001:2018职业健康安全管理体系认证。每个月对各部门的工作质量进行检查，每半年进行一次内部管理评审，每年认证机构对公司认证范围进行全面外部审核，确保建立体系的适合性、充分性和有效性，并通过不断修改和完善，保证了体系的科学性持续改进。

“三体系认证原则”在公司日常管理中固化和健全了许多运营模式。良好的运营规范也给公司日后的发展奠定了良好的管理基础。

（三）发展前景

“吉百汇”超市正以非凡的气度和深邃的战略眼光，稳步扎根并蓬勃发展。我们不仅满足于在成都市场的发展，更立志于以四川为基点，辐射全国，绘制出一幅波澜壮阔的商业蓝图。

展望未来，“吉百汇”超市将不忘初心，砥砺前行，致力于成为全国商业零售业行业品牌的标杆。我们将以更加昂扬的姿态和坚定的步伐，不断攀登新的高峰，书写属于“吉百汇”超市的辉煌篇章。让“吉百汇”超市的名字，响彻华夏大地，成为每一个消费者心中信赖与喜爱的品牌！

2.2企业的治理结构

我司法定代表人周世贵，其持股比例为75%，是我司的大股东，对公司的重大决策和发展方向具有重要影响力。

2.2.1高层管理

2.2.1.1总经理

1、遵守国家法律法规和公司章程，主持公司人事、财务、物资项目的日常管理工作并对其负责。

2、制定各项规章制度，负责组织、指导和监督各部门、项目贯彻执行，在执行过程中继续完善和修订。其中基础性管理制度须报经董事长批准生效后实施。

3、制定公司年、月工作计划，每半年召开一次员工大会，向董事长和全体员工作工作总结报告。

4、负责对外洽谈业务、投标竞标，依董事长授权，代表公司对外签订合同。

5、负责组织对项目验收，负责向该项目经理和各部门主管宣讲交底。负责组织、指导和监督执行项目经理负责制，全面履行管理服务合同，组织协调各部门为项目服务。

6、负责公司人事管理，包括机构设置、管理层人选、人力调配、教育培训和劳动保险等管理工作。有关员工招聘、入职、转正、考评、晋升、奖惩、请假等事项，依据公司人事管理制度行使权利履行职责且具有决断权。

7、负责公司财务管理，包括财务收支、会计核算、税费交纳、积累与分配、经济活动分析等管理工作。有关工资奖金发放、费用报销、资金收付、物资采购报损以及各类财务报表等事项，依据公司财务管理制度行使权利履行职责。

8、负责受理各项目上报公司，要求处理的客户投诉以及有关管理服务的意见、建议和要求。

9、负责处理对外公共关系及与客户领导层的沟通协调。签发公司对外通知、函件、资料、报表等文件。其中涉及重要事项的文件先报经董事长同意后签发。

10、完成上级交办的其它工作。

11、副总经理在总经理领导下协助工作，依董事长或总经理授权分管一部分工作，并在其分管的范围内的工作对总经理负责，在其分管范围内代行总经理职责。

2.2.1.2 副总经理

1、分管品质保障和优质服务，协助完成总经理职责，并在其分管的范围内的工作对总经理负责，在其分管范围内代行总经理职责。

2、协助公司总经理推进公司发展建设工作；定期开展企业文化宣传活动，塑造企业良好的内部形象；协助公司打造企业品牌。

3、制定分管品质保障和优质服务管理制度，协调各部门关系，建立内部合理有效运行机制；依据各项目年度计划，开展监督工作，以保证各项目按计划有效的实施；组织、监督公司各项规划和计划的实施。

4、熟悉各项目服务合同中有关服务质量的条款，审查修改项目上报的合同实施细则和管理规程中有关服务质量和标准的内容。协助、指导、检查各项目优质服务工作。

5、了解各项目优质服务基本状况，掌握有品质保障。随时收集有品质保障和优质服务的信息和政策法规信息，向公司总经理提出建设性建议。

6、参与公司规章制度中有品质体系部分的拟定。协助、指导、检查各项目贯彻落实有品质的管理制度、规程、细则的活动。

7、负责协调处理紧急情况和突发事件。

8、制定月工作计划，组织每周项目经理例会向公司通报各项目品质保障和优质服务的状况。半年一次向公司提交工作总结汇报。

9、依据各项目年度经营管理计划，为各项目部制定年度工作目标，签定目标责任书。通过组织协调，授权各项目部负责人组织实施，确保年度经营指标的全面落实，以达成各部门协调一致完成公司年度任务。

10、就客户投诉和意见中有关品质保障和优质服务的内容，向公司总经理提出处理意见建议。

11、完成公司总经理交办的其它工作。

2.2.2财务部

1、主持公司财务全面工作，直接负责并管理财务部；

2、根据国家相关财务制度和财经法规，结合公司实际情况制定适宜的财务管理办法；

3、围绕公司的经营发展规划和工作计划，负责编制公司财务计划和费用预算，积极开展融资，有效的筹划与运用公司资金；

4、负责落实公司各项费用的收取和管理；负责监督和落实公司财务统计、会计帐目、会计报表、年终结算、财务档案管理的具体细节工作；

5、负责定期汇总公司经济运做情况，提出合理话的建议，为公司的经营发展决策提供参考依据；

6、负责定期检查财务计划、费用预算执行情况，督促公司各部门的经营活动，分析存在的问题并查明原因；

7、负责审查公司统一归口的各种票据，检查公司各部门的收支发票和帐目，杜绝公司资金流失；

8、负责对财务部的员工保守财务机密，维护公司利益；负责收集市场信息，进行市场经营分析和预测，制定经营发展方案，协助公司总经理确定新的发展项目。

2.2.3行政部

1、负责督促、检查行政部门对党和国家的方针政策、上级指示和总经理办公会、公司会决议及总经理决定的贯彻执行。

2、定期组织收集、分析、综合全公司服务、行政各方面的情况，主动做好典型经验的调查总结，及时向总经理汇报、请示工作，并定期向上级书面汇报。

3、根据总经理指示，负责组织总经理主持的工作会议，安排做好会务工作。

4、负责起草总经理授意的综合性工作计划、总结和工作报告，主动为总经理当好参谋。

5、组织起草公司文件(对各职能科室以公司部名义起草的文件负责审核)，做好全公司文件的编号、打印、发放以及行政文件的立卷、归档、保管工作。

6、组织做好公司印鉴、介绍信使用保管、函电收发和报刊收订分发工作，及时编写公司大事记。

7、负责协调安排涉及多部门领导参加的各种会议。据总经理方针目标要求，及时编制本室的方针及目标展开，并组织检查、诊断、落实。负责完成总经理临时交办的各项任务。

2.3 企业战略定位、愿景和价值观

2.3.1 战略定位

聚焦四川二三线城市及县域市场，强化社区门店布局。突出生鲜、本地特色商品、便民服务（如快递代收、社区团购）。构建“线上下单+门店自提/配送”模式。

2.3.2 愿景

成为四川省内领先的“社区生活服务商”，打造“便民、优质、智慧”的零售品牌。

2.3.3 价值观

不忘初心。



三、环境现状

3.1 环境政策和目标

3.1.1 环境政策

百货超市行业环境现状分析

1. 市场规模与增长趋势

整体规模与增速：2023年中国百货零售市场规模达4.2万亿元，同比增长5.8%，但增速较前几年有所放缓。预计未来几年行业规模保持稳定增长，但需应对消费需求分化和电商分流压力。

业态分化：传统百货（如购物中心、奥特莱斯）占比下降，而仓储会员店（如Costco、山姆）销售额增长显著，2024年增速达18%。

2. 竞争格局与市场集中度

线上线下融合加剧：传统超市面临电商冲击，实体店通过优化商品结构、拓展线上渠道（如小程序、到家服务）提升竞争力，线上销售渗透率已突破25%。

头部效应凸显：行业集中度持续提升，前十大企业市场份额达28.6%（2023年），区域性龙头与全国性品牌并存，优质商圈资源争夺激烈。

新兴业态崛起：会员店、社区折扣店逆势扩张，传统大卖场闭店潮与新型业态（如盒马、永辉生活）扩张形成对比。

3. 消费者行为变化

需求多元化与品质化：消费者注重购物便利性、商品品质及价格敏感性，同时对个性化服务、社交属性（如体验式场景）需求增加。

线上习惯深化：移动互联网普及推动线上消费习惯形成，线上线下融合购物体验（如虚拟试衣间、智能导购）成为新需求。

4. 技术应用与数字化转型

供应链优化：通过大数据分析、智能仓储（如AGV机器人）提升效率，生鲜供应链实现“半日达”覆盖，缺货率降至5%。

全渠道融合：企业构建数字化会员体系（如银泰“喵街”小程序贡献30%销售额），结合AR/VR技术增强沉浸式体验。

5. 业态调整与政策环境

业态创新方向：社区化、小型化趋势显著，生鲜超市、折扣店占比提升，传统百货转向“商品+体验”复合模式。

政策与成本压力：租金与人力成本上涨压缩利润空间，政府推动消费升级政策（如新零售支持）与行业整合政策并行。

百货超市行业正处于深度转型期，需应对电商分流、成本压力与消费升级的多重挑战，同时通过数字化、业态创新和供应链优化寻求增长点。未来竞争将聚焦于全渠道融合、体验升级及精细化运营能力。

3.1.2 环境目标

(1) 提高水资源的循环利用率。

(2) 确保公司产生的废弃物100%得到妥善处理。加强废弃物分类管理，提高回收利用率，减少对环境的负面影响。

(3) 持续降低公司的碳排放量，在未来5年内实现碳排放量比现有水平降低10%。通过采用清洁能源、优化物流运输等措施，减少温室气体排放。

(4) 每年组织至少1次员工环保培训活动，提高员工的环保意识和参与度。确保全体员工了解公司的环境政策和目标，并积极践行环保行动。

(5) 与至少3家供应商建立可持续发展合作关系，共同推动供应链的环境改善。加强对供应商的环境评估和监督，促进供应商的环保表现提升。

3.2环境管理体系

2024年7月22日初次通过环境管理体系认证，现证书编号30924E0212R0M，制定了一些环保规章制度，如《废弃物管理规定》《能源节约管理办法》等。我司的环境管理体系主要包括以下几个方面：

3.2.1环境方针与政策制定

明确制定符合自身业务特点和可持续发展目标的环境方针。该方针将作为公司在环境保护方面的总体指导原则，体现对环境保护的承诺，例如致力于减少能源消耗、降低废弃物排放、推广绿色技术等。方针会明确传达给公司全体员工以及利益相关者，以确保大家对公司的环境理念有清晰的认识。确保所有员工都能获取并理解环境方针。

依据环境方针，制定具体的环境政策，详细规定公司在各个环境管理领域的具体要求和目标。

成立政策制定小组：成员应包括来自不同部门的代表等。这样可以确保政策能够综合考虑各个环节的实际情况。

分析环境因素和影响：对组织的活动、产品和服务进行全面的环境因素识别和影响评估。例如，对于一家化工企业，要分析化学品储存过程中的泄漏风险、生产过程中的化学应对大气和水体的污染风险等。

设定目标和指标：根据环境方针和环境因素分析的结果，为每个环境政策领域设定具体的目标和指标。

制定具体措施和程序：针对目标和指标，制定详细的措施和程序。在废弃物管理政策方面，措施可以包括分类收集、回收利用、安全处置等具体步骤。

3.2.2组织架构与职责划分

建立专门的环境管理部门或团队，负责统筹公司的环境管理工作。该团队成员具备环境管理相关的专业知识和技能，能够有效地制定和实施环境管

理计划。明确各部门和岗位在环境管理中的职责，同时，公司高层管理人员对环境管理工作给予充分的支持和重视，确保环境管理体系的有效运行。

3.2.3环境因素识别与评估

我司对公司的运营活动进行全面的环境因素识别，包括产品销售、办公活动等各个环节。按照组织的服务流程，例如办公活动中产生的纸张浪费、能源消耗等环境因素。对识别出的环境因素进行评估，确定其对环境的影响程度和重要性。根据评估结果，将环境因素分为重要环境因素和一般环境因素，针对不同级别的环境因素制定相应的管理措施和控制目标。

3.2.4环境目标与指标设定

根据环境因素评估结果和公司的环境方针，设定具体的环境目标和指标。根据对环境因素的识别和评估结果来确定目标。对于那些被评估为高风险、对环境有重大影响的因素，应设定相应的目标来加以控制。这些目标和指标应具有可衡量性、可实现性和相关性，能够反映公司在环境保护方面的具体成效。例如，设定年度能源消耗降低目标、废弃物回收利用率目标、污染物排放达标率目标等。

将环境目标和指标分解到各个部门和岗位，明确各部门和岗位的具体责任和任务，确保环境目标的实现。同时，定期对环境目标和指标的完成情况进行监测和评估，及时调整和改进环境管理措施。

3.2.5环境管理计划制定与实施

基于环境目标和指标，制定详细的环境管理计划。环境管理计划包括具体的行动方案、实施步骤、时间表和责任人等，确保各项环境管理措施能够得到有效落实。

根据资源需求分析结果，调配所需的人力、物力与财力资源。及时安排人员培训，确保实施计划所需的资源到位。各责任部门与人员按照时间表与行动方案要求，开展具体工作。建立监督机制，定期对计划实施情况进行检查。可通过现场检查、数据统计分析等方式，评估行动方案的执行效果与目标指标的完成进度。如每月统计能耗数据，对比与目标指标的差距；定期检查设备节能改造的实施情况，确保改造工作按计划推进。在实施环境管理计

划过程中，加强对各项措施的监督和检查，及时发现和解决问题。例如，对废弃物的分类和处理情况进行检查等。同时，鼓励员工积极参与环境管理工作，提出改进建议和创新方案。

3.2.6 培训与教育

为员工提供定期的环境培训和教育，提高员工的环境意识和环境管理技能。培训内容包括环境法律法规、环境管理体系标准、公司的环境方针和政策、环境管理技术等方面。通过培训，使员工了解公司的环境管理要求，掌握环境管理的方法和技巧，增强员工对环境保护的责任感和使命感。

对新员工进行入职环境培训，确保新员工能够尽快了解公司的环境管理体系和要求，融入公司的环境文化。同时，对管理层和关键岗位人员进行重点培训，提高他们的环境管理决策能力和执行能力。

3.2.7 监测与评估

建立环境监测体系，对公司的环境绩效进行定期监测和评估。监测内容包括能源消耗、污染物排放、废弃物处理、资源利用等方面。通过监测，及时掌握公司的环境状况，发现存在的问题和不足。

对环境管理体系的运行情况进行内部审核和管理评审。内部审核定期对环境管理体系的各个环节进行检查，发现不符合项并及时进行整改；管理评审由公司高层管理人员对环境管理体系的有效性、适应性和持续改进性进行评估，提出改进意见和建议。

3.2.8 持续改进

根据监测、评估和审核的结果，制定持续改进计划。针对存在的问题和不足，采取相应的改进措施，不断提高公司的环境管理水平和环境绩效。

根据监督检查结果，若发现计划执行过程中存在问题或偏差，及时分析原因并调整计划。如发现设备节能改造未达到预期效果，分析是设备选型问题还是安装调试不当，进而调整改造方案。同时，总结经验教训，对环境管理计划进行持续改进。对计划实施过程中的各项活动、数据、决策等进行记录，建立完善的文档管理系统。这些记录不仅是计划实施的证明，也为后

续的评估、审计提供依据。如保存设备采购合同、员工培训记录、能耗统计报表等文档。

鼓励员工提出环境管理的改进建议和创新方案，对有价值的建议和方案给予奖励和推广。同时，关注行业内的先进管理经验，积极引进和应用，推动公司的环境管理体系不断完善和发展。

3.3 气候变化应对

3.3.1 自身运营方面

节能减排：在公司办公场所，采用节能设备和技术，如节能照明系统、智能空调等，降低能源消耗。优化办公设备的使用管理，例如设置定时开关机、鼓励员工下班后关闭不必要的电器设备，减少电力消耗。同时，对办公场所的用水设施进行优化，防止水资源浪费。

绿色办公：推广无纸化办公，尽可能减少纸张的使用。内部文件的传输和审批采用电子文档的形式，会议资料也通过电子设备展示。对于必须使用的纸张，选择可回收、可再生的纸张，并做好纸张的回收利用。

绿色出行：鼓励员工选择低碳出行方式，如步行、骑自行车、乘坐公共交通工具等。对于因工作需要使用车辆的情况，优先选择新能源汽车或低排放的车辆，并合理规划出行路线，减少车辆的行驶里程和尾气排放。

3.3.2 业务相关方面

供应链管理：在选择供应商时，将环境绩效纳入评估标准，优先选择那些在能源管理、废弃物处理、碳排放等方面表现良好的供应商。要求供应商提供相关的环境管理体系认证证书，如ISO/14001环境管理体系认证，以证明其环境友好程度。与供应商合作，共同制定减排目标和行动计划，降低能源消耗和碳排放。同时，建立供应链碳排放核算机制，定期评估供应商的碳排放情况，对表现优秀的供应商给予奖励，对不达标的供应商采取整改措施或终止合作。

将气候变化应对纳入公司战略规划：在公司的长期发展战略中，明确气候变化应对的目标和方向，确保公司的业务发展与应对气候变化的要求相适

应。例如，制定在一定时间内降低碳排放、提高能源利用效率等具体目标，并将其分解到各个部门和业务环节。

3.3.3 合作与参与方面

参与行业倡议和合作：积极参与信息技术行业内关于气候变化应对的倡议和合作项目，与其他企业、科研机构、政府部门等共同推动行业的绿色发展。分享自身在节能减排、绿色办公等方面的经验和做法，学习其他企业的先进技术和管理经验。

支持环保公益活动：参与或支持与气候变化相关的环保公益活动，如植树造林、生态保护等。通过捐赠资金、技术支持、志愿者服务等方式，为应对气候变化贡献力量。

3.4. 资源管理

3.4.1 人力资源管理

招聘与选拔：根据公司的业务需求和发展战略，制定招聘计划，选拔具备相关技能和经验的人才。

培训与发展：为员工提供系统的培训，包括新员工培训、拓展培训、专业进阶培训、管理技能培训等，帮助员工不断提升专业技能和综合素质，还为员工提供竞聘、晋升等成长机会，激发员工的工作积极性和创造力。

绩效管理：建立科学的绩效考核体系，设定明确的工作目标和绩效指标，定期对员工的工作表现进行评估和考核。根据考核结果，给予员工相应的奖励或惩罚，如年终奖金、优秀员工奖金等，激励员工提高工作绩效。

薪酬福利管理：制定具有竞争力的薪酬体系，确保员工的薪酬水平与市场行情相匹配。除了基本薪资外，公司还为员工提供五险一金、法定节假日带薪休假、生日福利、各种节日福利等福利，提高员工的满意度和忠诚度。

3.4.2 财务资源管理

预算编制：制定年度预算计划，对公司的各项收入和支出进行合理的预算安排，企业应根据战略目标和经营计划，编制全面预算，包括销售预算、

采购预算、费用预算等。严格控制预算执行，定期对预算执行情况进行分析和评估，及时调整预算计划。在编制预算时，要充分考虑市场环境、历史数据、行业标准等因素。例如，销售预算要结合市场调研的结果，预测不同产品的销售量和销售价格。

预算执行与监控：各部门要按照预算安排开展工作，财务部门要对预算执行情况进行监控，及时发现并解决预算执行过程中的问题。例如，通过建立预算执行情况分析表，定期对比实际支出与预算金额，分析差异产生的原因。如果发现某项费用超出预算，要及时采取措施，如调整工作计划、控制费用支出等。

预算调整：当市场环境、经营计划等因素发生重大变化时，企业可以对预算进行调整。但预算调整必须经过严格的审批程序，以确保预算的严肃性和权威性。例如，当原材料价格大幅上涨或市场需求急剧下降时，企业可以调整采购预算或销售预算，但要说明调整的原因、调整的幅度和对企业经营的影响，并报经管理层批准。

成本控制：加强对成本的管理和控制，降低公司的运营成本。例如，在采购方面，通过与供应商建立长期合作关系、批量采购等方式降低采购成本；在办公场所方面，采用节能设备和技术，降低能源消耗成本。定期进行成本分析，通过比较分析、趋势分析、结构分析等方法，找出成本变动的原因和成本控制的重点。例如，通过比较分析，将本企业的成本与同行业其他企业的成本进行对比，找出差距和优势；通过趋势分析，观察成本在一定时期内的变化趋势，预测成本的未来走势；通过结构分析，分析各项成本在总成本中的占比，确定成本控制的关键环节。

采购成本控制：企业要建立供应商评估和选择机制，对供应商的资质、信誉、产品质量、价格、交货期等因素进行综合评估。与优质供应商建立长期稳定的合作关系，通过批量采购、集中采购等方式降低采购成本。例如，企业可以与供应商签订长期合作合同，约定采购价格的波动调整机制，在原材料价格上涨时，能够获得相对稳定的价格保障。优化采购流程可以提高采购效率，降低采购成本。例如，建立采购信息化系统，实现采购申请、审批、订单下达、验收等环节的信息化管理，减少人工操作和沟通成本。同时，

加强采购合同管理，明确双方的权利和义务，避免因合同纠纷导致的额外成本。

销售费用控制：销售费用是企业为销售产品或服务而发生的费用，包括广告宣传费、促销费、销售人员薪酬等。企业要根据销售目标 and 市场情况，合理控制销售费用。例如，制定广告宣传计划，选择性价比高的广告媒体和宣传方式；优化促销活动，提高促销效果，降低促销成本；合理确定销售人员的薪酬结构，激励销售人员提高销售业绩，同时控制薪酬支出。

资金管理：合理安排资金，确保公司的资金流动性和安全性。对于资金的使用进行严格的审批和监管，提高资金的使用效率。同时，积极拓展融资渠道，为公司的发展提供资金支持。

3.4.3 信息资源管理

数据管理：建立完善的数据管理体系，对公司的业务数据、客户数据、财务数据等进行收集、存储、处理和分析。确保数据的准确性、完整性和安全性，为公司的决策提供数据支持。

信息系统管理：建设和维护公司的信息系统，包括办公自动化系统、业务管理系统、客户关系管理系统等。确保信息系统的稳定运行，提高工作效率和管理水平。

知识管理：鼓励员工分享知识和经验，建立知识管理平台，将员工的知识和经验进行整理和存储，方便员工之间的学习和交流，提高公司的整体知识水平。

3.4.4 物力资源管理

固定资产管理：对公司的固定资产，如办公设备、车辆等进行登记、管理和维护。定期对固定资产进行盘点和清查，确保固定资产的安全和完整。

办公用品管理：建立办公用品的采购、发放和使用制度，严格控制办公用品的消耗。对于办公用品的采购，选择优质的供应商，降低采购成本。

仓储管理：对于公司的产品进行仓储管理，建立仓储管理制度，确保物资的安全、准确和及时出入库。

3.5.生态保护

3.5.1能源管理与节能减排

在公司办公场所，采用节能设备和技术，如智能照明系统、节能空调等，降低能源消耗。通过对能源使用情况的监测和分析，制定节能策略，减少不必要的能源浪费。

建立能源数据收集系统，收集包括电、气、油等各种能源的消耗数据。通过数据分析，了解能源消耗模式，找出能源浪费的环节和节能潜力点。

定期对能源绩效进行评估，将实际能源消耗与目标进行对比，评估节能措施的效果。可以采用能源绩效指标，如单位产品能耗、能源利用效率等进行评估。

根据能源方针、目标和数据分析结果，制定能源管理计划，包括节能措施、员工培训计划等，并组织实施。例如，计划对高能耗设备进行节能改造，或者开展员工节能培训活动。

对建筑内的设备，如照明系统、空调系统、电梯等进行节能设计和改造。在照明方面，采用高效节能灯具，如LED灯，并结合智能照明控制系统，根据自然光照度和人员活动情况自动调节照明亮度。对于空调系统，采用变频技术，根据室内温度和湿度需求自动调节制冷量或制热量。电梯可以采用能量回馈装置，将电梯下行时的势能转化为电能回馈到电网。

在为客户提供服务的过程中，推动能源管理解决方案的研发和应用，提高能源利用效率，间接为生态保护做出贡献。

3.5.2资源循环利用

可回收物处理：对收集的可回收物进行分类整理，如纸张、塑料、金属、玻璃等，定期出售给废品回收企业，实现资源的再利用。

有害垃圾处理：将有害垃圾单独存放，并委托有资质的专业处理机构进行处理，确保有害垃圾得到安全、有效的处置，防止污染环境。

其他垃圾处理：对于无法回收利用的其他垃圾，可根据当地的垃圾处理设施情况，选择焚烧、填埋等方式进行处理。

3.5.3 生态环保项目合作

与环保组织、科研机构等开展合作，共同参与生态环保项目。例如，参与湿地保护、森林恢复等项目，为生态系统的修复和保护提供技术支持和资金支持。

3.5.4 员工环保意识培养

在公司内部开展环保宣传和教育活动，提高员工的环保意识。例如，组织员工参加环保培训、志愿者活动等，鼓励员工在日常生活和工作中践行环保理念。



四、社会（S）

4.1 社会责任政策和目标

4.1.1 社会责任政策方面

合法合规经营：遵守国家法律法规，包括在数据安全、隐私保护、知识产权等方面严格自律，确保公司的各项业务活动合法合规开展。

员工权益保障：为员工提供良好的工作环境、合理的薪酬待遇和职业发展机会。制定公平的招聘、晋升和培训制度，关注员工的工作生活平衡，保障员工的基本权益。

社区参与和公益活动：积极参与当地社区的建设和发展，开展公益活动，回馈社会。与社区组织、学校等合作，开展技术培训、志愿服务等活动，为社区居民提供帮助。

供应链管理：对供应商进行严格的筛选和管理，确保供应商也遵守社会责任标准。要求供应商提供环保、安全产品和服务，共同推动可持续发展。

4.1.2 社会责任目标方面

(1) 环境目标

节能减排：在公司运营过程中，努力降低能源消耗和碳排放，提高废弃物资源化利用率。

电子垃圾处理：提高电子垃圾的回收和处理率，减少对环境的污染。

(2) 员工发展目标

培训与晋升：每年为员工提供一定数量的培训课程和学习机会，提高员工的专业技能和综合能力。同时，设定员工晋升比例目标，激励员工积极进取。

员工满意度：通过定期员工满意度调查，不断提高员工对公司满意度。

(3) 客户服务目标

客户满意度提升：设定客户满意度提升的具体目标，通过不断改进产品和服务，提高客户的忠诚度和口碑。

客户投诉处理：缩短客户投诉的处理时间，提高客户投诉的解决率。

(4)社区贡献目标

公益活动参与度：每年参与一定数量的社区公益活动，为社区提供技术支持、志愿服务等。

捐赠与资助：根据公司的财务状况，设定捐赠和资助的金额目标，支持教育、扶贫、环保等公益事业。

4.2员工权益与发展

4.2.1员工权益保障

4.2.1.1公平就业

我司严格遵守国家法律法规，坚持公平、公正、公开的招聘原则，不因性别、年龄、种族、宗教信仰等因素歧视求职者。为员工提供平等的就业机会，确保招聘过程透明、公正。

我司在招聘过程中，明确岗位职责和要求，根据候选人的能力和经验进行选拔，确保合适的人担任合适的岗位。

4.2.1.2薪酬福利

我司建立具有竞争力的薪酬体系，根据员工的岗位、能力和绩效确定合理的薪酬水平。定期进行薪酬调整，以确保员工的薪酬与市场水平相匹配。我司提供完善的福利制度，包括五险一金、带薪年假、病假、产假、陪产假等法定福利，以及节日福利、员工生日福利、健康体检等补充福利。为员工提供良好的生活保障，增强员工的归属感和忠诚度。

4.2.1.3工作环境与安全

我司营造良好的工作环境，提供舒适的办公设施和工作条件。公司注重办公场所的通风、采光和卫生，为员工创造一个舒适、健康的工作环境。

我司高度重视员工的职业安全与健康，建立健全的安全管理制度和应急预案。为员工提供必要的安全培训和防护设备，确保员工在工作过程中的安全。定期进行安全检查和隐患排查，及时消除安全隐患，保障员工的生命财产安全。

4.2.2 员工发展支持

4.2.2.1 培训与发展

我司制定完善的员工培训计划，根据员工的岗位需求和个人发展规划，提供多样化的培训课程和学习机会。培训内容包括专业技能培训、管理能力培训、职业素养培训等，帮助员工不断提升自己的能力和素质。

我司鼓励员工参加外部培训和学习活动，为员工提供培训经费和时间支持。同时，建立内部培训师队伍，开展内部培训和分享活动，促进员工之间的知识交流和经验分享。

我司为员工制定职业发展规划，明确员工的职业发展路径和目标。根据员工的能力和绩效，为员工提供晋升机会和岗位调整，帮助员工实现职业发展目标。

4.2.2.2 绩效管理

我司建立科学合理的绩效管理体系，明确员工的工作目标和绩效指标。通过定期的绩效评估和反馈，帮助员工了解自己的工作表现，发现问题和不足，并及时进行改进。

我司将绩效评估结果与薪酬调整、晋升、培训等挂钩，激励员工积极工作，提高工作绩效。同时，为绩效优秀的员工提供奖励和表彰，激发员工的工作热情和创造力。

4.2.2.3 员工沟通与参与

我司建立畅通的员工沟通渠道，鼓励员工积极参与公司的管理和决策。公司定期召开员工大会、部门会议等，向员工传达公司的发展战略和重大决策，听取员工的意见和建议。

我司设立员工意见箱、在线反馈平台等，方便员工随时提出自己的意见和建议。公司对员工的意见和建议进行认真分析和处理，并及时给予回复和反馈，增强员工的参与感和归属感。

我司组织丰富多彩的员工活动，如团队建设活动、文化体育活动、员工旅游等，丰富员工的业余生活，增强员工之间的沟通和交流，提高团队凝聚力和向心力。

4.3 供应链管理

4.3.1 供应商选择与评估

建立严格供应商选择标准。考虑因素包括供应商的产品质量、价格、交货期、环保表现、社会责任等。

对潜在供应商进行全面的评估。可以通过实地考察、问卷调查、样品测试等方式，了解供应商的生产能力、质量管理体系、环境管理体系、社会责任履行情况等。

建立供应商数据库，对供应商进行分类管理。根据供应商的表现，将其分为战略供应商、重要供应商和一般供应商，针对不同类型的供应商采取不同的管理策略。

4.3.2 供应商合作与沟通

与供应商建立长期稳定的合作关系。签订长期合作协议，明确双方的权利和义务，共同制定合作目标和计划。

加强与供应商的沟通与交流。定期召开供应商会议，分享公司的发展战略、市场需求等信息，听取供应商的意见和建议，共同解决合作中出现的問題。共同开展质量改进活动。与供应商合作研发，降低成本。

4.4 供应链风险管理

识别供应链中的风险因素。包括供应商的财务风险、生产风险、环境风险、社会责任风险等。例如，关注供应商所在地区的政治局势、自然灾害等因素，评估其对供应链的影响。

制定风险应对措施。针对不同的风险因素，制定相应的风险应对策略，如建立备用供应商、加强库存管理、购买保险等。

定期进行供应链风险评估。根据市场变化、供应商表现等因素，及时调整风险应对措施，确保供应链的稳定运行。

4.5 可持续供应链建设

推动供应商的可持续发展。鼓励供应商采用环保生产工艺、节约能源资源、减少废弃物排放，提高社会责任意识。

建立可持续供应链指标体系。对供应商的可持续发展表现进行评估和考核，将其纳入供应商评价体系中。

参与行业可持续供应链倡议和活动。与其他企业、行业组织等共同推动可持续供应链的发展，分享经验和最佳实践。

在选择供应商时，除了考虑价格、质量和交货期等传统因素外，还要评估其环境和社会绩效。例如，查看供应商是否通过ISO/14001环境管理体系认证。评估供应商的能源使用效率、废弃物处理方式、劳工权益保护等方面的情况。

企业制定明确的可持续采购标准，包括原材料的环保属性、产品的生命周期评估等内容。

4.6 供应链信息化管理

建立供应链管理信息系统。实现对供应商信息、采购订单、库存管理、物流配送等环节的信息化管理，提高供应链的透明度和效率。

采用先进的信息技术手段。如物联网、大数据、人工智能等，对供应链进行实时监控和数据分析，及时发现问题并采取措施解决。

加强信息安全管理。确保供应链信息系统的安全稳定运行，保护公司和供应商的商业机密和客户信息。

针对供应链信息化管理系统的使用，制定详细的人员培训计划。培训内容包括系统功能操作、数据录入和查询、业务流程优化等方面。



五、治理（G）

5.1 企业治理结构

5.1.1 股东层面

(1) 股权结构：控股股东在公司的发展战略、重大决策等方面具有较大的影响力。股权的分布情况会影响公司的决策效率和稳定性。

(2) 股东权利与义务：股东作为公司的所有者，拥有选举董事、监事、审议公司重大事项、获取公司利润分配等权利。同时，股东也需要履行出资义务、遵守公司章程等义务。我司的股东应按照相关法律法规和公司章程的规定，行使自己的权利，履行自己的义务，共同推动公司的发展。

5.1.2 董事会层面

(1) 成员构成：董事会是公司的决策机构，我司董事会中在公司的技术、市场拓展等方面应该提供专业的指导。

(2) 职责与权力：董事会负责制定公司的发展战略、经营计划、重大投资决策等，对公司的经营管理进行监督和指导。董事会还拥有聘任和解聘公司高级管理人员、决定公司的薪酬政策等权力。为了确保董事会的决策科学、合理，我司建立相应的决策程序和议事规则，要求董事们在决策时充分考虑公司的长远利益和股东的利益。

5.1.3 高级管理人员层面

(1) 总经理及其他高管：总经理是公司的日常经营管理负责人，负责组织实施董事会制定的经营计划和战略，管理公司的各个部门和业务。除了总经理外，我司设有其他高级管理人员，分别负责公司的不同业务领域。这些高级管理人员具备相应的专业知识和管理能力，以确保公司的各项业务顺利开展。

(2) 激励与约束机制：为了激励高级管理人员积极为公司工作，我司建立一套完善的激励机制。同时，为了防止高级管理人员的不当行为，我司建立相应的约束机制，如内部控制制度、审计制度等。我司定期会对高级管理人员的业绩进行定期考核，根据考核结果给予相应的奖励或惩罚。

5.1.4 监事会层面

(1) 成员组成与职责：监事会是公司的监督机构，负责对公司的董事、高级管理人员的行为进行监督，检查公司的财务状况，确保公司的合法合规经营。他们具有独立性和专业性，能够有效地履行监督职责。

(2) 监督方式与权力：监事会可以通过查阅公司的财务报表、文件资料，参加公司的会议等方式，对公司的经营管理进行监督。如果发现公司存在违法违规行为或损害股东利益的行为，监事会有权提出纠正意见或向有关部门报告。在我司，监事会定期对公司的财务状况进行审计，对公司的重大决策进行监督，以保障公司的健康发展。

5.1.5 其他利益相关者层面

(1) 员工参与：员工是公司的重要利益相关者，我司通过建立职工代表大会、工会等组织，让员工参与公司的治理。员工可以通过这些组织表达自己的意见和建议，参与公司的决策过程，维护自己的合法权益。

(2) 客户、供应商和社区等利益相关者的沟通与协调：我司与客户、供应商、社区等利益相关者保持良好的沟通与协调。我司通过建立客户反馈机制、供应商评估机制等，了解客户和供应商的需求和意见，提高公司的产品质量和服务水平。同时，我司积极参与社区建设，履行社会责任，为公司的发展创造良好的外部环境。

5.2 风险管理

5.2.1 风险识别

(1) 合规风险：我司需要关注与自身业务相关的法律法规和政策变化，确保公司的运营活动始终符合法律要求。要遵守行业的相关标准和规范，以及安全生产、环境保护等方面的法规。对于不断更新的政策法规，公司应建

立有效的信息收集和解读机制，及时调整业务流程和管理措施以适应新的要求。

(2) 供应链风险：评估供应商的稳定性、可靠性以及其在环境、社会 and 治理方面的表现。如果供应商出现问题，可能会影响到公司的原材料供应、产品质量和交付时间。因此，公司需要对供应商进行严格的筛选和管理，建立供应商评估体系，定期对供应商进行审核和监督。

(3) 社会舆情风险：公司的经营活动会受到社会公众的关注和监督，如果出现负面事件或不良行为，可能会引发社会舆情的关注和批评，对公司的声誉造成影响。因此，公司需要建立舆情监测机制，及时了解社会公众对公司的看法和评价，对于可能引发舆情风险的问题，要及时进行沟通和处理。

5.2.2 风险评估

(1) 风险可能性分析：对识别出的各类风险发生的可能性进行评估。例如，根据历史数据、行业经验和专家判断，评估公司在未来一段时间内面临法律法规变化、供应商违约、安全事故等风险的概率。

(2) 风险影响程度分析：评估风险发生后对公司的财务状况、声誉、运营等方面的影响程度。例如，一次严重的安全事故可能会导致人员伤亡、设备损坏、生产中断等后果，对公司的经济利益和声誉造成重大损失；而一次供应商的短期延迟交货可能对公司的影响相对较小。

(3) 风险优先级排序：根据风险的可能性和影响程度，对风险进行优先级排序，确定公司需要重点关注和管理的风险。对于高优先级的风险，公司需要制定详细的风险应对计划，明确责任人和时间节点。

5.2.3 风险应对策略

(1) 风险规避：对于一些高风险且难以控制的活动，公司可以选择避免参与。例如，如果某个地区的政策环境不稳定，公司可以考虑减少在该地区的业务拓展；如果某个供应商的ESG表现不佳，公司可以寻找其他更可靠的供应商。

(2) 风险降低：采取措施降低风险发生的可能性和影响程度。例如，加强内部管理，提高员工的合规意识和操作技能，降低违规风险；增加对供应商的监督和管理力度，提高供应商的履约能力；加大安全生产投入，改善生产条件，降低安全事故的发生概率。

(3) 风险转移：通过购买保险、签订合同等方式，将部分风险转移给其他方。例如，购买商业保险可以在发生安全事故、自然灾害等意外事件时，获得一定的经济赔偿，减轻公司的损失；与供应商签订合同，明确双方的权利和义务，在供应商出现违约情况时，可以通过法律手段维护公司的利益。

(4) 风险接受：对于一些低风险或无法避免的风险，公司可以选择接受，但需要建立相应的应急机制，以便在风险发生时能够及时应对，降低损失。例如，对于一些不可预见的自然灾害等风险，公司可以制定应急预案，提高应对突发事件的能力。

5.2.4 风险监控与反馈

(1) 关键指标监测

指标选择：确定能够反映风险状态的关键指标。这些指标可以是定量的，也可以是定性的。以供应链风险为例，定量指标可以包括供应商交货准时率、库存周转率等；定性指标可以是供应商的合作稳定性、市场供应的稳定性等。

阈值设定与监控：为关键指标设定合理的阈值，当指标值超出阈值范围时，发出风险预警。例如，将供应商交货准时率的阈值设定为90%，如果实际交货准时率低于这个值，就需要进一步调查原因，判断是否存在供应中断的风险。

(2) 定期评估与反馈：

检查周期确定：根据风险的性质、影响程度和发生频率等因素确定检查周期。对于高风险、易变的风险因素，检查周期应该较短。例如，对于金融市场风险，可能需要每日甚至实时监控；而对于一些相对稳定的风险，如设备老化风险，可以每季度或半年检查一次。

评估内容：在每次检查时，评估风险的当前状态，包括风险发生的可能性和影响程度是否改变。例如，在评估市场需求风险时，要考虑市场调研数据、竞争对手动态、消费者偏好变化等因素，重新评估需求下降的可能性和对企业销售额的影响程度。

(3) 风险预警系统

系统构成：风险预警系统包括数据收集、分析和报警机制。它可以收集来自内部和外部的各种数据，如财务数据、市场数据、环境数据等。通过数据分析模型，如统计分析、机器学习算法等，对数据进行处理，识别风险迹象。

报警方式：当系统检测到风险达到预警级别时，通过多种方式发出警报，如电子邮件、短信、系统消息等。例如，当企业的现金流出现严重问题时，风险预警系统会及时向财务管理人员发送警报，提醒他们采取措施。

(4) 风险反馈的渠道与方式

① 内部报告

定期报告：风险管理部门定期向管理层和相关部门提交风险报告，内容包括风险监控的结果、风险状态的变化、应对措施的执行情况和效果等。例如，每月或每季度提交一份风险综合报告，以图表、数据和文字说明的形式展示风险信息。

专项报告：当出现重大风险事件或者风险状态发生急剧变化时，及时提交专项报告。专项报告应详细分析风险事件的原因、影响和应对建议。例如，在发生重大安全事故后，风险管理部门应立即提交专项安全风险报告。

② 会议沟通

风险管理会议：定期召开风险管理会议，由风险管理部门主持，各相关部门参加。在会议上，汇报风险监控情况，讨论风险应对策略的调整。例如，在企业面临财务风险时，财务部门在风险管理会议上汇报财务指标的变化情况，与其他部门共同商讨降低成本、增加收入的措施。

跨部门沟通会议：针对涉及多个部门的风险，召开跨部门沟通会议。例如，对于供应链风险，采购部门、生产部门和物流部门共同参加会议，分享各自掌握的信息，协调应对措施。

③ 信息系统共享

建立风险信息平台：利用企业内部的信息系统，建立风险信息共享平台。在这个平台上，各部门可以实时查看风险信息、更新风险状态、提交风险应对措施的执行情况。例如，通过企业资源计划（ERP）系统的风险管理模块，不同部门的人员可以根据权限查看和处理风险相关信息。

5.3 合规与透明度

5.3.1 合规

(1) 法律法规遵守：专业的法律机构合作，确保公司的各项经营活动，如项目承接等都符合国家和地方的法律法规要求。

(2) 商业道德规范：我司制定了严格的商业道德准则，规范员工在商业交易、客户关系、供应商合作等方面的行为。例如，禁止员工接受供应商的贿赂或回扣，要求员工在与客户沟通时保持诚信和透明。通过培训和宣传，让员工充分了解并遵守这些道德规范，以维护公司的商业信誉和良好形象。

(3) 内部合规监督：我司建立了内部的合规监督机制，定期对公司的经营活动进行审查和评估，以发现潜在的合规风险。我司设立了专门的合规部门或岗位，负责监督公司的日常运营是否符合法规和内部制度的要求。对于发现的违规行为，及时进行纠正和处理，并采取措施防止类似问题的再次发生。

5.3.2 透明度

(1) 信息披露：在参与一些项目的招投标过程中，我司的相关信息会按照招标要求进行披露，例如在一些招标项目中，我司作为投标人，其基本信息、投标方案等会在一定范围内公开。

(2) 企业信息公开：通过一些企业信息查询平台，可以获取到我司的基本工商信息、股东信息、变更记录、企业年报等内容，这些信息的公开有助于外界对我司的基本情况有所了解。

5.4 利益与相关者沟通

5.4.1 与股东的沟通

(1) 定期会议：我司会召开年度股东大会等定期会议，向股东汇报公司的经营状况、财务状况、重大项目进展等情况，让股东了解我司的运营情况和未来发展规划。在会议上，股东可以提问、发表意见，与公司管理层进行交流。

(2) 信息披露：通过官方网站、证券交易所公告等渠道，向股东披露我司的重大事项、财务报表等信息，保证股东的知情权。例如，公司的股权变更、投资项目、利润分配等信息都需要及时准确地向股东披露。

(3) 单独沟通：对于大股东或重要股东，公司管理层可能会进行单独沟通，听取他们的意见和建议，解答他们的疑问，维护良好的股东关系。

5.4.2 与员工的沟通

(1) 内部会议：定期召开员工大会、部门会议等，传达公司的战略目标、工作重点、规章制度等信息，让员工了解我司的发展方向和工作要求。同时，员工可以在会议上提出自己的想法和建议，参与公司管理和决策。

(2) 培训与发展：我司组织各种培训活动，提升员工的专业技能和综合素质，同时也为员工提供职业发展的机会和平台。在培训过程中，我司可以与员工进行沟通，了解他们的职业发展需求，为员工制定个性化的发展计划。

(3) 意见反馈渠道：建立畅通的意见反馈渠道，如意见箱、电子邮箱、内部沟通平台等，让员工可以随时向公司管理层反映问题、提出建议。同时，公司管理层及时回复员工的反馈，解决员工的问题，增强员工的归属感和忠诚度。

5.4.3 与客户的沟通

(1) 客户服务：我司建立专业的客户服务团队，及时响应客户的咨询、投诉和建议，为客户提供优质的服务。通过客户服务，我司可以了解客户的需求和意见，不断改进产品和服务。

(2) 市场调研：我司定期进行市场调研，了解客户的需求、市场趋势和竞争对手的情况，为公司的市场营销提供依据。在市场调研过程中，我司可以与客户进行深入的沟通，了解客户的痛点和需求，提供符合客户需求的产品和服务。

(3) 合同与协议：在与客户签订合同和协议时，我司与客户进行充分的沟通，明确双方的权利和义务，确保合同和协议的顺利履行。同时，我司遵守合同和协议的约定，维护客户的合法权益。

5.4.4 与供应商的沟通

(1) 供应商评估：对供应商进行定期评估，了解供应商的生产能力、产品质量、交货期等情况，与供应商进行沟通，提出改进意见和要求。通过供应商评估，我司可以与供应商建立长期稳定的合作关系，确保原材料和零部件的供应质量和及时性。

(2) 合作洽谈：与供应商进行合作洽谈，共同探讨合作模式、价格、质量标准等问题，达成合作共识。在合作洽谈过程中，我司与供应商进行充分的沟通，了解供应商的需求和利益，实现双方的共赢。

(3) 信息共享：与供应商建立信息共享平台，及时共享订单信息、生产计划、库存情况等信息，提高供应链的协同效率。通过信息共享，我司可以与供应商更好地配合，降低供应链成本，提高供应链的稳定性。

5.4.5 与政府部门的沟通

(1) 政策咨询：关注政府部门的政策法规，及时了解政策的变化和调整，与政府部门进行沟通，咨询政策的具体要求和实施细则。通过政策咨询，我司可以确保自己的经营活动符合政策法规的要求，避免因政策风险而影响公司的发展。

(2) 项目合作：积极参与政府部门的项目合作，如科研项目、产业升级项目等，与政府部门进行沟通，了解项目的要求和目标，制定项目实施方案。在项目合作过程中，我司与政府部门保持密切的沟通，及时汇报项目进展情况，确保项目的顺利实施。

5.4.6与社会公众的沟通

(1) 社会责任报告：发布社会责任报告，向社会公众披露公司在环境保护、安全生产、员工权益、公益事业等方面的履行情况，展示公司的社会责任感。通过社会责任报告，我司与社会公众进行沟通，提高公司的社会形象和公信力。

(2) 公益活动：积极参与公益活动，如捐赠、志愿服务等，与社会公众进行互动和沟通，传递公司的正能量。通过公益活动，我司可以提高社会公众对公司的认知度和好感度，为公司的发展创造良好的社会环境。

(3) 媒体宣传：通过新闻媒体、社交媒体等渠道，宣传公司的产品、服务、技术创新等方面的成果，提高公司的知名度和影响力。在媒体宣传过程中，我司与媒体保持良好的沟通，及时回应媒体的关注和报道，维护公司的良好形象。



六、ESG绩效指标

6.1环境绩效指标

6.1.1能源使用

能源消耗总量：统计我司在一定时期内（如一年）的总能源消耗量，包括用水量、用电量等。这可以反映我司整体的能源使用规模。

单位产值能耗：将能源消耗总量除以公司的产值，得到单位产值能耗。这个指标可以衡量我司在提供服务过程中的能源效率，有助于我司了解自身的能源利用水平，并与同行业进行比较。

6.1.2资源利用

水资源消耗总量：统计公司在一定时期内的水资源消耗量。单位产值水资源消耗：将水资源消耗总量除以公司的产值，得到单位产值水资源消耗。这个指标可以衡量我司在提供服务过程中的水资源利用效率。

资源回收与再利用：统计公司回收和再利用的资源数量，如纸张、塑料等。提高资源回收与再利用比例可以减少我司对自然资源依赖，降低废弃物排放。

6.1.3环境管理体系

ISO14001认证的保持与改进：我司已获得ISO14001环境管理体系认证，关注认证的持续有效性，并不断改进环境管理体系的实施情况，以确保公司的环境管理水平不断提高。

环境培训覆盖率：统计我司员工接受环境培训的比例，确保员工具备良好的环境意识和环保知识，能够在工作中积极落实公司的环境管理要求。

6.2 社会绩效指标

6.2.1 员工相关指标

(1) 员工福利与待遇

薪酬体系：公司设有规范且具备市场竞争力的年度收入体系，收入结构多元化，包括月薪资、月度绩效奖金、企业经营分润、项目提成奖金、年终奖金、优秀员工奖金等，这可以确保员工的收入具有稳定性和激励性，反映公司对员工劳动价值的认可。

福利保障：提供五险一金、法定节假日带薪休假等基本福利，还有员工健康体检、生日津贴、生育礼金等额外福利，保障了员工的基本权益和生活质量，体现公司对员工的关怀。

(2) 员工发展与培训

培训体系：设有各职能岗位系统、成熟的育才体系，包含行业类、技能类、专业类及管理类等培训，为员工提供了不断提升自身能力和知识水平的机会，有助于员工的职业发展，也能提高公司整体的人力资源素质。

晋升机制：匹配转岗、竞聘、晋升等成长双轨制，为员工提供了明确的职业发展路径和上升空间，激发员工的工作积极性和创造力，增强员工对公司的归属感和忠诚度。

员工工作环境与满意度

办公环境：办公环境舒适，良好的工作环境可以提高员工的工作效率和工作体验，体现公司对员工工作条件的重视。

员工满意度调查：定期开展员工满意度调查，了解员工对公司的管理、工作氛围、职业发展等方面的看法和建议，以便及时改进和优化公司的管理策略，提高员工的满意度和幸福感。

6.2.2 客户服务相关指标

客户沟通与服务：保持与客户的良好沟通，及时了解客户的需求和期望，为客户提供个性化的解决方案和优质的服务，增强客户对公司的信任和依赖。

客户满意度与忠诚度：定期评估客户的满意度和忠诚度，分析客户流失的原因，采取相应的措施提高客户的留存率和复购率，促进公司业务增长。

6.2.3 供应链管理相关指标

(1) 供应商选择与评估：建立严格的供应商选择和评估机制，对供应商的资质、信誉、产品质量、环境表现、社会责任等方面进行综合评估，选择符合公司要求的供应商，确保供应链的稳定和可靠。

(2) 供应链合作与协同：与供应商建立长期、稳定的合作关系，加强供应链的协同管理，共同提高供应链的效率和质量，降低供应链的成本和风险。同时，鼓励供应商履行社会责任，推动整个供应链的可持续发展。

6.2.4 企业道德与合规相关指标

(1) 商业道德与反腐败：制定并严格遵守商业道德规范和反腐败政策，禁止员工在商业活动中进行欺诈、贿赂、不正当竞争等行为，维护公司的良好形象和商业信誉。

(2) 法律法规遵守：确保公司的经营活动符合国家和地方的法律法规要求，及时了解和掌握相关法律法规的变化，对公司的管理制度和业务流程进行调整和优化，避免因违法违规行为而受到处罚。

(3) 知识产权保护：重视知识产权的保护，尊重他人的知识产权，加强公司自身的知识产权管理和创新，提高公司的核心竞争力。

6.3 治理绩效指标

6.3.1 董事会结构与运作

(1) 董事会独立性：评估董事会成员中独立董事的比例，以及独立董事在公司决策过程中是否能够独立、客观地发表意见和行使监督职责。较高的独立董事比例有助于提高董事会决策的公正性和科学性。

(2) 董事的专业能力和经验：分析董事成员的专业背景、行业经验、管理经验等，确保董事会具备足够的能力和和经验来领导公司的发展，应对各种挑战和机遇。

(3) 董事会会议的频率和质量：统计董事会会议的召开频率，以及会议讨论的议题、决策的过程和结果等，评估董事会会议的质量和效率，确保董事会能够及时、有效地履行职责。

6.3.2 高管薪酬与激励

(1) 薪酬结构的合理性：审查公司高管的薪酬结构，包括基本工资、绩效奖金、股权激励等，确保薪酬结构能够合理地反映高管的工作表现和公司的业绩，同时避免过度激励或激励不足的情况。

(2) 绩效指标的科学性：评估公司用于衡量高管绩效的指标是否科学、合理、全面，是否与公司的战略目标和长期发展相契合。绩效指标应包括财务指标、非财务指标（如客户满意度、员工满意度、创新能力等），以综合评估高管的绩效。

(3) 薪酬信息的透明度：关注公司高管薪酬信息的披露情况，包括薪酬的具体金额、构成、计算方法等，确保薪酬信息的透明度和公开性，便于股东和利益相关者进行监督。

6.3.3 内部控制与风险管理

(1) 内部控制制度的完善性：检查公司是否建立了完善的内部控制制度，包括财务管理制度、采购管理制度、销售管理制度、人力资源管理制度等，确保公司的各项业务活动能够在有效的内部控制下进行。

(2) 风险管理制度的有效性：评估公司的风险管理制度是否能够有效地识别、评估和应对各种风险，包括市场风险、信用风险、操作风险、合规风险等。公司应建立风险预警机制，及时发现和处理潜在的风险隐患。

(3) 内部审计的独立性和有效性：审查公司内部审计部门的独立性和工作效果，确保内部审计部门能够独立地对公司的内部控制和风险管理进行监督和评价，及时发现问题并提出改进建议。

6.3.4 股东权益保护

(1) 股东权利的行使和保障：审查公司是否保障股东的合法权益，包括股东的表决权、知情权、分红权等。公司应建立健全的股东大会议事规则，确保股东能够充分行使自己的权利。

(2) 关联交易的管理：评估公司对关联交易的管理情况，包括关联交易的审批程序、定价机制、信息披露等，确保关联交易的公平性和合理性，避免损害公司和股东的利益。

(3) 投资者关系管理：关注公司的投资者关系管理工作，包括与投资者的沟通、交流、互动等，及时回复投资者的咨询和提问，增强投资者对公司的信心和认可。

6.3.5 企业社会责任管理

(1) 社会责任战略的制定和实施：审查公司是否制定了明确的社会责任战略，并将其纳入公司的整体发展战略中。公司应积极履行社会责任，关注环境保护、员工权益、社区发展等问题，为社会做出贡献。

(2) 社会责任绩效的评估和报告：评估公司对社会责任绩效的评估和报告情况，包括是否建立了社会责任绩效指标体系，是否定期对社会责任绩效进行评估和报告，以及报告的内容是否真实、准确、完整。

(3) 利益相关者的参与和沟通：关注公司与利益相关者的参与和沟通情况，包括与员工、客户、供应商、社区等利益相关者的沟通和互动，了解他们的需求和期望，共同推动公司的可持续发展。

七、未来展望

7.1 未来发展战略

7.1.1 市场拓展战略

(1) 地域扩张：在巩固本省及周边市场的基础上，积极向全国其他地区以及国际市场拓展。

(2) 客户多元化：除了现有的企业客户外，进一步拓展客户群体。

(3) 战略合作与并购：与上下游企业、同行业企业建立战略合作伙伴关系，实现资源共享、优势互补，共同开拓市场。同时，根据公司的发展战略和市场需求，适时进行并购活动，获取关键技术、人才、市场渠道等资源，提升公司的综合竞争力。

7.1.2 服务提升战略

(1) 完善售后服务体系：建立专业的售后服务团队，提供快速响应、高效优质的售后服务。加强对客户的培训和技术支持，帮助客户更好地使用公司的产品和服务。同时，通过建立客户反馈机制，及时了解客户的需求和意见，不断改进售后服务质量。

(2) 提供增值服务：在产品销售的基础上，为客户提供更多的增值服务，通过提供增值服务，增加客户的满意度和忠诚度，提高公司的盈利能力。

7.1.3 人才发展战略

(1) 人才培养：制定完善的人才培养计划，为员工提供多样化的培训和学习机会，包括内部培训、外部培训、在线学习等。鼓励员工不断提升自己的专业技能和综合素质，为公司的发展提供人才支持。

(2) 人才引进：积极引进国内外优秀的技术人才、管理人才和营销人才，充实公司的人才队伍。通过提供具有竞争力的薪酬待遇、良好的工作环境和发展空间，吸引和留住人才。

(3) 人才激励：建立科学合理的人才激励机制，包括薪酬激励、股权激励、职业发展激励等，激发员工的工作积极性和创造力，提高员工的工作效率和绩效。

7.1.4 品牌建设战略

(1) 提升品牌知名度：通过参加行业展会、学术会议、技术交流活动等方式，展示公司的实力和优势，提高公司在行业内的知名度和影响力。加强与媒体的合作，进行品牌宣传和推广，提升公司的品牌形象。

(2) 树立品牌美誉度：始终坚持以客户为中心，提供高质量的产品和服务，赢得客户的信任和好评。积极履行企业社会责任，关注环境保护、节能减排等社会问题，树立良好的企业形象，提高公司的品牌美誉度。

7.2 持续改进计划

7.2.1 环境方面

目标：在未来一段时间内显著降低公司运营对环境的影响，提高资源利用效率。具体措施：

(1) 能源管理

定期对办公场所的能源消耗进行监测和分析，制定年度能源消耗降低目标。

(2) 绿色采购

在采购决策中，将供应商的环境表现纳入评估标准，优先选择具有良好环境管理体系和环保认证的供应商。例如，采购符合能源之星认证的办公设备、环保材料包装的产品等。

鼓励供应商采取绿色运输方式，减少运输过程中的碳排放。对于本地供应商，尽量选择使用新能源车辆或公共交通工具进行货物运输的合作伙伴。

7.2.2社会方面

目标：增强公司与员工、客户、社区等利益相关者的关系，积极履行社会责任，提升公司的社会形象和影响力。

具体措施：

(1) 员工发展与福利

制定员工培训与发展计划，根据员工的岗位需求和职业发展规划，提供个性化的培训课程和学习机会。

建立公平、透明的绩效考核和晋升机制，为员工提供明确的职业发展通道和晋升机会。定期对员工的工作表现进行评估，根据评估结果给予相应的奖励和晋升。

关注员工的身心健康，在办公场所设置员工休息区、健身设施等，定期组织员工体检和心理健康讲座，为员工提供良好的工作环境和福利保障。

(2) 客户关系管理

建立客户反馈机制，及时收集客户的意见和建议，对客户的投诉和问题进行快速响应和处理。

加强产品和服务的质量管理，确保为客户提供高质量、安全可靠的服务。建立严格的质量控制体系，对产品和服务的全环节进行全程监控。

积极参与社会公益活动，与客户共同开展公益项目，提升客户的参与度和满意度。例如，与客户合作开展环保公益活动、扶贫助困活动等。

(3) 社区参与与贡献

制定社区参与计划，积极参与当地社区的建设和发展。例如，组织员工参与社区志愿服务活动，为社区提供信息技术培训、科普宣传等服务。

与当地学校、科研机构等开展合作，为学生提供实习、就业机会，支持教育事业的发展。例如，每年接收一定数量的实习生，为优秀的毕业生提供就业岗位。

关注社会热点问题，积极响应政府的号召，参与社会应急救援、灾害救助等工作，为社会的稳定和发展做出贡献。

7.2.3治理方面

目标：不断完善公司的治理结构和管理体系，提高公司的运营效率和风险管理能力，确保公司的可持续发展。具体措施：

(1) 治理结构优化

定期对董事会和管理层的人员结构进行评估和调整，确保董事会成员具备丰富的专业知识和行业经验，管理层能够高效地执行公司的战略和决策。

加强董事会对公司战略规划、重大投资决策、风险管理等方面的监督和指导，提高公司的决策科学性和合理性。例如，建立重大事项决策前的专家咨询和论证制度。

完善公司的内部治理制度，明确各部门的职责和权限，加强部门之间的沟通 and 协作，提高公司的运营效率和管理水平。

(2) 风险管理

建立全面的风险管理体系，对公司面临的各种风险进行识别、评估和应对。例如，定期开展风险评估工作，制定风险应对策略和应急预案。

加强对信息技术风险的管理，确保公司的信息系统安全可靠。建立信息安全管理制度，加强对网络安全、数据安全等方面的防护和监控。

强化合规管理，确保公司的经营活动符合国家法律法规和行业规范的要求。建立合规培训制度，定期对员工进行合规培训，提高员工的合规意识。

(3) 信息披露与透明度

按照相关法律法规和监管要求，及时、准确地披露公司的ESG信息和财务信息，提高公司的信息透明度。例如，定期发布ESG报告，详细披露公司在环境、社会、治理等方面的表现和成果。建立与投资者、利益相关者的沟通机制，及时回应他们的关切和问题，增强他们对公司的信任和支持。例如，定期召开投资者交流会、客户座谈会等活动。

八、结语

展望未来，吉百惠百货在ESG领域将迎来更为广阔的发展空间。随着科技的不断进步，绿色智能解决方案将广泛应用，社区的可持续发展将达到新高度，企业治理也将更加完善。我们有理由相信，吉百惠百货将在ESG的指引下，持续创新服务模式，为业主创造更加美好的生活环境，成为推动社会可持续发展的重要力量。

在ESG的引领下，吉百惠百货的未来充满无限可能。社区环保教育、多元共治的社区治理模式等将成为行业发展的新常态。企业将以ESG为导向，不断拓展业务边界，提升服务内涵，与各方携手共建更加绿色、和谐、智慧的社区生态，在可持续发展的道路上绽放出更加绚烂的光彩。

立足当下，展望未来，ESG将深度重塑吉百惠百货格局。在环保方面，零碳社区、水资源循环利用等创新实践将不断涌现；在社会责任领域，社区养老、青少年关怀等服务将更加完善；公司治理也将愈发科学规范。吉百惠百货将ESG的东风，乘风破浪，驶向可持续发展的光明未来，为社会创造更多福祉。



耀鼎信用评估有限公司



