



2010年度广东省房地产企业社会责任报告

2010年度 广东省房地产企业 社会责任报告

C O R P O R A T E - S O C I A L - R E S P O N S I B I L I T Y

广东省房地产业协会
编

广东省房地产业协会 编

2010 年度 广东省房地产企业 社会责任报告

指导机构

广东省住房和城乡建设厅

广东省民间组织管理局

编撰机构

广东省房地产行业协会

编委会

- 主 任:

蔡穗声（广东省房地产行业协会会长）
- 副 主 任:

陈宏辉（中山大学岭南（大学）学院副院长、教授、企业社会责任研究中心主任）

王 韶（广东省房地产行业协会秘书长）

方建国（中山大学岭南（大学）学院副教授）

许 权（深圳市房地产业协会会长）

谢潭职（原惠州市房地产业协会会长）
- 委 员:

（以姓氏笔划为序）

刘 克（珠海华发实业股份有限公司总裁）

朱荣斌（广州富力地产股份有限公司副总裁）

朱 晨（越秀地产股份有限公司副总经理）

张勇平（碧桂园控股有限公司主席顾问）

张桂文（雅居乐地产控股有限公司总监）

扶伟聪（合富辉煌集团控股有限公司董事长）

李巧环（广东省房地产行业协会副秘书长）

李 钢（恒大集团董事局副主席、常务副总裁）

沈 彬（万科企业股份有限公司企业公民办公室主任）

林瑞明（中信房地产股份有限公司副总裁）

郑暑平（广州珠江实业集团有限公司董事长、党委书记）

胡建新（招商局地产控股股份有限公司副总经理）

胡辉华（暨南大学管理学院教授）

唐晓莲（广东工业大学管理学院教授）

梁上燕（星河湾集团董事副总裁）

黄毅文（广东省房地产行业协会副秘书长、《南方房地产》杂志社总编）
- 编辑部主任:

李巧环（兼）
- 成员:

肖烈、羽键、伍春林

序

蔡穗声

这是广东房地产行业的第一本企业社会责任年度报告。今后，我们将每年发布《广东省房地产企业社会责任报告》。

该报告采用绿色封面装潢，所以称为“绿皮书”，以区别于我们已发布了六年的《广东房地产蓝皮书》。“蓝皮书”反映市场状况，预测市场前景；“绿皮书”记载企业业绩，承诺社会责任。如果说蓝色象征理性，象征大海般深沉；那么，绿色寓意蓬勃生机，寓意可持续发展。

我为参编第一本“绿皮书”的十二家企业感到骄傲。尽管他们对社会责任的理解不尽相同，一些报告还显稚嫩，但都是他们努力实践的结果，其经验弥足珍贵。他们以公布社会责任报告的行为表明其品牌企业的价值。他们不愧为业界的佼佼者、领头羊。

我为参编第一本“绿皮书”的深圳市房地产业协会感到骄傲。他们向社会公布深圳市房地产业的社会责任履行业绩，把行业发展与自身责任紧密结合。

目 录

编委会	
序	1
第一部分 企业报告(以笔划为序)	
万科企业股份有限公司2010年度社会责任报告摘要	3
广州珠江实业集团有限公司2010年度社会责任报告摘要	13
广州富力地产股份有限公司2010年度社会责任报告	21
中信房地产股份有限公司2010年度社会责任报告摘要	31
合富辉煌集团控股有限公司2010年度社会责任报告摘要	41
招商局地产控股股份有限公司2010年度社会责任报告摘要	51
恒大集团2010年度社会责任报告摘要	59
星河湾集团2010年度社会责任报告	67
珠海华发实业股份有限公司2010年度社会责任报告	75
越秀地产2010年度社会责任报告摘要	83
雅居乐地产控股有限公司2010年度社会责任报告摘要	95
碧桂园控股有限公司2010年度社会责任报告摘要	103
第二部分 地区报告	
深圳市房地产开发企业2010年度社会责任报告	113
第三部分 协会报告	
广东省房地产行业协会2010年度社会责任报告	121
附录	
《广东省房地产企业社会责任指引》(试行版)	131
后记	135

我更为我所供职的广东省房地产行业协会感到骄傲。他们不但发动企业撰写社会责任报告,而且自己参与其中,主动将社会责任报告交由社会机构撰写,既客观评价既往成绩,也指出不足之处,明晰历史使命与努力方向。

向社会公众公布自己方方面面的业绩与不足,承诺更大的经济、社会、环境责任,是勇气,更是自信;把自身成长与社会发展紧密捆绑,追求社会各方利益的融合,是智慧,更是战略眼光。

两年来,我们在学习国内外相关理论的基础上,以调研报告为前导,以“企业社会责任指导委员会”为工作依托,以制订《广东省房地产企业社会责任指引》为抓手,用办班培训、上门辅导开路,引导企业迈出了实质性的第一步——发布社会责任报告。首次参编“绿皮书”的十二家企业和两个行业协会具有强大的示范效应,明年、后年将会演变为成百上千企业、行业协会发布社会责任报告的实践。

这仅仅是第一步。我们还要建立社会责任评价体系,帮助企业建立工作机制及制度,把社会责任化为经营理念与日常行动。这绝不是一蹴而就之事,需要扎扎实实、一步一个脚印地推进。

企业社会责任建设是公司治理的革命,是对以往单纯追求利润最大化的企业家价值观的颠覆。放眼环球,每一现代企业都在“社会责任”新视野中重新发现自己的生存价值与发展空间。凤凰涅槃,浴火重生。我相信,背负着太多社会期盼的中国房地产业,必将在重铸企业家价值观的熊熊烈焰中新生!

写于广东省房协成立廿周年之际
二〇一一年六月廿八日
(作者是广东省房地产行业协会会长)



责任的延展

万科企业股份有限公司2010年度社会责任报告摘要

关于本报告

报告主体: 万科企业股份有限公司

报告时间范围: 2010年1月1日至12月31日。考虑到披露事项的连续性和可比性,部分信息的内容适当向前或向后延伸

报告周期: 本报告为年度报告

报告组织范围: 报告围绕万科企业公民战略三个维度(经营、环境、社会)在2010年的实践与思考,相关的绩效数据体现上年度计划的实现情况

报告变化: 与此前不同的是,本报告不再简单公布本年度的绩效数据,而将公布上年度计划的实现情况,且同时发布对本年度绩效新计划。这样可不断督促企业自身去完成目标,并体现企业在某些业务上的持续推动与改进的决心

报告原则: 包容性、实质性、回应性

报告参照标准: 本报告按照《深圳证券交易所上市公司社会责任指引》的相关要求,参照Global Reporting Initiative(全球报告倡议组织)的《可持续发展报告指南》、Accountability的《AA1000》、广东省房地产行业协会的《广东省房地产企业社会责任指引》编写

报告发布情况: 本报告为万科的第四份企业社会责任报告。此前三份报告可在万科官方网站上浏览及下载: www.vanke.com



万科中心

第一部分: 序

2010年之后,“千亿”变成贴在万科身上最广为人知的标签,而作为万科的第四份企业社会责任报告,我们希望呈现那些落到人们观察万科的习惯性视野之外的事实:万科不只是一家仅仅为股东创造价值的、规模巨大的赚钱机器,对于社会、对于环境、对于经济,万科有着更为丰富而多元的存在价值。

对于上百万名万科业主来说,万科已经是生活中不可或缺的部分。从特大暴雨、地震灾害避难、甲型H1N1疑似病例隔离、停水停电的应急处理,到公共卫生清扫、垃圾分类投放、停车纠纷处理之类的日常服务,第一时间为业主保障人身与财产安全、提供秩序和安全感、缓冲问题和矛盾的,是万科不到2万名物业员工,90%

的业主对万科物业服务满意,并愿意向更多人推荐。万科业主的规模,正以每年超过20万人的数量持续增长。

中国已经不乏人们参与慈善和公益的财力和热情,短缺的是如毛细血管般广泛、丰富、深入的非营利性组织。以万科公益基金会为主体,从全球最大的国际环保组织之一WWF(世界自然基金会)到仅有二三人构成的中国草根组织,万科与近百家非营利性机构建立联系、开展合作、支持发展。而万科的员工志愿者组织,无论是692名注册者的成员人数、带动家庭成员为社会贡献超过5000天的服务时间、近十个省市深入乡村的工作地域,都足以排入中国非营利性组织的前列。

万科馆是2010年上海世博会上最受关注的中国企业馆之一,万科并没有以此展示

自身的产品和服务，121万现场参观者领略到的，是万科所追求的理念和价值——对生命的尊重、对资源的尊重、对自然的尊重。这也是万科希望与世界分享、它所观察到的中国令人振奋的一面——从民间到政府，基于对生命和自然的尊重，每一个人的力量汇集在一起，会带来一个更美好的未来。

2010年，万科完成的绿色三星节能住宅建设，已经占了2010年全国绿色三星节能住宅总量的54%，而万科在全国商品房市场的占有率，只有2.06%。作为中国节能住宅最为积极和坚定的实践者，万科相信，比起拉闸限电来，节能住宅这种技术进步因素所贡献的节能减排，是在履行国际承诺时更可持续、更符合民生需要的一种选择。

而万科最核心的社会责任，始终与这个行业所存续的价值关联在一起——为普通人造好房子。万科也始终站在整个行业的责任高度来思考和行动。中国第一个业主委员会、中国第一个房地产业中国驰名商标、中国第一个房地产业客户满意度调查、中国第一个房地产业国家住宅产业化基地……这些“第一”的荣誉背后，都是万科以改善普通人居住条件为己任的坚持如一。

一个负责任的组织，能够充分理解其决策、行动、产品所产生的影响，保障利益相关方参与识别、理解和回应彼此的关注重点，并对此承担责任和保持透明。万科正以此标准自律和践行。

万科全体员工

第二部分：公司概况

1、关于万科

万科企业股份有限公司成立于1984年5月，总部位于深圳，是目前中国最大的专业住宅开发企业。公司1988年进入房地产行业，1993年将大众住宅开发确定为公司核心业务。截至2010年底，万科的业务已经覆盖到以珠三角、长三角、环渤海和中西部城市经济圈为重点的46个城市。

万科是国内首批上市的企业之一。公司认为，坚守价值底线、拒绝利益诱惑，坚持以专业能力从市场获取公平回报，是万科获得成功的基石。公司致力于通过规范、透明的企业文化和稳健、专注的发展模式，成为最受客户、最受投资者、最受员工、最受合作伙伴欢迎，最受社会尊重的企业。

2、2010年要点回顾

年销售1082亿元，增长70%，达到全球住宅企业年销售规模的历史巅峰，在全国商品房市场中的占有率达到2.06%，比2009年增加0.62个百分点，为7.8万户家庭提供了住宅。仅过去三年，万科就满足了20万户家庭的居住需求。

销售产品中144平方米以下普通商品房户型占比88%，较2009年的86%进一步提高。

参与北京、深圳、南京三个保障房项目的开发，项目面积共计163万平方米。

2006年以来，累计参与保障房项目面积为322万平方米。

实体质量实测合格率较2009年同期提升5.9%，集团平均水平超过93%。

在产品质量方面获取7项全国性奖项，58项省级奖项。近五年来，万科获取的詹天佑大奖、金奖占全国颁奖总数的20%。

实现纳税额116.3亿元。

截至2010年底，万科物业在全国共为204个楼盘提供物业服务，管理面积3497万平方米。由国家授予国优称号的项目33个，由各省授予省优称号的项目35个，由各城市授予市优称号的项目17个。

客户忠诚度创造了历史以来最好水平，多城市总体客户满意度达到或超过90分。物业的客户满意度由82%上升到90%，物业服务成为75%客户再推荐首选理由。

新开工项目中装修房比例达到93%。

落实了75万平方米的绿色三星住宅，占全国总量的54%。

实现住宅产业化新开工面积106万平方米。

万科集团地产业务敬业度达到80%，超过“翰威特中国最佳雇主”（最新公布数据）员工敬业度9%，连续三年稳定在高绩效/最佳雇主地带。

年底集团总人数22,850人，其中地产系统总人数4464人，物业系统总人数18386人，较2009年底新增5234人。

新增申请的专利数量20项，其中有5项已通过授权获得证书。

以独立建馆的形式参展上海世博会，成为国内唯一一家独立建馆参展的地产企业，吸引了超过120万名游客前来参观。

年内692名万科员工完成5154天的社会志愿服务。

3、公司治理

公司根据《公司法》、《证券法》等法

律、行政法规、部门规章的要求，建立了规范的公司治理结构和议事规则，形成了科学有效的职责分工和制衡机制。股东大会、董事会、监事会分别按其职责行使决策权、执行权和监督权。

为加强内部审计，公司设立了审计监察部。审计工作直接向董事会审计委员会及监事会负责，其机构负责人由董事会任命，保证了审计监察机构设置、人员配备和工作的独立性。审计监察部通过执行综合审计或专项审计业务，评价内部控制设计和执行的效率与效果，对公司内部控制设计及运行的有效性进行监督检查，促进内控工作的持续改善。

4、利益相关方沟通

在万科，以下部门和机构负责与利益相关者的沟通、企业社会责任的落实：

顾客——

客户关系管理部、工程管理部、物业事业部；

尽责与投资回报——

董事会办公室、监事会办公室、审计监察部；

纳税与遵守法纪——

总裁办公室、法务部、税务管理部；

服务社区与社区发展——

企业公民办公室、万科志愿者；

劳工权益与职业发展——

人力资源部、职工委员会、员工关爱计划、

共济会；

支持与对话——

企业公民办公室、万科公益基金会；

监督与对话——

董事会办公室；

履约与担当——

工程管理部、建筑研究中心

5、计划与行动

2010年计划	2010年完成情况	2011年计划
全部新项目均达到万科住宅性能标准其中100万平方米按照绿色三星认证标准设计、施工	已落实75万平方米绿色三星项目	预计超过200万平方米的绿色星级项目开工
住宅产业化开工面积100万平方米	完成住宅产业化新开工面积106万平方米	住宅产业化开工面积200万平方米
新开工公寓类项目基本现在全装修	新开工面积中装修房比例达到93%	新开工面积中装修房比例达到98.5%
在北京、上海、深圳、广州的试点小区实施垃圾分类	2010年在在北京、上海、成都、深圳、东莞、广州六个城市19个项目开始垃圾分类试点	在全国100个万科社区推广垃圾分类，每个万科物业进驻并有交付的城市立标杆型垃圾分类社区
—	—	推进建筑节能技术研发、应用完成住宅产业化（该住宅第一个、宅测家工费运营。）
—	员工志愿服务时间超过5000天	员工志愿服务时间超过7500天
—	—	筹建万科公益医院

第三部分：健康发展，持续成长挑战与应对

每一个行业，都有其最核心的社会责任，一个企业的持续经营，不能偏离其核心的社会责任。

对于万科来说，最核心的社会责任，就是为更多的人提供住房、改善居住环境，并通过推动社区成熟发展，来参与城市发展。

对万科的挑战

- 如何在波动的市场中保持稳健发展？
- 如何为更多普通人提供商品住房？
- 如何在规模增长的同时保障产品质量，给客户提供更高性价比的产品服务？
- 如何带动社区发展提高社区成熟度？
- 如何给投资者提供优质回报？

万科的战略选择

1、坚持主流定位，面向普通购房者

截至2010年12月底，万科历史累计售出31.6万套住宅。2010年，万科144平方米以下的普通商品房产品套数占比达到88%。

2010年，面对复杂多变的外部环境，万科坚持聚焦主流、快速周转、拓展战略纵深的发展策略，积极应对市场变化，取得良好的经营业绩。

	2008年	2009年	2010年
营业收入(亿元)	409.9	488.8	507.1
净利润(亿元)	40.3	53.3	72.8
纳税额(亿元)	82.5	74.9	116.3
销售套数(套)	60372	62231	78058
销售金额(亿元)	478.7	634.2	1081.6
销售面积(万平方米)	557.0	663.6	897.7

2、持续改善产品品质

2010年，万科继续实施《质量管理“拉闸”制度实施办法》，实施装修房四化管理，并开展了飞行检查、安全生产月等行动。

公司项目实体质量稳步提升，实体实测平均成绩由年初的90.88%提升至年末的93.99%。房屋交付后业主遇到的质量问题大幅减少，产生严重或较重影响的比例下降57.1%，因质量问题报修的比例下降37.8%。准业主质量满意度较去年增长4个百分点。

3、丰富产品类型，带动社区发展

多年以来，万科结合商业活动提供了大量为大众利益服务的基础设施或配套设施，包括：幼儿园、小学、医务室、会所、各种商业配套等等。这些设施的交付使用，显著改善了所在社区的生活配套状况，提高了社区的成熟度。

为了提升小区价值，满足客户日益多元化的居住需求，万科在坚持以住宅为主

的基础上，开始尝试与住宅相配套的其它物业类型，不断丰富自身的产品类型。

4、实现有质量的增长

2010年，万科聚焦以股东回报为核心的价值创造过程，以全面提升经营质量、管理效率和专业能力为工作重点，推动公司向质量效益型增长转变。

在经营上公司坚持“不囤地、不捂盘”的策略，要求“新开盘当月销售60%以上”，依靠快速周转提升资产回报水平。

在管理上公司通过标准化推广、集中采购、成本对标、黄金项目等一系列举措，进一步巩固专业能力，提升营运效率，为未来的持续增长奠定了良好基础。

第四部分：和员工共同发展挑战与应对

人才是万科的资本。万科致力于为优秀的人才创造一个和谐、富有激情的工作环境。在万科，所有的员工在人格上人人平等，在发展机会面前人人平等；万科提供良好的劳动环境，营造和谐的工作氛围，倡导简单而真诚的人际关系。

在工作之外，万科鼓励所有的员工追求身心的健康，追求家庭的和睦，追求个人生活内容的极大丰富。



万科员工活动

进入新的发展阶段后，万科所面临的挑战包括：

随着规模增长，管理的复杂性也会上升，如何使管理效率和人员能力适应新形势的要求？

在人员不断增长的同时，如何确保优秀企业文化的传承？



万科员工活动

万科的行动

1、拓展培训体系，为员工提供持续成长空间

2010年万科集团地产系统全年共举办课堂培训约2300堂次，参与培训人数约46000人次。

除了课堂培训之外，万科还打造了在线学习系统V-learning平台，供全体员工自行选择适合自己的培训课程。目前在该平台上有超过250门网络课程。

2、提高员工满意度

万科集团地产业员工敬业度达到80%，比2009年提升13个百分点（市场平均提升5个百分点），超过“翰威特中国最佳雇主”（最新公布数据）员工敬业度9%，连续三年稳定在高绩效/最佳雇主地带。

3、加强职业道德教育，完善内控体系

为了加强对公司职员内部购房的管理，提高管理透明度，万科发布了《万科集团职员内部购房制度》，并开展员工潜在利益冲突申报。



志愿者

第五部分 积极开展社会公益事业 挑战与应对

万科面临如下挑战：

如何将专业能力和资源结合到社会公益事业中去？

如何为改善更广范围内的劳工状况做出努力？

万科的行动回应

1、以万科公益基金会为主开展公益慈善

万科公益基金会在2009年和2010年为公益项目累计捐助超过4112万元，2010年度总支出2325万元，项目主要集中在孤贫儿童大病救治及环保领域。万科公益基金会是民政部3A等级基金会。

2、积极参与保障房建设，促进行业和社会和谐发展

保障房兴建计划的落实对于增加住房供应、改善中低收入家庭居住条件、稳定房地产市场、促进社会和谐发展将起到显著作用。在不损害股东利益的情况下，万科积极参与保障性住宅的开发，承担社会责任。

2010年，万科通过竞标以代建方式参与了深圳、北京、南京三个保障房项目的开发，建筑面积合计约163万平方米。

3、与供应商、承包商在劳工状况方面的自律与协作

100%的战略总包通过了涉及质量管理体系方面的ISO9000标准，涉及绿色环保、对污染预防和持续改进做出承诺的ISO14000标准以及涉及控制组织职业安全卫生风险、改进组织职业安全卫生绩效的OHSAS18000认证标准。

第六部分 做卓越的绿色企业 挑战与应对

时至今日，低碳经济已不再只是一个



志愿者扫垃圾



王石与队友展示零公里行动旗帜

空泛的概念，它的影响力已经延伸到几乎所有产业，房地产行业自然也不例外。正处于高速城市化阶段的中国，是目前全球建筑行业最活跃的地区，提升建筑的节能环保水平显得更为迫切。

据统计，中国单位建筑面积能耗可能达到发达国家的2至3倍，新建筑中80%以上为高耗能建筑，存量建筑中95%以上是高耗能建筑。根据2008年《中国建筑节能年度发展研究报告》，我国城乡建筑运行能耗约占我国商品能源总量的25.5%，而如果考虑建设过程中的能耗，则建筑行业相关能耗比例将更高。

作为全世界最大的住宅开发企业，万科致力于绿色建筑的研发和推广。“做卓越的绿色企业”已经成为公司中长期发展战略中一个不可或缺的组成部分。

万科所面临的挑战

如何认识当前的环境问题，并推动公众关注环境议题？

如何为已有环境污染提出切实可行的解决方案并付诸行动？

如何完成向绿色企业、研发型企业、服务型企业的转型，培养面向未来的竞争优势？



万汇楼



莫比斯环厅

万科开展的行动

1、以装修房、住宅产业化和绿色建筑科技作为万科节能减排的主要手段

2010年，万科实现住宅产业化开工面积106万平方米，据估算，此举可实现节能4356.6吨标准煤，节约用水95.4万立方，节约木材1.4万立方，减少2.1万立方建筑垃圾。

2、以客户需求为导向，落实绿色产品

2010年万科以客户需求为导向，实现了从绿色理念到绿色产品的落地。公司共落实了75万平方米的绿色三星住宅，其中苏

州长风、金城缙香、城花新园、珠海宾馆等项目已获得绿色三星认证，奠定了公司在绿色建筑领域的先发优势。

2010年万科落实绿色三星住宅面积占全国总量的54%。

3、通过社区垃圾分类回收主动减少对环境的冲击

中国历年垃圾堆存量60亿吨，每个人身边陪伴近5吨垃圾。垃圾堆放占用耕地5亿平方米。有200多个城市处于垃圾包围之中。通过垃圾源头分类，减少末端垃圾处理量，可有效减少垃圾量。万科公益基金

会与腾讯公益慈善基金会联合发起“零公里行动”，旨在呼吁通过生活垃圾的前端分类减量解决城市垃圾问题。

2010年万科在北京、上海、成都、深圳、东莞、广州六个城市19个项目开始垃圾分类试点。

4、以世博会万科馆为平台，传播绿色理念

2010年，万科作为唯一独立建馆的房地产企业参加上海世博会。万科馆展出期间，共接待四方来宾逾121万人。在低碳经济的背景下，万科馆传播的绿色理念备受关注，赢得社会各方的高度认可及广泛好评，极大地提升了万科的品牌美誉度，成为提升万科品牌、树立绿色企业形象的前沿阵地。

意见与反馈

关于内部控制、审计、反腐败与反贿赂，请联系：jubao@vanke.com

关于销售、产品质量、服务质量，请联系：tousu@vanke.com

关于投资者关系，请联系：万科董事会办公室，邮件：IR@vanke.com

关于企业公民战略，请联系：万科企业公民办公室，邮件：csr@vanke.com

关于万科公益基金会，请登录：
www.vankefoundation.org



万科馆



担当国企之责 成就蓝图之美

广州珠江实业集团有限公司2010年度社会责任报告摘要

广州珠江实业集团有限公司(以下简称“珠江实业”或“集团”)成立于1979年6月10日,目前总资产87.6亿元,净资产27亿元,是由广州市国资委直接授权经营管理,按照现代企业制度运作,跨地区、跨行业经营的大型房地产企业集团。本报告是按照《广东省房地产社会责任指引》要求而编制撰写,是珠江实业集团发布的首份社会责任报告。

一、社会责任价值体系

(一) 社会责任价值观

珠江实业集团经过三十多年改革发展实践,逐步形成了敢为人先、顽强拼搏、团结协作、尊重人才的良好品格,逐步形成了求实创新、开拓进取、追求效益的经营管理理念和文化氛围。在“构筑精品,诚信经营,致力成为受尊敬、可持续发展的综合房地产集团”的企业愿景下,坚持“诚信服务,构筑精品”的质量方针,秉承“以人为本、追求卓越”的经营理念,执著“信誉为重、品质为先”的服务宗

旨,并在此基础上总结提炼了“奋发图强、主动竞争、以人为本、实业报国”的企业精神。其中,“实业报国”既是珠江实业的核心价值观,也是企业的社会责任价值观。

(二) 社会责任价值目标体系

——坚持发展是第一要务,开拓进取,建设有为珠江;

——坚持以人为本,企业与员工共同成长,建设和谐珠江;

——坚持信誉为重,携手合作伙伴,建设共赢珠江;

——坚持品质为先,构筑精品,建设诚信珠江;

——坚持不懈参与社会公益事业,践行企业公民责任,建设大爱珠江。

二、坚持发展是第一要务,开拓进取,建设有为珠江

做强做大珠江实业集团,保证国有资产的保值增值是作为企业法人首要的社会责任。“十一五”期间,珠江实业集团坚持“抓住新机遇、迎接新挑战、实现新跨越”发展战略,秉持“稳健经营、审慎投资、防范风险、加快发展”的策略,抓住“盘活存量、开拓市场,整合资源、调整结构,深化改革、强化管理”的工作重点,企业的经济规模和经营业绩稳步增



长。集团“十一五”所取得的成绩主要表现在四个显著上:一是资产规模显著扩大,期末(2010年底)总资产是期初(2005年底)的2.9倍,净资产是2.7倍;二是经济效益显著提升,营业收入期末是期初的4.3倍,利润总额是12.5倍,净利润是23.8倍(2010年净利润2.35亿元,2005年净利润989万元);三是发展质量显著提高,集团净资产收益率由2005年的1.24%增长至2010年的11.77%,在行业中已具备一定的先进性;四是企业竞争实力显著增强。集团各主营

板块均获得快速发展,部分骨干企业竞争实力跻身行业前列。通过“十一五”时期的发展,集团资产规模和质量迈上了新的台阶,顺利实现了集团阶段性的跨越发展目标。

2010年,集团营业收入、利润总额和归属母公司净利润指标分别为39.2亿元、3.7亿元和2亿元,超额完成年度预算指标,国有净资产收益率进一步提升到11.1%,总资产报酬率5.32%,国有资产保值增值率111.55%,确保了国有资产保值增值,并荣获市国资委2010年度效益贡献奖。同时,依法为国家纳税3.77亿元。

三、坚持以人为本,企业与员工共同成长,建设和谐珠江

(一) 招贤引才,提供发展空间

集团现有员工7817名,其中,经营管理人才110人,70%拥有本科以上学历,近九成人员拥有中级以上专业技术职称。集团总部和二级公司共有2158名专业技术人员,其中,高级职称占比10.2%,中级职称占比



26.5%,初级职称占比28.5%,技术职称人才在全员占比30%以上。同时,集团每年都会根据企业发展和战略需要制订专项人力资源规划,有意识地为提前引进和培养各个层次的专业人才做指导,并有针对性地为员工制订职业发展规划明确方向,以使

组织规划与个人规划相匹配。

(二) 尊重员工，保障员工合法权益

集团严格按照《劳动合同法》、《工会法》的要求，依法维护和保障员工的权益。2010年，集团扎实推进工资集体协商合同的签订，属下有10个单位签订集体合同，有11个单位签订工资集体协商合同，并依法为员工办理养老、医疗、失业、工伤、生育等社会保险。员工可享受法定休假、年休假、婚假、丧假、



探亲假、产假、看护假等带薪假期。同时，员工享有外出参观学习、发放过节费、防暑降温补贴、工作日午餐补贴等福利。目前，集团已逐渐形成了一套较完善的国家福利+企业福利二维福利模式。此外，共有1640人参加了市职工重病保障计划和市职工住院保障计划。2010年8月，集团工会被评为“2005-2009年度广州市模范职工之家”。

(三) 加大培训力度，提高员工素质

2010年，集团从经营实际、工作需要出发，重点培养员工的思想、政治理论、业务和专业知识水平以及工作技能，确定培训主题有序开展培训工作。全集团共组织参加和举办各类培训班42期，培训相关人员2919人次，有力地提高了员工队伍的整体素质。此外，集团属下的广州住建公司为提高农民工素质，成立了“农民工业余学校”。2010年1月，连续两年被广州市城乡建设委员会评为“广州市建筑工地农民工业余学校管理先进单位”。

(四) 完善岗位体系，深化激励约束机制建设

2010年1月，集团启动工作分析与岗位价值评估管理工作，旨在优化人力资源管理，完善岗位设计，明确岗位职责，评估岗位价值，为薪酬激励机制设计提供基础依据。在此基础上，集团进一步完善了《员工绩效考核管理暂行办法》、《二级企业业绩评价和考核暂行办法》、《集团干部评价与考核管理暂行办法》等人事规章制度。同时，集团还建立了较为完善的晋升机制，通过岗位交流、业绩考核、民主评选、职位能力测评等多种途径，全方位、多角度选拔优秀人才，并为其提供适合且充满挑战的升职空间。2010年共有4人提拔为集团中层管理人员。



岗位价值评估与工作分析启动会

(五) 注重人性关怀，促进企业和谐

2010年，集团成立了职工济难基金，救助困难职工40人次，发出救助金4.48万元，并利用中秋、元旦、春节等节日开展送温暖活动，共慰问特困职工、离退休职工、劳动模



“珠江实业杯”篮球赛

范、病休职工等2394人次，发出慰问金、补助费、救助金等114.3万元，帮职工申请重大疾病保障款7.8万元、生活救助金2.8万元、金秋助学0.6万元。此外，通过组织开展书法、摄影、读书讲坛、知识竞赛、体育竞赛等系列活动，不仅丰富了员工文化生活，增进了沟通和交流，还有效增强了企业的凝聚力。

四、坚持信誉为重，携手合作伙伴，建设共赢珠江

(一) 严格挑选供应商，完善招投标和采购流程

集团开发服务部作为集中采购的平台，制定了《集团公司关于采购管理的规定(试行)》、《集团公司采购与开发服务工作指引》、《集团公司内部采购、绩效计量和产值管理划拨管理暂行办法》等一系列规章制度，并进一步建立和完善了园林景观施工、建筑材料和装饰材料、智能化工程、消防工程等四类供应商信息库的相关内容，先后与8家供应商达成长期稳定的战略合作伙伴关系。在招标投标采购方面，集团不断完善竞标机制和评标体系，建立“公平、公正、公开”的招标程序，为合作伙伴创造良好的竞争体系。此外，制定了《集团在建工程项目实行承发包双方签订廉洁协议》的规定，对投诉、举报管理办法及相关工作细则进行了补充、修改、完善，为合作伙伴提供有效的申诉途径，坚决避免招投标过程中违规操作。

(二) 严格执行合同条款，完善纠纷协商机制

集团严格按照《工程合同管理办法》和《工程预结算管理办法》的相关规定，与供应商签订采购合同，落实合同履行中的各个关键

环节，与供应商保持互利共赢的合作关系，坚决杜绝损害供应商利益行为。如遇供需双方发生分歧时，与供应商以诚相待、加强沟通、互相理解、互相支持，在保障双方利益的前提下达成双赢的解决办法。

(三) 切实保护债权人利益

集团凭借健全的内部控制体系，在保障资产、资金安全及追求股东利益最大化的同时，切实保护债权人利益，在各债权人面前树立了良好的资信形象。期末银行贷款余额22.85亿元，利息均按时支付，全年无逾期归还银行贷款事项发生。此外，集团与中国建设银行广东省分行签订了《战略合作协议》，2010年3月，被广州市农商行授予“黄金客户”。

(四) 竭诚合作，实现共赢

集团始终把“互利合作、互信共赢”作为与合作伙伴业务来往的重要原则来坚守。经过长达半年数十次的合作条件洽谈，集团下属世贸公司与友谊集团于2010年1月8日正式签署了世贸商场整体租赁合同，开始双方为其12年的合作。



集团公司与建设银行广东分行结成战略合作伙伴关系

五、坚持品质为先，构筑精品，建设诚信珠江

(一) 关注用户需求，为用户提供品质性能优的产品

集团2010年热销的珠江都荟项目，位于广



世贸出租签约仪式

州市珠江新城西区，周边生活配套成熟，交通便利，广州市七大地标建筑近在咫尺，CBD地段位置可谓寸土寸金。由于地理位置优越，该片区住宅楼盘多以大户型为主打，成为市中心相对高档的住宅区。在这样的市场环境中，在对项目进行规划定位时，集团仍然坚持响应国家70/90政策号召，坚持为更多人提供更好的居住环境的理念，产品设计以中小户型为主，大部分为76-88平米的稀缺两房产品，户型间隔方正、设计紧凑实用。一经推出，即成为市



珠江都荟效果图

场新亮点，以性价比高的优势获得热烈的市场反应。致力于打造人居精品的努力，在珠江都荟项目上也得到了深刻体现。该项目为给消费者提供舒适、自然的小区环境，将商业价值较高的东南向地段打造成小区内1000多平米的小区园林和首层架空花园，局部二层屋面园林的立体园林绿化设计，清风入内，视野开阔，大大提高了众单位的采光和通风效果，在繁华都市中让消费者拥有一个难能可贵的绿色家园。此外，项目的整体建筑全部采用了高节能环保效果的新型材料，在建筑整体节能率上高达65%，比行业标准要求足足提高15个百分点。

(二) 确保工程项目质量，对用户高度负责

为持续提升产品质量，控制项目安全生产管理，集团大力推行项目质量、安全管理标准化，并制定了《房地产开发质量管理体系》、《房地产开发安全管理制度》、《安全、文明施工标准》、《安全、文明施工季度检查评比办法》等一系列文件，从制度层面保障了集团房地产开发质量、安全工作平稳运行。同时，我们将现有的工程管理制度按要求落实到工程管理实践中，每个月按时组织建设单位、监理单位、相关施工单位对各在建开发项目进行工程质量、进度、安全、文明等方面的检查，重点完善质量、进度管理措施，对发现的问题要求进行整改并组织再次验收，确保各项目保质按期完成目标。2010年，集团在建工程无质量、安全责任重大事故。

(三) 秉持顾客至上理念，竭诚为客户提供优质服务

2010年10月，长沙珠江花城三组团项目盛大开盘，在整个销控过程中，从客户排队、工作人员入场、客户签到、引导客户入座等候、

客户选房、客户换票、销控等，环环相扣、人人到位，各司其职、贴心服务，使得在客户爆棚的情况下，销售现场仍井然有序。后勤保障人员坚守岗位、积极配合，有些客户选房到凌晨两点多，但司机班的工作人员仍然坚持送完最后一位客户，得到了客户的交口称赞。



长沙珠江花城销售现场

同时，集团坚持以客户利益为重，尊重客户合理诉求。长沙珠江花城曾发生一件让人动容的事情：两位原籍长沙的上海老夫妇，因为想落叶归根在珠江花城买了一套两室精装修房，但事后不久，男主人突然感冒发烧，病情恶化致瘫痪在床。面对高额的医药费，女主人在没有办法的情况下，抱着试一试的心理，给集团寄来一封“救命信”。



震后之初集团抢建的安置样板房

在楼款已经支付、手续已经办理、房管局已经备案的情况下，集团召开紧急会议，经讨论研究后，决定以生命为重，不计企业得失，不仅第一时间给老人汇去5万元救急，并积极寻求房管局的帮助，委派工作人员前往上海进行公证、办理相关手续，上演了“跨越退新房、千里送善款”的感人一幕。湖南搜房网对集团以诚信、责任取信于客户、取信于市场的做法给予了重点宣传报道。

六、坚持不懈，参与社会公益事业，践行企业公民责任，建设大爱珠江

(一) 情系汶川，从心出发

5·12汶川大地震后，集团开展“聚珠江之力、献珠江人之爱”的捐款捐物活动，共收到单位捐款2,572,200元，员工捐款583,140元，特殊党费317,133元，工会捐款8600元。同时，积极响应市委、市政府“奉献大爱、不辱首善”的号召，5月23日，派出第一批21名设计人员随广州市援建工作队赶赴汶川重灾区（漩口镇、水磨镇、威州镇）进行安置样板房的设计抢建工作，设计样板房3000多间，提前6天高标准、高质量地完成任务。随后，先后派出



广州体育馆团队部分成员合影

五批援建人员共200多人参与、支援汶川威州镇、映秀镇的灾后重建，共承担建设管理任务的15项100多个单体建筑。此外，2010年2月，集团又拨款300万元捐建大禹雕像，并向威州镇捐款10万元。

(二) 支持亚运，彰显真情

本届广州亚运会共使用70个场馆，而集团参与的亚运工程项目就有23个。同时，参与了海珠区、越秀区、荔湾区等人居环境整治项目共10个，以崭新面貌迎接亚运会。亚运会期间，集团共派遣213人服务亚运会、亚残运会，共组织600多员工观看了亚残运会部分比赛项目，并有3人参加亚残运会火炬传递。特别是集团属下的珠江体育文化公司，作为广州体育馆的经营管理方，举办了亚运会倒计时100天、亚运会排球、乒乓球等重要活动和比赛，并因亚运期间服务保障到位、工作业绩突出，在广州亚运会、亚残运会总结表彰大会上被授予“广州亚运会、

亚残运会先进集体”荣誉称号。

(三) 扶贫开发，初见成效

2009年12月，市委下达集团需承担茂名高州市大井镇东光村、沙田镇罗坑村的扶贫双到开发任务。其中，东光村的总户数为600户，人口2720人，贫困户252户，贫困人口903人；罗坑村总户数为403户，总人口2008人，贫困户174户，贫困人口877人。一年来，集团领导先后11次带领“双到”工作组深入农村和农户家中调研，结合当地实际，依据分类指导的方法、按照“一村一策、一户一法”的原则，研究制定相应的帮扶规划和措施，稳步推进扶贫



贫困户调研



扶贫济困日捐款

开发“双到”工作。截至2010年底，集团已投入帮扶资金309万元。主要用于为两个贫困村贫困户购买发放种植、养殖等生产资料；为37户贫困户进行危房改造；修缮贫困村村委办公楼、村集体商铺物业；为村委会添置了一批办公设备；修复水利灌溉设施9.5公里；帮助1780名贫困人口100%参加新型农村合作医疗。目前，426户贫困户中已有147户682人实现基本脱贫，“扶贫双到”工作取得了阶段性的成效。

(四) 各类慈善，与爱同行

2010年，集团先后落实和捐出善款四笔，分别为：为汶川威州镇建大禹雕塑捐款300万；向玉树灾区捐款20万元；向中国志愿服务基金会捐款20万元；在“广东扶贫济困日”广州市捐赠活动上，集团董事长、党委书记郑暑平代表集团捐出善款30万元。此外，集团公司党委在各基层党组织发起为“支援百色、抗旱救灾”捐款活动，共募集捐款65188元。积极参加市职工济难基金会的筹款活动，共收到爱心

捐款51638元。集团下属广珠股份公司在迎接亚残运会倒计时100天举办的“亚运之光?生命之光”慈善晚会上捐出善款200万元。

2011年，是珠江实业集团“十二五”发展战略实施的开局之年，是“兔”飞猛进、跨越发展的关键之年，是共同给力、创造幸福珠江的奋斗之年。站在新的发展起点上，我们深知，履行社会责任任重道远，但我们会更加坚定地把履行社会责任融入到集团发展战略中，继续秉承“实业报国”的企业核心价值观和社会责任观，以人为本、诚信守法、稳健经营、热心公益、扶贫济困，真诚地履行社会责任，与利益相关者一道分享成功。在服务社会、回报社会、造福社会的过程中实现企业的升华，用实际行动践行科学发展观，履行国企社会公民之责，为社会发展做出更多更大的贡献。



香港联合交易所上市编号: 2777

诚信经营 热衷公益

广州富力地产股份有限公司2010年度社会责任报告

关于本报告

报告可靠性声明: 广州富力地产股份有限公司向社会郑重承诺, 本报告的信息披露是真实、客观、全面和及时的

报告主体: 广州富力地产股份有限公司

报告时间范围: 2010年1月1日至12月31日, 部分信息的内容适当向前或向后延伸

报告周期: 本报告为年度报告

报告参照标准: 本报告参照广东省房地产行业协会的《广东省房地产企业社会责任指引》(试行版) 编写

报告编写部门: 为了客观地反映广州富力地产股份有限公司履行社会责任的状况, 我司邀请了广东省房地产行业协会企业社会责任建设专家组撰写本报告

报告发布情况: 本报告是富力地产第一份社会责任报告, 更多信息可在富力官方网站上浏览及下载: www.rfchina.com

董事长致辞

社会责任是品牌房企在成长中坚守的核心价值和竞争力。在房地产的黄金时代, 品牌房地产能够获得更多的发展空间。在行业进入调整期, 具有良好口碑的房地产企业也将获得市场更多的认可。中国房地产行业发展30多年来, 大量的事实证明, 遵守社会法规法则, 履行社会责任和义务、树立良好社会形象的地产企业, 往往就可以持续发展。



李思廉

联席董事长、总裁致辞

服务社会, 造福社会是每一个公民的责任, 同样, 企业要在创造利润、对股东利益负责的同时, 要对消费者、员工、环境负责, 这样才能成就持续发展, 才能创造共存共荣的境界。企业的发展离不开社会发展, 企业最重要的是要主动承担社会责任, 为社会做出最大的贡献。富力地产将继续不遗余力地为社会慈善事业尽微薄之力, 希望能唤起全社会的责任感, 大家都尽己所能帮助他人, 促进全社会的共同进步和共同富裕。用仁爱之心, 造福社会, 回报社会, 使富力成为一个值得尊敬的房地产企业。



张力

关于富力

广州富力地产股份有限公司（香港联合交易所上市编号：2777）成立于1994年，注册资金8.06亿人民币，集房地产设计、开发、工程监理、销售、物业管理、房地产中介等业务为一体，拥有国家住房和城乡建设部颁发的一级开发资质、甲级设计资质、甲级工程监理资质、一级物业管理资质及一级房地产中介资质，是中国综合实力最强的房地产企业之一。公司于2005年7月14日在香港联交所主板上市，为首家被纳入恒生中国企业指数的内地房地产企业，并荣登市值最高公司之一。

自1994年公司成立以来，一直专注于公司主营业务发展并以合理的价格销售高素质产品，以顾客的需求作为营销的出发点，赢得了客户的信心及公众的认同。

公司治理

富力地产自成立以来，一直严格遵守国家及相关机构的要求，不断改善企业管治，并特别注重维持及提高董事会的管理素质、内部监控、对股东的透明度和股东对公司的信任度。公司设有审核委员会、薪酬委员会，建立了系统的措施确保高效率的董事会和及时向股东披露信息的机制。

企业理念

为客户创造价值，与客户共生共荣
经营一座城市，打造区域标杆
一体化运营，构建全产品体系

社会责任观

“规范、诚信、进取”是富力地产的企业

业经营之道，在创造利润、为股东利益负责的同时，还要对政府、消费者、员工、环境等利益相关者负责，这样才能持续发展，才能创造共存共荣的境界。诚信经营、热衷公益，树立良好社会形象是富力地产持续发展的不竭动力。

一、诚信经营，持续发展

诚信经营是富力发展的基石。

1、诚信守法，保护利益相关者权益

遵纪守法是企业经营的基本要求，富力地产一直坚持诚信守法，根据相关规定建立起了一整套制度保护利益相关者权益。富力地产聘请了第三方独立编制《独立核数师报



业绩发布会

告》，确保披露信息客观真实；利用公司网页，以年报、中报及不定时发放公告的形式向股东及时、高透明度披露企业信息，并于业绩公布后举行记者招待会和分析师讨论会，公司董事及高级行政人员亲自回答问题。

富力地产设立了监察中心，面向社会公布了举报电话和邮箱，积极接受广大员工及合作企业、承包商、工班、材料商的监督，切实维护利益相关者的权益。

2、稳健经营，业绩持续增长

2010年，在国家宏观调控持续升级的背景下，富力地产积极调整策略，公司业绩再创新高。同时，公司财务稳健运行，净负债与权益比进一步下降；实行了谨慎的土地储备政策，截至2010年12月31日，土地储备总量增加至2448万平方米，足以支持富力未来的发展需要。

2010年主要业绩摘要：

- 营业额增加35%，达人民币246亿元
- 纯利增长53%，达人民币44.6亿元
- 净负债与权益比率下降至94%
- 每股盈利为人民币1.35元
- 派发末期股息每股人民币0.4元

经营业绩(人民币千元)	2010年	2009年	变动情况
营业额	24,641,820	18,196,463	35%
毛利	9,293,188	5,749,619	62%
本公司所有者应占溢利	4,350,593	2,899,500	50%
每股基本盈利(人民币元)	1.3501	0.8998	50%
每股股息(人民币元)	0.5	0.36	39%
财务状况(人民币千元)			
现金	9,168,149	7,887,251	16%
资产总额	77,416,905	66,344,017	17%
负债总额	57,417,684	49,324,651	16%
财务比率			
每股净资产(人民币元)	6.14	5.25	17%
派息率(%)	37	40.0	-8%
权益报酬率(%)	24.1	18.2	32%
净负债与权益比率(%)	94.4	97.6	-3%

富力地产从2005年至2009年连续五年蝉联国家统计局评选及公布的中国房地产企业综合实力第一名。2010年11月6日，国家统计局联合中国行业信息发布中心正式发布了2009



年中国房地产与建筑业企业发展报告。数据显示，富力地产进入“2009年中国大型房地产业与建筑业500强”房地产业三甲，综合实力继续位居国内房地产开发企业前列。

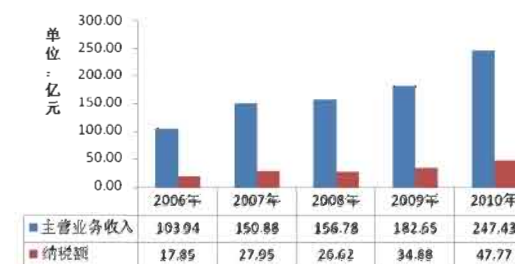


3、诚信纳税，贡献社会

依法纳税、诚信纳税，一直是富力地产的基本道德原则。坚守诚信经营、诚信纳税是富力地产的底线，也是公司定下的长远发展目标的基础，做“百年老店”的品牌企业才是公司的终极目标。富力地产认为，企业与国家一同成长，纳税是企业应该承担而且必须承担的责任和义务，是每一位企业公民应尽的义务。

富力地产广州公司曾于2007、2008年连续两年占据全国房地产纳税百强榜的冠军位置。2010年，富力地产上交税收47.77亿元，再创纳税新高。

2006-2010年纳税统计





向广州亚残运会捐款

二、热衷公益，促进社会公平

1、社会慈善不遗余力

富力地产不遗余力地推进社会慈善事业，希望能唤起全社会的责任感。富力地产认为，大家都尽己所能帮助他人，才能促进全社会的共同进步和共同富裕。富力地产的社会慈善集中在四个方面：一是希望工程；二是慈善会；三是特殊时期的捐赠；四是长期的基金性捐献。自公司成立以来，已累计向社会捐赠1.68亿元。



广东扶贫济困日捐款

2010年富力地产慈善捐赠情况（部分）：

时间	对象	金额
4月	玉树地震灾区	100万
6月	“广东扶贫济困日”，支持惠州市下属贫困村的建设费用	1000万
8月	“大梅嶼暨亚运”专项活动经费	150万
9月	广州亚残运会	300万
11月	海南省陵水县、文昌县特大洪灾	600万
12月	中山大学设计学院的博士生	34万

2010年富力其他慈善情况（部分）：

6月1日，富力地产及广州富力君悦大酒店组织了广州儿童福利院80名6-14岁的小朋友齐聚君悦大酒店，共享儿童节自助午餐。



广州儿童福利院活动

10月12日，富力地产因积极参与广州市老人院建设并积极支持老年人各项活动，获得“广东省第一届敬老企业之星”称号，成为唯一荣获此殊荣的房地产企业。

2010年，广州市见义勇为基金会召开第四届理事会，富力地产被聘为名誉理事。



富力地产被评为广东省第一届敬老企业之星



北京阳光美园项目

2、参与保障性住房建设，促进社会公平

富力地产一直把“居者有其屋”作为企业的社会责任，并认为参与保障性住房开发

建设是企业履行社会责任的重要途径。

2010年，北京极富房地产有限公司作为富力地产从事政策性住房开发的专门单位，因快速高质完成北京富力阳光美园限价房项目，在

2010年北京市住房保障工作会议上荣获“2009年政策性住房开发建设先进单位”称号。

2010年，富力地产积极筹备广州金沙洲保障性住房项目。作为广州首个政府和社会力量合作建设的保障性住房项目，金沙洲项目总用地面积10.93万平方米，计划建设住宅建筑面积约34.12万平方米。其中，廉租住房占九成，约30.71万平方米，6804套；经济适用房占一成，约3.41万平方米，540套。



广州金沙洲项目模型

三、与员工共同成长

1、依法维护员工合法权益

富力地产建立了平等雇佣制度，劳动合同签订率、劳动用工备案率、社会保险和住房公积金覆盖率均达到100%，全年未出现任何劳动争议。

2、积极拓展员工发展空间

富力地产建立了分层次、有重点、覆盖全员的培训体系，运用多种培训方式（课堂授课、现场交流、海外考察等）为员工提供专业技术类、品德文化类、领导管理类课程培训。2010年培训达11035人次，人均培训达20学时。



富力地产英国诺森比亚大学工程班

富力地产为员工提供了广阔的职业发展空间。公司建立了双通道职业规划，管理人才与技术人才阶梯规划，逐级增值；建立了人性化调配机制和开放式竞聘选拔机制，兼顾员工的人性化工作调配机制；建立了以能力业绩为导向，定期全员竞聘选拔核心管理人才机制；建立了量化绩效考核制度，使考核和激励有据可依。

3、提供良好的员工福利

富力地产除了为员工提供具有行业竞争力的薪资和“五险一金”等基本保障外，还为员工提供带薪年假、旅游假、免费体检、落户及人事档案、党组织关系接收、免费员

工宿舍、工作午餐等福利。

2010年富力人均带薪年假达7天。公司为员工建立了健康档案，并根据员工的具体情况提前做好预防疾病的措施，如补种乙肝疫苗、在流感高发期及时接种新型流感疫苗等；如发生员工因病伤亡，公司会大力帮扶，董事长及其他领导也会作为表率，捐款献爱心。

4、搭建员工与公司领导沟通平台

富力地产建立了集团领导、管理人员与员工“无缝接驳”的沟通平台。公司每3个月定期举办1次员工座谈会，听取员工建议，为员工排忧解难。



员工座谈会

5、丰富员工生活

富力地产为员工设立每周瑜伽课堂、年度运动会、卡拉OK比赛、象棋比赛、足球、羽毛球比赛等各项活动，丰富员工文化生活。



2010年富力员工运动会



富力金港城实景

四、保护消费者权益

1、科学管理，提供优质产品

富力地产始终把工程质量放在第一位，建立了科学的管理架构，确保责任到人，在确保质量的前提下特别注重控制施工进度及施工安全。在产品设计方案上，特别注意使用功能、舒适程度、美观、成本控制等指标的优化。在施工及建筑用材上一直坚持招标制度，建立了供应商平台，优选施工单位和材料供应商。在售后服务方面，工程管理部门加强交楼后的使用情况调查，通过听取业主及物业管理部门提供的意见，有针对性地进行改进。富力地产注重通过设计、施工方案、施工重点验收等方式对质量予以管控，切实提高产品质量。

2、业主认可度不断提升

据统计，2010年富力地产销售的楼盘老

业主介绍率超过50%，业主对产品满意度不断提高。同时，公司以客户服务中心依托，快速协调处理业主投诉，近年来投诉率一直处于较低水平。

3、丰富社区文化

富力地产积极开展形式多样的社区活动，支持社区各种文体活动小组的工作，并与业主共建社区文化，增进沟通了解，构建和谐社区。



富力地产业主羽毛球公开赛

五、环境责任

1、绿色环保从企业自身做起

2010年，富力地产一直坚持保护环境从小事做起，坚持“无纸化”办公，积极参加“地球一小时”活动，并积极支持各类环境保护相关活动。

天力物业不断改进管理和服务水平，导入了ISO14001环境管理体系。天力物业坚持“遵守法律法规，提高环保意识，预防环境污染，创建绿色家园”原则，率先成为同时取得质量管理体系和环境管理体系认证的物业管理企业。

2、小区建设采用节能环保技术，大力推广精装修房

富力地产一直是低碳环保理念的践行者，对建设可持续发展的绿色低碳住区有自己独特的理念：通过对资源的整合和产

业链的科学管理，在选址、购地、策划、设计、工程、销售、售后服务等开发过程中实现一体化地产运营，创造艺术与生态共融的和谐人居，为业主提供积极健康的新生活模式。

富力地产在项目开发过程中，非常注重成熟的生态技术和环保节能技术的应用，并大范围地推广和应用了住宅产业化技术。

富力地产大力推广精装修房，不断完善标准化装修。公司产品全部采用统一标准，再根据不同的城市和区位选择不同标准进行微调。公司从园林景观到单元大堂、电梯厅、步梯楼道、室内外装修，全部形成了成熟的精装修模块，保证了个性化基础上的装修标准化。2010年除别墅项目外，富力地产实现了100%精装修，力求最大限度保护资源和环境。



君湖华庭室内实景

2010年富力社会责任荣誉(部分)

	时间	奖项	颁奖单位
全国性奖项	2010年3月	推动行业发展功勋企业	中国饭店业年会组织委员会
	2010年6月	2010十大新粤商	中国企业文化论坛组委会
	2010年7月	2010年度社会贡献企业大奖	中国地产金砖奖评选委员会 21世纪经济报道
	2010年8月	2010年中国最具价值地产上市企业	博鳌房地产组委会
	2010年8月	中国地产风尚大奖—— 2010年中国最具价值地产上市企业	博鳌房地产组委会 观点地产新媒体
	2010年12月	2010中国主流地产金鼎奖 年度最具价值品牌开发商	2010中国地产经济主流高峰论坛组委会、专业媒体联盟、广州日报社、房地产导刊社、北京青年报社、中国房网、中大房导不动产研究中心
省市级奖项	2010年9月	2009年度广东最大100家企业	广东省经济和信息化委员会 广东省统计局
	2010年10月	广东省第一届敬老企业之星	广东省老龄工作委员会
	2010年11月	广东省非公有制企业扶贫济困回报社会突出贡献奖	中共广东省委统战部 广东省工商业联合会
	2010年12月	天河区促进总部经济发展突出贡献奖	天河区人民政府
其他奖项	2010年1月	2009年中国房地产行业年度30强企业	观点地产新媒体
	2010年3月	中国酒店业最佳业主	中国酒店星光奖评审委员会
	2010年3月	2009年度中国十大地产领袖品牌	南方报业传媒集团、南方日报
	2010年3月	共和国60年慈善奖	南方报业传媒集团、南方日报
	2010年9月	2010民营上市公司100强	东方企业家、港澳资信
	2010年11月	广州城市建设优秀品牌企业	南方报业传媒集团、南方日报
	2010年12月	2010年度南方致敬慈善公益创新奖	南方日报社
	2010年12月	2010第一财经中国企业社会责任榜 优秀实践奖	第一财经
	2010年	综合价值中资港股TOP10	第一财经
	2010年12月	广东住宅杰出贡献品牌	广东建设报社、房联88网
	2010年12月	广东住宅十大项目品牌	广东建设报社、房联88网
	2010年12月	2010年度十大最具影响力品牌	广东新快报社



中信地产
CITIC REAL ESTATE

信任·信守·信誉

中信房地产股份有限公司2010年度社会责任报告摘要

关于本报告

本报告由中国房地产企业社会责任评价课题组与中信地产联合编写。除去特殊说明外，报告数据均来自中信地产股份有限公司及其下属各子公司的相关财务报表、专题报告、统计资料等，编写者以此作为参考对企业做出客观阐述与评估。

报告参照标准：本报告参照广东省房地产行业协会的《广东省房地产企业社会责任指引》（试行版）编写

报告原则：中信房地产股份有限公司向社会郑重承诺：本报告的信息披露是真实的、客观的、全面的和及时的

报告时间范围：2010年1月1日至12月31日，部分信息的内容适当向前或向后延伸



郫县中信蜀都鸟瞰

企业简介

中信房地产股份有限公司（简称中信地产）是中国中信集团公司（简称中信集团）一级控股子公司，具备一级房地产开发资质，注册资本为67.9亿元。中信地产拥有二十多年房地产开发经验，是中国首批具有一级房地产开发资质的企业。多年来，中信地产积极参与城市规划建设、土地整理与开发，在30多个城市累计开发房地产项目近百个，竣工面积超过1000万平方米。

新的历史机遇期下，中信地产以“跻身行业综合实力前三名”为努力目标，确立了“立足京津、珠三角、长三角，有选择进入经济发达地区的二线城市”的战略布局，在业务上以中高档住宅开发为业务主线，坚持以二级开发为导向进行土地一级开发，有选择地发展商业地产，依托中信集团的金融平台发展金融地产。2010年中信地产总资产逾700亿元，二级土地储备建筑面积逾3000万平方米。中信地产销售额超过300亿元，位居全国地产行业前12强。

中信地产坚持“整合内外部资源，为客户提供全面生活价值”的品牌理念，先后获得“第三届中国企业社会责任重大贡献奖”、“第五届中国管理大会管理成就奖”、“2010中国房地产品牌价值TOP10”、“2010中国蓝筹地产”、“2011中国房地产百强企业”等多项殊荣。

未来，中信地产致力于成为中国最具有实力的城市综合开发运营商。“筑人生 信有成”承载着中信地产全新的品牌精神，中信地产将以更好的人居环境、更有活力的城市功能区域，满足人们在居住生活和商业生活的各方面需求。为人们带来更精彩的生活，为城市带来更精彩的未来。

1. 社会责任理念

中信地产自成立起便一直致力于实现企业发展和社会责任的有效统一。目前中信地产已经形成了包括责任价值观、责任实践观、责任发展观三大理论支撑的、科学完善的社会责任体系。

1.1 责任价值观：信任、信守、信誉

信任

中信地产通过负责任的企业行为赢得社会主体的信任，并以此获得共赢。

信守

中信地产把社会责任融入到企业战略发展和各项市场管理工作当中，并且长期坚持不懈直至真正取得成效。

信誉

信誉是中信地产生存和发展的基础，是获得社会尊重和树立品牌的关键，有信誉才能可持续发展。

1.2 责任实践观：共赢、共生、共强

中信地产梳理出企业在发展过程中可能涉及到的国家、客户、员工、合作伙伴、社会、环境等六大利益相关方，并以此构建履行社会责任的基础框架，最终追求相关利益主体的共赢、共生、共强。

1.3 责任发展观：经济、社会、环境效益和谐统一

中信地产在实现自身成长和成功的过程中，为社会做出贡献，最终实现经济效益、社会效益、环境效益的和谐统一。

案例一：成都市郫县城市综合开发



中信蜀都安置房——蜀都新邨

中信蜀都项目总占地约7343亩，整个项目的一级开发都由中信地产负责，其中包括4657亩的城市配套和公园文化配套。

在中信地产精心的打理下，城市的吸引力和综合竞争力水平都得到了显著提升，吸引了龙湖地产等知名开发商参与到郫县新区的二级开发中来。同时，中信蜀都项目也引进了例如富士康这类大型用工企业，解决当地农村劳动力就地转移问题，同时提升了当地城市化水平。

在土地整理和开发的同时，中信地产为当地失地农民建造了品质较高的安置房小区——蜀都新邨，总建设套数为2646户，截至2011年初已入住约70%。安置小区配套了适量的底商和车位等经营性房产，有效解决了部分失地农民的可持续生计问题。



成都公司获“2010年度建设郫县杰出贡献企业”称号

案例二：都江堰市综合开发

从2008年起，中信地产为都江堰市进行成片的土地综合整理和开发。中信云栖谷总规划用地5500亩，规划有2300亩中信熊猫谷公园，2400亩住宅用地，800亩水岸商业，周边云集3家五星级酒店、西南首个禅修中心、大熊猫野放基地、亚高山植物研究所、自行车休闲步道等多种休闲度假配套。

为集中安置失地农民，中信地产建设了



都江堰中信滨江家园

中信滨江家园安置小区，提供23万平方米的高标准安置用房，面积为2127平方米的幼儿园，成为震后都江堰市第一个大型永久性住宅建筑群。同时，周边还建设有七条市政道路在2010年年底竣工交付使用。

2. 国家篇：实现国有资产保值增值，履行民生地产的国企责任

2.1 企业经营业绩稳健提升，为国有资产保值增值做出贡献

2010年，中信地产销售总额达383.4亿元，同比增长88%，在中国房地产百强企业评选中获综合实力排名第12位，在百强企业中“成长性”单项指标排名第一，“规模性”单项指标排名第三；2010年底，中信地产总资产达796亿元，同比增长36%；税前利润总额36.3亿元，同比增长189.2%。

2.2 依法诚信经营，维护市场良好秩序

中信地产依法经营，纳税总额屡创新高。2010年纳税总额达21.18亿元，同比增长53.26%，2007-2010年期间，纳税总额年均涨幅为48.11%。

中信地产秉承国企的诚信经营理念，以

“诚信”作为企业发展的根基，并以此建立了完善的诚信制度保障。

2.3 致力于民生大计，参与保障性住房建设

2007-2010年，中信地产参建的保障性住房新开工面积达88.33万平方米，竣工面积为79.34万平方米。

2.4 促进房地产行业健康发展

在研发和经营中，经过二十多年的探索，中信地产在取得项目成功的同时，不断研究和出台房地产开发的行业标准。

目前，中信地产业已形成的房地产开发行业指引性成果有：《中信地产住宅设计指引》、《商业地产项目设计技术流程模版（试用）》、《商业地产项目产品建议书模版（试用）》、《城市综合体概念规划设计指引模版（试用）》、《酒店业态研究报告》、《度假酒店业态需求指引模版（试用）》、《土地一级开发操作手册》和《太阳能热水系统设计指引》等。这些成果详细地阐述了四种地产的开发模式以及有关绿色低碳建筑和智能家居的前沿技术，具有系统性、科学性，对房地产开发实践有很强的指导作用。

3. 客户篇：整合内外部资源，为客户创造全面生活价值

3.1 为客户提供满意的产品

客户是中信地产的根本，为客户提供城市、自然与人高度融合的公园生活产品是企业一直以来的开发理念。中信认为要做好房地产，先要成为生活大师，不仅建筑房屋，更要创新生活方式。中信地产在开发实践中礼遇原生山湖，建筑因循自然地貌，对土地价值予以最大的尊重。房子给树让道，保留城市文脉，中信地产力求为业主提供“诗意的栖居于大地之上”的生活。中信地产开发



长春中信城 净月核心生态区的山湖百万平米宜居社区



深圳红树湾

的深圳中信红树湾、佛山山语湖、东莞中信凯旋城、长春中信城等代表产品，在业内赢得极高赞誉，并在客户中获得良好口碑。先后获得中国人居委、亚洲人居委授予“中国人居环境金牌住区”、“亚洲绿色人居环境”典范等称号。



北京中信新城

3.2 为客户提供优质舒心的服务

1、顺畅的沟通机制

中信地产建立了企业与客户之间的多重对话机制，提供一站式服务平台。如：网站设置有投诉渠道，业主入住有专门的房屋管家对接，并专设客户热线等。



2、专业及时的房屋维保服务

由中信地产和中信物业组合的专业维保队伍执行。无论是建筑、水电的维修保养，还是物业的保洁，都有明细的执行法则以及相关岗位设置，能迅速妥善地解决物业维保过程遇到的问题。

3.3 为客户提供特色增值服务

中信地产战略定位要求品牌自身具有综合性的资源平台、高瞻远瞩的策略眼光和强大的资源整合能力。2010年，在这个

中信地产·中信会·增值服务平台



中信会惠州分会会员畅享北京行

目标思想的指导下，中信地产全国性的客户组织——“中信会”应运而生。

中信会是中信地产用心构筑的高端增值服务平台，整合中信证券、中信银行、中信出版社、中信旅游等中信集团资源，为会员提供专属化的跨行业多领域服务。

4. 员工篇：为员工创造成长与发展的优良环境

4.1 维护员工合法权益，关心员工生活

2007-2010年，中信地产为在岗员工缴纳“五险一金”的比例为100%，另外，中信地产还为员工加入补充养老保险、补充医疗保险和意外险等补充福利计划。每年



中信地产第二届羽毛球比赛

为每一个职工至少组织一次全面体检。我们不断健全日常帮扶解困以及重大节日送温暖机制，做到对系统内困难员工走访慰问工作的全面覆盖。

此外，中信地产工会还组织了丰富多

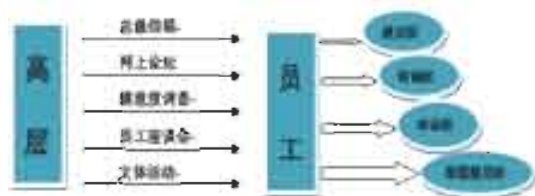


中信地产离退休老职工参观活动

彩的员工文娱活动。

4.2 公司内部有效的员工民主决策机制

中信地产注重营造自由平等的沟通气氛，维护和谐的劳资关系，并以成为最佳雇



中信地产员工民主决策机制示意图

主为目标，追求员工满意度的持续提升。

4.3 健全的人才培训培养机制

中信地产尤为重视员工培训和人才培养工作。在员工培训方面，坚持以提升领导力、执行力、职业能力为重点，持续提升员工职业技能与职业素质，打造学习型组织，实现员工与企业共同成长。

4.4 强化安全教育，保护职工生命财产安全

中信地产始终坚持推进安全标准化建设，有效监控重大危险源，完善应急救援体系，争取实现安全生产零

死亡事故，努力降低各类事故的发生数。

建立《中信地产紧急事件与危机报告处理制度》，紧急事件与危机报告处理由地产总部办公室统一受理。中信地产设立了24小时值班电话。成立中信地产应急管理领导小组，党委书记任组长。

公司总部每年进行安全法规、消防知识等培训；在内网开辟安全法律、法规知识专栏，提供安全法规课件；各子公司定期对专兼职保卫干部、消防人员、安保人员进行业务培训。

5. 合作伙伴篇：诚信合作，共赢发展

中信地产以“阳光诚信、绿色采供、共同发展为理念”，积极建立和实施《采购制度》、《资权手册》、《战略采购管理流程》，创建ERP信息化系统平台，实现招标采购过程完全记录，责任明晰可追溯，打造公平、公正、公开的阳光采购环境，以自身的影响力，带动供应商共同履行社会责任，共创双赢。



长春现代农博园



长春现代农博园

6. 社会公益篇：回馈社会，共享发展成果

中信地产在社会公益方面重点投入公共设施、文化、教育、环保、赈灾、关爱弱势群体等方面，为振兴区域经济、发展教育事业、改善贫困群众生活等作出了突出贡献。

2007-2010年，中信地产慈善捐赠总额逾亿元。

6.1 公共设施、文化及教育投入

中信地产斥资17.5亿元为长春修建农博园，整个园区占地面积106万平方米，是国内首个集现代化、生态型、综合性于一体的农业博览园，为长春打造一个永不落幕的农博会，为吉林省搭建一座展示和开放的平台，为振兴东三省农业经济助力；斥资2.2亿元为博整修建市政道路等公建配套。

一直以来中信地产将社会效益放在第一位，捐款2500万元重建在汶川地震中严重受损的成都郫县洪石学校；捐款1500万元在都江堰修建幼儿园；常年资助贫困学子；开创并实践了优质地产办教育的发展模式，先后投资建设了多所高标准名牌学校，如广东实验中学南海学校、东莞市朝晖实验小学、南开实验学校、长春东北师大附属小学等，其中多所学校被评为当地最具影响力民办中小学，取得良好的社会效益。

6.2 赈灾及支援灾后重建

汶川地震，捐款捐物

中信地产第一时间向灾区捐款3200万元。

地震发生后仅仅10天时间，中信地产盖好10000平方米活动板房，安置灾民7000多人。



灾后迅速建设的板房



灾后重建现场

中信地产调动51名专家，携带仪器、设备、器材，义务参与邕县政府震后房屋监测工作。



玉树地震救灾

海南天气灾害捐款

2010年9月至10月，海南岛遭遇了60年不遇的强降雨天气，给海南全省带来了严重的灾情。中信地产海南公司在自身遭受8000余万元损失的情况下，积极参与“风雨同舟”大型赈灾义演晚会，捐款200万元。



海南天气灾害捐赠

8.2 慈善公益

中信地产一直十分热衷慈善公益事业，关注老少边区的发展，关爱留守儿童的成长，着眼城市社区环境的优化。通过开展各种活动，做到反哺老区，帮扶困难儿童，绿化城市环境，构建和谐社区。

反哺老区

中信地产还配合中信集团启动“中信同

仁光明行”项目，计划用1到2年时间，免费医治吉林省2000例贫困白内障患者，让患者重见光明。



“饮水思源·传承井岗精神”、“关爱夕阳·弘扬民族精神”、“情系灾区·凝聚爱心关爱”等系列活动



关爱农村留守儿童活动



江西萍乡市安源大剧院

7. 环境保护篇：善待环境，对人类负责

中信地产将“提升城市价值、改善人居环境、珍视人文关怀”作为自身的城市运营使命，力求实现项目开发与社会利益完美结合。中信进入一座城市，是以造城的姿态去创造城市节点，为城市创造70年不移伍的最

观，为城市留下标志性项目。得城市以土地，还城市以公园。中信地产先后打造了中信森林湖的山水公园、中信山语湖的国际体育公园、中信城的大顶子山公园等，为许多城市留下了一个个“绿色地标”。

作为国有企业，中信地产对加强节能减排以及环境保护方面的工作更责无旁贷，这既是对这辈人的义务，更是为子孙后代能够有一片生存的乐土而必须承担的责任。

7.1 完善的绿色采购制度

中信地产已形成责任采购制度，优先选择绿色节能产品，选择环境管理体系、职业健康安全体系、能源管理体系、环保生产审核通过认证的供应商并纳入供应商管理体系，禁止购买环保不达标或不符合政府环境要求的产品和服务。

7.2 细致的绿色办公制度

节能减排，从小事做起。中信地产行政办公室定期组织员工进行绿色办公制度普及培训，不仅在绿色采购中做到绿色“开源”，更从办公细节中做好“绿色”节流。

7.3 致力于房屋建造和使用过程的污染降低

中信地产在项目建设中选用高性能、低噪音、污染小的设备，采用机械化程度高的施工方式，尽量减少现场的管理和施工人员；大力推行绿色家居的研究与应用，做到高科技、低能耗；采取措施减少建筑垃圾产生，并对产生的建筑垃圾进行综合利用。



中信御波城

8. 规划与展望：中信地产2011年企业社会责任实践的目标与战略

在新的一年里，中信地产将继续秉承国企神圣的社会职责，将社会责任在更大程度上纳入企业发展战略，坚守“信任”、“信守”、“信誉”的核心理念，贡献国家、员工、客户、合作伙伴、社会和环境六个主体，同时拓展“信赖”和“信仰”的理念取向。

具体目标与战略如下：

1. 配合国家宏观调控，在促进行业健康发展中起到表率作用；
2. 持续关爱农民工群体，有计划性的开展各类帮扶活动；
3. 持续投入文化教育事业，并开展系列主题活动；
4. 履行民生地产职责，关注中低收入群体居住问题，积极参与保障房建设；
5. 倡导安全社区理念，通过各类企业实践，为员工、客户、合作伙伴打造安全环境；
6. 注重目标管理与机制建设，实现企业社会责任专业化、制度化、长效化。



合富辉煌®集团

香港联交所上市编号: 733

融入 推动 人为本

合富辉煌集团控股有限公司2010年度社会责任报告摘要

序

这是合富辉煌集团第一份正式的年度企业社会责任报告，向社会各界汇报我们对企业社会责任的认识，和我们2010年度在企业社会责任方面的工作。

做一家负责任的企业，首要前提是定位，清晰认识自身的角色和位置，明晰企业社会责任的边界和重点，才可能对相关利益方的期待和需求作出积极回应，并客观地评估现状、规划未来，长久持续地推进企业社会责任工作。

合富辉煌集团是中国房地产市场最具影响的服务企业之一。我们以房地产交易为核心，构建完整的房地产服务体系，促进供求对接、兑现价值；更紧随中国城市化进程，将专业的房地产服务带去更多快速

成长的城市，让人们从房地产市场获得更优质的物业、更丰厚的回报、更美好的生活。

概而言之，合富辉煌集团是一家以人服务于市场的企业。我们的首要社会责任就是：以所掌握的专业能力和系统化的资源服务好市场各方，使房地产销售、购买、应用变得更简单；并以平等、协作、竞争、创新、尊重、分享等市场经济正面价值观来影响房地产行业，进而推动社会的和谐、可持续发展。

这份年度报告以“融入、推动、人为本”为主题。我们认为真正的市场工作者必须深切地置身于市场环境，融入各方立场，不断地融入各个区域市场，顺应市场规律，才能对行业空间有新的开拓，对社



发布合富标准二手住宅价格指数

会发展有持续的推动。

合富辉煌集团的发展动力来自于“人”，也是为了“人”，无论他是投资者、客户、员工或是某个社会群体，尊重每一个人、理解每一个人、成就每一个人。通过对最广泛最完整意义上的人的尊重，避免机构的异化，避免企业发展与社会责任背离。

受人尊敬的企业既是各方利益的集合体，也是情感的联盟，更是社会责任的承担者。

公司概况

关于合富辉煌

合富辉煌集团成立于1995年，是中国内地最早从事房地产顾问代理服务的企业之一，也是目前国内规模最大的房地产服务

企业之一，现拥有正式员工超过10000人。

合富辉煌集团于2004年7月15日在香港联交所上市，是中国内地首家上市的房地产服务企业。

2001年合富辉煌集团开始实施全国化发展战略，至2010年在全国拥有50多家分公司，业务覆盖城市达120多个。

同时，合富辉煌集团积极构筑覆盖全产业链的房地产运营服务体系，主营业务覆盖发展策略顾问、营销策划代理、二手物业租售、房地产投资理财、物业管理和房地产信息服务等六大板块。

2010年要点回顾

2010年，面对房地产调控政策的频密出台，合富辉煌集团理性决策、积极应对、稳健发展，赢得业绩全面增长。

合富辉煌集团2010年在全国各地的代理销售一手房地产总金额近1000亿元，促成的二手交易有5万多宗，管理的物业面积超过1500万平方米，并为117个房地产项目提供前期策略顾问服务。

一、企业发展的责任：顺应市场 稳健发展

作为上市公司，合富辉煌集团的第一项社会责任就是稳健发展、保持业绩的持续增长，以此为社会创造经济价值，为行业提供推动力，保障股东的权益。

房地产市场政策调控频繁，合富辉煌集团坚持了全国化和全产业链的战略布局，同时又敏锐洞察、顺应市场及政策变化，实现持续稳健的发展。

(一) 企业经营策略

覆盖全产业链的完善服务体系

2010年，合富辉煌集团继续实施全产业链服务战略，完善覆盖全产业的房地产运营服务体系。在主营业务的六大板块中，合富辉煌（中国）、合富置业、港联物业（中国）、房王网、合富标准指数、保来理财、骏华拍卖行等业务品牌，均有良好发展。

积极实施全国化发展战略

随着全国城镇化的持续推进，内地二、三、四线城市房地产市场已经进入蓬勃发展阶段。合富辉煌集团提前预见到这种趋势，实施全国化发展战略，除了在中心城市继续保持业务优势，亦着力加大外围区域业务扩张，将房地产业务范围从中国经济发达的前沿城市，向新兴发展的城市推进。

至2010年底，合富辉煌集团已在全国28个主要城市设立了分支机构，业务版图覆盖广州、北京、上海、天津、佛山、东莞、珠海、深圳、中山、惠州、海南、苏州、杭州、昆明、四川、重庆、江苏、贵州、广西、湖南、湖北、安徽、陕西、河南、山东、辽宁、新疆、内蒙古等主要省区和城市。

(二) 股东权益

业绩稳健增长

2004年香港联交所上市以来，合富辉煌集团业绩和市值每年均稳步增长，并以发展稳健、治理开明的业务方针受到投资者青睐，多次获评香港上市公司杰出企业奖。2010年合富辉煌集团营业额为13.28亿港元，较2009年增长33%。

	2009年	2010年
营业额	9.95亿港元	13.28亿港元
股东应占溢利	1.256亿港元	1.715亿港元
每股基本盈利	0.386港元	0.498港元

(三) 挑战与应对

积极应对风险

合富辉煌集团致力于提高决策水平以规避经营风险，顺应市场及政策发展，适时调整经营策略，以成功抓住楼市动向，为集团的业务带来增长。

2010年初，政府实施了严厉的调控措施，让内地房地产市场渐趋谨慎。合富辉煌集团在认清市场的情况下，继续以拓宽市场为策略，提高项目覆盖率和市场占有率，为集团的长远发展打好基础。

二、对企业员工的责任：关注成长 成就卓越

“合力创造财富，专业成就辉煌”，合富辉煌集团历来注重平等、协作、尊重与分享的理念，致力于为员工搭建多元化的成长平台，让员工有广阔的发展空间，在团队的培育和信赖中成长为卓越的人。

(一) 劳资关系

严格遵守劳动法规

合富辉煌集团严格按照《劳动法》的规定进行员工管理，在劳动报酬、休息休假、劳动安全卫生、女员工特殊保护、培训和教育、保险和福利待遇等方面落实员工保障。

员工从入职之日起即签订劳动合同，并与实习生签署实习协议，以尊重和保障员工合法权益，合同签订率为100%。

坚持平等雇佣

合富辉煌集团坚持平等雇佣原则，面向社会平等提供就业机会，以业绩及能力作为待遇提供标准，以职业素质、学习能力、团队精神、工作绩效及发展潜力作为员工提升标准，杜绝歧视性评价标准。

(二) 员工关爱

完备的健康管理机制

合富辉煌集团关爱员工身体健康，建立了入职体检制和年度体检制，为员工安排全面且有针对性的年度体检。严格执行国家相关法律、法规关于工伤、生育、医疗保障的规定；对“三期”女员工，主动、及时调整工作岗位和任务量，必要的情况下给予“弹性”上班与考勤办法；严格监控加班量，对加班员工给予补休、加班费等补偿；为遇到严重健康问题或意外

事件的员工提供精神和物质帮助，确保员工无后顾之忧。

公平合理的薪酬体系

合富辉煌集团建立了对内公平、对外具有竞争力的薪酬支付体系和完善的员工福利体系，为员工提供包括基本工资、岗位津贴、绩效奖金、年终奖励、员工福利、补充福利组成的工资薪酬。



合富辉煌（中国）东莞公司组织埃及游

人文关怀

企业先为人才服务，人才才能更好地为企业服务。合富辉煌集团努力为员工营造和谐的工作氛围，不仅关心员工的工作环境，也关注员工的生活空间，重视员工



合富置业举办魅力主持人大赛



2010年合富春茗

的身心健康。

2010年，合富辉煌集团开展了“尊重人、理解人”主题活动，深化人文关怀，号召尊重人才的专业价值，更尊重人的全面需求、个体的差异、人的成长规律。合富辉煌集团也举办了一系列文体活动，让员工的人才艺有展示和发展的空间。

(三) 员工成长

成长路径上的培训支持

合富辉煌集团建立了完备的员工培训体系，设立了面积达3000平方米设备一流的“合富辉煌经理人培训中心”，为员工提供完善的培训支持。公司的整体培训水平、层次和培训效果稳居同行业前列。

1、多层次培训体系

合富辉煌集团重视对员工的多层次培训。在基层员工的培训上，采用阶层+阶梯的模式，将培训与晋升相结合。合富辉煌还开展了“房地产经理人”储备培训，整合总监级以上资深专家组成的内训讲师团，对业

务管理人才进行系统培训。并基于合富辉煌集团在全国各地的成功案例，定期举办案例的分享与交流，提供MBA式管理教学，提升项目管理者的管理技能。

2、灵活的按需培训机制

合富辉煌集团根据员工的需求开展针对性的培训。如在2010年3月到6月期间开展了一系列围绕高端项目销售的课程。在新政频出的特殊时期，合富中国大讲堂接连推出了“新政下的价值提升及情景模拟培训”等课程，为员工应对市场变化提供智力支持。

合富辉煌集团还将规模庞大的案例智库和项目图片库推上了内网平台，供员工自主学习。



合富辉煌“百亿会”



合富“星CLUB”俱乐部

精神物质并重的员工激励

合富辉煌集团重视员工激励，为员工提供多种形式的嘉奖与奖励。设立了多种团队激励及个人激励奖项，为获奖员工提供丰厚的奖品。

三、对行业与合作伙伴的责任：创新开拓 兑现价值

作为中国房地产服务行业领跑者，合富辉煌集团一直致力于推动房地产中介服务模式创新，不断推出创新型服务产品，为行业发展探索新的空间。合富辉煌集团也历来尊重合作伙伴的利益，协助他们开拓新的市场、兑现价值、实现持续发展。

(一) 创新精神

行业推动

2010年，合富辉煌集团继续开拓新的区域市场，以专业能力和优质服务持续领跑中国房地产服务行业。旗下多家分公司获得“最佳营销代理机构”、“金牌代理机构”、“2010中国最具品牌影响力房地产中介机构”等荣誉称号。

合富辉煌集团及分公司积极与当地行业协会和相关机构合作，组织行业活动，参与房地产理论和决策研究，为提高城市

建设水平和人民的居住水平贡献力量。

1、积极开拓新的区域市场

2010年合富辉煌集团继续开拓新的区域市场，先后进驻杭州、珠海、江苏等地，并提出“深耕中国”的发展主题，完善全国战略布局。

2、为行业吸纳和培养优秀人才

2010年9月，合富辉煌（中国）安徽公司联合30多家中国500强企业及国内知名房地产企业，举办了“辉煌星途”——寻找房地产界的杜拉拉大型人才选拔活动。

业务创新

在提供优质服务的基础上，合富辉煌集团致力于创新服务模式，为行业探索新的发展空间。

1、手机房王网

合富辉煌集团旗下房王网致力于优化网上置业模式，力求为客户带来轻松、愉快的置业感受。2010年4月正式推出的手机房王网，在功能模块设计和资讯提供方面领跑同行。目前，手机房王网已是同类平台中兼容性最强大的手机网之一。

2、地产金融服务业首家客户服务中心

为更好地服务于客户，合富辉煌集团成立了中国内地房地产与相关金融服务业的首家客户服务中心（Call Center），开通了全国客户服务热线4008-833-733。合富辉煌客户服务中心也是中国内地房地产业唯一获“全国最佳客户服务中心奖”的服务机构。

(二) 合作态度

合富辉煌集团拥有良好的业界口碑，是工商行政管理局认可的“守合同重信



集团主办面向行业的“把脉新政下的中国房地产市场”研讨会

用企业”，曾获得“最值得信赖企业”等奖项。

反对不正当竞争

合富辉煌集团一直以规范的运作、专业的服务为竞争之本，有序发展，实现多方共赢，得到了合作伙伴的一致认可。

建立战略合作机制

合富辉煌集团与星河湾地产、恒大地产、万科地产、金地地产、保利地产、侨鑫地产、新鸿基地产等众多业内标杆房地

产企业建立了战略合作关系；与中国银行、建设银行等多家金融机构建立房贷服务合作机制。

搭建深度融合的沟通平台

合富辉煌集团重视与合作伙伴休戚相关的合作关系，为合作伙伴提供专业系统的解决方案，并积极组织行业活动，促进交流，扩大行业影响。

四、对客户的服务：诚信为本 全心服务

(一) 与客户关系

合富辉煌集团关心客户需求，从多方面出发优化、改进服务模式，为客户提供更优质的服务。合富辉煌集团重视客户满意度，加强沟通渠道建设，对客户需求、意见给予专业、快速、高效的响应。

专业服务

为客户提供一套有实践基础的专业化、系统化、规范化、标准化的房地产市

场便捷服务模式，合富辉煌投入力量建设了先进的网络管理系统，为客户提供更优质、高效的服务。

一站式置业理财服务

合富辉煌集团旗下保来理财打破单纯按揭服务局限，联手合作单位成功打造房地产金融服务产业链，为客户置业理财提供房地产投资咨询、评估、公证、按揭、担保、拍卖、产权过户代理和房地产法律等“一站式”配套服务。

标准化质量管理

合富辉煌集团通过多种方式确保服务质量，建立业务进度管理系统，旗下港联物业（中国）广州公司2006-2010年持续通过ISO9001:2000质量管理体系认证，其服务的大运家园小区2010年成功创建广州市示范小区。

金钥匙组织成员

港联物业是“中国金钥匙物业联盟”发起成员之一，将“国际金钥匙”管家服务引入住宅社区，让客户享受到更贴心周到、内涵更丰富的物业服务。

客户满意度管理

合富辉煌集团建立了完善的客户关系管理体系，积极重视客户投诉建议，在投诉处理上坚持当天响应、一周结案原则，并组织典型投诉案例专题培训以改进服务。

合富辉煌集团重视客户满意度建设。通过年度客户满意度调查、客户回访及客户服务中心Call Center等多渠道对客户满意度进行管理。

(二) 与公众关系

诚信经营

合富辉煌集团对所有客户实行公开、公正的服务模式，对服务进行诚信承诺，并随时接受客户的监督。



合富置业进驻杭州后发起“行业自律宣言”

建立良好品牌形象

多年来，合富辉煌集团凭借自身的专业服务和健康的企业形象，在公众中建立起了良好的知名度及美誉度。集团各子品牌也具有相当市场影响力。

获评“广州市著名商标”

“合富辉煌”已连续7年获评广州市著名商标，是房地产服务业为数不多的著名商标。

真实权威的市场发布

房地产市场形势多变、复杂，合富辉煌集团作为国内最有影响力的服务企业之一，定期将市场监测数据和分析成果向公众发布，客观反映市场动向，其中《地产新视野》、《中国代表城市房地产市场预测报告》、《二手房市场白皮书》等出版物受到广泛关注。

合富标准指数

2010年合富辉煌集团在广州、佛山、东



集团赞助杰出内地房地产上市企业“内房股”评选

莞三地推出业内独创的“合富标准二手住宅价格指数”，客观反映二手楼市整体状况。

五、公共关系与社会公益的责任： 共建共享 促进和谐

合富辉煌集团在追求自身发展的同时，对公益事业的支持亦不遗余力。同时，也注重全体员工的主体作用，通过他们的个人价值成长、社会责任感，将互助互爱的价值观推广到社会公益中，促进社会和谐发展。

(一) 热心社会公益

合富辉煌集团积极参与灾难救助，关心支持文化、教育事业发展，长期关注老人、孤儿等弱势群体，通过成立员工“爱

心基金”、举行慈善拍卖等方式长期资助贫困地区儿童教育。2010年5月，捐资20万元支持从化太平镇敬老院建设；2010年11月，捐赠120万港元支持广东省中华民族文化促进会。

合富辉煌集团多次出资赞助地方政府的社会活动，并积极协助政府相关部门的统一战线工作，长期支持多项拥军活动。

员工志愿者活动

合富辉煌集团定期组织员工志愿者参与社会公益事业，长期关注孤残儿童，深入敬老院、儿童福利院开展送温暖活动。

(二) 促进社会和谐与公平

合富辉煌集团在做好自身经营的同时，



合富辉煌（中国）广州公司参加“星愿·慧爱公益教育汶川行”活动

一如既往地承担起企业公民的义务和责任，努力将公司的稳步扩张与社会公平相结合。

1、基本实现员工本土化

在跨区域发展时，合富辉煌集团尊重当地员工及当地文化，坚持员工本土化策略，除个别港澳专才和管理人员外，集团各地分公司均以当地员工为主，在促进各公司快速本土化的同时也为当地提供了就业岗位、培养了房地产专业人才。

2、实习生计划

合富辉煌集团及其分公司与多所大学签订协议，成为上海大学、西安外事学院、江西师范大学、南昌大学、华东交通大学、华南理工大学、中山大学、河南财经政法大学、贵阳商学院等高等院校的实习

基地及客座教授单位，多年来接收了大量实习生，并安排专职人员对实习生进行培训带教，帮助解决大学生就业问题，被共青团中央授予“青年就业创业见习基地”称号。



合富置业“乳源山区送温暖”活动

家在·情在  招商地产
Home is where the heart is

绿色地产 低碳生活

招商局地产控股股份有限公司2010年度社会责任报告摘要

关于本报告

本报告是招商局地产控股股份有限公司（China Merchants Property Development Co., Ltd. 报告当中简称CMPD、招商地产或本公司）发布的第三份《企业社会责任报告》，旨在对利益相关方负责，向社会各界汇报招商地产在可持续发展方面的政策、管理、行动和绩效。

本报告的时间跨度是2010年1月1日至2010年12月31日。如无特别说明，报告中的绩效指标涵盖了对招商地产可持续发展产生重大影响的实体，包括2010年度财务报表合并范围内的子公司。

本报告遵循GRI（G3）关键性、利益相关者参与度、可持续发展背景等原则，识别了主要的利益相关方，多方面收集不同利益相关方的合理期望及信息需求。在分析业务运营中可持续发展的关键问题，结合房地产行业的目标与经验，经研究、评估、筛选，确定了本报告信息披露的关键项目及指标。



一、公司发展概况

1、公司概况

招商局地产控股股份有限公司（简称“招商地产”）是香港招商局集团三大核心产业之一，是中国最早的房地产公司之一，国家一级房地产综合开发企业，是具备综合开发能力、物业品类丰富、社区管理完善的大型房地产开发集团，总资产达579亿元。公司总部设于深圳，公司A股、B股在深圳证券交易所上市、B股在新加坡证券交易所第二上市。

招商地产因倡导“社区综合开发模式”、“绿色地产开发理念”、“全程服务体系”，被誉为中国地产界“城市运营”、“可持续发展”最早的实践者和成功典范。公司因合理的业务结构布局所带来的丰厚经常性利润，被誉为“最具抗风险能力的开发商”。

历经26年的发展，招商地产对中国改革开放的前沿——蛇口半岛进行城市化运营的探索 and 开发，将一片沧海滩涂建设成如今的山海间绿色家园。开发项目涉及城市综合体、别墅、写字楼、工业园区、商业配套、大型综合性商品住宅及城区公用设施，所开发的产品均成为不同阶段房地产市场区域的焦点以及行业标榜。

招商地产拥有的园区配套产业：招商局物业管理有限公司、招商供电公司，通过专业优质的服务能力，将产业链条延伸至房地产开发的其他领域，并不断追求对社会和客户的承诺，完善社区综合服务。

公司现已形成自身发展的核心价值体系：可持续发展的绿色生态开发理念、综合的社区资源整合开发能力、租售并举的产品结构形态、完善的全程服务体系，同时以优

良的资金运作保证及招商局集团的大力支持，使招商地产赢得市场认同。

招商地产秉承“家在，情在”的品牌追求，力求以稳健、持续增长的发展理念和经营之道，专注于开发优质的绿色房产项目，将绿色低碳理念贯穿于公司运作的每个过程，为客户提供舒适的生活空间，致力于树立良好的企业公民形象，并最终赢取投资者、市场和业界的尊敬，成为中国最优秀的房地产品牌企业之一。

2、公司治理与组织结构

公司严格遵循相关法律法规与监管部门规定，通过持续规范和优化，形成了较完善的现代企业治理结构。公司股东大会、董事会、监事会及管理层按照法律规定和公司章程独立运作，形成权力机构、决策机构、监督机构和执行机构之间相互协调制衡的运行机制。董事会负责公司所有重大决策，下设战略、审计、薪酬与考核三个专业委员会，为董事会提供专业决策支持。

公司总经理办公会在《公司章程》规定和董事会授权范围内执行董事会决议，行使公司经营管理权，对董事会负责，下设投资、策划、营销、客服、成本、考核六大专业委员会，为总经理办公会提供专业决策支持。

对于环渤海、长三角、珠三角三大区域，实行“集团总部、区域管理总部、城市公司”的三级组织结构；对于其它区域，实行“集团总部、城市公司”的二级组织结构；对于深圳区域（含惠州公司）项目，集团总部采用矩阵制项目管理模式直接操作。为了适应规模化发展、提高资产周转率，公

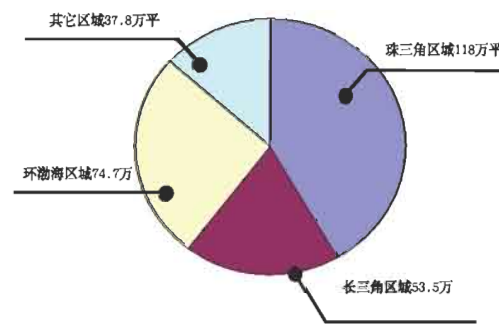
司2011年将进一步下放管理权限，进一步明确责任主体，使“责、权、利”相匹配，通过改革形成一个良好的机制，充分调动一线公司的主观能动性。

3、内部控制和风险管理

一直以来，公司着力于内控制度的建立和完善，不断优化控制流程，力求提高运营管理效率，降低运营风险。目前已按照《公司法》、《证券法》、《深圳证券交易所股票上市规则》等法律法规的规定，遵循内部控制的合法、全面、重要、有效、制衡、适应和成本效益的原则，结合行业及公司业务结构特点，在资产监督与管理、资金管理、投资管理、人事管理等诸多重要方面建立了一系列内部控制制度和体系，保证公司业务按照适当的授权有序进行。

4、主要产品及服务

公司以综合社区开发、社区物业管理、酒店经营、商业物业租赁（含写字楼）等为主营业务；开发项目涉及别墅、写字楼、工业园区、商业配套、大型综合性商品住宅及城区公用设施等。



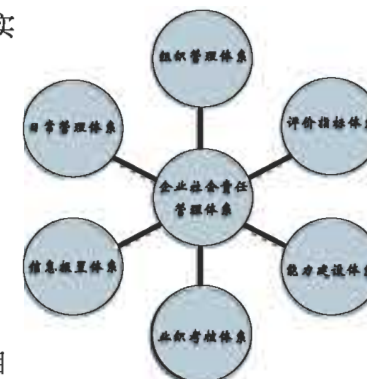
2010年各区域住宅项目完工面积比

5、2010年度获得的企业荣誉

奖项	颁发单位
2010 中国房地产上市公司TOP10	国务院发展研究中心企业研究所、清华大学房地产研究所和中国指数研究院
中国绿色低碳地产领军企业	中国房地产协会、中央电视台等
中国企业社会责任榜优秀实践奖	第一财经报
2010年度中国最佳企业公民大奖	21CN经济报道
董事会获评“2010中国房地产上市公司佳董事会”50强	21CN经济报道
2010年度中国蓝筹地产企业	经济观察报
2010中国最具社会责任房地产企业G20	经济观察报
总经理林少斌获评“2010中国地产年会年度人物大奖”	南方都市报

6、企业社会责任管理体系

我们高度重视社会责任，以公司与股东、客户、员工、行业、社区与环境之间的和谐发展为目标，努力实现履行社会责任与公司业务运营的有机融合。为确保履行社会责任，实现可持续发展，公司实施了一系列相关制度安排与组织建设工作，基本搭建起了主体性组织建设与客观效果评价机制相结合的企业社会责任管理体系，具体包括组织管理体系、日常管理体系、评价指标体系、业绩考核体系、信息披露体系、能力建设体系等六个子体系。



7、利益相关方关系

利益相关方沟通与合作是提升可持续发展管理水平、改善企业经营绩效的重要途径。我们积极借鉴国际标准与国内外同业在社会责任管理方面的先进经验和最佳做法，结合自身业务与运营特点，深入分析和明确各利益相关方所关注的重要领域。经过系统的识别，招商地产选定政府、股东、环境、

客户、员工、行业/伙伴和社区为主要利益相关方，并就利益相关方关注的议题进行回应。

二、绿色地产，低碳生活

公司通过对绿色产品、绿色行动、绿色社区的系统规划，强化公司的绿色品牌建设，与“百年招商，家在情在”的企业愿景建立更为密切的联动关系，树立企业公民关注环境、保护生态、节约资源、降低能耗的绿色大使整体形象。

1、绿色产品

房地产是社会资源整合型行业，在项目的全过程开发中，虽然房地产公司作为策划与管理类企业本身并不直接消耗能源，但是房地产企业对其项目的市场定位和设计掌控将对产品全生命周期中的能源消耗和生态环境产生持续影响。因此，必须在房地产项目定位的源头上将建筑这个“百年耗能机器”

按照“四节，一环保”（节地、节材、节能、节水，环境保护）和绿色建筑原则进行规划和运营管理。

制定规划，践行绿色承诺

2010年3月，公司在年度产品发布会上正式对社会承诺，招商地产所开发的项目均以国家绿色建筑评价标准作为建设参照目标，住宅建筑全部符合绿色建筑一星标准，公共建筑全部符合绿色建筑二星标准。坚持以绿色建筑社区为基础的规划设计方向，科学合理地规划每个项目的绿色星级标准，并

计划在5年内，逐步实现住宅绿色二星级和公建绿色二星及三星级标准。

夯实基础，完善绿色标准

目前，国家尚无统一的建筑行业碳排放测算指标体系，各类不同建筑因此缺乏碳排放比较的基础。为此，公司绿色技术研发部门制定了公司内部碳指标计算体系。

创新技术，实施绿色施工

作为“绿色地产”的倡导者，公司在项目建设过程中积极推广实施绿色施工，承担起可持续发展的社会责任。公司各项目均因地制宜，结合地方特点，在绿色施工方面展开研究，提供符合当时当地的解决方案，融入到项目实施的各个环节中。2010年，深圳总部、广州管理总部、北京管理总部已逐步推广实施绿色施工。

不断探索，尝试绿色采购

公司在日常采购过程中不断向供应商强调绿色采购理念，以此影响供应商采取积极措施，提高其企业的管理水平和技术创新水平，尽可能地节约资源能源和减少污染物排放，提高产品质量和降低对环境和人体的负面影响。

2、绿色行动

公司致力于将绿色节能落实到办公室和员工的个人行为中。2010年，公司提出了“绿色地产”战略，进入了“低碳元年”。公司启动了员工绿色行为推广方案——“绿巨人”计划，从绿色价值观、绿色行为方式两个方面系统推进，减少自身运营对环境的影响，努力推进资源节约型、环境友好型社会的建设。

绿色行动制度化

公司颁布了《员工绿色行为指引》，并将25条绿色行为制作出了《员工绿色行为树状图》，在全员中进行广泛宣传推广。对于绿色办公，公司特别颁布了具体的工作指引，从“推广无纸化办公，节约用纸，文具、纸张回收利用，节约纸杯和支装水，制作和使用环保信封，优先选用环保办公用品”等六个方面进行详细说明，倡导员工积极践行绿色办公。



《员工绿色行为树状图》

绿色行动视觉化

为了更好的推广员工绿色行为，公司建立了一套全面的员工绿色行为识别系统，包括办公区域的绿色装扮、办公环境及公共设施的环保标识，员工绿色行为的系列海报、漫画、电脑屏保及壁纸等，并在全公司范围内推广使用。



办公环境及公共设施的环保标识

绿色行动常态化

公司结合管理实际，积极利用每年的一些专题活动，将员工的绿色行为常态化。通过年度部署、专题策划和过程指导，将各项绿色行动常态化，使员工的绿色行为与自己身边的具体活动和工作实际紧密结合。目前，公司每年固定通过“地球一小时”、“百公里徒步”、“绿色公益日”等活动，组织员工共同关注环境保护，积极践行绿色生活，向社会彰显了招商地产“绿色地产、低碳生活”的品牌理念。

案例：绿色办公 降低能耗

公司重视加强内部节能减排管理，不断完善办公环境管理政策和流程，开展水、电、汽油消耗量定期统计工作。激励员工自觉开展节能减排工作，推行视频会议、电话会议等方式，减少公务旅行。制定办公室用车、业务用车管理办法，努力降低油耗。公司总部办公大楼南海意库是由八十年代建设的老厂房改造而来，采用了适宜的节能环保技术，成为节能率65%的绿色甲级写字楼。其单位平米年能耗指标为70度，每年可以节电200万度。还采用大量节水技术，每年可以节水15,000吨。自2009年公司推行绿色办公行动准则后，2010年在公司业务较2009年提升30%的情况下，复印纸张总量不仅没有增加而且有明显的减少，总部办公楼电开水炉2009年进行了节能改造，改造前，单台年均耗电量达8,000度，改造后的2010年单台仅2,500度，仅为改造前的30%，年节电量达2.7万度。

3、绿色社区

作为绿色地产的领航者，招商地产在26

年的发展历程中，始终坚持独具特色的绿色地产开发体系，在行业内首倡绿色地产发展道路，以社区形态营造、环保技术普及和节能材料应用为手段，使住宅新建、旧城改造、商业和公共建筑建设开发等行为符合“自然生活、天人和諧”的理念，以达到生态、环保和减排的目的。26年来，公司以绿色为爱筑家，从不懈怠。2010年，公司继续以“绿居行动”作为平台，通过开展“乐活植树，低碳生活”、“有奖征文，图文大赛”和“地球一小时”等活动，积极打造绿色社区，让更多人行动起来，爱护我们居住的山海家园，让世界多一点绿。

三、股东：专注主业、稳健增长

主要经济指标	2008年	2009年	2010年
总资产（亿元）	374.37	478.97	598.18
归属于母公司股东的净资产（亿元）	148.63	162.79	182.07
总收入（亿元）	35.73	101.38	137.82
归属于母公司股东的净利润（亿元）	12.28	16.44	20.11
每股收益（元/股）	0.94	0.96	1.17
销售金额（亿元）	64.15	148.42	146.25
销售面积（万平米）	44.52	121.19	95.17

近几年，公司进入快速发展期，资产总额、净资产和净利润都呈现跨越式增长。从股东权益角度看，公司既实现了国有资产的保值增值，也为广大中小股东带来了股东价值的快速增长。公司以真诚实际的行动树立了良好企业公民形象，从而赢得国内外诸多投资者、客户和业界的尊敬，成为中国最优秀的房地产品牌企业之一。

四、客户：关注需求、提升服务

我们以客户的需求为关注焦点，苦练内



全程服务—入伙—以人为本定制服务



全程服务—居住—快捷的保修维修服务



全程服务—客户关怀—彩虹计划



全程服务—招商会—业主专题的会员组织

功，从项目开发伊始抓起，不惜增加成本投入，强化现场施工管理。所有产品的设计和施工过程均实行“两个关注”：关注客户的感受，关注产品细节，以确保房屋质量经得起市场和客户的考验。同时我们一如既往地客户服务作为公司核心竞争力之一，采取多种举措全面提升服务水准，不断总结成功经验，以点带面推进各项服务水平的提升。2011年公司将在各地全面推行服务专项“枫叶行动”来不断提升服务水准，以满足客户日益变化的合理需求。

1、确保项目质量

公司制定一系列工作指引，包括：《工程质量管理作业指引》、《工程巡查作业指引及检查点汇编》、《安全文明施工管理作业指引》、《工程样板房实施作业指引》等，并实施项目定期巡查制度，进一步加强产品质量管理和安全规范作业。公司强调“以客为先”的人本理念，致力于为客户提供超出客户预期的优质产品。对发现的任何质量隐患，均做到及时快速整改。2010年，公司实施项目巡查78次，有效提升了产品质量水平。公司内部建立运行完整的工程质量验收体系，通过实施“百平方米缺陷数”、“户均问题数”等一系列近乎苛刻的验收指标和产品交付给业主之前进行多轮验收等措施，严格监督房屋的生产品质，全面打造优质产品。

2、优化客户服务

2010年，公司延续和升华“郁金香行动”，通过建立客户大使、业主体验日、项目家书、客服CRM系统、售后服务联合办公、模拟入伙月、项目经理接待日、维修快



客户服务

线、客户回访和彩虹计划等机制，不断提升服务水平。2010年公司住宅业主总体满意度稳中有升，达到参与测评五年以来的最高水平，在行业中处于领先地位。

五、员工：共创价值、共享成长

招商地产认为员工是公司重要的资产，员工的成长是公司可持续价值增长的坚实基础。为此，公司通过人才供应链建设、构建任职资格模型、全面实施Q12培训、改进员工绩效管理等措施，为员工创造了良好的工作软、硬环境。

1、铺设职业生涯

公司以三大序列发展通道（专业技术序列、营销序列、管理序列）为基础，从制度上保障员工自身职业发展规划的制定和实施，为员工铺设良好的职业生涯，包括：新员工入职指导人制度、员工竞聘活动及职业

发展培训等，同时，通过拓宽招聘渠道，保证了公司人才供应链的持续性。

2、加强员工培训

公司已建立起以“三大计划”为主体，内外部讲师与课程体系为基础的分层级、分专业的培训管理体系，在“充分利用组织内外部的资源进行吸收整合，提升个人知识与能力，并转化为组织知识与能力，打造学习型组织”这一培训战略目标的指引下，紧紧围绕公司战略与企业文化，坚持形式与内容上的不断改进与创新。

3、薪酬福利保障

公司在总结以往经验的基础上，以利润为导向，兼顾企业、个人的发展，完善各项薪酬激励制度，为员工提供有效的激励保障机制。公司加强激励机制建设，以构建长期、中期、短期配套的激励体系为目标，以提高薪酬的激励性和内部公平性为重点。



民生地产发展之道

恒大集团2010年度社会责任报告摘要

关于本报告

报告主体：恒大集团

报告时间范围：2010年1月1日至12月31日

报告组织范围：报告围绕着企业社会责任三个战略维度（经济、社会、环境）在2010年的实践与思考

报告发布周期：本报告为第2份年度报告

报告参考标准：本报告按照广东省房地产行业协会的《广东省房地产企业社会责任指引》（试行版）相关要求编写

可靠性声明：本报告的信息披露是真实的、客观的、全面的，是对企业运营的经济、社会和环境绩效的客观反映

报告获取渠道及延伸阅读：恒大集团官网www.evergrande.com

一、序

恒大者，古往今来连绵不绝，曰恒；天地万物增益发展，曰大。这一追求可持续性、和谐共生发展的企业定位，贯穿于恒大的整个发展历程中，并被两万多名恒大人奉为圭臬，化为日常的点点滴滴。

过去的十五年，恒大在初创中求生存、在转型中求发展、在拓展中求跨越，实现了规模实力和品牌影响力的快速提升。在此过程中，恒大的精品产品受到了全国置业者的普遍欢迎，恒大的诚信理念得到了产业链上下游合作伙伴的交口称赞，恒大的规范经营

得到了各级政府部门的充分认可，恒大的飘红业绩为全球投资者带来了丰硕回报。

在企业快速做大的同时，恒大人谨记饮水思源的企业公民理念，在履行社会责任、推动和谐发展上同样勇为表率。这一表率作用，既体现在对员工福利和发展平台的高度重视，体现在对扶贫、体育、文化等慈善公益事业的持续投入，也体现在对绿色低碳环保事业的长远考量。

我们希望并且相信，当上述元素自然拼接，呈现眼前的会是一个追求可持续性、和谐共生发展的责任企业。令人振奋的是，在指针划过2010年之际，我们所看到的是一个更具实力、更具口碑、更具表率的恒大形象。2010年全年，恒大实现合约销售金额504亿，净利润80.2亿元，纳税额38.6亿元，慈善公益投入3.46亿元；其中慈善公益累计投入更是接近16亿元。相比可量化的数据指标，恒大更看重的是在数据背后，来自客户、合作伙伴、投资者、员工、政府等社会各界的口碑和声誉。

“如果说慈善这口井有百米深，我们才挖了三五米。”恒大集团董事局主席许家印教授在2010年3月9日的全国政协大会上如是表示。在包括慈善在内的社会责任领域，恒大人的深耕才刚刚起步，并将永不止步。

二、公司概况

1. 关于恒大

恒大集团（3333.HK）是在香港联交所主板上市，集房地产规划设计、开发建设、物业管理于一体的现代化国际企业集

团，逾百家国际知名投资银行、财团、基金股东遍布全球。目前恒大在中国拥有员工近两万名，92%以上工程技术及管理人员为大学本科以上学历，拥有中国一级资质的房地产开发公司、中国甲级资质的建筑设计院、中国特级资质的建筑工程公司、中国甲级资质的工程监理公司、中国一级资质的物业管理公司。



恒大全国布局版图

恒大集团已在3个直辖市及24个省座城市设立分公司（地区公司），在全国100多个主要城市拥有200多个大型房地产项目，覆盖中端、中高端、高端及旅游地产等多个产品系列，是中国在建工程面积最大、进入主要城市最多的房地产企业。2010年，恒大销售金额突破500亿元大关，稳居中国房企第一军团，品牌价值超过80亿元。

恒大拥有中国一流的领导管理团队，平均年龄43岁，平均房地产开发管理经验17年以上。其中教授、博士生导师1人，博士5人，硕士7人。同时，恒大在管理模式上建立起了董事局、集团高管、地区公司高管三级体系，在企业运营上采用集团化紧密

型管理模式，由集团总部对地区公司进行统一管理。

恒大坚持全球视野，全面实施国际化精品产业战略，全力打造二十一世纪规模一流、品牌一流、团队一流的全球化地产航母。

2. 民生地产理念

从公司成立之初，恒大就坚持民生地产的企业理念，将之定位为企业发展的根基。目前，“着力打造中国老百姓负担得起的高性价比精品住宅”已成为恒大不断发展的核心竞争力。恒大产品以性价比高，赢得了广大置业者的普遍欢迎。

值得一提的是，恒大率先布局刚需旺盛的全国二三线城市，在追求品质的同时，聚焦成本控制，并通过快速开发、规模采购等举措实现成本控制，进而做到让利于民。

3. 2010年度重要事迹及荣誉盘点 (见右表)

4. 2011年计划与行动

2011年，恒大将继续坚持民生地产理念，多建老百姓买得起的精品住宅，满足二三线城市普通老百姓的住房刚需，力争实现销售金额700亿元，实现交楼金额600亿元，年度纳税突破100亿元。

同时，恒大将进一步提升员工福利待遇，增进员工的凝聚力与归属感；在慈善领域加大投入，积极参与大学生助学基金、广东扶贫济困日、广州北部山区对口帮扶等慈



恒大战略合作伙伴高层峰会

善项目；在足球和排球等公益领域深化市场化运作机制，推动体育职业化进程；在低碳环保领域继续加强研发力度，推广绿色节能技术和产品。

三、精品领袖 诚信标杆

1. 企业责任愿景：做最具社会责任感的 一流企业

规模一流、品牌一流、团队一流，这是恒大的企业愿景。在依托品牌影响力和团队执行力做大企业规模的同时，恒大始终致力于积极履行社会责任。一方面，恒大集团董事局主席许家印教授多次为慈善事业振臂高呼；另一方面，恒大积极投身扶贫、赈灾、教育、体育、文化等慈善公益事业，致力成为最具社会责任感的企业公民。

2. 为消费者提供精品

早在2004年恒大拓展全国以来，精品战略就已成为恒大发展的重要驱动力和支撑点。恒大为此对内严格执行精品标准，狠抓细节精品和环节精品；对外与知名品牌企业缔结战略联盟，开展全面合作。

2010年，恒大通过全员开展“质量月”活动，来进一步完善工程建设机制，确保产品的精品品质。同时，公司致力于给客户提供高品质的精品服务，通过组织业主活动等来不断提升客户的满意度。

3. 阳光合作下的双赢

2010年，恒大进一步扩大战略联盟的规模，与国内外的300多家知名品牌企业进行战略合作，合作领域覆盖规划设计、主体施工、园林建设、材料设备、装修装饰、项目销售等全流程。

2010年度重要事迹及荣誉盘点

时间	事迹/荣誉
2月4日	恒大集团与中国扶贫基金会联合主办的“恒大慈善万人行”项目报告会在广州举行，活动启动以来，3000万元慈善专项资金已资助贫困人群共计13278人。
3月1日	在中国足球陷入低谷之际，恒大集团斥资亿元入主广州足球，成立广州恒大足球俱乐部。
3月9日	全国政协十一届三次会议第三次全体会议在人民大会堂隆重举行。恒大集团董事局主席许家印委员作为中国企业界唯一代表，作了题为《激发企业参与热情，推进慈善事业发展》的大会发言，引起海内外的广泛关注。
3月26日	恒大集团斥资200万元独家冠名赞助第23届亚乒赛。
3月26日	“2010中国房地产百强企业研究”在京发布，恒大集团第七次蝉联“中国房地产百强企业综合实力TOP10”并位居前列。同时恒大还获评“年度社会责任感企业”第一名、“年度运营效率”第二名。
4月9日	恒大集团董事局主席许家印教授第三次荣膺中国慈善领域最高政府奖——“中华慈善奖”，并在中南海受到回良玉副总理的亲切接见。
4月14日	在获知玉树地震发生的第一刻，恒大集团即刻通过中华慈善总会向灾区捐赠首笔善款500万元。
4月30日	恒大集团投入120万元参与海南慈善义拍，支援玉树灾区重建。
5月6日	恒大集团宣布旗下项目均以8.5折让利销售，支持中央新政。
5月9日	恒大集团组织召开2010年全球战略合作伙伴高层峰会，吸引了300余名国内外知名企业的领导人参会。此次会议规模空前，首创国内地产企业整合全球优势资源的先河。
6月13日	恒大集团董事局主席许家印教授为广东从化当地小学基础教育建设捐款500万元。
6月15日	在香港新家园协会成立典礼上，协会副会长、恒大集团董事局主席许家印教授向协会慷慨捐赠1000万港币。
6月30日	在“广东扶贫济困日”启动仪式上，恒大集团董事局主席许家印教授捐出1.2亿元善款用于支持广东扶贫事业。
7月16日	由中国人民解放军总政歌舞团担任演出的鸿篇巨制——中国歌剧《木兰诗篇》在恒大集团的倾力支持下登陆广州大剧院，助威广州亚运会。
9月1日	恒大集团董事局主席许家印教授捐赠1000万元，在武汉科技大学设立奖学金。
9月3日	恒大集团捐款300万元支持广州亚残运会。
10月30日	2010赛季中甲联赛完美落幕，广州恒大队以中甲冠军的身份重返中超，助力广州足球重返巅峰。
11月27日	恒大集团荣获由中国企业公民年会组织机构颁发的“2010第六届中国优秀企业公民”奖。
12月18日	恒大集团迎来历史性跨越——年度销售额成功突破500亿元大关，顺利迈进500亿元军团。

“阳光下的互利双赢合作，才是最健康、最长久和最具战略性的合作”。恒大的快速发展极大程度上带动了上下游产业的发展，被称为“中小企业的上市孵化器”。在与恒大合作后，联塑、老板、深广田、亚厦、嘉寓等中小企业先后顺利上市，有更多的中小企业正筹备上市。

4. 规范经营推动民生

诚信立伟业，是恒大企业宗旨的重要内容。公司十余年如一日，视诚信为根本，在做好诚信经营的同时，还在住宅行业内号召建立“诚信联盟”。在与300多家战略合作伙伴的合作中，恒大倡导阳光交易的诚信原则，严格履行承诺，信守合同，追求实现共赢。

在纳税方面，恒大始终坚持依法、自觉、诚信纳税，2010年累计完成纳税额38.6亿元；在推动就业方面，恒大在2010年拥有员工近两万名，更创造出十多万个农民工就业岗位。更值得一提的是，恒大多次率先响应政府号召，以让利促销的方式提供精品住宅，推动民生保障工作。

5. 给股东带来丰硕回报

恒大高度重视投资者关系工作，通过定期举办业绩发布会、开展全球路演、邀请投资者参观考察、参加投资高峰论坛等多种渠道，致力于建设双向互动的投资者关系。更为投资者看重的是，恒大飘红的业绩带来了丰厚的投资回报。2010年，恒大实现净利润80.2亿元，同比2009年的11.2亿元增长616.1%，位居全国亚军；每股盈利0.506元，同比2009年的0.074元增长583.8%；拟派末期股息每股人民币0.1268元，同比2009年的0.007元增长17.1倍。



恒大业绩发布会

四、珍惜人才 关爱员工

1. 壮大规模：筑巢引凤 人才汇聚

随着公司的快速发展，恒大对于人才的需求与日俱增。2010年，恒大在继续招聘应届优秀大学毕业生的同时，多次举办中高级人才招聘会，全年共计新增员工10792人。截至2010年底，恒大员工规模达到19351人，构筑起一支年轻化、高学历、高素质的恒大铁军，成为公司进一步发展的重要保障。

2. 打造平台：双轮驱动 持续发展

通过激励机制与约束机制双轮驱动，恒大为员工提供公平公正、持续发展的平台，在为优秀员工提供广阔平台的同时，实现企业和员工共同的可持续发展。2010年，集团提拔具有优秀综合素质的业务骨干为公司中层及以上领导干部127人，年度员工晋升率为9.2%。

3. 提高素质：系统培训 理论深造

恒大内部形成“传帮带”的工作氛围和多层次的系统培训体系。同时，恒大每年拿出500万元与高校联合举办“项目管理”工程硕士研究生班。2010年，第三期研究生班已经成功举办，至今已累计有数百名优秀员工被录取就读，成功实现进一步深造的愿望。



员工活动组图

4. 提升福利：以人为本 和谐发展

通过建立行业内极具竞争力的薪资水平、完善的福利保障待遇、优越的生活工作环境，以及便捷的困难解决渠道，恒大在2010年继续创造一切条件提升员工福利。国庆期间，恒大完成了集团薪资调整工作，总涨幅高达38.99%。同时，恒大在2010年第二次发放管理层期权，总计7.13亿股，占4.75%。

五、身体力行 公益表率

1. 两会：两会建言 民企表率

2010年3月全国两会期间，恒大集团董事局主席许家印委员作为中国企业界唯一代



许家印委员在全国两会上作大会发言

表，在人民大会堂作了题为《激发企业参与热情，推进慈善事业发展》的大会发言。

发言在分析中国慈善事业发展和企业参与情况现状的基础上，建议从营造健康慈善



文化、构建完善法律体系、优化捐赠激励机制、加强捐赠监督管理等方面推进慈善事业深入发展，引发了海内外的广泛关注。

在2010年底，许家印委员的慈善事迹作为全国政协委员的慈善参与典范，在首届“善行天下·政协委员慈善公益事迹展”活动中，受到了全国政协领导和广大政协委员的高度评价。

2. 慈善：慈善报国 多元投入

恒大既强调在企业发展上让利于民、打造老百姓买得起的精品住宅，更注重在慈善公益等领域不惜投入、推动社会的和谐发展。截至2010年底，恒大在慈善公益领域累计投入十多亿元；仅2010年，恒大就先后投入3.46亿元，并蝉联中国慈善领域最高政府奖——“中华慈善奖”。



恒大集团慈善捐赠



恒大集团慈善捐赠

2010年，恒大先后捐赠620万元用于玉树灾区重建、捐赠1000万港元用于“香港新家园”建设、捐赠500万元用于粤北基础教育完善。2010年6月30日，恒大集团董事局主席许家印教授慷慨捐款1.2亿元，用于支持针对贫困农户的小额信贷业务发展，帮助贫困群众及时实现脱贫致富。

3. 体育：振兴体育 勇担重任

2010年3月，在中国足球陷入低谷、广州足球被降级的危机关头，恒大果敢地承担起重振广州足球的重任。秉持职业化运作的广州恒大足球俱乐部，在同年的中甲联赛中勇夺冠军，起到了重振广州足球、激活中国足球的积极作用。

与此同时，广东恒大女排在恒大集团的大力支持下迎来迅猛发展，在郎平指导的带领下夺得甲B联赛冠军，并击败来访的美国女排。此外，2010年恒大还先后斥资200万

元独家冠名第23届亚乒赛、捐赠300万元支持亚残运会。



足球冲超



排球夺冠



4. 文化：投身文化 力创繁荣

2010年，恒大集团与中国人民解放军总政治部歌舞团携手，先后为羊城市民带来中国歌剧《木兰诗篇》和大型红色经典舞剧《铁道游击队》，在羊城掀起了一股传统文化热潮和红色文化旋风。

同年10月，恒大斥资8.5亿元投入民族动漫、院线、电影、唱片和经纪领域，成立五大文化创意公司，并立志成为国内规模最大、专业性最强、影响最广的文化产业公司，积极推动国家民族文化产业的发展。

六、低碳地产 绿色安居

1. 生态旅游地产：低碳地产 生态环保

在恒大的产品线中，作为旅游地产的恒大金碧天下系列产品占到了20%的比例。在这类项目的开发过程中，恒大注重结合当地的自然生态，顺势打造出深受市场欢迎的低碳生态产品。

同时，恒大多次向社会发起倡议，倡导低碳地产的发展理念。在2010年广州房地产交易博览会暨绿色安居展上，恒大集团董事局主席许家印教授在主题发言中，再次倡议要支持和大力推广利国利民、造福后代的“绿色低碳地产”理念，普及住宅产业化领域的低碳应用，为房地产行业的长远发展注入新动力。



全国巡演新闻发布会

2. 绿色园林安居：绿色环境 和谐人居

为更好地推进绿色园林安居工程，恒大通过设立一系列制度进行严格管控，从节能技术研发与实际应用中，实现减排降耗，并得到广大同行和业主的普遍赞誉。恒大在建筑节能方面的卓越表现，一方面体现在新材料的采用上，如采用断桥铝合金门窗型材，通过外墙保温，实现减排降耗、建筑节能；另一方面体现在能源资源的重新整合和再利用上，如洋房采用精装修，减低社会资源的二次浪费，并推广使用太阳能热水，对能源进行再生利用。

同时，恒大还与上下游产业链共同发力，在建材采购和应用上共同遵守绿色安居、低碳环保标准，共同打造绿色安居住宅产品。例如实施包括通风采光、隔音、机电设备在内的建筑部品的性能准入，保障恒大选用的部品材料符合绿色安居技术体系需求。

七、意见与反馈

1. 对报告进一步了解

请登录恒大集团官方网站

www.evergrande.com

2. 企业社会责任报告编制部门

恒大集团品牌中心

3. 意见与反馈渠道

evergrandenews@evergrande.com



星河湾·与社会一路前行

星河湾集团2010年度社会责任报告

前言

“要想成为一个令人尊敬的企业，首先要做有品德的企业公民。”

——星河湾集团董事长黄文仔先生

梁启超说过，“这个社会尊重那些为它尽到责任的人”。事实如此，在中国这片美丽辽阔的土地上，星河湾秉承着“舍得、用心、创新”的企业理念，建好房子，推动文化，热心慈善等等，以一个有责任、有品德的企业形象，创造人居艺术的品质生活，成为行业的标杆，赢得了业主、市场、社会的尊重与拥护。

星河湾一直备受世人赞誉与尊重，连续

九年被评为广州市“纳税大户”，连续八年被授予“重合同、守信用”单位光荣称号。这些都源自星河湾能肩负起责任，对业主负责、对行业负责、对社会负责、对自身负责的企业态度。

在走过广州、北京、上海、太原的每一站后，星河湾优雅的身影将出现在鄂尔多斯、澳门……届时的星河湾，所有的用心与坚持，将在未来的蓝图上收获更多的精彩！



浦东星河湾

星河湾的社会责任，是对业主、对社会等履行的责任，也是对自身的一种要求，但要承担起更大的责任，星河湾选择先把自己做好。



星河湾·海怡半岛夜景

认可。2010年7月开盘的太原星河湾荣登2010年全国单盘销售冠军；同年10月，上海星河湾开盘，在逆势下优雅前行，获得上海高端住宅市场双料销售冠军。

一直以来，星河湾坚持“四个一工程”标准——“一种承诺：要对得住这座城市的承诺，将自己的楼盘成为城市的景观；一种态度：要给业主一种态度，让业主知道自己是负责的；一个标准：要给行业一个标准，让自己的建筑成为示范性的作品；一种文化：要倡导一种健康的文化，要有一种舒适时尚的社区环境。”因此，精确到2毫米的外立面、只为了主人的宁静而多2公分厚度的大门、大手笔全灌木移植的园林，还有那必须做到“零误差、绝对的平整”以确保室内线条细腻呈现的装修标准，都是星河湾“四个一工程”标准的生动写照。

当走在广州番禺区的迎宾路上，广州星河湾的经典外立面与在天空上划下的天际线特别引人注目，历经多年发展的广州星河湾社区，有种经过洗练的韵味。回眸过去，星河湾选址这里之初，它还是一片滩

一、对企业 品质是企业立命之本

星河湾集团董事长黄文仔先生曾经说过，“品质是企业立命之本”，他认为一个企业要做出对社会更大的贡献，首先要做好自己。事实上，星河湾集团在一路前行之时，对产品品质、企业员工等方面，都务实地实践着这句话。

1、回归产品 做好企业

星河湾地产项目是以高端品质立足于市场的，并备受业主、行业、市场的推崇与

涂，星河湾经过艰辛的改造，它成了一线骑江休闲木栈道的美景。

同时，星河湾在细节上，用常人难以理解的工艺将产品打造得尽善尽美。在上海星河湾楼王样板房中，客厅内一面艺术天花由上千条边线组成，每一条弧线都是经过纯手工打磨绘制，需耗费5位技术大师半年的时间。

有这样建屋造房的态度，星河湾无论去到哪座城市，都成为了该城市的一张名片，它珍惜土地，坚持打造艺术人居的态度，受人追捧，受人尊敬。



上海星河湾样板房

2、星河湾与员工及合作伙伴携手前行

“人才是星河湾集团最重要的资源”，这个理念一直是星河湾集团成功运营的原则。星河湾有受人拥戴、具有战略头脑的最高领导者，也有富有朝气、团结协作的团队。在星河湾，“人尽其才，为才识用”的用人原则得到了最大发挥，不仅为员工创造了和谐的工作环境和适宜的成长环境，员工还可以在努力完成本职工作的同时，接受定期的培训，定向培养专业知识，不断在全方位的领域得到提高，从而使员工具有强烈的成就感和荣誉感。

星河湾以《内训师体系管理制度》为框

架，组织具备广泛基础的培训工作者团队，以点带面地提升培训体系的建设，同时拓宽员工职业发展平台。因此，星河湾实施高度灵活的内部提升机制，配备科学人员梯队，让员工根据个人表现及潜能，在职业发展上稳步晋升。

与此同时，制度建设与能力培训并重。基于《员工培训管理制度》，星河湾大力开展各层级各类型的内部培训课程，帮助员工解决现存工作问题，同时采取“派出去，引进来”的方式，实现高质量外训课程的企业内化。

星河湾还建立了企业工会组织，在维护企业员工利益上发挥了巨大作用，不定期组织员工参加各种工作之后的文娱活动，以及组织包括发放福利在内的各种节日庆祝活动，让员工在繁忙的工作之余，也可以放松身心，健康快乐。

2010年，星河湾集团凭借出色的人力资源管理及较高的雇员承诺，一举获得“2010中国最佳雇主企业”以及“2010中国品牌雇主企业20强”两项大奖。



2010年星河湾职工运动会

另外，在星河湾集团十几年的发展中，在其周围团结了一大批上下游的公司、优秀的团队，它们涵盖传媒、销售、建材等各个

行业领域，其中不乏超过十年的合作伙伴。在星河湾2010年大服务年中，它们与星河湾共同收获了一份与星河湾携手共进的荣耀。

二、对业主提供“一种心情盛开的生活方式”

熟悉星河湾的人都知道，星河湾一直有“五把尺子”在衡量自己，鞭策自己，让星河湾从整体到细节抠得精细完美，才放心把自己倾注心血打造的艺术品交业主。因此，星河湾的业主是“五把尺子”中的关键一把。在北京星河湾奠基仪式上，黄文仔先生曾经这样描述“业主”这把“尺子”，“业主住得好，并且增值，这就是超越居住需求，超越价格，给业主意外的惊喜，让他们感受到与其他楼盘不同的享受，让他们购买的物业不断增值”。

为此，从产品打造到社区物业服务，星河湾的把好房子、好社区献给业主，尊重业主，全方位顾及业主感受。

星河湾除了给业主带来品质建筑的享受之外，还为业主带来了一个提升事业、生活、修为的高端价值圈层交流平台，让业主不仅生活在“一个心情盛开的地方”，更收获“一种心情盛开的生活方式”。

1、打造圈层交流平台 收获高端价值人居享受

星河湾深知要对得起业主，要肩负起责任，才能赢得业主的尊重与信赖。为此，星河湾认真地实践着对业主的各种承诺。

过去几年，星河湾举办过上千场高端圈层活动，不仅为业主带来各种精彩的体验，更让业主在彼此交流之中，互通有

无，品鉴生活，畅谈人生修为。

为此，星河湾每年都会为业主举办闻名于业界的中国星河湾大会。每一次大会，都是“朋友千里来相会”的年度大聚会，星河湾的业主、朋友在这里分享彼此的快乐、彼此的精彩，实现从邻居到朋友到伙伴的跨越。在大会期间，就有业主认为：“在星河湾大会两小时就能认识需要花两年时间认识的朋友。”

在去年的第二届中国星河湾大会期间，星河湾举办了系列活动。其中，2010年7月24日-7月28日，“盛装亚洲·大美山西”亚洲风尚大典在太原盛大举行。此次“风尚大典”吸引了众多名家的捧场，著名时装大师ちゆき、张天爱、祁刚为星河湾的业主、朋友奉上了一场华丽的视觉盛宴。而在第二届中国星河湾大会正式开幕的现场，“旗袍”、“百雀羚”、“黄包车”、“百乐门”、“小笼包”这些象征着上海文化的元素被创新地融入大会之中，为星河湾的业主、朋友带来有趣新鲜的体验，尤其让星河湾的小业主在开眼界之余，潜移默化地了解上海文化，乃至中国文化的魅力。



第二届星河湾大会，贵宾们在“星河星印”上按下手印

中国星河湾大会只是星河湾为业主带来增值享受的一个缩影。

为了让业主生活在“一个心情盛开的地方”，星河湾深知除了做圈层活动，能否为业主考虑周到，能否营造一个和谐幸福的社区，业主需要的社区教育配套是否足够都是星河湾需要考虑的问题。

2、全方位满足业主需求

清晨，漫步于星河湾绿荫环绕的小径，呼吸新鲜的空气；傍晚，在骑江木栈道上跑跑步，一边领略夕阳西下的美景。

星河湾是一个幸福和谐的社区。生活在星河湾，一直让许多业主倍感骄傲，他们切身体会到，一个负责任的企业，为他们带来的不是简单的居住，而是尽力为他们想得更多、想得更远，最大化的满足业主的各种需求。因此，在星河湾，业主们常常有种幸福感充盈心头，即使一天劳累在外，回到家中总会“心情盛开”。

广州星河湾从2001年的一期推出至今，居住着众多中国成功人士和来自世界各地的侨领们。2008年社区配套的五星级酒店广州星河湾酒店的开放，更让社区业主尽享家门口国际会客厅的魅力，并且在2010年，广州星河湾酒店成为2010亚残会指定总部接待酒店。

“十年育树，百年育人”，星河湾在教育上倾力投入，办让业主放心的教育。在广州星河湾的教育配套——星河湾·番禺执信中学为社区延续下一代的精英气质营造了优良的氛围。番禺执信中学以国际化的教学理念全面培养学生，面向全球招生，40%的学生是来自全国各地的学生，还有部分来自香港、澳门甚至韩国、欧洲的

学生。

当我们来到星河湾，看到一个成熟的社区，它最大程度满足了业主关于居住的理想，这源自星河湾对业主负责的态度，心灵肩负起的诺言。

三、对社会 星河湾——屹立社会的中坚力量

时光流逝，星河湾一直对这个社会倾注最大的爱心与关心，无论是推动行业发展、保护环境、推广文化，还是做慈善，都抱着一颗赤诚之心，为社会带来福祉，成为推动社会发展的中坚力量。

1、推动行业发展的旗手

如今的社会，是一个全球竞合的时代，能拥抱彼此，充分合作，才能赢得更多的尊重，实现共赢。星河湾作为一个行业中的标杆企业，一个有作为有担当的企业，一直用谦逊的态度、拥抱同行的姿态，为整个行业贡献自己的一份力量。

星河湾用自己的前瞻视野与创新思维推动这个行业对建筑理念的新意识、新思维，最终为行业、市场带来新的前景。当行业还在流行装修普通的房子，甚至毛坯房的时候，星河湾提出了“精装修”的概念；而当精装修在业界普遍实行起来之后，星河湾又在确立高端住宅的标准；在高端住宅在全国拔地而起之时的现在，星河湾的住宅已成为值得收藏的“艺术品”，星河湾在土地上创造价值的热情，及对城市的责任观，有利于推动行业健康的发展。

除此之外，2009年的博鳌论坛上，星河湾董事副总裁梁上燕代表星河湾创造性地

提出了“十城十”的营销概念。星河湾提出的“十城十”是指中国城市高端地产价值平台营销合作战略。“十城十”亦可写作“实诚实”，是中国地产营销发展到今日较高阶段的必然产物，是一种创新的营销策略，是一种充分整合政府资源、媒体资源、品牌资源、产品资源以及高端客群资源的营销模式。星河湾的这一创举使得不同品牌的企业逐一联手，最终极度提升品牌影响力和号召力、客户美誉度和忠诚度，潜移默化地促进共赢局面。

星河湾用拥抱同行的气度、赤诚的心，为这个行业的健康可持续发展做出一份贡献，自觉肩负起责任，成为推动行业发展的棋手。

2、分享一片绿色的精彩

环境保护一直以来就是人们热议的话题，它关系我们生存环境的安危，关系到我们地球未来的发展，人们为此而提出的可持续发展理论，是维系人类未来能否生活在一个安全环境的关键，是值得每一个人实践与遵守的发展理论，尤其是在发展过程中与环境紧密联系的企业。

一直以来，星河湾恪守“开发到哪里，美化到哪里”，就是星河湾对环境保护的最好阐述。在这样一个理念的指引之下，星河湾对环境的保护是至上而下的，从建筑设计上注重减少二氧化碳的排放，到组织员工开展《安全节能知识》的培训，探索了一条星河湾的环境保护之路。

2010年7月28日，“欣晋商——能源转型绿色路论坛”在太原星河湾酒店隆重举行。论坛上，星河湾集团董事副总裁梁上燕女士代表星河湾，与专家、嘉宾共同探讨在

生活、企业建设等方面如何才能充分运用绿色能源。这次绿色探讨极具意义，星河湾作为行业的领袖，在环境保护上做表率，让大家看到环境保护的积极意义。

2011年4月开始，在广东绿道建设之际，星河湾联合《国家地理杂志》中文繁体版、《南方都市报》等机构组织举办了有关“绿道”的系列活动，活动通过摄影、科考、绿道骑行、论坛活动等旨在展现绿道建设的重要意义，提升大家对环境的保护意识。

星河湾积极参与环境的建设与保护，坚持可持续发展理论，并将自己打造绿色景观资源的精神延伸出去，与更多的地方分享一份绿色的精彩。

3、将中国的美推向世界

拥有上下五千年文明的中国，它拥有的美可谓是举不胜举。“江山如此多娇”需要用心地传承与推广出去，让更多的人了解中国的美，才有意义。

星河湾一路走来，没有忘记要回报国家的责任，让更多的人了解中国山川的秀美，领略中国文化的博大精深是一件必要而有意义的事。

思想与行动配合。

当在“中国创造”之路上开创了一个民族品牌，在中国影响力日益扩大的背景下提出为“中国骄傲”贡献力量之后，星河湾现在要推广“中国的美”，这就是星河湾“三部曲”。现在，星河湾自觉肩负起传播中国之美的责任，让人们看到中国还有许多值得人们骄傲的东西。

为了推广“中国的美”，星河湾举办了难以计数的活动。

2009年9月20日，“海上丝绸之路文化

遗产保护思想峰会”、“海上丝绸之路万人申遗启动仪式”等系列主题活动在星河湾举行，并且广州首个“海上丝绸之路文化研究中心”也正式落户星河湾。

2009年10月到2010年3月，“名家对话中华岭南文化交流中心”落户星河湾之后，举办了为期十场的名家对话。此次“对话”邀请到了评论家陈扬作为主持嘉宾，与岭南各界文化名人共同探讨各种文化魅力。

自2010年2月4日星河湾“魅力山西文化年主题活动”在北京启幕之日起，星河湾从三晋大地走到神州四海，举办了20余场“魅力山西”品牌分享活动，到场嘉宾共计2000多人，这次活动声势浩大，影响之广，将大美山西推向全国，乃至推向世界。

2010年5月15-21日，星河湾携手《中国国家地理》杂志，特约摄影大家组成拍摄团队，深入山西，捕捉山西的自然人文，以瞬间定格的影像浓缩山西五千年文化，向世人展示了山西大好河山的秀美。

2010年6月，星河湾集团与山西日报报业集团联合举办了“魅力山西‘盛唐古建’探秘之旅”等系列活动。后来，山西日报凭借着这一系列活动报道，取得了2010中国报刊广告营销创新特别大奖中的“重大活动特别奖”，这个奖项不仅是对山西日报的回报，也肯定了星河湾在推广文化方面做出的努力。

2011年初，“倪惠英从艺四十载个人艺术生涯展览”在星河湾·海怡半岛进行为期两个月的展览。展览不但展现了倪惠英老师在粤剧上的卓越贡献，更将粤剧文化以新风貌展现在众人眼前，尤其对年轻人来说，这是对传统文化的再认识 and 了解。

2011年6月，2010年威尼斯国际建筑双

年展作品《意园》永久落户星河湾。这是继《风墙》永久落户星河湾之后，星河湾平台新增的又一重量级文化艺术臻品，同时，星河湾还成为第一个收藏世界级建筑艺术作品的中国企业。

其实诸如此类的活动还有很多很多。无论是面对岭南文化，还是京城文化，亦或是海派文化、山西文化等等，星河湾都坚持而用心，对各种文化文明都保持着一颗赤诚的心，让各种文化精彩绽放在中国美丽的疆土之上。

星河湾推广中国的美，唤起了更多中国人的骄傲，也激起了许多华人华侨的共鸣，让更多的人领略中国的魅力。



威尼斯国际建筑双年展作品《意园》永久落户星河湾

4、不遗余力为慈善

星河湾作为改革开放大潮中涌现出来的企业，自创办以来，就秉承着创始人黄文仔先生“回报社会”的企业奉献精神。

十几年来，星河湾在捐资办学、扶持公益事业等方面做了大量工作，其中，汶川地震后，由星河湾出资全力援建“汶川第一小学”，至今备受国人的赞誉。星河湾为汶川一小做的还不仅仅是简单的援建，在后续事项中，黄文仔先生强调，汶川第一小学要做到两个第一：建筑质量第一；教学质量第

一。为此，2010年4月，广东省一级学校——星河湾番禺执信中学就开始为汶川第一小学培训师资力量，汶川一小教师分期分批到执信中学学习交流，希望为汶川的孩子们带去优秀的教学理念。

在有需要的地方，就经常能看见星河湾倾情相助的身影，2009年，星河湾就向台湾风区受灾的同胞伸出援助之手。对于家乡广州的建设，星河湾更是尽心尽力，2009年12月11日，在“广州慈善日”上，星河湾现场认捐了500万。

近几年来，中国不幸发生了南方旱灾、玉树地震等多个自然灾害事件，星河湾在关键时刻，肩负起责任，向灾区捐助近千万元。

另外，从化作为广州的后花园，拥有了各种优良的地理资源，但同时，由于各种原因，发展一直较为滞后。2010年9月4日，黄文仔董事长代表星河湾集团，向从化市吕田镇狮象村捐出总额为1.19亿元的善款，以支持革命老区狮象村全面进行新农村建设改造，将狮象村建成幸福新农村。



星河湾集团向从化吕田镇狮象村捐款

四、结语

“要想成为一个令人尊敬的企业，首先要做有品德的企业公民”，这一句话是星河

湾董事长黄文仔先生对自己企业员工说的。星河湾就像这位企业领导人一样，在走过了许多年头后，依然坚守着做有品德的企业公民，这是因为星河湾对这个社会抱着一颗赤诚的心，知恩、感恩，肩负一个企业的责任，尽心尽力回报这个社会，与这个社会一路前行。

星河湾的品行赢得人们的尊敬、社会的尊重，让大家推崇、跟随，也必将向着她的企业愿景——“做受人尊敬的百年企业”迈进。

2010年星河湾部分荣誉回顾

- 2010年12月星河湾集团荣获“教育公益创新奖”
- 2010年12月太原星河湾被评为“年度最具人文价值高端社区”
- 2010年12月上海星河湾被评为“最值得推荐国际化社区”
- 2010年11月太原星河湾被评为“特殊贡献单位”
- 2010年11月太原星河湾荣获颁“区域文化推动力大奖”
- 2010年11月上海星河湾被评为“2010亚太地区最佳国际社区奖”
- 2010年10月星河湾集团荣获“领袖房企”
- 2010年9月星河湾集团荣获“公务员最喜爱的十大地产品牌”
- 2010年8月太原星河湾荣获“区域文化推动力大奖”
- 2010年5月星河湾集团荣获“2010广东地产资信20强”
- 2010年4月星河湾集团荣获“新广州卓越贡献奖”
- 2010年3月星河湾集团被评为“2009年度中国地产经典开发模式”
- 2010年3月星河湾集团荣获“2009年度中国十大地产领袖品牌”



华发股份
Huafa Industrial Share

承担社会责任 创造社会效益

珠海华发实业股份有限公司2010年度社会责任报告

公司自2004年上市以来，凭借着准确的市场定位、专业的楼盘开发和策划、科学的项目风险控制、高品质的楼盘和配套规划、敏锐的市场反应能力，呈现出良性、稳健发展势头，为广大股东带来了丰厚的回报。同时，为积极承担社会责任，落实可持续发展及科学发展观，公司与众多的利益相关方，如政府、员工、消费者(购房人)、银行、承建商、保荐机构等中介机构建立了相互支持信任、互利友好的合作共赢关系，承担了大量的社会责任，创造了良好的社会效益。在此将公司2010年度在有关社会责任方面所做的工作报告如下：

一、综述

截至2010年12月31日，公司总资产203.26亿元。报告期内，公司实现业务收入58.75亿元，利润总额10.12亿元，比上年增长16.93%；实现归属于母公司所有者的净利润7.52亿元。2010年公司实现基本每股收益0.92元，上缴国家税收7.85亿元，向员工支付工资等薪酬合计2.46亿元，向银行、公司债券等债权人给付的借款利息合计4.31亿元，对外捐赠合计人民币1226.6万元。根据以上数据及有关公式计算形成的公司每股社会贡献值为2.72元。

二、社会责任履行情况

(一) 股东(投资者)与债权人权益保护

1、建立健全了保护股东的机制

公司依据《公司法》、《上市公司治理准则》、《上市公司股东大会规范意见》、《上市公司章程指引》等法律法规以及《关于提高上市公司质量的意见》等文件，建立了较完善的治理结构并规范运作，同时围绕公司法人治理，完善制订或修订有关规章制度，形成了完整的内控制度，建立了与投资者的互动平台，公平对待所有股东和投资者



水郡省级湿地公园动工仪式

者，信息披露公开、公平、公正，确保股东和投资者充分享有法律、法规、规章所规定的各项合法权益。公司建立健全法人治理结构，建立了股东大会、董事局、监事会和管理层团队，形成权责明确、相互依存、相互协调、相互制衡、相辅相成、各司其责、各负其责的关系，构成一种相互配合、各展其能的现代企业管理体制。

报告期内，公司共召开股东大会5次、董事局会议32次，在涉及关联交易表决时，关联董事、关联股东均回避了表决。

2、建立健全了防止大股东违规占用资金的长效机制

公司《章程》中明确规定了公司的控股股东、实际控制人不得利用其关联关系损害公司利益。违反规定给公司造成损失的，应当承担赔偿责任。公司《章程》更明确载明制止股东或者实际控制人侵占公

司资产的具体措施，董事、监事和高管维护公司资金安全的法定义务及相关人员违规时的处罚程序，建立了对大股东所持股份“占用即冻结”机制。公司的控股股东一直严格遵守各项制度规范的要求，没有超越董事局、监事会、股东大会，直接或间接干预公司决策和经营活动。公司与控股股东严格做到各自独立经营核算、独立承担责任和风险。公司自上市以来，不存在控股股东及其关联方资金占用的情况。

3、建立健全了投资者关系管理机制

公司自上市以来即勤勉开展投资者关系管理工作，加强了公司与投资者之间的信息沟通，促进公司与投资者之间的良性关系，倡导理性投资，并在投资公众中建立公司的诚信形象。

公司严格遵守国家法律、法规及上海证券交易所对上市公司信息披露各项规定，



(3)通过投资者见面会或推介活动会接待机构和个人投资者的来访及实地参观、公司高管人员直接接受媒体的采访等活动，让投资者了解公司发展经营情况。公司良好的投资者关系管理水平在过往历年均获得各界的认同和赞赏。

2010年共接待到访机构投资者约50家，接待

人数超过100人次，日均接听投资者咨询电话超10个，通过现场实地考察、坦诚的座谈和热线电话交流，就投资者普遍关心的行业前景、市场变化、公司开发销售情况、公司市场开拓计划等事项进行了阐述，细致专业地建立了与投资者的沟通渠道，提高了公司在资本市场的透明度，维护了公司形象和投资者利益。

充分披露涉及公司经营、发展信息，有利于投资者做出准确投资决策，公开、公平、公正对待所有投资者，高效率开展投资者关系管理，开展各种形式的投资者关系活动，促进投资者对公司的了解和认同，实现公司价值最大化和股东利益最大化的战略管理行为。

公司具体实施投资者关系管理主要方式有：

(1)公司办公场所现场及电话专线

为方便投资者现场调研和电话沟通，公司分别为董事局秘书和证券事务代表设立专用热线电话。对于投资者的咨询和质询，公司均做出了及时的答复，绝大部分投资者均对公司的答复表示满意和理解。

(2)公司依法召开年度股东大会和临时股东大会，依法刊登股东大会召开通知公告，在股东大会上专门安排时间由公司董事长和其他高管人员与股东们进行面对面的交流，在不违反信息披露制度的前提下回答股东所关心的问题。



(二)对债权人权益的保护

公司在注重对股东权益保护的同时，高度重视对债权人合法权益的保护，严格按照与债权人签订的合同履行债务，及时通报与其相关的重大信息，保障债权人的合法权益。

(三)职工权益保护

公司十分重视职工权利的保护，依据《公司法》和《公司章程》等规定，建立职工监事选任制度，确保职工在公司治理中享有充分的权利；支持工会依法开展工作，关心和重视职工的合理需求；聆听员工的声音、征求创意等等，通过各种方式和途径，构建和谐稳定的关系。

公司为了维护员工切身利益，按照法律法规和公司内部管理制度的要求为全体员工购买了多项福利，包括法定福利、公司内部福利和其它福利等。

公司的人员培训着力于培训的系统性和体系化，人才培养体系的建立，标志着公司的人才培养进入了一个新的历史阶段，对未来有着深远的意义和影响。

公司积极开展各项文化娱乐活动，丰富员工的业余文化生活。每年举办迎春文艺汇演和职工运动会等活动，增强员工的团队合作意识和集体荣誉感，提升员工的士气，增强员工的凝聚力和向心力。公司的员工满意度以及人力资源管理水准受到社会各界的肯定，公司已把职工权益保护工作提升到战略层面，并将作为一项系统性的工作持续推进。



小虎队与艺术团合影(2010央视春晚)

(四)供应商、客户、消费者权益保护

公司诚信经营，不断追求一流品质。为了保证供应商、客户和消费者的合法权益，公司严格控制产品质量，持续改善和提升产品品质，不断提高公司产品的美誉度和客户的满意度；不断完善售后服务，为客户提供专业、快捷、贴心的服务；加强互通，实现共赢；在不断提高公司效益的同时，更赢得了供应商、客户、消费者对公司的认可和赞誉。

(五)重视环境及生态保护，打造“绿色房地产”，促进社会可持续发展

公司的主营业务是房地产开发与经营，主要是住宅综合小区开发，包括住宅、与住宅配套的商铺、会所、车库等。建设项目对环境的影响主要有对大气、水(河流)、声、



2010集团运动会



地球一小时活动

施工期水土流失、固体废物的影响。为保护珠海环境及生态、促进社会可持续发展，公司在防止并减少污染环境、保护水资源及能源，保证所在区域的适合居住以及保护并提高所在区域的生物多样性等方面做了大量有效的工作，采取的主要环保措施包括：

1、施工扬尘：采取有效措施防止施工现场和装卸、运输过程中产生扬尘污染和危害周围环境；教育施工人员严格遵守环境保护和文明施工管理法规。

2、机动车尾气：加强地下车库的管理，重视车库抽风系统的保养维护，确保车库空气流通，防止机动车尾气积聚现象发生。

3、生活污水：小区排水系统要做到清污分流，加强生活污水的排放管理，做到渠道畅通，确保生活污水经过三级化粪池和隔油池初步处理后排入市政管网，最终排入污

水处理厂。

4、噪声声源：尽可能将产生噪声的设备设置在半地下室和室内，设备加装隔声罩并安装采用减振台座、选用小功率低噪声的设备。

5、加强对生活垃圾的收集、堆放及清运过程的科学化管理：所有建设项目依据法定程序公示建设项目环境影响评价报告书，收集公众意见，在取得政府所有相关许可批文后开工建设。针对水资源、电资源的消耗，公司内部通过管理体系的完善和持续改进，不断深化和细化内部管理，使得每年公司对水、电的消耗量均呈下降的趋势，在节能降耗方面，成效显著。一直以来，公司开发过程中均能做到严格遵守国家各项要求与标准，从未发生因破坏环境、污染环境受到政府处罚的事件。

(六) 打造和谐居住小区，创造和谐社会

公司所开发建设的住宅小区项目，从项目的规划设计阶段即与专业的物业管理服务公司合作，及早确定物业管理服务公司，并签定《物业管理服务合同》，根据项目的定位确定项目的物业管理模式，为开发建设的社区提供保护与支持。主要包括：物业管理及维护；秩序维护服务；保洁清洁；园林绿化；从事社区园林绿化工程的养护管理；便民服务等。

公司自成立以来已在珠海创建了19个高尚和谐人居社区，近400万平方米人居建筑，为珠海1万多户家庭提供了满意的居所。在珠海，每10人当中就有一个是华发业主。公司广大业主(市民)安居乐业，促进了社会可持续发展，为创造和谐社会作出了卓越的贡献。通过多年的努力，公司不仅在经济效益方面获得了广大股东、社会的普遍认



业主专场文艺晚会

可，而且在社会效益方面获得了更多的认可。

(七) 积极关注教育、文化与环境保护建设等社会公益事业，真诚回馈社会

公司一贯注重参与所在地区的教育、文化与环境保护建设等社会公益事业，2010年度共举办或参与了以下活动：

1、2010年1月，华发业主2010迎春联欢晚会华发新城商业街广场精彩上演。

2、2010年2月，华发艺术团参加包括春晚、公安部春晚、元宵晚会等多个晚会的表演。



2010春晚合照

3、2010年2月，珠海容闳学校大礼堂华光跃彩，歌舞飞扬，珠海年度文化盛事“华发集团2010年迎春晚会”在此盛大举行。市委、市政府、市人大、市政协四套班子部分领导出席了晚会。

4、2010年4月，华发股份通过珠海市红十字会向西南旱区捐款600万元。与此同时，华发集团和华发股份本部及其珠海、中山、北京、包头、大连、沈阳、南宁等地各下属企业的员工，也纷纷踊跃捐款，截止发稿时合计个人捐款已逾20万元。

5、2010年4月，华发公司通过珠海市红十字会向青海玉树大地震灾区捐款300万元。与此同时，华发集团和华发股份本部及其珠海、中山、北京、包头、大连、沈阳、南宁等地各下属企业的员工，也纷纷踊跃捐款，截至发稿时合计个人捐款近80万元。

6、2010年5月，华发业主艺术团在珠海九洲城广场上演了一场以“华发新城·我的家”为主题的专场文艺晚会，博得现场市民阵阵掌声。晚会由珠海市文化馆、珠海华发



捐建山美广场奠基

文化传播有限公司主办，华发会承办。

7、2010年5月，“资·信·责任”地产金融峰会暨“第九届(2010年度)广东地产资信20强”颁奖典礼在广州举行。作为珠海房地产龙头企业，华发股份第6次荣获“广东地产资信20强”殊荣，同时还荣获“最具社会责任房企奖”称号。

8、2010年6月，中国第九届(2007-2009)IAI年鉴正式发布评选结果：华发股份全资

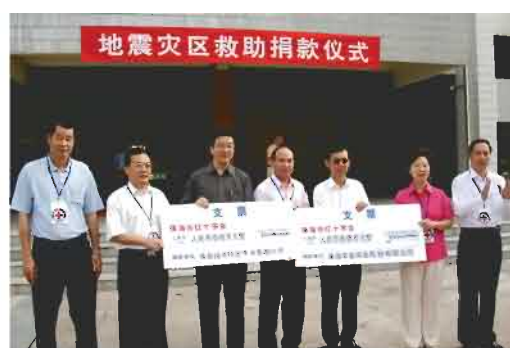
子公司珠海华发文传入选中国广告公司创作实力50强，排名第17位，这也是珠海广告公司首度入围全国50强。市委常委、宣传部部长黄晓东表示，华发文传已经成为代表珠海文化创意产业的一面旗帜。

9、2010年10月，世界钢琴圣手马克西姆在华发水郡演绎“琴动湿地”。

10、2010年12月，由市委宣传部和华发股份联合主办的“华发之夜”珠海新年音乐



第6次获得地产资信20强



汶川捐款

会在珠海大会堂上演，音乐会特别邀请到了被誉为“古典音乐皇冠上的珍珠”的柏林交响乐团出演，享誉世界的小提琴家汉斯·米勒、指挥家里奥·夏巴多均随团演出。

三、履行社会责任情况的自我评价

2010年度，公司在履行社会责任方面积极地做了自己力所能及的工作。公司不仅在经济效益方面获得了广大股东、社会的普遍认可，而且在社会效益方面获得了更多的认可，取得了一系列的相关荣誉。

2011年，公司将在追求经济效益最大化、保护股东、职工利益的同时，进一步增强社会成员的责任意识，在环境保护、资源利用、利益相关者和谐等方面继续做出更大的贡献。



青海玉树捐款



西南旱灾捐款





品质·诚信·卓越 成就美好生活

越秀地产2010年度社会责任报告摘要

关于本报告

报告可靠性声明：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

报告组织范围：越秀地产股份有限公司（以下简称“越秀地产”）在中国大陆的业务主体部分，即广州市城市建设开发有限公司。

时间范围：本报告为越秀地产第一份企业社会责任报告，报告时间为2010年1月1日至2010年12月31日，部分内容超出上述范围

报告说明：本报告编写参照《广东省房地产企业社会责任指引》以及《中国企业社会责任报告编写指南》，同时突出越秀地产的企业特点和房地产行业特色。报告中披露的财务数

据如与年报有出入，以财务报告为准，其他数据来自公司内部统计。报告所涉及货币金额以人民币作为计量币种，特别说明的除外

董事长致辞

践行社会责任 成就美好生活

越秀地产创立伊始，秉持“责任·团队·激情”的企业精神，树立创建百年基业的远大宏图以及“中国城市高端物业开发和经营典范”的发展愿景，在近30年的改革发展历程中，以“成就美好生活”为己任，默默耕耘与探索，进行着对社会责任思考和承担。

回顾2010年，这是国内外经济环境极为复杂的一年，也是越秀地产调整优化、加快发展、强势突破的一年。我们以强烈的责任感、

创新开放的视角及奋力进取的激情，取得了又一个台阶式的增长：销售金额首次突破100亿元，迈入“百亿俱乐部”；土地储备总量突破1,000万平方米，开发建设规模创历史最好水平；业务范围拓展至全国九个城市，初步形成以“广州为依托、珠三角为核心、长三角和环渤海及中部地区为重点”的全国性战略布局；企业法人治理结构不断完善，产业发展基础进一步夯实，为股东、员工和社会交出了一份满意的答卷。

作为社会的一份子，我们深刻理解社会和谐发展是企业可持续发展的前提，企业在创造经济效益的同时，要积极承担作为社会公民对于自然环境、社会、客户、员工等利益相关者所应负的责任，将履行企业社会责任纳入企业发展战略规划，并贯穿于经营管理的全过程，营造共赢发展的和谐环境：

我们始终坚持诚信经营，重合同、守信用，致力打造现代产业供应链，创建优质的产品，提供卓越的服务，满足并超越客户对“成就美好生活”的诉求，荣获中国质量管理最高奖项“中国质量鼎·用户满意鼎”，连续十八年获评“广东省重合同守信用企业”，九次蝉联“广东地产资信20强企业”；

我们积极倡导智慧、绿色、低碳的生活模式，将绿色建筑研发作为企业一项长期的重点工作，始终站在行业科学发展新理论的前沿，积极组织开展新技术、新材料、新产品、新工艺的研发和应用，历年获评科技创新成果市级以上300余项、省级以上近百项，开发建设的广州国际金融中心荣获“亚洲人居环境规划设计创意奖”，维多利广场荣获

“詹天佑土木工程大奖”，城建大厦等5个项目荣获“鲁班奖”；

我们积极投身社会公益事业，通过赞助、扶贫、捐资助学等多种方式，帮助灾民重建家园、失学儿童重返校园，弘扬中国优秀传统文化，促进区域协调发展，带动社会文化进步，历年投资公建配套超过130万平方米、总投资超过45亿元，赞助公益事业超过2亿元；

我们创造条件，着力提升员工幸福指数，规划员工职业发展，鼓励员工投身志愿者工作，感悟社会人文关怀，构筑和谐、阳光、简单、包容的企业文化。

《越秀地产2010年度社会责任报告》作为我们的第一份企业社会责任报告，既是对我们2010年度履行企业社会责任所做工作的小结，也是对我们承担更多企业社会责任的庄严承诺及新的起点。我们希望藉此自我监督完善，更好地履行企业公民应尽的社会责任，也希望社会各届通过本报告书更好地了解 and 认识我们。

“士不可以不弘毅，任重而道远，仁以为己任，不亦重乎”。新的起点、新的征程，我们将以更加积极的态度履行企业社会责任，实现企业可持续发展，为经济繁荣和社会和谐再度扬帆起航。



张招兴 董事长



西塔

公司介绍

越秀地产扎根广州，布局全国，致力于建筑和谐人居，成就美好生活，是集规划设计、开发建设、监理咨询、中介服务和物业管理等多个产业链环节于一体的专业性房地产发展商。历年来开发了广州江南新苑、岭南湾畔和白马大厦、维多利亚广场等数十个住宅和商业项目。近两年来，越秀地产保持快速发展，合同销售金额屡创新高，基本确立了以珠三角为核心，以长三角、环渤海、中部地区为重点



中山公司挂牌仪式

的全国性布局。

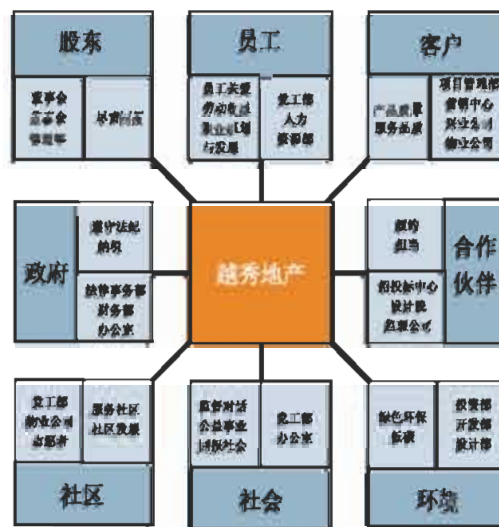
截至2010年底，企业员工数量共4404人（含下属公司）；年度合同销售额88.55亿人民币，纳税额11.23亿元，年末资产总额为507.80亿人民币，在中国房地产的综合排名第35位。

企业文化

- **企业愿景：**中国城市高端物业开发和经营的典范
- **企业使命：**成就美好生活
- **核心价值观：**品质·诚信·卓越
- **企业宗旨：**创造价值·创造机会·创造效益
- **企业风格：**阳光·简单·包容
- **企业精神：**责任·团队·激情

社会责任管理与责任沟通

在企业社会责任管理方面，越秀地产成立了由公司领导班子成员组成的“企业社会责任管理领导小组”（负责全面统筹、组织、协调企业社会责任管理工作），以及由公司各部门及下属子公司负责人组成的“企业社会责任管理工作小组”（负责在领导小组的工作部署和指挥下，加强与产业链各利益相关方的沟通和联系，主动加强并推进企业社会责任管理各项工作）。工作小组设在党委工作部，具体负责越秀地产年度社会责任报告的编制工作。

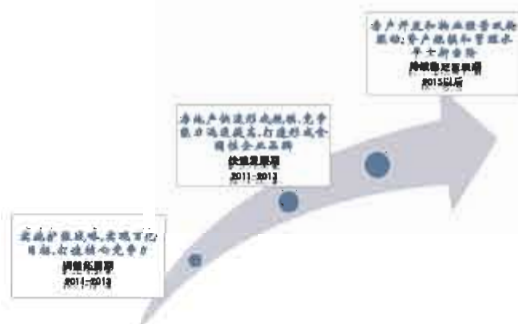


企业成长与发展责任篇

企业的发展战略

越秀地产以“卓越品质”和“诚信经营”为理念，以高档住宅开发和商业地产经营为主要方向，依托房地产开发经营和资本运作平台，致力打造全国性的知名大型综合房地产企业。公司的总体发展目标是：至2013年，房地产主营业务收入超过100亿元，至2015年超过200亿元，实现房地产开发和投资物业经营双轮驱动。

2010年度社会责任报告



股东权益

公司年末总资产507.80亿元，年度营业收入56.34亿元，净利润9.79亿元，净资产收益率5.99%，每股盈利0.12元，每股净资产1.76元。年度内，公司除了召开股东大会、发布中期和年度业绩之外，还举行了280多次与机构投资者的见面会，介绍公司运作情况、业绩情况和未来发展策略，将股东反馈的意见书面汇报给管理层，管理层及时对股东的利益要求作出回应。

员工责任篇

与员工共赢发展

公司依法建立和完善人事规章制度，保障员工享有劳动权利、履行劳动义务。公司通过持续的改善与创新，促进企业与员工之间共赢发展。

根据怡安翰威特咨询公司的调研报告显示，越秀地产2010年员工敬业度水平为65%，远高于行业标杆水平（58%），处于行业中高端水平。



招聘与培训发展

公司招聘员工的岗位需求明晰、发布及时；严格遵循标准化的面试流程，保证公平竞争。年度内，公司通过多种招聘渠道和方式共招聘员工598人，其中应届毕业生150名。

公司建立并完善了“公司内训、专业机构外训、员工自主学习”三位一体的培训平台，全年共组织10次大规模的培训，为员工提供继续学习的机会，不断提高员工的素质。公司为员工提供多种晋升渠道，建立起“人才晋升计划”、“经理晋升计划”和“高管晋升计划”三级人才培养体系，关注员工职业生涯规划，促进员工和企业共同发展。



关爱员工

公司关心员工生活，建立困难员工、重大疾病员工信息表，努力为员工排忧解难；每年组织全体职工进行健康检查；为员工发放读书卡，鼓励员工自我提升；把关心离退休人员的行动落到实处；坚持组织开展丰富

多彩的文体活动，如6月举行的“同唱爱国旋律，共创企业辉煌——庆祝中国共产党成立八十九周年红色歌曲合唱比赛”，共有1500多人参加，气氛热烈，满足了职工的精神文化需求，提高了公司的凝聚力。

薪酬和社会保障

公司建立了基于岗位价值、与市场对接的具有激励性的薪酬体系，员工整体薪酬水平处于华南地区房地产行业市场中上水平。



户外拓展

公司拥有完善的员工保障体系，为所有员工缴交国家法定社会保险。按照自愿参加的原则，公司按时为员工缴交企业年金。

安全生产

为全面推进安全生产各项工作，公司制定了“一个主题、两项工作、三个加强”的工作方针。一个主题是全力推进安全生产创



红歌会

先竞赛活动；两项工作是积极推进安全生产标准化建设工作，建立健全公司安全生产运行体系；三个加强是加强安全生产培训教育工作，加强对突发事件的处理工作，加强日常管理工作。据统计，年度内公司组织了97次事故应急演练，共计4082人次参加演练；10000多人次参加了“三级”安全教育等专题安全生产培训。

客户责任篇

产品质量理念

越秀地产自成立以来，一直恪守“质量永远是企业的生命，卓越是企业至高无上的追求”的信念，以规范和提高工程管理质量作为重要突破口，将“质量取胜”贯穿于开发建设的各个环节，赢得社会各界的广泛好评，形成出众的口碑效应。

合理的产业链布局

为了保证产品卓越的品质，除了施工环节外，公司建立了合理的产业链布局，从设计-采购-工程管理-监理-营销-物业服务等六个方面提供一条龙服务。产业链上各环节层层递进、相互配合，为质量把关，从根本上保证客户的利益。

设计方面：公司强化设计质量控制和技术监督管理，提高设计人员的设计水平。同时，公司属下的设计院通过编制《设计通病》，有针对性地对设计工作中的常见问题进行总结，不断提高产品质量，维护客户的利益。



施工现场

采购方面：公司根据项目设计的采购要求，严格把关物料和施工队伍的质量。建立合作供应商库，对施工和物料供应商进行招标，制定了一套评价供应商信用等级的管理体系和评价流程。

工程管理方面：公司实施了项目部对施工班组进行监控管理及工程管理部对项目部监控、检查、指导和服务的双层质量控制模式，确保各项工程在质量、安全、造价、进度以及环保等方面均符合要求。

监理方面：为了更好地监督和检查施工队伍的质量，保证客户权益，旗下的监理公司制定了缜密的产品质量控制流程、标准化的验收流程和操作规程，并采取事前、事中、事后控制相结合的方法，有效地确保产品质量。全年有9个监理项目荣获“中国土木工程詹天佑大奖”、省市“工程结构优良奖”等奖项，顾客满意度达到90%以上。

营销方面：公司秉承“诚信为本”的经营服务理念，诚信宣传、诚信销售、诚信服务，获得业内同行的一致认可，也获得了客户的交口称赞，公司推出的产品受到旧业主的大力追捧。此外，公司坚持阳光销售，一



公开摇号发售现场

般采用摇号形式发售房源，确保所有单元销售公开公正。

物业服务方面：公司已形成了“贴心管家”、“金钥匙”、“一站式服务”等多种物业服务模式。根据2010年开展的客户满意度调查结果，物业公司下辖物业项目客户平均满意度由2009年的82.9%提高到2010年的88.09%。

合作伙伴篇

越秀地产的成功运营离不开公司合作伙伴的支持，作为一家重信誉、负责任的房地产发展商，越秀地产谨记自己对合作伙伴的责任，并通过多种方式践行这种责任。

战略共享平台

公司每年举行一次供应商总结交流大会，建立公司与合作伙伴的战略共享平台，达到互信互利、共同发展的目的。

2010年2月，越秀地产在广州花园酒店举办了2009年度供应商总结交流大会，168家合作供应商的代表出席了此次大会。大会表彰了22家获得“越秀地产2009年度优秀供应商”称号的供应商、37家获得“越秀地产2009年度优秀管理团队”称号的项目团队。

对合作伙伴履行社会责任

公司秉承“诚信经营、客户至上”的合作理念，在招投标过程中对所有供应商发布公司的真实信息，对参与公司投标报价的供应商一视同仁，真正做到公开、公平、公正。在合同中明确约定反商业贿赂承诺，并签署廉政协议，建立专门的投诉机制，供应商可在投标过程中随时反映招标采购中存在的问题。在进行供应商选择过程中，公司保证供应商合理的利润水平，并按时结账，真正实现对合作伙伴的诚信经营。

推进供应链社会责任

作为一家具有社会责任感的企业，越秀地产积极推进供应链合作伙伴更好地承担社会责任。公司通过制定严格的供应商选择原则，选择社会责任感强的供应商作为长期合作伙伴。同时，公司对各供应商每半年进行一次履约评价，并对优秀供应商进行表彰，在后续招标过程中会优先考虑这些优秀的供应商，进而推进供应链合作伙伴更好地承担社会责任。

社区关系及社会公益篇

诚信经营，照章纳税

公司始终坚持诚信经营，照章纳税，自2005年以来连续18年被评为“广东省守合同重信用企业”，获“2010’广东房地产诚信经营10强”证书，多次被评为A级纳税大户，2010年公司纳税11.23亿元。



A级纳税人

积极参与社会公益活动

在第十六届广州亚运会及第十届亚残运会期间，公司积极配合政府工作，无偿提供安保服务，并为亚残运会捐赠200万元。此外，为传承中国传统文化，公司出资1000万元捐建二沙岛宏城公园内56座南粤先贤雕像；出资150万元赞助在广州举行的2010年国际龙舟邀请赛……公司积极参与社会公益活动，以实际行动诠释着“企业公民”的内涵。

构建和谐社区关系

公司致力于构筑舒适便利的社区，为社区客户创造更加美好的生活，与社区保持良好的互动关系。从“岭南湾畔”小区的实例中可以看出，公司在社区关系处理上始终将客户利益放在首位，想社区居民之所想，急社区居民之所急，构建与社区之间的和谐关系。

岭南湾畔位于荔湾区西湾路，地块总用地面积26万平方米，总建筑面积65万平方米。岭南湾畔的建设以岭南文化为底蕴，采用质优材料，打造独特的趟笼、横楣花格、美人靠等美学元素。住宅中心园林大量使用本土植物，既经济实用又贴合岭南风貌，岭南神韵呼之欲出。



岭南湾畔名校进驻签约

为提高社区教育素质，公司与荔湾区教育局反复沟通，成功引进了西村幼儿园、广雅小学和真光中学初中部等三所省、市一级名校。为更加完善教育配套设施，公司主动增加校舍建筑面积791平方米，相当于减少了同等数量的住宅建筑面积（可售合同金额1600万元）。同时，公司抓紧学校建设的每一个工程节点，实现了小区交楼之际同步开学，最大限度满足了业主的需求。

为改善交通黑点“老大难”西湾路的交通问题，公司出资建设了跨西湾路隧道及人行天桥。公司还主动出资180万元建设景观



2010年度供应商总结交流大会



岭南湾畔

湖湿地公园，该公园由休闲平台、各类花池、景观花架、亭、景观湖、亲水栈桥、雕塑、喷泉、特色铺地及绿地等组成。优美的居住环境，完善的配套设施，一个和谐的居住社区诞生在越秀人的手中。

支持扶贫，义不容辞

公司承担了茂名和从化两个地区三个贫困村的扶贫任务，与当地开展“规划到户、责任到人”战略合作。2010年公司在茂名两村共投入153万元，预计2011年再投入200万；从化贫困村的扶贫任务已于2011年启动，即将投入资金一百多万元。

公司领导对扶贫项目高度重视，每个项目都派出专人负责。年度内，公司领导带领“双到”工作领导小组及相关部门负责人，共155人次对茂名市牛六架村和坡仔村的特困户、贫困党员进行慰问，慰问金和慰问品价值共15万元。

公司在扶贫活动中，既授人以“鱼”，也授人以“渔”。一方面，公司为扶贫对象捐献钱物，切实增加他们的收入。例如，公司采取“一户一策”的帮扶措施，开展“送温暖、献爱心”等活动，增加“五保户”和

无劳动力的贫困户的收入；公司出资115万元为坡仔村和牛六架村两个扶贫村修缮办公楼、水渠、村道、文化活动中心等基础设施；为扶贫村小学添置文体设施、办公用品，给学生送去学习用品。另一方面，公司积极探索扶贫的长效机制，通过就业扶贫、科技扶贫、产业扶贫等多种途径，帮助贫困户实现脱贫致富目标。例如，对适宜发展种养业的帮扶对象，帮助他们发展北运菜、茄子、番薯等特色农产品的种植，通过种养途径增加收入；公司全年出资超过12万元为贫困户农提供优质经济作物种子、化肥、种植资金补贴、农技培训和水稻种植保险等，为农作物增收提供保证；公司还组织属下物业



茂名扶贫“双到”签约仪式



茂名牛六架扶贫



江南新苑

公司、清洁公司、绿化公司等到扶贫村针对贫困户进行劳务招聘。

环境保护篇

越秀地产对环境保护工作的重视体现在产业链上的各个环节之中，身体力行，从多个关键点上践行低碳环保理念。顺应低碳环保的时代要求，与时俱进，越秀地产正在探索自己的绿色环保之路。

环保设计：环境保护之源头

公司非常注重从设计出发追求环保，公司所有的设计方案都报送环保部门、消防部门、防疫部门、人防部门等部门进行审批。公司的环保设计理念已经应用到公司的很多产品中并各具特色，如江南新苑“南北通透，南低北高”的建筑设计，很好地保证了自然通风采光的效果。岭南湾畔湿地公园采用景观湖湿地“中水回用系统”，更是可持续发展设计的典范。

科学研究：环境保护之活力

公司与高等院校合作，承担了多项国

家、省、市级科研项目，通过产学研相结合的方式加强环保研究的实力。例如，公司成功中标“夏热冬暖地区建筑节能关键技术研究及示范”课题，获拨国家科技部经费160万元（广东省参与国家科技部“十二五”重点科研课题的唯一房地产企业）。

工艺及材料：环境保护之实现

在工艺上，公司尽量选用无毒、少毒，无污染、少污染的施工工艺，降低施工中粉尘、噪音、废气、废水对环境的污染和破坏。此外，公司对资源进行循环利用，选择环保安全型装修材料，选用资源利用率高的建筑材料，选用可再生利用和低资源消耗的复合型材料。

广州国际金融中心：环境保护的典范

公司投资开发的广州国际金融中心（以下简称“国金中心”）占地面积3.1万平方米，总建筑面积45.6万平方米。2010年10月，广州国际金融中心作为广州亚运盛会的配套设施



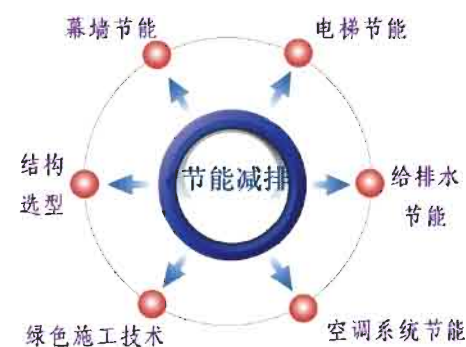


万庆良市长视察国金中心

施落成并投入试运营。国金中心由智能化超甲级写字楼、白金五星级酒店构成，重点打造写字楼的标杆地位。在环境保护方面，国金中心确保在项目的整个生命周期内，最大限度地节约资源，减少污染，为人们提供健康、适用、高效的使用空间。在幕墙、电梯、给排水、空调、结构选型、施工技术等方面，国金中心堪称绿色环保的典范。



西塔夜景



综合考虑国金中心在围护结构、通风、遮阳、空调、照明以及可再生能源建筑应用方面采取的节能措施，该项目综合节能率约65.8%。相对于参照建筑，国金中心每年节电2857万度，节煤10853.38吨，减排CO₂ 24713.15吨，减排SO₂ 735.86吨，减排NO_x 369.01吨，减排烟尘6725.51吨。

报告后记

回顾过去的2010年，越秀地产为公司股东、客户、员工、合作伙伴做了很多事情，在节能环保方面加大投入，在提升社区生活品质、投身公益慈善事业方面全心付出。但我们深知这还远远不够，在积极承担企业社会责任方面，越秀地产任重道远。在未来，越秀地产将继续恪守“品质·诚信·卓越”的核心价值观，坚持不懈地为客户提供高品质的产品和满意的服务，对企业利益相关者承担社会责任，成为受人尊敬的企业公民。

中国的经济在不断发展，中国的企业在快速成长。但与此同时，我们的资源日益紧缺，环境破坏等现象日趋显现。作为一家重信誉、守承诺、负责任的房地产企业，越秀地产将跟随时代发展的步伐，不断加强可持续发展和环境保护的意识，并将这种意识贯彻到日常工作的每一个部分，继续推进企业、社会和环境可持续发展。“品质·诚信·卓越，成就美好生活”，我们想成就的是股东、客户、员工的美好生活，是整个社会的美好生活，同时也是我们子孙后代的美好生活。

承担社会责任，成就美好生活。我们已经起步，我们昂然前行！



意见反馈

对于本报告，您有任何建议或意见可以联系我们。

解答报告及其内容问题的联络人：

广州市城市建设开发有限公司

新闻发言人：朱晨副总经理

联系部门：党委工作部

地址：广州市体育西路189号城建大厦14楼

邮政编码：510620

电话：86-20-38799388-1466

传真：86-20-38284380

E-mail: shzrgl@homecity365.com



取之于社会，用之于社会

雅居乐地产控股有限公司2010年度社会责任报告摘要

一、公司概况

(一) 关于雅居乐地产

雅居乐地产控股有限公司（以下简称“雅居乐地产”）是中国领先市场的房地产发展商之一，以房地产开发及经营为主，广泛涉足物业管理、商用物业、酒店经营等多个领域，品牌知名度享誉全国。截至2011年5月，全体雅居乐地产员工超过1万人，在全国27个城市及地区拥有71个处于不同发展阶段的项目。

雅居乐地产在高速发展的同时，一直秉承“远见、心建、共建未来”的企业理念和“取之于社会，用之于社会”的发展理念，积极承担社会责任，投身于公益慈善事业，大力推动可持续发展。截至2011年5月31日，雅居乐地产及其大股东陈氏兄弟历年累计捐款捐物已经超过6.9亿元。

由此，雅居乐地产获得了中国慈善领域的最高政府奖项——“中华慈善奖”，先后荣获“最具社会责任感企业”、“中华慈善突出贡献企业奖”等众多公益慈善领域的称号，并荣登《福布斯》中文版“中国慈善榜”、《胡润慈善榜》等各大公益慈善榜单。而在可持续发展方面，雅居乐地产也已成为香港商界环保协会的“特邀会员”和香港环境保护署的“碳审计绿色机构”之一。

(二) 2010年度重点回顾

雅居乐地产于2010年初制定了慈善公益年度计划，并积极实践促进社会的和谐发展。年内，雅居乐地产在教育助学、赈灾扶贫、医疗和关怀员工等多个方面不遗余力，捐款超过人民币1.5亿元。

2010年，雅居乐地产于慈善公益方面所作的贡献，获得国家和社会各界的高度评价

和认可，先后荣获“最具社会责任房企”、“广东地产领袖榜责任房企”称号及“中山市志愿贡献奖”。在香港，雅居乐地产连续第4年获授予“商界展关怀”标志。

(三) 2010年度财务概要

2010年，雅居乐地产的营业额约为人民币205.20亿元（2009年：人民币133.31亿元），较去年增加53.9%。经营溢利约为人民币107.65亿元（2009年：人民币37.21亿元），较去年增加189.3%。股东应占利润（包括投资物业除税后重估收益净额）约为人民币59.76亿元（2009年：人民币18.65亿元），增加220.4%。每股盈利为人民币1.707元（2009年：人民币0.518元），增加229.5%。不包括投资物业除税后重估收

益净额的每股盈利为人民币1.033元（2009年：人民币0.518元），较去年增加99.4%。

2010年，雅居乐地产在全国各地向国家和地方累计纳税金额为39.3亿元。

二、聚焦重点领域深入持续行动

近年来，雅居乐地产在社会责任领域的规划和行动，除了关注可持续发展外，主要聚焦于四个领域：支救助学、救灾扶贫、环境保护、公益捐款。

(一) 支救助学

雅居乐地产历来非常重视支持国家和地方各类教育事业的发展，不仅在选择公益慈善项目上倾向于教育，在捐赠资金上也予以大力倾斜。雅居乐地产历年向国家



中山雅居乐



纪念中学校长贺优琳（左）接受陈卓林递送的捐赠支票



海南陵水教育捐款一千万

和地方捐款捐物累计超过6.9亿元，其中教育方面的捐款已经超过3亿元，占据一半之多。如2010年2月，向中山桂山中学捐资2000万，以支持该校的迁建工程；7月，举办第二届“雅居乐地产大学生夏令营”；10月，2010年度“雅居乐地产奖/助学金”100万元，向全国10所知名高校品学兼优、家境贫困的学生颁发；12月，在中山捐6000万元成立雅居乐地产教育基金等。

不仅如此，雅居乐地产在救灾方面的紧急捐款，其用途也与教育密切相关，如2008年在四川地震灾区的1.55亿捐款，就用于在灾区重建16所中小学和幼儿园；2010年向青海玉树地震灾区捐出的2000万元，并在青海省设立了雅居乐地产教育基金，用于青海省尤其是玉树地震灾区奖励学习成绩优秀的学生和教学成果优良的老师，以及资助家庭经济困难的学生和教师。

（二）救灾济贫

近年来，中国自然灾害频繁，给各地民众带来了巨大的灾难。雅居乐地产十分关注这些自然灾害的发生，并尽全力支持民众救灾复产。可以说，每一次重大自然灾害发生后，雅居乐地产都在第一时间挺身而出，给

困难中的人们带去了信心和希望。

1、青海玉树地震：2010年4月，青海玉树地震发生后，雅居乐地产立即通过国务院侨务办公室，向青海玉树地震灾区捐款人民币2000万元，重点用于青海玉树地震灾区学校灾后教育重建工作。

2、粤西洪灾：2010年10月，雅居乐地产通过广东省侨心慈善基金会向茂名阳江灾区捐赠100万元人民币，支持广东茂名、阳江洪涝灾区“全倒户”灾民重建家园，帮助他们在春节前住上新房。

3、海南洪灾：2010年10月，海南遭遇了百年一遇的特大暴雨袭击，损失惨重。雅居乐地产先后向海南文昌、定安等地捐助了两大卡车的食品、棉被等紧急救灾物资，并亲自派人



清华大学2010奖助学金颁奖

派车送到灾区，帮助灾区人民度过难关。随后，雅居乐地产还向海南省捐赠1300万元，用以支持海南全省人民抗灾复产。

（三）环境保护

自2007年以来，公司董事会每年均通过环保政策，致力为员工、消费者、客户、供货商和商业伙伴树立一个以保护环境为企业责任的榜样。公司致力从规划设计、建筑施工、材料采购、小区建设与管理、酒店管理等各方面持续优化，坚持绿色的开发理念，把环保元素融入物业发展的各个环节，推动绿色环保建筑，实现自然资源可持续利用、人与环境和谐共存、与社会和谐共进的理念。

除了在规划设计、施工建设、材料采购、物业服务与社区建设、酒店营运、人力资源等方面贯彻落实可持续发展战略外，雅居乐地产还在推动员工及业主保护地球环境方面不遗余力。

雅居乐地产自2007年开始，每年均在3月份举办“雅居乐地产生态环境保护日”活动。截至2010年，雅居乐地产已经连续4年举办了该活动，共有近1万名员工和业主参与其中，仅植树就超过了2万棵。不仅如此，雅居乐地产还组织旗下数千名员工和业主，于2010年连续第二年参与了全球知名的“地球一小时”活动，以将环保意识更加深入员工和业主心中。



雅居乐地产及全集团员工向玉树灾区捐款捐赠支票



雅居乐高层在生态日启动仪式上致辞

(四) 公益捐款

除了支教助学、救灾济贫及环境保护等领域外，雅居乐地产还在弘扬中华文化、支持医疗事业等方面为社会作出更广泛的贡献。

1、支持中国华文教育基金会在海外华人社会中弘扬中华文化：自2008年以来，雅居乐累计向中国华文教育基金捐款人民币5000万，设立了“雅居乐地产中华文化传承工程”，在海外华人华侨中弘扬中华文化。2010年，雅居乐地产中华文化传承工程先后举办了海外华裔青少年中华文化行、海外华文教育师资培训、海外红烛故乡行、禅武文化专修班、海外华文教材等丰富多彩的活动，使50多个国家的3000多名华裔青少年和华文教师受益，进一步在海外华人社会中弘扬了中华文化。

2、中国医师奖：雅居乐地产从2009年起，每年捐资100万元，连续三年支持“中国医师奖”奖项的评选活动，对获得该称号的医师进行表彰奖励。2010年11月5日，共有来自全国各省、区、市和解放军、武

警部队及新疆生产建设兵团的95名医术精湛、医德高尚的医师，获得了医师行业的最高奖项——“中国医师奖”。

3、实施一个国际慈善计划：在香港地区，雅居乐地产自2007年以来，陆续赞助支持了苗圃行动、宣明会、健康快车、乐施会等国际慈善机

构，助力其在世界各地开展各类公益慈善活动。与此同时，雅居乐地产还关注大陆移居香港人士，2010年6月，向新成立的香港新家园协会捐款港币1000万元，以支持该协会为新移居香港的人士提供一站式各类专业社工服务，协助其早日融入香港的生活，积极投身参与香港建设。

三、董事局主要成员身体力行

雅居乐地产之所以在社会责任领域表现卓越，与公司的大股东、董事局主要成员陈氏兄弟的积极推动和身体力行密不可分。作为知名企业家，陈氏兄弟一直以来非常关注和支持公益慈善事业，并身体力行地参与各类公益慈善活动。

(一) 积极推动公司支持慈善事业

雅居乐地产公司董事局领导一直以来非常关注和支持公益慈善事业，并代表公司积极参与各类社会公益活动。2010年以来，公司董事局主席陈卓林先生、董事局副主席陆倩芳女士，先后出席了向中山桂

山中学扩建工程捐资2000万元、向中山教育系统和三所中学合计捐资6000万元成立雅居乐地产教育基金等公益活动。

(二) 身体力行以个人名义支持并参与

陈氏兄弟不仅积极推动公司参与国家和地方的公益慈善事业，还频频以个人名义积极支持国家和地方的公益慈善事业：在2010年的粤西洪灾中，公司董事局副主席陈卓贤先生通过广东省侨心慈善基金会向茂名阳江灾区捐赠30万元港币，支持茂名、阳江洪涝灾区“全倒户”灾民重建家园，帮助他们在春节前住上新房；而在河源，陈卓贤先生还捐资100万元支持源城区金沟湾小学建设。

雅居乐地产董事局主要成员这种践行公益慈善事业的大爱精神，受到了社会各界的广泛赞誉。2010年3月，陈卓林伉俪获中山市政府授予中山“荣誉市民”称号。

四、倡导全员参与

雅居乐地产在公司发展壮大的过程中，也有意识引导和推动员工及业主参与各类公



雅居乐高层在中国医师奖颁奖仪式上致词

益活动，培养员工关心弱势社群、奉献社会的慈爱情怀。

(一) 组织员工参与捐赠活动

雅居乐地产积极发起并组织员工和业主参与各类国家和地方大灾大难的捐款活动，无论是四川地震，还是青海玉树地震，或者是甘肃舟曲泥石流灾害，雅居乐地产都在公司内部发起了相应的捐赠活动，并以全体员工名义通过各种渠道向灾区转交捐款，支援灾区人民。2010年以来，雅居乐地产全体员工向青海玉树地震捐款已超过人民币28万元，向舟曲灾区捐款逾5万元。



2010年中国华文教育基金会“雅居乐中华文化传承工程”

（二）让员工参与各类公司支持的公益活动

雅居乐地产还动员自己的员工，积极参与由公司赞助支持各类慈善活动，并提供相应的资源支持。2010年以来，除了“生态环境日”、“地球一小时”等环保活动外，“中山慈善万人行活动”、“苗圃行路上广州”、“乐施会-乐施米义卖大行动”、“宣明会饥谨30”、“健康快车焦作行”等，都有众多的雅居乐地产员工、业主乃至其家属参与其中。

（三）成立雅居乐地产义工队并支持其开展活动

雅居乐地产还于2009年5月在内部成立义工队，并为其开展系列活动提供各种资源与便利支持。2010年以来，该义工队连续第二年开展了多项影响较大、颇具实效的公益活动，并初步形成品牌，如圆梦行动、阳光天使活动和情暖夕阳活动等，使雅居乐人的大爱精神传播到全国各地需要帮助的人们心中。

怀，提供资金支持于2008年5月在公司成立了员工内部的互助组织——雅居乐地产互助会，关爱内部有需要的员工及其家属。2010年，雅居乐地产互助会实际资助受困会员114人次，资助金合计超过64万元，极大地发挥了内部员工互帮互助的作用，传播了同事之间的关爱精神。

（一）关怀员工

雅居乐地产一直秉持以人为本的发展理念，视人才为企业为第一财富。雅居乐地产在提供给员工优越的工作和生活环境的同时，不断优化薪酬及福利措施，并持续举办各类丰



雅居乐支持世界宣明会香港及澳门饥谨活动

富多彩的文化及体育活动，促进员工身心健康发展。除了前述的互助会、义工队等内部公益组织，雅居乐地产还支持成立了众多的员工文体协会，每年均举办包括篮球、羽毛球、足球等在内的球类比赛，三八节、母亲节、父亲节、卡拉OK比赛、登山比赛、拔河比赛、雅居情缘、中秋晚会等文娱活动，以及各种形式的生日活动，大大丰富了员工的业余文化生活。

（二）关注员工成长

雅居乐地产还为员工提供良好的培训及晋升机会，提供了良好的职业发展空间。雅居乐地产以“学习卓越，加速成长”的理



雅居乐户外拓展活动

念，以领先业界的培训体系，继续推动系统、实战、实效的员工培训，2010年，向各级管理层和员工提供培训合计超过5058次，实际受训人次88498万人，并继续推行《高管EMBA/EDP》管理办法，所有现任高管都可到清华大学、北京大学、长江商学院、中欧商学院、香港大学、香港科技大学深造。此外，雅居乐地产还在集团内部启动了培养未来高级管理人员的“将才计

划”，并已计划启动培训中级管理人员的“栋梁计划”和“种子计划”，既为集团的健康成长作准备，也为员工的成长提供了广阔的空间。

结语

综上所述，雅居乐地产从多层次、多角度、立体化构建了系统完善的社会责任体系，履行了良好的企业公民责任，并成为中国房地产行业的楷模。展望未来，雅居乐地产将秉承“远见、心建、共建未来”的企业理念和“取之于社会，用之于社会”的发展理念，在为业主、股东、员工创造最大价值的同时，进一步推动和参与各类公益慈善事业，为和谐社会的建设贡献力量。



南京雅居乐花园开盘



希望社会因我们的存在而变得更加美好

生存的意义

碧桂园控股有限公司2010年度社会责任报告摘要

一、序：生存的意义

这是一个日新月异的中国，城镇化建设和经济高速发展；这也是一个伟大而美好的时代，炎黄子孙正为中华民族的伟大复兴而不遗余力。碧桂园有幸投身其中，二十年矢志耕耘，取得了一定成就；但我们也在思考，碧桂园为什么而生存？我

们的事业是什么？

若将碧桂园此前的发展分为两个阶段，第一个十年，碧桂园为生存而奋斗，学习先进、借鉴香港，希望在行业取得一席之地；第二个十年，碧桂园不懈努力、持续创新，建造老百姓买得起的好房子，为追求幸福生活的中国人圆梦。



广州凤凰城实景图



顺德碧桂园实景图

中国的城市化进程，需要建设什么样的房子；走向现代化的城市，需要开发什么样的社区；可持续发展的房地产企业，如何为城市增添亮丽的风景？事实上，这就是碧桂园一直坚持在大城市郊区及二三线城市的新发展区开发的原因；这也凸显了碧桂园生存的意义。

二、企业简介：沐浴春风，立业潮头，致力社会更美好

中国驰名商标企业碧桂园，成立于1992年，2007年在香港联交所主板上市，是一家以房地产为主营业务，涵盖建筑、装修、物业发展、物业管理、酒店开发及管理等行业国内著名综合性房地产开发企业。迄今，碧桂园已在全国拥有逾90个高品质地产项目，服务约30万业主，“碧桂园，给您一个五星级的家”享誉国内。

以“希望社会因我们的存在而变得更加美好”为企业使命，以“做有良心、有社会责任感的阳光企业”为核心价值观；碧桂园依法经营、积极纳税，诚信为本。通过长期锐意进取、积极创新，碧桂园品牌获得社会、业界及广大业主充分认可。同时，碧桂园及其创始人杨国强先生热心于

社会公益事业，历年在教育、扶贫、赈灾、医疗等公益事业捐赠近14亿元，为构建和谐社区做出积极贡献。

满怀建设“家、国、天下”的梦想，碧桂园锐意进取，积极创新，获得社会各界充分认可，曾荣获——

- 2009、2010年广东省公务员最喜爱的房地产类品牌第一名
- 蝉联十届（2002-2011）广东地产资信20强
- 蝉联五届（2006-2010）荣获中国房地产百优
- 蝉联四届（2007-2010）中国蓝筹地产企业
- 蝉联2008-2010年度中国房地产开发企业500强前十
- 中国企业纳税百强
- 全国住户满意度示范社区
- 全国城市物业管理优秀示范住宅小区

三、企业发展：持续稳健发展

2010年碧桂园共实现合同销售金额约329亿元，超额完成目标约10%，同比增长约42%；合同销售面积约600万平方米，同



杨国强先生在碧桂园员工扶助基金留言板签名

比增长约26%。年报显示，2010年碧桂园总收入约258亿元人民币，同比上升约47%；确认收入建筑面积约493万平方米，同比增长约41%。多项数据均创下碧桂园2007年上市以来的历史新高，各项指标均处于合理且优于行业平均水平，同时也表明碧桂园合理定价契合政策方向、资产快速周转的运营模式在未来依然能保持良好的增长势头。

近几年来，碧桂园保持稳健增长，主营业务收入和净利润的复合增长率约为50%。截至2010年，碧桂园项目已遍布广东、广西、安徽、江苏、浙江、湖南、湖北、辽宁、黑龙江、内蒙古、重庆、天津等十多个省区的六十余个城市。

四、利益相关方：携手创造效益更美好

创优100计划

碧桂园积极协调与上下游合作伙伴的关

系，通过优秀合作伙伴表彰机制，设立“优秀供应商”、“优秀工程承包商”及“创优100获奖单位”等奖项，对合作伙伴进行嘉奖，形成良性循环。2010年，为确保打造精品工程，强化合作单位的创优意识，碧桂园创造性地提出“创优100计划”，对经过既定程序评估、认可的优质工程和总包单位给予合约之外的奖励。2010年，16家合作伙伴获得了“创优100计划”奖励。

“创优100计划”是碧桂园为保证产品质量额外提出的奖励计划，将对经过既定程序评估、认可的优质工程和施工单位给予合约价格之外约100元/m²的奖励（根据产品类型有区分），旨在鼓励施工单位争创100%优质工程，保证产品质量100分，业主满意度100分，确保向最终客户提供高品质产品而设立的奖励计划。

碧桂园认为，开发商、承建商应以依法守法、诚信经营为前提开展合作。承建商有责任

有义务为开发商提供符合国家质量标准及合同要约定的质量标准的住宅产品。碧桂园希望通过“创优100计划”的大力推行，可以赢得开发商、承建商、业主及社会的多赢。

碧桂园员工扶助基金

2008年2月，在碧桂园董事局主席杨国强先生的倡导下，碧桂园成立员工扶助基金；在启动仪式上，杨国强先生个人出资260万元为基金会奉献第一笔“爱心”，随后在集团上下的积极响应下，当天便募集到555万元扶助基金。此后，每年的2月15日被定为碧桂园“爱心日”。“碧桂园员工扶助基金会”是向碧桂园集团经营单位和全体员工募集资金、并对资金进行管理的非盈利性组织。基金会管理规范，基金申请审批严谨，严格按照理事长以及五位理事共同通过

的《员工扶助基金发放标准》拟定发放金额，经逐层审批后，实施发放。

2010年，员工扶助基金资助困难员工近50人，支出帮扶资金约70万元。这些受惠员工在基金会的帮助下，困境和病情得以改善和控制。一封封饱含着浓浓深情的感谢信送到了基金会秘书处，传递着对全体施惠者的感激之情。截止到2010年底，碧桂园员工扶助基金共资助100多人次，发放总金额达200多万元。给那些因为意外事故或者重大疾病而陷入困境的同事带来了光明。

社区文化：睦邻友好，相互关爱

一直以来，碧桂园“睦邻友好，相互关爱”的社区文化被广大业主及业界高度认可。2010年，碧桂园相继开展了“大城大爱”、“健康暑期总动员”、“象棋大师进



“大城大爱，我们在一起”碧桂园全国业主大型公益活动



全国政协主席贾庆林接见杨国强先生

五、社会公益：施比受更有福

根据碧桂园2010年年报显示，碧桂园公司当年度于慈善公益事业的捐赠额达9200万元；根据2011年胡润中国慈善榜不完全统计，碧桂园创始人杨国强先生及执行董事杨惠妍女士以1.34亿的捐款排行第11位，连续五年登上胡润中国慈善榜。

碧桂园及董事局主席杨

社区”等全国性品牌活动及春节、端午节、中秋节等各大节日主题活动，营造了一个让业主居住得放心、舒心、温馨的社区人文环境。特别值得一提的是，2010年10月，在获悉顺德碧桂园一业主孩子患白血病急需救助时，碧桂园公司及广佛各大社区业主迅速行动，积极认捐，短时间内捐款超二十万元，在全国形成较大影响。

2011年，碧桂园更提出了新的年度主题口号“幸福碧桂园”，活动致力于在建筑产品、物业服务、酒店服务、企业文化、社会公益等方面，在全国开展多个主题活动及创新服务。

国强先生热心于公益慈善事业，历年来为教育、扶贫、医疗、赈灾等公益事业捐款近14亿元，并积极倡导“感恩传递”和“授人以渔”的慈善理念，探索符合中国国情的慈善模式，实现慈善效益最大化。

广东扶贫济困：绿色产业扶贫

2010年7月，为践行自己的承诺，碧桂园董事局主席杨国强亲自前往清远英德树山村考察，并最终确定将这里作为碧桂园在广东的首个绿色产业扶贫项目。8月，碧桂园帮扶工作组进驻树山村，制定了“三年承诺，三年规划”，与当地政府和密切协作，对树山区实施整村扶贫、系统扶贫，

彻底改变这里的贫困落后局面。

六大项目并举，贫困村旧貌新颜

树山村扶贫规划的一大特色就是充分利用山区优良的山水生态环境，大力发展绿色产业。碧桂园通过引导当地村民成立苗木合作社和建立苗圃基地，实行“借本你种，卖了还本，赚了归你，再借再

还，勤劳致富”的先进扶贫理念，免费培训村民种苗木，为村民垫付九成的种苗款，苗木长成后再按市场价格收购。并安排有意愿的村民在苗圃基地打散工，月薪达到1400多元。这种因地制宜，以产业帮扶、就业帮扶为抓手的造血模式，为树山村农民稳定脱贫提供了坚实保障。一方面充分考虑和抓好农民居住环境、农村基础设施等民生公益项目建设，另一方面通过产业帮扶模式为当地老百姓脱贫致富建立长效机制。

此外，住房改造工程、道路改造工程、饮水工程、电网改造工程、通讯工程同时实施：采取“政府配套一点，村民自筹一点，



省委汪洋书记视察树山村碧桂园扶贫点

企业帮扶一点”的办法，建成两层半，面积100平方米左右，造价10万余元的新房，让村民实现安居梦想。将树山村长6.15公里、宽3.5米的主村道拓宽至6米，涉及到山体的部分设置会车点，同时新建或加宽五座桥梁，改善交通条件；把山泉水引到各家各户，让村民喝上干净卫生的自来水；进行电网改造，由供电局对农网进行改造，保障用电；争取通电话、通网络、通广播电视。

2011年4月12日，中共中央政治局委员、广东省委汪洋书记亲自前往碧桂园扶贫点——清远树山村视察，并高度赞誉：“我们要感谢以杨老板为代表的具有社会责任感



树山村旧貌



董事局主席杨国强实地考察



建设中的树山新村



碧桂园援建四川甘洛玉田镇林杂村新貌

的企业家，勤劳致富以后，没忘记穷兄弟们，拿钱帮助大家致富起来。应该感谢这样的人，希望更多这样的人向他学习。”

在树山村成功实施绿色产业扶贫项目后，2010年10月，根据杨国强先生的指示，碧桂园扶贫济困室马不停蹄，定向投入3000万元，在肇庆怀集下帅乡开展绿色产业扶贫工作。



北京大学校领导、碧桂园公司代表与获奖学者合影

四川定点扶贫：数万贫困群众受益

2007年，碧桂园与四川省马边、甘洛两贫困县达成帮扶协议，在4年内捐资2亿元，实施高山移民、教育、医疗、通村公路、农业产业化建设等系统扶贫工程。

2010年，根据项目实施进度，碧桂园向四川甘洛、马边捐出第四笔扶贫款5000万元。此外，更多次派专家、技术人员及项目专员多次前往两县协助工作；相关人员少则几天，多则一住半年，积极投身于当地扶贫工作。在碧桂园帮扶资金的援助下，百余个移民新村或移民点、数百公里的硬化通村公路、两所能容纳千人的职业学校，以及小学校舍、医院等各类基础设施分布于两县各个贫困村镇，极大改变两县贫困人民生活面貌。据统计，通过整村扶贫及异地搬迁项目，马边、甘洛已实现四千余户贫困群众搬迁，住上新房。

教育扶贫：知识改变命运

国华纪念中学：志在民主腾飞

2010年7月初，全国唯一一所由民营企

业家捐资兴建，全免费、纯慈善国华纪念中学2010届毕业典礼举行。典礼上，学校创始人、碧桂园董事局主席杨国强以亲身经历勉励学子，以自己成功之道指导即将升入大学的毕业生；并表示“愿意用所有财富换取青春”，以此表达青春是最宝贵财富的道理，获得了在场师生持续而热烈的掌声。这是国华中学送出的第六届高三毕业生，今年的高考成绩依然优异，2010届共有184名学生参加高考，本科上线率100%，重点本科上线率86.4%。2010年8月初，国华公布了2010级学子入学名单，又一次开启了全国19个省市近两百名寒门学子的人生新篇章。

可以说，国华中学是碧桂园及杨国强先生慈善事业及慈善理念的一个缩影，也是其早期慈善模式的一个集大成者。

高等教育：国家竞争力提升的基础

碧桂园及杨国强先生对高等教育的支持是从受教育者及高校建设两方面展开的。

仲明助学金，这个曾被媒体称为“首富十年秘密”的慈善行为，其捐款额并不是重点，亮点是十余年如一日的捐赠、十年对秘

密的保守，以及要求被资助者签订《道义契约》，“希望被资助者将来都能成为资助者，成为真正对社会有奉献、有道义及能献爱心的人”。2010年，广东省高校又有533名学子获得资助，使得仲明助学金支助人接近6000人。同时，2010年，又有数十名学子返还助学金，仲明学子以实际行动践行“道义契约”，让助学金发挥了数倍乃至数十倍于捐款额的效益。

2010年10月，北京大学第三届国华杰出学者奖颁发，获奖学者分别是：艺术学院叶朗教授，哲学系赵敦华教授，物理学院赵光达院士，生命学院许智宏院士，药学院王夔院士，基础医学院韩济生院士。这个由杨国强先生于2007年捐资逾亿元设立的高校奖教基金，已进入第三个年头；对北京大学、清华大学、中山大学等高校吸引优秀教学科研人才，促进学术研究起到

了积极作用。国华奖教基金的设立，更是民间资本资助高校发展的成功范例。

碧桂园2010年公益清单(部分)

3月，碧桂园向顺德第一人民医院捐款3000万元，用以支持该院开展易地新建工作，改善顺德区医疗卫生水平。

4月，碧桂园大家庭向西南旱灾地区捐款70万元，启动“大城大爱，节水抗旱——碧桂园业主在行动”大型募捐签名行动。在随后的玉树地震中，碧桂园创始人百万善款驰援青海玉树地震灾区，支持国家救援应急中心开展玉树震后黄金72小时救援。

5月，碧桂园以“大城大爱，我们在一起”为主题，集结全国数十个碧桂园社区逾25万业主，在地产企业中首创大型社区联动“绿丝带”系列公益活动。

6月，碧桂园捐资1500万元建设的广州



中国房地产低碳联盟理事单位——碧桂园·豪园（广州）

市社会福利院义肢矫形康复中心大楼落成；该大楼的落成将极大提升该院义肢矫形康复水平及接收能力。

6月30日，广东扶贫济困日启动，碧桂园及杨国强先生、杨惠妍女士承诺于2010.6-2014.6四年间捐款2亿元，用于广东各县贫困农村地区的教育、卫生、农村饮水、道路、危房改造等项目。

7月，国华纪念中学2010届毕业生毕业，本科上线率100%；同时，国华2010级高一学生招生活动开展；8月，全国168名新生入读国华。学校每年支出约4000万元。

10月，仲明助学金创办人、碧桂园董事局主席杨国强先生向仲明助学金管委会捐款200万元，今年又有533名学生获得助学金。

10月，向顺德碧桂园业主张风华患白血病孩子捐款10万元，用以医疗救助；并通过群发短信等方式积极发动广佛各大社区业主为其捐款。目前患儿已经完成化疗，处于恢复期。

11月，“心系教育，你我同行”顺德教育基金百万行活动在顺德体育中心举行；碧桂园创始人杨国强先生再次向顺德教育基金捐款500万元，用于支持顺德教育事业的发展。

11月，向新疆策勒县捐款700万元。其中500万元成立“国华援疆教育扶贫基金”，用基金每年所产生的利息奖励“双语”教师。向策勒县交通事业捐助200万元，帮助修建策勒县奴尔乡6公里乡村柏油路，改善该乡交通条件。

12月，根据项目实施进度，碧桂园向四川甘洛、马边捐出第四笔扶贫款5000万元。

六、环境保护——绿色典范企业

立业以来，环保、可持续发展、低碳等理念始终贯彻于碧桂园企业发展、项目开发全过程；并视之为企业社会责任、使命所在，倡导“绿色优居”理念。

2010年，碧桂园继续结合一年一度的植树节、风筝节、地球日、世界森林日、世界水日等，在全国各社区展开了为期2个月的主题活动——“碧桂园—我们的绿色家园”，大力弘扬“低碳环保”、“绿色家园”的精神，组织全国范围逾25万业主参与到种植植物、节能减排、废物循环利用等各项活动中，积极宣扬“低碳环境”精神，动手齐环保，共创绿色家园，生命更美好。

坚持既有开发模式，2010年碧桂园加大小区配套建设力度，项目超市、医院、商业街、学校等大型配套相继投入使用，降低业主生活成本及出行能耗。在开发过程中，为了能够给予广大业主更好的生活环境，碧桂园持续改善户型设计，保证通透、采光，降低空调、电灯的使用率，达到了节能节电的效果。此外，农场、植物园、污水处理厂、配电站等节能环保设施建设；楼巴、区内穿梭巴、公交车引入等公共交通系统建设，积极推行低碳出行等。

部分相关奖项

碧桂园控股：中国房地产低碳行动先锋企业

碧桂园·豪园（广州）：中国（华南）房地产低碳联盟理事单位

碧桂园·如山湖城：生态宜居社区优秀奖

芜湖碧桂园：2010年“安徽绿色健康型理想住宅”

七、写在后面的话：路漫漫，其修远

改革开放三十年，国家经济取得了显著进步，但我们坚持认为更高品质、更物超所值的人居产品才符合现在的国情。所以，碧桂园坚持“快速开发、快速销售”的经营模式，希望达到资源最大化利用，为社会提供更高品质的人居产品；我们坚持集“设计、建筑、营销、物业”等为一体的开发模式，通过自身能力的不断提升，为股东实现合理的回报；我们坚持“做有良心、有社会责任感的阳光企业”，与广大志同者一道，实现共同成长、共同繁荣，担当企业使命。

对于碧桂园人而言，努力工作是对成功的追求，是为了让自己和家人更幸福，但更是为了能够用青春和热情施展才华，实现理想，成就这份伟大的事业。

“筚路蓝缕，以启山林”，发展从来不

是一帆风顺，但因为坚持，我们历经更多风雨洗礼。其实，碧桂园也从不冀望平坦的跑道，而愿意享受的是登山后清风徐来的幸福。碧桂园深信，发展中的坎坷，多年后再回头看，可能只不过是一朵小小的浪花，而这浪花将有利于碧桂园的成长。所以，我们不断去超越，不断去创新。

立足当下，碧桂园将继续配合国家发展战略，切合宏观经济环境，将碧桂园成功的商业模式及家园模式复制至更多区域，投身中国城镇化建设而不遗余力。

未来，碧桂园将一如既往，用实力承载着一家优秀民族企业为“国家富强、民族复兴、人们都能过上美好生活”而持续努力的梦想。

路漫漫，其修远……



碧桂园假日半岛实景图



与社会同成长 共进步

深圳市房地产开发企业2010年度社会责任报告

报告可靠性声明：本着真实、客观、透明的原则，深圳市房地产业协会根据行业发展现状，收集整理了2006至2010年深圳市房地产开发企业在社会责任方面所做的工作，全部数据由各开发企业提供并经协会秘书处审核，全市地税按照深圳市地税局官方公告的数据为准

报告组织范围：深圳市2010年度具有房地产开发企业资质企业

报告时间范围：以2010年度房地产行业数据为主，结合了近5年的汇总作为对比参照

报告发布周期：本报告为年度报告

报告编制机构：深圳市房地产业协会

报告获取方式：联系深圳市房地产业协会秘书处

电话：0755-83787912；邮箱：srea@163.com

房地产开发企业承担相应的社会责任，既是社会经济和房地产行业发展的需要，更是一个企业自身长远发展的需要。我们真诚地希望能有更多的房地产开发企业，担当起更多的社会责任，实现深圳乃至全国房地产向更高目标的跨越式发展。

房地产业对城市发展、街区营造、建筑艺术、主题文化、生活品质、拉动相关产业

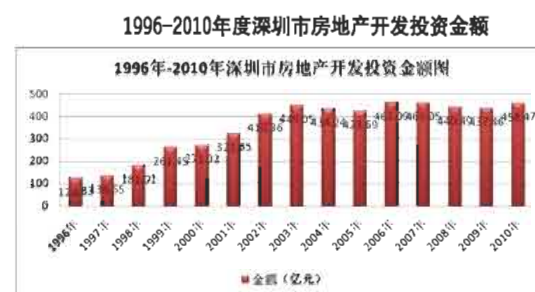
等起到了举足轻重的作用。30年来，随着一系列房地产行业管理制度的不断完善，深圳的房地产市场日臻成熟并一直走在全国前列。总的看来，大部分企业承担了相应的企业责任和社会义务，包括行业发展、产品质量、公益事业、节能减排等等，一些企业在某些领域甚至在全国担当了行业领先者。

我们对2010年度深圳市房地产企业所履行

的社会责任进行统计汇总，旨在公平、客观、真实地看待房地产行业对于社会、对于环境、对于经济的更为丰富而多元的存在价值。

一、投资与税收

房地产投资和消费促进了经济增长，而经济增长也促进了房地产及其相关产业的发展。2006年-2010年，深圳共完成房地产开发投资2259.56亿元，每年完成的房地产开发投资平均为452亿元。



2010年度深圳市房地产开发投资金额占整个深圳市固定资产投资金额的23.58%，深圳市房地产开发投资对深圳市GDP的贡献为4.82%，加上房地产开发带动的其他相关服务产业对深圳市GDP的贡献，深圳市房地产开发投资对整个深圳市的GDP增长发挥重要的作用。

房地产业是国民经济的重要产业，对税收的贡献还包括企业所得税、土地增值税、

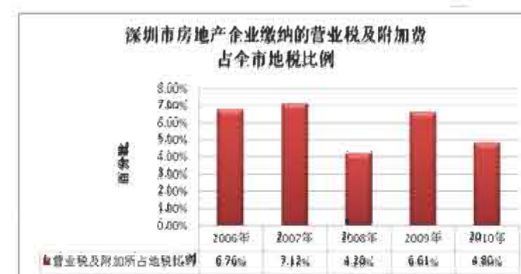
个人所得税，以及对金融信贷及建筑业等相关产业的拉动作用。

根据深圳市地税部门提供的数据，2006年至2010年我市房地产开发企业上缴的税收逐年上升，特别是近三年来，这一数值呈大幅上升之势。

2006-2010年度深圳市房地产开发企业缴纳的营业税及附加费



2006-2010年度深圳市房地产开发企业缴纳的营业税及附加费占全市地税比例



近5年，深圳市房地产企业缴纳的营业税及附加费呈现出逐年递增的走势。2010年度，深圳市房地产开发企业仅营业税及附加费的纳税总金额超过50亿元，深圳市房地产开发企业仅营业税及附加费的纳税总金额对深圳市全市的地税总额的贡献在5%左右。

二、提高城市居住质量

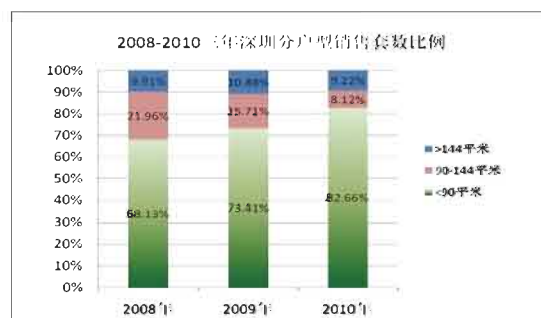
每一个行业都有其最核心的社会责任，一个企业的持续经营，也不能偏离其核心的社会责任。对于房地产企业来说，其最核心的社会责任，就是为更多的人提供高质量

的住房、改善居住环境，并通过推动社区走向成熟，参与城市发展。

1、坚持主流定位，面向普通购房者盖好房子

深圳房地产开发企业为城市普通家庭供应住房占总量的绝大部分。2010年度房地产行业销售的产品中，144平方米以下户型平均占到90%，以中小型户型为主，豪宅项目比例很低。住房供应以普通住宅为主，满足市场刚性家庭。

2008-2010年度深圳分户型销售套数比例



2、持续改善产品品质，丰富产品类型，带动社区发展

住房关系到居住的舒适与安全、生活质



风景如画的纯法式湖滨官邸——金地·天悦湾

量，以及几十年的质量保证，又是居民家庭财产的重要组成部分。深圳房地产开发企业视野开阔，不断地学习和引进国际上先进的小区规划、产品设计、物业管理、园林设计等方面的先进理念和做法，不仅提高了一代人的生活品质，同时也给予消费者一种文化附加值，给社会传播一种观念、时尚及时代的精神文化。

深圳房地产发展水平始终走在全国前列，房地产行业的规划设计和开发管理经验在全国被大量地复制，为全国人居环境的提高城市面貌的改善创造了典范，成为改革开放的样板。2010年中国房地产上市公司前十名中，深圳房地产企业即占了4家。深圳房地产行业的产品开发、施工水平和精细化程度在全国领先，并成为内地城市的样板。深圳一些大型住宅小区被大规模地复制到内地，带动了整个房地产行业的技术、质量、经营水平的提高，推动了内地房地产行业的发展和城市人居环境的改善。

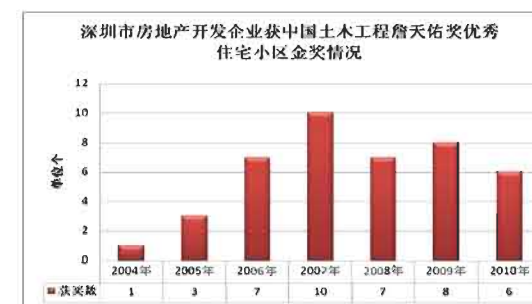
深圳市房地产业协会对近300家房地产开发企业进行的一份调查表明，对政府提出

的销售住宅实现全装修的建议，65.5%的企业表示赞成。同时，开发商表示，推广全装修住宅，企业需要做好的工作首先是“质量保障”，其次是“售后服务”和“满足多样化要求”。

3、房地产开发企业获得重大奖项呈上升趋势

截至2010年底，深圳市房地产企业开发的项目中，万科企业股份有限公司旗下的三个房地产开发项目获得中国土木工程詹天佑奖（简称詹天佑奖）。从分布情况来看，该奖创办7年以来，深圳市房地产开发企业所建设的项目获奖数量总体呈上升之势。近4年获该奖的数量持续保持在6个以上，显示出深圳市房地产开发企业所开发项目的竞争力。

深圳市房地产开发企业获中国土木工程詹天佑奖情况



三、发展绿色建筑，提升城市居住环境

随着房地产行业不断走向成熟，绿色建筑已不可避免地成为未来发展趋势，越来越多的房地产开发企业将绿色建筑作为自己的努力方向。绿色建筑不仅大大提高了产品品质和城市居民的居住条件，而且提升了城市的综合景观水平，最大程度上减少了城市的污染。

深圳的绿色建筑工作始终走在全国前列，这一点，房地产开发企业功不可没。来自深圳的品牌房企领先于全国扛起了绿色建筑的大旗。华侨城地产自成立以来，就选择了一条对环境、资源、生态充分保护利用的可持续发展的开发模式和发展道路，率先倡导了“花园中建城市”、“规划就是财



以“先做环境，再建房子”为理念的富通项目

富”、“环境就是优势”等现代发展理念。

1999年12月，在国家提出推进住宅产业化不久，万科成立了建筑研究中心，从此开始了万科以住宅产业化为平台的绿色建筑推广之路。2009年新落成的万科中心代表着绿色建筑的里程碑，随后，万科提出了下一个10年精装修、住宅产业化和绿色住宅的“三步走”战略，2014年全部实现住宅产业化，2020年则全部达到绿色三星建筑标准。万科设定了节能减排可持续发展的三个目标：即以住宅产业化为平台，推广绿色建筑，带动行业技术进步，最终降低建筑能耗的绝对总量和在社会中总能耗中的相对比重。

目前，深圳房地产开发企业绿色建筑的实践已经由点向面广泛纵深推进。招商地产

自2002年正式提出“绿色地产”理念以来，已逐步摸索出了一套具有强烈个性魅力的绿色地产理念体系。2009年7月中海集团宣布，中海地产绿色建筑技术将推进到中海在全国开发的项目中去。深房集团也提出，将其光明房地产项目按二星级标准建设。世纪星源地产公司在湖南长沙用当地天然石头、竹子和几种低碳材料建造的特殊住宅小区——太阳星城，一年可减少近2万吨二氧化碳的排放；在项目建成之后，还将使用十几项技术，使小区每年少排放近5万吨二氧化碳，相当于5000万度电的排放量。



获得国家绿色三星的万科城

四、积极参与保障性住房建设

保障性住房是我国改善民生的标志性工程，它的建设，不仅是房地产开发企业践行其社会责任的重要途径，也将有助于商品房市场获得更平稳的经营环境，从而避免市场的大起大落，为行业的持续增长提供稳定的发展环境。《国民经济和社会发展规划第十二个五年规划纲要》明确提出，“十二五”时期将“建设城镇保障性住房和棚户区改造住房3600万套”。

2010年我市推出“限地价、竞房价”的方式挂牌出让保障房用地，即按照已确定的地价和房价报价最低者得的原则确定竞得人，竞买人的报价不得高于房价销售最高价。地块用于安居型商品房的建设，销售对象是经政府部门严格审核、符合保障条件的人群。这是深圳在土地供应和保障性住房建设中的一个创举，得到了房地产开发企业的积极响应。

事实上，利润空间较小以及诸多的限制条件，开发商参与保障性住房建设的积极性一直不高，但尽管如此，仍有众多的房地产开发企业积极地投身到了保障性住房的建设中来。深圳市房地产开发企业积极地参加深圳市经济适用房、人才住房、公共租赁房、限价房等形式保障性住房建设，为推进深圳市的保障性住房建设做出了积极的贡献。

万科提出，非常愿意在不损害股东利益的情况下，积极参与保障性住宅的开发，承担社会责任。2010年，万科通过竞标以代建方式参与了深圳、北京、南京三个保障房项目的开发，包括深圳龙华扩展区0008地块保障房项目（17.5万平方米），北京半步桥和西红门公租房项目（12.8万平方米），南京江宁上坊保障房项目（132.8万平方米）。2010年8月，由万科承建的龙华保障性住房项目开工建设，这是深圳有史以来最大的保障性住房项目，也将成为全国第一个按绿色建筑标准建设的保障性住房小区。

深圳率先在全国采取了政府主导、企业参与的代建总承包建设模式，引进大型

地产开发商参与建设保障性住房。目前，万科、招商、金地、富通等品牌开发商都参与到这一模式中。万科在深圳的保障房项目开工后，深圳几个保障房项目均出现多家开发商竞争的局面。

截至2011年5月，深圳市已有深圳招商房地产有限公司、金地（集团）股份有限公司、深圳市优地房地产开发有限公司、深圳市振业股份有限公司、深圳华侨城房地产有限公司、中国南山开发集团、深圳市富通房地产集团有限公司、深圳市万科房地产有限公司、深圳中海地产有限公司、深圳卓越置业集团有限公司、长城（集团）股份有限公司、深圳市东浩荣房地产开发有限公司等12个房地产开发企业，承担了深圳市16个有保障性房的项目的建设，涉及房地产建设保障性住房18117套。

五、积极参与城市更新，提升城市环境

经过30年的快速发展，深圳在全国率先进入发展转型期。在新增城市土地资源极其有限的条件下，深圳大手笔、创新地提出城市更新，成为深圳可持续发展的重大战略举措。2009年12月，《深圳市城市更新办法》正式实施，深圳的城中村、旧住宅区、旧工业区迎来了一个历史性的发展机遇。房地产开发企业积极投身到城市更新的大潮中，在取得经济效益的同时，也为提升城市环境和土地利用价值、发展城市经济、建设保障性住房、保护历史文化遗迹、以及实现城市可持续发展等方面发挥了积极而重要的作用。



龙华二线扩展区中部保障性住房项目效果图

房地产开发企业投身到大规模的城市更新中，带来了深圳城市面貌和环境质量飞跃式的提升。2003年，《蔡屋围金融中心区改造规划方案》经市长办公会通过，确定为市、区两级重点项目。总投资超过40亿元的“京基100”将作为国内顶级的写字楼、酒店、购物中心，为企业带来稳步增长的经营性收入，为企业不断做大做强提供了资金保障，同时也为企业在旧城改造中规划、设计、拆迁、工程建设方面积累了丰富的经验，为企业下一步开发更大型更高端的城市标杆项目奠定了坚实的基础。



蔡屋围旧改后拔地而起的“京基100”

城市更新为促进房地产市场供给平衡发挥了重要作用。据了解，全市已批准改造专项规划的项目中，批准住宅建筑面积1090.5万平方米。通过城市更新进一步落实推进了近期建设规划和住房建设计划，有效加大了房地产市场供给，有效地平抑房价，促进了房地产市场的健康发展。

房地产开发企业在城市更新中承担了建设保障性住房，保障民生的社会使命。根据《深圳市城市更新项目保障性住房配建比例暂行规定》，城市更新项目中保障房配建分为三类项目，配建比例有所不同，比例从5%到30%不等。房地产开发企业都严格执行了这一规定，为我市的保障性住房建设起到了重要的补充作用。据统计，在全市已批准改造专项规划的项目中，保障性住房面积达到了约370万平方米。

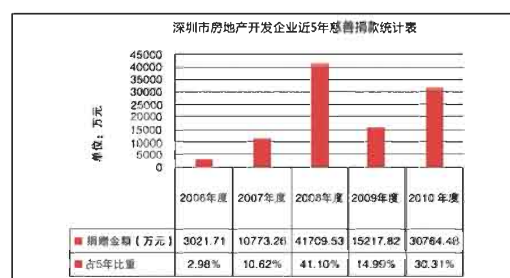
六、慈善捐赠逐年增加

伴随着行业的发展，房地产开发企业在慈善捐赠方面的支出也逐年加大。

1、五年来慈善捐赠达到101486.8万元，年均捐赠额为20297.36万元

据统计，从2006年1月1日到2010年12月31日的5年时间里，深圳房地产开发企业捐

深圳市房地产开发企业近5年慈善捐款统计表

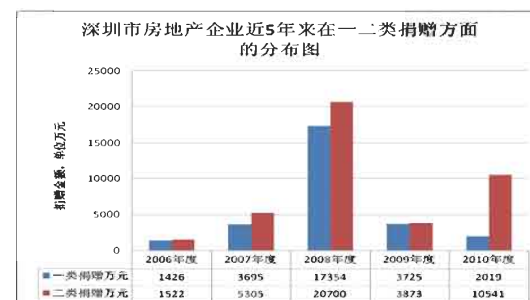


赠总额增长了10.18倍，年均慈善捐款总额增长率为254.52%，特别是在2008年四川大地震中，深圳房地产开发企业捐赠达41709.53万元，诸多企业还积极参与灾后重建进程，为地产界赢得了良好社会形象。

2、企业慈善捐赠费用及用途

企业在重大灾难发生时主要捐赠方向是直接救灾，同时对灾区和贫困地区基础设施、教育事业、文化卫生事业的支持力度也在相应增加。

深圳市房地产企业近5年第一类、第二类慈善捐赠分布图



为了更好地汇总慈善捐赠的使用方向，在统计时把慈善事件分为两类：第一类指文化教育类，捐款捐赠为28219万元，主要用于支持文化产业发展、支持贫困地区的公共医疗、教育、体育实施的建设和发展；第二类指扶贫济困类，捐款额41941万元，主要用于支持贫困地区的经济类基础设施建设、



绿景集团援建甘肃省贾昌深圳小学奠基仪式

社会慈善救济、重大灾害救助、见义勇为基金等。

3、捐赠方式和途径

各类慈善捐赠中，对地震的慈善捐款金额最大，总金额达到23073.7万元；其次是对教育事业的慈善捐助，总额达19146万元，占总捐赠金额的27.28%。

近5年深圳市房地产企业捐赠方式和途径



近年来，房地产开发企业更多的是通过成立基金会的方式进行捐赠，累计金额达21274万元，占慈善捐赠总额的30%。

七、展望

对企业社会责任的规划投资房地产开发企业承担相应的社会责任，既是社会经济和房地产行业发展的需要，更是一个企业自身长远发展的需要。我们真诚地希望能有更多的房地产开发企业，更好地制订履行社会责任的规划，担当起更多的社会责任，实现广东省乃至全国房地产向更高目标的跨越式发展。



反映诉求 规范行为

广东省房地产行业协会2010年度社会责任报告

本报告是广东省房地产行业协会第一份社会责任报告。

报告时间范围：2010年1月1日~12月31日

报告发布周期：年度报告

报告参照标准：《广东省房地产企业社会责任指引》（试行版）、《中国工业企业及工业协会社会责任指南》、《广东省全省性行业协会评估评分细则》、中国棉花协会与115家行业协会联合发出的《行业协会社会责任倡议书》

广东省房地产行业协会承诺：本报告披露的是真实、客观和及时的信息



1. 会长致辞

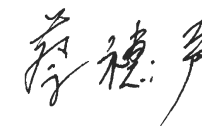
正值广东省房地产行业协会成立20周年之际，我们首次向社会公布社会责任报告。我们不仅积极倡导和引导会员企业履行社会责任，而且深切地认识到，作为非营利组织，协会更有必要履行自己的社会责任。

我们把行业协会定位为“行业代表”，协会要以维护和增进行业利益为己任；协会也是社会公民，也要承担维护和增进社会利益的义务。协会不仅要通过提供服务 and 行业维权赢得会员的认同；也要通过行业自律和承担社会责任赢得社会公众的认可。我们追求行业利益与公共利益的完美结合和良性互动，把维护和增进行业利益和社会利益同时看成协会公信力的源泉。

我们致力于以民主的治理机制实现行业利益聚合；以有效的渠道和方式维护行

业权益；以专业化服务满足会员及行业的需求；以自律诚信建设规范行业秩序。我们认为，协会自身的民主治理实践将有助于提升整个社会的民主化水平；协会自治将为社会秩序的正常化和有序化贡献自己的力量。我们将一如既往地以不懈的努力促进环境保护事业，以真诚和热心回报社会。

为了客观地反映广东省房地产行业协会履行社会责任的状况，我们邀请暨南大学管理学院胡辉华教授撰写本社会责任报告。



蔡德声 会长



2. 协会愿景与核心价值观

广东省房地产行业协会成立于1991年6月28日，是广东省内从事房地产及相关产业的单位、社团自愿参加组成的全省性、行业性和非营利性社会团体。协会接受广东省民间组织管理局的监督管理和广东省住房和城乡建设厅及其他有关职能部门的业务指导。会员单位基本覆盖省内所有大型房地产企业。

协会设有秘书处、专家咨询委员会、策划营销与经纪专业委员会、绿色住区认定委员会、企业社会责任指导委员会等机构，在行业维权、行业自律、市场研究、研讨活动、行业培训、考察交流、广厦奖、国家康居工程和住宅性能认定、詹天佑住宅小区金奖、创建广东省绿色住区等方面为会员提供贴身服务。

协会使命：为房地产行业健康发展提供服务、反映诉求、规范行为。

协会的愿景：追求行业利益与社会利益的完美结合及良性互动。

协会核心价值观：以贴心服务、专业素质赢取会员及行业的认同。

3. 协会发展的责任

协会治理：广东省房地产行业协会高度重视以协会章程为依据的内部治理结构和治理机制的健全和完善。协会权力机构（会员大会）、执行机构（理事会）、办事机构（秘书处）和监督机构（监事会）设置齐全，建立了包括《广东省房地产行业协会民主选举制度》在内的9项民主治理制度，会员大会的换届、理事会和监事会的产生符合民主程序，各机构严格按照《广东省房地产行业协会章程》的规定认真履行其职责，权

力制衡与协调配合相互促进。完善的治理结构和运行民主的治理机制保障了会员表达和实现其意志、权力和利益，激发了会员对协会的认同和参与，提高了决策的民主化程度和效率水平，并对执行机构和办事机构产生了有效的约束。

协会2010年继续执行上一年开始实行的常务副会长轮值主席制，每半年由一位常务副会长出任轮值主席，配合会长主持协会工作。轮值主席制不仅拓宽了会员企业参与协会治理的渠道，而且是解决协会治理中内部人控制问题的有益尝试。

协会的民主化、制度化、规范化程度比较高。领导机构由民主选举产生，组织结构与权力配置合理，治理规则较为完善。

协会没有设立中小企业委员会，在代表和保护中小企业权利方面重视程度不够，不利于提高协会的会员覆盖率。

协会没有建立明确的质询制度、人事罢免制度、问责制度、代理人激励制度和监督救济制度，协会治理规则的供给略有不足，健全稳妥的委托-代理关系在一定程度上缺乏制度保障。

秘书处能力建设：2010年现有专职工作人员12名，平均年龄44岁；高中学历1人，大专学历4人，大学本科学历5人，研究生学历2人；平均协会工作年限9年。秘书处是一支年龄结构合理、专业化和职业化程度颇高的工作团队。

秘书处制度建立了包括《广东省房地产行业协会秘书处人事管理制度》在内的12项协会工作制度，制度建设较为完备。

协会没有制订过战略发展规划，不利于协会的长远发展。



走访恒大集团



走访龙光地产公司

4. 协会对会员企业的责任

4.1 提供服务，促进会员发展

广东省房地产行业协会把服务会员看成协会的“天职”，建立了会长、秘书长带队走访会员制度，通过走访通报协会工作，了解会员需求。搭建了以会员服务平台、信息平台和纵横发展平台为支撑的三大服务平台，为会员提供制度化服务。

会员服务平台：“走进★★”系列活动是2010年协会创新服务项目，它改变以往简

单粗放的参观考察模式，有目的地深入一些“标杆企业”内部，通过实地考察、专家深度剖析、内部交流研讨等形式，学习“标杆企业”的经验，开阔会员视野，提升会员管理水平。6月，协会组织会员单位近100位高管走进重庆龙湖，全方位学习龙湖地产经验。

服务会员是协会的基本工作，广东省房地产行业协会服务会员工作的最显著特色是以市场研究为基础，专业性强，贴近会员需求并以稳定的制度为保障。

信息平台：《南方房地产》创刊已有26年的历史，在房地产界具有广泛影响。《广东房地产蓝皮书》至2010年已经连续出版4年，是权威性行业发展年度报告。2003年以来每季度一份广东省房地产市场报告，成为权威的市场



广东房地产寻找标杆——走进龙湖



协会部分刊物

信息发布来源。下半年开始每周向会员提供一份《热点·专题》，深度解读政策与市场动向。广东房地产网及时发布房地产市场动态、行业研究报告、行业及协会动态，解读国家政策。

纵横发展平台：“珠三角房博会”是协会连年主办的在房地产行业具有广泛影响的盛会。2010年4月继续成功举办珠三角房地产博览会。来自珠三角各市29家房地产企业及25家配套企业参展，推出楼盘80多个，受到市民及

业界广泛关注，三天参观人数达八万人次。



房博会场馆内

4.2 反映行业诉求，维护行业权益

广东省房地产业协会高举“行业代表”的旗帜，把行业维权当成协会最重要的工作，立场鲜明地以维护房地产行业的发展和利益为自己的根本使命。

协会连续十多年对房地产开发中一些垄断部门、垄断企业的违规收费、垄断性经营进行调查、研究、走访、向有关部门反映诉求、向媒体曝光，向社会和



房博会开幕



新政下市场景气分析会

政府部门提供改革方案和政策建议。

协会主动建立与省人大、省委研究室、省参事室、住建厅、国土厅、物价局、地税局、工商局等省政府各相关部门对话沟通机制，定期上门联络，了解意见，解释情况，反映诉求，并积极参与有关房地产行业的政策制订的咨询工作。2010年，协会与省经济和信息化委员会（经信委）建立起稳定的月度沟通机制，参加经信委召开的月度市场运行情况分析会，为其内部刊物——《经信简报》提供有关房地产方面的分析研究资料，及时向省委省政府等有关部门传递行业信息和政策建议。

2010年协会多次就房地产市场运行态势和宏观政策调控效果向省政府、省人大领导汇报，客观分析房地产业发展现状，反映行业的意见和利益诉求。

协会参与省物价局等6厅局联合组成的新建普通商品住房价格调研组，针对一些不利于行业发展的意见和观点，协会据理力争，适时提交《当前我省商品住房价格管理的若干意见》，主张调控政策要坚持分类指

导，区别对待，防止“一刀切”。这些意见和建议引起省政府领导高度关注，多项意见、建议被政府采纳。协会还就土地增值税清算对企业可持续发展的影响开展调查，广泛征集意见，撰写了《关于我省土地增值税征管的若干意见》提交政府有关部门，并与省地税局进行沟通，反映行业意见。

随着房地产的快速发展，业界内也暴露出一些问题，房地产业的发展环境恶化，社会舆论批评很多，政府出台了不少政策调控。协会越来越意识到法律政策环境、社会舆论对房地产业发展的重要性。协会把行业维权的着眼点从治理垄断企业扩展到主动掌



媒体茶话会

控话语权，正确引导舆论。

协会重视与中央、省市媒体保持良好的关系，及时通报情况，积极为行业发展营造良好的舆论环境。通过新华社《内参》向中央领导反映业界的诉求；通过定期发布的市场分析报告树立正确的舆论导向。协会连续十年，坚持不懈召开广东房地产市场景气分析会，引导企业及消费者理性看待市场。

2010年协会通过媒体通气会、接受采访和新闻发布会等形式澄清个别不实报道，阐述自己的立场，维护了协会和会员的声誉。2010年协会领导人专门约见或接受记者采访共20余次，千方百计地掌握话语权，引导舆论客观真实地反映房地产市场以及房地产行业发展的现状，为全省房地产的健康发展创造了较为宽松有利的社会环境。

行业维权是会员企业最需要也是唯有行业协会才能有效地提供的最重要的服务，行业维权工作的成效最直接地体现出协会存在的意义和价值。协会以通畅的政府联系渠道

为依托，以掌握话语权为行业维权的关键手段，把行业维权作为服务会员的核心工作，准确领会并切实发挥协会的根本职能，代表了现代行业协会发展的方向。

4.3 实施行业自律，规范行业秩序

行业自律是行业协会从事的基础工作，也是最直接体现行业协会社会价值的工作。广东省房地产行业协会长期致力于房地产行业的自律诚信建设，以期通过规范企业经营行为使广东省房地产市场形成良好的行业秩序，从而让会员认同、公众满意、政府放心。

2010年为了提高企业自觉承担社会责任意识，展示行业良好形象，保持房地产业健康发展，协会再次率先行动起来，积极倡导房地产企业履行社会责任，把引导房地产企业社会责任作为协会的重要工作之一。2010年协会成立了“广东省房地产行业协会企业社会责任指导委员会”，组织专家制订了《广东省房地产企业社会责任指引》（试



指导委成立暨第一次工作会议

行稿），从规范企业经营、保障企业劳工权益、维护消费者利益、强化保护环境意识、推进慈善事业等方面推进房地产企业社会责任建设。协会编辑多期《企业社会责任指导委员会通讯》，为在全行业内建立企业社会责任工作机制、管理制度和评价体系进行了一系列的前期筹备工作。企业社会责任建设工作是企业经营理念的重大变革，对于规范企业行为、展示行业良好形象、引领房地产业以道德的和可持续的方式开展业务、促进经济、社会、环境均衡发展具有重要意义。

4月8日，协会成立了“广东省房地产行业协会企业社会责任指导委员会”，并召开指导委第一次会议。会议讨论通过指导委委员名单、指导委工作办法、开展企业社会责任工作的年度计划等。

协会以企业社会责任为系统化和制度化地全面推进行业自律、规范行业秩序的着力点，是行业自律工作具有深远意义的探索，是行业协会行业自律工作的创新性突破。

5. 公共关系和社会公益责任

5.1 维护行业竞争

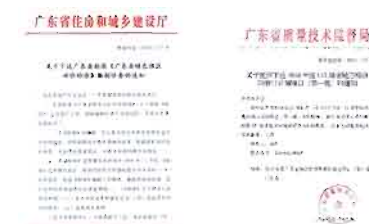
自亚当·斯密以来，社会公众对行业协会有可能损害社会利益的担忧来自行业协会拥有危害行业竞争的潜力。价格共谋、实施排他性措施以限制竞争以及鼓励不正当竞争是行业协会有可能采取的限制行业竞争的活动。协会一旦采取这些限制竞争的活动，将有助于竞争者、客户、消费者以及协会内弱小企业的利益，对经济发展将直接造成负面影响，危害社会利益。广东省房地产行业协会通过自己的努力，最大程度地避免了统一定价、数量限制和划分市场等价格共谋活动；消除了共同抵制、排挤和拒绝同行业非会员进入已有的竞争市场之类排他性措施；防止了行业内出现拒绝交易、价格和交易条件歧视和差别对待及类似的不正当竞争行为。

5.2 对消费者的责任

协会通过标准和认证制度的实施承担对消费者的责任：《广东省绿色住区标准》和绿色住区认证活动既是协会倡导的环境保护责任的体现，也是保障消费者住房质量的有力措施。2010年，经省住房和城乡建设厅、省质量技术监督局批准，《广东省绿色住区标准》被列入“省地方标准制修订计划项目”。



会员大会通过社会责任指引



广东省绿色住区标准立项



十大房企新闻发布会

协会通过与政府部门合作承担对消费者的责任：主动配合省物价局开展房地产企业价格诚信单位评选活动，要求企业严格执行《价格法》和《广东省新建商品房交易价格行为规则》，信守公开、公平、诚实的原则，制止乱收费、乱涨价、价格欺诈和价格垄断等不正当价格行为。

协会通过行业自律承担对消费者的责任：在2010年珠三角房博会召开之际，协会联合越秀地产等十家品牌房地产开发商召开新闻发布会，向社会承诺积极参与保障房建设，多开发中低价位普通商品房供应市场，共同促进楼市健康稳定发展。

房地产行业涉及千家万户，关系到公众的切身和重大利益，协会作为房地产行业的代表，在保护消费者权益方面还存在发挥作

用的巨大空间。

5.3 参与并发动慈善、救助等公益活动

广东省房地产行业协会踊跃参与社会公益活动，在近年抵御南方雨雪冰冻灾害和汶川抗震救灾及灾后重建中都作出了积极的贡献。

自2010年起，每年6月30日为“广东省扶贫济困日”。协会响应省委省政府号召，动员会员企业开展“扶贫济困日”捐赠活动，切实帮助城乡贫困人口、弱势群体和困难群众尽快脱贫致富，并捐赠10万元。

4月14日青海省玉树藏族自治州玉树县发生了7.1级地震，造成重大人员伤亡和财产损失。协会向全省房地产企业发出倡议，发动企业通过多种方式、多种渠道为灾区捐款捐物，帮助灾区群众尽快度过难关，重建家园。



绿色住区授牌



绿色住区考评

6. 环境保护：协会在行动

房地产业是能源消耗的大户，走循环经济的道路显得相当紧迫。住房消费涉及人民群众的健康，减少污染、低碳生活是社会对房地产业寄予的绿色期望。从规划设计、土地开发、建筑施工、建材采购、能源利用到营销推广，房地产开发经营的每个环节有可能破坏环境，更有可能在保护环境方面作出自己的贡献。广东省房地产业协会十几年来积极引导房地产开发企业沿着创新、环保、节能的方向发展，把推进节能环保看成义不容辞的责任。

协会以“广东省绿色住区”认定为抓

手，在住宅建设、管理各环节全面贯彻环保精神。以“提高质量、节约资源、减少污染和建设生态环境”为核心精神的“绿色住区”认定是协会10年来为履行环境保护责任而持之以恒的行动。

为切实推动“绿色住区”创建，协会成立了绿色住区认定委员会，按照严格的操作程序，根据自愿原则对各地申报的楼盘进行评审。2010年，全省共有18个住宅小区通过“绿色住

区”认定，起到了标杆示范作用，对于推动房地产业建设环保省地节能型住区作出了积极的贡献。



广东省房地产企业 社会责任指引

(试行版)

第一章 总则

第一条 为引导广东省房地产企业在构建和谐社会中承担社会责任，促进经济、社会、环境的可持续发展，根据我国相关法律法规制定本指引。

第二条 本指引适用于广东省境内依法注册成立的房地产企业，即房地产开发企业、房地产中介服务机构等。

第三条 本指引所称社会责任是指房地产企业对其股东、债权人、员工、消费者、上下游合作者、政府和社区等利益相关者所应承担的经济、法律、道德与慈善等责任。

第四条 房地产企业必须遵守国家、地方和行业相关法律法规、政策，必须遵守公司章程、社会公德和商业道德。

第二章 企业发展的责任

第五条 房地产企业应建立和完善公司治理结构，确保全体股东享有法律法规规定的各项权益。应制定企业可持续的长期发展战略，制定使企业自身发展与股东合理回报相协调的利润分配方案，确保企业长远发展目标的实现。

第六条 房地产企业应采取科学稳健的经营方针，加强关联交易管理，努力规避和减少经营风险。必须建立规范的财务管理制度，确保企业财务和各类资产安全，依法足额纳税。

第七条 房地产企业应遵循有关法律法规关于履行信息披露义务的规定，确保披露信息的真实性和准确性，接受政府、社会公众及舆论的监督。对可能影响投资者决策的信息应及时进行自觉性披露，并公平、透明地对待所有投资者和利益相关者，不得选择性披露信息，严禁虚假信息披露。

第八条 房地产企业宜建立和维护企业良好的社会形象，树立企业品牌。

第九条 房地产企业应在追求企业股东利益最大化的同时兼顾债权人利益。应充分考虑债权人的合法权益，及时了解和回应债权人的意见、建议和要求，及时通报与其债权权益相关的重大信息。

第十条 房地产企业应树立正确的价值观和经营理念，加强合约管理，以对利益相关者负责的原则来处理供应商货款、进度款和金融机构贷款等事宜。严禁不正当竞争，严禁商业贿赂，维护良好的市场竞争秩序。

第三章 对企业员工的责任

第十一条 房地产企业应提倡以人为本的人力资源战略，建立完善的企业用工制度。重视员工身心健康与安全，关心员工生活，培育崇尚科学、关爱社会、积极向上、工作氛围融洽的企业文化。

第十二条 房地产企业应维护员工合法权益，平等对待不同民族、性别、年龄、宗教信仰和文化背景的员工。构建合理的激励和约束机制，保障员工依法履行劳动义务。

第十三条 房地产企业可为员工制定合理的职业规划。应建立员工培训制度，提高员工的职业道德操守、专业素质和专业技能，促进员工全面发展，在与企业的共同成长中实现自身价值。

第四章 对消费者的责任

第十四条 房地产企业应为消费者提供优质产品及服务，维护消费者合法权益。

第十五条 房地产企业必须以诚实守信原则披露产品及服务的相关信息，严禁虚假广告宣传，并保护消费者个人隐私。

第十六条 房地产企业应遵循自愿、公平原则，与消费者订立销售（服务）合同，不得订立不平等条款。

第十七条 房地产企业应提供良好的物业服务，及时妥善处理消费者投诉，积极听取消费者的意见和建议。宜组织内容丰富、形式多样的社区活动，建设健康、和谐的社区文化。

第五章 公共关系和社会公益的责任

第十八条 房地产开发企业应依照国家法律程序获取建设用地。应及时足额缴纳土地出让金，依照合同约定按期开发土地。

第十九条 房地产开发企业可在政府指导下为中低收入人群提供普通商品房、保障性住房，以促进社会公平。

第二十条 房地产企业可以合约方式与上下游企业合作，宜关注合约企业在劳动用工、社会公德等方面的企业行为。

第二十一条 房地产企业应在经营活动中充分考虑所在社区的长远利益，建立企业与社区的协作关系。宜在力所能及的范围内积极参加社区公共建设、教育、扶贫济困等公益活动。

第二十二条 房地产企业宜积极参与慈善事业，在本地或外地发生重大自然灾害或突发事件时，力所能及地提供人力、物力、财力等支持和援助。

第六章 环境保护的责任

第二十三条 房地产开发企业应在经营战略中制订环境保护策略及操作规程，应在项目开发过程中依照国家、地方有关环境保护的法律法规操作。

第二十四条 房地产开发企业应在开发土地时注重保护生态环境，集约、节

约、合理利用土地。应依据国家产业政策和环保政策的要求，积极采用及研发新技术、新工艺和新材料，建设绿色节能产品。

第二十五条 房地产企业应积极参与政府和行业协会组织的标准认证及评奖工作，如国家康居示范工程、商品住宅性能认定、广厦奖、詹天佑奖、广东省绿色住区，等等。

第二十六条 房地产企业宜支持并参与社会公共环境保护的宣传和实践活动，力所能及地提供人力、物力、财力以及技术支持和援助。

第七章 企业社会责任管理

第二十七条 房地产企业应建立社会责任制度，明确责任归口管理部门。

第二十八条 房地产企业宜聘请社会公共机构定期评估社会责任履行情况，并根据评估结果改善管理措施，落实到生产经营管理的各个环节。

第二十九条 房地产企业可参照本指引定期向社会发布《企业社会责任报告》。

第八章 附则

第三十条 本指引中“必须”与“严禁”表示强制性与必要性，严格执行；“应”与“不应”、“不得”表示在正常情况下均应如此；“宜”与“不宜”表示条件许可时首先按此执行；“可”表示有选择，在特定条件许可时按此执行。

第三十一条 本指引版权归属广东省房地产行业协会，并由其解释和修订。

第三十二条 依据本指引编制《企业社会责任报告》的企业发布报告时须及时通知广东省房地产行业协会，并提交报告的电子版或文本。广东省房地产行业协会有权在自办媒体上全文或部分刊载该报告。

第三十三条 本指引自二〇一一年一月一日起实施。

后 记

2009年广东省房地产行业协会开始推进企业社会责任建设工作。两年来先后完成《广东房地产企业构建企业社会责任的理论与实践研究》，成立企业社会责任指导委员会，发布《广东省房地产企业社会责任指引》（试行版），举办企业社会责任培训班，为编制《2010年度广东省房地产企业社会责任报告》（绿皮书）奠定了基础。

《2010年度广东省房地产企业社会责任报告》（绿皮书）包括企业报告、地区报告和协会报告三个部分，在编委会领导下，由广东省房地产行业协会蔡穗声会长主编，李巧环负责统筹，肖烈负责统稿。

《2010年度广东省房地产企业社会责任报告》（绿皮书）编印历时半年，得到了广东省住房和城乡建设厅、广东省民间组织管理局的指导，得到了各市房协、各参编机构、有关专家学者的大力支持和配合，谨此表示衷心感谢。

编者
2011年6月