

责任于心 诚信益民

上海益民商业集团股份有限公司

2010 年度企业社会责任报告



上海益民商业集团股份有限公司
SHANGHAI YIMIN COMMERCIAL GROUP CO.,LTD.

关于本报告

本报告是上海益民商业集团股份有限公司 2009 年度建立报告发布制度以来，连续第二年度发布企业社会责任报告，是集团 2010 年度履行经济、环境和社会责任的真实反映。我们对相关情况作出如下说明：

报告主体

上海益民商业集团股份有限公司。

报告时间

本报告的时间跨度是 2010 年 1 月 1 日至 2010 年 12 月 31 日。考虑到披露信息的连续性和可比性，部分信息内容适当向前后延伸。

报告范围

集团总部及所属子公司、部分参股公司在各个利益相关者方面的责任履行情况。

编写标准

本报告的撰写参照了全球报告倡议组织（Global Reporting Initiative, GRI）的可持续发展报告指南（G3）以及上海证券交易所颁布的《上海证券交易所上市公司环境信息披露指引》和《〈公司履行社会责任的报告〉编制指引》。

指代说明

为了报告的行文方便，上海益民商业集团股份有限公司在本报告中也称“益民集团”、“我们”、“集团”或“公司”。

发布形式

本报告以印刷版和网络版两种形式发布。网络版可在上海证券交易所网站（www.sse.com.cn）和本集团网站（www.yimingroup.com）查阅下载。

目录

1.董事长致辞.....	- 3 -
2.关于我们.....	- 4 -
3.社会责任推进.....	- 8 -
4.存在的实质事项和风险应对.....	- 14 -
5.数字 2010.....	- 16 -
6.投资者——不仅仅是业绩.....	- 17 -
7.消费者——商誉为先.....	- 21 -
8.品牌商——共赢为重.....	- 26 -
9.合作伙伴——诚信交易.....	- 30 -
10.员工——负责任的雇主.....	- 32 -
11.社会——和谐关系.....	- 38 -
12.环境——可持续发展.....	- 42 -
13.专题：世博会与我们.....	- 46 -
14.社会责任绩效数据表.....	- 50 -
15.2011 年展望.....	- 52 -
16.社会认可.....	- 54 -
17.审验报告.....	- 56 -
15.与GRI指标对应表.....	- 58 -
16.联系我们.....	- 63 -

1. 董事长致辞

2010 年是世博年，也是益民集团新一届董事会的成立之年。益民集团在社会各界的大力支持下，深入贯彻落实科学发展观，围绕服务保障世博和促进经济发展两大重点工作，不断提升企业综合实力，稳步推进各项工作，企业经营取得了新的发展。在这一年里，我们以调结构促发展为基础，进一步加强与利益相关者的沟通与反馈，积极投身服务保障世博的行列，促进发展低碳经济，参与地方经济发展和推动地区进步，实现了企业履行经济、环境、社会责任的和谐统一。

2010 年，我们实现了企业规模与经济效益再度增长，巩固并提升了行业地位；通过提供高品质的商品和服务，赢得了广大客户的良好反响；通过持续开发培养员工的能力，提高员工忠诚度与奋发感，更好地促进了员工的成长；通过扶持合作伙伴，减少交易障碍与壁垒，进一步实现了共赢与可持续发展。同时，集团加大推行节约资源的工作方式和经营模式，减少废品排放，积极参与建设生态文明社会。

在“迎接世博、参与世博、奉献世博”的号召下，我们还扎实开展世博生产安全、消防安全等工作，实现了平安世博的目标；有效推进规范服务、诚信服务、窗口服务等质量和水平的不断提高；积极参与世博志愿者活动，结合世博主题元素进行产品工艺创新，举办和参与了各种世博主题文化活动，为世博会的“成功、精彩、难忘”作出了自己应有的努力和贡献。

在坚持慈善公益事业，帮助扶持社会困难弱势群体的工作中，我们通过设立帮困热线、助学结对、慰问孤老等形式传递爱心。玉树地震和舟曲泥石流等灾害发生后，集团上下“齐献爱心，共襄善举”。全年，集团通过各类慈善机构捐款累计 137 万元，以实际行动来践行回馈社会的承诺。

作为一家具有社会责任感的上市公司，益民集团一直在实践中不断思考如何多方位、可持续地满足现在及将来的利益相关者的期望，已经成为集团企业经营管理团队的心灵要约和工作基点，推动并促使我们更好地履行企业的社会责任，并将之融入到企业发展战略体系之中。未来，益民集团将继续与利益相关者进行沟通，接受社会公众的监督，在全体股东和员工的共同努力和支持下，获得更多利益相关者的理解和支持，为创建“学习发展型企业、创新务实型企业、和谐责任型企业”而不断努力。

谢谢大家。

董事长：杨传华

2. 关于我们

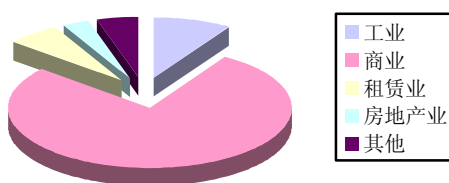
上市背景

上海益民商业集团股份有限公司是以商业连锁和商业房产为核心，酒店业、实业投资等多种优势明显、相互促进的业务为一体的商业企业。集团前身为上海益民百货总公司，1993 年 9 月经批准改制为股份有限公司，1994 年 2 月在上海证券交易所上市，2007 年 10 月，更名为上海益民商业股份有限公司，2010 年 11 月，更名为上海益民商业集团股份有限公司，证券代码为 600824。

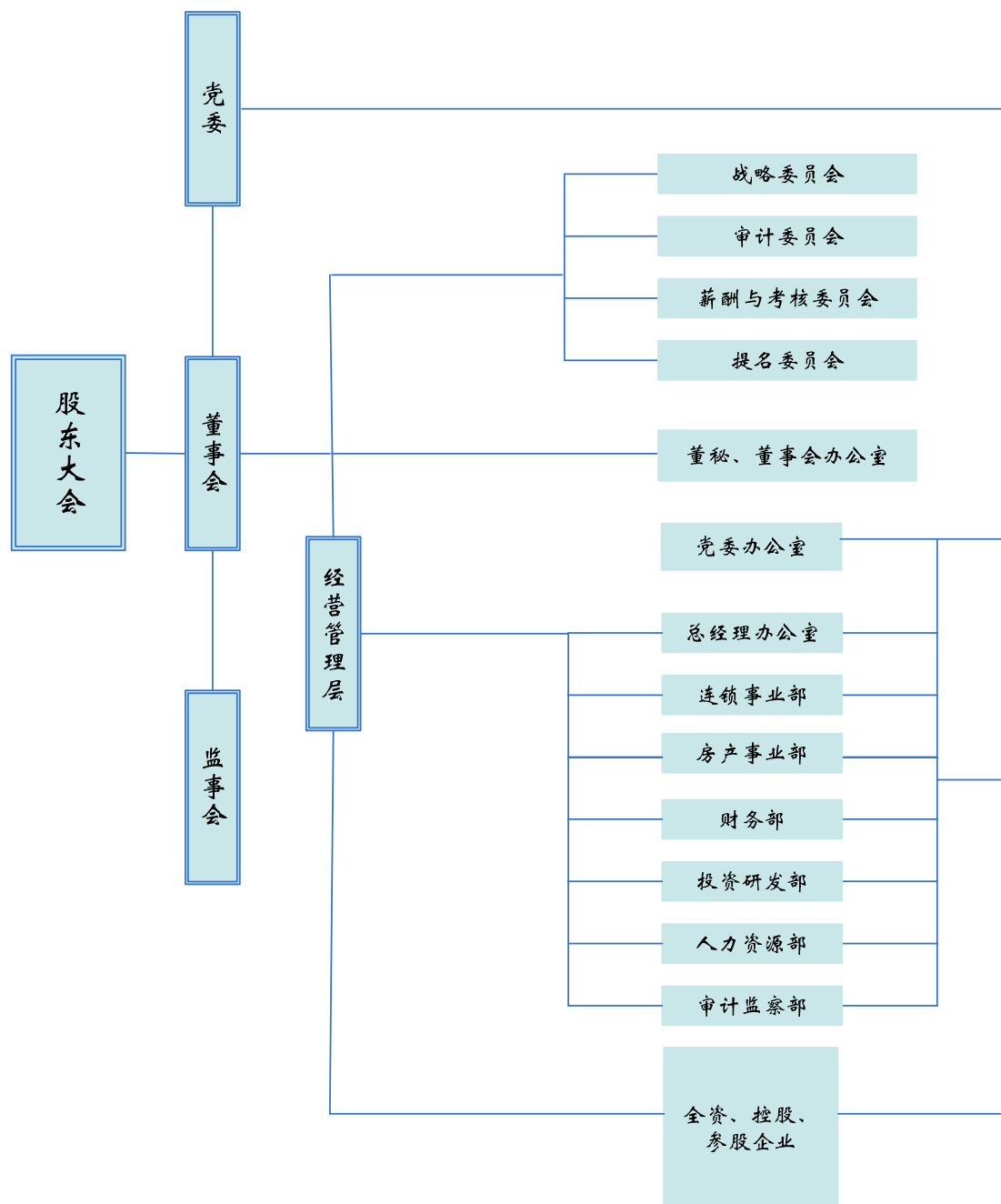
规模业绩

作为一家多元化发展的商业类上市公司，益民集团包括专业特色连锁、商业地产、黄金珠宝、创新投资、酒店业等多个业务板块，并正在不断拓展新的业务。集团下辖近二十家全资和控股子公司，拥有“古今”内衣、“天宝龙凤”金银珠宝、“新光”数码、“上上”床上用品等老字号品牌。至 2010 年末，古今公司网点总数达 1418 家；天宝龙凤公司网点总数达 30 家；新光数码销售终端渠道总数达 108 家；上海床上用品公司网点总数达 8 家。集团拥有商业房产 18.29 万平方米，主要以淮海路地区为主，如柳林大厦、新歌商厦、上海巴黎春天商厦、嘉丽都商厦、金雁坊娱乐总汇、上海莘庄厂房等，商业地产业务结合商业结构调整稳步推进。

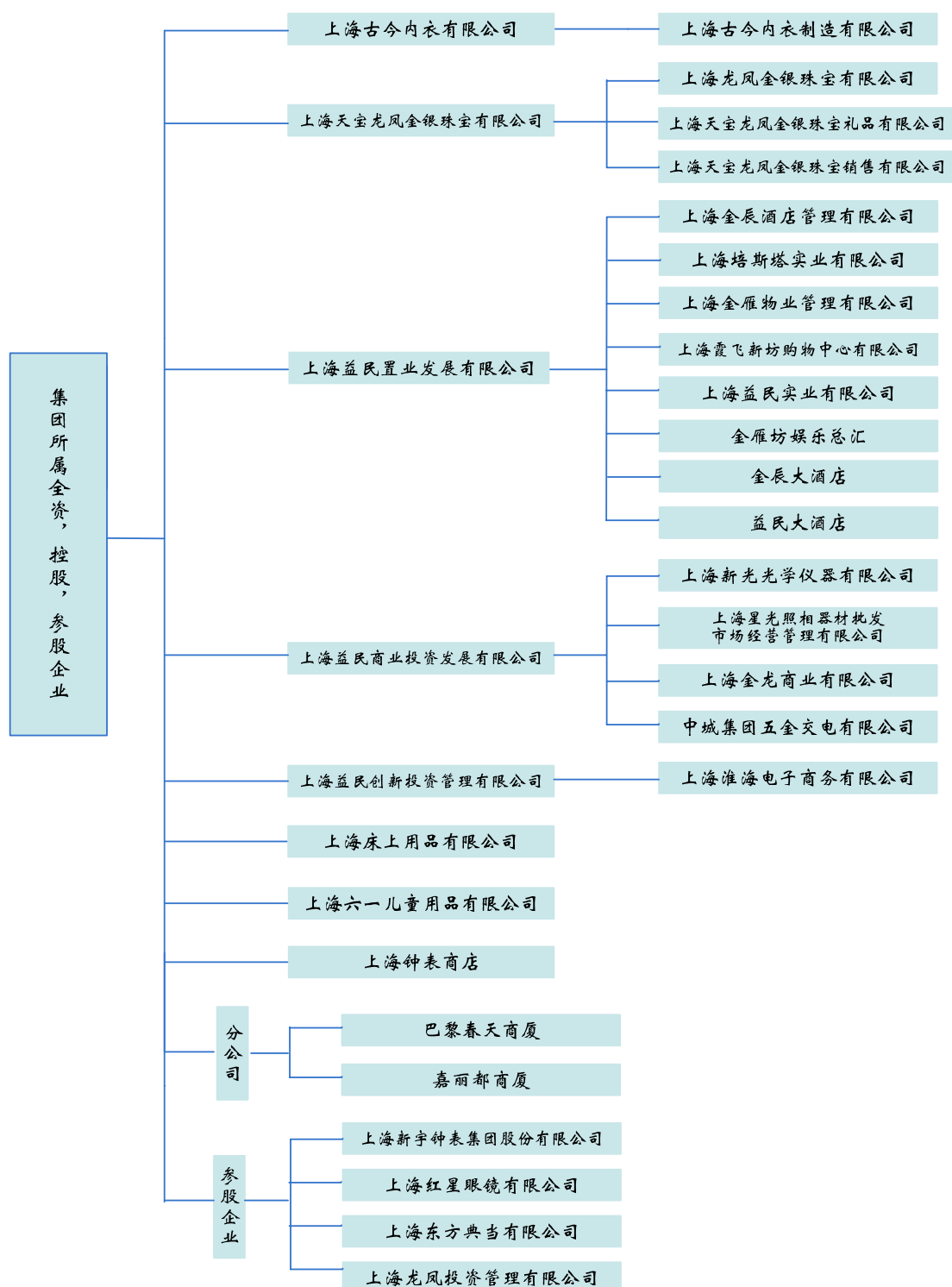
2010 年益民集团收入比例



2010 年，益民集团总股本为 73196 万股，全年实现总收入 18.66 亿元。按企业会计准则，公司总资产为 20.96 亿元，归属于本公司股东的净利润为 1.23 亿元，每股收益为 0.168 元。



图一：益民集团组织架构



图二：益民集团所属全资、控股、参股企业投资关系

公司治理

依据相关法律法规，公司拥有健全的股东大会、董事会与监事会制度，并设立了战略委员会、薪酬与考核委员会、审计委员会及提名委员会，在《公司章程》指导下履行治理层面职能。董事会成员 9 人，其中 6 名外部董事，独立董事为 4 名，他们勤勉尽责，忠实履职，充分发挥独立董事的作用，以公司整体利益为出发点，维护了公司全体股东尤其是中小股东的合法权益。

勤政廉政善政

公司进一步完善自上而下的党风廉政建设责任和监督机制。2010 年，公司领导和各部门及子公司领导签订党风廉政责任书。公司起草了《关于建立党风司风店风督查员制度的实施意见（试行）》，并于 5 月举行“党风、司风、店风”督查员受聘仪式，召开“三风”督查员座谈会，与督查员日常联络，汇总督查意见。

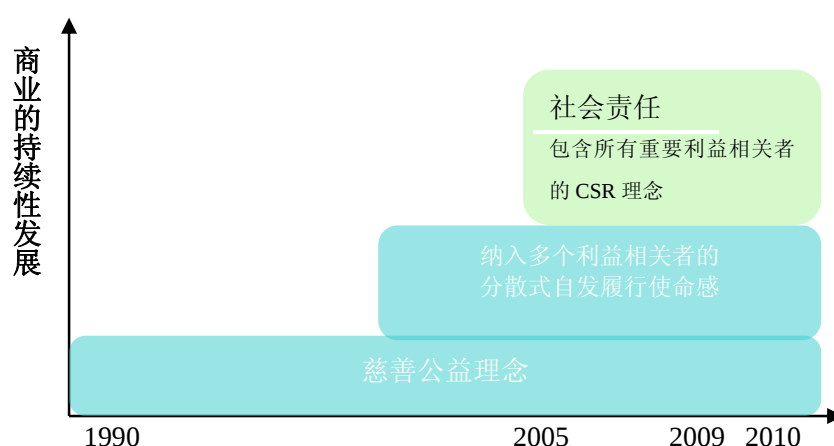
战略理念

集团紧紧围绕企业五年战略发展规划，大力推进企业集团化、品牌化、多元化和国际化建设，在继续推动和扶持目前商业连锁和商业地产二大主业可持续发展的基础上，积极推进旗下益民置业、益民商投、益民创投三大投资功能平台建设，努力打造学习发展型、创新务实型、和谐责任型企业。

3. 社会责任推进

理念与规划

我们的理念是对品质、价值、服务、创新以及诚信的不断追求。在自发参与慈善公益的基础上，我们越来越多地了解到企业对于各个利益相关者所肩负的责任和为社会创造福祉的使命感。秉承“凝聚关爱员工、真情服务客户、用心回报股东、感恩回馈社会”的企业宗旨，我们认为，积极履行企业社会责任，应该关注自身产业创新及健康发展、员工关怀、社区回馈、保护环境、合作伙伴的约束及共同发展等几个方面，树立益民集团良好企业公民形象。



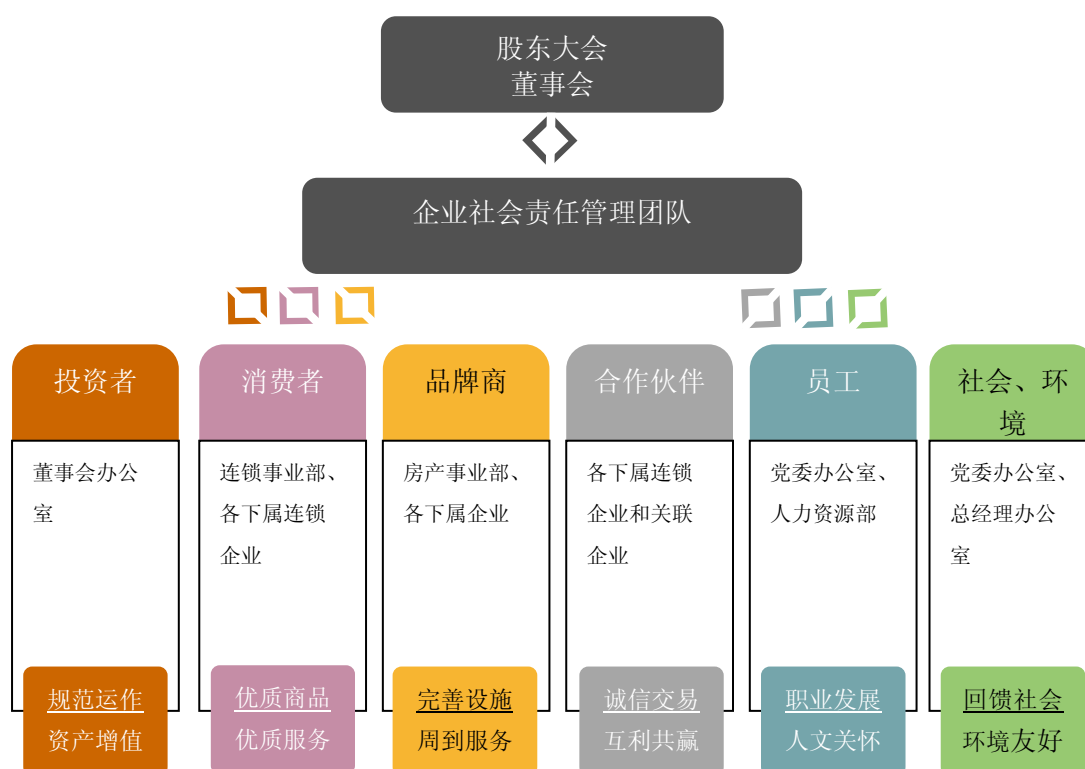
图三：益民集团社会责任理念发展

可持续发展事业需要可持续的规划，集团通过将社会责任管理与自身的商业模式逐步结合，致力于不断完善社会责任绩效指标及整合管理体系以提高自身竞争力。未来，集团将进一步完善与利益相关者的沟通机制、社会责任绩效指标及数据收集体系，针对投资者、消费者、品牌商、合作伙伴、员工、社会和环境，进一步构建社会责任行动体系，力争成为行业内社会责任管理的先进企业。

组织协作

集团针对重要利益相关者的特点构建了具有行业特征的社会责任组织协作架构：公司的股东大会、董事会负责制定社会责任战略和中长期规划，并指导各

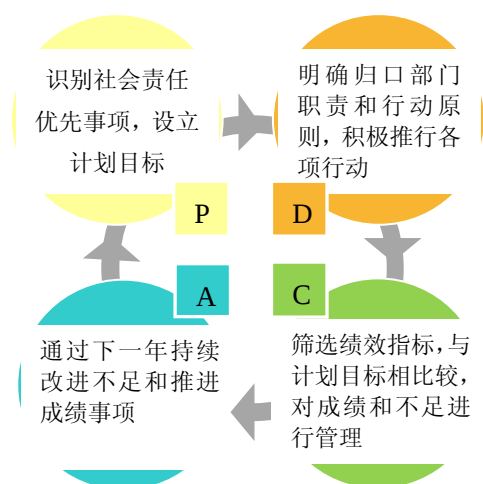
项社会责任工作；管理高层领导的管理团队负责制定社会责任实施的具体计划并领导各项工作；总部各个职能部门和子公司针对六大核心领域推动相关的各项社会责任工作，并进行工作绩效成果的定期报告工作。



图四：益民集团社会责任组织协作

社会责任管理

2010 年，集团梳理了社会责任事项的识别机制和数据收集体系，具体内容涵盖战略、企业文化、产品质量、客户服务、员工发展、环境保护、社会公益、世博专题等方面，但是针对总部和下属子公司的业务特征进行了差别化，以便于社会责任管理与企业商业模式更好地融合。我们遵守环境、社会及治理（ESG）行为准则、国内社会责任法律法规及相关行业操守，保持与各利益相关者的良好互动沟通机制，通过 PDCA 管理方法进行社会责任的系统管理。



图五：益民集团社会责任管理模式

倾听和行动

我们的利益相关者——投资者、消费者、品牌商、合作伙伴等的关注引领我们的政策导向。我们时刻关注他们的期望，积极反馈并应对。

表 1：利益相关者期望响应情况

利益相关者	沟通机制与形式	对我们的期望	2010 年的进步
投资者	- 定期召开股东大会等； - 投资者热线。	- 规范运作； - 资产保值增值与投资回报； - 信息披露。	- 进一步强化内部信息使用和年报信息披露工作； - 良好的经济发展，较好的投资回报； - 举办相关内部控制的培训。
消费者	- 消费者满意度调查； - 售后服务承诺书； - 服务热线。	- 商品价值； - 购物环境； - 售后服务和配套服务。	- 设计多款工艺创新商品，积极提供世博会相关便利服务； - 参与“文明礼仪塑造形象，规范服务奉献世博”承诺签名活动；

			参与“迎世博窗口服务文明指数测评”活动。
品牌商	- 承租方满意度调研； - 培训服务； - 商家联谊会。	- 经营业务收益； - 合适的经营场所； - 完善的硬件设施； - 优质的持续服务。	- 优化改造安全生产、消防安全设施费用达 241 余万元； - 开展社会责任承租方满意度调研； - 编制印刷《世博安保手册》，进行安全知识培训； - 在品牌商中开展“365 天无投诉五星店面创新风”评选活动。
合作伙伴	- 实地考察 - 培训指导 - 问卷沟通	- 经营业务盈利； - 规范市场运作； - 支持服务； - 合作共赢。	- 通过坚持实地考察和准入机制调整，给予供应商可持续发展的引导； - 为代理商提供经营策划、商品定位、形象设计、货品调配和技能培训等服务； - 有 1717 人次的加盟连锁企业员工参加了我们的培训。
员工	- 集团网站及刊物； - 领导信箱、员工座谈会、职工代表大会等。	- 合理的薪酬体系； - 良好的工作环境和氛围； - 与管理层的良好沟通； - 职业发展路径；	- 实施一线员工工资增长计划； - 举办了一系列管理培训班、“店长综合能力”培训班及职工代表培训讲座；

		职业价值的认同。	进一步提升了技能比武活动，首次举办了艺术节。
社会	公益活动、文体活动、慈善活动等。	- 推动地区经济与文化发展； - 帮助社会弱势群体； - 拥军爱民，共建和谐社会。	- 举办公益外拍活动、摄影知识讲座、摄影大赛等； - 连续七年冠名参加了上海市庆“八一”军民长跑活动； - 赈灾捐款捐物义不容辞，累计捐赠 137 万元。
环境	- 经验交流推广活动； - 节能减排和环保宣传。	- 节约资源； - 生产过程无污染； - 引导产业链上下游关注环境。	- 继续实施节能改造项目，淘汰改良高能耗设备，引入节能设备，节约资源和能源； - 继续实行绿色办公方式，通过减少照明和空调用电、节约打印等，减少办公区域的碳排放。

为了更好地向社会公众披露集团的社会贡献，我们采用每股社会贡献值这一概念，即在企业为股东创造的基本每股收益的基础上，增加企业年内为国家创造的税收、向员工支付的工资、向银行等债权人给付的借款利息、对外捐赠额等其他利益相关者创造的价值额，并扣除企业因环境污染等造成的其他社会成本。对每股社会贡献值的计算，我们遵循以下具体公式：

每股社会贡献值=社会贡献总额 / 总股数=（净利润+税费+职工薪酬+利息净支出+对外捐赠额+已核算环境成本-未核算成本） / 总股数

其中已核算环境成本为节能专项投入经费、建筑维护和装饰费（环保）。2010

年集团建筑维护和装饰项目开展有所减少。因未发生潜在的环境不利事项，所以未核算成本为零。

按照以上公式计算，集团 2010 年的社会贡献值总额为 5.31 亿元，每股社会贡献值为 0.73 元/股。

集团 2009 年度社会责任报告经披露后，赢得社会广泛好评，被 2010A 股上市公司社会责任报告与社会责任投资高峰论坛组委会评为“2009 年度批发零售业 A 股上市公司最佳社会责任报告”。



4.存在的实质事项和风险应对

事项、风险和重要性

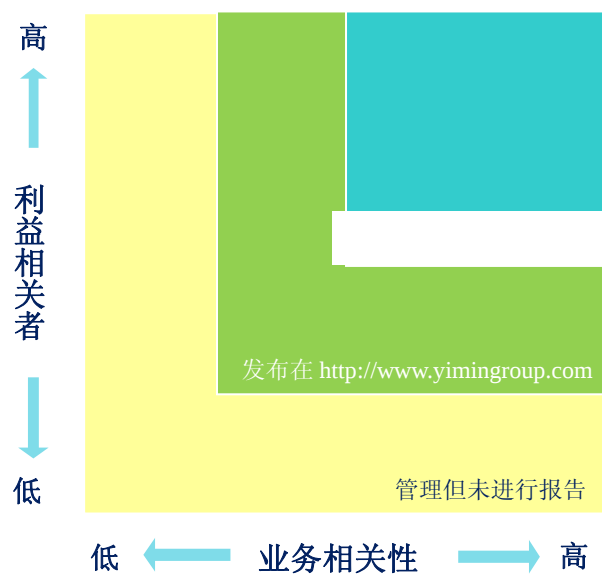
我们初步识别了在经营活动中对社会、环境等有重要影响的风险和机会，并就风险发生的可能性进行评估，尤其是与关键利益相关者所讨论的议题（如与客户的关系、供应链影响、监管机构的要求、社会期望等）。同时，我们将外部研究和媒体报道也纳入了工作范畴，并将其更紧密地纳入与利益相关者互动的工作中。

我们最重大的实质事项和风险应对包括：

- 聘用并留住符合公司诚信、专业原则，正直的有能力的人才；
- 将合作伙伴与客户作为重要的参与者纳入到可持续的变革中；
- 与供应商公平交易，销售负责任的优质产品；
- 积极参与和谐社区创建；
- 将我们的经营、建设活动的负面影响降低到最小；
- 减少废品，积极倡导废品再利用。

我们今后将通过细化的“事项评级”来确定优先事项并订立目标，集团社会责任管理团队负责评价社会责任风险与机遇以及相关制度的建立过程。我们将不断优化方法对社会责任风险和机会进行识别、评估和确定优先次序，明确推进方向，并且合理调整执行社会责任事项的组织协作架构，对关键社会责任事项进行评估、定位和排序，使得企业能够对这些事项有更好的认识，同时确保将企业社会责任事项更好地与风险管理流程整合。

本报告涵盖了我们的社会责任事项处理的最新职责分工和工作进展。正如我们的重要性矩阵（见下文），社会责任事项对于我们业务和外部利益相关者的重要性水平决定了该事项报告的定位和程度。



图六：益民集团社会责任事项重要性矩阵

5.数字 2010

- 1、共有 9 个集体荣获了市、区上海市“服务世博、奉献世博”优秀集体；
- 2、社会责任承租方满意度调研结果为 90.4 分；
- 3、连续 7 年冠名参加了上海市庆“八一”军民长跑活动；
- 4、一线员工平均工资增长达 12%；
- 5、累计向加盟连锁企业员工提供了 1717 人次培训；
- 6、集团员工总计 3832 人次参与了赈灾捐款活动；
- 7、首家境外内衣加盟连锁门店在新加坡正式开业。

6.投资者——不仅仅是业绩

认知

投资者是企业经营的重要参与者和支持发展的基石。我们相信对投资者负责，需要在规范运作的基础上持续提升企业的综合管理水平和发展的可持续性价值，回报投资者。

关注

投资者期望公司能持续健康地发展，及时、充分、公允地披露与公司价值相关的任何信息，公平地对待所有的投资者，提供较好的投资回报。

承诺

2009 年我们向投资者郑重承诺：

- ✧ 持续深化公司治理工作，有效利用治理结构和机制，提高企业战略决策能力；
- ✧ 完善和强化内控机制，提升企业管理能级，全面完善企业预算管理，降低企业运营成本；
- ✧ 坚持真实、全面、及时、充分地进行信息披露；
- ✧ 保持业绩增长，树立并维护现有投资者信心，并吸引广大潜在投资者。

行动

➤ 治理结构

公司严格按照《公司法》、《证券法》、《上海证券交易所股票上市规则》和《上市公司治理结构准则》等有关法律法规以及证券监管部门的相关要求，致力于公司治理结构的不断完善和治理水平的持续提高，公司进一步强化内部信息使用和年报信息披露工作，较好地提高了公司的管理能级。公司还以资本运作、市场分析、行业动态分析等为主题，举办了多期干部培训讲座，促进了集团干部队伍建设，为规范运作和治理水平提高打下良好基础。

➤ 内部控制与风险管理

集团注重内部控制制度的建立及风险管理措施的实施，在制定并完善如《上海益民商业股份有限公司内部控制制度》、《上海益民商业股份有限公司内部审计制度》、《控股子公司管理办法》等内部控制制度的基础上，加强企业内部相关知识培训，有效地推进了集团的内控建设。2010 年集团重点完善了审计制度和其工作流程，将收购和出售资产、关联交易、从事衍生品交易、提供财务资助、募集资金使用等专项审计、预算执行审计等列入日常年度审计项目，并且根据新的内控手册重新梳理和制定了包括《工程项目造价审核实施细则》等更具可操作性的实施细则。这些新规定和细则的实施让集团审计工作更有效率。

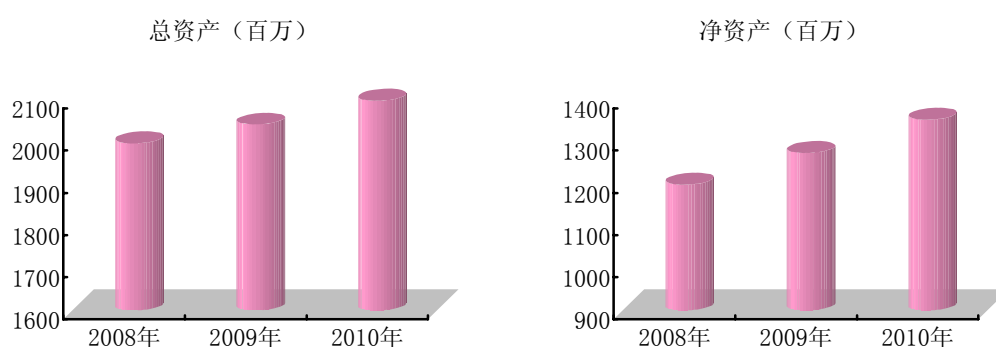
➤ 信息披露

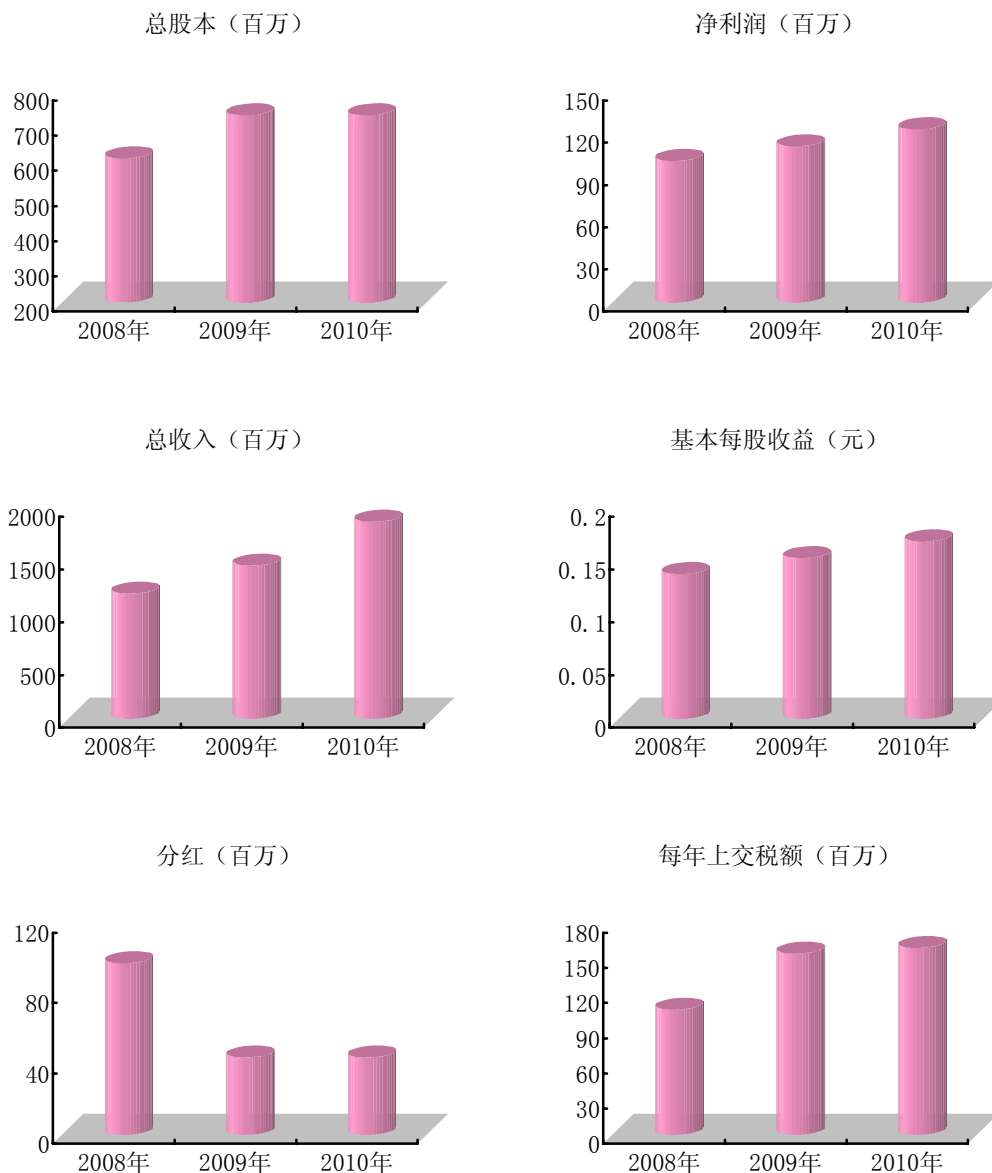
2010年公司召开董事会7次，共计向社会作公告14次，及时向社会通报了公司09年度和2010年前三季度经营情况以及董监事、高管的人员变动状况，确保了公司重要信息的及时、公开、透明地发布，强化了社会公众股东对公司经营的监督，有效地规范了公司日常经营和决策工作。根据公司自身特点和监管要求，董事会办公室拟订了《年报信息披露重大差错责任追究制度》和《内幕信息知情人及外部信息使用人管理制度》并经过六届二次董事会审议通过，对公司年报正常披露和内部信息的管理起到了重要作用，很好地提高了公司治理水平。

➤ 投资回报

公司以持续发展为目标，在规范经营运作、发展品牌连锁、调整资产结构和提升企业内部管理等方面取得了良好的成绩。在取得较好经济效益的同时，我们积极回报投资者对公司发展的一贯支持，努力实现“共享益民发展成果”的承诺。2010 年公司实施每 10 股派发现金红利 0.6 元（含税），共分配利润 43,917,795 元，占净利润的 35.69%。

2010 年部分关键指标如下：





➤ 投资者关系

我们高度重视投资者关系工作，2010 年投资管理部工作人员通过电话、电子信箱、接待来访、材料寄送等方式与投资者进行了多次的沟通和互动交流，对来电来访的投资者，工作人员热情接待，耐心解答；对来函来电索取信息资料的投资者，按信息披露规定为其提供服务；对来访机构投资者，工作人员积极介绍集团的情况和发展思路，树立企业良好的市场形象。

下一年的目标

✧ 围绕“集团化”建设，进一步提升集团的综合能级，不断扩大集团发展的路

径，拓展多元合作发展的模式，保持业绩持续增长。

- ✧ 继续完善内控机制，进一步精细预决算管理，规范现金管理和利润管理；
- ✧ 遵守相关法律法规和监管机构的要求，真实、全面、及时、充分地进行信息披露；
- ✧ 保持与投资者的交流沟通，继续做好投资者关系管理工作。

7.消费者——商誉为先

认知

我们认为，吸引、保持和深化与消费者的关系对公司发展至关重要。我们主张对消费者负责，通过良好的品牌形象和高标准多方面的服务来建立消费者对我们的信任与信心。

关注

消费者对我们的期望是商品的价值保证及包含售后服务在内的周到有效服务。

承诺

2009 年我们向消费者郑重承诺：

- ✧ 坚持控制商品质量各项措施，完善以品牌为目标、以质量管理为核心的经营管理机制；
- ✧ 以消费者的反馈为导向不断提升购物便利度，为消费者打造温馨、舒适的购物环境；
- ✧ 继续做好服务工作，深入分析各项消费者意见，提供更多增值服务；
- ✧ 不断加强诚信服务品牌建设，提升服务质量，树立良好的品牌形象。

行动

➤ 品牌形象

集团以标准化、专业化为服务导向，以诚信经营为服务理念，在继承老字号品牌优良传统的基础上，紧跟现代潮流，旗下“古今”内衣、“天宝龙凤”金银珠宝、“新光”数码、“上上”床上用品等老字号品牌的核心竞争力和社会影响力进一步提升。在管理和服务上，我们建立了高标准、严要求的服务体系，以满足广大消费者的期望为导向，实行各类优质服务，体现了我们的品牌形象和价值。

集团下属相关连锁企业先后加入了中国商业企业管理协会、中国质量检验协

会、国际服务贸易组织协会等多家行业协会。如古今公司 2010 年先后参加了深圳国际内衣展、中国国际针织博览会、上海国际时尚内衣展、中国（约旦）纺织及皮革鞋类展等。天宝龙凤公司参与了 2010 年上海现代婚博会、自主创新品牌博览会等。此外，古今公司、天宝龙凤公司、床上用品公司还参加了 2010 年中华老字号博览会、庆淮海路 110 周年雁荡路老字号展等大型会展。

2010 年 11 月，古今公司首家境外加盟连锁门店在新加坡正式开业，该境外连锁店的开业，对外宣传了古今品牌形象，进一步提升了古今品牌在亚洲的知名度，标志着古今品牌国际化步伐的起动。

2010 年 4 月，天宝龙凤金银珠宝有限公司联合上海华通铂银交易市场公司，在上海地区首发“2010 年玉兰、玫瑰储值型银条”。此次发行的储值型投资银条——“华通银宝”由中国商业联合会监制，投资银条原料精选于国标一号名优品牌白银，投资银条成色达到 Ag.9999，有一公斤和三公斤两种规格，投资门槛低，易收藏，可回购，上市后获得了较好的市场反应。

2010 年 12 月，新光数码嵩山路旗舰店开业。旗舰店位于淮海路商业圈，门店整体装饰新颖别致、秀美大气，以经销各品牌数码相机、单反相机和数码高端产品为主，品种丰富、琳琅满目。员工站立服务、微笑迎客，货柜整洁、标示正确，商品陈列醒目，“专心经营、专业服务”是新光数码旗舰店每个员工的工作宗旨，使顾客在店里购买商品“买的称心、用的放心”。

● 传承与创新

为了传承和创新品牌价值，我们针对消费者的需求不断提升工艺水平，创新设计。今年古今公司委派研发设计人员赴日本市场调研考察、参加香港国际时尚内衣展等，通过与世界品牌的交流，收集时尚元素，采购高新面料，扩展创新内涵。据不完全统计，2010 年古今公司有 159 款新品投产上市，新上市的“闻香品贵”系列受到了消费者的好评。天宝龙凤通过上海金店行业首个集首饰设计、加工、整修为一体的工作室，为消费者提供名厂技师首饰个性化设计加工，将东西方文化完美融合到珠宝首饰中去，形成一套独特的设计理念，传承经典首饰文化，深得新老客户的青睐和称赞。

连锁门店是面向消费者最主要的窗口，我们着力于美化商场环境、优化商品陈列、增添人性化服务设施，使消费者“放心、舒心购物”。在对消费群体、商

圈结构布局合理调研的基础上进行连锁门店选址，运用统一的 VI-SI 系统，并结合统一的营业员导购服务，增加商品种类、细分商品布局、优化商品结构，更加方便消费者购物。星光摄影器材城采取实体与虚拟相结合的二维式经营模式，设立星光网，打造导购功能强大的营销平台，利用互联网技术为商家提供全新的现代化经营手段，并满足广大互联网消费者日益增长的在线需求。

● 质量保证

2010 年，我们继续坚持并优化一系列质量管理制度和监督检查程序。各连锁企业坚持日常工作的各种质量控制程序，通过 ISO9001 质量管理体系第三方审核。各连锁企业规范实施一系列质量控制核心程序以保证产品质量。

古今公司通过实验室对每一批次材料进行测试与各项技术指标对标，今年还对质量管理体系文件进行换版修改，如在《顾客财产管理规定》增加了有关顾客知识产权和个人信息的内容。天宝龙凤对供应商进行材料质量评定，坚持多道检验程序，保持产品一次送检合格率大于 98%，钻石类饰品和裸钻均经过国检和 GIA 双重认证，并且拥有双证书。星光摄影器材城结合售后服务分析对顾客投诉的质量问题进行定期分析和整改，管理团队协同政府有关职能部门及品牌商坚持不定期安排质量抽查活动。

➤ 微笑服务

2010 年 4 月，集团积极参与“文明礼仪塑造形象，规范服务奉献世博”的承诺签名活动。金辰大酒店世博会城市志愿服务站点站长宣读了《益民公司“文明礼仪塑造形象，规范服务奉献世博”承诺书》，代表集团全体员工作出了“重素养、树形象，争做文明礼仪的倡导人；勤学习，强技能，争做积极进取的开拓人；爱岗位，乐奉献，争做服务世博的践行人”的庄严承诺，员工代表在承诺书上签名。

集团积极参与“迎世博窗口服务文明指数测评”活动。在每一个“100 天”的文明指数抽查测评活动中，我们以一贯的诚信规范和体贴服务特色在历次检查中获得好评，并做到不断持续改进，形成一种文明服务常态。

金辰酒店凭借优质的个性化服务，带给顾客宾至如归的享受，多年的忠实顾客和员工形成了深厚的情谊。一位华侨老先生对酒店的服务高度认可，每年回国均入住酒店，2010 年还为酒店寄来了信件和照片，与酒店员工交流生活趣事。

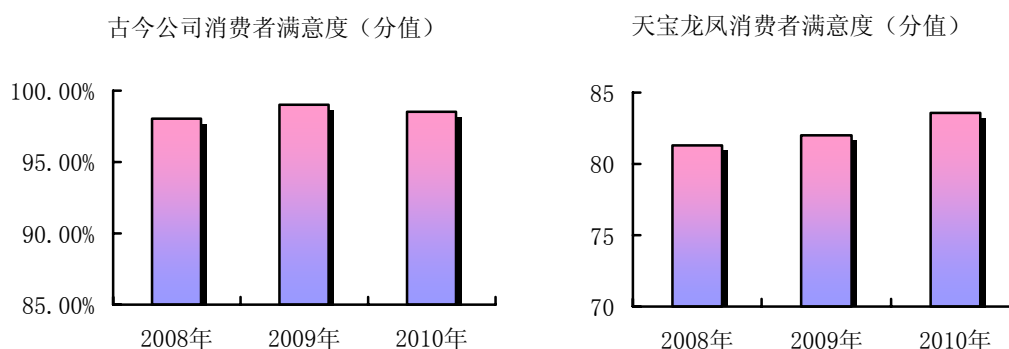
世博期间，金辰酒店为广大海内外来宾提供温馨周到的服务。2010 年 6 月，金辰酒店接待了法国前总理拉法兰与现任众议长蓬斯莱一行，特色餐点、周到服务赢得了客人的好评。

• 倾听消费者

我们愿意倾听消费者的心声，将做好售后服务工作作为消费者的重要权益保障，并且想其所想，坚持各项贴心服务为其创造各种便利。

下属优秀企业通过推出售后服务承诺书、设立售后服务网点、开通投诉热线、建立消费者投诉处理机制等方式，与消费者之间建立良好的互动体系。古今公司 2010 年累计收到消费者来信来电或投诉 47 人次，回复率为 100%。天宝龙凤 2010 年免费接听热线咨询/投诉共计 288 次，均以消费者满意的方式予以解决，顾客投诉处理率为 100%，天宝龙凤旗舰店 2010 年零投诉且获得了消费者的表扬。星光摄影器材城 2010 年消费者售后服务沟通次数共 74 次，售后服务纠纷处理率 100%。

指标：消费者满意度



我们充分考虑消费者的多样需求，向他们提供个性化的特色服务，传递品牌文化和理念，提升品牌的附加值服务。2010 年古今公司开展“关爱女性——妇联沙龙活动”、“关爱世博女兵——内衣健康知识及穿戴艺术讲座”等讲座活动，普及健康知识；天宝龙凤提供“三包”服务、黄金以旧换新、免费钻石真假鉴定等特色服务，并由珠宝鉴定师坐堂为消费者导购；星光摄影器材城为顾客提供“一站式”服务，包括相机维修、技能指导、化妆培训等特色服务，以及开设免费咨询专线、对相机实行免费检测；新光数码针对消费者的需求连同品牌商一起开展了各项展会活动，提供相机技术咨询、相机免费清洗等服务，坚持为代理的相机

产品提供第二年保修卡，并设立授权维修中心，2010 年新光数码累计向消费者提供该项服务达 200 次。

古今公司今年上海地区直营门店为顾客提供量胸供罩 774658 人次，助教试戴 670429 人次，定制加工 3699 件，缺货登记 16331 次，函购邮寄 630 人次，上门服务 13 人次，拾金不昧 15 人次，免费修改 368 件，为顾客开展普及内衣知识、流行时尚搭配的免费讲座 30 场次，获得了消费者和社会公众的一致好评。

2010 年天宝龙凤共计为顾客清洗手饰 4594 次、贴换服务 3811 件、处理调退货 608 件、上门送货 19 件、缺货登记 379 件、拾金不昧 2 次、改手寸 910 件、特殊顾客加工 96 件。天宝龙凤旗舰店被授予“服务品牌”称号，获得“以诚信、专心、耐心的态度接待好每一位顾客，处理好每一次售后服务”的赞誉。

针对广大世博游客，今年金辰酒店推出为入住酒店的客人提供 GPS 导游仪租借服务这一贴心服务，该导游仪能向参观游客提供世博园区和上海几大著名景点（包括豫园、南京路等）的景点介绍，并且为多国语言界面，能为来自海外的游客提供方便。

下一年的目标

- ✧ 加强诚信专业的品牌形象建设，连锁网点进一步增加。
- ✧ 创新设计理念和产品工艺，持续优化质量管理体系，为消费者提供优质的多样化产品；
- ✧ 继续发扬世博优质服务精神，提升服务管理水平，坚持售后服务和各类特色服务；

8.品牌商——共赢为重

认知

品牌商作为企业商业房产租赁业务的客户，与企业的健康发展息息相关。我们以获得品牌商的认可为目标，坚信对品牌商负责，就是以服务为纽带，不断优化环境设施，尽责协调或管理多方关系。

关注

品牌商的期望是能获得适合自己经营发展的场所、完善的硬件设施、优质的管理与服务。

承诺

2009 年我们向品牌商郑重承诺：

- ✧ 坚持品牌商引入的综合评估和合理规划；
- ✧ 进一步优化配套设施，持续改进物业服务；
- ✧ 增加与租赁客户的沟通方式，更多地倾听客户的需求；
- ✧ 为品牌商提供更多样的增值服务，更大程度上扶持租赁客户。

行动

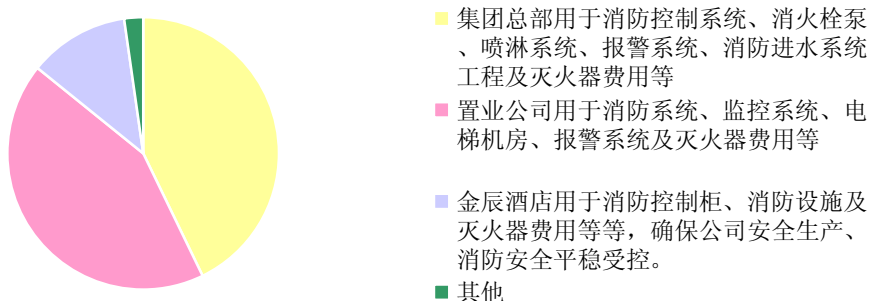
遵循区域经济规划的蓝图，依托淮海路商业街的高雅时尚文化氛围，我们深入了解潜在租赁客户的经营规划、品牌定位，充分评估所辖商铺的地理位置、经营业态等因素，为他们提供适合的经营场所，更好地提升客户的经营价值。2010 年 12 月，集团可供出租房产的出租率为 95.99%，较 09 年 12 月提升了 1.37 个百分点，同时租金收缴率全年平均达到 95.88%。

➤ 环境与配套设施

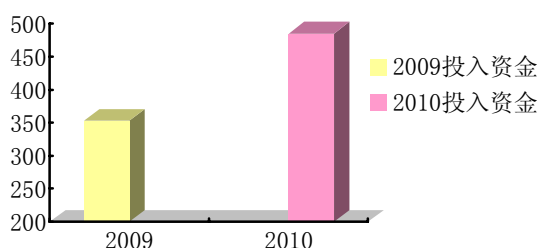
我们持续优化管理物业的环境和配套设施，致力于提升商铺及写字楼的全方位使用价值与满意度。2010 年，集团继续加大对安全生产、消防安全设施、设备的优化和改造，总费用达 241 万余元。置业公司对管理的部分楼宇进行屋顶防

水、外墙补损、公共楼道环境整治，并且对排水系统、消防报警系统、监控系统、中央空调冷却塔、污水处理系统、空调管道等进行升级改造。

安全生产、消防安全设施、设备的优化改造投入



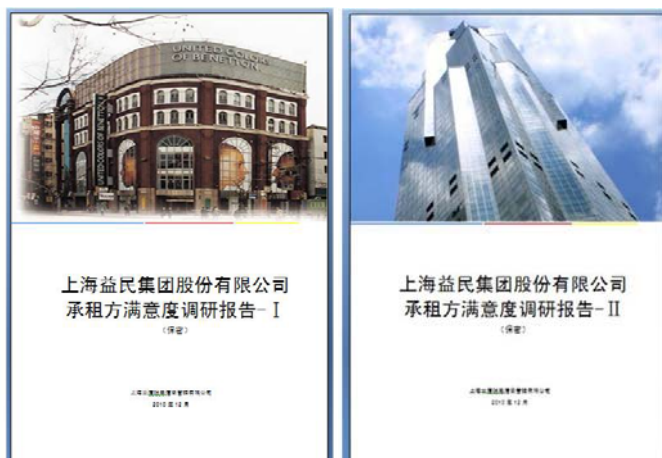
置业公司消防安全、设备维护费对比



➤ 品牌商关系

我们积极协调品牌商与所在社区的关系，不断加强公共服务和专业服务，协助租赁客户进行商铺楼宇装潢、配套设施改造，并协调相关各方以满足客户的需求。我们帮助品牌商到政府有关部门协调注册登记、政策优惠等事项，处理和协调租赁客户与居民的纠纷。

2010 年集团开展了社会责任承租方满意度调研，通过问卷发放的方式，就物业管理、后勤服务、安全管理、经营分区、广告宣传、与管理人员沟通交流的情况以及对房产租赁工作的总体满意度等方面进行调研，与承租方积极



沟通并作为今后工作的方向。2010 年集团承租方的总体满意度为 90.4 分。

➤ 安全责任

我们与租赁客户签订了包括世博安保、安全生产、消防安全、防台防汛内容的《出租企业综合安全管理协议》，设立世博安保岗（包括租赁客户在内），并制作了世博安保岗特色标牌，明确相关负责人，进一步将安全生产责任落实到管理层、落实到操作层、落实到每一个具体的人，为进一步做好安全生产工作提供了保障。

集团在去年应急预案修订的基础上，再次进行修订和完善，增加了对发现遗留可疑物品、营业场所大门玻璃破碎和世博安全保卫等事故的应急措施内容，使集团处置突发公共事件应急预案更全面、更具可操作性。在此基础上，集团还编制印刷了世博安保工作手册，内容涵盖了处置突发公共事件应急预案、突发公共事件新闻及公众信息发布工作规程、世博安保重点单位、重点部位责任人联络表、世博安保 377 个物业统计表和世博安保岗责任人联络表等具体内容，使世博安保工作落到实处。

今年集团邀请区安监局、区消防支队对集团相关人员及淮海路自营或租赁企业店长进行安全生产业务知识、消防安全“防火墙”知识培训讲座和开展现场消防安全指导检查活动。在此基础上，各子公司和物业管理人员积极开展专题培训、火灾逃生演练和消防安全隐患排查治理活动，完善各子公司和物业的消防标识。集团把消防安全“防火墙”知识培训资料和灭火器正确使用方法、火场逃生方法及注意事项等知识培训资料发放到各子公司和出租单位，做好责任传递和组织学习工作。置业公司内部对所有人员进行了应急预案培训，在做好企业自身员工培训的同时，还付出大量的时间、精力、人力，会同其他部门为所有租赁客户开展安全知识培训、应急预案培训与世博知识培训。

为了增强各物业单位应对突发事件的实战操作水平，规范应急处理程序，提升一线安全管理人员的现场应变和处置能力，2010 年，置业公司积极组织所属单位开展了多次消防安全演练活动。通过演练行动，有效提高了相关人员对应急预案操作的熟练程度，进一步明确了各岗位在遇突发事件后的角色定位，提高了应对突发事件的处置水平。

➤ 商家互动参与

为了让商家有一个健康良好的市场环境，公平竞争，预防弄虚作假，诚信地面对消费者，同时为了加强商家与我们之间的相互交流合作，增强管理配合度，更好的为商户提供服务支持，我们积极与品牌商进行沟通和交流，鼓励商家与我们互动。我们先后组织商家参加“商务礼仪”、消防等培训，在提升品牌商的管理水平和服务水平的同时，实现品牌商与我们共同成长、互利共赢。

在去年成立商家联谊会工作的基础上，为了提升品牌，加强从业商家的经营规范，进一步提高商家自主能动性，创造“星光”诚信、专业、规范的购物环境，星光摄影器材城 2010 年举办了“365 天无投诉五星店面创新风”评选活动。该活动每半年评选一次，从商家整体形象、是否被星光管理部批评、对商场经营管理制度的履行率、消费者投诉率、商家销售人员行为规范、专柜卫生达标程度 6 个方面评选出了 10 家包括相机销售、附件销售、相框相册及打印冲印在内的五星专柜、并评选出了“星光优秀销售员”。

下一年的目标

- ✧ 在商业结构调整中综合评估商家，合理规划商铺，进一步优化配套设施；
- ✧ 持续改进物业服务，坚持世博会期间的安全管理各项工作；
- ✧ 继续进行承租方满意度调研以指导以后的工作；
- ✧ 加强对品牌商与政府、社区的联系、协调、沟通，帮助解决实际问题。

9.合作伙伴——诚信交易

认知

作为一家商业企业，我们在日常经营活动中与合作伙伴紧密合作。他们的可持续发展，是我们能够可持续发展的重要条件。我们认为，对合作伙伴负责，就是以我们对产业链或服务链上下游的影响力帮助合作伙伴健康成长，为供应商服务，合作共赢，培育品牌发展规模；为代理商服务，共享品牌价值，创造最大利润。

关注

合作伙伴对我们的期望是能够通过合作获得盈利、获得规范运作的市场、各项支持服务和具有导向性的标准管理。

承诺

- ✧ 完善并推广社会责任内容的供应商准入标准；
- ✧ 推广执行对供应商进行可持续性考察，引导供应商的可持续发展；
- ✧ 持续规范代理商市场管理，营造公平竞争的市场环境；
- ✧ 为代理商提供更多更有效的支持服务，如加大技能培训次数与范围。

行动

➤ 可持续产品

我们与供应商诚信交易，保持良好的信誉，并且在遵守法律、员工权益、环境保护方面为他们提供支持，引导促进供应商的可持续发展，以保证向消费者提供安全优质的产品，不断提升品牌形象和价值。

我们综合评估潜在供应商的产品质量、行业信誉及可持续发展能力，选择良好资质的供应商进行合作。各连锁企业按照制度程序对供应商的资质进行书面审核，要求其提供工商、税务登记证等相关证件以确保供应商资质。对于将首次合作的供应商，我们通过背景调查等渠道了解潜在供应商的可持续发展能力如生产

安全、环境保护、员工权益等综合情况，按照不同权重作为选择供应商的依据，以保证产业链上下游的可持续发展。尤其，我们对于供应商的原材料生产过程十分关注，要求提供相应认证以确保原材料生产过程对人体和环境无有害影响。

集团下属连锁企业定期或不定期对部分供应商进行实地考察，参观供应商的厂房环境及生产设备，关注供应商的员工生活设施和权益保障，引导促进供应商持续更新自身生产工艺、重视解决污水处理等环境问题、合法经营及保障员工人权。

➤ 品牌专卖

我们以创造共同利益为合作导向，与代理商共享品牌价值。我们通过资质评定选择代理商，通过一系列的管理制度和程序、培训课程、巡防工作，对店面形象管理、价格管理、服务质量管理等进行规范和指导。在巡访过程中，我们积极为代理商做好经营策划、商品定位、形象设计、货品调配和技能培训等营销服务工作，有 1717 人次的加盟连锁企业员工参加了培训。通过巡访督查、指导服务，既加强了对加盟客户的培植，又达到了规范管理的作用，助推了加盟连锁企业的健康发展。

为提升古今品牌在全国的形象，保证古今“七个统一”的规范管理在全国的一致性，古今公司加强了对区域代理、加盟连锁企业的巡访力度，帮助他们与公司协调一致。截止 2010 年末古今公司已累计完成对 616 家商业网点的巡访指导，巡访率为 45.63%，在促进营销管理方面取得了较好的成效。

我们高度重视与代理商的沟通机制，2010 年，我们通过问卷形式收集了加盟连锁企业在产品设计、物流配送、市场形象、培训服务方面对我们的 104 条建议，为今后代理商的经营管理提供了工作方向和重点。

下一年的目标

- ✧ 在供应商准入标准中进一步明确社会责任内容；
- ✧ 坚持并推广对供应商进行可持续性考察并明确形成定期评价；
- ✧ 进一步完善与代理商的沟通机制，增加沟通的方式与有效性；
- ✧ 从规范要求和服务扶持两方面引导代理商，实现共赢。

10.员工——负责的雇主

认知

良好的人文环境是企业健康和谐发展的土壤。我们认为，对员工负责，就是将员工的成长与企业的发展结合，为他们提供实现自我价值的机会与环境。

关注

员工对我们的期望是能够获得平等的就业机会、合理的收入、良好的工作环境与氛围、适合自己的职业规划与培训，能够通过有效交流渠道与企业进行沟通。

承诺

2009 年我们对员工郑重承诺：

- ✧ 加大对优秀人才的引进和培养，优化各级管理人员的年龄结构，稳步推进人力资源配置；
- ✧ 进一步完善课程培训体系，提高培训覆盖率，增加培训内容多样性，建立以企业价值观为导向，以提升岗位能级为主要内容，以打造人才梯队为主要目的的培训体系；
- ✧ 合理扩大各项福利的员工受益面，加强完善绩效考核体系，基层员工的薪酬实现有序增长。
- ✧ 坚持开展多样的员工活动，提升员工的参与度，展示员工风采，不断增加企业的凝聚力和竞争力。

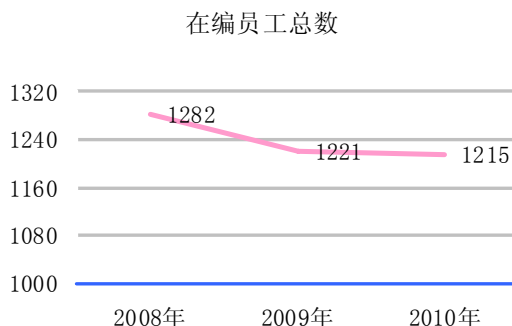
行动

➤ 员工多元化

基于“以高尚的品德做有境界的人，以优秀的才华做能务实的人，以就业的精神做能带队的人，以卓越的追求做能创新的人”的理念，集团坚持“德才兼备，以德为先”的用人标准，从品德、知识、能力和业绩多方面衡量人才、选拔人才、储备人才，开展“育人、聚人、引人、用人”的人才工作，不断创新人才

成长环境建设，不拘一格选人才。

我们倡导人员多元化，因为不同类型的人才和各种优秀理念的融合是一个成功企业所必须的。同时，我们坚持施行“平等无歧视”的人力资源政策，保证每一位员工能够在集团的人力资源环境下发挥最佳的工作效能。我们认为，多元化并不仅仅指年龄、性别、民族，它还包括每一个员工为益民所贡献的技能、才能和思想。



➤ 薪酬福利

多年来，集团坚持同员工签订集体劳动合同、女性员工特殊利益专项集体合同及工资集体协商协议。在此基础上，集团今年继续深入推进集体协商工作。在企业发展的同时，集团实施了一线员工工资增长计划，结合员工各种技能和考核机制对工资管理体系进行了进一步完善。2010 年，集团一线员工的平均工资增长幅度达到 12%。

我们为员工依法缴纳社会保险金、住房公积金等基本福利，还开展一系列如企业年金、补充公积金、职工互助保障综合险、大病医疗保险等切实增加员工福利的工作，稳定提高员工福利。针对退休老干部和经济负担重、发生意外的困难职工，集团发放“爱心卡”及“关爱卡”，提供 24 小时热线电话受理求助，确保及时向他们伸出援手。

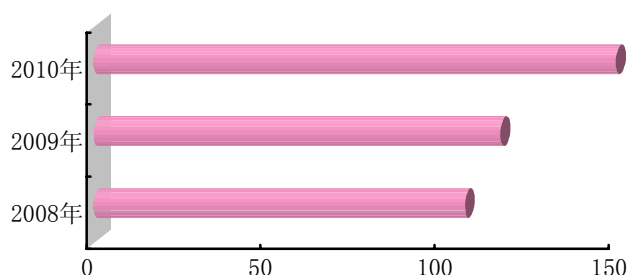


集团发放的爱心卡和关爱卡

2010 年，在两节帮困送温暖活动、帮困助学等活动中，集团支出各类慰问金约 150 万元，覆盖 2554 人次，为困难群体“织”起一张帮困送温暖的网络。集团连续第 22 年举办敬老节“早茶”活动，共有 600 多位退休员工参加。

各类员工投入	2008 年	2009 年	2010 年
职工福利费（万）	630	634	818
社会保险费（万）	1810	2063	2337
住房公积金（万）	460	539	650
工会经费和职工教育经费（万）	156	182	175
其他（万）	5645	6814	9449.6

帮困金额（万元）



➤ 开发培养员工的能力

近年来，集团不断致力于人力资源这一核心竞争力建设，重点提升干部员工的综合素质和岗位能级，先后举办了“两新（新引进、新提拔）”干部培训班、MBA 课程研修班、干部系列培训讲座、高技能人才进修班和各类专业知识讲座培训。此外，集团还举办了“店长工程”系列培训，为一线管理人员在繁忙的工作之余提升管理能级创造条件。

集团今年通过邀请国内外知名学者进行不定期专题讲座的形式，引进国际先进的管理理念，达到开阔视野、拓宽思路、不断提高公司干部队伍素质的目的。2010 年 9 月 15 日，集团邀请美国哈佛大学经济学博士、竞争战略之父迈克·波特的弟子高焱赋（Krepps. Matthew）教授为公司干部进行了题为《创新增值，战略制胜》的企业战略讲座，首次尝试邀请国际知名学者为公司干部培训讲课，对企业培训方式进行探索与创新。

2010 年 12 月 16 日至 17 日，集团举办了中欧工商管理学院战略和营销教授柏唯良（Willem Burgers）先生主讲的市场营销课程，集团总部全体员工、各子公司经营者及兄弟企业有关人员等超过 100 余人参加了培训。课程中，柏唯良教授向他们阐述了营销理念、营销数学、营销心理、品牌战略和企业发展的关系，

讲座现场气氛热烈，双方达到了良好地互动交流。

“店长工程”系列培训是集团实施“人才强企”的一项重要举措。针对新形势下企业发展对人才队伍建设所提出的新要求、新标准，力求通过培训体系的建立，营造高素质、学习型的员工队伍，为企业战略发展提供人力资源保障。2010年6月起，集团在卢湾党校先后集中举办了两期“2010 益民商业店长综合能力”培训班，有81名骨干员工参加，以及29名同志参加大专班。另有7名中层干部，其中4名参加大专、3名参加专升本学习，以此提升干部、员工综合素质。

2010年，集团还组织开展了以内衣知识、摄影知识、健康饮食知识、床品知识等为内容的一系列职工代表系列培训讲座，在丰富职工代表业余文化生活的同时，为他们全面了解企业搭建平台。

➤ 保持与员工的沟通

集团通过各种会议纪要、网站、《益民动态》等形式让员工知晓企业的重大事项，并积极拓宽各类信息沟通渠道，如网站职工入口、领导信箱，积极开展合理化建议收集活动，鼓励员工表达心声、共同为企业的发展献计献策。在集团总部连续三年推行每次一位总部员工列席参加党政办公会议制度的基础上，今年集团将列席会议的范围扩大到每次一位集团系统职工代表参加，听取了职工代表对列席集团党政办公会议的意见和建议，并将此制度在各子公司加以推广执行。此外，集团今年还邀请职工代表参加集团帮困助学金额发放等事宜的讨论，体现了“以人为本，利益兼顾，共谋发展，共享成果”的原则。

今年下半年，我们通过员工座谈会、问卷调查、走访调研等形式，对员工的工资收入满意度情况、人力资源相关工作的意见和建议进行了调研，并及时反馈和沟通。调研总体情况显示，员工对集团上述相关工作的满意度为87.72%。

集团下属置业公司在企业内部开展了“迎世博、保平安、找隐患、出点子”竞赛，以发现一个安全隐患、提出一个工作改进的金点子为内容，鼓励公司员工立足岗位实际，开动脑筋，群策群力，发现身边安全隐患，提出工作建议。活动得到了广大员工的积极响应，收到多项合理化建议和工作改进计划。

➤ 文化活动与关怀

为了营造和谐的企业文化氛围，提升集团的集体凝聚力和员工的归属感，使员工充分发挥自己的个性与才能，2010年我们开展了“争创一流，服务世博”

员工技能比武活动，首次举办了艺术节以增进员工文化交流。此外集团还组织员工参加青年辩论赛、普通话比赛等活动，发挥员工的积极性和创造性，鼓励他们展现自我风采，增强自信心，增加凝聚力。

作为益民特色的员工活动，今年的职工技能比武活动进一步完善和提升了项目设计和评判机制，比武能级和水平较往年有了较大提升。集团共有近 400 名员工参加了内衣设计、珠宝鉴定、烹饪和切配、电工技术、照相器材销售、床上用品销售 6 个项目的比赛。比赛还邀请了各项目市级技能鉴定评审老师担任评委，通过角逐，共有 6 位员工获得了比赛优胜奖。通过技能比武，展示了益民员工立足岗位、勤学苦练、争创一流的精神风貌，进一步营造崇尚技能、学技能的企业氛围。

2010 年 10 月，集团举办了首届艺术节。艺术节主要由“欢乐世博、魅力风采”——“古今杯”益民员工和世博女兵联袂表演与“欢乐世博、精彩生活”——益民集团员工才艺展示两项活动组成。表演以时装秀为主要内容，古典雅致的旗袍、时尚干练的职业装、奢华的龙凤珠宝、雍容华贵的礼服、自信甜美的微笑、娴熟优雅的台步，逐一勾画出益民员工的精神面貌和魅力风采，也展示了企业的激情活力和多姿多彩的文化氛围。才艺展示共有 96 名员工参展，共展出 130 余件员工作品，作品精美、细致、观赏性高，赢得了广大观展员工的交口称赞，展现了员工们丰富多彩的业余生活和健康、和谐的企业氛围。本次艺术节为员工提供了展示个人魅力与才华的舞台，激励了更多企业员工参与企业文化建设的热情。



➤ 关注员工健康

集团关注员工职业健康，为员工办理商业保险和大病医疗保险，并逐步建立

“综合补充医疗保障计划”。在发展的同时我们不忘记曾经为集团贡献力量的退休老人，对于 80 岁以上的退休老人我们每天向其赠送一瓶牛奶。此外，集团积极推进无偿献血活动，今年共组织 55 人参加无偿献血活动，并举办了一系列体育活动如保龄球比赛、乒乓球比赛，鼓励员工锻炼身体提高身体素质。

下一年的目标

- ✧ 继续以“德才兼备、以德为先”为用人标准，加大人才招聘力度，优化配置人力资源；
- ✧ 进一步制订和完善经营者绩效考核评价办法，健全与完善总部员工绩效管理体系；
- ✧ 继续认真贯彻实施“店长工程”，开展各种专题培训和管理培训，加大对人才培训的投入力度，积极推进创建“学习发展型企业”。
- ✧ 通过技能比武、艺术节等文体活动不断增加员工凝聚力，进一步营造和谐企业文化。

11. 社会——和谐关系

认知

企业的经营发展离不开良好的市场秩序及社会大众的支持。因此，我们一直坚持，在企业经营发展的同时积极回馈社会，与城市共发展。

关注

我们认为，我们应当推动社会经济与文化发展，并且不遗余力地参与社会慈善公益活动，帮助弱势群体，积极参与构建和谐社会。

承诺

2009 年我们承诺：

- ✧ 坚持做好招商工作，建立和完善公司系统招商团队，分头落实责任范围和中介等信息联络区域，以持续推动地区经济发展；
- ✧ 结合公司发展与社会需求加强文化交流活动，更好地传承文化，提升品牌知名度；
- ✧ 扩大社会慈善公益的参与面，更好地帮助困难群体；
- ✧ 在调整企业人力资源结构的基础上合理吸纳社会人才。

行动

➤ 推动地区发展

集团以推动区域经济发展为己任，大力发展旗下连锁品牌，长期开展招商工作以引入优秀企业，通过投资等形式促进优势企业发展。2010 年集团对淮海路商业结构进行了优化调整。同时积极参与城区形象建设，营造符合淮海商业定位的高品质商圈形象，提升时尚商业街的品味。

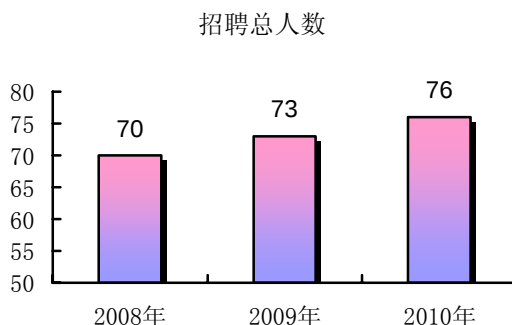
在推动地区经济发展的同时，我们注重品牌文化的推广。2010 年，集团下属天宝龙凤公司与卢湾妇幼保健院开展结对共建工作，以“优势互补、资源共享、取长补短、共同提高”为出发点，通过“巾帼文明岗”结对、工会结对、团组织

结对等形式，共同促进双方的精神文明建设。下属星光摄影器材城在每年举办公益外拍、摄影知识讲座、摄影大赛等活动的同时，今年还将十多位星光VIP会员推荐成为上海摄影家协会会员，为相关行业协会培养输送人才。

老有所好，老有所乐——星光已成为老年摄影爱好者交流摄影知识的平台。2010年，星光摄影器材城联手五里桥街道共同举办“迎世博·共建和谐”公益活动，为社区居民提供学习交友、理论教学、实拍演练等摄影服务，并免费为社区老年人提供拍摄证件照、赠送相册、相框等具有星光专业特色的服务活动。



为满足集团人才战略的需求，同时缓解社会就业压力，承担应有的社会责任，集团积极吸纳社会优秀人才，并且通过引入租赁客户创造了大量的间接就业岗位。2010年，我们引进了从管理岗位到一线员工的各类人才，满足集团可持续发展目标的同时，也起到了一定的推动社会发展的效用。



➤ 军民共建

集团积极参与创建军民共建和谐社会，春节期间同共建部队开展联谊活动，年内不定期邀请武警、消防等部队官兵来企业举行国防知识和消防安全知识讲座，为企业文化建设和安全生产建设添砖加瓦。今年为庆祝中国人民解放军建军83周年，集团连续第七年冠名并积极参加了上海市庆“八一”军民长跑活动，充分展现了益民人的集体荣誉感、“坚持到底”的信念及“参与世博、服务世博、奉献世博”的激情。



2010 年 8 月 1 日，以“与世博同行，为世博添彩”为主题的第三十届“益民商业杯”上海市庆“八一”军民长跑活动举行，长跑队伍从世博会 2 号停车场出发，途经世博会博物馆、日本产业馆、国家电网馆等多个场馆，共有 2010 名人民子弟兵及各区县人员参加了此次长跑活动，益民集团参加人数达 270 名，创造了历年之冠。在飘扬的“益民商业”队旗下，各子公司的队旗相映成辉，身着统一服装、精神抖擞的益民员工长跑队伍成为整个活动中一道亮丽的风景。

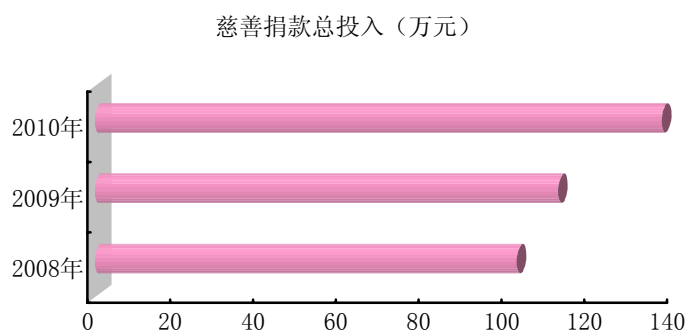
➤ 慈善公益

多年来，集团支持慈善事业工作，帮助社会困难弱势群体从不间断。作为上海市慈善基金会会员、上海市老年基金会卢湾分会理事单位，本着“取之于民，反馈于民；企业发展，反哺社会”的社会责任感，集团多次参与慈善活动，为帮助社会弱势群体尽一份职责。在玉树地震和舟曲泥石流等灾害发生后，集团上下积极参与到为灾区慈善捐款活动中来，其中玉树地震赈灾以集团名义的捐款达 20 万。在今年“一日捐”活动中，集团员工 3832 人次共捐款 17 余万元。集团还多次组织员工开展社区结对、便民服务、帮困、助学等一系列公益活动，坚持每年为对口支援的云南地区捐赠棉被等物品，节日组织员工探望社区孤老。

古今公司通过上海市慈善基金会热心帮困助学。在今年的高考中，由古今公司长期结对帮困的学生考取了上海财经大学、浙江大学等优秀大学，学生家长亲自送上“热心助学、冬里暖阳”锦旗；向上海市残疾人福利基金会捐赠，出资认购了 155 辆轮椅车供特困残疾人使用，帮助他们解决出行难的问题。

天宝龙凤年初参加了由市慈善基金会主办的“千店献爱心、和谐迎世博——2010 新年慈善千店义卖”活动，从当天的营业利润中捐出 5000 元，让特困家庭感受到社会的关爱和温暖；10 月天宝龙凤向红十字会“关爱生命俱乐部”定向

捐款3 万元，向需要帮助的人群伸出援助之手，获得红十字会的“人道救助、爱心关怀”证书。



下一年的目标

- ✧ 结合企业的商业模式，为城区形象建设贡献力量；
- ✧ 发扬拥军爱民的优良传统，推动社区文化建设；
- ✧ 与更多社会组织合作，帮助扶持社会弱势群体，建立长效机制。

12.环境——可持续发展

认知

我们致力于减少我们的经营活动对环境的影响和促进我们及服务链上下游形成良好的环保习惯。我们认为，作为一个有责任感的企业，就要自觉履行环保社会责任，积极参与建设生态文明。

关注

我们认为，我们应该增加对环保节能技术和设施的运用、杜绝不必要的资源浪费并将环保落实到日常工作生活之中。

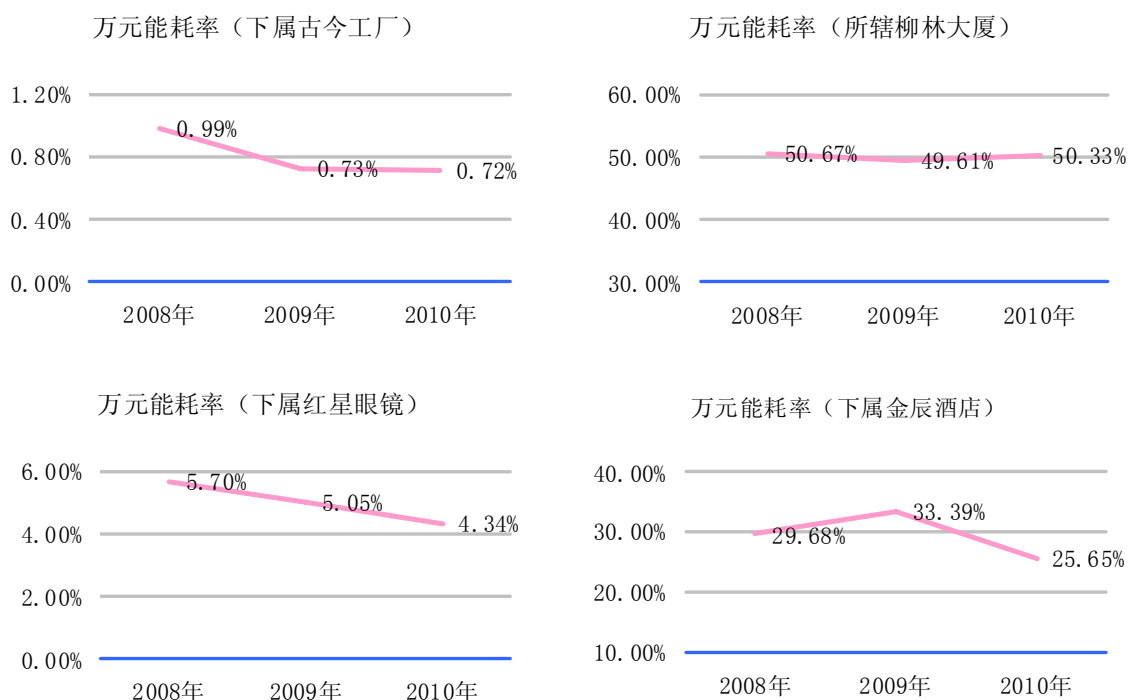
承诺

2009 年我们郑重承诺：

- ✧ 继续推进节能专项工作，交流推广节能经验，推进技改创新，挖掘节能降耗新领域新环节；
- ✧ 因地制宜推广节能新技术、新设备和新材料的应用，加快淘汰高耗能品种，广泛使用节能灯具；
- ✧ 广泛深入开展商业节能减排宣传，大力弘扬“节约光荣，浪费可耻”的社会风尚。

行动

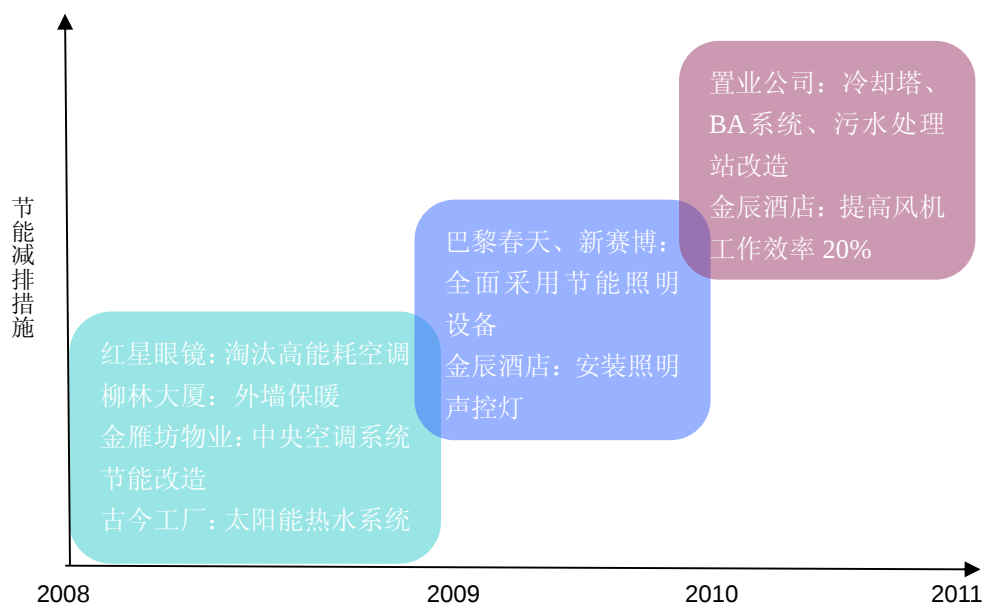
可持续发展、实现低碳经济，正逐渐成为每一个有责任感、使命感的企业谨慎思考并为之付出行动的目标，集团通过节约使用自然资源，提高能源利用率，降低废物排放等措施来减少企业的“碳足迹”。



➤ 节能改造

2010 年，集团下属置业公司对柳林大厦办公楼冷却塔实施更新改造，调换了原来使用年限已久的冷却塔，更新后的设备散热能力明显提升，制冷效果显著改善，整个冷水机组工作效率大大提高，办公楼空调的使用效果也显著提高。置业公司还对柳林大厦的 BA 系统进行整体改造，通过系统改造，照明设备、楼层空调都实现电子控制，有效降低了能源消耗。此外，置业公司对柳林大厦的污水处理站进行了废气排放改造，以高压静电和活性炭吸附相结合的方式，基本消除了污水处理直接排放的废气异味，起到了良好的效果，同时也提升了物业的环境质量。

2010 年，金辰大酒店对 7 台变风量空调、2115 m²风管、120 台风机盘管进行清洗消毒，使风机工作效率提高 20% 左右；同时，考虑到原来的生活用水进、出水管管道有老化现象，影响了水质，酒店及时对生活用水管进水管进行了更换，保障了供水系统的正常运行和节约了能源。



图七：益民集团节能减排发展

➤ 从小事做起

我们以持之以恒的态度对待每一件事关节能环保的“小事”，为环境保护事业贡献自己的力量。

我们通过一系列措施控制用电量，包括节约照明用电、减少空调、电梯、电脑、打印机等用电。我们的办公场所和所辖商场全面推广使用节能灯，如古今工厂规定车工一人一车一灯，离开时随手关灯；金辰酒店餐厅、多功能厅的吊灯、壁灯，由原白炽蜡烛灯更换成蜡烛型节能灯，酒店招牌使用 LED，楼道照明安装声控装置；红星眼镜旗舰店也将商场的金卤灯改为节能灯。公司办公区域严格执行室内温控标准，并要求办公场所电脑在不用时以待机代替屏幕保护，用液晶电脑屏幕代替 CRT 屏幕，调低电脑屏幕的亮度，不使用打印机、复印件、传真机时，将其断电；还要求减少办公室内电加热饮水器数量，下班后要切断可以关闭的各类电器设备电源。

为了节约使用消耗品，我们大力提倡双面打印、复印文件材料和无纸化邮件，尽可能循环使用办公用品，减少使用一次性办公用品，严格按有关规定的配备标准和使用年限添置办公设备。我们还注意节约装修成本，规定除正常维修外，严格控制办公用房装修。集团和各单位严格控制办公开支，降低办公成本，集团总部也强化预算控制，每月初制定明细费用、预算申请，实行办公用品统一采购、

统一管理、统一发放，并健全制度，落实专人管理，节约使用。

下一年的目标

- ✧ 继续推行节能改造，因地制宜推广节能新技术、新设备和新材料的应用，淘汰或者改造高耗能设备；
- ✧ 鼓励日常工作中节约能源减少废物排放；
- ✧ 进一步加强节能环保的理念传递，开展多种形式的宣传活动。

13.专题：世博会与我们

2010 年，上海世博会荟萃世界文明成果，为上海向世界充分展示“城市，让生活更美好”提供了历史机遇和广阔舞台。246 个参展国家和国际组织、超过 7000 万人次的中外游客的空前规模……世博会的成功举办，不仅是上海人的骄傲，同时也使全中国人民引以为傲。

2010 年，商业服务业作为城市重要的窗口行业，在服务海内外来宾，展示上海国际大都市形象中发挥了重要作用。我们积极参与、乐于付出，为世博会的“成功、精彩、难忘”添砖加瓦、奉献力量。

➤ 志愿者活动

上海世博会期间，我们积极投身于地铁轨交平安志愿者行动、世博服务站点志愿者行动、公交车站志愿者服务等各种公益志愿者活动，累计 400 余人次在平安世博、交通文明、窗口服务、世博宣传等方面的各种岗位上开展志愿服务，集团下属金辰酒店还设立了专门的世博志愿者服务站点，为游客提供信息咨询、语言翻译、应急救援等服务。



在世博会即将结束之际，金辰大酒店世博志愿者服务站的四位站长均被评为“志愿者之星”。她们在担任世博志愿者服务站站长期间，充分发扬了“奉献、

友爱、互助、进步”的志愿者精神。面对游客的各种提问始终面带微笑、热情有礼，回答问题时认真仔细，懂得随机应变，根据游客的不同要求给出不同的回答，为游客提供最满意的答案，受到了游客们的赞扬。金辰大酒店的部分志愿者已经积极报名参加后续志愿者活动，为我们的城市志愿者队伍储备力量。

➤ 特许商品

集团下属连锁企业积极参与世博、服务世博，先后设计开发了一系列世博特许产品。

经上海世博局的甄选和批准，古今公司成为国内唯一一家入选中国 2010 年上海世博会特许产品零售商及生产商的专业内衣公司，进入世博园区销售。围绕“参与全球盛会，珍藏世博记忆”这一理念，古今公司自主开发设计了“世博肩带”、“世博包装”等一系列包含世博元素的特许产品。产品带有“中国 2010 年上海世博会”标志，包括了“绣色可餐、简爱生活”等主题系列。不仅融入了古今“自信美丽”的文化理念，更创新设计了独具特色的古今“世博肩带”馈赠消费者，在细节之处彰显“健康生活”的世博概念。

天宝龙凤公司取得了“中国 2010 年上海世博会贵金属特许产品经营企业”、“中国 2010 年上海世博会特许生产商”和“中国 2010 年上海世博会特许零售商”三项资质，并开发出 190 多款世博贵金属产品。其中贵金属系列（中国馆）成为上海世博会荣誉特许产品，受到世博高峰论坛的青睐，成为世博高峰论坛的国礼准入产品。

贵金属系列（中国馆）投入市场立即受到广大消费者及收藏者的追捧，市场反响良好。产品设计精美，创意独特，工艺精湛，寓意深刻，具有珍贵的收藏价值。



➤ 摄影大赛

2010 年，益民集团与文汇新民联合报业集团联合主办了“星光杯”世博中国行摄影大赛，通过广大摄影爱好者手中的相机镜头，记录世博会举办期间的精彩瞬间，反映多彩生活，彰显人文魅力，让世界了解中国，向世界展示精彩的上海。本次大赛由文新报业集团图片中心、上海星光摄影器材城承办，举办时间为

2010 年 4 月 1 日至 2010 年 10 月 31 日。本次摄影大赛的举办，让我们和广大摄影爱好者更好地参与到世博中来，也让更多的爱好者了解星光摄影器材城丰富多彩的摄影文化，更使精彩难忘的世博会留在了我们摄影文化中。



► 世博女兵结队

2010 年 3 月起，集团与五里街道同驻区世博安保女兵部队开展了结对共建活动，集团领导多次到女兵驻地看望部队官兵。为了方便部队教育、培训工作的开展，我们积极向部队提供彩电、洗衣机、投影仪等电器设备。集团下属古今公司为女兵们上门量体服务、度身定做，赶制了 2100 件特定体型、特定材质、特定款式的内衣送到女兵营，为世博安保女兵送上一份温馨的祝福。同时，为丰富部队女兵们的精神生活，集团还充分利用自身资源，开展一系列受女兵喜爱的活动，如集团工会为女兵部队组织举办了一场精彩的摄影知识讲座，从照相机的演变到现代数码摄影技术，进行了图文并茂地讲解，得到了女兵们的热烈互动。11 月份，集团和五里街道共同为世博安保女兵官兵召开了庆功大会。

2010 年 5 月 14 日，益民团委同世博安保大队女兵中队开展“军民鱼水情、共庆世博会”联谊活动。古今公司副总经理朱美芳女士在旗舰店二楼为女兵们准备了一场精彩的内衣挑选和穿着知识讲座，随后益民团员青年们同女兵们开展了一场生动活泼的联谊会。欢声笑语荡漾在浓浓的军民鱼水情中，也让益民的青年真正走进这群肩负着重大使命任务的女兵当中，感受着她们的情感和奔放，传递着我们的关心和祝福！



2010 年 9 月 19 日，公司党委书记、董事长杨传华、党委副书记沈建敏来到世博安保部队女兵一中队，向世博安保女兵官兵送上中秋节的慰问，并为广大女兵们送上了特色月饼。慰问中，女兵中队教导员陈菁对益民公司在支持部队建设中所做的工作表示由衷的感谢，并介绍了部队在世博安保期间所取得的成绩。杨董事长代表公司全体员工预祝世博安保女兵们节日快乐，并表示公司将继续支持世博安保部队，共同为世博大局作出贡献。

14. 社会责任绩效数据表

	关键指标	08 年	09 年	10 年
经济指标	总资产（百万）	1995.77	2040.00	2096.00
	净资产（百万）	1197.72	1272.35	1351.59
	总股本（百万）	609.97	731.96	731.96
	净利润（百万）	100.60	110.97	123.04
	总收入（百万）	1183.98	1450.22	1865.70
	基本每股收益（元）	0.137	0.152	0.168
	分红（万元）	9758.51	4391.78	4391.78
	上交税收总额（百万）	106.57	154.56	159.22
满意度指标	消费者满意度（下属古今公司）	98.03%	99.00%	98.51%
	消费者满意度（下属天宝龙凤）	81.29 分	82.20 分	83.58 分
	在编员工总数（人）	1282	1221	1215
员工指标	各类员工投入（万元）	8701	10232	13429.6
	员工帮困投入（万元）	106.63	116.84	150
	慈善捐款总投入（万元）	102	112	137
环境指标	万元能耗率（下属古今工厂）	0.99%	0.73%	0.72%
	万元能耗率（所辖柳林大厦）	50.67%	49.61%	50.33%
	万元能耗率（下属金辰酒店）	29.68%	33.39%	25.65%

万元能耗率（下属 红星眼镜）	5.70%	5.05%	4.34%
-------------------	-------	-------	-------

15.2011 年展望

2011 年是“十二五”规划开局之年，也将是益民集团的关键之年。全球经济持续复苏，中国成为世界第二大经济实体，“后世博”时代拉开帷幕，为上海的发展奠定了前所未有的高起点。益民集团将抓住难得的战略机遇，抓管理，强基层，走新路，深入坚持科学发展观，加快转变经济发展方式，努力实现包容性经济增长。在新的一年里，益民集团将承前启后，在不断致力于企业经济建设的同时，不断完善企业社会责任治理结构，进一步落实企业社会责任理念和标准，努力实现集团的全面协调可持续发展，为社会经济发展贡献力量。2011 年，我们将深入推进企业社会责任建设：

➤ 创新资本运作，优化股东利益

集团将继续坚持市场化的发展方向，强化内控机制，精细预决算管理，规范运作，控制风险，发挥资本市场的杠杆功能，提高企业经济效益。进一步完善益民商投、益民置业、益民创投三大投资功能平台建设，以控制风险为前提，以规范运作为基础，积极研究政策、策划方案，推动资本运作，努力推进传统市场与资本市场的优化组合，为城区经济发展再作贡献。

➤ 严格产品质量，提高服务水平

集团将继续实行严格的产品质量标准，保障旗下产品质量合格；进一步完善供应商准入标准，保证合格质量的商品进场；坚持定期对各商家进行产品质量检查，建立健全长效管理机制，保证消费者买的放心，用的舒心。集团将进一步完善各类增值服务、特色服务、便民服务，同时继续根据消费者的需求在消费前、消费中、消费后提供差异化、个性化服务，不断提升服务水平，发扬世博优质服务精神。

➤ 完善基础设施，提升商务平台

集团将继续推进淮海中路商业结构调整工作。我们将使客户调研、客户沟通标准化、流程化，根据客户需要提供个性化、主动化服务，增加服务种类，拓展

信息共享的层次和力度，在工程保养、安全管理、设备维修、日常服务、便利交通等方面提高服务水平。

➤ 落实诚信理念，实现共赢发展

诚信的商誉是商家的生命力所在，集团将以诚信的信念对待供应商、代理商，拓展企业效益。深入完善供应商准入标准，加强对供应商和代理商的巡访、考察、检查、调查，保证产品和服务的质量；要求供应商共同执行益民集团的社会责任标准，对代理商市场进行规制，保证市场环境的公平安定；减少与供应商的交易壁垒和障碍，增加与代理商的沟通并强化培训，为他们提供优质的支持服务。

➤ 关注员工利益，完善和谐劳资关系

坚持严格遵守法律法规，规范用工行为。重视职工代表大会和工会的作用，做好新一届职代会的换届选举工作；继续推行实施企业工资集体协商制度，有序提高一线员工的薪酬水平；推进企务公开，推行民主管理，维护员工的合法权益；发挥员工的能力和潜力，提升员工的参与度，建立完善的员工评测体系；关心员工生活，帮助困难员工，举办丰富多彩的文化活动，营造良好的企业氛围，增强凝聚力和亲和力。

➤ 发展低碳经济，建立绿色经营模式

集团将广泛采用新材料和节能器具，引进新设备遵循严格的环保标准。在销售等经营活动中挖掘节能减耗的新方法、新环节。提倡绿色办公方式，努力建设“零排放”办公区，创造优美健康的办公环境。集团继续采取一系列切实可行的节能减排措施，减少“碳足迹”。

16. 社会认可

2010 年 1 月，集团下属上海古今内衣有限公司的“古今”商标荣获“中国驰名商标”称号，上海天宝龙凤有限公司被评为“2009 年度上海名牌”。

2010 年 3 月，集团下属上海古今内衣有限公司被上海市工商行政管理局继续认定为“上海市著名商标”，“古今”牌女性内衣荣列“同类品牌市场占有率第四名”。

2010 年 4 月，集团下属上海古今内衣有限公司、上海天宝龙凤有限公司、上海床上用品有限公司和上海新光光学仪器有限公司被上海百货商业行业协会评为“2009 年第十八届‘百花杯’优质服务竞赛活动先进企业”。上海新光光学仪器有限公司金山乐购店荣获了“百花杯”优质服务奖。

2010 年 4 月，集团下属上海古今内衣有限公司被评为“2009 年度卢湾区节能减排工作先进单位”。

2010 年 7 月，集团下属上海金龙商业有限公司荣获了“上海市价格协会团体会员——诚实守信公正公平”。

2010 年 9 月，集团下属上海古今内衣有限公司被评为“2009 年度上海名牌”。

2010 年 9 月，集团下属上海金龙商业有限公司荣获了“企业信用管理达标证书”。

2010 年 11 月，集团下属上海古今内衣有限公司荣获了 2010 中国时尚内衣节“金凤凰”奖。

2010 年，集团下属上海天宝龙凤金银珠宝有限公司在黄金协会及工商联黄金珠宝商会联合评选中宝山店被评为“2010 上海市商业服务品牌优秀柜组”，员工获得“上海市商业品牌先进个人”称号。

2010 年，集团下属上海金辰酒店管理有限公司荣获了“上海市文明餐厅”、上海市“诚信经营”示范企业和上海市商业优质服务“先进集体”。

部分世博荣誉：

上海益民商业集团股份有限公司荣获了卢湾区“世博志愿服务优秀组织单位”称号；

集团下属上海益民商业投资发展有限公司本部荣获了上海市“服务世博、奉

献世博”优秀集体称号；

集团下属上海古今内衣有限公司党支部和上海天宝龙凤金银珠宝有限公司党支部被评为卢湾区“世博先锋先进党组织”；

上海益民商业集团股份有限公司连锁事业部和下属上海古今内衣有限公司本部、上海金雁物业管理有限公司金雁坊管理处和上海星光照相器材批发市场经营管理有限公司行政部被评为卢湾区世博工作优秀集体；

集团下属上海金雁物业管理有限公司淮海中路 1 号管理处荣获了上海市“工人先锋号”称号。

集团下属上海古今内衣有限公司和上海金辰酒店管理有限公司荣获了卢湾区迎世博窗口服务行业“微笑服务品牌”称号；

集团下属上海古今内衣有限公司荣获上海市精神文明建设委员会颁发的“迎世博贡献奖——优质服务贡献奖”和“迎世博银行卡刷卡无障碍立功竞赛活动，刷卡无障碍示范商户”，并被评为“2009 年上海市商业优质服务先进集体”；

集团下属上海天宝龙凤金银珠宝有限公司和上海金辰酒店管理有限公司荣获了“迎世博 600 天上海市五一巾帼示范岗”；

集团下属上海天宝龙凤金银珠宝有限公司荣获了卢湾区“世博先锋行动”优秀组织者、“巾帼文明岗”和“世博服务品牌奖”；

集团下属上海金辰酒店管理有限公司创建了世博服务达标优胜饭店；

上海益民商业集团股份有限公司及下属各公司的员工也积极参与世博，有 30 人因突出贡献和杰出表现，共获得市、区有关部门颁发的 11 项世博荣誉，部分获奖情况如下：2 人荣获上海市“服务世博、奉献世博”优秀个人称号，9 人荣获卢湾区“服务世博、奉献世博”优秀个人称号；1 人荣获卢湾区世博先锋称号，2 人荣获卢湾区世博先锋优秀个人奖；7 人被评为卢湾区世博城市文明星、1 人被评为上海世博会优秀志愿者，1 人荣获上海市地铁志愿之星称号。

17. 审验报告

审验声明 上海益民商业集团股份有限公司 2010 年度企业社会责任报告

信会师报字（2011）第 60030 号

致上海益民商业集团股份有限公司的各利益相关者：

我们应上海益民商业集团股份有限公司（以下简称“益民集团”）的委托对《上海益民商业集团股份有限公司2010年度企业社会责任报告》（以下简称《报告》）进行独立审验。《报告》是益民集团自2009年度建立报告发布制度以来，连续第二年度发布企业社会责任报告，并继续邀请第三方机构就《报告》进行独立审验。

按照上海证券交易所《<公司履行社会责任的报告>编制指引》的要求，编制报告、披露企业社会责任相关信息是益民集团管理层的责任。我们的工作和结论仅限于考虑《报告》披露的信息在重大方面上是否违背上海证券交易所《<公司履行社会责任的报告>编制指引》的要求，存在不公允的表述。

审验范围和标准：

我们对《报告》中所披露的信息进行审验。本次审验不对《报告》中披露的企业社会责任相关指标数据的准确性作出评价。

本次审验时间为2011年1月。审验的依据为上海证券交易所《<公司履行社会责任的报告>编制指引》和GRI报告原则的相关要求。

我们按照《中国注册会计师其他鉴证业务准则第3101号：历史财务信息审计或审阅以外的鉴证业务》的要求执行审验工作。

审验工作：

为了得出审验结论，我们开展了以下工作：

通过互联网收集与益民集团履行社会责任相关的信息；

对益民集团相关部门的代表进行了访谈，了解企业社会责任履行的政策和流程，及各部门的执行情况；

了解了益民集团《报告》中相关数据的统计方法和报告的逻辑框架；

了解了益民集团的内部沟通机制及与外部利益相关者报告其相关政策的情况；

审验了益民集团提供的与《报告》相关的文件、数据和信息。

审验结论：

基于我们的工作，我们没有注意到任何事项使我们相信，《报告》与上海证券交易所《〈公司履行社会责任的报告〉编制指引》要求存在重大不相符之处，《报告》在重大的、系统性的或实质性方面的陈述存在不公允性。

独立性声明：

我们参加益民集团《报告》审验的项目组成员与益民集团及其利益相关者无明显的利益关系。我们确认项目组成员具有独立性、公正性和合适的能力资格。

相关说明：

我们对任何第三方根据此审验声明作出的无论是在投资还是其他方面的决策不负有责任或义务。

立信会计师事务所有限公司

二〇一一年二月十五日

15.与 GRI 指标对应表

GRI	编号	内容	相关性	报告对应
战略与分析				
	1.1	机构最高决策者关于企业战略与可持续发展的陈述	高	P3
	1.2	对主要影响、风险及机遇的描述	高	P3
公司概况				
	2.1	机构名称	高	P4
	2.2	主要品牌、产品及（或）服务	高	P4
	2.3	组织架构，包括主要业务部门、业务公司、子公司和合资企业的说明	高	P5
	2.4	机构总部的地址	高	P63
	2.5	机构业务所在国家及与报告中涉及的与可持续发展相关的国家名称和数量	高	P4
	2.6	所有权性质和法律形式	高	P4
	2.7	所服务的市场	高	P4
	2.8	报告机构的规模	高	P4
	2.9	在报告期间机构规模、结构或所有权限发生的重大变化	高	P4
	2.10	报告期间获得的奖励	高	P54
报告参数				
	3.1	所提供信息的报告期间(例如，财政年度/日历年度)	高	P1
	3.2	最近一次报告的日期(如果有的话)	高	P1
	3.3	报告周期(一年、两年等)	高	P1
	3.4	对报告或其内容有疑问可供联系的方式	高	P63
	3.5	界定报告内容的程序	高	P14-15
	3.6	报告的界限	高	P1
	3.7	对报告范围及界限的限制因素的说明	高	N/A
	3.8	对可能严重影响不同报告周期与不同机构之间可比性的要素的报告依据，如合资企业、子公司、租赁设施、外包业务等。	高	N/A

3.9	数据评估方法及计算基础	高	N/A
3.10	对之前报告中的信息进行调整和更改的说明（例如，合并/收购，基准年度/期间、业务性质、评估方法的变化）	高	N/A
3.11	报告在范围、界限及评估方法上出现的重大变化	高	N/A
3.12	列表标明报告引用标准的位置：标明页码和对应链接	高	N/A
3.13	为报告寻求外部认证的相关政策和现行做法	中	N/A
公司治理			
4.1	报告机构的治理架构，包括最高管理层下负责专项事务（如制订战略或对机构进行监管）的委员会	高	P7
4.2	说明最高管理层的主席是否也兼任行政职位	高	N/A
4.3	如机构有完整的董事会体系，说明独立董事与（或）非执行董事的数量	高	P7
4.4	股东和员工向机构最高管理层提供建议或指导的机制	高	P19、35
4.5	机构最高管理层、高级经理及执行主管的薪酬与机构业绩的联系	高	P7
4.6	最高管理层规避利益风险的程序	高	P7
4.7	最高决策层在经济、环境、社会方面战略的任职资格说明	高	N/A
4.8	内部制定的与经济、环境、社会效益及其实施情况相关的使命或价值观、行为守则及原则	高	P9
4.9	最高决策层对机构进行监察及管理经济、环境、社会效益的程序和准则	高	P14
4.10	评估最高管理层自身业绩的程序（尤其是经济、环境和社会业绩）	高	P14
4.11	说明最高决策层是否以及如何提出业绩的程序与方式	高	P14
4.12	机构签署或认可的由外部机构开发的经济、环境和社会章程、原则或其他行动计划	高	N/A
4.13	主要加入哪些协会(如行业协会)和/或国家、国际性倡导机构并为会员	高	P22
4.14	机构利益相关者清单	高	P10-12
4.15	识别及选择利益相关者的依据	高	P9
4.16	利益相关者参与的方式，包括各类别以及各利益相关群的参与频率	高	P10-12
4.17	利益相关者参与提出的重要主题和问题及机构如何回应这些重要主题和问题（包括通过报告作出响应）	高	P10-12
经济			
EC1	产生和分配的直接经济价值(包括收入、经营成本、员工薪酬、捐赠和其他社会投入、留存收益以及向出资人和政府支付的款项)	高	P18、19
EC2	由于市场环境变化，机构活动所面临的财务问题和其他风险及机遇	高	P3
EC3	机构明确承诺的固定福利计划的覆盖范围	高	P34

	EC4	政府给予机构的重大财务支持	不适用	N/A
	EC5	在主要业务运营区，机构的工资标准起薪点与当地最低工资的比例	高	P33
	EC6	在主要业务运营地区，机构对当地供应商采购的政策、制度和支出比例	高	P30
	EC7	在主要业务运营地区，机构雇佣当地员工的程序及聘用当地高级管理人员的比例	中	P33
	EC8	机构通过商业活动、提供实物或免费专业服务而开展的主要面向大众福利的基础设施投资与服务及其影响	高	P38-39
	EC9	对其间接重大经济影响的理解与说明，包括该影响的程度和范围	高	N/A
环境				
	EN1	按重量和体积计算使用的原料	中	N/A
	EN2	可再生原料的利用率	低	N/A
	EN3	按照主要源头划分的直接能源消耗量	高	P43
	EN4	按照主要源头划分的间接能源消耗量	高	P43
	EN5	通过节约及提高效率而减少使用的能源	高	P43
	EN6	主动提供能源节约型或以可再生能源为基础的产品和服务以及这些行动的成效	低	N/A
	EN7	减少间接能源耗用的措施，以及措施所取得的成效	低	N/A
	EN8	按源头划分的总耗水量	中	N/A
	EN9	因采水而受到严重影响的水源	低	N/A
	EN10	可循环再利用的水的比例和总量	低	N/A
	EN11	机构在环境保护区或者生物多样性丰富的区域及其毗邻区拥有、租赁或管理的土地位置和面积	低	N/A
	EN12	描述机构活动、产品和服务对保护区内及保护区之外生物多样性价值高的地区的生物多样性的影响	地	N/A
	EN13	机构对生物栖居地的保护或重建	低	N/A
	EN14	机构对影响生物多样性的战略、当前行动及未来规划	低	N/A
	EN15	按照生物濒临绝种的风险程度，依次列出栖息地受机构作业影响的以下物种数量：列入国际自然及自然资源保护联盟下辖红色名册及全国保育名册的物种	低	N/A
	EN16	以重量单位计算的直接和间接的温室气体排放量	中	N/A
	EN17	以重量单位计算的其他相关的间接的温室气体排放量	中	N/A
	EN18	主动减少温室气体排放量及其成效	低	N/A
	EN19	以重量单位计算的破坏臭氧层的物质的排放量	低	N/A
	EN20	以种类和重量划分，氮氧化物、硫氧化物及其他重要的气体排放	低	N/A

EN21	按质量和目的地统计的总排水量	低	N/A
EN22	按种类和处理方法统计的废物总量	中	N/A
EN23	重大泄露的总次数及总泄漏量	不适用	N/A
EN24	按重量计算的根据《巴塞尔公约》附录 1—4 条款被视为危险的废弃物的运输、进口、出口或处理数量及国际范围内运输废弃物的百分比	不适用	N/A
EN25	受报告机构排放水和径流严重影响的水体以及相关栖息地的特征、规模、受保护状态和生物多样性价值	低	N/A
EN26	减轻产品与服务对环境影响的措施及影响减轻的程度	高	P32
EN27	可分类回收的售出产品及其包装材料的比例	低	N/A
EN28	因违反环境法律法规所受到重大经济罚款的数额和非经济制裁的次数	高	N/A
EN29	机构经营活动中，产品、其他货品、原材料及劳动力运输对环境造成的重大影响	低	N/A
EN30	按类型说明机构对环境保护的总支出和总投资	高	P12、13
劳工			
LA1	以雇佣类型、雇佣合同及地区分类的员工总数	高	P33
LA2	以年龄层、性别及地区划分的员工流失总数和流失比率	高	P33
LA3	在主要业务中向全职员工提供而不向临时和兼职员工提供的福利	高	P34
LA4	劳资双方谈判达成协议涉及的员工比例	高	P33
LA5	有关业务变更的最短告知时限并指出其是否在劳资双方的协议中作详细说明	高	N/A
LA6	职业健康与安全管理委员会对多少比率的员工提供职业健康建议等服务	高	P37
LA7	以地区为单位的工伤、职业病、损失工时、旷工及与工作相关的死亡人数的比例	高	N/A
LA8	以帮助患上重大疾病的员工及其家属或社区成员而推行的教育、培训、咨询、预防和风险控制程序	高	P34
LA9	与工会签订的正式协议中涉及健康与安全的内容	高	P33
LA10	按员工类别划分，每年每位员工的平均培训时间	高	N/A
LA11	帮助员工延长职业生涯和处理职业危机的各种技能管理和职业培训	高	P34、35
LA12	接受定期绩效考核和职业发展审核的员工比例	高	P33
LA13	按照性别、年龄、民族及其他多样性指标细分的管理层与员工的构成情况	高	N/A
LA14	男、女员工的基本工资比率	高	N/A
人权			
HR1	含有人权条款或已经过人权普查的重要投资协议的总体数量和所占比率	不适用	N/A

	HR2	已经过人权普查的重要供应商和承包商的比率及机构采取的措施	不适用	N/A
	HR3	员工接受的与人权相关的培训总时间及接受此种培训的员工比例	不适用	N/A
	HR4	歧视事件的数量和机构采取的措施	高	P33
	HR5	已发现的可能危害结社自由和集体谈判权益的重要风险及为保护员工的这些权利而采取的措施	不适用	N/A
	HR6	已发现的可能雇佣童工的情况及采取的避免措施	高	P33
	HR7	已发现的可能发生强制劳动的情况及采取的避免措施	高	N/A
	HR8	在捍卫企业人权方面的政策、程序及培训的保安人员比例	不适用	N/A
	HR9	涉及侵犯本土员工利益的事件总数以及企业采取的措施	高	N/A
社会				
	SO1	与社区事务有关的评估和管理工作，其核心思路、评估和管理范围以及有效性	高	N/A
	SO2	接受腐败相关风险分析的业务单位的比例和总数	高	P7
	SO3	企业中为降低腐败概率而培训的员工比率	高	P7
	SO4	为惩治腐败现象所采取的措施	高	P7
	SO5	对公共政策的立场和在公共政策发展和宣传过程中的参与程度	高	N/A
	SO6	对政党、政治家和相关机构的资金投入或实物捐赠价值	不适用	N/A
	SO7	机构为反不正当竞争、反垄断所采取的措施的数量及结果	高	N/A
	SO8	针对不符合法律法规的行为，实施货币制裁和非货币制裁的总量	高	N/A
产品				
	PR1	为改良而评估产品及服务在其使用周期的各阶段对消费者安全和健康的影响，以及必须接受这种评估的重要产品和服务类别的比例	高	P23
	PR2	在产品或服务在使用期限内违反管制法规及消费者的安全健康产生不良影响的事件数量	中	N/A
	PR3	商标注册过程中所需要的产品信息种类以及通过注册的产品比率	中	N/A
	PR4	按结果分类的未进行商标注册的事件总数	高	N/A
	PR5	为消费者满意而采取的措施及这些措施产生的效果的调研结论	高	P24
	PR6	保证机构广告、促销、赞助行为符合市场传播法律和法规的程序	高	N/A
	PR7	违反法律、法规和市场交流的自愿原则的事件总数	高	N/A
	PR8	因泄露消费者隐私和数据而遭到投诉的事件总数	高	N/A
	PR9	由于供应的商品和服务违反法规而遭处罚的金额	高	N/A

16.联系我们

如您需了解更多信息，请按以下联系方式联系我们：

办公地址：上海市淮海中路 809 号甲

邮政编码：200020

联系电话：（021）64339888

传真：（021）64721377 董事会办公室 （021）64721488 总经理办公室

电子信箱：yimin@yimingroup.com