



苏宁易购集团股份有限公司
2024 年社会责任报告

关于本报告

本报告是苏宁易购集团股份有限公司发布的第十七份社会责任报告（以下简称“本报告”），以向利益相关方等披露和展示公司在社会责任领域的绩效。本报告经公司董事会审阅，并对所载信息的真实性及有效性负责。

时间范围

本报告涵盖时间范围如无特殊说明，均为 2024 年 1 月 1 日至 2024 年 12 月 31 日。为保证报告完整性，部分信息超出该时间范围。

报告范围

本报告覆盖苏宁易购集团股份有限公司及子、分公司，与财务报告合并报表范围一致。

数据来源

报告中的财务数据源于经过审计的《苏宁易购集团股份有限公司 2024 年年度报告》，其他数据来源于公司内部文件和信息统计系统且通过相关部门审核。除特别标注，数据均为苏宁易购集团股份有限公司数据。如无特殊说明，货币单位均为人民币。

编制依据

本报告重点参考国家标准委《社会责任报告编写指南》（GB/T 36001-2015）、深圳证券交易所《上市公司自律监管指引第 17 号——可持续发展报告（试行）》、全球报告倡议组织（GRI）《可持续发展报告指南》等国内外通行社会责任相关框架编制，同时注重立足行业背景，突出企业特色。

称谓说明

本报告中，“苏宁易购”“公司”和“我们”等称谓均指代苏宁易购集团股份有限公司。

报告获取

本报告可在苏宁易购官方网站（<http://www.suning.cn/cms/>）和深交所指定网站巨潮资讯网（<http://www.cninfo.com.cn/>）获取。为践行环境友好责任，我们更推荐您阅读 PDF 格式的电子版报告。

自 2008 年起，苏宁易购持续每年发布社会责任报告，披露可持续发展的理念、实践和关键绩效，您还可以通过阅读往年的社会责任报告了解苏宁易购数年来社会责任发展历程。

目录

前言	1
关于苏宁易购	2
社会责任管理体系	3
1. 开启崭新“易”年 保障企业稳健运营	7
1.1 治理责任	7
1.2 运营管理	9
1.3 投资者关系	14
2. 夯实品质安全服务 创新“购”物体验	16
2.1 零售渠道与产品质量管理	16
2.2 消费者权益保护与关系维护	21
2.3 关注特殊群体消费者需求	26
3. “易”齐携手并进 供应链协同式管理	27
3.1 完善供应商管理体系	27
3.2 加强供应链能力建设	29
3.3 推动行业高质量健康发展	31
4. 聚焦员工成长发展 “购”筑幸福家园	38
4.1 保障员工基本权益	38
4.2 致力员工发展	39
4.3 筑造苏宁家园	45
5. 贡献“易”份力量 助力创建绿色生态	51
5.1 积极应对气候变化	51
5.2 构建绿色经营模式	54
5.3 促进循环经济发展	60
6. 整合产业生态优势 “购”建美好社会	66
6.1 聚力苏宁易购公益	66
6.2 关注社区服务	69
未来展望	72
绩效展示	74
附录：读者意见表	78



前言

2024年，苏宁易购以“破立·进稳”为年度关键词，坚定践行零售服务商战略，在行业深度调整中实现经营质效双升，持续巩固家电零售主渠道地位。面对复杂多变的市场环境，公司坚持聚焦用户价值、深耕服务创新，实现全年归母净利润盈利。通过不断提升零售能力与创新商业模式，苏宁易购连续八年位居中国连锁百强榜首，成为现代流通业提质增效的重要推动者和积极践行者。

作为实体零售的领军企业，苏宁易购始终以“服务美好生活”为使命，深度参与国家促消费、扩内需战略。2024年国补启动后，公司承接国家以旧换新政策，联合供应商及金融机构推出“国补+厂补+苏宁补”三重补贴模式，积极打造以旧换新社区服务站，回收旧机，推动绿色消费升级。线下场景化零售持续领跑，新开重装标杆门店，苏宁易购Max、Pro店成为城市消费新地标，家电套购、家装一站式订单占比显著提升。在乡村振兴领域，零售云全国已开设超万家门店，覆盖85%以上县域市场，积极开展以旧换新活动，助力“新质家电”下乡，带动就业数万人。

2024年，苏宁易购积极履行企业社会责任，深化绿色低碳实践。公司通过商品流、物流、资金流、信息流“四流合一”供应链模式，联合工厂反向定制高能效产品，降低全链条碳排放，并推出“五免四不限”服务，打造家电绿色回收闭环。同时，公司携手供销社推进“工业品下行、农产品上行”，赋能县域经济；针对银发群体推出“暖阳行动2.0”，提供适老化家电改造服务；面对汛情等突发灾害，苏宁物流第一时间增派运输及安装人员，优先保障救援物资及时送达，并为洪水浸泡损坏的家电提供免费上门维修服务，彰显企业担当。

关于苏宁易购

公司简介

苏宁易购集团股份有限公司于 1990 年在中国南京创立，2004 年在深交所上市，股票代码 002024.SZ，注册资本 92.65 亿元，是中国领先的零售服务商。苏宁易购执行零售服务商战略，聚焦以专供产品为核心优势的供应链能力、以本地化零售为核心优势的运营服务能力，为用户提供场景、产品和服务体验，为供应商提供更有价值的品牌推广和更低成本的渠道销售服务，为加盟商提供更具竞争优势的供应链和零售运营能力；深化开放合作和零售赋能，开展全渠道经营，提升用户获取效率；通过数字化水平的不断提升，持续推进降本增效，持续提升盈利能力，全面推动苏宁易购进入长期可持续发展的新征程。

苏宁易购已经形成线下实体与线上电商相结合的 O2O 零售渠道，线下在全国经营超 1 万家门店，线上覆盖了苏宁易购 APP、苏宁易购天猫旗舰店等渠道，通过开放供应云、用户云、物流云、营销云，实现从线上到线下，从城市到县镇，从购物中心到社区全覆盖，为消费者提供家庭场景解决方案，满足消费者的生活所需。旗下苏宁物流拥有覆盖全国的基础设施及信息技术实力，建立起涉及供应链、仓储、配送、售后的综合服务网络与服务能力，以仓、运、配定制化解决方案，为合作伙伴提供高效率、高品质的全场景物流基础设施服务，共同致力于提升社会经济运营效率，降低社会物流成本。

在消费互联网与产业互联网融合的时代下，苏宁易购持续夯实供应链、场景体验和物流售后服务等零售基础能力，以更加开放的方式重新构建零售服务商的组织、技术和运营，为用户和合作伙伴提供更优质便捷的服务。

发展之路

从“专业经营时代”至“综合连锁时代”，从“零售建设新格局”至“场景零售新服务”，苏宁易购将继续突破，全面升级“零售服务商”，逐渐完善场景零售服务能力，联手各大品牌推动行业可持续发展。苏宁易购将始终聚焦零售主赛道，持续夯实核心竞争力，推动企业有质量地发展。

社会责任管理体系

苏宁易购不断完善社会责任管理体系，健全社会责任管理机制，将社会责任理念融入企业日常管理和运营，致力于打造让消费者放心、让投资者满意、让员工幸福、让社会赞誉、让人类生活更美好的可持续发展企业。

社会责任理念与模型

➤ 社会责任理念

价值使命：持续增强盈利能力，对股东和投资者负责；

共赢使命：积极带动产业发展，对合作伙伴发展负责；

服务使命：不断提升服务能力，对广大客户权益负责；

员工使命：提供才华施展平台，对全体员工发展负责；

环境使命：携手供应链上下游，对生态环境建设负责；

和谐使命：竭尽全力奉献爱心，对和谐社会发展负责。

➤ 社会责任模型

苏宁易购根据企业发展战略、品牌声誉、行业影响、人才建设以及各利益相关方的期望，以“阳光使命”为核心，为消费者提供品质产品和服务，持续增强经营能力，为投资者创造价值，与员工共享成长，与合作伙伴共赢发展，在社会奉献价值的同时保护生态环境。



图 苏宁易购社会责任模型

社会责任组织架构与管理流程

苏宁易购为完善公司社会责任管理体系，促进公司高质量可持续发展，将社会责任理念融入公司战略发展、企业管理、业务运营之中，建设了符合公司发展的三级社会责任组织架构。

公司最高管理层负责讨论并部署社会责任战略及规划，并对社会责任项目实施统一预算管理；社会责任执行机构（“总裁办&品牌中心&社会责任专项组&行政管理中心&工会”）负责推进社会责任战略规划落地；各大区总经理办公室协调相关责任部门，推动社会责任工作的具体实施，保障计划高效完成。

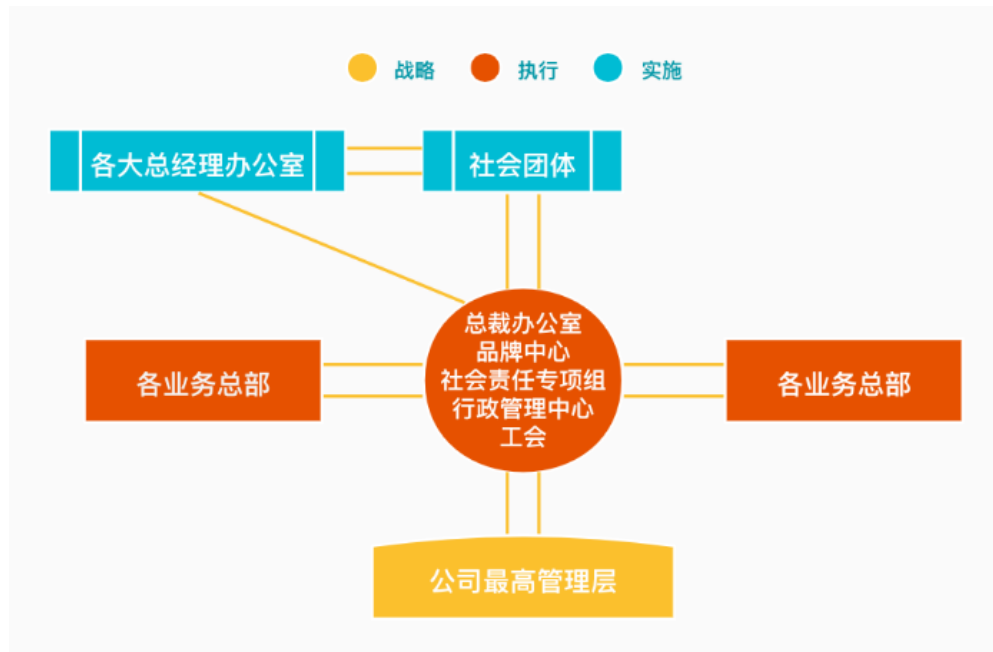


图 苏宁易购社会责任组织架构

利益相关方沟通

苏宁易购通过开展调研、沟通、召开股东大会、供应商会议等方式，了解利益相关方的诉求，积极回应相关方关切热点，满足利益相关方期待。

利益相关方	关注与期待	沟通渠道与回应
政府和监管机构	<ul style="list-style-type: none"> · 公司合规运营及公平经营 · 遵守环境法规 · 促进就业 · 促进经济可持续发展的贡献 · 碳减排计划与成效 	<ul style="list-style-type: none"> · 制定碳减排措施并建立健全环境管理体系 · 完善治理结构，加强风险管理与内部控制，实现合规运营 · 积极制定及落实可持续发展目标与战略，有效应对气候变化 · 通过技术创新实现资源、能源的有效利用，打造绿色低碳数据中心
客户/消费者	<ul style="list-style-type: none"> · 可靠的消费者服务与售后支持 · 保证所提供产品的质量与安全 · 安全的互联网交易平台以及完善的消费者隐私保护机制 · 积极有效的投诉处理机制，用心维护消费者关系 · 提供环境友好型产品与服务 	<ul style="list-style-type: none"> · 提供品质服务，保障消费者健康与安全 · 不断创新服务方式，提升消费者购物体验 · 维护平台健康与安全，严格管理用户信息和交易流程 · 推动绿色采购，择优选择绿色产品供应商，提升绿色产品占比
供应商/合作伙伴	<ul style="list-style-type: none"> · 零售核心能力建设 · 交易平台设计与创新 · 合作共赢推动行业发展 · 提供环境友好型产品与服务 · 材料回收再利用/绿色包装 	<ul style="list-style-type: none"> · 加速零售核心竞争力建设并创新合作模式 · 召开供应商会议，合作举办行业发展论坛 · 打造绿色企业，持续推动绿色采购和绿色物流

利益相关方	关注与期待	沟通渠道与回应
投资者	<ul style="list-style-type: none"> · 可观的经营表现与收入、合理的运营成本 · 规范的信息披露和畅通的沟通渠道 · 投资者权益保护与利益共享 	<ul style="list-style-type: none"> · 严格遵守上市公司信息披露相关规定与要求 · 丰富信息披露渠道和形式，与投资者保持密切交流 · 制定股东回报规划，开展股东专属活动与权益服务
员工	<ul style="list-style-type: none"> · 员工基本权益保障 · 员工培训、教育与发展 · 职业健康与安全 · 员工多元化与机会平等 · 良好的沟通渠道 · 绿色运营与绿色办公 	<ul style="list-style-type: none"> · 提供丰富的薪酬福利，重视员工成长与发展 · 关爱员工生活，建立畅通的沟通渠道与机制，倾听员工声音
资本市场	<ul style="list-style-type: none"> · 企业社会责任管理体系建立 · 供应链管理与责任采购 · 环保公益行动和宣传 · 因气候变化而引起的财务风险与机遇识别、评估和应对 	<ul style="list-style-type: none"> · 完善社会责任理念与模型，建立企业内部社会责任组织架构与规范的管理流程 · 规范国内供应商准入、培训、评估和管理各项流程，合作打造诚信体系 · 主动识别与评估气候转型风险与物理风险，制定中长期的应对方案 · 通过公益平台项目落地和以旧换新活动实施，提升和带动消费者的环保意识与环保行为

1. 开启崭新“易”年 保障企业稳健运营

2024年，苏宁易购在董事会的带领下，持续加强党建引领，优化治理，关注风控合规、廉洁从业、知识产权和投资者关系等方面的工作，践行治理责任，保障公司稳健运营。

1.1 治理责任

苏宁易购严格贯彻《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国证券法》《上市公司治理准则》《深圳证券交易所股票上市规则》等法律法规的要求，不断完善内控，规范公司运作，坚持以投资者保护为出发点、以信息披露为核心，不断丰富信息披露的内容与形式，提升信息披露效率和效果，完善公司治理机制，推动公司高质量可持续发展。

➤ 完善治理结构

苏宁易购建立了以股东大会、董事会、监事会及高级管理层为主体的公司治理结构，股东大会是公司的最高权力机构，董事会是公司的决策机构，监事会是公司的监督机构，“三会一层”各尽其责，共同推动公司健康持续发展，切实维护了公司和股东的合法权益。

公司制定《股东大会议事规则》《董事会议事规则》《监事会议事规则》《总裁工作细则》《董事会秘书工作细则》《重大投资及财务决策制度》等制度，明确了各级组织的权责范围，设置了清晰的工作程序。

董事会下设立董事会战略委员会、董事会提名委员会、董事会薪酬与考核委员会和董事会审计委员会，其中审计委员会、薪酬与考核委员会、提名委员会主任委员都由独立董事担任，其均具备相关的行业经验和专业知识，勤勉尽责、认真履职，进一步提升外部监督的有效性。公司董事会和各专门委员会的人数、构成、专业能力符合相关要求，各专门委员会分工明确，尽职尽责，涉及公司重大事项方面，发挥各自的专业优势，充分表达意见，为董事会科学决策提供了强有力的支撑。此外，苏宁易购持续健全公司董事及高级管理人员的考核和薪酬管理制度，确保监督规范有效。

报告期内，苏宁易购共召开6次股东大会（审议议案20个）、15次董事会会议（审议议案40个）、2次董事会提名委员会（审议议案2个）、1次董事会薪酬与考核委员会（审议议案1个）、6次董事会审计委员会

（审议议案 14 个）、4 次监事会会议（审议议案 9 个）、3 次独立董事专门会议（审议议案 6 个）及多次沟通会议，董事、监事、高级管理人员均按规定出席相关会议，沟通、审议相关事项，积极履职。公司董事会和股东大会审议通过的相关决策议案，公司相关部门积极落实，保证了公司董事会及股东大会决策切实执行。

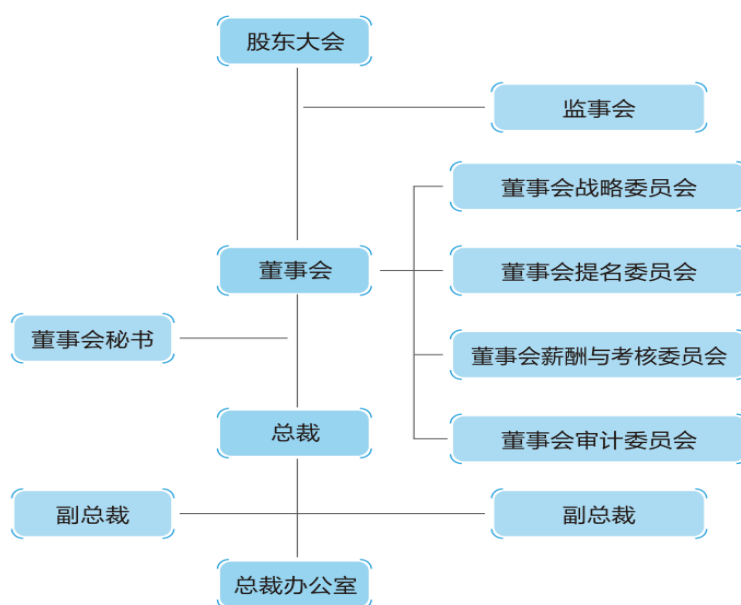


图 苏宁易购治理结构

➤ 丰富管治视角

报告期内公司董事补选，公司根据《公司法》《深圳证券交易所股票上市规则》以及公司《章程》等法律法规及规章制度相关规定补选董事，并在选举中充分反映中小股东的意见。

公司把组织优化、团队建设和苏宁文化的传承发扬作为提升战略执行能力的最重要的后台管理能力，有力地支撑经营工作。公司在组织机构上为强化战略执行，设立统一管理业务规划、预算计划和规则策略的业务管理体系；在此基础上，设置产品业务线、渠道业务线，区域业务线和服务业务线四个业务经营体系。并对这些市场前线部门充分授权，提高市场竞争效率和客户服务响应速度。在团队建设上，公司一方面引进有行业履历、专业背景资深的社会复合型人才；另一方面在业务一线凸显年轻干部团队，

特别是公司自主培养的“1200”勇于担当，进一步提高企业经营的活力和创造力。

截至报告期末，苏宁易购董事会共有 9 名董事，董事专业涉及发展战略、会计、法学、金融、投资并购等多方面，其中任管理层的董事占比 1/9，独立董事占比 1/3，女性董事占比 1/9；监事会共有 3 名监事，女性监事占比 1/3；高管共有 19 名，女性高管占比 1/19。全体董事、监事、高级管理人员勤勉尽责，保障了公司的规范运作和科学决策水平。

1.2 运营管理

苏宁易购坚持合法合规经营，遵循《公司法》《证券法》等法律法规和监管要求，不断提升经营效率，优化经营方式，促进公司健康有序发展。

➤ 党建引领

苏宁易购深入贯彻落实新时代党的建设总要求，高度重视党员和员工的思想政治教育，结合企业“阳光服务”的基因，打造了“苏宁易购向日葵”新时代非公党建品牌，以“向阳而行 执著坚定，凝心聚力 拼搏奋进”为精神内涵，在企业凝聚一心向党的思想共识。

报告期内，公司党委坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，认真贯彻党的二十大和党的二十届三中全会精神，扎实抓好党员思想政治工作，聚焦国家重点战略、企业核心工作、社会热点领域，以“提升竞争力、狠抓执行力、提高凝聚力、增强向心力”为目标，创新方法和思路，发挥党组织职能，调动党员积极性，抓好党建质量、服务企业社会发展。

苏宁易购以党支部为单位，全年共开展数百场学习讨论、现场教学、特色团建等活动；认真开展党纪学习教育、宣传贯彻党的二十届三中全会精神，组织结合“三会一课”以及晨会、例会、大促动员等场合集中学习，做到全覆盖；带头推动业务开展，争当“红色战狮先锋岗”“红色战狮突击队”，深入门店、商户，做好产品销售，助力业务增长，还同步与退役军人事务部门、供销社等中央国企开展数百场党建共建活动，更好地带动业务合作；将企业发展融入国家发展大局，为国家重要战略、社会公益事业持续做出贡献，常态化开展公益服务进社区行动，落地开展数百场次，服务数万人次，形成良好社会反响。

案例：集团召开党员大会庆祝建党 103 周年 推动党建引领高质量发展

2024 年 6 月 29 日上午，集团在南京总部举行庆祝建党 103 周年暨党建工作总结表彰大会，部署下一步工作，激励全体党员凝心聚力、乘势而上，开创苏宁党建引领高质量发展新局面。集团全体党员重温入党誓词，观看直播党课，牢记使命担当，砥砺爱党爱国情怀；激励党员同志不断检视初心、坚定信念，以实际行动热烈庆祝建党 103 周年。



➤ 风控合规

苏宁易购明确底线要求，严格按照法律法规、监管要求和公司制度开展各项业务，全面加强风险管理、内部控制与合规管理建设，提升公司风控合规能力，有效保障公司的稳健发展。

风险管理 with 内部控制

苏宁易购高度重视风险管理与内部控制建设，在总裁办下设风控中心，直接面向总裁汇报风险管理与内部控制相关事宜，并根据《企业内部控制基本规范》建立起风险管控三道防线，同时通过完善风险管理与内部控制流程，组织开展内控自评工作，积极进行风险与内控培训，持续提升公司管理层和员工风险管理意识和能力。设内部审计机构，以风险为导向开展审计工作，直接向董事会审计委员会汇报工作；设审计委员会，定期召开审计委员会会议，充分发挥审计委员会的监督作用。

表 苏宁易购风险管控三道防线

苏宁易购风险管控三道防线	
第一道防线	各业务管理层

第二道防线	风控、体系稽核、财务、人事
第三道防线	监察、审计

苏宁易购不断优化风险管控手段，积极探索大数据和 AI 技术在风险管理和内部控制中的应用，构建风险监控模型，建立风险管理平台，实现了核心业务集识别、预测、评估、监控、报告、检查和整改问责于一体的事前、事中、事后风险闭环管理。

2024 年，在政府为促进消费开展的补贴活动中，苏宁易购严格按照政府要求，做好事前培训、事中监控、事后复盘的内控闭环，及时配套系统建设，防范违规情况发生，保障消费补贴落到实处。

此外，苏宁易购聚焦公司核心业务领域，定期开展内部审计工作，切实发挥审计工作的监督和保障作用。2024 年审计部在董事会审计委员会的指导下，围绕 2024 年度零售服务商战略以及实现效益、口碑、效率提升的目标要求开展内部审计工作，全年共计开展 20 个审计项目。

合规运营

苏宁易购持续健全合规管理机制，通过明确监管红线、建立多元化履约管理和纠纷解决机制、研究业务领域法律法规、应用现代化信息技术电子签章、优化合同签订方式和运行模式及开展合规培训等方式，多措并举，合力保证公司经营管理合法合规。

公司持续推动与供应商、合作伙伴应付款项的解决，维护公司和相关各方良好持续的合作关系以保持业务稳健发展。报告期内工作重点仍是持续推进与供应商、合作伙伴的合作恢复和扩大，在业务发展中通过恢复合作、扩大合作产生的毛利来解决历史的问题；另一方面主动与供应商、合作伙伴进行协商达成和解，力争实现分期或者延期支付，并持续努力以进一步降低公司负债水平。

➤ 廉洁从业

苏宁易购始终坚持“惩防并举”的方针，制定了《合作单位关联关系报备制度》《对外数据合作管理规范》《黑名单企业管理办法》《举报管理制度》《采销岗位管理红线》《信息安全管理规范》等制度，对公司全员在反腐败和反舞弊等方面的行为进行了规范，以保障公司发展廉洁有序。

体系建设

苏宁易购设立监察中心和法务中心，负责职务犯罪及法律法规相关事宜，并搭建内部监察网站进行职务犯罪预警、调查处理、信息公示，打造制度公开、程序公开、过程公开、结果公开的透明化的管理体系。

举报程序

苏宁易购根据《举报管理制度》建立了监察网站（公司内部 SOA 登录）、举报电话（025-84209982）、举报邮箱（jcb@suning.com）、微信公众号（阳光苏宁）、豆芽公众号（公司内部通讯工具）、信件来访（地址：南京市玄武区苏宁大道 1 号苏宁易购总部）、合同廉洁条款（附有监察举报电话）、业务合作系统（如 SCS 商家 APP、物流售后手持终端、零售云商城、招标平台等）等举报途径，并在各线下业态开展了定制化的物料布展，确保举报渠道信息的充分露出和信息通畅。

公司对举报人个人信息严格保密，建立举报奖励制度，依法保护举报人的合法权益，并提供举报受理进度查询服务，强化廉政体系建设。

报告期内，苏宁易购接到举报线索 177 条，受理率 100%。

培训教育

苏宁易购针对新入职人员开展廉洁从业、员工思想行为规范培训（必修），在各传统节日宣传廉洁过节，不定期在各区域开展终端巡检，并定期针对重点风险向门店员工推送线上课程，重申风险行为和违规后果。



图 巡检工作会议

➤ 公平竞争

苏宁易购严格遵守《中华人民共和国反垄断法》《中华人民共和国反不正当竞争法》等法律法规，坚持“公开、公正、公平、诚信”的理念，与供应商签订《阳光承诺书》，并与行业审计单位合作共享黑名单，公示不诚信供应商，共同打造廉洁商业环境。此外，苏宁易购持续加强对员工的宣传教育和培训，订立“阳光公约”，传递并践行公平竞争的理念，全面树立员工的商业道德操守。

➤ 知识产权

体系建设

苏宁易购高度重视知识产权体系化建设工作，努力提升全员的知识产权研发、申报及保护意识。2024 年度先后完成两家子公司的知识产权管理体系认证工作及两家子公司的知识产权管理体系的年度监督审核工作；持续落实执行专利奖酬制度，确保专利申请奖、专利授权奖及时发放到研发人员，激发研发人员的创新氛围；多频次多渠道开展知识产权培训，先后通过内部发文、专题培训等形式组织了有关奥林匹克、商业秘密保护等相关的培训。

数字化管理

苏宁易购拥有专门的线上商标、著作权、专利管理系统和完善的知识产权线上档案管理系统，实现了办公系统与知识产权管理系统的链接，确保知识产权申请审批等环节按照既定程序高效有序进行，实现了知识产权档案归集、检索、借阅的信息数字化。

交流合作

苏宁易购注重知识产权的交流，关注知识产权人才培养，广泛开展交流合作。2024 年度，苏宁易购参加省市区有关部门组织的交流与培训活动 10 余次，邀请南京师范大学师生到公司参访，聘请专业人士为公司研发人员开展培训，接收多个高校在校学生到公司知识产权管理部门实习。同时，2024 年公司承接的南京市知识产权保护实践基地项目通过了现场评审，与政府合作，共同培养知识产权人才。

知识产权保护

苏宁易购高度重视品牌保护工作，设立了专门组织处理电商平台第三方商户、线下门店违规使用苏宁易购品牌的行为，通过工商投诉、诉讼等方式及时制止各类品牌侵权行为。同时，与多家律师事务所建立了品牌维权合作关系，委托其主动收集侵权使用苏宁易购商标及不正当竞争行为的线索，全面打击伪造、仿冒苏宁易购品牌的行为，积极维护苏宁易购良好的品牌信誉。

所获成效

苏宁易购持续开展知识产权布局，力求以品牌促发展，以科技促进步。2024年内，苏宁易购新增核准注册商标 22 件，新增授权专利 36 件，新增著作权登记 24 件。

苏宁易购与南京大学、南京理工大学合作共建的研究生工作站顺利通过期满验收。

1.3 投资者关系

苏宁易购高度重视并不断强化投资者关系管理，通过信息披露、沟通交流及维护股东权益等方式完善与投资者的双向交互机制，致力于为投资者创造长期稳定回报。

➤ 规范信息披露

苏宁易购根据《公司法》《证券法》《上市公司信息披露管理办法》《股票上市规则》等法律法规及公司《章程》的有关规定，制定了《信息披露管理制度》，规范公司信息披露事务管理，公司严格遵守相关法律法规。公司指定的信息披露媒体为《证券时报》《中国证券报》《上海证券报》《证券日报》和深交所指定网站巨潮资讯网（<http://www.cninfo.com.cn/>）。

2024 年全年共计披露 79 份公司公告（仅指带公告编号的公告），使公司股东和债权人及时了解公司的经营动态、财务状况、业务发展等重要事项。

公司在开展投资者关系活动时，以已公开披露的信息作为交流内容，未透露或者泄露未公开披露的重大信息，且按规定请调研人员签署不违反信息披露的《承诺函》。

➤ 畅通沟通渠道

苏宁易购高度重视投资者关系的管理与维护,持续做好舆情监控工作,并积极拓宽与投资者的沟通渠道,开放了投资者热线、董秘信箱、“深交所互动易”、股东大会、管理层交流会、网上业绩说明会、在线及电话客服、“意见反馈”在线收集平台等沟通方式,为投资者,尤其是中小股东提供了便捷的交流机制。公司安排专人主动收集投资人建议意见,及时将建议意见反馈给内部相关部门研讨。自国家推出以旧换新政策以来至 2024 年末,公司已累计获 9 轮投资机构调研以旧换新政策实施效果,接待各类投资者超 60 人次。

➤ 维护股东权益

自上市以来,苏宁易购累计开展利润分配 17 次,并开展了 4 次股票回购。苏宁易购坚定维护股东利益,2024 年再次推出股份回购、高管及核心业务骨干增持等举措,提振资本市场信心。

公司在报告期内召开 6 次股东大会,股东大会召开程序规范,均采用现场及网络投票服务,为中小股东单独计票并披露,并聘请律师进行现场见证,切实保障中小股东权益。

此外,苏宁易购鼓励股东体验公司的产品和服务,建立了股东会员认证系统,引导股东注册为股东会员,为股东提供专属服务,回馈股东支持。2024 年 7 月 19 日—7 月 21 日,公司在上市 20 周年之际为股东会员推出了“三免服务”(免费家电清洗、义诊、处理电子垃圾)、精选专属爆款特别优惠、门店 6000 元新质家电优惠券大礼包、大家电 365 天包退包换不限次、全年 72 张退换货运费险券、自营商品 2 倍云钻返利等一系列商品及权益福利,并将股东回馈常态化,在苏宁易购 APP 搜索“股东回馈”可一键直达活动页面,股东会员可享受专属服务,未来公司还将根据市场热点、促销政策等持续优化升级股东用户的权益,提升股东用户的购物体验。

2. 夯实品质安全服务 创新“购”物体验

苏宁易购秉承“服务是苏宁唯一产品”的理念，紧跟数字化转型浪潮，聚焦零售发展，夯实零售渠道建设和产品质量优势，充分发挥产品和资源整合优势，为消费者提供场景化、品质化、一体化的消费体验，打造高品质、高质量、高发展的产业模式。

2.1 零售渠道与产品质量管理

苏宁易购致力于探索业态新模式，线上线下协同发展，并保障各销售渠道健康安全运行，做好发展、维稳两手抓。同时，公司积极联动供应商承担产品维修责任，持续优化产品质量，形成产业核心竞争力，打造令消费者放心的零售渠道。

➤ 强化全场景零售建设

苏宁易购坚持发展双向赋能，积极开拓线下新模式，开辟线上新布局，以应对零售建设新趋势，形成更高质量、更健康、更安全的产品销售渠道，满足更大市场需求。结合数字化转型经验，公司以“自营+开放”模式，构建“线上+门店”的全场景零售赋能业态，强化技术支撑下零售服务商的发展战略，提升整体零售能力。

探索线下多渠道

伴随家电家装等“家消费”市场进入发展新周期，智能化、场景化、一站式置家需求不断升级，成为行业转型变革的重要驱动力。为满足“家消费”新需求，苏宁易购2024年加速“大店攻略”，聚焦打造苏宁易购超级体验店（Max）、超级旗舰店（Pro）等一批具有区域影响力的标杆大店，依托全新升级的苏宁Fun、苏宁Home专区和品牌形象馆，为用户提供沉浸式的购物场景、一站式的家电家装集成服务和更前沿更丰富的商品选择。同时，苏宁易购在老旧小区、泛家居商圈布局卫星站，打造系统化、集群化店面网络，持续强化触达用户、服务用户的能力。

案例：新业态引领新质消费 618 苏宁易购大店集中开业

2024年618进入最终爆发期，新业态激发消费新活力。6月14日，苏宁易购迎来大店密集开业潮。重庆观音桥苏宁易购Max店以及武汉、北京、南京、深圳、成都、天

津、南通、淮安、重庆、西安等多地苏宁易购 Pro 店同步开业，打造“新场景、新体验、一站置家”的购物新地标，助推 618 “家消费”升级。相较于传统店面，苏宁易购新的大店重点在场景、产品和体验方面实现了升级。苏宁易购将持续加码大店攻略，开大店、开好店，为用户提供更加丰富多元的优质产品、更加真实沉浸的购物场景、更加高效便捷的置家体验，也为合作伙伴提升品牌形象、高效推广产品、提高经营效率搭建全新的开放平台。



开辟线上新布局

苏宁易购线上深度发挥零售供应链和运营核心能力，覆盖苏宁易购主站、天猫苏宁易购官旗、直播电商等新兴渠道，共同构成苏宁易购的线上战略矩阵，为商家提供从商品策略、渠道布局到平台运营的全链条服务。2024 年，苏宁易购主站继续聚焦家电 3C 领域，深化商品供应链和专业服务，以用户为核心，深耕存量用户、高忠诚用户，通过数据分析和个性化服务，提升用户粘性。苏宁易购线上加速零售服务商拓展，深化全渠道布局，积极接入多元化平台与流量端口，如天猫、抖音、拼多多、美团、快手、百度、视频号、小红书等平台，聚拢全渠道流量，打通增长新通路，进一步拓展市场份额和用户基础。

案例：2 小时即送即装，苏宁易购携手美团开启大家电即时零售时代

为更好满足用户对家电的即时消费、装配需求，2024 年 6 月 7 日，苏宁易购与美团宣布深化合作，正式上线“空调最快 2 小时即送即装”服务，首批落地 98 家门店，覆盖南京、北京、上海、广州、深圳等全国 36 个核心城市。当地消费者在美团 App 搜索“空调 2 小时达”，就近选择苏宁易购门店，即可享空调“即送即装”，从下单购买空调到上门完成安装，全程最快两小时。

案例：617 新质家电直播专场战报，苏宁易购登顶抖音团购日榜

2024年6月17日晚，央视财经与苏宁易购携手打造新质家电直播专场，联合海尔、博世、西门子、老板、A.O.史密斯、松下、倍科、格力、三星等行业头部品牌激发家庭消费市场新活力。总台央视主持人陈伟鸿、陈蓓蓓作为“新质家电”体验官走进苏宁易购，深度体验并搭档苏宁易购集团高级副总裁侯恩龙，解读“新质家电”的同时探寻科技创新，边逛边选边砍价，为消费者带来一场沉浸式、一站式的置家新体验。本场直播成为当天抖音平台团购带货全国总榜第一。



➤ 维护数据信息健康与安全

为更好地保障消费者权益，苏宁易购积极维护信息安全，在对供应商和商家进行严格管控的基础上，通过建立标识体系、运用区块链技术、推进 IPv6 规模部署等方式，实现网络技术创新，确保数据信息及产品的健康与安全。

加强信息安全合规管理

苏宁易购依法认真履行并落实《网络安全法》《数据安全法》《个人信息保护法》和《网络数据安全条例》等法律法规的相关要求，积极响应国家、行业号召，持续开展网络安全、数据安全、个人信息保护合规治理，不断提升基础安全能力。

公司积极参与国家及行业主管部门开展的工信部办公厅“数安铸盾”应急演练、江苏省通管局“龙磐 2024”网络和数据安全专项行动、南京市等保协调小组“供应链安全风险隐患排查整治工作”等，对内部重要应用系统进行等级保护测评。

在数据安全方面，公司全方位统计重要数据、核心数据并上报工信部重要数据识别备案管理系统，积极组织对内部进行数据安全风险评估，排

查和治理数据安全风险，数据泄露模拟应急演练，针对勒索攻击制定专项应对方案并进行风险排查。公司 2024 年未发生重大数据泄露事件。

公司持续对内部网络安全环境进行治理和能力提升工作。公司接入邮政总局态势感知平台，持续获取外部威胁情报信息；内部重点在终端权限治理与能力提升、数据中台安全能力提升、重要应用系统加固、IT 资产梳理、安全漏洞闭环响应等方面持续发力。

在内容管控方面，持续配合网信部门、市场监管部门、公安等部门排查所售商品，如禁止非法出售野生动物、非法捕猎工具等一系列违规产品，确保公司平台上所售商品符合法律法规要求。

在个人信息保护方面，公司从用户角度出发考虑问题，在 2024 年期间对相关内容进行优化提升，从而切实完善个人信息保护措施，让消费者更省心、安心和舒心。

在安全宣传和培训方面，公司加强对入职员工的安全培训，在国家网络安全宣传周期间，组织并开展了一系列宣传活动，同时聘请内外部安全专家，针对内部全员或特定人群开展普及性或定向性的安全培训工作，有效提升员工网络安全意识。

持续推进 IPv6 规模部署

在数字化浪潮中，苏宁易购积极响应国家 IPv6 发展战略，全力推进 IPv6 部署，践行社会责任，取得了阶段性的显著成果。

在实施进展方面，组建专业技术团队，深入研究 IPv6 技术，制定详细的实施计划。从网络基础设施入手，逐步完成对核心路由器、交换机等设备的升级改造，确保其全面支持 IPv6 协议。同时，对内部办公系统、业务平台以及官方网站等进行适配性优化，实现了 IPv6 环境下的稳定运行。

实施 IPv6 带来了诸多成效。网络性能大幅提升，IPv6 庞大的地址空间解决了地址短缺问题，为公司未来的业务拓展提供了充足的网络资源，网络连接更加稳定、高效，用户访问延迟明显降低，业务响应速度加快，极大提升了客户满意度。此外，IPv6 先进的安全机制增强了网络的安全性，降低了网络攻击风险，保障了用户数据的安全与隐私。

苏宁易购推进 IPv6 不仅助力自身数字化转型，还为构建高速、安全、可靠的网络环境贡献力量，履行了推动行业发展与保障社会网络安全的责任。

加强消费者信息保护

客户信息安全保护是苏宁易购重要的责任和义务，也是苏宁易购对客户承诺。公司持续对 APP、小程序、SDK、权限使用、信息收集与第三方数据共享进行专项自查、整改与监督工作。同时，苏宁易购 APP 上建立了“已收集个人信息清单”“第三方共享个人信息清单”及权限弹窗、简版隐私政策等机制，使消费者充分感知苏宁易购对用户个人信息保护的高标准与严要求。报告期内，苏宁易购 APP 持续进行安全认证审查工作，为用户提供放心消费环境。此外，在公司实行以旧换新工作时，对旧机隐私现场进行粉碎处理，充分保护客户隐私。

所获荣誉

公司旗下已有三家科技公司江苏碧英科技有限公司、南京苏宁软件技术有限公司、南京苏宁电子信息技术有限公司获得“国家级高新技术企业”认定，显著提升了公司科技品牌知名度，为进一步推进集团“智慧零售场景应用成果转化”提供强大的科技支持，也为合作伙伴提供更具竞争力的科技赋能解决方案。



图 高新技术企业证书

➤ 保障产品质量

苏宁易购严格遵守《中华人民共和国产品质量法》《电子商务法》《网络交易监督管理办法》等法律法规要求，落实各项主体责任，从源头确保产品资质合规，把控产品质量。公司严格要求合作供应商、第三方商家拥有完整的授权商标、授权链路，确保所有商标、授权均合乎法律规定；严格按照国家标准，要求上架商品必须拥有相应的行业准入标准，如

强制性认证产品需提供并校验 3C 认证证书等，严禁销售质量不合格产品，严禁销售伪造或者冒用认证标志等质量标志产品。

此外，公司建立产品内外检查机制，提供商品正品保障，制定自有标准体系，提供更加安全、健康、高品质的产品及服务质量。

落实产品服务质量认证

公司制定并严格落实服务质量目标和方针，细化服务流程，规范服务作业，系统化地实现了全过程质量及服务管理，有效运营质量管理体系，为广大用户提供更优质、更高效的产品和服务。

2.2 消费者权益保护与关系维护

苏宁易购严格遵守《中华人民共和国消费者权益保护法》等相关法律法规及标准要求，专注提升消费者体验，有效解决消费者投诉，加强消费者数据信息安全保护，完善消费售后机制，保障特殊群体消费者权益，为消费者提供更加放心、安心、舒心的服务。

➤ 提升服务能力

苏宁易购高度重视消费者体验，持续加强终端人员培训，并为消费者创造卓越的消费环境、提供品质商品服务，满足消费者需要，全面提升消费体验，打造令消费者满意的购物平台。

案例：苏宁易购全国门店“春节不打烊” 物流正常送货

2024 年 1 月 31 日，苏宁易购连续 12 年发布“春节不打烊”计划。春节期间，苏宁易购全国超万家门店正常营业、正常送货，苏宁易购还提供家电家居预约送货上门、安装、维修、家电清洗、家庭保洁等到家服务。在线上，苏宁易购推出“春节不打烊”四大服务承诺，即商户晚发赔、发货延时赔、未发退货 0 秒审核、运费险退换无忧，提升春节假期选购体验。



案例：开展《中华人民共和国消费者权益保护法实施条例》专项解读培训

《中华人民共和国消费者权益保护法实施条例》是根据《中华人民共和国消费者权益保护法》等法律制定的条例，经 2024 年 2 月 23 日国务院第 26 次常务会议通过，自 2024 年 7 月 1 日起施行。为进一步宣传和普及消费者权益保护知识，提升消费者的满意度和信任度，加强对消费者权益保护法的进一步理解和应用，2024 年 4 月 19 日，公司特邀请江苏省消保委副秘书长居上为公司开展《中华人民共和国消费者权益保护法实施条例》专业解读，线上线下同步开展。

经过 34 年的发展，苏宁易购已成为国内家电 3C 领域领先的平台企业，面向终端消费者的 B2C 消费互联网平台及面向上下游体系的 B2B2C 产业互联网平台。不论是 B2C 还是 B2B2C，公司都一直在致力于持续提升服务用户的能力。

案例：“苏宁灵思大模型”获得三项国家网信办备案

2024 年 12 月 20 日，“苏宁智能客服算法”“苏宁数字人合成算法”成功获得国家网信办“境内深度合成服务算法备案”。12 月 31 日，江苏网信正式发布最新一批“通过国家网信办生成式人工智能服务备案”公告，公司研发的“灵思大模型”成功通过国家网信办备案，成为江苏省首个获得国家网信办备案的零售垂直领域大模型。苏宁灵思大模型成功获得国家网信办“三项备案”，是企业开展人工智能领域相关服务对外赋能合作的“合法运营类牌照”，具有国家级权威性。

目前，“灵思大模型”已精通商品、品类、品牌、行业百科知识及营促销专业知识，已具备类真人导购的商品推荐能力和套购方案整合能力，为企业提供智慧零售和数字化经营能力，为消费者提供购物及售后帮助。应用方面，灵思大模型已完成文案生成、图像生成、短视频合成、数字人合成、交互式对话等能力的建设，现已投入苏宁易购线上、线下、零售云等众多业务场景，包括数字人直播、易推内容矩阵营销、智能导购助手、智能导购屏、智能外呼、AIGC 内容创作，以及导购系统化培训与考核、店面设计装修与智能质检等综合性业务场景中。

江苏省生成式人工智能服务新增已备案信息

序号	模型名称	备案单位	备案号	备案时间
6	灵思大模型	南京苏宁软件技术有限公司	Jiangsu-LingSi-202412070013	2024-12-25

境内深度合成服务算法备案清单 (2024 年 12 月)

算法名称	角色	主体名称	应用产品	主要用途	备案编号	备注
苏宁智能客服算法	服务提供者	江苏誉英科技有限公司	苏宁易问客服机器人 (APP)	应用于智能对话场景, 根据用户输入的文本, 生成符合用户需求或文本回复, 重点面向零售领域。	网信算备 320118516491 201240011 号	
苏宁数字人合成算法	服务提供者	江苏誉英科技有限公司	苏宁 AIGC(网站)	应用于数字人视频生成场景, 根据输入的文本、音频, 生成与输入文本或音频对应口型的数字人配音视频。	网信算备 320118516491 201240029 号	

案例：苏宁易采云荣获“2024 年度全国公共采购优秀案例”

2024 年 12 月 5 日, 苏宁易采云凭借无人仓技术和智慧采购解决方案两项创新, 入选 2024 年度全国公共采购优秀案例。

苏宁易采云作为苏宁易购集团零售服务商战略布局的重要组成部分, 专注政企数字化采购服务, 致力于从“平台技术服务、数智化供应链、场景化运营服务”三条主线, 为企业级消费者提供专业的全流程、全场景、全品类的数字化采购服务。2024 年, 苏宁易采云新签约大型央国企客户 510 家, 相继新增中标国家电网、国铁商城、中海油、华能、中电科等央企数字化采购项目, 加力“工业品商城数字人直播、无人仓与自提柜”等智能化服务推广及技术应用。数字化采购对产品价格成本降低 5%~15%, 对管理与运营成本降低 30%, 数字化技术应用提升“订单履约、库存管理、产品研发、生产周期”等模块效率 20%~40%。



➤ 积极解决投诉和问题

苏宁易购积极应对消费者各项反馈，制定《苏宁易购服务管理体系》，建立健全一站式客服解决方案，通过热线、在线、智能工作台，围绕客户问题提供售前、售中、售后全流程解决方案，树立苏宁易购品牌责任，传递苏宁易购品牌价值。2024年，公司采用5分制客户满意度评分标准，评分结果达DSR 4.78，投诉率0.15%。

表 苏宁易购解决投诉和问题处理情况

指标	指标定义	单位	2023年数值	2024年数值
接待量产生率	各渠道用户来访接待量总和/正向销售订单	%	4.28	4.77
投诉率	各渠道用户投诉问题总和/正向销售订单	%	0.35%	0.15%
客户满意度	客户评价得分总和/评价次数	分值	DSR 4.67	DSR 4.78

建设客服管理体系

苏宁易购建立了完备的客户服务体系，除了在线客服、电话客服，公司在全国各大区还配备了大区客服，覆盖全国的终端售后服务保障网络，为客户提供更加便捷的高质量服务。

公司搭建苏宁易购客服课堂智慧学习平台，提升客服服务水平，并构建多渠道、智慧型客服体系，不断完善运营渠道，实现互动、智能、开放的交互服务。公司始终坚持以解决客户需求为导向，持续优化处理标准，有效利用服务资源缩短服务时效，提升整体服务水平。

培养职业技能人才

为培养全员服务意识，深入践行“服务是苏宁的唯一产品，用户体验是服务的唯一标准”，公司组织各岗位有兴趣的员工参加相关职业技能培训和认定，提高员工的综合能力，为社会培养更多客户服务管理的专业技能人才。

打造一站式客服解决方案

苏宁易购依托自身资源整合优势，利用智能技术全面建立智能化客户平台，同时基于大数据、移动互联网和人工智能技术，提升客服的效率及效能，为客户创造最佳服务体验。

➤ 完善服务机制

苏宁易购制定并完善了售前、售中、售后的服务政策，设置在线客服及电话客服（4008365365）为消费者购物保驾护航，每位员工秉持“用户问题止于我”的使命担当，将“专注好服务”进行到底，保障消费者全流程品质体验。

苏宁易购始终将“为消费者提供卓越的服务体验”作为发展第一要素，让消费者买得放心，用得安心。公司建立并不断完善商品售后机制，打造“省心购”的服务体系，2024年在原来基础上持续迭代，深度挖掘用户需求，实现全链路无忧服务。

表 苏宁易购售后服务机制

服务体系	具体内容
配送-无忧	针对平台销售商品，不断提高发货及配送时效，下单后展示预计送达时间，搜索商品支持通过24小时发货、送货入户、晚发赔等服务标签筛选更加优质服务的商品。同时针对配送过程中的异常情况做到前置化提醒，用户的紧急需求也可以由用户主动“催发/送货”，让配送链路服务无忧。
退换-无忧	针对平台销售商品提供无忧退换服务，包括不限于7天无理由退货、代客检、“坏果包退”、急速退、同种商品“随心换”、纸尿裤无忧退货等。搜索商品支持通过运费险、价保、以旧换新服务筛选优质商品；同时，提供商品运费险及上门取件服务，便捷用户，退换无忧。
服务-无忧	优质会员增加专属标识，提高货未发场景下的0秒退授信；上线客服“专属管家”，精准提升服务体验。

案例：“省级消费教育示范基地”落地苏宁易购！

2024年3月7日下午，江苏省消保委正式为南京大区建邺万达苏宁易购“省级消费教育示范基地”授牌，集团首家省级消费教育示范基地正式建成落地！该消费教育示范基地位于南京建邺万达苏宁易购三楼，基地内设有家电家装领域的消费教育视频和能快速帮助消费者解决日常家电家居选购“困扰”的趣味知识问答布展，按照基地建设要求，后续还将定期组织家电家居专题消费讲座和亲子互动活动，坚持从满足消费者诉求出发，为消费者提供“有价值的情绪共鸣”和“有获得感的场景体验”，用好服务、好口碑激发消费者在家电家居领域的消费活力！



2.3 关注特殊群体消费者需求

老年人更倾向于线下购买家电，进一步满足银发族的家电换新需求，苏宁易购针对老年群体设立的“老龄换新专区”，提供专人导购、新科技产品教学、以旧换新补贴政策讲解、帮领帮办等服务，深入了解居家适老需求，推荐操作更便捷、功能更齐全的智能绿色产品，让更多银发族享受优质购物体验，焕新美好生活。

暑期准大学生成为手机电脑等3C产品的消费主力，近半数准大学生购买3C产品时倾向一站购齐，包括手机、电脑、平板、耳机在内的“数码四大件”成为新刚需，以新技术、新潮流、新趋势为亮点的“新质数码”成为05后新生的首选，公司积极响应“以旧换新”新政，加码学生换新补贴。

案例：响应“以旧换新”新政 苏宁易购818加码学生换新补贴

2024年7月26日苏宁易购宣布全面启动818大促，以更大价格力度、更优产品供给、更快换新服务，全力支持家电3C以旧换新，并面向学生群体推出多项定制优惠，学生凭录取通知书、准考证、学生证等证件，前往线下门店购机可享手机定向优惠，与以旧换新、免息分期等活动叠加使用后优惠力度更大。各大品牌“当家产品”均现货开售，到店就能体验并选购。

3. “易”齐携手并进 供应链协同式管理

苏宁易购持续打造领先的供应链基础设施，不断完善供应商管理措施，强化供应链布局，从源头赋能，推动供应链效率提升，推进供应链建设。公司致力于与供应商协同发展，保障更高品质的服务。

3.1 完善供应商管理体系

苏宁易购搭建并不断完善全流程供应商管理体系，在一直坚持严格要求供应商准入、评估及分类管理的基础上，进一步实现与供应商沟通互动的系统化、智能化。同时，持续坚持对平台销售产品实行严格质量控制手段，提升供应链管理效率的同时保障商品质量，进一步维护消费者的合法权益。

➤ 规范供应商准入、评估和管理流程

基于供应商分类分级机制开展日常采购工作、管理上下游业务模式的基础上，完成系统功能开发，实现供应商管理的效率和质量提升，旨在通过建立完善的系统化全链路供应商管理制度，实现从供应商引入到评估的全流程自动化，降低人为管理带来的操作风险，同时基于供应商的经营结果，系统智能化推送评估建议，指导各业务部门对供应商精细化管理，提升供应商的整体管理效率。

表 供应商准入准出、评估及分类管理

环节	管理方法
供应商准入准出	在集团层面成立专门的供应商管理部门，从供应商洽谈、评估、资料提交、合同签订、建立档案及入驻完成等方面进行全方位规划和标准制定，完善供应商准入、准出和日常管理机制，全面提升管理效率
供应商评估	对已入驻供应商进行评估完成分级工作，并应用在结算等各经营环节

<p>供应商分类管理</p>	<p>根据供应商评估的数据对供应商进行分类管理，并针对不同级别供应商实施不同的运营管理机制，尤其是聚焦关键客户管理，有效提升管理效率</p>
----------------	--

➤ **保障供应链质量安全**

苏宁易购严格遵守《中华人民共和国食品安全法》《化妆品监督管理条例》《中华人民共和国产品质量法》《强制性产品认证管理规定》《工业产品生产许可证管理条例》《能源效率标识管理办法》《水效标识管理办法》《医疗器械监督管理条例》等国家相关法律法规的要求，落实各项主体责任，依法履行经营者索证索票义务，从源头确保产品资质合规，把控产品质量。

➤ **建立健全质量监管措施**

公司从规则、专项治理、匿名抽检、定向抽查等方面建立了严格的监管制度，通过大数据分析及品控中心建立商品质量分评价机制，强化与国内外第三方检测机构合作力度，完善品牌鉴定渠道，进行现场品控检查，建立全流程质量安全管控，以此保障商品质量，进一步保障供应链质量安全。

供应商引进阶段，严格要求合作供应商、第三方商家拥有完整的授权商标、授权链路，确保所有商标、授权均合乎法律规定。

商品上架销售阶段，严格按照国家标准，要求上架商品必须拥有相应的行业准入标准，如强制性产品认证、能源效率标识、水效标识等，严禁销售质量不合格产品，严禁销售伪造或者冒用认证标志等质量标志产品。

质量监管方面，建立健全质量监管措施。通过专项治理、匿名抽检、定向抽查等严格的监管制度，强化与国内外第三方检测机构合作力度，完善品牌鉴定渠道，以此保障商品质量，进一步保障产品质量安全。

标准制定方面，针对电商平台中依据传统国家标准、行业标准等难以检测出问题的商品，联合第三方质检机构制定《电子商务体感验货通用评价规范》。模拟消费者，对于商品的标签标识、商品一致性、外观质量、功能性验证、其他感官性检查等五大模块进行体感验货评价。依据评价报告对供应商给予限期整改、产品下架、店铺扣分、合同追责等追责行为。

3.2 加强供应链能力建设

苏宁易购始终坚信供应链发展是零售企业生存发展的核心，打造更加强大、智能、高效的供应链体系是公司不断的追求。公司持续加强供应链能力建设——推进供应链数字化管理，推动供应链智能化建设；从源头赋能供应链，实现品类扩充；建设智慧仓库，提升供应链效率；打造全生命周期供应链体系，升级消费服务保障。

➤ 打造绿色供应链

公司始终坚持推动绿色管理体系，加大低碳、零碳商品备货，推进绿色供应链转型，多渠道落地消费品以旧换新和设备更新工作。

案例：节能产品占比七成，苏宁易采云推动绿色供应链建设

2024年3月，国务院印发《推动大规模设备更新和消费品以旧换新行动方案》，随后，工信部等七部门也联合印发了《推动工业领域设备更新实施方案》提出，将围绕推进新型工业化，以大规模设备更新为抓手，以数字化转型和绿色化升级为重点，推动制造业高端化、智能化、绿色化发展。4月，苏宁易采云响应政策号召，率先发起设备更新行动，联合百家企业，对工业设备数字化采购给予10%补贴。

➤ 采购端智能转型

公司积极打造“智能供应链”模式，建立面向产业互联网上下游的供应链平台，全面总结零售经验并集成为系统化工具，在改善人工采购的传统零售方式基础上，引导供应商实现采购数字化转型，协助供应商完成采购价值化改造，实现零售供应链全链路的高效率管理和信息化水平。

➤ 加强产品 C2M 定制

公司持续坚持效益效率为先的原则，一方面在定制专供上扩大和供应商的合作深度和商品的广度，全面覆盖高中低端产品系列，在性价比提升和价值链提升的基础上，结构占比持续优化；公司的定制专供产品已基本覆盖所有家电主流供应商，与头部品牌联合打造的单品爆品形成了较强的行业影响力。

案例：独家上市 苏宁易购发布卡萨帝新品

苏宁易购携手卡萨帝召开全国动员会，2024年3月21日正式启动417卡萨帝精智生活节，并持续至4月21日。期间，苏宁易购将独家上新卡萨帝多款高端套系新品，联合升级用户权益和场景体验，加码以旧换新。



➤ 建设供应链赋能体系

苏宁易购不断促进供应链品质转型，联合零售商与合作伙伴，从采购、运营、市场等多端协同，采用原产地直销模式，向消费者精准提供各类商品和服务。公司长期赋能供应链，对供应链赋能包括品牌赋能、运营赋能、物流赋能、线上输出赋能、社交赋能、直播赋能等，解决方案同样适用于合作伙伴在其他平台的业务实践。

案例：苏宁易采云荣获工业品三项大奖

近年来，国家多部委倡导工业品采购的绿色创新升级和数字化发展。苏宁易采云在工业品领域持续深耕，数智协同构建全场景服务矩阵，不断完善工业品供应链，开放平台技术和数据，帮助客户实现工业品采购数字化、智能化，助力工业品采购数字化转型。苏宁易采云根据不同采购场景智能化匹配商品，让客户一站式完成工业品采购，缩短供应链链路，提效降本。此外，苏宁易采云还通过数据共享和数据协同，为客户采购决策提供分析和支持，助力客户工业品采购更精准、更高效。

2024年3月20日，“生产性互联网服务平台助推内外贸一体化发展高峰论坛”在国家会展中心（上海）举行，期间上海市工商联工业品服务商会举行颁奖典礼，苏宁易采云凭借工业品数字化采购的亮眼成绩，荣获“优秀服务商”“创新服务场景”“社会公益贡献”三个奖项。

➤ 智慧仓储升级供应链服务

公司不断创新供应链服务，打造全新仓储物流服务，以数字化技术创

新供应链服务模式，提供多元化服务产品并优化消费体验，保障广大商家及消费者享受到高效的物流服务。

案例：43 万平方米！苏宁易购最大物流园落户南京空港

2024 年 5 月 30 日，苏宁易购举办华东物流中心二期项目竣工暨开园仪式，面积达 27 万平方米的现代化仓储物流园在南京空港经济开发区落成。在一期项目 16 万平方米面积基础上，华东物流中心整体面积将达 43 万平方米，成为苏宁易购目前全国最大的物流仓储基础设施。开园后，物流基地在服务苏宁易购自身业务需求同时，还为大型电商、快递快运、第三方物流、社区团购、冷链等合作伙伴提供多产业、多门类、可通用的场景化物流解决方案。值得一提的是，该物流园还将有效带动区域就业。



➤ 建设全生命周期供应链体系

公司切入全生命周期供应链体系，打通物流、售后、客服三大服务体系，实现向上游零售供应商提供全流程供应链解决方案，向下游终端消费者提供一站式家庭全场景服务解决方案，加速商品流通，实现消费服务升级。

3.3 推动行业高质量健康发展

苏宁易购不断整合公司资源，持续深化品牌合作关系，打通零售、物流、售后全链路一站式服务，促进供应链优化升级，规范行业服务建设，创新消费形式，着力实现合作共赢，促进实体经济发展，推动行业高质量发展。

➤ 深化品牌合作关系

多年来，苏宁易购秉持着“互利互惠 携手共赢”的原则与各大品牌厂商保持着密切的战略合作关系。公司以扎实的供应链管理基础和双线渠道优势，联合海尔、美的、博西、海信、长虹美菱等品牌促进实体经济发展，加速家电家装赛道融合，提升消费场景体验，实现“1+1>2”的效果。本报告发布前，公司与多家核心供应商高层进行了沟通会晤，明确了2025年的战略目标。

表 苏宁易购与多家头部品牌制定 2025 年战略目标

合作品牌	2025 年战略目标
长虹美菱	2024 年 12 月 5 日，苏宁易购与长虹美菱召开 2025 战略对接暨“圣元春”全国动员会。双方共同表示，将抢抓以旧换新补贴带来的市场机遇，聚焦冰洗、电视、空调、厨卫四大产品线，在产品、场景和服务等多个方面升级战略合作。
VIVO	2024 年 12 月 25 日，苏宁易购与 vivo 召开 2025 年战略对接会。双方围绕行业发展新机遇、战略合作新潜能展开深入交流，并就后续供应链建设、终端发展、产品运营、营销推广等方面的合作达成一致。
海尔	2025 年 1 月 7 日，苏宁易购与海尔召开 2025 年度战略大会，明确 2025 年销售目标，聚焦新产品、新场景、新体验，双方将首发上市新品、升级品牌专厅场景体验，为用户提供更智能、便捷的换新体验。
三星	2025 年 1 月 14 日，三星电子大中华区新任总裁李大成率队到访苏宁，双方召开 2025 年度战略合作会议，在门店布局、终端建设、新品规划、联合营销等方面达成一致，并宣布持续加码以旧换新资源投入，共同推动“家消费”提质升级。
老板电器	2025 年 1 月 15 日，苏宁易购与老板电器召开 2025 年度战略会议。双方持续提升协同合作效率，通过联合创新、升级用户体验、深耕老用户运营，推动合作实现新的突破，将打造数字厨电体验专区，加大 AI 厨电新品供给，满足用户品质焕新厨房需求。
方太	2025 年 1 月 21 日，苏宁易购与方太召开 2025 年度战略启动会，双方就产品上新、场景体验、用户运营、流量经营等方面达成共识，并宣布持续

	加大以旧换新资源投入。双方表示，2025 年将首发上市厨电新品、升级终端场景体验，并联合打造首届联合品牌节，为用户提供高质、高效的厨居美学新体验。
海信	2025 年 2 月 8 日，苏宁易购与海信召开 2025 战略启动会，双方明确 2025 年目标，聚焦换新消费趋势，将深化产品共创、场景升级、本地化经营、破圈营销，提升全品类经营效率，加码“国补”，助力家消费提质升级。
美的集团	2025 年 2 月 13 日，苏宁易购与美的召开 2025 年度战略合作会议，加力投入以旧换新，双方将深化联合创新、服务体验、终端运营等方面合作，上新超 70 款新品。
博西家电	2025 年 2 月 13 日，苏宁易购与博西家电召开战略合作会议，达成 2025 年战略合作目标。在“国补”政策支持下，双方将继续加力以旧换新，增加补贴投入，围绕新品上市推广、场景体验提升及优势资源整合展开深度协作。
TCL	2025 年 2 月 20 日，苏宁易购与 TCL 召开 2025 年度高层战略交流会，双方围绕产品共创、渠道升级、数字化运营等维度达成深度共识，加速构建全链路协同生态，引领家电消费品质升级。
能率	2025 年 2 月 26 日，苏宁易购与能率召开 2025 年战略合作暨厨卫春季家装节动员会。双方宣布将围绕产品联合定制、渠道建设、服务升级等方面深化合作，同步启动春季厨卫家装节，在“国补”的基础上，双方推出以旧换新至高 40%补贴、电热水器 8 年只换不修等换新权益，为用户提供高品质的厨卫换新体验。
创维	2025 年 2 月 28 日，苏宁易购与创维召开 2025 战略合作沟通会，双方宣布将以产品创新、场景升级、全域深耕、用户运营为核心，全面深化战略合作。
松下	2025 年 3 月 11 日，苏宁易购与松下家电召开 2025 年度战略合作会议，围绕冰箱、洗护品类 2025 年布局达成深度共识。抢抓国补政策机遇，双方将充分聚焦“补强新品、升级场景”，为用户提供更贴心、更智能、更多元的换新体验，全面满足消费者对于优质产品和服务的需求。

案例：全面深化战略合作 苏宁易购老板电器成立联合经营体

2024年8月17日，苏宁易购与老板电器召开战略合作会议并宣布成立联合经营体。老板电器将作为首个厨电品牌入驻苏宁易购总部，开展联合办公。联合经营体的成立标志着双方战略合作迈入组织机制更加健全、区域统筹更加系统、协同联动更加高效的新阶段。下一步双方将全面升级战略合作，进一步加大联合定制、场景建设、服务体验等方面的资源投入，共拓厨房电器市场焕新消费新增量。

案例：零售云&万和率先开启双11

双11大促即将到来，面向下沉市场，苏宁零售云强化品牌合作，蓄力产品供给。2024年10月10日至11日，苏宁零售云携手万和在顺德举办首届工厂游学会，发布“全方位产品支持、全维度零售赋能、团队扩建支持”三项支持，加力乡村以旧换新，通过直降、满减等优惠政策全面备货，率先开启双11大促。



➤ 促进产业恢复振兴

2024年家电行业，国家出台各种政策拉动消费。作为国内家电3C主要阵地，苏宁易购在各地均是以旧换新政策落地的重要参与方。苏宁易购持续深化品牌优质供给，联合各地方政府加码消费补贴，为振兴消费市场起到推动作用。

案例：3000亿元资金下达，苏宁全面承接国家以旧换新

2024年9月，国家发展和改革委员会召开专题发布会，介绍“两新”政策（推动大规模设备更新和消费品以旧换新）总体进展成效有关情况，指出国债3000亿元资金已

全面下达，各地以旧换新政策陆续落地，带动重点消费品销售明显上涨。作为全国政府补贴指定家电零售商，苏宁易购已率先深入参与进江苏、上海、湖北、重庆、北京、深圳、四川、海南、黑龙江、新疆、内蒙古等全国各省市以旧换新政府补贴活动，全面承接国家以旧换新活动并加码补贴，联动品牌工厂、银行最高优惠 40%，用更多真金白银促进以旧换新消费，满足用户家电换新需求。



➤ 帮助中小企业转型

对于中小家电企业来说，抓住细分市场、圈层市场，为用户提供更多选择机会，提高经营质量才是出路。借力苏宁易购，一些中小家电企业找到了差异化的市场空间，不仅提升中小企业自身经营效率，也有助于行业整体商品流通效率提升。

苏宁易购电商为支持供应商发展，对小型供应商一对一进行运营指导及扶持，帮助其提升运营能力，提高运营效率，且从 2025 年 1 月开始对年费实行了取消，降低供应商压力。

➤ 推动行业建设标准

苏宁易购作为驱动行业发展的强劲动力，积极分享成功实践经验。在物流方面，持续在物流标准化领域加大投入、持续创新，参与多个国家和行业级标准的制定，先后入选了江苏省级和国家级服务业标准化试点企业。

案例：苏宁帮客科技服务有限公司入选“再生资源回收体系试点企业”

苏宁帮客自主研发一套专属的家电以旧换新系统，通过“互联网+回收”模式开展一站式收旧换新服务，旧家电不限品牌、不限年限、不限品相，苏宁帮客都将在送达新家电的同时完成旧机回收，减少用户沟通次数和等待时间。通过整合打通回收、送货、安装等服务履约力量，将整体服务时长缩短一半，让收旧换新全过程无缝衔接。

2025年1月，商务部会同有关部门组织专家，对各地申报的健全废旧家电家具等再生资源回收试点城市和试点企业开展了评审，苏宁帮客科技服务有限公司成功入选，成为全国78个试点企业之一。

案例：江苏苏宁物流有限公司牵头起草地方标准获批立项

自2005年起，公司开始试水家电以旧换新工作。近20年来，公司从传统零售企业转型为线上线下融合的智慧零售服务商，自主研发以旧换新操作系统，全面布局物流和售后服务网络，不断优化用户体验。2024年，苏宁成为全国首批承接新一轮家电以旧换新行动的商贸流通企业，联合供应链上下游共同投入补贴资源，持续强化“到店+到网+到家+到政企+到商圈+到社区”六位一体服务策略，为用户打造从选购、交易、履约全链路&一站式“以旧换新”解决方案，形成商品流、物流、资金流、信息流“四流合一”创新模式。

2024年，苏宁物流牵头起草《废旧电器电子产品回收服务管理规范》地方标准，已获得江苏省市场监管局的正式立项审批。

案例：江苏省邮政快递业职业技能等级认定（苏宁）考试中心正式揭牌

2024年8月，江苏苏宁物流有限公司通过江苏省人社厅、南京市人社局评估验收，获得南京市职业技能等级认定第三方评价机构资质，可面向社会和行业开展物流服务员、供应链管理师、快递员等多个职业技能认证。截至目前，苏宁物流已成立职业技能等级认定项目工作组，完成一千多门认证课程的自主开发，拥有功能完善的培训和考试场所近70个，相关配套设施一应俱全。2024年12月，苏宁物流与江苏省快递协会签约共建，成立“江苏省邮政快递业职业技能等级认定（苏宁）考试中心”。



4. 聚焦员工成长发展 “购” 筑幸福家园

4.1 保障员工基本权益

苏宁易购积极推行人才工程建设，坚持以人为本的理念，保障员工各项基本权益的落实，关爱每一位员工的身体及职业安全健康，为员工提供舒适的工作环境，坚信人才的发展是公司发展的基石，完善人才培养标准，加强人才团队建设，与员工携手共进，实现与员工共创、共当、共享。

苏宁易购坚持员工依法雇佣的原则，畅通员工沟通渠道，搭建与员工沟通交流的桥梁，提升员工满意度，听取员工意见与建议，积极回应员工反馈，努力实现每一位员工的利益诉求。

➤ 坚持合法雇佣

苏宁易购严格遵守《中华人民共和国劳动法》《中华人民共和国劳动合同法》《中华人民共和国社会保险法》《中华人民共和国未成年人保护法》等相关法律法规、国际人权公约及劳工准则，坚持合法雇佣，避免雇佣童工及强制劳工，做到同工同酬，公平、公正对待所有员工。截至报告期末，苏宁易购员工总数 20,125 人，实现劳动合同签订率及社保覆盖率为 100%。

表 苏宁易购 2024 年末员工构成

指标	单位	数值
雇员总数	人	20,125
终端作业人员占比	%	49.84
按性别划分		
男性员工占比	%	54.63
女性员工占比	%	45.37

按地区划分		
总部及南京大区员工占比	%	24.97
其他占比	%	75.03
按民族划分的雇员总数		
少数民族员工占比	%	3.18
非少数民族占比	%	96.82

➤ 搭建员工沟通渠道

公司不断完善内部沟通渠道，使员工声音得到充分倾听，保障员工的知情权、参与权、表达权和监督权。公司定期与员工代表一起开展分享企业成长、解决企业问题、确定战略规划、审议企业制度、审评管理团队、审定集体合同、劳动合同等民主管理相关工作。同时，公司设置晨会、周例会、月度例会、季度及年度例会等定期会议，并通过党建工作、工会建设等举措，实现员工沟通例行化，提高员工参与企业管理的积极性、有效性，帮助员工解决问题，创建和谐企业文化。此外，公司还建立“高管面对面”机制，并可通过豆芽 APP、邮箱、内部系统等渠道直接向公司高层领导进行沟通反馈，实现无障碍沟通。

报告期内，公司召开职工代表大会 1 次，并广泛征集员工意见，推动员工建设。此外，公司以多种调研形式开展了员工满意度调查，了解员工想法，提升员工满意度。

4.2 致力员工发展

苏宁易购高度重视人才团队建设，建立健全薪酬福利体系，发展员工职业多渠道晋升，加强员工激励制度，开展多样化员工培养模式，提升员工综合能力，为员工实现自身价值、职业目标、个人梦想疏通路径。

➤ 建立薪酬福利体系与激励制度

苏宁易购不断完善薪酬激励机制,秉承“激励与约束并行,激励先行”的理念,建立工资、福利、短期及长期激励“四位一体”的薪酬激励机制,坚持薪资合法、守时发放,员工对工资有异议时可通过 SOA 自助提交流程申请。同时,公司推出年度评优、季度超额奖励、旺季表彰、月度绩效考核奖励等一系列激励措施,并对绩效结果进行公示,安排负责人开展绩效沟通,保证奖励评选的公平、公正、公开,促进良性竞争的氛围。

此外,公司积极开展员工持股激励计划,建立和完善劳动者与所有者的利益共享机制。员工通过努力创造价值,促进个人财富与公司价值的共同增长,实现公司、股东和员工利益的一致性,促使各方共同关注公司的长远发展,从而持续为股东带来更加高效的回报。

➤ 健全员工职业发展体系

公司持续致力于人才培养,满足人才发展诉求,设置了“管理”与“技术”双渠道发展模式,满足员工职业规划选择。公司提供了以职级晋升和职务晋升为主的纵向晋升通道及跨序列发展的横向序列发展通道。

为满足员工职业发展需求,公司研发体系每年按时按次开展专业技术资质认证、管理岗资质认证、职级晋升、绩效评估以及员工培养等关键活动,推动人才团队的优化以及管理干部梯队的选拔。

案例：苏宁工程师入选“2024 年江苏省家电行业年度工匠”

苏宁帮客工程师郑克龙荣获“2024 年江苏省家电行业年度工匠”荣誉。该奖项面向长期从事家电制造流通服务岗位的一线劳动者展开遴选,由江苏省家用电器协会、江苏省财贸轻纺工会颁布,江苏省商务厅指导,致力于发挥家电行业高技术人才示范引领作用,助推家电服务业高质量发展。

作为苏宁服务大军的一员,郑克龙靠着过硬的空调安维技术,在入行的 18 年里已累计服务超 8 万户家庭。在苏宁每年一度的空调大忙中,他亲身经历并投入其中,能够在复杂作业场景中高效安装,精准解决各类空调疑难杂症,也曾带领团队打“飞的”跨区域增援,一周装好上千台空调……他在平凡的岗位上参与、见证并推动电器维修行业服务水平的不断精进。

2024 年 9 月,苏宁易购凭借专业送装服务能力、售后履约保障以及创新服务产品供给等融合优势,被中国家电维修服务协会授予“2024 年度高质量服务商”。

➤ 提升员工综合能力

公司强化人才培养建设，坚持自主培养的员工培训与未来发展规划，努力为公司规划、研究、智慧赋能、运营加强人才储备，建立人才发展中心，组织企业文化、领导力培训、业务培训等多类型培训项目，综合提升员工素质能力。报告期内，公司人事培训部门共开展人才发展培训类项目共 1.67 万场次，共计 100.81 万人次参与。（各体系自行组织的培训未计入）

表 苏宁易购 2024 年人事培训部门开展的培训

指标	培训类别			
	企业文化培训	领导力培训	业务培训	其他类型培训
培训场次（单位：场）	828	286	15,179	447
培训人次（单位：人次）	24,696	6,354	965,298	11,742

为提升员工经营管理能力和业务技能，公司持续强化线上数字化学习。报告期内员工累计参与各类线上学习 59.58 万人次。

数字化时代背景下，苏宁致力于打造学习型组织，建立和完善了线上线下学习平台，推出多种互联网学习产品，以充足的学习资源助力员工实现全方位职业成长。2024 年度企业内部线上豆芽学习平台累计 PV 为 1075 万，累计 UV 为 164.6 万。

➤ 搭建员工培训体系

公司持续构建人才培养与发展体系，开发以“1200 工程”“新人入职文化集训”等主题的企业文化类培训，建设以“领袖营”“苏大公开课”“训战营”“SDP”为重点项目的领导力培训，以及以“岗位资质认证”“案例中心”“苏大创效营”“业务研讨工作坊”“业务专题提升”等为重点的经营能力类培训，营造更加浓厚的学习氛围，持续培养精英人才，为公司长远发展提供了有力支持。

表 员工企业文化、领导力、经营能力培训内容

培训类别	培训项目	培训对象	培训内容
企业文化 培训	1200 工程	应届生	招聘选拔、轮岗实习、培训培养、考核激励、晋升提拔。
	新人入职企业文化集训	新员工	企业历史文化、公司业务介绍、个人成长体系。
领导力 培训	领袖营	基层和中高层	如领导艺术、自我管理、人员管理、服务领导力，增强领导勇气与能力、积极影响他人。
	训战营	各业务板块	分为高研班、中研班、青研班，实现团队融合与文化认同，绩效管理与领导能力提升，以及业务绩效提升。
	SDP	梯队干部	开展自我管理、他人管理、团队管理课程，进行线上自学和集训强化；安排中欧领导力课程。
	苏大公开课	集团全员	邀请外部大咖进行行业分享。
经营能力 培训	岗位资质认证	中基层	围绕各个岗位基础应知应会，用线上与线下结合学习的方式帮助员工快速掌握岗位体系概述、岗位基础技能、岗位进阶提升。
	苏大创效营	中基层	定位为业务赋能培训项目，围绕“零售服务商”战略定位，通过整合集团内优秀业务专家现身说法，多形式、多渠道，系统性地为全集团员工进行业务赋能，支撑战略落地、提升业务能力、营造学习氛围。
	业务研讨工作坊	各体系/大区业务管理干部	通过创新引入研讨、汇报及对话规则，促进智慧共创，解决具体的业务场景问题。
	案例中心	中基层	掌握案例开发基础技能，能有效完成业务

			高质量案例开发。
	业务专题提升	中高层	针对具体业务问题与团队管理问题，从绩效提升出发匹配业务所需资源，提高业务策略制定能力及团队管理有效性。

公司邀请中高层管理干部、核心业务骨干担任兼职讲师，外聘国内外知名高校、重量级咨询机构、重要供应商和合作伙伴等外部讲师，丰富员工知识获取途径，提高员工知识掌握程度，助力员工成就职业价值。

案例：业务赋能案例大赛

为振奋集团员工士气、促进业务技能提升、激励优秀项目和人员，并进一步沉淀、传承业务知识和组织经验，人才发展中心联合总裁办及各体系、各大区于2024年6月启动开展集团业务赋能案例大赛。本次大赛旨在挖掘并分享集团内部的优秀经验与实战案例，促进业务技能的全面提升，激励员工为集团及个人的发展贡献力量。

自2024年6月案例大赛启动以来，围绕百店百亿、小区营销、商品经营、直播、大店开发等主题，从活动筹备到案例征集，从初审筛选到路演辅导，从线上评选到线下路演，大赛整体历经10周，最终11位选手的9篇案例，在9月7日站在了南京总部决赛的舞台上！



案例：城市公司总经理经营能力提升集训

2024年8月，集团总裁办联合人才发展中心，面向全国城市公司总经理，就区域经营开展了针对性培训与交流，旨在帮助区域管理干部深化方向认知、强化区域执行、提升管理能力，更有效益地开展一线经营与管理。



➤ 加强校企合作合作

苏宁易购与全国各地高校积极配合，深化教育改革、提升职业教育目标、优化人才培养结构、提升人才整体就业率。苏宁易购借助自身资源和人才培养优势，形成了校园实训实践基地、苏宁精英班、校园讲坛、校园营销活动、企业 OpenDay、企业实习&优先录用等多种合作形式，累计覆盖全国近 2,000 所学校。

报告期内，公司积极配合高校需求，开展“面向合作高校企业开放日”工作，为学生提前了解就业信息及求职市场奠定了基础。

案例：勇攀高峰 突破自我，武汉大区启动数字营销创意挑战赛

武汉苏宁易购联合湖北城市建设职业技术学院成功举办了首届“苏宁易购杯”数字营销创意挑战赛启动会。大赛旨在推动教育与产业的深度融合，分享苏宁易购在发展过程中积累的丰富经验和案例，引导学生深入理解新零售模式，掌握数字化营销技能，更是对大学生数字营销能力的一次全面检验，为未来就业和创业打下坚实基础，传播企业文化，前置培养精通互联网数字营销的专业人才队伍。



4.3 筑造苏宁家园

苏宁易购注重多元人才引进，关注员工工作情绪及体验感，营造和谐工作环境，为员工提供多元化文体活动，保障女性及残疾人员工基本权益，重视员工职业卫生健康，共筑幸福家园。

➤ 引进多元人才

苏宁易购积极建设多元人才引进制度，尊重员工多元化，为残疾人员工创造就业条件，并为来自不同地区及国家、不同宗教信仰的员工建立制度保障，营造和谐舒适的工作氛围。

报告期内，公司共雇佣残疾人员工 146 人，积极承担企业责任，为员工创造平等的工作环境。

➤ 关爱每一位员工

苏宁易购用心倾听员工真实需求，积极为员工提供多重福利保障措施，加强女性员工权益保障措施，开展多样的员工活动，促进员工工作与生活平衡，关注员工身心健康保障，增进员工的体验及归属感。

加强额外福利保障

报告期内，公司加强活动中心建设，完善员工活动中心，其中总部建成总建筑面积 3,200 平方米，室外面积 1,800 平方米，可满足 300 人同时使用的项目设施，项目设置包括健身房、舞蹈房、乒乓球馆，以及室外篮球、网球和足球等。

保障女性员工权益

公司持续为女性员工打造温馨舒适的工作环境，关注女性多样化需求，保障女性职场基本权益。针对特殊时期的女性员工，公司严格按照国家规定提供假期及各类补贴，打造并翻新母婴室，设置闸机绿色通道，为处于“三期”的女性员工提供贴心的关爱与呵护，妇女节期间开展各项暖心活动，关爱职场女性。截至报告期末，公司女性员工占比达 45.37%。

案例：“三八”国际妇女节 | 致敬每一个闪耀的她

她们长期奋战在一线，爱岗敬业，身体力行践行着“服务是苏宁的唯一产品, 用户体验是服务的唯一标准”的服务理念。她们在各自的岗位上发光发热，是达人，更是标杆，在集团各个业务领域发挥着重要作用，取得了杰出的成绩，为集团的发展作出了巨大贡献。“三八”国际妇女节，集团从总部到大区都举行了庆祝活动，精心布置，仪式感拉满，只为祝福每一个努力拼搏、闪闪发光的“她”。



开展丰富员工活动

苏宁易购积极开展各类文体活动，为员工创造多样展示自我的平台，打造更有趣味性的文化活动，倡导员工积极向上的生活方式。报告期内，公司通过开展大促关怀、节日关怀、健康讲座义诊（女性健康讲座、皮肤、内分泌、口腔、眼科义诊活动等）、运动会（春秋两季趣味运动会）等活动，并在总部园区设置子女托管中心关爱员工，提升内部凝聚力。苏宁易购通过开展各类丰富的员工活动，有效保障员工的身心健康，助力员工快乐工作与生活。

◇ 节日福利

为提升员工幸福指数，公司为员工提供了多样化的节日福利，围绕春节、妇女节、端午节、中秋节、司庆等，统一策划采购发放各类物资，同时，组织丰富多彩的特色关爱及慰问等活动，如瑜伽、讲座、美食等活动，尤其加强对一线终端员工的关爱、慰问。

案例：祝我们 34 岁生日快乐！集团总部组织开展司庆活动

2024 年 12 月 26 日，集团迎来了 34 岁的生日！各体系、大区集中组织观看董事长 34 周年致辞，每一个苏宁人都从中汲取奋勇前行的力量，各体系还组织了丰富多彩的庆生活动。董事长勉励我们要以传承守初心，以奋斗创未来。让我们秉承“执著拼搏、永不言败”的奋斗精神，紧紧地凝聚在一起，团结一心向前冲！面向未来，与合作伙伴一起共赢！



◇ 苏宁之夏

8月16日，主题为“宁心聚势，向阳生长”的2024年苏宁之夏晚会在苏宁总部举行，现场数千余名苏宁各界的合作伙伴以及苏宁员工代表来到现场，晚会全方位、多角度地展现了苏宁人的生命力、凝聚力和源动力。

◇ 运动会

为激发员工工作激情，营造总部积极向上的工作氛围，进一步激发苏宁人“执著拼搏、永不言败”的企业精神，让全体员工以更好的状态投入全年的工作中去，总部组织开展“苏宁易购2024年苏宁总部春季及秋季mini运动会”。

◇ 传承跑

今年集团1200工程已走过二十二载春秋，成为苏宁自主人才培养的重要基石，在高起点、高责任、高管带教模式下，秉持共享共担的理念，一批批1200干部立足企业，成就事业，在砥砺前行中，迎接挑战，实现蜕变。11月2日上午，千余名1200及体系核心干部齐聚总部，开启“2024苏宁1200传承跑暨赢战双十一全员冲刺跑”，一代又一代1200在奔跑中接棒，在这里凝聚力量、挥洒汗水。



图 “2024 苏宁 1200 传承跑” 开跑

◇ 大促关怀

每年公司在大促期间，均会向奋战在销售一线的员工送上关怀与勉励，对大家一直以来的辛苦付出表示感谢。2024年，公司先后组织618、双十一大促关怀活动，通过美食、义诊、子女托管等安排，让员工感受到家庭般的温暖。

◇ 子女托管

针对大忙期间员工家中无人照顾孩子的情况，为解决员工的后顾之忧，公司在总部活动中心设置狮宝贝小天地，2024年总部托管中心在场地硬件改善的基础上，注重工作人员上岗前应知应会的培训和带教，突出主题性托管。2024年陆续开展以春花、中秋、国庆、儿童节、传承、消防安全等27期的主题托管，在解决员工后顾之忧的同时，拓展了孩子们的视野，深受托管员工的一致好评。

关注员工健康与安全

苏宁易购建立健全员工职业健康与生产安全规范，加强安全生产作业监督管理，高度重视员工职业健康，强化员工安全管理，2024年总部开展3次主题义诊活动，全面保障员工在工作过程中身心安全与健康。

规范职业健康与安全生产管理

苏宁易购建立并不断完善安全生产作业管理规范，加强配套培训、监督体制和定期演练机制。公司实行严格的上岗“资格认证”制度，对特殊时期女性员工工作环境实行安全保障监管。同时，公司建立安全作业环境管理评估体系，对高低温作业、户外作业、高空作业实行特别监管和管理责任追究，并设立雇主责任保险，在法定基本保障之外提供额外补偿保障。

此外，公司制定了《工伤事故管理规定》，对受伤员工均按照相关规定纳入社保范围，并及时进行救治和处理。同时，公司总部每年组织消防演习，定期进行安全检查，加强安全宣传和教育，组织售后服务人员参与安全培训，并加强员工安全宣传和教育。

保障员工职业健康安全

苏宁易购高度关注员工职业健康安全，定期组织员工体检，在园区放置除颤仪等，全面保障员工身体健康。同时，公司积极组织急救知识培训、义诊等活动，帮助员工提高应急防护能力和健康安全意识。

➤ 积极弘扬企业文化

1200 工程是集团基于战略高度建立的人才选拔和培养工程，在高起点、高责任、高管带教的培养方针指导下，通过全面、系统、专业的培养与带教，经过成长期、成熟期、成才期，逐步成长为集团核心骨干，承担起企业接班人的终极使命。2024 年总部及战区开展了六个批次“1200 二十二期集训营”。

为培育和塑造全体员工的集体荣誉感和使命感，激发全体员工的工作积极性和工作活力，引导员工争当先进，为公司发展做贡献的良好氛围，公司每年年会都会为上一年度优秀员工、先进企业进行表彰；此外，为增强员工对企业的认同感及归属感，公司每年对连续在职 20 周年、10 周年、5 周年的员工颁发金、银、铜牌勋章，彰显与传递独特的企业精神。

公司加强公司文化建设，致力于为员工打造幸福、满意的工作环境，全面提高员工满意度。

案例：1200 二十二期“总裁面对面”

2024 年夏天，新阶段、新征程，全国各地迎来了 1200 二十二期。六月至八月，以弘扬苏宁文化、传承苏宁精神、培养苏宁事业接班人为使命，总部及战区开展了六个批次“1200 二十二期集训营”，培养了一批执著拼搏、争先创优的 1200 新成员。7 月 31 日上午，苏宁易购集团总裁任峻与全体 1200 二十二期学员进行了沟通交流，鼓励 1200 二十二期要珍惜机会，努力学习，不断提升自己，敢于梦想、勇于实践、不断创新、追求卓越；保持对工作的热情和激情，不断挑战自我、超越自我；牢记使命和责任，为企业及个人的发展积极进取！

案例：1200 二十一期定岗仪式暨二十二期欢迎仪式在总部举行

2024 年 8 月 7 日，在苏宁易购总部隆重举行了 1200 二十一期定岗仪式暨二十二期欢迎仪式，1200 二十一期定岗标志着经过为期一年的轮岗锻炼后，这批年轻而充满活力的新晋干部将进入各体系固定岗位正式定岗，开始他们职业生涯的新篇章。



案例：青蓝聚力 匠心相承-济南大区1200拜师仪式

为充分弘扬传承企业文化，营造尊师重教的良好学习氛围，充分发挥业务骨干“传帮带”作用。2024年12月25日济南大区组织开展了以“青蓝聚力 匠心相承”为主题的1200拜师仪式，勉励“徒弟们”珍视机遇，怀谦逊之心，在勤学与实践 中砥砺前行；呼吁“师傅们”秉持无私大爱，毫无保留授业解惑，以严谨态度严管厚教，用自身行动诠释匠心精神，与“徒弟”携手成长；此外，他强调以此次仪式为全新起点，大区上下应团结一心、执著拼搏，聚力打造高素质专业队伍。



5. 贡献“易”份力量 助力创建绿色生态

在“3060 碳达峰碳中和”的国家战略背景下，苏宁易购积极应对气候变化，通过健全环境管理体系、构建绿色经营模式、贯彻落实环保行动，致力于保护生态环境，提高资源能源利用效率，为创建绿色生态贡献“易”份力量。

5.1 积极应对气候变化

苏宁易购积极应对气候变化，通过对气候风险的识别与评估，采取行动适应、减轻与规避相关风险。

➤ 主动识别与评估环境与气候风险

根据 TCFD（气候相关财务信息披露工作组）的指引及建议，公司主动识别与评估气候风险，考虑环境因素所带来的影响，逐步制定有效的气候变化战略方针。

表 转型风险识别

气候变化风险类型	气候变化风险描述	采取的行动
政策和法律	环境信息披露要求增强	继续逐年披露社会责任报告，持续完善环境信息披露水平。
	库存中现有非绿色产品因政策标准原因提前淘汰	对于能耗高的产品进行月度循环整理，提前减少与淘汰相应产品，扩大绿色产品的引入。
技术	低碳技术研发成本增加	在新技术投入时，充分考虑新技术的合理性、可行性以及与苏宁易购业务的匹配性，以降低投资风险。

气候变化风险类型	气候变化风险描述	采取的行动
市场	部分供应商由于提供的产品不符合环境管理标准而被淘汰	完善绿色供应链，鼓励供应商提供绿色产品（如能耗低的家电产品等），将环境标准纳入供应商准入与考核流程中。
	消费者偏好向绿色产品倾斜	提高绿色产品在苏宁易购平台上的流通量，建设绿色产品专区，充分宣传对于绿色产品的引入与支持行动。
声誉	消费者倾向于在更加绿色和稳定的平台上消费	充分践行绿色物流与绿色运营，并通过媒体渠道广泛传播，增强消费者信心。
	投资者决策考虑因素发生变化	增强绿色实践的宣传与推广，通过定期发布报告的方式对所做的努力与成果进行披露，增强与投资者的沟通。

表 物理风险识别

气候变化风险类型	气候变化风险描述	采取的行动
急性风险	台风、强降水等极端天气对物流运输的消极影响	提前识别极端天气带来的风险，改变物流运输的形式，在客服通知到位的前提下，暂时延缓运输时间。
	极寒极热和干旱天气导致制冷和供水量需求的增加，以及员工因极端天气问题产生的缺勤情况	提前做好预算规划，通过居家办公政策保护员工在极端天气中的安全性，提高员工的工作效率。

气候变化风险类型	气候变化风险描述	采取的行动
慢性风险	降雨量增多和海平面上升所带来的极端降水和洪涝灾害发生的可能性增大	通过使用苏宁易购智慧开发系统，在仓库、门店开发选址时充分考虑地理因素，避免灾害发生对基础设施的重大影响。
	平均气温上升导致数据中心和员工对制冷需求的增加	规划预算时考虑相关因素，通过自建新能源发电设备降低后期发电成本。 规划预算时考虑相关因素，实际使用中，关注天气走势，结合天气情况精准启动设备，降低能耗。同时结合智能窗帘升降、隔热膜张贴，有效降低室温。

➤ 建立健全环境管理体系

苏宁易购根据自身业务模式与特点，建立健全环境管理体系，优化内部环境管理架构，明确各职能部门与子公司在环境管理工作中的负责内容、参与程度和配合机制，形成以公司管理层为主导，其他部门各司其职、层层配合的架构体系，使环境管理相关工作的执行更加高效、更具目的性。

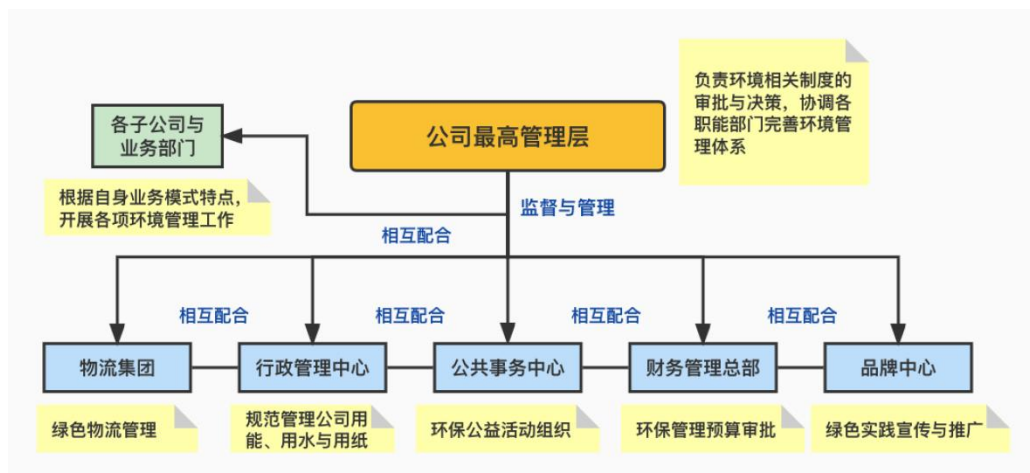


图 苏宁易购内部环境管理架构

5.2 构建绿色经营模式

公司不属于环境保护部门公布的重点排污单位。苏宁易购始终坚持构建可持续发展的经营模式，积极响应有关“碳达峰”“碳中和”的工作安排及要求，推动绿色采购、打造绿色物流、完善绿色运营，实现从采购端到消费端的全流程减排。

➤ 推动绿色采购

苏宁易购积极践行并推动绿色采购的发展，择优选用绿色产品的供应商，逐渐增加绿色产品的采购比例。公司在家电类商品引进环节强制要求供应商上传产品能效认证证明等相关信息，针对能效标准存疑的老电器及其供应商，定期进行循环整理，根据实际情况减少或取消相应产品的采购。

同时 2024 年全国“两新”政策实施以来，苏宁易购积极承接落实，从消费端反向助力电器产品能效升级换代。

➤ 打造绿色物流

苏宁易购在“聚焦生态文明、聚力绿色发展”的战略目标下，一直致力于绿色物流“全链路”建设工作，分别从仓储、运输、末端配送与包装的环节上全面推进绿色物流实践，通过大力推广新能源车辆，应用分布式光伏、优化仓储布局以降低能耗、减少二次包装等推动绿色物流体系建设，不仅降低自身运营对环境的影响，更积极发挥引领作用，推动供应链上下游企业共同迈向绿色发展之路。

苏宁物流连续两年被中国物流与采购联合会评为“物流与供应链企业 ESG 创新实践案例”，并荣获江苏省物流产业促进会颁发的“江苏省物流业绿色发展奖”。





绿色仓储

苏宁易购合理选址并科学规划仓库建设，积极推进多元化仓储科学布局和智慧科技在仓库中的具体应用，有效提高资源能源的利用效率。

报告期内，苏宁易购已在北京、上海、南京等 30 个城市建立行业标准化“绿仓”，同时逐步推行物流基地配置清洁能源设备发电，如铺设光伏屋顶等。

苏宁易购“绿仓”兼顾经济效益和运营效率。仓内使用 LED 灯，选配并极大范围投入合适的自动化设备，推进高密度存储设备、自动化分拣设备、自动打包设备的使用，使“绿仓”更加智能化，进一步提高物流效率。此外，苏宁易购密切控制综合楼、仓库、办公区和室外用电，强制要求各地物流园区、办公场所与生活场所按需开启电力设备，通过关闭不必要的照明、电器，以及合理优化工位等方式，实现全年减碳目标。



图 苏宁易购绿色物流仓库

绿色运输

运输环节中，苏宁易购推广投入使用新能源汽车，逐步提高新能源汽车使用比例，在网点推行符合标准的专用车辆，并同步开展充电桩建设工作，持续加大规模化投入力度。

此外，公司持续优化智能化运输路由调度系统，借助大数据和智能路径优化算法制定相应的集装化运输规范，加快装卸搬运效率，并通过单元化运输的方式减少单个包裹的装卸搬运次数，节约运输成本，提升物流效率，有效降低碳排放。

绿色配送

苏宁易购物流通过建设回收体系，在“送装一体化服务”基础上升级“套购送装一体服务”，一次满足消费者多样服务需求，减少如家电安装等二次上门的成本。苏宁物流为家电、家居和家装品牌商户提供覆盖全国的仓配一体化服务，凭借各地丰富的仓网资源，实现多仓联动，有效分仓。截至报告期末，送装一体服务已覆盖家电所有大件类目和全国大部分重点城市，同时部分合作品牌已升级至“揽送装一体服务”。

实现绿色运营

苏宁易购将低碳发展的理念融入业务运营中的每一个环节，坚持门店与物流基地的绿色运营、倡导员工绿色办公、致力打造高效且低碳的数据中心、加快低碳技术研究，为可持续发展企业的建设添砖加瓦。

绿色门店

苏宁易购的自营电器店与自建广场在开发筹建、运营管理、升级改造等各个环节均有着完善的环境管理标准。从店面标准设计流程开始，苏宁易购就充分考虑各项环保举措的可实施性，在节能、节水和可再生资源利用上重点施力。

表 苏宁易购自营电器门店用电、用水量

指标	单位	2024 年数值
自营电器店年均每小时每百平方米用电量	度	2.1138

自营电器店单位平方米每月用水量	吨	0.037
-----------------	---	-------

表 苏宁易购绿色门店措施与成效

环节	措施与成效
开发筹建	<ul style="list-style-type: none"> · 门店装修施工环节中使用环保型装修材料； · 门店的自动扶梯、中央空调等系统采用变频技术，减少能耗； · 店面的照明灯具全部使用低瓦数高亮效的 LED 灯，同时通过智能控制系统设定开启和关闭时间，结合店内的客流情况进行智能调节； · 店面的装饰和展台通过标准的统一实现现场拼装，优化筹建周期；店面装修材料提前生产备货，提高生产周转率； · 苏宁易购广场实现模块化设计、部分装配式建筑，减少现场施工及避免扬尘污染，降低能耗。
运营管理	<ul style="list-style-type: none"> · 对门店员工开展节能降耗宣传及培训，培养和践行绿色门店理念； · 优化设备运行方式，采取分时供暖政策，通过错峰蓄冷、柔性调峰等方式提升能效； · 在确保店面基本温度环境的基础上，仅开启部分空调； · 减少电梯的不必要开启，周中仅开启上行电梯，关闭下行电梯； · 门店顾客减少时店员及时关闭不必要的设备与灯光； · 加强门店样机开启效率管理，不同时段结合人流量的变化情况进行不完全开放展示。
环节	措施与成效
升级改造	<ul style="list-style-type: none"> · 苏宁易购广场升级为绿色商业建筑： · 对存在节能改造空间的空调、油烟机、照明等实施全面改造升级，采用精准温控，变频技术，预计可有效降低能耗使用比例； · 对具备屋面架设光伏面板条件的广场，进行光伏面板的架设，使用清洁能源满足广场日常用能所需。

绿色办公

苏宁易购坚持践行绿色办公，致力于平衡能耗节约与良好环境的营造，鼓励员工增强责任意识 and 环保意识，争当节能减排示范先锋，养成自觉执行节能降耗各项规定的良好习惯。

公司在内部管理中倡导无纸化办公、并加强电子信息化建设。报告期内，苏宁易购总部共使用电子签章签约 110 万次。

公司通过张贴节水标识、全员节水宣传、控制饮水机开启时间和采用雨水回收设备等方式，全面开展节水工作，有效降低办公区、终端用水。此外，通过空调开启温度管控、照明管控等措施，节约用水用电。

2024 年 5 月公司总部开展餐厅光盘行动，活跃餐厅氛围的同时灌输勤俭节约、珍惜粮食的社会风尚。

案例：向上生长 一片青绿落户集团总部园区

2024 年 3 月 12 日，在第 46 个植树节到来之际，一批小树苗落户苏宁易购总部园区。活动也邀请海尔、海信、美的、倍科、长美、博西、松下、TCL、创维和康佳等入驻苏宁易购总部的品牌经营体共同参与。大家通过共种“友谊林”的方式，深化合作友谊，践行绿色发展理念，共创美好家园。友谊林的种下，不仅是苏宁易购与园区伙伴深厚情谊的见证，同时也代表着推动企业发展的生生不息的力量的传承。



低碳高效数据中心

苏宁易购数据中心为实现低碳高效，采用了各种创新的技术。

首先，使用高效的散热和冷却系统，如风冷和水冷系统，有效降低设备的能耗；通过优化空气流动、使用高效的制冷设备和设计绝缘外壳，数

据中心能够提供良好的温度和湿度控制，保证设备的正常运行，并减少能源浪费。

其次，还广泛使用了虚拟化和云技术。通过将多个服务器虚拟化为一台物理设备，降低了设备的数量和能耗，提高了服务器的利用率。虚拟化还可以动态分配和管理资源，根据需求调整处理能力，从而提高能源效率和可扩展性；通过部署智能节能控制系统以监测和管理设备的能源使用情况，根据需求优化资源分配和能源消耗；通过实时数据监测、智能管理和自动化控制，节能控制系统有效降低了能源浪费，提高了能源利用效率。

上述相关措施为减少 IT 的能源需求、降低碳排放提供了切实可行的解决措施。

AI 智能应用

人工智能技术是零售业变革的重要驱动力，苏宁易购集团拥有丰富的零售场景、海量的实践数据，将积极参与 AI 技术在零售行业的应用与推广，赋能上下游合作伙伴，推动管理、采购、零售运营、销售终端的智能化重塑。

2024 年 12 月 20 日，“苏宁智能客服算法”和“苏宁数字人合成算法”成功获得国家网信办“境内深度合成服务算法备案”。灵思大模型于 2024 年 12 月 25 日正式通过国家网信办备案，成为江苏省首个获得国家网信办备案的零售垂域大模型。

2024 年，在 AI 应用方面，聚焦提升零售专业能力，重点围绕采购、管理、营销、渠道运营等几方面推进业务智能化。

供应链提效方面：构建面向供应商的百问百答智能助手以及智能化审核，商品标题、卖点自动提炼生成，采购订单查询等功能。

内部管理提效方面：构建豆芽君智能助手，支持内部相关流程的自动创建，另外结合 AIGC 能力构建培训视频的生成能力。

运营提效方面：搭建“易推”内容矩阵营销平台，具备图文、短视频等内容自动生成能力，同时，完成与豆芽和店+系统的集成，以及外部主流媒体渠道的打通，实现了国补宣传、新品种草等活动的全员、全场景内容矩阵化营销覆盖，另外还构建 AIGC 基础服务平台，以及苏宁数字人直播平台。

赋能渠道销售方面：推出基于灵思大模型的问答能力，构建了面向线上导购场景的，“苏宁易购”导购机器人和线下导购场景的数字人接待屏等。

➤ 传承贯彻环保精神

公司在日常发展中始终秉承环保精神，倡导员工、消费者、合作伙伴、社会大众共同积极践行绿色行动，为环境保护贡献力量，构建绿色低碳社会。

案例：苏宁易购携手供应商推出沙漠绿洲计划

2024年3月全民焕新节期间，苏宁易购携手海尔、西门子家电及三星电视，联动中国邮政旗下“沙漠邮局”的“沙漠绿洲计划”IP，共同策划并发起“美好生活，植得热爱”的营销活动。通过3月12日植树节当天的沙漠植树行动、绿色论坛、粉丝认养树木等互动环节，成功激发了公众的植树热情，进一步推动了环保事业的实践。

2024年6月“618”年中大促期间，苏宁易购再次将环保理念推向高潮。苏宁易购创新性地延续了沙漠绿洲计划，通过一系列趣味横生的玩法邀请广大用户参与免费认养活动，共同为沙漠增添一抹绿意。

此次沙漠松认养活动不仅传递了绿色家电、轻松换新的环保理念，更让用户在享受购物乐趣的同时，亲身参与到环保行动中，实现了消费与公益的完美融合。



5.3 促进循环经济发展

苏宁易购下游直面消费者，能够直接影响到社会公众的消费行为与生活方式。为更好地传承与贯彻环保精神，公司向消费者倡导绿色生活方式，结合 2024 年国家以旧换新政策，推广绿色节能产品，致力于唤醒公众的环保意识。

苏宁易购积极践行国家再生资源回收战略，持续开展以旧换新活动、发放节能补贴、家电下乡等方式持续促进循环经济发展，推动绿色消费。

2024 年全国“两新”政策为消费市场注入新活力，政策效果不断显现，同时释放了绿色消费潜力，为企业加快创新和绿色转型提供了新动力。

苏宁易购作为家电零售行业代表企业，积极助力家电以旧换新开展，做到“两个率先”，率先响应政策，率先承接落实。早在 2024 年 3 月底，联合超 30 家家电生产企业率先开展以旧换新行动，整合工厂、银行等多方资源，加大补贴，让利消费者。2024 年 8 月国补全面启动，苏宁易购率先承接落实，通过门店以及线上渠道全面开展，并在国补基础上，加码厂补、苏宁补，让消费者以更低的价格买到更高品质的产品，推动“换新”向“换优”升级。

在加速推进以旧换新政策的下沉过程中，苏宁易购面向城市及县域地区，强化宣传贯彻与促销活动的双轮驱动。在城市地区，着重实施“六进”（“进店+进网+进家+进政企+进商圈+进社区”）策略以深化市场渗透；在县域，则推动“三个千万”行动计划（走遍千山万水、走到千乡万镇、走进千家万户）以促进广泛参与，让更多、更好、更便宜的新质家电走向广大的村镇居民家中。

案例：江苏政府补贴推动手机消费 苏宁易购人潮涌动

2024 年 11 月 26 日晚，江苏先后发布《3C 数码产品补贴专项活动操作指引》《关于 2024 年苏新消费·绿色节能家电以旧换新专项活动新增补贴商品品类的通告》，加力释放消费品以旧换新政策红利，江苏省消费补贴再扩容，新增 7 类 3C 产品和 20 类家电商品，享受 15% 专项补贴。作为政府补贴指定零售平台，苏宁易购率先承接。即日起至 12 月 31 日，江苏消费者在全省苏宁易购门店购买手机、平板电脑、智能手表、学习机、翻译机、无线蓝牙耳机、数码相机 7 类 3C 产品，可享 15% 专项补贴，单件商品最高补贴 1500 元。购买暖风机、油汀、取暖器、浴霸、加湿器、空气炸锅、除螨仪、吹风机等 20 类家电商品，享 15% 立减补贴，单件补贴上限 2000 元。



同时，苏宁易购进一步打通和上游工厂的合作链路，通过“四流合一”的创新模式，为消费者带来更高质价比产品。所谓“四流合一”，是指商品流、物流、资金流、信息流，通过反向和工厂联合定制，提升供应链效率，降低产品成本，秉承“先平价，再换新”的原则，最大限度提升换新效率，最大程度让利消费者。

在服务方面，针对以旧换新过程中的难点，特别是收旧难题，推出“五免四不限”服务，为用户打造从选购、到交易、到履约的全链路&一站式的“以旧换新”解决方案。具体是指，免费上门、测量、拆卸、搬运、设计；旧机回收不限渠道、品牌、年限、好坏；同时支持一站式“送新+拖旧”、跨品类以旧换新。

苏宁物流利用其遍布广阔的配送网络，提供上门“送新”、返程“收旧”的配套服务。2024年度，苏宁物流纵深推广“送新收旧一步式”服务产品，截至报告期末覆盖城市超百个，让用户收到新机同时完成收旧，部分安装品类实现“拆收送装，一次上门”，进一步提高了服务门槛，用户体验大大提升。

苏宁易购荣获“中国家用电器服务维修协会”颁发的多项奖项，涵盖“焕新潮示范标杆奖、废旧家电回收示范标杆奖、百家服务示范门店奖、千家收旧服务示范网点奖、万名优秀服务工程师奖”等以旧换新多链路的业务与服务奖项。

案例：苏宁易购入选“2024年江苏省数字消费典型创新场景”

苏宁易购自主研发以旧换新操作系统，搭建一整套家电以旧换新 SOP 系统架构（标准作业程序），链接各类营销工具、外部服务商系统、内部运营管理系统、售后履约系统等核心模块，通过中台协同和算法优化，保障以旧换新操作全链路有序衔接，实现订单集成、流程监控、数据整合等功能聚合，为家电以旧换新售前、售中、售后的服务全

环节提供有力支撑。苏宁易购以“基于区块链技术下的家电收旧送新全链路可追溯场景”入围，荣获“产品换新”类目案例第一名。



案例：率先响应“新政”苏宁全面启动 818，推动县镇家电以旧换新

国家发展改革委、财政部近日印发《关于加力支持大规模设备更新和消费品以旧换新的若干措施》指出，中央财政直接安排资金支持，家电以旧换新补贴比例由上轮 10% 提升至 15%~20%，同时对一级、二级能效水效家电分别给予 20% 和 15% 销售补贴。政策利好将充分激活家电消费市场。率先响应政策，7 月 30 日，苏宁易购以“新质零售，同行致远”为主题召开 2024 零售云合作伙伴大会，并正式启动下沉市场 818 大促，推动家电以旧换新。



案例：300 场！苏宁零售云“嘉年华”加力以旧换新下沉

年末将至，家电国补进入 2024 倒计时，各地抢抓机遇全力促进消费，县域家电市场迸发崭新活力。为加力以旧换新下沉，苏宁零售云积极响应，在全国百座城市陆续举办 300 余场“美好生活嘉年华”活动，老乡们在家门口实现了家电“一站换新”。苏宁零售云联合美的、海尔等头部品牌推出多重优惠，在此基础上叠加国家以旧换新 15%~20% 的补贴，实现“国补、厂补、苏宁补”三重补贴的让价优惠。

在以旧换新下沉县镇市场的进程中，消费者从“能用则用”的心态逐步转变为“能换则换”的消费行动。活动现场，导购员一边围绕产品展示细节、演示操作，一边一对一讲解以旧换新的优惠政策，用贴心的服务消除消费者疑虑。

以旧换新“嘉年华县镇行”系列活动，不仅将便捷服务送到老乡们家门口，还带动了当地家电家装行业的规模效益。



案例：国务院副总理何立峰调研指导苏宁易购以旧换新工作

2024年10月11日，中共中央政治局委员、国务院副总理何立峰在山西太原苏宁易购五一路门店考察，并就大宗耐用消费品以旧换新工作开展调研指导。何立峰充分肯定了集团在落实国补政策和积极承接开展以旧换新工作中取得的进展。



案例：苏宁工业品携手百家企业，率先发起设备更新行动

苏宁工业品宣布响应政策号召，率先发起设备更新行动，联合中泊桥防、史丹利、大华、梅思安、霍尼韦尔、海尔、海信、宝合、福禄克、欧普照明、英思科、善洁等百家企业，发起“苏宁工业品设备更新行动联盟”，服务苏宁易购目前在合作的上千家集团企业

及数百万家中小微企业，为有设备更新需求的企业提供数智化供应链支持。此外，苏宁工业品商城 3.0 版本上线，并签署了供应商扶持计划——苏宁工业品青云计划。未来苏宁工业品将不断推进数智化工业品采购平台建设，为客户提供覆盖全场景、全品类、全流程的数字化采购服务，同时通过开放平台生态、数字资源共享，推动供应链生态的多元协同，推动工业品数字化采购变革。苏宁工业品还将借助苏宁零售云遍布全国的门店，渗透四六二级市场，服务乡镇企业、五金店。



6. 整合产业生态优势 “购”建美好社会

苏宁易购在不断完善环境、经济效益的同时,发挥零售资源整合优势,以生产、服务、劳动、科技等多维构成的产业生态圈引领公益项目建设,强化乡村振兴工作,不断推进社区建设、深化社区服务,积极回馈社会。

6.1 聚力苏宁易购公益

苏宁易购持续加强公益事业项目建设,立体化推进乡村振兴相关工作,积极整合自身资源,投身抗灾救援一线工作,贡献苏宁易购力量。

➤ 完善苏宁易购公益项目建设

公司不断丰富苏宁易购公益项目,协同上游合作伙伴与下游消费者投身公益活动。苏宁易购公益项目积极带动消费者参与教育助学、扶贫救济、医疗救助、自然保护的公益活动。此外,公司推出“苏宁益品”,推动入驻商家与消费者共同参与公益捐赠活动。消费者每次购买“苏宁益品”时,商家将部分收益作为捐赠善款直接投入苏宁易购公益账户,助力公益活动的开展。

案例：沈阳大区爱心献血活动：用满腔热血 传递爱与温暖

2024年1月26日,沈阳苏宁易购携手绍棠社区开展“走进献血屋”爱心活动。本次献血活动是我司践行企业公民责任的具体举措,旨在倡导员工奉献爱心、主动参与公益,为构建和谐社会贡献自己的一份力量。此次活动深化了员工的社会责任意识,也为员工搭建了展现爱心、奉献社会的平台。



案例：募捐公益暖童心 护苗行动爱无疆

2024年11月8日，陕西苏宁易购党支部前往陕西省西安市周至县清化镇白寨小学和二庙小学，参加了“护苗行动”社会公益募捐活动。此次活动旨在保护青少年权益，预防校园暴力，保护青少年心理健康，为青少年营造一个和谐、健康的成长环境。



➤ 推进乡村振兴和扶农助农

苏宁易购不断整合自身资源，全面升级“零售服务商”的同时，重点向农村地区赋能，通过零售云模式促进区县经济建设，建设农村产业基地，加大扶农助农战略，带动县镇就业水平，进而全面推进乡村振兴的发展。

苏宁易购通过全国零售云加盟店及苏宁帮客县镇服务中心为全国各县镇用户带去优质产品及服务，激发县镇居民消费潜力的同时，也帮助更多的小镇青年借助苏宁易购实现了在家乡创业的梦想。未来，苏宁易购将继续坚持农产品上行以及快递进村策略，为全面推进乡村振兴贡献自己的一份力量。

案例：助力乡村振兴发展，苏宁物流获行业认可

2024年4月9日—10日，江苏省综合交通运输学会快递分会一届二次理事会暨省快递协会四届理事会第四次会议在南京召开。苏宁物流积极发挥覆盖全国的物流网络优势，助力农产品上行和家电产品下乡，以仓配一体、送装一体、逆向物流等多元化服务能力，助力乡村振兴事业发展，获得2023年度“助力乡村振兴贡献奖”。



为了深入贯彻国家乡村振兴发展战略，苏宁易购大力发展“零售云”模式，把战略方向投向乡村、资源技术赋能乡村、基础建设反哺乡村，打通了“上行”与“下行”的有机链路，完善了城乡融合的消费网络，探索解决了基础设施水平低、进货渠道单一、商品服务质量不高、零售能力传统低下、市场秩序欠佳等难点问题，实现了经济效益与社会效益的双赢。

零售云通过线上线下融合赋能，帮助农村实体小微零售商转型升级，提升数字化能力和运营效率，在三、四级市场和乡村释放创业带动就业的倍增效应；以品质供给保护县镇消费市场，助力县镇消费升级；以持续投资升级县镇消费体系，推动县镇区域发展，夯实县镇产业振兴基础，具体的举措如搭建乡村创业平台，打造实体经济中坚力量；丰富乡村消费者产品选择，构建标准场景体验；缩短流通链路，借助 C2M 反向定制适配乡村消费；线上线下场景融合，为传统零售加载新零售体验；加速乡村家电、家居、定制零售融合，打造一站购物新体验；完善乡村零售基建，提供与城市无差别的服务体验。

促进地区就业

公司结合自身零售服务商优势，通过共享苏宁易购品牌、技术、供应链、运营、物流等优势资源，赋能县镇乡村零售行业转型升级，提升地区就业水平。

发展扶农助农

公司借助自身产业链特性和直播推广农产品的手段，助力农产品向外发展，持续加大扶农助农力度，通过“基地+合作社+线上商城+市场”模式、产地直采合作模式和零售云等，打通农产品上行渠道，促进当地农副产品生产规模化、标准化、品牌化，打造全新的供应链模式，使得所有中间利润直接惠及农民。



6.2 关注社区服务

苏宁易购始终追求企业发展与社会发展的有机融合，坚持“社会化企业”的定位，高度关注社区服务，加强社区关怀，传递社区爱心。公司持续加大社会群体关爱，关注教育、公益事业发展，为社会发展贡献苏宁易购的力量。

2024 年苏宁易购深入全国各社区，为小区用户免费提供上门量房、测甲醛、老家电排雷检测、免费家电清洗检修、用电安全检测、免费衣物护理、免费磨刀具及洗锅、免费测血压等多项便民服务，并密集开展“以旧换新社区行”，设立“家门口”的换新服务站，提供政策讲解代办、旧机免费检测、估值、拆拖回收和新机送装一体等服务。苏宁易购还携手红十字会、政府共同开启社区公益行，走进高龄、独居、失独老人和困难居民家中，为他们送去免费清洗和慰问礼品，保障温暖过冬。

案例：苏宁易购加码“暖冬服务计划”

这个冬天，苏宁易购积极开展社区行活动，走进全国 142 个城市 353 个小区设立“暖冬服务站”，落地超千场线下体验活动，为居民送去免费家电清洗、家电检测等多项暖心服务，还把门店搬到消费者身边，在便民服务站，小区居民可以现场体验最潮流的家电新品，还能现场了解家电国补政策、可以享受补贴申领代办、旧机估值和上门回收等一站服务。



➤ 关爱社会群体

公司发挥自身门店网络和履约服务优势，联合多方力量持续加强对社会群体的日常关爱以及对老龄人群、困难人群的关心与帮助，推动便民服务常态化落地，走进小区，走到用户身边，帮助大家切实解决生活中的小麻烦，为更多社区居民提供便捷、有温度的服务，保障社区的和谐运行，促进社区的可持续发展。

案例：苏宁帮客便民服务站“社区首站”落地鼓楼区&携手社区开展“暖阳行动”公益活动

2024年12月25日，苏宁帮客积极践行社会责任，全力推进社区便民服务站项目。社区首站成功落地于湖南路街道大方巷社区，标志着服务社区居民、传递温暖关怀的重要开端。落地当日，携手大方巷社区共同开展“暖阳行动”，深入社区敬老院，为老人们送去精心挑选的生活用品，为他们的日常生活提供便利与舒适，邀请专业帮客工程师为敬老院及社区公共区域的空调进行全面细致的清洗服务。



➤ 关注公益事业发展

苏宁易购持续打造自有品牌公益活动，为贫困地区援建爱心厨房、发送爱心礼包、助力贫困地区儿童全面发展，并设立“阳光1+1”工程，鼓励员工每年至少做一天义工、捐一天工资，积极履行公民社会责任，共同助力苏宁易购公益事业发展。

案例：送物资 修家电，苏宁易购驰援梅州多地防汛救灾

2024年6月，我国广东梅州、湖南长沙、安徽歙县等多地出现大范围强降雨，防汛抗洪形势严峻。灾情发生后，苏宁易购迅速开展抗灾行动：苏宁物流增派运输及安装人员，优先保障相关救援物资及时送达，满足受灾居民家电使用需求。针对洪水浸泡损坏的家电，苏宁易购将提供免费上门家电维修服务，重点检查电路、电

流、电压、漏电情况，对于无法启动及噪音等异常问题一并排查解决。此外，加大以旧换新补贴力度，开启“专用换新通道”，积极支持灾后重建。

为帮助受灾门店加速重建，苏宁易购零售云为全国受灾门店提供“检测维修、样机更换、门店重装、开业活动”四项支持，联合品牌提供门店补贴。此外，区域团队及时进驻受灾门店开展灾后重建工作，全方位帮助洪灾门店抢修，在 30-45 天内帮助门店复工复产。



苏宁易购充分发挥物流、商品供应链等方面资源优势，建立起快速响应救援机制，第一时间向灾区提供支持，助力灾区人民渡过难关。

未来展望

2025年，中国消费市场将迎来新一轮提质扩容机遇。苏宁易购将锚定“零售服务商”战略，以用户需求为核心，以科技创新为驱动，持续夯实全渠道服务能力，推动行业高质量发展，为社会创造更大价值。

聚焦绿色低碳，助力可持续发展

苏宁易购将持续响应国家“双碳”目标，加大绿色节能家电推广力度，深化以旧换新服务创新，扩围加力以旧换新承接品类和补贴力度，助力补贴政策走深走实。依托数字化溯源系统，完善家电全生命周期管理，推动循环经济模式落地。同时，苏宁易购将联合产业链伙伴共建绿色供应链，加大绿色智能产品联合定制和推广，助推低碳消费理念加速普及。

深耕城乡市场，促进消费升级

线下场景化零售持续升级，2025年苏宁易购将紧抓“首发经济”政策机遇，持续落地 Suning Max、Suning Pro、Suning Fun 等零售新业态，打造“家庭场景解决方案”标杆，推动套系化、智能化消费普及。下沉市场方面，零售云将深入县域空白区域，试点“社区焕新服务站+局改样板间”融合模式，带动乡村消费升级。线上加速布局即时零售、直播电商，深化与美团、抖音等平台合作，将自身零售服务能力接入更多流量平台，满足用户便捷需求。

强化数智赋能，驱动产业协同

依托“三大中台两大平台”，苏宁易购将加速输出数字化能力，赋能中小合作伙伴。供应链交易平台将接入超万家供应商，实现供需精准匹配；AI技术全面应用于服务、运营环节，推出智能导购、AI售后管家等工具，提升用户体验。此外，公司将持续助力乡村振兴发展，为县域零售云门店提供技术培训与资源支持，培育本土化电商人才。

践行社会责任，传递向善力量

2025年，苏宁易购将持续践行社会责任，在绿色环保、公益慈善、社区建设、关爱弱势群体等方面发挥企业力量，满足人民群众对美好生活的向往。

跨越山海，笃行致远。2025 年，苏宁易购将以更开放的姿态、更创新的服务、更坚定的责任担当，与合作伙伴、消费者和社会各界携手，共创绿色、智慧、包容的美好未来！

绩效展示

➤ 经济绩效

指标	单位	2023 年数值	2024 年数值
总资产	千元	121,748,283	119,042,939
归母净资产	千元	11,375,416	12,430,605
营业收入	千元	62,627,455	56,791,461
研发费用	千元	441,443	202,295
研发费用占营业收入比例	%	0.70	0.36
海内外各类自营门店数量	家	1,298	983
海内外各类加盟门店数量	家	10,729	10,168

➤ 治理绩效

指标	单位	2023 年数值	2024 年数值
股东大会召开次数	次	3	6
董事会会议次数	次	11	15
监事会会议次数	次	7	4
新增授权专利	件	130	36
新增著作权登记	件	85	24
新增核准注册商标	件	53	22
举报线索受理率	%	100	100

➤ 社会绩效

指标	单位	2023 年数值	2024 年数值
员工总数	人	22,198	20,125
女性员工比例	%	45.72	45.37
劳动合同签订率	%	100	100
社保覆盖率	%	100	100
培训总人次（仅人事培训部门组织的）	万人次	92.52	100.81
培训总次数（仅人事培训部门组织的）	万场次	1.67	1.67
客户满意度 DSR	分值	4.67	4.78
投诉率	%	0.35	0.15

➤ 环境绩效

指标	单位	2023 年数值	2024 年数值
自营电器店年均每小时每百平方米用电量	度	2.113	2.1138
自营电器店单位平方米每月用水量	吨	0.029	0.037
总部电子签章使用量	万次	104	110

附录：读者意见表

尊敬的读者：

感谢您阅读本报告。我们非常重视并期望聆听您对本报告的反馈意见。您的意见和建议是我们持续提高企业 CSR 信息披露水平、推进企业 CSR 管理和实践的重要依据。我们欢迎并由衷感谢您提出宝贵意见，您可以将相关意见反馈至 stock@suning.com!

1. 您对我们履行社会责任的总体评价是：

非常好 好 一般 较差 差

2. 您对本报告的总体评价是：

非常好 好 一般 较差 差

3. 您认为我们在利益相关方沟通方面做得如何？

非常好 好 一般 较差 差

4. 您认为我们在公司治理方面做得如何？

非常好 好 一般 较差 差

5. 您认为我们在环境保护方面做得如何？

非常好 好 一般 较差 差

6. 您认为我们在社会贡献方面做得如何？

非常好 好 一般 较差 差

7. 您对我们履行社会责任及本报告有何意见和建议？