



苏宁易购集团股份有限公司
2025 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十八份社会责任报告（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 2025 年 1 月 1 日至 2025 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 2025 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）》《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第 3 号——可持续发展报告编制》、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>）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	3
社会责任管理体系	5
1. 开启崭新“易”年 保障企业稳健运营	9
1.1 治理责任	9
1.2 运营管理	12
1.3 投资者关系管理	17
1.4 债权人权益保护	19
2. 夯实品质安全服务 创新“购”物体验	20
2.1 零售渠道与产品质量管理	20
2.2 用户权益保护与关系维护	26
2.3 聚焦银发经济，科技惠老	30
3. “易”齐携手并进 供应链协同式管理	32
3.1 完善供应商管理体系	32
3.2 加强供应链能力建设	34
3.3 推动行业高质量发展	37
4. 聚焦员工成长发展 “购”筑幸福家园	40
4.1 保障员工基本权益	40
4.2 致力员工职业发展	42
4.3 筑造苏宁幸福家园	48
5. 贡献“易”份力量 助力创建绿色生态	54
5.1 积极应对气候变化	54
5.2 构建绿色经营模式	57
6. 整合产业生态优势 “购”建美好社会	68
6.1 积极投身公益	68
6.2 关注社区服务	71
6.3 推进乡村振兴	74
未来展望	76
绩效展示	78
附录：读者意见表	82



前言

2025年，苏宁易购以“笃立·赢新”为年度关键词，坚定践行零售服务商战略。面对复杂多变的市场环境，公司聚焦用户价值、升级场景体验、深化服务创新，持续巩固家电零售主渠道地位，助推消费提质扩容。

过去一年，苏宁易购不断提升零售服务能力、创新商业模式，以“服务美好生活”为使命，深度参与国家促消费、扩内需战略——

持续承接家电国补：苏宁易购首创“走街串巷·国补社区行”活动，深入全国众多社区，以便捷的一站式收旧送新服务，推动消费绿色化、品质化升级。

加速零售业态创新：公司持续巩固线下场景化零售优势，全年新开重装 Suning Max、Suning Pro 大型体验型门店 79 家，丰富产品供给、拓展场景体验、升级管家服务，并依托电竞、烹饪等兴趣圈层举办大型赛事，激活体验式消费、兴趣型消费潜能，有力推动“新智家电”普及。

深度赋能县域经济：全国零售云门店新开大店占比提升至 24.10%，带动就业数万人；通过“家+计划”强化加盟商伙伴获客与运营能力，并持续落地“美好生活嘉年华”等活动，让“新智家电”切实惠及县乡千家万户。

过去一年，苏宁易购持续积极履行企业社会责任——

绿色变革，贯通全链路：公司提高节能产品采购占比，在仓储与运输环节推广新能源物流车辆等设施，系统构建覆盖供应链、销售、服务与回收的全链路绿色生态，入选中国商业联合会“2025年绿色消费典型创新案例”。

科技提效，体验再升级：公司持续迭代自研“灵思”大模型，打造结构化家电零售知识库，显著提升运营、销售等环节效率，聚焦高价值服务，改善用户体验，并向合作伙伴开放 AI 能力，助力零售行业从“经验驱动”向“AI 驱动”转型升级。

心系银发，守护全场景：针对银发群体，公司持续推进“暖阳行动”，线上开发 AI 银发康养 APP“朝夕相伴”，线下依托适老化品牌“苏宁私享家”提供适老化改造服务，获授“推进互联网适老化及无障碍建设高质量发展践行单位”。



守望相助，驰援第一线：应对夏季东北地区极端高温，华东、华北、东北地区洪涝与地质灾害，以及区域性重大火灾等事故，苏宁易购快速启动应急机制，调拨灾区群众所需物资，同步调配送装维修人员，彰显企业担当。

苏宁易购以三十五年的零售能力积淀，将社会责任融入经营血脉。从城市到乡村、从门店到社区，公司以实干诠释专业价值、服务美好生活，未来也将持续提升企业核心竞争力和可持续发展能力，为广大用户提供更便利、更贴心的智慧生活服务。



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，是中国领先的智慧生活服务商。公司以家电 3C 为基本盘，全面依托 AI 技术，融合线上线下、到家到店、售前售中售后服务，通过零售服务平台以生态协同的方式构建广泛覆盖的网络触点，致力于为用户提供智慧生活方式服务，做用户最信赖的家庭生活管家。

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，涵盖 Suning Max、Suning Pro、Suning Home、Suning Fun、零售云加盟店等多类型门店，覆盖城市核心商圈、社区及县镇市场；线上通过苏宁易购 APP、苏宁易购官方旗舰店、直播电商及即时零售平台，实现全渠道用户触达。旗下苏宁物流拥有覆盖全国的仓储及配送网络，提供仓配一体、送装一体、即时服务等综合物流解决方案，持续提升供应链效率与用户体验。

在 AI 技术驱动的产业变革时代，苏宁易购构建了“一驱一核，两翼三支撑”的核心能力体系——以 AI 技术为驱动，以场景体验为内核，以家电 3C 供应链和即时服务能力为两翼，以管理智能体、生态协同和稳健盈利为支撑。公司积极拥抱 AI，推动智能体在用户市场与经营管理中的协同应用，重塑门店价值、升级服务体验，引领零售行业向智能化、情感化、生态化发展。

苏宁易购始终践行“服务美好生活”的使命，以稳健经营、绿色发展和社会责任为核心，携手合作伙伴共创价值，为亿万家庭提供更智慧、更温暖的生活服务。

发展之路

从“专业经营时代”至“综合连锁时代”，从“智慧零售”到“零售服务商”，再到“智慧生活服务商”，苏宁易购始终紧跟时代脉搏，不断突破创新。面对 AI 智能体时代的机遇与挑战，公司坚定升级战略，以场景体验为核心，以 AI 技术为驱动，重塑门店功能、深化生态协同、强化近场服



务能力，推动企业持续发展开拓。未来，苏宁易购将持续聚焦零售主业，夯实核心竞争力，以开放共赢的姿态，与合作伙伴共同开启智慧生活新篇章。



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，在为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



社会责任架构与流程

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。

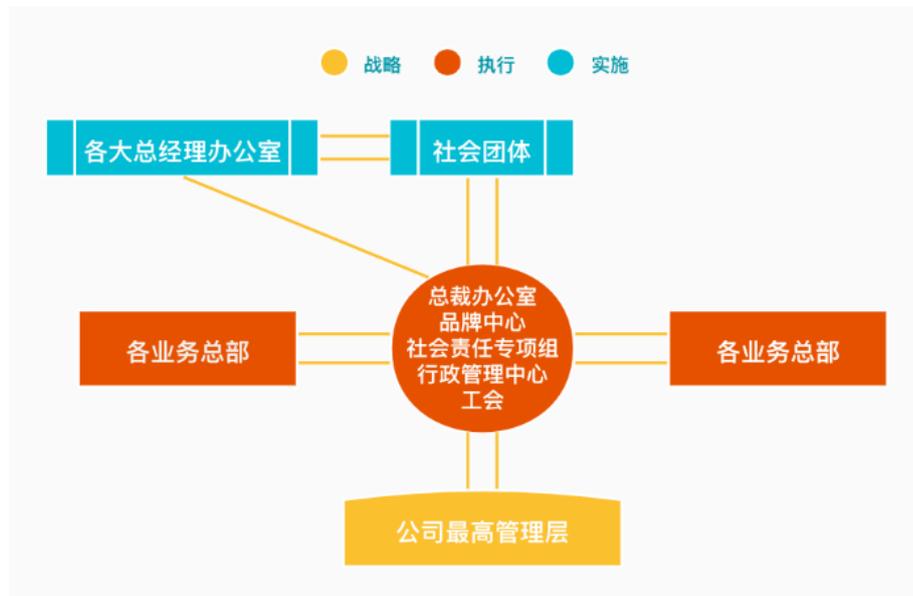


图 苏宁易购社会责任组织架构

加强利益相关方沟通

苏宁易购通过开展调研、沟通、召开股东会、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

2025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管理、债权人权益保护等方面的工作，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，坚持以投资者和债权人保护为出发点、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会、董事会及高级管理层为主体的公司治理结构，股东会是公司的最高权力机构，董事会是公司的决策机构，董事会审计委员会是公司的监督机构，各机构各尽其责，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。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。

为落实中国证监会关于上市公司内部监督机构调整的相关要求，根据《中华人民共和国公司法》《关于〈新公司法〉配套制度规则实施相关过渡期安排》等有关规定，公司于2025年末取消了监事会，不再设置监事会或监事职位，监事会的职权由董事会审计委员会行使，同时公司《监事会议事规则》相应废止。报告期内，公司结合最新法律法规修订了《股东会议事规则》《董事会议事规则》《独立董事制度》《对外捐赠管理制度》《对



外投资管理制度》《对外担保管理制度》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。

报告期内，苏宁易购共召开 6 次股东会（审议议案 29 个）、14 次董事会会议（审议议案 55 个）、1 次董事会薪酬与考核委员会会议（审议议案 1 个）、7 次董事会审计委员会会议（审议议案 17 个）、3 次独立董事专门会议（审议议案 5 个）及多次沟通会议，董事、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会决策切实执行。

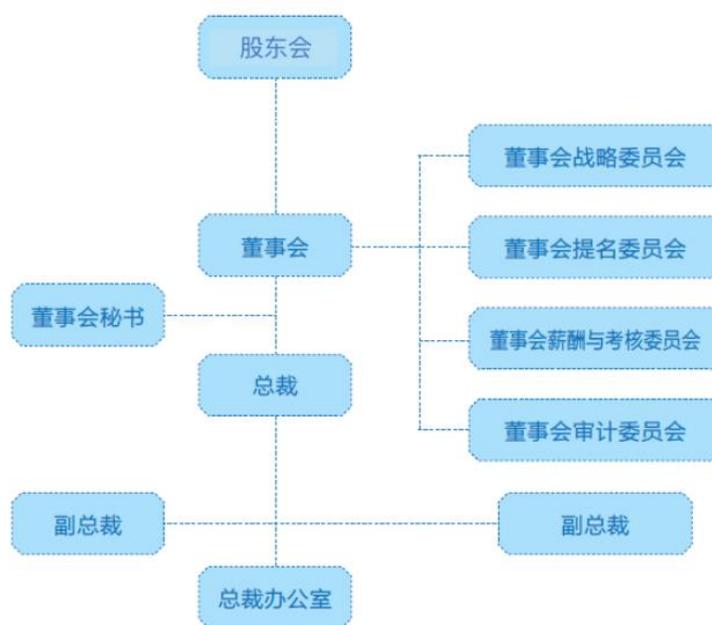


图 苏宁易购治理结构

➤ 丰富管治视角

截至报告期末，苏宁易购董事会成员的专业涉及发展战略、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 1/8，独立董事占比 3/8；高管共有 19 名，女性高管占比 1/19。报告期内，全体董事、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。

公司将组织优化、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。为强化战略执行，



公司在组织机构上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作用，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。



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，将党建工作总体要求纳入《公司章程》，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，持续打造“苏宁易购向阳花”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四中全会精神，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，同步做好党员教育培训工作；认真开展深入贯彻中央八项规定精神学习教育、宣传贯彻党的二十届四中全会精神，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；继续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；还同步与苏豪、苏美达、顺丰、医院、高校等各类企事业单位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。

案例：集团召开党员大会庆祝建党 104 周年 推动党建引领高质量发展

2025 年 6 月 28 日上午，集团在南京总部举行庆祝建党 104 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 104 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。

风险管理内部控制并举

苏宁易购高度重视风险管理与内部控制建设，董事会下设审计委员会，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。

公司设内部审计机构，聚焦公司核心业务领域，以风险为导向定期开展内部审计工作，直接向董事会审计委员会汇报工作，切实发挥审计工作的监督和保障作用。

公司在总裁办下设风控中心，直接面向总裁汇报风险监控与内部控制监督相关事宜，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，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。

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监控手段，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。

2025 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。

公司每年都会开展内部控制自评，并报审计委员会、董事会审议，2025 年度按照风险导向原则确定纳入评价范围的主要单位、业务和事项以及高



风险领域，如组织架构、发展战略、人力资源、社会责任、企业文化、内部信息传递、资金管理、资产管理、采购管理、销售管理、物流管理、开放平台业务、工程项目、连锁开发、担保业务、外包业务、财务核算和报告、预算管理、合同管理、投资管理、信息系统等方面，根据公司财务报告及非财务报告内部控制重大缺陷的认定情况，于报告基准日不存在财务报告内部控制重大缺陷，也未发现非财务报告内部控制重大缺陷。董事会认为，公司已按照企业内部控制规范体系和相关规定要求在所有重大方面保持了有效的内部控制。与此同时，每年公司均聘请外部审计机构对公司财务报告内部控制审计工作进行审计。2025年度，立信会计师事务所（特殊普通合伙）对公司2025年度财务报告内部控制审计意见为“我们认为，苏宁易购于2025年12月31日按照《企业内部控制基本规范》和相关规定在所有重大方面保持了有效的财务报告内部控制。”

持续健全合规管理机制

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。

➤ 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125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,针对重点风险向门店员工推送线上课程,不定期在各区域开展终端巡检,报告期内共抽查了29个大区181家门店,并对检查暴露的风险进行通报及制度重申。

➤ 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,维护市场公平竞争秩序,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,把知识产权工作落实到日常经营管理之中:在项目研发、商品准入、商户招商、产品销售及品牌使用等环节,严格加强合规审核;持续开展知识产权培训,先后通过内部



发文、专题培训等形式组织了多次知识产权培训；2025 年度先后完成母公司及一家子公司的知识产权管理体系新国标监督审核工作。

品牌保护

苏宁易购高度重视品牌保护工作，积极维护公司品牌形象与信誉，综合运用侵权警示、平台投诉、行政举报、司法诉讼等手段，严厉打击假冒苏宁品牌的违法行为。针对第三方电商平台商户冒用“苏宁易购”品牌的行为，公司围绕工装、锅具、卫浴等重点品类，系统开展了多轮侵权投诉与证据保全工作，全年累计发起投诉 230 余次，成功下架或整改侵权链接 800 多个。

技术研发

苏宁易购深知创新对于推动公司经营发展的重要意义，全面打造开放、包容、自主的创新氛围。公司制定并落实专利提报计划，鼓励研发人员积极提报专利评审；严格落实专利奖酬制度，确保及时发放专利奖酬；凭借前瞻性的技术布局及持续的研发投入，取得丰硕的成果。

江苏省知识产权保护中心 2025 年 4 月发布的“江苏人工智能民营企业有效发明专利 TOP100”榜单，苏宁易购集团股份有限公司凭借 70 件有效发明专利量位列第 8 位。

所获成效

苏宁易购持续推进知识产权战略布局，以品牌建设驱动发展，以科技创新引领进步。2025 年内，苏宁易购新增境内注册商标 23 件，海外注册商标 12 件，取得发明专利授权 8 件，完成著作权登记 35 件。

苏宁易购网站顺利通过电子商务平台知识产权保护管理能力评价年度审核，苏宁易购升级“小狮子”商标被江苏省商标协会认定为“江苏省高知名商标”。



1.3 投资者关系管理

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/>)。

2025 年全年共计披露 74 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。2025 年，公司已累计获 8 轮投资机构实地调研以旧换新政策实施效果等内容，涉及 38 家投资机构、各类投资者 53 人次。

➤ 维护股东权益

苏宁易购坚定维护股东利益，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。



公司在报告期内召开 6 次股东会，股东会召开程序规范，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。公司将股东回馈常态化，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。



1.4 债权人权益保护

公司严格遵守法律法规，健全公司治理结构，实现权力相互制衡；继续强化管控制度的贯彻与实施，加强风险控制，降低自身经营风险、财务风险，建立了涵盖财务管理、投资管理、资产管理、资金管理、会计核算管理、票据管理、往来账务管理等在内的系统性内部控制体系，实施稳健的财务管理方案，依法实行会计监督，有效利用公司的各项资产，提高经济效益，有效保障公司资产、资金安全，保障债权人的合法利益。

公司致力于建设多元化融资体系，注重银企合作关系，积极深化与多家银行的合作，并与各家金融机构建立了良好的合作关系，不断巩固融资渠道，保障经营资金供给。

公司积极沟通供应商及其他债权人对应付款项的偿付安排，采取包括与核心品牌商开展创新合作模式，提出分期还款安排并达成协商一致等多项措施，在维护和相关方良好持续合作关系及业务稳健运营的基础上，平稳解决应付款项的支付安排。

公司与利益相关方分享发展机遇，共同应对挑战，保障债权人的合法权益。



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。

➤ 强化全场景零售能力建设

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，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。为打造沉浸式、高体验感线下门店，苏宁易购持续迭代创新线下新业态，深入全国调研，精准把握用户需求与品牌定位，反复打磨完成核心模型迭代升级和设计创新，重构“人货场”逻辑，打造实景体验区，并引入咖啡、茶饮、潮玩、轻餐、家装家居、休闲娱乐、生活配套等多元业态，丰富购物场景，以 Suning Max、Suning Pro 为核心抓手，通过新开与升级改造，不仅夯实了公司在核心商圈的支点布局，更为后续门店拓展打下坚实基础。

为进一步深化渠道变革、触达社区消费，公司在社区商业中心及下沉市场推进 Suning Home 店自营、加盟等多元模式的开发，通过强化自主经营与产品聚焦，提升供应链效能，为消费者提供精选产品与优质体验，成为公司渠道下沉的先锋力量。



2025 年公司还在线下门店构建多元化线下互动生态，突破单一消费场景边界，落地多元活动，重构线下生活社交焕新场所，如落地衣物护理、苏超观赛、观影、游园会、插花、气球雨等特色互动活动，精准覆盖家庭用户、年轻群体、品质生活追求者等多元客群，全方位丰富门店线下活动形式，持续营造热闹鲜活的到店氛围，实现不同客群的全覆盖与精准触达，兼顾流量引流、用户体验升级与品牌口碑沉淀。

针对电竞爱好者，公司 2025 年 7 月 1 日正式启动首届“苏宁易购杯”王者荣耀全国超级联赛（SuPL），依托王者赛事官方资源支持，联合全国数十家电竞协会+政府单位双重赛事背书，实现全国规模化落地，打造家门口的全民电竞赛场，同步配套王者荣耀水友赛，降低参赛门槛，进一步激活全民电竞参与热情，将公司门店打造为年轻人社交娱乐的新据点。

2025 年 9 月起，公司围绕“寻味华夏·我就是厨神”主题，深入挖掘中华美食文化内涵，以首届全国厨艺争霸赛为核心，邀约八大菜系传承人，将专业厨师资源与门店场景深度融合，打造出兼具文化深度与互动体验的“赛事+体验+教学”三位一体美食活动矩阵，实现线下门店人气持续激活，已落地 27 城，参赛报名人数超千人，同期开展美食品鉴会数百场；还将美食课堂、烘焙课堂、咖啡体验等作为常态化活动，实现门店周周有活动，持续触达美食爱好者客群，提升门店到店率与用户粘性。

针对养宠家庭核心客群，2025 年公司打造萌宠主题生活社交方式营销 IP，通过专业化、场景化活动实现精准触达与品牌联动，已成功落地多场标杆萌宠活动，提升品牌温度。

案例：“南京新街口 MAX 店”首批入选商务部现代商贸流通南京试点城市项目

“新街口 Suning Max 零售数字化超级体验店建设项目”作为苏宁易购全国标杆实践，深化“场景零售+AI 智慧零售”战略，利用深度挖掘的行业大数据、AI 大模型引擎、智能体应用平台等数字化技术手段破局，依托数智化供应链升级、智能零售平台系统迭代，创新推出“科技+生活+社交”三维生态的新街口 Suning Max 超级体验店与“潮流科技+沉浸式游乐新地标”的 Suning Fun 年轻力中心，联合构建 12 大主题场景，打造沉浸式消费平行世界，实现供应链数字化、服务个性化、场景社交化的全链路升级，创立江苏省首家多组合业态、品质化、场景化、社交化、个性化、娱乐化、智慧化为一体的苏宁易购零售新范本。





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，深化全渠道布局，积极接入多元化平台与流量端口，除了苏宁易购主站，还进入了天猫、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，并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。

2025 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。

报告期内，公司积极拓展出海电商业务，整合供应链，自四季度起启动东南亚、美国市场的销售业务，后续将进一步升级出海业务平台，为品牌和优质商品出海提供一站式服务。

➤ 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，确保数据信息的健康与安全。

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，公司组建专业技术团队，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。

公司实施 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“龙磐 2025”网络和网络安全专项行动、“抗战胜利 80 周年重保活动”“网络安全攻防实战演练”等，并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，开展数据泄露模拟应急演练，公司 2025 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。公司内部重点在“两高一弱”检查、网络异常流量检测、网络安全防护有效性检测、恶意邮件检测、主机病毒查杀等方面能力进行提升，并同步保持安全漏洞闭环响应。

在内容管控方面，公司全年共落实监管部门各项监管指令 95 项，协助互联网平台及时排查下架违规商品 1103 件，屏蔽店铺 37 家。



在个人信息保护方面，为进一步提升用户隐私保护水平，2025 年公司围绕个性化服务、数据传输、权限申请及隐私协议四大维度进行治理提升，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专向性的安全培训工作，有效提升员工网络安全意识。

加强客户信息安全保护

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。

苏宁科技对外输出赋能

公司通过沉淀多年的智慧零售系统和研发能力，为客户量身定制数字化供应链协同、数字化零售平台、数字化用户运营、数字化物流服务、数字化协同办公、数字化财务引擎等产品化服务，同时结合国家指导方向、研究行业发展趋势，面向零售生态合作伙伴推出体系化的智慧零售解决方案、面向年轻化的科技玩家推出智慧硬件解决方案、面向银发健康经济推出智慧健康解决方案，通过产品化能力和创新性解决方案为苏宁科技对外赋能、推动智慧生活服务扩展了广泛的商业机会。

目前公司为数百家商业零售合作伙伴、央国企、金融机构提供包括“数字化供应链”“数字化零售”“数字化运营”“数字化物流”“数字化办公”“数字化财务”等全流程的 IT 赋能服务，受到广泛好评。

获“高新技术企业”认定

公司旗下江苏碧英科技有限公司获得“高新技术企业”认定，显著提升了公司科技品牌知名度，为集团“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

➤ 保障产品质量护消费安全

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。

公司与家电头部品牌、快消源产地商户共同打造溯源直播，全链路可视化，从原料甄选、工艺制作到品控检测，结合实景打造溯源体验。

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 用户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。

2025 年苏宁易购荣获“家电服务业消费者权益革新示范单位”“家电维修服务领跑企业”“家电服务业典型案例”“《未来家庭-家庭全场景服务体验重构》创新服务案例”等多项奖项、荣誉。

➤ 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。

2025 年，公司持续建设覆盖全国、层级分明的立体化服务网络，通过“城市-区县-乡镇-乡村”四级市场纵深布局。目前，服务网络已实现城市全面覆盖，区县覆盖率突破 95%，乡镇级服务网络覆盖率达 85%以上，同时稳步推进“服务进村”战略，初步形成“中心辐射、多点联动”的互补型服务格局。

在服务响应方面，公司上线“智能外呼平台”，通过技术实现对用户的智能电联、回访，提高接单电联的及时性与准确性。同时，服务全流程实现可视化，工程师通过智能终端实时上传服务过程，消费者可随时查看服务进展、配件信息、收费标准并对服务全流程进行评价。

公司积极聚焦 AI 技术应用，将人工智能技术融入服务各环节，如推出 AI 终端助手，支持语音问答，实时解决售后作业过程中异常问题；并上线销单照片 AI 质检功能，进一步提升服务管控效率。

经过 35 年的发展，苏宁易购已成为国内家电 3C 领域的领先企业。公司构建了覆盖终端消费者的 B2C 消费互联网平台，以及连接上下游体系的 B2B2C 产业互联网平台。基于双平台的优势，公司始终将提升服务用户的能力作为发展的核心。



案例：苏宁易购“春节不打烊”

2025年1月22日，苏宁易购宣布连续13年开启“春节不打烊”服务，覆盖全国300+核心城市，消费者在春节假期也能享受正常上门送货和安装服务，并持续获取家电清洗、家政保洁、家电维修等生活服务。承接2025家电3C国补“新政”，春节期间苏宁易购超万家门店将正常营业，加码“国补厂补苏宁补”三重优惠，提供一站送新拖旧服务，助力消费者更快、更省用上家电好年货。

春节期间，售后工程师在岗，随时待命，系统优先为订单匹配对片区熟悉、经验丰富的“熟人工程师”，大幅提升首次上门解决率。针对冬季高频使用的热水器、空调、取暖器等产品，常用零部件也已提前备足。尤为暖心的是，对于可能严重影响生活的突发故障，公司还准备了备用机，可优先为用户提供替换产品，全力保障春节生活的安宁。

春节服务“绿色通道”也将持续运行并扩大服务范围，通过AI技术赋能，应急送装与维修服务将进一步优化，让节日期间的温暖守护更加高效、精准。

➤ 高效化解诉求

苏宁易购始终积极处理用户投诉与各类反馈。公司制定《苏宁易购服务管理体系》，建立完善的一站式客服解决方案，通过热线、在线客服、智能工作台等渠道，围绕客户问题提供从售前、售中到售后的全流程支持，持续强化品牌责任感，传递品牌价值。2025年，公司聚焦用户问题的快速高效解决，24小时内一次解决率提升至92%，投诉率降至0.1%，服务端（四端）差评率降至0.49%。

表 苏宁易购解决投诉和问题处理情况

指标	指标定义	2024年数值	2025年数值
服务一次解决率	24H无重复来访用户数/总来访用户数	91%	92%
投诉率	各渠道用户投诉问题总和/正向销售订单	0.15%	0.10%
服务（四端） 差评率	物流、售后、门店、客服四端用户评价（非常不满意+不满意）/服务订单量	0.60%	0.49%



建设客服管理体系

苏宁易购持续优化迭代客户服务体验，升级终端服务建设，推进服务指数评估模型建设，加强智能监管数据应用，规范属地化物流站点、售后网点、地域客服及门店等全接触链路服务监管体系，强化全流程管控，致力于为客户提供更加便捷的高质量服务。

公司不断完善客服课堂智慧学习平台，推动培训体系迭代突破，通过全周期精准赋能实现服务能力的内化；重构专家客服认证体系，发挥标杆引领作用；深化全域服务端赋能，确保高标准服务的统一落地。同时，在小红书、抖音等外部平台打造有温度的服务 IP “苏宁客服”，发布涵盖客服日常、商品解析、故障自查等内容，持续提升服务能力。

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。

加速 AI 机器人建设

围绕售前转化、售后解决、入口体验、智能辅助四大环节，苏宁易购加速 AI 机器人建设，完成全链路能力升级；通过强化场景梳理、知识库优化与意图识别训练，不断完善问答逻辑与交互流程，有效提升机器人理解准确率与响应精准度，提高了人工询单转化率与高频场景自助解决率，以更高效的服务、更及时的响应为用户带来咨询秒回、问题自助解决的良好体验。

➤ 完善服务机制

苏宁易购制定并持续优化覆盖售前、售中、售后全流程的服务政策，通过在线客服及电话客服（4008365365）为消费者提供全程保障。公司每位员工秉承“用户问题止于我”的服务理念，以实际行动践行“专注好服务”的承诺，全力保障消费者的全流程品质体验。

苏宁易购始终将“为消费者提供卓越服务体验”作为发展的第一要务，立足用户需求不断完善商品售后机制，持续建设涵盖配送、退换货、服务支持等环节的全链路“无忧”服务体系，让消费者买得放心、用得安心。



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。同时增加下单排程、去前电联、履约中异常、完成状态异常等环节的问题精准管控，通过构建关键服务环节的智能监管体系，让配送链路服务无忧。
退换-无忧	针对平台推出的无忧退换货政策，以“7 天无理由退货、15 天无忧换货、30 天包退、365 天包换”为核心，覆盖家电、3C 等主流品类，针对质量问题提供长期保障，同时支持线上自助申请、上门取件、以旧换新等便捷服务；持续政策简化，缩短流程，减少用户沟通成本，真正做到售后省心、办理高效。
服务-无忧	优质会员增加专属标识，上线客服“专属管家”，通过客群运营迭代、交互体验优化、服务工具赋能、主动关怀落地及服务规范强化五大核心方向推进，构建“分层运营、精准服务、规范管理”会员服务体系，大幅提升会员归属感、忠诚度及服务体验。

案例：第九届“一站到底”客服以赛代培技能大赛

2025 年 11 月 27 日下午，第九届“一站到底”客服技能竞赛总决赛于公司总部成功举办。本届赛事首次覆盖门店、售后、物流、客服四大终端全服务链路，通过贯穿全年的系列赛事与新媒体内容传播，在总决赛舞台上全面展现了苏宁服务团队的专业素养与卓越风采。本届赛事累计参与人次达 3523，创历史新高。围绕“以赛促学、以赛促练”的宗旨，全年陆续开展“赏星计划”“短视频创作大赛”“讲师说课大赛”等系列活动，系统化推进人才梯队建设，最终以“一站到底”总决赛将全年学习竞赛推向高潮。



2.3 聚焦银发经济，科技惠老

苏宁易购积极响应国家应对人口老龄化战略，作为工信部首批适老化改造试点单位，公司自 2021 年起深耕无障碍服务领域，2024 年参与制定《共同推进互联网适老化及无障碍环境建设高质量发展倡议书》，并首批加入互联网协会“E 启公益计划”，逐步构建起“政策响应—技术创新—生态共建”的全链路服务能力。公司以科技适老、服务惠老、场景安老为核心，持续完善老龄群体产品与服务供给，用零售与服务能力守护老年群体美好生活。

在居家安全与品质生活方面，苏宁易购聚焦老年群体居家烹饪这一高频场景中的诸多痛点，联合家电品牌推出搭载防干烧、自动关火、智能温控等安全功能的 AI 科技厨电，以技术创新守护老年居家安全底线；同时，常态化开展美食课堂、厨神比赛等沉浸式体验活动，把安全烹饪知识与健康生活理念送到老年群体身边，让科技厨电真正服务于老年品质生活。

在数字普惠方面，苏宁易购立足老年群体“会用、好用、敢用”科技产品的现实需求，2025 年全面升级公益服务体系，全国开设千余场“3C 课堂”公益教学，手把手指导老年人使用智能设备、防范网络风险、玩转数字生活；2025 年 10 月 29 日，苏宁易购正式推出专为中老年群体打造的 AI 原生生活服务 APP“朝夕相伴”，依托“灵思”大模型与智能体技术，构建覆盖健康管理、生活服务与智能购物的全场景养老服务生态，可精准理解用户意图并提供专业便捷的适老化解决方案。这一系列举措切实帮助老年群体跨越数字鸿沟，共享数字时代便利。

在服务方面，苏宁易购建立“热线+在线”双通道体系，为银发人群提供便捷的服务：在热线端，保证老人专属服务热线畅通，强化人工接待服务能力，精准对接各类服务诉求；在线上服务端，通过专员对接机制与规范接待流程优化银发人群服务承接体系，全面覆盖各类服务场景。此外，双通道均设立健全的跟踪关怀机制，以及时的回访确保服务闭环，来访 24H 一次解决率高达 94%。未来，公司将持续完善服务保障体系、提升服务质量，不断提升银发人群获得感、幸福感与安全感。

未来，苏宁易购将继续围绕国家发展银发经济政策要求，深化适老化产品创新与服务升级，不断扩大公益服务覆盖面，以更有温度、更具实效



的行动，助力老年群体老有所安、老有所乐、老有所享，以企业力量推动银发经济高质量发展，为积极应对人口老龄化贡献苏宁力量。

案例：苏宁易购适老化服务获国家级认证，银发经济布局再提速

2025年5月25日，2025中国互联网公益日“智慧中国 人文中国 幸福中国”——推进互联网适老化及无障碍建设高质量发展共同行动大会在北京举办，苏宁易购凭借在适老化服务领域的创新实践，获授“推进互联网适老化及无障碍建设高质量发展践行单位”称号。



图：苏宁易购获授“推进互联网适老化及无障碍建设高质量发展践行单位”称号

案例：AI+养老！苏宁易购首发上线养老 APP

针对银发群体高频适老场景需求，“夕夕”能够提供“数字家人”般的陪伴感。在健康管理方面，老人通过语音即可完成血压、血糖、用药等数据的实时录入。“夕夕”自动完成分类记录与趋势分析，生成动态健康报告，并主动提醒用药与体检安排；生活服务上，从预约家政、适老化改造到查询社区养老资源，只需一句话即可自动匹配并完成预约，全程无需手动操作；面对老年人对线上购物的顾虑，“夕夕”还提供“语音选品—资质核验—货到付款”全流程陪伴式购物，覆盖生活日用、医药、家电等六大类商品。



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，通过自身“供应链运营平台+商品规划中台”的体系和系统搭建，一方面加强上下游供应链效率提升中的公司价值体现，同时持续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，通过与合作伙伴的 IT 系统直连等手段，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。

➤ 全流程规范供管

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，通过日常合作效率、效益等多维度指标进行评估，应用在结算等各经营环节
供应商分类管理	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



➤ 严守法规控质量

苏宁易购严格遵守《中华人民共和国食品安全法》《中华人民共和国产品质量法》《化妆品监督管理条例》《工业产品生产许可证管理条例》《强制性产品认证管理规定》《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。

➤ 严抓质量全过程

公司从规则优化、专项治理、匿名抽检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。

内部质量监管方面，全面推行“分级管控、正品保障、强化抽检、严格处罚、质量提升”五大品控举措，通过严格的品控管理，确保正品行货，辅助商家提升品控能力，维护消费者合法权益。

①分级管控：依据商品特性，区分风险等级进行分级管控。

②正品保障：精选优选商户，严把资质关口，确保供应商资质合规。

③强化抽检：强化第三方检测机构合作，加大抽检频次和力度，基于政府抽检重点、高不合格率类目，开展内部抽检，高风险类目商家全覆盖。

④严格处罚：调整违规处罚力度，严格按照违规程度对供应商以及商家进行追责。

⑤质量提升：制定《电子商务体感验货通用评价标准》，建立标签、商品一致性、外观质量、功能性验证、其他感官性检查五大模块标准。作为质量抽检的子标准对产品多而杂，且产品标准比较缺失类目的进行内控。



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。

案例：苏宁易购获评 2025 年 CCFA 零售业供应链最佳实践案例

2025 年 4 月 23 日，中国连锁经营协会“2025 中国零售业供应链大会暨第二届地标名品推荐会”“2025 年零售业风险管理年会”在济南召开。苏宁易购《从多渠道销售预测到智能补货分货的智能化跃迁》的供应链智能化案例凭借其应用效果、创新性、可推广性获评“2025 年 CCFA 零售业供应链最佳实践案例”。

人工智能技术是智慧零售的核心引擎。继发布江苏首个零售行业垂直大模型——“灵思”大模型后，苏宁易购不断提升“灵思”大模型导购、对话、创作、预测、分析、管理、办公、多模态理解等八大核心能力，围绕人、货、场、商，构建覆盖管、采、运、销零售全流程智能体矩阵。未来，苏宁易购将持续输出 AI 技术产品和全链路解决方案，推动零售行业在管理、采购、零售运营、销售终端的智能化重塑。

➤ 打造绿色的供应链

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。

➤ 采购端的智能转型

公司积极打造“智慧供应链”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，提高零售供应链全链路的管理效率和信息化水平。

➤ 强推专供品的建设

公司坚持效益效率为先的原则，强化推进专供产品建设，在定制专供上扩大和供应商的合作深度、拓展商品的广度，全面覆盖高中低端产品系列；在提高性价比、提升价值链的基础上，持续优化产品结构。现公司的



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。2025 年公司全渠道定制专供商品销售占比达 23.4%。

案例：县镇需求，工厂直造：苏宁零售云“游学会”升级家电供给

经营者能够带着县镇消费者真实的“声音”与品牌方面对面交流，源于苏宁易购零售云独家推出的“游学会”模式。该模式联合各大品牌，带领加盟商走进车间、参观产线、直面产品经理，打通县域市场与品牌方之间的沟通渠道，把县镇用户最真实的需求直接传递到生产端。

苏宁零售云联合格力、海尔、美的、松下、老板、华帝等主流品牌持续开展全国规模的“游学会”活动，通过这种“老板直选、工厂定制”的深度对接，定制化家电深受县域用户的喜爱。未来，苏宁易购零售云将携手品牌商打造多款“明星”产品。



➤ 开展供应链的赋能

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：三大策略助推全域增长！苏宁易购电商双 11 商家大会召开

2025 年 9 月 23 日，苏宁易购电商在南京召开 2025 双 11 全民嘉年华启动会，正式吹响双 11 大促备战号角。大会重点发布双 11 大促活动节奏、平台玩法及商家赋能举措。为助力商家抓住双 11 旺季，苏宁易购电商平台将通过全域引流、直播生态、精细运营等升级举措助力商家实现有效率的增长，为消费者提供好商品、好价格、好服务。



➤ 建设全周期供应链

公司切入全生命周期供应链体系，不断创新供应链服务，打通物流、售后、客服三大服务体系，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，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。

案例：苏宁易购携手长虹美菱加力国补换新

2025年4月15日，苏宁易购与长虹·美菱召开2025年度战略推进会暨第三届品牌主推启动会。双方将围绕洗衣机、冰箱、电视、空调、热水器、烟灶等核心品类推出多款新品，进一步扩充消费者换新“产品矩阵”。4月18日起，苏宁易购将同步启动“全城赴苏 当虹不让”品牌主推活动，强化产品供给，全面助力用户家消费提质升级。

案例：零售云&海尔启动旺销会

2025年2月13日-14日，苏宁易购零售云携手海尔，在济南、福州、成都三地举办穿越云海，共赢未来春季冰洗旺销启动会。在以旧换新国补的政策带动下，双方将通过丰富产品布局、定制营销策略、升级平台赋能三项协作升级，全面开启春季家装节，充分激活县域家电换新活力。

➤ 促进产业恢复振兴

2025年，国家出台多项政策拉动家电行业消费。作为国内家电3C零售主要阵地，苏宁易购在各地均是以旧换新政策的重要承接者。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。



➤ 帮助中小企业转型

对于中小家电企业而言，深耕细分市场与圈层用户，不仅是提升经营质量的关键，更是突破增长瓶颈的出路。苏宁易购依托全渠道供应链优势，为合作伙伴提供一对一的运营指导与资源扶持，帮助其精准定位差异化市场，降低运营压力，提升经营效率。通过这种深度赋能，一批中小家电企业不仅在苏宁平台找到了稳健的增长路径，更实现了自身经营能力的跃升。这也进一步促进了行业整体的商品流通效率，实现了从企业成长到产业共赢的价值闭环。

2025年苏宁易购响应国家关于推进内外贸一体化发展的决策部署，率先行动，助力外贸企业开拓国内市场。2025年4月12日，苏宁易购启动“外贸优品振兴计划”。依托全场景零售生态、数字化运营能力及智慧供应链体系，苏宁易购通过极速入驻通道、流量资源倾斜、反向定制等能力支持，为外贸企业提供从入驻到销售的全链路赋能。

2025年4月19至20日，在商务部主办的“外贸优品中华行江苏站”对接会上，苏宁易购作为核心渠道商深度参与，现场与20余家优质外贸企业开展“一对一”深度洽谈，为参展外贸企业开拓内需市场提供定制化方案。

报告期内，公司在南京与苏豪云商、益亨信息、润至仁商贸、狮子座商务、慧云家居等多家合作企业正式签约，“出口转内销”提振行动进入落地实施阶段。在开店政策方面，苏宁易购推出“免保证金、免年费、免技术服务费”等三大举措，帮助外贸企业轻装上阵、快速融入内销市场。

➤ 推动行业标准建设

苏宁易购作为驱动行业发展的强劲动力，持续在物流、售后等行业标准化领域加大投入、持续创新，积极分享成功实践经验，参与多个国家和行业级标准的制定。

2025年，公司旗下苏宁帮客在中国家用电器服务维修协会持续指导支持下，深度参与行业标准化建设与消费者权益革新，通过起草服务标准、培育优秀服务商队伍，持续助力家电服务业高质量发展，并在该领域取得一系列成果：4月，参与起草的《家电服务业信息统计管理办法》发布，推动行业数据管理规范化；5月，参与《家电送装一体服务规范》团体标准拟定，引领末端服务体验升级；11月，出席家电服务业行业标准化技术委员



会年度会议,参与讨论修订国家标准《家用电子电器维修服务经营规范》(草案),并对家电维修业行业标准化技术委员会相关工作进行了审议。

案例：连续 3 次入选！苏宁易购获家电维修业消费者权益革新示范单位

2025 年 3 月 28 日,中国家用电器服务维修协会召开 2025 年度家电维修业消费者权益革新大会。苏宁易购旗下服务品牌“苏宁帮客”凭借家电以旧换新、专业化维修等服务举措,获评 2025 年家电维修业消费者权益革新示范单位。由苏宁帮客等售后企业共同起草的《家电维修业信息统计管理办法》同步发布,标志家电维修业信息统计和管理进入规范化新阶段。

案例：苏宁物流、苏宁帮客共同起草江苏省地方标准《废弃电器电子产品回收与利用服务规范》

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,成为全国试点企业之一。

2025 年,由江苏省商务厅提出,苏宁物流、苏宁帮客、江苏省质量和标准化研究院、江苏省再生资源回收利用协会等单位共同起草的江苏省地方标准《废弃电器电子产品回收与利用服务规范》,经行业专家组评审答辩,通过江苏省市场监管局公示,已正式实施。



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。

➤ 坚持员工合法雇佣

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 21,192 人，实现劳动合同签订率及社保覆盖率为 100%。

表 苏宁易购 2025 年末员工构成

指标	单位	数值
雇员总数	人	21,192
按性别划分		
男性员工占比	%	55.46
女性员工占比	%	44.54
按地区划分		



总部及南京大区员工占比	%	23.32
其他地区占比	%	76.68
按民族划分的雇员总数		
少数民族员工占比	%	3.37
非少数民族占比	%	96.63

➤ 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 致力员工职业发展

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。

➤ 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”“新人入职企业文化集训”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”“非人”“非财”“AI专项赋能”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。



	“非人”“非财”	集团非人力资源和财务体系的管理干部	通过线上自学和集训强化管理干部人力资源管理能力和财务管理能力。
	AI 专项赋能	集团全员	建立 AI 学习平台，开展 AI 公开课、全员学习与研讨等活动，持续提升全员 AI 意识，并促进员工使用内部和外部的 AI 工具提升工作效率。
	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2025年7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2025年7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10位选手的10篇案例，在2025年9月6日站在了南京总部决赛的舞台上！

案例：2025年商品经营中心总经理能力提升集训营

2025年6月，集团商品体系联合人才发展中心，围绕商品经营中心总经理，就经营、财务等关键领域开展专项能力提升培训，旨在帮助商品事业部核心管理干部在战略及业务模式解读、商品供应链建设、全渠道运营、商务谈判、商业思维修炼、综合管理（“非人”“非财”）等方面的能力提升，更有效益地开展经营与管理工作。



➤ 提升员工综合能力

公司持续强化人才自主培养体系建设，通过建立人才发展中心，系统开展企业文化、领导力及业务技能等多类型培训项目，全面提升员工素质能力，以规模化的线上、线下培训投入夯实人才基石，为企业的长远发展注入持续动能。



面对数字化时代的人才发展需求，苏宁易购致力于打造学习型组织，持续完善线上线下融合的智慧学习生态。公司以自主开发的“豆芽学习平台”为核心载体，推出多元化互联网学习产品，为员工提供充足的学习资源与便捷的成长通道。

➤ 畅通员工成长路径

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：江苏省邮政快递业职业技能等级认定持续开展

技能照亮前程，人才赋能产业，苏宁物流作为行业首家第三方认定机构，围绕人才赋能核心目标，2025年通过与江苏省快递协会、顺丰工会合作，开展园区地推等工作，全年完成物流服务师（高级）认定676人次，为员工成功申报职称11人。



案例：鄢瑞敏荣获全国邮政行业技能大赛二等奖

苏宁物流配送管理中心家电配送管理部的鄢瑞敏，在第五届全国邮政行业技能大赛总决赛中脱颖而出，代表江苏省队荣获快件处理员项目全国二等奖。该大赛由国家邮政局等相关部委组织，是邮政快递业国家级最高规格的技能赛事，旨在选拔和表彰行业高技能人才，弘扬劳模精神与工匠精神，推动邮政快递业高素质人才队伍建设，促进行业服务质效的整体提升。

作为苏宁物流服务团队中的一员，鄢瑞敏在日常工作中深耕家电物流配送与快件处理一线，凭借丰富的实操经验与持续精进的专业技能，高效保障每一单家电送装服务的及



时与准确。在应对促销高峰期激增的订单时，她总能精准规划作业流程，快速处理复杂信息，确保快件分拣与配送环节的高效顺畅，是团队中可靠的技术能手与效率标杆。她的获奖，是个人过硬专业能力的体现，也是苏宁物流体系专业化、标准化培养成果的缩影。

苏宁物流始终致力于构建基于高标准服务的供应链网络，高度重视一线员工的技能培训与职业发展。未来，公司将持续提升员工专业素养与服务能力，发挥高技能人才的示范引领作用，为推动邮政快递行业高质量发展贡献苏宁智慧与力量。

➤ 完善薪酬激励机制

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、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。

公司持续完善利益共享机制，构建员工、股东与公司三者利益趋同、风险共担的共同体格局，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。

➤ 加强校企合作

苏宁易购凭借自身行业资源和完善的人才培养体系，与全国各地近千所学校深度合作，通过校园实训实践基地、苏宁精英班、校园讲坛、营销赛事、企业 OpenDay 及实习优先录用等多元化形式，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。

随着直播电商产业规模的持续扩大，校企协同育人已成为人才输送的核心通道。随着苏宁易购青创园直播基地的建成与启用，与合作高校协同培养的学生将获得更加丰富的直播实训体验。苏宁易购愿携手广大合作院校，共同完善实训基地建设、联合开发课程体系、推进产教融合项目，合力打造全国领先的校企合作示范样板。

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：校企融合 智创未来

为深化校企合作，创新人才培养模式，2025年10月，武汉商学院一批优秀学子走进公司 Suning Pro 武汉解放大道 K11 店，开展了一场以“智慧零售”为主题的沉浸式企业研学活动，将课堂理论与商业实战深度融合，为学生搭建了一个感知前沿零售、锻炼专业能力的宝贵平台。

本次活动是武汉商学院与公司在产教融合道路上迈出的坚实一步，成功地将真实商业环境转化为生动的教学现场，让学生未出校门先临其境，为其未来职业发展奠定宝贵的实践基础。双方均表示，将继续深化合作，共同培养适应未来智慧零售发展的复合型人才。



案例：2025 年双 11 青春带货王 火力全开！

恰逢一年一度双 11 大促进行中，年轻消费力量正成为推动市场增长的重要引擎。为激发青年学子的创造力与实践力，注入年轻的用户群体，公司特别发起“双 11 校园带货王”大赛，鼓励广大学生以“青春带货人”的身份参与其中，借助苏宁易购直播平台，展现新时代青年的营销才华与独特魅力。这不仅是一次贴近实战的实训机会，更是一个让青春风采与商业活力碰撞融合的舞台，为苏宁易购电商注入源源不断的年轻动能。



4.3 筑造苏宁幸福家园

苏宁易购注重多元人员引进，关注员工工作情绪及体验感，重视员工职业卫生健康，营造和谐工作环境，为员工提供多元化文体活动，保障特殊群体基本权益，与员工共筑幸福家园。

➤ 多元就业彰显担当

苏宁易购始终将社会责任融入人才发展战略，围绕多元包容、残障就业与青年引育三大方向，持续构建公平、开放、富有活力的职场生态。

在多元包容方面，公司建立了系统化的人员引进机制，兼顾组织效能与社会价值，尊重员工在民族、国籍、宗教信仰等方面的多元差异，通过制度保障与文化引导，营造和谐共融的工作氛围，为企业的可持续发展奠定人文基础。

在残障就业方面，公司积极履行企业社会责任，持续拓展残障人士就业渠道，打造无障碍、受尊重的工作环境。报告期内，公司在职残障员工共计 137 人，充分体现企业在促进就业公平、推动社会融合方面的实际担当。

在青年引育方面，公司将校园招聘作为人才队伍建设的重要抓手，依托成熟的 1200 培养体系，广泛吸纳应届毕业生，既为青年成长提供平台支撑，也为缓解社会结构性就业压力贡献企业力量。

➤ 关爱员工保障权益

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，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，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 44.54%。

开展丰富员工活动

苏宁易购积极开展各类文体活动，为员工创造多样的自我展示平台，打造更有趣味性的文化活动，倡导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、运动会等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、司庆等重要节点，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，重点加强对一线终端员工的关爱、慰问。

案例：心同燃，越山海 | 热烈庆祝集团成立 35 周年

2025 年 12 月 26 日，集团迎来了 35 岁的生日！每一年的 12 月 26 日，是全体苏宁人最值得纪念的日子，35 年光阴荏苒，我们不忘初心、风雨同舟，砥砺前行。总部和各地纷纷开展司庆活动，祝贺集团 35 周年生日快乐！心同燃，越山海。值此集团三十五周年华诞，愿我们凝心聚力、薪火相传，以同心之志破万难，以奋进之姿踏新征程，续写属于我们的辉煌华章！



◇ 苏宁之夏

每一年的苏宁之夏，不只是盛夏的相逢与团聚，更是苏宁人共同记忆里最闪耀的时刻。2025年8月28日，在专属苏宁人的舞台上，大家尽情创作、全心演绎，让激情、活力与才华绽放。生生不息，共赴山海，2025苏宁之夏以“炽热”“笃行”“奔赴”三个篇章，串联起苏宁人的热烈、坚定与自信。生生不息，苏宁人的热情奔涌不止！



图 “生生不息 2025 苏宁之夏”

◇ 运动会

为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，激励全体员工以更好的状态投入到全年的工作中去，2025年公司将“1200 传承跑”活动升级为全员参与的“不燃怎 Young! 2025 苏宁易购运动会”。本届运动会不仅是一场速度与力量的角逐，更是一次团队凝聚力与企业文化的生动展现。



图 “不燃怎 Young! 2025 苏宁易购运动会”



◇ 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，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问题，公司在总部活动中心设置子女托管中心“狮宝贝小天地”，解决员工的后顾之忧。2025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，托管员工子女超百人次，受到广泛好评。



重员工健康与安全

苏宁易购关注员工职业健康安全，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，加强配套培训宣传、监督体制和定期演练机制，提高员工安全规范意识。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。

公司积极组织急救知识培训、健康义诊等活动，帮助员工提高应急防护能力和健康安全意识，定期组织员工体检，在园区放置除颤仪等，全面保障员工身心安全与健康。



➤ 深耕文化凝聚人心

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。2025 年总部及战区开展了六个批次“1200 二十三期集训营”。

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、优秀团队等进行表彰。

公司加强企业文化建设，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 二十二期定岗仪式暨二十三期欢迎仪式在总部举行

2025 年 8 月，在苏宁易购总部隆重举行了 1200 二十二期定岗仪式暨二十三期欢迎仪式，1200 二十二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：1200 二十三期“总裁面对面”

2025 年夏天，新阶段、新征程，全国各地迎来了 1200 二十三期。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 二十三期集训营”，培养了一批执著拼搏、争先创优的 1200 新成员。2025 年 7 月 26 日下午，苏宁易购集团总裁任峻与全体 1200 二十三期学员进行了沟通交流，鼓励 1200 二十三期要乐观坚韧，勇担使命，持续学习，提升能力，融入团队，开放沟通，志存高远，脚踏实地；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！



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。

➤ 识别评估环境风险

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，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。

➤ 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。

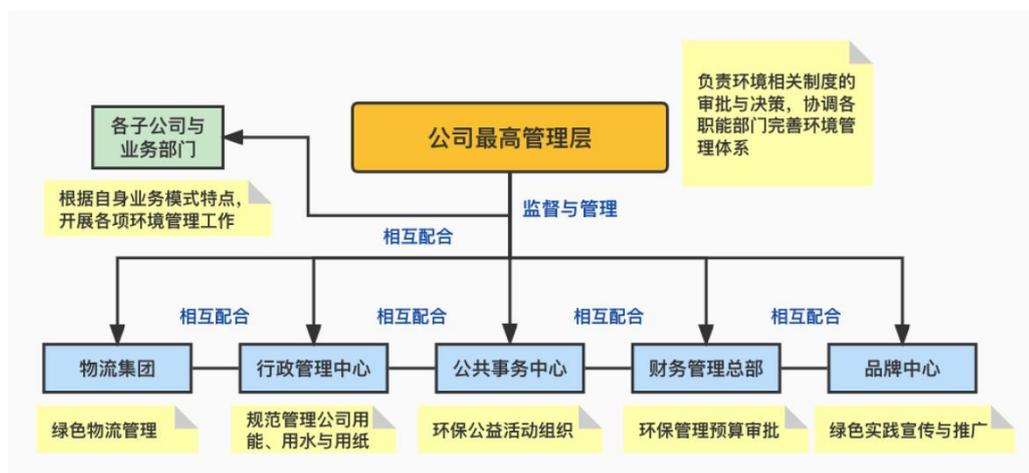


图 苏宁易购内部环境管理架构



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。

苏宁易购始终遵循“平台赋能、生态协同、科技驱动、消费引导”的基本理念，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，开展系统性、创新性的绿色消费实践，以“打造贯穿产品全生命周期的绿色服务”为技术路径，重点构建“绿色采购、绿色物流、绿色运营、绿色消费、绿色回收”闭环管理体系，通过技术创新与模式创新双轮驱动，旨在成为连接绿色生产与绿色消费的核心枢纽，推动整个产业链的绿色转型，实现从采购端到消费端的全流程减排。

案例：苏宁易购获评 2025 年绿色消费典型创新案例

在中华环境保护基金会与中国商业联合会联合发布的“2025 年绿色消费典型创新案例”评选中，苏宁易购凭借“全生命周期的绿色零售服务实践”成功入选，成为零售业绿色转型的示范企业。

2025 年以来，苏宁易购围绕“绿色运营、绿色消费、绿色物流、绿色回收”等维度，系统构建了覆盖供应链、销售、服务与回收的全链路绿色生态。公司响应国家“两新”政策，创新融合“国补+厂补+苏宁补”三重补贴机制，打造“以旧换新”一体化消费模式，并通过“送新收旧一步式”“五免四不限”等服务承诺，切实降低消费者参与门槛，提升回收效率。

在技术应用方面，企业借助自研 AI 大模型“灵思”实现绿色商品的精准推荐，利用区块链技术建立家电回收全流程可信追溯体系。目前，苏宁易购已在数十个城市落地行业标准化绿色仓储，规模化推广循环快递箱与新能源物流车辆，推动物流环节持续减碳。其绿色采购平台中节能产品占比达 70%，废旧家电规范回收网络覆盖全国，形成可复制、可推广的系统经验。

此次入选国家级奖项，标志着苏宁易购绿色实践获得高度认可。面向未来，苏宁易购表示，将继续深化全链路绿色生态，携手伙伴推广绿色消费，助力“双碳”目标达成。





图：苏宁易购被评审为“2025 年绿色消费典型创新案例”

案例：北京苏宁易购实现自身碳中和目标的同时盘活闲置碳资产

作为北京市重点用能单位，北京苏宁易购积极响应《北京市碳排放权交易管理办法》中“鼓励重点排放单位履行控制温室气体排放责任”的号召，将节能降碳深度融入企业 ESG 治理体系，在完成年度碳配额清缴工作的基础上，主动将富余的配额通过本市碳交易平台转让给其他有履约需求的单位。

此次交易以市场化手段盘活了闲置碳资产，在实现自身运营层面碳中和目标的同时，通过富余配额的市场化流转，间接支持了其他单位的履约需求，体现了重点用能单位在推动全社会低成本减排方面的示范引领作用。此举既是对北京市“鼓励温室气体自愿减排活动”政策的积极响应，也是企业将环境责任转化为公共价值的生动实践——通过盘活富余碳资产，不仅避免了环境资源的闲置浪费，更以市场机制推动碳排放空间的优化配置，为首都构建绿色低碳循环发展体系贡献了企业力量。

➤ 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，自 2025 年国补政策实施以来，苏宁易购积极承接落实，积极推广高能效绿色产品，带动节能产品销售，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。

案例：苏宁联合发起《绿色仓储配送行动宣言》，持续发展绿色物流

2025年6月中国仓储与配送协会召开第二十届中国仓储配送大会暨第十二届中国(国际)绿色仓储与配送大会，苏宁物流凭借其体系化的绿色低碳实践，成功入选“仓储配送绿色低碳典型案例”，并受邀成为《绿色仓储配送行动宣言》联合发起单位之一。

随着消费者对交付时效、服务体验要求的不断提升，如何在保障高效、稳定物流服务的前提下，实现降本增效与节能减排的双重目标，成为行业共同面临的挑战与机遇。面对这一趋势，苏宁物流将“聚焦生态文明、聚力绿色发展”作为核心战略方向，积极探索并实践覆盖仓储、运输、末端配送等全链路的绿色解决方案。

此次入选典型案例并成为《绿色仓储配送行动宣言》发起单位，是行业对苏宁物流绿色可持续发展的肯定。未来，苏宁物流将继续携手行业伙伴，深化绿色技术创新与应用，在仓储、运输、包装、回收等全链路环节持续发力，为推动物流行业绿色低碳高质量发展贡献力量。



图：江苏苏宁物流入选“仓储配送绿色低碳典型案例”



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。

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，苏宁易购精细化用电管控，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、优化设备使用时段等方式，有效降低碳排放。

案例：光伏发电示范项目助力绿色物流

苏宁物流已率先在广西柳州实施分布式光伏，作为柳东新区的绿色代表项目业已投产，在满足苏宁园区自用电量前提下，向国家电网年送电数百万度，全力支持柳东新区绿色用电发展。



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，为行业伙伴的新能源车辆提供便利，共同推动运输环节低碳化。

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运输路线和装载方案，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，多条线路平均配送时效、整体装载率提升，节约运输成本，提升物流效率，有效降低碳排放。

绿色配送

在末端环节，2025年苏宁易购物流深化全链路绿色回收体系建设，在“送装一体化服务”基础上升级“一站式送新取旧装一体化服务”，力求一次上门满足消费者多样化的家电家居配送、安装、拆旧、回收多元服务需求，进一步减少二次上门频次与服务能耗。目前，该服务已覆盖家电家居全品类及全国300余座城市。

苏宁物流为家电、家居和家装全品类品牌商户提供覆盖全国的智能仓配一体化服务，依托优化升级的仓网资源，实现多仓高效联动与智能分仓。截至报告期末，送装一体服务已覆盖全品类大件类目与全国各级城市，更多合作品牌全面升级至“揽送装收一体服务”，进一步优化配送网络效率，以绿色高效物流助力低碳消费与服务提质。

➤ 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	2025年数值
自营电器店年均每小时每百平方米用电量	度	2.1138	1.97
自营电器店单位平方米每月用水量	吨	0.037	0.029



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； · 响应错峰用电，增加储能设备，调节项目高峰用电需求； · 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； · 建立能源管理模型，制定门店筹建设计用电标准，监控能源使用情况，及时发现并解决能源浪费问题。
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 95 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。

公司总部开展餐厅光盘行动，活跃餐厅氛围的同时倡导勤俭节约、珍惜粮食的社会风尚。

公司门店、办公区域推行垃圾分类制度，鼓励员工参与废弃物分类回收。2025 年下半年公司累计回收利用废弃物 38,976 斤。

案例：公司内部构建“办公+经营”双核能耗检查机制

2025 年，为强化内部员工对环保精神的认知与践行，公司定期组织环保主题培训，内容涵盖环保政策法规解读、节能减排技巧分享、绿色办公实践指导等多个方面。通过专业讲师的解读、实际案例分析以及互动讨论等丰富形式，让员工深刻理解环保工作的重要性，并将环保意识转化为日常工作中的自觉行动。例如，在办公区域推行无纸化办公、合理设置空调温度、鼓励使用环保办公用品、下班及时关闭电脑、插座电源等措施，有效降低了能源消耗与资源浪费。

同时，公司将节能降耗作为总部和大区办公及经营环境检查的重中之重。办公环境建立完善的“楼长检查+奖惩激励”机制。公司构建的“办公+经营”双核能耗检查机制，极大增强了全体员工和各经营部门的节能环保意识，在规范日常行为和优化经营环境方面发挥了关键作用。

绿色科技

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 应用

2025 年集团将“AI 智能应用”确立为核心战略，紧扣零售行业数智化升级核心需求，聚焦破解零售流通领域人货场运营效率与数智化水平偏低行业痛点，以融合零售行业知识图谱与多模态数据处理技术的灵思大模型为核心，构建具备“数据驱动决策-智能优化执行-持续迭代进化”能力的 AI 基础平台，筑牢零售数智化技术底座。

公司立足 AI 基础平台核心能力，在核心业务场景和上下游合作伙伴协同上进行智能体赋能，通过直播数字人、易推等智能体进行创收，通过采购智能助手、预测补货、经营分析助手、AI 培训、选址开店决策分析及建店助手等智能体大幅度提升工作效率，运用“灵思”大模型与智能体技术，整合零售流通领域多年实践与数据积累，针对线上、线下及银发人群的特征诉求，打造苏宁易购、导购屏、朝夕相伴 AI 智能产品，现已启动业务场景的落地推广。2025 年集团通过智能化产品和技术的应用向上游提升供应商协同效率，向下游增强商户端和销售端的用户体验，为零售行业数智化转型树立标杆典范，更带动区域商贸经济提质扩容，为零售产业高质量发展注入强劲动能。

➤ 倡导绿色消费

2025 年国补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，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。



苏宁易购积极响应国家推动大规模设备更新和消费品以旧换新的号召，同时深耕市场、强化终端用户连接，策划打造“走街串巷·国补社区行”IP活动，全面深入基层，直接触达用户，推广绿色节能产品，向消费者倡导绿色生活方式，唤醒公众环保意识，传承与贯彻环保精神。该项目成功吸引了海尔、海信、三星、美的等多家知名品牌主动参与、共同投入，并获得当地商务部门支持。

案例：商务部流通业发展司李佳路司长调研指导苏宁易购以旧换新工作

2025年2月13日，商务部流通业发展司李佳路司长到福州宝龙城市广场 Suning Max 门店考察，就数码产品购新补贴、家电以旧换新工作和再生资源回收体系建设等情况调研指导。



案例：青岛市政府调研苏宁家电以旧换新工作

2025年8月6日下午，青岛市人民政府副市长高健率专项调研组莅临李沧区苏宁易购广场店，实地调研家电以旧换新政策实施成效，重点就“国补加码”政策落地情况与苏宁易购团队深入交流。



案例：“走街串巷·国补社区行”

公司紧跟国补政策、自主创新策划，多部门协同实现“从0到1到全国落地”，联动海尔、美的等头部品牌，从2025年1月京沪渝深四地试点启动，到3月九大区联动落地，再到4月起全国铺开，2025年全国落地数千场，并获全国政务央媒密集报道，两次登上央视《新闻联播》，获央视多栏目专题报道4次，三次入选新华社国家级消费专题，作为《激活消费“主引擎”》等重点报道案例等。



开展绿色回收

公司致力于构建稳定、高效、覆盖全国的逆向物流与环保回收网络。2025年，苏宁易购在响应国家以旧换新国补政策的基础上，结合易购自有渠道的同时，积极联合天猫、闲鱼、高德、美团等平台，落实家电从回收拆解的资源再生一体化政策。2025年累计回收旧家电数百万套，品类覆盖空调、冰箱、洗衣机、黑电、厨卫等多核心大家电，积极响应了以旧换新、资源再生政策。

案例：数字化重塑回收新标杆，苏宁帮客“四流合一”助力合肥“双试点”绿色升级

为响应合肥建设“典型城市”的战略需求，苏宁帮客构建起“线上线下融合、城乡全域覆盖”的数字化回收网络体系，通过“1个数字化运营平台+1个家电回收中转站+6个家电回收与3C快修综合服务网点”的业务布局，实现“一键预约、一站式服务”的便捷体验，通过网点辐射与流动回收相结合，让规范的回收服务触达城市每个角落。这套以数据驱动的回收体系，正在将分散的传统回收模式整合为标准化、可追溯的服务体系，显著提升了再生资源回收体系的运行效率与服务均等化水平。



苏宁帮客在合肥的创新实践中，打通“源头-回收-利用”全链路。向上游联动家电企业，推广绿色设计；向下游对接合规拆解企业，推动资源高值化利用，构建“回收、分拣、利用在合肥”的本地化闭环，将回收网络优势转化为产业集聚动能。为支撑该体系，苏宁帮客在合肥市包河区等6家核心门店布局“家电回收与3C快修综合服务网点”，提供咨询、检测、隐私清除、一站式回收等功能，形成线上线下联动的服务节点，切实让循环经济惠及民生。



➤ 传承环保精神

公司在日常运营与战略规划中，始终坚定不移地传承与贯彻环保精神，将可持续发展理念深度融入业务各个环节。公司不仅积极倡导全体员工践行环保行动，还通过多种方式引导消费者、合作伙伴以及社会大众共同参与，携手为环境保护贡献力量，致力于构建绿色、低碳的美好社会。

案例：向上生长，共植新绿 集团总部园区开展植树节活动

2025年3月12日，在第47个植树节来临之际，苏宁易购总部园区以“共植新绿”为主题开展植树活动，特邀海尔、海信、美的、倍科、博西、创维、松下、康佳等入驻品牌的经营体共同参与。大家携手栽下一株株新苗，以绿色行动深化合作情谊，践行绿色发展理念，共建美好家园。这场植树活动不仅是苏宁易购与园区伙伴深厚友谊的象征，也寓意着企业生生不息、蓬勃向上的力量代代相传。



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 积极投身公益

苏宁易购持续打造自有品牌公益活动,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。

苏宁易购积极整合自身资源,充分发挥物流、商品供应链等方面资源优势,投身抗灾救援一线工作,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。

案例：苏宁易购紧急捐赠物资驰援榆中灾区

2025 年 8 月 7 日,榆中县遭遇历史极值强降雨,引发特大暴雨山洪并伴泥石流。灾情发生后,苏宁易购高度重视受灾情况,第一时间与当地取得联系,了解灾区需求。在得知当地群众急需生活物资后,苏宁易购迅速筹备饮用水、方便面等食品,以及集成燃气灶、便携碗筷、洗洁精、卫生纸、简易桌椅等日用品,火速调集救援物资奔赴灾区一线,确保受灾群众的基本生活需求得到保障,为救灾救援工作贡献苏宁力量,帮助受灾家庭尽快恢复正常生活。



案例：守望相助！苏宁易购驰援香港大埔火灾救援

2025年11月26日下午，香港大埔宏福苑发生五级火灾，造成重大人员伤亡和损失。

灾情发生后，苏宁易购香港大区第一时间启动应急响应机制，成立以管理层为核心的“应急支援小组”，连夜召开会议，紧急制定并落实多项援助措施，全力支持灾区救援及居民安置工作。为缓解受灾居民的燃眉之急，苏宁易购迅速调拨应急物资。同时，苏宁易购建立了动态物资补充机制，根据现场需求评估，持续调配各类生活必需品，并启动供应商联动，确保援助物资的稳定供应。此外，苏宁易购香港大区也在内部发起员工献血倡议，香港大区负责人带头预约献血，以实际行动支持大埔火灾后的重建工作。



公司协同上游合作伙伴与下游消费者投身公益活动，积极带动其参与教育助学、扶贫救济、医疗救助、自然保护等公益活动。

案例：苏宁易购 X 中国绿化基金会，守护亚洲象公益科普展启幕

2025年4月30日，由苏宁易购主办，中国绿化基金会公益支持的“为生命呐喊-拯救濒危亚洲象”公益科普展在成都市新都区苏宁易购广场正式启动，此次公益科普展以“为生命呐喊-拯救濒危亚洲象”为主题，为期40天，通过公益科普、沉浸体验、全民倡导三大维度，让生态保护可感知、可参与，让顾客在购物休闲中理解“人与自然和谐共生”的意义，呼吁公众关注亚洲象生存环境，助力生物多样性保护。该项目通过建设“大象食堂”——种植亚洲象喜食的植物并配套硝塘，缓解其食物短缺问题，减少人象冲突。同时，项目关注社区安全，为邻近象群的学校修建“爱心防象围墙”，保障儿童安全。



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。

针对当下年轻人爱宠、养宠的生活趋势以及宠物遗弃的社会问题，聚焦宠物毛发难清理、宠物食材处理与保鲜等真实生活痛点，苏宁易购2025年联合西门子、博世、松下、海信璀璨等品牌，共同发起“萌宠生活家计划”，传递品质养宠生活方式，并深度联动宠物领养日及各类专业宠物公益机构，以实际行动践行社会责任。



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。

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，如组织全国门店在炎炎夏日为城市环卫工人、快递员等群体提供免费冰水、免费空调、免费休息等服务，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，走进社区，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。

2025年，苏宁易购常态化开展“暖阳行动”，落地超千场线下公益服务活动，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、享受补贴申领代办、旧机估值和上门回收等一站服务。

案例：进社区、近用户 苏宁易购国补焕新服务站首批落地 13 城

苏宁易购在 2025 家电国补加力扩围实施后，创新推出近场零售场景国补焕新服务站，将门店搬进社区，把服务和产品送到家门口。服务站内有几位常驻工作人员，提供国补政策解读讲解、补贴申领代办、旧机估值和上门回收等一站服务。

针对新旧社区的差异化需求，苏宁易购还将个性化打造新房实景样板间和旧房局改样板间，通过在阳台、客厅、厨房等家庭场景，引入冰箱、洗衣机、电视、空调、热水器、烟灶、净水器、洗碗机等家电产品，并联合全屋定制、装修局改等生态企业，在集约化空间中为社区居民提供一站式家庭场景解决方案。



案例：酷暑苏宁零售云力保县镇空调极速送装

2025年7月，全国多地持续遭遇历史罕见高温天气，县镇市场对空调的需求呈现爆发式增长。面对这场酷暑大考，苏宁易购零售云依托全国门店，通过追加备货、精选高性价比的商品、48小时极速送装等举措，力保县镇居民最快享受清凉。

为确保及时送货安装，全国县镇的苏宁易购零售云老板亲自上阵，加入空调配送安装队伍，实现选、购、送、装一站式清凉服务全面提速。同时，针对县镇留守老年人群体，苏宁易购零售云提供贴心的全流程服务，从推荐操作简便的适老化产品，到空调安装完成后，耐心地讲解产品的使用方法、注意事项，再到售后上门为老人答疑解惑的服务，确保老人能独立、安全、舒适地使用空调。



案例：与武汉市妇女联合会联合主办“女性自媒体创业培训”

2025年9月24日，苏宁易购电商平台与武汉市妇女联合会联合主办的“女性自媒体创业培训”项目在武汉正式启动。此次合作旨在赋能本地女性新媒体创业就业，是公司社会价值与商业价值相结合的一次重要实践。



案例：六一献爱心 乡村校园传温情

2025年5月底，在“六一”国际儿童节即将到来之际，苏宁易购郑州大区公益志愿者一行，联合郑州市工商联等单位，先后走入郑州市二七区刘胡垌幼儿园、马寨小学，开展爱心慰问活动，向孩子们捐赠书包、足球、文具等学习用品，为他们送上六一节日祝福，鼓励他们刻苦学习、快乐成长，努力成为有理想、有本领、有担当的新时代好少年。



6.3 推进乡村振兴

苏宁易购不断整合自身资源，促进区县经济建设，创新“苏宁+供销”合作模式，通过党建共建探索“一店多能”模式，推动城乡融合发展；加大扶农助农战略，带动县镇就业水平，输出零售服务能力，培养零售运营人才，建立从输血到造血的长效机制；推动以旧换新，为乡镇居民提供更便捷、更有品质的产品及服务，提升乡村居民的生活体验和幸福感，进而全面推进乡村振兴的发展。

促进地区就业

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、基础设施建设反哺乡村。公司结合自身零售服务商优势，通过输出苏宁易购品牌、IT 系统、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，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，帮助农村实体小微零售商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，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。

截至 2025 年底，苏宁易购零售云门店达 9,401 家，覆盖全国超 98% 县镇市场，每家零售云店可吸纳数名本地就业人员，包括店长、营业员、采购、财务、配送等角色，带动县镇市场数万人就业，培养了大量零售服务专业人才，实现了经济效益与社会效益的双赢。

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。

升级生活品质

公司通过 C2M 反向定制适配乡村消费，增加品质商品供给，丰富乡村消费者产品选择；推广国家以旧换新政策，激发县镇居民消费潜力；构建



标准场景体验，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，缩短流通链路，为乡村居民提供与城市无差别的服务体验，提升乡村居民的生活体验和幸福感。

未来，公司将持续升级县镇消费体验，助力县镇消费升级，推动县镇区域发展，夯实县镇产业振兴基础。

案例：深度合作，共建城乡网络——兰州市供销社与苏宁易购达成战略合作

2025年9月9日，兰州市供销社党组书记、理事会主任达朝荣率队赴苏宁易购集团总部，与苏宁易购就兰州西关 Suning Max 店的首店建设及依托供销系统城乡网点进行 Suning Home 店开发合作、农产品上行合作、家电回收等业务等展开深度沟通。会谈后，兰州市供销社与甘肃苏宁易购签订战略合作协议，此次战略合作标志着双方在深化供销系统与商业流通企业合作、激活兰州消费活力方面迈出关键一步。农产品上行合作方面，兰州市供销社将发挥“连接城乡、服务三农”的体系优势，借助“甘味出陇”为主体，依托苏宁易购线上平台，将兰州乃至甘肃独具特色的农产品销往全国。同时，供销社开放农村消费数据，为农产品上行和工业品下行提供大数据支持。

案例：江苏首店！苏宁零售云联手供销社推动新家电下乡

2025年3月28日，盐城苏宁易购零售云与盐城滨海县供销合作社签订合作共建协议，双方将在县域网点合作共建、江苏省消费品以旧换新等领域开展合作，携手推动城乡融合发展、服务“三农”迈上新台阶。经过赋能改造，苏宁易购零售云与盐城供销合作总社积极探索联合经营模式，整合农副产品、家用电器、日用百货等多元化商品，为乡镇居民提供更便捷的生活消费服务。



未来展望

2026年，AI人工智能技术迈入深度应用阶段，智能体时代加速到来，零售行业迎来生产力与消费需求的双重变革。苏宁易购锚定“智慧生活服务商”全新战略定位，以“韧正·智新”为行动指引，构建“一驱一核，两翼三支撑”核心能力体系，全面升级发展布局，将企业发展融入国家发展大局，持续践行社会责任，推动行业高质量发展，为社会创造更大价值。

智驱全域发展，打造AI零售新体系。苏宁易购将全面拥抱AI产业革命，以发展新质生产力为指引，借力打造算力与算法基础，聚焦核心业务场景实现技术研发与应用突破，积极融入AI生态构建深度合作网络。推动AI技术落地服务、运营、管理全环节，建立AI驱动组织，实现用户市场智能体协同与经营人机协同，以数据驱动决策、技术赋能运营，以智能化升级推动零售行业高质量发展，打造高效敏捷的智慧经营体系。

全渠网络深耕，线上线下融合发展。苏宁易购将深化多类型店面网络全域覆盖，升级Suning Max、Suning Pro等标杆店运营品质，以Suning Home店面布局空白市场，批量开设县镇会员店，推进社区销服一体店建设，同时打造可复制的Suning Fun年轻化店面模式，扎实发展实体经济，服务乡村振兴与“一刻钟便民生活圈”建设，为用户提供全方位智慧生活解决方案。同时突破纯电商发展瓶颈，借AI探索垂直领域创新，布局出海业务拓展增长空间，深化即时电商业务与线下门店的深度融合，构建线上线下联动的全渠道发展格局。

深化生态协同，打造产品与产业共生格局。苏宁易购将持续深化与头部品牌的价值共创，共享数据资产、联合定义产品、定制家庭智能场景，助力供给侧结构性改革，促进现代化产业体系建设，为产业链上下游创造全新价值。同时推动零售云、易采云等合作伙伴向价值共享伙伴升级，共享零售智能化产品与能力。整合成立自主产品公司，从产品定义、技术研究到渠道建设、品牌推广全面构建能力，以智能化、套系化为方向打造高性价比自主产品，特别注重绿色、节能产品开发，实现全渠道覆盖，推动产品与零售服务功能深度融合。

坚守责任担当，传递向善发展力量。苏宁易购坚守零售本质，以稳健经营为发展根基，聚焦核心业务实现高质量发展。积极响应“双碳”目标，将绿色低碳理念融入全流程，推广绿色智能家电，完善家电全生命周期管



理，助力循环经济发展。以门店为触点深化社区服务，在公益慈善、关爱弱势群体等方面持续发力，用企业力量满足人民群众对美好生活的向往，传递向善向美的社会价值。

乘势而上，笃行不怠。2026 年，苏宁易购将以“百米速度跑马拉松”的奋斗精神，携手合作伙伴、消费者与社会各界，以 AI 赋能智慧生活，以服务创造社会价值，共同开创智能、绿色、包容的美好未来！



绩效展示

➤ 经济绩效

指标	单位	2025 年数值	2024 年数值
总资产	千元	109,846,105	119,042,939
归母净资产	千元	12,631,961	12,430,605
营业收入	千元	48,957,914	56,791,461
研发费用	千元	235,778	202,295
研发费用占营业收入比例	%	0.48	0.36
家电 3C 家居生活专业店数量	家	853	983
零售云加盟门店数量	家	9,401	10,168



➤ 治理绩效

指标	单位	2025 年数值	2024 年数值
股东会召开次数	次	6	6
董事会会议次数	次	14	15
新增授权专利	件	8	36
新增著作权登记	件	35	24
新增核准注册商标	件	35	22
举报线索受理率	%	100	100



➤ 社会绩效

指标	单位	2025 年数值	2024 年数值
员工总数	人	21,192	20,125
女性员工比例	%	44.54	45.37
劳动合同签订率	%	100	100
社保覆盖率	%	100	100
服务一次解决率	%	92	91
服务（四端）差评率	%	0.49	0.60
投诉率	%	0.10	0.15



➤ 环境绩效

指标	单位	2025 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	1.97	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	95	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？

