

**SUNING 苏宁电器**

# 阳光使命

苏宁CSR企业社会责任报告

2008

Corporate Social  
Responsibility Report  
of Suning 2008

# CONTENTS

## 目 录

---

董事长致辞	01
公司概览	02
利益相关方	05
公司治理	07
服务与消费者	16
服务与产业链	26
服务与员工	38
服务与社会	56
主数据需求表	70
第三方认证	71

附录

公众认可

关于CSR报告



# 做社会化 的苏宁

作为一家原生性的民营企业，创业初期我们更多地是希望通过自身的努力改善家庭的生活。随着企业的不断发展，我们日益体会到，民营企业小的时候是个人的，大了就是员工的、社会的。社会的稳定、国家的繁荣直接关系到企业的生存和发展。因此，取之于社会，用之于社会，参与公益事业是每一个企业和企业家的应尽职责。

在苏宁发展的18年里，苏宁电器自发组织以及深入参与的公益活动多达数百次，累计捐款捐物价值达到数亿元。十年树木，百年树人，教育一直是国家的百年大计。长期以来，教育事业始终是苏宁关注的重点，在支教领域更是我们心系所向。2008年，我们捐助了大兴行知学校，并开办了2008冠军课堂。并且，苏宁还分别向清华大学民营经济研究院、南京大学商学院等机构分别捐赠了数百万元教育基金，用于扶持校园学科建设，并展开针对民营经济管理、零售管理等项目的专项学术研究。不仅如此，非典时期的小汤山奇迹、春暖2007、2008阳光融雪、5.12抗震救灾……18年来，苏宁公益涉及的项目遍及教育、扶贫、救灾、医疗卫生、体育、环保、科研等各个领域。

2006年，苏宁在全国启动“1+1阳光行”苏宁社工志愿者行动，苏宁的每一名员工都是志愿者的一员。成立至今，苏宁“1+1阳光行”志愿者苏宁每一名员工每年贡献一天的时间进行服务社区，扶贫帮困等活动，用自己的行动弘扬‘责任、奉献、希望’的社工精神，传播先进文化，为建设团结互助、平等友爱、共同前进的美好社会贡献力量。并且，通过“1+1阳光行”苏宁社工志愿者行动，苏宁电器社会责任行动也逐渐延伸至加大节能环保产品推广力度，通过社区共建、店头宣传等方式联合厂商、消费者共

同推进环保营销、环保产品、营销资源节约、环境友好的消费环境，从而倡导环保消费模式。

企业不是慈善机构，但企业是所有慈善机构蓬勃发展的物质基础。除此之外，企业还承担着繁荣社会经济、回馈员工和投资者的重要使命。在企业的发展中，尤其要关注发展的模式和成长的手段，要坚持科学发展观，形成资源节约、环境友好的全面协调可持续发展。因为，我们不仅要为自己负责，还要为我们的子孙后代负责；相对而言，民族企业在社会责任方面更加责无旁贷。因此，苏宁电器将创造更多的社会价值作为企业发展的原动力，将社会责任当作一项事业经营，推动着企业的可持续发展，向着打造中国最优秀的连锁服务品牌目标迈进。

在苏宁的企业文化中，有很重要的一条——“做百年苏宁 国家企业员工利益共享”，它被写入苏宁的企业基本法，成为苏宁经营战略和个人行为的准则。从1990年创业发展至今，苏宁的不断发展壮大离不开国家、社会以及员工的支持。18年只是百年苏宁发展目标的一小步，在苏宁长远的发展规划中，做一个长寿型的企业，不仅要有明确的发展方向，成熟的经营模式，严谨的组织管理体系，还要有全体员工的向心力和良性互动的社会环境，苏宁要成为苏宁人的苏宁、社会的苏宁，让社会投资者受益、让员工受益。未来苏宁将一直致力于建立一个资源配置最优化、管理效益最高化、社会效益最大化的民族商业平台，为中国经济发展创建一个发挥最大价值的流通渠道，同时创造更多的就业机会，并承担起在公益、道德、文化、科技、环保等各方面的责任。

张近东



## Corporate introduction

### 企业概览

苏宁电器股份有限公司创立于90年代初，历经18年发展，截至2008年12月31日，已在中国29个省、直辖市和自治区，178个地级以上城市拥有连锁店812家，提供就业岗位约12万。据商务部统计数据显示，2008年苏宁电器销售规模达到1023亿元，在全国前100家连锁企业中，位列第二。

2005年12月，苏宁电器以严谨规范、科学高效的内部管理，顺利通过ISO9000质量管理体系认证。2006年4月苏宁SAP/ERP成功上线，打造了中国零售业信息化TOP-ONE工程，荣获中国企业信息化50强（零售业第一位），中国商业科技100强（零售业第一位）。

2006年苏宁提出了全新的3C+旗舰店模式，获得了轰动性的市场反响，开创了家电连锁未来模式的新格局，并由此被南方都市报等权威媒体提名“2006年十大营销事件”。2007年3月，在“2007中国消费电子财富论坛”评选的“2006年十大经典营销案例”中，3C+模式再次位列其中。2008年10月，苏宁电器在《商界评论》主办的“中国最佳商业模式”评选中荣登榜首。

苏宁电器目前位列中国企业500强第53位、中国上市公司竞争力10强，是国家商务部重点培育的“全国15家大型商业企业集团”之一。2004年7月21日，苏宁电器（002024）在深圳证券交易所上市，2005年8月4日，苏宁电器股权分置改革方案获苏宁股东大会通过，苏宁电器实现全流通。2007年6月20日，苏宁入选2006

“影响中国”十佳上市公司，并在2006最具成长性上市公司榜单中位列第一。

由于经营定位准确、品牌管理独具特色，2008年6月2日，由世界品牌实验室独家编制的2008年度《中国500最具价值品牌》排行榜在北京揭晓，苏宁电器以品牌价值423.37亿元排名整个榜单的第十六位，在整个家电行业名列前茅，并蝉联中国商业连锁第一品牌。2007年8月2日，《福布斯》中文版发布的2007“中国顶尖企业榜”，苏宁电器登上榜首，并连获“中国连锁业突出成就奖”、“中国企业管理杰出贡献奖”、“中国杰出创新企业奖”三项大奖。

自成立之日起，苏宁电器一直致力于公益和慈善事业。2006年3月苏宁电器创立了中国首个企业大型社工服务品牌——“1+1阳光行—苏宁社工志愿者行动”。由于在公益捐赠方面的突出表现，苏宁电器先后荣获由劳动保障部、全国总工会、全国工商联共同授予的“全国就业与社会保障先进民营企业”称号、由中华人民共和国民政部、中华全国总工会授予的“2007十大慈善企业”和“中华慈善奖”等国家级奖项，并跻身最具社会责任感企业20强和中国企业社会责任20杰。

苏宁董事长张近东先生先后被授予“中国青年五四奖章”、“优秀中国特色社会主义事业建设者”、“全国劳动模范”、“2006CCTV

中国经济年度人物”、2007和2008年度“最具影响力的企业领袖”、“2008年度最佳领导力奖”等国家级荣誉，同时担任全国工商联副主席，成为中国民营企业和商业连锁领域的领袖人物。

至真至诚、苏宁服务。苏宁电器致力于为消费者提供多品种、高品质、合理价格的产品和良好的售前、售中与售后服务，强调“品牌、价格、服务一步到位”。苏宁电器目前经营的商品包括空调、冰洗、彩电、音像、生活电器、通讯、电脑、数码八个品类，近千个品牌，20多万个规格型号。苏宁电器一直坚持“专业自营”的服务方针。以连锁店服务为基石，苏宁配套建设了物流配送中心、售后服务中心和客户服务中心，为消费者提供方便快捷的零售配送服务、全面专业的电器安装维修保养服务和热情周到的咨询受理回访服务。苏宁电器竭诚为消费者提供全程专业化的阳光服务。专业的服务基于人才，苏宁具有独特人才培养机制，量身定做各个岗位需要的专业化人才。比如“1200工程”、“店长工程”、“梯队工程”、“千名蓝领工程”等。

服务是苏宁的唯一产品，提供最优质的服务，赢得顾客、员工、社会满意是苏宁前进的动力源泉。苏宁将朝着“打造中国最优秀的连锁服务品牌”的目标而不懈努力。

# 社会责任纲领

## 苏宁基本法

以市场为导向，持续增强企业盈利能力，多元化、连锁化、信息化、追求更高的企业价值；以顾客为导向，持续增强企业控制能力，

重目标、重执行、重结果、追求更高的顾客满意。矢志不移，持之以恒，打造中国最优秀的连锁服务品牌。

## 价值观

做百年苏宁，国家企业员工，利益共享；树家庭氛围，沟通指导协助，责任共当。

## 利益相关方

以服务的意识加强与利益相关方的沟通与交流。

## 利益相关方的判定与分析

我们认为利益相关方是受到我们运营运作的影响，并能影响我们的服务运营和可持续发展的团体或个人。苏宁电器作为全国连锁的零售服务企业，我们直接面对中国13亿广大消费者，同时，作为产业链的中间环节，服务于家电制造业，即我们的供应商。苏宁立足于坚守中国自己家电零售终端，打造纯正的百年民族品牌，因此，政府也是苏宁成长的主要协助者和把关者，员工是苏宁的绝对核心竞争力，苏宁的发展离不开近12万人的努力，共建和谐社区也是苏宁一直以来的发展方向。因

此，我们认为消费者、供应商、投资者、政府、员工、社区是我们的主要利益相关方。

通过与利益相关方的密切交流，我们可以迅速得到反馈，发现我们业务开展过程中发生的问题，并合理调整做出反应以改善我们的服务品质。我们力求搭建与各利益相关方相互支持、互利友好、合作共赢的交流平台。他们的信任与支持支撑我们稳健成长，我们将继续与各利益相关方一同努力，推动公司和社会的可持续发展。

## 附件二：利益相关方

利益相关方	目标及关注点	沟通与交流方式	2008年重点开展项目	索引
政府与投资者	诚信纳税	定期开展股东大会	启用普华永道中天会计师事务所为我司07、08年度财务审计机构	
	市场稳定供应	严格遵循上市公司信息披露相关制度	建立财务共享服务中心	
	实现经济、环境、社会三大责任均衡	配合国家宏观调控政策	与IBM长期合作，保证公司各项数据的准确、完整、安全、强化风险控制	
	以科技创新引领发展，融入国家创新平台	积极引导和影响公共政策	修订《董事、监事和高级管理人员所持公司股份及其变动管理规则》、《信息披露管理制度》，公司《章程》，并制定了《审计委员会年报工作规则》、《独立董事年报工作制度》	
	为投资者创造价值	编制《苏宁》月刊杂志	加强党建工作	
	企业信息披露	增加信息披露		
消费者	提供安全、环保、优质的产品	开展消费者关爱活动	“服务标准店”的推进	
	不断提升服务质量	开展优质服务活动	微笑服务明星评选月	
	赢得信任和支持	非正式调查	连锁店服务满意度提升日	
		座谈会	VIP服务中心的建立	
		邮件	组建义务消防队	
		短信	万名技师100%通过资质认证	
		电话	苏宁售后自主研发专利项目	
		增加信息披露	“阳光包”延保服务开发	
			客服回访收编	
			客服倾听工程	
			取经奥运志愿者 致力打造奥运服务标准	
员工	促进就业	严格遵守国家劳工法规制度	提供就业机会	
	员工权益保障	多种形式培训	全面推进员工培训体制完善	
	员工职业发展	组织定期活动	成立计划生育办公室	
	员工价值实现	成立各级工会组织	持续推进党建工作	
	员工健康、安全	完善内部沟通机制	丰富员工生活	
	尊重员工、丰富员工生活	增加信息披露	传统节日聚会	
			运动会	
			苏宁之夏	
			畅通的沟通机制	
供应商	共同遵守商业道德和国家的法律法规	合同谈判	重视与供应商合作，积极为供应商提供互惠互利空间	
	严格规范服务流程	日常会议	开创独家全权代理模式	
	互利共赢	高层会晤	良好厂商合作攻略	
		文件函电来往	主办的“中国家电连锁行业趋势论坛暨苏宁电器发展策略研讨会”	
		日常业务交流	发布各类行业趋势报告	
		举办行业内大型交流会	家电下乡中标企业正式签约	
		分享管理经验与技术标准	“千乡万镇”大型农村工程调研	
		增加信息披露	推进管理经验合作	
			推动高效节能产品全面普及	
			积极倡导无纸化办公	
社区	促进社区环境	重大灾害援助行动	年初“阳光融雪”系列行动	
	促进社区进步	定期组织志愿者行动	汶川大地震抗震救灾	
	支持、带动创建和谐社会	服务进社区	冠军课堂	
		贡献企业的理念与经验	苏宁“苏宁阳光 情暖中国”18周年成人礼	
		增加信息披露	阳光1+1走进社区	

## 与利益相关方的交流

我们充分尊重和维护相关利益者的合法权益，重视加强与利益相关方的沟通和交流，定期、按时发布公司的财务运营年报，举行座谈会，并通过公司网站、内部杂志等方式不断增加信息披露，建立和完善公开、透明的沟通机制，实现股东、员工、供应商、社会等各方利益的均衡，以推动公司稳定、健康、持续地发展。

在这份报告的编写过程中，我们也邀请了利益相关方座谈，听取社会人士对公司履行社会责任实践提出的改进意见和建议。我们也开通专线，随时准备与利益相关方的交流，并与他们保持紧密联系。我们有信心与各利益相关方建立起长期持续的互动互信关系，并在以后工作中更多考虑到自身对各利益相关方应承担的责任。

## 战略与公司治理

### 发展战略

成为中国乃至国际一流的家电连锁服务品牌。

### 阶段发展目标

2009年，全面实现行业领跑

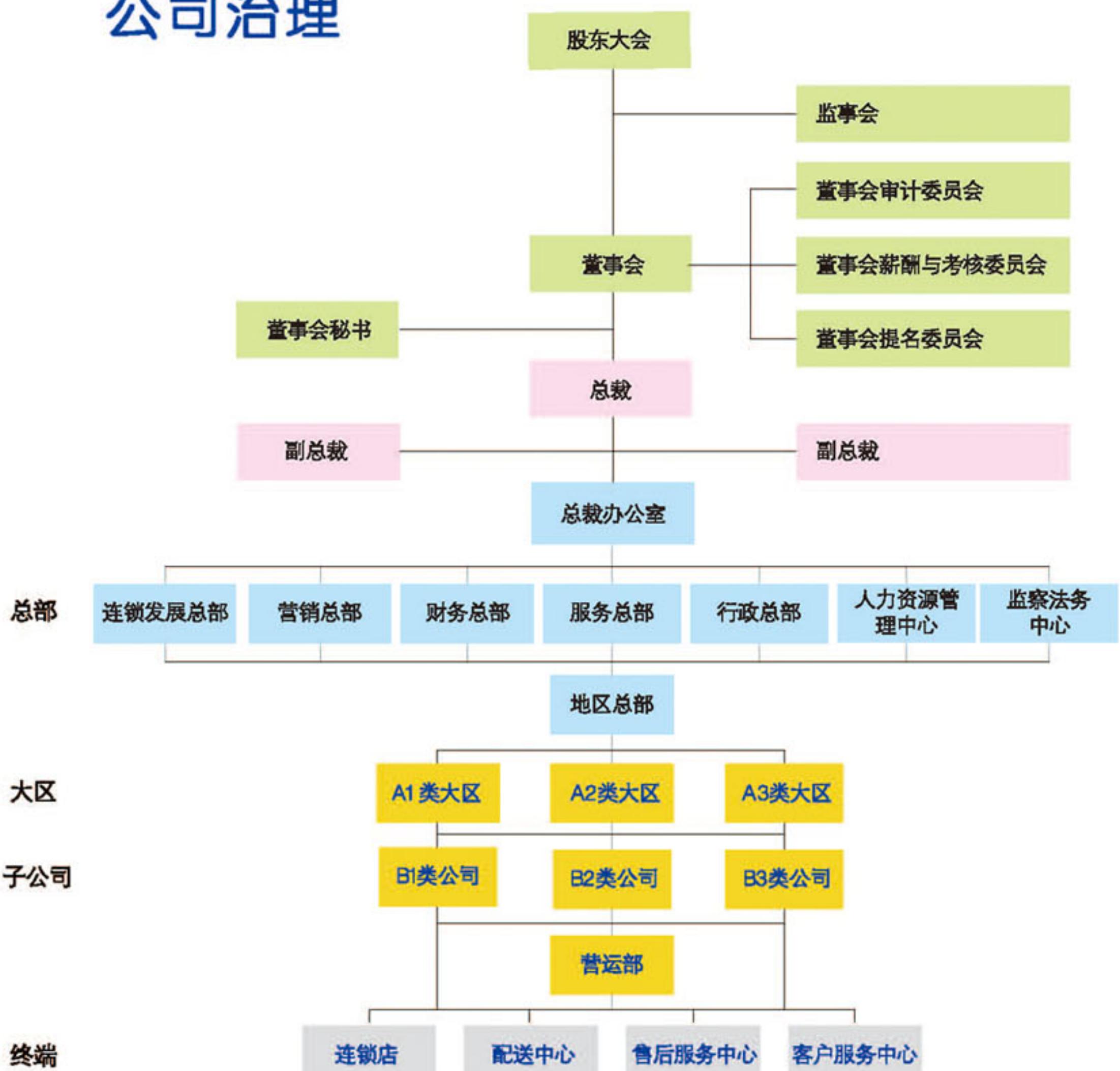
树立行业发展新旗帜，全面实现行业领跑，试水国际化

2010年，全面建立规模化和差异化营销服务体系，打造国际化发展平台

调整产品及服务结构，建立差异化营销品牌

2020年，成为全球第一商业连锁服务品牌

# 公司治理



苏宁电器股份有限公司是1990年成立的全资民营机构，并于2004年成功上市。苏宁严格按照《公司法》及现代企业制度要求构建规范、高效的组织架构。苏宁逐步完善集中统一的管理体制，实行董事长负责制，董事长是苏宁的法定负责人。苏宁原则上实行总部-大区-子公司-终端的四级管理体系。

苏宁总部各个专业委员会和职能部门负责监督、实施和审核苏宁有关经济、环境、社会及其他相关政策和战略规划。中国证监会对苏

宁作为上市公司行使监督权。同时，纪检检查监督、审计财务监督、职工民主监督等共同保证苏宁的规范运行。

苏宁不断适应行业以及时代发展的需要，力求建立与国际通行规定相衔接透明、规范的现代企业管理制度。2004年上市过程中接受了上市公司的严格审核，并于2007年变更财务审计机构，为跨越发展成为国际大企业做战略长远谋划。

苏宁倡导产业链专业化分工同时对苏宁内部管理提出合理分工及专业化诉求，不断完善总部管理功能和母子公司管理体制，加强对各体系的管控能力，力求打通终端到总部的信息通路，全通路管控能力不断提高。

苏宁坚持民主集中制，规范议事规则，完善决策程序，保障科学、民主、依法决策。加强以信息化建设中重点的后台搭建，强化

内部体系管理，强化对子公司管理者正确行使权力的监督。努力健全法律风险防控体系，加强企业合理、持续运营能力。

2008年，为促进良好的公司治理，苏宁持续推进公司信息化建设，全面推进内控体系建设，进一步推行人才储备策略，积极实现产业链优化。

## 组织架构变革

2008年苏宁总体上仍然实施总部-大区-子公司-终端的四级管理体系。重点推进财务体系变革。财务体系根据财务职能在决策与规划、管理与支持、执行与作业这三方面的分工，将财务管理中心更名为财务规划中心，以加强财务对苏宁的决策支持服务、强化财务核心职能的建设；费用管理中心更名为财

务支持中心，加强对连锁发展、服务、行政人事等业务方面的支持作用；增设财务服务中心，集中全国的财务核算职能，为全国各地公司服务。

同时，根据企业连锁网络发展需要，增设华南地区管理总部，福州地区管理中心与厦门地区管理中心，加强地域控制力。

## 内控系统建设

企业建立重大投资与财务决策制度、关联交易决策制度、募集资金管理制度、对外捐赠管理制度和信息披露管理制度等内控制度。

2008年，在进一步巩固苏宁2007年专项治理活动成果的基础上，苏宁根据《公司法》、《证券法》、《企业内部控制基本规范》等有关法律、法规和规章制度要求，结合公司的实际情况、自身特点和管理需要，不断完善公司法人治理结构，健全内部控制

体系，制定了贯穿苏宁的整个业务流程以及经营管理各层面、各体系的内部控制制度，并且不断进行完善与改进。目前，苏宁整体运作比较规范、独立性强、信息披露规范，实际情况与中国证监会有关上市公司治理的规范性文件要求基本符合。

在苏宁未来经营发展中，苏宁将不断深化管理，进一步完善内部控制制度，使之适应公司发展的需要和国家有关法律法规的要求。

## 监管体系

苏宁电器设立了监察部和法务部，隶属于总裁办体系，专门负责监督和核对公司员工的商业行为，并且设立网络投诉机制，在遇到投诉后，第一时间对相关人员展开调查，一经查实，按照苏宁相关的规定做严格的处理。同

时，借助苏宁强大的信息平台，以合同为基础，根据业务交易情况，自动按期出具结算清单，减少了其中的人为因素，保证了苏宁采购付款流程的正规性和透明化。

## 人才储备

苏宁电器立志要做“百年企业”，就是要用创新的思路、赏识的方法、系统的过程，来发现、培养、使用各种人才，使他们无时不感到创业的激情、成长的快乐。苏宁电器董事长张近东认为，要成为国内外最优秀的公司，首先要使企业成为人才发现、人才培养的“黄埔军校”，有了一批又一批足智多谋、骁勇善战的各路人才，企业才有立身之本、公司才会基业常青。为此，苏宁将人力资源定位为企业七大核心竞争力之一。

在人才引进方面，苏宁严格坚持鲜明的人才观：“人品优先，能力适度，敬业为本，团队第一”；坚持“自主培养内部提拔为主”，

持续开展1200招聘工程，目前已实现引进研究生、本科生及大专生共计近8000人。在08年国内企业相继出现停招现象时，根据苏宁发展需要，继续开展七期招聘，拟新招1200人。苏宁内部建立了以老带新、互帮互助的良性竞争机制。应届大学生到公司2-3年内即培养成为部长级中层管理干部。此外，08年加大社会成熟型人才引进，加快推进苏宁的连锁网络发展步伐。

苏宁为员工提供了良好的发展空间，无论是1200应届生，还是社会招聘的成熟人才，苏宁均给予了同等的晋升机会，只要认同融入苏宁的企业文化、投入敬业、踏实肯干，苏宁都给予同等的晋升空间。

## 供应链优化

苏宁秉承厂商“合作共赢、利益共享”的发展理念，坚持分工论和合理利益分配观，与家电制造商共谋发展之路。在2008年，苏宁在一二级市场积极推进旗舰店建设，同时进行渠道下沉实施家电下乡计划，进一步持续、稳健地巩固和开拓市场。通过自身强大的全国

连锁脉络，为广大供应商搭建越来越广阔的产品展示和销售平台，苏宁的强大实力同时也得到了各国际品牌家电厂商的认可和重视，2008年苏宁致力于与家电制造商建立和加强战略合作伙伴关系，在渠道合作方面进行深入和细致地挖掘。

# 专项工程

## 全程在线STK卡项目

围绕客户需求，以手机为载体，通过采用移动最先进的“智能STK芯片”、“OTA技术”、“MAS技术”和苏宁强大的SAP系统相结合，实现服务作业全程在线移动管理，提高企业对配送、售后服务全程的控制力，实

现销售、服务价值链的最佳优化。此项目在2007年度获得第十四届南京企业管理现代化创新成果《基于ERP、个人移动通信集成技术的服务作业全程在线管理》一等奖。

## SOA项目

符合SOA理念的系统架构的搭建，对整合各种系统资源，消除信息孤岛，实现更灵活的业务流程有着重要的意义。目前已经通过SOA平台成功整合了SAP、HR、资金等系统，实现

了共享服务中心设计的多项业务流程；统一消息平台、统一任务平台以及统一用户等公用平台也在搭建的过程中。

## WMS项目

基于苏宁SAP系统，对苏宁在库商品在空间及作业流程上进行全程系统管理，结合无线网络以及无线手持终端（RF）和条码技术、LED来实现终端作业和系统实时“对话”，由系统对库房内所有作业进行全局规划和指导监

控；同时苏宁WMS与自动化仓库、自动化分拣系统、电子标签系统、RFID技术进行无缝结合，提高物流作业效率，降低物流作业差错，优化供应链执行能力，使苏宁供应链全程可视。

## 共享服务中心

财务管理转型规划及财务共享服务中心设计与实施项目（简称：财务共享服务项目SSC）是继SAP上线后又一次对财务组织架构和财务管理的调整和强化，对业务运作流程和系统功

能的改造和优化，推动财务管理更加科学化、制度化、标准化、细致化，完善财务引导、服务、监督、控制职能，起到大企业财务的作用。

## 社会责任管理体系

苏宁建立了由总裁办—党委办公室—工会组成的三级社会责任管理的组织体系建设，并制定了社工服务制度：每年用1天的工作时间投身社会志愿者服务，在实施过程采取以自愿的形式参加“每年捐赠一天工资”的活动，爱心捐款将统一存入专门的“苏宁员工爱心账户”，由苏宁工会统一管理对外的援助事宜，

并将援助费用清单定期在苏宁的OA办公自动化平台上公示。与此同时，苏宁现有和将要加入的员工都将领取到苏宁爱心服务卡，里面将登记每一名员工的爱心服务记录，这将是除工号牌以外每一位苏宁员工必备的“苏宁身份证”，苏宁将以此作为每年员工考评时的一项辅助依据。

## 专项项目

### B2B项目

基于B2B的互联网供应链系统，是整合各供应厂商的各项资源，增强与加快信息、商品、资金的交流共享平台，最终实现厂、商的共赢，以及企业的长久发展。

苏宁电器提升供应链价值的B2B信息化管理，是基于B2B供应链信息化建设，采用B2B电子商务技术手段，实现苏宁电器与供应

商的供应链从流程到信息的供应链协同。提高反应速度，使苏宁电器与供应商都能及时得到需求信息，并快速做出反应，以及时满足需求；降低交易成本，大大降低供应链各个环节的交易成本，缩短交易时间与人力成本。该项目06年获得第十三届国家级企业管理现代化创新成果一等奖。

### 自动采购预测补货

利用SAP供应链管理中有着标准的采购计划功能，结合BW\_BPS标准的预测功能以及融合苏宁自身的特殊性而对系统进行新的功能开发，最终创造出较为先进的预测分析工具。预

测补货功能是一个全新的、强大的、高效的采购协作工具，突破了业务人员原有的采购思路及采购方式，结合到B2B系统更是为采购终端用户及合作伙伴带来全新的体验。

# 全面风险控制

## 股东与股东大会情况

2008年，苏宁共召开一次年度股东大会和两次临时股东大会。股东大会的通知、召开、出席人员的资格、表决程序符合《公司法》、《上市公司股东大会规范意见》和苏宁《章程》的有关规定。同时，律师列席股东大会，并出具法律意见书。股东大会决议公告真实、准确、完整、及时地在巨潮资讯网、《证券时报》、《中国证

券报》、《上海证券报》、《证券日报》进行披露。

报告期内，苏宁严格按照《上市公司股东大会规范意见》和《股东大会议事规则》的规定和要求，规范股东大会的召集、召开、表决程序，平等对待所有股东，确保股东特别是中小股东能充分行使其权利。

## 投资者权益保护

苏宁电器坚定地将企业利益、管理层利益与投资者的利益紧密联系在一起，在为投资者创造更大价值的同时，实现企业价值、员工价值的统一。以“为投资者创造价值”为己任，完善公司治理机构，进行财务转型，及时、准

确、完整、规范进行财务信息披露，为广大社会投资者负责，在广大投资者的支持关爱和苏宁全体员工的共同努力下，秉承前后台同步发展的战略，连锁事业持续、稳健、高速推进。

## 信息披露情况

苏宁严格按照《信息披露管理制度》和《投资者关系管理制度》等相关管理办法的规定，履行相关信息披露文件的编制、传递、审核和披露程序。指定公司董事会秘书负责信息披露工作、接待股东来访和咨询，严格按照有关规定真实、准确、完整、及时地披露有关信息，确保苏宁所有股东能够以平等的机会获得信息。

上市以来，每年都获信息披露工作评比考核的“优秀”评级。通过对相关法律法规的深入学习、理解，以及与深圳证券交易所经常性联系和沟通的进一步加强，苏宁将不断适应新的信息披露要求，进一步提高透明度以及信息披露质量。

## 投资者关系管理情况

上市以来，苏宁严格按照《投资者关系管理制度》、《信息披露管理制度》的要求，认真做好投资者关系管理工作。

日常工作中，苏宁指定董事会秘书作为投资者关系管理负责人，安排专人做好投资者来访接待工作，并做好每次接待的资料存档工作。

为了更好地开展投资者关系管理工作，加强与

投资者的沟通，使投资者更加充分地了解经营发展状况和战略规划。苏宁2008年进一步细化投资者关系管理岗位工作职责，充实人员，同时加强工作人员的专业能力培训，提升其业务水平，建立了较为完善的投资者关系管理队伍。

## 分红派息情况

在苏宁经营保持持续稳定增长的同时，通过实施合理的利润分配方案，将股东的利益、公司的利益紧密结合起来，使广大投资者也能分享到苏宁成长的效益。其中，2008年度实现两次利润分配：

2008年3月28日，苏宁实施完成2007年年度利润分配：以总股本1,441,504,000股为基数，向全体股东每10股派2元人民币现金（含税，扣税后，个人投资者、证券投资基金每10

股实际派发现金红利1.8元人民币现金）；

2008年9月26日，苏宁实施完成2008年半年度资本公积金转增股本及分红派息方案：以总股本1,495,504,000股为基数，向全体股东以资本公积金转增股本的方式每10股转增10股，向全体股东每10股派发现金红利1元（含税，扣税后，个人股东、投资基金实际每10股派发现金红利0.9元）。

## 定期沟通与交流

苏宁为进一步完善与政府和投资者关系管理的渠道、形式、内容，更加透明地进行信息披露，多次举办、参加各种互动交流活动。2008年全年，仅以南京总部为例，公司共接待政府、投资者调研、来访超过150次。同时苏宁通过月刊、公司网站、电子信箱、传真、投资者关系管理电话、中小企业板互动平台等多种渠道与政府、投资者加强

沟通，增加政府相关部门以及投资者对于苏宁的了解，解答他们的疑问。

2008年3月13日，苏宁通过全景网投资者关系互动平台举行了苏宁2007年年度报告网上说明会，并在线回答了投资者的咨询，与广大投资者进行坦诚的沟通，使广大投资者更深入的了解苏宁的各项情况；

2008年3月26日，苏宁在北京举行了2007年年度业绩交流会，就公司经营业绩、发展动态与投资者进行了交流，加强了与投资者沟通的时效性；

2008年9月9日，苏宁在南京举行了2008年上半年度业绩交流会，使关注和支持公司的广大投资者及时了解公司上半年经营情况以及下半年的发展规划；

2008年，苏宁董事会秘书积极主动联系、走访投资者，先后参加了多次由不同投资机构组织的大型交流会，与众多优秀的上市公司以及投资者共同探讨了公司未来的发展和市场状况；

2008年全年，苏宁共召开了三次股东大会。会上，公司董事、监事、高级管理人员认真听取了投资者的建议和意见，并就公司经营、未来发展等问题与参会的股东进行了面对面的会谈。

全年苏宁接待来自全国各地的省、市、区政府考察团近50次，考察团集中对苏宁的信息化进程、雨花物流基地建设、呼叫中心建设、人力资源建设情况等进行了参观，询问，在了解了苏宁的平台建设之后纷纷对苏宁的高速、稳健发展表示了理解和赞赏。

## 服务与消费者



苏宁电器提出“服务是苏宁的唯一产品”，将自身的本质归结为“服务”，并且承诺“至真至诚，苏宁服务”，为此苏宁一直坚持专业的自营服务，并不断强化“连锁店、物流配送中心、售后服务中心、客户服务”四大终端基本服务单元建设，全力为消费者提供全程专业化的苏宁阳光服务。苏宁已于2005年通过ISO9000质量体系认证，确保苏宁近12万名员工能够按照统一的服务规范为消费者提供服务。

## 优质连锁店——微笑打造专属苏宁空间

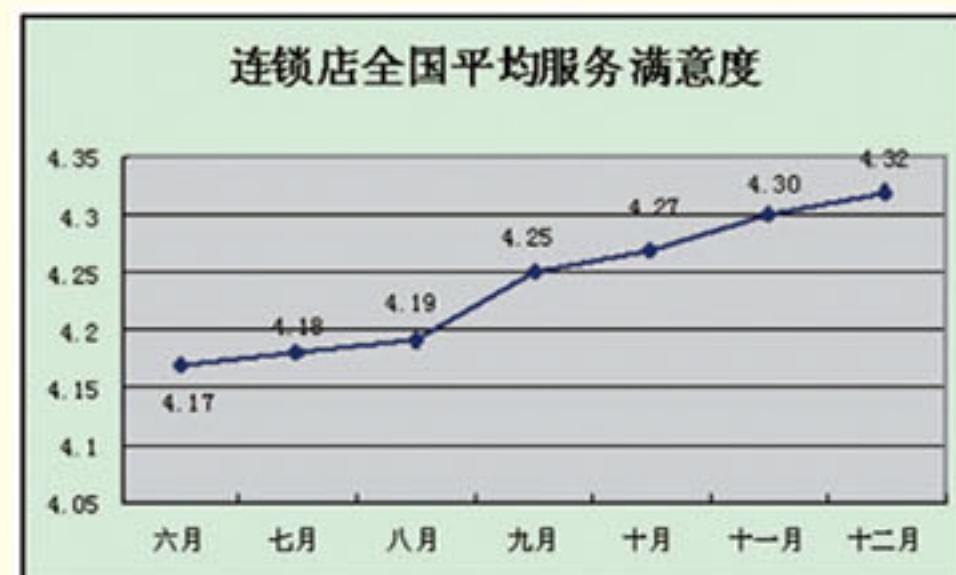
“以顾客为中心”是苏宁3C+经营模式的核心理念，如何让消费者购物更舒适、方便、科学和满意，是苏宁在研究全新销售模式过程中始终围绕的中心主题。苏宁根据科学的战略规划确定店面类型，苏宁每个连锁店选址都有一套很严格的规范标准，涉及到商圈类型、辐射区域、覆

盖人群等很多内容，同时根据这些指标将店面按照旗舰店、中心店、社区店三类进行合理分布。结合店面、物流、售后、客服，苏宁从一点一滴开始，以最真诚的服务慢慢累积消费者对苏宁的喜爱以及信赖。

## “连锁店服务满意提升日”及“微笑服务明星评选月”

为提高顾客服务满意度，总部连锁店管理中心从08年6月份开始将每月的15日和16日确定为连锁店“服务满意提升日”，目的在于以每月中的两天为服务提升的突破口，通过“服务满意提升日”形成店面服务提升的良好

氛围。同时由各连锁店店长主持召开各店专场服务培训，通过服务提升培训，切实加强连锁店人员的服务技能，强化销售人员责任和服务意识，最终提升店面的服务满意水平，降低服务投诉率。



“服务满意提升日”活动开展以来，连锁店服务满意度整体呈改善趋势，且9-12月份，各大区均高于总部4分（满意）的标准，且逐月稳步增长，服务投诉率基本控制在标准值以下。

## VIP服务中心的建立

随着人们消费理念的改变及生活品味的提升，现代家居越来越追求风格的整体化及个性的统一性，同时，为追求方便和快捷，为顺应消费者一站式购物的消费需求，有效提升套餐、团购客户的服务水平，自2008年5月开始启动VIP服务中心，截至2008年12月31日，苏宁在全国41家连锁店设立了VIP服务中心。

连锁店“VIP会员服务中心”是集会员业务办理、套餐洽谈接待为一体的服务场所，同时也

是对外展现苏宁形象的窗口。连锁店管理中心从一线选拔优秀销售人员组成了VIP销售专家队伍，并进行了专项培训。为消费者提供会员卡受理、会员卡办理、会员礼品的兑换以及会员活动的介绍以及套餐、团购消费接待等。连锁店VIP会员服务中心成立以来，以其舒适温馨的环境及服务人员高效、优质、专业的服务赢得了顾客的一致好评，充分有效展示了苏宁的形象。



南京VIP会员服务中心



郑州VIP会员服务中心

## 全国重点门店“服务标准店”的推进

高质的店面服务是消费者接触到苏宁管理和建设水平的最直观的体验，为进一步提升苏宁连锁店形象，提高顾客满意度，形成差异化竞争优势，苏宁于2008年10月起在全国启动“服务标准店”专项工作。

“服务标准店”不仅有完备的硬件设施，具备为顾客提供基本和延伸服务的必要基础，而且店面的基础管理工作细致到位，人员管理、美陈管理和卫生管理等各方面统一规范要求，店面人员具备较强的服务意识和礼仪

规范，销售技能良好，能够充分展现苏宁人的服务技能和专业素养。

截至2008年12月31日，全国35个大区的35家重点旗舰店顺利开展了“服务标准店”的推进工作。“服务标准店”较其他店面在购物环境、服务规范、人员精神面貌上有了进一步提升，在顾客心中树立了良好的口碑，2009年将继续推进“服务标准店”专项工作，打造更高品质电器消费的店面。

## 安全购物环境的营造

为了确保消费者消费安全，加强消防安全管理，同时提高员工防火意识，增强员工正确使用消防器材技能，苏宁从08年3月份开始推进三十五个大区的旗舰店、物流配送中心义务消防队的组建工作，并于11月9日全

部完成。义务消防队由店面营业员、店长、物流工人、库管等成员组成，成立各区域分队灭火小组，各楼层合并为总队，并组织定期培训和现场演练。

## 物流配送中心——信息化管理高效配送

以“网络集成化、作业机械化、管理信息化”为发展目标，借助WMS、TMS等管理系统建立了收、发、存、运、送的供应链管理信息系统，所有物流信息通过系统在连锁店、仓库、配送点之间准确、高速地传输，将顾客购买的商品快速配送到区域内任何一个地点，实现“优质、快速、满意”的物流服务。

苏宁在全国若干大中城市建立了以区域物流中心为核心的仓储和长途运输网络，城市间

最大配送距离达到1100公里；在各地建立城市配送中心、配送点，零售最大配送距离达到180公里。形成了长途配送到市、短途配送到店、零售配送到户的三级体系，日最大配送能力15万台/套。

目前，苏宁全国拥有3大物流基地、50个区域配送中心、28个城市配送中心、156个城市配送点、234个物流配送终端。



## 售后服务中心——专心专注 专业服务

售后服务体系承担着苏宁电器各类电器产品的安装维修保养服务任务，致力于为广大消费者提供“亲切、快捷、周到”的优质服务。苏宁售后服务产品覆盖了空调、冰洗、彩电、音像、生活电器、通讯、数码、电脑等八大品类，先后与180家家电生产企业建立服务合作关系。苏宁拥有近万名专业服务人员和近百家供应商授予的特约维修中心（点）的资质证书，在全国三十多个城市被评为省、市一级服务企业。作为国内首家通过ISO900服务体系国际质量认证的家电连锁企业，苏宁的专业自营售后服务深受消费者好评。

截止2008年12月底，苏宁在全国建立了67家售后服务中心，近1500个售后服务网点，构成了中心城市、地县及乡镇的三级纵向售后网络。实现日最大安装能力25万台/套，日最大维修能力18万台/套，24小时之内及时为顾客提供上门服务。特设的绿色通道还特别提供即买即装，最短时间在购物2小时之内安装到位的快捷服务。

2008年7月1日，中国家电维修协会授予苏宁售后服务中心AAA级信用企业，苏宁服务信用进一步加强。

苏宁售后服务体系将依托专业化、规模化、多元化、高附加值的服务能力，先进的信息系统和完善规范的控制体系，不断提升服务质量，打造中国最优秀的电器连锁服务品牌。



## 专业铸造行业标准

2008年苏宁凭借多年的空调销售和服务信誉，以及率先在行业内推出的上门设计、免费保养、空调无尘安装净洗等服务项目，受邀参与商务部根据《流通标准“十一五”标准规

划》编制的2008年第一批国内贸易行业标准项目计划，联合中国家用电器维修协会共同制定《房间空气调节器安装质量检验规范》，成为行业标准的拟定者和标杆。

## 万名技师100%通过资质认证 苏宁全面推进行业服务升级

2008年5月13日，苏宁1000名新进售后服务技师均100%通过国家相关部门及企业内部服务标准的考核，分获国家颁发的《全国电子行业中级职业技能资格证书》、《维修技师等级证书》、《高级安装复合证书》以及苏宁专业化服务标准的资质证书。

每年的3、4月及10、11月是苏宁企业内部全国售后服务工程师春秋两季定级考核的月份，每到这时，全国售后服务的技术人员都必须集中接受封闭式的专业知识、服务技能及实际操作能力提升的培训与考核，获得各岗位资质等级证书后，方可返回岗位。

## 启动全国资质认证工作

苏宁除了组织所有服务人员报名参加国家相关部门的从业资格认证，还在企业内部建立了服务技能等级资质认证机制，从维修人员的经验、从业年限、综合素质等各个方面全盘考核认定资质。

售后维修工按照等级考分为技工、技

师、工程师等五个级别；安装工程师由低到高分为三级，分别设置为初级安装工程师、中级安装工程师和高级安装工程师。

其中售后人员按照各品类可分别定级，多个品类可同时进行认证定级。

## 呼叫服务中心——亲切热情周到

苏宁电器率先在中国电器流通行业建立了以呼叫中心为技术平台、以CRM为导向、为消费者提供全方位电话服务的客户服务中心，成为苏宁电器与全国消费者之间的一条“空中桥梁”。

客户服务中心运用CP（电脑、电话集成）技术将售前、售中、售后所有来自客户的电话、传真、电子信息全部接入呼叫中心，用户的任何需求通过服务热线都将得到礼貌而专业地受理。采用最先进的浏览器技

术（B/S结构）设计的CRM(客户关系管理)系统，不仅建立了永久性的用户档案，更重要的是提供强大的服务决策分析和支持，成为苏宁服务发展管理与决策有力地支撑。

2006年10月1日，苏宁全国客服热线4008365365正式开通，较广泛开放的800免费电话业务，4008业务具有手机能拨打、话费更节约、全国组网迅速等优点，全面提升了苏宁客服受理能力。

## 苏宁售后自主研发热水器新型吊装钩板荣获国家专利

苏宁售后人员历时一年多的努力自主研发的热水器新型吊装钩板于2008年8月27日由国家知识产权局授予专利权，并颁发专利证书。此项产品的开发，有效解决了传统吊装钩板固定强度不够，安全系数低而存在的安全隐患问题，增强了热水器在使用过程中的安全系数，是对热水器安装行业的一次重大改革，同时也是苏宁售后服务从作业型逐渐走向技术型的重要标志。

2008年11月5日，苏宁电器售后部门独立研发的家用设备支承底座，获得了由国家知识产权予的专利权。该项专利有效解决了大型家电，例如柜式空调机、洗衣机和冰箱不易移动，难打扫的室内卫生清洁问题。同时解决了由于电器底部直接接触地面，声音可能产生共振形成噪音影响人们的正常生活休息的困扰。



目前呼叫中心拥有全国回访中心、受理中心、信息处理中心及服务质量监控中心，座席450个，客服代表500人左右，遵循“一个电话解决一切”的原则，24小时为顾客提供咨询、预约、投诉和回访等服务。最高受理量达20000个，回访最高量35000个，人工接通率达99%以上。先进的呼叫中心系统保证了作

业信息化及管理信息化，大大地提高了服务、工作的效率和质量，总部呼叫中心联合全国62家客户服务中心，不断提升业务素质，为顾客答疑解惑，进行消费和服务引导，成为苏宁和顾客之间以及销售和各个服务保障环节之间联系的纽带。

### 呼叫中心作业基础流程

呼叫中心的作业流同物流、售后的作业相同，分工明确，呼入与呼出分开，以此来提高前台的电话接通率，为顾客提供充足的受理通道。在受理前台无法一次解决的信息会形成作业单，由派工人员对信息进行分拣和审核，在系统规定的时间内将信息分类分级派至不同的技能组处理（系统自动指派到人员），各职能组人员收到系统工单后，在系统规定的时间内处理此信息，最后信息处理结束后转至回访中心，并对处理的满意度进行回访。



## 呼叫中心全国回访收编

10月28日，呼叫中心完成了全国回访的收编工作，形成了全国回访一统的作业模式，这是苏宁继2007年7月3日呼叫中心系统成功上线后的又一重大突破。

呼叫中心统一收编全国回访，标志着苏宁回访作业实现标准化和一体化的管理模式，

有效地解决了各地人员不足、执行不一的情况，有利于信息快速有效的传递和执行，使管理更严谨、科学和有效。由呼叫中心直接对口全国，有效解决了地区服务差异性的问题，将“专业”与“效率”传达给苏宁的每一位顾客。

## 倾听工程

为了准确寻找服务质量提升的契机点，不断拓展苏宁的服务项目，提升服务品质，满足顾客体验。苏宁于2008年11月13日—12月1日在全国范围内开展倾听工程工作。

倾听工程主要是通过电话调研、街头拦截、邀请VIP会员进行深度访谈等方式与消费者进行沟通，从而全面感知消费者的服务需求。参与本次调研的消费者达25000人，年龄分布在20—60岁之间，本次调研从苏宁

整体印象以及连锁店、营销、物流、售后、客服五大职能部门入手，全面倾听消费者需求。

倾听工程的开展，为苏宁从各个环节，全面把握、了解顾客需求提供了契机。顾客的意见、建议、需求就是后期苏宁服务改善的重点。09年苏宁的服务升级，将全面配合倾听工程的调研结果开展，旨在为消费者提供更加专业、细致的服务，全面地提升顾客体验。

## “阳光包”延保服务开发程

“阳光包”是苏宁向顾客提供的一项电器延保服务的服务产品，秉承苏宁阳光服务的理念，故简称阳光包。该服务由苏宁自主开发，对产品实行延长保修期的服务，是苏宁在厂家的国家规定保修期结束后再延长保修期的一项拓展性服务。

阳光包旨在让消费者以优惠的价格，享受到专业、周到、便捷的服务，同时推动整个行业的服务标准的提升。阳光包提供对家电产品原厂保修期期满后的延长保修服务，它包括因家电产品的机械或电子故障所产生的维修（包括零件和人工费用）或产品置换费用。



### 取经奥运志愿者 致力打造奥运服务标准

在苏宁电器，奥运志愿者深入苏宁电器店面、客户服务中心、物流配送中心、售后服务中心与苏宁的服务人员进行沟通，共同探讨服务中遇到的问题，交流面对不同服务对象时的经验和体会。与此同时，奥运志愿者还向苏宁的服务人员介绍了奥运服务的理念以及相关的培训知识。

当天下午，苏宁电器上至总裁，下至普通

员工的数百名听众共同聆听了奥运志愿者服务心得的演讲，旨在通过感受奥运志愿者的服务精神，提升苏宁的服务质量，打造奥运服务标准。演讲期间，志愿者的诸多服务的小故事和服务心得让在场的苏宁员工们感触颇深，“争取让每一个人满意”的服务理念得到了大家的一致认可。



10月12日，苏宁电器邀请了四名结束了北京奥运会服务的优秀志愿者代表来到苏宁电器，与苏宁电器的服务人员沟通交流，旨在为苏宁的终端服务人员通过与奥运志愿者的沟通与交流，学习奥运志愿者的服务理念，打造奥运服务标准。

## 服务与产业链



3月26日，苏宁电器主办的  
“中国家电连锁行业趋势论坛暨苏宁电器发展策略研讨会”在清华大学隆重开幕

苏宁作为家电连锁品牌，是连接消费者以及家电制造厂商之间的一道桥梁，如今的苏宁遍布全国178个地级以上城市，并且提出进一步开店计划，是家电产品良好的展示平台，家电连锁零售商场也日益成为制造商重要的分销

渠道，苏宁已与全球近万个品牌厂商和经销商达成了良好的合作伙伴关系。苏宁强调专业化分工是家电产业链合理、有效发展的必然途径，苏宁致力于供应链的公平、合理地整合，探索产业的最佳发展模式。

## 行业创新

苏宁的发展壮大史就是一部不断加强厂商合作，整合资源，开创现代供应链下全新的厂商竞合关系史。零售业不是一个以某项核心技术，某一专用性资产作为游戏筹码的行业，只有上下产业链的通力合作才能形成

良性的互动和发展。十多年来，苏宁坚持与国内外供应商探讨供应链整合，通过双方的不懈努力，在不同时期苏宁都与供应商合作共建了全新的供应链模式，被众多业界同行效仿。

## 开创独家全权代理模式

3月19日惠而浦全球副总裁KurtTjaden正式宣布与苏宁建立中国地区独家战略合作关系。这意味着惠而浦在中国市场推出的两大系列8款新品空调全部由苏宁承揽所有的新品首

发权、独销权和独家代理权，同时惠而浦全权委托苏宁负责惠而浦空调在中国的市场推广和售后服务等工作。而惠而浦也将根据苏宁掌握的市场需求动态来研发新品。



12月15日惠而浦与苏宁再次强强联手，在苏宁全国首批26个城市155家门店同时独家推出惠而浦热水器，第一批上市热水器包括电脑温控双管智尊系列和机械温控双管精彩系列。这是全球白电第一品牌惠而浦，继空调后又一新品类在苏宁独家上市销售。

苏宁电器不仅将参与到产品前期的研发，而且将负责产品后续销售方面的所有环节。这一在家电厂商合作历史中属于首创的模式在行业中引起了巨大震动，对于中国家电行业厂商合作模式也带来了新的启示。

对于惠而浦的选择，市场已经给予了肯

定的回报。根据苏宁体系内销售数据显示，经过一年的市场推广，惠而浦空调在市场上取得了良好的业绩，市场占有率达到前五位。在整体市场有所萎缩的背景下，完成合作预定销售计划的160%，成为并不乐观的08年中国空调市场上的一匹黑马。

## 良好厂商合作攻略

2008年6月17日，微软（中国）有限公司携手苏宁电器在北京宣布正式启动中国市场零售策略。微软首先进驻苏宁，为终端消费者提供数字生活体验平台，展示和销售微软摄像头，鼠标，键盘，正版Vista,Windows, Office软件等产品。

截止2008年12月31日，微软已经进入苏宁在全国包括北京、上海、南京、广州、深

圳、成都、郑州、沈阳等重点城市的40家门店。苏宁一直致力于正版软件普及工作，通过与微软的直接合作，为中国消费者提供了更专业、更安心、更便捷的IT产品和服务。十一期间，苏宁通过与微软公司达成独家合作，购买了十万套199元超低价office办公软件用以投放市场，为消费者提供了更为实惠的价格，满足普通消费者对于正版软件的需求。



微软（中国）有限公司携手苏宁电器在北京宣布正式启动中国市场零售策略

2008年10月8日晚，LG电子全球CEO南镛率全球DD（黑电）事业本部长姜信益、全球DM（音像）事业本部长黄云光、LG中国本部长禹南均、LG中国本部总裁赵重凤等一行17人组成了苏宁合作代表团飞抵南京。与苏宁高层会晤，全面回顾之前结束的GG100合作项目的成果，并达成深度战略性合作。



LG全球CEO南镛率团造访苏宁，构建家电连锁长期战略联盟

## “GG100”到“GG365”计划

“GG100”是LG与苏宁建立的一种全新的厂商合作典范，用以提升双方的协作精神和团队能力，并构筑一个长期的战略的合作平台。

2008年6月25日，“GG100”合作项目在南京正式启动，取LG和苏宁全拼后一个字母组合成“GG”，旨在通过双方采取创新性举措和差异化经营，在100天的时间内在苏宁全国20个城市100家店面重点拉动LG电视和手机产品在苏宁销售的提升与突破，合作双方300多人参加培训并参与终端推广。

全球最大的咨询公司麦肯锡数据显示，在“GG100”推广期间不仅是主推的电视和手机品类的销售得到了提升，LG品牌的其他品类产品，比如冰箱、洗衣机等销量也得到很

大提升。

基于“GG100”双方取得的良好业绩，双方决定将其拓展至全品类的深度合作和一项长期的合作，因此诞生了“GG365”。

“GG365”计划一方面延续了“GG100”的初衷，将双方合作时间延长为全年，而覆盖店面也设定为365个店，从而使双方基本形成了长期不间断的战略合作。另一方面双方就五大项目进行了创新：店面位置优化、卖场改造、产品差异化、服务全面升级以及数据对接透明化。更佳的位置设定、全新的店面美陈支持、设计工程师亲临现场为消费者讲解机型、更为针对性的产品咨询服务等都大大地提升了LG电器在卖场的销售以及品牌在中国消费者心中的形象。

## 伊莱克斯洗衣机独家承销

2008年9月25日，苏宁电器与伊莱克斯签订框架协议，将独家承销伊莱克斯在中国的洗衣机产品。根据协议规定，伊莱克斯将陆续从除苏宁以外的其他所有渠道撤出，并同时推

进全系列洗衣机产品在苏宁的全面独家代理销售。双方还将组织专业团队设计研发伊莱克斯波轮洗衣机，发挥苏宁与伊莱克斯各自的优势，设计出更符合中国消费者洗涤习惯的产品。

## 全球家电制造业巨头造访苏宁 共商行业发展大计



## 积极深化渠道内涵

### 不断开拓、探索是苏宁发展壮大的动力。 走出去——异业合作提供更优专属服务

2008年苏宁依托强大的信息化平台全面打造更优V-world阳光会员俱乐部。

2008年2月1日，苏宁电器联合交通银行升级“交通太平洋万事达”（交行苏宁联名卡）银行卡，由普通卡升级至金卡的交行苏宁联名卡不仅为会员提供交行苏宁联名卡原有的增值、积分等，还融合万事达卡的各项服务功能，为广大会员量体裁身配备属于自己的“尊荣秘书”服务，即为会员提供咨询、住宿及机票信息预定、全球餐厅的推荐与预定、信息的预定以及表演活动预定、豪华轿车预定及迎宾活动等诸多个性服务。由于在家电零售行业积极开展银企合作、共同开拓信用卡市场和在客

户关系管理方面取得的突出成绩，12月10日，全球第二大信用卡国际组织万事达卡国际组织将08年度家电零售行业唯一的“客户最满意联名信用卡大奖”授予苏宁电器和交通银行。



### 拓开来——服务领域再添多元功能 服务领域拓展——手机零售商到综合性服务商

5月17日，在“世界电信和信息社会日”，苏宁正式宣布从单一的手机零售商，全面进入通讯服务商的角色转变时代。“通讯服务商”的核心在于“服务”，不断优化、完善自身，为消费者提供更多元的服务项目，成为定义“服务商”概念的决定性标准。

苏宁自2006年与中国移动合作两年以来，已从最初的单一销售功能逐步完善，形成集售前、售中、售后全过程的“一体化”消费模式。进而完成了从合作者角色向服务商角色的成功转变。

## 沉下去——家电下乡加速三四级市场开发 家电下乡中标企业正式签约 苏宁作为零售渠道全面中标



苏宁大力开发、拓展了各地乡镇的优质销售网点作为苏宁的授权销售网点，在全国各省乡镇销售网点覆盖率均达95%以上，09年，苏宁还将继续扩大三、四级市场网点培

育力度。

苏宁电器继07年年底中标家电下乡试点省市工作之后，08年再次中标家电下乡推广工作，并且在本次招标的12个省市中全面中标，覆盖家电下乡省份扩大到14个省市。

苏宁通过08年家电下乡工作的推进与运营，积累了一定的经验。

11月30日，经过国家商务部综合司严谨、认真地审核，评选出了新一轮家电下乡参与企业。苏宁作为唯一的零售渠道代表出席由国家商务部、财政部共同召开的家电下乡工作推广会议，并与商务部综合司司长刘海泉现场签约。

## “千乡万镇”大型农村工程调研

12月22日，苏宁电器联合多家研究机构启动“千乡万镇”大型工程，工程项目包括农村家电市场研究、农村消费习惯研究、农民对家电下乡看法、农村家电市场服务状况研究、农村家电渠道拓展可行性及实施办法等。该项工程也旨在更好实施国家家电下乡工程。

调研组织了一支大约400人的调研团队，重点将对目前家电下乡的12个省份，分别深入到山东、河南、四川、辽宁、黑龙

江、安徽、湖北、湖南、广西、陕西等十个省份有代表性的农村，进行为期一个月的样本采集。完成调研走访超过150个村镇，采集有效样本15000份。从海量的数据中，取得了目前农村家电市场的第一手数据资料。

其中湘潭苏宁“千乡万镇”家电调研小组行动第一天就遭遇了湘潭入冬以来最大的一次降温，但调研小组三队成员从湘潭县到湘乡再到韶山，足迹踏遍了湘潭市的二十多个乡镇。

宝鸡苏宁“千乡万镇”调研小分队开赴宝鸡市磻溪镇，调研小组刚把关于“千乡万镇”调研的横幅挂好，立刻就围上来十来名群众询

问关于家电下乡的信息，为了保障调研顺利进行，苏宁调研小组全体成员在零下十度左右的气温中热情的向老乡们讲解。



### 引领行业发展趋势

苏宁根据行业发展趋势以及累积的大量产销经验定期举办和发布各类行业趋势论坛及报告，一方面为家电制造企业提供市场的第一手消费需求反馈，另一方面也为消费者提供更加理性的消费依据。

苏宁发布的相关报告也受到了供应商和消

费者的高度认可，被认为是制造业以及消费者沟通的桥梁，为行业发展、合理产销提供了客观的第三方视角，并成为行业内争相转载的权威讯息，起到了作为引领国内消费、指导生产制造的行业领头作用。

2008年3月10、11、12日，在传统的空调旺季启动期间，苏宁在北京、天津、上海、南京、广州、深圳、重庆、成都、武汉、长沙10个重点城市集中开展“城市空调论坛”。会议邀请各城市相关政府部门领导、生产厂商代表、行业协会人士以及专业媒体人士共同对苏宁发布的《空调白皮书》进行了探讨，苏宁发布苏宁电器整体及各地区空调2007年总结和2008规划。论坛对空调消费现状发表了主题演讲，对空调行业发展的趋势和变革方向做出分析，并研讨了08空调趋势及品牌经营战略，以及各地区空调服务思路及实际可操作性。

3月26日，苏宁主办的“中国家电连锁行业趋势论坛暨苏宁电器发展策略研讨会”在清华大学隆重开幕。来自行业协会、研究机构、投资领域、制造企业的各界嘉宾围绕家电连锁发展模式和未来趋势展开了热烈讨论，与会嘉宾一致认为，家电连锁“后规模化”时代已经到来，发展模式也将全面分化，内生增长和外

延增长将成为两种截然不同的发展模式。论坛上苏宁电器还发布了志在“领跑行业、树立标杆”的三年攻略，对家电连锁未来发展模式进行了全新定位。全国近百家媒体、清华师生和苏宁投资者也到场参加论坛，见证了家电连锁发展历史拐点的到来。

8月25日，苏宁发布《后奥运经济通讯消费趋势报告》，预判了家电连锁渠道的通讯消费主流化趋势、各通讯品牌梯队的明晰化趋势及未来通讯产品的流行化趋势将成为后奥运时代下未来中国通讯市场全新的消费走势。

10月15日，苏宁发布了《2009中国平板电视消费趋势报告》。作为中国最大的平板电视零售商，苏宁电器在黄金周结束之后即着手梳理海量数据，展开调研和深入研究，从区域消费特点、产品尺寸段、主流技术走势、品牌格局和消费周期性新变化等方面进行全面预测，以期对09年度的厂商生产营销政策制订以及消费者的采购计划起到良好的指导作用。



## 绿色产业节能降耗

苏宁作为零售企业，不涉及相关制造型污染物产生及排放。但苏宁认为，连锁网络的合理布局、店面以及办公能源消耗、以及所销售产品等方面皆可有效达到节能降耗，绿色环保人人皆有可为。苏宁

致力于有效投身环保事业，并获得由道农研究院和北京大学光华管理学院联合主办的2007年度中国绿色公司评选颁发的“中国绿色公司2007年度星级标杆企业”称号。

## 明晰的环境战略

苏宁在新开店上，进行科学有效的布局，搭建健康的商业网络，节省了社会资源；在卖场运营方面，长期重视并采用节能环保技术，如采用节能灯具，对产品的严格

检验和材料的招标方面的环保要求；把环保的要求写进企业1+1阳光行的公益品牌中，内化为每个员工的自觉要求。

## 致力于推动高效节能产品全面普及

家电产品作为生活用电的生力军，一直是能源消耗的大户。为了减少能耗，促进中国经济与社会的可持续发展，苏宁电器作为中国家电连锁零售企业的龙头，毅然担负起推动高效节能家电产品在中国全面普及的重任。

高效节能产品的先进节能技术不可避免的高成本是制约产品普及速度的关键因素。其价格普遍高于市场同类普通产品。比如某

款进口1.5匹空调，“中国能效标识”一级；同样制冷量的空调，“中国能效标识”五级，节能与不节能的价格最大相差2000多元。同时，对高效节能产品检测、认证不规范，产品良莠不齐，市场混乱；给消费者选购和使用带来麻烦，对市场造成恶性冲击。苏宁利用自身让利、提升低能耗产品采购力度，组织节能环保产品集中推广等形式有力推动了节能产品在中国的普及。

## **抑节能产品高价三大举措**

### **大单采购 定制包销 专项补贴**

#### **专项补贴案例：**

2008年4月，苏宁发起全国绿色春季家装节。节日期间苏宁从节能、保鲜、置换三大角度，全面启动亿元补贴工程，在保证春季冰洗产品旺销中价格的全线稳定，倡导绿色消费。

冰箱作为传统家电“三大宝”，基本上24小时通电，用电量占据了家庭整个用电量的50%以上，使用低能效冰箱带给消费者的是直接的经济损失，但是由于产品本身的技术要求以及涨价因素的影响，节能冰箱比同类普通冰箱贵300元左右，为此，苏宁拿出专项节能补贴用于节能冰箱的普及推广，平均每款节能冰箱能获得100-500

元左右的节能补贴，有效冲抵了节能冰箱高价和涨价带来的推广阻碍。另外，冰箱市场启动期间，苏宁还推出百万款节能特惠冰箱，其中合资、国产类冰箱都有特惠。而对一些“超龄”冰箱和洗衣机产品，由于使用者多为中老年用户群，苏宁还特地针对此类消费者提供了2000万专项置换补贴，展开高价以旧换新活动，让他们也用上真正实惠的产品。

为了保证消费者在购买保鲜冰箱的时候减去高价格下的后顾之忧，苏宁也拿出3000万保鲜补贴拉低保鲜冰箱价格，继续搭建“平价”班车。

#### **节约社会 积极倡导无纸化办公**

苏宁电器意识到，企业高速发展的同时，应该注重环境保护的建设，并且应积极的从内部做起，企业办公用纸成为突破口之一。苏宁电器在内部倡导节约纸张计划，内部交流的文件必须进行充分利用，A4纸必须双面打印使用后才能进行废物处理。

在倡导日常办公节能之后，苏宁电器也在积极的寻找着一种更加彻底的解决之道，无纸化办公提上了苏宁的议事日程，苏宁电

器对企业的各个部门进行科学的梳理分析，在万事具备的情况下，上马了世界上先进的SAP/ERP管理系统。苏宁电器的这个信息系统包括进销存管理系统、售后服务管理系统、财务帐务系统、财务结算系统、OA办公自动化系统、CRM客户服务系统、供应链管理系统（与上游厂家）；视频会议系统、VOIP电话会议系统。

SAP/ERP系统的成功运行实现了苏宁电器一直提倡的无纸化办公，为了这个目标的实现，苏宁一次性投资了3亿元建设了SAP/ERP系统。在没有上线这套系统以前，苏宁电器每年各个部门的对接、数据的统计、客户资料的

收集、消费者信息的整理全部是在纸面上的，每年消耗的纸张接近一个中型造纸厂全年的产量。

据不完全统计，SAP/ERP管理系统的上线，使苏宁电器每年节约纸张数千吨。

## 店面照明采取环保节能措施

从2006年5月起，苏宁在全国推出3C+旗舰店模式，对新开旗舰店和原有旗舰店的升级完全参照国际标准，尤其在店面照明方面，苏宁采用使用了环保措施（不含任何铅、汞等有害物质）的松下电工高效荧光灯具，不但使店面亮度标准提高到800—1200流明，而且能耗比同等亮度的一般荧光灯低32%左右，使用年限长3—5倍，虽然苏宁整体采购成本上升了50%，但以苏宁每年新增加近3万套最新环保灯具后实际效果评估来看，苏宁每年为社会节省电力就达1000万元。目前，松下电工正受苏宁电器委托展开最适合连锁店使用的标准节能灯具。

2008年苏宁店面总数不断扩大的基础上，苏宁持续展开节能降耗工作：

1、减少用电器的数量：通过苏宁各体系之间的联合会议沟通后，制定了连锁店用电设

备规范，该规范包含对灯具亮度的重新修订，演示用电的样机开启规范等细则内容。

2、推进节能产品：主要措施有三方面，一是通过外立面亮化，安装时间控制器，减少用电量；二是商场电梯安装节能装置，减少用电量；三是开水器安装时控器，减少用电浪费。

3、控制设备用电时间：08年开展调研发现因各门店电工排班、保安排班不能衔接等问题造成各门店普遍存在外立面亮化照明没有按时开关形成的浪费能耗的情况，为此，苏宁组织全国进行外立面时间控制器的安装工作，目前外立面时控亮化装置的安装工作全国已经完成597个门店，同时强调店面在落实此项工作时要做到及时关闭店面空闲的照明设备，最大限度做到节能降耗。

## 服务与员工



苏宁的企业价值观是“做百年苏宁，国家企业员工，利益共享；树家庭氛围，沟通指导协助，责任共担。”

苏宁是社会的苏宁，也是所有苏宁人的苏宁。每一位员工都是苏宁大家庭的一份子，都是苏宁的主人，公司为员工提供了发展的空间和事业的平台。

苏宁倡导企业和员工共同成长、长远发展、责任共当、利益共享！

为了适应苏宁的高速发展，截止到2008年12月31日，苏宁共有员工113163人，其中自有员工52443人。在为当地经济发展贡献力量的同时，苏宁也为各地解决就业提供了良好的途径。2008年，在金融危机经济形势下，

苏宁依托强劲的后台实力，持续开展稳健的开店计划，并为之储备人才，苏宁计划09年新招员工3.6万人，其中包括新招“1200项目”2000人，中高层2000人，并开展8000人的大规模“见习计划”。



苏宁认为员工是企业的根本发展动力，人才团队建设关系苏宁的百年发展。苏宁的团队是一只高度年轻化的队伍，企业目前尚未有离退休人员，管理岗位员工平均年龄不足28岁。鉴于人才团队的年轻化，以及3C模式、苏宁系统建设的特殊人才需求，苏宁对人才的培养、职业化发展路径方面也极为重视。

同时，苏宁08年内部也实行了人力资源体

系转型，将人力资源工作全面纳入到总裁办体系运作管理，从处理繁琐的日常事务变化为了专注战略决策层面。并且实现重新定位为以“干部管理”为核心，围绕干部选拔、任用、培养、激励，全面推进内选外招、任命、培训、薪酬福利、激励奖励、思想教育等各项工作，最终实现传承企业文化、打造优秀团队的目标。

## “蓝领工程”——农村务工人员成为产业工人的摇篮

随着我国工业化进程的加快，熟练工人和高技能人才需求越来越大。因此，缺乏就业技能的农村富余劳动力，就业难度也就越来越大。为了全面提高农民工的就业技能，满足苏宁服务需求，苏宁启动了“千名蓝领工程”。

首先苏宁每年从社会、技校等引进几千名家用电器安装作业人员，经过简单培训，符合上岗作业基本要求；其次，通过进一步强化培训，使他们掌握一技之长，成为某项业务的

技师；再次，通过蓝领工程计划，培养锻造出一批业务精良的工程师。经过蓝领工程培养合格的务工人员，不再是简单的农民工，而是社会抢手的技术人才。

十多年来，苏宁已培训培养了7万多名安装维修作业员工，经过蓝领工程系统培训人才已达到数千人，其中技术督导与二级以上技师达320人。

## “4045”工程——大龄下岗人员再就业的绿色通道

在员工引进中，苏宁响应政府的号召，竭力推行再就业人员的安置工作。2002年10月，苏宁积极响应全国总工会关于安置下岗人员再就业的精神，大量录用了下岗员工，促进了政府再就业人员安置工作，成效最为显著的是“4045”（女40周岁以上，男45周岁以上）再就业安置工程。

“人品优先、能力适度、敬业为本、团

队第一”是苏宁电器的人才观，也是苏宁选人、用人的工作标准。为满足企业快速发展对人才的大批量需求，自创业以来至今苏宁电器一直注重投入大量资源用于人才培养，苏宁多年来的连锁发展以及后台建设已经形成了一套复杂的组织体系，而打造苏宁的特有人才，真正适应苏宁发展的系列人才建设工程，也已成为企业持续发展和员工职业化成长的双动力助推器。

## “1200工程”

针对应届大学毕业生引进与培训培养的“1200工程”项目，是苏宁管理最规范、引进和培养人才最多的专业化人才工程。



1200工程是一项着眼未来打造苏宁百年伟业的重大决策；是一项立足于企业可持续发展，保障企业未来市场竞争力的战略决策；是一项十年创业、百年树人、决胜未来的长远规划，是苏宁坚持“做百年苏宁，国家企业员工，利益共享”价值观的集中体现；是苏宁承担社会责任履行企业公民义务的阶段性任务；也是苏宁既要把握时代发展机遇又要承担时代发展使命的使命所在---张近东

1200 工程引进应届毕业生一览表

	本科以上学历	专 科	总 数
2003	1198		1198
2004（西部计划）	105	800	905
2005	1147		1147
2006	648		648
2007	1689	1300	2989
2008	1822	1000	2822
总计	6609	3100	9709

## 职业化的培养路径



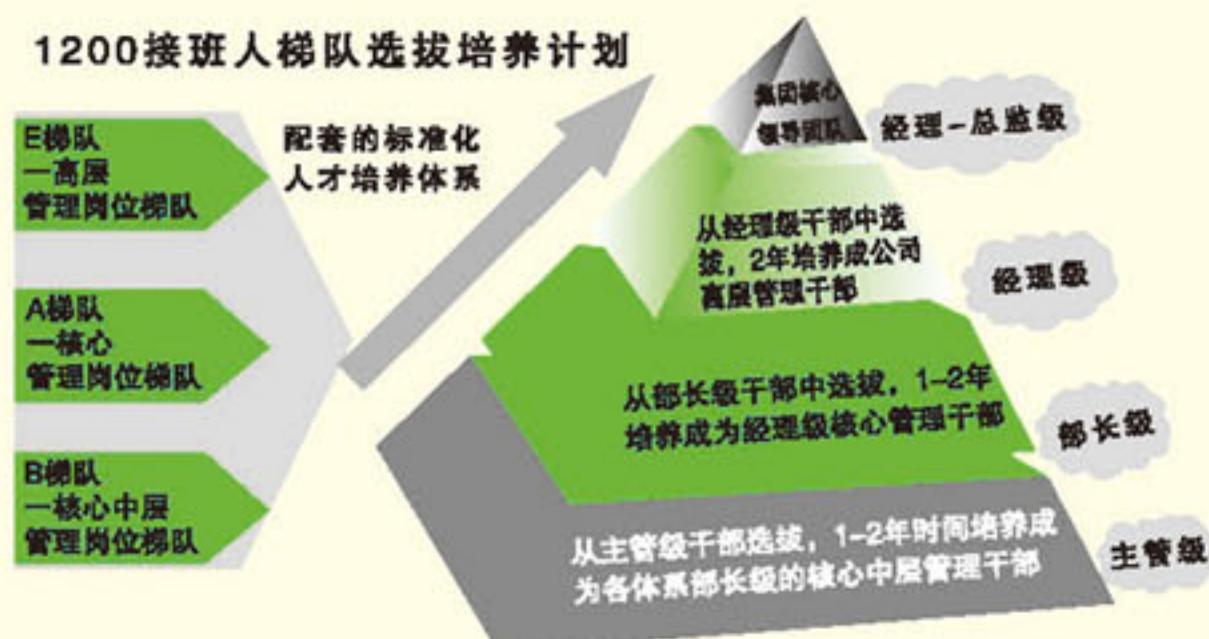
1200新员工 入司一年内培训、实习、带教与定岗

针对1200员工，苏宁制定了明晰的职业化培养路径。在入司之后，1200员工将在苏宁总部接受为期20天的集中培训，包括体能训练、企业文化，员工应知应会培训等。同时，每一位1200要完成为期两个月的终端实习时间。在部门中，也会指定带教员工对其实行一对一的指导工作，半年到一年的时间实现定岗。

截止2008年底，1200总人数占公司管理人数的17.18%。从成才率（部长级以上占比）来看，1200一期除主管1人外，其余已全部成长为部长级以上；1200二期成才率为91.98%；1200三期成才率为89.76%；1200四期成才率为68.55%；1200五期与六期由于入司时间较短，目前主要处于主管文员级。

1200员工的勤奋、刻苦、专研本职工作，也得到了企业的高度认可。以08年上半年数据

为例，1200工程1~5期员工，7人次获得总裁特别奖；27人次获得突出贡献奖；158人次获得优秀经理奖；212人次获得优秀经营奖；35%的1200员工曾获得连锁发展奖；85%以上的1200员工在基层岗位工作阶段曾获得优秀员工奖。他们大多数还是优秀团队奖获奖部门的光荣一员。他们用行动表明，苏宁1200员工已经对企业的发展起到了不可替代的巨大作用。



## 干部梯队培养

2009年是苏宁强化基础管理、弘扬企业文化、完善人才梯队建设的一年。干部是苏宁宝贵的财富，也是苏宁事业发展的核心支撑，干部管理与人才梯队建设是2009年人力资源工作的首要任务。

人才梯队建设是通过建立系统化、规范化

的人才选拔与培养机制，对苏宁内有潜力的干部进行评估、培养、发展、任用，建立优秀的梯队干部人才库及核心干部储备梯队。及时解决岗位缺编及调换现有不合格干部，为后期干部的任用提供资源保证，满足苏宁在高速发展过程中的人才需求，确保企业稳健有序的发展。

## 其它人才梯队

公司快速发展要求苏宁必须建立完善的人才梯队，为此，苏宁开展了从高层至基层核心岗位的人才梯队工程，如子公司总经理梯队、储备店长培训、采购经理梯队培训、市场策划经理梯队培训、服务经理梯队培训、人力资源经

理梯队培训、销售突击队培训、蓝领技师资格认证培训等，为苏宁连锁发展培养了大量急需的人才，也保证了在企业高速发展的情况下，员工的技能、知识能够跟上企业的发展速度，从而不断的取得进步和成长。

## 员工培训

苏宁电器在经历从原始积累到多元扩张18年的奋斗，清楚地认识到，强大的人才队伍为苏宁不断发展、扩张提供了有力支持。因此，苏宁在企业培训体系和培训配套设施的建设上投入了巨大的心血。为了保障员工的培养与发展，近几年来，苏宁每年平均拨付8000余万元用于员工培训。

在培训体系的建设上，苏宁内外兼修。对内，苏宁通过完善的培训管理制度进行严格管理、实施并有效控制，如讲师管理制度、课程开发制度、外部合作管理制度、培训效果评估制度、集训操作管理制度、联合培养制度等；苏宁拥有一批自主培养的专业培训管理团队，从总部到大区、子公司、各终端部门均有专、兼职的培训专员，全面落实、推进苏宁各项培训工作。此外，苏宁加快了专业培训管理人员引进的速度，计划组建一支集培训计划管理、

课程开发、组织实施为一体的培训团队。对外，苏宁与国际知名企业、培训机构共同合作，开展各项培训合作项目，如三星苏宁营销学院、与A.O史密斯的领导力合作项目、与南大商学院合作项目等。

在培训配套设施的建设上，苏宁规划在全国60个物流基地中分别建设地区培训中心。目前南京、北京、杭州培训基地已交付使用，总投资达1个亿。南京雨花培训中心（公司A类培训基地），培训中心配备各类培训教室18间，准三星级标准客房可同时容纳300人，年培训量近15000人次。与此同时，信息化培训平台的建设也在有条不紊的开展，SAP培训系统及E-Learning培训平台全面上线使用，信息化培训平台的上线也标志着苏宁在培训建设上已逐步迈向国际化。

合作单位	合作项目	主要课程
三星	SSMS采购经理班	洞悉市场&团队管理
	SSMS物流服务管理班	仓储管理&配送管理
	SSMS供应链管理班	营销战略&沙盘模拟
夏普	商务指导培训	积极倾听&有效沟通
	ATOM培训	销售口号训练
艾欧史密斯	卓越领导力培训	领导力课程
LG	GG100联合培训	产品知识&销售技巧

苏宁不仅与供应商通力合作，提高供应链合作默契；苏宁与南京、北京、上海、天津等地区的大中专职业院校开展了较深入的合作，如：合作办学、委托培养、长期实习等多种形式的技术人才培养方式，进一步提高作业员工的技术技能。

### 苏宁-蓝快IT工程师1-3期培训

2007年12月17日，苏宁和IBM深度联手，举行苏宁蓝色快车IT服务战略合作，提高3C家电连锁在PC服务市场的竞争力，为双方在人力资源和售后服务合作方面开创了全新的模式，也预示两大巨人从技术层面的接触全面升级到人力层面的优势互补。

蓝色快车是由IBM和中国铁道部（MOR）于1996年共同合资成立的专业IT服务公司，自IBM退出电脑制造业全面转型为IT服务型企业后，蓝色快车已经发展成为一家覆盖全国，拥有上千家服务站，致力于为各种企业提供全面的客户服务解决方案的大型IT专业服务公司，是中国目前最权威的电脑服务商。

苏宁与蓝快共同成立了“苏宁-蓝快IT服务培训学院”，在北京苏宁培训基地，苏宁和蓝快共同组成精英培训团队，展开十多项培训科目，在经过考试和实践操作合格后颁发权威机构资格认证的电脑维修工程师证书。



### 培训课程

基 本 课 程	微型计算机基本原理
	微型计算机主要部件及扩充部件知识
	微型计算机主要部件及扩充部件组装知识
	计算机及外设常见故障判断及解决方法
	笔记本拆装实习



从2007年12月7日至2008年11月1日，历时近一年时间苏宁和蓝快合作，一共开办了三期苏宁-蓝快IT工程师班。南京、上海、深圳、福州、青岛、

成都、广州等共31个大区子公司的117名电脑维修工程师参加了培训。经过理论考试和实践操作合格后，共有113名学员获得了信息产业部颁发的中级维修资格证书，同时有9名学员成绩突出被评为优秀学员。

### 目前培训学员在岗比例

项目	在职			离职	合计
	专职从事一线安维服务	复合从事一线安维服务	从事其他岗位		
人数	75	16	13	13	117
	64.10%	13.68%	11.11%	11.11%	

### 其他类培训

苏宁具有独特人才培养机制，量身定做各个岗位需要的专业化人才。苏宁根据员工核心能力和专业能力的发展需要，制定了员工通用发展路径和针对不同岗位(尤其是核心岗位)的专业发展路径，在员工发展的不同阶段，给予不同的培训支持，帮助员工实现成长的价值。其中针对不同类型的新员工开展标准化的入职培

训项目，如“全国新进中层管理人员培训”、“1200梯队训练营”、常规月度新员工培训班以及专项梯队新员工培训班；针对在职员工则开展各类的绩效提升培训、梯队培训和领导力培训，如：“子公司总经理培训”、“店长工程”、“梯队工程”、“千名蓝领工程”等，帮助员工不断提升专业及管理能力。

## E-Learning自主学习系统

E-Learning开发工程于今年7月正式启动，由苏宁的战略合作伙伴IBM投入多位咨询顾问提供业务设计及系统架构，软件供应商中欧互联公司提供客户定制化的系统平台，一期工程耗时4个月。目前，该系统已有各体系400多套课程体系，5000多份课件，其中包

括企业核心能力课程、各体系员工上岗培训课程、流程制度、操作规范、案例集锦、拓展课程等相关知识内容，主要用于新员工入司培训及相关考核，后期这一系统将扩充到上千门课程和上万份课件，构建出中国最大的企业人才培训知识库。

## 员工激励

### 工资的设计与增长

随着企业经营规模的扩大和效益的提升，员工收入的计法科学性需求也不断提高，苏宁的岗位种类随着规模和分工不断的扩大，苏宁根据岗位特性和员工资质将工资划分为计时计件类工资、月薪制、年薪制等多种形式，同时结合SAP-HR系统自动计发，确保了员工的工资及时准确的

发放到位。

在当前不利的经济大环境下，苏宁仍明确了员工收入的增长速度，通过晋升、加薪、奖励等多种方式确保员工收入有序增长，苏宁根据行业的平均水平，员工的工作业绩核定员工的工资标准，并且每年均有一到二次的上浮调整机会。

### 公司的年度评优激励

年度评优是苏宁一年一度最有特色，同时也是一年中最振奋人心的员工激励项目，并且奖励人、奖励项目、奖励力度年年提高，充分调动了员工的工作积极性。

#### 获奖人数：

08年度全国共有4719名个人入选，比07年度增长17%；有173个团队入选，比07年度增长24%，现金奖励总金额比07年度增长25%。



### 【销售标兵奖】

销售标兵奖是08年度新增的奖项，专门面向店面营业员、销售突击队员和VIP销售专家等一线销售岗位，苏宁突破千亿元的销售规模得益于所有一线销售人员强烈的竞争意识和热情周到的导购。为了重视激励业绩突出的优秀销售人员，进一步提高他们的地位与待遇，也为了强化掌控终端、强化销售的意识，苏宁专门设立销售标兵奖。

### 【服务标兵奖】

服务标兵奖面向苏宁30多个一线服务类作业岗位。为消费者和内部各部门提供“至真至诚”的阳光服务是苏宁一贯坚持的理念，对工作服从投入、勤奋踏实、服务品质良好的人员，苏宁授予服务标兵奖，以鼓励他们进一步提高顾客满意度，提升苏宁服务品牌价值。



### 【连锁发展奖】



连锁发展是苏宁的一项长期战略，开发与筹建是实现这一战略的常规工作。连锁发展奖的获得者既有连发体系在规划设计、开发、招商等方面创造良好业绩的优秀干部，也有各体系在筹建工作中勤奋投入、表现突出的优秀员工。苏宁希望他们在09年继续选大店、开好店，为连锁发展事业再立新功。

### 【优秀团队奖】

优秀团队奖面向苏宁各体系下属中心及部门。优秀团队奖是对部门的最高肯定，是一项至高无上的荣誉！优秀团队必须有突出的经营管理业绩，有良好的工作精神与激情，有稳定的核心和人员队伍，并不断输送培养人才，注重相互沟通与协作，团队形象和办公区氛围良好。



## 员工福利

2008年公司的各项福利费用支出1.5亿，各级员工的福利收入占其工资收入的15%-30%。

员工的社会保险和各项福利是提高员工稳定性的重要保障，苏宁的员工福利体系包括国家规定的社会保险和企业自行规定的福利措施。

## 完善的福利保障

福利名称	福利内容
保险	苏宁各级别员工均享受国家规定的各项统筹保险
休假	员工在工作期间除享受国家规定的婚假、产假、陪产假等假期外，还可享受年假、探亲假等假期福利。根据国家新的年假管理规定，苏宁进一步提高了员工年休假天数，所有员工每年可享受5-15天年休假。
礼金礼品	苏宁在员工结婚、生育以及端午节、中秋节和春节时给员工、驻外员工家属发放礼金和礼品，以表示苏宁的慰问和关心。
补贴	苏宁为员工提供就餐、交通、通讯等各项补贴。应届大学毕业生以及苏宁引进的高级人才还可享受住房补贴。因工作需要被派往外地工作的员工，苏宁提供额外的驻外补贴、住房补贴、探亲假期及各项福利，并对其家属进行定期慰问。
其他类	苏宁还为员工提供免费体检、户口迁移、特殊医疗费用报销，各类形式的员工活动等综合类的福利。为了解决大量的基层和年轻员工的住房问题，苏宁在总部基地和全国的物流基地都配套建有员工的宿舍、公寓和餐饮、娱乐设施。

苏宁计划将在09年内实施的福利项目户口落户政策、住房资助计划，此外员工出国旅游奖励等措施也将陆续出台。

## 重视劳动安全卫生保护

根据国家有关法律及苏宁实际情况，建立了较为完善的劳动安全卫生制度，严格执行国家劳动安全、卫生标准。日常工作中注重对员工劳动安全、卫生培训教育，预防各类

事故的发生。每一位员工入司前都安排体检，并定期安排在职员工体检，08年苏宁在员工体检健康方面投入89.2万元。

## 关注女员工及未成年人保护

平等的就业机会：苏宁的女员工人数占到员工总数的62%

平等的升迁机会：管理阶层中女性高管比例为22%

除严格遵守相关劳动法外，苏宁在06年就将女员工保障措施纳入到苏宁人事管理制度，按照苏宁与工会和职工代表大会签订的《女职工权益保护专项协议》执行。

此外，苏宁也正值1200一期、二期、以及部分三期、四期员工婚育时期。2008年苏

宁正式成立计划生育办公室，切实落实“企业文化关心员工，创企业家庭式氛围”的成立初衷，订立制度规范，建立各类办理流程，建立和健全各类台帐，帮助员工办理各种相关的婚育证明与服务工作。苏宁对计划生育工作的重视和完善的建立体制也受到了南京市鼓楼区计划生育局及宁海路街道等政府相关部门的认可。

苏宁的用工严格遵守国家相关法律法规，从未招用未成年人人员。

## 员工关怀

除提供固定员工福利以外，苏宁还成立党委，加强员工思想关怀，定期组织多样员工活动，丰富员工生活。每季度总部及各分公司组织员工以部门为单位进行集体活动；传统节假日，安排员工关怀；每年8月份，由苏宁员工自编自导自演的大规模文艺演出“苏宁之夏”更是成为了员工展现个人才

华，凸显集体协作的企业文化盛典；每年年底，针对本年度表现突出的团队和个人进行的表彰大会，见证着苏宁全体员工的进步与成长。每次重大活动，苏宁也会邀请部分员工家属参加，让他们也深刻感受到苏宁的企业文化与魅力。

## 党建工作

苏宁作为一家民营企业，早在1993年就建立了党支部，1998年成立党总支，2003年建立党委。截止2008年12月，苏宁共有党员4775名，在近200家子公司中已建立党总

支2个，党支部50个，党小组80个。党组织已基本覆盖到苏宁各部门和子公司，党组织架构体系日趋完善和健全，苏宁已连续两年被评为市、区党建工作先进单位。

苏宁人加入中国共产党的热情也很高昂，目前公司申请入党人数已有232名，其中成为入党积极分子的人数有100名。2008年通过党课教育，支部考察评议，党委批准，一共有144名预备党员转为中共正式党员。

党务工作围绕创建“经济强、党建强”新经济组织的中心任务而开展，坚持加强共产党员先进性教育，同时紧密结合苏宁各阶段中心任务，形成了较完善的工作运转体系，为企业经营活动的开展起到了较好的参与和推动作用。

#### (一) 开展保持共产党员先进性教育

苏宁党委每年都会组织1到2次全国性的视频党课教育，2008年度党员教育课题为“深入学习十七大报告，争做新时代的优秀共产党员”，苏宁4000多名党员通过视频参加了此次党课。鼓楼区兄弟单位的6名入党积极分子也预约报名，参加了党课学习。



党员认真学习和讨论十七大报告的相关内容

#### (二) 党内组织生活制度正常进行

苏宁各党支部、小组坚持经常组织活动，加强党员工作部署，明确企业党组织的定位，党员的工作楷模定位。2008年党的生日前夕，苏宁结合今年抗震救灾中苏宁基层党组织和共产党员的特殊表现，表彰了北京公司党总支和

总裁办、连发总部、服务总部、西安公司、深圳公司、合肥公司、沈阳公司、重庆公司、无锡公司、天津公司党支部等十一个先进党组织和一百二十三名优秀共产党员，并对九个优秀基层党组织给予了表扬。





## 团队活动凸显企业文化

大区子公司分布全国除西藏、台湾外所有省份，在苏宁的大家庭里，充满了苏宁“同事重于亲朋”的家庭氛围。传统佳节里与同事共度，分享温暖与关怀；苏宁之夏文艺晚会以及

缤纷多彩的户外拓展活动，挥洒了苏宁人的青春与活力。在团队活动中，更能见到苏宁的用心和用情，所有苏宁人的积极参与、互动也彰显了苏宁人的激情和热情。

## 传统节日聚会

### 春节、中秋团聚

苏宁2008全年新进地级以上城市26个，新开连锁店210家，这些都有赖于苏宁所有员工的心血以及汗水。一年365天穿梭于全国大街小巷，无论酷暑寒冬，跑小区、送货、安装，站立于柜台前细心介绍产品的苏宁人在传统佳节也总是会感受到公司的温暖。每逢传统佳节苏宁各地都会开展团聚会，在团聚会中有对员工一年工作的总结，也有充满欢声笑语的歌舞，精心编排的节目，传统佳节团聚会也成为苏宁人分享家庭氛围的一次大聚会。



## 苏宁之夏——苏宁人自己的晚会

2008年8月28日晚，经过近一个月的精心筹备，“激情领跑·辉煌未来”2008苏宁之夏大型文艺晚会在南京奥体中心东广场激情上演。来自苏宁全国各地千余名员工演员聚首金陵，围绕“攻略与领跑”两大主题，分攻略、领跑、温情与梦想四大篇章，自编自导自演的长达五个小时的节目，为各界嘉宾和现场近六千名员工上演了一场苏宁的文艺盛宴。

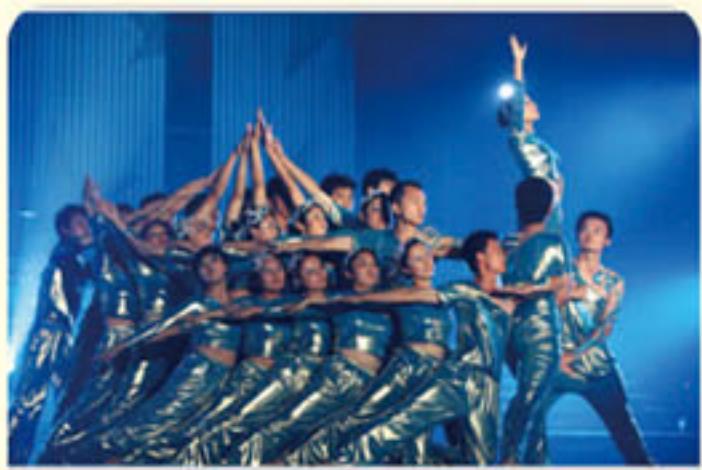
“苏宁之夏”文艺晚会从2001年已经成功举办六期。2008年“苏宁之夏”围绕“展示苏宁企业精神与文化、展示苏宁事业的发展、展示苏宁人风采”三个基本方向，结合企业发展进行活动的主题语、节目主题范围与各项内容策划，“苏宁之夏”实现从往年注重休闲、娱乐到企业文化传承与展示的崭新转变。



情景剧《婚礼在暴风雨中举行》，展现苏宁人在面对困难时“舍小家、为大家”的勇气和斗志。



配乐诗朗诵《大灾无情 大爱无疆》，真情演绎5.12汶川地震真实故事，感动了现场每一个人



1200六期员工的节目《启航》表达苏宁发展新生力量的青春与活力。

## 运动会

健康的团队得益于每一位健康的成员，苏宁在2008年11月16日在南京奥体中心举行2008冬季运动会。苏宁总部及南京地区2000多名员工代表共同参与，分体系组成参赛队伍，组建观众啦啦队，高管下场地参与比赛，在团体竞技以及各式趣味比赛中放松调整了员工的身心，促进了苏宁各体系、各层级之间的沟通，进一步提升了苏宁的凝聚力和向心力。



## 员工活动



除此以外，各地分公司也组织了各种形式的员工活动，以丰富员工生活。

4月3日，苏宁20多名共产党员高举苏宁电器司旗，缓步走进郑州烈士陵园，在革命烈士纪念碑前举行了悼念仪式。党员代表向革命先烈敬献花圈，表达了苏宁全体党员对革命先烈的深切怀念。

10月16日为表彰在十一期间表现突出的优秀员工，激发个人潜能，增强团队凝聚力，大区领导、各部门负责人、各店店长和优秀员工代表，共400余人来到广州市增城区白水寨山庄开展户外团队活动。



11月25日下午，贵阳大区“如何做一名合格苏宁人”演讲比赛决赛在大区会议室隆重举行。比赛共有59名员工参赛，经过初选、初赛、复赛，最终10位选手脱颖而出。大家欢聚一堂，展示学习成果，交流学习经验，共做合格“苏宁人”。

## 畅通的沟通机制

为树立良好的内部交流氛围，苏宁已经建立了一个较为系统的内部沟通机制，它给所有员工提供了多种形式的沟通渠道和交流平台，给员工充分的机会表达个人意愿。主要包括：

1、工会组织：苏宁于2004年3月成立工会，目前，苏宁已成立36家分会，会员人数近20000人，工会组织定期召开职工代表大会，听取员工意见和建议，及时解决员工关心、关注的重要问题。通过各级工会组织的作用，进一步密切了企业和员工之间的关系。

2、党务工作信息交流平台建成：党委与上级党组织，所属总支、支部和小组保持了经常性的联系，交流工作情况，沟通信息。定期编制“苏宁党务工作信息”，2008年党务信息共出20期，共计90期，及时反映、报道了苏宁党员员工的活动情况。苏宁党建活动情况逐级地反映到了省、市、区委组织部、统战部、工商联党组织等部门，受到了上级党建领导的关心和肯定。

3、1200成长沟通会：苏宁董事长、总裁、副总裁等重要高管人员会定期与1200员工沟通工作与生活中的问题，倾听员工心声，答疑解惑，帮助员工克服工作和生活中的困难，获得快速的成长。

4、管理人员下终端：苏宁坚持管理人员

下终端的机制，让管理人员到终端去，一方面增援、体验终端一线员工（营业员、送货工人等）的实际工作，另一方面是提供一个与终端一线员工沟通与交流的机会，了解他们对工作的意见和建议、对苏宁的需求和期望，回到管理岗位上后能够作出改进。

5、建立员工合理化建议机制：员工可以就工作中的任何问题提出自己的改善建议，苏宁专门组织评议小组，对合理化建议进行鉴定，对有价值的建议不仅采纳，而且对员工进行一定的物质奖励和公司内部的通报表扬。

6、OA在线调查：苏宁借助信息化平台，在公司OA系统中，设置“在线调查”项目，对一些活动和项目广泛征求员工意见和建议，使得反馈更加及时、快捷、准确。

7、内部刊物：苏宁办有《苏宁人》报纸以及《苏宁月刊》等内部刊物。这些内部刊物中均设置了员工天地类似的板块，鼓励员工参与，给员工提供交流和表达的机会。

## 服务与社会



苏宁秉承良好运营的同时，关注社会，承担更多的社会责任。苏宁电器的公益品牌1+1阳光行，在业界已经享有很高的美誉。自苏宁成立以来，苏宁电器都积极参与周边环境建设及社会公益事业，并在教育方面持续展开关注。但2008年，注定苏宁要承担更大的社会责任。我国先后发生南方严重低温雨雪冰冻和汶川特大地震重大灾害，苏宁电器及所有12万员工秉承做“百年企业”的

民族意识，全力投入到了08年的抗灾救灾和灾后重建工作中。

08年苏宁电器由于在社会公益事业上的卓越贡献，以及对行业以及社会的良好表率作用和巨大影响力，荣获中国主流财经类媒体评选的“2008年度中国企业社会责任20杰”称号，并被中国扶贫基金会颁发“2008中国民生行动先锋”荣誉奖项，国家民政部授予2008年度“中华慈善奖”。

## 年初“阳光融雪”系列行动

2008年年初，全国大范围遭遇暴雪天气，部分地区的空前雪灾造成了9省（区、市）2487.0万人受灾。作为全国连锁的家电零售企业，苏宁相当一部分门店位于湖南、贵州、湖北等重雪灾区，在断水断电交通阻断等各种影响下，经营活动也都受到了不同程度的影响，甚至出现个别门店缺电8天无法营业的情况。但苏宁在克服自身困难，努力恢复经营秩序的同时，依然调动各种资源参与各种抗灾爱心捐赠活动中去。



苏宁迅速启动“1+1”阳光行——“阳光融雪 温暖新年”的公益活动，以义工扫雪、向贫困家庭捐赠取暖电器、捐赠援助食品饮水、电器紧急抢修、人群滞留区安装“报平安电话”、发布雪天电器使用常识等各种形式的活动参与到此次全国性的抗灾活动去，预计总投入捐赠物资和费用超百万元。随后，在湖南卫视抗击冰雪灾害特别节目《爱心大融冰——我们一起过年》赈灾直播晚会上向湖南灾区人民率先捐赠310万元爱心款。

## 汶川地震抗震救灾



5月12日，四川省汶川县发生7.8级地震，震级之巨甚至波及到半个亚洲，灾区群众的生命财产安全蒙受巨大损失。苏宁第一时间启动抗震救灾行动。

第一时间捐助500万 高管带到灾区投入抗震救灾

董事长个人捐款5000万元

拨款100万成立专项资金

组建救灾物资运输队

提供全国川籍人员8000工作岗位

## 苏宁电器率先向四川灾区紧急捐助500万

12日当天下午苏宁就派出了抗灾领导小组，第一时间前往灾区现场指导抗灾工作，一方面梳理企业自身的受灾状况，保障所有员工及其家属的安全，并妥善安置受灾员工；另一方面也希望能够实地了解灾区情况，以便尽快采取相应的措施参加抗震救灾工作。

在四川严重的受灾情况迅速传递到总部，并从各媒体渠道了解到此次地震巨大危害信息之

后，12日当晚，苏宁电器总部高层紧急开会研究决定，迅速启动1+1阳光行赈灾预案，率先宣布将向灾区捐助500万元现金，用于抗震和救灾工作，同时呼吁社会各界全部动员起来，参与到抗灾中来。

13日下午，苏宁电器总部代表专门飞赴成都向四川省民政厅正式交付了500万元善款，以便这笔款项能够迅速投入到抗震救灾工作中去。



## 苏宁电器为四川员工成立100万元抗灾专项资金

苏宁在四川有数千名员工和20多家连锁店，遍布成都及周边地级市，其中内江、德阳、绵阳等地的苏宁均位于重灾区，部分门店也受到了不同程度的影响，很多店面停止营业，部分店面、办公室、物流出现不同程度的损毁。

在苏宁电器第二季度工作部署会议上，苏宁电器总部宣布，苏宁电器向四川灾区员工拨款100万元，成立专项资金，用于对受灾员工家属的慰问，以及在抗震救灾中表现优秀员工的奖励。

在向灾区员工表达慰问的时候，苏宁董事

长张近东流下了感动的泪水。董事长强调，自创建苏宁开始，苏宁就一直坚持“国家企业员工利益共享”的经营理念，积极承担应尽的社会责任，无论是在过去的非典期间、还是在今年的全国性雪灾中，苏宁电器所有员工始终能够团结一致，第一时间参加到抗灾赈灾工作中去，回报社会。此次地震发生后，地处灾区的苏宁员工在积极自救的同时，还纷纷自发投入到志愿抗灾工作中去，全国其他地区的苏宁员工也积极行动参与抗震救灾，他为拥有这样的员工和团队感到欣慰和骄傲。

## 苏宁电器董事长张近东个人捐赠5000万元



在由国家七部委联合主办、中央电视台承办的《爱的奉献》——2008抗震救灾大型募捐晚会上，苏宁电器董事长张近东委派代表在晚会现场个人捐赠5000万元现金，支持抗震救灾和后期灾区重建工作。

## 全体员工积极捐款援助 各地总计600万

苏宁全体员工也积极投入到了抗震救灾的行动中，各地员工纷纷自发组织了捐款仪式，共计600万元。其中苏宁的党员们积极响应党委的号召，分批分期以“特殊党费”的形式汇聚力量，向灾区人民奉献爱心。在抗震救灾中，苏宁党员累计交纳“特殊党费”101100元。



## 苏宁电器紧急成立抗震救灾运输车队

四川汶川发生8.0级强烈地震后，灾区严重缺乏食品、药品和安全用水，而这一切都需要从外界运入。一时之间灾区物资运输出现运力不足的现象。苏宁得知情况后迅速调集了13辆苏宁电器物流箱体运输车，组成苏宁运输队，从14日下午两点钟开始，首批13辆苏宁抗震救灾车，以及约40人苏宁志愿者分队，装满食品、药品、水、棉被、衣物等救灾物资奔赴灾区。后期苏宁又追加车辆数量，先后共有超过20辆车投入到救灾行动中。

苏宁运输队在救灾期间一直归由四川省红十

字协会调度，先后多次往返于红十字协会指定的救灾物资汇集地航空港，受灾严重的都江堰、北川等地区。

此外，苏宁广州大区还联合天涯社区组织了“爱心直通车”活动。由天涯社区向社会发出爱心捐赠倡议，广州苏宁参与组建爱心运输车队。19日共10辆车组成的“爱心直通车”从广州发车，途经佛山、阳江、湛江、南宁、贵阳、遵义、重庆，载满天涯社区爱心人士和沿途人士的爱心和关切送至灾区。



## “我一定要感谢苏宁，感谢苏宁这位好心肠的小伙子”

在抗震救灾过程中，苏宁都江堰员工孙永棋挺身而出，挽救了一个出生才11天的小生命。在抗震救灾中，勇敢的苏宁小伙子帮助一名受伤的母亲从废墟中刨出了她出生仅10余天的孩子，由于这位母亲腿部骨折，他接受

了这位母亲的托付，紧急将这个新生命送往成都救治，为了后期联系，走的时候小伙子匆匆的与位母亲互换了联系方式并将自己的身份证留给了她。



曹女士参加苏宁“苏宁之夏”，现场向孙永棋献花

“我一定要感谢苏宁，感谢苏宁这位好心肠的小伙子，是他给了我和我的孩子第二次生命。我一定要给孩子取个有意义的名字，让他永远记住：在最危难的时候曾经有这么多的热心人来帮助他、关心他，等他长大后一定要让他报答小孙、报答苏宁、报答整个社会。”

## 灾后慰问

5月19日，全国举行了为在四川地震中遇难的同胞哀悼日。第二天，唐山苏宁心系灾区人民的疾苦，一大早17名志愿者来到了唐山康复村，慰问这些唐山大地震中的幸存者，以安慰生者的灵魂。

## 端午节慰问



苏宁代表对在座的群众深情表示：“在这样的大灾大难面前，苏宁没有忘记大家，我们会实现苏宁对国家社会的承诺‘树百年苏宁，国家、企业、员工，利益共享’，苏宁将尽最大的努力来帮助大家，共度难关，重建美好家园和幸福生活！”

6月7日端午佳节，在灾后的广元，苏宁员工携手广元嘉陵街道办事处，向社区孤寡老人、留守儿童、重灾区的灾民送去香喷喷的粽子和节日的问候。

在老人居住的帐篷，在留守儿童的居住地，苏宁送去的不仅是冒着热气的节日祝福，还包括亲人般的温暖。面对真正失去家园和亲人的一张张面孔，苏宁希望他们能感到社会持续给予他们的关怀，让这份温暖存于他们心中，伴随老人不再孤单，孩子健康成长。

## 苏宁8000免费培训岗位专供川籍人员

授人以鱼不如授人以渔。6月15日，苏宁启动四川送服务进福利机构、为震中周边用户提供家电安全检测服务、为全国四川籍人员提供免费培训及上岗机会的三大服务项目。

为全国四川籍人员提供近8000个上岗机会，免费为其培训空调安装及维修技能，通过培训的川籍人员得到了择优录取，苏宁相信一些地区的川籍人员身在异乡，但却心系家园，对于家乡的灾后重建，必定会倾注自己的一份力量，给予他们更多的就业机会选择将有利于让他们更好地以自己的劳动重建家园。



## 冠军课堂 圆山区孩子的冠军梦

5月——12月苏宁电器联合爱德基金会共同发起“微笑传递、爱心接力”——“2008，冠军课堂”公益活动。集社会之力，在奥运年大面积推动我国农村学校的体育硬件设施的普及。

苏宁携手杨扬、王涛、王丽娟、莫慧兰、刑傲伟、占旭刚等十位世界冠军，先后在北京、西安、沈阳、广州、上海等十大城市，为偏远山区特别是“5.12四川地震”中受灾地区的2008所农村小学募集善款。



1 冠军课堂—北京站



2 冠军课堂—西安站



3 冠军课堂—沈阳站



4 冠军课堂—广州站



5 冠军课堂—上海站



6 冠军课堂—杭州站



7 冠军课堂—重庆站



8 冠军课堂—成都站



9 冠军课堂—武汉站



10 冠军课堂—南京站

## 教育延伸：

2008年2月28日，北京苏宁在北太平庄店举行了“2008为希望努力，苏宁爱心照亮回家路”爱心捐助仪式。捐助仪式上，苏宁向来自中央民族大学、北京交通大学、北京林业大学、中国地质大学、中国矿业大学等近10所高校的500名贫困大学生捐助了总额达100000元的车费补贴。

这500名品学兼优的在校大学生大多数来自湖南、贵州、云南等南方重灾区以及新疆、内蒙等西部边陲，其中不乏来自云南、贵州等偏远山区、家境贫困的孩子，接受苏宁此次捐助，他们终于可以在春节前顺利踏上回乡团聚的路途，其中还有不少是入学两年多以来第一次回家的同学。此次已经是北京苏宁第二次捐助贫困大学生回家过年了，捐助的学生每人可以得到300—500元不等的车费补贴。

5月4日五四团员日，“我与祖国共奋进——全国优秀团员团干部、苏宁电器团员志愿者交流会暨大兴行知新公民学校团员入团仪式”在大兴行知新公民学校操场举行。苏宁电器团员志愿者同共青团团中央组织部副部长刘勇敏、20名全国优秀团员团干部、大兴行知新公民学校全体师生共聚一堂，见证了大兴行知学校20名优秀少先队员的入团仪式。随后，苏宁志愿者与全校1000多名师生共同交流心得，分享成长。

大兴行知公民学校作为一所农民工子弟学校，曾因缺乏资金支持面临停课威胁。在中央电视台主持的《春暖》晚会上，苏宁义拍的捐款使得这群可能失学的孩子继续获得了学习的校园和课堂。

## 奥运承载梦想 苏宁共享成功

### 苏宁未雨绸缪 特设500名奥运导购

苏宁门店除了作为消费场所外，奥运期间也成为很多国外游客了解中国的一个窗口，为更好的展现中国的现代面貌，中国商业服务形象，苏宁提前3个月启动了储备双语奥运导购计划。

该项目旨在提前储备和培养语言类专业人才，根据苏宁门店数量、每个门店的品类数量、排班以及客服环节的需求，共新增招

聘500人担任奥运期间特别导购。主要要求高校学生，熟练掌握一门外语，听说能力优秀。并于后期接受了苏宁服务标准以及电器产品知识培训。这批人在奥运期间分布于苏宁100个门店，为奥运期间的国内外消费者在店面销售、服务热线等环节提供了通畅的服务。

## “苏宁阳光 情暖中国”18周年成人礼

12月26日，在全国各地袭来的降温寒流中，苏宁电器迎来了成立十八周年的庆典，和往年一样，苏宁没有采取任何传统的庆祝仪式，而是在全国举行“苏宁阳光 情暖中国”爱心行动，捐赠大批暖冬物资帮助需要的人群。苏宁以这种独特的方式庆祝十八岁的生日，以责任诠释自己的成人礼。

12月21日苏宁总部向全国员工发布的倡议书中写到：“如何让这幸福的喜悦永恒，快乐因分享而放大，因放大而传承，因传承而永恒。所以，省却生日的宴请，我们每人捐出1

天的工资，来帮扶那些需要帮扶的人；省却聚会的喧哗，我们走上街头、走进社区，力所能及地做一些有益于社会的事情。行善事，也许是举手之劳，贵在有热情助人之心，募善款，也许是微不足道，贵在有扶危济困之德。真诚的、不计回报的付出，是世间最善的心、最美的德。”该倡议书也得到了苏宁员工非常积极热情的响应。上至企业高管，下至普通员工，苏宁人纷纷捐献棉衣、棉被、手套、电热毯等暖冬物资，送给城市乡村中需要帮助的人们，并吸引了社会爱心人士的广泛参与。



“今天是我们苏宁十八岁的生日，苏宁进入了成年！我们一直希望让苏宁的生日更有意义，我们认为公益活动是最能体现企业文化和社会价值观的庆祝方式了。我们

在2006年启动了‘1+1阳光行社工志愿者行动’，今天我们全国12万名员工自发组织起来，积极投身于苏宁阳光情暖中国活动，会让今天的生日更有意义。”

# 阳光1+1关注社会 共建和谐氛围

## 1+1阳光行

“社会化苏宁”一直是苏宁的企业定位，“全员服务”则是苏宁企业文化的重要组成部分。

“1+1阳光行”源自2006年2月22日，国务院总理温家宝主持召开国务院常务会议，在研究加强和改进社区服务工作时指出，社区服务应坚持社会化，充分发挥政府、社区居委会、民间组织、驻社区单位、企业及个人在社区服务中的作用，鼓励和支持各类组织、企业和个人开展社区服务。

2月24日，一名苏宁普通员工上书建言，苏宁是社会的苏宁，苏宁员工不仅要做企业的员工，也要做社会的员工。

2月28日，苏宁电器宣布正式在全国启动

“1+1阳光行—苏宁社工志愿者行动”，这也是国内首个由企业组织的大型社工服务制度。

苏宁号召苏宁电器所有70000名（2006年当时的员工数）员工，从行动启动之日起，自愿承担起社工的职责，每年用至少一天的时间进行社会志愿服务，同时每年捐出至少一天的工资进行社会公益援助。

阳光(sunning)服务是苏宁(suning)服务的代名词，也是苏宁深入人心的服务品牌形象。“阳光行”寓意着苏宁服务走出去，走向社会，从单一面向消费者的被动服务升级为面向全社会的主动服务。

## 志愿者誓词

“我，志愿成为一名光荣的苏宁社工。我承诺：每年用1天的工作时间投身社会志愿者服务，每年捐献1天的工资进行社会公益援助，尽己所能，不计报酬，用我的双手帮助他人、服务社会，弘扬‘责任、奉献、希望’的社工精神，传播先进文化，为建设团结互助、平等友爱、共同前进的美好社会贡献力量。”

自2006年2月28日苏宁宣布正式在全国启动“1+1阳光行——苏宁社工志愿者行动”，几乎每一天都会有新的力量注入到这个庞大的团队，苏宁已经持续开展了近700次爱

心公益活动，“1+1阳光行”已经成为苏宁注重的持续开展的公益事业。

此外，苏宁加强与周边社区的联系。2008年，苏宁各地均开展分享苏宁人的社会关爱以及电器方面累积的经验的走进社区活动。苏宁志愿者们定期慰问和关爱儿童、孤寡老人，走进社区免费提供售后服务，共组织了超过11万人次的社区服务。在此期间苏宁也积极呼吁社会各界人士，联合他们也加入到公益的事业中。

## 关爱儿童和教育



儿童是国家的未来和希望，苏宁秉承国家企业员工的精神，常年以来一直对民族发展的未来捍卫者保持高度的关切。苏宁相信，只有儿童能够茁壮成长，国家才有希望，企业员工才能持续发展。

2008年4月7日上午，北海苏宁志愿者来到北海市福利院看望孤残儿童，了解他们的具体情况，详细询问了孩子们的学习和生活情况，并将文具亲手送到孩子们的手中。

2008年4月15日，嘉兴苏宁江南摩尔店分队“1+1”阳光行志愿者来到嘉兴市儿童福利院，看望那些可爱活泼的孩子，陪福利院儿童玩耍、嬉戏，并在王院长的带领下，去重症室看望了那些残障儿童。

4月25日，安庆苏宁联合安庆E网生活网

站、创维电视品牌的“希望之旅”一行来到安庆市宿松县先觉小学，给该校师生带去了电视机、电脑、无线耳机等礼物。志愿者代表也表达了苏宁此次希望之旅的愿望——为孩子们充满希望的未来贡献一份绵薄力量，希望孩子们通过现代化的教学媒体能够更好的学习科学文化知识。

此外，苏宁加强与周边社区的联系。2008年，苏宁各地均开展分享苏宁人的社会关爱以及电器方面累积的经验的走进社区活动。苏宁志愿者们定期慰问和关爱儿童、孤寡老人，走进社区免费提供售后服务，共组织了超过11万人次的社区服务。在此期间苏宁也积极呼吁社会各界人士，联合他们也加入到公益的事业中。

## 关怀老人

苏宁是一个正在成长中的企业，企业甚至还未产生离退休人员，但是苏宁也深知感恩。老人用他们的青春浇铸了我们成长的空间，苏宁也适时关爱老人，不让他们成为被社会遗忘的人。

5月30日，阜阳苏宁爱心志愿者来到距离阜城20多里的程集镇敬老院。为老人们擦拭桌椅、柜子、电视机；照顾老人，调试失灵电器等，受到了老人们的欢迎。

2008年6月15日，青岛苏宁1+1社工志愿者来到青岛市福利院，带去了福利院极缺的牛奶、香皂、卫生纸等生活用品。售后工人们为福利院里的所有空调进行免费的检测、保养



和维修。

5月12日9:30,阳光明媚,长沙苏宁志愿者小分队在五一广场店胡三平店长的带领下,带上礼物来到府后街社区金奶奶家中,对老人进行看望和问候。金奶奶因志愿者小分队的到来而激动异常,她表示在这样多的苏宁人的关心照顾下,她已经不再孤独。



## 主数据需求表

	07年	08年	增长率
<b>环境绩效</b>			
研发投入(千元)	42683	92569	116.87%
环保投入	1.3亿	1.5亿	15.35%
回收并处理旧家电数量(万台)	232	290	25.01%
<b>社会绩效</b>			
客服日电话受理量(全国平均每日)	33607	38917	15.80%
客服人均受理量(全国每日)	73.86	86.48	17.09%
客服热线接通率(全国)	93.11%	96.11%	3.22%
回访比例	95.42%	74.50%	-21.92%
回访满意率	4.28	4.32	0.93%
物流配送量(平均每日万台)	2.75	2.90	5.45%
售后服务网点数量	460	1462	217.83%
物流基地数量	3	3	----
<b>员工权益</b>			
员工总数	97799人	113163人	15.71%
女性主管比例	18.12%	22.51%	24.2%
安置残疾人就业	146	180	23%
员工个人接受培训的时间	135H	150H	11.1%
培训的总投资费用(万元)	4950	5500	11.1%
员工福利投资(万元)	9672	13863.9	43.3%
<b>职业健康与安全</b>			
工伤人数	56	49	--12.5%
体检人次	3012	4426	46%
体检投入(万元)	56.6	89.2	58%
<b>法规履行和企业道德</b>			
加入工会的员工数(仅总部)	5118	6256	22.23%
种族歧视的案例	0	0	
强迫或者强制劳工工作的次数	0	0	
童工数量	0	0	
产品质量投诉数量	9716	18778	93.27%
投诉解决率	99.19%	99.23%	0.04%
罚款支出(千元)	5,733	4,620	
<b>公益事业投入</b>			
各地公益事业投入总数(万元)	6185	6755	9.22%
社区服务人次	80200	112880	40.75%
<b>经营绩效</b>			<b>经营绩效</b>
营业额(亿元)	401.52	498.96	24.27%
纳税额(亿元)	11.39	20.21	77.34%
利润额(亿元)	22.41	29.50	31.66%



## 苏宁电器股份有限公司可持续发展报告评价

苏宁电器在中国是家喻户晓的商业连锁企业，到 2007 年苏宁电器已被评为中国商业连锁第一品牌，名列全国商业零售业纳税排行榜第二名，更有基金将苏宁电器列为可持续发展企业的榜首。而仅在 10 年前，苏宁电器还很少为人所知。苏宁电器的报告为我们揭示了企业在可持续发展方面的投入如何为企业的蓬勃发展奠定了扎实的基础。

苏宁电器 2008 年年度报告内容丰富，基本具备了可持续发展报告的基本要素，其社会责任活动是围绕利益相关方关注的问题展开的，同时也参考了 G3 框架的要求，指标的选择也符合本行业特点。报告从服务与产业链，服务与员工，服务与消费者，服务与社会等角度对集团社会责任活动进行了总结，并对集团社会责任活动从组织层面进行了系统规划。是苏宁电器在可持续发展方面的一个很好的总结。

Bureau Veritas Certification 必维国际检验集团体系认证部大中华区总监  
张万泽

2009 年 5 月 12 日

# 社会认同

(2006年—2008年)

- 2006年10月12日，苏宁电器被劳动保障部、全国总工会、全国工商联共同授予“全国就业与社会保障先进民营企业”称号。
- 2006年11月7日，苏宁电器入围中国商业评论和国际信誉研究院独家发布“2006中国企业信誉100排行榜”，位列零售业第一。
- 2006年11月8日，苏宁被中国经营报、中国社科院工业经济研究所共同评为“2006年最具竞争力上市公司零售业第一”称号。
- 2006年12月，中国企业社会责任调查发布苏宁电器跻身最具社会责任感企业20强。
- 2007年1月，苏宁电器董事长张近东入选“2006CCTV中国经济年度人物”。
- 2007年4月，胡润百富张榜公布“企业社会责任50强”，苏宁电器成为中国零售行业中唯一入选的企业。
- 2007年4月，苏宁电器入选“2007十大慈善企业”。
- 2007年6月20日，由上海证券报作为主办单位，并联合其它知名媒体和门户网站举行的2006“影响中国”上市公司系列评选活动网络投票正式结束。苏宁入选最具分量的2006“影响中国”十佳上市公司，并在2006最具成长性上市公司榜单中位列第一。
- 2007年6月25日，由证券时报社、中联集团联合主办的“2006年度中国上市公司价值百强暨首届中小板公司三十强评选”结果揭晓，苏宁电器荣获首届中小板公司三十强第一名。而依据机构投资者的专业评分及评审委员会委员的投票，苏宁电器还获得了2006年度上市公司中小板十佳管理团队的第一名。
- 2007年7月14日，在中欧国际工商学院召开的“第四届民营企业发展论坛暨民营企业上市公司100强揭晓典礼”中，主导中国家电连锁行业的苏宁电器，综合得分位列第二，并在市值榜单、社会贡献榜单、股东回报榜单三项子榜单中都位列前三甲。
- 2007年8月2日，《福布斯》中文版发布的2007“中国顶尖企业榜”，苏宁电器登上榜首。
- 2007年8月3日，由上海证券报、中国证券网主办的“2006影响中国——上市公司评选”中，苏宁电器荣获了其中最具份量的“2006影响中国十佳上市公司”称号，同时还由于其良好的公众形象荣获了“最佳媒体关系奖”。
- 2007年11月，苏宁电器荣获《中外管理》杂志社评选的中国企业管理杰出贡献奖。
- 2007年11月，苏宁电器荣获连锁经营协会评选的连锁成就奖。
- 2007年11月，苏宁电器荣获《IT经理世界》评选的中国杰出创新企业奖。
- 2007年11月，苏宁电器荣获企业公民委员会评选的“中国优秀企业公民”。

- 2007年11月，苏宁电器荣获《东方企业家》评选的“最受尊敬华人企业奖”。
- 2007年12月，苏宁电器董事长张近东入选《中国企业家》杂志评选的“25位最具影响力企业领袖”。
- 2008年1月26日，由中央电视台经济频道主办的“2007CCTV中国年度最佳雇主”评选揭晓结果，苏宁电器荣获“2007CCTV年度雇主最具责任感奖”。
- 2008年6月2日，由世界品牌实验室独家编制的2008年度《中国500最具价值品牌》排行榜在北京揭晓，苏宁电器以品牌价值423.37亿元排名整个榜单的第十六位，在整个家电行业名列前茅，并蝉联中国商业连锁第一品牌。
- 2008年8月30日，由中国企业联合会和中国企业家协会评选的2008中国企业500强榜单发布，苏宁电器位列总榜单的第53位。
- 2008年10月，由世界品牌实验室编制、《世界企业家》杂志发布的2008年度亚洲品牌500强正式揭晓，苏宁位列总榜单第127位，在所有亚洲零售企业中位列第四，是排位最高的中国零售企业。
- 2008年10月20日，苏宁电器荣获由中国扶贫基金会颁发的“2008中国民生行动先锋”荣誉称号。
- 2008年10月25日，由商界传媒主办的2007-2008年度最佳商业模式中国峰会在北京举行，会上公布了第四届“中国最佳商业模式评选”的结果。苏宁电器荣登“2008年度中国最佳商业模式”榜首。
- 2008年12月3日，以“责任引领未来”为主题的“2008第一财经·中国企业社会责任榜”评选活动(CSR)，在历时半年之后，在上海举行了盛大的电视颁奖礼。苏宁电器被授予“2008年度中国社会责任20杰”，获得中国财经管理界的高度认可。
- 2008年12月5日，由国家民政部主办的第二届中华慈善大会暨2008年度中华慈善奖颁奖仪式在北京人民大会堂举行，苏宁电器获得2008年度“中华慈善奖”。



2006中国十佳最具投资价值上市公司

中国最佳商业模式

中国企业杰出贡献奖

2008中华慈善奖

## 关于CSR报告2008

苏宁电器一贯重视承担企业社会责任，鉴于近来年公司的发展规模和发展模式日益受到利益相关方的关注，公司对于与利益相关方的信息交流也日益重视，苏宁电器决定从2008年度开始发布企业社会责任报告，这也是苏宁电器首次对外发布此类报告。本报告集中介绍苏宁实现可持续经营与社会责任方面所

开展的一系列行动，旨在揭露苏宁电器在承担企业社会责任方面所做出的努力以及建设“百年苏宁”，实现永久性发展的决心和动力。亦同时希望展示中国家电零售连锁企业在独特的行业业态下，企业所承担的企业社会重责，为行业、家电产业链实现健康、良性地发展作出探讨。

## 报告对象及期间

本报告原则上集中报告苏宁电器股份有限公司的相关行动，报告中以苏宁、我司简称。汇集了苏宁从2008年1月1日至2008年12月31日开展的企业社会责任活动。但鉴于本次是苏宁首次发布企业社会责任报告，相关介绍有涉及到苏宁18年来的发展理念和建设活动。

**注：本报告揭露的统计数据来自苏宁电器自行统计与调查的结果。部分数据来源包括苏宁电器、国家相关部门公开披露的信息。有关财务数据，请以年报发布为准。**

**CSR报告咨询窗口**  
苏宁电器股份有限公司  
南京市淮海路68号苏宁大厦  
邮编 210005  
电话 025-84418888-888511

**公司所在地：**  
苏宁电器股份有限公司  
南京市淮海路68号苏宁大厦  
邮编 210005  
电话 025-84418888 (总机)  
网址 [www.cnsuning.com](http://www.cnsuning.com)

## 关于报告的构成

本报告介绍苏宁开展的重要活动和话题，  
相关详细信息请关注苏宁官方网站；

本报告包含苏宁高层致辞、苏宁可持续发  
展规划和员工感言。

本报告书围绕苏宁主要利益相关方，结合  
利益相关方的重点关注点和苏宁开展的一系列  
行动集中介绍以下目录中的内容，以确保本报  
告信息的全面性。CSR小组通过部门访谈、会  
议讨论等方式确定各利益相关方的关注重点，  
以确保发布讯息的全面性，并由各部门主管的  
专业知识与管理经验协助审查，以确定本报告  
的准确性和完整性。

对于未能刊登在本报告中的事项和数据以及CSR  
报告下载、活动建议等相关事宜，欢迎登陆苏宁电器官  
网 ([www.cnsuning.com](http://www.cnsuning.com)) 查询，或与我们联系。



**CSR(企业社会责任)报告**  
**苏宁电器股份有限公司**

地址: 南京市淮海路68号苏宁电器大厦  
电话: (025) 84418888  
<http://www.cnsuning.com>  
E-mail:[editor@cnsuning.com](mailto:editor@cnsuning.com)