

大悦城控股
GRANDJOY

大悦城 2019

社会责任报告



大悦中国 赋美生活

Contents
目 录

公司概况

- (一) 大悦城控股概况
- (二) 控股中粮集团概况
- (三) 战略发展
- (四) 公司治理
- (五) 公司荣誉
- (六) 企业文化

绿色环保责任

- (一) 绿色设计
- (二) 绿色施工
- (三) 绿色社区
- (四) 绿色办公

市场经济责任

- (一) 维护股东权益
- (二) 完善客户需求
- (三) 安全生产建设
- (四) 保障员工权益
- (五) 与合作方共赢

未来展望

社会公益责任

- (一) 精准扶贫
- (二) “悦公益”、“悦城跑”品牌公益活动
- (三) 各地慈善公益活动
- (四) 防控新冠疫情

大悦中国 赋美生活

（一）大悦城控股概况

大悦城控股集团股份有限公司（简称“大悦城控股”）是中粮集团旗下唯一的地产投资和管理平台。大悦城控股前身深圳宝恒(集团)股份有限公司于1993年10月8日在深圳证券交易所上市（股票代码：000031.SZ），于2005年被中粮集团收购，更名中粮地产(集团)股份有限公司，并于2019年初完成重大资产重组，形成“A控红筹”架构，旗下拥有在香港联合交易所上市的大悦城地产有限公司（股票代码：00207.HK）。

2019年3月，“中粮地产”正式更名为“大悦城控股”。

4月16日，公司在北京举办以“大悦中国 赋美生活”为主题的品牌战略发布会首次对外展示整合更名后全新的大悦城控股品牌理念及战略愿景，宣布将以“大悦中国 赋美生活”作为全新品牌理念，明确了以“城市运营商与美好生活服务商”为战略发展方向。



大悦城控股充分利用两个上市公司整合的优势，坚持“双轮双核”的发展模式，以“持有+销售”双轮驱动，稳健发展；以“产品+服务”双核赋能，不断创造新的价值增长点。大悦城控股定位“城市运营商与美好生活服务商”的战略方向，肩负“创造城市永续价值，追求可持续性幸福”的企业使命，力争成为更具持续发展能力的城市美好生活创造者。

大悦中国 赋美生活

(一) 大悦城控股概况



大悦城控股持续驱动多业态立体联动，助力城市升级与服务，业务覆盖商业、住宅、产业地产、酒店、写字楼、长租公寓、物业服务等领域，布局北京、上海、深圳、成都、杭州、西安等30余个一、二线核心城市，总资产超1800亿元。

构建起了业态类型丰富、城市布局完善、资产结构均衡、集人民美好生活场景于一体的“大悦”生态圈。

2019年，公司全年实现营业收入337.87亿元，较上年同期增长52.41%；归属于上市公司股东的净利润23.78亿元，较上年同期增加15.27%；基本每股收益0.61元，较上年增长15.09%。截至2019年底，公司总资产1831.83亿元，较上年增长14.08%。

归属于上市公司股东的净利润

+15.27%

23.78 亿元

公司全年实现营业收入

+52.41%

337.87 亿元

基本每股收益

+15.09%

0.61 元

公司总资产

+14.08%

1831.83 亿元

（二）控股股东中粮集团概况

立足中国的国际一流粮食企业，是全球布局、全产业链、拥有最大市场和发展潜力的农业及粮油食品企业，集贸易、加工、销售、研发于一体的投资控股公司。

中粮集团以“确保国家粮食安全，把中国人的饭碗牢牢端在自己手中”为己任，致力于打造具有全球竞争力的世界一流粮食企业，担当服务国家宏观调控、维护国家粮食和食品安全，构建具有中粮特色的国有资本投资公司。

中粮集团连续26年入围财富世界500强，2019年名列榜单第134位，在入选榜单的全球粮食企业中位居首位。

中粮集团历经七十年发展，在中国市场上占据领先优势，业务遍及全球140多个国家和地区，以粮、油、糖、棉为核心主业，覆盖稻谷、小麦、玉米、油脂油料、糖、棉花等农作物品种以及生物能源，同时涉及食品、金融、地产等行业。

中粮集团不断聚焦核心主业，推进专业化经营，形成了以核心产品为主线的18个专业化公司，包括大悦城控股、中粮国际、中粮贸易、中粮油脂、中粮粮谷、中粮生物科技、中粮糖业、中国纺织、中粮工科、中粮酒业、中可饮料、中粮肉食、中国茶叶、蒙牛乳业、我买网、中粮包装、中粮资本、中粮营养健康研究院。

中粮集团聚焦粮、油、糖、棉核心主业，在全球粮食主产区和主销售区布局仓储、物流设施，致力打造粮油行业投资平台、粮油行业资源整合平台和海外农粮行业投资平台，不断加强全球粮油领域上游掌控能力、物流保障能力、综合加工能力和市场覆盖能力，有效提升粮、油、糖、棉市场份额，将世界农场和消费者的餐桌有效连接，应对食品升级的需求，服务国家粮食宏观调控和粮食安全。

中粮集团建立高效的全球全产业链运营网络，一方面深耕世界粮食产区，全面布局抓一手粮源，保证上游粮源及原料充足稳定，做好粮食基础保障；另一方面不断完善“买全球、卖全球”的贸易物流网络、农产品加工网络，更好地服务国家宏观调控，保障国家粮食安全。

(三) 战略发展

公司发挥整合优势，统一品牌建设，提升品牌形象，开启了高质量发展的新篇章。

展望公司未来发展，站在国家及行业新的发展起点，公司将紧抓行业发展机遇，贯彻高质量发展理念，充分利用两个上市公司整合的优势，坚持定位“城市运营商与美好生活服务商”的战略方向，坚持“持有+销售”、“产品+服务”的双轮双核发展模式，持续推进高质量发展



公司将坚定商业地产确保领先地位、住宅地产确保稳健增长、产业地产确保稳步发展的目标，实现行业地位稳中有升，经营回报稳中向好。坚持精准投资、科学运营、力控风险、良好回报的经营方针，力争成为更具持续发展能力的城市美好生活创造者，为城市创造永续价值，为人民创造美好幸福生活。

目前公司已经成为中粮集团旗下融合住宅地产与商业地产一体化的多业态房地产专业化公司，既能通过开发型物业的高周转实现现金回流，又能分享持有型物业带来的长期稳定收益和升值红利，同时公司将对品牌进行深度融合，扩大品牌的市场影响力，完善的房地产产业链布局、整合创新能力、多元化的土地获取能力、领先的商业经营能力、快速高效的运营能力，以及良好的品牌美誉度和影响力等将推动公司的持续经营能力及核心竞争力不断提升。

(三) 战略发展

3.1 关于城市和区域布局：

公司将继续以“3+X”城市群布局为主线，重点布局京津冀、长三角一体化城市、粤港澳大湾区、长江中游、成渝、海西、中原等城市群的核心城市及周边辐射区域，坚持以核心新一线及二线城市为主要拓展区域，在现有32个城市布局的基础上，加强城市深耕，严格城市选择并进一步拓展。

城市和区域布局:



3.2 关于新增土地储备：

公司土地储备质量不断提升，规模稳健增长，新进入宁波、惠州、台州、江门、哈尔滨、济南等城市，不断创新土地获取模式。新增土地储备平均楼面地价大幅下降，投资安全边际有较大提升，为大悦城控股的高质量发展打下了良好基础。



(三) 战略发展

3.3 关于产品和业态：

公司以商业地产、住宅地产和产业地产为核心板块，涵盖酒店、写字楼、长租公寓等业态的多业态综合地产开发平台。商业地产包含“大悦城”城市综合体旗舰品牌，“大悦春风里”区域性商业中心，以及“祥云小镇”城市微度假中心；公司拥有中粮广场、中粮置地广场等持有型写字楼品牌，以及北京华尔道夫、三亚亚龙湾瑞吉酒店等高端酒店产品。

住宅地产方面，形成了壹号系列、祥云系列、锦云系列及鸿云系列的四条品牌住宅产品线，以高品质生活空间及服务，突出健康住宅特色，满足不同人生阶段对于美好生活的向往，形成了良好的社会口碑。

公司在深圳等地拥有较大规模的产业地产项目及储备用地，其中深圳69区创芯研发中心、中粮（福安）机器人智造产业园、中粮深圳宝安67区商务公园等产业园区已经形成良好的经济及社会效益。

此外，公司还拥有“乐邑”系列长租公寓、三亚亚龙湾国家旅游度假区等其他创新发展业务。我们将持续提升产品力与服务力，坚持重度运营，凸显公司特色。

产品和业态：



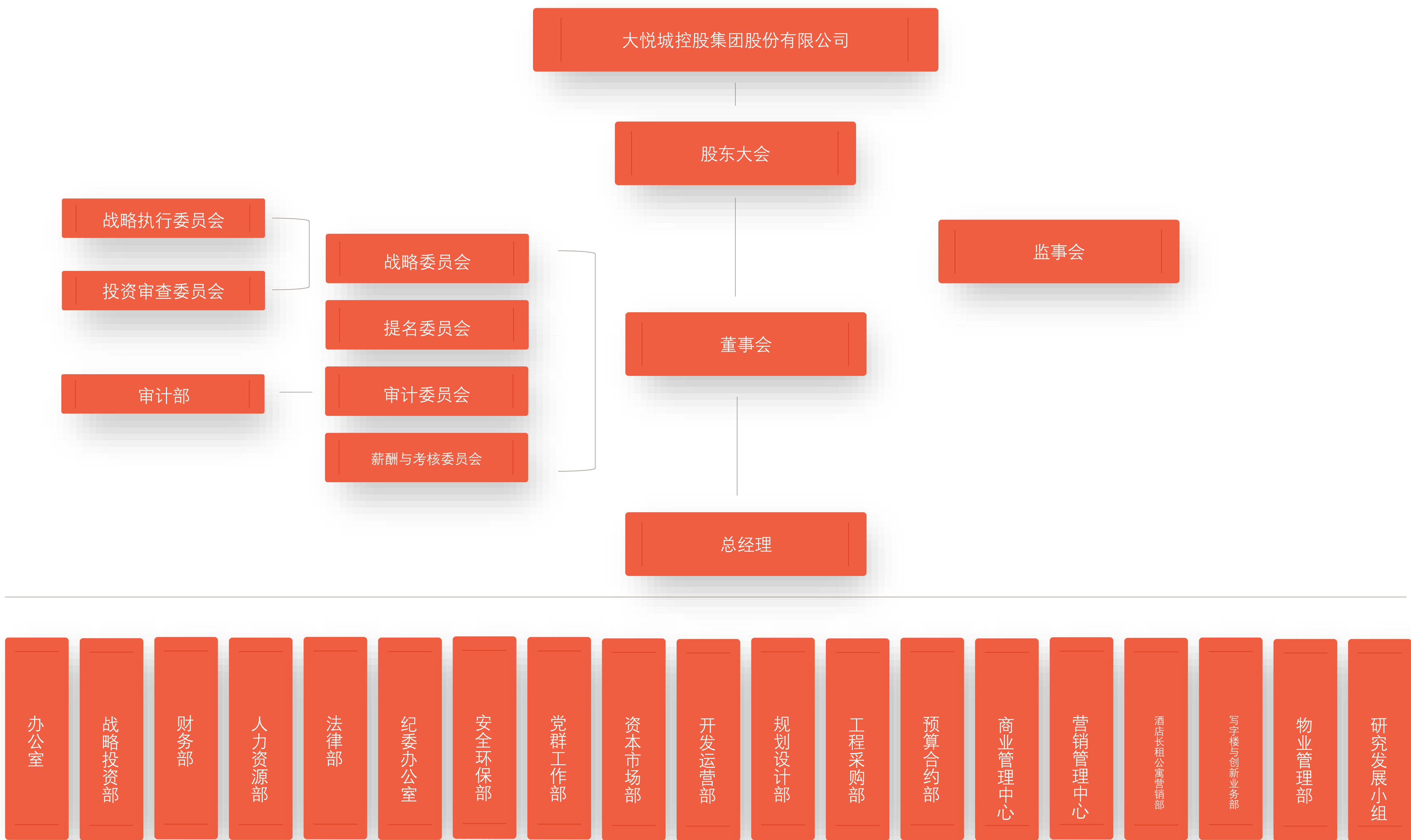
(四) 公司治理

公司始终坚持规范的法人治理，严格按照《公司法》、《证券法》、《公司章程》和中国证监会、深交所的相关规定，建立符合公司发展的规章制度，形成了较为完善的法人治理结构。

股东大会、董事会及各专门委员会、监事会和经营层分级决策，规范运作，2019年全年累计召开股东大会3次、董事会12次、监事会4次。



公司架构



(五) 公司荣誉

2019年，大悦城控股凭借优秀的运营能力、良好的品牌形象，快速增长的业绩和多渠道融资途径赢得市场广泛认可，获得各领域奖项百余项。

其中入选国资委“双百行动”企业名单、连续三年荣获博鳌房地产论坛“中国地产风尚大奖”、中国房地产品牌价值排行榜中国商业地产公司综合实力排行榜TOP10榜首、商业地产·亚洲杯榜样力量领军企业奖、乐居财经研究院2019中国美好生活特别贡献企业和2019年度最佳商业地产、G20国际“双十佳”最佳节能实践奖、中指院2019中国物业服务百强企业TOP42等荣誉。



每一份荣誉，是对大悦城控股的认可，更是一份肩扛重担的使命。公司珍视各方的见证和认可，也将把荣誉转化为继续前行的动力，不忘初心、砥砺前行！



（六）企业文化

中粮集团作为国资委批准的以房地产开发为主业的央企之一，自上世纪90年代初就开始进入房地产领域，目前已有近30年的历史。

大悦城控股作为中粮集团旗下唯一的地产投资与管理平台平台，始终秉持中粮集团“忠于国计、良于民生”的使命，用保障国家粮食和食品安全的态度来建造房屋，致力于为人们提供美好的生活空间与服务。

大悦城控股以人为本，重诚信，勇创新。用心倾听，贴心服务，专业敬业，追求卓越，始终以国家赋予央企的使命为担当，以造福社会民生为己任，通过对品质追求和价值创造，力争为国家社会、城市价值、人民美好生活做出持续贡献。



“近者悦，远者来”

——我们以“悦”为名，图“生活至美，人心大悦”！

市场经济责任

- (一) 维护股东权益
- (二) 完善客户需求
- (三) 安全生产建设
- (四) 保障员工权益
- (五) 与合作方共赢

大悦中国 赋美生活

02

（一）维护股东权益

公司快速发展和股东的支持密不可分。2019年，公司严格履行信息披露义务，持续推进投资者保护工作的落地执行，高度重视股东回报，通过不断完善投资者保护机制，切实维护广大投资者的合法权益。

在兼顾公司的实际经营情况和可持续发展需求的基础上，公司重视对投资者的合理回报，积极实施连续、稳定的利润分配政策，引导投资者树立长期投资和理性投资的理念。公司高度重视投资者回报，不断增强回报股东意识，坚持现金分红回报股东。

截至2019年末，公司已连续十五年对投资者予以现金分红。此外，《公司2019年度利润分配及资本公积金转增股本预案》也已于2020年3月获董事会审议通过。

大悦城控股以高质量信息披露水平和高强度投资者交流活动保障股东权益。2019年，公司信息披露工作再次在深交所年度考核中为A等（优秀）。公司重视与投资者的沟通，通过多渠道与投资者互动沟通：

- 公司宣传栏进行宣贯，加强投资者教育
- 接待机构投资者5次
- 出席券商领略会27次
- 通过互动易回答问题超过150次，接听投诉者电话400余次

(二) 完善客户需求

1. 商业运营服务：

公司在商业运营上，一方面连通消费者，满足并引领多元需求，创造美好生活；另一方面为场内商户导入源源客流并给予倾力支持，与品牌方谋求共赢。

1.1 满足客群多维诉求

1.1.1 新意不断，优化体验

为进一步升维大悦城品牌引领性，为消费者提供源源新意，大悦城控股商业积极更新品牌资源。2019年全国各商业项目共计调整2175个品牌，调整数量同比增长50.9%，调整总面积占总可租赁面积的23.7%。同时为保证大悦城品牌基因的延续与传承，商业管理中心敏锐洞悉市场情况并及时更新核心品牌库，目前列为大悦城核心战略品牌的集团公司共计146家。

此外，2019年全国新开业品牌共计1217个，新开业品牌面积占比达到18.3%，其中首进城市或首进大悦城体系的品牌共计254个，在为大悦城品牌资源库补充新鲜血液的同时，进一步提升大悦城控股商业品牌的行业创新度。

为商业空间赋予更多审美品质
为消费者营造更优购物感受



(二) 完善客户需求

1.商业运营服务:

1.1满足客群多维诉求

1.1.2 触达内心，情感共鸣

十二年来，大悦城始终聚焦青年群体，深度洞察青年情感诉求，与消费者建立情感共鸣。2019年5月，借势“五四运动”百周年契机，全国品牌行动“浪出斜杠力Joy, up to Youth”在全国9座城市大悦城同期举行。

以“好奇力”、“开挂力”等五个维度解读当下青年特质，活动获得超9亿整体曝光量，总参与人次高达3000万，精准触达1897万粉丝圈层，落展两周内吸引全国320万观众走进12座大悦城观展互动。

同时，大悦城控股各商业项目原创IP造节，以“悦式”自造，与消费者构建情感认同。

静安大悦城升级“当夏天台节3.0”打造魔都打卡圣地；
天津南开大悦城与和平大悦城延续旺旺IP运维，吸引客群注意力；
祥云小镇针对家庭客群策动亲自类活动，与家庭客群形成共情；
杭州大悦城营造水秀梦境穿越展，上演视听盛宴；
烟台大悦城原创城市印象系列活动，打造城市特色地标.....

通过潮流尖端性和文化深度性IP孵化，强化消费者对品牌感知与认同，实现高黏度情感维系。



(二) 完善客户需求

1.商业运营服务:

1.1满足客群多维诉求

1.1.3 触达内心，情感共鸣

在“青年引力场”品牌行动指引下，各项目聚焦“青年潮”“青年浪”“青年宣”“青年场”“青年造”“青年赏”六大主题板块，举办多样化活动。2019年度，朝阳大悦城三大自主青年IP贯穿，落地20余项青年文化系列活动，聚拢多圈层青年，直接参与人数超过30万。其中，“青年说”线上线下联合界面新闻、KEEP等品牌，累计发起7期话题讨论，全年度收集20余万条UGC青年意见，实现青年社群共建共创。同时，沈阳大悦城原创噪悦青年文化节表达年轻态度、成都大悦城以“第三届青年节”打造新锐潮流青年聚点、西安大悦城打造100Beyond青年节……持续释放大悦城“青年时尚”品牌本质。

2019年，公司走访9个典型城市，采集1024份核心样本数据，1对1探访40位青年文化资深参与者，深入剖解13种典型青年文化，发布《2019大悦城青年文化白皮书》。聚拢青年小众文化参与群体，刷新青年群体多元价值观认知，与多重青年圈层形成价值联结，夯实大悦城青年文化感召能力。



(二) 完善客户需求

1. 商业运营服务：

1.2 联动商户互利共赢

1.2.1 带动客流，转化消费

2019年，公司商业条线对固有SP活动“大悦疯抢节”进行迭代升级，打造全新IP“大悦嗨新节”

大悦嗨新节”创新PR+SP营销模式，以展带售，突破行业同质营销瓶颈，被誉为“实体商业双十一”。

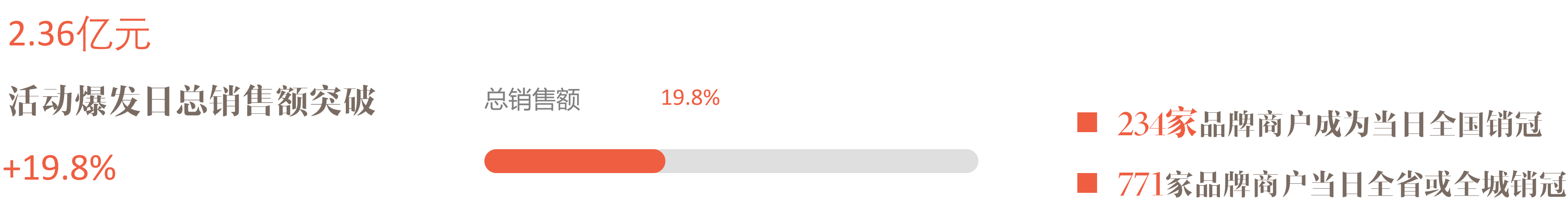
“大悦嗨新节”与“大悦疯抢节”形成大悦城控股商业“一年两节”模式，销售促进力与客流转化力显著。

与此同时，2019年全国各大悦城围绕项目属地特色，高频策动、多元发展，共举办活动1878场，广泛涉及文化、艺术、设计、体育、音乐、动漫等领域。

4月27日至5月4日，大悦城全新IP“大悦嗨新节”在全国9座城市同步启动



9月7日，第八届“大悦疯抢节”开启



(二) 完善客户需求

1. 商业运营服务：

1.2 联动商户互利共赢

1.2.2 精细运营，提升服务

公司商业条线以增加消费者好感度为目标，以帮扶并支持商户提升经营及服务为核心，建立属地化的精细化运营管理体系。

首先，为充分挖掘商户的潜力，各商业项目根据商户的租金、销售、履约等情况对商户进行分级分类精细化管理，与重点商户签订业绩合同，对不同类型商户提供不同的资源支持及帮扶指导。其次，强化场内公区管理、二装管理及现场经营管理的标准及细节，健全完善餐饮商户的食品健康安全管理规范，以不断提升场内整体经营环境。

再次，加强与商户的交流互动，建立商户访谈、商户大会、区经约谈、店长委员会等多种沟通体系，保证信息及时有效传递的同时，还能高效、平等的交换意见，形成良好的经营氛围。



(二) 完善客户需求

1. 商业运营服务：

1.2 联动商户互利共赢

1.2.3 消费场景，全维构筑

公司商业条线打通传统商业时空隔阂，延展营销渠道，为消费者提供全天候陪伴，构筑全维度消费场景。

移动大悦城是大悦城品牌打破消费空间限制的创新IP。2019年，大悦城在娱乐场景、出行场景、社区场景共策划并落地9个移动大悦城项目。作为资源整合的创新平台，移动大悦城携手摩登天空，落地上海、成都、西安三地草莓音乐节，移动大悦城落地上海浦东国际机场，促成国内商业地产品牌与机场空间首次跨界合作；同时落地北京京西祥云等4处住宅的售楼处，覆盖社区场景。

同时，作为对线下消费渠道的有利补充，西单大悦城于2019年12月21日上线小程序商城，打出线上线下“组合拳”，成为首家试水线上商城的大悦城控股商业项目。



■西单大悦城小程序商城首批入驻场内商户超40家

■包括UGG、FURLA、ADIDAS、Champion、KAPPA串标、MOUSSY+、欧舒丹等，品类俱全，日活量过万

■小程序商城打破线上线下的场景边界，挖掘销售增量，实现零售业态的全渠道升级

(二) 完善客户需求

1. 商业运营服务：

1.3 会员体系整合升级

2019年，借助大悦城控股整合契机，公司商业条线会员体系整合升级，借助物联网、爱奇艺、银行等外部资源，有效拉新会员160万，精准营销，活跃会员高达42万。

公司商业管理中心统一各大悦城项目会员体验中心“悦客会”，通过升级名称、视觉VI及功能布局，整体提升大悦城会员品牌形象，深化完善会员深度运营，增强会员粘性，提升大悦城会员归属感及优越感。

同时，商业条线持续深耕头部会员，探索购物中心首个付费会员模式。

此外，结合大悦城丰富的IP展览资源，公司商业条线在2019年9月疯抢节，为全国会员推出消费满额送“展展自喜卡”的福利，持该卡可在全国大悦城及祥云小镇享受一年期“免费展优先看，付费展免费看”的特权。付费会员制度和“展展自喜卡”福利推出，均通过高效能的权益提升会员粘性



2019年，西单、朝阳、沈阳、静安、南开5家大悦城首发，

推出**大悦城付费会员**。



▲ **合计转化15386人**

带动场内销售2.21亿元

▲ **14980元**

付费会员人均消费金额

非付费的会员的4倍

▲ **29次**

人均购买频次

非付费的会员的6倍

(二) 完善客户需求

1. 商业运营服务：

1.4 智慧商业支撑保障

“悦·云”智慧商业系统由公司自主开发。其从大悦城自身的管理运营体系出发，实现流程的线上化与数据的标准化，实现以会员信息为中心的全套商业运营管理系统。



对行业不断发展新态势，在“(B+b+C)2c”战略指引下，大悦城控股商业正不断发挥平台作用，整合品牌商户资源，紧抓头部用户，强调内容共建，连接并反馈消费者，打造品牌与消费者的秀场，为实体商业贡献源源不断的灵感。

2. 物 业

2019年为大悦城控股物业的基础建设年，确定以满足客户需求为导向、客户满意为目标的工作方针，并围绕该工作方针，从提高客户满意度指标权重、历史遗留问题梳理、现场品质检查、精益化管理、示范区建设、客户拜访、增加社区文化活动频率等方面开展各项工作。

2.1 客户需求调研方式

全面、仔细的研读和分析第三方客户满意度调查报告、客户之声

全面落实客户拜访制度，年度客户拜访率100%，部分客户多次拜访

召开业主恳谈会

物业管家群、业主群

物业部春季、秋季品质巡检小组随机抽调业主约谈等方式

0 1

0 2

0 3

0 4

0 5

(二) 完善客户需求

2. 物业

2.2 客户满意度提升举措

2.2.1 围绕第三方客户满意度调查结果

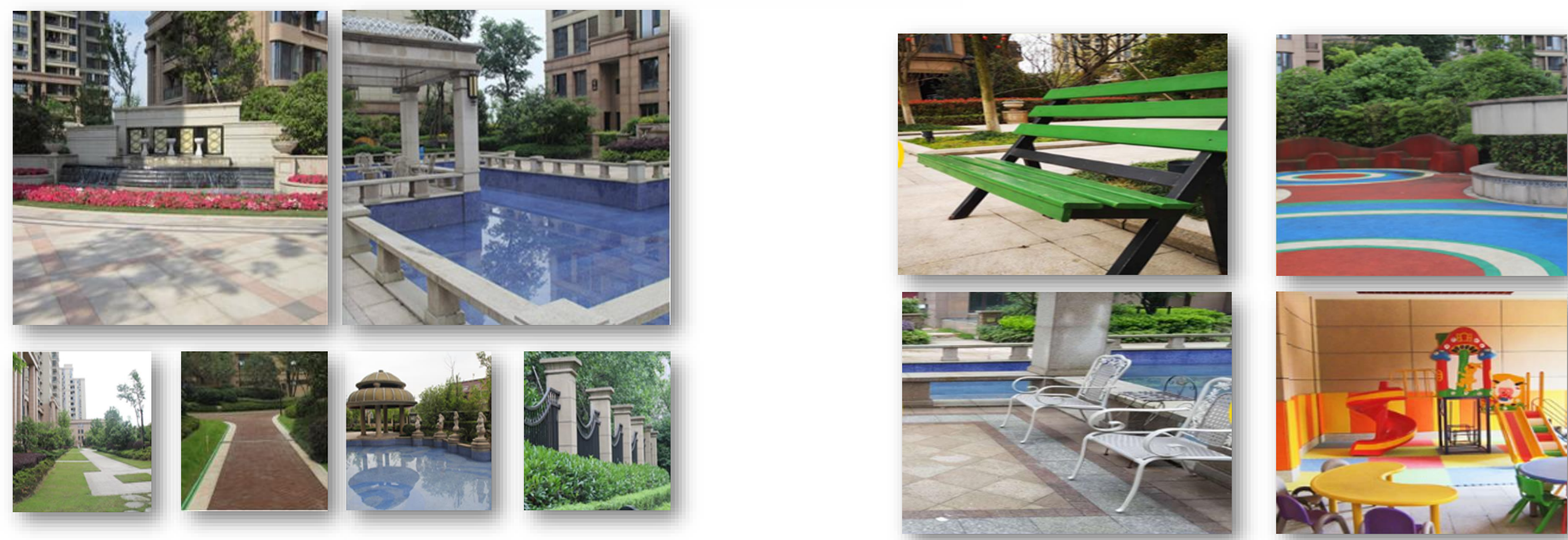
认真研读客户之声，寻找问题，制定满意度提升报告和年度满意度达成目标，并将目标纳入年度业绩合同，提高考核权重。

2.2.2 完善品质巡检机制

成立品质巡检小组，围绕现场客户满意度和品质管理提升目标，多次修订品质巡检的内容、标准、权重等，持续完善品质巡检机制，以达到持续提升服务品质的目的。2019年品质巡检小组分别组织春、秋两季的品质巡检工作，各项目均有较大幅度的提升

2.2.3 完善品质巡检机制

示范区打造
以深圳凤凰里、北京祥云国际项目为南、北示范区打造标准



精细化管理

- ◆建立以客户需求为导向的客户服务体系，从客户接待流程、安全维护、环境品质、案场服务四个专业维度开展精益化管理提升。
- ◆完善和优化工作标准/规范52个，规章制度9个，工作流程14个，记录表单16个、应急预案11个。

(二) 完善客户需求

2. 物业

2.2 客户满意度提升举措

2.2.3 完善品质巡检机制



现场品质提升

节假日花卉点缀，营造气氛



2.2.4 丰富多彩的社区文化活动

■ 中国传统节日、日常主题活动（暑期亲子、夏日送清凉、冬日暖人心、跳蚤市场、便民日……）、西方流行节日等开展社区互动，全年累计组织378次，47000人次参与。



2.2.5: 增值服务

01

点滴祝福

在业主搬家或生日时为业主送上慰问



02

设备检修、空调清洗

夏季为业主检查空调、免费提供空调滤网清洗服务

03

空置房服务

对空置房进行卫生清扫、帮业主照料家中宠物及花草等



04

为新人布置婚庆场景

为结婚的业主免费布置婚庆场景，营造喜庆、温馨氛围

05

服务空巢老人

为孤空巢老人提供特别服务



(二) 完善客户需求

2. 物业

2.2 客户满意度提升举措

2.2.6 服务创新

- 邀请业主参与共管共治、邀请业主参观设备房。积极参与当地各级政府/机构参与举办的主题创建活动。



服务创新

杭州云涛名苑成功创建萧山区首个“最美家园”项目。



第三方客户满意度调查结果显示

满意度

公司物业2019年整体满意度较2018年提升8分

80%

有较大服务的提升

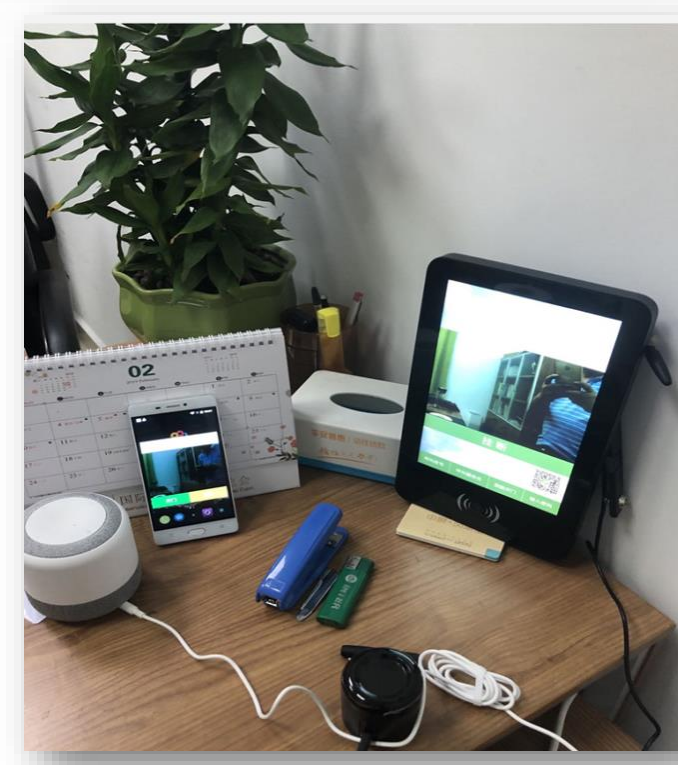
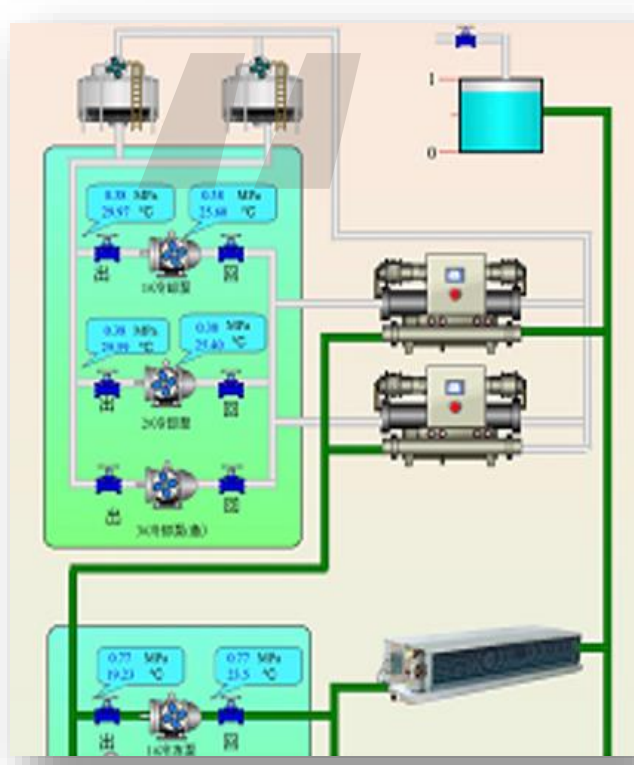


2.2.7 科技创新



科技创新

EISS系统平台微信报警系统、智能微信门禁网线版的开发和升级



二维码设备设施巡检系统的搭建和应用



(二) 完善客户需求

3. 住宅

2019年，公司着力推进销售型业态400客诉平台的系统化建设。

3.1 客户满意度提升举措

3.1.1 加强400热线推广

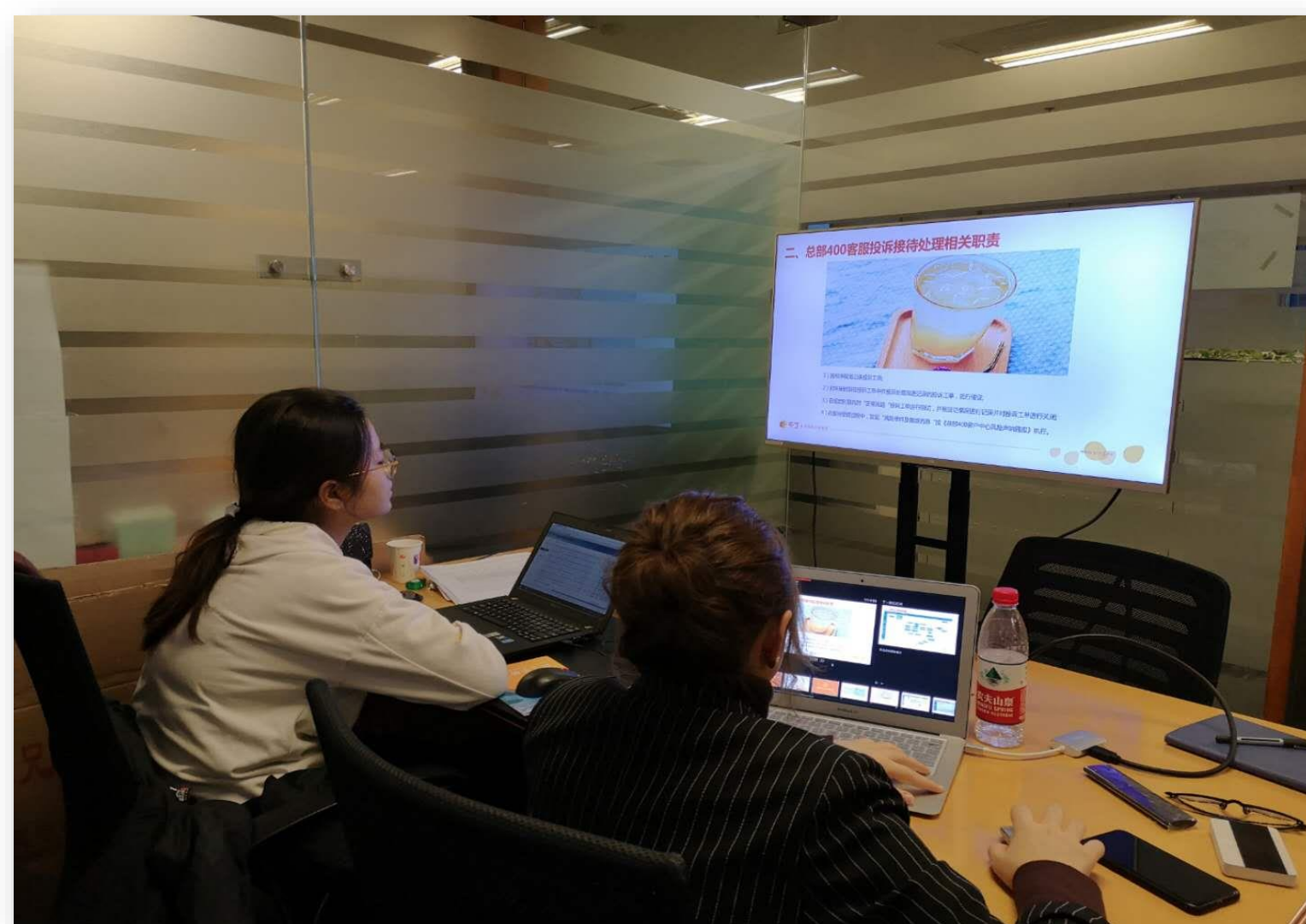
加强公司400客户服务监督热线渠道推广，规范了在销售及交付环节对400热线及悦客会平台的展示要求，并通过后续的风险检查制度及满意度回访工作对渠道推广进行监督。打造大悦城控股诚信、透明的品牌理念，增加客户的信赖感。



3.2.2 完善内部制度

2019年制定并下发了《大悦城控股销售型业态客户报事处理操作指引》，对区域公司处理客户常见的投诉、咨询、报事报修工作流程进行了规范和统一

并明确了《大悦城控股总部400客户中心风险声呐通报机制》，明确了重大风险投诉事件的预警机制。



(三) 安全生产建设

“建制度、定标准、勤检查、优化流程和技术创新、提升团队”

- 工程质量第三方评估得分从2017年第一季度的81.86%，提升到2019年第四季度的91.96%
- 2019年 公司推动安全环保工作落实,督促各区域公司向下分解安全责任，要求各网格责任人一一签订《年度安全管理网格化责任书》并推进落地执行。
- 2019年 公司组织并开展全覆盖区域公司及项目检查2次、飞行及专项检查9次，检查149个项目，历时174天，排查治理问题隐患5663项。

- 2019年 公司以安全绩效评估为抓手，持续对各区域公司开展公正、公平、科学的安全绩效评估，并按照设置的评比规则颁发安全管理专项奖励,正向引导各区域公司增加对安全管理工作的关注与投入，不断提升自身安全管理水平。
- 全年下属19个基层项目分别获得国家级、省级、市级安全文明示范工地荣誉称号。



保障建国70年大庆公司领导赴项目现场开展专项检查



观摩应急演练



开展全体系燃气应急演练

(三) 安全生产建设

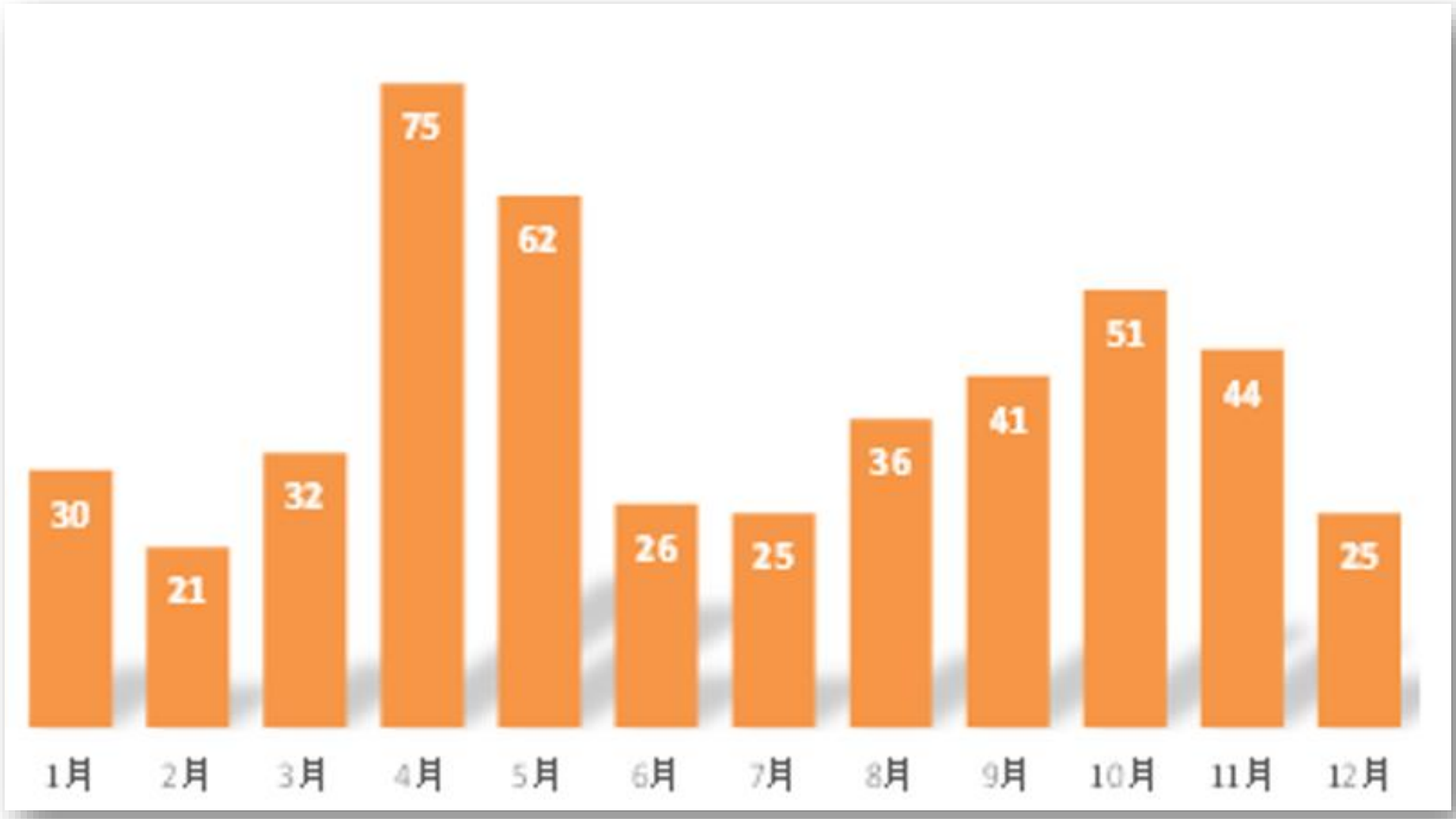
“建制度、定标准、勤检查、优化流程和技术创新、提升团队”

■ 2019年，公司持续聚焦安全风险分级辨识管控和隐患排查治理两条主线，推行双重预防机制建设，分级管控安全风险，落实各级安全责任，不断优化双重预防机制建设顶层设计，推进试点建设，总结固化指导思想与工具，选取5家大悦城及18家开发建设项目进行复制推广。

■ 2019年，公司建立并完善关键安全管理数据统计、分析信息系统，在持续推进危险作业及监督检查两大功能模块使用并纳入考核的同时，推进教育培训、值班管理、违约追偿、二装管理及风险管控等功能模块开发，在线系统功能得到进一步加强，精准查找各区域公司安全管理薄弱环节，通过后台大数据分析，精准发力。

■ 此外公司开展消防、燃气、室外照明等专项治理，管控重点风险；开展为期50天的“力保安全生产，喜迎七十华诞”安全生产专项行动，积极落实各项隐患排查及值守工作，圆满完成“保安全、保稳定、保大庆”的重要政治任务；组织安全讲坛培训33次，覆盖核心团队、安全管理人员等八类人员，共1997人次；组织开展首次全系统燃气专项演练，多方力量联动，达到了锻炼队伍、提升能力的目的。

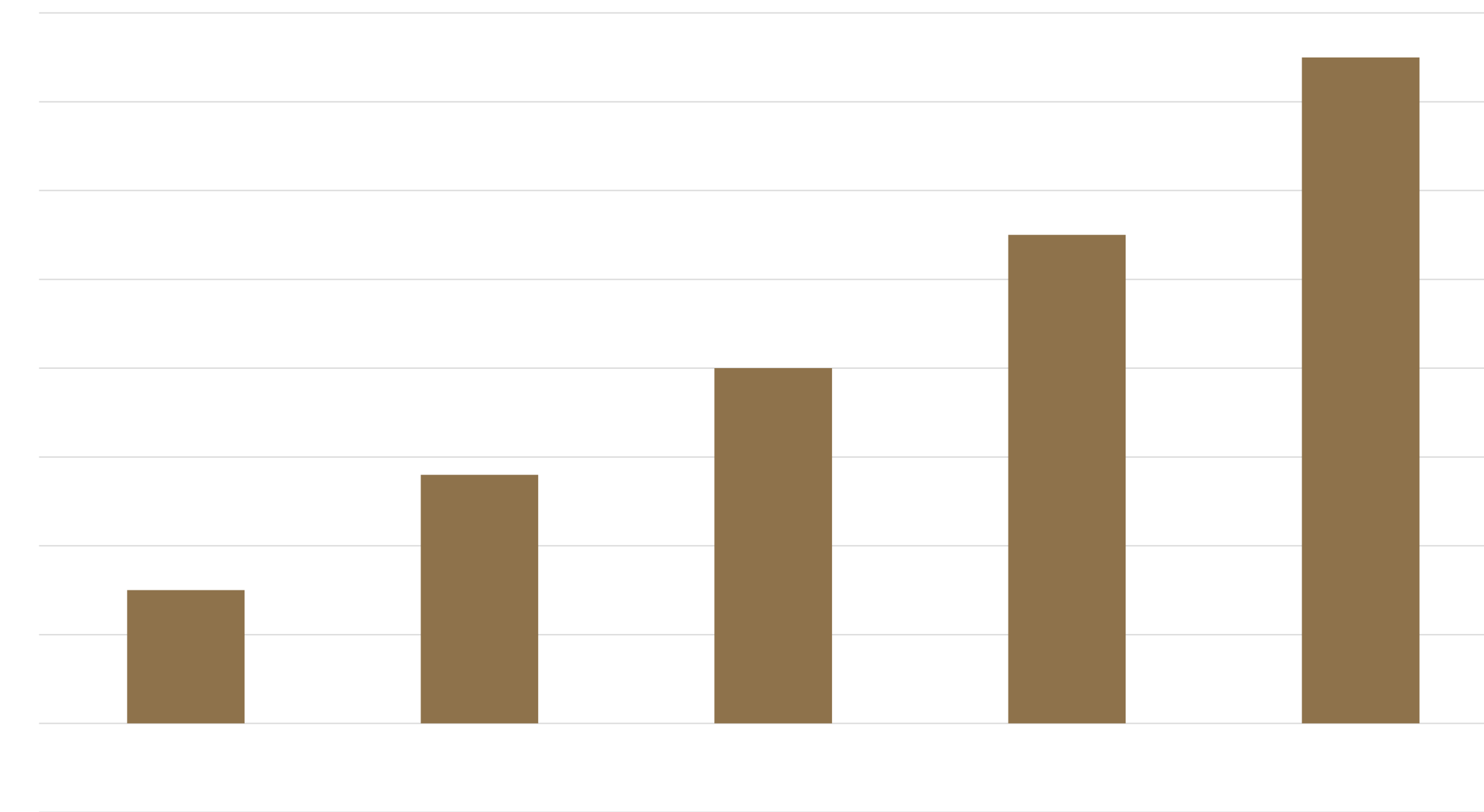
“全年检测**12家**大悦城运营项目**7345项**，共开展各类检查共计**468次**，发现隐患**10028项**”



(四) 保障员工权益

4.1 人才选拔与培养

■公司股持续强化雇主品牌建设，着力打造“优悦生”校园招聘计划。2019届“优悦生”校园招聘共引进应届生303人，其中，硕士生占82%，国内985、211院校毕业生占74%。



公司历年校园招聘人数呈递增趋势

不仅有诚意满满的领导，还有非常亲切的校友师兄们，为初入职场的我们出谋划策，让我们能够大展宏图，开启新的征程！

--清华大学 宋同学

一路走来，遇到了专业又充满亲和力的面试官，结识了亲切活跃的各位优悦生，感谢公司对我的信任，必倾尽所学，不辱使命，与各位未来同事携手，建设更加美好的COFCO LAND！

--北京大学 吴同学

非常荣幸能够加入中粮大家庭，与大家一同奋斗。因为热爱，所以选择，“优”创项目，“悦”动未来！

--清华大学 李同学

2019届部分开发线管培生入职心得



2020届校园招聘座谈会现场



“优悦生”校园招聘宣传折页



“优悦生”校园招聘主视觉



“优悦生”校园招聘线上宣传推广



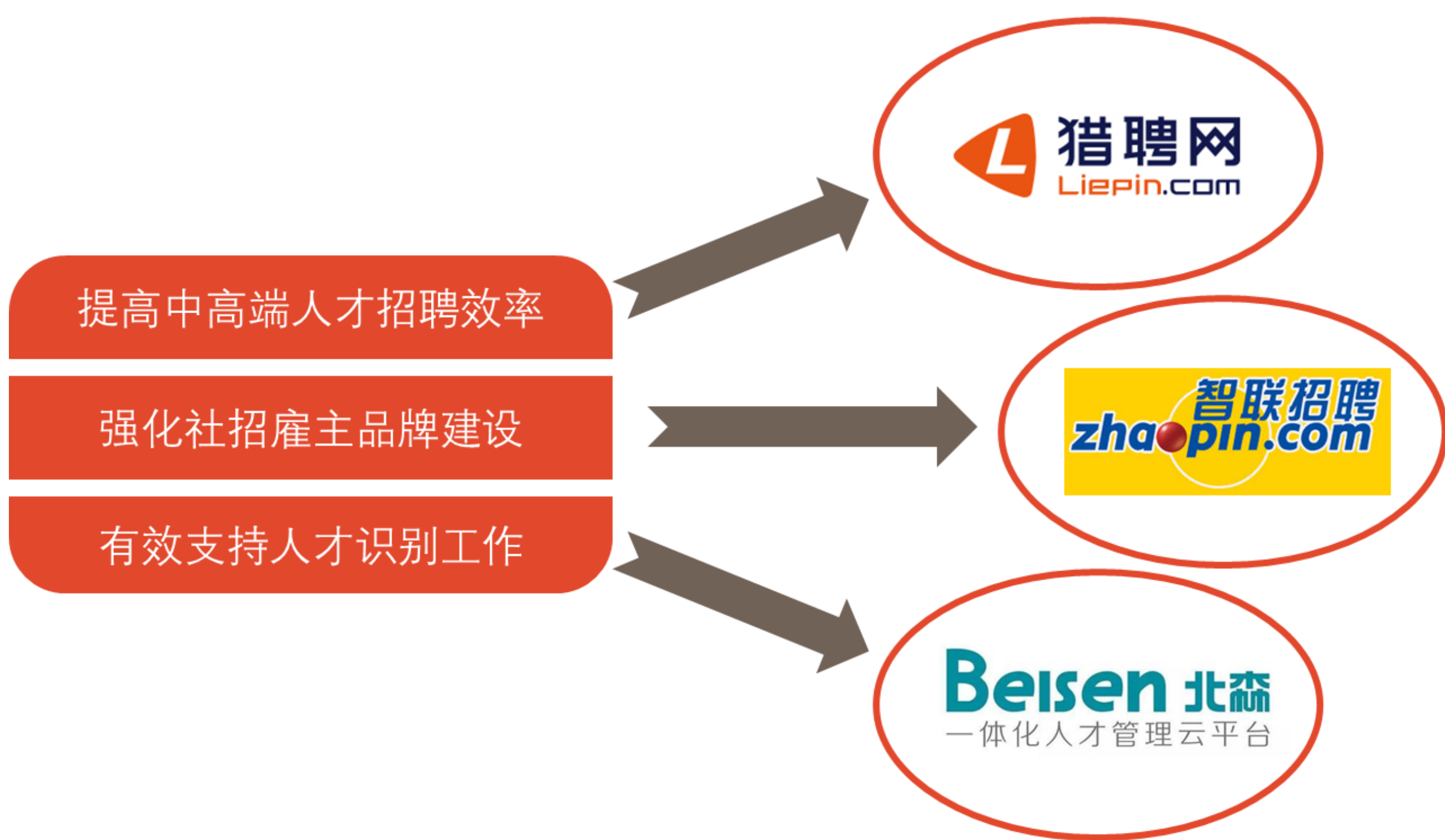
工作环境优雅

(四) 保障员工权益

4.1 人才选拔与培养

为进一步加强人才储备，推进公司“十百千”人才战略，公司持续推进社会招聘“猎马计划”，对人才进行有效识别，激发组织活力，持续把控科学合理的人才队伍结构。

大悦城控股与多家人力资源网络服务平台开展合作



“竞马计划”是公司挖掘优秀人才、定点精准配置的重要途径，以内部公开竞聘为主要形式。内部竞聘工作开展以来，累计300余人参加竞聘。



“竞马计划”内部竞聘会现场



“竞马计划”线上线下同步宣传

“竞马计划”

(四) 保障员工权益

4.1 人才选拔与培养

公司注重各层级关键岗位后备力量的培养，持续推进岗位ABC机制，打造人才梯队，充实人才储备，为公司的业务发展注入不竭动力。

2019年公司持续深化年轻管理人才队伍的建设，为有较高发展潜力的年轻人提供广阔的平台。

同时，通过内部竞聘“竞马计划”、轮岗锻炼“换马计划”、为青年员工打造的基层锻炼“育马计划”，深化内部人才交流，畅通内部人才流动渠道，深化“人才一盘棋”人才培养战略

大悦城控股与多家人力资源网络服务平台开展合作



公司目前已建立起以“高管短训班”、“金舵手”、“金种子”、“铸剑计划”、“新悦训练营”、“启明星训练营”等培养计划为核心，以“悦讲堂”平台为辅助的人才培养体系，

同时，深度挖掘公司内部课程，盘活内部培训资源，建立了一支专业、系统的内部培训讲师队伍。

(四) 保障员工权益

4.2 薪酬激励与绩效考核

4.2.1高整体薪酬水平、完善薪酬福利体系

- 公司对标行业标杆，在业绩提升的情况下稳步提高员工的整体薪酬标准，保障员工的生活水平，并保持市场竞争力。

4.2.2推行业绩导向的薪酬分配机制

- 公司注重业绩责任意识，根据战略需要，对每一项业绩指标进行层层分解，切实做到“千斤重担人人挑，人人肩上有指标”。员工薪酬调整与业绩考核结果关联，鼓励员工主动担当、主动作为。

4.2.3建立绩效反馈及申诉机制

- 为确保每位员工能够得到公平公正的对待，公司建立了完善的绩效反馈及申诉体系，积极推动上级主管领导与下属对业绩表现进行沟通面谈，鼓励员工及时发现问题，制定改善计划，与公司共同成长。



(四) 保障员工权益

4.3 员工关爱

4.3.1持续优化异地工作人员配套保障机制，彰显组织关怀

■2019年，大悦城控股优化完善异地工作制度，出台《大悦城控股集团股份有限公司异地工作人员管理办法（修订）》，优化异地办公人员福利待遇，进一步为异地办公人员解决后顾之忧。

4.3.2完善发布2019版《大悦城控股员工手册》

■借助公司战略整合、品牌焕新契机，完善发布2019版《大悦城控股员工手册》，助力新员工认识组织、了解组织、融入组织，增强组织归属感。

4.3.3完善优化公司休假制度与休假审批系统

■持续完善优化公司休假制度，升级公司休假审批系统，将更新细则实施落地。一方面，明确员工参加子女家长会可凭相关通知给予半天全薪假；另一方面，将年休假余额可用时间延长至次年3月底，充分考虑员工春节前后休假需求。

4.3.4持续施行员工年度健康体检计划，关爱员工健康

■大悦城控股坚持施行员工年度健康体检计划，体检科目覆盖全面，帮助员工及时掌握身体动态。公司倡导“工作与生活平衡”的理念，切实关爱员工健康，年度体检计划开展期间提醒员工积极参与，并探索建立员工健康档案，助力员工以阳光、健康、向上的身心状态迎接每一天。

（五）与合作方共赢

- 公司致力于开发和遴选优质的工程类供应商资源，建立并维护供应商库，为所属项目的工程建设提供优质的供应商资源。2019年，公司持续拓展供应商库，包括土建总包单位和机电、幕墙、精装、园林等专业工程分包单位，供应商库逐渐丰富、完善。截至2019年底，集团总部供应商库包括工程、设计、合约、营销等类别共529个单位。
- 公司建立供应商履约评价和动态管理机制，持续优化供应商资源。
- 2019年，公司颁布了《大悦城控股供应商管理办法》等相关供应商管理制度，规范化集团总部和各所属城市公司对供应商的管理措施。建立线上供应商管理系统，从出入库审批到履约评价等管理动作实现线上操作。

2019大悦城供应商大会



社会公益责任

- (一) 精准扶贫
- (二) 各地慈善公益活动
- (三) “悦公益”、“悦城跑”品牌公益活动
- (四) 防控新冠疫情

大悦中国 赋美生活

03

（一）精准扶贫

2019年，公司严格落实年度扶贫计划，聚焦产业扶贫，结合实际统筹推进民生扶贫、智力扶贫、教育扶贫，扎扎实实践行扶贫责任。公司全年对外捐赠1941.83万元，向四川省甘孜县拨付资金579.4万元，公司及控股子公司通过公益基金捐赠1362.43万元。



派驻扶贫干部并开展调研



“ 扶 贫 我 们 在 路 上 ！ ”



中粮集团援建希望小学

- 资助甘孜县呷拉乡五个贫困村、来马镇觉日村百村产业基地集体经济
- “格萨尔王城”城寨经营点的基础装修
- 发展教育帮扶，援建甘孜县民族中学“中粮教学楼”基础建设和教育设施设备采购
- 援助甘孜县团委青年创业基金及呷拉乡小学学生购置文具、校服等
- 采取扶智扶志，培训甘孜县干部职工、专业技术人员
- 援助甘孜县人居环境“养成好习惯基金”费用
- 援助甘孜县来马镇觉日村困难救助事项。

(二) 各类慈善公益活动



“赋美生活·一路童行”活动



倡行“垃圾分类”



健步活动



慈善助学

“



公益

我们在路上！

”

(三) “悦公益”、“悦城跑”品牌公益活动



赛前抽签



全体参与



群体协力



内心认同



（四）防控新冠疫情

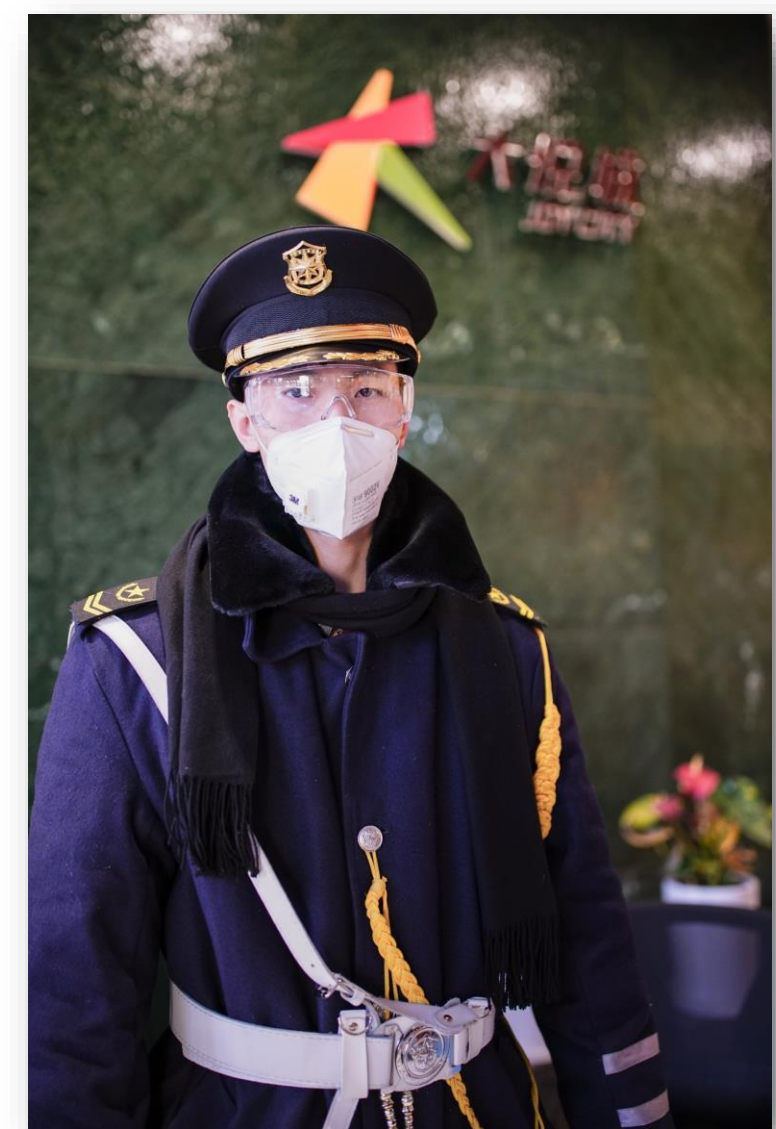
2020年初，新冠病毒感染肺炎疫情为全国人民的生产生活带来了不同程度的影响。公司作为中粮集团旗下唯一地产投资和管理平台，坚决贯彻落实党中央、国务院决策部署，将控股股东中粮集团“忠于国计、良于民生”的企业使命变为行动，主动承担央企的经济责任、政治责任与社会责任，发挥大悦城控股的业务特色与中粮全产业链资源优势，支援湖北及全国各区域的疫情防控。

4.1 捐赠千万，采购酒精蔬果驰援抗疫

公司始终将消费者、客群及业主的健康安全放在首位。疫情期间，大悦城控股物业、运营团队坚守于每一个社区和项目，确保日常运营服务得以有序开展，为业主的安康保驾护航。”

2020年1月29日，公司通过武汉市慈善总会捐赠现金1000万元，驰援抗击新型冠状病毒肺炎前线。

借助中粮集团的产业资源优势，疫情发生以来，公司从兄弟公司中粮生物科技采购近500吨酒精定向捐赠武汉、长沙、北京、南京、苏州、成都、杭州、沈阳、三亚、重庆、台州、成都、眉山、黄冈、深圳、江门等近20个地区政府，助力当地防疫工作；此外，还采购105吨海南冬季瓜果蔬菜，于2月12日送往武汉。



（四）防控新冠疫情

4.2 “中粮家族”齐上阵，守护餐桌、传递信心

2020年2月下旬，公司与中粮旗下多家专业化公司联合发起“同心战疫，驰援一线——中粮集团守护白衣天使爱心餐计划”，利用中粮集团的产业链优势，为驰援武汉同济医院中法新城分院和武汉同济医院光谷院区抗击疫情一线的共计366位“白衣战士”提供日常餐饮、宵夜，及相关食材的配送保障。

此外，大悦城控股协调旗下多业态屏幕资源，在全国近50个项目的屏幕上全天滚动播出中粮及旗下10个知名品牌特别制作的“万众一心，抗击疫情”公益短视频。



2020年3月4日，公司发起的“致敬天使，守护牵挂”移动大悦城爱心公益行动正式上线，通过移动大悦城线上平台搭载行业领先的教育、运动等头部品牌，为驰援武汉及全国一线的医护人员家庭提供免费的优质资源支持，将丰厚的免费优质儿童教育课程与权威健身课程资源，直接传递给驰援武汉抗“疫”一线的医护人员工作者的亲属手中。



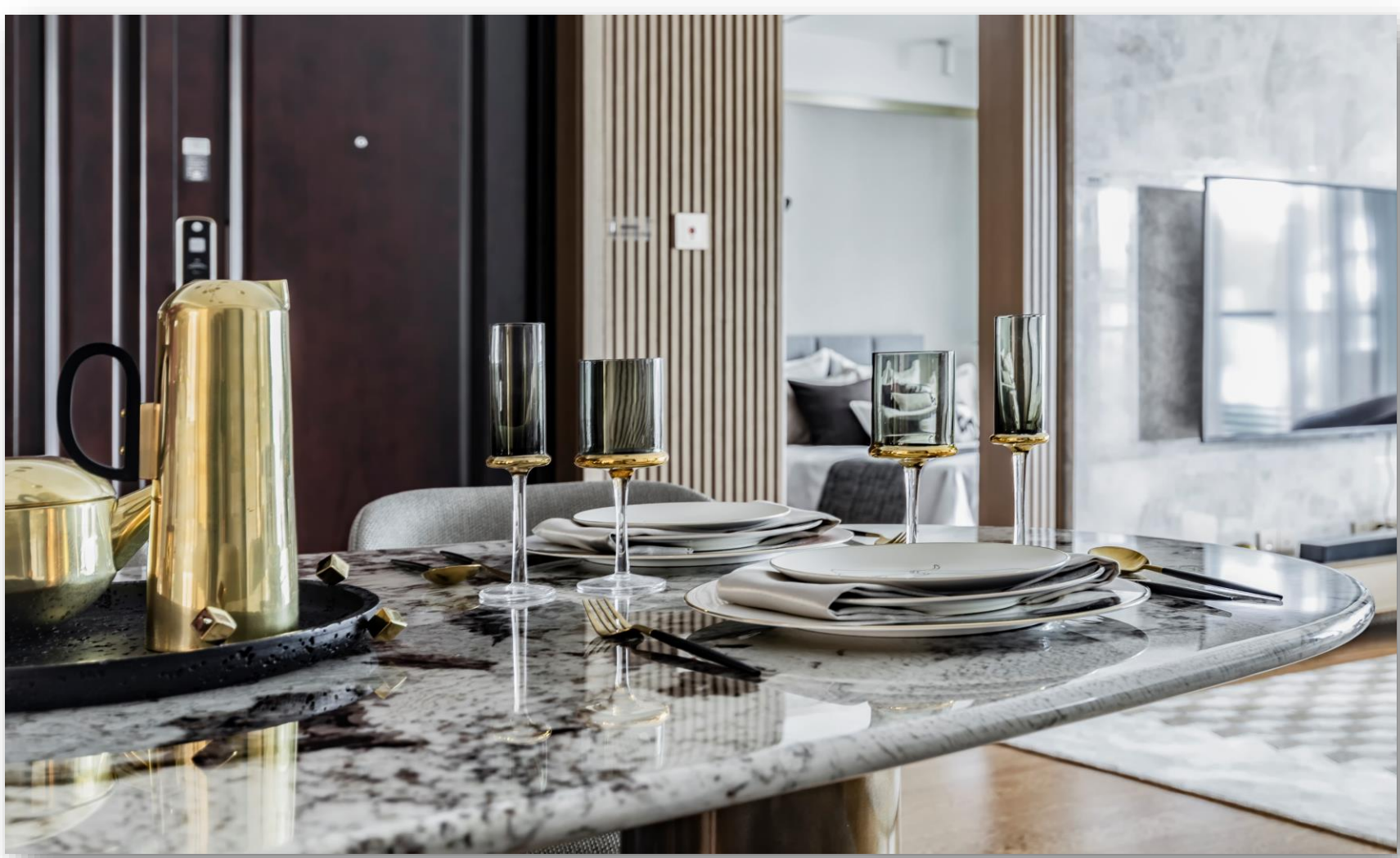
(四) 防控新冠疫情

4.3 不忘使命，健康赋能筑好房

新冠肺炎疫情引发了人们对健康生活方式及理念的再度思考。作为城市运营商和美好生活服务商，公司于2020年2月启动“健康赋能行动”工作。

公司产品研发团队以使用者的实际需求为出发点，创立了“3H”健康成果体系。

“3H健康居住体系”围绕“打造大悦城高品质健康住宅产品”而展开，从防菌杀菌、空气、水、光线、身、心六个维度展开，对细项内容、实施效果及适用项目类别做了详细阐述；是公司阐释“大悦中国，赋美生活”品牌理念的又一次落地实践。



绿色环保责任

- (一) 绿色设计
- (二) 绿色施工
- (三) 绿色社区
- (四) 办公社区

大悦中国 赋美生活

04

(一) 绿色设计

大悦城控股在项目建设过程中，始终关注资源的节约和环境的可持续发展，自研发设计阶段起便秉持“绿色低碳、环境保护”的理念，并且希望能够把这一理念与客户、市场进行紧密的融合。

近年来，大悦城控股在绿色建筑方面成果显著，在旗下开发的住宅、办公和商业项目中均获得了多个国内外高含金量绿色建筑认证。



获得奖项



大悦城控股一直致力于打造“绿色大悦城”，推动大悦城商业综合体成为国内、国际领先的绿色商业综合体标杆。秉持“绿色大悦城”核心理念，在国内率先提出“能效目标全过程管理”，综合考虑项目初投资、整体开发进度、实际运行能耗及能源使用效率的创新绿色地产开发模式。

此外，2019年大悦城控股受邀参编《公共机构建筑机电系统调适导则》及《暖通空调系统调适设计技术导则》，为国家标准的制定贡献经验与力量。

远超行业均值 3.5

冷站综合能效达到 4.4

比同规模项目节约能源费用约 500 万元/年

年节能量约 408 万度电

每年可减少

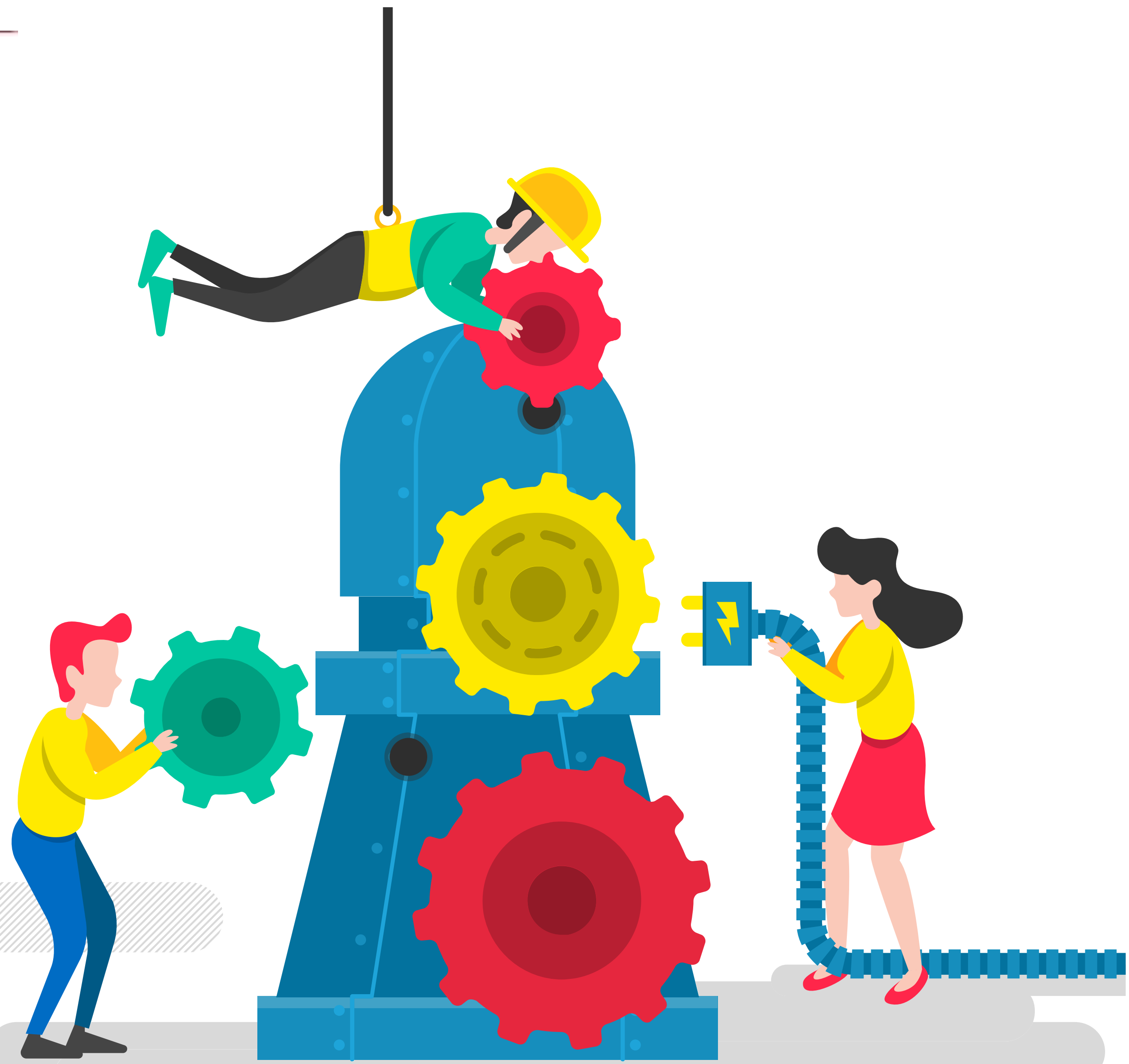
二氧化碳排放 4293.4 吨、
二氧化硫排放 32.6 吨、
氮氧化物排放 27.71吨

（二）绿色施工

2019年，大悦城控股下发《关于开展生态环保攻坚专项行动的通知》，成立生态环保攻坚专项行动领导小组，由董事长任组长。专项行动聚焦强化生态环境风险意识，补齐管理短板和薄弱环节，要求对公司环保工作合规性现状调查摸底，总结现状中存在的问题和取得的成绩亮点，完善环境管理机制体系。结合春季、年终安全环保督查专项行动，

2019年，公司以《年度安全环保责任书》为抓手，切实落实“一岗双责”，形成全员参与的污染防治责任体系，推动各层级落实主体责任。通过多种形式开展法律法规宣贯及生态环保违法违规事件警示教育，对最高检发布的《关于办理环境污染刑事案件有关问题座谈会纪要》《中华人民共和国固体废物污染环境防治法（修订草案）》等进行传达解读，切实提高公司全员法治意识和法律素养，牢固树立“绿水青山就是金山银山”的生态文明理念。

“ 六个 100 % ”



（二）绿色施工

2019年，公司聘请第三方（专业机构），开展运营项目环保（排污）调研摸底暨污染物监督性监测专项行动，以期积极排查环保工作隐患，切实解决环保问题，降低环保事故风险，根据调研结果，公司目前正在探讨各大悦城污染物处理设备提标改造可行性，为污染物减排作出积极贡献。2019年，各持有运营项目已推进环保提标改造7项，共计投资1536万元。

2019年1月，公司旗下亚龙湾（二期）污水处理厂投入试运行。亚龙湾（二期）污水处理厂紧邻一期污水处理厂，占地面积12亩，项目总投资4600万元，设计处理量1万吨/日，采用PTA2O处理工艺。亚龙湾污水处理厂的建成运行，极大地改善了三亚市的水环境，对治理污染、保护当地流域水质和生态平衡具有十分重要的作用，同时对改善三亚市的投资环境，实现三亚市经济社会可持续发展具有积极的推进作用。

2019年，公司严格管控施工过程中建筑垃圾的处理，从收集、存放、转运，都有专人负责，不同的施工垃圾采取分类处理，努力营造施工建设与驻地生态文明和谐共进的良好氛围。同时，公司鼓励项目主动创新，在技术上发力，加大建筑垃圾减量化处理及资源化利用。如公司下属宝安大悦城在项目拆除过程中，主动推行绿色节能新工艺，建筑废料“变废为宝”，可再利用率达95%，多次受到深圳市宝安区政府表扬及宝安日报刊登，并作为全区观摩学习工地，在全区推广、学习。

“



保安日报刊登

2019年10月30日宣传会现场情况

”



（三）绿色社区

公司重视社会环境提升，不断提升园区绿化率，持续做好**园区环境美化**。旗下各区域公司/城市物业分公司积极响应当地政府垃圾分类政策，协助社区做好垃圾分类的宣传、引导和督促等工作。其中云涛名苑、方圆府均并被所在街道列入“垃圾分类示范小区”，深圳澜山花园垃圾分类3.0版通过验收。

公司旗下北京大区公司，2019年5月初，结合现场路灯开关控制方式综合测试、试验结果，最终采用光控原件来替代原有时钟控制路灯工作。此项工程改造结束后，缓解了因天气时节原因导致的路灯工作时间与现场实际照度不符合的问题，同时，大大降低了能源费用。

公司旗下华南大区公司深圳项目依据《ZLDCWY-TY-GC-03节能降耗管理规程》要求，规范日常保洁清洗程序，降低小区保洁用水量；推行喷滴灌等节水措施，最大限度减少绿化用水；大力提倡节约用电；新项目推广加装EISS系统，通过公共照明和远传计量子系统，对公共照明进行自动控制，对用电设备实时能耗分析，确保设备节能运行的最大化。在管17个项目同期对比，电费较2018年节省86375.01元。



现场清洁作业投入全自动洗地机设备



祥云广场和天悦壹号的EISS系统



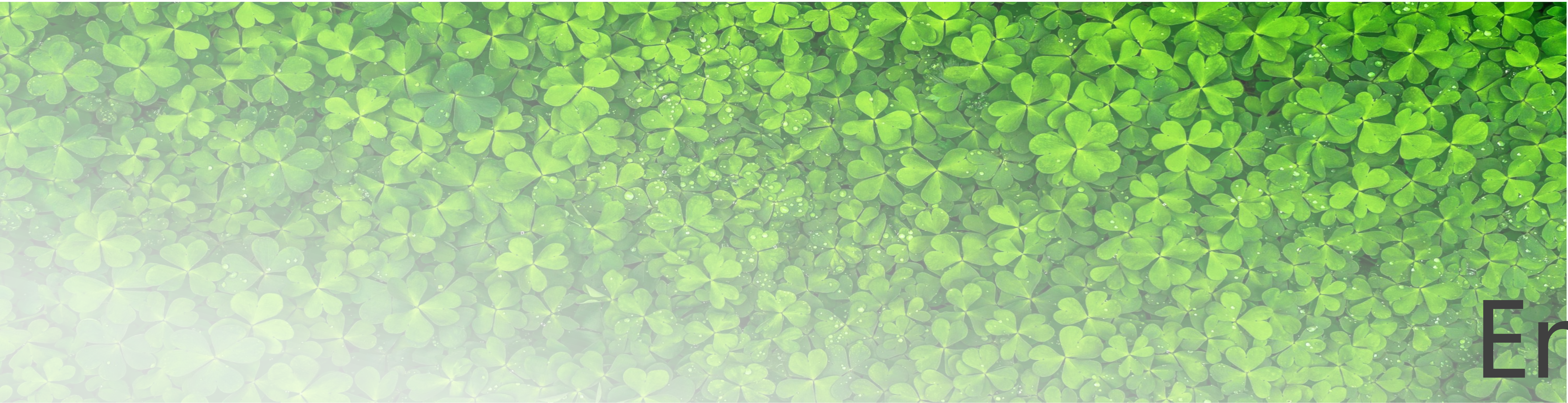
研发了EISS系统公共照明进行自动控制，实现用电设备实时能耗分析。



（四）绿色办公

公司重视绿色环保办公。鼓励鼓励员工使用公共交通出行，合理使用设备、用完即关，下班、节假日前关闭总电源，合理使用空调、温度设定不低于25摄氏度；加强节水、节电、垃圾分类宣传教育；日常收集纸箱、报纸、杂志等废品循环再利用。2019年，公司自行回收回收的荧光灯管的个数1315个、回收的硒鼓个数85个。

公司在2019年8月份，在北京中粮福临门大厦及旗下购物中心、写字楼等场地举办主题巡展，引导大家在日常生活中正确开展垃圾分类，提供环保公益理念；在部分项目设立分类垃圾箱，并将逐步扩展到各项目；开展“悦公益——物以类聚”垃圾分类活动的一部分，引导大家在日常生活和工作中正确开展垃圾分类，以实际行动践行绿色发展理念。

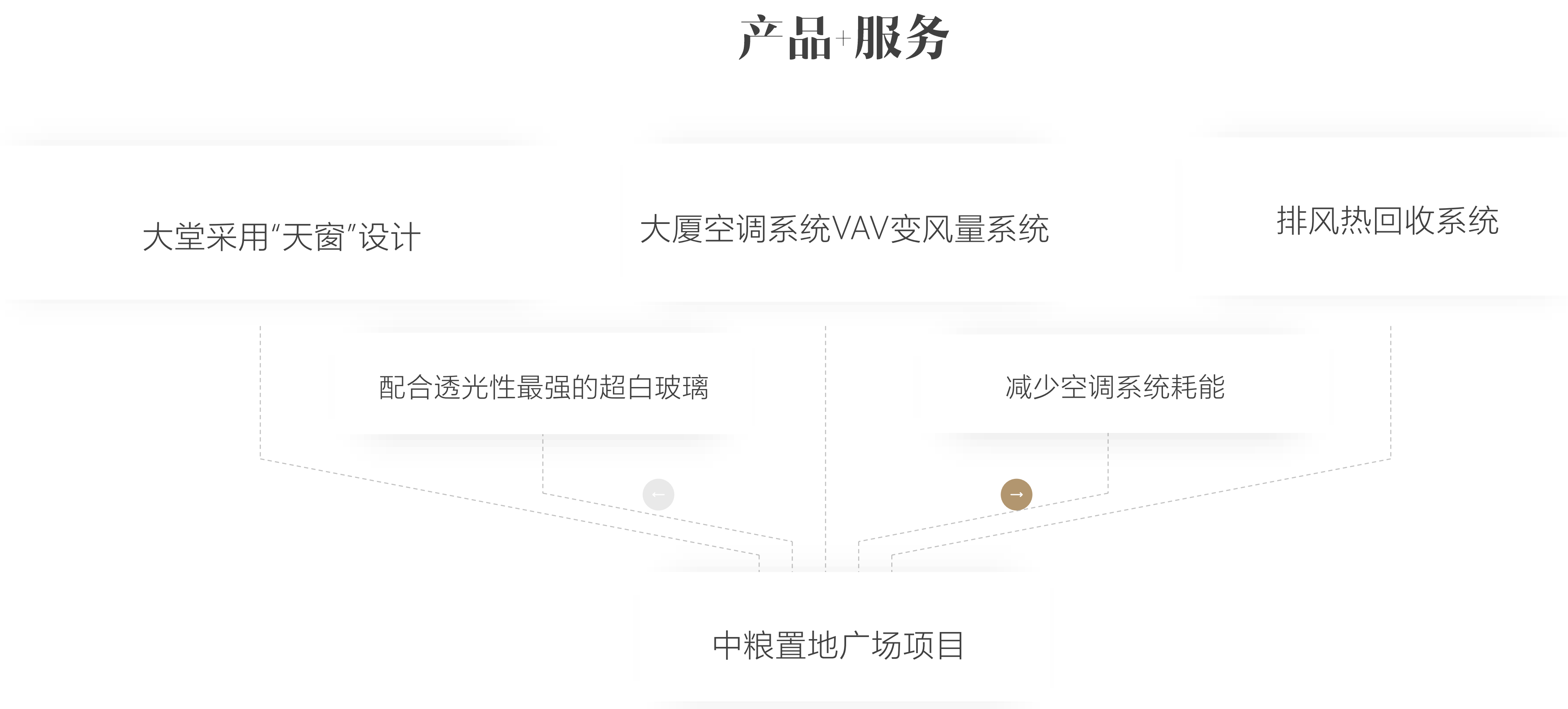


Environment

（四）绿色办公

服务赋能方面，公司在写字楼项目上推广“3C运营服务体系”，自主研发Coffice云平台，对传统的客户运营服务进行提升和完善。从无纸化办公、一键通行、智能能耗监控等方面构建绿色办公生态体系，通过电子方式发送通知公告、运营信息、访客邀请码等方式，帮助一线运营服务人员有效迅速开展服务。

公司还从“产品+服务”两个方面进行
写字楼“绿色办公”探索



Environment

未来展望

大悦中国 赋美生活

05

未来展望

展望2020年，这是全面建成小康社会目标实现之年。站在国家及行业新的发展起点，公司将紧抓行业发展机遇，充分利用两个上市公司整合的优势，持续推进高质量发展。

公司将继续积极履行央企经济责任、社会责任和政治责任，实现客户、股东、员工和合作伙伴的权益最大化；贯彻落实新冠肺炎防控统一部署，降低疫情对生产生活带来的影响；聚焦绿色可持续发展，减少能源消耗并提升利用率；坚决打赢脱贫攻坚战，加强对弱势群体的关注和扶持力度。

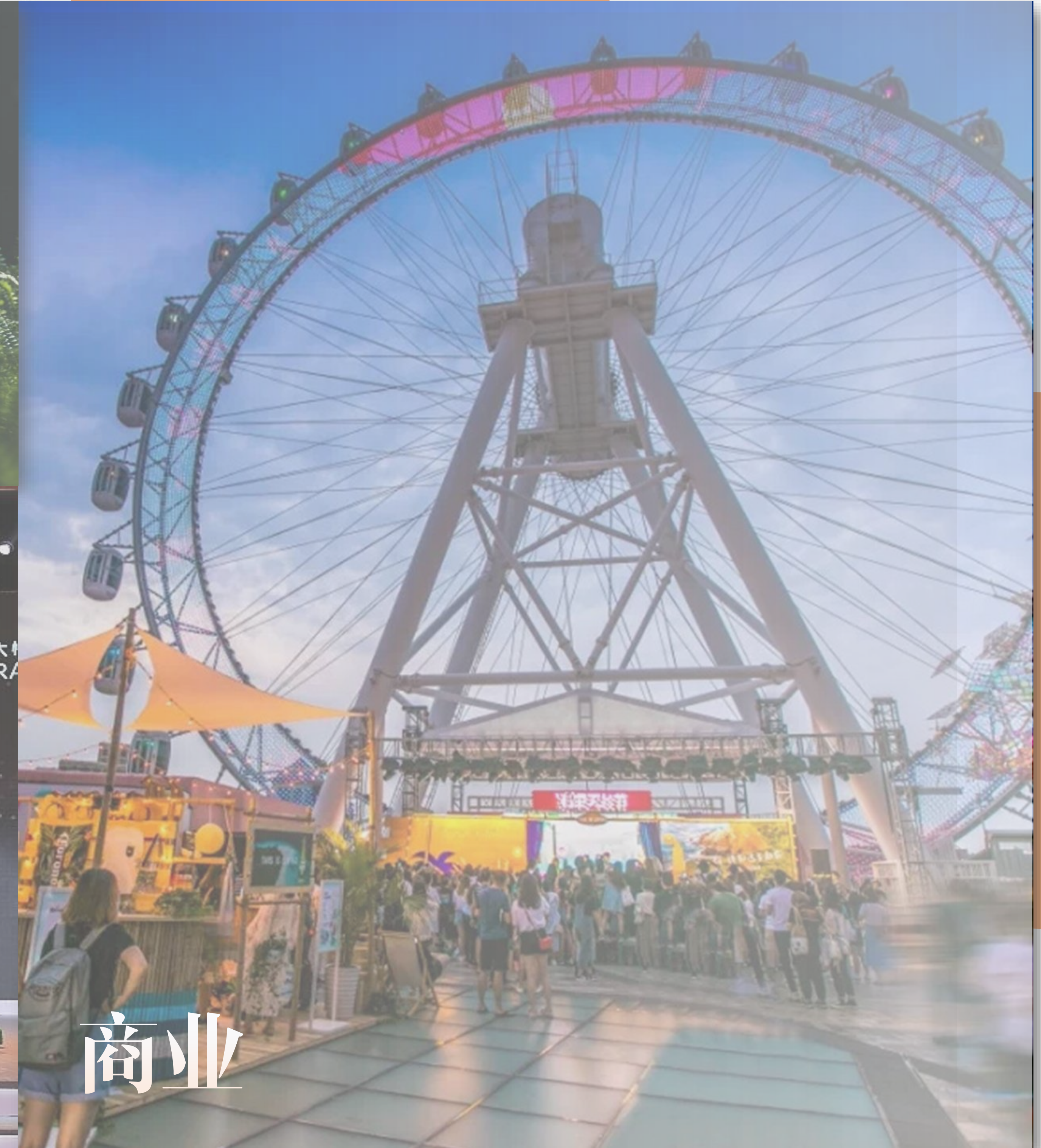
大悦城控股将继续践行“大悦中国、赋美生活”的品牌理念，力争成为更具持续发展能力的城市美好生活创造者，为城市创造永续价值，为人民创造美好幸福生活。



大悦城控股
GRANDJOY

大悦城 2019

社会责任报告



大悦中国 赋美生活