

 十里南京路 一个新世界

2023 社会责任报告

上海新世界股份有限公司
SHANGHAI NEW WORLD CO., LTD

2024年4月

目 录

编制说明.....	2
董事长致辞.....	4
总经理致辞.....	5
新世界新风采.....	6
关于我们.....	7
社会责任管理.....	8
社会责任实践.....	24
科学发展.....	24
员工与和谐劳动关系.....	32
经济与公平运营.....	40
合作共赢.....	43
诚信、服务与顾客.....	50
环保节约.....	60
安全生产.....	71
社区参与和发展.....	77
责任展望.....	82
报告附录.....	83
意见反馈表.....	83

编制说明

上海新世界股份有限公司依据上海证券交易所《〈公司履行社会责任的报告〉编制指引》、中国工业经济联合会《中国工业企业及工业协会社会责任指南实施手册》（GSRI-CHINA 2.0）、上海市经济团体联合会《企业社会责任指南》（SEO-CSR1.0）和上海市精神文明建设委员会《上海市文明单位社会责任报告指导手册》开展社会责任实践，并编写年度社会责任报告。

本报告是 2023 年度公司社会责任报告。

■ 报告时间

社会责任实践数据和信息主要采集 2023 年整年度，同时为便于数据和绩效比对分别采集了 2021—2023 年三年的数据。

■ 报告范围

经营范围：许可项目：药品零售；理发服务；生活美容服务；烟草制品零售；电子烟零售；食品销售；酒类经营；出版物零售；游艺娱乐活动；第三类医疗器械经营。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以相关部门批准文件或许可证件为准）一般项目：国内贸易代理；货物进出口；进出口代理；摄影扩印服务；摄像及视频制作服务；非居住房地产租赁；物业管理；会议及展览服务；广告设计、代理；广告制作；居民日常生活服务；日用产品修理；鞋和皮革修理；日用电器修理；日用品销售；日用百货销售；日用杂品销售；日用家电零售；日用木制品销售；日用玻璃制品销售；日用化学产品销售；珠宝首饰零售；第一类医疗器械销售；第二类医疗器械销售；眼镜销售（不含隐形眼镜）；体育用品及器材

零售；服装服饰零售；化妆品零售；鞋帽零售；乐器零售；文具用品零售；宠物食品及用品零售；茶具销售；玩具、动漫及游艺用品销售；办公用品销售；家具零配件销售；园艺产品销售；家用电器销售；美发饰品销售；皮革制品销售；母婴用品销售；户外用品销售；针纺织品销售；电子产品销售；卫生用品和一次性使用医疗用品销售；服务消费机器人销售。（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）

地域范围：上海市南京西路 2-88 号。

■ 报告主题

主题八项，包括：科学发展；员工与和谐劳动关系；经济与公平运营；合作共赢；诚信、服务与顾客责任；环保节约；安全生产；社区参与和发展。

■ 报告说明

1、公司重要提示

本公司董事会及全体董事保证本报告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性和完整性承担法律责任。

2、年度发布情况

本公司已发布十一次社会责任报告，上年度《新世界 2022 年度社会责任报告》于 2023 年 4 月 13 日发布。

3、报告获取渠道

本报告以印刷版和电子版两种形式发布，电子版可在上海证券交易所网站（<http://www.sse.com.cn>）查阅获取。

董 事 长 致 辞

2023年，是全面贯彻党的二十大精神开局之年，是中国经济大船乘风破浪持续前行的一年，公司在董事会全体同仁的通力合作下，在公司党政班子的积极努力下，以学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想主题教育为主线，统一思想、凝聚意志、坚定信心、增强斗志！这一年里，新世界紧紧围绕“深耕细作购物城、加快发展健康业、全力提升酒店业”，推动公司各项工作较好发展。在保护消费者权益，促进员工全面发展，积极参与社会公益慈善事业，推进公司在节能减排和环境治理等方面，积极履行好应尽的经济责任、社会责任和环境责任！



色社会主义思想主题教育为主线，统一思想、凝聚意志、坚定信心、增强斗志！这一年里，新世界紧紧围绕“深耕细作购物城、加快发展健康业、全力提升酒店业”，推动公司各项工作较好发展。在保护消费者权益，促进员工全面发展，积极参与社会公益慈善事业，推进公司在节能减排和环境治理等方面，积极履行好应尽的经济责任、社会责任和环境责任！

积极参与社会公益慈善事业，推进公司在节能减排和环境治理等方面，积极履行好应尽的经济责任、社会责任和环境责任！

从上市以来，公司董事会不断建立和完善公司治理制度，进一步提升公司治理水平，规范董事会、董事会成员及高管人员的履职评价和工作规程，促进董事会成员履职尽责。同时，本公司依法对外发布定期报告和公告，确保所披露信息的真实、准确、完整、公平和及时，切实保护全体股东特别是中小股东的合法权益。

开拓创新谋发展，锐意进取谱新篇！2024年是实现“十四五”规划目标任务的攻坚决战年，也是加快推进公司高质量发展的关键之年，我们坚信：在黄浦区委区政府、新世界集团及公司党政班子的领导下，我们将继续发扬新世界人团结、拼搏、敬业、创新的精神，拿出“稳中求进、以进促稳、先立后破”的担当和勇气，展现新作为、再创新辉煌！

董事长： 

2024年4月13日

总经理致辞

上海新世界股份有限公司是全国商业系统首家“全国质量奖”企业、上海商业系统中第一家“全国文明单位”。公司秉持“卓越、奉献、责任、诚信、融合”的企业价值观，在实现经济稳健增长的同时，坚持三个文明建设，积极探索并践行社会责任，在公司战略指引下，不断完善经营策略、治理结构和管理方针，推进企业高质量发展。



2023年，是深入贯彻落实党的二十大精神开局之年，在上海黄浦区委、区政府和集团的坚强领导下，公司主动对标习近平总书记关于国有企业改革发展和党的建设的重要论述、对标上海市建设国际消费中心城市实施方案的目标任务、对标黄浦“勇担中国式现代化新使命”新要求、对标集团“高质量发展”重大部署，主动把握市场脉搏，保持新世界的创新之魂，推动公司各项工作较好发展。

2024年，是推进二十大战略部署的深化之年，是深入实施“十四五”规划的攻坚之年。公司将持续围绕上海市建设国际消费中心城市的各项任务，在新世界集团的领导下，坚持党建引领，加快转型提质、强化创新驱动、提高管理效率，以“做强百货零售业、做优医药保健业、做精酒店服务业”为重点，巩固上海传统商业转型升级的排头兵地位，推动企业高质量发展。

总经理：

Handwritten signature of the General Manager in black ink.

2024年4月13日

新世界新风采



关于 我们

上海新世界股份有限公司（简称“新世界”或“公司”）的前身是创建于1915年的“新世界游乐场”，新中国成立后更名为新世界百货商场。1988年在上海有着“中华商业第一街”美誉的“十里南京路”上，“一个新世界”在国有企业深化改革的大浪潮中脱颖而出，转制成为南京路上最早的股份制企业 and 上市公司。1993年新世界抓住南京路大调整、大改造的契机，在黄金地段造起了钻石楼宇“新世界城”，并一跃成为全国单体商业十强。2005年，集购物、娱乐、休闲、餐饮、旅游、文化、酒店、商务等多功能于一体的“新世界综合消费圈”经过多年精心打造，在南京路上正式“启航”，成为南京路上现代化大型“生活中心（Living-Mall）”。2019年，新世界以“自然·生活”为主题，以品牌、品质、品味为调整主线，全力突出“她经济”、“家消费”的经营主旨，不断追求“首屈一指”的功能体验，以打造一个具有全球影响力消费城市的中心城区“生活茂”为目标，开展了一轮装修大调整，并于2019年底正式对外营业。

公司主营业务是百货零售，涵盖国际知名品牌、国内（包括港、澳、台）著名品牌等中高档百货商品。随着国际现代化百货零售业的服务功能延伸，公司引进了酒店、餐饮、娱乐、体育等功能业务，形成了商旅文康体联动的经营特色。公司还拥有蔡同德药业有限公司、新世界丽笙大酒店等多家子公司。公司在中心城区乃至上海商业的发展中起到了示范作用，是上海商业系统中唯一一家获得全国质量奖、中国质量奖提名奖的企业。

社会责任管理

公司面临的挑战

上海零售业竞争日趋激烈，新兴商圈发展势头迅猛，社区型购物中心逐步成熟，商业地产的崛起，十里南京路的商业集聚态势已不复存在。，新世界周边百货业态的不断增加给新世界城百货带来新的竞争压力。

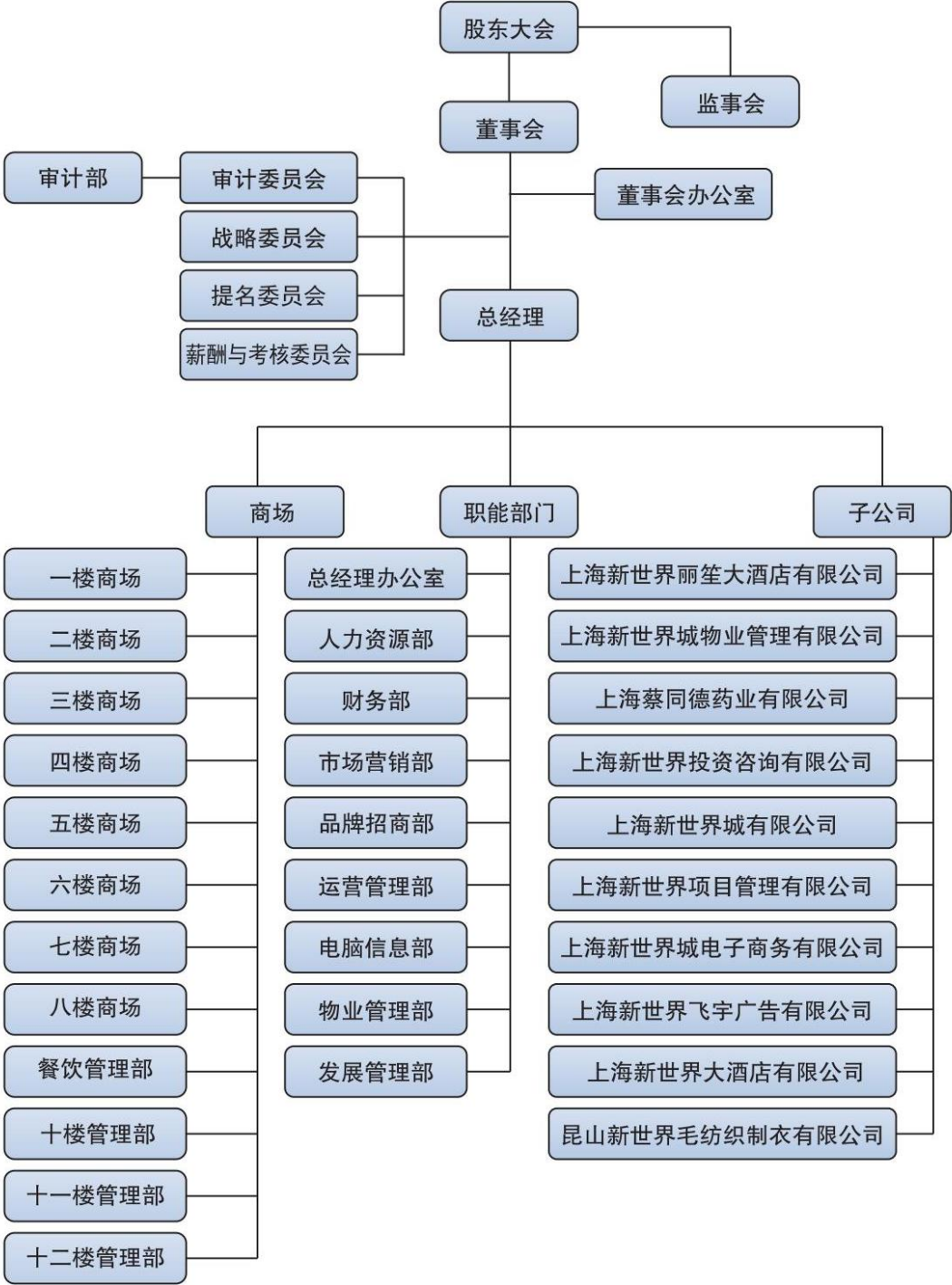
公司确定的对标企业是久光百货、杭州大厦，主要竞争对手是上海第一八佰伴，潜在的竞争对手是来福士等。

组织机构和治理系统

公司在上海证券交易所公开发行 A 股股票，具有独立法人资格，其中：上海市黄浦区国有资产监督管理委员会持股 20.73%，是公司第一大股东；上海新世界（集团）有限公司持股 7.67%，是公司第四大股东。双方为一致行动人，合计持股 28.4%。

公司的组织机构及治理系统见下页。

上海新世界股份有限公司组织机构图



公司按照《公司法》、《证券法》和相关法律法规的要求，制定了《公司章程》，规范了股东大会、董事会、监事会的运作模式，由董事会负责进行战略决策、批准战略方向；日常工作实行总经理负责制，监事会负责监督，形成了健全、完备的规章制度体系。同时，明确了股东大会、董事会、监事会、总经理及经营层之间的职责和权限，形成了各司其责、协调运转、有效制衡的法人治理结构，从制度上保障了公司经营行为的合法合规、真实有效，很好地促进了公司的经营管理和产业发展。

公司文化

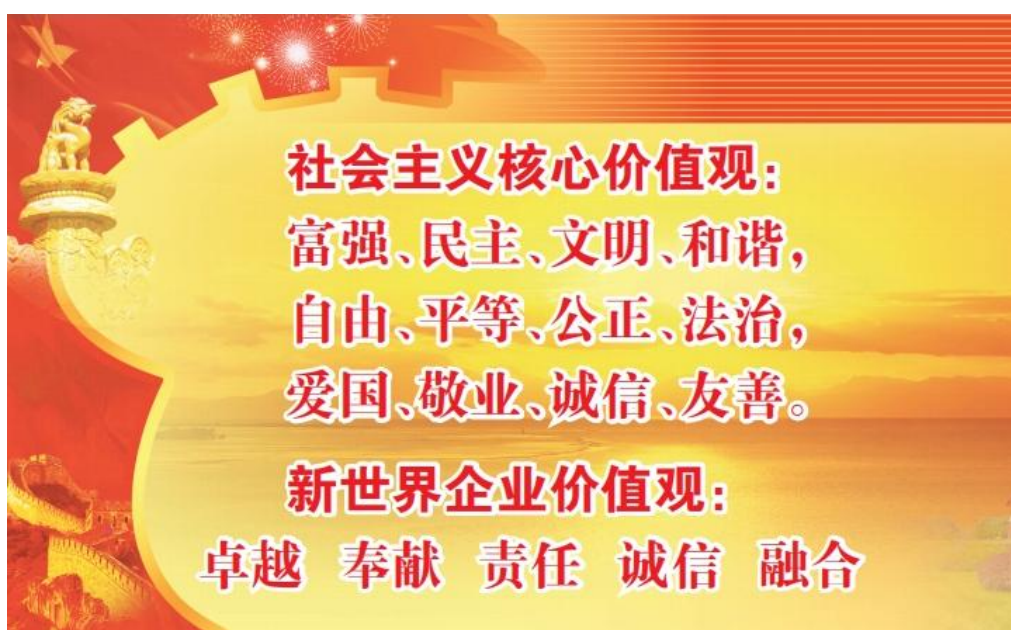
公司始终重视营造企业文化，随着发展旅程，逐步建立起具有时代特征、行业特点和公司特色的企业文化体系，主要内容包括：

宗旨：追求卓越质量, 倡导现代理念, 满足时尚需求, 创造杰出成效

使命：新生活，从新世界开始

愿景：成为国际知名的商业企业

企业价值观：卓越、奉献、责任、诚信、融合



责任方针

以信为本，以质取胜，特色经营，低碳环保，引领市场，持续改进。

制度建设

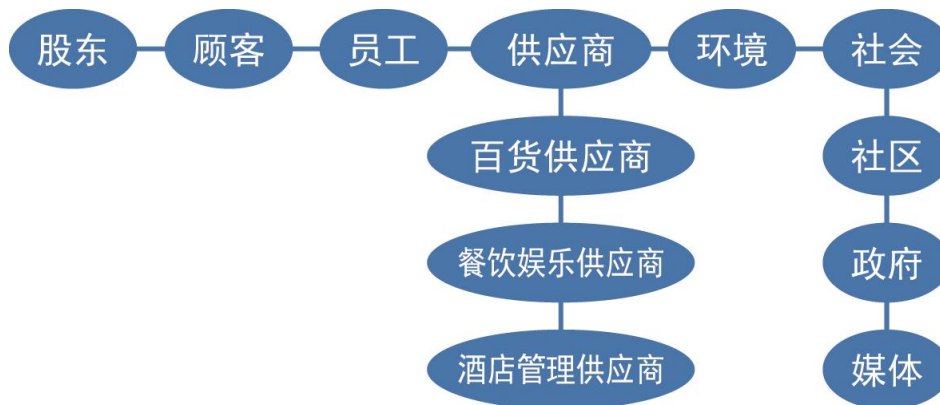
2022年，公司结合企业管理，不断完善人事、业务、工程等相关制度，包括《上海新世界股份公司建设工程公开招标限额标准以下项目实施细则》、《上海新世界股份公司应收款管理办法》等制度。

2023年，公司强化预算管理，推进全面预算体系建设。针对预算中出现不科学问题，对企业财务状况及经营成果综合评价的精准度的研究，将所有预算指标分解至每个月，实时把控降低偏差，在预算指标制定时充分考虑各类因素，提高预算指标分解的合理性和科学性。

同时加大内控管理，注重环节把控。做好大额支出立项，大额费用实施流程化审批制；严格执行公司物料采购办法，严把审批流程和询价机制。制定《新世界股份公司专业服务采购管理细则》，对公司的专业服务采购进行制度完善。这些制度文件的制定和修订，进一步完善了公司法人治理结构、股东大会、董事会、监事会、经营层及各个职能部门规范运作，严格执行各项管理制度，切实保障公司所有股东的合法权益。

主要利益相关方

公司确定并统筹兼顾股东、顾客、员工、供应商（百货供应商、餐饮娱乐供应商、酒店管理供应商）、环境和社会（含社区、政府、媒体等）六大相关方的期望和要求。



股东

股东是指通过向公司出资或其他合法途径获得公司股权，并对公司享有权利和承担义务的人。公司牢固树立遵章守法、规范运作的理念，真实、准确、完整地向广大股东披露信息，认真做好与股东之间的关系管理工作，公平对待全体股东，切实保护全体股东特别是中小股东的合法权益。具体如下：

（1）提供网络投票情况

根据《公司法》、《上市公司股东大会规则》、《上海证券交易所股票上市规则》、《公司章程》、《新世界股东大会网络投票管理制度》及《新世界中小投资者单独计票管理办法》等规定，公司以现场投票与网络投票相结合的方式召开股东大会，并通过上海证券交易所系统向广大股民提供网络投票，进一步规范了股东大会的程序，完善了股东大会的投票方式。公司在股东大会决议公告中，对全体股东出席会议及表决情况，作出统计并进行及时披露。同时，股东大会审议影响中小投资者利益的重大事项时，特别对中小投资者的表决情况实行单独计票，充分保障了中小股东应有的权益。

（2）实施分红情况

根据《中华人民共和国公司法》以及中国证监会发布的《关于进一步落实上市公司现金分红有关事项的通知》、《上市公司监管指引第3号——上市公司现金分红（2023年修订）》、《上市公司股东大会规则（2022年修订）》（证监会公告〔2022〕13号）、《上市公司章程指引（2023年修订）》（证监会公告〔2023〕62号）等有关法律、法规的规定，公司对《公司章程》第一百六十三条中利润分配政策的有关内容作了明确的阐述。公司的利润分配非常重视对股东的合理投资回报，并充分维护全体股东特别是中小股东的合法权益。

在保证健康持续发展的前提下，综合考虑公司所处的行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平等各方面因素，公司坚持以相对稳定的利润分配政策和分红方案积极回报股东，以现金方式累计分配的利润不少于最近三年实现的年均可分配利润的百分之三十，符合《上市公司监管指引第3号——上市公司现金分红（2023年修订）》、《公司章程》的要求。

近三年公司分红情况如下：

单位：元

分红年度	每10股派息数 (含税)	现金分红的数额 (含税)	分红年度合并报表 中归属于上市公司 股东的净利润	占合并报表中归属于上市 公司股东的净利润的比率 (%)
2022	0.30	19,406,261.52	-52,023,216.11	0
2021	0.55	35,578,155.61	69,458,749.94	51
2020	0.55	35,578,155.95	70,632,143.66	50

（3）投资者关系管理情况

公司高度重视投资者关系管理工作，强调提高信息披露的水平和透明度，认真执行个人或机构投资者来电、来访的调研接待流程，内容规范，既让投资者了解公司的销售经营情况，又保证了信息披露守

法合规，公平对待所有投资者。2023年，公司通过网络平台，于6月9日召开了公司2022年度业绩说明会；9月25日召开了2023年半年度业绩说明会；11月30日召开了2023年第三季度业绩说明会，分别针对2022年度、2023年半年度、2023年第三季度的经营成果及财务指标的具体情况与投资者进行互动交流和沟通，在信息披露允许的范围内就投资者普遍关注的问题进行回答，与投资者保持畅通的交流，也有利于维护和提升公司良好的形象。

顾客

顾客是指前来商店或服务行业买东西的人或要求服务的对象，包括组织和个人。多年来新世界不断开展提升营销和服务活动，更加关注顾客需求；采用科学的管理方法，严格督促现场管理检查，切实维护顾客合法权益；注重顾客满意度，不断提高服务质量和水平。

员工

员工是指企业（单位）中各种用工形式的人员，包括固定工、合同工，临时聘用、雇用、借用的人员，以及代训工和实习生。新世界在用工制度上符合《劳动法》、《劳动合同法》等法律法规的要求，在劳动安全卫生制度、社会保障等方面严格执行国家规定和标准。多年来，公司在员工利益保障、安全生产、职业培训以及员工福利等方面均采取了保障和改进措施。同时，公司每年还组织对员工进行健康体检、文体活动等，从而提高了员工的获得感和幸福感。

供应商

供应商是指直接向零售商提供商品及相应服务的企业及其分支机构、个体工商户，包括制造商、经销商和其他中介商。新世界与供应

商合作创造共赢价值，资源共享，支持员工及供应链伙伴防腐、反商业贿赂、杜绝贪污等措施，在采购、销售及分包政策中鼓励社会责任。新世界还深入了解和分析各类供应商在合作和服务质量方面的潜在需求和具体意见，为改进双方合作质量和提高供应商忠诚度提供合理的建议。

环境

根据企业在环境中所处地位，企业在对环境整体维护中应承担环境责任，包括环境管理、节约资源能源和降污减排三方面。新世界采用绿色采购制度，对新投资项目进行环境影响评估；制定降低能耗的政策、节约水资源的措施、绿色办公政策等，实现能源、资源循环利用；组织员工学习勤俭节约、节能降耗、增收节支的文件，增强环保意识。同时，公司以绿色商场践行持续发展新理念，2023年是新世界开启绿色营销之年，开展“守望‘We’来，向绿而行”绿氧生活节，打造“蚂蚁森林绿色能量站”，并发起“化妆品空瓶回收计划”；开展绿色餐厅创建活动，实施绿色餐厅“食品安全、低碳环保、诚信经营”三大标准，新世界城荣获浦西首个“绿色餐饮示范商圈”称号。

社会

企业的社会责任是指企业在其商业运作里对其利害关系人应负的责任。多年来新世界持续倡导和发起社会公益事业，树立了企业良好的品牌和社会形象。如在每年3月5日学雷锋日举办大型为民咨询服务活动回报广大消费者，每月20号在新世界城正门口与社区居委等相关组织一起开展“党员志愿者服务日”活动。

改进机制

◆ 分层次明确改进计划和目标

公司非常重视持续改进过程和绩效，通过制定计划目标指导和推动改进工作，主要包括三个层面，即公司、职能部门及子公司（各商场楼面）和各专项工作的改进。

（1）公司每年的主要工作改进计划在下一年度的行政工作思路中得到体现。公司每年召开行政工作会议、职代会、总经理与职工代表双向交流会、厂商及老顾客座谈会等，集思广益，形成下一年度的行政工作思路，确定年度主要绩效目标和工作计划，其中绩效目标的设定和工作计划的内容体现了持续改进的要求。

（2）子公司、职能部门及楼层根据下一年度工作思路，将公司年度绩效考核指标分解细化，通过与各楼面、职能部门经理签订下年度行政工作目标责任书的形式，将改进要求和目标落实到楼面、部门负责人。各楼面及相关职能部门在制定各自部门下一年的工作计划中确定具体改进活动计划，将各项措施的执行分解到人，将责任落实到人，让相关措施落到实处。

（3）在各专项工作中，公司根据年度行政工作思路和绩效目标，针对涉及多部门、多楼面的经营管理重点改进工作，每年组织相关的专项改进活动，如安全、节能、专项服务改进等。对于每个专项改进活动，公司成立专项改进工作小组进行改进活动策划，明确改进目标和具体改进工作。如为了在品牌招商、营销服务、结构调整、提质增效等方面提升工作效果，2023年，公司全面启动“大学习、大考察、大讨论”，从三方面入手，结合公司实际与百货业态未来发展趋势，全面促进公司高质量发展。以培训凝心聚力、开拓视野、谋划发展，加快提质增效和转型步伐，赋能企业持续发展。组织开展了《加快构

建新发展格局》、《互联网营销技巧》、《宣传文案写作》、《大数据的分析方法与应用》、《谈判高手育成之路》、《品牌规划管理与品牌价值提升》等八场培训，参加 607 人次，理论与实操相结合，从理论学习到营销实操案例分析，从直播经济到大数据分析、新业态新技能学习，为公司培养复合型人才提速。

◆完善机制健全管理体系

2023 年，我国经济回升向好，供给需求稳步改善，消费需求持续释放，消费者信心指数稳步回升，消费呈现逐步复苏态势。随着中国经济的持续增长和人民生活水平的不断提高，中国消费市场继续保持稳定增长，并为中国经济的发展提供重要支撑。

(1) 突破传统招商模式，启动上下联动的三级招商架构。

即本企业经营楼层的专业招商团队、公司职能部门的专业招商团队和外聘专业咨询服务公司的招商团队。以此深入优化招商职能，健全招商体系。改进招商机制，抓重点，求突破。同时，在各楼层及子公司的团队中发现并提拔重用中坚力量，发展有经验有能力的年轻成员，进入核心招商团队锻炼，做好未来团队发展工作的人才储备。

为认真了解市场动态，发现品牌的经营特性，公司通过智慧商城管理系统对每月的楼层销售、商品大类销售、品牌供应商销售，分别进行同期比较分析，并对每个品牌的客单价进行细分。这些数据统计，将直接影响接下来的品牌调整与招商工作，同时也能更真实反映出新世界城的客群状况和消费水平。

(2) 推行智慧管理，实现精准营销。

新世界智慧商城方案是新世界人集体智慧的结晶，也是新世界人创新发展的产物，在同行业中是独一无二的，是独创的零售商业系统的新型企业发展模式。通过智慧商城的运作，实现重塑企业核心竞争

力的目标。实现进销存管理自动化，会员管理智能化，服务管理数字化，供应商管理数字化，推动传统百货向新零售转型，有效解决了顾客不可达、营业员自收款等百货的痛点难点。实现商品数字化、会员数字化、支付数字化，一改原先粗犷式模式转变为新零售，以消费者为中心，顾客的需求就是我们努力的方向，通过大数据线上线下的互融互促实现精准营销。

目前公司的智慧管理以实现三个转变为目标，创建五大系统模块，推进了四个数字化建设：

实现三个转变：实现坐等消费者上门到主动出击的转变、实现营业关门到营销服务不关门转变、实现场地没有可以用合作供应商来拓展场地的转变。

创建五大系统：创建财务 ERP 系统、创建营销专员管理系统、创建会员管理系统、创建辅助管理系统、创建供应商管理系统。

推进四个方面的数字化建设：商品零售数字化、服务管理数字化、供应商管理数字化、会员管理数字化。

◆ 完善会员服务功能，稳步推进会员营销

自 2019 年年末以来严峻的经济环境对实体商业带来严重的冲击和影响，导致客流和销售双双回落。2022 年公司整合各项资源，积极应对，针对新形势不断改进营销方式，同时对会员后台系统也进行了功能完善，提升一线人员操作性及会员体验度。

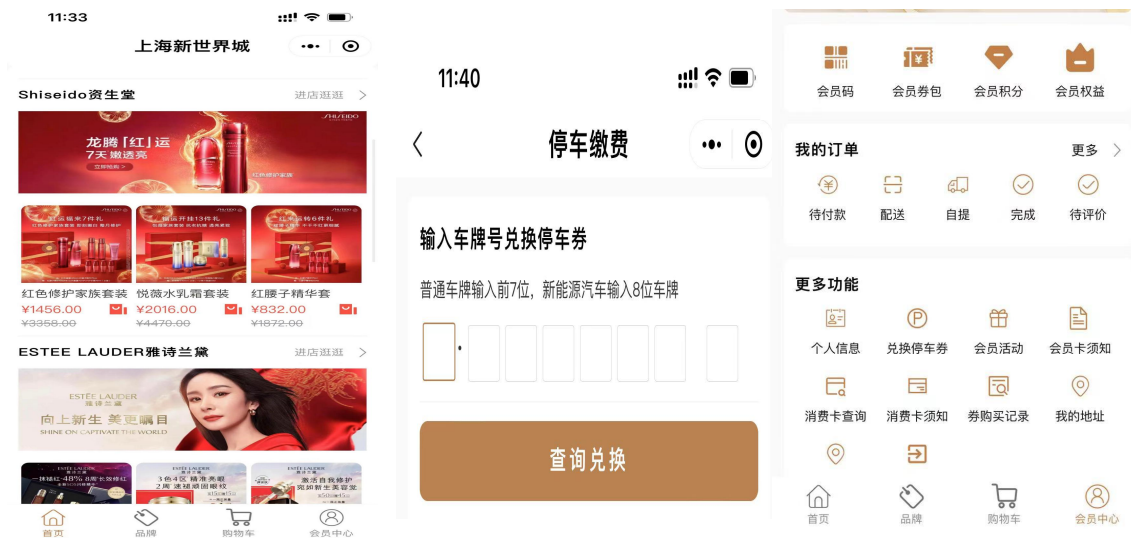
(1) 会员券的优化，完善会员的实际需要。以往会员券通过登陆公众号后到六楼会员中心领取，或者由后台统一发放，导致顾客各处跑而浪费时间；另一方面，会员券无针对性的发放也导致了部分会员券浪费的情况。现在增加了在微信公众号内领取的功能，可以在宣传页面内点击链接，自动获取相对应的会员券，不仅有针对性的发放，

也大大的节省了会员需要重复跑楼面的时间。更注重环保，减少了纸质材料的使用，并提倡电子方式进行促销活动。

(2) 完善隐私条款，进一步保障会员信息安全。根据市、区及行业要求对会员个人信息进行升级保护，会员档案内的手机号码及身份证号码在前台系统默认情况下，部分由*号替代，增加了会员数据的安全性。同时，公司还完善了会员退会功能，在默认保留一年后可以完整去除会员所有信息，使得顾客可以放心使用会员所有功能，而不需要为数据安全担心。

(3) 为了让会员的属性与各楼层的关系更匹配，针对每个楼面都有相应的筛选条件来进行宣传短信的群发，以及不同喜好会员的激励计划，例如各种大类多倍积分，发送品牌召回优惠券，举办专有品牌的会员沙龙等。使得不同会员能得到更适合自己的宣传信息。

(4) 升级新世界会员系统，更加透明的会员政策和优惠系统。2023年，公司通过开发微信小程序来优化完善会员程序的统一化，升级后增加了便捷开卡、兑换停车券、线上购物、会员活动、查询和使用各类现金积分。通过各方面的优化，更加透明的会员政策和优惠系统，确保消费者享有公平和优质的服务，使得会员功能的便利性和实用性得到提升。



◆ 打造“全媒体营销矩阵” 共享新媒体新玩法

新媒体、自媒体已成为公司营销新渠道，2023年微信公众号（订阅号）、视频号、小红书、抖音与大众点评，共收获粉丝 24W+。2023年，各平台共计发布内容近千篇，包括社群的运营及微信朋友圈等私域的挖掘，在宣传广度与力度上都有大幅提升。微信社群及设立多客服咨询平台，目的就是为触达更多的用户，且这些平台每天都有专人登录后台兼做客服，解答消费者的疑惑和提供咨询服务。

2023年，微信公众号粉丝累计 20W+，微信服务号共发布推文 48次，共计 384 条；订阅号共发布 300+次品牌推文；抖音共发布近 80 条视频；小红书共发布 148 条种草笔记。同时，公司和各楼层根据不同商品和大类纷纷推出个性化视频共 460 条。分析关注人群的基础信息，其中女性粉丝占比 85%，80%左右的粉丝定位在上海，年龄段在 18-44 岁居多，粉丝互动笔记约 3W+，多篇优质的粉丝互动评论达千次以上。

线下美陈更时尚，内购会中实现新突破，首次尝试中庭巨幅吊幔，成为商场内最显眼广告位；美陈布置方面，团队致力于根据营销节点设计打造主题美陈，并辅以互动打卡活动来为商场营造节日氛围并增强受众参与感，如圣诞节。同时，我们也积极与品牌联名合作，如“蚂

蚁森林绿色能量站”和“婚嫁季罗莱臻爱大道”；IP 打造方面，2023 年，新世界企业形象“啾啾”诞生后陆续推出系列周边物料，成功赋能商场进行品牌升级及年轻化发展。

新媒体新玩法，2023 年公司营销部在互联网玩法创新方面做出了努力，主要表现在：

1. 用户互动，不再一味输出折扣信息，而是在文案中大力增加互动元素，以增加受众参与感与用户粘性。积极结合互联网热点及流行趋势炒热商场营销话题，收获平台流量扶持的同时也提高了用户互动率及笔记转化率。

2. 矩阵传播，发动全体职工进行社媒宣传产出 UGC 内容，扩大互联网影响力的同时形成了横向传播矩阵。

3. KOL 合作，根据活动属性，与不同类别 KOL 合作，如 5 月举办的咖啡生活节活动中邀请了 20+位抖音本地生活标签 KOL 合作，利用其影响力与专业度，将商场咖啡节及美人鱼大赛活动推广至更多本地目标受众。

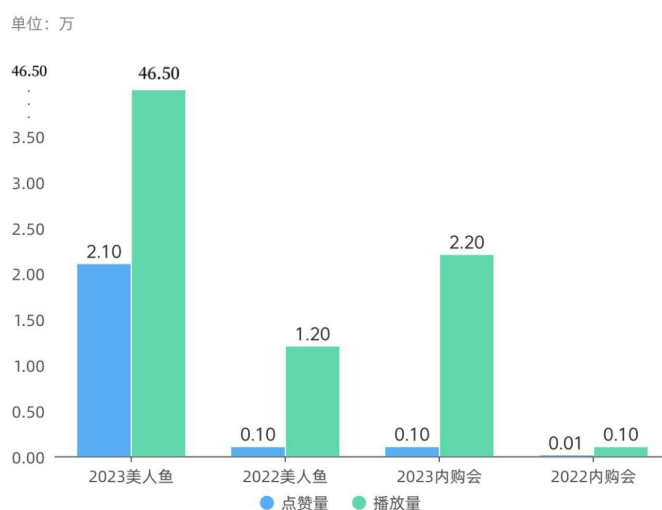


◆ 短视频提质提量，提升品牌影响力

2023 年，公司营销部致力于提高社媒短视频的质量，并在视频数据上取得了一定成绩：

以抖音平台为例，美人鱼系列视频共获得 2.1w 点赞量与 46.5w 播放量，2023 年会员内购答谢会系列视频共获得 1000+ 点赞量与 2.2w 播放量，相较于 2022 年视频数据皆呈倍数增长，企业社媒曝光量与品牌形象得到显著提升。

抖音视频数据



◆ 玩转私域流量，全新微信小程序助力线上“云”生活



公司根据消费需求，克服各种技术难题，在实际环境下，开发新世界小程序，确保微信购物小程序顺利运营；整个团队无论从前端还是后端，

都时刻强调客户服务方面的专业性和响应速度，比如：售前咨询、售后、退货处理等，提升用户的满意度和忠诚度，降低客户的流失率。小程序商场的重要程度不言而喻，这是一个极易帮助公司实现社交裂变的强大工具，也利于有效转化公众号的粉丝。

未来，公司希望加大力度去开发完善小程序本身自身的功能，其次，商品不局限在 1 楼化妆品类，可以增加全品类的商品，结合营销

的不同时间节点及主题活动，线上与线下联动，互相引流，带来新的商机。

核心主题

八项核心主题，包括：科学发展；员工与和谐劳动关系；经济与公平运营；合作共赢；诚信、服务与顾客责任；环保节约；安全生产；社区参与和发展。



社会责任实践



科学发展

科学发展，即以发展问题为核心，以全球性、开放性、科学性的视角，全面关注市场发展趋势，研究具有新世界特色的发展理论、发展策略、发展实践和发展案例。随着社会进步的飞速发展，与防控政策的变化，人们的消费理念和消费模式也在发生翻天覆地的变化。在面对内有线上各大互联网媒体及国内商业新业态层出不穷的冲击；外有国外商业资本的大量涌入的巨大挑战下，传统百货业态必须紧跟时代步伐，顺应国际消费的新潮流。2023年，在上海黄浦区区委、区政府和集团的坚强领导下，公司紧紧围绕“深耕细作购物城、加快发展健康业、全力提升酒店业”，主动把握市场脉搏，保持新世界的创新之魂，推动公司各项工作较好发展。

◇ 以诚信经营为首——在上海商界率先推出了“三真理念”：卖真品、标真价、送真情；和“零号工程”：售前风险降为零、售中不便降为零、售后忧患降为零；在全国零售业中率先承诺“无须理由退换货”，并第一个在上海商界成功构筑企业诚信体系。

◇ 以延伸服务为魂——新世界城总服务台坚守一线岗位，努力为顾客营造全方位的温馨服务以及购物环境。2023年，公司总服务台添置了酒精喷雾、免洗杀菌洗手液、护目镜、一次性手套，体温枪等。总台每日进行消毒，并配有免洗消毒洗手液、口罩等防护用品，更好的服务于每位顾客。总台两位班组带班发挥带头作用，坚持上岗期间每一小时对台面进行消毒擦拭，在确保自身的安全的前提下，更好地保障每一位顾客的安全。

◇ 以优质品牌为本——上海新世界作为百年老字号品牌，将延续百年商业的传承，表达新时代上海“海纳百川、追求卓越、开明睿智、大气谦和”的城市精神。以全面质量品牌管理作为企业发展，成长、突破的系统平台，寻求市场新品类、新业态、新模式的合作，扩大本土企业的服务力、号召力、凝聚力。且持续追求从优秀到卓越，从质量到品牌，从平台至系统，用实际行动擦亮“中华商业第一街”，这一历史悠久、文化传承和时代特色的金子招牌。

1、引进品牌“打分制”；

对各商品大类引进品牌的评级，以及是否核心品牌，公司品牌招商部将按照供应商资质、品牌合作性质、品牌在标杆商场的专柜情况和业绩表现等方面进行打分评级。

2、淘汰品牌“解锁制”；

在引进核心品牌的同时，为了防止品牌流失，针对各商品大类核心品牌的经营实绩进行考量，如确实属于淘汰对象，必须提前申报核心品牌解锁申请，公司品牌招商部将认真甄别淘汰原因，并上报公司总经理办公会议讨论同意后，方可实施调整。

3、市场动态“考察制”；

为了更准确地把握市场动态变化，把市场考察制度化，针对市内标杆商场、目标品牌，做到每月例行考察1次，针对非标杆商场、新开商业设施采取每周巡察至少1家，组织公司各楼层招商人员每半年进行市调至少1次，组织外埠市场考察每年至少1次。

4、商品大类“专员制”；

各经营楼层以及各品类的资深经理和业务主任将成为公司专职的招商专员。这是公司对品牌管理更好的扩容和延伸，以此向品牌引进、经营、提升为核心的经营目标保驾护航。

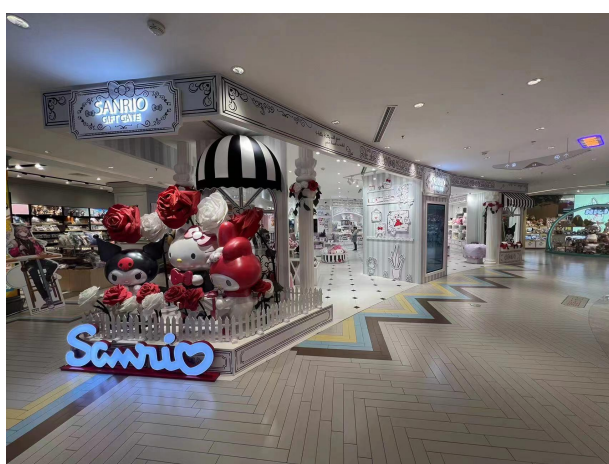
5、品牌调整“会议制”；

针对楼层或商品大类的板块调整，以及重点品牌的区域调整，品牌招商部将定期上报公司总经理室，由总经理办公会议讨论新世界城重点品牌引进、区域调整改造的事宜。例如：每半年对各楼面引进核心品牌的完成情况进行考核；每年对新世界城经营大类布局和引进目标品牌清单进行讨论确定等等。

近三年实体零售消费疲软，公司经营压力明显加大，品牌续存空间以及品牌招商空间不断压缩。供应商、零售商都在想办法做业绩、扩销售、求生存。突破传统招商模式，启动上下联动的三级招商架构，即本企业经营楼层的专业招商团队、公司职能部门的专业招商团队和外聘专业咨询服务公司的招商团队。以此深入优化招商职能，健全招商体系；改进招商机制，抓重点、求突破。同时，在各楼层及子公司的团队中发现并提拔重用中坚力量，发展有经验有能力的年轻成员，进入核心招商团队锻炼，做好未来团队发展工作的人才储备。

2023年初，公司针对目前实体商业的状况，组织开展了国内商业市场考察。在公司总经理室带领下，组织各楼层经理及相关业务经营骨干，赴国内主要零售热点城市、相关重点（标志性）项目体进行市场考察及品牌调研。各支考察队伍都能围绕此次考察要求，对考察重点（标志性）项目，主营产品考察，辅助经营考察等进行调研。特

别是针对各楼层自身主营产品这块调研中都十分详尽，且部分楼层通过本次调研不仅确立了新的目标品牌，并且积极迅速地与品牌进行接洽，商谈。也有不少楼层通过本次调研对公司的经营环境、营销方向等提供了建议。通过此次“大考察、大调研”活动让各级主力业务骨干在考察中提升拓宽自身业务眼界与品牌、品类的认识覆盖面。不断梳理对标商场的品牌结构，确定目标品牌清单。



◇ 以功能体验为脉——2023年，公司自我革新优布局，从“百货为主”向“多元业态”转变。以体验经济为指引，压缩百货比例，把零售、社交、文娱三大空间融合在一起。过去一年，新世界城更新店铺形象+新引进店铺共计93家，面积9067 m²，占商场总面积的13.95%；新增中国首入店1家、上海首入店22家、上海旗舰店7家、黄浦首入店18家。调整后，百货业态下降至约占49%，餐饮业态约占18%，体验业态约占33%。从过去的商品体验、运动体验外，着重增加了消费者的文化体验、场景体验、家庭体验以及情感体验的比例。

◇ 以创新营销为神——新世界敢为人先，不断开拓了体验营销、名人营销、节假日营销、品牌营销、文化营销、绿色营销、慈善营销

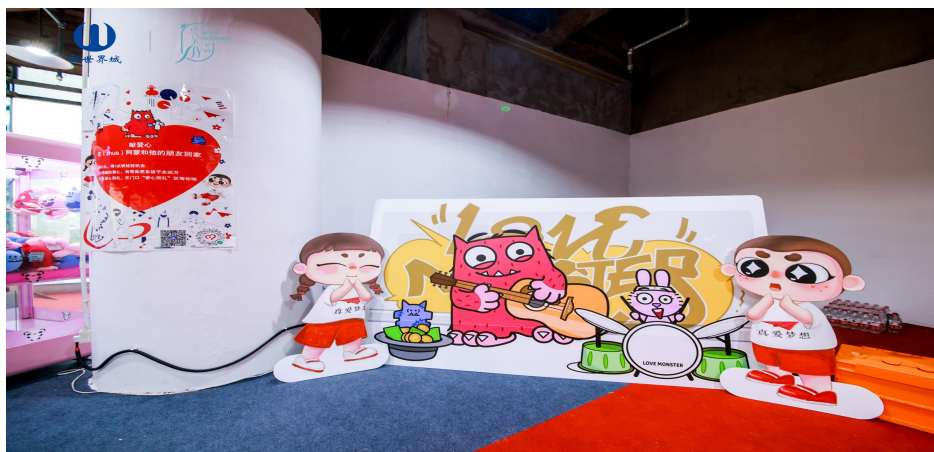
等一些列营销新模式。

体验营销：2023 年公司更注重美陈营销，通过各节假日或各特定营销活动装点商场、美化商场。10.28 会员内购答谢会中营销实现新突破，首次尝试在中庭悬挂巨幅吊幔，成为商场内最显眼广告位。同时，情人节布置情人爱心打卡体验，绿氧生活节布置减压场景等，让顾客购物之余，放松心情，驻足和亲朋好友拍个照留个影。如 2023 星光闪耀乐享圣诞”互动体验式主题美陈效果极佳，不少市民驻足拍照，为商场成功引流吸客，活动期间客流达 15.69 万人次。



公益慈善：新世界联合爱梦想公益基金会，以“我的远方我做主”为主题进行一场爱心展览活动，于 2023 年 9 月 14 日在公司 4 楼 Fun 肆街区正式启幕。现场展示了受益学生们在真爱梦想公益基金会「去远方」研学课程中所创作的手绘作品，呈现出教育资源欠发达地区孩子们对未知世界的渴望和想象。新世界不仅为这些作品提供了展出机

会，使得更多人看见了这群孩子，活动现场的自发捐赠和公益义卖更是助力到更多孩子去实现他们的梦想之旅！相信新世界的慈善营销一直在路上，借助慈善营销真正承担企业社会责任。



绿色营销：为响应“上海绿色消费季”，复苏消费经济并宣传环保理念，2023年公司开启“守望「We」来，向绿而行”绿氧生活节，以绿色方式畅享六月。与支付宝携手打造的“蚂蚁森林绿色能量站”正式亮相，以宣扬绿色文明和环境文化知识为主旨，设置闻香、翻牌、低碳打卡、拍照等诸多互动亮点，通过沉浸式趣味体验，向广大市民普及低碳绿色的生活理念与方式。同时，发起“化妆品空瓶回收计划”，引导消费者践行绿色环保理念，重视重复利用。6月20日，在黄浦



区市场监管局的支持下，“绿色餐厅示范商圈”授牌仪式成功举办，

上海新世界城成为黄浦首个“绿色餐饮示范商圈”。未来，商场将引入更多绿色品牌，带来更多绿色场景新体验，构造绿色购物空间，引领城市假期绿色商场微度假放松新体验。从“环保”到“低碳”，让不断进阶的绿色理念融入消费者多样多变的日常生活。

假日营销：春未尽，夏初临，作为上海国际消费中心城市建设的核心功能承载区，新世界积极响应政府号召，全力开展第四届上海五五购物节活动，2023年以“乐购嘉年华，荟聚新世界”为主题，通过“购物、潮玩、文化、餐饮、旅游”五个维度在劳动节小长假为全市人民献上了一场精彩纷呈的消费盛宴。即便小长假首日阴雨绵绵，也未能止住消费者们的热情，市民们或全家“总动员”，或呼朋唤友，在“买买买”中享受着惬意假期。据统计，2023年五一节，商场实现销售环比增长225%。

本次“五五购物节”商场为吸引“Z世代”新消费群体来共同嗨玩，引入了诸多商业潮玩新体验。例



如，推出“百货首家开放式沉浸互动体验——“寻找消失的镇物”。将整个商场作为沉浸式场景，场景不再只是道具，一切都变得真实可触，让体验者身临其境地融入和感受上海新世界城的前世今生。

会员营销：公司积极招募新会员并保持现有会员的活跃度。通过

在中科院大楼，交通银行大厦和红房子医院等地举办摆摊活动，在招募活动中赠送咖啡玻璃杯、玫瑰花或会员券等，这些活动有效提高了会员数量，同时也增加了新世界城品牌的曝光率。





员工与和谐劳动关系

公司严格按照《劳动法》、《劳动合同法》等法律法规的要求，遵循合法、公平、平等自愿的原则与员工签订书面劳动合同，并报地方劳动管理部门审定备案。公司的劳动合同签约率历年来均达到100%。早在1992年，工会代表职工就与公司签订了《职工集体合同》，对工作时间、劳动保护、薪酬福利进行约定，且每三年根据企业实际情况对《职工集体合同》进行相应的调整。

至2023年底，公司在编员工1203人，其中硕士学历16人，本科学历395人，大专404人，大专及以上学历占总数的67.75%。高级职称3名，中级78名，高级技师34名，技师达到36名，中高级职称占总数的12.55%。

职工构成比例

	人数	所占比例
职工总数	1203 人	100%
男性	667 人	55%
女性	536 人	45%

◆尊重基本人权，维护员工权益

公司始终坚持同工同酬、男女平等、民族平等的原则，尊重工作场所机会均等和多元化，根据员工能力和经验提供合适的岗位。尊重员工，保护员工隐私权，不强迫员工加班。

在用工过程中，企业始终贯彻落实国家的相关法律法规，不存在使用童工和安排未成年人从事禁忌劳动的相关事宜，员工的平均年龄

为 43.5 岁。在员工招用、设计薪酬、福利待遇和职业晋升过程中，企业始终遵循男女平等、同工同酬、机会共享的原则，尊重每位员工的宗教信仰和民族感情，同时认真贯彻落实国家的相关政策，为残障人员提供相应的就业机会，帮助他们自立自强，努力成为一个对社会有用的人。

公司遵循市场和行业工资标准，结合本市颁发的工资增长指导线，每年行政与工会一起对员工的薪资进行梳理，连续 16 年员工工资得到增长。2023 年，员工收入增幅为 8.6%。公司在岗员工的最低工资标准均高于本市当年的最低工资标准。

◆ 重视员工福利，提高保障水平

——依法为员工缴纳社会保险费用

公司根据有关政策法规，为员工按时足额缴纳各项法定社会保险与福利，并根据企业特点为员工办理意外综合保险等其它补充保险。



——保证员工的休假和其他福利

公司严格遵守国家和地方的法律法规，员工享有带薪年假、婚假、丧假、生育假等假期，对法定节假日需要上班的员工按规定足额支付加班工资。公司为员工投保了人身保障及意外伤害的商业保险，

安排员工进行定期体检。

◆ 鼓励员工参与，促进民主管理

——依法成立工会

公司按照《工会法》的要求，积极动员职工加入工会。目前，公司 1203 名正式职工全部加入了工会组织，入会率 100%。工会根据公司的特点，以楼面商场和职能部门为单位，分别建立了工会小组，支持基层工会依法维护职工合法权益并独立开展工作。



2004 年开始，公司建立了职代会制度，制定了职代会章程，每年召开一至二次职工代表会议。凡是涉及公司和职工权益方面的重要制度、规定，如《员工手册》、职工十件实事项目等以及重要的决定和决策，都要经过职代会讨论通过。

——建立职代会制度

2004 年开始，公司建立了职代会制度，制定了职代会章程，每年召开一至二次职工代表会议。凡是涉及公司和职工权益方面的重要制度、规定，如《员工手册》、职工十件实事项目等以及重要的决定和决策，都要经过职代会讨论通过。

——实行司务公开

公司积极实行司务公开，每月利用企业网络、公司报刊、板报等形式及时将相关信息予以告知。

——开展建言献策

新世界城为了紧紧围绕公司“深耕细作购物城、加快发展健康业、全力提升酒店业”的目标任务，确保顺利完成公司全年销售、利润指标，对标公司高质量发展、实现高效能管理目标，公司开展“我为新世界发展献一计”征集活动，围绕深入查找影响公司高质量发展的突出问题，着力谋划推动公司高质量发展的工作项目，着力推动解决职

工急难愁盼的问题，以实际行动为新世界发展贡献智慧和力量。本次献言献策活动共收到 78 位员工提出的 75 条建议，主要集中在：加强人才队伍建设方面、新营销方面、赋能增效提升企业管理方面、会员管理等 10 个方面，公司多次召开专题会议研究建议，并推进各项改进措施。

——开展集体协商

2004 年 12 月，公司工会在全体员工大会上提出了要在协商机制已经形成的基础上，逐步试行职工集体合同制度。为此每年 12 月开始进行由公司方和工会方的协商代表共同参加的集体合同协商过程，对包括职工薪资、工作时间、职工休假、劳动安全卫生、保险福利等内容进行平等商议，在职代会上由代表们表决正式通过《职工集体合同》。集体合同签订下来，公司方和工会方认真按照集体合同的条款，全面履行各项职责，定期进行协商，促进了企业的和谐与发展。

◆ 注重员工培训，支持职业发展

公司注重对员工的技能培训，强调培训重在关注实用性、及时性，同时，坚持从多方面着手，对培训素材、培训师资、培训形式、培训效果及改进作综合考量。

——分类分层次的技能培训

2023 年公司安排物业部 5 名员工参加安全生产管理人员专业培训，保持安全管理整合体系运行有效，确保安全生产管理水平再上新台阶。动员员工参加 2023 年黄浦区职业技能竞赛活动，14 名员工报名了电子商务师（三级）和劳动关系协调员（四级）竞赛，通过参加相关培训，提高员工的综合业务能力。组织 20 名员工参加上海市商业企业管理协会举办的“商业空间与数智化应用”急需紧缺人才培养，进一步提升公司数智化应用技术，为公司培养一批创新型、应用型、

技术型人才。持续做好员工继续教育和专业技术教育的培训工作，保证了员工学历与技能的持续提升。

——员工职业发展规划

公司以员工自我评估和组织评估为依据，为员工制定职业发展规划，开辟适合其自身发展的职业成长通道。

在制定员工职业发展规划时，除以个人工作业绩为基础外，还综合考虑员工的技能和职业道德水平。在部门调整与重组中，通过优胜劣汰，将员工安排在合适的岗位，发挥最大的主观能动性和创造性，使工作流程更趋于完善和合理。

◆ 员工沟通与友爱

——全心全意为职工做好事办实事

公司各级党政工坚持每年重大节日和高温期间走访慰问困难职工，每年拨出专款帮助困难职工解决生活困难。公司还设立了三项基金，即救急济难基金、职工教育基金、职工医疗救助基金，为困难职工、患重病职工和患病住院职工解决实际困难。公司为在职职工办理工会服务卡参与投保办理《上海市在职职工住院补充医疗保险》，为女职工投保了《女职工团体互助医疗特种保险》，2023年公司工会继续参保《职工特种重病团体互助医疗保险》，同时坚持每年安排职工到长征医院进行全面体检，充分体现工会组织的关爱。

——时刻关爱职工，增强员工归属感

跨年营销时，公司会为晚班员工安排好点心、班车，为他们解除后顾之忧，



为员工加油鼓劲。每年的高温酷暑之时，公司领导也会慰问一线员工，叮嘱他们要注意休息，做好防暑降温工作。

——合作共赢享资源，共筑健康重实效

本着“资源共享、优势互补、注重实效”的原则，以“互惠互利，双向受益，共同提高，合作共赢”为目的，全面开展基层单位结对共建活动。11月17日，上海新世界股份有限公司与黄浦区南京东路街道社区卫生服务中心进行

了“合作共赢，共筑健康”签约仪式，之后中心也将定期来坐堂，为职工问诊、配药提供了极大便利与专业服务。



——开展文体活动丰富职工业余生活

全民健身丰富职工的文体生活是新世界的一项长效工程，员工体育·艺术节是公司优势品牌项目，为激发集体荣誉感和集体凝聚力，增强企业活力，第十一届员工体育·艺术节于6月2日盛大开幕，开幕日至8月18日先后开展了趣味嘉年华、大怪路子团体竞赛、羽毛球嘉年华、保龄球比赛、乒乓球比赛等一系列丰富多彩的文体活动，旨在让广大干部职工在工作之余放松心情、强健体魄的同时加强职工团队意识和合作能力，为公司的发展壮大奠定了坚实的群众基础。本次活动不仅提高了职工参加体育运动的热情和兴趣，还让职工们在忙碌工作之余关注身心健康、拓宽视野、提高素质。



公司工会坚持在职工中开展传统文体活动，更以兴趣小组、协会的形式鼓励支持职工定期开展各类专项文体活动。继续开展工会学堂，课程内容包括“激发创意思维，培养创新意识”PPT制作培训、“演讲的技巧”语音规范及语言表达培训、“玉见美好，感恩父亲节”古玉收藏常识及鉴定讲座、“乐享生活，精心编织幸福网”编织手袋制作活动、宝可梦集换式卡牌游戏（PTCG）入门教学培训、“巧手慧心，香约端午”设计款香囊制作活动、“写作漫谈”新闻报道写作培训、“穿针乞巧，妙手生花”刺绣荷包制作活动、“捕光逐影，记录美好”——手机摄影摄像培训、“巧手迎双节，共编幸福结”中国结

编织、“如何保护好胃肠消化系统”健康讲座等 11 场注满工会心意，符合员工美好健康工余生活需求的教学课程。





经济与公平运营

2023年是深入贯彻落实党的二十大精神开局之年，是全面落实集团“练好内功，增强体质”“加快转型，提升核心竞争力”目标要求的深耕之年，也是股份公司紧紧围绕“深耕细作购物城、加快发展健康业、全力提升酒店业”奋力实现新跨越的关键之年。在区委、区政府和集团的坚强领导下，公司主动对标习近平总书记关于国有企业改革发展和党的建设的重要论述、对标上海市建设国际消费中心城市实施方案的各项目标任务、对标黄浦“勇担中国式现代化新使命”新任务、新要求、对标集团“高质量发展”和“促消费”各项重大部署；主动把握市场脉搏，保持新世界的创新之魂，推动公司各项工作较好发展。

◆ 突出政治引领，锚定前进航标

公司党委把加强党的政治建设作为重大政治责任，把深入学习宣传贯彻党的二十大精神作为首要政治任务和头等大事，把学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想作为航向标，把在变局中坚守“励精图治、做优做强做大国有企业”的初心作为推动各项工作的中心。通过党委会“第一议题”、党委理论学习中心组学习和党支部“三会一课”等多种形式学原著悟思想，主动对标习近平总书记关于国有企业改革发展和党的建设的重要论述，对标黄浦“勇担中国式现代化新使命”新任务、新要求，对标集团贯彻“高质量发展”和“促消费”各项重大部署，开展针对性的学习、系统化的研讨，围绕企业经营发展找准切入点和着力点，充分发挥党委举旗定向作用，牢牢把握新世界发展正确政治方向。

◆ 牢记国企初心，彰显担当作为

2023年商业服务业有了较大的增长，但增长方式体现出波动式，公司始终保持清醒的认识，因势而变、顺势而为在变与不变中，坚定初心、坚持创新、坚守经典。

百货板块实现四个方面转变：实现自我革新优布局——从“百货为主”向“多元业态”转变；创立“Fun肆街区”——从“地段引流”向“自带流量”转变；全员营销聚“新粉”——从“传统推广”向“拥抱新媒”转变；未来消费新场景——从“都市百货”向“对标国际”转变。**五大措施推进优化突破：**以体验经济撬动提振消费新支点；以结构调整重塑经营业态新格局；以数字运营激活私域流量新活力；以绿色商场践行持续发展新理念；以优质服务营造爱逛乐购新氛围。

大健康板块依托老字号优势，不断提升品牌黏度和影响力；聚焦高质量发展，稳步推进企业转型升级；重点推进徐重道饮片厂项目，增添企业发展新引擎。

酒店板块调整经营思路，加大营销宣传，优化资源组合，加大素质培训，提升服务质量，凝心聚力共发展。

◆ 聚焦主责主业，做强实体商业

引领发展，公司党政班子成员结合分工履职尽责，严格落实“三重一大”民主决策制度和“四责协同”同频共振，进一步推动齐抓共管的党建工作格局。助力发展，以深耕公司党委党建品牌、优化支部特色党建为抓手，结合经营的切入点、着力点、发力点，推动党建与经营的深度融合，在日常运营各项工作中、在“五五购物节”、会员内购会等各大扩销增盈活动中，支部战斗堡垒作用、党员先锋模范作用得以充分发挥。在“我为新世界献一计”活动中，共收到关于学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想主题教育、关于党建引领、

加强支部建设，关于新世界城百货定位和结构、品牌招商，关于开展“创优争先”活动，关于加强人才队伍建设，关于新营销、特色营销、会员服务、赋能增效，提升企业管理，关于加强安全生产、节能降耗，关于关心职工、凝心聚力等 10 个方面共 78 条建议，充分调动全体党员积极性、主动性和创造性。

◆ 锚定明责履职，压紧压实深化“四责协同”

公司党委履行全面从严治党的主体责任，着力推进集团党风廉政建设大会部署要求，不断推动全面从严治党向纵深发展。党委及班子成员共制定年度重点工作责任项目 25 项，工作措施 88 条，进一步强化责任目标管理、细化分解、压实责任；按期召开“四责协同”专题会议，细致总结分析了取得的成效、存在的问题和薄弱环节，研究制定工作措施和下一步改进措施，确保执行到位，严防“四风”。

公司积极倡导并推动完善内部诚信体系（见图表），开展“诚信新世界”主题活动，通过党风廉政建设、职业道德培训，把诚信理念融入到每个员工的行动上。

监测对象	监测内容	监测主体	监测指标	测量方法	采取措施
高层	党风廉政	上级公司 公司纪委	党风廉政	述职、述廉、 民主测评	党风廉政责任制考核
中层	管理活动的 公正性	公司纪委 审计部	违纪违法事件	自查、抽查	审计监督、纪委监督
		公司员工	员工满意度	员工满意度测评	第三方员工满意度测评
	经营管理行为 的规范性	客户	客户满意度	顾客满意度测评	推行经营管理公开制度，将有 关事项向客户公开
		合作伙伴	合同履约率	合同兑现	签订战略合作伙伴协议
员工	日常行为	人力资源部	不发生违法犯 罪案件、不发 生严重违纪违 规问题等	综合治理	开展职业道德、职业纪律、职 业责任培训学习贯彻《公司员 工道德规范》，组织培训《员 工手册》
	诚信纳税	税务局	按期按额纳税	税务检查及评价	组织申报和公司代缴代扣



合作共赢

单丝不成线，独木不成林。新世界多年来的成长和发展也同样离不开与各大品牌零售供应商、广告商、各大电商平台、银行及其他相关企业一如既往的支持与通力合作。

◆ 百货品牌供应商的管理与协作

2023年，通过品牌管理能级的提升，进行数据分析、探索市场，积极围绕新消费模式，尝试新型销售方法，拓展新渠道，开辟新消费场景。不断引进新品牌，以及维护好长期合作的核心品牌，与品牌商一起积极开拓零售市场新销售场景，努力提升自身品牌与市场品牌的联动效应，把最大限度地满足顾客需求，实现从满足到满意再到卓越。

2023年度公司先后引进40余个品牌，涉及调整引进大类有化妆、服饰、潮玩、家电、文教等大类。其中四楼“FUN肆街区”是今年重点打造的新品类、新楼层，抓住“ACGN”潮玩IP的市场热点，集中引进了动漫主题餐厅+游戏周边集合店、日本动漫品牌中国首入店、动漫品牌中国旗舰店等潮玩头部品牌，还推出了社交平台线下临展，以及众多限量产品首发仪式。通过四楼的品类调整和活动策划，为新世界城引入了一大批年轻客群。

公司品牌招商部还会同各经营楼层共同开展了众多品牌、品类的招商洽谈工作，在原有经营品类的品牌洽谈之外，2023年度品牌招商部还针对高楼层的闲置区域，分别与酒店连锁、VR体验、运动场馆、策展品牌等体验项目进行调研、接洽，力求在未来商业的调整思路有所突破。

在“合作共赢”的道路上，我们自始至终感谢各个品牌对新世界的关注与厚爱，支持与认可，并将努力为品牌合作方做好服务，一如

既往地携手共进。

◆ 全方位会员服务，提高复购率满意度

截至 2024 年 1 月，新世界会员总数已破 51 万，会员销售占比 38.5%。会员服务包括会员开卡送、会员线下咨询、会员停车送、会员速运送、会员线上多客服咨询以及会员包装，消费卡购买以及维护，退税工作等。2023 举办并执行了多项节日庆祝活动，涵盖了文化、美容、时尚等多个领域。如元宵节兔子灯制作和情人节情侣拍照，茶艺文化以及与 HR、Dior、WOO 等品牌的合作沙龙。这些活动不仅丰富了会员的体验，也增强会员对品牌的认同感。



◆ 开启校企合作模式，设计企业形象代言啾啾

走近 Z 世代，焕发新光彩，为更好地传达品牌理念，促进品牌年轻化，迎合行业和市场的发展并加强与消费者的互动沟通，上海新世界城与上外贤达艺术与传媒学院于 2023 年年初立项合作，启动了为期数月的 IP 形象设计工作。

2023 年 6 月 17 日，94 幅设计作品经过严格初选后，有 40 幅作品正式入围进入网络评选阶段。



2023 年 8 月，经过校方、企业方及社会面三方评选，“啾啾”脱颖而出成为上海新世界城全新 IP。

“啾啾”这只具有情感元素的小鸟，可以促使上海新世

界城更具体地展现品牌核心价值观，提升品牌传播的趣味性和亲切感。

“啾啾”不仅是品牌形象的具体化，更是品牌多元和创造性的直观表达，它将赋能品牌在市场上脱颖而出。我们相信，全新亮相的 IP “啾啾”将在未来为上海新世界城带来更多机会！

◆ 借力多品牌多渠道合作，带来营销新气象

整合资源，合作共赢。新世界的营销活动可以说是在挖掘更深的领域，开拓更宽的发展空间，为丰富营销不断助力。2023 年我们不仅与各网络平台合作，通过线上合作增加销售渠道。与多个老字号合作，如泰康食品、三阳、上海大剧院、演艺大世界等，消费满额送老字号礼品。与店内多品牌、多业态联手合作，多渠道宣传和推广，提高跨业销售业绩。

5 月 13 日至 14 日，由黄浦区体育总会主办，黄浦区体育事业发展指导中心和上海新世界股份有限公司承办的 2023 黄浦区全民健身赛事“黄浦·我来赛”第三届“世界杯”美人鱼大赛拉开了帷幕。与此同时，商场还携手抖音本地生活服务举办了首届新世界城咖啡生活节美人鱼 IP 活动，为本届美人鱼大赛增添了新亮点。本次美人鱼大赛吸引了 30 余名参赛选手，其中既有风情万种的“美女鱼”，也有古灵精怪的“小人鱼”，甚至还有一位男性选手化身的“人鱼王子”。伴随着悦耳的音乐声，选手们身着华丽的鱼尾，潜入水中舒展身姿，与鱼儿相伴起

30+“美人鱼”决战南京路！还有一条男“美人鱼”哟

上海黄浦 2023-05-15 07:35 发表于上海

[听全文](#)



在刚刚过去的周末，一场“超养眼”的比赛亮相南京路新世界城。参赛的30余位“美人鱼”中，不仅有“美女鱼”，有小“美人鱼”，甚至还有一条男“美人鱼”。



舞，犹如海中仙子。他们或优雅地翩若惊鸿，或灵动地宛若游龙，不仅传递着海洋生态保护理念，还传播着敦煌传统文化精髓和中华文化古韵之美，令人陶醉其中，吸引了众多市民和游客驻足观赏，领略水中竞技运动的魅力与韵味，同时也感受到人类与海洋和谐共生的自然之美。



商场一楼特别打造了直播咖啡摊位，吸引着众多消费者前来互动打卡，只需转发相关推文即可免费领取一杯续命美式咖啡。此外，商场还邀请了SMG都市频道《人气美食》主持人小宝与抖音万粉达人梵梵进行直播，分享大赛盛况与美人鱼碰杯的精彩瞬间活动期间，直播间共吸引十余万人次的观看量。这一创新举措，不仅为商户的宣传推广助力，也为商场带来了更多精彩文娱体验。

【示例1】Fun 肆街区亮相新世界

2023年，为打造新世界次元文化名片，四楼商场正式更名为「FUN肆街区」，以“新动无限，次元世界”为Slogan，为广大消费者们带来了无限精彩，新店与快闪店接连开业，这包括黄浦首店自营柜新铛集、中国首店喀普康中心、Baby Pirates 四日快闪店、潮玩星球柯南主题店、潮玩星球魔卡少女樱主题店以及潮玩星球阴阳师主题店等。同时，更是有巨型高达模型与皮卡丘气模空降新世界城，使得新世界城客流呈现增长势头，为老牌商场引发二次元热潮，彰显出了年轻人的蓬勃活力。

潮玩星球名侦探柯南主题餐厅成为网络热点。该主题店由餐饮区域和卖品区域两部分组成。餐饮区域推出了 12 款主食、12 款甜品、12 款饮品及 6 款角色套餐, 购买食物和饮品能购获得角



色邀请函套组、杯垫等主题周边产品, 深受消费者的喜爱。自 2023 年 7 月 8 日正式开业以来, 主题餐厅销售异常火爆, 由于实行网上预约制, 自开放预约日起短短 1 周就将整个 7 月全部约满, 运营三周销售业绩即达到 301 万元, 而卖品区域由于不实行预约制度, 更是有络绎不绝的顾客前来排队购物。



CAPCOM (喀普康) 中心全新开业也成为 FUN 肆街区的一大亮点。该品牌创立于 1979 年, 是日本老牌的电视游戏软件品牌, 此次在新世界城开业的

CAPCOM (喀普康) 中心, 营业面积达 200 平方米, 是除日本本土外唯一游戏周边产品专营店。据悉, CAPCOM 旗下的《街头霸王》系列、《生化危机》系列、《怪物猎人》系列等一众游戏深受玩家喜爱, 其根据游戏 IP 所衍生的周边产品亦受到疯狂追捧, 开业仅《街头霸王》、《怪物猎人》2 个 IP 的周边货品, 销售达 152 万元, 人气一时无两。

12月22日至12月25日，Baby Pirates 四日快闪店更是成为年末重头戏，限量背包吸引了众多洛丽塔年轻爱好者前来打卡，未到营业时间就已大排长龙，排队人次达500人，四日销售额达92万元。

【示例2】ACG 嘉年华开启

6月28日上海市文旅局产业处处长胡恩同，上海市动漫行业协会会长徐之浩，上海市动漫行业协会秘书长张炜，上海新世界股份有限公司总经理沈为民，公司党委副书记杨文军于上海新世界城一楼中庭共同启动了的“2023 新世界 ACG 嘉年华”活动。



ACG 嘉年华的盛大开幕也标志着商场四楼全新打造的“Fun 肆街区”正式亮相。城市向上，商业向新，作为传统百货，2023 年新世界城重新出发，“破圈”重生，创立「FUN 肆街区」，以“泛二次元风暴”吸引“Z 世代”，从“地段引流”向“自带流量”转变，希望

为年轻人打造潮流生活聚集地，满足 Z 世代群体多变的消费需求，培育打造新世界次元文化业态，以差异化定位打开市场。未来，新世界城将进一步完善 ACG 品类、经营方式和服务方式，继续推进其他楼层的结构调整，以更好的业态服务广大消费者，为城市商业与消费者生活方式注入全新的势能与活力，让百年新世界再塑新辉煌。



诚信、服务与顾客

◆ 坚守诚信品质，抓牢企业生命线

新世界是第一个在上海商界成功探索构筑诚信体系建设的企业，推出了五大“诚信”：

一是**质量诚信**，严格把好商品质量关，实行质量一票否决；

二是**服务诚信**，做到可退的商品不换，可换的不修，可修的不拒，承诺的时间不误，无票的顾客不推；

三是**价格诚信**，商品一律明码实价，杜绝讨价还价；

四是**合同诚信**，体现公开、公平、公正原则，并按章履约；

五是**法人行为诚信**，遵纪守法，按章纳税，按期还贷付息，保护所有股东的利益。

新世界的诚信体系建设在上海和全国引起了巨大反响，近年来公司先后荣获“全国质量诚信标杆典型企业”和“企业信用评价 AAA 级信用企业”称号。



公司在全市商界率先开展了“全国百城万店无假货”活动，先后推出“三真”理念、“零号工程”，倡导“卖真品、标真价、送真情”，努力把消费者售前质量风险、售中购物不便、售后服务之忧都降为零，率先落实了“新世界无假货”的承诺，坚决杜绝假冒伪劣产品在企业中出现。

◆ 应用科技数据载体，升级质量品牌管理系统

新世界始终视诚信为企业的安身立命之本，牢固树立“质量第一，顾客至上”的质量品牌管理理念，已形成一套标准化、系统化、程序化的，具有自我完善机制的科学管理体系。近几年来，公司在原有质量品牌系统中，加大，挖深，整合升级原有各个板块的质量品牌管理系统，从供应商、服务链、销售链、市场链等进行数据整理，通过新构建的“智慧商城”平台进行数据录入，品牌研判，市场分析，系统整合来进行新维度的质量品牌管理。运用科技进行升级管理运行模式，突破质量品牌管理系统之瓶颈。整个质量品牌管理系统包含了供应商评价板块，服务人员运营板块，销售分析板块，目标品牌调研板块，合同管理板块，结算、库存等多项且全面地囊括了企业整个运营流转管理的全过程。

1. 品牌供应商的管理与协作

智慧商城创建的供应商管理系统，建立了关注供应商、入驻供应商、合作供应商的新世界大数据库，根据新世界品牌招商的要求，对供应商企业规模、品牌历史、产品质量、行业信誉、店面布局、发展规划等综合情况的了解，对于将首次合作的供应商，通过背景调查等渠道了解潜在供应商的可持续发展能力，以不同权重作为选择供应商的依据。同时，公司还不定期对部分供应商进行实地考察，了解供应商的生产环境和生产设备，产品工艺及质量管控能力、合法经营及保障员工人权等进行全面分析评测，为新世界的品牌升级发展提供参考依据，通过新世界大数据的建立精准了解我们招商的目标对象。

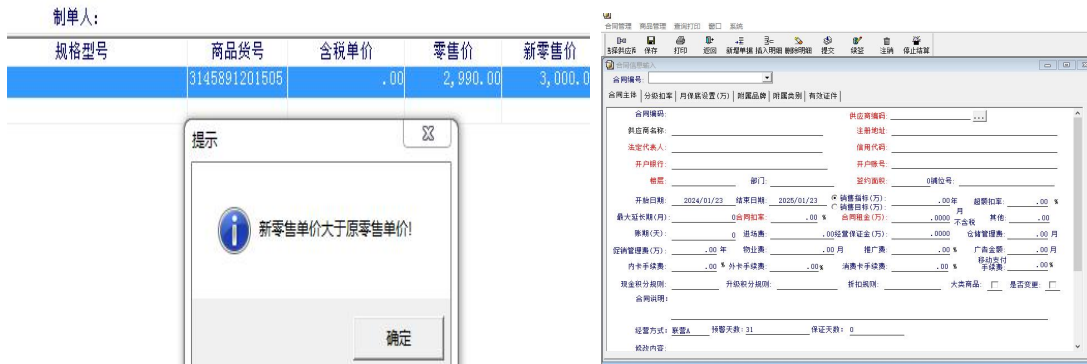
2024 伊始，公司召开了 2024 年供应商大会。公司领导与百余位供应商伙伴齐聚一堂，以“并肩同行、共享共赢”为主题，共同揭晓了荣登 2023 年度新世界合作伙伴“风云榜”榜单的集体及个人，活动现场气氛热烈。



2. 完善质量管理体系，强化经营者诚信自律

公司建立了严格的《商品质量管理体系》，并将商品质量管理纳入日常管理中，包含严格进货查验制度，指导供应商强化商品质量的源头管理意识，严把商品质量的第一防线。对重要商品建立购销台账制度，建立健全索证索票制度，以备溯源查头。完善退市制度，对商品质量监测、日常监督检查形成长效的监管机制，问题商品主动退市，建立重点商品动态监管档案。严格执行价格管理制度，按照国家物价法规定实行明码标价，对商品价格实行电脑监管，把控供应商价格浮动行为。规范广告审核制度，杜绝夸大及不实宣传，做到诚实信用公平竞争。

优化“三个推进”。2022年公司为了更好地服务楼面，我们推进核价流程的优化提升，将核价场地由办公室转变为品牌厅房，跨前一步为供应商提供便捷服务，对新品查验、系统录入、广告促销、价格管控等工作一体对接；推进促销管理的优化提升，在强化价格管控诚信经营的前提下，促销及让利设置、POP制作等大量繁琐的对接工作我们做到细致入微、高效同频，完成5000余次促销设置；推动新进品牌员工能力的优化提升，由于品牌方人员更换频繁，我们主动对接指导新进营业人员如何完成商品核价、制表、自查，促销活动申报与核验。



3. 合同管理与风险预警机制

智慧商城的创建明确了公司合同管理的职责与权限，从而确保合同审批的严格与规范。对于供应商合同的所有合法资质进行全面监管，完善了合同风险预警管理机制。对于合同涉及的财务数据有效地与实际销售过程相结合，反映出供应商合同履约的实际情况，通过数据分析，了解供应商的实际经营能力和管理能力。

◆ 深化企业职业素养，推动质量品牌建设

近些年，党中央、国务院出台了一系列重大举措，如国务院先后印发了《质量发展纲要（2011-2020年）》、《国家创新驱动发展战略纲要》、《关于开展质量提升行动的指导意见》等指导文件，通过实施质量强国战略，推动我国进入“质量时代”。习近平总书记指出，要“推动中国制造向中国创造转变、中国速度向中国质量转变、中国产品向中国品牌转变”。

2023年，公司品牌结构不断调整，扩大潮品潮玩区域，增加动漫周边、手办、手游、盲盒、网游、卡牌、文创杂货、漫画书、三坑服饰、明星周边等，针对新业态，公司通过制定相关知识产权的管理制度，包括《知识产权商品索证制度》、《知识产权商品备案制度》、《知识产权商品日常检查制度》、《新世界知识产权纠纷处理办法》、《知识产权侵权信息收集和公开制度》、《商户知识产权档案管理制度》、《知识产权诚信奖惩制度》等，将规范和指导知识产权保护工

作的各个环节，确保工作的有序进行和有效实施。同时，加强知识产权监督检查，将增加对商户的日常检查频次，确保他们严格遵守知识产权法律法规，并及时发现和及时处理侵权行为。加强对商户知识产权保护情况的跟踪和监测，及时采取措施解决问题。提升知识产权保护意识，开展相关培训和宣传活动，提升商户和员工的知识产权保护意识和侵权风险防范能力。



作为百货零售业翘楚的新世界，长久以来新世界的每一步发展都依托于质量品牌管理的不断提升与创新，并始终致力于不断提升质量品牌管理能效，引入并规范使用“六西格玛”管理工具，严格执行ISO9001质量管理体系。强调恪守商业道德，积极履行社会责任，以真情回报顾客，以卓越回报社会。

◆ 体验服务新内涵，提升服务新形象

作为零售服务行业，向顾客提供优质服务永远是新世界人追求的目标。公司围绕顾客满意，坚持“以人为本”，把最大限度地满足顾客需求作为检验服务质量的唯一标准，实现了从规范服务、诚信服务向礼仪服务、“真情·361°”服务的持续提升。

2023年公司全面提升企业服务管理形象，通过打造“三五十一服务规范”、塑造“六式服务亮点”、营造“九处场景体验”，进一

步将礼仪服务、云服务、微笑服务和“真情·361°”等服务融会贯通，新世界的服务品牌愈发做大、做响、做亮，保持了既往服务长效建设的成果，企业内部素质和外部形象得到了进一步提升。

一、全力打造总台“空乘式”服务

◇ 安全防护

新世界城总服务台坚守一线岗位，努力为顾客营造全方位的温馨服务以及购物环境。2023年，公司总服务台的班组成员在公司领导的支持下添置了酒精喷雾、免洗杀菌洗手液、护目镜、一次性手套、体温枪等。总台每日进行消毒，并配有免洗消毒洗手液，口罩等防护用品，在确保自身的安全的前提下更好地保障每一位顾客的安全。

◇ 礼仪培训

为全力打造总服务台“空乘式”服务，公司特邀航空公司礼仪培训讲师，上了为期二周生动活泼的礼仪课程，包括如何站、坐、走、蹲等礼仪形态，语言的展示也是温馨空乘服务的重要因素，总服务台的班组成员认真、仔细并且出色的完成了礼仪培训，并能在之后的工作中很好的运用，使每一位顾客能够感受到宾至如归的温馨服务。

◇ 便民服务

新世界城总服务台作为对外形象的重要展示窗口，在秉承传统文化的基础上开创全新的服务理念。围绕“满足您的需求，超出您的想象”的服务理念，充分的细化了便民服务、对外形象、操作规范、业务素质、等关键要素，不断提升服务标准，体现出新世界服务的“全心全意”、“一应俱全”。

总台设有饮水服务、轮椅租借、童车租借、广播寻人、英语导购、手语导购。在原有的服务基础上，强化手语服务，邀请专业手语老师进行为期一月的手语强化培训并进行考核。每位总台员工都能流利的用手语沟通，给予特殊顾客的贴心服务。

二、全力打造“三五十一”服务规范

公司一线员工确立以顾客为中心的服务意识，一切工作从顾客角度出发，探寻顾客深层次需求，推行“三五十一”服务规范，贯穿整个服务环节。

- ◇ **售前迎宾五要求：**站位合理，距离均匀；身体挺直，眼睛平视；面带微笑，站姿挺拔；态度亲切，以诚待人；顾客进柜，礼仪接待。
- ◇ **售中接待五微笑：**顾客眼睛搜寻时，主动微笑问候；顾客目光相对时，主动微笑问候；顾客停下脚步时，主动微笑问候；顾客注视商品时，主动微笑问候；顾客询问商品时，主动微笑问候。
- ◇ **售后服务五流程：**耐心倾听、了解诉求、登记记录、检测评估、约定答复。
- ◇ **服务细节十点通：**服饰优雅一点、仪表美丽一点、嘴巴甜蜜一点、说话温柔一点、微笑多露一点、接待主动一点、服务热情一点、态度诚恳一点、业务精通一点、应变灵活一点。

三、全力营造“九处”场景体验

◇ 全方位总服务台

总服务台新增时尚、便捷服务项目，实现多功能。服务项目囊括全日畅饮，提供饮用水；租借便捷童车、轮椅、充电宝等。

◇ 多功能休息区

商场南中庭周边配合不同楼层风格，结合灯光、绿植、安放休息座椅，即是一处时尚风景，更为顾客购物之余提供休息场所。

◇ 钢琴共享演奏吧

设于二楼商场的钢琴吧在无演出活动时，可向顾客开放，让具备钢琴演奏特长的顾客发挥一曲。

◇ 女性妆容沙龙

整合品牌资源，推行女性消费体验——化妆沙龙，开辟特定区域，推行“闺蜜式”服务，形成定期活动，吸引更多女性消费者前来体验。

◇ 品牌自主收银

公司除了常设收银台之外，实现品牌自主收银全覆盖，缩短顾客交易时间，提升消费体验；让顾客增加购物随心、付款无忧的体验。

◇ 贵宾尊享 VIP 室

环境高颜值，全新 VIP Center 办卡区及贵宾室，用于贵宾休息及私人会晤；设 1 个会员活动室，可举办会员沙龙及讲座，配备多媒体设备、服务吧及咖啡观景台，并有贵宾专用盥洗室。

◇ 人性化客服中心

客服中心实现前后台分离，前台设计注重打造温馨舒适的客厅模式，体现“家人式”服务，后台为办公区域，建立顾客意见档案，做好消协、工商、商圈投诉接待处理，打造专业、优质的“消费维权联络点”。

◇ 智能化母婴室

八楼商场妈咪小屋功能提升，电子感应门分隔出独立私密的母婴小憩天地，配备温奶器、热水壶、宝宝尿布更换操作台，另备有应急纸尿裤、防溢乳垫，为母亲提供温馨舒适的服务。

◇ 温馨亲子卫生间

儿童商场设置亲子卫生间，设有专为儿童设计的台盆、坐便器，以及放置婴儿座椅的母婴卫生间。

新世界城一直以优雅的环境吸引顾客、以优质的商品赢得顾客，以优良的服务留住顾客，加快建设智慧商城、全面提升商业形象，加速推进公司新一轮的发展。

【示例 1】满足外籍顾客需求，语言交流无障碍。

2023年，随着经济不断的复苏，南京路上的外籍游客也逐渐增多了起来。总台每天都会接待不同国家来的游客咨询，比如周边旅游景点、商场服务设施、商场品牌咨询等等，其中让外籍游客需求最大的



就是人民币兑换服务。相比方便快捷的国际支付方式，更多的外籍游客较为喜欢使用纸质人民币的支付方式。

2023年，一位外籍游客急匆匆的跑来总台，焦急的问：“Do you know how can I find currency exchange

shop? I don't have any money!”了解了顾客的需求后，总台小吴为了帮助这位外籍游客能换到人民币，打开搜索软件，寻找周边有外币兑换服务的银行后，对顾客说：“The nearby bank has a currency exchange service, you can go outside the mall, then...”。小吴在把具体地址和路线告知了游客后，他用蹩脚生硬的中文对小吴说了声：“谢谢！”小吴也用中文微笑着对客人说：“不客气，欢迎下次再来！”这一服务举动让外籍游客倍感商场贴心与国际化的服务。

【示例 2】开展真情售后，弘扬企业诚信。

新世界城客服中心是新世界城对外形象的重要展示窗口。客服中心以“开展真情售后，弘扬企业诚信”为宗旨，紧紧围绕企业经济建设，致力于塑造新世界城崭新形象，努力使服务做到顾客满意、称心，以一颗真诚的心服务大众奉献社会。

2023年10月，一对老夫妻在新世界城购买了一台品牌智能电视

机，到货使用一段时间后发现电视机经常会在半夜自动开机，平时看电视时也会突然自动跳回系统首页。顾客先联系了品牌售后，品牌售后安排维修人员上门对电视机进行了检测，结果显示电视机并无故障。但顾客在后续使用过程中问题依然存在，于是顾客联系了新世界城客服中心。

通过沟通了解到，老夫妻儿女平时不在身边，对这种智能电视也是第一次接触，但遇到的这些问题已经影响到了正常休息，非常痛苦。为尽快帮顾客解决问题，当天就安



排新世界城工作人员联系售后人员一同上门为顾客再进行一次检测，但检测结果依然显示电视机无故障。两名工作人员经过商量后，转变思维帮顾客把其他与电视机连接的所有设备都排查了一遍，原来是顾客家的机顶盒出现了故障所导致，告知顾客进行了报修后，最终帮助顾客解决了困扰多日的难题。老夫妻开心的对工作人员说：“我们以后买东西还来新世界，因为在这里我可以买到放心！”

在工作之余，客服中心的班组员工还利用业余时间积极开展职业道德学习，实时关注最新的“消法”动向。在工作中由点带面，把售后理念、法律法规、接待技能传递出去，提升售后服务员工的综合服务能力，充分展示新世界城的商业文明和礼仪。

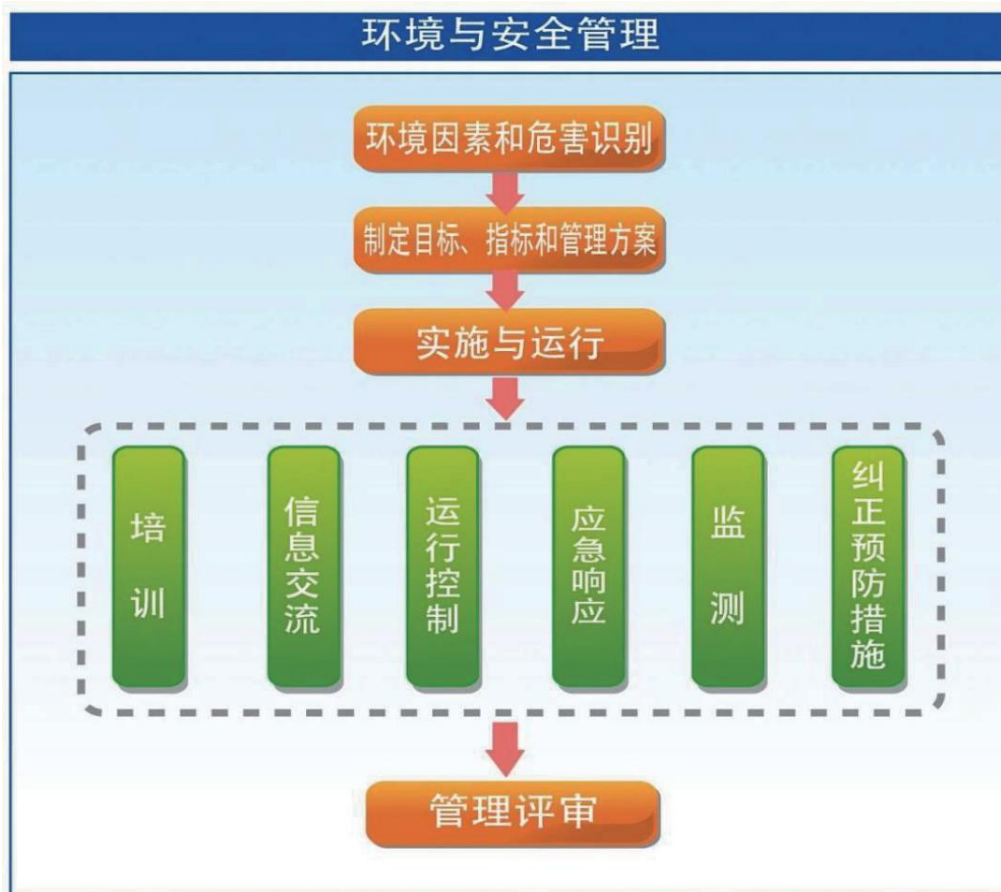


环保节约

◆ 环境管理

近年来，公司在发展壮大的同时，不忘履行社会责任，积极导入环境管理体系，并结合新世界自身特点，在实践中不断总结商业环境管理的方式、方法，努力探索符合自己发展的商业环境管理体系。

公司按照环境管理体系要求，对环境因素进行识别，确定环境管理目标和管理方案，组织实施、运行，并通过各种管理评审进行评估，寻找差距，不断改进。



在 2023 年中公司在绿化环境上的主要措施是：

1、商场公共区域及办公楼绿植更换：1 月至 11 月按计划完成办公楼层绿化和商城外围绿化日常养护工作，更换办公楼层：巴西木 40 棵、绿萝 60 棵、幸福树 10 棵、小绿萝 200 棵、万年青 80 棵、红

掌 25 棵、发财树 25 棵、小型盆景花 300 棵，外围：杜鹃花 1500 棵、草花 2000 棵、三角梅 30 棵、茶花栀子花等共 100 颗。

2、植物养护：商场外围公共区域、办公楼植物定期安排专人进行养护，针对商场内绿植进行相应的浇水、松土、施肥、除草、修剪等作业。并将相关记录登记在绿化养护记录表中。



3、公共区域花卉摆放及调整：根据商场大型活动、接待活动（如：圣诞节、元旦、店庆等）的要求，针对外围、办公楼主要花卉进行重新布置并增加了多种季节性花卉，以提供新鲜感及烘托气氛，吸引客户。

4、安排绿化养护人员对商场外围绿化区域垃圾进行清理，有效改善了商场外围绿化的环境。

公司制定并严格实施基础设施“三大”检修策略，提高运行可靠

性水平。为确保主要设备在高负荷状态下能够可靠运行，尽量减少故障，切实提高设备运行的可靠性，公司实行周期检修、寿命检修、状态检修三大检修策略，制定了电梯维修规定、空调维修保养规定等一系列规章制度，使检修计划形成制度，以便在日常工作中严格执行。在实施检修的过程中，对一些主要设备、特种设备，如电梯、冷水机组、水泵等主要采取委托供货单位维护保养的形式，签订定期维护保养合同，日常内部配备技师级专业人员管理。对特殊工种，如电梯工、电工、空调工等，每年上报人事部进行培训，考核合格后上岗。对租赁楼面主要采取签订安全协议的方式，将责任落实到人，并设立专门的管理部对其监督管理。

针对噪音、空气污染等这些问题，公司提出了建设低能耗、低污染、布局合理的“绿色”购物环境。公司有一定数量的水泵、风机和空调机组，为便于噪声控制治理，主要设备设置在地下二层，设隔音操作室。风机和水泵均采用软接装置，设备基础增加减震垫块。地下车库的废气采用机械排风，设置专用风道高空排放。合理选用小型化、环保型设备，提高设备的技术含量，选用设备向适度超前方向发展。



2023年下半年公司对13F空调机房进行了升级改造，原有的设备使用超过20年，设备陈旧，故障率高，操作复杂，保养困难，且由于

使用年限较长制冷效果差，能耗高，已经不适应当下节能减排的主题了。在如此情况下公司耗时5个月对其进行改造升级，希望能对商场的运行环境对节能减排做出大企业的担当。

通过针对性的治理和维护，新世界的整体环境得到了很大的改善，良好地履行了环保承诺。

◆ 低碳节能

上海新世界股份有限公司是一家有着百年历史的中华老字号企业，也是一家注重节能环保的现代化企业。公司的领导层高度重视节能工作，通过制定节能目标和措施，建立节能责任制和考核机制，营造节能文化氛围，积极参与节能活动等多样化措施，确保节能目标的实现。

作为国家住建部“科技赋能 - 黄浦区公共建筑能效提升示范项目(示范区)”推进建设的代表项目，公司积极响应《黄浦区节能低碳“十四五”规划》的要求，采用托管型合同能源管理模式，于2022年2月至5月进行了绿色低碳综合改造，进行用能系统的升级改造和专业运行托管。

在“精调研、重评价、硬改造、软调适、细管理、建机制”的黄浦区能效提升方法论指导下，开展综合技术改造，提升了建筑能效水平；通过高效设备选型、精准智能控制和持续调适优化，打造了绿色高效制冷机房；根据建筑实施条件和用能特点，克服多种不利条件，于屋顶建设低压并网光伏发电系统，实现了新能源应用；并接入多个楼宇底层控制系统，融合多个智能算法，面向楼宇碳排放监测和预测，注重数字化技术为楼宇能源管理赋能，打造了新世界城碳排放智慧管理平台。

◇ 在全面提升建筑能效水平方面

新世界城针对供热系统、照明系统、制冷系统、楼宇自动控制(BA)

系统实施了绿色低碳改造，并持续开展综合节能调适，使建筑整体能效水平得到全面提升。

对照设计阶段系统运行目标，根据设备性能及室内参数勘查测试结果进行综合评价，诊断运营阶段现存不足。按照全生命周期节能理念，根据诊断结果制定参数控制逻辑优化、水力平衡调适、变流量调节优化等针对性措施，通过系统内参数寻优和系统间整体联调提升运营效率。新增设备参数、室内环境、空间安全监控感知点位，数据集成后接入智慧管理平台，形成建筑能效实时监管体系和《节能运行操作手册》。通过综合调适，在降低系统能耗的同时提高了环境舒适度。

✧ 在重点打造高效制冷机房方面

公司将地下二层空调机房冷水机组、冷冻水泵和冷却水泵进行更新，升级空调智能控制系统，增加空调水泵、冷却塔风机和商场全部空调箱风机的变频控制，重点打造了综合制冷能效比超过 5.0 的高效制冷机房。

在主机选型过程中，参考原有冷机参数，基于全年动态能耗模拟的方法，选用四台三级压缩离心冷水主机，主机技术参数达到国标工况双一级能效标准（COP=6.31，IPLV=6.94）。在管网设计和施工过程中，根据现场实际情况，通过优化循环水管长、流量和阻力构件，配置一机一泵等技术措施，减少制冷机房管损 30%以上，提升了制冷系统的整体能效。

✧ 在创新能效提升模式方面

公司在合同能源管理方面，应用了绿色信贷+绿色保险双结合、节能改造+运营管理双结合的创新模式。运用绿色金融为建筑绿色低碳转型提供有力保障，耦合节能改造和运营管理的多种技术措施为楼宇能效提升和精细化管理提供助力。

公司在能效提升方面，在黄浦能效提升方法论的基础上，进一步

提炼了一套易于操作、便于推广、效果显著的工作流程，即“一套标准、两次提升、个性解决、示范引领”的创新模式。以标准化的方法推进调研踏勘、现场检测、评价诊断、硬件升级、调适优化、管理完善、交流宣传等工作。

首先，寻找楼宇在能效管理、低碳运行方面的共存不足，按照普适通用的解决方案先提升一次建筑能效；其次，了解楼宇业主差异化需求、分析设备及环境检测结果、梳理建筑实际用能规律；然后，排查各自短板，摸清各自瓶颈，聚焦关键问题形成个性化解决方案；最终，在“硬改造、软调适、细管理”阶段逐项落实，再提升一次建筑能效，从而整体促进能效水平“进档升位”；此外，由于技术、模式方面的良好示范意义，获得了行业内的高度肯定和赞誉，在同类实践中发挥了很好的引领作用，接待了多批次的参观交流和学习研讨。

（一）节能降碳效益

1、基准期和测算期

公司于2022年2月开始改造，因此本次测算选取2020年7月—2021年6月为基准期。此次改造节能效益分享从2022年9月开始，选取2022年9月—2023年8月作为测算期，由于运行期不满一年，采用理论计算的方式对节能量进行分析，同时对已运行周期的实际效果进行验证分析。所有能源品种采用折标煤法和折二氧化碳法折算。

2、数据来源

（1）基准期：建筑逐月用电量、用气量来自2020年7月—2021年6月用电数据，空调系统用电量数据来源于大楼分项计量平台数据；

（2）核定期：2022年9月—2022年10月逐月用电量、用气量来自大楼提供的用电数据，空调系统用电量数据来源于大楼分项计量平台数据。

3、测算方法

本项目结合电力平台分项数据，采用关键参数法对各个改造措施的节能量进行计算，然后采用逐项累计法对综合节能改造节能量和节能率进行核定。

表 1：电力和天然气的标准煤折算系数

终端能源	标准煤折算系数
电力	0.27978kgce/kWh
天然气	1.29971 kgce/m ³

- ◇ 年节能量 = 节能量审核报告核定的年节能量
- ◇ 年二氧化碳减排量 = 0.5703kgCO₂/kWh × 节能量审核报告核定的年节电量
- ◇ 至 2023 年 3 月的节能量 = 年节能量 × 7/12
- ◇ 至 2023 年 3 月的二氧化碳减排量 = 年二氧化碳减排量 × 7/12
- ◇ 至 2025 年可形成的节能量 = 年节能量 × 3
- ◇ 至 2025 年可形成的二氧化碳减排量 = 年二氧化碳减排量 × 3

4、测算说明

本次《节能量审核报告》核定了 2022 年 9 月至 2023 年 8 月共 12 个月的节能量。年节能量和年二氧化碳减排量取报告中的核定数据。

公司自 2022 年 6 月完成绿色更新改造，至 2023 年 3 月共 10 个月。运营期间产生的节能量和二氧化碳减排量为年节能量和年二氧化碳减排量的 10/12。

2023 年至 2025 年共三年，可形成的节能量和二氧化碳减排量为年节能量和年二氧化碳减排量 × 3。

5、测算结果

根据上述测算方法、测算依据和《节能量审核报告》，节能改造措施实施后，年节能量为 2254.3tce/a，综合节能率为 21.3%，汇总

数据见表 2。

表 2：节能量测算结果

至 2023 年 3 月，运营期间的节能量和减排量		
节能量	1878.6	tce
二氧化碳减排量	3829.3	tCO ₂
年节能量和年减排量		
年节能量	2254.3	tce/a
年二氧化碳减排量	4595.1	tCO ₂ /a
至 2025 年，可形成的节能量和减排量		
节能量	6762.9	tce
二氧化碳减排量	13785.4	tCO ₂

(二) 经济效益

总投资额、单位节能量投资成本、单位二氧化碳减排量投资成本、静态投资回收期等见表 3。

表 3：经济效益测算

总投资额	1311	万元
单位节能量投资成本	501.71	元/tce
单位二氧化碳减排量投资成本	246.13	元/tCO ₂
静态投资回收期	4.6	年

以黄浦区商业建筑电力、天然气等能源种类平均单价计算，本实践十年可累计节约各类能源费用支出 2479 万元，取得明显的经济效益。

(三) 社会效益

公司通过节能改造，降低了新世界城商场的能耗和运行成本，从而减少对环境的影响，产生污染物减排的效果。根据国家发改委数据估算，公司每年可减少二氧化硫排放 22.5 吨，减少氮氧化物排放 22.5

吨，十年二氧化碳减排量相当于绿化造林 14.3 万棵。助力探索“双碳”目标达成路径，引领南京路商业圈的绿色低碳转型。

本次改造提高了新世界城商场的舒适度和安全性，营造了绿色消费理念和氛围，打造了“引人流促消费”的绿色商场，从而提升消费者的满意度和忠诚度，增强了商场的竞争力和客户价值。

通过本次实施的节能改造项目，推动了节能技术的创新和应用，在同类商业项目中具备复制推广价值，有助于提高商业行业的绿色低碳运营水平和服务质量。

（四）实践创新性

1、创新实现新能源技术应用

作为已建成近三十年大型公共建筑的新世界城在应用太阳能光伏发电技术方面面临着诸多不利条件。如楼层过高，建筑屋顶气流条件复杂，对光伏设备稳定性要求较高；上海位于华东沿海，每年都有数个台风过境，对设备抗极端天气性能提出了特殊要求；楼宇处于上海繁华的南京路闹市区，每天游客众多，设备安全性也不容点滴疏忽。

本次改造在多方技术团队的共同努力下，创新应用多项先进技术和施工工艺，如采用轻质化叠瓦组件技术，发电设备减重约 70%；应用无穿孔链接方法，杜绝屋顶漏水隐患；使用紧贴式安装形式，提高设备抗台风等极端天气能力。最终实现了新能源技术在既有高层建筑屋顶的创新应用，建成 400 伏低压并网光伏发电系统，铺设 252 块 420 瓦柔性光伏组件，系统总装机容量约 106.68 峰瓦，采用“自发自用，余电上网”模式，年均发电量约 10 万度，年二氧化碳减排量约 42 吨。

2、注重数字化技术创新赋能

本次改造通过整合空调控制系统、能耗监测系统、环境监测系统等楼宇控制底层系统，创新利用数字化技术为楼宇管理赋能，搭建了

新世界城智慧管理平台，利用“安全稳定、健康舒适、绿色低碳、智慧管控”四个维度对楼宇运行状态进行综合评价。

（1）安全稳定方面：平台通过对变压器运行参数的实时监测，发现用电隐患，消除安全风险；

（2）健康舒适方面：通过安装在每个楼层的空气质量传感器，掌握大楼内的舒适度和空气质量指数，及时发现室内健康风险并提醒物业管理人員处理；

（3）绿色低碳方面：通过在历年能耗数据的基础上，集成建筑实时能耗、太阳能光伏发电等数据，通过新开发的大数据算法，对楼宇当年的碳排放总量进行预测；

（4）智慧管控方面：通过搭建的物联监测系统，持续跟踪设备能效状态，利用人工智能算法给出设备优化运行控制策略，实现设备设施的精细化管理。

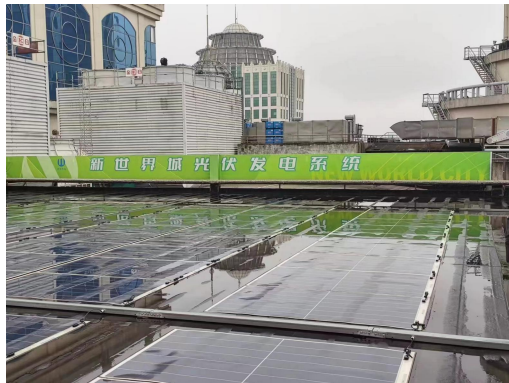
3、节能改造+运营管理双结合的合同能源管理创新模式

在改造阶段采用了合同能源管理模式，优化更新软硬件系统、提升整体能效水平。通过节能服务公司提供设计、改造施工、融资服务解决了商场设备安全性提升、系统能效水平提升、环境舒适度提升的核心需求。

在运行阶段引入了托管型合同能源管理模式。完成更新改造的能源系统交由节能服务公司实施托管，基于节能改造建设的数字化智能管控系统实施精细化运营管理，将传统的人力粗放运行转变为专业团队数字化精准运行，并通过系统调适持续优化运行策略，实现了高性能系统和设备的高效率运行，确保本次改造在项目周期中达到设计的节能降碳目标。

本次改造利用市场化的节能方式，调动了社会资本参与公共建筑践行双碳目标的积极性。节能改造与运营管理双结合的创新模式，绿

色低碳的节能措施和专业化的运营管理服务并行，实现了效率和管理的双提升，在同类实践中具有良好的适用性和可操作性。





安全生产

新世界始终把安全生产作为首要工作来抓，重视安全文化建设，秉承“以人为本，安全第一，预防为主，综合治理，全员参与，持续改进”的公司安全生产方针，按照 GB/T28001 职业健康安全管理体系要求，对危险源进行识别，确定安全和健康控制管理目标与管理方案，并付诸实施。公司致力于创建安全稳定型企业，切实保障员工安全与健康，无重大伤亡事故、无重大火灾事故、无重大职业危害事故，减少人员轻伤事故的发生。

◆ 树立安全理念

安全主导理念：安全第一，生产第二；凡事安全先，万事安全大

安全全员理念：人人都是安全员，人人都是安全管理者

安全价值理念：安全是企业最大的效益，安全是员工最大的福利

安全管理理念：高标准，细流程，全过程，全方位，严考核

安全预防理念：防范在先，降低事故发生的概率

安全作业理念：确认安全，按章操作，在岗一分钟，安全六十秒

安全教育理念：安全意识靠培育，安全行为靠养成

提高全员安全意识，创造了良好的安全生产环境，保障了公司生产经营活动的安全稳定和发展。

◆ 落实主体责任

公司严格落实主体责任，认真贯彻安全生产责任制，明确企业内各层级、各岗位的安全生产责任。总经理与区政府、安监局、上级主管单位签订安全生产承诺书，公司总经理与各职能部门、楼面商场、子公司的经理签订《安全生产工作目标责任书》，并分解到基层每个员工签约，签约率 100%，实现安全目标、指标层层有分解，层层有

落实，并实施安全生产考核，形成安全工作“横向到边，纵向到底”的责任网络，为公司整体的安全生产管理工作奠定了良好的基础。

◆ 安全生产投入

公司根据国家安全生产法制定安全生产投入预算，包括设备设施维保费用、技术防范设备费用、劳防用品费用、安全教育培训费用、安全工作宣传费用、隐患排查与整改费用、反恐怖防范费用、应急救援演练费用、安全生产负责人管理人培训费用、特种工种培训费用等。

◆ 持续做好安全生产标准化

公司根据国家安全生产监督管理局的规定，并结合自身安全稳定工作形势的发展需要制定措施。自 2012 年 11 月到 2016 年 9 月，公司根据《商场企业安全生产标准化评定标准》的规定，整合力量开展了安全生产标准化二级创建工作，并通过验收。2023 年是我司复审年，目前已经通过评审并完成了整改，正处于公示期间。



2023 年，我们对照现行法律法规和标准化 13 个要素的内容，继续对安全生产管理制度进行修改和完善，公司今年将进行安全生产化复审。公司还积极配合南京东路街道和区应急管理局做好安全社区工作：自 2006 年起，公司配合南京东路街道开展“安全社区”创建工作。公司 2009 年 10 月被命名为“全国安全社区”，2010 年 6 月获“上海市安全社区”称号，2011 年 5 月成为“国际安全社区”成员，2014 年 10 月通过了 5 年一次的全国安全社区复评，2016 年获得上海市安全社区建设优秀项目。

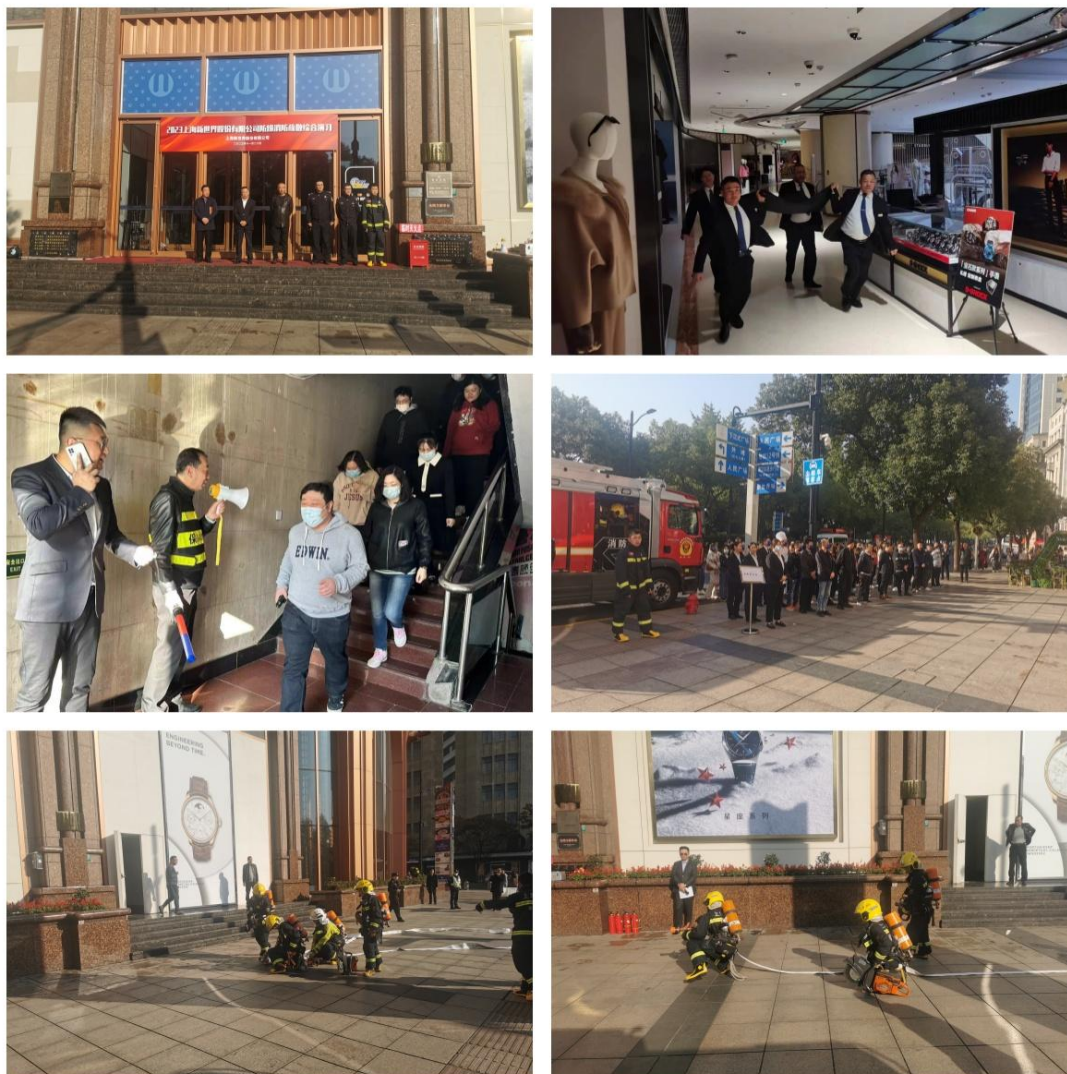
安全社区不仅仅是街道政府的事情，更是一个由政府、企业、社会组织、志愿者和居民构建起的跨界合作网络，共同参与伤害预防和安全促进工作。新世界城作为一个公众聚集场所，是安全社区的重要组成部分。

我们通过对大楼内各类事故与伤害风险进行辨识、分析，并由此确定安全项目，制定目标、计划，采取安全干预措施（主要包括技术改造、制度管理、宣传教育等），以便最大限度降低各类事故与伤害，提高了员工的安全意识与安全技能，为社区安全出一份力。

◆ 安全生产教育

公司每年制定安全生产教育培训计划，2023年组织员工进行“三级”安全教育。部门商场及班组全体员工的教育情况都记入职工安全生产记录卡内。第一季度：学习了新修订的安全生产法中修订条例11、12和视频火灾警示教育，第二季度：学习了新修订的安全生产法中修订条例13、14和视频电气警示教育，第三季度：学习了新修订的安全生产法中修订条例15、16和视频火灾警示片教育，第四季度：学习了新修订的安全生产法中修订条例17、18和视频常用灭火器使用示范。应急预案方面在1月，物业管理部组织保安队开展黄金柜台盗抢演练。在2月，物业管理部保安队开展了大客流应急演练。在3月，开展了高空坠物演练。4月份开展了电梯困人应急演练。5月开展了防爆演练。6月份开展了消防演习及反恐演练。7月份开展了防台防汛演练。8月份开展了防爆演练。9月份开展了有限空间应急演练。10月份开展了可疑物处置应急演练。11月，消防宣传月开展了消防疏散应急预案演练。12月份开展了水管爆裂跑水及隔油池应急救援演练。通过理论和实训使企业员工的安全防范意识有了较大的提升，夯实了基层安防基础，使企业的各项经济工作能安全有序进

行。



公司根据《安全生产法》配备 10 名专职安全管理员，并定期参加安全复训考核。特殊岗位人员均定期参加培训、考核、注册，持证上岗。

◆ 安全生产检查

日常安全检查、消防专项检查、电力电梯空调外墙专项检查是新世界常用的检查方法。目前公司实行营业时间内有公司总值班领导带队，非营业时间内有专职安全管理干部值班，对安全生产工作监管及应急处置。2023 年，公司开展了安全隐患排查 103 次，排查出

一般隐患 181 处，已经整改 181 处，隐患整改率 100%。

日常检查：公司专职保安队每天对安全通道、消防设施、重点监管部位进行检查，2022 年多于 365 次。

专项检查：对某个项目进行重点、有针对性的检查。包括对设备设施安全检查、国定节假日安全检查、“安全生产月”安全检查、消防风险隐患大排查等。

2023 年 9 月 13 日，国家安委办领导莅临新世界城，对使用燃气的餐饮单位进行安全检查，区应急管理局、区建管委、区消防支队相关领导陪同。检查组对圆苑、丰收粮管集、百草园、点有好味、煲宫、斯比特花园等餐饮租赁单位的燃气表具泄漏切断、燃气泄漏报警、灶具泄漏熄火保护、灶台自动灭火装置和租赁单位内通道、防火门、卷帘门疏散做了检查，对发现的问题一一指出。9 月 25 日，在区应急和区建管委组织的专班人员回头看工作中都得以整改完毕，验收合格。这次检查中新世界城员工上下同心，给国家安委办的领导交出了一份满意的答卷。

公司力求在检查中找出隐患，及时消除可能对社区及公司带来的安全影响与安全隐患，降低安全风险，保障人员安全与财产安全。

◆ 安全生产预案

为预防在新世界城范围内发生安全事故，规范公司生产安全事故应急管理制度和应急响应程序，做到迅速有效地控制和处置可能发生的事故，降低和避免人员伤亡和财产损失，上海新世界股份有限公司依据《生产安全事故应急预案管理办法》（安全监管总局令第 17 号）与《生产安全事故应急预案编制导则》（GB/T29639—2013），修订了应急预案：（1）生产安全事故综合应急预案（2）商场消防安全事故应急预案（3）商场内客流拥挤时的应急疏散预案（4）突发断电事

故应急预案（5）电梯困人事故应急处置预案（6）高处坠落事故应急预案（7）触电事故应急预案（8）防台防汛应急预案（9）防恐防爆应急预案（10）有限空间作业生产安全事故专项应急预案（11）隔油池作业生产安全事故专项应急预案（12）鱼缸爆裂应急预案。

进一步规范了公司生产安全事故应急预案管理，增强了应急预案的科学性、针对性、实效性。公司安全生产委员会及物业管理部组成的评审组对应急预案的实用性、基本要素的完整性、预防措施的针对性、组织体系的科学性、响应程序的操作性、应急保障措施的可行性、应急预案的衔接性等内容进行了论证和评审，登录上海市及国家安全生产监督管理局网站进行了备案。公司将进一步结合安全生产标准化工作逐步对应急预案进行修订及增补。



社区参与和发展

公司在取得良好经营业绩同时，竭尽全力回报社会。公司热心社会公益事业，大力支持教育事业和体育事业，在公司内全力倡导“公益在我心中，行动在我手中”的优良风气。公司高层领导身体力行，带动广大员工积极参与。根据百货零售业的行业特点和位居南京路商业街的地域特征，公司通过系统方法识别和分析，将公益支持重点放在慈善事业和志愿者服务等领域，所有活动纳入公司年度预算范围，统筹安排公司慈善资金的使用。

◆ 回报社会，热心公益

回报社会，开展资助、捐助活动。2016年，新世界通过举办一日捐、慈善义卖以及直接捐助等多种活动，共筹集善款20多万元。2017年年底，公司携手上海市儿童基金会等相关单位举办“携手星宝贝，关爱自闭症儿童”爱心公益活动，新世界向儿基会捐赠50万元。2018年12月，公司举行“孝行天下 关爱老人”慈善捐赠活动，丽笙大酒店捐赠40台电视机，公司合计捐赠800台电视机给上海市慈善基金会用于慈善事业。2019年12月28日，第二十六届蓝天下的至爱慈善活动——感恩的“新”牵手父母看“世界”暨新世界城全新开业感恩盛典隆重举行，公司向上海市慈善基金会捐赠100万元（含物资），用来关爱空巢独居老人。与此同时，公司举行了“爱聚暖冬，情系澜沧”电视机起运仪式，经过2888公里的长途跋涉，新世界丽笙大酒店捐赠的165台电视机运抵遥远拉祜村庄，老乡们感慨万分，终于能在家中看上2020年春晚了，新世界的慈善之心使老乡们的年味更足了。2020年1月，共建单位上海长征医院62名医护人员组成重症医疗队连夜出发驰援武汉，临行前急需一批行李箱，短短3个小

时，公司迅速组织力量将采购货物无偿交付给他们，确保医疗队顺利出发。2021年6月15日上午，为了庆祝中国共产党成立100周年，以不忘初心、牢记使命，全心全意为人民服务的实际行动，推动党史学习教育践行见效，续写军民鱼水之情。由海军军医大学附属第二医院（上海长征医院）、南京东路街道办事处、上海新世界（集团）有限公司、上海新世界股份有限公司、上海蔡同德药业有限公司携手主办的迎接建党百年华诞、守护健康军民同行“我为群众办实事”大型义诊活动，在新世界城正门口举行，成为南京路上一处暖心的红色风景。2022年6月为曹光彪小学捐赠7万元用于购买课桌椅，帮助全校师生顺利复学。为进一步学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想，持续深化“党员先锋行动”，切实发挥党建引领，充分带动团建赋能，2023年11月21日上午，公司积极参与“以学促干践行高质量发展之路，联盟聚力传承南京路为民情怀”南京路商圈党建联盟主题教育为民服务实践活动。



◆ 爱的传递，共筹善款

上海新世界股份有限公司是一家中华老字号企业，在企业社会责任方面也尽善尽美。公司每年的“一日捐”活动日益得到社会各界的广泛认可。十几年的坚持，十几年的爱心，汇成一股暖流，滋润着每一位被帮助者的心。每年年初，新世界都会掀起一股暖风。

公司积极响应黄浦区委区政府、新世界集团的号召，以“东西协作见真情，沪滇携手助振兴”为目标，高度重视沪滇协作“百企结百村”、“万企兴万村”工作，持续支持孟连县接续推进脱贫攻坚成果和乡村全面振兴，助推经济社会各项事业高质量发展。全体员工踊跃参加扶贫济困“一日捐”、“第一声问候”活动，奉献自己的一份爱心，帮助困难群体温暖过冬。2023年，**新世界共筹集善款12余万元。**

◆ 奉献爱心，志愿行动

新世界第一次参加南京路民兵团员学雷锋为民服务是在1984年，至今已坚持了40个年头。服务之初，我们的第一批志愿者以一线基层营业员为主体，当时参与人数只有2人。之后志愿者队伍逐步扩展，参与的对象也从团员发展到党员，从基层一线发展到管理岗位，从我们本店职工扩展到厂方职工。至2023年底，公司在编民兵团员志愿者人数已近百人。服务项目也从最早单一的修伞，发展为现有的“皮肤测试、化妆技巧、学扎丝巾、民俗手作、修伞、黄金眼镜清洗、修拉链、皮带打洞、皮鞋擦洗、身高体重、配钥匙、手机贴膜、针线织补、拷边裁剪、小家电维修、小商品、理发、健康宣教”等18个便民服务项目。传承需要用情！参加一次为民服务很容易，但要长期坚持并不断提高却很难。2023年3月20日为民服务正式重启，志愿者们传承了“奉献、友爱、互助、进步”的志愿服务精神。公司充分发挥好共建单位的资源共享优势和团委“志愿者服务队”的品牌优势，组建好新世界志愿者服务队。以切实履行公司社会责任为己任，主动走向社区、走向社会，深入参加各项爱心活动、志愿服务。



2023年是毛泽东等老一辈革命家为雷锋同志题词60周年，为深入贯彻习近平总书记对开展学雷锋活动作出的重要指示，让雷锋精神在新时代绽放更加璀璨的光芒。3月5日清晨，新世界集团党委、新世界股份党委携手共建单位和南京路商圈党建联盟在新世界城正门口举行“风雨相伴南京路 雷锋精神永长驻”为民服务主题活动。



长久以来，公司作为全国文明单位始终把践行社会责任作为应尽之责，助力黄浦创全服务社区群众开展志愿服务是其中重要一环，切

实做到在为民服务上力行、在推动发展上力行，形成“我为群众办实事”的实际成效，深入推进“我为群众办实事”实践活动。

◆ 暖心行动，社区共建

作为一家具有百年历史的中华老字号企业，多年来的发展得益于街道各级领导、居委、广大居民、退休干部、职工的支持与厚爱；新世界将企业和社区的关系比作鱼儿和水，积极履行社会责任，公司多年来坚持走访慰问老党员、劳模先进、离退休干部、困难职工等。与他们面对面交谈，细心询问他们的身体及家庭生活情况，感谢他们长久以来对公司发展的关切与支持，嘱咐他们要保重身体，并送上真诚的节日问候。

公司各党支部与街道居委的低保户共建帮困、助学坚持 20 多年，充分体现了新世界与社区，共生、共荣、共发展的理念，未来新世界将整合更多的资源为社区居民提供更多的服务。



责任展望

在过去的一年，公司以绿色商场践行持续发展新理念，将企业的社会责任落实到具体工作中。在绿色营销方面，开启“守望‘We’来，向绿而行”绿氧生活节，与支付宝携手打造“蚂蚁森林绿色能量站”，并发起“化妆品空瓶回收计划”。开展绿色营销，购买绿色节能家电享绿色补贴。在节能低碳方面，在商城大屏展示“双碳”监管平台，实时更新环保数据及监测呼吸指数；通过对制冷系统进行整体改造、光伏发电、公区风量变频控制、持续调试等措施，达到减少能源消耗和减少碳排放的目标。公司通过各种活动，将节能降耗的理念落实到具体的管理细节当中。

展望新的一年，新世界将继续在今后的经营管理中，进一步强化社会责任意识，以履行社会责任作为企业应尽的义务和使命，强化社会责任管理，保持与各利益相关方的交流与沟通，通过多种途径履行社会责任，遵守社会公德、商业道德，在考虑经济效益、保护股东利益的同时，积极保护债权人和职工的合法权益，诚信对待供应商、客户和消费者，积极从事环境保护、社区建设等公益事业，加强对职工社会责任的培训教育，从而促进公司与社会、环境以及相关利益群体的和谐发展，以合理的投入实现最大的社会效益、经济效益和环境效益。

我们深知肩负的使命，2024年公司将继续落实《〈公司履行社会责任的报告〉编制指引》的要求，进一步明确责任管理方针和关键绩效指标，公开承诺社会责任实践核心事项，持续改进社会责任考核评价体系，自觉接受各方监督，把践行社会责任融入到企业经营管理的各个环节。

报告附录



意见反馈表

尊敬的读者：

您好！感谢您阅读本公司第十一年度发布的社会责任报告。为了使本公司更好地履行社会责任及其报告编制，及时、客观、完整地披露社会责任实践绩效与下一步行动计划，我们真诚地期待您的反馈意见。

您的信息：

姓 名_____ 工作单位_____

联系电话_____ 传 真_____ E-mail_____

您可以参考下表对我们的报告作出评价（可以单选或多选）

1. 您对本报告整体感觉是：

很好 好 一般 有待改进

2. 您认为本报告结构和版式是否便于阅读？

是 否

3. 您对本报告披露的信息评价：

通俗易懂 内容翔实 篇幅适宜 愿意阅读

增加信任 需要改进，如_____

4. 您是否从本报告获得了所需的信息？

是 尚须提供 否

5. 您认为本报告对利益相关方关注问题的反映程度如何？

完整 较完整 一般 有待改进

6. 您对上海新世界股份有限公司社会责任实践的总体评价是：

非常好 好 一般 有待改进

您可以选择以下方式提供您的反馈建议：

邮 寄：上海市黄浦区南京西路 2-88 号

邮政编码：200003

电 话：+86 21 63588888

传 真：+86 21 63582185

公司官方微信：



上海新世界股份有限公司
审验声明
上会师报字(2024)第 1457 号

上会会计师事务所（特殊普通合伙）
中国 上海



上会会计师事务所（特殊普通合伙）

Shanghai Certified Public Accountants (Special General Partnership)

审验声明

上会师报字(2024)第 1457 号

上海新世界股份有限公司的各利益相关者：

我们应上海新世界股份有限公司（以下简称“新世界”）的委托对《上海新世界股份有限公司 2023 年度企业社会责任报告》（以下简称“《报告》”）进行独立审验。

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

一、审验范围和标准：

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

本次审验时间为 2024 年 4 月。审验的依据为上海证券交易所《<公司履行社会责任的报告>编制指引》的相关要求。

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

二、审验工作：

为了得出审验结论，我们开展了以下工作：

通过互联网收集与新世界履行社会责任相关的信息；



上会会计师事务所(特殊普通合伙)

Shanghai Certified Public Accountants (Special General Partnership)

对新世界相关部门的代表进行了访谈，了解企业社会责任履行的政策和流程，及各部门的执行情况；

了解了新世界《报告》中相关数据的统计方法和报告的逻辑框架；

了解了新世界的内部沟通机制及与外部利益相关者报告其相关政策的情况；

审验了新世界提供的与《报告》相关的文件、数据和信息。

三、审验结论：

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

四、独立性声明：

我们参加新世界《报告》审验的项目组成员与新世界及其利益相关者无明显的利益关系。我们确认项目组成员具有独立性、公正性和具备执行审验程序能力。

五、相关说明：

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

上会会计师事务所(特殊普通合伙)



中国 上海

中国注册会计师

中国注册会计师



二〇二四年四月十一日



上海新世界股份有限公司
SHANGHAI NEW WORLD CO., LTD.

地址：上海市黄浦区南京西路2-88号
电话：+86 21 63588888
邮编：200003