十里南京路　一个新世界

2020
社会责任报告

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

2021年4月

目 录

编制说明……1
董事长致辞……3
总经理致辞……4
新世界新风采……5
关于我们……6
社会责任管理……7
社会责任实践…… 19
科学发展…… 19
员工与和谐劳动关系…… 23
经济与公平运营…… 28
合作共赢…… 30
诚信、服务与顾客…… 37
环保节约…… 47
安全生产…… 50
社区参与和发展…… 55
责任展望…… 61
报告附录…… 61
意见反馈表…… 61

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 2020 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 2020 年整年度，同时为便于数据和绩效比对分别采集了 2018 – 2020 年三年的数据。

■ 报告范围

经营范围：百货批发和零售。

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个别及连带责任。

2、年度发布情况

本公司已发布八次社会责任报告，上年度《新世界 2019 年度社会责任报告》于 2020 年 4 月 17 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

2020 年是“十三五”规划的收官之年，是谋划编制“十四五”规划、全面开启社会主义现代化建设新征程的关键之年。年初，突如其来的疫情，给实体经济造成了极大的影响，然而，疫情的影响只是暂时的、阶段性的，这一年，我们凝心聚力、攻坚克难，积极响应复工复产复市号召，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的大发展，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管治制度，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。2020 年，公司荣获第十六届中国上市公司董事会“金圆桌·优秀董事会”奖项。

征程万里阔 艰险更向前！我们坚信：2021 年，在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，时刻充满撸起袖子加油干的激情和动力，始终坚持在发展中调整，在调整中跃升，通过深度调整，不断提档升级，提质增效，砥砺奋进，开拓创新，为繁荣黄浦经济而不懈奋斗！

董事长：徐若海

2021 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”，在持续实现经济稳健增长的同时，坚持三个文明建设毫不松懈，积极探索并践行社会责任，不断完善公司治理结构，明确责任管理方针和关键绩效指标，持续改进并提高履责能力和绩效。

2020 年突如其来的疫情，给实体经济造成了极大的影响，让刚刚恢复营业不久的新世界城蒸蒸日上的销售势头戛然而止。酒店业务也出现了断崖式的下跌，在极其严峻的经济形势下，公司开展自救，主动出击、化危为机，积极拓展线上与线下融合的新消费模式，在全市性的复商复市浪潮中表现出色，受到了市区领导及社会各界的好评。

2021 年是“十四五”开局之年，也是建党 100 周年，做好 2021 年各项工作有着极其重要的意义。我们将以打造新世界城 3.0 版为目标，以提质增效为主线，以扩销增盈为重点，以品牌调整、拓展商旅文体联动为抓手，稳中求进，领跑上海传统商业的转型升级。

总经理：

2021 年 4 月 13 日

新世界新风采

全国文明单位
中央精神文明建设指导委员会
二〇〇五年十月

全国五一劳动奖状
2003年4月

国质量工
先进集体

金鼎百货店
品牌店
中华人民共和国商务部
二零零六年十月

荣誉证书
第十届全国质量奖

全国文明单位

上海名牌服务

证书

企业信用评级证书系统
诚信创建企业
(2013年1月-2014年1月)

中国质量领域名誉
证 书

2014-2015年度
会事业单位

上海市消费者权益保护
示范联络点

上海市青年五四奖章集体

2016年度

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和上市公司。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。公司年接待顾客约4000万人次，经营着近20万种商品，在中心城区乃至上海商业的发展中起到了示范作用。公司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

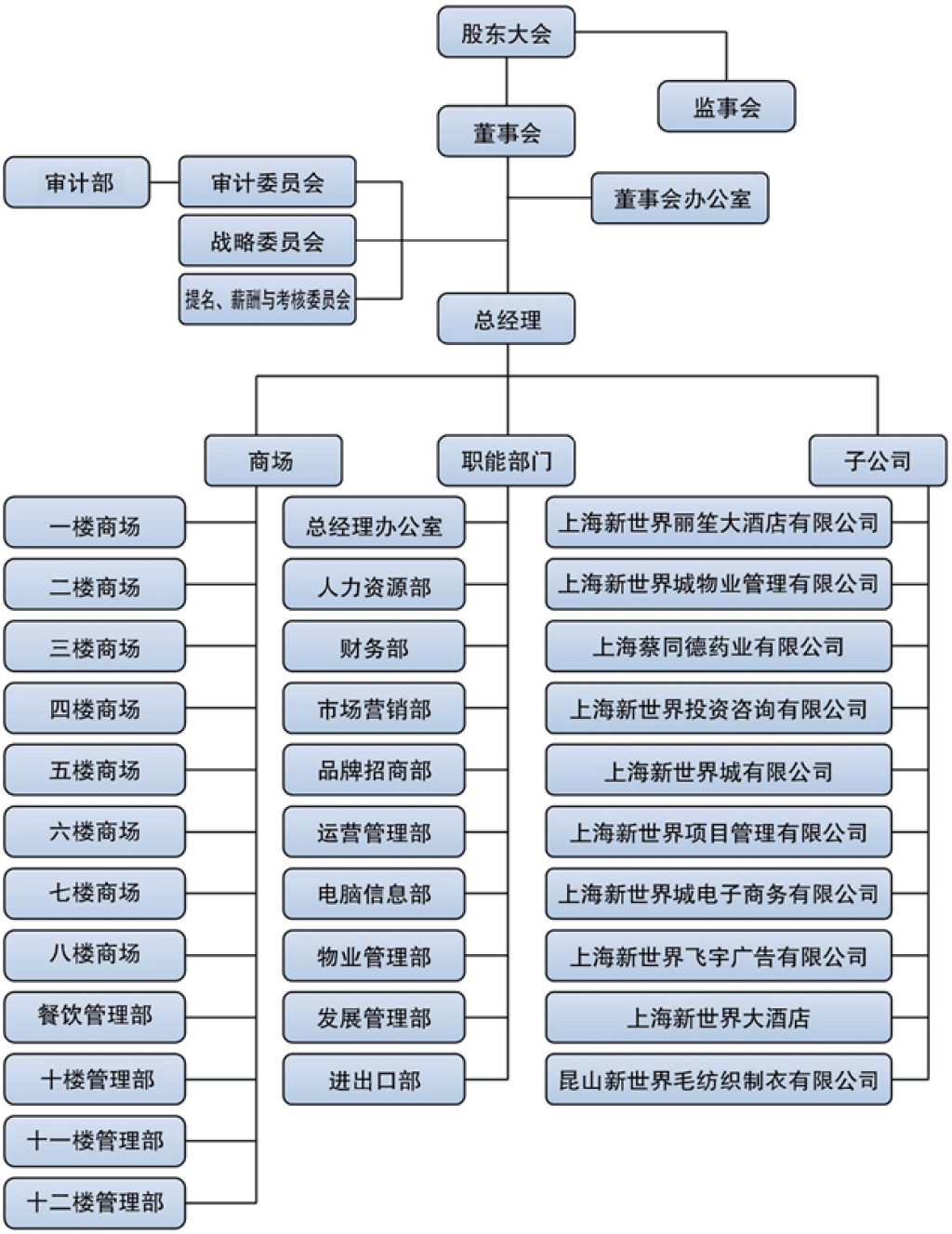
上海零售业竞争日趋激烈，新兴商圈发展势头迅猛，社区型购物中心逐步成熟，商业地产的崛起，十里南京路的商业集聚态势已不复存在。新世界周边商厦的不断调整给新世界带来新的竞争压力。

公司确定的标杆企业是久光百货、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、IPAM 等

组织机构和治理系统

公司在上交所公开发行 A 股股票，具有独立法人资格，其中黄浦区国资委持股 20.73%，是第一大股东。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

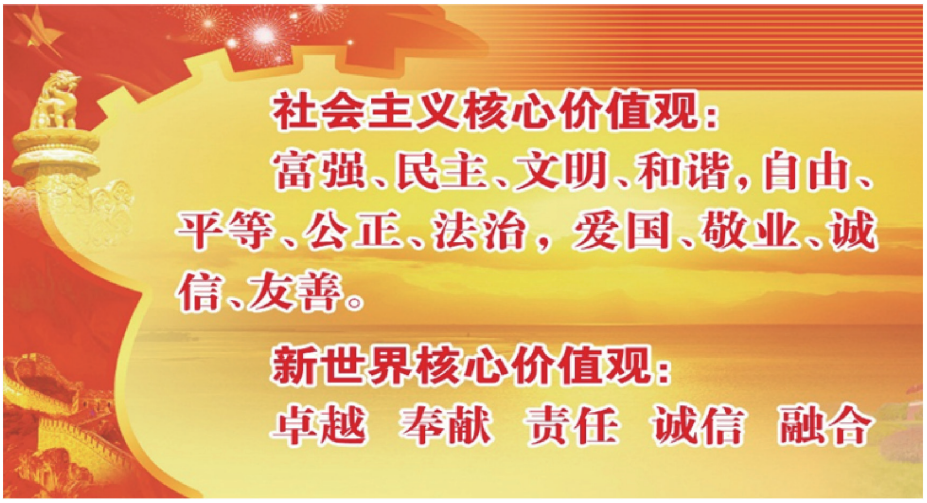
公司始终重视营造企业文化，在总经理徐家平的亲自倡导下，伴随着发展旅程，逐步建立起具有时代特征、行业特点和公司特色的企业文化体系，主要内容包括：

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

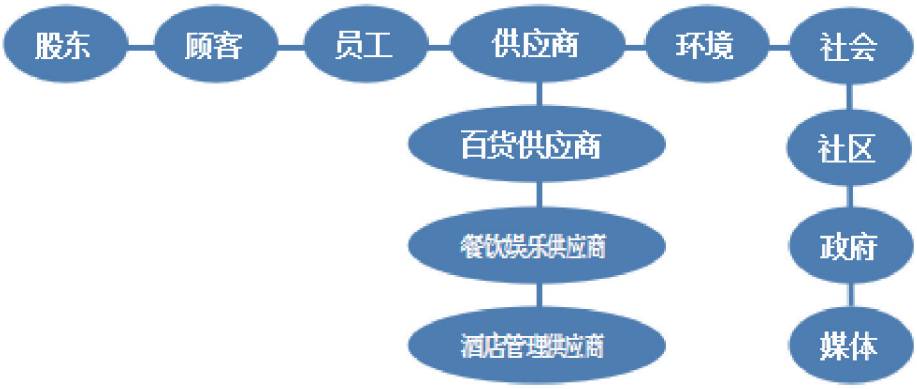
公司根据整体战略布局，识别了百货商品批发和零售各个服务过程，建立了相应的组织机构，明确了各部门的职责及相互关系，建立、实施并持续改进相关管理体系文件，包括：《管理手册》1 份、《程序文件》16 个，《楼面工作手册》和《部门工作手册》22 份，《新世界法律文本》173 个，应急预案 8 份，相关记录 136 类。

2020 年，公司结合国资委提出的自查要求，认真梳理了公司规章制度，结合国资委多项制度的贯彻实施情况，出台了《上海新世界股份有限公司知识产权管理办法》、《上海新世界股份有限公司关于扶持老字号品牌传承创新发展的实施细则（试行）》、《上海新世界股份有限公司物业出租管理规定》等多项管理制度，并制定了《上海新世界股份有限公司关于推进下属子公司董事会、监事会建设的实施方案》，改善了企业的经营机制，优化了公司的治理结构。

2020 年，公司根据 2020 年 3 月 1 日起施行的《中华人民共和国证券法》等法律法规及其他相关规范性法律文件，结合公司实际情况，对《上海新世界股份有限公司章程》、《上海新世界股份有限公司内幕信息知情人管理制度》、《上海新世界股份有限公司信息披露事务管理制度》等规章制度进行了修订，进一步优化了公司的治理结构。

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，及时、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》、《上海证券交易所上市公司股东大会网络投票实施细则》、《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》、《上市公司股东大会规则 (2016 年修订)》证监会公告 [2016]22 号)、《上市公司章程指引 (2019 年修订)》（证监会公告 [2019]10 号）等有关法律、法规的规定，公司对《公司章程》第一百六十一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《上海证券交易所上市公司现金分红指引》、《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（%）
2019	0.30	19,406,261.52	36,624,681.48	53
2018	1.30	84,093,799.92	272,855,920.95	31
2017	2.10	135,843,830.64	448,295,056.92	30

（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。在 2020 年里，公司按照证监会和上交所的要求，并根据公司自身的实际情况，对《上海新世界股份有限公司内幕信息知情人管理制度》、《上海新世界股份有限公司信息披露事务管理制度》等作了进一步的梳理，进行重新修订。（详细内容分别见 2020 年 4 月 17 日上海证券交易所网站 http://www.sse.com.cn）。

公司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。

顾客

顾客是指商店或服务行业前来购买东西的人或要求服务的对象，包括组织和个人。多年来新世界继续开展深入的营销和服务活动，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，公司每年还组织对优秀员工进行疗养服务等，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。

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 10 号和 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）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、职能部门负责人。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。如随着支付收银的多样化和新颖性，公司成立专项小组对现场的收银设备进行统一调换和调试，增加支付宝和微信支付功能，这个收银功能的升级深受广大消费者的喜爱，不仅给消费者提供了更多收银选择，更大大提高了收银的速度。

◆ 完善机制健全管理体系

规范的管理体系和机制是公司各项工作顺利开展和实施的保障。企业管理日益向精细化转变，更加制度化、规范化、科学化。

（1）优化招商职能，健全招商体系。

◇ 改进招商机制，突破传统招商模式——启动上下联动的三级招商架构，即本企业经营楼面专业招商团队、公司级专业招商团队和外聘专业咨询服务公司招商团队。抓重点，求突破。同时，重用现有工作骨干，并在各楼层及子公司的团队中发现并提拔重用中坚力量，充分敢于突破传统、善于学习、勇于钻研，对企业充满着积极向上的工作热情。

◇ 发展有经验有能力的年轻成员——发掘在一线工作有一定的经验，并在与人交流方面有一定能力的年轻人，进入核心团队锻炼，做好未来团队发展工作的人才储备。

◇ 培养专业成员后备梯队——在楼层的经营管理岗位上，周期性招募年轻工作者，给予相应的经营管理责任，激发他们的工作热情，锻炼他们的工作能力，培养打造一支长期可持续经营发展的市场专业管理运行队伍。对于整个经营管理团队的培养以及锻炼的首旨便是“得青年者，得天下”。

在招商目标上，始终紧密围绕公司“自然·生活”为主题，遵循品牌、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，“成为上海传统商业转型升级的排头兵”、“成为黄浦时尚消费的新地标”、“成为南京路“最上海”商旅文体联动的体验地”；同时，实施 4 个错位，1. 与周边同行错位 2. 与社区商圈错位 3. 与网购商品错位 4. 与三四线城市错位；提升六个度：品牌聚集度、功能吸引度 、服务满意度、智能引领度、餐饮时尚度、管理精准度 ；丰富七种体验：商品体验、运动体验、文化体验、健康体验、家庭体验、场景体验、情感体验；以打造具有全球影响力消费城市的中心城区“生活茂”为目标！打造“中国最美百货”而努力。

（2）实施发展管理，持续降本增效。严把费用支出关，增收节支。不断完善内控制度，发挥监督机制，进行查缺补漏，严格规范流程。公司发展管理部负责推进预算管理系统的开发运用，实时监控预算数据情况，定期做好分析比较，为企业经营提供数据支持。尝试打造以 5G 为引领、以广大消费者需求为目标、以解决问题为导向、以形成亮点为结果的智能化、信息化、数字化智慧商城，实现三个创新：①收银创新：开发手持式移动 Apos 和平板收银系统，为顾客提供更便捷的服务，缓解大促期间收银排队难题，同时实现配送服务；②结算创新：完成网络及语音系统改造，对各终端进行实时监控

和管理，WIFI 全覆盖语音系统逐步向数字通讯转移，并打通各系统数据库接口，实现实时毛利结算；③分配创新：打造营销专员系统，为 VIP 顾客提供远端商品推荐和 24 小时服务，拓展销售渠道。

（3）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，营业员管理信息化，供应商管理数字化。其次实现传统零售到新零售的跨越。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要做的努力方向，通过大数据线上线下的互融互促实现精准营销。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。实现四个方面的数字化：商品零售数字化、营业员管理数字化、供应商管理数字化、会员管理数字化。创建五大系统：创建财务 ERP 系统、创建营销专员系统、创建会员管理系统、创建服务管理系统、创建供应商管理系统。

◆ **完善会员管理系统，开展会员精准营销**

2008 年“大数据”概念横空出世，开启了长达十二年的迅猛发展。实体商业受 2019 年年底疫情影响，客源流失，销售下降，如何利用大数据技术挖掘潜在消费者，实现消费增长和后续精细化运营管理，成为新一代数字化购物中心的全新命题。为此，全面改革，提升和完善会员系统管理，实施精准营销，助力公司可持续发展。

（1）整合会员后台系统，智能化大数据管理会员信息。公司的会员管理系统有“会员管理”系统、“会员分析”系统以及“合同管理系统”，针对现有会员系统，进行整合研究，各部门纷纷结合自己的实际工作经验提出了修改意见和建议，取其精华，将一些统计不完善的、模糊的，以及一些重复的功能都进行了删除或整合，并根据大家急迫想增加的功能进行了设计和规划，如“标记会员标签”，即对会员的个人进行画像，大家希望通过会员的购物行为以及购物频次，来分析会员的个性化标签，从而为营销活动中精准推送会员商品信息打下坚实基础。同时，开发会员团购券（满减券）功能，以电子券的形式集成在新世界微信服务号卡包内，通过使用二维码在收银台来

快速核销券，电子会员卡、手机与会员一一对应，进一步加强了会员卡使用的安全性；开发线上积分换礼，会员通过微信公众号以自身的现金积分兑换不同价值的礼品；新增微信报名系统，会员点击公众号推文内的报名链接，可以自主申请报名，后台自动记录并汇总排序，会员中心根据特定规则选取其中满足需求的会员来参加活动。

（2）继续推行会员推荐人奖励机制，增加会员量。

为进一步推动公司智慧商城会员体系项目的加速发展，快速建立新世界忠实消费群，提升企业核心竞争力。以及为了有意识的引导员工积极参与的热情，把员工个人发展和公司发展紧密结合起来，让员工主动出击寻找顾客，增加会员存量。公司总经理室特制定“会员内部推荐人”管理制度，利用激励机制使员工在企业内部广泛动员，引导员工心系企业发展，为企业发展做出更大的贡献，形成“企业兴我有责”的共识，推进公司会员体系向成熟化方向发展的进程。同时对成功发展会员的员工进行奖励。每推荐一名，奖励 10 元。2020 年公司各部门和各楼层加大推荐力度，有的主动拿出一部分利润，将奖励给予推荐会员的顾客。截止 2020 年会员开卡人数 49355 人，会员总人数 209264 人。推荐人为 144 人，累计发展新会员 1689 人。

（3）线上线下多平台合作，提高销售的广度和深度。

2020 年公司先后与央视直播、抖音直播、爱逛直播、喜马拉雅直播、拼多多直播、广播电台直播、新民直播等多平台合作，将新世界线下的促销实景和盛况推介给全国的观众。同时结合商旅文活动，广告宣传多点发力，新世界微信公众号、微信 KOL（热门公众号）、抖音官方号等成为主要宣传平台。截至目前，新世界微信公众号关注人数超过 11 万。微信推文约 50 篇，阅读量近百万，抖音投放 10 次，观看量破 10 万人次。小红书、微博及大众点评等多渠道发布活动信息，加强网络系统与消费者的互动，增强了顾客粘性和忠诚度。电视台、电台、主流报纸等传统媒体作用仍十分明显，中央电视台、上海电视台等重点报道近 20 频次。抖音和拼多多直播带货是 23 万，大牌化妆爱逛直播 9 次。

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，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网络电商平台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。在高层领导的带领下，开拓进取、意识超前，党政组织紧密配合，在发展过程中始终做到思想同心、目标同向、工作同步、责任同担，以保障企业的科学可持续发展。

上海新世界城作为百年老字号品牌，将延续百年商业的传承，展现跨过历史的轨迹 ---“远东不夜城”，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。新世界随着商业格局、市场、环境、消费习惯等因素的改变而不断自身蜕变，始终以全面质量品牌管理作为企业发展、成长，突破的最优系统平台，不断采用新科学技术手段，打造梳理引进专业化人才，寻求市场新品类，新方式的合作，扩大本土企业的服务力，号召力。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“南京路步行街”，这一历史悠久、文化传承和时代特色的金子招牌。

◇ 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。

◇ 以文化服务为魂——服务理念是企业的核心竞争力，是实体商业赖以生存发展的基础资源，企业紧扣消费升级和个性化需求，通过服务软实力的提升，提升顾客满意度。实现了从规范服务、星级服务、诚信服务、感恩服务、云服务、真情·361　服务到总服务台的“空乘式服务，收银台的“立式”服务、女鞋柜的“蹲式”服务、售

后的“一站式”服务、会员的“尊享式”服务、一线的“管家式”服务的越来越细致化服务的持续升级。

◇ 以优质品牌为本——百货品类的重点愈加突出“她经济、家消费”，目标消费客群年龄下降 5 岁至 10 岁。大力引进新品店、首入店、旗舰店、集合店、体验店。一楼商场成为做强、做大“她经济”的主战场，化妆品区域扩大近一倍，增加了珠宝、时尚配饰和更多轻奢包袋品牌。包括：Gucci（古驰）珠宝店，是继法国之后的全球第二、亚洲首家古驰珠宝专卖店，这里将同步出现古驰世界最新款的珠宝首饰等。以“七彩之家”为设计主题的七楼商场，荟萃国际家纺品牌，是突显“家消费”的重点区域。

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，公司品牌招商将认真甄别淘汰原因并上报公司品牌招商调整委员会同意后，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，组织品牌招商调整委员会成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. 品牌调整委员会“会议制”

品牌调整委员会将定期讨论新世界城品牌引进、调整改造的事宜。例如每月审核各商品大类核心品牌的增减情况；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。

◇ 以功能体验为脉——2020 年，新世界将体验占比提升至 28%，通过打造体验类项目，全面提升顾客体验度。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。例如影城再升级、儿童赛车道、汤姆熊竞技场、篮球乒乓球体验区、女性生活馆、共享钢琴吧、中央火车站“四面钟”打卡地、5G 体验楼、上海经典与现代建筑博览墙、百年公交体验等建设来符合当下国际现代化零售业务呈现出的场景化、体验化、数字化等新零售模式的改变。特别是 2020 年特殊的环境条件下，各种市场需求变化、消费习惯的改变、网络消费战场的延伸等等因素，提出了面对新挑战的对应之策。

◇ 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、慈善营销等一些列营销新模式。在做大、做强商业百货的同时，打造了一批驰名中外的文化娱乐项目，为上海实体商业的发展带来了先发效应、品牌效应和集聚效应。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。在今年的“三八节”期间，率先在抖音平台进行了全国零售商首次、首发、首入 38 小时的不间断视频直播，进行线上、线下的融合。打通上下链，与品牌商一起开拓零售市场新销售场景，努力提升服务能级，把最大限度地满足顾客需求，实现从满足到满意再到卓越。

◇ 以智能科技为引——从“智能、服务、休闲”三方面着手，围绕“以空间‘再改造’，推动业态‘再升级’，实现街区‘再青春’”，不断优化消费环境，提高消费服务品质，让体验服务更加深入人心。首先提升智能引领度：做到品牌自主收银全覆盖，再造收款流程，缩短交易时间，提升消费体验；云服务台智能新上线，让客服随时随地在你身边，售后服务更便捷。

尝试 5G 网络体验楼，让顾客在一楼商场全新体验 5G 网络；购物方便全球送，让顾客解放双手，体验轻松逛街的乐趣；电子开票更便捷，解除顾客购物的后顾之忧。最后增加购物休闲度，改变原来商场“狭小、拥挤、视线遮挡”的窘境，提升消费者“逛街”乐趣。

◇以线上线下融合——疫情发生以后，公司总经理室会同有关部门迅速采取自救

措施。上线以店长会员微信群为主体的“离店销售”云购物模式；微信小程序和微商城也在短短 1 个多月迅速建立起来；以及三八期间全国百货单体最长的 38 小时的抖音直播，将一个 10 万平方米的现代商业主题乐园从线下搬到线上，成为全国首创，三八妇女节三天销售同比增长近 14 倍。公司先后与央视直播、抖音直播、爱逛直播、喜马拉雅直播、拼多多直播、广播电台直播、新民直播等多平台合作，将新世界线下的促销实景和盛况通过线上平台推介给全国的观众。

新世界历经 9 个月的闭店式大调整，以及面临突发起来的疫情，公司销售急转直下，在线下业务受阻的情况下，新世界人迎难而上，把疫情危机变为企业自我变革升级的契机，新世界在 2 月份迅速开拓线上业务，3 月份成功举办三八节 38 小时直播，4 月初实现全面复工复产，5–6 月借着 55 购物节的东风，各项经济指标企稳回升并最终实现上半年盈亏平衡。7–8 月“新世界嘉年华”，全城以电子券方式实现销售额大幅提升，9 月借南京路东拓热点，“百世新”金三角首次联合大促，10 月“国庆”黄金周和“会员内购会”销售破 2 亿元，11–12 月“两诞（旦）一新”活动，给全年活动划上句号。如清明小长假，我们危中寻机，与支付宝、银联、银行合作，线上精准投放 500 万电子消费券，开创了上海百货实体精准投放电子券的先机，起到了示范带动作用，十天销售同比增长 140%。五一期间，我们又与上海线上头部企业拼多多合作，先后发放 2 万张电子购物券，五天销售环比上升 5 倍，日均客流近 10 万，商场内出现了久违的排队付款和兑换券的队伍，销售拉升十分明显。

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 2020 年底，新世界在编员工 579 人，其中硕士学历 5 人，本科学历 181 人，大专 241 人，大专及以上员工占总数的 73.75%。高级职称 5 名，中级 45 名，高级技师 36 名，技师达到 25 名，中高级职称占总数的 19.17%。

职工构成比例

	人数	所占比例
职工总数	579 人	100%
男性	319 人	55.1%
女性	260 人	44.9%

◆ 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 42.9 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。

2020 年，有 6 名员工离职，人员流动率为 1%。23 名员工经过考核后晋级了工资，由普通员工升职为基层和中层管理人员。

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 13 年员工工资得到增长。2020 年，员工收入增幅为 5%。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，员工享有带薪年休假、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，我司 571 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。

——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。

工会还积极组织职工开展建言献策活动，近几年来累计提出合理化建议逾 400 条，其中多条建议被公司及相关部门所采纳。

——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

2020 年员工培训主要针对大型促销活动中的收银方面培训，公司人事部联合电脑信息部对员工进行了三次大规模收银系统的培训。包括两次收发券、一次积点兑换，培训对象包括公司各楼面售后服务员工、收银员、部分职能部门员工以及厂方员工，共计 12 个工作日，培训人次 2000 人左右。做到全员动员、全员参与，为活动顺利举办打下了坚实的基础，为公司扩销增盈做出贡献。

——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。2020 年疫情期间，每个楼面对培养的青年员工压担子，让他们在公司如何扩销增盈中献计献策，边锻炼边成长；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。

公司正式成立“傅子瑜劳模工作室”。傅子瑜作为劳模名师带高徒，2020 年，继续以“五心”工作模式为中心，通过传授收银知识、现场操作展示、经验交流等方法，拓宽收银服务内容，培养专业收银人员团队。

◆ **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》，2020 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。

——及时关心职工共同做好抗疫工作

2020 年新春伊始，在公司党委的统一部署下，公司工会与全体职工一起投入到疫情防控的重大工作中。公司工会和新世界城综合工会积极响应市总、区总、集团工会各项指示和要求，把疫情防控作为当前压倒一切的首要政治任务，把维护职工群众生命安全和身心健康权益放在第一位，为此在防疫物资紧缺的前提下，公司工会想方设法寻找各种渠道进行紧急采购，第一时间发放到每一位工会会员手中。

——开展文体活动丰富职工业余生活

2020 年公司工会积极响应市、区总工会号召，组织职工参与了上海市第 39 届庆“八一”军民长跑活动。

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。开展每月 1 次的工会学堂，课程内容包括“体验茶文化，感恩父亲节”职工茶文化体验活动、“巧手做香囊，欢乐迎端午”香囊制作活动、“醇香四溢，回味无穷”手冲咖啡制作活动、联合新世界城综合工会开展“美丽动人，扮靓自己”美妆主题培训活动等17场注满工会心意，符合员工美好健康生活需求的教学课程。

经济与公平运营

2020 年是“十三五规划”和“十四五规划”交接之年，是新世界城大调整后重新开业的一年，是抗击新冠疫情和复市复商提振消费扩销增盈共克时艰的一年，是深度推进“四史”学习教育坚守初心践行使命奋力前行的一年。这一年来，在集团党委的坚强领导下，公司党委以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，深入贯彻习近平总书记考察上海重要讲话精神和党的十九届四中、五中全会精神，不断推动“不忘初心，牢记使命”主题教育成果落实落地，坚决贯彻落实市委、区委、集团党委工作部署，“把方向、管大局、保落实”全面落实“四个责任制”，筑牢国有企业的“根”和“魂”以高质量的党建助推企业高质量创新发展。

◆ 强化政治引领，深入开展“四史”学习教育，筑牢思想根基

把“四史”学习教育与党委理论中心组结合起来，把“四史”学习教育与落实党支部建设结合起来，把“四史”学习教育与营造浓厚学习氛围结合起来，把“四史”学习教育与参与“学习强国”结合起来。

◆ 紧扣重点任务，有效保障防疫与复市提振消费“两手抓、两不误、两促进”

公司党委全面落实市委、区委和集团有关要求，坚决扛起防控疫情的责任，始终全力做好疫情防控和复市提振消费各项工作，把防疫工作与措施落实结合起来，把防疫工作与关心职工结合起来，把防疫工作与履行社会责任结合起来，把防疫工作与复市提振消费结合起来。

◆ “严”字当头，激发“四责协同”机制向心力，推动“四个责任制”见实效

公司党委深入学习贯彻党的十九届四中全会、五中全会精神，提高政治站位，严明政治纪律和政治规矩；强化从严管党治党政治责任，推进“四责协同”落到实处；以“四个责任制”为标尺，层层传导明责定责；以加强警示教育为前沿，筑牢“三不”思想防线；巩固落实中央八项规定精神成果，持之以恒纠“四风”强企风。

◆ 积极践行社会责任，开展志愿服务行动

公司党委全情投入防疫支援，2020 年除夕夜，将捐赠物资运送到赴武汉的上海长征医院医疗队手中；为因疫情紧急返藏的九院医生们快速准备防寒物资；先后派出两批共 11 名党团员赴黄浦疾控中心开展志愿服务工作；选派 2 名团青，赴虹桥、浦东机场开展防控志愿活动；公司志愿者为坚守上海门户的人民广场地铁站员工、民警以及黄浦疾控中心的医护人员免费理发共计 152 位。

◆ 持续加强法治建设，不断完善诚信体系

持续推进依法治企，并充分发挥公司党委在推进公司法治建设中的领导作用。公司党委将法治建设纳入年度工作计划与 12 个支部签订法治建设工作考核目标责任书，切实履行法治建设责任制。召开公司党委理论学习中心组学习扩大会议，专题学习《民法典》；围绕第七个国家宪法日，全国第三次宪法宣传周和上海市第三十二届宪法宣传周，开展宣传教育使广大党员深刻领会习近平论中国特色社会主义法治体系与习近平论坚持依宪治国、依宪执政的核心要义。

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

2020 年，公司的品牌招商团队积极与各品类品牌接洽、谈判，争取市场份额，合作共赢。在“合作共赢”的道路上，我们自始至终感谢各个品牌对我们的关注与厚爱、支持与认可，并将努力与各大品牌继续一如既往地携手共进。公司建立了严格的《商品采购管理制度》，并将采购管理纳入日常管理。通过对采购过程实施全过程监控，确保进店商品合法合规，最大限度地满足顾客要求。同时，公司建立了一整套供应商评价方法、评价依据及采购合同审批程序，综合评估供应商的产品质量、行业信誉及可持续发展能力，选择良好资质的供应商进行合作。公司严格按照相关管理制度以及管理流程对供应商的资质进行书面审核，要求其提供的相关资质证件合法有效。对于将首次合作的供应商，公司通过背景调查等渠道了解潜在供应商的可持续发展能力，如企业规模、品牌历史、店面布局等综合情况，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，关注供应商的员工生活设施和权益保障，引导促进供应商持续更新自身生产工艺、合法经营及保障员工人权。特别是近几年新世界一改过去商家“朝南坐”的经营意识，主动和厂商沟通，提供培训和支持，激发厂商能动性。

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，通过收集录入对各个供应商根据新世界品牌招商的要求进行测评体检，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。

为进一步提升会员管理制度，公司与各品牌供应商协商增加会员卡合作条款，联手打造会员积分抵现优惠制度，增加顾客消费粘性，从而提高销售业绩，实现共赢。

经过多方努力协商，截至目前几乎所有的供应商都加入了会员积分系统，以会员积分制为基础的营销活动不断提高了服务质量和营销粘性。

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。并将努力与各大品牌继续一如既往地携手共进。

◆餐饮品牌供应商管理与协作

公司在监管餐饮供应商相关资质许可的同时，也积极与他们建立合作共赢的良好关系。每周召开店长例会，反馈公司对其日常检查的结果，查漏补缺；每月召开专项会议，解决他们经营的难题，寻找经营难点，共同探讨改进措施。每次公司大型营销活动，餐饮与商场联动，购物满额送餐饮券，餐饮品牌纳入会员卡系统，享受商场会员同等优惠。

◆ 线上线下融合，带来营销新气象

1. 离店销售、小程序、微商城“云购物”模式迅速建立

疫情发生以后，总经理室会同有关部门迅速采取自救措施。春节过后立即上线以店长会员微信群为主体的“离店销售”云购物模式，截至目前，离店销售的店长群覆盖 1 至 8 楼所有楼层近百家商户。新世界微信小程序和微商城也在短短 1 个多月迅速建立起来。前期上线的化妆品、母婴用品等线上购买顾客覆盖到全国。

2. 化危为机，以变应变，借力大流量线上平台为线下零售导流

三八妇女节前夕，公司只用了不到两周的时间迅速从各楼面和职能部门抽调精兵强将组建了直播团队，在三月初非常困难的时期，硬是撑起了全国百货单体最长的 38 小时的抖音直播，将一个 10 万平方米的现代商业主题乐园从线下搬到线上，成为全国首创，三八妇女节三天销售同比增长近 14 倍。清明小长假，我们危中寻机，与支付宝、银联、银行合作，线上精准投放 500 万电子消费券，开创了上海百货实体精准投放电子券的先机，起到了示范带动作用，十天销售同比增长 140%。五一期间，我们又与上海线上头部企业拼多多合作，先后发放 2 万张电子购物券，五天促销期间，销售环比上升 5 倍，日均客流近 10 万，商场内出现了久违的排队付款和兑换券的队伍，销售拉升十分明显。

3. 上海五五购物节促进消费潜力释放，新世界积极参与其中

上海五五购物节是今年首创的上半年全市性的大型营销活动。4 月 28 日，上海市委书记李强亲自莅临新世界城，极大鼓舞了全城上下干部员工的信心和决心。本次 55 购物节，新世界全程参与，并以“吾爱吾家”新世界家庭消费月为主题，日日有活动，周周有亮点，月月有主题。紧扣聚焦在线新经济，新消费等热点，线下全程打折季，线上云直播带货。随着五五购物节的持续，营销部在每个时间节点都推出相应的主题活动，如献礼母亲节、致敬护士节的“感恩之家”；5.15 国际家庭日，5.20 的相爱之家，5.17–5.28 的美食之家，六一欢乐之家都将按时呈现。

◆金三角联合，“百世新”组合成为新的带动点

2020 年南京路的盛事——南京路东拓顺利开街，吸引了全世界的目光。为了共享南京路荣光，东西联动，共享繁华的“百世新”横空出世。上海第一百货商业中心、上海世茂广场、上海新世界城“合三为一”的“百世新”组合，是面对零售市场的新形势、新挑战下实体商业竞合的首次尝试，也是区域商业共同体壮大区域经济，合作共赢的体现。“合三为一”的“百世新”，1+1+1=2000 家品牌店 +200 家美食餐饮店 +20 家娱乐体验店，涵盖吃喝玩乐游购娱，衣食住行全体验，“百世新”以“百世新，漫游记”为主题，包含三店联合大促，三方联名打卡、三屏联网互动三个部分。9 月 19 日 –9 月 20 日，“百世新”前来打卡客流超过 30 万，带动三家销售增长 20% 以上。抖音、大众点评观众点评和观看数量超过 10 万，“百世新”组合也受到中央电视台、上海电视台和上海各大主流媒体和商业专刊的关注和报导。

◆商旅文组合打包套餐辐射长三角

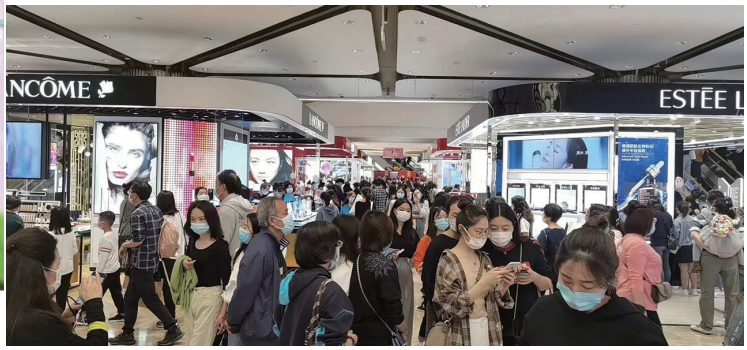
2020 年 6 月份起，旅游市场逐步恢复，省际旅游开始承接业务，借着今年南京路东拓的热点，南京路在金秋时节吸引了数百万游客。为了充分利用这一商机，新世界开发了“新世界一日游”旅游产品，将新世界美食、旅游、酒店住宿和购物打包成一个旅游产品，涵盖新世界城内五个娱乐项目五选一，加百元美食券。住宿产品，购物加 100 元，即可在原住宿的基础上，赠送 300 元商场购物券。活动举办 1 个月，“新世界一日游”套票网上出售约 500 张，住宿加购物的套票出售约 100 多张。

◆银企合作发挥新动能

2020 年新世界跨界联手银企的覆盖面和力度达到空前高潮，合作银行投放力度达到上百万，有力的带动了线下销售。银联、建行、工行等十家银行 2020 年对新世界营销的支持的力度和频率比往年翻了一番。在 55 购物节、10.24 会员日、12.20 及跨年营销等重点时段，各家银行再出新招，让广大消费者享受到叠加的优惠，增加销售超亿元。

【示例 1】【示例 1】上海 5.5 购物节“吾爱吾家”

——新世界家庭消费月——



家是最小国，国是千万家。在今年这个特殊时期，一直以“家消费”为主要经营理念的新世界城，结合上海全新开创的“5.5 购物节”，以“吾爱吾家”新世界家庭消费月——为主题，整合线上线下五类平台，商、旅联动，掀起消费新高潮，提振市场信心，拉动市场经济。

在今年的五一黄金周活动期间，新世界城线上线下齐上阵。线下，全城商品 5 折买买买，还有部分爆款节日特供价；线上，新世界联手阿里巴巴、微信爱逛、抖音、喜马拉雅以及拼多多五大平台云直播，其中 12 家知名化妆品在新世界微信爱逛平台首次直播带货，对于首次尝试，两天的线上销售目标也意外超预期实现。

为了庆祝上海 55 购物节开幕且能够给到顾客更多的实惠，活动期间，新世界还准备了 800 万现金券叠加送，上“拼多多”APP，拼团购买“300 元换 400 元现金券”，到线下商场即可享折后优惠，活动期间共兑换团购券 750 万元，

核销率高达 93.75%。当顾客逛累了，即可享餐饮及五星级丽笙大酒店五折吃住，消费便可参与价值 25 万“丰田轿车”惊喜大抽奖！

在上海市政府的大力推动下，中国银行、工商银行、上海银行、广发银行和兴业银行五大银行也纷纷以消费立减、办信用卡送新世界消费卡等方式倾情助力此次新世界城大促！精彩活动一浪接一浪，5 月 1 至 5 日总接待客流 47.8 万人次。

【示例 2】“百世新 漫游记”

——南京路“金三角”首次强强联手搞事情

金九银十，申城消费市场节庆连连，喜事不断。九月初，全国消费促进月、上海旅游节开幕及南京路东拓开街，吸引了全世界的目光。在本月的 18 至 20 号，南京路步行街起点，步行街的西段，上海新世界城、上海第一百货商店、上海世茂广场，首次历史性携手，并以“百世新”名义联合大促，联名打卡、联网直播，成为步行街又一热点。

本次“百世新”联合大促，以“百世新，漫游记”为主题，包含三店联合大促，三方联名打卡、三屏联网互动三个部分。

◆三店联合大促：

本次“百世新”三家商场将在大众点评网同时推出“1 元秒杀 50 元现金券”活动，团购券在三店的零售餐饮娱乐及新世界丽笙大酒店通用。本企业零售品牌参与度达到 90% 以上，使用团购券可以与商场本身的折扣活动叠加。一线化妆品 8 折起，百货服饰大类 5-6 折起，黄金珠宝饰品每克立减 30-45 元，还可以使用 50 元团购券及银行信用卡满减活动。50 元现金券还可以在三家门店的百家餐饮场所满 200 元以上使用。同时，娱乐体验项目如“杜莎夫人蜡像馆”“火影忍者乐园”均可以使用团购券。五星级新世界丽笙大酒店餐饮也参加了团购券三店联动的活动。

◆三方联名打卡：

上传话题和短视频，领取三家联名礼品本次百世新的联名打卡活动，得到了“大众点评网”、“抖音”的全力支持和协助。9 月 19 日 –10 月 8 日，大众点评网及抖音平台均提供了话题打卡支持，顾客进入任意商家主页，进入 banner 话题页，将在“百世新”任意景点的拍照或者短视频加留言“街西漫游记”上传即可领取精美礼品。

◆三屏联网互动：

三家手机直播、电视联播、大屏喊话：“百世新”三家商场充分运用各自的内外宣传阵地展开联合宣传。将实现“手机联网直播”、“电视联播互动”、“大屏联动喊话”，9 月 19 日，上海购物达人赛，通过“一直播”平台，陆续走进“第一百货”“新世界城”“世茂广场”。三家商场室内电子屏还将互相“喊话”，诙谐幽默的喊话情节，成为又一时尚话题。

【示例 3】“五个同步”，与供应商派驻员工结成共同体

新世界一线员工大多数是来自各供应商，共有 1600 余人。他们既是合作方代表，为供应商创造收益，也为新世界创造价值，同时承载着向顾客提供优质服务的重任。他们的行为和工作质量代表了新世界的形象，决定了顾客对新世界满意程度。公司通过“五个同步”，即：学习培训同步、政治待遇同步、工会活动费用同步、考核奖励同步和形象管理同步，使供应商厂家一线员工达到并保持新世界质量水准。如考核奖励同步，公司自 1997 年开展星级服务至今，

始终将厂方员工纳入星级考核范围，真正做到培训同步、考核同步、奖励同步。2020 年高星级员工达 23 名，占高星级员工总数的 29.87%，这一举措最大限度地增强了厂方员工的工作热情和企业归属感。步。2019 年高星级员工达 54 名，占高星级员工总数的 43.55%，这一举措最大限度地增强了厂方员工的工作热情和企业归属感。

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。

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。并且通过新世界 2019 年的大调整，公司在原有质量品牌系统中，加大、挖深，整合并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、导入，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。

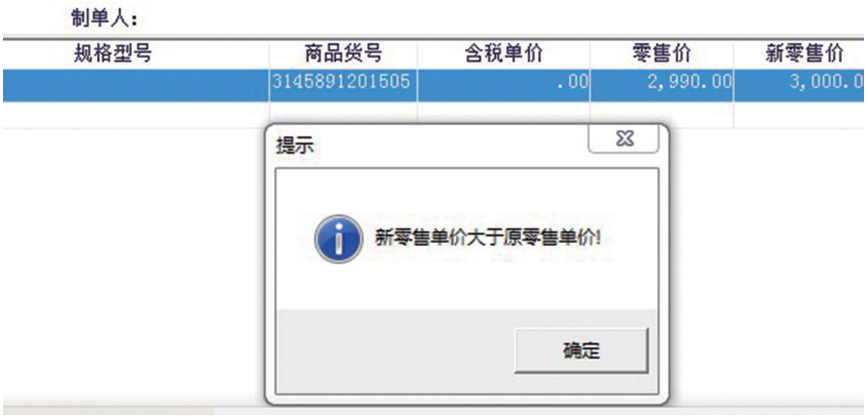
1. 品牌供应商的管理与协作

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，公司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。

2. 完善质量管理制度，强化经营者诚信自律

公司建立了严格的《商品质量管理制度》，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。



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。提出实施质量强国战略，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”。

当前，上海正处于打造“上海购物”品牌关键期，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。

◆ 持续完善服务，提升会员满意度

打破服务边界，全方位服务于新世界会员。线下会员中心接待顾客有关会员业务及常规咨询、消费卡销售等各类服务项目。线上会员中心利用“微信多客服”平台，搭起沟通桥梁，新世界城公众号粉丝可通过该平台咨询、留言及参与各项活动，该渠道大大增加了双方沟通的便捷性，深受年轻顾客的喜爱。此外针对商场金、银卡会员建立贵宾群，实时推送商场活动及会员福利等各项优惠信息，针对各类询问可及时反馈解答，在互动过程中，增进双方了解，提升金银卡会员对商场的好感度、信任度及黏性度。

【示例 1：抗疫期间新世界城给武汉会员的“三真”服务】

“大家快来看，抖音后台有个武汉顾客下单了，送货地址武汉 ...”、“啊，真的啫，订单地址武汉？咋办，现在武汉已全部封城，快递进不去 ...”办公室里一下子骚动了起来。

事情是这样的：2020 年初，新世界城经过 9 个月的大调整，以亮丽的形象完美展现给广大消费者，不断探索新模式、新业态、新技术，在文化营销、体验营销、智能营销上更上一层楼，更好地满足了消费者个性化、多样化、品质化的新需求。

然而重新开业不久，突如其来的新冠肺炎疫情把原本有序推进的营销计划都打乱了，顾客不出门，商场空荡荡。摆在面前的问题是如何坚持疫情的同时，

保障经济工作，如何做到两不误、两促进，为此公司在精心策划“三八女皇嘉年华”时，首次尝试了线上抖音探店直播销售。

公司第一次尝试抖音直播和无接触云购物离店销售探索线上线下融合新模式。我们分别与合作的品牌商进行了洽谈，也第一时间得到了合作品牌的认可，第一次抖音探店共有近 50 家品牌进行了合作，如资生堂、兰蔻等化妆品，百丽鞋子，宜庭等床上用品，使大家宅在家里，边看直播边购物，最高日抖粉丝量高达 1.5 万人次。直播、下单、后台发货、送货 ..... 就在新世界城忙着线上销售订单处理的时候发现了我们一个忠实的会员，武汉顾客买了我们的商品。

武汉！如何送货？我们的客服第一时间联系了购买的会员，确认购买信息，得知顾客原来是在上海工作的，一直是我们新世界的忠实粉丝，三八妇女节关注了新世界城抖音平台后，发现商品优惠力度大尝试着下单了一双百丽的鞋子。并告知顾客新世界一定会将她购买的鞋子安全寄回她所在住所。但下一步怎么办，武汉封锁，快递进不去 ... 得知原由后，公司领导也亲自联系了顺丰快递。顺丰快递总部得知消息后也十分重视，分别联系武汉的顺丰快递分部，并答应疫情一有转机第一时间快速送达。

虽然是一双不怎么昂贵的鞋子，但是它代表了顾客对我们的信任和忠爱，离 3 月 8 日下单的日子过了一星期，3 月 16 日顺丰总部打来了电话，说马上安排送货。太好了，我们销售部的员工激动地跳了起来，其中一位员工主动说要给武汉的会员写一封信，**并附赠了五十个口罩和蔡同德堂的人参枸杞茶，感谢她在千千万的直播中，选择了上海新世界城。**

武汉顾客第一时间收到商品后，也激动的发朋友圈来感谢新世界！他说真是一次暖心的购物历程。以后一定会再来新世界城。

◆ **创新服务新内涵，打造服务新形象**

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。

2020 年，面对突如其来的疫情，公司积极式响应，在确保消费者防疫安全的前提下，通过打造“三五一十规范 "、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，把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、打造“三五一十”服务规范

确立起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“三五一十”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。

二、塑造“六式”服务亮点

1. 总台“空乘式“服务。总服务台员工以空乘礼仪为标准，积极推行“关心、爱心、诚心、细心、用心、恒心”的“六心”品牌服务，为广大消费者提供“空乘式”服务。

2. 收银员“立式”服务。收银员在接待顾客时采用“站立式服务”，体现尊重顾客和平等待人的深刻服务内涵。

3. 女鞋“蹲式”服务。女鞋专柜员工在为顾客提供试穿服务时采用蹲姿服务。在让顾客能够感受到自己被充分的尊重，让顾客感觉到你跟她距离很近，很亲切。配备“四个一”：一副手套、一张脚垫、一块方巾、一双袜子。

4. 售后“一站式”服务。为方便顾客退换货，减少顾客来回奔波，推行售后接待一站式服务，如遇无须理由退换货时，专柜可以直接退换，如遇合并付款、现金支付及有争议的，由员工陪同至各楼服务台解决，未能达成一致的由公司客服中心协商解决。

5. 会员“尊享式”服务。VIP 金卡客户专用休息室，配备专业人员，定期与 VIP 金卡客户沟通，提供导购、咨询等服务。推出金卡客户专享服务：生日送礼服务、免费接送服务、1 对 1 导购服务、VIP 客户沙龙等。

6. 一线“管家式”服务。“管家式”保安、保洁服务，积极推行保安兼礼宾员、保洁兼引导员的管理模式，升级保安，保洁员工工作职责。

三、营造“九处”场景体验

1. 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。免费共享，畅享 5G，线上咨询。

2. 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、美陈造景，形成一楼一景，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，增加在商场内停留时间，变人流为财流。

3. 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。

4. 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。

5. 自助收银体验区。调整后的新世界城，将在每个楼层都设有一台自助收银设备，让顾客增加购物随心、付款无忧的体验。

6. 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。

7. 人性化客服中心。客服中心设于七楼，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”。

8. 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。

9. 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。

【示例 1】总台温馨服务、防疫贴心到位

面对疫情防控常态化，新世界城总台坚守防疫底线，制定应急预案和工作流程，严格落实各项防疫措施，努力为消费者提供一个全方位安全的购物环境。

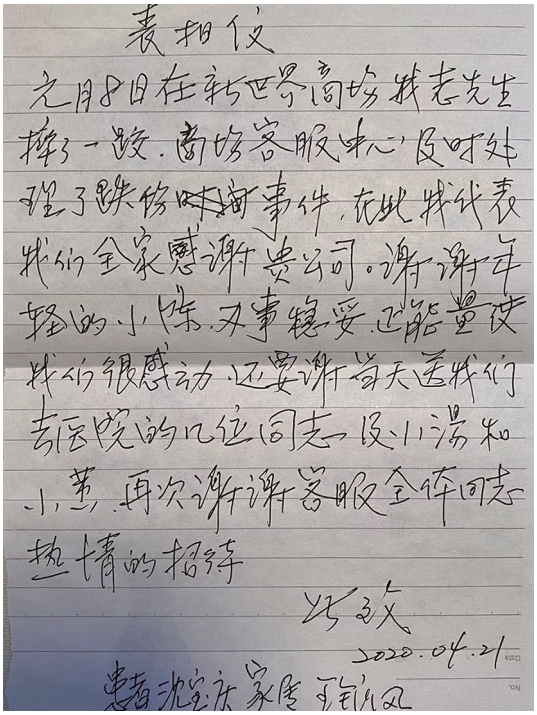
总台设置健康温馨提示，配备免洗洗手液，设置一米线，提醒顾客保持适当距离。督导现场巡视中如有客流聚集，对客流进行及时的疏导提醒顾客保持适当距离，并且提醒消费者佩戴好口罩，时刻为大家构筑安心的购物环境。

总台员工做到每日晨检，防疫三件套，员工佩戴好口罩，保持社交距离，做好个人卫生。

对童车，扶手，栏杆等设施施行不间断清扫并消毒，总台及童车每 3 小时消毒一次。全方位保障消费环境的安全。

【示例 2】真心缩短距离，真情关爱顾客

2020 年 4 月 21 日新世界城客服中心收到来自王阿姨的的一封表扬信。


表扬信
3月8日在新世界商场我老先生摔了一跤，商场客服中心及时处理了跌伤事件，在此特代表我们全家感谢贵公司。谢谢年轻的小陈，对事稳妥，能量使我们很感动，还要谢当天送我们去医院的几位同志及小汤和小惠，再次谢谢客服全体同志热情的招待
此致
2020.04.21
患者沈先生家属王阿姨

2020 年 1 月 8 沈先生在新世界购物经过手扶梯时，一脚踏空不慎跌倒。公司第一时间陪同伤者去长征医院就诊进行相关检查与 CT 拍摄，经诊断髋关节及大腿骨骨折。

客服中心员工在顾客住院期间及住院后多次慰问沈先生了解到，沈先生夫妻二人年事已高，子女在海外，平时也没什么亲戚走动。这次发生的事情，对夫妻二人的日常生活造成十分不便，平时去医院复诊也很麻烦。了解到这样的情况，汇报领导后，公司免费提供轮椅车供沈先生在康复期间使用，并积极配合王阿姨办理了相关的事宜。

王阿姨对我们在接待和处理跌伤事件的过程非常满意并亲自送来了表扬信，信中对新世界在处理沈先生的跌伤事件的应急救援机制提出表扬，对接待的工作人员给予感谢和赞赏，同时对新世界的服务理念和社会责任感表示高度认同。

【示例 3】服务体现价值，诚信展现品德

2020 年店庆促销期间，上下联动的促销活动方式吸引了很多的顾客前来购物。潘华静所在的八楼一号收银台一开门就早已排了四五位顾客来付款。虽然人多，有些喧闹，但她还是有条不紊耐心地接待好每一位前来付款或问询的顾客。其中一名外地男顾客拿出五张不同的消费卡来付款，见此情况，为了避免差错，潘华静就耐心认真地一张张操作起来。这时，这位外地顾客显得有些着急，催促起来。“马上好了，先生。”潘华静一边安慰着顾客一边加快速度。当第五张卡用好后，她礼貌地告诉顾客：“商银通卡金额已用完，斯玛特卡里有余额。请拿好付款凭证，谢谢。”

话音刚落，后面的顾客已不耐烦地催促起来，于是潘华静又继续低头忙活起

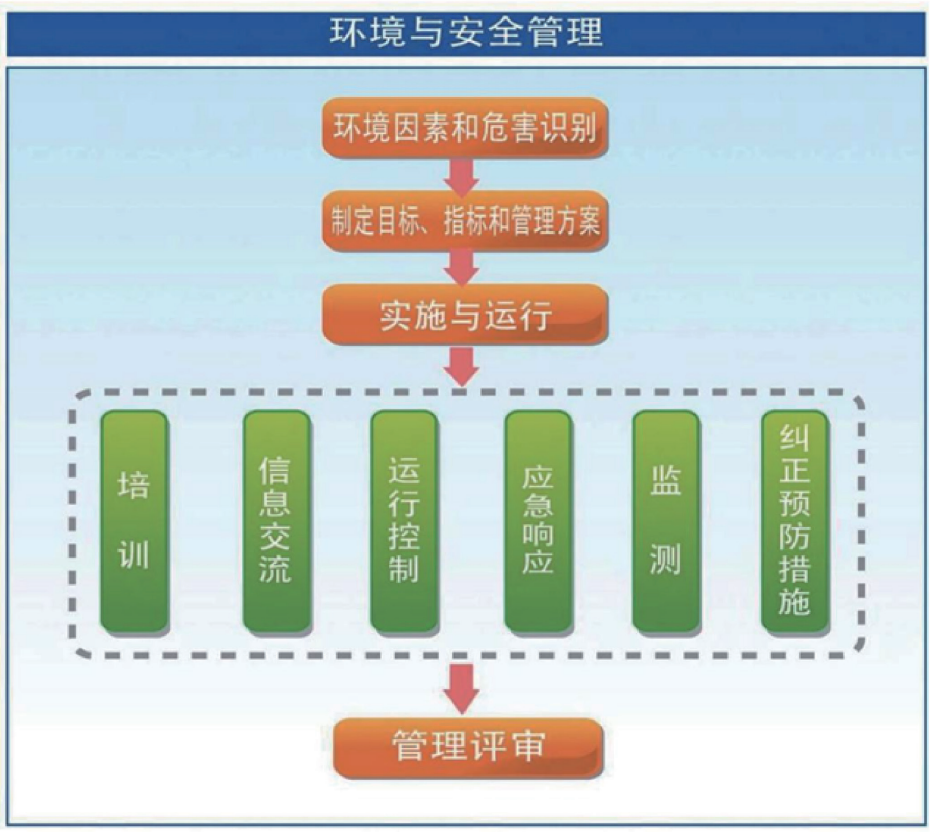
来。等到付款的人潮渐渐散去，她在清理帐时发现，收银台角落有五张消费卡。潘华静认出了这五张消费卡就是先前那位外地顾客的，通过查询卡内余额，她发现斯玛特卡内还有二百多元。于是，怕顾客离开商场，潘华静让同事帮忙顶帐台，自己在商场里找寻起来，终于在电梯前找到了顾客。当潘华静说明情况后，这位粗心的顾客十分感动，并且对前面急促的态度表示歉意，并由衷表示以后到上海出差，还是来新世界购物。他称赞说新世界的服务绝对是一流的！此时潘华静露出了欣慰笑容。

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。



见缝插绿是公司环境持续长效管理的根本保证。2019 年 1 月到 3 月 10 日期间（3 月 11 日到 12 月 19 日为装修阶段）为了更好地展现公司的外部形象，公司不仅在新世界外的花坛里种植了大面积的黄杨，还根据不同季节，种植不同种类的绿化，确保四季长青。公司也十分重视室内绿化，美化和净化整体环境。办公区选择了观赏价值较高的南方植物，如散尾葵、鱼尾葵等，还专门聘请了绿化公司进行专门设计、专人养护。

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。2020 年受到新冠病毒的影响，疫情防控是当前最重要的工作，通过空调通风系统在传染病流行时期的正确运行，可有效降低交叉感染几率。尽可能使用空调全新风运行，并加大新风量，并增加空调机组过滤网和空调机房等关键设备的清洗消毒频次，安全、科学、合理的运行空调通风系统，最大限度地保护建筑内人员的健康。

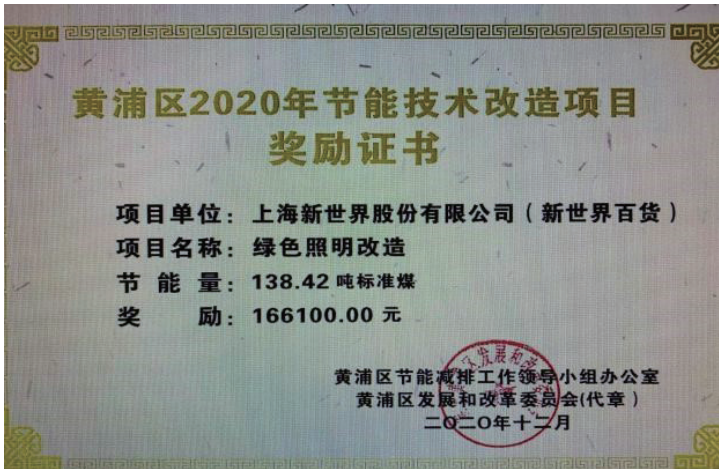
通过针对性的治理和维护，新世界的整体环境得到了很大的改善，良好地履行了环保承诺。

◆ 低碳节能

为了响应国家关于“节能减排”的号召，积极推进节约型、绿色环保型社会的建设，公司大力推广“节能环保”理念，努力将公司建设成为上海市节约能源标杆企业。

2020 年，公司继续建立由企业主要负责人为组长的节能工作领导小组，并定期研究部署企业节能工作；落实节能管理部门，明确工作职责，有专人负责日常节能管理；认真参加市区有关节能工作会议及培训；制定公司年度节能工作计划；开展节能宣传，组织节能技术培训，认真总结；新、改、扩建项目按节能设计规范和用能标准建设。公司继续在节能工作上加大执行力度，在公司范围内全面开展节能活动宣传，积极参与市区两级节能机关组织的各项节能活动，制定、完善并严格执行各项节能管理制度。

2020 年，公司对商场电梯进行了节能改造，电梯轿厢照明由原来的普通日光灯照明改用高效能 LED 灯，提高照明亮度的同时减少用电量，在电梯改造中，采用群控控制电梯运行，提高电梯运行效率，减少电梯运行次数，减少用电量。



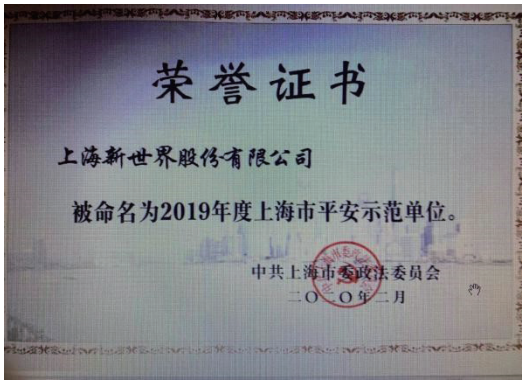
2020 年，公司对商场外立面照明和商场以及电梯照明进行了节能改造，改造后的节能量为 138.42 吨标准煤。

在装修审电的过程中，督促商铺使用能效较高的 LED 照明灯具。截至 2019 年底，公司完成了商场地下一层层至九楼公共区域照明以及车库、办公室、公共楼梯通道包括所有外立面等照明的 LED 灯具置换与新建工程，并且全部实行了能源合同管理模式。改造后，用电量大大减少，据估算年节约能耗折合标煤达 900 吨左右。

针对商场一楼控温效果不佳的问题，2020 年对一楼的通道和大门的进行了改造和调整，增设了防风帘和风幕机，减轻了空气强对流，有效提高了一楼商场的保温效果，空调负荷也得以降低。环境舒适度比以往的得到了极大的改善。

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 2013 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。2016 年 9 月通过复审，已领新证。

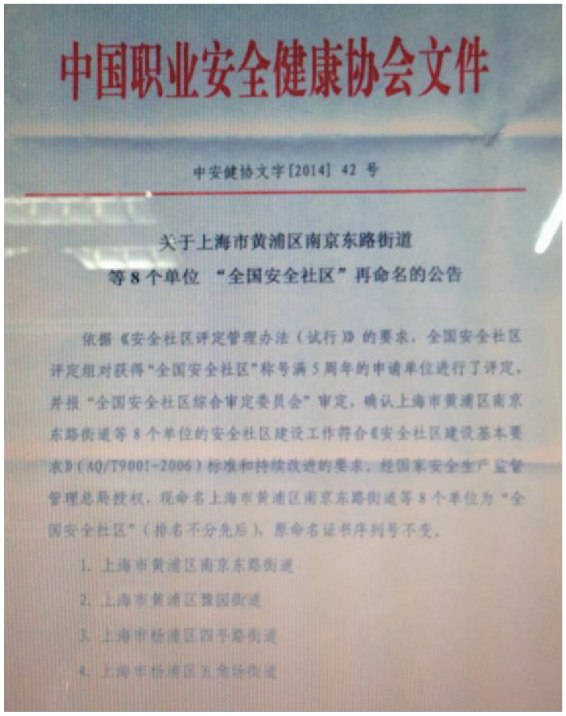
安全生产标准化
Work Safety Standardization
证书
CERTIFICATE
证书编号：AQBIISM（沪）201600358
上海新世界股份有限公司
安全生产标准化二级企业
（商贸）
有效期至：2020年1月
国家安全生产监督管理总局监制
State Administration of Work Safety

2020 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，7 月通过安全生产标准化二级标准复审，目前在等待领新证。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。


中国职业安全健康协会文件

中安健协文字[2014] 42 号

关于上海市黄浦区南京东路街道
等8个单位 “全国安全社区”再命名的公告

依据《安全社区评定管理办法（试行）》的要求，全国安全社区评定组对获得“全国安全社区”称号满5周年的申请单位进行了评定，并报“全国安全社区综合审定委员会”审定，确认上海市黄浦区南京东路街道等8个单位的安全社区建设工作符合《安全社区建设基本要求》（AQ/T9001-2006）标准和持续改进的要求，经国家安全生产监督管理总局授权，现命名上海市黄浦区南京东路街道等8个单位为“全国安全社区”（排名不分先后），原命名证书序列号不变。

1. 上海市黄浦区南京东路街道
2. 上海市黄浦区豫园街道
3. 上海市杨浦区四平路街道
4. 上海市杨浦区五角场街道

◆ 安全生产教育

公司每年制定安全生产教育培训计划，2020 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。

2020 年 4 月，物业管理部组织保安队开展了防汛防台的应急演练。在 5 月，物业管理部保安队开展了促销活动期间的人员疏散演练和治安应急预案培训。在 1–5 月开展了防范恐怖袭击安全知识学习。结合安全生产月工作，在 6 月 10 日开展了盗警处置和反恐防爆应急预案的综合演练。7 月份开展了火警应急预案讲解培训。8 月份开展了触电应急预案讲解培训。9 月份开展了电梯困人应急预案讲解培训。10 月份开展了高空坠物应急预案讲解培训和微型消防站消防员的器材使用训练。结合“119”消防宣传日活动，在 11 月 9 日，开展了防爆和消防疏散综合演练。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 11 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

日常检查、专项检查、突击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，对安全生产工作进行监管及应急处置。2020 年，公司开展了安全隐患排查 47 次，排查出一般隐患 106 处，已经整改 106 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，2020 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。2020 年进行了 24 次专项检查，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。

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，降低和避免人员伤害和财产损失，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）2020 年新增有限空间作业生产安全事故专项应急预案、（11）2020 年新增隔油池作业生产安全事故专项应急预案，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，并将原有 9 项应急预案于 2019 年 6 月重新发布执行，新增 2 项应急预案于 2020 年 12 月发布执行。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。2010 年，公司以 68 万元竞拍“新三毛”雕塑，拍卖款用以支持残疾人复明事业。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 月此次抗击疫情的关键时刻，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。

◆ 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。

按照党中央“精准扶贫、精准脱贫”基本方略，上海承担助推对口地区脱贫攻坚战的光荣任务，公司积极响应“精准扶贫”百企帮百村，员工踊跃参加扶贫济困“一日捐”和“千店义卖”活动，奉献自己的一份爱心，帮助困难群体温暖过冬。2020 年，新世界共筹集善款 48.6 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 36 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 2019 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、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 17 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，而我们一干就是 30 多个年头，服务了 12 万多人次。我们不会忘记，酷暑的烈日下，志愿者们挥汗如雨为

孤老修理电风扇；我们不会忘记，在三九刺骨的寒风中，志愿者们跺着脚、哈着气为他人修补衣物；我们更不会忘记，志愿者们自掏腰包购买零配件，为往来的路人和附

近的居民免费提供各项便民服务……尽管为民服务的志愿者换了一茬又一茬，但是“奉献、友爱、互助、进步”的志愿服务精神却在他们身上得到了延伸并发扬光大！ 2020 年疫情突然来袭，在此关键时刻，公司立刻组建党员防疫突击队，团员青年防疫志愿服务队在确保商场防疫可控的情况下，还积极参加黄浦区机场防疫志愿者，部分团员青年编入黄浦区团区委防疫青年突击队，前往黄浦区疾控中心参与志愿服务。

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，不定期组织开展为民便民服务进小区的活动。2020 年公司积极参加社区志愿服务活动，积极配合区文明办、新世界集团开展“身边的温暖”志愿服务，感谢环卫工人、城管、交警等户外工作者为保障城市安全运转付出的辛劳。通过志愿服务进一步彰显国有企业和文明单位的社会责任意识。所有项目志愿者均免费为大家服务，受到了广大社区群众的一致称赞。

◆ 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 12 个党支部与街道

居委的低保户共建帮困、助学坚持了 20 多年，每月 20 日学雷锋为民服务坚持了 30 多年，新世界重新开业关爱社区空巢老人、为老人们做十件实事、并设立帮扶基金；这些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地服务。

责 任 展 望

2020 年新冠疫情肆虐，新世界积极履行自身社会责任，在疫情最严重的时期，仍然克服各种困难，坚持正常对外营业，稳定了广大消费者的预期；通过各种途径购买口罩、消毒液等防疫物资，及时发放给企业员工，让员工放心；同时积极响应政府的号召，按照国资委的要求对租赁公司场地的商户进行了 3 个月的免租，提升了广大租赁商户的信心。

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，2021 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。

新的一年，新的征程。身处新时代，新世界将继续坚守初心，反哺社会，承担更大的社会责任，助力和谐美好社会的建设，为社会创造更大的价值。

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九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

公司网站：www.newworld-china.com

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(2021)第 2046 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(2021)第 2046 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 2020 年度企业社会责任报告》（以下简称“《报告》”)进行独立审验。《报告》是新世界自 2012 年度建立报告发布制度以来，连续第九年度发布企业社会责任报告，并继续邀请第三方机构就《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 2021 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；

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）

中国注册会计师

中国注册会计师

中国　上海

二〇二一年四月十三日

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
传真：+86 21 63271475
邮编：200003
网站：www.newworld-china.com