


2025^{年度}

环境、社会和公司治理报告

ENVIRONMENTAL, SOCIAL AND
GOVERNANCE REPORT




浙江中国小商品城集团股份有限公司
Zhejiang China Commodities City Group Co.,Ltd.

 地址 Address
浙江省义乌市银海路567号商城集团大厦

 电话 Telephone
0579-85182812

 邮编 Post Code
322000

 邮箱 E-mail
600415@cccgroup.com.cn

 传真 Facsimile
0579-85197755

 网址 Website
www.cccgroup.com.cn

目录

报告前言	01
关于本报告	01
董事长致辞	03
走进小商品城	05
关于我们	05
2025亮点绩效	13
ESG管理	15
ESG治理	15
ESG管理目标	19
利益相关方沟通	21
重要性议题管理	22
数贸启新程 责任向未来	25
全球数贸中心的责任定位	25
打造低碳高效的数贸新空间	27
助力生态共荣与价值共享	29
指标索引	133
读者反馈	135

CONTENTS

合规筑基石 清廉守初心

01

完善治理体系	33
坚持合规经营	37
投资者权益保护	39
恪守商业道德	41
坚持党建引领	45

创新赋动能 数据筑防线

03

创新驱动	73
供应链安全	86
产品安全与质量	92
客户服务管理	97
信息安全与隐私保护	104

低碳践行行动 绿色焕商城

02

应对气候变化	51
资源管理	57
环境管理	66
生态系统和生物多样性保护	70

筑梦惠员工 担当馈社会

04

员工权益保障	111
员工培训与发展	121
职业健康与安全	126
乡村振兴与社会贡献	131

报告前言

关于本报告

报告简介

本报告是浙江中国小商品城集团股份有限公司发布的第十七份环境、社会和公司治理报告/社会责任报告。本报告依据客观、规范、透明和全面的原则，详细介绍了小商品城及下属分、子公司、部分参股公司于2025年度在环境、社会和公司治理方面所采取的实践举措和取得的成效。

报告范围

时间范围：本报告期间为2025年1月1日至12月31日（以下简称“报告期”），为增强报告的可比性和完整性，部分内容适当追溯以往年份或具有前瞻性描述。

组织范围：本报告以“浙江中国小商品城集团股份有限公司”为主体，包括下属分、子公司、部分参股公司，除特别说明外，本报告范围与公司年报范围保持一致。

发布周期

本报告为环境、社会和公司治理报告，每年度发布一次。

编制依据

本报告依据上海证券交易所《上海证券交易所上市公司自律监管指引第14号——可持续发展报告（试行）》《上海证券交易所上市公司自律监管指引第1号——规范运作》编制。同时，本报告的编制参考了国务院国资委《央企控股上市公司ESG专项报告编制研究》、全球报告倡议组织（Global Reporting Initiative, GRI）《可持续发展报告标准》（2021年版）（简称“GRI 标准”）及联合国可持续发展目标（Sustainable Development Goals, SDGs）。

数据来源

本报告的数据来源于小商品城内部原始台账、公司文件及审计报告等资料，部分财务数据来自公司2025年年度报告。如无特别说明，本报告所涉及的货币金额均以人民币为计量币种。

称谓说明

为便于表达和阅读，“小商品城”“商城集团”“集团”“公司”“我们”均指浙江中国小商品城集团股份有限公司，下属公司称谓说明详见释义。

释义项	释义内容
供应链公司	义乌中国小商品城供应链管理有限公司
雅悦酒店	浙江中国小商品城集团股份有限公司银都雅悦酒店
银都酒店	浙江中国小商品城集团股份有限公司银都酒店
海洋酒店	浙江中国小商品城集团股份有限公司海洋酒店
商城展览/展览公司	义乌中国小商品城展览股份有限公司
商城宾馆	浙江中国小商品城集团股份有限公司商城宾馆
一区市场	浙江中国小商品城集团股份有限公司国际商贸城第一分公司
二区市场	浙江中国小商品城集团股份有限公司国际商贸城第二分公司
三区市场	浙江中国小商品城集团股份有限公司国际商贸城第三分公司
四区市场	浙江中国小商品城集团股份有限公司国际商贸城第四分公司
五区市场	浙江中国小商品城集团股份有限公司国际商贸城第五分公司
宾王市场	浙江中国小商品城集团股份有限公司宾王市场分公司
篁园市场/篁园服装市场	浙江中国小商品城集团股份有限公司篁园公司分公司
义西市场	浙江中国小商品城集团股份有限公司国际生产资料市场分公司
酒管公司	浙江银都酒店管理有限公司
进出口公司	浙江义乌中国小商品城进出口有限公司
快捷通	快捷通支付服务有限公司
义乌购	浙江义乌购电子商务有限公司
大数据公司	义乌中国小商品城大数据有限公司
幸福湖	义乌幸福湖国际会议中心
商途餐饮/商途酒店	义乌市银都商途餐饮有限公司

报告获取和反馈

本报告可在上海证券交易所网站（www.sse.com.cn）查阅和下载。如对报告有疑问和建议，可发邮件至600415@cccgroup.com.cn进行反馈。

◆ 董事长致辞



“

2025年是“十四五”规划收官之年，也是新一轮义乌国际贸易综合改革起步之年。小商品城围绕“小商品、大市场，不断地再造新的辉煌”重大使命，以深化义乌国际贸易综合改革为牵引，狠抓关键领域改革和重点项目落地，加速推进市场创新发展和企业转型升级，全力以赴确保实现“全年红”“全年胜”。

在过去一年坚实的基础上，我们持续推动ESG管理机制迈向系统化与常态化，不仅将ESG理念深度融入企业战略决策，更驱动各业务环节主动识别机遇、管理风险，实现负责任的价值创造。

”

党建引领，把稳发展方向之舵。我们始终坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，在党委的坚强领导下，建机制、创载体、强服务、夯基础、增活力，打造“党建统领、群团联动”的生动格局。我们牢记习近平总书记要求义乌市场作为全国龙头市场，在党建和发展上都要走前列作示范的勉励和嘱托，聚焦主业主责，紧扣初心使命，铸造“聚市筑城、服贸兴商”党建品牌，将党的建设打造成为推动义乌市场持续繁荣的红色引擎。

合规治理，筑牢长青事业根基。我们始终恪守国有企业的责任使命，深入推进治理体系与治理能力现代化，通过优化治理结构与运行机制、全面升级风险管控体系、深化商业行为规范与廉洁建设，不断提升决策科学性与运营稳健性，筑牢高质量发展根基，为公司实现更可持续、更负责任的发展注入坚实持久的治理动能。

低碳运营，引领绿色转型之路。我们积极响应国家“碳达峰、碳中和”的承诺，践行环境保护责任，全面贯彻绿色发展理念，将环保要求贯穿市场建设、商户运营、会展服务等各个环节，着力打造资源节约型与环境友好型现代化企业，实现经营活动与自然环境的和谐共存。我们持续探索低碳发展模式，以技术创新为驱动，打造智能、高效、绿色的数贸新空间，助力经济社会低碳转型。

数字赋能，打造智慧贸易新生态。在数字经济与全球贸易深度融合的浪潮下，我们加速义乌市场的迭代升级，聚力促成全球数贸中心盛大启幕，作为“全球贸易标杆地”，深刻彰显“义乌信心、义乌活力、义乌创造、义乌速度”背后的实干底色。我们打造“世界义乌”商贸大模型，作为全球首个商贸领域AI大模型，推出AI设计、AI视创等多项应用，推动AI技术与实体市场融合，赋能小商品贸易全链路。

凝心聚力，共创幸福和谐家园。我们始终坚持“关爱员工成长，服务经营主体”理念，丰富员工活动载体，持续优化员工业余文体活动体验；办好“组团服务进市场”，不断优化营商环境。我们积极响应国家和地方的政策导向和战略规划，加深校企合作，纵深推进义乌市场志愿服务项目，推动学生准就业与市场促转型“双向奔赴”；持续放大“她创造”服务应用场景，为市场女性创业者提供行业洞见、实战经验与商业机遇，扩大巾帼品牌影响力。我们广泛参与社会公益活动与慈善事业，用实际行动传递温暖与爱心，为社会的和谐与进步贡献力量。

展望未来，我们将持续推进各项改革任务和创新举措，全方位推动义乌市场提能升级。我们将继续践行ESG理念，努力在环境、社会和公司治理等方面取得更加显著的成果，在可持续发展的道路上稳步前行，书写兼具韧性与温度的发展新篇章。

浙江中国小商品城集团股份有限公司董事长
陈德占

走进小商品城

◆ 关于我们

公司简介

浙江中国小商品城集团股份有限公司创建于1993年12月，系国有控股上市公司，股票代码“600415”，总部位于浙江省义乌市。公司致力于为210多万家中小微企业搭建共享式贸易服务平台，运营全球最大的小商品批发市场——义乌中国小商品城。

当前，公司围绕市场主业创新发展，统筹推进信息数据、金融服务、进出口贸易、国际拓展、物流仓储等创新业务和物业、房产建设、酒店、会展、资产运营等配套支撑业务协同发展，推动义乌市场形成线上线下融合、进口出口联动、境内境外打通、内贸外贸并举的贸易发展格局。

未来，公司将持续锚定“全球知名国际贸易综合服务商”战略定位，围绕“让市场更繁荣，让贸易更简单”愿景目标，聚焦“业务”打通贸易全链路，聚焦“生态”构建产业护城河，聚焦“科技”抢占未来新机遇，聚焦“管理”提升内部战斗力，打造“百年市场、百年企业”，为拓展国内国际市场、畅通国内国际双循环作出更大贡献。

企业战略

总目标

成为全球知名国际贸易综合服务商

三大生态

商品展示交易生态
贸易履约服务生态
市场配套服务生态

总路径

- ① 一个定位：全球知名国际贸易综合服务商
- +
- ② 两条主线：市场+数字
- +
- 四大体系：
市场核心竞争力体系
- ④ 国际贸易履约服务体系
数字化支撑体系
- +
- 体制机制配套体系
- ⓧ X项赋能

企业文化

使命

让贸易更简单
Make Trade Easy



愿景

成为全球知名的国际贸易综合服务商
To Be Famous Trade Service Platform



文化认同

梦想在前，使命在肩，拼搏不止
Struggle To Pursue Dreams
清廉国企，清白做人，干净做事
Clean And Honest

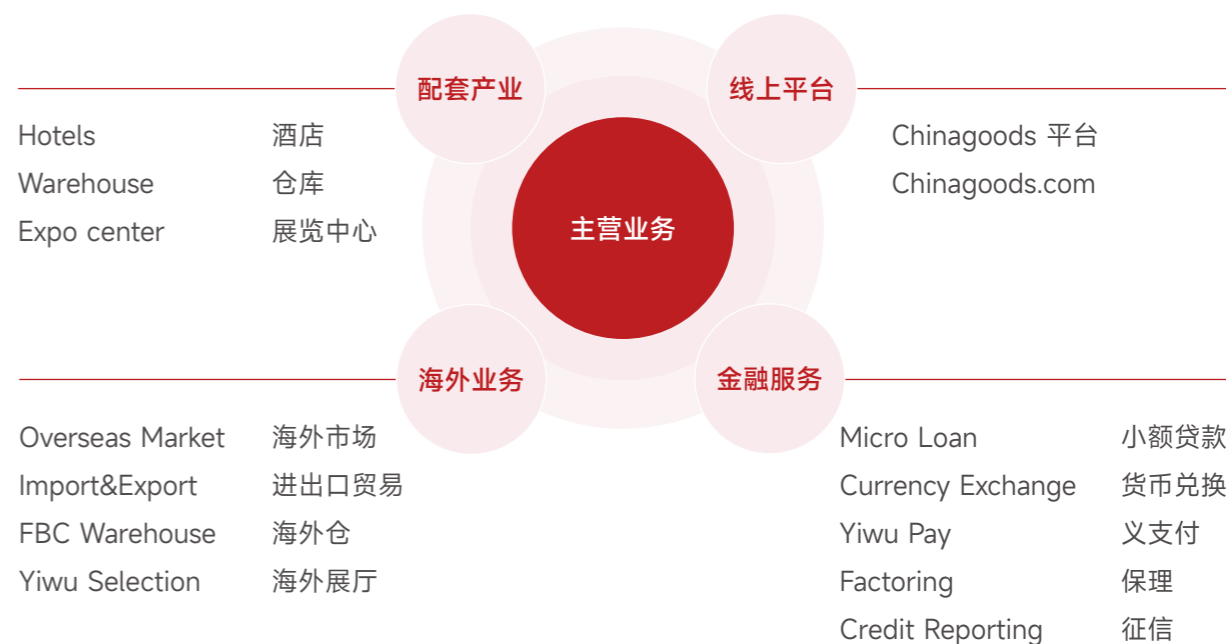


核心价值观 就是现在 It's Time

- ① 共识——Identity 我们都是商城人
- ① 目标——Target 每天进步一点点
- ① 自信——Self-confidence 你比自己想象的优秀
- ① 协作——Team work 你不是一个人在战斗
- ① 高效——Implementation 执行力就是竞争力
- ① 创新——Magic 既天马行空，又脚踏实地
- ① 成就——Effort 鼓励过程，奖励成果



主营业务和业务板块



业务板块

商品展示交易生态

实体市场：2025年市场成交额3,223亿元，日均开门率保持97%以上。
自营贸易：开展进口集采、出口代采及新零售品牌运营业务。
国际拓展：已累计在全球36个国家布局出海项目78个，2025年新增出海项目32个。

贸易服务生态

线上市场：Chinagoods新增采购商70万人，累计550万人。
仓储物流：国内园区运营面积突破70万m²，综合出租率超99%，连续两年实现满仓运营。
金融服务：支付、保理、征信、小额贷4款牌照。

配套服务生态

酒店业务：运营7家星级酒店、长租公寓及指尖食堂、Yandoo cafe两大餐饮品牌。
会展业务：提供集国内组展、海外出展、展馆管理、配套服务于一体的全产业链服务。

荣誉奖项

义乌市质量奖
义乌市人民政府



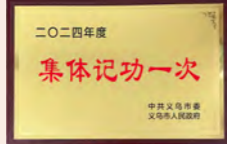

上证鹰·金质量2025 ESG奖
中国证券网



浙江省企业管理现代化创新
成果（财务领域）三等奖
浙江省总会计师协会
浙江省企业联合会



2024年度集体记功一次
中共义乌市委
义乌市人民政府




2024年度全市综合考核
先进单位
中共义乌市委
义乌市人民政府




全球数贸中心开业活动
“实干争先”及时奖励
中共义乌市委
义乌市人民政府



全球数贸会数据智能专委会
成员单位（发起单位）
全球数字贸易博览会



2024年度慈善工作先进副会长单位
义乌市慈善总会



中国国际商会副会长
中国国际商会



2025年资本力量年度评选
“卓越投关团队奖”
证券之星



ESG新标杆企业奖
证券之星



上市公司董事会办公室优
秀实践案例
中国上市公司协会



2025年上市公司年度投关
数据榜单最佳机构覆盖
进门平台“百里挑一”



投资者关系管理天马奖
证券时报



第十九届主板上市公司
价值百强
证券时报、人民日报社





副会长单位
浙江上市公司协会



贸易物流委员会副主任
单位
浙商研究中心




2025第一财经资本市场价值
调研年度竞争力企业
第一财经



2025年度上市公司卓
越投关建设奖
深圳价值在线信息科
技股份有限公司



浙江省“一带一路”综合服务联盟成员单位
浙江省“一带一路”综合服务联盟



◆ 2025亮点绩效

经营绩效



营业收入	归属于上市公司股东的净利润	归属于上市公司股东的净资产
199.27 亿元	42.04 亿元	229.48 亿元
总资产	扣除非经常性损益后的基本每股收益	市场抽样成交额
444.05 亿元	0.71 元/股	3,223.49 亿元
派现总额（含税）	纳税总额	每股社会贡献值
27.42 亿元	19.68 亿元	1.25 元/股

治理绩效



2024-2025信息披露工作评价	投资者问题回复率
A级	100%
反商业贿赂及反贪污培训总时长	参加反商业贿赂及反贪污培训的董事及高级管理人员人数占比
325 小时	100%

环境绩效

温室气体减排量	清洁能源使用量（光伏发电）	可再生能源消耗量
45,271.77 吨二氧化碳当量	5,514.22 万千瓦时	6,776.98 吨标准煤

社会绩效



研发人员数量	供应商及采购人员廉洁协议签署率	客户投诉事件解决率
222 人	100%	100%
客户满意度 (市场经营业务线)	数据安全与客户隐私保护实践、培训的员工覆盖率	少数民族人数
97.60%	100%	39 人
残障员工人数	退伍军人员工人数	女性员工比例
6 人	112 人	43.16%
管理人员中女性人数比例	基层员工满意度得分	困难员工帮扶人数
22%	90.15 分	20 人
员工培训覆盖率	劳动合同签订率	安全隐患整改率
100%	100%	100%
安全生产事故数	志愿者活动参与人次	志愿者活动总时长
0 起	7,416 人次	14,832 小时



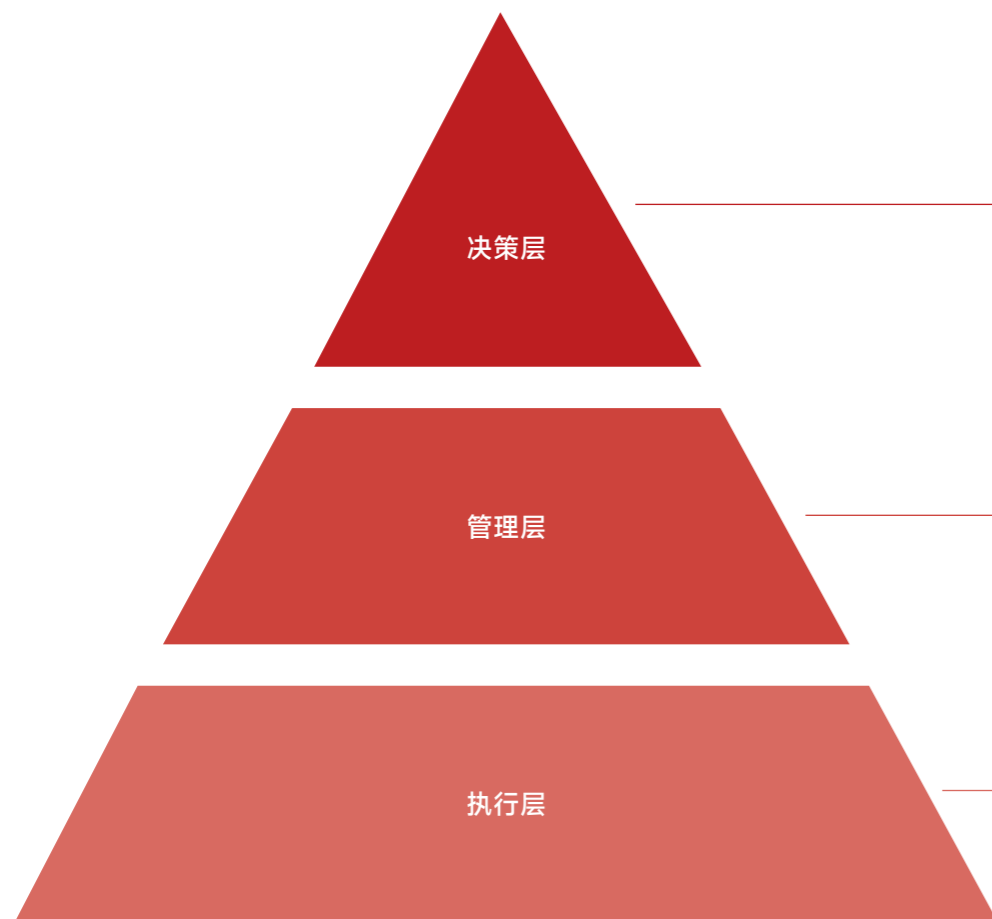
循环用水量占比	环境处罚及违规事件发生数量	废弃物合规处置率
9.39%	0 起	100%

ESG管理

◆ ESG治理

治理架构

小商品城搭建由董事会、董事会战略与ESG委员会、ESG工作组构成的ESG治理架构，制定《ESG管理制度》《ESG治理架构和职责权限》《应对气候管理制度(试行)》等ESG管理相关制度。此外，公司将ESG表现纳入高管薪酬绩效考核评估范围内，覆盖党建、治理等多维度，切实强化管理层对ESG工作的重视程度与执行力度。



治理主体	组成	职责
董事会	董事会成员	审议和批准公司的ESG发展战略与目标、重大议题、治理架构、管理制度等，审定公司的ESG报告。
董事会战略与ESG委员会		对公司ESG目标、战略规划、治理架构、管理制度等事项进行研究并提出建议，统筹协调ESG相关内外部工作，研究实质性议题，指导ESG工作的日常开展及ESG报告的编制工作，并对ESG报告进行审阅。
ESG领导小组	董事长 总经理 其他党委委员 高级管理人员	了解利益相关方的诉求、意见和建议，分析实质性议题，推动各执行单位实施ESG工作，对公司ESG信息进行收集、汇编，编制ESG报告及相关文件。
ESG执行小组	公司总部各部门 各下属公司负责人 及员工	下设公司治理、环境保护、产业价值、人力资本四个小组，承担职责范围内的主体责任，负责按照公司整体规划，落实ESG工作任务并定期汇报执行情况。

ESG风险管理

小商品城在战略实施、风险管理和重大决策的过程中充分考虑ESG相关的影响、风险和机遇，董事会作为ESG的最高管治机构，在ESG风险管理中承担最终监督责任。公司参考国际可持续准则理事会（ISSB）IFRS S1和S2准则和国内指引要求，围绕治理、战略、风险管理及指标与目标四大核心支柱，对各种内、外部因素进行识别、评价，开展尽职调查，评审公司相关方的要求，制定、监督和评审应对风险的措施，将面临的风险因素进行识别、分类，划分为七类风险：投资风险、管理风险、战略风险、财务风险、市场风险和法律风险。针对这些风险点，公司通过加强内部控制制度建设、合理规范操作流程、建立科学的风险管控体系、强化企业内部监督，尽可能地规避风险或把风险降至最低，确保公司安全、平稳、可持续发展。

风险类别	风险源识别	预防及改进措施
战略风险	<ul style="list-style-type: none"> 政策、经济、环境风险 行业与竞争对手风险 品牌风险 新项目风险等 	<ul style="list-style-type: none"> 强化公司战略管理部门职能，通过与相关专业人员； 对风险源及业务成长机会、新项目进行评估； 通过产业与市场拓展战略，规避政策、经济风险； 加大品牌推广投入，加快品牌出海速度； 适时拓展产业领域，拓宽经营模式。
管理风险	<ul style="list-style-type: none"> 商品市场重大安全、质量风险 安全评价项目重大安全风险 信息安全风险 	<ul style="list-style-type: none"> 内部签署安全责任书，与商户签订安全责任书、诚信承诺书； 安全生产部主要管理和技术人员要具备相应的任职资格要求，严格按照国家相关规范操作要求落实作业活动，特种作业人员必须持证上岗；商户施工作业严格按照商城相关规定执行； 建立完整的安全管理制度和安全管理计划； 实施ISO 9001管理体系。
投资风险	<ul style="list-style-type: none"> 资金安全风险 市场风险 企业经营风险 	<ul style="list-style-type: none"> 对外投资：一是设立风控岗位，由专人负责公司对外投资风险控制工作。二是完善对外投资相关的管理制度和操作方法，为公司开展对外投资工作打好制度基础。三是对公司对外投资各个环节的风险进行梳理预判，明确投资各个环节的管控要点。四是及时做好对外投资事前、事中及事后的跟踪管理； 冗余资金增值：一是选择国债逆回购、结构性存款等风险较低的资金增值产品，确保资金安全。二是制定资金管理国债逆回购购买流程，规范产品选择及资金使用过程。

风险类别	风险源识别	预防及改进措施
财务风险	<ul style="list-style-type: none"> 融资风险 应收账款管理风险 冗余资金管理风险 	<ul style="list-style-type: none"> 建立财务风险预警机制； 强化对融资渠道、融资成本的分析，加强对融资过程的监控； 加强对应收账款的监控与分析； 制定资金管理流程和制度。
市场风险	<ul style="list-style-type: none"> 政策对行业带来的影响风险 政府投资模式改变带来的风险 	<ul style="list-style-type: none"> 及时收集市场、竞争对手及政策信息； 以顾客为中心，关注顾客需求的变化，适时调整经营模式。
法律风险	<ul style="list-style-type: none"> 内外部环境变化的风险 对于各种内外部政策、流程与程序的认知能力和适应能力的风险 外部合作单位的信用风险 人力资源风险 	<ul style="list-style-type: none"> 加强市场项目开展前的调查，对拟开展项目的风险进行充分的调研和分析； 健全企业内部运营管理制度，针对重要风险领域，设计内部控制机制，确定风险控制点及控制标准； 完善合作管理流程及相关规章制度，加强法律意识； 加大高层次管理人员的引进、培育； 成立法务部进行控制。

ESG培训

小商品城积极开展ESG主题培训，将ESG相关内容纳入管理人员、业务骨干及基层员工培训中。报告期内，公司聘请外部专家开展ESG培训，内容涵盖ESG政策法规、ESG治理能力提升等核心板块，通过普及ESG知识与实操技能，强化全员ESG责任意识。2025年，共开展2次ESG培训，超过400人次参与。

◆ ESG管理目标

作为一家国有控股的上市公司，我们积极承担并履行社会责任、探索新型绿色循环经济之路、响应“双碳”发展理念，将公司发展与联合国可持续发展目标（SDGs）紧密结合，不断提升可持续发展管理水平，为实现联合国可持续发展目标贡献力量。

SDGs	可持续发展目标内容	小商品城行动
	在世界各地消除一切形式的贫困	参与社会公益 助力乡村振兴
	确保健康的生活方式、增进各年龄段人群的福祉	落实安全生产 守护职业健康
	确保包容、公平的优质教育，促进全民享有终身学习机会	畅通职业发展通道 完善员工培训机制
	实现性别平等，为所有妇女、女童赋权	反对性别歧视 关爱女性员工
	确保安全的饮水和卫生设施	确保饮水安全 坚持节约用水 废水合规处理
	确保人人获得可负担、可靠和可持续的现代能源	开展节能减排行动 使用清洁能源

SDGs	可持续发展目标内容	小商品城行动
	促进持久、包容、可持续的经济增长，实现充分生产性就业，确保人人享有体面工作	坚持平等雇佣 保障员工权益
	建设有风险抵御能力的基础设施、促进包容的可持续工业，并推动创新	鼓励研发创新 保护知识产权
	确保可持续消费和生产模式	重视产品质量管理 保障客户权益 注重信息安全
	采取紧急行动应对气候变化及其影响	推动节能减碳 推广绿色运营 识别气候风险与机遇
	促进有利于可持续发展的和平和包容社会、为所有人提供诉诸司法的机会，在各层级建立有效、负责和包容的机构	规范公司治理 坚持合规经营 遵守商业道德
	加强执行手段、重振可持续发展全球伙伴关系	打造可持续供应链 坚持负责任采购

利益相关方沟通

小商品城秉承环保的经营理念，积极履行应尽的社会责任，促进公司与环境可持续发展。公司重视投资者、客户、员工、合作伙伴等利益相关方的权益，在经营发展过程中积极与利益相关方建立多种有效的沟通渠道，了解并及时回应利益相关方的期望与诉求。

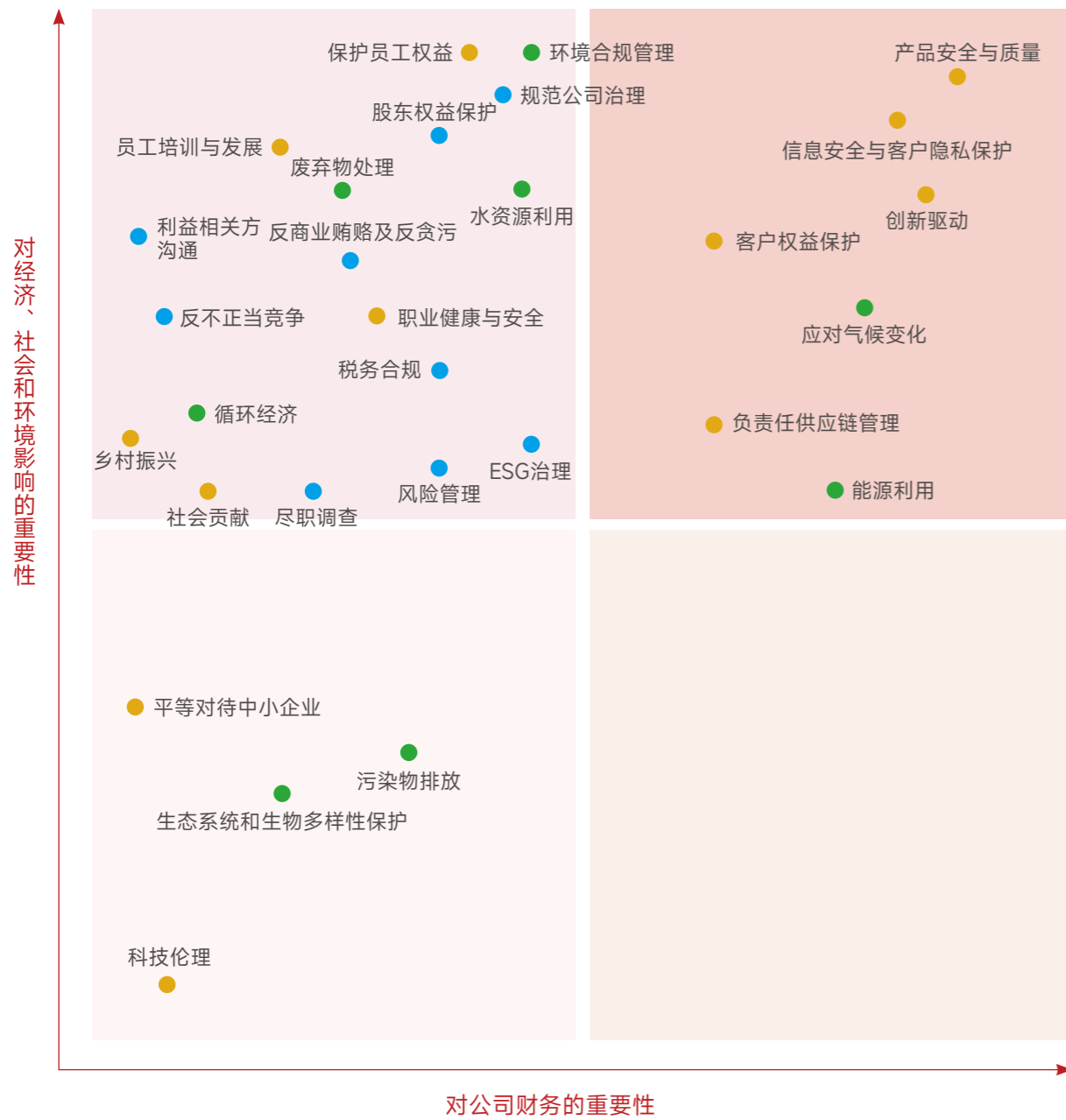
利益相关方	沟通渠道	期望与诉求	我们的回应
政府及监管机构	走访、信息报送 工作汇报 问卷沟通	依法合规经营 支持地方发展 保护环境	提升治理水平 接受监管审核 坚持绿色运营
股东与投资者	投资者热线 股东会 信息披露 e互动 投资者现场调研 业绩说明会 路演和反路演 问卷沟通	持续稳定回报 信息透明公开	持续稳健经营 加强投资者交流 透明信息披露
市场经营户与采购商	服务热线 公司网站及邮箱 官方微信平台 沟通会/座谈会 日常运营沟通 问卷沟通	拓展贸易渠道 一站式采购 增加贸易交易额 合规诚信交易	大力培育进口市场 打造进口商品集市 加强事务处理能力 打造信用市场
员工	工会、职工代表大会 座谈会 公司慰问走访 工作评核 问卷沟通	培训与发展 基本权益保障 健康与安全 人文关怀	开展员工培训 保障员工薪酬福利 加强职业健康管理 员工关怀实践
社区	公益慈善活动 志愿者服务 文化交流 宣传走访 问卷沟通	公益慈善 社区公益 促进区域发展	开展公益活动 “一带一路”建设 助力乡村振兴
媒体	公众媒体 平台媒体 见面会 问卷沟通	信息披露准确 保持良好合作 专项采访	及时完整准确信息披露 加强日常沟通 组织联合活动
行业协会	日常沟通 行业协会活动 问卷沟通	畅通沟通渠道 推动行业发展	积极参加协会会议 协助开展协会活动 参与行业标准制定

重要性议题管理

公司依据《上海证券交易所上市公司自律监管指引第14号——可持续发展报告（试行）》（以下简称“《指引》”），并紧密结合所处行业特性及公司经营实际情况，全面评估公司在各相关议题方面的表现状况，判断其是否会对经济、社会以及环境层面产生重大影响（即影响重要性），同时考量每个议题是否会对公司商业模式、业务运营、发展战略、财务状况、现金流、融资方式及成本、价值链等带来较大影响（即财务重要性）。通过对此双重重要性的考量，同时参照国际主流可持续发展报告标准相关要求，对公司议题库内议题进行重要性分析，具体实施步骤如下：



小商品城重要性议题矩阵



小商品城重要性议题识别清单

重要性说明	议题		
	环境维度	社会维度	治理维度
同时具有财务重要性与影响重要性的议题	<ul style="list-style-type: none"> 应对气候变化 能源利用 	<ul style="list-style-type: none"> 创新驱动 产品安全与质量 客户权益保护 信息安全与客户隐私保护 负责任供应链管理 	—
具有财务重要性但不具有影响重要性的议题	—	—	—
具有影响重要性但不具有财务重要性的议题	<ul style="list-style-type: none"> 环境合规管理 循环经济 水资源利用 废弃物处理 	<ul style="list-style-type: none"> 保护员工权益 员工培训与发展 职业健康与安全 社会贡献 乡村振兴 	<ul style="list-style-type: none"> 股东权益保护 规范公司治理 反商业贿赂及反贪污 反不正当竞争 税务合规 风险管理 尽职调查 利益相关方沟通 ESG治理
既不具有财务重要性也不具有影响重要性的议题	<ul style="list-style-type: none"> 污染物排放 生态系统和生物多样性保护 	<ul style="list-style-type: none"> 科技伦理 平等对待中小企业 	—

专题

数贸启新程 责任向未来

在数字经济与全球贸易深度融合的浪潮下，义乌作为“世界超市”正迎来第六代市场的迭代升级。2025年10月14日，小商品城核心标杆项目——全球数贸中心正式开业运营，这不仅是企业从传统贸易向数字贸易生态跃升的关键里程碑，更是将ESG理念深度嵌入业务发展核心的战略实践。从1982年第一代马路市场到如今的第六代市场，义乌市场历经六次迁址、十三次扩建，完成了从“买卖全国”到“买卖全球”的华丽变身，而全球数贸中心的落成，标志着义乌市场开启从传统贸易模式向数字贸易生态跃升的新进程。

全球数贸中心的责任定位

战略背景 从传统贸易到数贸生态

全球数贸中心的建设与开业，是公司响应国家贸易数字化转型战略、推动产业高质量发展、赋能中小微企业成长战略落地。全球数贸中心项目总投资83亿元，总占地562亩，建筑面积125万平方米，涵盖市场、商务写字楼、商业街区、公寓和数贸港五大板块，共同构成一个完整的小商品贸易立体生态圈，实现商业价值与社会价值、环境价值的协同共生。

核心定位 “1+3+N”数贸体系

全球数贸中心构建“1+3+N”数字贸易发展体系：“1”是一个高能级数贸港，占地0.7万平方米作为生态中枢，集展示、数据交易与新品发布功能于一体，打造全国首个小商品行业数据交易中心。“3”是三大核心平台，Chinagoods平台提供一站式在线贸易服务；智捷元港平台一站式履约管理，依托全球“仓线”布局实现“世界货、义乌发”；义支付平台提供覆盖支付、结汇、在线融资等功能，支持全球26国多币种收款服务。“N”代表N项数字创新场景，如AI设计、智能导航、机器人巡检等，将技术深度融入市场运营各环节。



全球数贸中心分布示意图



全球数贸中心——数字贸易服务中心

🌐 打造低碳高效的数贸新空间

绿色基建与空间优化

全球数贸中心突破传统市场空间范式，在物理空间规划中融入高效利用、低碳运营理念。市场板块建筑面积41万平方米，采用一连到底“街巷式”设计，取消大小通道，全部设置4.2米宽主通道，市场动线更趋合理高效；商位标准面积增至30平方米，层高升至5.1米，既满足个性化展示需求，又提升空间利用效率。项目配备地下停车位9,000个，基本满足客货停车需求，减少周边交通拥堵与尾气排放；全域部署5G-A网络、F5G、Wi-Fi7等万兆级光网络，通过技术升级实现能源高效利用，速率较普通5G提高10倍以上，为数字贸易提供高效的网络支撑。依托数字化供应链平台，全球数贸中心放大“世界货、义乌拼、发全球”优势，通过集中采购、协同配送等模式优化物流链路，减少分散运输带来的能源消耗。



全球数贸中心商铺实景

绿色运营与创新实践

全球数贸中心深度融合数字科技与市场运营，以智能技术推动创新实践与低碳管理。市场内设立3D创客中心，整合AI设计、3D打印等前沿技术。入驻商户与设计师仅需输入产品基础信息与创意构想，即可通过平台快速生成三维模型，将产品研发周期从传统的数十天压缩至一周内，大幅降低研发阶段的物料损耗与能源消耗。

同时，市场引入机器狗巡防，替代传统人工巡防模式，机器狗具备自主导航、全天候巡逻、异常情况实时预警等功能，可精准覆盖市场公共区域、消防通道等关键点位，不仅提升了巡防效率与覆盖密度，减少了人工巡检的重复劳动与能源消耗，还能通过传感器实时监测环境温湿度、消防安全等数据，为市场低碳运营与安全管理提供数据支撑。



机器狗巡防

助力生态共荣与价值共享

助力中小微企业与商户转型成长

全球数贸中心聚焦时尚珠宝、护肤及医美用品、创意潮玩等新兴行业，开业初期已吸引3,700多家商户入驻，其中省外主体超35%，创二代、创三代等新生代商户占比达52%，拥有自主品牌或IP产品的商户占比57%，勾勒出年轻化、品牌化、国际化的市场新画像。为助力商户数字化转型，小商品城启动“万名商户AI技能提升三年行动”，计划帮助超万名市场商户及从业者掌握AI工具使用技能；通过Chinagoods平台提供跨境专线、多语言翻译、数字店铺等服务，商户可借助AR实景传输实现海外客户远程验厂，通过智能翻译机解决语言沟通障碍。



Chinagoods AI培训现场

深化全球贸易与社区共建

开业期间，全球数贸中心持续举办包括万名外商进市场、中国商贸市场数智峰会、AI+市场数贸峰会等系列活动，促进中外贸易文化交流，带动义乌本地餐饮、住宿等相关产业发展。2026年1月9日，公司与非洲B2B电商平台Egatee正式签署战略投资协议，以数字化布局深耕中非贸易沃土，为品牌出海非洲开辟全新赛道，这也是集团践行“一带一路”倡议、赋能中非数字贸易高质量发展的关键举措。



战略投资协议签署现场

01

合规筑基石 清廉守初心

小商品城始终坚守国有企业的使命担当，将可持续发展理念深度融入经营管理全流程。公司通过优化治理架构、健全风险管理体系、恪守合规经营准则、规范商业运作模式，持续夯实核心竞争力与抗风险能力，为企业长期可持续发展筑牢根基。

- 完善治理体系
- 恪守商业道德
- 坚持合规经营
- 坚持党建引领
- 投资者权益保护

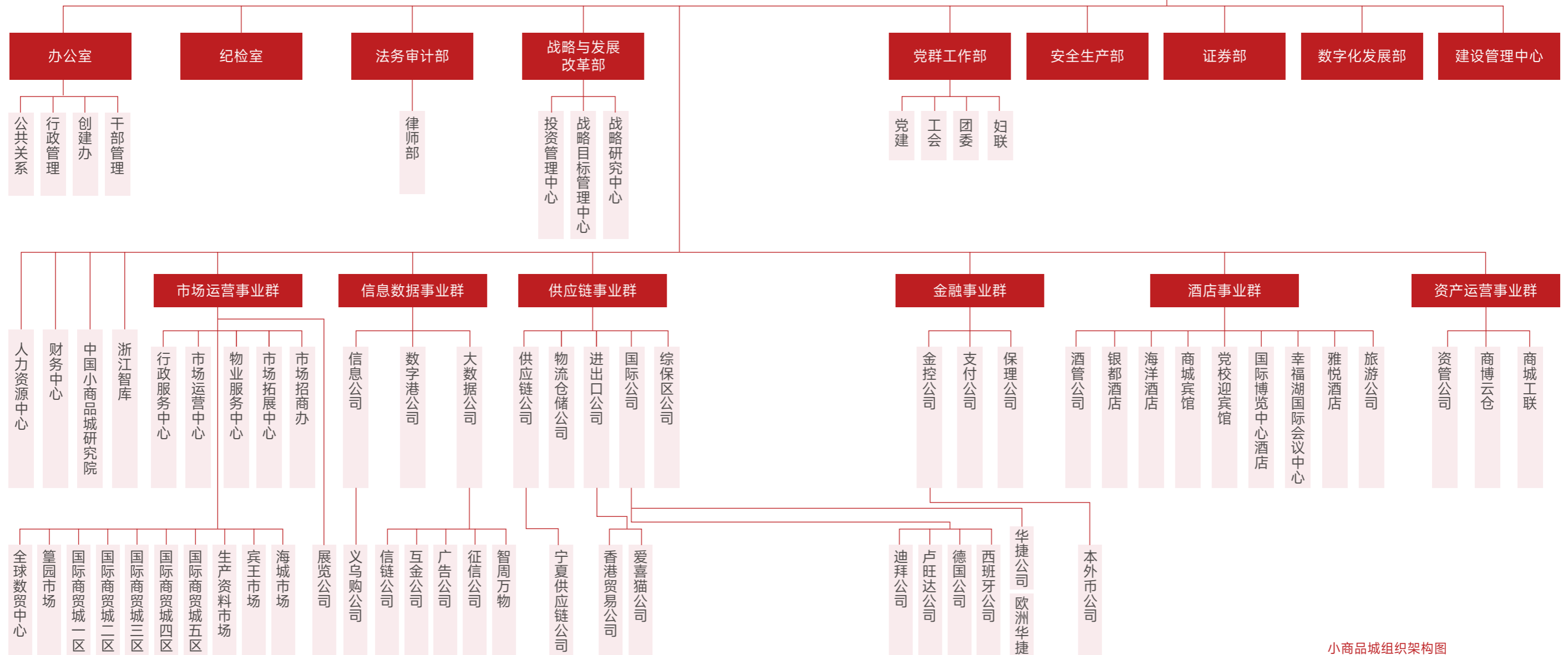
响应的SDGs



完善治理体系

◆ 组织架构

小商品城严格遵循《中华人民共和国公司法》（以下简称“《公司法》”）《中华人民共和国证券法》（以下简称“《证券法》”）《上海证券交易所股票上市规则》等有关法律法规的要求，制定《浙江中国小商品城集团股份有限公司章程》（以下简称“《公司章程》”），构建起权责明晰、科学且高效的公司治理体系。公司明确决策、监督、管理及经营各层级职能范畴，以协同协作机制保障运营规范高效，驱动企业持续稳健发展，稳步实现战略目标。



小商品城组织架构图

◆ 运作机制

股东会

公司严格按照国家有关法律法规、规章制度及《公司章程》的要求，制定《股东会议事规则》，并严格依照相关规定召开股东会。股东会会议以现场会议与网络投票相结合的方式召开，会议召集、提案审议、表决程序等均遵循既定规则。涉及影响中小投资者利益的重大事项时，公司对中小投资者的表决实行单独计票，并及时公开披露单独计票结果，以保障中小股东的参与权与表决权。

报告期内



公司共召开股东会

5次

年度股东会

1次

临时股东会

4次

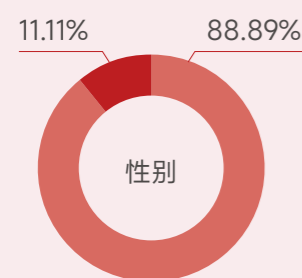
审议并通过议案

20项

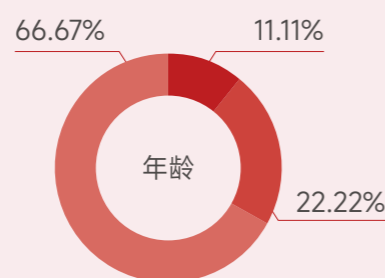
多元化

公司重视董事会多元化建设，在董事选聘过程中，综合考量候选人的性别、年龄、专业能力、行业经验、文化背景等因素。公司董事会由9名董事组成，新增1名职工代表董事。董事会成员在财务、经济、工程等多个领域具备多元化背景与丰富的实践经验，为董事会科学、高效决策提供多维度专业支持。

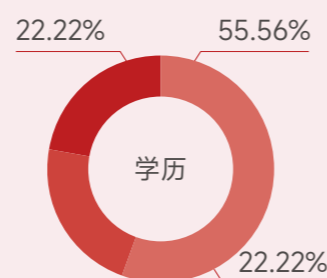
董事会成员多元化



■ 男 ■ 女



■ 31岁-40岁 ■ 41岁-50岁
■ 51岁-60岁



■ 本科 ■ 硕士
■ 博士

董事会

公司严格按照《公司章程》《董事会议事规则》的规定召集、召开董事会会议。报告期内，董事勤勉尽责，依法出席董事会会议，审慎发表意见，维护公司和全体股东的合法权益。

董事会下设战略与ESG委员会、审计委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会四个专门委员会。各专门委员会依据《董事会专门委员会实施细则》履行职责，审查公司运营中的专项事宜，为董事会决策提供专业研究、审核与建议。公司不设监事会，由审计委员会行使《公司法》规定的监事会的职权。

独立性

公司制定《独立董事工作制度》及《独立董事专门会议工作制度》，规范独立董事选聘与履职流程。独立董事在董事会中发挥参与决策、监督制衡与专业咨询作用，维护公司整体利益，保护中小股东合法权益。独立董事每年对独立性情况进行自查，并将自查报告提交董事会。董事会每年对在任独立董事独立性情况进行评估并出具专项意见，与年度报告同时披露。截至报告期末，公司共有独立董事3名，女性董事1名，独立董事占比33.33%，女性董事占比11.11%。

报告期内



公司共召开董事会会议

16次

审议通过议案

64项

召开独立董事专门会议

1次

提名委员会召开会议

4次

审计委员会召开会议

5次

薪酬与考核委员会召开会议

2次

薪酬管理

公司董事及高级管理人员的薪酬管理严格遵照《公司章程》及《董事会专门委员会实施细则》中薪酬与考核委员会的相关规定执行。董事及高级管理人员的薪酬政策与方案由董事会薪酬与考核委员会负责制定与审查，薪酬水平与公司整体经营业绩、个人岗位职责及年度绩效考核结果紧密关联。薪酬与考核委员会在制定薪酬方案时进行充分研究论证，形成的建议方案提交董事会审议。涉及董事薪酬的计划需报经董事会同意后，提交股东会审议批准；高级管理人员的薪酬分配方案由董事会批准。

坚持合规经营

◆ 内部控制和风险管理

公司依据《企业内部控制基本规范》《企业内部控制评价指引》及《公司章程》的规定，制定《内部控制评价管理办法》《风险管理办法》，建立健全内部控制与风险管理体系。董事会负责内部控制有效性的全面评价与重大缺陷认定，并对内控评价报告真实性负责。董事会下设审计委员会，负责审核公司财务信息及其披露、监督及评估内外部审计工作和内部控制。法务审计部作为内部控制评价专职部门及风险管理职能部门，负责组织实施内部控制评价、风险评估以及内部审计等具体工作。同时，《公司章程》规定，内部审计机构在对公司业务活动、风险管理、内部控制、财务信息监督检查过程中，应当接受审计委员会的监督指导。内部审计机构发现相关重大问题或者线索，应当立即向审计委员会直接报告。

公司内部控制情况良好，控制措施有效，编制完成《2025年度内部控制评价报告》并及时披露，在内部控制评价报告基准日内，公司内部控制未存在重大缺陷，在所有重大环节保持了有效的内部控制。

公司建立了分层级的风险管理三道防线机制。各业务部门作为第一道防线，负责识别、分析并管理各自业务流程中的风险；内部控制评价领导小组与法务审计部构成第二道防线，负责组织风险评估、监督内控体系运行；董事会及股东会作为第三道防线，负责对公司整体风险管理和内部控制的有效性进行监督。2025年3月，公司组织开展企业风险评估调查问卷工作，共收回有效调查问卷587份，对战略、经营、合规、财务四大类共计101项具体风险点进行了识别与评估，识别出需优先关注的薪酬与福利风险、宏观经济风险、员工数字化能力不足等风险，对重要风险进行分析，并结合风险发生的原因以及承受度，权衡风险与收益，合理选择风险应对方案。

报告期内



公司已完成经济责任
审计的单位

14家

发现存在问题

111项

提出整改建议及意见

66项

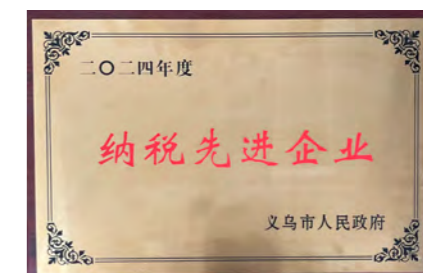
◆ 关联交易管理

为保证公司的关联交易行为符合公平、公正、公开的原则，公司依据《公司法》《上海证券交易所股票上市规则》等法律法规及《公司章程》的相关规定，制定《关联交易决策及实施制度》，并对关联方及关联交易的认定、审议与披露程序、决策权限划分等内容作出了系统、明确的规定。公司严格执行关联回避机制，在审议关联交易事项时，关联董事、关联股东均须回避表决，且不得代理其他董事或股东行使表决权，以确保相关决策的独立性与公允性。

◆ 税务管理

为规范税务管理流程，降低税务风险，公司严格遵循《中华人民共和国企业所得税法》等国家相关法律法规和政策要求，依据公司实际情况制定了系统、规范的《税务管理制度》，设立财务中心作为税务管理的归口部门，处理涉税事宜。公司严格根据税务规定的缴费期限按时缴纳税费；建立税务台账，定期与账务及税务申报系统核对，确保金额一致；及时组织学习税法新规，尽可能避免涉税风险。

小商品城连续多年被评为义乌市“纳税先进企业”，2025年仍获得义乌市“纳税先进企业”称号。



小商品城“纳税先进企业”

指标	单位	2023年	2024年	2025年
营业收入	亿元	113.00	157.37	199.27
净利润	亿元	26.76	30.74	42.04
纳税总额	亿元	6.08	11.03	19.68

投资者权益保护

◆ 股东回报

小商品城致力于维护股东的合法权益，严格遵守《公司章程》与股东会程序规定，致力于保持利润分配政策的连续性和稳定性，重视对投资者的合理投资回报。公司制定了科学有效的利润分配决策程序和调整机制，保障过程公开透明。为防范股东权益受损，公司通过制定现金分红方案、实施股权激励等方式，构建长期激励约束机制，与股东共享经营成果。董事会严格执行股东会决议及授权，落实利润分配。报告期内，公司发布《关于2025年度“提质增效重回报”行动方案的半年度评估报告》，持续实施积极稳健的分红政策，顺利完成2024年度利润分配，现金分红比例持续提升。

指标 ¹	单位	2023年	2024年	2025年
派现总额（含税）	亿元	10.97	18.10	27.42
占合并报表中归属于上市公司股东净利润的比例	%	40.99	58.87	65.23
每10股派发现金股利（含税）	元	2.00	3.30	5.00

◆ 信息披露

公司严格遵循《上市公司信息披露管理办法》《上海证券交易所股票上市规则》等法律法规及监管规则的要求，制定《信息披露管理制度》《年报信息披露重大差错责任追究制度》等内部制度，明确了信息披露的基本原则、主要事项、披露程序、保密措施及相关责任。公司不断规范公司信息披露行为，确保信息披露的真实、准确、完整与及时；秉持实事求是、客观公正、有错必究等原则，落实责任追究制度，提升信息披露质量和透明度。

为规范公司在银行债券市场发行债务融资工具的信息披露行为，我们根据《银行间债券市场非金融企业债务融资工具管理办法》等相关法律法规，制定《银行间市场债务融资工具信息披露管理制度》，规定公司需要在交易商协会认可的网站公布当期发行文件应包含的内容、在债务融资工具存续期内影响公司偿债能力的重大事项等。

报告期内，信息披露工作评价为A级，未发生因信息披露违规而受到证券监管部门处罚的情形。

¹统计口径为现金分红所属年度，与年报口径一致。

2025年



公司共披露定期报告

4份

临时公告

83份



◆ 投资者交流

公司高度重视投资者关系管理工作，制定并实施《投资者关系管理制度》，明确证券部为投资者关系管理的归口责任部门。公司依托电话、邮箱、上证e互动平台等多元化沟通渠道，就公司治理、发展战略、经营状况等核心事项与投资者开展常态化交流，并严格恪守信息披露的及时性与准确性原则，切实保障广大投资者的平等知情权，着力构建并维护公司与投资者之间互信共赢的良好关系。

投资者交流渠道

公司官网：www.cccgroup.com.cn

微信公众号：商城集团

公司邮箱：600415@cccgroup.com.cn

联系电话：0579-85182812

报告期内



公司接待投资者现场调研次数超

200次

接待投资者现场调研人次超

1,000人次

在e互动与投资者互动

86次

投资者问题回复率

100%

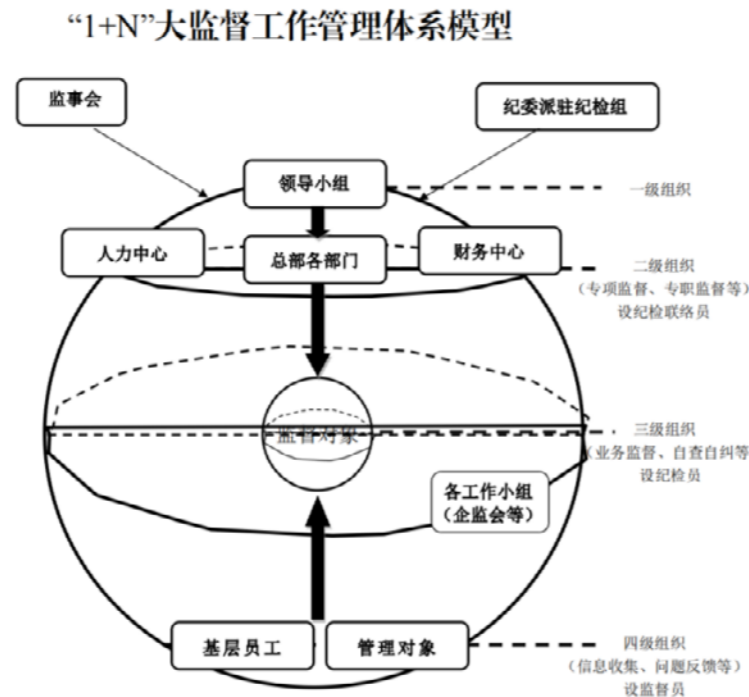
恪守商业道德

◆ 反商业贿赂及反贪污

廉洁管理体系

小商品城制定《商城集团“三重一大”事项集体决策痕迹管理实施细则》《义乌中国小商品城控股集团有限公司工作人员问责管理办法》等内部管理制度，将廉洁从业、合规执业纳入个人及组织绩效考核评估范围，并注重业务伙伴及整个供应链的廉洁表现。此外，为进一步明确集团领导在党风廉政建设和反腐败工作中应负的责任，公司与公司领导班子和领导干部签订《2025年党风廉政建设目标管理责任书》，加强党风廉政建设和反腐败工作的组织领导，董事会战略与ESG委员会负责指导与监督反贪污工作，ESG领导小组负责推动反贪污工作的具体实施。报告期内，公司未发生商业贿赂及贪污事件相关的重大处罚。

公司制定《“大监督”工作体系²建设方案》，建立“大监督”工作小组，设立纪检员及监督员职位，有效统筹现有监督资源，真正将国有企业廉政建设与风险管理等自身经营管理有机结合。

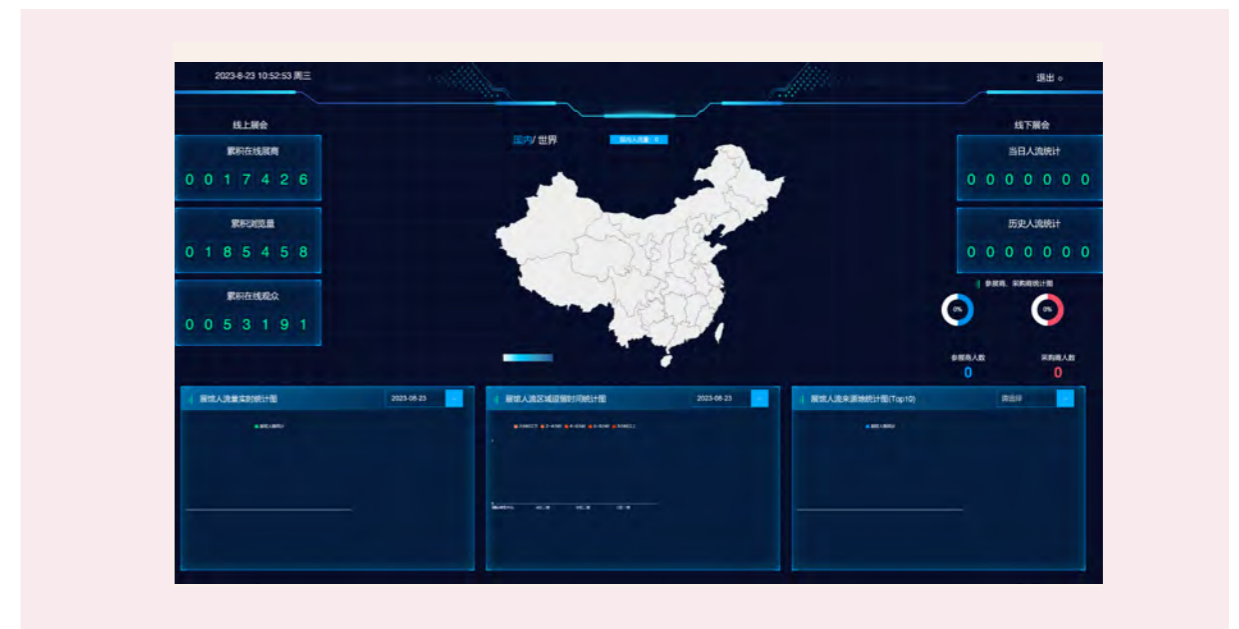


²“大监督”体系内的监督对象包括商城集团总部及所有下属企业。

廉洁风险管理

小商品城以《廉洁风险防控手册》为基础，将风险管理与现代化治理机制融入企业廉洁建设，覆盖集团各条业务线。集团建立“日常检查、专项督查、内部巡查”相结合的“三查”监督机制，对业务板块开展常态化督查，并通过排查廉洁风险、划分岗位风险等级等方式，系统识别潜在廉政隐患，并制定相应防控措施，从源头上防范腐败问题。我们与供应商签订《廉政协议书》，主动采取提高合作方反腐倡廉意识和廉洁自律自觉性的相关措施。如供应商出现违约行为，我们将根据情节严重程度采取分级管理措施，包括警示、按合同总价一定比例收取违约金；对情节严重者，将终止合作并依法追究，同时将其纳入合作方负面清单。

此外，公司坚持“数智赋廉”，运用数字化技术搭建廉洁监督平台，通过集成信息公开、数据可视化与公众查询等功能，提升运营透明度与监督参与度，以智能化手段赋能企业廉洁治理体系建设。



廉洁文化建设

公司积极推进“清廉国企”建设，系统开展廉洁沟通教育与培训活动，推动廉洁文化深度融入经营管理各环节，为企业健康发展夯实纪律与作风保障。报告期内，小商品城对董事会成员、管理层及公司员工进行反贪污培训，内容包括廉政法规的要求讲解与案例分析、分层分级教育、精神传递等，持续提升全员廉洁风险防范意识与合规履职能力。



第二届“巾帼廉心 共筑廉韵”活动



中央八项规定精神专题培训



新员工廉洁教育培训



年轻干部学习教育

举报渠道和举报人保护

为扎实推进党风廉政与反腐败工作，公司建立了多元化的监督举报渠道，包括专设投诉监督电话、在官方微信公众号“商城清风”开通“我要投诉”专栏，并在各市场电梯内公示举报方式，切实履行廉政建设责任。公司高度重视举报人信息安全，举报内容由专职人员进行对接和记录，严格防止泄露和传播举报人身份和举报材料等隐私信息，并对任何打击报复行为予以严肃查处。



“我要投诉”专栏

◆ 反不正当竞争

小商品城始终秉持公平自由的竞争原则，严格遵守《中华人民共和国反垄断法》《中华人民共和国反不正当竞争法》等法律法规，公司董事会战略与ESG委员会负责指导与监督反不正当竞争相关工作，ESG领导小组负责倡导各市场进行公平交易与公平竞争，法务审计部负责反不正当竞争相关工作的开展。公司在《货物服务（非工程类）采购管理办法（试行）》中加入反不正当竞争相关内容，要求在采购过程中不得设置不合理条件，排斥或限制潜在供应商参与采购活动，以促进公平竞争。

在风险管理方面，公司坚持内部监管与政府监督、社会监督相结合，日常监督与专项检查相结合。集团纪检室对采购单位采购交易行为进行全过程监督，在发现异常情况及时约谈，根据问题性质与后果严重性，分级分类追究相应责任，防范采购过程中的不正当竞争风险。报告期内，公司未发生恶性竞争事件。



为践行负责任营销承诺，根据集团公司要求和分公司发展需要，国际商贸城第五分公司制定《信息发布平台内容审核制度》，加强平台信息内容审核工作。公司建立起系统化的信息发布审核与管理体系，对各类对外发布内容实施分级分类管控，并严格执行从内容起草、多级审核到发布跟踪的全流程监督机制，确保所有营销与传播内容真实、准确、合规。此外，公司在日常员工工作培训中加入反垄断与公平竞争及责任营销相关内容，增强员工的公平竞争意识，保障信息透明度及与客户的沟通质量。

指标	单位	2025年
参加反商业贿赂及反贪污培训的中层及高管人数	人	144
参加反商业贿赂及反贪污培训的董事及高级管理人员人数	人	13
参加反商业贿赂及反贪污培训的董事及高级管理人员人数占比	%	100
提供的反商业贿赂及反贪污培训总时长	小时	325

坚持党建引领

◆ 党建体系

小商品城坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，深入贯彻落实上级党组织工作部署要求，全面落实新时代党的建设总要求，扎实推进公司党的建设和群团工作，建机制、创载体、强服务、夯基础、增活力，形成“党建统领、群团联动”的生动格局。2025年，中共浙江中国小商品城集团股份有限公司委员会（以下简称“集团党委”）下设39个党支部，共有正式党员618名，共召开党委会36次。

思想建设

集团党委持续加强党员教育管理，通过开展党史学习教育、学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想主题教育、党纪学习教育、深入贯彻中央八项规定精神学习教育等，进一步凝聚全体党员的思想共识，强化理论武装，激发党员队伍的活力与创造力。

案例 | 2025年在职党员大集训

2025年7月，集团党委在中共义乌市委党校举办“锲而不舍落实中央八项规定精神”2025年度在职党员大集训，邀请党校老师为全体党员专题授课。



案例 | 商城集团微党课比赛

2025年6月30日，集团党委在义乌国际商贸城四区新闻发布厅举办“学规矩、悟思想、强作风”主题微党课比赛，进一步推动深入贯彻中央八项规定精神学习教育走深走实，引导和激励党员、干部进一步强化理想信念、锤炼严实作风。



案例 | 党的二十届四中全会精神专题学习会

2025年10月，集团召开专题会议，集中传达学习党的二十届四中全会精神，研究部署贯彻落实工作。



党建品牌

小商品城牢记指示嘱托，聚焦主业主责，紧扣初心使命，铸造“聚市筑城、服贸兴商”党建品牌，将党的建设打造成为推动义乌市场持续繁荣的红色引擎。党建品牌立足义乌市场，号召“市场争双强、党员当先锋”，将基层党组织的堡垒作用和党员先锋模范作用融入品牌建设框架，不断健全体系、创新机制、丰富载体、充实内涵，护航“世界超市”、服务全球客商，将“全国先进基层党组织”荣誉擦得更亮。集团党委以促进市场持续繁荣为己任，充分发挥领导核心和政治核心作用，以“聚市筑城、服贸兴商”特色品牌为引领，确立了“全球知名国际贸易综合服务商”战略转型定位，聚焦市场主业和数字主线，聚力打造市场核心竞争力体系、国际贸易履约服务体系、数字化支撑体系和体制机制配套体系。

党建荣誉

集团党委牢记习近平总书记要求义乌市场作为全国龙头市场，在党建和发展上都要走前列作示范的勉励和嘱托，深化党建示范带、做实服务共同体、织密红色智治网等，系统化推进制度创新、管理创新和实践创新。义乌市场党建工作也得到中央、省委等各级领导关注肯定，义乌市场首创的“三亮三定三促三有”12条党建标准，成为全国专业市场党建示范样本。国家市场监督管理总局将义乌市场党建列为全国典型样板。中国共产党成立100周年之际，商城集团党委被中共中央授予“全国先进基层党组织”。2025年，由集团党委实践打造的《以高质量党建引领市场高质量发展》案例，成功入选全国第七届基层党建创新典型案例。

中国共产党成立100周年之际，商城集团党委被中共中央授予“全国先进基层党组织”



党建活动

集团党委积极开展主题鲜明、形式多样党建活动，以实际行动践行初心使命，发挥党员先锋模范作用。

案例 | 组团服务进市场

2025年，集团共开展7场“组团服务进市场”活动，10月开展“特殊义务日”活动，组织党员志愿者攻坚克难，抢在义博会前顺利完成市场商位装修、商品陈列等重点任务。



案例 | 党建联建活动

2025年12月25日，集团党委与腾讯金融科技党委以“党建引领凝聚力，数智赋能通全球”为主题举办党建联建活动，双方签署《党建联建合作备忘录》，开启党建引领义乌跨境贸易数字化转型与高质量发展新征程。



02

低碳践行行动 绿色焕商城

小商品城积极践行环境保护责任，通过推广屋顶光伏等清洁能源替代传统能源，强化水资源循环利用，构建规范的垃圾分类与污染物治理体系，减少资源浪费与环境影响。同时以“无废商圈”建设为抓手，推动绿色展具应用，将环保要求贯穿市场建设、商户运营、会展服务等各个环节，持续降低运营过程中的环境足迹。

- 应对气候变化
- 资源管理
- 环境管理
- 生态系统和生物多样性保护

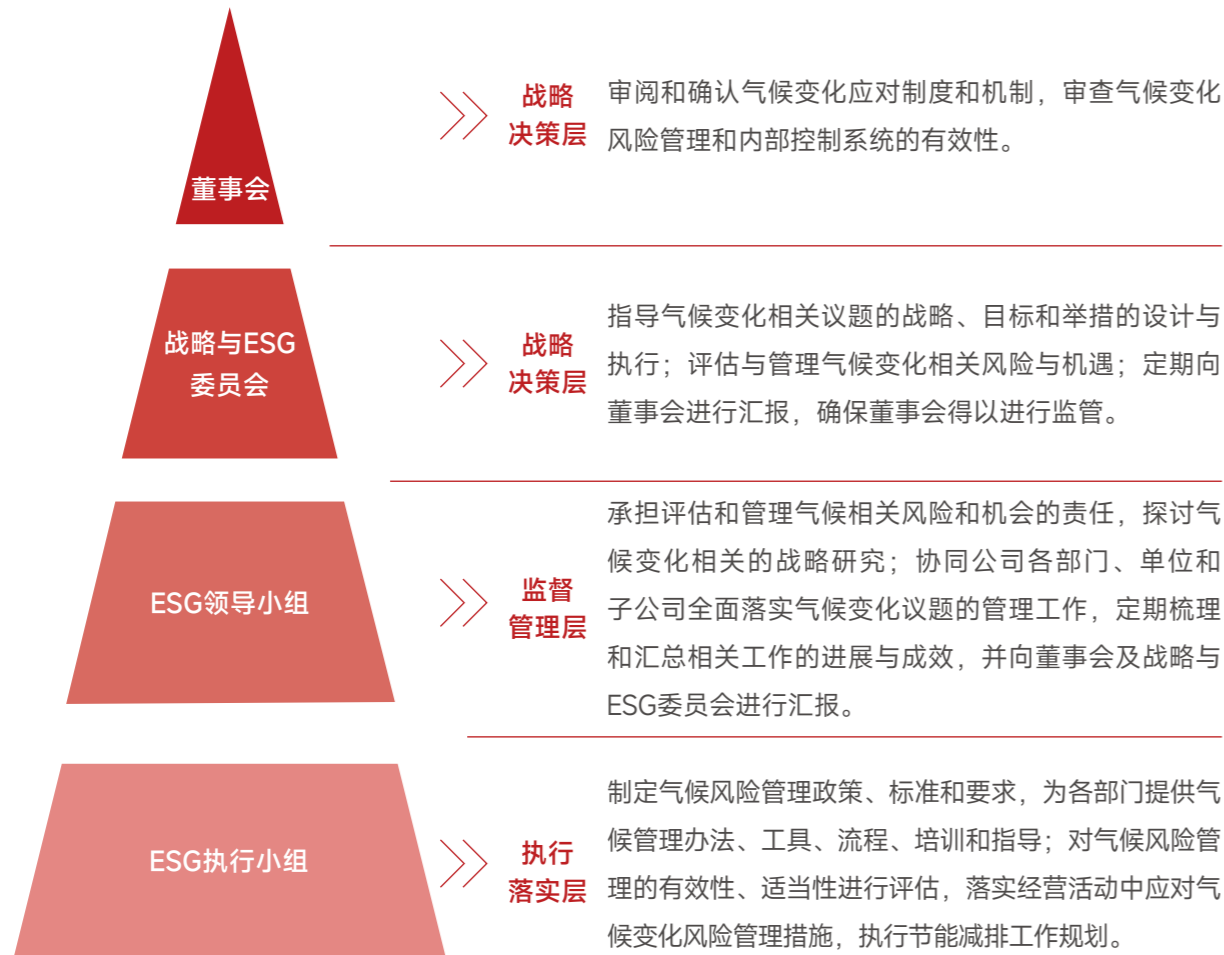
响应的SDGs



应对气候变化

治理

小商品城积极响应国家“碳达峰、碳中和”的承诺，将应对气候变化作为公司长期发展战略的核心议题之一。公司制定《应对气候变化制度》，明确董事会与管理层职责，形成自上而下的应对气候变化管理架构。董事会及战略与ESG委员会作为可持续发展与气候风险管理最高治理单位，负责气候相关政策、策略与目标核定，将气候变化相关风险和机遇纳入ESG管理范畴中，监督气候相关风险与披露。公司各相关职能部门、分子公司采取有效措施，将公司降碳工作落到实处。此外，公司加强对员工的气候变化相关常识宣导，如清洁能源种类、低碳生活方式等，增强员工节能减排意识。



战略

为准确识别气候变化对公司业务的影响，小商品城对气候变化相关风险进行分析，从物理风险和转型风险两个方面识别气候变化给公司带来的风险，并不断挖掘潜在机遇，提升公司应对气候变化的能力。

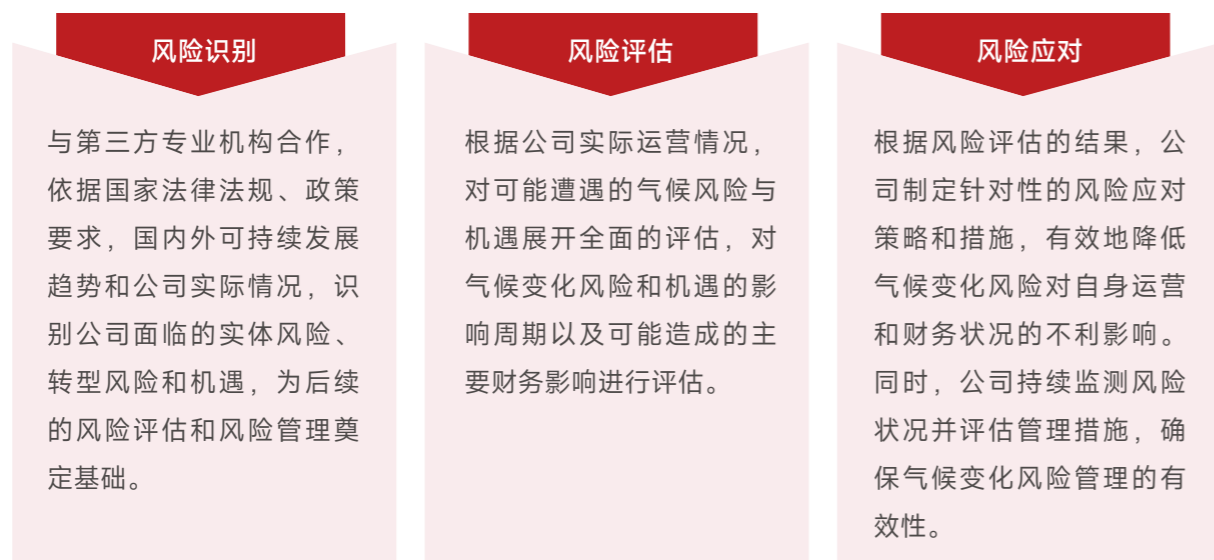
风险/机遇类型	风险/机遇描述	发生的可能性 ³	影响时间范围 ⁴	预期财务影响	应对措施
物理风险	急性风险 台风、洪水、暴雨、高温热浪、寒潮等极端天气频率和强度增加。	中	短中期	设施修复、运营中断导致成本上升；服务中断导致收入损失	密切关注气象动态，提前做好物资储备，确保设备正常运行，保障快速恢复运营；制定并实施详细的《防台、防汛应急预案》，定期开展应急演练；对重要设备、建筑物采取加固、防护等保护措施。
	慢性风险 海平面持续上升、平均气温上升、降水模式的极端变化等，可能导致企业能耗增加，同时影响资产使用寿命与运营效率。	中	中长期	运营成本提高	制定高温应急预案，实时监控温度及湿度；定期组织防汛演练，建造防洪墙，以降低业务中断的概率。
转型风险	政策与法律风险 全球气候治理进程加速背景下，国内国际碳管理政策相继落地，若未能及时适配政策要求，可能面临合规风险导致出口受限、订单流失等。	中	短中长期	合规成本增加，收入下降	持续关注行业发展、政策变化、监管要求等，定期公开公司应对气候变化方面的进展。
	市场风险 客户行为变化、市场信号不确定，若公司未能及时引导商户转型、优化入驻商户结构，可能导致优质商户流失、市场吸引力下降。	高	短中长期	收入下降	牢固树立绿色发展理念，积极推广应对气候变化相关知识。

风险/机遇类型	风险/机遇描述	发生的可能性 ³	影响时间范围 ⁴	预期财务影响	应对措施
机遇	能源替代 公司旗下市场、仓库等拥有大量屋顶空间，通过建设光伏系统，减少二氧化碳排放。	高	短中长期	降低运营成本	大力建设分布式光伏项目。
	产品和服务 提供满足客户需求的低碳产品和服务，为企业带来新的发展机遇。	高	短中长期	收入增加	持续研发创新，推进绿色低碳服务； 打造新能源交易市场，吸引新能源供应商入驻，培育新的业务增长点。

◆ 影响、风险和机遇管理

小商品城将气候变化风险纳入公司风险评估和管控体系，定期对气候变化风险进行研究分析，以有效识别及评估与气候变化相关的风险与机遇。

气候变化风险管理流程



³发生可能性是指风险/机遇发生的频次间隔、发生的可能性，主要根据历史发生的概率、外部情景、政策实施的进展和专家预测判断。发生可能性从“低”到“高”。

⁴影响时间范围是指不同的气候相关风险和机遇将在不同时间段对公司产生影响，公司将影响的时间范畴划分为短期（0-1年）、中期（1-5年）、长期（5年以上）。

◆ 指标与目标

公司积极承诺将业务实践与国家“双碳”目标的实现保持一致，力争在2030年实现碳达峰，2060年实现运营碳中和。同时，公司制定一系列节能降耗措施，定期跟踪目标完成情况，以加强温室气体管理。

指标	目标	达成情况
万元营收二氧化碳排放量	逐年下降	2025年已达成

2025年指标⁵

温室气体排放总量（范围1和范围2）⁶

170,378.09 吨二氧化碳当量

直接排放（范围1）

4,846.90 吨二氧化碳当量

间接排放（范围2）

165,531.19 吨二氧化碳当量

每百万营收直接（范围1）温室气体排放

0.24 吨二氧化碳当量

每百万营收间接（范围2）温室气体排放

8.31 吨二氧化碳当量

温室气体减排量

45,271.77 吨二氧化碳当量

温室气体排放强度

8.55 吨二氧化碳当量/百万营收



⁵温室气体核算工作严格遵循《工业其他行业企业温室气体排放核算方法与报告指南(试行)》附录二、《综合能耗计算通则》(GB/T-2589-2020)、《中国能源统计年鉴》附录4各类能源折标准煤参考系数、《2023年电力二氧化碳排放因子》及《中国电力行业年度发展报告2024》等规范文件开展。

⁶统计口径：报告期内公司完善碳排放统计口径，涉及市场经营业务线、酒店业务线和重要主体业务板块（义乌综合保税区运营管理有限公司、商场展览、海城义乌中国小商品城投资发展有限公司）。

◆ 温室气体排放管理

小商品城积极推行低碳经济模式，通过光伏发电、绿电采购、打造新能源市场等方式，为实现碳达峰、碳中和目标贡献力量。同时，公司加强物流运输等环节的碳排放管理，并定期对关键供应商的表现进行监督和审核。同时，公司致力于与客户、员工、供应商、社区和其他利益相关方通力协作，分享公司的举措和成果，共建低碳价值链。

光伏发电

公司积极谋划新能源项目，打造义乌国际商贸城综合楼智慧能源示范项目，包含光伏电站、化学储能、充电桩、相变蓄冷装置、空调节能管理系统、智慧照明系统、综合能源智慧管理平台，不但为集团减少投资耗能成本，同时对新能源的推广发展起到示范作用，取得良好的社会效益。截至2025年底，集团分布式光伏电站总发电量约为5,514.22万千瓦时，其中国际商贸城区域发电量约为3,223.89万千瓦时，篁园服装市场发电量约为118.56万千瓦时，国际生产资料市场发电量约为274.59万千瓦时，雅悦酒店发电量约为15.46万千瓦时，综合保税区发电量约为1,881.72万千瓦时。新增全球数贸中心屋顶光伏站一座，装机容量10.8MW。报告期内，公司开展义乌全球数贸中心12.5MWp分布式光伏项目建设，建成后节约标准煤69,575T，减排二氧化碳185,685.4T，减排氮氧化物479T，硫氧化物1,414.3T。



二区市场光伏发电站

绿电交易

公司积极采购绿电，进一步优化企业能源结构，并将其应用于市场运营、商贸服务及配套设施运行等核心场景，为低碳转型注入持续动力。报告期内，公司参与绿电交易达1亿度。



绿色电力证书交易凭证

打造新能源交易市场

小商品城积极打造新能源交易市场，构建开放透明、高效公平的交易平台，通过市场化机制优化资源配置，激发新能源产业活力，为实现碳中和、保护环境及应对气候变化贡献力量。公司义乌国际商贸城二区东新能源产品市场汇聚光伏组件、储能系统、新能源汽车等200多个品牌的万余款单品，辐射中东、非洲、东南亚以及南美等地区国家。该市场依托义乌强大的研发、外贸客流及综合服务优势，整合资源打造全球首个新能源系列产品一站式采购平台。2025年抽样成交额达33.7亿元，其中新能源行业成交额13.72亿元，占比达到40.71%，持续以商贸力量赋能全球绿色低碳转型与高质量发展。

资源管理

◆ 能源利用

治理

小商品城持续推动绿色体系建设，严格遵守《中华人民共和国节约能源法》等节约能源相关法律法规，完善能源管理体系，制定一系列能源管理制度。公司董事会战略与ESG委员会统筹能源管理体系建设的战略规划与目标制定，高级管理层牵头推进落地执行与过程监督。同时，公司明确各部门职责，成立节能巡查小组等能源管理组织，建立相应的用能绩效考核指标和监督机制，不断细化能源管理标准与操作规范。

能源利用相关制度

- 《能源管理制度》
- 《能源计量管理制度》
- 《能源使用培训宣传制度》
- 《节能手册》
- 《能源消费统计和分析制度》
- 《节能减排方案》
- 《能源使用奖惩制度》
- 《节能目标责任制》
-

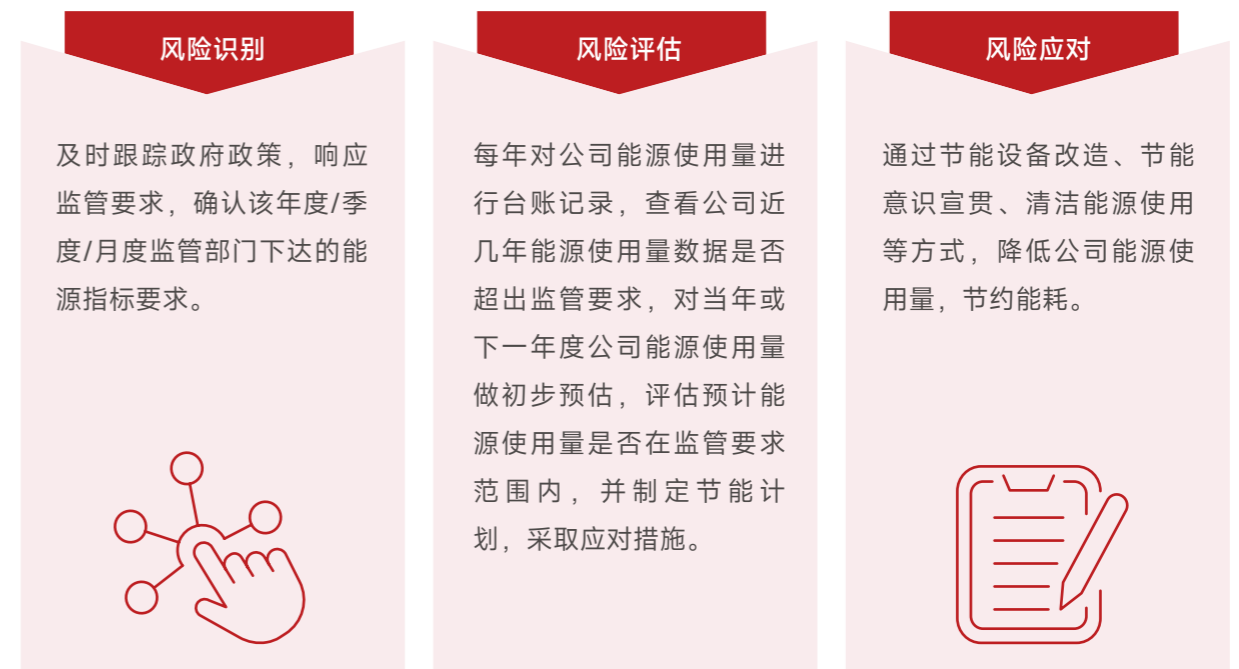
战略

公司根据自身实际情况，结合政策动态及市场趋势分析，系统开展能源风险与机遇识别工作，形成能源使用风险与机遇清单。

风险/机遇类型	风险/机遇描述	发生的可能性	影响时间范围	预期财务影响	应对措施
风险	能源使用量超出监管要求范围，或面临罚款或业务中断的风险。	中	短中期	能源超量使用造成罚款，增加运营成本	设立合理的能源管理目标，积极推动公司节能工作；优化能源使用结构，持续推进光伏发电。
机遇	开发智能能源管理平台，提升运营效率与服务水平，降低能源成本。	高	短中长期	成本减少	打造智慧能源示范项目。

影响、风险和机遇管理

小商品城持续完善能源风险和机遇管理流程，针对识别出来的风险，制定差异化的应对策略，同时抢抓可再生能源应用、绿色园区建设等发展机遇，为行业绿色低碳发展提供示范。



指标与目标

小商品城设定能源节约相关目标并持续跟踪落实，以实现能源高效利用、绿色低碳发展与商业价值的协同提升。

指标	目标	达成情况
万元营收能源使用量	逐年下降	2025年已达成



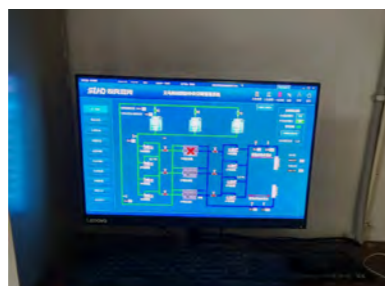
指标 ⁷	单位	2025年
汽油	升	15,036.52
柴油	升	9,429.00
天然气	立方米	2,215,007.00
化石能源消耗量	吨标准煤	4,846.90
外购电力总量	千瓦时	311,969,833.97
不可再生能源消耗总量	吨标准煤	41,314.43
清洁能源使用量（光伏发电）	万千瓦时	5,514.22
可再生能源消耗量	吨标准煤	6,776.98
能源消耗总量	吨标准煤	48,091.41
可再生能源消耗占比	%	14.09
能源消耗强度	吨标准煤/百万营收	2.41

节能措施

公司注重照明系统、办公设备及电器、空调、电梯等公共设施及工作设备的节能管理，开展节能改造，同时，定期组织节能降耗月例会以及节能培训，增强员工的节能环保意识。公司旗下酒店持续优化节能减排措施，建立月度能耗“预测 - 记录 - 复盘”的管理体系，主动选用节能产品，积极推广“光伏+”新模式优化用能效率。根据绿色饭店评选标准，酒店碳排放量小于等于55 (kg CO₂/m²) 为优秀。2025年雅悦酒店碳排放量为49.25 (kg CO₂/m²)，达到优秀标准。



商城宾馆使用节能装备、开展智能化管理



幸福湖节能培训

⁷统计口径：报告期内公司完善能源统计口径，涉及市场经营业务线、酒店业务线和重要主体业务板块（义乌综合保税区运营管理有限公司、商场展览、海城义乌中国小商品城投资发展有限公司）。

照明系统 节能	广泛更换能耗低、寿命长的LED灯具，相比传统白炽灯与荧光灯节能50%至80%左右；楼梯间安装智能声控照明控制系统，依不同区域使用情况与时间自动调节亮度。
办公设备及 电器节能	要求员工离开办公室关闭电脑、打印机、复印机等电源，减少待机耗电；选用具有能源之星认证的节能型办公设备，保障办公效率同时降低能耗。
空调系统 节能	定期清洁维护空调设备，确保其高效运行，避免因滤网堵塞增加能耗；空气集中处理机应用变风量调节技术，各季各区域按标准控温。
电梯节能	电梯电机拖动系统采用变频器调速或类似节能设计。
用能设施 管理	公共区域按时开关灯，办公值班区人走灯灭；天然气依季合理调温，厨房用气后及时关阀，异常及时报修。
培训与 宣传	增强员工节能意识，定期开展节能培训和宣传。

案例 | 海洋酒店节能改造

海洋酒店探索可量化的酒店低碳化解决方案：采用能效一级的锅炉、冷冻机；替换酒店所有高能耗水泵电机。同时，酒店1、2楼幕墙玻璃由普通中空玻璃替换为中空夹胶low-e玻璃，有效降低能耗。

水资源利用

水资源管理体系

小商品城严格遵守《中华人民共和国水法》等法律法规，积极响应国务院发布的《水污染防治行动计划》，制定《节水管理制度》《节水目标责任制和考核制度》《用水奖惩制度》等制度，成立节水工作领导小组及节水监督小组，不断推进水资源的全方位管控，定期开展生活用水检测，确保饮水及用水安全。公司董事会战略与ESG委员会统筹水资源管理体系建设的战略规划与目标制定，高级管理层牵头推进落地执行与过程监督。

节水措施

公司通过使用节水器具、中水回用、节水改造等多项措施节约用水，减少水资源的浪费现象。报告期内，公司用水来源均为市政供水。公司定期委托第三方专业机构清洗生活水箱，要求清洗单位出具资质证明，要求清洗人员出具健康证，并开展二次供水检测，出具《检验检测报告》，二次供水水质合格才可继续用水。

节水措施

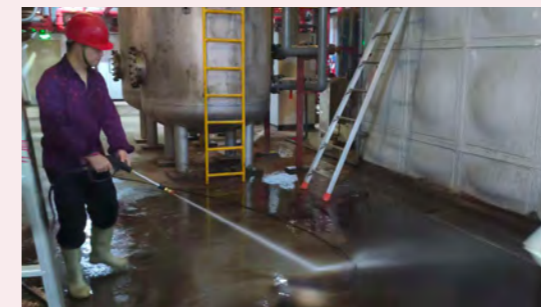
市场经营业务线

- 发放节水宣传册，借节水宣传周与节水型城市创建契机，通过宣传窗、电子屏、广播、微信等强化宣传，提升经营户节水意识。
- 推进节水技改，冷却塔装水箱回收空调用水，卫生间更新给排水管网、洁具，采用泡沫冲水等节水方式，控制卫生器具供水量，安装感应水龙头等。
- 注重用水细节，避免洗手间“长流水”、设节水提示；绿化用雨水或再生水，采用喷灌等节水灌溉；加强保洁监管、设施维修改造与定期抄表分析。
- 维修中心定期检查用水设备设施，杜绝跑冒滴漏；科学管理，对浪费严重的部门和个人批评处罚；倡导二次、多次用水，提高水资源利用率。

节水措施

酒店业务线

- 客房与公共区用TOTO节水型气泡器控流节水，公共区卫生间、厨房装感应龙头。
- 强化洗手间节水，防“长流水”、设提示；设施勤维修，杜绝跑冒滴漏；定期抄表分析。
- 各部门设专职节水员监督用水，部分区域加装限流器。
- 中西厨房规范清洁方式节水，工程值班工程师日查至少2次、记录上报问题；洗涤用水收集后用于浇灌植物或拖地冲地，尽量多次重复利用。
- 建立用水考核机制促员工节水。
- 组织多样化的节水培训与宣传活动。



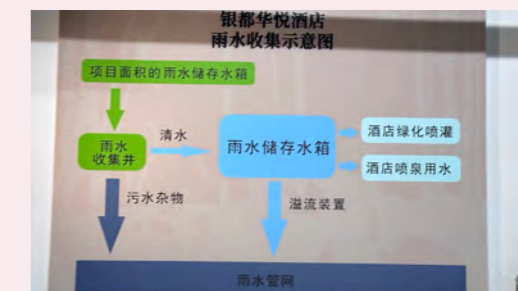
幸福湖水箱清洗



商城宾馆节水宣传

案例 | 银都酒店雨水收集利用

银都酒店于2022年8月1日起使用地下车库雨水收集利用系统，将建筑雨水收集至水箱中，重复利用为绿植景观喷灌用水，截至报告期末，共回收利用水资源3,521吨。



指标与目标

目标内容	以提升水资源利用效率为核心目标，稳步提升循环水用量在总用水量中的占比	达成情况	正在推进
------	------------------------------------	------	------

指标 ⁸	单位	2025年
新鲜水用量（市政供水）	吨	3,462,613.38
循环水用量（中水回用）	吨	358,881
总用水量	吨	3,821,494.38
循环水用量占比	%	9.39
水资源消耗强度	吨/百万营收	191.77

◆ 循环经济

原材料与包装管理

小商品城积极践行循环经济理念，采用绿色无公害原材料，公司在运营过程中不涉及有毒有害物质的使用，从源头坚守安全底线。公司旗下酒店推出环保解决方案，包括逐步停止使用一次性塑料制品、采用可再生生物降解材料制品取代客房洗浴用品的塑料包装等，为顾客提供健康、环保、绿色的产品和服务。酒店采购绿色材料时需核验环保认证文件，不合格原料当场退换；同时全面替换可降解打包盒、餐具，替代传统塑料与不可降解餐具。报告期内，雅悦酒店累计使用环保拖鞋（回洗重复利用）30,696双，累计节约4.6万元。使用可降解材质的餐具约2.99万套。

此外，公司推行包装循环化、减量化，从源头减少包装废弃物产生。商途酒店积极构建与环境友好的消费场景，有偿提供环保打包盒，鼓励顾客按需选择，减少不必要的包装消耗；推出咖啡自带杯享六折优惠活动，引导消费者减少一次性杯具的使用；开展“集齐10只打包袋免费换购一杯咖啡”的回收激励计划，促进包装材料的循环利用，培养顾客的环保消费习惯。

⁸报告期内公司完善水资源统计口径，涉及市场经营业务线、酒店业务线和重要主体业务板块（义乌综合保税区运营管理有限公司、商场展览、海城义乌中国小商品城投资发展有限公司）。

绿色展览

2021年，国务院发布《关于加快建立健全绿色低碳循环发展经济体系的指导意见》，明确要求“推进会展业绿色发展，指导制定相关绿色标准，推动办展设施循环使用”。商城展览积极响应绿色办展号召，在布展阶段、展出阶段、撤展阶段全流程注重环保工作，使用绿色材料，节约能源和资源，不断提高展台搭建材料回收率。此外，商城展览主导制定DB33/T 2362—2021《绿色展览运营管理规范》，积极实施评估《绿色展览运营管理规范》，报告期内获得“浙江标准”认定。

商城展览绿色办展措施

布展阶段

展览场馆运营单位牵头组织主办单位、承办单位进行“绿色会展”相关培训，要求其在企业内部全流程贯彻、宣传“绿色会展”理念。通过强有力的经济措施引导参展企业和个人使用可循环利用、可回收、低排放的再生材料，推进“绿色场馆”总体建设；通过抬高展台搭建准入门槛，坚决抑制展览现场能耗污染。



展出阶段



优选环保技术、工艺、设备和材料，充分利用能源和资源，减少污染物和固体废物的产生，推广使用可降解醋酸纸胶带和植物淀粉膜胶带，禁止高耗污染展材入场，倒逼企业绿色转型；严格控制油漆、喷绘使用无味墨水，无刺激性气体，施工人员根据施工环境和场馆做好相关劳动防护；通过规范管理办法，引入展装施工材料的国家强制性产品认证标准，降低能源消耗。

撤展阶段

鼓励绿色撤展，规范参展企业、施工单位撤展作业规程，同时加强撤展现场巡查，督促参展企业、施工单位控制噪声污染，降低扬尘产生和有害气体排放，按操作规范做好可重复使用构件及装饰材料回收工作；要求参展企业、施工单位待展览活动结束后做好展览固体废弃物的运出和后续处置工作；改造垃圾房中转站，严格实行垃圾分类四分法，并引入专业团队进行规范管理，避免二次污染。



绿色办公

小商品城秉持绿色办公理念，落实办公垃圾分类投放与回收机制，推广可重复使用的办公用品，引导员工养成低碳办公习惯，有效降低办公环节的能源消耗和资源浪费，营造全员参与的绿色办公氛围。



宾王市场绿色办公标识



五区市场节约用水标识

环境管理

环境合规管理

小商品城严格遵守《中华人民共和国环境保护法》等法律法规要求，持续完善环境管理体系，董事会战略与ESG委员会负责指导环境合规管理工作开展，ESG领导小组负责推动各市场和酒店开展环境合规管理工作。公司通过制定《环境管理操作手册》《环境卫生管理规范》等制度，设立环境管理组织，系统推进各项环保实践，积极促进企业经济效益与生态环境保护协同发展。截至报告期末，供应链公司、商城展览已通过ISO 14001:2015环境管理体系认证，公司未发生环境处罚及违规事件。



供应链公司环境管理体系认证证书



商城展览环境管理体系认证证书

公司严格遵循《突发环境事件应急管理办法》等法规要求，制定《环境风险应急预案》《防台、防汛应急预案》等文件，并组建专项指挥机构，规范各类环境突发事件的应急响应程序与处置流程，确保职责清晰、响应有序。同时，为深入贯彻环保意识、落实环保行动，公司在建立环境管理体系的过程中不断对员工进行环境保护教育。报告期内，公司开展了一系列培训活动，如应急演练、环保意识宣传、环境法规培训等。

指标	单位	2025年
环保总投入 ⁹	万元	685.27

⁹环保投入统计口径：公司卫生保洁、绿化费用支出。



固体废弃物管理制度培训

◆ 污染物排放

小商品城经营过程中不涉及直接生产，无工业废水、废气产生，仅产生生活废水、废气，公司严格遵守法律法规要求，对运营过程中产生的废水、废气等制定相关内部管理制度，各单位成立“五水共治”（治污水、防洪水、排涝水、保供水、抓节水）工作领导小组，统筹管理废水处理工作，并定期委托第三方专业机构对废水、废气进行检测，确保环保设施的正常运行，废水、废气的达标排放与合规处置。

废水管理相关制度

- 《五水共治巡查制度》
- 《酒店、电商园污水管道管理制度》
- 《五水共治管理制度》
- 《五水共治检查和整改制度》
- 《污染预防管理制度》
- 《污水排放达标制度》
- 《污水处理管理制度》

案例 | 展览公司开展环境检测

2025年，展览公司委托第三方专业机构开展污染物监测及雨水检测。



环境检测报告（废水、废气、噪声）



雨水检测报告

◆ 废弃物管理

小商品城重视废弃物处理工作，董事会战略与ESG委员会负责指导废弃物管理工作，ESG领导小组监督并推动废弃物管理工作，幸福湖制定《固体废弃物管理制度》，定期对员工开展垃圾分类指导等培训活动，推动酒店在垃圾分类和减量上达到更高标准。公司在运营过程中产生的主要废弃物为办公过程中产生的生活垃圾、生活有害垃圾，酒店及市场经营过程中产生的易腐垃圾，建筑项目产生的建筑垃圾等。2025年8月，海洋酒店获得中国饭店协会颁发的“全国绿色餐饮企业”荣誉称号。报告期内，公司产生无害废弃物¹⁰共1,877.72吨，实现废弃物100%合规处理。

目标内容 一般废弃物100%合规处理或回收利用

达成情况 已达成

¹⁰无害废弃物：包括一般废弃物、可回收废弃物和有机废弃物。

废弃物管理类别 废弃物管理方式

无害废弃物处理

聘请第三方专业机构，签订《隔油池清捞保洁服务协议书》《垃圾清运服务合同》《垃圾收运服务协议书》等，配置生活垃圾分类投放、分类收集、分类运输、分类处理设施。

实行垃圾分类点“专人专岗”，做到垃圾收集源头分类，每日统计各类垃圾的产生与回收数据，定期开展垃圾分类点专项检查和垃圾分类培训宣传并进行考核。

聘请专业渣土清运公司，签订《建筑垃圾清运合同》，依据政府审批运输路线和堆放地点进行建筑垃圾（含装修垃圾）清运。

有害废弃物处理

有害垃圾由生活垃圾收运单位收集后，委托具有相应危险废物经营许可证的单位进行运输，执行联单转移制度并建立完整台账，签订《生活有害垃圾清运服务合同》。

与城西街道办事处创建办共同开展废电池等废弃物处理，回收地点为城西街道处置中心，2025年度产生并处理废电池约800支。

案例 | “无废商圈”建设

公司积极响应《浙江省全域“无废城市”建设实施方案（2022—2025年）》相关要求，旗下国际商贸城二区市场成功入选第一批“无废商业街区（商圈）”重点培育名单。二区市场将绿色低碳与“无废”理念系统融入设施建设、运维管理的全流程及各环节，常态化开展“无废”理念宣传教育活动，并联动党团组织、商会、综治力量等开展“垃圾分类”“光盘行动”等专项行动，加强废弃物减排工作，切实助力“无废商圈”与“无废城市”建设。

生态系统和生物多样性保护

小商品城严格遵循国家及地方环境保护法律法规，在经营活动中注重生态保护，其经营活动不直接影响生态系统及生物遗传资源。在项目选址阶段，公司主动规避自然保护区、生态功能重点区及其他具有生物多样性保护价值的区域，避免对当地水源及生态平衡产生干扰。在项目施工与运营过程中，公司结合周边植被特征与生态环境实施针对性绿化与生态维护措施，减少对土壤及地下水的潜在影响，实现经营活动与自然环境的和谐共存。

03

创新赋能 数据筑防线

小商品城立足全球小商品贸易核心枢纽定位，既通过技术创新打破贸易壁垒、优化交易效率，以AI工具、多语言服务等创新举措激活贸易活力；又坚守产品安全底线，建立全生命周期质量管控体系，从源头筑牢商品流通安全屏障。同时强化供应链安全建设，依托资源整合能力实现物流、支付等环节高效协同，保障跨境贸易链路稳定畅通，为全球贸易高质量发展注入持续动力。

- 创新驱动
- 供应链安全
- 产品安全与质量
- 客户服务管理
- 信息安全与隐私保护

响应的SDGs



创新驱动

治理

研发体系

公司高度重视研发创新，制定一系列研发创新制度规范研究开发活动的开展，董事会战略与ESG委员会负责研发创新管理的战略规划与指导工作，公司成立研发组织管理领导小组，由公司总经理担任组长，每季度末月召开领导小组会议，负责领导和裁决研发创新中重大事项。旗下的大数据公司为公司研发活动的归口单位，下设应用研发部、核心研发部、杭州研发部，承载着整合研发资源、引领创新方向的重要使命，在推动公司技术创新与业务发展深度融合等方面发挥着关键作用。报告期内，大数据公司、快捷通、义乌购3家下属公司被认定为高新技术企业。



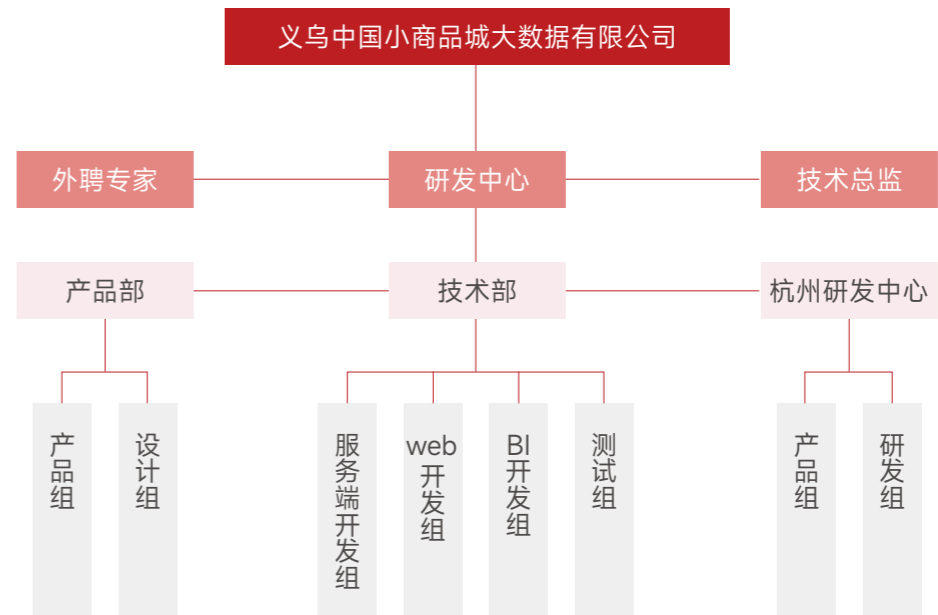
大数据公司

义乌购

快捷通

研发创新制度

- 《研发项目管理制度》
- 《研发投入核算体系制度》
- 《科技成果转化组织管理及奖励办法》
- 《研发费用辅助账制度》
- 《研发中心管理制度》
- 《科技人员绩效考核奖励制度》
- 《创新创业平台建设管理制度》
- 《科技人员培养进修制度》
- 《科技人员培训管理制度》
- 《科技人才引进管理制度》



大数据公司组织架构

研发团队建设

大数据公司建设研发团队，既强化现有研发人员的能力，也通过外部引进与进修培养补充团队的专业深度，为公司科技研发提供人才支撑。

研发团队绩效

指标	单位	2023年	2024年	2025年
研发人员数量	人	160	193	222
研发人员数量占比	%	4.62	5.93	6.72
按学历划分				
本科	人	110	143	174
硕士及以上	人	9	13	14
本科以下	人	41	37	34

指标	单位	2023年	2024年	2025年
按年龄划分				
30岁以下	人	54	57	68
30-40岁	人	90	113	126
40岁以上	人	16	23	28
按性别划分				
男	人	119	137	155
女	人	41	56	67

研发投入

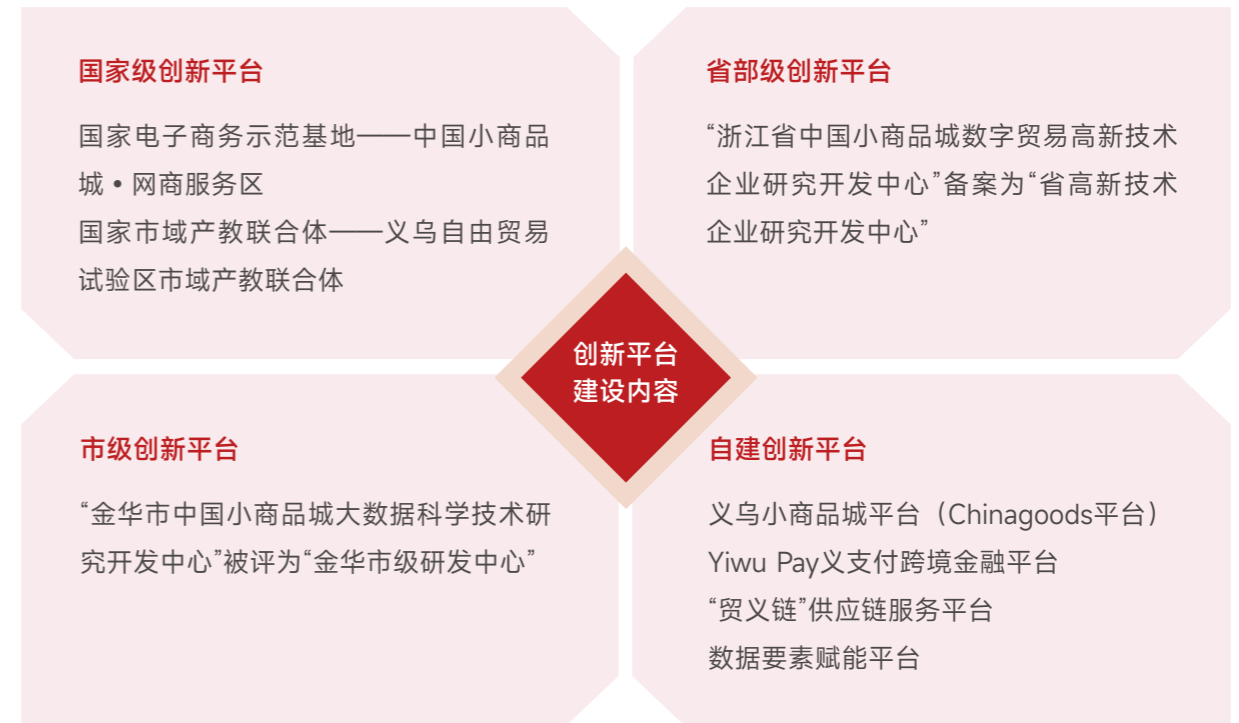
大数据公司制定《研发投入核算体系制度》，鼓励公司开展研究开发活动，研发项目均由研发组织领导小组审定立项，财务部门按照项目计划书中的预算数额拨付研发费用。

研发投入绩效

指标	单位	2025年
研发投入	万元	6,761.48
研发投入占营业收入比例	%	0.34

创新平台建设

为响应“大众创业、万众创新”的新趋势，大数据公司制定《创新创业平台建设管理制度》，推行“人才+项目”“人才+产业”“人才+课题”三大开发模式。报告期内，小商品城建设有2个国际创新平台、1个省级创新平台，1个市级创新平台和4个自建创新平台。



金华市级研发中心



浙江省中国小商品城数字贸易高新技术企业研究开发中心



Yiwu Pay义支付跨境金融平台



“贸义链”供应链服务平台

◆ 战略

公司在创新驱动发展的过程中，既捕捉到创新生态拓展、技术成果转化提速的机遇，也清晰地识别出政策和法律法规等方面的潜在风险。

风险/机遇类型	风险/机遇描述	发生的可能性	影响时间范围	预期财务影响	应对措施
风险	政策和法律风险 企业在科技创新过程中可能涉及知识产权纠纷，如专利侵权、商标争议等。	中	短中期	营业成本增加	建立知识产权监控机制，及时发现并应对侵权行为；聘请专业的法律团队，为公司提供法律咨询和支持，降低法律风险。
机遇	服务创新机遇 企业可以利用数字技术、人工智能等手段，提供更加便捷、高效、个性化的服务体验，增加客户黏性。	高	短中长期	营业收入增加	根据发展需求完善数据库建设，加大研发人才队伍建设；与国际一流顾客建立战略合作关系，实现平台功能的协同开发。

◆ 指标与目标

公司技术创新战略目标聚焦关键技术的研发与应用，统筹资源投入与风险应对，助力实现业务创新发展，为充分发挥“技术创新”的战略引擎作用，公司将持续加大研发投入力度，着力提升核心专利质量、扩充发明专利申请数量，加速推动技术成果转化落地；同时，积极强化协同创新能力建设，进一步提高创新成果的转化效率。对于长期创新目标的达成情况，公司设立定期追踪机制，定期统计知识产权成果、研发创新投入和研发创新团队人员情况。

◆ 影响、风险和机遇管理

在推进研发创新布局的过程中，大数据公司已构建起覆盖全流程的研发风险管控体系，通过分环节、制度化的管理动作实现风险的精准把控。

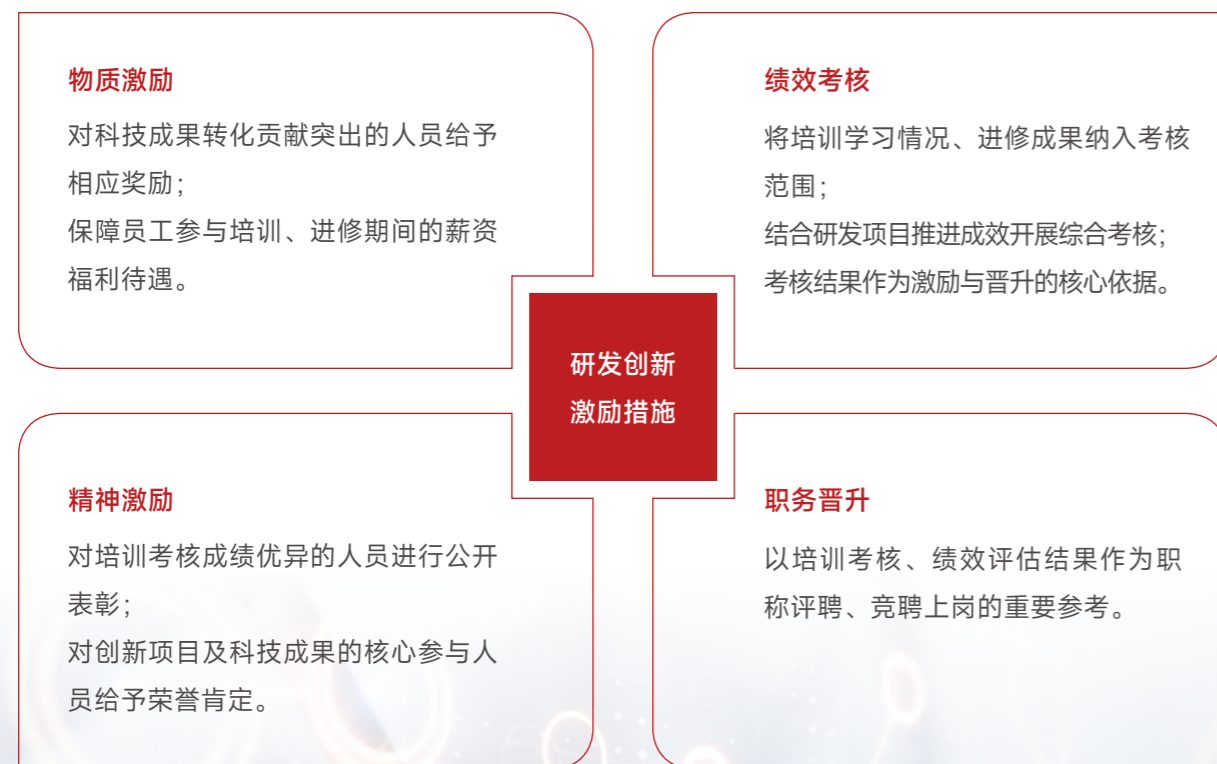


目标内容	达成情况
软著数量新增10个以上	已达成
大数据公司2025年规划：打造智能商贸生态，深化人工智能研发体系，关键技术领域重大突破。	已达成
大数据公司2026年规划：深化AI技术突破，引领智能商贸变革，推动智能商贸应用全球化。	正在推进

◆ 研发创新举措

鼓励研发创新

大数据公司制定《科技成果转化组织管理及奖励办法》《科技人员绩效考核奖励制度》《科技人员培养进修制度》《科技人员培训管理制度》等多项制度，以此激发科技人员的创新活力与工作积极性，稳步提升科技人员的综合素养，增强公司产品与服务的创新能力，进而推动创新成果的培育、总结、优化与推广落地。



合作研发机制

产学研合作

公司制定《产学研合作管理办法》，与浙江大学、浙江工商大学、浙江师范大学、江苏大学、江西财经大学、杭州电子科技大学、中国计量大学等二十多所高等院校联合建立实习基地。此外，公司还与义乌工商学院共建“商城设计学院”和“国际商贸城直播基地”、与中国计量大学义乌研究生院共建“研究生联合培养基地”、与浙江大学和中国计量大学等共建“浙江省轻工业设计AIGC应用产教联盟”等平台。

案例 | 小商品城“AI+创新”创业赛

该比赛由浙江大学中国数字贸易研究院发起、全国大学生数字贸易综合能力大赛组织委员承办、小商品城独家冠名，吸引全国309所高校、10,229名学生参与，组建2,279支团队展开角逐。大赛以实战为核心导向，深度融合人工智能技术与数字贸易领域，依托义乌小商品市场的实体商贸资源与Chinagoods平台的数字贸易基础设施，创新增设真实店铺运营实践环节，并且新增“校企人才对接会”，旨在构建全国高校与义乌小商品城商贸企业的高效人才对接平台。



第四届全国大学生数字贸易综合能力大赛

技术交流与合作

公司与国内大型企业、金融机构等保持长期的合作与交流，并与各大高等院校、科研机构建立了广泛的业务联系渠道和信息传递网络。

案例 | “世界义乌AI大模型”内测

2025年7月24日，小商品城与阿里巴巴在国际博览中心酒店启动“世界义乌AI大模型”（数贸AI大模型）内测，邀请300多名商户开启“沙盒测试”，公司秉承以“AI驱动生意增长”的理念，致力于为全球小商品贸易注入创新活力，在商业实践中，大模型将更深度融入产业，为企业创造“降本增效”与“创新增长”的双重价值。



小商品城AI大模型沙盒测试活动现场

行业标准制定

公司发起并成立义乌小商品标准创新联合会，致力于开展“小商品标准”品牌建设。2024年，小商品城协助起草《“标准进市场”工作规范》等义乌市地方标准。报告期内，根据《义乌市“小商品标准”品牌建设工作方案》《义乌小商品标准创新联合会团体标准管理办法》有关规定，义乌小商品标准创新联合会组织发布两批标准制订计划，其中公司负责牵头组织制定的7项团体标准获得审批通过。

标准编号	标准名称	发布时间
T/CSIF 0033—2025	《发夹》	2025年4月27日
T/CSIF 0041—2025	《天幕》	2025年6月13日
T/CSIF 0046—2025	《宠物猫狗用窝（垫）》	2025年7月31日
T/CSIF 0048—2025	《化妆品用塑料包装材料》	2025年8月28日
T/CSIF 0049—2025	《化妆品用玻璃包装材料》	2025年8月28日
T/CSIF 0057—2025	《便携式炭烧烤炉》	2025年11月28日
T/CSIF 0065—2025	《发梳》	2025年11月28日

创新成果展示

小商品城将AI技术深入融合进Chinagoods平台，共开发并上线了13项实用AI工具，涵盖CG AI视创、CG AI设计、CG AI翻译、AI独立站等多类工具，提供数字人短视频制作、图片处理、36国语言视频翻译、快速搭建多语言站点等服务。报告期内，公司新增软件著作权19项，涵盖安全生产、线上展会、室内导航、AI数字人、AI翻译、门禁系统等多维度。

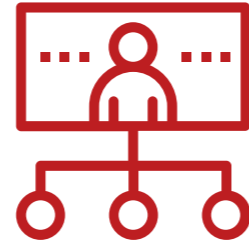


2025年软件著作权登记证书

◆ 知识产权保护

管理体系

小商品城严格遵守《中华人民共和国专利法》《中华人民共和国著作权法》等法律法规，制定《国际商贸城知识产权管理办法》，规范知识产权备案、纠纷处理、侵权管控等关键环节，为知识产权保护提供制度支撑。在组织架构层面，董事会战略与ESG委员会负责指导与监督知识产权保护工作，ESG领导小组负责推动各市场实施知识产权保护工作，集团层面设立知识产权工作保护办公室，各市场分公司同步建立知识产权监管服务中心及工作小组，明确各级组织管理职责。报告期内，公司未发生知识产权侵权事件。



截至报告期末



公司及核心子公司累计获得国家发明专利
16项

软件著作权
42项

商标
381项

知识产权保护宣传与培训

公司高度重视经营户及相关人员的知识产权意识培育，结合年度工作部署与宣传节点，常态化开展知识产权宣传教育与专项培训，全面覆盖市场经营主体。



案例 | 2025年知识产权宣传周专场培训

公司于2025年4月20日至26日，面向国际商贸城经营户开展知识产权专场培训，邀请专业人员讲解法律制度、创造与维权知识，同步通过多渠道宣传普及，有效提升了经营户的知识产权保护与合规经营意识。



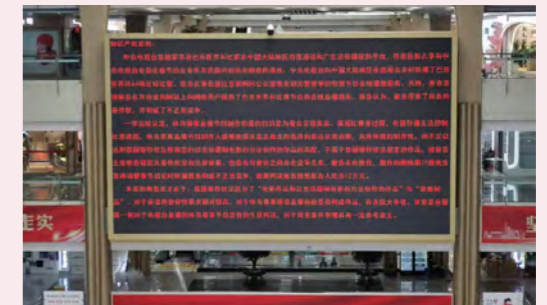
篁园市场知识产权日专项培训



一区市场知识产权宣传周现场咨询活动



三区市场“知识产权和音乐：感受知识产权的节拍”活动



四区市场LED大屏宣传



义西市场线下易拉宝宣传



四区市场上门宣传培训

知识产权保护措施

公司从日常监管、合规引导、纠纷处置、侵权惩戒等多方面推进知识产权保护工作，既防范经营过程中的侵权风险，也保障知识产权权利人合法权益，维护市场良好营商环境。

保护措施	具体开展情况
日常自查 监管	每月定期联合同业公会开展知识产权经营情况自查，建立规范管理档案，留存检查及整改相关资料。
商品备案 管理	要求销售知识产权标识商品的经营户，提交相关证书及授权协议复印件，按规定向执法部门备案。
纠纷调解 处置	由知识产权联络员应相关方请求调解侵权纠纷，必要时邀请执法部门到场指导。
侵权惩戒 退出	对侵权经营户实施诚信积分扣分，严重侵权者可终止商位使用权；侵权商品需备案并撤离市场。

科技伦理

科技伦理是开展科学研究、技术开发等科技活动需要遵循的价值理念和行为规范，是促进科技事业健康发展的重要保障。公司在日常经营活动中，不涉及科技伦理相关内容，所运用的技术和开展的活动，均遵循现有的法律法规和行业标准，不存在因科技伦理问题而产生的潜在风险。

供应链安全

治理

小商品城经营活动中负责供应链管理的主要下属公司有酒管公司、供应链公司、进出口公司等，董事会战略与ESG委员会负责指导与监督供应链管理工作开展，ESG领导小组负责推动供应链质量管理工作。公司聚焦供应链安全管理，依托严格的供应商筛选、全链条的质量监控、物流仓储优化等措施，筑牢供应链稳定运行防线，降低运营风险，增强市场竞争力。

供应链业务线

小商品城制定《义乌中国小商品城供应链管理有限公司外贸制度汇编（试行）》，规范供应链公司外贸核心供应商的选择与日常管理维护，健全选品标准，完善采购流程，加强公司外贸采购履约服务管理。供应链公司外贸业务范围内的成品、半成品、原材料供应商，包括但不限于国际商贸城一至五区市场、篁园服装市场、国际生产资料市场的供应商。

供应链公司根据《外贸核心供应商管理制度》，明确核心供应商的选择与管理要求，遵循质量、成本、交付与服务并重的原则，建立长期互惠合作的供需关系。

核心供应商选择

- 通过实地走访供应商、采购商推荐、互联网搜索、同行介绍、供应商主动问询和介绍、供应商媒体广告等方式开发核心供应商。
- 入选核心供应商需要提供经营资质、诚信状况、交付能力等基本资料，确认入选核心供应商后进行信息登记，对于公司需采购体量较大的核心供应商，则根据实际需求进行实地考察。

核心供应商日常管理

- 供应链分公司对核心供应商日常表现及到货产品情况进行日常记录，定期对核心供应商的交货情况进行统计分析，结果作为核心供应商评价的依据，并将反馈至核心供应商，敦促其改善与提升。
- 加强与核心供应商的日常沟通与反馈，建立与维护供应链分公司与核心供应商之间的长期合作战略关系。

核心供应商评分

- 供应链分公司对核心供应商开展年度评价，确保所采购的产品质量、交货期、售后服务等满足规定要求。
- 评估分数分为4个等级，85分（含）及以上的A级核心供应商，综合评估意见为优秀，可高度推荐采购；在70分（含）至85分之间的B级核心供应商，综合评估意见为良好，可一般推荐采购；60分（含）至70分之间的C级核心供应商，综合评估意见为合格，需根据实际情况进行适当采购；60分以下的D级核心供应商，综合评估意见为不合格，取消采购资格。

核心供应商淘汰

- D级供应商在收到整改通知一年内未配合整改的，可取消核心供应商资格；对出现拖欠租金、违法经营、采购贿赂、产品质量等问题的供应商，实行一票否决，直接定为D级供应商，退出公司核心供应商名单。

2025年



供应链公司合作供应商合计**180**家，遍布全国。其中，浙江供应商**45**家，供应商本地化占比**25%**，本地化采购占比**15%**。进出口公司合作供应商合计**471**家，遍布全球。其中，海外供应商**451**家，国内供应商**20**家，浙江供应商**7**家，供应商本地化占比**1.5%**，本地化采购占比**8%**。

酒店业务线

酒管公司制定并推行《供应商管理办法（试行）》，以此规范供应商开发、考核、退出及沟通等全流程管理工作。各酒店供应商准入需历经资质审查、样品评审等多重环节，审批通过后方可签订《供货合作协议》。考核方面，主要针对长期合作且年度采购额10万以上的供应商，其他供应商根据酒店需要进行考评，根据考核结果将供应商分为A、B、C、D四个等级。同时，酒馆公司明确供应商退出情形，若供应商出现供货合同到期未续约、质量问题整改未达要求、考评低于60分或存在违法违规行等情况，即执行退出流程。酒管公司通过对供应商实施全生命周期闭环管理，切实保障供应链稳定高效运转，为客户持续提供优质产品。

战略

风险/机遇类型	风险/机遇描述	发生的可能性	影响时间范围	预期财务影响	应对措施	
风险	供应链中断风险	全球供应链稳定性不足，疫情、自然灾害等突发状况易造成原材料断供、物流阻滞，影响订单交付。	中	短中长期	运营成本增加	优化供应链布局，建立应急机制，提高应对突发事件能力。
	质量风险	对于酒店业务线，若供应商稳定性不足，可能出现供货延迟或产品质量问题，或遭到客户投诉，引发纠纷。	中	短期	运营成本增加	与本地优质供应商签订长期协议，建立备用供应商库，降低供应链中断与产品质量风险。
机遇	新兴市场拓展机遇	“一带一路”、RCEP等区域合作深化持续释放贸易需求，为公司带领商户开拓海外多元化市场提供广阔空间。	高	中长期	营业收入增加	强化海外布局，加快全球数贸中心建设，为国家在“一带一路”区域的贸易拓展树立标杆； 利用平台数据优势，精准匹配新兴市场采购需求与供应链资源； 依托中欧班列和海外仓网络，优化跨境物流时效，抢占沿线国家市场份额。

影响、风险和机遇管理

公司高度重视供应链风险管理，着力构建全面细致的风险识别体系，保障供应链稳健可持续运转。为切实保障供应链安全、防范潜在风险、维护公司业务连续性与合规性，公司制定供应商风险管理相关制度，对经营活动中所有供应链环节进行风险评估及应对。其中，供应链公司、进出口公司依据《内部控制手册》之《商品贸易业务分册》，酒管公司参照《酒店经营业务分册》精准识别业务活动中的供应链风险并执行控制程序，全方位筑牢供应链安全防线。

指标与目标

目标内容	达成情况
供应链环节无重大风险与影响的事件发生	已达成
公司将对供应商进行可持续发展管理，宣贯可持续发展理念，建立供应链可持续发展风险管理机制。	正在推进

供应商ESG管理

小商品城致力于将ESG理念系统地融入供应链全生命周期管理，在《供应商调查准入表》中要求经销商提供代理产品或企业ISO 9000品质体系认证证书复印件，在产品安全与质量层面对供应商及其产品提出要求。

公司正逐步构建与业务模式相适应的供应商ESG管理机制，旨在通过明确的准入标准、持续的绩效评估与能力建设，引导并助力广大市场商户及服务伙伴共同提升ESG表现。我们重点关注供应链在合规经营、劳工权益、环境保护及商业道德等领域的实践，并积极探索利用数字化平台及数据工具，提升管理的透明度与协同效率，以构建更具韧性、更负责任的价值链生态，为各利益相关方创造长期共享价值。

责任采购

小商品城所有涉及采购业务的经营板块，均已建立起科学规范、高效透明的采购管理体系。

供应链公司严格执行《供应链公司采购管理办法（试行）》《义乌中国小商品城供应链管理有限公司选品采购及定价制度》等制度文件，通过规范采购全流程、强化采购监督管理，提升采购资金使用效益，推动采购领域廉政建设落地见效。

酒管公司制定并推行《浙江银都酒店管理有限公司采购物资分类及采购权限划分细则（发文）》《关于规范采购项目招投标工作的通知》《浙江银都酒店管理有限公司统一采购管理办法（试行）》《浙江银都酒店管理有限公司非食品类物资统一采购管理细则》《基于集中采购的采购系统控制规范（发文）》等一系列采购管理制度，明确各级采购权限与责任边界，依托组建采购评审专家库、规范招投标流程、实施统一采购管理、强化集中采购系统管控等举措，实现采购流程的规范高效运转。



阳光采购

为践行阳光采购理念，构建规范、透明、廉洁的采购生态，集团要求各酒店在进行采购活动时与供应商签订《阳光合作协议》，进出口公司、供应链公司与合作方签订《廉洁协议书》，采购人员同步签署《采购人员廉洁承诺书》，确保双方的合作建立在诚信、公平、互利的基础上，共同维护良好的商业秩序和市场环境。报告期内，《阳光合作协议》《廉洁协议书》与《采购人员廉洁承诺书》的签署率为100%。

智慧采购

小商品城致力于通过智能化、数字化技术重构采购与贸易全流程，搭建起以全球数贸中心为物理载体，以“世界义乌”商贸大模型及Chinagoods数字贸易平台为核心的智慧采购体系，为海量中小微企业提供覆盖寻源、设计至履约环节的全链路智能服务。公司自主研发了包括“CG AI”系列、AI翻译官、AI数字人在内的13项AI应用，覆盖智能设计、多语言营销、视频生成等六大商贸场景。商户可借助AI设计工具，在数分钟内生成符合客户需求的定制方案与效果图，将传统长达数周的定制打样周期大幅压缩，从而快速捕捉订单。同时，平台通过数据工具分析全球消费趋势，指导商户进行精准地选品与生产，有效降低了采购的盲目性与库存风险。此外，公司依托“义支付”（Yiwu Pay）跨境支付服务与数字化供应链体系，打通智慧采购全流程闭环，切实保障采购交易的安全、便捷与顺畅。

平等对待中小企业

小商品城在供应链管理中恪守公平公正原则，供应商选择不以规模设限，给予中小企业平等参与竞争的机会。公司助力中小企业和小微商户发展，通过优化供应链管理，降低运营成本，让商户能够享受物流配送和金融服务便利，激发市场创新活力。报告期内，公司未发生应付账款逾期未支付事件，公司及子公司不存在逾期未支付中小企业款项行为。

产品安全与质量

治理

市场经营业务线

市场运营事业群负责市场的产品质量管理，维护市场秩序，确保市场环境良好，公司董事会战略与ESG委员会负责指导产品质量管理工作开展，ESG领导小组负责推动各市场开展产品质量管理工作。在日常经营中，市场运营事业群执行公司制定的《SOP流程》上下两册、《管理制度》上下两册、《服务及产品模型》等，同时，积极落实《“标准进市场”工作规范》，以严谨完善的制度体系为基石，为市场内的经营户构建起一个公平公正、公开透明、稳定可预期的竞争环境，有效预防和解决市场纠纷，促进市场的可持续发展。

酒店业务线

公司酒店业务线公司不断完善质量管理体系，商城宾馆制定《2025年质检管理制度》等文件，构建了由一级、二级、三级质检小组及专项检查、第三方暗访组成的多层次质检架构，明确各层级质检队伍的组成、职责与工作流程，实现对酒店安全保障、服务规范、清洁卫生、硬件设施等全领域的质量管控。

质量管理体系认证

公司持续完善质量管理体系，截至报告期末，小商品城、供应链公司已通过ISO 9001:2015质量管理体系认证。



小商品城质量管理体系认证证书



供应链公司质量管理体系认证证书

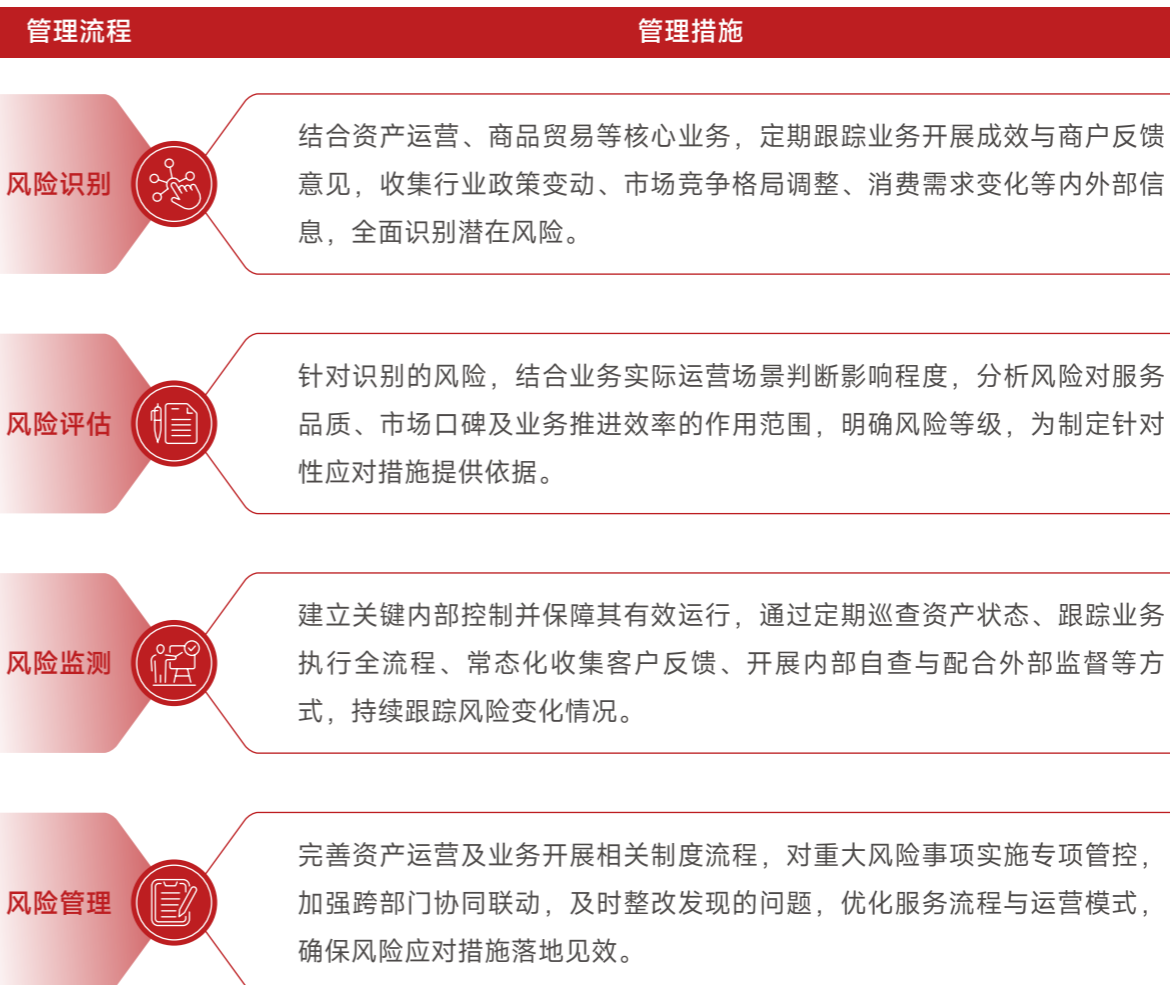
战略

结合小商品贸易行业竞争格局、数字化转型趋势及公司业务布局，公司梳理出与公司发展强相关的核心风险与机遇。

风险/机遇类型	风险/机遇描述	发生的可能性	影响时间范围	预期财务影响	应对措施
风险	市场竞争风险 跨境电商快速兴起、东南亚低端制造业配套完善，分流义乌市场低端小商品份额，同时同业批发市场加速转型竞争。	中	中长期	营业收入降低	打造数字化贸易平台，发展“实体市场+产业带+跨境电商”模式；深化数字化转型，巩固贸易履约服务优势。
机遇	市场领先机遇 小商品城以小企业带动产业大集群，已成为万亿小商品贸易枢纽的核心载体，是国内数字化程度最高、营商环境优、贸易履约能力最强的贸易服务商。	高	短中长期	营业收入增加	强化“贸义链”供应链服务能力；拓展AI工具、跨境金融等增值服务，构建全链路贸易服务生态；联动全球跨境电商平台，搭建优质商户合作桥梁。

影响、风险和机遇管理

小商品城通过完善内部控制体系、开展多维度分析核查、强化内外部监督等举措，精准识别业务运营中的潜在风险，科学评估风险影响，持续跟踪风险动态，确保风险得到有效管控，保障产品质量稳定。



指标与目标

目标内容	达成情况
商途餐饮：安全生产及食品卫生安全事故为零	已达成
商城宾馆：质检员每周检查有效问题不少于15个、收集值班经理每周检查有效问题不少于3个、酒店班子每季度至少1次带队检查	已达成

提升产品质量

产品全生命周期管理

商途酒店制定《标准化管理手册》，规范从采购、储存、加工与处理、门店管理的全生命周期管理措施，明确各责任区职责范围、岗位要求。

生命周期阶段	具体管控措施
采购环节	采用“1+2+N”供应商模式，定期联合评估淘汰不合格供应商；定点采购并索证索票，至少2人联合验收，核对数量、质量及合规性。
储存环节	仓库物品分类分架、离墙离地存放，遵循先进先出；冷藏冷冻设备专人管理，生熟分放；食品添加剂“五专”管理，废弃油脂合规回收。
加工环节	按色标管理分池清洗、专具专用，二次验收原料；食品烧熟煮透，中心温度达标，生熟分开操作；专间执行“五专”要求，每日紫外线消毒。
处理环节	餐厨废弃物分类存放、合规处置，建立处置台账；制定食物中毒、食品配送应急预案。
全流程保障	从业人员持健康证上岗，定期开展安全培训；设备专人专用、定期维护，常态化开展安全检查。

产品质量培训

小商品城执行《“标准进市场”工作规范》，通过“亮标、对标、提标、宣标”四大行动，推动小商品质量的精细化、规范化和品质化。报告期内，公司向市场各区经营户开展“标准进市场”线下培训，向经营户充分展示市场开展行业标准化的意义，重点讲述了产品标准及标准分类，进一步加深经营户对标准化工作的认知，为商户提供产品安全与质量的普及教育。



一区饰品行业“标准进市场”培训



二区“标准进市场”专项培训



三区“标准进市场”专项培训



四区“标准进市场”专项培训



五区“标准进市场”专项培训



义西市场“标准进市场”专项培训

食品安全检测机制

商途酒店制定《标准化管理手册》，设立食品安全检测机制，要求供应商提供食品检验检疫报告等合规证明，采购人员联合仓库管理员对食材的色泽、新鲜度等感官指标进行现场查验，重点核查生产日期、保质期及包装完整性，杜绝腐败变质、标识不全的食品入库。报告期内，商途酒店对蔬菜、水果等重点品类，委托第三方检测机构依据GB/T 5009.199-2003标准开展有机磷和氨基甲酸酯类农药残留快速检测，确保检测结果符合农残抑制率 < 50% 的标准要求。

产品召回

小商品城不直接生产产品，但作为市场经营管理主体，积极配合市场监管局履行产品质量协同管控职责，建立规范有序的产品召回协同机制。当市场监管局发现或接到举报涉及市场内销售的产品存在质量安全隐患、不符合国家标准等问题时，小商品城协助核查问题产品的经营主体、销售范围等关键信息，通过商户定向通知等方式，快速传达召回要求，做到产品可追溯。报告期内，公司向各商户开展“标准进市场”专项培训，其中包含产品召回相关内容。



产品召回相关培训现场

客户服务管理

治理

市场经营业务线

为提升市场服务水平，公司董事会战略与ESG委员会负责指导与监督客户服务管理工作开展，ESG领导小组负责推动各市场开展客户服务管理工作。商城集团下属各市场制定《市场客户服务中心服务标准》，明确市场客户服务中心为客户服务管理的归口部门，在进行客户服务过程中秉承“真诚、一致、合宜、主动”四项服务原则，以客户100%满意为基本标准，提供优质、高效的服务。

酒店业务线

公司下属各酒店建立了客户服务管理体系，商城宾馆制定《宾客意见收集管理制度》《宾客关爱管理制度》等核心文件，规范客户服务全流程管理。通过精准对接宾客需求，为回头客、OTA宾客、VIP贵宾等不同类型宾客提供个性化关爱服务，同时记录宾客偏好信息录入系统，为后续服务升级奠定基础。

提升产品可及性

支付无国界

金融是贯穿贸易全过程、畅通履约全链路的关键性业务。小商品城倾力打造Yiwu Pay（义支付）平台，充分发挥小贷、征信、保理、第三方支付等金融牌照与市场贸易特色应用场景融合优势，不断扩大跨境人民币、国内支付、数字人民币等主营业务规模，持续强化数智金融赋能市场贸易的能力和水平。Yiwu Pay助力义乌120多万市场主体，上下游210万家中小微企业实现支付无国界。

破除语言壁垒

小商品城立足与全球230多个国家的贸易往来场景，针对语言壁垒这一核心发展制约，以技术创新破解跨文化沟通难题，显著提升产品国际可及性。依托Chinagoods平台发布的全球首个小商品贸易大模型，构建多语言智能服务体系，其AI产品已实现116种语言的快速切换与适配，既支持中文视频一键转换多语言，也助力经营户在直播等场景中实现八国语言即时切换，让产品展示与商业沟通突破语言限制。

战略

基于跨境贸易和酒店行业发展趋势、市场竞争格局及内部服务运营实际，公司梳理形成客户服务相关风险与机遇。

风险/机遇类型	风险/机遇描述	发生的可能性	影响时间范围	预期财务影响	应对措施
风险	服务能力风险 客户对服务响应速度、解决效率要求提升，与现有服务团队产能或流程不匹配，可能引发客户投诉率上升。	中	短期	营业收入降低	加强服务人员专业培训，提升问题解决能力；合理配置人力，保障高峰时段服务响应。
机遇	市场拓展机遇 义乌入境商旅持续增长，“进货式旅游”带动住宿需求，且客群消费能力稳定。	高	短中长期	营业收入增加	挖掘增值服务场景，丰富服务内容；酒店业务联动贸易业态，打造一体化服务产品。

◆ 影响、风险和机遇管理

公司通过明确服务标准、规范业务流程、健全投诉处理机制、强化应急处置等举措，有效防范化解服务过程中的各类风险，同时依托标准化服务、增值服务拓展等方式把握市场机遇，保障服务质量稳定与客户满意度提升。



◆ 指标与目标

目标

目标内容	达成情况
雅悦酒店：2026年客户满意度总分提升至95分，设施维度得分突破92分。	正在推进

指标

客户服务绩效				
指标	单位	2023年	2024年	2025年
客户服务培训人次	人次	18,998	16,560	19,034
客户服务培训总时长	小时	1,889	1,720	1,645
客户服务培训次数	次	1,890	1,498	1,598

◆ 客户服务管理举措

客诉响应机制

市场经营业务线

公司高度重视客户投诉规范化处置，制定《96032紧急处理工作流程》《96032呼叫中心工作规范》等专项制度，明确投诉应对的标准流程与操作要求；开通96032市场服务热线作为客户投诉核心受理渠道，确保诉求快速接入；各市场客户服务中心严格遵照《市场客户服务中心服务标准》相关规定，有序开展投诉登记、调查核实、原因分析、整改反馈等全流程处理工作，保障客户诉求得到高效回应与妥善解决。

客户投诉机制

服务投诉 登记	接到客户投诉，认真对投诉的情况做好详细记录，及时向负责人汇报。
服务投诉 调查	负责人通过询问当事人，了解客户投诉的原因，初步判定是否为有效投诉，形成书面调查结果，及时上报公司。
服务投诉 处理	根据投诉调查情况，对负责人员提出整改意见，及时检查整改情况，杜绝类似投诉再次发生。
沟通反馈 结果	及时与客户进行沟通和反馈。投诉调查结束后，要将调查及处理结果及时通过电话告知客户，并与客户进行有效沟通。受理客户投诉后，如无法当天给予客户解决方案，应及时告知客户投诉处理的进度，并向客户承诺再次回复的时间。

客户投诉绩效

指标	单位	2023年	2024年	2025年
客户投诉数量	件	585	486	447
客户投诉解决数量	件	585	486	447
客户投诉解决率	%	100	100	100

酒店业务线

酒管公司制定《400客服电话管理制度（试行）》，规范客服电话服务流程，在收到客户投诉时客服专员会将投诉人的个人信息、投诉内容、投诉时间等关键信息记录在《客户投诉处理/回访记录表》中，以便后续处理和跟进。在规定期限内给予客户解决方案，处理完投诉后，要在2个小时内对投诉人进行回访，进行回访满意度调查。

提升客户满意度

市场经营业务线

报告期内，公司开展满意度调查，通过发放并收集客户满意度调查问卷的形式了解客户对公司的服务满意度与客户需求。

指标	单位	2023年	2024年	2025年
参与调查的客户数量	人	43,536	44,577	45,338
客户满意度	%	94.02	96.15	97.60

酒店业务线

为精准掌握服务品质与客户需求，公司酒店业务线通过多渠道开展客户满意度调查，全面收集反馈意见。报告期内，酒管公司汇总统计各酒店客户满意度，通过多渠道（包括入住反馈、电话回访、微信问询等）共收集有效样本3,700份，整体满意度达到96.51%，各项关键绩效指标持续向好。

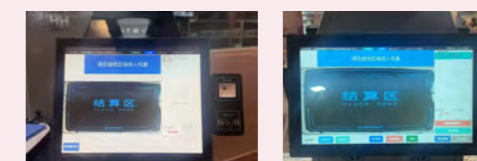
酒管公司为提高各酒店客户满意度，推出“更多的关爱”核心理念以及数字化系统，以客户需求为导向，深度融合人文关怀与技术赋能，全方位升级服务体验。

案例 | 数字化服务系统

酒店运用绿云数字化系统通过自动化处理日常运营任务如预订管理、接待入住、收银结账等，提高工作效率，以及系统提供的智能化客户服务和自助服务终端，如自助入住、退房、微信开锁等，使客户入住更加便捷。通过提高运营效率、优化客户体验和降低运营成本，有效推动酒店向数字化转型，促进酒店的可持续发展，提升服务质量。



指尖食堂可视化服务大屏

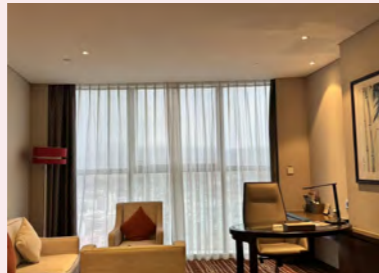


智能点餐结算系统

案例 | 数字化服务系统



咖啡机器人+送餐机器人



电动窗帘、智能闹钟



商户技能培训

为助力市场经营户适应数字化转型、提升国际贸易综合竞争力，公司推出2025年市场贸易主体贸易能力提升系列培训，构建覆盖多维度、多形式的赋能体系，系统开展AI训练营、智汇讲堂及会长讲堂等精准培训项目。2025年，累计组织培训超450场，覆盖学员近15万人次，较上年同比增长240.06%，成效显著。

“外语晨练”项目升级课程体系，在商务英语外新增阿拉伯语、西班牙语等小语种，全年开展培训超200场，覆盖学员超过80,000人次。项目获人民日报、央视新闻等30余家央媒深度报道，已成为义乌市场的标志性学习IP与城市文化名片。



会长讲堂培训



Chinagoods AI训练营培训



贸易沙龙现场



外语晨练培训

信息安全与隐私保护

治理

公司严格遵循《中华人民共和国网络安全法》《中华人民共和国数据安全法》《中华人民共和国个人信息保护法》等法律法规，制定了《数据安全管理制度》《网络信息安全管理度》《网络信息系统全生命周期安全管理制度》等制度，规范集团网络信息安全全流程管理，保障集团网络信息系统安全、有序、稳定运行；强化信息数据安全管控与合规使用，构建完善的数据安全保障体系，有效防范数据泄露、窃取等安全事件发生。此外，下属公司制定《供应链公司网络信息安全管理度》《进出口/供应链公司数字化运营部工作管理条例》等专项制度，强化数据、平台及系统用户账号与权限的规范化管理，有效防范应用与数据安全风险；同时规范并细化数字化运营部机房管理标准，保障服务器、网络等核心设备稳定运行。

公司设立了由董事会董事长及副董事长担任组长的网络和信息安全工作领导小组，负责贯彻落实上级网络和信息安全工作的部署和要求，执行相关法律法规和管理办法，完善集团网络信息安全制度，确保系统安全运行；统筹协调网络和信息安全应急工作，配合主管部门进行应急处置；开展网络和信息安全工作检查，安全信息汇集、分析和研判；开展网络和信息安全宣传教育培训工作。报告期内，公司未发生信息安全和隐私泄露事件。

公司将持续提升员工的信息安全意识与防护技能作为巩固安全防线的重要举措，定期组织开展覆盖关键岗位与全体员工的网络安全与数据安全教育培训，旨在通过系统性的知识传递，强化员工的合规意识与风险应对能力。

案例 | 2025年度商城集团网络信息安全培训会

2025年3月，公司召开了商城集团网络信息安全培训会，培训主题聚焦新形势下网络安全态势、安全大模型应用、网络安全事件聚焦、新型数据安全应用范式、网络安全保障工作思路以及案例教育。本次培训面向集团全体中层管理人员及各公司网络安全责任部门负责人，由外部专家主讲，通过集中授课的形式解析行业安全焦点与保障思路。



网络信息安全培训会

战略

风险/机遇类型	风险/机遇描述	发生的可能性	影响时间范围	预期财务影响	应对措施
风险	合规风险 数据及客户隐私泄露将违反信息安全相关法律法规、监管机构与客户稽核要求，面临通报、法律诉讼或处罚风险。	低	短中期	运营成本增加	遵循《网络信息安全管理制度》，明确各部门负责人为第一责任人；定期开展专项审计，开展自查自纠，确保满足法律法规、监管机构、用户稽核的合规要求。
机遇	客户信任机遇 通过公开、透明且严格的数据安全与隐私保护政策及实践，向商户、采购商及合作伙伴展示公司负责任的数据治理能力，增强客户黏性与品牌声誉。	高	中长期	营业收入增加	系统化宣传公司依据《网络信息安全管理制度》《数据安全管理制度》等制度建立的数据分级保护与审批框架；积极考虑引入如信息安全管理体系（如ISO27001）等第三方认证，以客观验证管理有效性。

风险评估

依据对数据安全等级（L1非敏感、L2敏感、L3核心）的定义，评估数据泄露可能造成的影响程度。推动重要信息系统完成安全等级保护定级备案与测评，并评估系统服务中断对业务运行的影响和损失情况，完成对所属系统资产的分级分类。

风险监测

数字化发展部统筹开展定期数据安全专项检查、漏洞扫描与安全渗透测试，并定期核查数据库操作日志。各单位需对网络信息系统运行状态进行安全监控，包括网络流量、服务器性能及安全设备日志等，并按照《网络信息安全管理制度》要求，留存相关日志至少6个月。

风险应对

针对不同等级的数据，严格执行《数据中台数据使用审批流程》，实施差异化的OA审批控制。贯彻最小权限原则，加强账号安全管理。对重要系统和核心数据执行定期备份策略，并定期演练数据恢复。建立应急响应机制，对安全事件进行分级处置。同时，通过签订保密协议、开展安全培训等措施，提升全员风险防范意识与能力。

影响、风险和机遇管理

管理流程	管理措施
<p>风险识别</p>	<p>公司通过实施数据分级分类（L1/L2/L3），明确各业务域（如Chinagoods、市场、酒店等）的敏感数据资产。在系统立项建设阶段即开展安全建模分析，系统性识别系统组件、交互和数据流可能面临的威胁（如信息泄露、数据篡改等）。同时，各单位需建立并维护网络信息系统资产清单，明确资产责任人。</p>

指标与目标

指标

指标	单位	2025年
数据安全与客户隐私保护相关培训开展次数	次	217
数据安全与客户隐私保护实践、培训参与人数	人	3,306
数据安全与客户隐私保护实践、培训的员工覆盖率	%	100
数据安全总投入情况	万元	588.20

目标

目标内容	达成情况
完成全球数贸中心WIFI 7、5G-A、跨境网络等新基建的部署建设	已达成
完成数据中台与各业务系统接口联通	已达成
重大网络和信息安全事故发生次数为0	已达成

◆ 信息安全管理措施

常态化信息安全保障措施



报告期内，公司推行常态化安全监测与审计机制，聘请第三方专业机构协助开展集团日常网络安全运维检测工作。专业机构每月针对集团网络系统实施安全测试，覆盖标准市场管理后台、商城集团商位管理系统、义信购管理后台等核心系统。测试完成后，第三方机构同步出具系统漏洞清单及整改建议，公司据此督促高风险等级对应的责任部门限期完成整改闭环。

应急事件管理

为有效应对潜在的网络与信息安全突发事件，公司根据《国家网络与信息安全事件应急预案》《中华人民共和国网络安全法》等相关法律法规，制定《商城集团网络与信息安全应急预案》《供应链公司网络信息安全预案》，明确了事件分级标准、应急组织架构及完整的应急处置流程，旨在确保突发事件时能够迅速响应、协同处置，最大程度减少损失，保障信息安全。同时，公司建立了应急预案定期演练制度，通过实战检验防御能力并推动持续改进。

案例 | 商城集团网络攻防实战演练

2025年8月，为全面检验安全防护体系的有效性，公司组织开展了覆盖全集团10家二级公司、260余个信息系统的实网攻防演练。本次演练模拟真实攻击场景，由外部红队进行渗透测试，公司内部蓝队负责监测与防御。演练暴露出包括弱口令、内网横向渗透风险高等风险。通过此次演练，公司不仅客观评估了自身网络安全风险态势，更依据演练报告制定了针对性的漏洞修复、口令治理及监测体系完善等改进措施，切实提升了整体应急响应与纵深防御能力。

客户隐私保护

公司高度重视客户隐私与数据权益保护，将客户信息作为核心数据资产进行管理。《Chinagoods隐私服务条款》作为公司管理消费者隐私的核心政策，对外明确隐私保护声明，遵循合法、正当、必要及最小化原则，详细说明了个人信息的收集、使用、存储、共享及保护措施。同时，公司配套《数据使用安全保密协议》等制度文件，明确与第三方合作过程中的数据安全合规要求。在具体实践层面，公司采用加密技术、SSL/HTTPS协议等技术手段保障数据传输与存储安全，严格限定客户数据存储于中国境内，同时细化数据访问权限、明确数据留存期限，并通过签订合规合同约定约束供应商、合作伙伴的数据安全责任，以全生命周期的系统化管理，确保客户数据安全与合规使用。

04

筑梦惠员工 担当馈社会

我们高度重视员工权益保障，始终坚持“关爱员工成长，服务经营主体”的理念，持续完善薪酬福利体系，建立系统全面的培训体系，努力保护员工的身心健康安全，营造多元、包容且充满活力的职场环境。同时，我们积极履行社会责任，广泛参与社会公益活动，助力乡村振兴，推动地方经济发展，以实际行动回馈社会。

- 员工权益保障
- 员工培训与发展
- 职业健康与安全
- 乡村振兴与社会贡献

响应的SDGs



员工权益保障

招聘与就业

员工招聘渠道

公司综合运用集团统招、市场化选聘、辅助用工招聘三种方式引进人才。针对不同岗位类别的员工，建立差异化的招聘方式：统招作为引进基层员工的主要方式，由集团SSC招聘中心统一组织，通过专业技能笔试、多样化面试等，对人才进行严格筛选，保证新员工的质量；运用市场化选聘方式招引高层次经营、管理、技术人才，推动职工队伍由数量型向素质型转变、管理者向服务者转型；辅助用工招聘主要面向低门槛、高流动性岗位，由物业、酒店等公司自主开展。

集团招聘渠道

统招利用渠道

线上通过商城集团微信公众号主动发布招聘公告，市融媒体微信公众号、第三方测评机构微信公众号转发公告；通过高校就业信息网发布应届生岗位招聘信息。

线下通过招聘中心、参加高校就业招聘会发布招聘信息。

市场化利用渠道

线上通过猎聘、Boss直聘、浙江人才网、义乌人才网等招聘平台发布招聘信息。

线下通过招聘中心发布招聘信息。

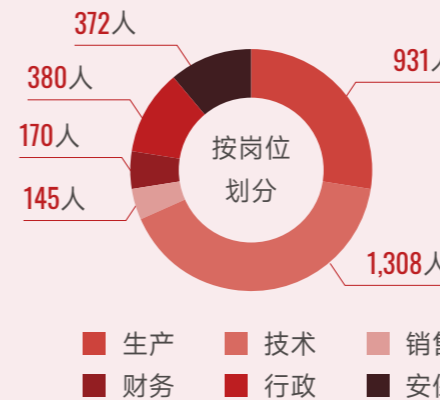
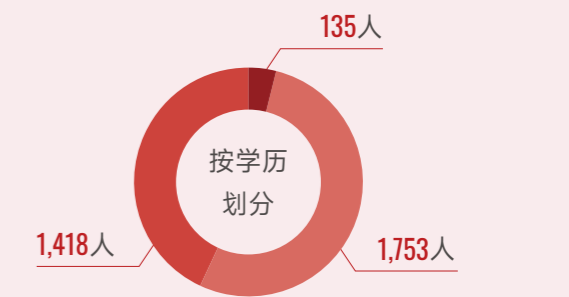
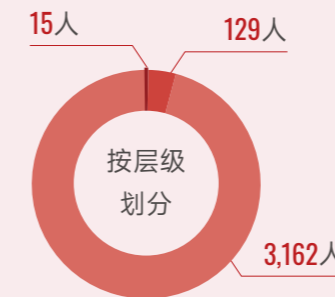
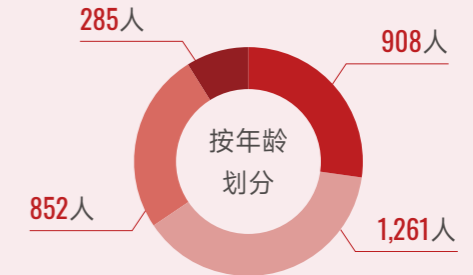
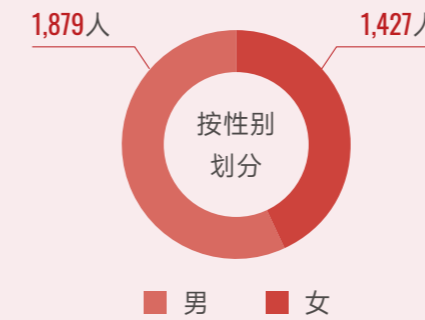
2025年，集团开展3场统一招聘、2场市场化选聘活动，共推出岗位64个、招聘250余人。集团秉持公平就业理念，面向退役军人和残疾人群体，设立“安全管理员”和“呼叫中心话务员”岗位，共招聘2人。同时，在“应急队员”等关键岗位明确退役军人优先录用条件，积极履行国企社会责任。



员工招聘考试

员工结构

在职员工总人数3,306人



劳务派遣人员245人
少数民族人数39人
残障员工人数6人
退伍军人员工人数112人
管理人员中女性人数比例22%
员工流失率/离职率14%

人权保障

公司致力于创建一个和谐、包容且尊重人权的工作环境，秉持“公开、公平、公正”的原则，在招聘和用工过程中严格遵守《劳动法》《劳动合同法》的各项规定，坚决反对雇佣童工和任何形式的强制劳动，禁止一切形式的歧视行为，不因性别、种族、宗教、残疾等因素区别对待，确保每位员工和应聘者都能享有平等的权利和机会。报告期内，公司未发生任何用工歧视、雇佣童工和强迫劳动等违法违规事件，劳动合同签订率100%。

人权保障举措



薪酬福利管理

员工薪酬

公司秉持“任人唯贤、唯能、唯绩”的原则，建立并不断完善与公司发展相匹配、以绩效为导向的薪酬分配体系，确保薪酬分配科学、合理。公司制定《商城集团薪酬制度》¹¹，建立了多元化的薪酬体系，为不同岗位序列员工提供精准激励。同时，公司设置集团全员绩效奖、业务激励等激励薪酬，用于奖励在年度工作中作出突破性贡献、展现非凡价值或取得卓越成就的员工和团队。

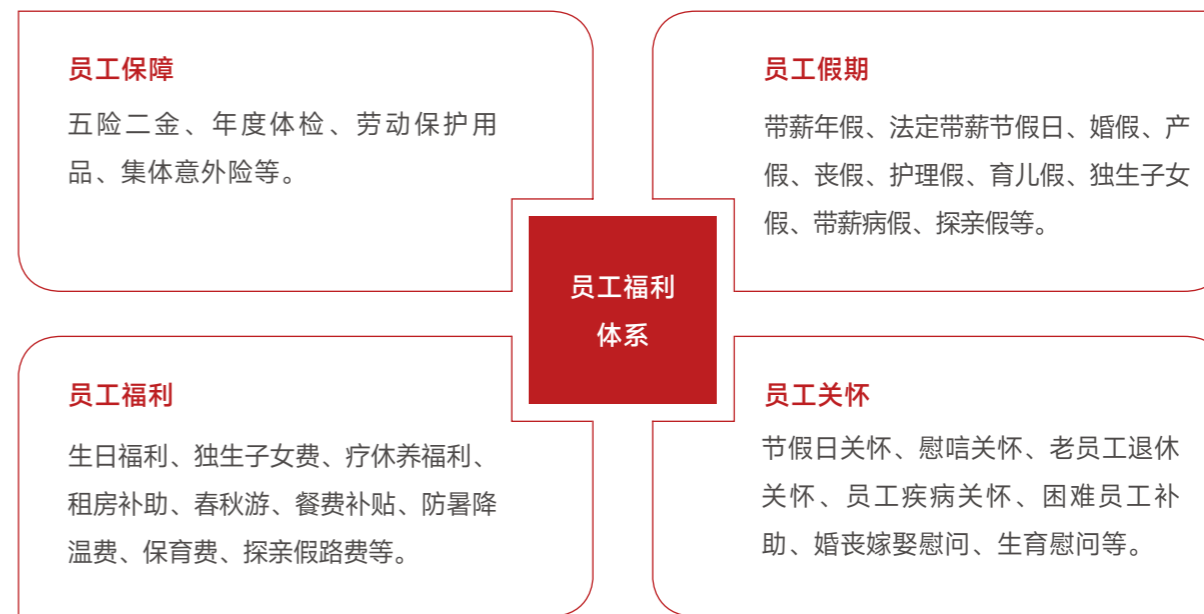
¹¹《商城集团薪酬制度》适用于集团除高管人员、酒店分公司、义乌购公司、义支付公司以外的合同制员工。

分层分类员工薪酬结构

人员类别	薪酬内容	薪酬体系
中高层管理人员	基础年薪+绩效年薪+通讯补贴+特别奖	年薪制
基层管理人员	岗位技能工资+月度考核奖+津补贴+效益奖+特别奖	结构工资制
营销类人员	岗位工资/基础年薪+销售提成+特别奖	提成制
技术研发类人员	基础年薪+效益年薪+技术研发提成	年薪制
普通员工	岗位技能工资+月度考核奖+津补贴+效益奖+特别奖	结构工资制

员工福利

为提升员工归属感和团队凝聚力，吸引和保留行业内的杰出人才，公司为员工提供优厚的福利待遇。报告期内，员工社会保险覆盖率100%。



案例 | 餐费补贴福利

2025年，公司出台了食堂用餐定额补助办法，升级“商城大会员”体系支付系统，增设个人补助账户，每月定期向补助账户打入补助费，实行就餐“133”（暨主账户扣款：早餐1元、中餐晚餐3元，其余餐费优先在补助账户内扣除），惠及员工3,306余人。

绩效考核管理

公司建立健全全员绩效管理体系，强化绩效考核结果应用，形成规范有效的激励和约束机制，提升员工工作效率。

考核办法

公司实行全员考核，考核内容主要为岗位职责履行情况、工作态度和工作能力等方面。报告期内，定期接受绩效和职业发展考核的员工比例为100%。

考核结果

考核结果区分为不同的等次；
建立绩效考核结果登记制度，每年登记绩效考核结果；
考核结果与职务升降、绩效奖金发放、评先评优等挂钩。

绩效反馈与申诉

绩效反馈与申诉负责部门：

反馈与受理部门：员工的直接上级与所在单位办公室。直接上级负责进行绩效面谈与反馈，单位办公室负责提供政策支持并受理申诉。

监督部门：集团人力资源中心。当员工对单位的处理结果不服时，可向集团人力资源中心提起正式申诉。

绩效反馈与申诉流程：

考核结束后，员工直接上级与员工进行一对一沟通，就考核结果达成共识或明确分歧。员工若对面谈结果不认可，可在3个工作日内向本单位办公室提交书面申诉，单位办公室在7个工作日内完成协调，并给出处理意见。若员工对单位处理意见仍不认同，可在收到意见后5个工作日内，向集团人力资源中心提起正式申诉。

股权激励

为进一步充分调动公司董事、中高层管理人员、核心技术（业务）骨干员工的积极性、责任感和使命感，共同关注公司的长远发展，公司于2020年10月首次推出《2020年限制性股票激励计划》，实施股权激励计划，激发公司员工的积极性和创造力。2025年公司稳步推进股权激励计划，2020年限制性股票激励计划首次授予部分第三个解除限售期限限制性股票及预留授予部分第三个解除限售期限限制性股票解锁暨上市。

民主管理和沟通

职工代表大会与工会

小商品城不断强化员工的主人翁意识，深化员工对公司文化的认同感和归属感，构建一个更加和谐紧密的工作共同体。公司依据《中华人民共和国工会法》《企业民主管理规定》等相关规定，建立健全工会和职工代表大会管理机制，作为促进员工与企业双向沟通、深化合作与共赢的桥梁。

报告期内，职工代表大会审议通过项目数9项，工会审议通过项目数10项，工会会员数量3,195人。

案例 | 商城集团工会第十次会员代表大会胜利召开

2025年10月25日，商城集团工会第十次会员代表大会顺利召开。会议审议通过了集团工会第九届委员会工作报告、经费审查报告，选举产生了新一届工会委员会、经费审查委员会、女职工委员会、劳动法律监督委员会等。此外，工会和企业双方共同签订了《综合性集体合同》《工资专项集体合同》《劳动安全卫生专项集体合同》《女职工权益保护专项集体合同》。



商城集团工会第十次会员代表大会

员工沟通与交流

多元化沟通渠道

公司畅通员工信息交流和沟通渠道，鼓励员工之间、上下级之间保持平等的对话，为员工参与民主决策、民主管理和民主监督创造良好的环境，保障员工知情权、参与权等合法权益。公司搭建完善的信息管理系统，员工可通过公众号信箱、企业微信、同事吧及公司内部网站等方式进行信息传递与交流。此外，员工可通过座谈会、董事长邮箱、工会主席邮箱、商城一席谈、月度例会、年度工作会议等渠道与上级领导进行沟通交流。

投诉与合理化建议

员工在自身利益受到侵犯或发现有违反公司各项规定的行为时，可以向相关当事人或部门提出投诉。若投诉者不认同被投诉人或被投诉部门提供的解决意见，投诉将被逐级提交，集团纪检室负责对投诉及处理的执行情况进行监督检查。

公司鼓励员工对公司提出合理化建议，集团办公室负责收集员工的合理化建议，并确保信息得到准确地传递。

0 0 0

集团OA系统：[HTTP://OA.CCCGROUP.COM.CN](http://OA.CCCGROUP.COM.CN)

集团人力资源信息管理系统：[HTTP://HRNEW.ONCCC.COM](http://HRNEW.ONCCC.COM)

集团办公室电话：0579-85182800

集团纪检室电话：0579-85182798

集团人力资源中心电话：0579-85581281



劳动关系管理

劳动争议处理

劳动合同存续期间发生的任何劳动纠纷，员工可以通过规定的程序向上级负责人或人事管理部门申诉，公司将根据相关规定妥善处理。

离职解雇管理

员工离职应提前30天提交离职申请。若员工不辞而别超过规定天数，员工未经公司同意而离职或员工被调往集团以外单位工作，则视为自动离职。需与员工终止或解除劳动合同的，我们严格按照劳动法律法规要求协商处理，对依法应当给予经济补偿的，按法律要求合法补偿。

员工满意度调查

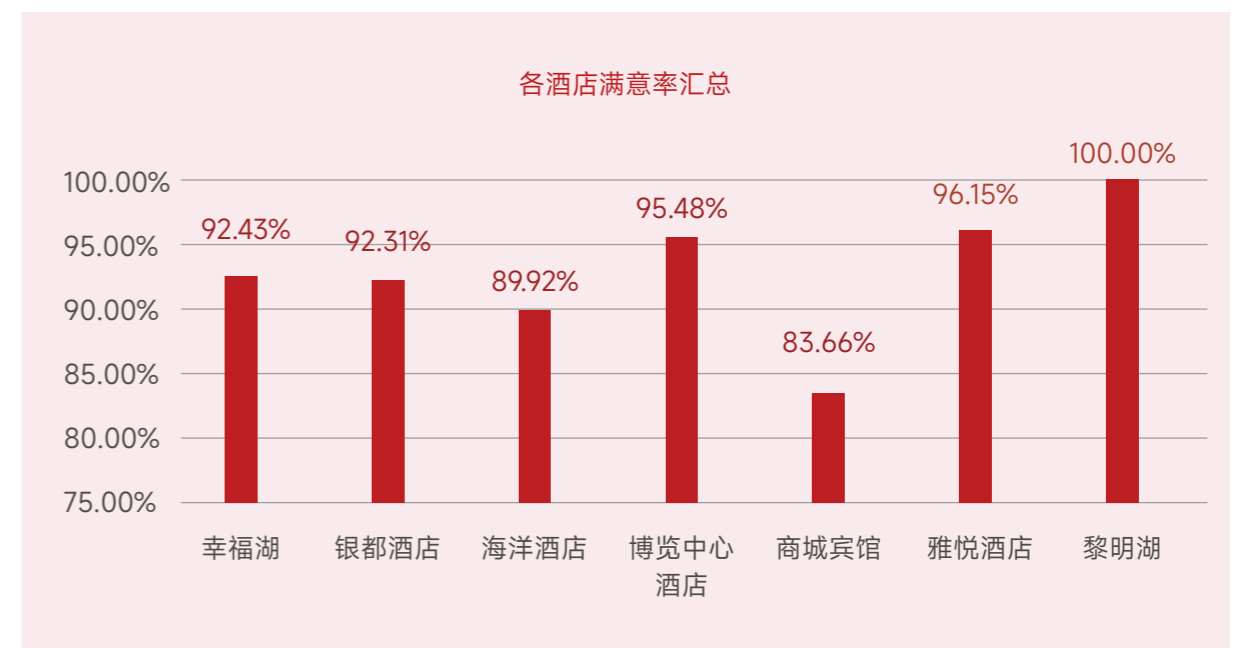
集团层面

公司高度重视并持续关注员工满意度的动态变化，定期开展员工满意度调查，深入了解员工真实需求，评估工作环境与团队氛围，从而精准施策，优化人力资源管理。集团人力资源部每年初面向基层员工进行满意度抽样调查，并就满意度低的项目制定相应对策与建议，调查内容涵盖整体满意度、工作成就感、认可与尊重、薪酬与福利、工作环境、培训与发展、沟通与团队精神、管理与创新、用人机制与制度、企业文化与未来发展等多个维度。

指标	单位	2023年	2024年	2025年
基层员工满意度得分	分	89.10	90.05	90.15

酒店业务线

酒管公司重视员工关怀与团队建设，建立常态化员工满意度调研机制，每年系统汇总各酒店员工满意度调查结果，形成专项分析报告。报告期内，酒管公司面向旗下各酒店员工全面开展满意度调研工作，共收集有效调研数据1,322份，经统一汇总、统计与分析，当期员工综合满意度达92.86%。



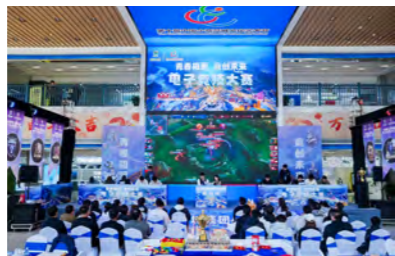
◆ 员工关怀

员工活动

公司始终秉持以人为本的理念，策划并组织多样化的团队建设活动与文体活动，增强员工之间的沟通与协作能力，丰富员工的业余生活，营造和谐、积极的工作氛围。



才艺大比拼



电竞比赛



歌咏比赛



网球比赛



文化艺术节



舞蹈大赛

员工帮扶

公司积极开展员工慰问活动，为员工送上温馨祝福与礼物，对困难员工进行探望与帮扶，让员工深切感受到公司的温暖与关怀。



春节送温暖活动



高温慰问

困难员工帮扶人数20人

困难员工帮扶金额60,000元

女性权益保护

公司深切关怀女性员工身心健康，维护女性员工合法权益，致力于营造一个包容、支持的工作氛围，让每位女性员工都能感受到公司的温暖与尊重，在职业道路上绽放光彩。公司女性员工可享受产假、计划生育假、哺乳假等女性特殊假期及妇女节专属休假福利。妇女节期间，公司为女性员工举办丰富多彩的活动以示庆祝与尊重。报告期内，公司休育儿假员工共59名，育儿假返岗率为100%。



女性身心健康关爱活动



女性普法专题活动



女性节日活动

员工培训与发展

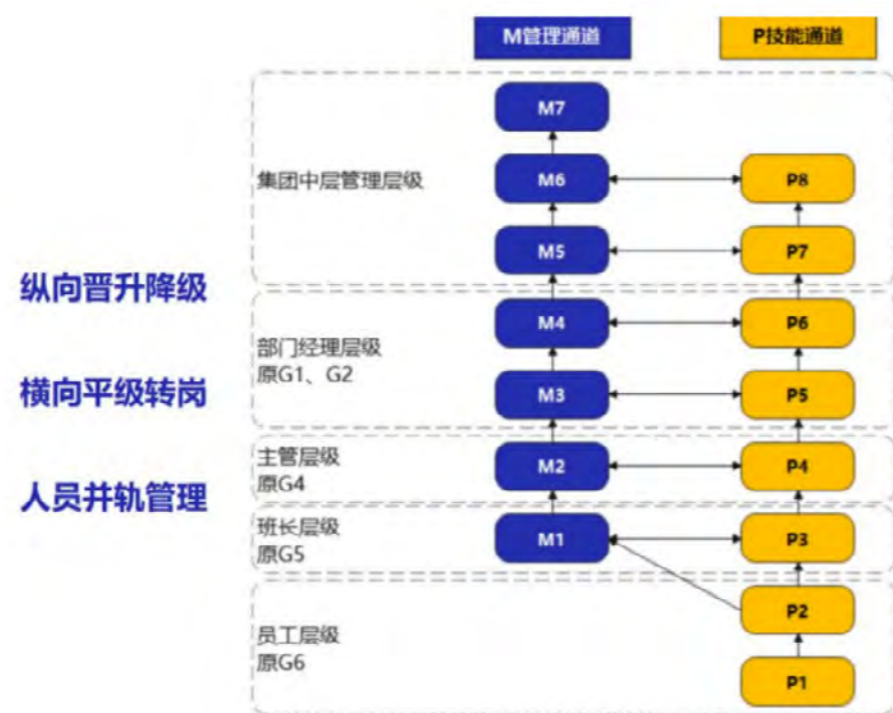
人才发展理念

小商品城把人力资本视为公司最宝贵的财富，不断完善培训和考核体系，通过知识、经验、能力的积累、传播、应用与创新，提升员工职业技能与职业素质，为每一位员工提供个人职业发展的规划，实现员工与公司的共同发展。

职业发展通道

员工发展通道

公司建立“管理通道、技术通道”双通道的职业生涯路径，结合员工个人能力特点和公司对人才需求的状况，帮助员工规划个人发展方向。同时，考虑到员工的不同发展意愿，公司还提供跨通道发展晋升的机会，允许员工在不同晋升路径之间互相转换。



职业生涯发展通道

内部选拔通道

公司制定《下属单位基层管理人员选拔任用管理办法》，加强对集团下属单位基层管理人员选拔任用的管理，促进干部队伍管理工作规范化、制度化。

选拔条件

公司选拔任用基层管理人员时综合考察员工基本条件和资格条件两方面内容。

选拔条件

基本条件

具备较高的政治素质和良好的道德修养，遵守基本职业规范，作风正派，遵纪守法，廉洁自律，具有组织观念和全局观念。
认同集团公司的企业文化和价值观，愿意承担职责，事业心强，工作勤奋积极，在群众中有较好认可度。
有一定的组织领导能力，具备担任相应层级职务所需的相关知识和工作经验。
绩效考核结果为良好及以上。

资格条件

资格条件涵盖年龄、学历及工作经验等多个方面，且依据不同岗位特性，设定有差异化的具体标准。

选拔方式

基层管理人员选拔方式分为竞争上岗和直接选拔。

竞争上岗

公司新提拔管理职位，符合选拔条件的人数若多于推出的职位数，应通过竞争上岗方式进行选拔。

直接选拔

因单位人数、职位要求等原因不能形成有效竞争又有合适人选的，经单位领导班子研究决定，可通过直接选拔程序产生。

员工培训措施

为助推集团战略转型和业务快速发展，强化集团人才队伍支撑，商城集团打造破壳计划、五鹰班、丰羽计划、强羽计划、智享平台等商城人力品牌IP，搭建集团员工全职业生命周期培训体系，不断推动集团人力资源高质量发展。2025年，公司员工培训总投入162.21万元。



集团员工全职业生命周期培训体系

指标	单位	2025年
员工培训覆盖率	%	100
员工培训场次	场次	800
接受培训总人次	人次	9,918
员工培训总时长	小时	112,404
员工每年人均培训时长	小时	34

“商城云课堂”线上学习平台建设

2025年，商城集团推行“商城云课堂”线上学习平台全覆盖，全面提升各层级员工的知识水平，要求全体员工需全年完成线上学习积分40分。

2025年，平台学员人数共2,731人，累计开通课程620门，员工累计学习时长52,149.35小时，人均学习约19.73小时。集团各部门及下属单位通过线上学习平台，累计发布3,029个学习课程任务，培训项目覆盖率达97.11%，课程重点关注领导管理、风险防范、岗位技能、职业素养等方面。

平台“内部课程”版块已完成更新优化，共有课程334门，其中包含“集团战略培训”“新业务板块”“企业文化”“内训师课程”“安全生产”等课程。特设“新员工入职培训”模块新增“核心业务分享课程”，帮助新员工快速了解、融入集团，更多渠道学习知识技能。

内训师队伍建设

集团内训师队伍通过“以践促学”模式，在实践中锤炼促进教学能力提升，以“赋能者”身份，投入集团内部各类场景的授课实践，全年累计完成授课23场，约1,300人次。

特色培训项目

线下项目

- “破壳计划”新员工入职培训
- “五鹰计划”管理岗位胜任资格系列培训
- “丰羽计划”新晋升管理人员系列培训
- “强羽计划”绩优管理人员系列培训



新员工入职培训

新员工入职培训以军事化训练、内部授课、集团核心业务板块参观学习、消防培训及实操演练相结合的方式开展，帮助新员工快速适应新角色、熟悉新环境、融入新集体。



新员工入职培训

“丰羽计划”新晋升管理人员培训

为提升集团新晋基层管理人员的综合管理素质及领导力，助推集团战略转型与业务拓展，集团人力资源中心开展2025年度“丰羽计划”新晋升管理人员培训。本次培训通过前期刊卷调研，快速了解参训学员的实际培训需求和亟待提升的管理能力，针对性设计课程内容，帮助学员角色快速转变角色，胜任岗位工作。同时，课程结束后进行跟踪指导，助力学员快速掌握管理类工具，在工作中实践应用。



新晋基层管理人员培训

“强羽计划”绩优管理人员培训

集团人力资源中心开展2025年度集团青年骨干人才培养项目，培养对象为集团各单位推荐的青年骨干人才，项目采用“多维赋能+课题研究+导师带教”培养模式开展全方位培养，培训内容涵盖党课与政治素养提升、战略业务学习、线上测评摸底、拓展团建、标杆企业参访及集中赋能等多个模块。通过本次培训项目，深度挖掘集团青年骨干人才潜能，进一步完善集团人才储备与供给机制，夯实人才库，为集团可持续发展提供人力资源支持。



集团青年骨干人才培养项目

中、高层管理人员能力提升培训

报告期内，集团选派38名中层及骨干赴阿里巴巴，深入学习AI商业应用与数字化管理实践，拓宽管理视野，并鼓励各单位结合自身业务开展标杆学习，发放管理类经典教材（共340册），引导中、高层管理者利用业余时间自我提升，系统加强其战略思考、有效授权及团队建设等核心能力。



标杆企业参访

学历提升支持

为提升员工学历水平和专业素养，人力资源中心积极开展学历提升工作，选择专业机构为员工提供高质量学历提升服务，并通过公司内部群等渠道发布报名信息。2023年以来，集团已累计服务员工70人。

报告期内，人力资源中心与中国人民大学、国家开放大学、春华教育等合作，拓展学历提升合作渠道。本年度共计10名员工报考学历提升项目（其中，中国人民大学研究生4人、春华教育大专6人），有效促进了员工队伍知识结构的优化与综合素质的提升。

职业健康与安全

健康与安全管理体系

公司遵循“安全至上，预防为先”的安全文化理念，坚持“安全第一、预防为主、综合治理”的安全方针，严格遵守《中华人民共和国安全生产法》《中华人民共和国职业病防治法》等法律法规，落实《商城集团综治、消防和安全生产工作手册》等各项安全生产和消防安全管理制度，为员工创造安全的工作环境。

公司不断完善安全生产组织体系，成立安全生产委员会，由集团党委书记、董事长担任主任，其他班子成员为副主任，集团各部门及下属各单位负责人为成员。安全委员会下设安全生产部，专职负责安全生产工作的监督指导和组织协调，集团下属市场、酒店、园区等单位均建立安全管理部门。此外，集团将安全生产工作纳入经营业绩管理考核，使安全工作与企业效益挂钩，促使各单位更加重视安全生产工作。报告期内，供应链公司已通过ISO 45001:2018职业健康安全管理体系认证。

安全生产主体责任制

公司实行全员安全责任制，建立健全网格化管理体系，层层签订安全生产责任书，压紧压实安全责任。集团于2024年末制定《2025年综治、消防、反恐、信访、安全责任书》，通过逐级签订，完成与各公司安全责任书签订共478份。

目标与规划

目标内容		达成情况
2025年度	强基固本，抓实抓细安全基础工作，力争实现集团全年安全生产零事故。	已完成
2026年度	商城集团围绕“补短板、抓提升、防事故”的工作目标，实现2026年安全生产态势平稳，安全生产零事故。	正在推进

◆ 坚守安全防线

安全隐患排查

公司全年开展安全检查，及时发现和消除各种安全隐患，避免各类事故发生，共发现安全隐患1,230处，隐患整改率100%。

节后复工复产安全督查

集团安全生产部组织对下属各公司及投资的各建筑施工项目开展“六个一”“开工第一课”落实执行情况的督查。

商城集团第一季度安全检查考核

集团安全生产部开展第一季度安全检查考核，本次考核内容主要围绕责任落实、工作落实、九小场所管理、消防设施设备管理等多个关键环节。

商城集团“五一”节前检查

为有效预防电气安全事故发生，根据年度安全工作计划，集团于“五一”节前组织开展电气安全专项检查，检查内容主要围绕电气设施设备的运行和管理情况，并抽查部分电梯的日常维保情况。

商城集团2025年上半年安全考核

集团安全生产部组织开展半年度安全检查考核工作，本次考核聚焦对应急响应、安全数字化平台信息维护、指令单落实、在建项目安全管控及应急演练、夜间拉动等关键环节。

商城集团2025年国庆节前安全检查

集团安全生产部组织消控、工程等相关专业骨干人员对下属各单位开展国庆节前安全检查，检查覆盖集团下属18家重点单位，围绕消防设施设备、电气设备设施、现场安全秩序管理、责任及工作落实等核心方面，通过现场核查、设备测试、台账查阅等方式排查安全隐患。

商城集团2025年年终安全检查

根据年度安全生产工作计划安排，集团安全生产部组织对下属各单位开展年终安全检查，覆盖下属37家单位及部门。

应急预案与演练

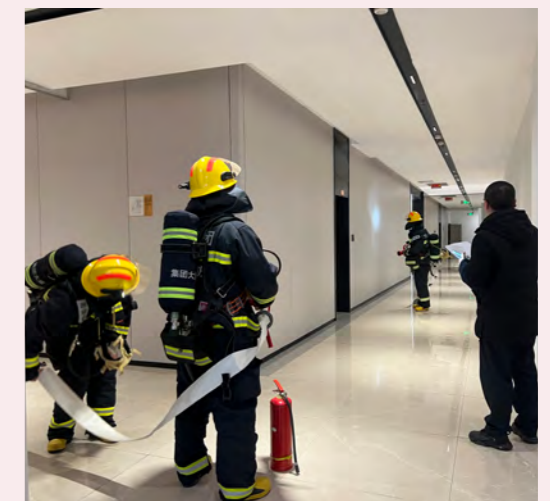
集团成立应急救援、救灾领导小组，制定《火警、火灾应急处置预案》《防汛防台抗旱应急预案》等多项应急预案，明确应急响应流程、责任分工及救援措施，确保在紧急情况下能够迅速、有序地采取行动。同时，集团积极开展各项应急演练活动，并做演练效果评估，对演练中存在的问题进行整改，提高组织的应急能力与员工处理各种紧急情况的能力，为商城的安全运营提供坚实保障。

案例 | 四区市场应急演练

2025年7月16日，国际商贸城四区公司开展火警、火灾事故应急演练，提升全员应急处置与快速反应能力，保障生命财产安全，维护市场稳定。

案例 | 五区市场应急演练

为加强五区市场安全生产、消防安全管理工作，预防火警、火灾事故发生，确保市场安全运行，2025年10月30日，国际商贸城五区公司开展火警、火灾应急预案演习，提高全员火警、火灾的应急处置能力，检验各部门应急处置协调水平和处置能力。



职业健康管理

公司注重员工的健康情况，严格遵守《中华人民共和国职业病防治法》《工作场所职业卫生监督管理制度》等职业健康法律法规，落实各项防护措施，为员工提供医疗保险、年度体检等安全保障，规范劳动防护用品的采购、管理和发放，确保劳动防护用品有效使用，减少职业伤害和疾病的风险。



现场警示标识图片

安全宣传与培训

商城集团高度重视安全文化建设，积极营造浓厚的安全氛围，定期组织开展“安全生产月”“消防宣传月”等活动，逐步建立起具有自身特色的安全文化体系，为企业的持续稳定发展奠定坚实的安全基础。



安全生产技术基础知识培训



消防技能培训

相关方安全管理

为加强相关方安全管理，公司制定《市场进场施工安全管理制度》，与施工单位签订《市场进场施工安全责任书》，并对施工进场人员集中进行安全培训，预防和控制各类安全事故的发生，确保施工安全有序进行。



作业人员岗前培训

指标	单位	2025年
安全生产投入金额	万元	2,560.14
安全生产事故数	起	0
因工死亡人数	人	0
总工伤人数	人	0
因工伤损失工作日数	日	0
安全培训总投入	万元	11.8
安全教育培训场次	场次	496
参与安全教育培训人次	人次	13,200
安全教育培训总时长	小时	23,000
特种作业人员持证上岗率	%	100
新增职业病数	宗	0

乡村振兴与社会贡献

社会贡献

社会公益

公司在实现自身稳健发展的同时，始终不忘践行企业社会责任，致力于社会公益慈善事业，积极开展爱心助学、慈善捐款、节日慰问等公益活动，用实际行动献出一份爱心，传递一份温暖，托起一份希望。报告期内，集团持续推进低收入家庭结对帮扶工作，共帮扶123人，帮扶金额24,600元。



商城宾馆献血公益活动



雅悦酒店技能服务进社区



雅悦酒店敬老志愿活动

指标	单位	2025年
志愿者活动参与人次	人次	7,416
志愿者活动总时长	小时	14,832
公益慈善投入	万元	20.00
帮扶人口数量	人	123

就业支持

为积极响应“一带一路”倡议，促进双方校企合作，助力世界小商品之都建设，义乌中国小商品城大数据有限公司与义乌工商职业技术学院签署合作协议，本着“平等互利、合作发展”的原则，建立稳定、互利、协作、共赢的战略合作关系，努力完善合作机制，深化境外合作办学、创业项目孵化、科研社会服务、实训基地建设等合作内容，实现共同发展。依托Chinagoods平台供应链优势和国际教育学院优势，邀请国际学生参与平台活动，搭建校企合作项目孵化平台，为学校大学生提供实习和就业创业机会。

集团深化“校企合作、产教融合”，与义乌工商职业技术学院发起义乌市场“小蜜蜂”志愿服务项目，导入在校大学生资源，发挥外语、创意设计、国际贸易等专业优势，扎根市场见习实训，推动学生准就业与市场促转型“双向奔赴”。2025年，共接纳164名大学生分批分岗完成见习实训。

指标	单位	2025年
雇佣当地员工数量	人	2,342
雇佣当地员工数量占比	%	70.84

乡村振兴

公司深入贯彻落实党的二十大对全面推进乡村振兴、加快建设农业强国作出的重大战略部署，坚决巩固拓展脱贫攻坚成果，积极探索乡村振兴新模式，有效推动乡村经济发展，为全面推进乡村振兴贡献力量。

案例 | “义乌 - 巴州”东西部对口协作

集团与四川省巴中市巴州区开展东西部协作工作，聚焦就业、教育、产业等领域，推动协作走深走实，共同绘就乡村振兴、区域发展新图景。

2025年7月，集团党群工作部牵头组织市场运营公司、供应链公司赴四川巴中调研来料加工、市场拓展及研究在巴州区建立义乌小商品分市场等事宜。

2025年9月，集团组织“巾帼携手促振兴 义巴同行促发展——百名义乌老板娘巴中行活动”，物业公司、旗下酒店同步开展专场招聘活动，探索一条东西部协作、妇女赋能、产业振兴的共富新路径。

2025年9月，集团落实《关于2025年度东西部协作社会帮扶资金任务分解的通知》要求，向巴州捐赠17万帮扶资金（其中3万元定向捐赠给光辉镇柏林湾村）。



指标索引

报告目录		全球报告倡议组织 (Global Reporting Initiative, GRI) 《可持续发展报告标准》	《上海证券交易所上市公司自律监管指引第14号——可持续发展报告 (试行)》	《央企控股上市公司ESG专项报告编制研究》
报告前言	关于本报告	2-1/2-2/2-3	/	/
	董事长致辞	2-11/2-22/2-23	/	/
走进小商品城	关于我们	2-1/2-2/2-6	/	/
	2025亮点绩效	201-1	第十九条	/
ESG管理	ESG治理	2-14/2-22	第五十一条/第五十二条	G1.1.1
	ESG管理目标	/	/	/
	利益相关方沟通	2-12/2-16/2-27/2-29/413-1	第五十三条	/
	重要性议题管理	3-1/3-2/3-3	/	/
合规筑基石, 清廉守初心	完善治理体系	2-9/2-10/2-11/2-12/2-13/2-18/2-19/2-20	第五十一条	G1.1.2/G1.1.3/G1.2.1/G1.2.2/G1.2.3/G1.3.1/G1.3.3/G3.2.1
	坚持合规管理	2-23/2-24/2-25/2-26/2-27/3-3/207-1/207-2	第五十一条	G2.1.1/G2.1.2/G3.2.2/G3.2.3/G5.1.1/G5.1.2/S4.1.1
	投资者权益保护	2-12/2-16/3-3/201-1	第五十三条	G3.1.1/G3.1.2/G3.1.3/G3.2.2/G3.2.3/G4.1.1/G4.1.2/G4.2.1
	恪守商业道德	3-3/205-1/205-2/205-3/206-1/417-11/417-2/417-3	第五十四条/第五十五条/第五十六条	G2.2.1/G2.2.2/G2.3.2
	坚持党建引领	/	/	G1.1.4
	低碳践行行动, 绿色焕商城	应对气候变化	3-3/201-2/305-1/305-2/305-4/305-5	第十一条/第二十一条至第二十八条
资源管理	3-3/301-1/302-1/302-2/302-3/302-4/302-5/303-1/303-2/303-3/303-5	第十一条/第三十五条/第三十六条	E1.1.1/E1.1.2/E1.1.3/E1.1.4/E1.3.1/E1.3.2/E1.3.3/E1.3.4/E1.3.5/E5.2.1/E5.2.2/E5.2.3/E5.3.1	

报告目录		全球报告倡议组织 (Global Reporting Initiative, GRI) 《可持续发展报告标准》	《上海证券交易所上市公司自律监管指引第14号——可持续发展报告 (试行)》	《央企控股上市公司ESG专项报告编制研究》
低碳践行行动, 绿色焕商城	环境管理	101-2/101-4/413-1/3-3/303-2/303-4/305-7/306-1/306-2/306-3/306-4/306-5	第二十九条至第三十三条/第三十七条	E2.1.1/E2.1.2/E2.1.3/E2.1.4/E2.2.1/E2.3.1/E2.3.2/E2.3.4/E4.1.1/E5.4.2/E5.4.3/E5.4.4/E5.4.6/E5.5.1/E5.6.1/E5.6.2
	生态系统和生物多样性保护	101-2/101-8	第三十二条	E4.1.1
创新驱动能, 数据筑防线	创新驱动	3-3	第十一条/第四十一条/第四十二条/第四十三条	S2.3.1/S2.3.2/S2.3.3/S2.3.4
	供应链安全	3-3/308-1/308-2/414-1/414-2	第十一条/第四十四条/第四十五条/第四十六条	S3.1.1/S3.2.1/S3.2.2/S3.2.3
	产品安全与质量	3-3/416-1	第十一条/第四十七条	S2.1.1/S2.1.2/S2.1.3/S2.1.4
	客户服务管理	3-3/416-1	第十一条/第四十七条	S2.2.1/S2.2.2
筑梦惠员工, 担当馈社会	信息安全与客户隐私保护	3-3/418-1	第十一条/第四十八条	S2.2.3
	员工权益保障	2-7/3-3/404-1/404-2/401-3/404-3/405-1/406-1/408-1/409-1	第四十九条/第五十条	S1.1.1/S1.1.2/S1.1.3/S1.2.1/S1.2.2/S1.2.3/S1.2.4/S1.3.4/S1.5.1/S1.5.2/S1.5.3
	员工培训与发展	3-3/404-1/404-2	第四十九条/第五十条	S1.4.1/S1.4.2/S1.4.3
乡村振兴与社会贡献	职业健康与安全	3-3/403-1/403-5/403-6/403-7/403-8/403-9/403-10	第四十九条/第五十条	S1.3.1/S1.3.2/S1.3.3
	乡村振兴与社会贡献	3-3/203-1/203-2	第三十八条/第三十九条/第四十条	S4.3.1/S4.3.2/S4.3.3/S4.4.2/S4.4.3
指标索引	/	/	/	/
读者反馈	/	/	/	/

读者反馈

感谢您百忙之中阅读《浙江中国小商品城集团股份有限公司2025年度环境、社会和公司治理报告》，我们十分重视并期望聆听您对公司ESG工作和可持续发展管理的宝贵意见与建议，您的意见与建议是我们持续改进ESG工作、提升可持续发展管理的重要依据，在此诚挚地邀请您协助完成读者反馈中的相关问题并通过以下方式反馈给我们，再次感谢您对我们ESG工作的鼎力支持！

电话：0579-85182812

电子信箱：Hxu@cccgroup.com.cn

传真：0579-85197755

地址：浙江省义乌市银海路567号商城大厦

对于小商品城来说，您的身份是：

股东与投资者 政府及监管机构 客户 合作伙伴 员工 行业协会与组织 社区、公众与媒体 其他_____（请注明）

1.您对本年度ESG报告的总体评价：

很好 较好 一般 较差 很差

2.您认为本报告披露的信息是否准确、清晰、完整？

很好 较好 一般 较差 很差

3.您认为本报告是否具有可读性？

很好 较好 一般 较差 很差

4.您认为本报告是否能全面地反映公司对经济、社会、环境的重大影响？

很好 较好 一般 较差 很差

5.您对本报告逻辑思维、结构安排、版式设计的评价？

很好 较好 一般 较差 很差

6.本年度ESG报告的哪些议题最引起您的关注？

7.您还希望从报告中获取哪些信息？

8.您对我们的ESG报告或ESG工作和可持续发展管理方面的意见？