

# 上海新世界大丸百货

## 社会责任报告



二零二二年一月

# 上海新世界大丸百货 社会责任报告

## 前 言

上海新世界大丸百货自 2015 年创建伊始，就追求卓越，致力于为消费者提供“环境舒适、品牌时尚、服务暖心、文化传承”的百货商场购物新体验，致力于引领南京路的发展。上海新世界大丸百货坚持“礼仪为先、顾客至上”的服务理念，将精神文明建设作为推进企业持续快速健康发展的原动力，形成了以“打造高端精品百货标杆，引领时尚品质生活地标”为企业愿景，“寻遍世间臻品 奉献至尊体验”为使命，“诚信 创新 臻品 真情”为核心价值观的企业文化，主动参与城市公共管理，积极投身社会公益事业。本报告以《上海市文明单位社会责任报告一指导手册》为导向，全面反映了上海新世界大丸百货在 2021 年期间，通过完善的管理机制、规范的运作流程、创新的服务理念，在履行员工责任、经济与服务责任、诚信责任、社区责任、环保责任等社会责任方面所做的工作。

公司承诺报告真实、诚信，并主动接受社会监督。本报告全面反映了上海新丸商业运营有限公司在 2021 年期间，完善管理机制、规范运作流程、健全内控制度，以及在履行员工责任、经济责任、诚信责任、社会责任和环境责任等各方面的社会责任方面所做的工作。

这份社会责任报告是公司承担社会义务、履行社会责任道路上的一个坐标，公司将以此次发布社会责任报告为契机，接受社会各界的监督，不断完善公司社会责任管理体系建设，加强与各利益相关方的沟通与交流，继续支持社会公益，扶助弱势群体。公司将在未来的发展过程中不断探索有效履行社会责任的着力点，并继续紧抓深化改革所带来的持续快速增长的发展机遇，加快企业自身的调整和发展，从而促进公司能更好地履行社会责任，并实现自身与全社会的协调发展。

## 一、单位基本情况简介

上海新世界大丸百货坐落于中华商业第一街——南京路步行街东首与河南中路交汇处,毗邻外滩,地理位置得天独厚,于2015年2月8日试营业,同年5月15日正式开业,是一家新兴的以百货运营模式经营国际顶级奢侈品牌的综合性百货商场。

作为黄浦区国资委、上海新世界(集团)有限公司、上海新世界股份有限公司与日本著名老字号百货公司大丸松坂屋合作打造的大型高端精品百货商场,上海新世界大丸百货属于国有体制,拥有雄厚的背景实力和精细的管理体系,为打造顶级百货提供了强大的支撑。公司坚持“打造高端精品百货标杆,引领时尚品质生活地标”的企业愿景,力争实现“国内领先,国际一流”;围绕“商业为本、文化为魂、时尚为先、互动为形”的海派经营文化,生动诠释“国际性、包容性、引领性”;以品牌、质量、创新、技术、管理为核心,全力塑造品牌引领、品质卓越、服务一流、创新追求、管理精细的公司品牌形象,在全力打响“四大品牌”和“上海标准”中,持续提升高品质服务和扩大商品供给,推动高质量发展、创造高品质生活。

上海新世界大丸百货自创建伊始,就以先进标准为引领,除了“钻石级”地段外,还拥有卓越的硬件实力。公司以打造百货业颜值最高的购物空间为追求,外形设计高端大气,在外滩万国建筑博览中独领风骚。内馆以海之文化为题的设计理念,融合古典与现代的设计艺术,尽显典雅华贵。公司共有地上六层和地下五层,停车泊位300余个,总建筑面积达11.8万平方米。两部大型的升龙旋转电梯,沉稳美观;在开合式玻璃穹顶中,镶嵌着巨型LED屏幕,美轮美奂;通透明亮的中庭空间,开阔大气;人性化的服务设施,别具一格。

上海新世界大丸百货经营高端奢侈品,引入了GUCCI、Bottega Veneta、Salvatore Ferragamo、Burberry等世界顶级奢侈品牌,近几年也根据商场定位和市场情况不断引入新品牌和高端品牌。商场内云集了将近500个全球知名、国际流行、港澳风靡、国内驰名品牌的入驻,形成了奢侈品、高端表类、黄金、珠宝、配饰、眼镜、化妆品、护肤品、服装、鞋帽、内衣、包袋、运动用品、婴幼儿和儿童用品、家居用品、电信数码产品、健康和生活家电、食品、药妆、鲜花、杂货、咖啡、中外餐饮、OLE超市等诸多大类的经营格局和品牌体系,近乎覆盖了全年龄客层的需求,引领时尚消费,提供具有高质感、精致生活的商品。

上海新世界大丸百货始终坚持具有自身特色的发展模式，走创新营销之路，奉会员制为核心，秉承“礼仪为先、顾客至上”的服务理念，践行日式标准服务，实施智慧便利支付。公司着力打造集食品饮料、休闲娱乐、美容美发、文创体验等配套服务为一体的高端时尚购物商场，铸就“环境舒适、品牌时尚、服务暖心、文化传承”的上海百货新形象。

上海新世界大丸百货在开业的前四年里，以每年超过 40% 的平均增长率高歌猛进。2020 年-2021 年，因为受新冠疫情影响，销售势头有所放缓，2020 年，公司销售额为 20.97 亿元。2021 年，公司实现总体销售 23.92 亿元。

## **二、主要报告参数**

### **(1) 报告篇幅**

本报告包括前言、报告内容和展望。主体部分为报告内容，主要阐述上海新世界大丸百货在员工责任、经济与服务责任、诚信责任、社区责任和环境环保责任五方面的履行情况。

### **(2) 报告时效**

本报告涉及内容时间范围从上海新世界大丸百货开业至 2021 年 12 月，重点集中于 2021 年 1 月至 2021 年 12 月。

### **(3) 报告独立性**

本报告其中所涉及数据和材料均来自于上海新世界大丸百货。

### **(4) 报告特色**

本报告较全面地反映了上海新世界大丸百货在履行社会责任方面的做法和成绩，充分体现了上海新世界大丸百货的社会责任意识和社会责任水平。对于履行社会责任的情况，本报告客观公正地予以阐释，其中涉及的数据准确、真实，材料丰富。

## **三、报告内容**

### **I-1 员工责任**

#### **员工教育、员工录用、权益保护**

对于员工的培训是服务行业关键环节之一，上海新世界大丸百货一直非常注重对各级员工的培训，培训分为专业培训、晨会培训和现场管理培训三部分。培

训内容涉及《员工手册》、《服务台工作手册》和《晨会 30 日教程》等。

所有的新进员工（本店员工和厂方导购）都必须集中培训，内容涉及《员工手册》、服务体系、工作准则、售后退货、会员细则、待客礼仪和接待技巧，当场试卷考核，考核成绩合格的方可入职。《员工手册》包括服务、营销、会员、总务等管理制度的告知和遵守。专门邀请专业培训导师，每年上下半年进行国际礼仪、服务技能、销售技巧的现场 OJT，指导范围涵盖迎宾状态、仪容仪表、基本礼仪规范、待客技巧等各个方面，并进行了现场接待演练、角色扮演，使品牌导购明白了不单是接待过程，自身规范的仪容仪表，热情的迎客接待都会给顾客留下良好印象，从而提升顾客回头率提高业绩，也让上海新世界大丸百货的服务水平持续保持高水准。

晨会培训形成一种固定模式，每天开业前 15 分钟的晨会，通过反思昨天来明确今天的目标，了解商场各种信息，再进行简短的服务培训，对表扬及鼓励优秀业绩的专柜来提高员工的工作积极性，以最佳状态迎接一天的工作。

日常巡视是一个管理和纠错的过程，对一些员工需要改正及提高的方面进行现场指导，保证现场服务质量，遇到任何情况第一时间解决，顾客在购物的全过程体现上海新世界大丸百货日式的接待服务。

近几年，公司不断丰富培训内容，以此增强员工素质，为各部门骨干以及基层和一线员工，开展多元化的培训课程，全面提升员工整体素质。采用系统化、针对性的培训，通过内容丰富的授课形式，有效地让员工们各方面能力得到提升，增强组织粘性，激发个体的责任感，同时提升了自我管理能力，也为他们建立了更加积极饱满的工作心态。2021 年结合当下时政热点，开展了“学党史，守初心”党建模拟沙盘、“抖音直播带货与线上营销”“整合营销新思维新政策”“民法典”亮点解读、“OJT 现场培训”“新进员工培训”“店庆收银岗前培训”等课程完善制度建设，加强内部管理。开展“喜迎二十大，奋进新征程”系列学习活动。在集团“南京路和你一起迎新年”短视频大赛中，发动职工积极参与，提交作品荣获第三名。

公司积极引进高学历人才，加强人才队伍储备。进一步优化了招募、甄选、聘用的过程，使流程更加通畅。通过现有的招聘渠道，精准地吸纳了一批优质人才，填补各岗位的空缺。还利用就业基地的优势，配合黄浦区就业促进中心，为

高校毕业的应届生提供就业指导和服务资源，帮助他们树立求职信息、掌握求职技巧。2021年上半年录用新员工18名，其中硕士研究生4名。公司现有员工大专以上学历员工占比保持在80%以上，其中，研究生、本科学历占40%，大专占40%。公司每年委托三方机构做员工满意度测评，测评结果显示，2021年的员工满意度达95.10%。大丸百货开张至今的老员工占比40%以上，3年以上员工占比80%以上，员工流失率在10%以内，远低于行业平均水平，员工队伍的凝聚力和归属感不断增强。上海新世界大丸百货拥有严格的员工录用机制，严格遵守国家法律法规，根据《劳动合同法》等法律规定实行全员劳动合同制，并为每一位员工提供了完善的全方位的社会保险等福利保障，为规范用工、降低用工风险提供了保证。公司的政策是任何时间，皆以尊重、公平的态度对待每一位员工。员工之聘用、调动、晋升或培训完全基于个人之资历和工作表现。公司内部定期召开有关人力资源的专题会议，分析公司在用工过程中存在的问题，对新劳动合同法的特点以及在贯彻过程中值得关注的问题进行分析。公司认真梳理企业规章制度，包括人力资源管理的相关文件，加强人力资源基础管理工作，使劳动关系的管理法律化、规范化、程序化。

公司内部运用绩效考核，来提高员工服务积极性，提升服务质量。近几年不断优化员工年度绩效考评工作，以KPI绩效为导向的薪酬分配体系、人性化的激励保障机制，激发员工内在动力，实现绩效考评工作更贴合日常工作，为员工的奖惩、晋升、调整提供了客观依据，确保员工队伍的高素质，高效率。有效推动了公司内部和谐高效、充满活力的人文环境，形成了以发展汇聚人才、以人才推动发展的良性循环。

公司坚持推行规范服务、星级服务、品牌服务，提高了员工的综合素质。公司内部每年开展劳动竞赛。结合公司经营实际，以“五五购物节”及周年店庆为契机，组织开展“比一比”“赛一赛”劳动竞赛评比活动，激发职工积极性，定期组织检查，做好信息汇总，落实各项整改，以竞赛促安全、促管理、促效益，推进企业经济目标完成。积极参加行业协会、商委、区总工会等组织的评比和竞赛活动，领会精神，落实内容，高质量参评，屡次获奖，并且评比的分值名列前茅，获得社会各界的好评和认可。

每年为员工工作体检一次。每年公司举行全体职工代表大会，员工可在职代会

上畅所欲言，提供宝贵建议与人力资源及部门经理交流。充分发挥职工代表参政议政作用，开展职工代表提案、员工合理化建议征集活动。为了让管理层了解员工的心声，倾听员工的意见，同时给员工提供向管理层反映意见和建议的渠道，公司在员工区域内设立了总经理信箱和畅所欲言信箱。员工可以就个人、部门及公司经营管理、员工福利等各个方面提出自己的意见和想法。

保障维护员工权益，关心慰问落实到位。根据《上海新丸商业运营有限公司集体合同》约定，公司每年为符合条件的职工办理上海市职工保障互助会综合互助保障。公司关注员工生理和心理健康，公司工会组织工会活动，开展“健康心理 幸福人生”的活动，特邀请上海精神卫生中心的专家做专题讲座，帮助员工进行心理疏导，帮助员工有健康的心理开启幸福人生。同时，公司做好重大节日慰问，疫情期间做好志愿者家属、隔离孕期员工的关心慰问和日常因病职工及时家访慰问等。

### **防疫抗疫**

公司建立了常态化疫情防控机制，统筹兼顾，落实细节，严格执行每日测量员工体温的要求，并检查督促口罩常戴，确保上岗员工的健康状态；在服务台、客服中心、母婴室等对外服务区域配备免洗消毒液、酒精棉片、体温枪和一次性口罩等卫生用品，供顾客及员工使用；保洁员每日定时对公共区域实施例行清洁消毒工作，并有专人巡视检查做记录；在商场重大活动期间，设置防护玻璃隔栏和一米栏；在商场各个入口安装红外热成像仪等防疫设备，保安检查健康码，为顾客营造了安心、放心的购物环境。

### **安全保护**

上海新世界大丸百货坚持“安全第一，预防为主”的安全方针，非常重视安全工作。近几年，公司更加注重全面安全管理。安全责任重于泰山，公司每年年初完成签订《安全生产目标责任书》及《消防工作目标责任书》，签订工作覆盖所有部门、楼面及商铺业主。确保安全生产事故数和人员伤亡数为0。

公司始终坚持按照公司制度抓好巡逻检查工作，每天雷打不动对于公司重要设施和重点区域进行检查，以确保安全无事故。为了确保公司安全，部门制定了一系列工作计划和安全应急方案，这些安全应急方案对于公司安全工作起到很好的效果。对于员工明确职责，从思想上让每个员工绷紧“安全”这根弦，确定安

全工作重点区域，从每一个环节入手，周密细致地检查，及时发现并消除安全隐患，将安全隐患消灭在萌芽状态。在维持秩序方面，从车辆停放开始，再到百货商场的各个进出入口，为公司的经营营造了良好的外部环境，再在内部加大巡逻力度大大改善了内部安全环境。

消防工作始终都是公司安全工作的重中之重。公司通过各种举措确保把消防工作做好，为安全经营保驾护航。公司本着预防为主的思想，实行消防安全责任制，确定部门经理是部门安全第一责任人。每月组织一次防火检查，及时消除火灾隐患。制定了详细的检修计划，对各种消防设施进行检查、维护、保养，针对公司现状公司制定了详细可行的灭火预案、疏散应急预案，在每年一次的公司消防灭火和紧急疏散演练中，公司全体员工和现场的供方人员均全员参加，取得了良好的效果。

上海新世界大丸百货注重安全教育培训工作，广泛开展安全生产宣传教育，安全推进部门对各职能部门、各不同层级员工开展针对式安全培训。公司定期组织各部门安全员会议，要求各部门安全员开展全面检查，消除隐患，促使全体员工增强安全意识和责任感。安全生产工作受到各方好评，工伤率不超标。公司近三年未发生过各类质量安全事故，也无违法违规记录。

## **I-2 经济与服务责任**

### **利润与经济效益、产品与服务、对供应链伙伴的责任**

上海新世界大丸百货按照“礼仪为先，顾客至上”的服务宗旨、“想您所想，知您所需”的服务理念，以“高端精品”为切入点，以传承日式服务精髓为落脚点，打造新世界大丸百货独具人性化的服务体系。

上海新世界大丸百货早在开业之初就确立了商场服务十大体系，并编入员工手册，明确了商场每位员工每日工作的基本要求，理清了工作内容和工作流程，对员工如何服务好顾客起到了指导作用。员工手册对每位员工日常工作接待、个人仪容仪表、言谈举止等细节也做出了具体的规定，从而帮助了新进员工更快地了解上岗要求，熟悉工作标准，使得他们能与老员工一样，同步标准地做好工作。

公司首先推出了“五大服务”——日式迎送服务、微笑问好、电梯导购、站立收款、鞋柜“蹲式”服务，后又重点推出“十大”增值服务项目：顺丰快递到



家、男士衬衫定制、移动冰储、皮革护理、皮肤测试、围巾搭配、鲜花定制、眼镜清洗与调试、定制假发以及假发护理、专家睡眠咨询等。在升级服务举措中，推出“一米微笑，五份真心，十分满意”的服务标准，即在顾客和你距离一米时，要给予亲切微笑；还要做到了解顾客要细心，介绍商品要专心，接待顾客要热心，解决售后要诚心，解释问题要耐心；更要在覆盖顾客购物的全过程中，让顾客感受到“十分满意”，使得上海新世界大丸百货细致、人性的服务体验成为公司的特色服务新形象。

公司从强化服务功能，提高服务能级出发，为消费者创造更加便利的购物消费环境，推出无忧服务新举措，又增加了雨天提供塑料雨伞、应急医药箱、轮椅租借、赠送塑料购物袋套服务等 10 项便民措施。公司在特殊时期增加特色服务来提高顾客的购物体验，如“进博会”期间，创造性地推出了双语多语手语导购、上海交通及景点咨询、精准服务“戴”您购物等 10 个服务项目，减少了顾客的购物不便。在店庆活动中，新增黄浦轻松 GO、英语小能手、爱心收银台、新世界大丸主题包装、夏日水站等五大服务，帮助更多需要帮助的人群，收到顾客的高度好评。服务在个性化、人性化上又有了新的提升。

为了持续保持服务质量，还定期组织系统化主题化的培训，包括现场 OJT 指导，对厂方员工进行了礼貌用语、规范接待、服务礼仪等方面的针对性培训，大大提升了公司员工的服务形象和服务水平，降低了顾客的投诉量；对于新入职员工开展了专项培训，组织服务台工作人员专程去其他百货商场及购物中心等进行调研，以顾客的身份去感受同行高档商场和购物中心的服务体验，寻找差异，发现不足。通过交流和学习，在服务理念和服务细节上得到了新的启发，确立了要做出具有上海新世界大丸百货特色的细心周到、温馨舒适、亲切自然的服务规范，让来店的顾客感受到如沐春风般的服务体验。

同时，上海新世界大丸百货基于上海市黄浦区商业行业协会最新提出的《大型商场诚信服务规范》及《服务承诺》，结合自身日系百货的服务特色，提出了服务接待过程精细化要求，形成了以“来有迎声，去有送声；礼仪接待，咨询到位；会员礼遇，专属服务”等的三大服务特色。依据顾客在购物过程中，期望享受的服务需求，制定了“了解顾客要细心，介绍商品要专心，接待顾客要热心，解决售后要诚心，解释问题要耐心”的五份“真心”服务要求。并且提出了“服

务无忧、购物无忧、价格无忧、收款无忧、质量无忧、售后无忧”六个无忧服务质量的口号。随着三大服务特色，五份真心服务要求，以及六个无忧服务承诺在商场大屏幕进行公示，向社会展示了新世界大丸百货虚心接受每位来店顾客监督、指导，以谦逊、负责、完美的经营态度，认真贯彻公司倡导的诚信经营宗旨。

针对售后环节中，顾客时常碰到退换货标准不统一，退换货合理诉求难满足的现象，上海新世界大丸百货依据法律法规，考虑到顾客实际需求，制定出台了《上海新世界大丸百货售后服务若干规定》，明确了退换货范围和相关程序，并公示在每个客服中心的墙上，使每位有退换货需求的消费者，知晓商场的退换货的流程和公司的服务承诺，以此来监督公司的工作。

公司严格遵守《中华人民共和国消费者权益保护法》、《中华人民共和国商标法》、《中华人民共和国广告法》，恪守诚信经营，加强安全责任制和安全标准化工作的落实。根据质量管理体系的贯标执行，使得质量保证能力持续提升；内控管理连年规范，公司开业以来未发生过商品质量安全事故，也无违法违规记录。

公司服务部坚持采用“首问责任制”和“一门式服务”标准，严格做好售后接待处理工作，积极主动，绝不推诿，做到售后接待和顾客投诉有记录、有跟进、有反馈，建立起公司与顾客之间良好的沟通渠道，给顾客更好的购物保障，更通过参与商业险、先行赔付等举措来确保顾客的正当权益。服务部组织安排维权点工作人员参加统一培训考核，持证上岗，具有独立解决消费纠纷的工作能力。设置“投诉举报箱”，公布联络点负责人及对口联系干部的姓名、电话，方便顾客和社会各界人士的指导和监督。设置相对独立的“纠纷调解室”，建立以“退货登记表”和“顾客意见反馈表”为主的消费者咨询、投诉、举报的记录台账，投诉答复率和处理率达90%以上。及时收集维权点消费者的反映各类问题，并向监管部门提出意见和建议。定期向上级汇报成功调解的消费纠纷和疑难纠纷案例，不断总结，更好提升。积极参与上海市“七日无理由退货承诺”，营造“诚实守信、服务制胜、放心便捷”的消费环境，及时处理“12315”ODR企业平台维权渠道售后问题，与黄浦区市场管理局共同构筑投诉绿色通道，采用“先行赔付”等举措来确保顾客的正当权益，自维权平台开通以来，有效处理相关投诉。熟练使用企业微信平台，发挥线上调解的便利性，让顾客的售后维权更加便捷。

此外公司还在更好地营造购物环境方面下功夫，以满足消费者各方面的需

求，2021年公司完成了地下3、4、5层地坪改造翻新工程，修复了破损老化的地坪，优化车库环境；将B1商场80平方米的区域调整改造为母婴室，130平米的区域调整改造为客户服务中心、会员中心，使得服务顾客的设施更加便利，更加舒适；为引进国际品牌“科文花园”、“RAPIDO”和“UA”品牌，对商场的部分铺位进行调整改造；在科学设计合理挖掘下，经过调整，既增加经营场地，又扩大仓储面积；通过对七楼平台650平米的空置区域搭建临时雨篷、设置临时仓库的利用，使得后勤保障得以提升。

为进一步提升服务质量，2021年开始公司采用专业第三方公司暗访模式，寻找服务工作“盲区”。外请第三方专业公司每月对商场的全服务过程进行4次暗访和“挑刺”，包括商场环境、销售接待、服务态度、会员积分、收款状态、商场的整体形象等内容，暗访后，专业导师就公司存在的问题，结合暗访报告给予分析并给出合理的解决方案，该模式施行后，公司在管理和经营方面有了质的飞跃。

在社会影响方面，切实加强对消费者权益的保护，对各类投诉进行合理、妥善地处理，保持了投诉不解决率为零，媒体曝光率也为零的良好记录。在全面贯彻黄浦区打造“最放心商品，最优质服务”品质消费示范区建设的精神和要求中，身体力行，完美实践，为打造“上海服务”品牌，奠定了坚实的基础。

2021年公司客服中心收获“上海五星级消费者维权联络点”荣誉，成为黄浦区仅有的三家获奖企业之一，更是唯一从三星级消费者维权联络点直接升级为五星级消费者维权联络点的企业。

在2021年上海服务专项质量提升活动中获得“用户满意服务明星班组”荣誉。

新媒体推广，让公司声名远扬。“内容是核心，渠道是关键”。2021年，在新媒体运营上依旧将主力放在微信与微博这两个新媒体平台上，同时不断尝试在小红书、抖音等官方账号新媒体平台上开疆扩土，并驾齐驱，共同发力。截至10月17日，微信官方公众号累计关注人数已达56万人，微博官方账号粉丝数达20万人。微信公众号单条图文信息最高阅读量人数达46517人，阅读次数达71132次，已达到了专业级微信大号的运营水准。

注重互动和粉丝做朋友。2021年官方微信公众号进行了多次线上互动活动：

端午节“国风潮我看”“国风换装微信有奖”“好剧推荐官夏日好剧”“下饭综艺大赏综艺推荐”“秋季养生小妙招”“步数大比拼”等有奖互动活动，秋化节“今天我代言”有奖投票互动活动，吸引了不少新老粉丝的关注与参与。我们还增加了奖品数量及获奖名额，扩大了微信互动活动参与粉丝的范围，让更多新粉丝薅到羊毛，提升了粉丝的参与度。同时，利用明星效应，依托化妆品品牌明星现场活动的资源，用赠送明星代言产品、签名照等作为奖品，吸引了一大波粉丝关注、转发、参与。

多渠道互助，搭建新媒体矩阵。公司联合多家自媒体微信大号：“上海圈子”“魔都 gogo”“吃喝玩乐 in 上海”“周末上海”“上海活动指南”“上海打卡指南”“上海头条播报”等，共同宣传公司大型营销活动，扩大活动宣传覆盖面和影响力。同时，在“花生地铁”“腾讯朋友圈”“抖音”“新浪”“小红书”等平台上发布营销活动，实现针对上海地区的目标网友精准触达广告。应上海市网信办要求，在“新浪”制作并发起的“上海 55 购物节”专题项目中，巧妙植入了公司的营销活动信息，并在专题主流广告位置进行推送，实现专题项目曝光量达 5400 万次，话题成功上了微博同城热搜榜，获得了市宣传部领导的肯定和表扬。公司在“腾讯”平台线上广告推广共计获得 1932 万次曝光，点击次数共计 23 万次，点击量远超同平台同行业的三倍，奠定了公司在零售百货行业内的传播领先地位。

在品牌引入方面，截至 2021 年 10 月 19 日，招商部配合各楼层共引进品牌 15 个，其中欧美品牌 8 个，国内品牌 5 个，调整经营面积达 914.4 平米，淘汰品牌 28 个。一楼商场。1F 商场依旧占据销售榜首，1-9 月完成销售 11.12 亿元（含券），同比上升 28.5%。其中化妆品实现销售 6.79 亿元（含券），占一楼销售 57.06%。此成绩已然奠定了新世界大丸百货上海化妆品销售第一的行业地位。

B1F 商场。珠宝区域品牌提升明显，B1 层已经成为沪上年轻人喜爱的珠宝选购地。截至 2021 年 10 月 19 日，B1F 商场共计实现销售 2.8 亿元，同比上升 47%。3F、4F、5F、6F 商场是疫情期间承受品牌压力最大的几个楼层，在招商部及楼层经理的调节下，稳定了品牌的发展信心，给予了品牌继续经营的希望，从而也让楼层品牌调整工作稳步进行。B2F 商场引入了“庄氏隆兴蟹樽面道”“大锅牛肉面”等餐饮品牌。新增的餐饮品牌大大丰富了顾客的选择，同时也带来了大量的客流。此外，多家餐饮品牌进行了重新设计装修，以全新的面貌迎接顾客光临。

在会员招募、维护方面，公司确立了将“会员制”作为核心竞争力来打造的方针，把它视为从激烈的百货商场中脱颖而出的“制胜法宝”。为了吸引新客人，维护好老顾客，积极提升会员的活跃度和忠诚度，利用电脑建立客户档案，引入 CRM 会员管理系统来实施会员管理。将大数据分析的新技术手段应用到会员的精准营销和会员个性化服务管理上，在会员招募、会员维护、会员福利等方面，推出了很多与众不同的服务项目。例如，针对新入会的初级会员，推出了丰富且实惠的活动，提升会员权益和认知度，让其感受到与众不同的会员优越感。针对高端 VIP 会员，通过“情感维护、消费激励、专属服务”三个方面来保持并提升整体的服务品质，秉承以真心、用心、诚心、贴心、细心的“五心服务”标准，服务好优质 VIP 会员。还积极探索与跨界企业洽谈合作，已先后与 O1e 超市、银行、医疗等行业开展合作活动，实现会员资源的共享，即通过互为共同会员，享受双重会员服务，实现多渠道互为增益的合作模式。会员人数再创新高，会员销售稳步提升。随着疫情在国内趋于稳定，今年上海游客数量有所回升，截至 2021 年 9 月 30 日，共新招募会员超 10 万人，与去年持平。会员数已累计突破 72 万人，其中银卡以上会员超 5 万人，高端会员数超 4000 余名，并且活跃度有所提升，会员销售超 10 亿元，占商场整体销售额的 58.6%，同比增长 16.8%。金钻卡会员 1-9 月实现销售额近 1.2 亿元，占会员销售 11.91%。今年日均 VIP 贵宾室接待量约为 25 人次，较去年同比上升 8.49%。

全维度服务体系的深度渗透。公司一直在努力拓展新丸百货会员的生态圈，让新丸百货会员身份成为用户一种日常必备的便利工具。会员体系打通全商户，以“购物-餐饮-停车-超市-快递”的一站式服务体系，全维度渗透用户习惯。一直广受好评的免费停车、专属生日礼、升级礼、满额赠礼、专属下午茶歇、专车接送、一站式购物等专属贴心服务是我们做好并不断保持的服务项目，既满足了会员的服务需要，也体现出作为上海新世界大丸百货会员的价值感与身份特征。

2021 年年初，为关心关爱留沪过年的非沪籍会员，公司贴心送上了“会员温暖关怀礼”。在年初大型福袋活动中，为了防范受疫情影响，出现会员卡券使用故障等问题，公司提前在线上为会员们开启了福袋活动入场券的发放和领取通道，使得疫情期间大型活动依然能够安全有序进行。此外，线上会员功能再度升级，推出了排队扫码取号功能，有效解决了以往店庆 VIP 室内拥挤的现象。

线上线下同发展，会员营销新模式。多元化双线创意营销活动是我们持续刺激会员增长与会员消费“尚方宝剑”。今年公司举办了多场线上会员活动：“会员专属福袋线上预售”、“女神 SHOPPING 赢好礼”、“店庆消费 H5 ‘抓捕锦鲤’”、“玩乐金秋 ‘好运币’”等活动，每场活动会员关注度都超万人。同时公司在线下举办了“丸享会沙龙俱乐部”系列活动，通过美妆、家居、摄影、亲子、美食、文化、手工等多元化的主题沙龙活动，为高级会员提供更多个性化的会员服务体验。通过双线活动数据的分析能帮助我们接下来推出更多针对会员偏好的、精准性更强的营销活动，进一步拉动会员消费增长，增强会员粘性。

在媒体宣传方面，公司健全了成熟的媒体资源网络，保持与《解放日报》《文汇报》等传统媒体的长效沟通机制，并将新闻稿件及时快速传递给媒体，确保了新闻宣传的时效性。2021 年，在新媒体宣传上进行了全方位多渠道的“新媒体”宣传策略，除了与“腾讯新闻”、“今日头条”、“网易”等几家资讯类平台 app 平台持续建立稳定良好的合作关系之外，与“微信朋友圈”、“抖音”、“小红书”、“新浪微博”、“喜马拉雅”、“优酷”、“爱奇艺”、“滴滴打车”、“曹操出行”等平台也达成多个层面全方位战略合作，覆盖了目前绝大多数主流消费群体所能接触到的新媒体平台。在 2021 年的“新春福袋营销”、“第二届五五购物节大促”、“六周年店庆”、“912 南京东路东拓开街一周年”活动中，上述信息均在主流报刊、电视媒体上进行了大量的全方面的报道和宣传，并在活动结束后，再次对商场取得的亮眼成绩进行跟踪报道，在社会上获得了非常好的反响，提升了商场的社会声誉。各类媒体，包括《解放日报》、《文汇报》等，《劳动报》、《新闻晨报》、《新民晚报》等主流传统纸质媒体，电视、广播等传统媒体，网站、APP 媒体等网络媒体对上海新世界大丸百货的报道，通过线上和线下媒体发力，提升了公司的知晓度和美誉度，并获得社会各界的认可和好评。

为了了解顾客对上海新世界大丸百货的评价和满意程度，把握顾客动向，及时调整经营方向，识别各类顾客对新世界大丸百货的商品和服务方面的潜在需求和期望，并听取顾客意见和建议，为持续改进提供依据；了解上海新世界大丸百货现状与现代高端百货业的差距，为公司发展寻找规划参考，2021 年 12 月新世界大丸百货委托上海秋知商务咨询有限公司依据国家标准 GB/T19039-2009《顾客满意测评通则》和 GB/T19038-2009《顾客满意测评模型和方法指南》，运用

国际通用的顾客满意指数（CSI）测评模型和方法，对公司以第三方身份进行了顾客满意指数测评。问卷样本覆盖到每个楼层和各个品类，顾客满意指数测评结果显示，上海新世界大丸百货的顾客满意指数得分为：95.08。该数据表明上海新世界大丸百货的顾客满意指数在 90 以上，处于很满意水平。六大结构变量中，顾客对于质量期望、质量感知、价值感知、顾客忠诚的评价也均在 80 以上，均处于满意水平，在行业内处于领先水平。

公司按照诚实守信、合法合规、互惠互利的原则，与供应商保持了长期良好的合作关系，严格遵守并履行合同约定，充分尊重并保护供应商的合法权益，严格保护供应商的秘密信息和专有信息，从未侵犯供应商的知识产权。在加强与供应商业务合作的同时，积极开展经验交流，协助供应商解决技术难题，提高服务质量，协助供应商共同成长。公司遵循公开透明、优质高效、防范风险的采购管理原则，不断完善采购规范、流程与机制，推行公开招标、阳光采购，建立公平、公正的评估体系，为供应商创造良好的竞争环境，杜绝暗箱操作、商业贿赂和不正当交易情形。

### **I-3 诚信责任**

#### **守法诚信、诚信经营与服务、社会诚信形象**

公司财务方面按照国家和上海市财务会计信用等级管理的有关规定，对财务会计人员严格持证上岗，不断完善内部财务会计控制制度，不断规范会计基础工作和财务会计行为，提高财务会计信息质量，严格执行国家法律法规，诚信纳税。向各部门员工提供《个人所得税法》的简易阅读材料，为理解有困难的员工提供咨询服务。

在采购过程中，严格执行公司的采购规范流程，确保程序化、透明化，公开、公正、阳光操作。选择的供应商都是在同行业中有较好的口碑及相应的资质。在审核环节——为了有效地评价、选择和监督合格的供应商，确保供应商提供高质量的商品和合格的促销人员，并能够确保优质的售后服务，在所有供方入驻前先由招商部进行严格把控，严审供方资质材料等信息，以及供方历年在市场中的表现，考量其在商品质量和价格在维护消费者的合法权益方面的企业信誉度。

2021 年加强内控落实执行，重视合同签订履行，防范企业经营管理风险。

今年以来，为加强推进内控落实，在原有的公司内控制度管理体系上，进一步完善公司内控制度《员工手册》等核心管理制度，使得企业的内部控制更加完善严密，防范公司管理风险。同时，为配合公司经营发展需要，针对公司日常经营过程中合作协议签订履行所遇问题，完善合作协议条款，加强违约责任约定，并对于相关业务部门进行了民法典实施后合同签订及履行注意事项的培训，以提高各部门对于公司日常经营的风险意识，预防或减少公司损失，维护公司合法权益。

公司每年均接受外部审计，遵守法律法规、恪守诚信经营，成为诚信经营企业。加强安全责任制和安全标准化工作的落实。根据质量管理体系的贯标执行。按照上市公司内控制度的督查，做到了：财务运行管理严密可控；安全标准化水平逐年提高；质量保证能力持续提升；内控管理连年规范。

在上海商委举办的 2021 年上海市“诚信兴商十大案例”活动中获得“诚信兴商典型案例”提名奖。

#### **I-4 社区责任**

##### **疫情救灾与慈善捐助、志愿服务**

上海新世界大丸百货在 2021 年的新冠疫情期间积极承担社会责任：

在此次疫情防控中，公司主动承担起社会责任，对接街道、卫健委等相关部门防控工作，自 2021 年 4 月 5 日起，公司克服重重困难，在商场六楼设置了黄浦区第一批疫苗临时接种点，为广大群众疫苗接种提供方便。6 月 14 日起，公司为加快接种进度，提升群众接种意愿和接种满意度，向前来接种疫苗的群众赠送现金消费券和餐饮消费券。在近两个月的时间内，共计接种疫苗 51743 剂次，日均接种 862 剂次，是黄浦区临时接种点中接种数最高的接种点。公司员工也接种了 1802 人次，接种率达 953%。2022 年 1 月，外滩街道办事处发来感谢状，“感谢贵单位在全民防疫工作中积极履行社会责任，为推进新冠疫苗接种做出重要贡献”。

公司建立了常态化疫情防控机制，统筹兼顾，落实细节，严格执行每日测量员工体温的要求，并检查督促口罩常戴，确保上岗员工的健康状态；在服务台、客服中心、母婴室等对外服务区域配备免洗消毒液、酒精棉片、体温枪和一次性口罩等卫生用品，供顾客及员工使用；保洁员每日定时对公共区域实施例行清洁



消毒工作，并有专人巡视检查做记录；在商场重大活动期间，设置防护玻璃隔栏和一米栏；在商场各个入口安装红外热成像仪等防疫设备，保安检查健康码，为顾客营造了安心、放心的购物环境。

每年都积极参与到社会公益事业及慈善献爱心等活动中，在抓好经营管理的同时，不忘服务于社会，秉承企业文化之一的企业社会使命感，树立了良好的企业形象。公司致力于公益活动，开业以来每年均积极投身各项慈善活动，充分体现了公司服务社区的理念，近年来做出如下贡献：

心怀感恩，用慈善回馈社会。公司在精耕细作商业版图的同时，不忘履行社会责任，行慈善义举。2021年店庆期间，借建党百年契机，公司携手上海市慈善基金会等组织机构，以提供捐赠品（价值10万元）方式，定向用于资助黄浦区家庭困难的老党员、老劳模、老同志等，受捐老人感激连连。

通过慈善活动，不仅增强了广大员工的慈善意识，激发了助人为乐的热情，弘扬了团结友爱、扶贫济困的传统美德，同时赢得了良好的口碑。

## **I-5 环保责任**

### **环境管理、低碳节能、环保形象**

上海新世界大丸百货一直是秉持环保、节能、绿色、低碳的理念，积极采用先进的环保设备，对内大力宣传节能的重要性，积极推行节能的操作，强化安全管理，彰显了企业的社会责任。具体做了以下几方面工作：

#### **智慧商城**

##### **1、紧追智能化浪潮，构建数字化商场**

发展公司的线上业务，打通网络实时销售系统。将系统里的商品直接推送至电商平台，平台销售的订单可以实时进入ERP系统，实时体现在销售报表中，使得管理人员实时掌握整个线上的销售情况。为电子发票正式上线，更换安卓版平板系统等工作提供技术支持。努力确保信息安全，按照国家要求对公司官网进行安全等级保护，提升了虚拟主机的等级和防火墙的级别。

#### **节能降耗**

##### **1、提倡绿色低碳理念，宣传节能降碳指示**

在“2021年全国节能宣传周”中，组织张贴海报，宣传生态文明理念，普

及节能降碳知识，引导消费者购买节能环保低碳产品，减少一次性用品使用，自觉抵制商品过度包装；运作环节推广节能节水降碳新技术；培养员工养成节能低碳习惯，发挥示范带头作用，掀起节能减碳新热潮，助力国家早日实现碳达峰、碳中和。

## **2、降低办公成本，提高办公效率**

公司的发展不仅要开源，还要节流。公司在办公用品选用了同等质量但价格较低的一般品牌，较好的控制了办公物资的采购及领用。

## **放心环境**

### **1、疫情防控措施常态化，为顾客营造安心、放心购物环境**

公司建立了常态化疫情防控机制，统筹兼顾，落实细节，严格执行每日测量员工体温的要求，并检查督促口罩常戴，确保上岗员工的健康状态，注重现场的防控管理，多巡视巡查，确保当日在岗、在柜人员做到 100%佩带防护口罩；在服务台、客服中心、母婴室等对外服务区域配备免洗消毒液、酒精棉片、体温枪和一次性口罩等卫生用品，供顾客及员工使用；保洁员每日定时对公共区域实施例行清洁消毒工作，并有专人巡视检查做记录；在商场重大活动期间，设置防护玻璃隔栏和一米栏；在商场各个入口安装红外热成像仪等防疫设备，保安检查健康码，为顾客营造了安心、放心的购物环境。

### **2、强化管理，营造清新舒适的工作及运营环境**

良好的环境是后勤保障工作最直接的体现。因此，始终把环境建设作为日常工作的重点来抓。要求物业保洁部门对地面大理石、墙面、高空等部位加强清理，对重点保洁部位增加消毒维护频率，并实行保洁质量定期和不定时抽查，对于保洁工具也提出了明确的标准和要求。

### **3、紧抓安全，通过巡查和演练等提升安全管理**

在第十届中国花卉博览会、纪念建党 100 周年等相关重大活动期间，公司加强了驻守与巡查，全面发动物业、消防志愿者、各楼面相关人员等基层组织力量，加强安全用电、用气、用油、用火的巡查，充分借助广告屏幕及宣传栏等滚动播放消防提示，确保安全。

#### **四、报告预期与展望**

在公司的企业文化管理下，积极秉承公司发展思想和社会责任，努力做到和谐统一、共建共享。展望未来，公司将始终牢记自身所担负的社会责任，积极引导并率先实践社会责任理念，不断满足社会和公司客户对企业社会责任的期望。

##### **对进一步履行社会责任的设想**

###### **(1) 员工责任**

人力资源是推动企业发展的第一资源。将继续坚持以人为本，将员工发展纳入企业发展，通过企业的持续快速健康发展和企业文化建设、体制机制的持续完善，为员工提供理想的发展空间、工作环境和报酬收入，回报员工的忠诚和付出，为员工营造美好生活。

###### **(2) 经济责任**

继续提高服务效率，努力创造更多经济效益。

###### **(3) 诚信责任**

将始终坚持诚信经营，不断完善诚信制度、财会纳税管理制度，持续提升社会诚信形象，按照政府政策导向，努力实现相关利益者的多方共赢。

###### **(4) 社区责任**

将继续积极参与社会慈善公益事业，持续发扬志愿服务精神和效应，进一步参与社区志愿服务，为促进社会和谐尽更大的责任。

###### **(5) 环境责任**

把保护环境作为实现可持续发展的重要手段，进一步全面推广节能理念，落实低碳目标。

#### **五、社会荣誉**

上海新世界大丸百货主动对标国际一流，做实精细化指标体系，以更高的标准、更严格的态度，扎实推进各项工作，以稳健的步伐，向着行业的排头兵、商界的头部标杆、上海市的闪亮地标进军。2021年获得的荣誉有：

## 国家级奖项：

1、2021 中国化妆品百货零售十强企业

颁发机构：化妆品报/化妆品财经在线/唯美工匠（2021. 8. 18）

2、中国百货商业协会第八届理事会特聘副会长单位（2019 年 5 月-2024 年 5 月）

颁发机构：中国百货商业协会（2021 年 3 月）

## 市级奖项：

1、2019-2020 年度上海市文明单位

颁发机构：上海市人民政府（2021 年 4 月）

2、2021 年上海互联网青春生活节 最佳合作伙伴

颁发机构：共青团上海市委员会/上海互联网青春生活节组委会（2021 年 6 月）

3、2020 年第二十九届上海市百花杯优质服务竞赛活动

颁发机构：上海百货商业行业协会（2021 年 4 月）

4、垃圾分类百佳窗口

颁发机构：上海市生活垃圾分类减量推进工作联席会议办公室（2021 年 8 月）

5、公司财务部收银组荣获上海百货行业“礼仪为先 顾客至上”荣获“上海市百货行业服务品牌”

颁发机构：上海市商业联合会（2021 年 4 月）

6、公司服务台荣获上海百货行业“想你所想 知你所需”荣获“上海市百货行业服务品牌”

颁发机构：上海市商业联合会（2021 年 4 月）

7、公司 阙明之 荣获上海百货行业“服务源于生活 细节决定成败”荣获“上海市百货行业服务品牌”

颁发机构：上海市商业联合会（2021 年 4 月）

8、公司 尤燕 荣获上海百货行业“诚实 诚心 诚挚诚恳待人”荣获“上海市百货行业服务品牌”

颁发机构：上海市商业联合会（2021 年 4 月）

9、公司会员部贵宾室荣获上海百货行业五星级商品部（柜）

颁发机构：上海市商业联合会（2021 年 4 月）

10、公司周大福专柜荣获上海百货行业五星级商品部（柜）

颁发机构：上海市商业联合会（2021年4月）

11、公司 La Koradior 专柜荣获上海百货行业四星级商品部（柜）

颁发机构：上海市商业联合会（2021年4月）

12、公司 VICUTU 专柜荣获上海百货行业四星级商品部（柜）

颁发机构：上海市商业联合会（2021年4月）

13、公司 Weekend Maxmara 专柜荣获上海百货行业四星级商品部（柜）

颁发机构：上海市商业联合会（2021年4月）

14、公司积家专柜荣获上海百货行业四星级商品部（柜）

颁发机构：上海市商业联合会（2021年4月）

15、华雯婷——2020 上海商业服务品牌

颁发机构：上海市商业联合会（2021年2月）

16、刘嘉祺——2020 上海商业技术能手

颁发机构：上海市商业联合会（2021年2月）

17、田墟——2020 上海商业销售能手

颁发机构：上海市商业联合会（2021年2月）

18、2020年上海市“销售真牌真品，保护知识产权”案例征集活动中荣获“优秀案例奖”

颁发机构：上海市“销售真牌真品，保护知识产权”承诺活动办公室（2021年3月）

19、新世界大丸百货：消费维权联络点（五星）

颁发机构：上海市市场监督管理局

20、2021年上海市“诚信兴商十大案例”活动中获得“诚信兴商典型案例”提名奖

颁发机构：上海市商委

#### **区级奖项：**

1、黄浦区 2020-2021 年度新型消费示范项目——新世界大丸百货全渠道新零售

颁发机构：上海市黄浦区商务委员会（2021年7月）

2、2021 年度黄浦区“点赞你身边的服务明星”——最受欢迎服务明星（柜组）  
新世界大丸百货一楼商场管理团队（服务宣言：拥抱时代变化，价值创造品牌）

颁发机构：上海市黄浦区商务委员会（2021 年 10 月）

3、2021 年度黄浦区“点赞你身边的服务明星”——刘嘉祺

新世界大丸百货一楼商场管理团队（服务宣言：以质取胜，用心服务）

颁发机构：上海市黄浦区商务委员会（2021 年 10 月）

4、苏莉——2020 年度“黄浦好人”提名奖

颁发机构：黄浦区精神文明建设委员会办公室（2021 年 2 月）

5、共筑屏障，感谢有你！（感谢贵企业对外滩街道接种疫苗工作的关心和支持，  
贵企业捐赠的爱心物资，全部用于推进社区疫苗接种工作！对于贵企业的主动担  
当和奉献精神表示诚挚的敬意！）

颁发机构：外滩街道党工委办事处（2021 年 6 月 30 日）

6、上海市黄浦区食品安全示范街区（商圈）

颁发机构：上海天祥质量技术服务有限公司（2021 年 12 月）

#### **其他奖项：**

1、2021 “金殿奖”最佳零售数字化案例奖

颁发机构：上海国际酒店及商业空间博览会（2021 年 3 月 30 日-4 月 2 日）

2、2021 年度高端生活体验购物百货

颁发机构：上海潮生活/魔都 solo/Life 上海/魔都觅食记/上海约饭局

3、2021 年度精致生活体验商场

颁发机构：周末做啥/上海圈子/走起

4、2021 年度摩登魅力地标

颁发机构：上海全攻略

5、2021 年度人气美妆地标

颁发机构：上海头条播报/上海潮流情报/腔势 CHANCE

6、2021 年度合作共赢奖

颁发机构：上海广播电视台/上海文化广播影视集团有限公司

7、2021 上海零售风云榜、卓越体验奖

颁发机构：新闻晨报

8、主旋律电影配音活动——最佳声音奖“声临其境学党史，红色精神代代传”

颁发机构：上海新世界集团

9、有赞百购商盟创始理事单位

颁发机构：杭州有赞科技有限公司（2021年3月）

10、2021 新世界大丸百货杯大师精英赛

颁发机构：五星体育传媒有限公司/上海五星网络科技有限公司

11、2021 年度影响力“时尚精品”商业地标

颁发机构：GOGO SHANGHAI

12、行味 2021 城市生活榜 上海交通广播 FM105.7

人气商圈

上海新世界大丸百货

2022年1月