

唯品会企业社会责任报告 2017

VIPSHOP CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY REPORT

唯品会企业社会责任报告 2017 VIPSHOP CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY REPORT



ABOUT THIS REPORT

关于本报告

本报告是唯品会（VIP.COM, NYSE:VIPS）发布的第四份企业社会责任报告，前一份报告于 2017 年 8 月发布。本报告依据客观、规范、透明和全面的原则，详细披露了唯品会 2017 年度在环境、社会、治理等社会责任领域的实践及绩效。

报告范围：

- 本报告为年度报告，覆盖 2017 年 1 月 1 日至 2017 年 12 月 31 日的相关公司数据。为增强报告内容可比性，本报告部分内容涉及以往年份。
- 本报告覆盖唯品会在中国大陆地区运营的办公室和物流仓库（不包括海外的运营机构）。

报告标准：

- 全球报告倡议组织（GRI）《可持续发展报告编写标准》（GRI Standards）
- 联合国《2030 可持续发展议程》
- 中国社会科学院《中国企业社会责任报告编写指南（CASS-CSR3.0）》

报告说明：

- 唯品会保证本报告所载内容不存在任何虚假或误导性陈述，所载数据的收集流程、计算方法等均与公司年度报告披露的相同指标保持一致。本报告中所涉及货币金额均以人民币为计量币种。
- 为便于表述，在报告中，唯品会也以“公司”“我们”表示。

报告获取：

本报告分在线版本和印刷版本两种，于 2018 年 6 月以中文、英文版同时发布，在线版本可在公司网站（<http://blog.vip.com>）查阅和下载。

报告反馈：

唯品会将继续致力改善环境和提高利益相关方的利益，您的宝贵意见将对改进企业社会责任方面的工作计划极有帮助，请随时电邮至 vipshop365day@vipshop.com，我们会对您的反馈以保密方式处理。

08 ● ABOUT VIPSHOP
关于唯品会

- 08 ● 公司简介
- 12 ● 社会责任战略与管理

16 ● REPORT ON
COMMUNICATION WITH
STAKEHOLDERS
利益相关方沟通报告

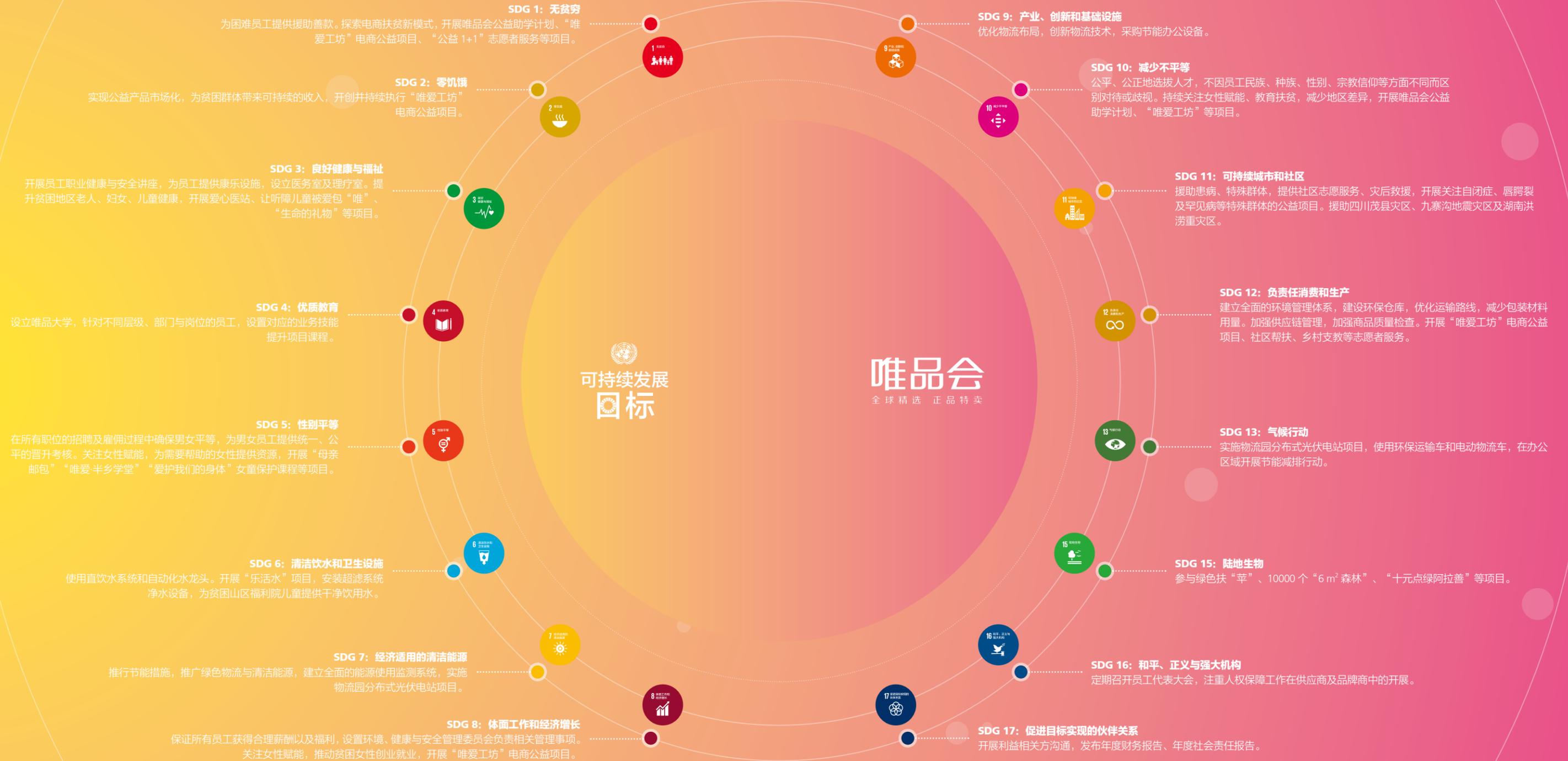
- 18 ● 专题：时代新电商，品质最强音
- 32 ● 成长，共创幸福未来
- 40 ● 环保，践行绿色运营
- 50 ● 回馈，共建社会和谐

62 ● REPORT ON
PERFORMANCE
OF SUSTAINABLE
DEVELOPMENT
可持续发展
绩效报告

- 64 ● 经济绩效
- 70 ● 环境绩效
- 74 ● 社会绩效

可持续发展
目标

唯品会
全球精选 正品特卖



MESSAGE FROM THE CEO CEO 寄语

品质生活新电商，
开放协作新生态



2017年是唯品会的突破创新之年。顺应消费升级趋势，我们升级了品牌定位：从“一家专门做特卖的网站”到“全球精选，正品特卖”，为用户提供更多选择；我们引入了战略投资伙伴，携手腾讯、京东打造共赢合作生态圈，以开放推动创新；我们打造出“电商+物流+金融”“三驾马车”，为用户提供全新的品质电商体验。

这一切的改变都是为了在新时代下更好地坚守“传承品质生活，提升幸福体验”的企业使命，切实向品质电商转型，以开放创新的心态携手用户、员工以及合作伙伴打造共赢生态圈，一起打开未来新格局。

唯品会不仅希望在商业价值上领先，更希望成为一家有使命感的企业，为社会带来正能量，为未来开拓更大的可能性。这是唯品会第四本企业社会责任报告，以联合国可持续发展目标以及“十三五”规划为指引，建立了完整的社会责任战略框架，不断检视自己在社会责任方面的绩效，寻求与利益相关方携手共创价值的机会。

唯品会希望成为用户实现品质生活的好伙伴。为用户提供质优价廉的产品是唯品会对用户最根本的承诺。2017年，唯品会推出“正品十重保障”等一系列正品保障措施，从上架品牌筛选，到打造正品全流程保障体系，再到无忧售后保障服务，全面保障消费者权益，不辜负每一位会员对品质生活的期待。同时，唯品会秉持“诠释极致用户体验”的用户服务理念，不断打造大数据客服体系，提升物流体验，保障用户信息安全，切实履行“提升幸福体验”的公司使命。

唯品会希望成为合作伙伴可持续发展的推动力。唯品会不断锤炼运营能力，打造时尚电商平台效应。通过大数据精准营销、高效物流仓储网络、资源聚合平台推动跨界合作，从而帮助品牌伙伴在蓬勃的中国消费市场获得更好发展。

唯品会希望成为员工实现职业发展的起飞点。每一位唯品会的员工都是唯品会发展的中坚力量。当他们选择成为唯品会一分子，就是对唯品会的信任。我们有责任让每一位唯品人发挥潜能，实现事业的发展和生活的平衡。从员工培训体系、职场多元文化、公平薪酬、晋升机制到员工福利与生活保障，唯品会都希望打造一个家的氛围，让所有员工都能在唯品会成就自我，共享发展红利。

唯品会希望成为环境和社区和谐发展的正能量。唯品会的发展得益于全球化发展和中国经济腾飞。饮水思源，唯品会能为社会、为地球、为未来做些什么？唯品会成立了中国电商首个公益基金会——“广东省唯品会慈善基金会”，在公益助学、精准扶贫、女性公益、环境保护等方面持续投入。唯品会公益充分发挥电商资源聚合的优势打造创新公益生态，携手员工志愿者、3亿会员、品牌伙伴以及公益学术机构共同为受助对象赋能，让他们得到可持续发展的能力，开创自己的未来。截至2017年，唯品会公益累计投入公益资金超过1.2亿元，捐赠物资8万余件，直接帮扶超过21万人。而通过“公益1+1”机制，2017年唯品会员工志愿服务时长达50933.7小时。唯品会承诺与社会共发展，为未来齐努力。

新时代，新格局，新思维。唯有不断创新，才能超越过往无畏将来；唯有不忘初心，才可坚守使命基业长青。心怀使命，踏实前行。未来，唯品会愿与社会各界携手，以责任和远见，打开新格局，追求新未来。

唯品会董事长兼 CEO

沈亚

ABOUT VIPSHOP 关于唯品会

公司简介

唯品会成立于 2008 年，总部设中国广州市，于 2012 年 3 月 23 日在美国纽约证券交易所成功上市。唯品会在中国开创了“精选品牌、深度折扣、限时抢购”的时尚特卖模式，在线销售服饰鞋包、美妆、母婴、居家、生活等全品类名品。作为全球最大的特卖电商、中国第三大电商，唯品会所代表的特卖模式，也已经成为中国当代三大电商业态之一。

经营状况

2017 年，唯品会顺应消费升级趋势，把品牌定位从“一家专门做特卖的网站”升级为“全球精选，正品特卖”，不断提升运营水平，扩大市场份额。截至 2017 年 12 月 31 日，唯品会拥有 3 亿多名注册会员、58000 多名员工、超过 20000 家合作品牌，年订单量达 3.35 亿单，已连续 21 个季度实现盈利。

总体净收入



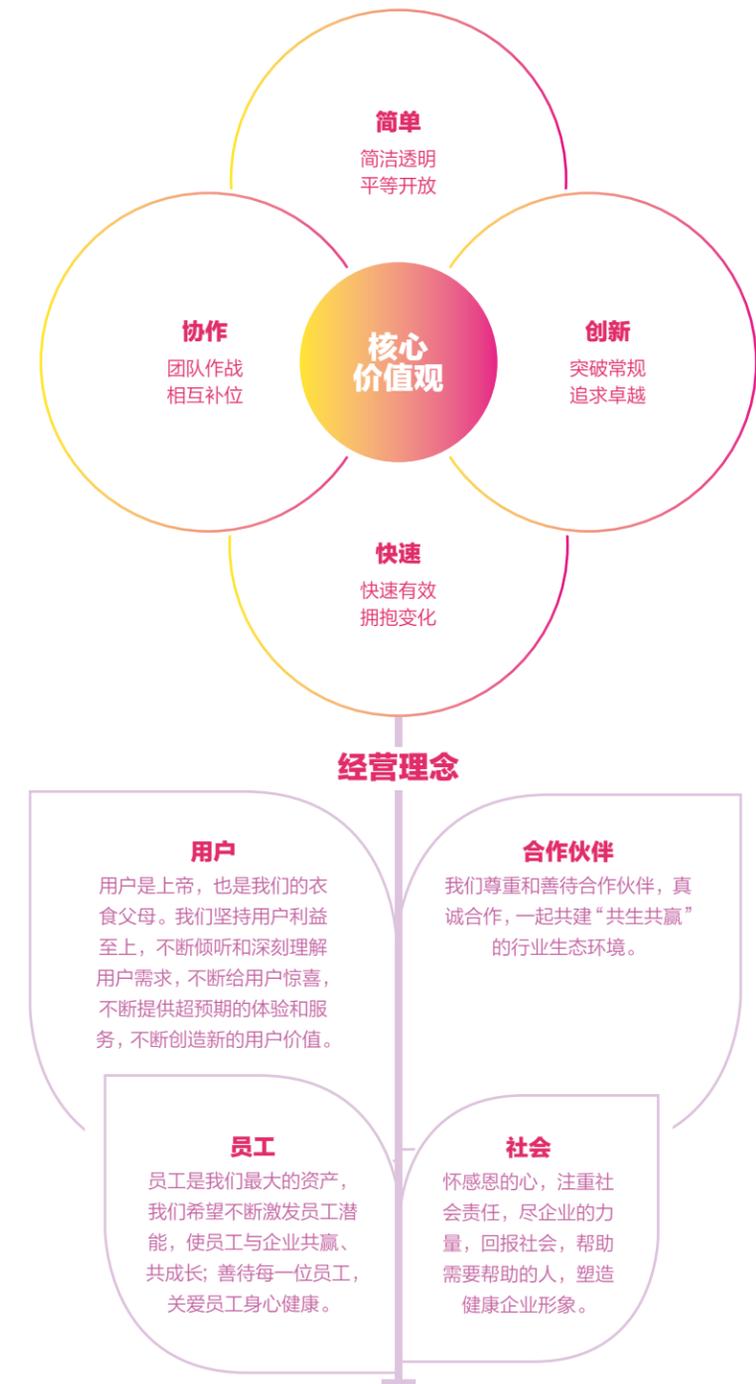
资产总值



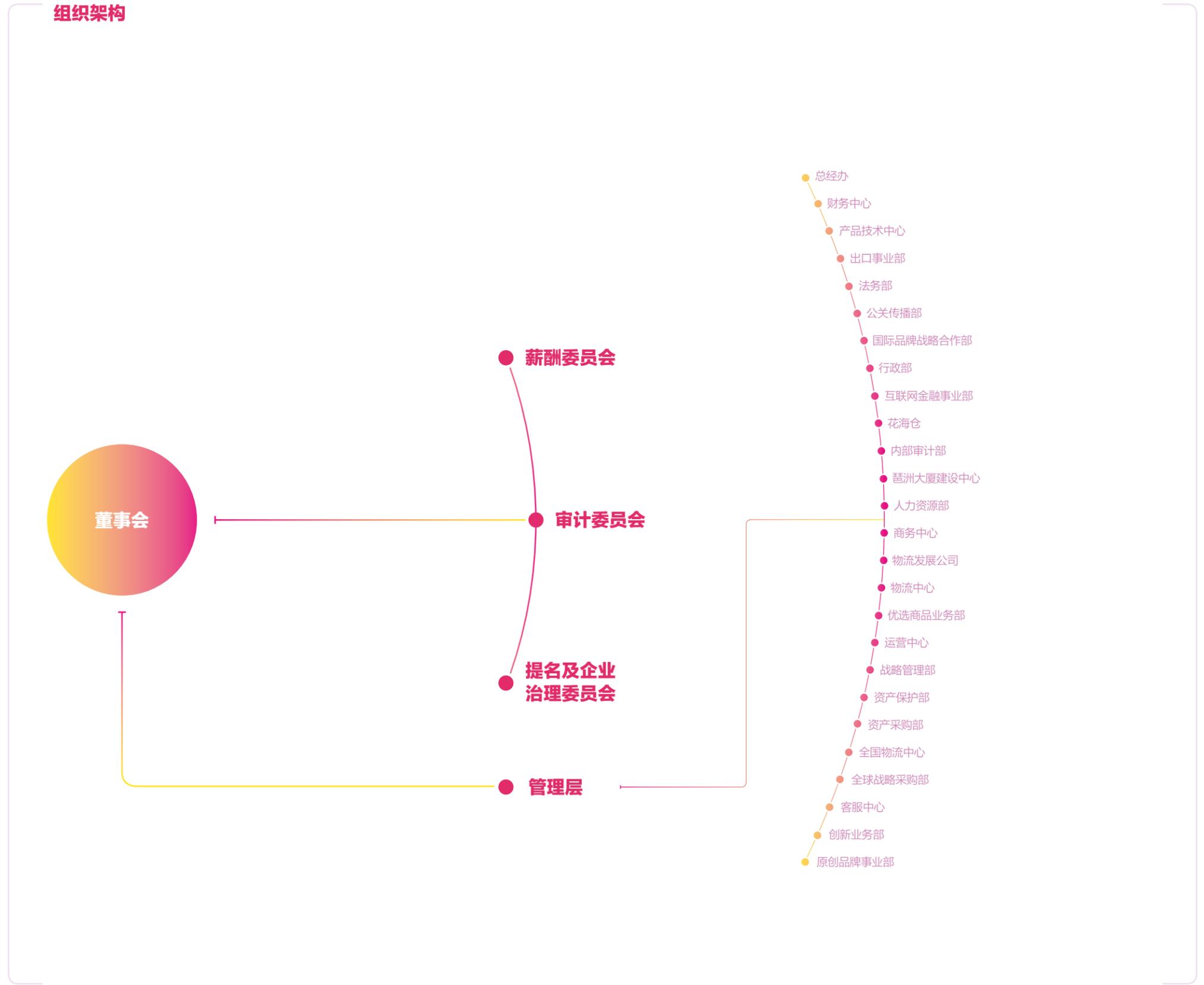
以上数据皆截止 2017 年 12 月 31 日

愿景与使命

唯品会在全球新商业文明的背景下创业、成长，以“成为全球一流的电子商务平台”为愿景，以“传承品质生活，提升幸福体验”为使命，持续为用户、合作伙伴、员工、社会创造价值，与他们共生共赢，实现企业自身以及所有利益相关方的可持续发展。



组织架构



社会责任战略与管理

社会责任组织架构

履行社会责任是唯品会的战略目标之一，也是实现企业可持续发展的关键要素。唯品会的社会责任计划专注于品质电商、员工福祉、环境保护及社会公益等领域，并建立了完善的社会责任管理体系。

由高层管理人员组成，并由 CEO 担任最高负责人，负责制定公司的社会责任战略，审查公司的社会责任数据，就如何将社会责任议题纳入业务发展提供意见，并监督整个公司的社会责任履行状况。



由专职人员组成，负责收集公司的季度和年度社会责任数据，推动社会责任具体工作的开展，编写年度社会责任报告。

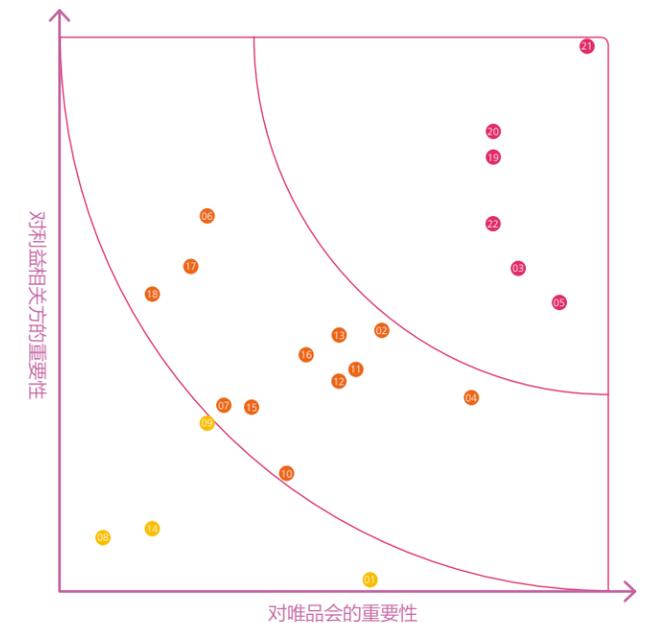
在各部门负责社会责任相关资料的收集。



实质性议题分析

唯品会重视利益相关方的期望和诉求，将其作为企业可持续发展战略的重要因素，贯彻到日常运营当中。

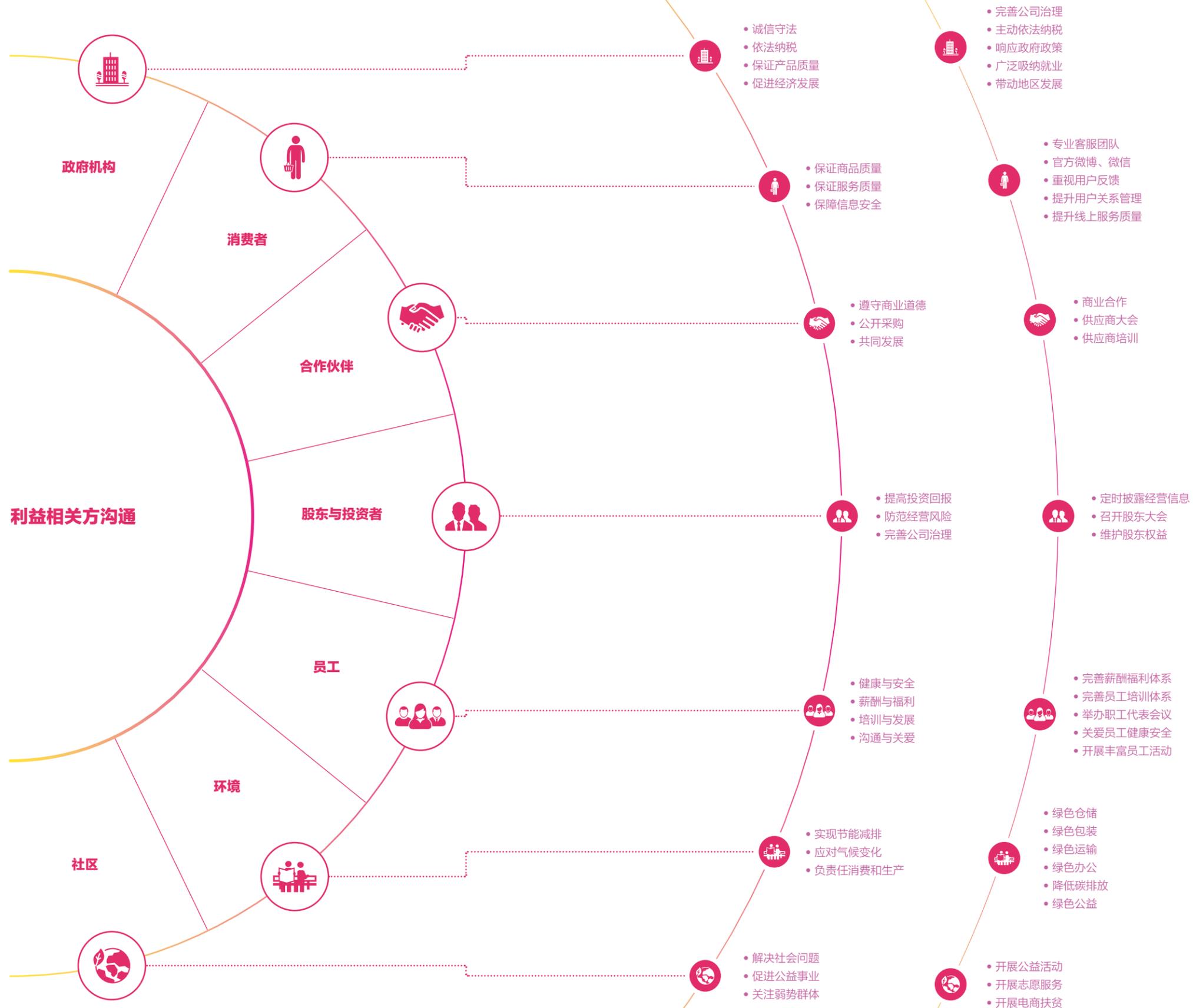
2017 年，唯品会在认真研究年度热点问题、国家政策、行业动态等内容基础上，根据公司的实际发展情况和社会责任体系，参照企业社会责任实质性议题分析模型，从“对唯品会的重要性”和“对利益相关方的重要性”两个维度，识别出对企业 and 利益相关方均有较大影响的实质性议题，从而确认在报告中需重点披露的信息以及未来社会责任工作的重点。



- | | |
|--------------|----------------|
| 1 经济贡献 | 12 员工沟通 |
| 2 供应商管理及评估 | 13 职业健康与安全 |
| 3 社会及经济合规 | 14 结社自由及集体协商 |
| 4 风险管控 | 15 员工多元化和机会平等 |
| 5 反腐败与反不正当竞争 | 16 员工培训与发展 |
| 6 绿色物流运输 | 17 助力消除贫困 |
| 7 材料使用与废物处理 | 18 社区共建 |
| 8 温室气体排放 | 19 产品及服务质量 |
| 9 减少能源消耗 | 20 消费者健康与安全 |
| 10 用水及污水排放 | 21 消费者隐私保护 |
| 11 薪酬平等与劳资关系 | 22 合规营销及知识产权保护 |

利益相关方沟通

作为全球最大的特卖电商，唯品会的利益相关方非常广泛，包括政府机构、消费者、合作伙伴、股东与投资者、员工、环境、社区等。唯品会历来重视与社会各方的沟通交流，充分考虑自身运营管理对各利益相关方的影响，认真了解、积极回应各利益相关方在社会责任领域的不同诉求，进行良性的互动，努力实现共同进步、共同成功。我们也希望社会各界积极对唯品会的发展提供宝贵意见与建议，共同把握发展机遇。



社会认可

- 获得南方传媒与《新周刊》主办的“2017 企业社会责任荣誉盛典”双奖，其中唯品会获得“互联网公益创新奖”，唯品会董事长兼 CEO 沈亚获得“企业社会责任领袖”称号
- 获得《企业观察报》颁发“2017 中国慈善公益好企业”称号
- 获得“2017 第一财经·中国企业社会责任榜优秀实践奖”
- 获得《公益时报》颁发“中国企业社会责任 2017(第七届)卓越奖”“优秀企业奖”“年度公益企业”称号
- 获得第七届中国公益节“年度公益集体奖”，“唯爱工坊”及唯品会 APP“我的公益”获得“2017 年度公益项目奖”
- 在“2017 中国年度最佳雇主”评选中，连续三年获得“年度最佳雇主百强”“最受女性关注雇主”，首次跻身“年度最佳雇主三十强”

REPORT ON COMMUNICATION WITH STAKEHOLDERS 利益相关方沟通报告



18 时代新电商，品质最强音

32 成长，共创幸福未来

40 环保，践行绿色运营

50 回馈，共建社会和谐

专题

AN E-COMMERCE PLAYER IN THE NEW ERA FEATURING BEST PRODUCT QUALITY

时代新电商，品质最强音

随着消费者对品质生活的追求日益提升，可持续消费、品质电商成为了新时代互联网经济的必然方向和必经之路。2016年底商务部发布的《电子商务“十三五”发展规划》中明确提出要“鼓励电子商务平台注重内涵式发展，带动上下游产业链丰富品种、提升品质，培育品牌”“进一步发挥电子商务引导生产、引领消费的积极作用”。

唯品会秉持“成为全球一流的电子商务平台”的愿景和“传承品质生活，提升幸福体验”的使命，促进消费升级，打造正品保障，完善用户服务，力争成为新时代品质生活新电商，同时，与消费者、合作品牌一道，打造电商行业开放协作新生态。

我们还紧跟全球发展趋势，充分参考联合国可持续发展目标（SDGs）对于企业战略、运营方面的指引，在与电商有重要关联的物流建设、供应链管理等方面做出相应改善。

联合国可持续发展目标	开展项目
SDG 9: 产业、创新和基础设施	• 优化物流布局，创新物流技术
SDG 12: 负责任消费和生产	• 加强供应链管理，加强商品质量检查



可持续发展目标



唯品会
正品十重保障

20 促进消费升级，传承品质生活

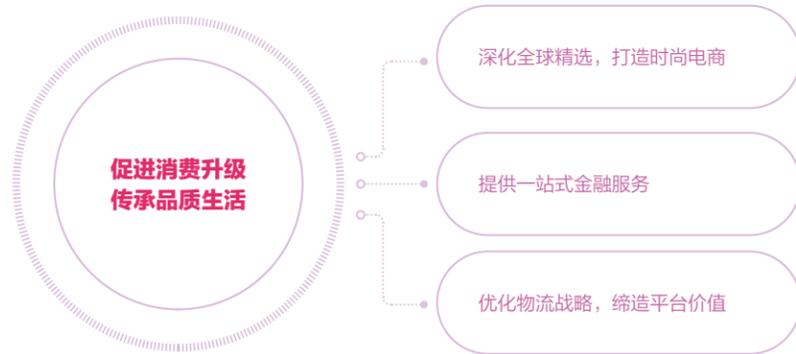
24 打造正品保障，捍卫消费权益

30 完善用户服务，提升幸福体验

促进消费升级 传承品质生活

消费升级的变革浪潮对中国电商行业产生了巨大影响，带来了更高品质、更高效率的挑战，电商行业面临整体转型以适应品质电商的发展方向。秉持着对“传承品质生活”这一公司使命的不懈追求，唯品会也做出了自己特色性的策略调整，通过货品差异化运营、物流升级、金融服务等一系列战略布局和业务延展挖掘新的业绩增长点，打造出促进自身发展的“电商+物流+金融”“三驾马车”。

2017年，“三驾马车”战略矩阵成效初显，为消费者打造的完整消费闭环成为了新的业务增长引擎，实现了人均消费额的持续增长和用户购买力的持续提升。物流板块的重组使得唯品会能够专注提升用户物流体验，而唯品会基于对3亿会员消费行为的深入洞察，为用户提供消费金融、支付、理财、保险等金融服务，打造电商生活金融一站式服务平台，提升用户购物体验。



深化全球精选，打造时尚电商

2017年，唯品会正式将品牌定位从“一家专门做特卖的网站”升级为“全球精选，正品特卖”，凭借自营服饰穿戴品类的核心优势，以“正品+时尚”模式领跑品质电商行业发展。唯品会以最严格的要求筛选出拥有良好市场声誉、具有竞争力的商家作为供应商，为用户挑选最精选的全球商品和提供最切实的品质保障，全年总活跃用户数达5780万人，用户复购率达71.3%，实现了客群获得数量和质的双向提升。

2017年，唯品会还持续发力时尚领域，与众多国内外品牌深化合作，为消费升级时代的中国消费者提供更多品质商品。9月3日“2017秋季美妆节新品首发暨唯美庆典”，我们邀请了100余位美妆品牌高管现场参与；12月8日周年庆活动，我们邀请了近3600个品牌参与，数量同比增长122%；截至2017年底，已经有超过20000家合作品牌入驻唯品会，全网独家入驻品牌近百家，充分展现了唯品会的平台实力以及为品牌所带来的价值。

2017 时尚 COSMO 美丽盛典

2017年12月18日，顶级时尚盛事“2017时尚COSMO美丽盛典”在上海举行。作为独家冠名伙伴，唯品会携手《时尚COSMO》为消费者开启一场时尚美丽之旅。

唯品会与《时尚COSMO》的深度战略合作是基于双方在品牌内涵、用户质量、企业追求等方面的高度契合，更是电商与时尚融合向前迈出的的一大步。同为时尚引领者，二者在各自的领域都扮演着重要角色，并且积累了高质量用户群和丰富的经验，合作带来的优势资源整合，必将带给读者及消费者更全方位的品质生活感受。



唯品会与《时尚COSMO》开展深度战略合作



唯品会与众多美妆时尚品牌开展合作，为消费者提供更多品质产品

唯品花

唯品花作为唯品金融开发的消费贷款产品，是一种“先消费，后还款”的全新支付方式，在唯品会使用唯品花购物付款，可享购物随心分期。2017年，唯品会“12.8周年庆”期间，使用唯品花的用户数同比增长104%，使用唯品花支付的用户人均客单价高出非唯品花用户41%，展现了金融业务对提高电商用户人均客单价、提升用户活跃度和用户黏性等方面起到的重要作用。

唯品在行动

提供一站式金融服务

唯品会在金融板块拥有得天独厚的人群和场景优势。电商平台消费为消费金融提供了天然的场景，而年轻人居多的网络消费者也更愿意接受分期付款等金融服务模式。正是凭借这种优势，唯品会旗下金融服务平台唯品金融准确找到自身发展的优势领域，提供覆盖供应链金融、消费金融、支付、理财、保险、征信等领域的金融服务。结合唯品会用户女性占比高的特点，唯品金融还积极拓展符合女性及其家庭消费投资特点的互联网金融

产品，推出一系列贴合女性和家庭需求的定制化理财和保险服务，服务用户不同成长阶段的全生命周期金融服务需求。

唯品会金融板块的持续发展和良好口碑，也受到行业和市场的认可，在2017年11月3日举办的中国新金融发展高峰论坛上，唯品金融同时获得“消费金融优秀企业奖”和“新金融50强”两项殊荣。

优化物流战略，缔造平台价值

唯品会一直坚持全流程自建自营的模式，不断提升物流仓储战略部署。对唯品会而言，这不仅是对商品品质的保障，更是为合作伙伴创造价值与商机的有力抓手。

2017年，唯品会实施了物流战略性布局，截至年底，在国内拥有五大物流仓储中心和15个前置仓，在海外拥有十二大海外仓，仓储总面积达250万平方米，其中自建达150万平

方米，将越来越多的国内外品牌合作伙伴纳入唯品会的物流网络，丰富用户选择的同时缔造了平台价值。

2017年，唯品会还重组了自营物流板块，截至年底，共设立3700多个品骏快递全国直营站点、15000多辆物流车、30000多名快递员，日配送包裹达到500万单/日，提升了末端消费者的用户体验。

品骏快递

品骏快递作为唯品会的自建自营物流，除了承担唯品会网络配送约99%的订单，还着力打造了集仓储、干线运输、航空货运为一体的干线运输配送体系以及偏远地区的网络渠道建设，不仅在全国31个省级行政区域实现了无盲点覆盖，更为众多品牌供应商提供了多平台一站式的仓储物流服务。同时，它所提供的开箱验货、当面试穿、当场退换业务都是其他快递所无法比拟的，这正是唯品会深受消费者喜爱之处。



唯品会全面优化物流战略性布局



遍布全国的3700多个品骏快递直营站点把好物送到家门口

截至2017年底

3700 多个

共设立3700多个品骏快递全国直营站点

15000 多辆

15000多辆物流车

30000 多名

30000多名快递员

500 万单/日

日配送包裹达到500万单/日

RESPONSIBILITY & ACTION

RESPONSIBILITY & ACTION

打造正品保障 捍卫消费者权益

电子商务经历了十多年的飞速扩张，已日趋成熟，竞争的焦点也由价格转向了品质。而正品作为品质的底线，自然成为了消费者购物体验中至关重要的部分。因此，打造正品保障，捍卫消费者权益，自然成为了新时代电商平台的核心竞争点。

区别于注重价格优势的传统电商，唯品会以消费者的品质诉求为核心，

把保障正品作为核心和底线，从商品的源头保障、流程监控、售后服务等方面入手，捍卫消费者权益。2017年，唯品会发布了“正品十重保障”“品控九条”及“正品鉴定天团”等一系列正品保障措施。这是国内电商品牌首次对“品质电商”进行量化所得出的标准，不仅对打造正品电商具有非常重要的意义，同时也是对国家政策的积极响应。

唯责任·观点

“品质电商行动是今年质检总局电子商务质量监管着力推动的活动，重点在于推动电子商务企业，保证质量、担负责任、诚实有信，从而推动我国电子商务产业从价格时代迈向质量时代。”

孙会川
国家质量监督检验检疫总局
监督司副司长



唯品质·行动

“十九大报告指出，必须坚持质量第一、效益优先，以供给侧结构性改革为主线，推动经济发展质量变革、效益变革、动力变革。品质提升成为破题发展的关键，在这份做正品电商的纲领性文件下，唯品会发布了‘正品十重保障’等一系列措施，努力做好品质电商的示范作用。”

黄红英
唯品会副总裁



源头有保障

唯品会品质电商措施的优势之一在于源头有保障。唯品会秉承“产地直采自营”的理念策略，凭借在全球多个国家和地区设立买手团队建

立的选品优势、与众多品牌深度合作带来的正品优势，实现了消费源头有保障。

一手货源，授权保障

消费者在唯品会看到的每一件商品都由唯品会从品牌官方渠道直接采购而来，供应商包括品牌生产商、品牌官方授权总代理商、品牌分公司及国际品牌驻中国的办事处等。唯品会对每一个正式合作的供应商进行实地考察，开展原产地认证、生产工厂和生产实景的查检，并签订正品采购协议，从源头杜绝假货，把好正品第一关。

为了满足国内消费者日益增长的海外采购需求，唯品会更直接深入产品原产地，通过遍布全球的九大仓储系统、十二大海外仓直接输送至国内。

仓库遍布全球·海外自营仓



流程严监控

唯品会品质电商措施的优势之二在于流程严监控。唯品会秉承“全流程自建自营”的理念策略，从完善的供应链管理制度，到严格的质量检查体系，再到全方位的物流保障体系，实现了消费流程严监控。

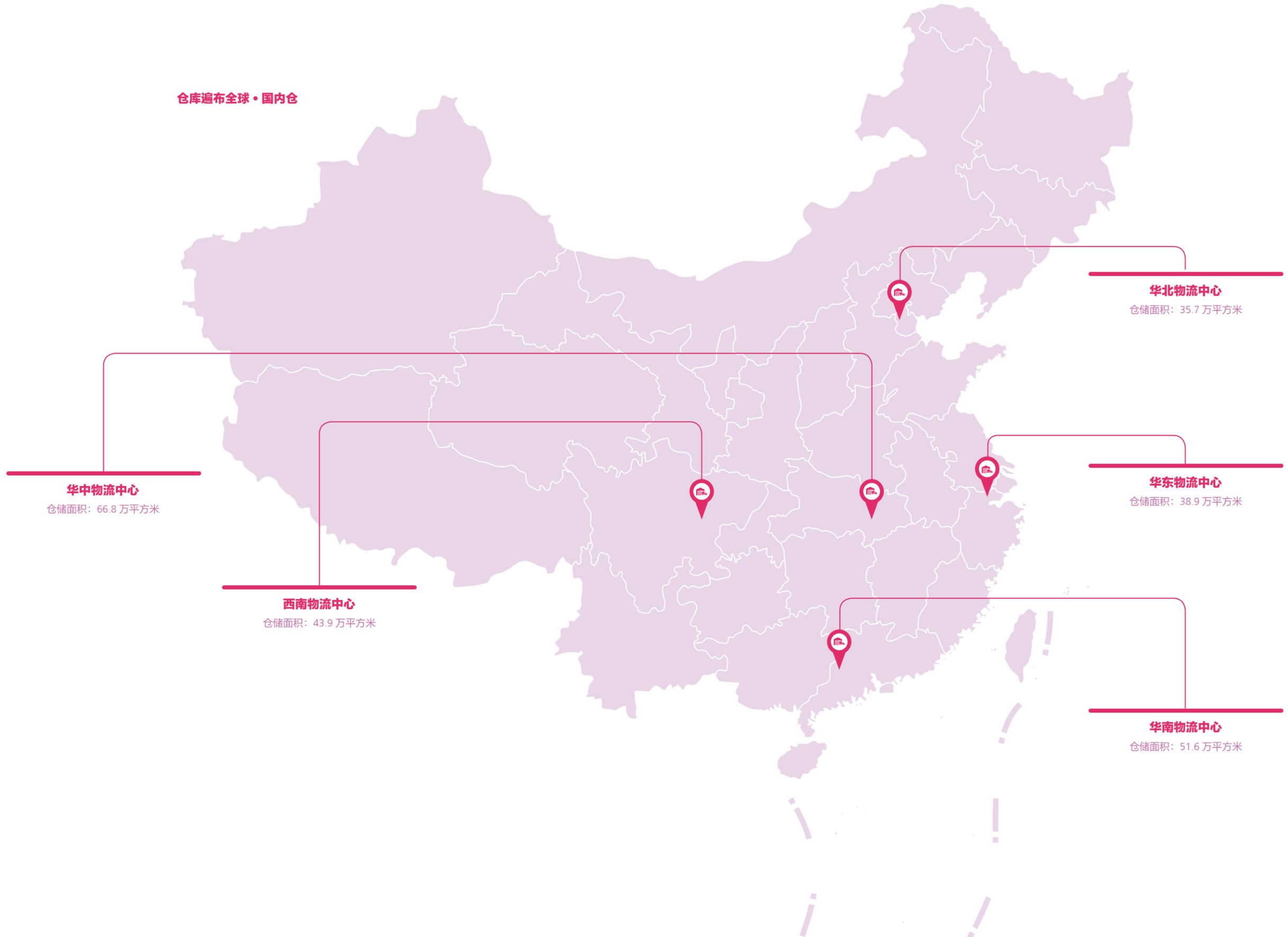
入仓全检，质检保障

虽然唯品会的自营商品已经是一手货源，但在商品发给消费者前，还必须进入唯品会的仓库再次接受拆箱检验。唯品会的质检体系覆盖范围广泛，并着重加强对于电器、化妆品、母婴用品和食品等高风险产品的管理，一旦发现商品有质量瑕疵，立即将商品下线，并要求合作方整改，严重者将停止合作。

自营物流，物流保障

2017年，唯品会实施了物流战略性布局和自营物流板块重组，凭借全国五大物流仓储中心、15个前置仓，将众多品牌纳入唯品会的物流网络，完美解决了配送时效问题。唯品会还对正品进行全程护航，从入货源头到派送的最后一公里，每个环节都实名登记、实时记录，随时掌握商品信息，构建起了全方位的智慧物流保障体系。

仓库遍布全球·国内仓



RESPONSIBILITY & ACTION

“品控九条”，
业界最严正品规则

我们相信，在供应链中最大限度地降低风险，有助于提升消费者的购物体验。唯品会从商品和服务环节的每一处细节入手，每个流程都有专业团队和系统程序进行悉心管理，一丝不苟地确保商品质量。截至2017年底，唯品会的品控团队接近1000人，行业居首，建立了以法务、供应链、物流中心为主的质检团队，实现“采购前、入库前、入库后、销售、售后”的闭环可溯全流程品控。

“品控九条”包括全平台首负责任、质量管理体系认证、知名品牌正规授权、专业机构入厂查验、八道关卡查验质量、人机互动核实广告、服务全程闭环可溯、七天无理由退货退款、多险种丰富保险保障九大举措，为电商行业提供了值得借鉴的成功范例，也为电商平台树立了正品保障的新标准。

唯品在行动

售后保无忧

唯品会品质电商措施的优势之三在于售后保无忧。从重要商品的专柜验货，到核心商品的全国联保，再到7天无理由放心退政策，唯品会坚持假货必赔的售后保障，让消费者购物无忧。

线下验真，品质保障

唯品会联合品牌商推出《货品保证单》，用户可以在线下进行品牌专柜验货，并享受全国专柜售后联保。

假货必赔，第三方保障

唯品会为每件商品购买中国太平洋保险“产品质量保证保险”，与中国人民财产保险新签署了千万保障金额的产品责任保险，百分百保证假货必赔。

放心退货，售后保障

唯品会为消费者建立完善的售后退换制度，除了行业普遍存在的7天无理由退货条款外，还特别推出了退货免运费和极速退换政策。



唯品会持续保障用户权益

“正品鉴定天团”，
史上最强大护航天团

与“正品十重保障”一道，唯品会还公布了“正品鉴定天团”计划，诚意邀请来自社会各界的正品鉴定官，包括有影响力的意见领袖和有权威性的业界大咖等等，组成“正品鉴定天团”。他们在唯品会官方渠道购买商品并进行亲身体验，输出正品鉴定报告，为消费者提供最真实、有价值的参考。2018年，唯品会还将推出“正品鉴定天团——素人鉴定官”计划，号召消费者不只要做产品的体验者，更要成为正品保障的参与者和把关人，助力唯品会成为值得信赖的优质品牌。

唯品在行动

2017年
3.35 亿单
全年总订单量达3.35亿单



唯品会精选全球高品质品牌进行深度合作，为客户提供时尚、优质的产品

正是在源头有保障、流程严监控、售后保无忧这三大品质电商优势措施的助力下，唯品会最大程度上保护了消费者权益，为用户提供品质最有保障、价格最为优惠的产品。2017年，全年总订单量达3.35亿单，总活跃用户数达5780万，活跃用户人均消费1261元，用户复购率达到71.3%，复购用户消费占比更是达到95.1%，用户的万千信赖为唯品会打造的时代新电商做了最好的注解。

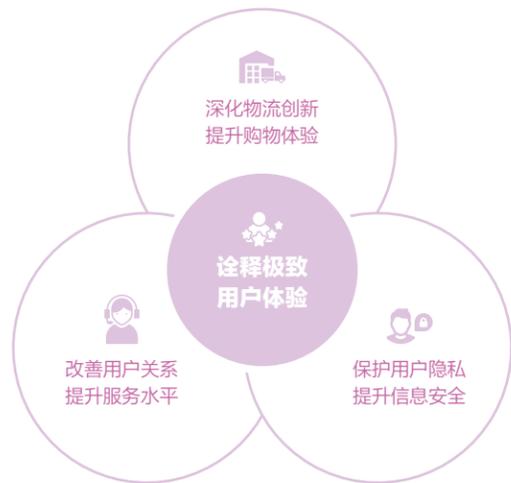
除了消费者的喜爱，2017年，唯品会还收获包括中国企业500强、中国民营企业500强、中国服务业100强、BrandZ™2017“最佳新晋中国品牌”奖在内的多项荣誉和认可，更进一步证明了唯品会品质电商之路的成功。

RESPONSIBILITY & ACTION

完善用户服务 提升幸福体验

2017年，唯品会树立了“诠释极致用户体验”这一贯穿整个购物流程的用户服务理念。从售前的精准营销、供应商客服，到销售过程中的

物流自动化、信息安全保障，再到售后的满意度调查、极速退款，唯品会实施了一系列切实措施达成“提升幸福体验”的公司使命。



蜂巢系统， 智能仓储创新标杆

2017年11月10日，全球最大蜂巢式订单储分一体系统——唯品会蜂巢二期系统，在唯品会华南物流中心正式亮相，成绩斐然——仅依靠8名拣选人员，“双11”当日实现了12000箱/小时的超高效率，共处理货物近15万件，展示出应对电商仓储物流挑战的超强能力。

蜂巢二期系统拥有13万个料箱储位，可存放400万件货品，订单处理能力可达52万件/天。通过高速智能穿梭车、智能高速提升机等全面升级的设备，将传统的“人到货”作业模式转变为“货到人”，在效率提升、人力节省、面积减少等方面具有突出优势，可节省80%的系统占地面积和60%的作业人员，提升效率近5倍。2018年，唯品会还将在西南物流中心上线规模更大、能力更强的蜂巢三期系统。

深化物流创新，提升购物体验

2017年“双11”当日，唯品会以800万订单量的成绩再次刷新历史纪录，12月8日周年庆的第一单更是创造了13分18秒的中国物流配送新纪录。取得这一成绩的关键，就在于唯品会一流的仓储物流技术和物流自动化系统。

2017年，唯品会在全国五大物流仓储中心投入了巨大资金，用以引

入和升级物流自动化系统。蜂巢式电商4.0系统、智能快递无人车输送系统、智能AGV搬运机器人、Miniload集货系统、商品分拣系统、包裹分拣系统、魔方密集存储系统等一系列物流自动化的升级，大幅提升了仓储自动化能力，降低了运营成本，为物流配送服务夯实基础。



智能AGV搬运机器人



蜂巢式电商4.0

改善用户关系，提升服务水平

3亿会员的支持是唯品会发展的动力。我们不断改善用户关系，升级会员体系，建立会员忠诚度系统，针对忠诚会员设立积分奖励制度，并通过积分货币化，使会员积分可以折算成现金用于交易支付，扩大积分使用范围。

我们认识到用户满意度的提升是唯品会良好声誉的来源，将用户的反馈意见视为促进服务提升的宝贵资源。我们每月开展用户满意度问卷调研，了解用户对于购物、物流、售后和用户服务等方面的体验，在此基础上，深入地对个人及群体用户的体验进行多维度分析，力求为用户提供更好、更优质的服务体验。

3亿会员的满意是唯品会运营的基础。我们不断完善用户服务体系，提升用户服务水平，于2008年成立了客户服务中心，并于2012年首设智能服务系统。截至2017年底，客服中心已发展成为由1559名专业客服人员组成的庞大专业团队。所有客服人员均通过服饰、美妆、母婴、金融等相关业务模块的专业培训，为用户提供全天候高效便捷的服务，全年电话调查的满意度达到98.2%，线上调查的满意度达到85.9%。

创新应用供应商即时解答系统



保护用户隐私，提升信息安全

唯品会一直高度重视用户的隐私保护，采取严格的技术手段保证用户的信息安全，通过对用户交易、风险控制、产品开发、系统运营和维护的管理，以及对信息安全员工进行相关知识的推广、培训和考核，打造了一个能够真正令会员放心购物的平台。

作为业内维护信息安全的先行者，唯品会是全国首家将业务纳入信息安全管理体系范围的电商企业。唯品会还专门成立了安全应急响应中心，为广大用户提供反馈和提交安全风险途径。

供应商客服项目

为实现用户在下单时对商品的相关咨询能得到快速处理，通过与商家的沟通合作，客服中心上线了供应商客服项目，实现了用户与商家之间的即时通讯，通过专业性的商品推荐，不仅提升了销售，也给用户更好的购物体验，达到双赢的效果。唯品会还制定了全方位的服务监察机制，对商家服务水平进行检查与考核。2017年，已累计开通328家供应商客服。

极速退款项目

为了缩短退款时间，提高售后服务的质量，唯品会启动了极速退款项目。根据客户账户信誉度，不管是拒收还是客户退货，商品无需等待入仓，即可退款，可缩短48小时以上的退款时间，使用户体验到更高效的售后服务。

GROW TOGETHER FOR A BRIGHT FUTURE

成长，共创幸福未来



职业发展

唯品会致力打造的开放协作新生态离不开对员工的关怀。我们相信每一位唯品会的员工都是唯品会发展的中坚力量，凭借良好的人力资源管理实践，打造了愉悦的职场环境、广阔的发展平台和贴心的员工关怀，在提供具有竞争力薪酬的同时，提升了员工的幸福感和归属感，逐渐培养出了一支管理完善、积极向上的员工团队，在与员工的共同成长中创造幸福未来。

2017年，唯品会的人才队伍建设取得了良好的成果，截至12月31日，公司员工人数超过58000人，同比增长29.57%，在“2017中国年度最佳雇主”评选中，连续三年获得“年度最佳雇主百强”“最受女性关注雇主”，并首次跻身“年度最佳雇主三十强”。

作为一家在全球拥有劳工实践的企业，唯品会的人力资源管理政策和员工关怀措施还积极响应联合国

SDGs 规划，在员工多元化及机会平等、员工培训与发展、员工职业健康与安全等 SDGs 相关的方面采取措

施，争取将唯品会打造成为一家受到内部员工和外部社会都认可的优秀雇主企业。

联合国可持续发展目标	开展项目
SDG 1: 无贫穷	• 为困难员工提供援助善款
SDG 3: 良好健康与福祉	• 开展员工职业健康与安全（OHS）急救及健康讲座，为员工提供康乐设施，设立医务室及理疗室
SDG 4: 优质教育	• 设立唯品大学，针对不同层级、部门与岗位的员工，设置对应的业务技能提升项目课程
SDG 5: 性别平等	• 在所有职位的招聘及雇佣过程中确保男女平等，为男女员工提供统一、公平的晋升考核
SDG 8: 体面工作和经济增长	• 保证所有员工获得合理薪酬以及福利，设置环境、健康与安全（EHS）管理委员会负责相关管理事项
SDG 10: 减少不平等	• 公平、公正地选拔人才，不因员工民族、种族、性别、宗教信仰等方面不同而区别对待或歧视
SDG 16: 和平、正义与强大机构	• 定期召开员工代表大会，注重人权保障工作，在供应商及品牌商中的开展



可持续发展目标

- 34 愉悦的职场环境
- 36 广阔的发展平台
- 38 贴心的员工关怀



愉悦的 职场环境

唯品会始终坚持以人为本的理念，通过实现员工多元化、保证员工顺畅沟通、保障员工职业健康安全等

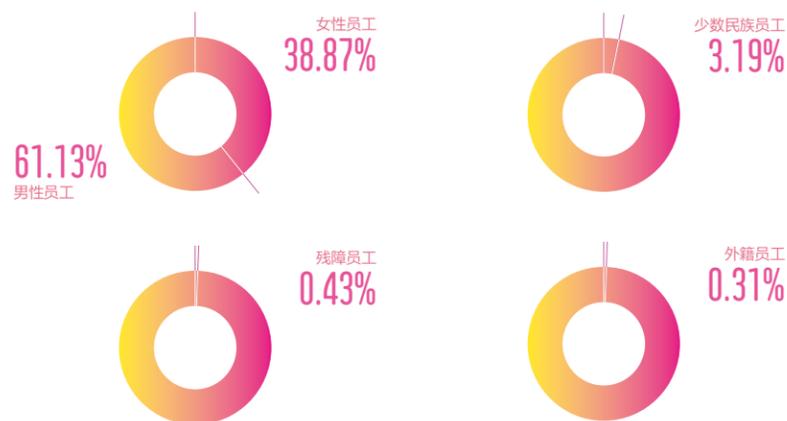
方式，保障员工权益，营造和谐的工作氛围。

员工多元化

唯品会相信多元的工作环境是创新的驱动力，积极推行公开、公正、平等的招聘及用工制度，并持续完善雇佣体系。公司员工的招聘及雇佣严格遵守相关法律法规，确保应

聘人员与员工在应聘及就业过程中，不因民族、种族、性别、宗教信仰、社会出身、性别取向、遗传倾向及生活方式等方面的因素受到区别待遇或歧视。

2017 年各类别人数比例

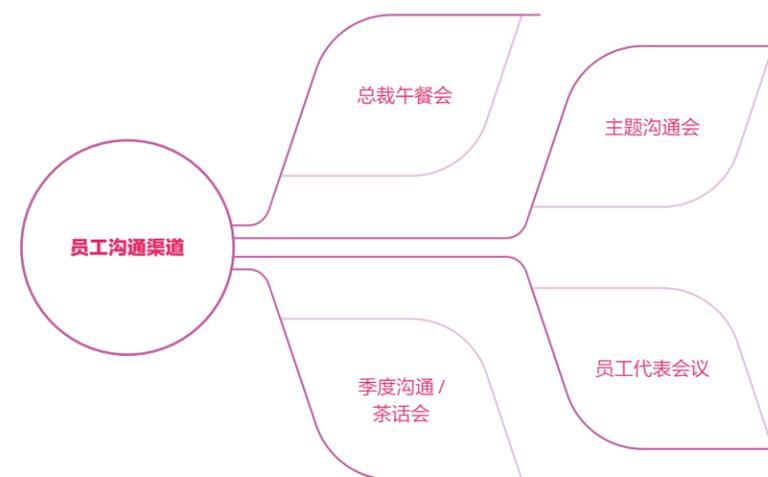


年轻有活力的团队

员工沟通

唯品会相信顺畅的员工沟通能提升公司内部人力资源结构的稳定性，积极建设与完善员工沟通机制，通过不同渠道及时了解员工诉求，分

析公司当前管理状况的不足之处，从而防范公司雇佣过程的相关风险，并使公司管理过程更加人性化、透明化。



职业健康与安全

为维护员工职业健康与安全以及降低员工罹患职业性疾病风险，唯品会设有专门的 EHS 管理委员会负责

公司生产作业安全、员工 OHS 的管理事项。

	做法	效果
员工 OHS 管理	提供 OHS 急救、腰椎保健、癌症防治、科学养生类讲座	维护了员工的职业健康安全，增强员工健康意识
	设置健身房、舞蹈室、瑜伽区、篮球场等康乐设施	为员工提供了业余锻炼场所，降低员工亚健康风险
	设立医务室、理疗室，提供诊疗及理疗服务、三伏贴敷保健服务	配备了基本的应急医疗资源，保障了员工生产时的安全健康
	建立了员工心理援助计划（EAP），配备专业心理咨询师提供日常咨询服务	为员工心理健康提供支持，有利于员工团队的稳定和谐

多渠道的员工沟通

总裁午餐会
公司的两位创始人会在每月一次的总裁午餐会上与一级部门核心岗位员工共进午餐，直接进行面对面交流，了解各部门工作面临的挑战。

季度沟通 / 茶话会
公司的两位创始人会在每个季度的沟通 / 茶话会上与新入职总监级以上的中高层管理人员及自愿报名参加的中高层管理人员开展人力管理方面的交流讨论。

主题沟通会
唯品会下设的膳食委员会每月会例行召开膳食沟通会议，集中收集员工餐饮诉求，反馈给食堂并跟踪解决。此外，一级部门内部也会定期就新员工适应情况召开主题沟通会议，以回应相关新员工入职的反馈。

员工代表会议
唯品会的员工代表座谈会包括一级部门内部沟通会及工会座谈会。公司的一级部门会周期性收集员工意见建议，透过内部沟通会议集中解决相关问题。工会作为唯品会内部主要的沟通渠道，2017 年，共收集员工反馈问题 146 个，其中 80% 的问题在当年就得到了解决。

广阔的发展平台

多元化的员工培训

为满足不同业务部门及不同发展阶段的员工在职业培训方面的需求差异，唯品会设置了多种职业培训项目，如针对新总监和新经理分别设立的新领航计划和新起航计划。

新生代训练营

针对社招、校招、实习生、管培生的不同情况设立对应的学习项目，帮助新员工更快融入公司，了解公司的文化价值观以及政策制度。

业务培训

为各重点业务部门不同人群设置有针对性的培养项目，帮助员工提升业务技能，赋能业务发展的同时实现员工自我增值。

“唯你所用”课程

为帮助全体员工提升通用技能、增强员工持续就业能力，定期开展一系列通用类课程供全体员工报名学习，主要涉及办公技能、项目管理等方面。

唯品夜校

公司致力于将“唯品夜校”打造成为员工业余学习成长的优质平台，以提升员工的通用技能。为方便员工学习，该项目开通了线上和线下渠道。

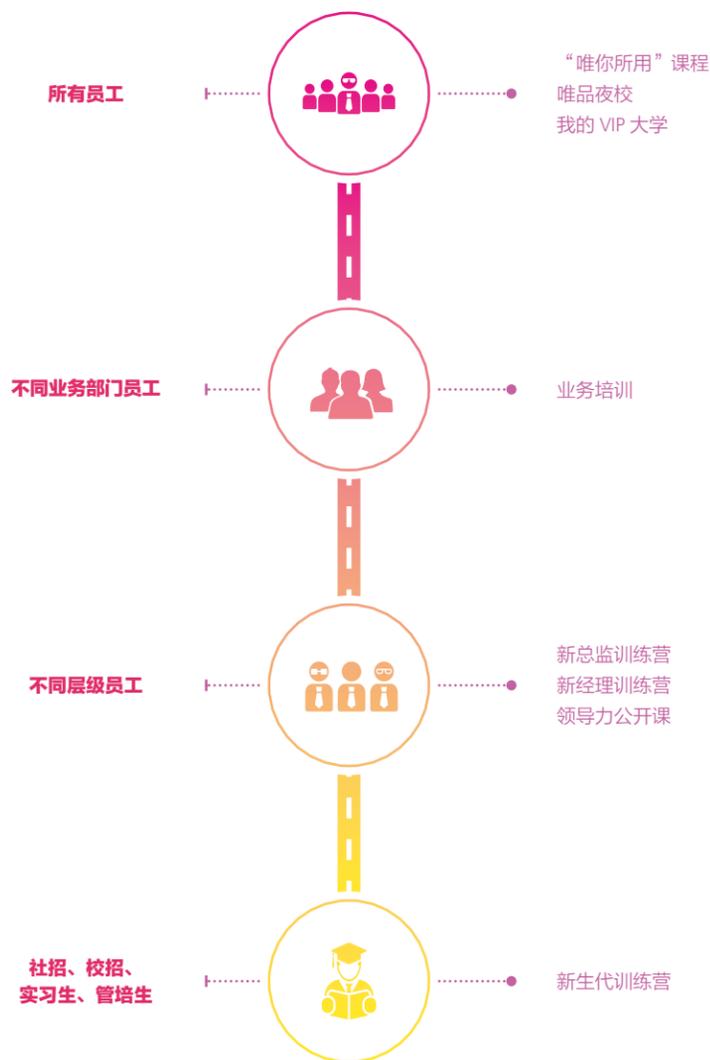
新领航计划 - 新总监训练营

针对新晋升至总监级干部应具备的核心素质与能力，提供全方位的领导力提升和体验，帮助新总监学员认知自身管理全方面的长短板。

唯品会始终坚持营造学习型工作环境和通畅的职业发展通道，助力员工成长，实现个人价值。

员工培训

唯品会积极为员工提供适宜的学习机会和环境，帮助员工增长知识、提升能力。2017年，唯品会为各类员工培训投入600万元，总时长达40394小时，总人次达7811人次（不包含物流公司及新员工）。



多元化的员工培训体系



帮助职场新人获得发展

员工职业发展

唯品会致力于为员工打造公平、公正的职业发展机会，为所有员工提供管理岗、专业岗双轨制职业发展通道。员工的晋升由专门的晋升评

审会（包括技术序列评审委员会、产品序列评审委员会、营销序列评审委员会等）来进行评审。



为进一步帮助员工了解自己的工作情况及职业发展情况，唯品会通过年初的绩效目标设定、年中的绩效

沟通和辅导，以及年末的年终绩效考核评估，为员工进行综合性的周期绩效考核评估并给予建议。

唯品会行动

新启航计划 - 新经理训练营

针对新经理从专业到团队管理角色转变特点，提供从企业文化到管理语言的学习强化，并通过结营环节促进内化与分享。

领导力公开课

针对经理级、总监级及高级管理者开展大型公开课，包括总监级别课程“商业预测”与经理级别课程“商业思维提升训练”等。

我的VIP大学

为鼓励员工积极进修，不断提升自身素质，设置“我的VIP大学”项目。符合条件的员工可申请学历补助，按照相关规定给予报销一定比例的金額，补助的类型涵盖硕士、博士、MBA、EMBA、职业资格认证等。

RESPONSIBILITY & ACTION

贴心的 员工关怀

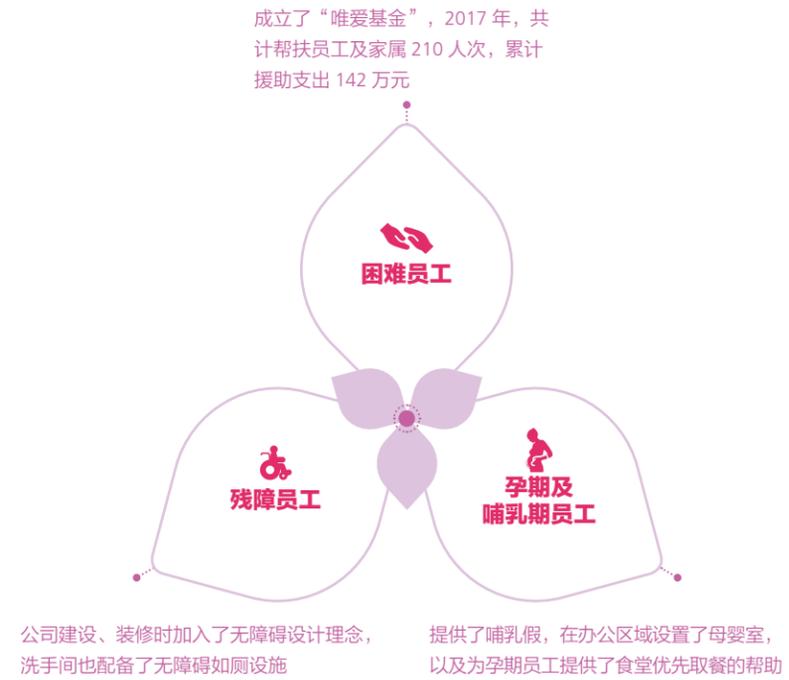
唯品会始终秉持“让员工幸福，让员工的家庭幸福”的理念，致力于关爱员工身心健康，丰富员工业余生活，提升员工的幸福感和归属感。

关爱身心健康

唯品会制定并实施了《唯品会福利管理制度》，为所有员工提供各种细心的关怀及贴心福利，主要包括：

<p>礼品 / 礼金 / 假期</p> <ul style="list-style-type: none"> 唯爱基金 节日礼品 新婚新生儿礼金 生日祝贺及礼品 奠仪金 全薪年假 / 病假 家长会假 	<p>生活福利</p> <ul style="list-style-type: none"> 免费三餐 / 下午茶 交通 / 通讯补贴 免费理发（部分办公点） 睡眠仓（部分办公点） 安居免息贷款 员工消费贷款 员工特卖 	
<p>身心健康</p> <ul style="list-style-type: none"> 年度健康体检 补充商业医疗保险 意外险 / 重疾险 每月 2 次免费理疗 心理健康咨询及解压 健身场所设施及活动 	<p>能力提升</p> <ul style="list-style-type: none"> 唯品大学 学历教育补助 各类提升培训 图书馆 	<p>精彩生活</p> <ul style="list-style-type: none"> 年度团建 社团活动 集体婚礼 亲子活动

另外，唯品会还针对公司的特殊群体员工，如孕期及哺乳期员工、残障员工、困难员工等，制定了相应的福利关怀措施。



呵护职场妈妈

唯品会的母婴室获得了“广州市爱心妈妈小屋模范点”称号，并在中华全国总工会女职工部的调研指导工作中得到了充分肯定。此外，公司还针对职场妈妈及其他女性员工开设了“快乐孕期”“婆媳关系”“女性生殖健康”等专题讲座，举办了“快乐烘焙”“超轻黏土课程”等专项亲子活动，深受女性员工的欢迎。



时尚舒适的工作环境



活力四射的员工年会

丰富业余生活

唯品会重视员工业余生活情况，由工会组织丰富多彩的社团文体活动，促进员工及其家庭之间的交流，增强员工凝聚力。2017 年，唯品会广州总部共支持社团活动 28 场，包括举办第二届广佛名企单身联谊活动、参加广州市总工会运动会等。

PROTECTING ENVIRONMENT THROUGH GREENING OPERATIONS

环保, 践行绿色运营

唯品会致力打造的开放协作新生态离不开对环境的保护。作为一家坚持绿色运营的电商企业, 唯品会始终关注全球气候变化, 通过将环保措施与主营业务有机结合, 逐步将绿色环保的理念贯穿到生产、包装、仓储、运输、办公各环节, 不断降低能耗、物耗, 提升环境绩效, 用实际行动推动国家绿色电子商务的发展。

为推动形成可持续发展模式, 唯品会在环保和绿色运营方面持续投入, 将生产运营过程全面对标 SDGs: 对内, 通过建设全面的环境管理制度、采取节能减排行动、打造全过程的绿色物流等方式, 逐步实现生产经营对环境影响的最小化; 对外, 作为“绿色公益联盟”首批认证成员单位, 联合多家机构开展环保公益项目, 为自然生态环境的保育贡献力量。

联合国可持续发展目标	开展项目
SDG 6: 清洁饮水和卫生设施	• 使用直饮水系统和自动化水龙头
SDG 7: 经济适用的清洁能源	• 建立全面的能源使用监测系统, 实施物流园分布式光伏电站项目
SDG 9: 产业、创新和基础设施	• 采购节能办公设备
SDG 12: 负责任消费和生产	• 建立全面的环境管理体系, 建设环保仓库, 优化运输路线, 减少包装材料用量
SDG 13: 气候行动	• 实施流园分布式光伏电站项目, 使用环保运输车和电动物流车, 在办公区域开展节能减排行动
SDG 15: 陆地生物	• 参与绿色扶“苹”、10000个“6m ² 森林”、“十元点绿阿拉善”等项目



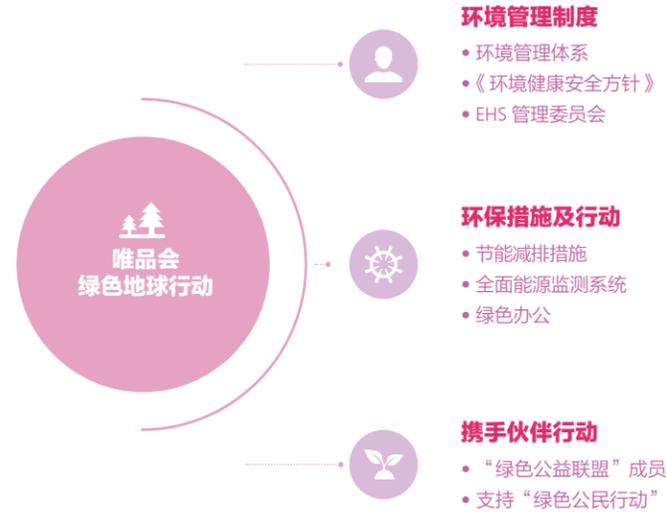
可持续发展目标



绿色地球

唯品会始终坚持绿色环保的理念, 致力于保护地球家园寻求可持续发展解决方案。对内, 我们制定并实施全面的环境管理制度, 持续优

化经营过程中的环境表现; 对外, 我们携手合作伙伴支持“绿色公民行动”, 宣传环保理念, 共同保护生态环境。



环境管理制度

唯品会高度重视环境管理工作, 建立全面的环境管理体系, 并将其视作公司全面管理战略的组成部分。唯品会环境管理体系以《环境健康安全方针》为指导性原则, 并通过对环境管理过程和方法的持续优化, 不断降低生产经营活动对环境的影响。

唯品会根据国家法律法规和公司《环境健康安全方针》, 设立了 EHS 管理委员会。EHS 管理委员会由高级管理层、部门负责人、工会代表及员工代表组成, 任命公司 CEO 为主任, 负责推动公司在环境、健康和安全管理方面的工作。委员会每年召开两次会议, 以评估并改进公司的环境、健康和安全管理表现。

唯品会 EHS 管理委员会组织架构



积极推动绿色电子商务发展

鼓励员工创新

唯品会重视每个员工的创新建议, 相信他们的建议对提升公司运营效率至关重要。为鼓励和推动一线生产员工积极参与环境管理, 并褒奖员工提出的创新想法, 唯品会制定并实施了《物流中心创新管理办法》。员工可就改进运营、提升健康与安全、减少环境影响等方面提出建议, 若建议被采用, 将获得奖励。

环保措施及行动

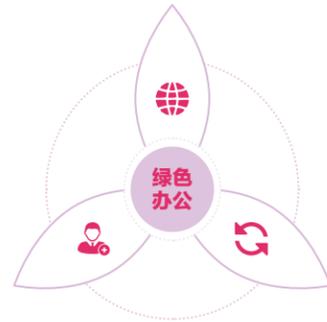
唯品会对环境的影响主要来自办公室、食堂和物流仓储运营。2017年, 唯品会注重减少自身经营活动对环境的影响, 推行了一系列节能减排措施, 助力低碳社会建设

- 广州总部办公室的外墙灯箱全部更换改造为LED光源
- 所有户外广告灯箱统一设置为22时关闭
- 恒荔湾办公室所有12V 50W射灯改造为LED 3W射灯
- 链条厂厨房油烟排放改造为活性炭和水幕过滤系统
- 新装修区域采用LED平板灯光源及节水龙头

此外, 唯品会通过建立全面的能源使用监测系统, 持续监测、评估和提升公司的环境表现。我们设定了多种环境绩效指标, 并通过将各指标与过往数据进行对比分析, 针对不足之处进行改进。我们还鼓励员工在工作中践行低碳节约, 并通过提升员工环保意识、降低能源和资源用量、实施办公用品回收再利用等方式, 打造一个绿色环保的办公环境。

降低能源和资源用量

- 推行无纸化办公, 推广使用电子发票
 - 选择节能高效的办公设备
- 使用直饮水系统和自动化节水龙头



提升员工环保意识

- 张贴环保标签小提示
- 组织环保培训和宣传活动

办公用品回收再利用

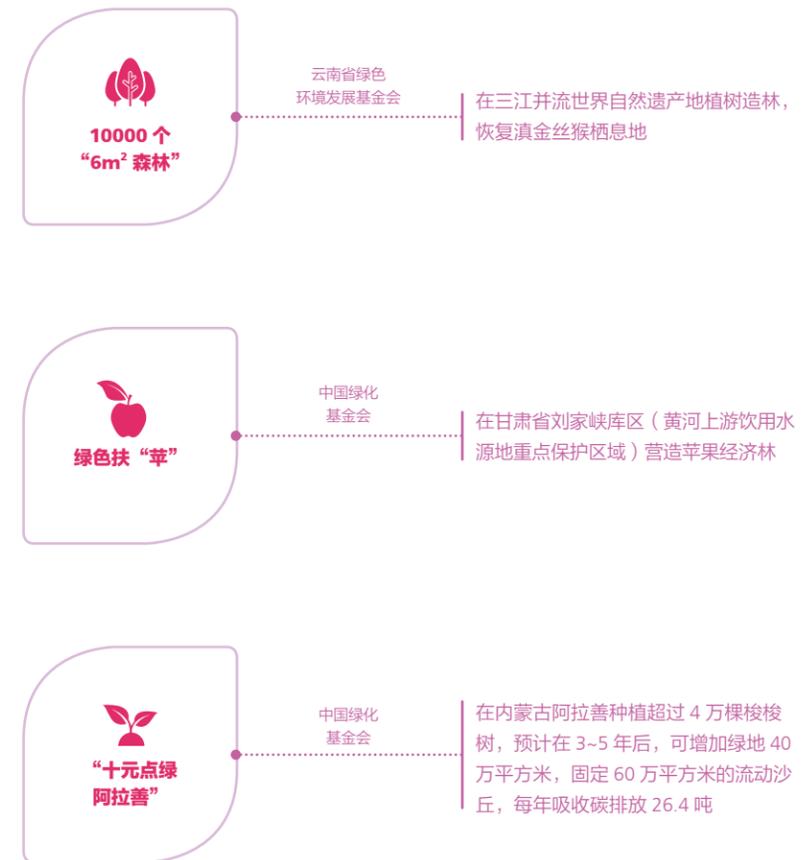
- 办公区域设有废弃物回收箱, 提倡分类回收固体废弃物
- 将报废的办公设备交给具有相关资质的第三方公司回收利用

绿色公民行动

当前, 由人类活动和气候变化引起的荒漠化等环境问题, 给可持续发展带来重大挑战。作为“绿色公益联盟”首批认证成员单位, 唯品会始终倡导经济发展与环境保护的协调融合, 在坚持绿色运营的基础上开展环保项目, 为绿色生态发展做

出贡献。2017年, 唯品会积极参与和支持由联合国环境规划署、全国绿化委员会、国家林业局、中国绿化基金会共同发起的“绿色公民行动”, 联合多家机构开展环保公益项目, 并持续投入到自然生态环境的保育之中。

2017年唯品会绿色公民行动



绿色物流

唯品会始终坚持绿色物流的理念，致力于推动从仓储、包装到运输的物流全过程的绿色化，并持续对每

个物流细节进行环保优化，从而确保每个商品都是经过一次“环保旅程”送达消费者手中。

唯品会绿色物流全过程



绿色仓库

唯品会的自建仓库是依据绿色园区建设理念，遵循绿色建筑标准而建立的环保仓库。仓库由“内”（内墙、钢构件）到“外”（外墙、屋面板、外墙窗）均采用环保节能材料，屋

内照明亦是通过增设采光带和采用智能 LED 灯系统实现。此外，在部分物流园区的仓库屋顶，我们还建设了光伏发电系统，充分利用更加清洁的太阳能，减少电能消耗。

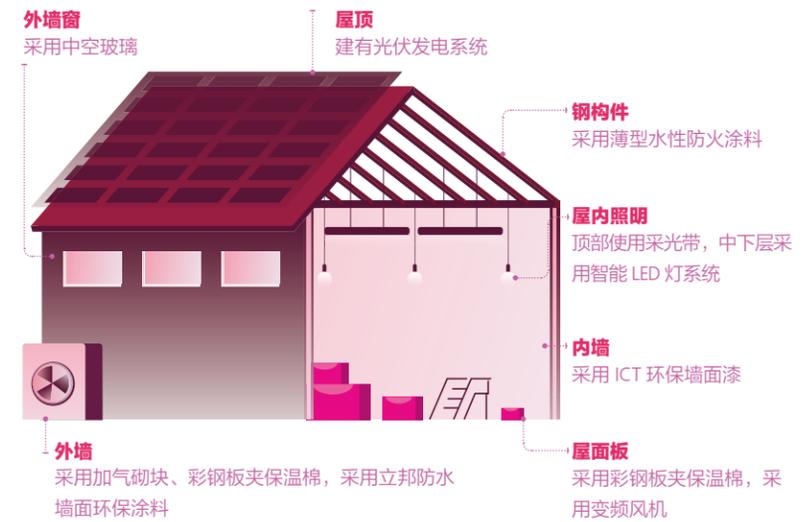
成果

7571232

 千瓦时

2017 年，唯品会华南物流中心园区光伏发电项目总发电量为 7571232 千瓦时，相较使用外部电力减少碳排放约 3990.80 吨

唯品会绿色仓库



物流园区光伏发电项目

2016 年 8 月，唯品会华南物流中心园区（肇庆）开始投资建设分布式光伏电站项目，并成为全国首个利用光伏新能源供电的电商物流园。该项目采用并网光伏发电系统，在物流园区内 12 座仓库屋顶安装了太阳能电池板，总面积约 23 万平方米，光伏电站总容量约为 22 兆瓦，为运营提供了充足的能源。2017 年 3 月，华南物流中心园区光伏发电成功并网 13 兆瓦。截至 2017 年 12 月底，该项目总发电量为 7571232 千瓦时，相较使用外部电力减少碳排放约 3990.80 吨，等同于种植 9 万多株小树苗。

2017 年，唯品会持续加大在光伏发电建设上的投入，在位于湖北的华中物流中心园区内 29 座仓库的屋顶投资建设容量约为 41 兆瓦的光伏电站，总面积约 52 万平方米。该项目预计 2018 年 10 月底正式开始投入发电，理论日均发电量 10.5 万千瓦时以上，年均减少碳排放约 56158.5 吨。

绿色包装

应对塑料污染问题一直是联合国环境署呼吁的重点。唯品会积极响应号召, 坚持绿色包装的理念, 除采取措施减少塑料包装材料的使用外, 还致力于推广使用环保材料和减少包装材料用量, 并制定包装废弃物管理政策, 以降低包装废弃物对环境的影响。

未来, 唯品会将积极响应新版《快递封装用品》系列国家标准的要求, 坚持减量化、绿色化、可循环的原则, 致力于推广使用低污染、低消耗、低排放的绿色环保封装用品。

成果

97.7%

2017年, 唯品会包装材料中循环再生物料占比达97.7%

33911 吨 61.43%

循环用纸达33911吨, 较2016年增加61.43%

4357 吨 19.31%

塑料包装材料使用量为4357吨, 较2016年降低19.31%

唯品会绿色包装行动



绿色运输

唯品会从优化运输过程、加大环保车辆使用两个方面打造绿色环保的运输模式, 降低物流运输过程对环境的影响。

一方面, 唯品会对物流运输过程及路线设计进行持续优化。2017年, 我们建立全新的前置仓配送模式, 有助于减少运输里程。此外, 在强化与品牌商的合作和完善抽查机制的基础上, 我们逐步实现优质供应商产品直发, 提高配送效率并降低环境污染。

另一方面, 唯品会不断加大对环保运输及配送车辆的投入。我们选用燃油效率高、低废气排放的斯堪尼亚卡车作为自建车队所使用的运输车辆, 并加大物流电动汽车的采购。未来, 我们将继续在各省分公司推进电动汽车的使用。

截至2017年底, 唯品会在全国各分拨中心及运营站点投入共计268辆新能源电动物流车, 用于替代部分传统燃油车及满足新增车辆需求, 为公司的经济成本管理和环境影响管理带来了双重的正面影响。新能源电动物流车相对传统燃油车可以节省20%至30%左右的使用成本, 预计每年可以减少776吨二氧化碳排放量, 节约燃油3.5万升。2018年, 唯品会还将继续推广新能源汽车的使用, 计划增至500辆。

成果

3.5 万升

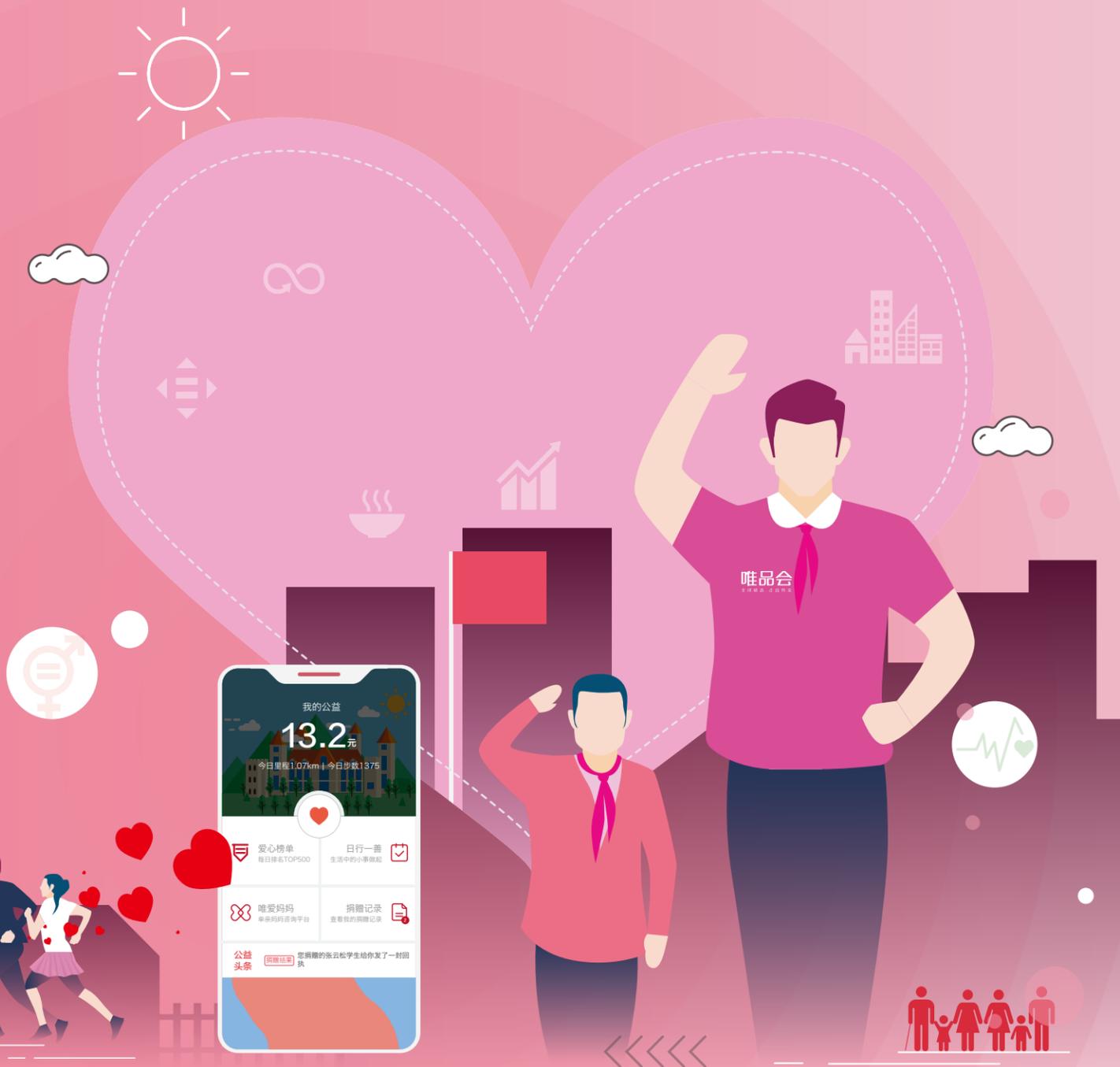
截至2017年底, 唯品会投入使用的新能源电动物流车相对传统燃油车预计每年可以节约燃油3.5万升



环保电动运输车队

GIVING BACK TO THE COMMUNITY

回馈，共建社会和谐



唯品会致力打造的开放协作新生态离不开对社会的回馈。2017年，围绕着“传承品质生活，提升幸福体验”的企业使命，唯品会打造了独特的电商公益模式，充分发挥公司在大数据分析技术、在线服务、3亿会员资源以及品牌号召力方面的优势，打造可持续互联网公益生态，形成了以可持续赋能为核心，以跨界互联为创新引擎，以平等赋能为支点撬动大众爱心能量的公益理念。

在这一理念引领下，唯品会持续关注互联网公益创新平台价值、青少年发展支持、女性赋能以及精准扶贫四大公益方向，并相应打造了唯品会公益助学计划、“唯爱·妈妈+幸福赋能计划”“唯爱工坊”、唯品会APP“我的公益”平台三大“唯”系列旗舰项目和一条纽带，对不同困难群体有目的、有针对性地实施精准帮扶。

2017年，唯品会实现了品质消费与精准扶贫兼得的电商扶贫创新模式。作为全球领先电商，我们还时刻关注SDGs这一当前全球最权威、接受面最广的可持续发展蓝图，把SDGs与企业的战略、运营与公益高度融合在一起，建立相应的社会责任执行体系与绩效目标，并在SDGs的指引下规划中长期公益项目。

唯品会公益布局



联合国可持续发展目标	开展项目
SDG 1: 无贫穷	<ul style="list-style-type: none"> 唯品会公益助学计划 “唯爱工坊”电商公益项目 “公益1+1”志愿者服务
SDG 2: 零饥饿	<ul style="list-style-type: none"> “唯爱工坊”电商公益项目
SDG 3: 良好健康与福祉	<ul style="list-style-type: none"> 爱心医站 让听障儿童被爱包“唯” “生命的礼物”
SDG 5: 性别平等	<ul style="list-style-type: none"> “母亲邮包” “唯爱·半乡学堂” “爱护我们的身体”女童保护课程
SDG 6: 清洁饮水和卫生设施	<ul style="list-style-type: none"> 开展“乐活水”项目，安装超滤系统净水设备，为贫困山区福利院儿童提供干净饮用水
SDG 8: 体面工作和经济增长	<ul style="list-style-type: none"> “唯爱工坊”电商公益项目
SDG 10: 减少不平等	<ul style="list-style-type: none"> 唯品会公益助学计划 “唯爱工坊”电商公益项目
SDG 11: 可持续城市和社区	<ul style="list-style-type: none"> “让微笑传递——关注唇腭裂儿童” 援助四川茂县灾区、九寨沟地震灾区及湖南洪涝重灾区
SDG 12: 负责任消费和生产	<ul style="list-style-type: none"> “唯爱工坊”电商公益项目 社区帮扶、乡村支教等志愿者服务



唯品会 公益介绍

唯品会是电商行业系统性开展战略公益项目的先行者。2011年6月，唯品会注册成立了首个电商行业内的慈善基金会——“广东省唯品会慈善基金会”，以“关爱弱势群体，致力公益事业，倡导社会责任”为宗旨。

唯品会公益数据

核心成果



1.2亿元
投入超过 1.2 亿元



2家
2家“唯爱·妈妈制造合作社”



6所
6所唯品会小学



1所
1所唯品会爱心幼儿园



12间
12间山区爱心多媒体教室



8万
8万余件物资



21万人
直接帮扶超过 21 万人

2016—2017 年唯品会公益概况

2016



2200万元
签约捐赠额近 2200 万元



44820小时
员工志愿服务时长 44820 小时

2017

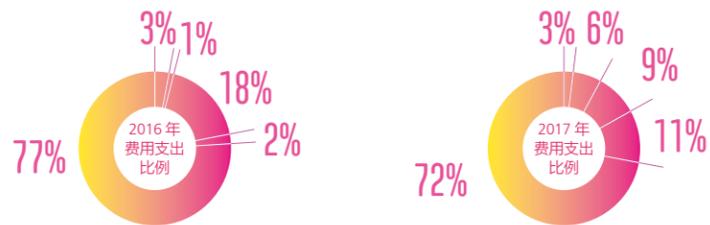


6180万元
签约捐赠额达 6180 万元



50933.7小时
员工志愿服务时长 50933.7 小时

2016—2017 年唯品会公益支出分布：



	2016	2017
儿童及青少年发展	77%	72%
女性赋能	2%	11%
特殊群体关爱	18%	9%
救灾救助	1%	6%
环境保护	3%	3%

2017 年唯品会公益大事记

3400万元
全年捐赠 3400 万元助学金，帮扶 12000 名贫困学子

1800万人次
截至 12 月，唯品会 APP“我的公益”用户参与人次达 1800 万，爱心捐步超过 6300 万公里

320万元
向四川茂县灾区、九寨沟地震灾区及湖南洪涝重灾区共计捐款捐物价值 320 万元

5月

- 启动“唯爱工坊”电商公益项目，推出“唯爱·妈妈制造”东方盘绣 & 扎染专场，售卖青海盘绣和云南扎染的非遗手工艺品

6月

- 唯品会副总裁黄红英受邀在联合国总部举行的 2017 年女性公益可持续发展国际论坛发表演讲

8月

- 推出女性公益系列项目，捐赠超过 100 万元，帮扶 13000 名弱势妇女
- “唯爱工坊”上线“来自星星的小梵高”——自闭症儿童画作专场，售卖自闭症儿童画作及衍生品，支持自闭症儿童艺术疗愈课程和家庭关怀项目

12月

- 启动“唯爱·妈妈+幸福赋能计划”，投入 1000 万元设立“唯爱·妈妈+专项基金”，并携手中国妇女发展基金会共同发起“唯爱·妈妈+公益生态圈”

11月

- 承办年度慈善盛典——FACE 时尚协会慈善活动，联手五大时尚品牌共同捐助 300 万元

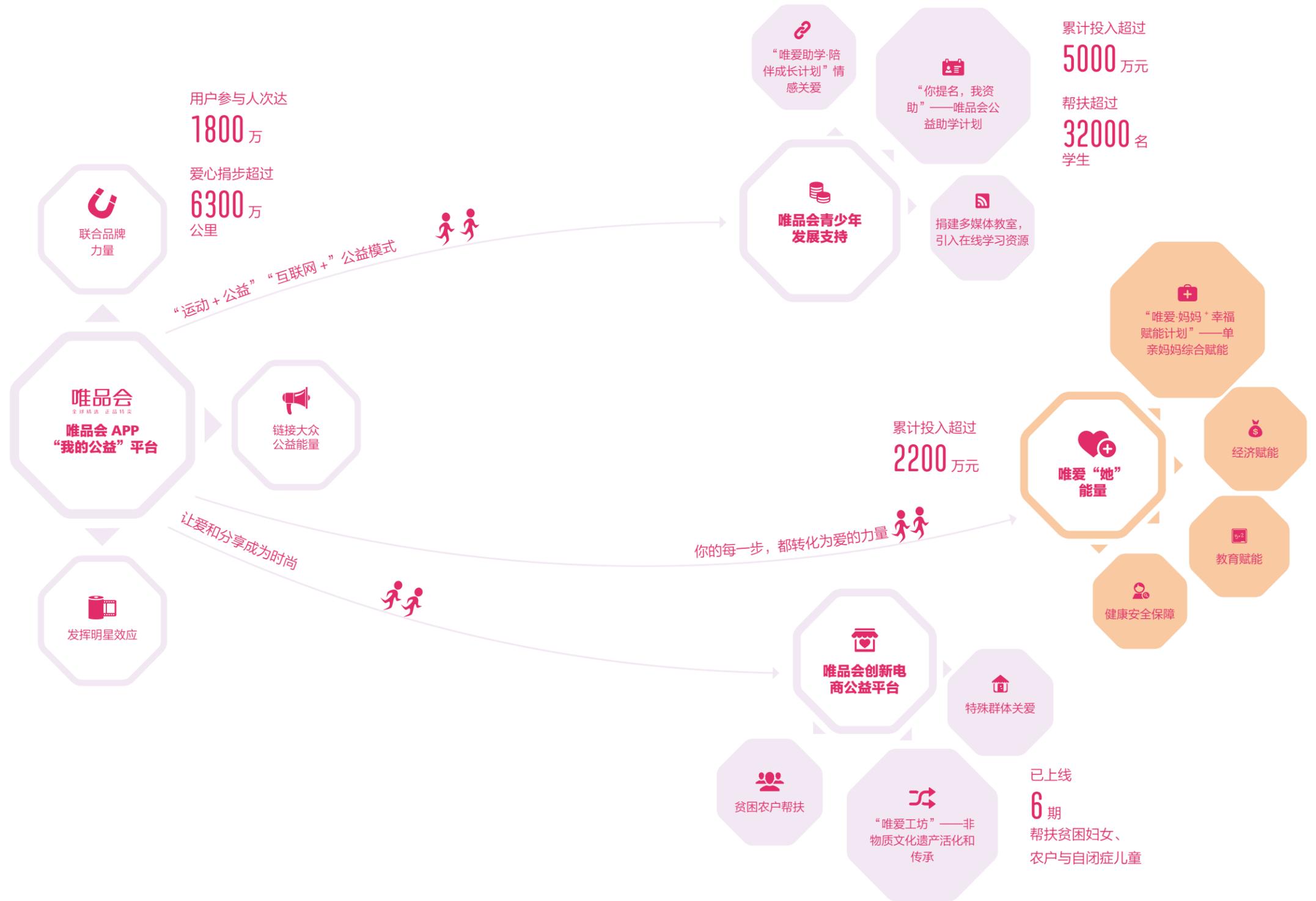
9月

- 投入 100 万元支持优秀公益慈善项目，助力广州创建慈善之城
- “唯爱工坊”上线“土族阿妈的盘绣潮牌”，推出联合国国际设计大师张肇达公益设计的非遗时尚产品——盘绣 T 恤和背包

唯品会 公益布局

唯品会发挥电商的资源优势，打造了“唯爱工坊”特色电商公益平台、“你提名，我资助”——唯品会公益助学计划、唯爱“她”能量——女性公益系列项目、唯品会 APP“我的公益”——运动+公益平台等。

唯品会三大公益板块



唯品会公益助学计划

唯品会长期深耕助学事业。从“唯心愿”贫困助学项目，到“唯品会大学生健康助学计划”，再到“你提名，我资助”——唯品会公益助学计划，唯品会公益助学不断创新升级。

作为唯品会公益支出最大的板块，唯品会公益助学计划以公益助学为核心，关注贫困青少年的成长，开

创“你提名，我资助”的公益联动方式，从知识教育、安全自护、身心健康、感情陪伴等多个维度开展全面关爱，帮助怀有求学梦的学子用知识改变命运。2017年，唯品会共投入3400万元帮扶近12000名贫困学子。截至2017年底，唯品会已累计投入超过5000万元帮扶3.2万名贫困学子。

“唯爱·妈妈+幸福赋能计划”

唯品会3亿会员中超过80%是女性，我们希望不仅能在产品服务上满足广大女性的需求，更能在女性发展领域肩负起赋能“她力量”的使命，开创出带有唯品会特色的女性公益。截至2017年底，唯品会在女性赋能方面累计投入资金超过2200万元。

唯品会于2017年12月启动单亲妈妈关爱项目“唯爱·妈妈+幸福赋能计划”，并捐赠1000万元在广东省唯品会慈善基金会成立国内首个由电

商成立的单亲妈妈发展专项基金——“唯爱·妈妈+专项基金”。“唯爱·妈妈+幸福赋能计划”着力解决单亲妈妈的个人发展、家庭亲子以及社会融入三个方面问题，通过打造全方位综合资源对接平台，切实帮助单亲妈妈走出困境。而“唯爱·妈妈+公益生态圈”则是通过与公益机构、学术团体、爱心企业及个人等结成公益生态圈，用授人以渔的方式提升单亲妈妈生活和工作的能力。

截至2017年底
5000万元
唯品会公益助学计划
累计投入超过5000万元



公益助学计划圆孩子上学梦



“唯爱·妈妈+幸福赋能计划”赋能单亲妈妈群体

截至2017年底
2200万元
唯品会在女性赋能方面
累计投入超过2200万元

“你提名，我资助”——唯品会公益助学计划

中国贫困学子群体数量庞大且分布不均，如何精准匹配资源，成为了唯品会公益助学的目标。为打破传统助学项目在地域和渠道上的限制，2017年唯品会通过“你提名，我资助”的在线公开提名方式，面向全社会征集小学一年级到大学四年级的助学提名，鼓励社会大众发现身边需要帮助的孩子，按照小学生2000元、初高中生3000元、大学生4000元的额度提供助学金帮扶。这一方式充分发挥了互联网开放平台的撬动效应，让每一分善款都用到最需要的地方，以最高效的方式直接赋能贫困学子，营造全社会的公益氛围。

唯品会行动

唯爱“她”能量

针对单亲妈妈和欠发达地区的贫困妇女、老年妇女等不同困境女性的实际需求，唯品会整合资源与平台，按照经济赋能、健康安全、教育赋能、综合赋能四大板块开展“母亲邮包”、爱心驿站、“唯爱半学堂”、“唯爱妈妈+幸福赋能计划”等公益项目，帮助她们找回自信、把握未来。

唯品会行动

“唯爱工坊”

“唯爱工坊”是唯品会独家打造的特色电商公益平台。唯品会发掘与打造优质公益产品，为其提供成熟的电商运营支持，包括免费的设计、包装、质检、营销和物流等，以企业的核心竞争力实现公益产品的市场化。“唯爱工坊”将公益商品零利润销售，销售所得用于帮扶相关的弱势群体。根据项目策略的需要，“唯爱工坊”于2018年1月起，进一步调整为专注于非遗传承和活化的电商公益平台。

2017年，“唯爱工坊”共开展6期，包括“唯爱·妈妈制造”东方盘绣 & 扎染专场、“唯爱·妈妈制造”土族阿妈的盘绣潮牌专场、“守望乡土真味”黑土麦田专场、“来自星星的小梵高”——自闭症儿童画作专场等，为消费者提供具备特殊意义的品质生活体验，改变“公益=捐赠”的认知与模式，建立“消费即公益”的双赢公益实践。

公益生活化

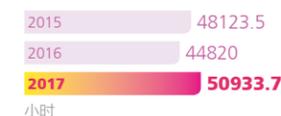
唯品会致力于推动公益生活化。2016年，唯品会APP推出“我的公益”平台，创新打造了“运动+公益”爱心机制，采用“你走我捐”的模式，鼓励每一个人在享受运动乐趣的同时，让每一步都被赋予公益价值。2017年，唯品会APP“我的公益”平台受到大众的热捧，累计转化善款6300万元，为唯品会公益项目源源不断地注入资金以及社会力量的支持。

唯品会还积极倡导每一位“唯品人”参与公益活动，在2015年推出了“公益1+1”计划。“公益1+1”寓意着每1位员工都有1颗公益之心，每1个人1年至少做1天公益活动。唯品会为员工提供带薪公益假，所有正式员工（含试用期）均可享有每人每年累计8小时的带薪公益假。

员工志愿服务人次



员工志愿服务时长



其他项目

救援赈灾

唯品会结合自身在物流、仓储、采购等方面的优势，在自然灾害发生之时，快速开启应急预案，捐赠善款、运输救灾物资，并通过发放校园安全应急包等措施助力社区重建。2017年，唯品会向四川茂县灾区、九寨沟地震灾区及湖南洪涝重灾区共计捐款捐物价值320万元。

医疗救助

唯品会关注困难家庭儿童的健康状况，2017年，我们联合多家机构开展了“生命的礼物”白血病患者医疗救助活动、“让听障儿童被爱包围”项目、“让微笑传递”——关注唇腭裂儿童活动等儿童健康关爱项目，为下一代成长尽一份力。

非遗活化，唤醒千年之美

非物质文化遗产是“唯爱工坊”的重要项目系列。“唯爱工坊”以现代审美和电商运营手段，让非遗产品焕发新生。2017年，唯品会携手中国妇基会先后捐建了“唯爱·妈妈制造青海盘绣合作社”以及“唯爱·妈妈制造贵州苗族蜡染合作社”，对有传统手工技艺的贫困妈妈们进行知识和技能的培训，帮助她们发挥手工艺特长。“唯爱工坊”引入设计师资源对传统美学进行重构，开发具有生活实用性的非遗时尚产品，再交由妈妈们共同生产，最后进行零利润售卖，将非遗产品和3亿唯品会会员链接，让大家认识非遗、爱上非遗，让非遗回归生活，促进非遗的活化传承。同时，帮助妈妈们获得可持续的收入和更有尊严的快乐生活。

唯品会还带着土族阿妈们的盘绣走向世界。唯品会副总裁黄红英在2017年女性公益可持续发展国际论坛作“唯爱前行，赋能‘她能量’”的主题演讲，并将相关盘绣作品在纽约时代广场LED大屏展出。



帮助贫困妇女凭非遗手艺获得有尊严的收入



发挥电商优势支持救援赈灾

RESPONSIBILITY & ACTION

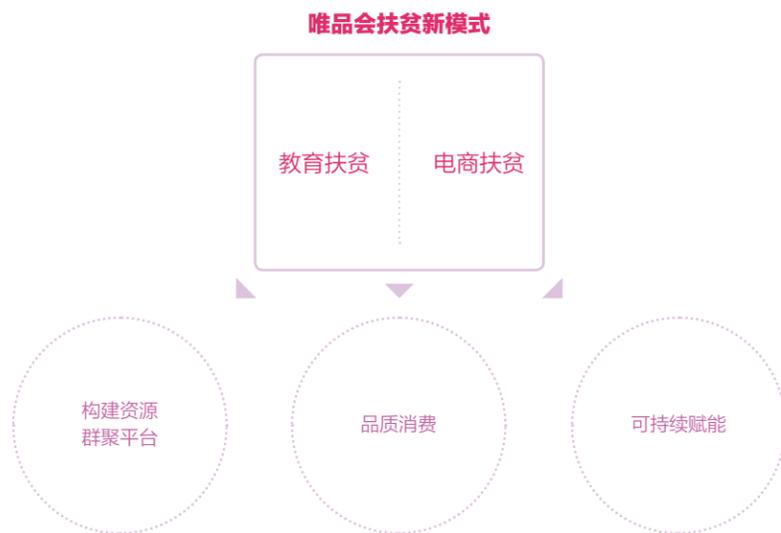
唯品会行动

唯品会 电商扶贫 新模式

联合国《2030年可持续发展议程》提出“到2030年在全球所有人口中消除极端贫困”。中国高度重视落实可持续发展议程，发布《中共中央国务院关于打赢脱贫攻坚战的决定》，提出“到2020年确保现行标准下农村贫困人口实现脱贫”。

唯品会积极响应国家号召，充分发挥电商优势资源，通过互联网先导

力量和驱动作用，深入开展精准扶贫工作。2017年，唯品会探索出了以可持续赋能为核心，构建精准扶贫资源群聚平台，实现品质消费与精准扶贫兼得的唯品会电商扶贫创新模式，让互联网发展成果惠及贫困群体，带动上千名建档立卡贫困户脱贫。



可持续电商扶贫创新模式

构建精准扶贫资源群聚平台

唯品会充分发挥强大的电商运营资源、先进的互联网技术、广泛的会员及品牌合作伙伴这三大核心优势，全面涵盖直接经济及物质帮扶、教育扶贫、电商扶贫等方面，构建精准扶贫资源群聚平台，为贫困群体提供“定制式”扶贫模式。

一方面，唯品会链接3亿会员以及大众爱心，通过“运动+公益”以及“消费即公益”的模式为扶贫项目注入资金与力量；另一方面，唯品会撬动20000多家品牌合作伙伴的力量，搭建灵活创新的品牌公益合作联盟，为贫困群体提供更多元化的专业支持。

可持续赋能成就“造血”式扶贫

唯品会认为精准扶贫的核心目标就是帮助贫困群体获得可持续发展的能力，真正实现从社会扶贫到自立脱贫的目标。唯品会精准扶贫主要通过教育扶贫和电商扶贫两个抓手对贫困地区群众进行综合赋能。

教育扶贫

- 推出“你提名，我资助”公益助学模式，鼓励公众通过“我的公益”进行提名

电商扶贫

- 启动并持续开展“唯爱工坊”电商公益项目，发挥电商核心优势，促进公益产品的商品化和市场化，倡导“消费即扶贫”的理念，实现对弱势群体的帮扶

品质消费与精准扶贫兼得

唯品会不是销售现成商品模式，而是发挥电商优势，把提升贫困群体的创业就业技能作为核心，打造了特色电商公益平台“唯爱工坊”，并探索出非遗活化和品质农产两个特色扶贫板块。

2017年，“唯爱工坊”精准对接12个国家级贫困县，上线106种特色扶贫产品，总货值225万元，带动帮助3400多名贫困生产者。

非遗活化

- 推出云南白族彝族扎染、青海土族盘绣等专场，精准对接5个国家级贫困县的非遗手工艺

品质农产

- 上线“守望乡土真味”黑土麦田专场、奉节脐橙专场等，帮助扶贫创客、村民将产品通过互联网推向市场，实现增收



在2017年全国电商扶贫交流会上，唯品会副总裁黄红英向汪洋副总理汇报“唯爱工坊”项目

REPORT ON PERFORMANCE OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT 可持续发展绩效报告

64 经济绩效

70 环境绩效

74 社会绩效



ECONOMIC PERFORMANCE

经济绩效

公司管治

该议题对唯品会的重要性

明朗健全的公司管治结构与制度有利于厘清唯品会的日常运营事务与决策的管理责任，提升公司运营透明度，有利于维护股东权益，确保实现公司的长远发展目标。

唯品会的管理方法

治理概况：

唯品会董事会尊重并维护所有者权益，对投资者负责，在完善的治理框架下，不断增强公司的市场竞争力，推动公司的可持续发展。董事会持续发挥战略引领、决策把关和风险控制作用，不断健全权责对等、运转协调、有效制衡的决策执行监督机制。截至 2017 年 12 月 31 日，董事会共有 9 位董事，分别是沈亚董事长，洪晓波副董事长，刘炽平、徐宇董事，刘春、林欣禾、刘星、简思怀、郑南雁独立董事。

唯品会通过事先确定好的与首席执行官（CEO）可变薪酬相关的财务回报指标和其他财务对比指标，包括资产回报率、股本回报率、投资资本回报率、总股东回报率等，持续改善公司治理效率与绩效表现。此外，唯品会为 CEO 制定了可变薪酬的递延奖金、延期兑现和绩效周期的指导方针。

风险管理：

唯品会持续跟踪把握国内外风险管理理论研究最新动态，并综合公司组织与业务特点，不断完善公司在应对潜在运营风险的管理体系。公司确定了风险层级评估、分类型管控的原则，明确了风险管理演进路线和规划，为各业务线、各级部门单位开展风险管理工作提供了指导。唯品会还在公司层面和各所属单位层面积极开展重大风险评估和重大项目专项风险评估，逐级落实风险管控措施和要求，并制订了常态化定期风险回顾计划。

内部管控：

公司尊重并遵守《索克斯法案》404 条款，依据系统化、规范化的原则，明确了以风险为导向、与业务深度融合、组织责权清晰的综合性内控体系。与此同时，公司通过内控要求与业务制度对标、内控点责任落实到人、内控 IT 系统固化等措施，将风险管控要求嵌入业务的制度、流程和系统，确保内控与业务的一致性，持续提升内控体系设计和执行的有效性。

内部审计：

唯品会设有相关内审部门，定期对公司各部门开展独立的内部审计工作。公司内审部门出台了《唯品会集团风险管理制度》《唯品会业务流程内部控制流程文档》《唯品会商业行为准则与道德规范》《唯品会公司治理指引》等文件，对各项经营活动和内部控制的适当性、合规性和有效性进行独立、客观的监督、评价并提供优化建议，以协助强化公司管治、风险管理和控制过程的效果。

2017 年工作亮点

唯品会更新发布《唯品会集团风险管理制度》，对公司关键业务系统进行了达 3800 多项的权限梳理和优化，协助发布和修订了 17 项内部控制相关制度，对金融业务的流程和操作方面存在的不足和缺陷也进行了梳理优化。

公司对财务报表相关的重大风险进行了年度分析评估，以确定风险影响和相关内部控制的合理性，并基于对公司战略的理解、管理层访谈和业务发展调研，评估公司范围的业务风险，确定了年度内部审计计划。

2017 年，唯品会无因违反社会经济领域的法律法规而受到罚款或受到其他非货币制裁的事件发生。

直接经济影响

该议题对唯品会的重要性

持续为社会创造经济价值，积极依法纳税，是唯品会作为一家上市企业最基本的社会责任，也是公司为利益相关方创造长期价值的基本表现形式。

2017 年工作亮点

有关唯品会详细运营成本、员工薪酬及福利、股东收益款项等各项财务指标信息，请参考 Vipshop Holdings

Limited 2017 Annual Report (《唯品会 2017 年度报告》)。

唯品会的管理方法

唯品会严格遵循中国及各运营地、上市地区的相关税务法律法规，诚信经营，依法纳税。公司不断完善税务管理制度，制定了相关管理办法，以强化公司税务风险防范意识，建立并持续健全内部各项税务管理制度和操作指引。为提升税务工作流程的效率，公司编制了相关涉税业务处理的参考文件。为更好地规范化履行纳税义务，公司也定期编写内部税务信息报告，总结公司应遵循的各项税务法律规例与政策调整情况，及时做出相关工作调整。

经济价值

总体净收入	分配的经济价值 ¹	政府给予的财务补贴 ²
2015 402.03	2015 345.19	2015 2.82
2016 565.91	2016 496.69	2016 2.83
2017 729.12	2017 656.14	2017 3.48
亿元	亿元	亿元
资产总值	上缴税款	每股收益
2015 200.36	2015 20.5	2015 13.74
2016 250.94	2016 25.6	2016 17.57
2017 379.83	2017 31.1	2017 16.59
亿元	亿元	元

1 公司分配的经济价值包括销售成本、员工薪酬及福利、应缴税款，社区投资及公益捐款等。
2 政府给予公司的财务补贴包括减免税款、补贴及奖励等。

市场表现

该议题对唯品会的重要性

使唯品会运营点所涉及的社区及居民从公司的经营中获益，并与相关的社区及居民共同分享唯品会发展所创造的价值，不仅有利于持续提升公司品牌声誉，还能助力公司长期可持续发展。

唯品会的管理方法

唯品会严格遵循运营点当地的相关劳工法规条例，持续配合并支持当地就业，依据当地市场水平制定了合理的员工薪酬标准。

2017 年工作亮点

2017 年，唯品会运营点高层管理人员的当地员工比例为 91.19%，在本地化就业方面表现良好。

间接经济影响

该议题对唯品会的重要性

日新月异的互联网技术深刻地改变了每个人的生活，电子商务平台为社会经济的发展带来了持续的动力和支持。唯品会除了自身创造的直接经济价值之外，也凭借公司的企业特点，通过电商扶贫、非遗活化、帮助农产品市场化等间接方式对社会做出积极影响。

唯品会的管理方法

唯品会凭借在服饰电商中的领导地位，整合品牌设计师资源及公司产品创新能力，打造非遗活化产品。

唯品会推出电商扶贫专场，为国内贫困地区的农民、经销商提供优质平台，为消费者精选优质农产品。

2017 年工作亮点

唯品会成功开展 6 期“唯爱工坊”，上线 32 种非遗手工艺及农产品，精准对接 5 个国家级贫困县，不仅为超过 500 名有传统手工艺的贫困妈妈带来直接收入帮扶，还带动当地上千名建档立卡贫困户脱贫。

品牌商及供应商管理

该议题对唯品会的重要性

各品牌商和供应商是唯品会践行可持续发展不可或缺的伙伴。作为服务消费者的电商平台，公司的可持续发展绩效与各品牌商和供应商的相关表现密切相关。通过优势互补，唯品会与各品牌商和供应商建立了良好的合作实践，为各方的长期可持续发展提供了有效帮助。

唯品会的管理方法

唯品会通过技术评估和商务评估，综合对品牌商与供应商进行评估审核。评估审核内容涵盖员工关系、劳资纠纷、环境保护、社会责任等方面。对在相关方面有潜在风险的商家进行审核或考察后，若情况属实将采取不引入或淘汰处理。

唯品会优先考虑引入获得 ISO 9001 质量管理体系认证、ISO 14001 环境管理体系认证和 RoHS 产品健康与安全

全管理体系认证的品牌商及供应商。

唯品会制定了《唯品会采购管理程序》及《唯品会供应商管理程序》等相关采购政策，在供应商的选择过程中通过资格预审、后审等方式，严格核查潜在品牌商和供应商的资质和资格，根据发现的问题程度，分别采取澄清、整改、取消后续参与资格等处理措施，确保货品质量。

公司定期组织各供应商来访，重点供应商互访频数达每月 2 至 3 次；公司定期召开年度及半年度供应商大会；各部类定期举办季度品牌商座谈会。多种沟通方式确保各方增进了解，加强合作。

唯品会的商务中心、法务部、内部审计部、财务部、供应链管理以及品牌管理部每年会检查记录涉及的品牌商或供应商的合规情况，如相关商家不能够满足唯品会关于用户投诉、诉讼案件合规等方面的要求，公司会终止与他们的合作。

2017 年工作亮点

唯品会在原有合作基础上，与众多品牌建立了更为深层次的战略合作，发挥各自优势，实现强强联合，共赢发展。

唯品会全新打造品牌定位，将公司产品标语更改为“全球精选，正品特卖”。同时，公司加强与外方合作，与腾讯、京东达成战略合作协议，并与《时尚 COSMO》联合打造时尚盛典。

唯品会推出了“正品鉴定天团”“正品十重保障”和“品控九条”等正品保证措施，坚定贯彻正品战略。在供应链上与品牌商和供应商在系统连接、数据开放、运营合作等方面进行互动，在流程和制度上加强了对供应商的把控，以确保商品质量。

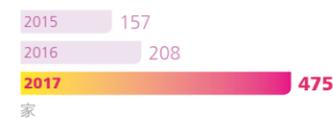
品牌商及供应商管理

合作品牌商¹



家

合作供应商



家

品牌商经营合同履约比例



本地供应商比例²



1 所统计数据为约数。

2 该比例计算涵盖所有供应商。

供应商经营合同履约比例



合规营销及知识产权保护

该议题对唯品会的重要性

遵循法定营销规例以及加强对产品知识产权的保护，不仅是唯品会的企业责任，也是对消费者和各合作方的尊重。

广告、促销和赞助)时，遵守运营点相关法规与自愿性守则，坚决避免使用任何涉及夸张、有误导性质的营销手法。

公司建立了平台销售商品的知识产权权属的事先、全面审查机制，以及电商平台侵权投诉和调查机制，对假冒品牌授权及网络销售假冒商品采取“零容忍”原则，最大限度保护权利人和消费者的合法权益。

唯品会的管理方法

唯品会在进行相关市场营销活动(如

2017 年工作亮点

2017 年，唯品会无因销售假冒产品而受到罚款或受到其他非货币制裁的事件发生。

2017 年工作亮点

唯品会修订了《供应商管理条例》，制定了《供应商主体和授权链层级认定规则》，并执行了《供应商违规行为处理规则》，以优化供应链和严肃履约行为。

唯品会细化并执行了《唯品会国内供应商入驻资质要求细则》，从前

端严格控制供应商准入，为公司商务中心提供 5 场近 500 人次法律培训，提高了招商部门的法律意识。

唯品会发布了 7 条管理红线，如员工触及红线，将会严格按照制度给予开除处理。公司对腐败行为零容忍，并要求全体员工作为必修课学

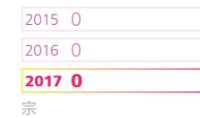
习，内容包括：禁止“索取或收受不正当利益”、禁止“利用职务之便或公司资源为自己或者特定关系人员谋利”等。

反腐败管理

反腐败培训覆盖员工比例



经证实内部腐败事件



内部腐败事件处理比例



反腐败

该议题对唯品会的重要性

腐败事件的发生会冲击唯品会的经营理念和企业价值观，不利于公司的品牌声誉、员工团队建设、商业伙伴关系等方面，会严重影响公司的长期可持续发展，所以必须制定相关措施制度加以防范及惩处。

唯品会的管理方法

唯品会制定并执行了《唯品会商业行为准则与道德规范》《唯品会管理红线》等管理办法。此外，在公司日常运营过程中也要求员工严格遵守《唯品会诚信清廉管理条例》及《唯品会反商业贿赂协议》。

公司设置的举报途径包括内审部门举报邮箱(via@vipshop.com)、管理层举报邮箱(jubao@vipshop.com)、

资产保护部举报邮箱(cia@vipshop.com)、资产保护部举报邮箱(cia@vipshop.com)。内审部门举报邮箱由内审部门负责，管理层举报邮箱仅董事长及副董事长有权查看，资产保护部邮箱由资产保护调查组负责。

公司在日常运营过程中会不定期与合作伙伴及员工进行沟通，说明公司严格杜绝受贿等非诚信和道德行为事情发生。

公平竞争

该议题对唯品会的重要性

维护一个公平、开放、有序的竞争环境，有利于唯品会及市场上其他产业相关方的长远可持续发展，共同建立良好的产业生态圈。

唯品会的管理方法

唯品会持续加强市场竞争领域的合规管理，从管理制度、工作流程等方面统一标准和要求，形成了嵌入业务流程的合规审查机制，重点防范反垄断、反不正当竞争、消费者

权益保护等方面的法律合规风险。

唯品会制定了相关市场竞争合规条例，详述了不正当竞争和垄断行为的例子、避免不正当竞争和垄断行为的方法，以及日常工作中应注意的相关问题。

2017 年工作亮点

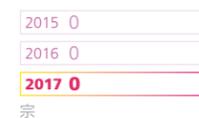
唯品会持续加强反垄断及反不正当竞争方面的培训计划，举办了 3 场相关培训。2017 年，公司处理了一宗涉及其他公司对唯品会构成不正当竞争行为的法律诉讼，唯品会胜诉。对此，公司已加强相关方面的整改和管理方法的完善，预防相同事件的发生。

反垄断及反不正当竞争管理

反垄断及反不正当竞争培训



涉及商贸争端解决机制案件



ENVIRONMENTAL BENEFITS

环境绩效

能源使用

该议题对唯品会的重要性

随着电商行业和移动交易平台的迅速发展，唯品会的业务规模不断扩张，公司的能源消耗量也明显提升。为实现可持续发展，唯品会积极提升节能降耗水平，减少运营过程中产生的温室气体排放。这不仅有利于公司降低经营成本，而且能提升公司在行业的绿色竞争力。

唯品会致力于打造绿色物流，除了不断优化设计运输过程及路线，减少不必要运输里程外，还逐步引入电动物流车供运输使用，提高能源使用效率。

为减少外购电力使用量，唯品会在物流园区投资建设光伏发电项目，通过在物流园屋顶安装配备太阳能电池板，持续为物流园的运作提供清洁可靠的能源供应。

唯品会（肇庆）物流有限公司分布式光伏电站项目采用并网光伏发电系统于 2017 年 3 月成功并网 13 兆瓦，2017 年发电量为 7571232 千瓦时，有效减少物流园区外购用电量。

唯品会（湖北）物流有限公司分布式光伏电站项目的并网光伏发电系统于 2017 年 11 月开始投资建设，计划于 2018 年 10 月底正式开始分期投入发电，理论日均发电量 10.5 万千瓦时以上。

总部外墙灯箱全部更换改造为 LED 光源，所有户外广告电箱统一设置为 22 时关闭，恒荔湾办公区域所有 50W 射灯改造为 3W 的 LED 射灯。

唯品会的管理方法

唯品会建立了综合性实时能源使用监测系统，对整体能耗情况持续监控。公司设定能耗指标，并与历年能耗数据进行对比，了解能耗改进情况。

唯品会对办公区域的灯具进行改造，利用环保型光源（如 LED）代替原本的钨丝灯泡。

唯品会将办公区域的冷气系统逐步改为变频系统控制，预计较更换前整体降低 30% 以上能耗，并能降低冷气系统运转产生的 50% 以上噪音。

能源使用管理

总部 ¹ 外购电力	总部使用煤气 ²	太阳能发电量
2015 7,091,676	2015 135,820	2015 N/A
2016 9,489,726	2016 203,314	2016 N/A
2017 9,843,571	2017 224,711	2017 7,571,232
千瓦时	立方米	千瓦时

¹ 统计范围为广州总部办公区域。
² 用于供暖、食堂燃气的煤气用量。

温室气体排放

该议题对唯品会的重要性

日趋严峻的气候变化牵动着全人类的心，温室气体的排放是导致气候变化的主要元凶。唯品会积极应对气候变化挑战，持续加强日常运营过程的碳排放管理，实践绿色低碳发展，为减缓全球气候变化做出应有贡献。

唯品会的管理方法

唯品会通过节约外购电力等能源消耗、提高能源使用效率、更换环保型用电设备等措施实现温室气体减排。

唯品会将总部办公区域的灯具、冷气系统更换为节能设备，提高能源使用效率。

绿色物流管理是唯品会温室气体减排的重要一环，公司除了不断优化设计运输过程与路线及逐步引入电动物流车供运输使用外，还在物流园屋顶安装配备了太阳能电池板，减少外购电力的使用。

2017 年工作亮点

唯品会华南物流中心园区分布式光伏电站项目理论年均减少二氧化碳排放约 21771.03 吨，华中物流中心园区分布式光伏电站项目理论年均减少二氧化碳排放约 56158.5 吨。

能源使用管理

总部碳排放总量	直接排放量（范围一）	间接排放量（范围二）
2015 4,095.82	2015 357.80	2015 3,738.02
2016 5,537.64	2016 535.61	2016 5,002.03
2017 5,780.52	2017 591.98	2017 5,188.54
吨二氧化碳当量	吨二氧化碳当量	吨二氧化碳当量

用水及污水排放

该议题对唯品会的重要性

经济发展、城市化进程使全球的用水需求不断攀升，加之水污染问题的日趋严重，更使得水资源短缺现象越来越明显，制约了企业与社会的可持续发展。唯品会重视改善水资源利用，倡导节约用水，合理排放污水，减少了用水与污水排放对环境造成的不利影响。

唯品会的管理方法

唯品会珍惜水资源，在日常运营过程中，安排物业管理人员对公司的供水、用水管道及设备定期检修，确保无自来水跑冒滴漏现象。

公司运营不涉及生产加工环节，运营产生的污水均排入市政污水管网系统处理，确保对周围环境无不利影响。

2017 年工作亮点

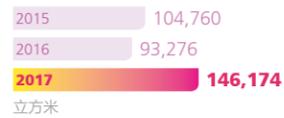
2017 年，唯品会无发生因取水而对水源地产生重大负面影响的事件。

公司新的办公区域已全部使用节能环保型洁具。

公司运营过程产生的污水按市政排放标准及要求 100% 排入市政污水管网系统。2017 年，无发生污水排放违规事件。

耗水量与污水排放

总部用水量



生态保育

该议题对唯品会的重要性

“强化自然保护区建设和管理，加大典型生态系统、物种、基因和景观多样性保护力度”是中国“十三五”规划的重要工作指示之一。协助生态保育工作的开展是唯品会的企业公民责任，也符合唯品会致力打造可持续发展电商的经营理念。

唯品会的管理方法

唯品会联合多家生态保育机构开展了多项环保活动，并通过唯品会 APP“我的公益”平台以“你走我捐”爱心机制、特别节日（如世界地球日）公益徒步活动等其他方式，与消费者互动，源源不断为生态修复建设注入资金支持。

2017 年工作亮点

2016 年至 2017 年期间，唯品会联合云南省绿色发展基金会开展 10000 个“6m² 森林”项目，在三江并流世界自然遗产地植树造林，恢复滇金丝猴栖息地，并为参与的村民增加经济收益来源。

唯品会联合中国绿化基金会开展了绿色扶“苹”项目，在甘肃省刘家峡库区（黄河上游饮用水源地重点保护区域）营造苹果经济林，为当地农民带来稳定的经济收入。

唯品会于 2017 年 3 月植树节期间捐赠 100 万元助力内蒙古阿拉善地区和甘肃省刘家峡库区的绿化生态保护与精准扶贫事业，其中为阿拉善地区捐赠 40 万元，种植超过 4 万棵梭梭树。

唯品会举办“唯爱·让行走更有爱”公益徒步活动，900 名爱公益、爱运动的热心公众相聚北京国际鲜花港，共同完成了一次 4 公里公益徒步，并将参与者捐步所得 20 万元善款用于支持河北省丰宁县 14000 多棵生态树的建设。

材料使用与固体废弃物处理

该议题对唯品会的重要性

绿色环保材料的使用和合理的废弃物处置有利于缓解企业日常运营给环境带来的负面影响及恢复压力。唯品会致力于减少非环保材料的使用，积极回收处理运营产生的废弃物，有利于公司防范经营性环境风险，营造社会绿色消费氛围。

唯品会的管理方法

唯品会持续推动物流运输过程中产生的旧纸箱回收及循环使用，持续推动重点包材（如纸箱、包装袋）向轻量化及结构优化转变，不仅有利于减少包装材料的使用及提升包装物二次使用率，还有助于提升物流装箱的空间利用率。

唯品会制定了《物流中心创新管理办法》，褒奖员工为了提高运营质量和效率而提出的减少环境影响等方面的可行方法。

2017 年工作亮点

由于公司业务发展迅速，2017 年，唯品会纸质包装材料用量较 2016 年上升 61.42%，再造纸使用比例达 89.99%。

2017 年，唯品会取消采购 10 号纸箱，一律采用库内回收的旧纸箱替代，较原计划节约 240 万个纸箱，减少使用的纸箱总量约 1800 吨。

2017 年，唯品会使用新款包装纸箱，相比原设计，在同等纸箱用量下减少使用了 3500 吨原纸；使用轻量化设计彩袋，相比原设计，在同等彩袋用量下减少使用了 140 吨塑料原料。

材料使用及固体废弃物

纸质包装材料



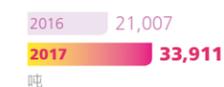
包装物循环再生比例



塑料包装材料



循环用纸



封箱胶带



SOCIAL PERFORMANCE

社会绩效

雇佣

该议题对唯品会的重要性

拥有一支管理完善的员工队伍是唯品会可持续发展的核心元素。唯品会确保在员工招聘、工作、离职过程中的做法始终符合相关法律法规要求，保障员工的权利与福利。

唯品会的管理方法

除了严格遵守《中华人民共和国劳动法》以及公司运营所在地相关劳工法律规例，唯品会还建立并执行了《唯品会薪酬管理制度》《唯品会福利制度》及《唯品会假期制度》，确保所有员工能够获得与其劳动、职务水平相对应的合理薪酬以及福利。

唯品会坚决打击任何雇佣童工的行为，严格执行中国《禁止使用童工规定》以及公司运营所在地的相关规定。

公司建立了完善的员工个人档案信息保密机制，设置了人力资源档案室以保存相关档案。如果涉及借阅员工身份证复印件等文件，必须经员工本人同意后方可借出。

公司制定并执行了不定期绩效沟通、年初工作目标沟通以及年末绩效考核管理体系，该体系适用于公司所有员工（除个别职位）。

2017 年工作亮点

唯品会通过持续加强管理层人员队伍建设，不断优化员工队伍结构、完善综合激励机制，取得了良好的人才队伍建设绩效。

2017 年，公司广州总部区域的员工集体合同覆盖比例为 100%。

2017 年，运营点高层管理人员的当地员工比例达到 91.19%。

总体雇佣绩效



为困难员工提供的善款



1 雇佣总人数为约数。
2 新聘员工总数为约数。
3 不含退休返聘人员。

环境、健康与安全

该议题对唯品会的重要性

为员工提供一个绿色、健康、安全的工作环境不仅有利于唯品会维持日常经营业务的平稳有序进行，还体现了公司践行可持续发展、尊重劳工权益、致力构建和谐平等工作氛围的理念。

唯品会的管理方法

唯品会设有专门的 EHS 管理委员会，负责公司生产作业安全、员工 OHS 管理事项。公司相关的项目建设严格执行三同时举措，并对承包商工作人员进行 EHS 施工安全培训。

公司针对 EHS 管理事项建立了应急程序和救援组织，制定并实行了《唯品会（集团）环境健康与安全检查制度》，以减少事故、隐患的影响。

唯品会委托独立的第三方专家定期对公司在生产经营管理活动中的 EHS 执行情况进行审核并出具报告，并与员工、消费者、股东、投资者、政府部门及社区进行公开沟通，披露公司 EHS 绩效信息。

唯品会每年定期组织员工进行健康体检，并定期开展 OHS 急救、健康知识普及讲座。

公司在办公区域设有康乐设施供员工使用，还设立了医务室、理疗室，为员工提供诊疗及理疗服务、三伏贴敷保健服务。

公司针对各物流园区、区域快递分拨中心及配送站的消防事项制定并实行了《唯品会（集团）建筑消防设施维护保养制度》《唯品会（集团）火警事故处理》《唯品会（集团）厨房及餐厅消防安全标准》等一系列规章制度，以确保零火灾事故。

公司对所有的物流配送车辆实行统一管理，大部分车辆安装了行车记录仪，可以实时跟踪车辆状况。公司要求所有运输驾驶员都必须持有有效驾驶证，驾驶摩托车及电动车时必须戴安全头盔。

2017 年工作亮点

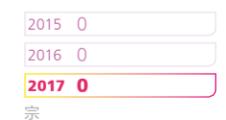
唯品会对所有在建项目、物流仓储、分拨中心、办公区域进行环境监测，监测覆盖比例 100%。

唯品会对五大物流园进行安全标准化考核。所有物流园均达到合格水平，平均得分 93.1（百分制）。

唯品会设立了员工心理援助计划（EAP），组织针对员工的心理测评，了解员工心理健康状况，并配备专业心理咨询师日常为有需要的员工提供咨询服务。

环境、健康与安全

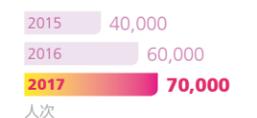
发生火灾



在安全生产方面总投入



员工参与安全演练人次



员工体检比例



员工培训与发展

该议题对唯品会的重要性

唯品会重视持续提升全体员工的整体知识、技能水平，认为这有利于公司保持人才优势、达成战略目标，实现长期的创新和发展。公司针对不同部门的员工需求，为员工提供多样化、有实质的培训项目，赋予员工持续学习和自我增值的机会。

唯品会的管理方法

为满足不同业务部门及不同发展阶段的员工在职业培训方面的需求差异，唯品会设置了多种职业培训项目。

唯品会为所有员工提供双轨制职业发展通道——管理岗、专业岗，员工的晋升由专门的晋升评审会来进行评

审。员工的直接上级只是提名，没有决定权；专业岗的员工可以通过自己提名获得接受晋升评审的机会。

2017 年工作亮点

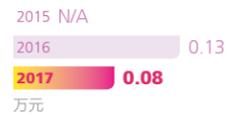
唯品会不断完善在人才培育方面的项目，项目的种类、深度都有所提升，满足了不同岗位员工在培训学习方面的需求。

培训绩效

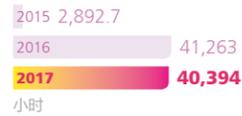
各类培训开支总额



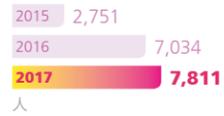
人均培训成本



各类培训总时长



各类培训参与总人数¹



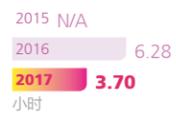
员工人均接受各类培训时长



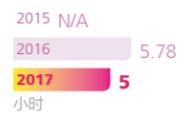
高级管理层接受各类培训时长



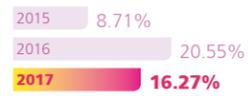
中级管理层接受各类培训时长



一般员工接受各类培训时长



接受各类培训的员工比例



¹ 不包含物流公司及新员工。

多元化与机会平等

该议题对唯品会的重要性

唯品会平等对待每一位求职者和在职工工，认为这有助于更好地发现

和吸引潜在人才，有利于建设一支充满活力的员工团队，为公司未来发展提供动力。

唯品会的管理方法

唯品会致力于推行公开、透明的招聘制度，建立并持续完善综合雇佣

体系，积极营造公平、公正的人才选拔环境。公司员工的招聘及雇佣严格遵循《中华人民共和国劳动法》执行，确保候选人与员工在应聘及就业过程中，不因民族、种族、性别、

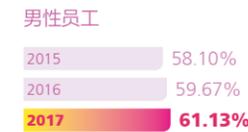
宗教信仰等方面的原因受到区别待遇或歧视。公司也不会以非工作相关的情况为理由，在岗位应聘竞争时将部分候选人排除在外。

2017 年工作亮点

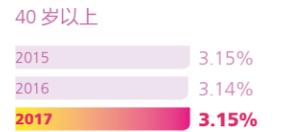
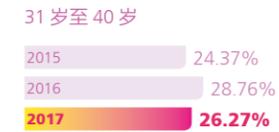
2017 年，唯品会无任何涉及民族、种族、性别、宗教信仰、社会出身、性别取向、遗传倾向及生活方式等方面的歧视性事件发生。

员工多元化

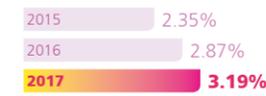
全体员工性别比例



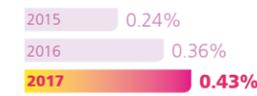
全体员工年龄比例



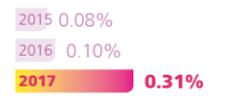
少数民族员工比例



残障员工比例

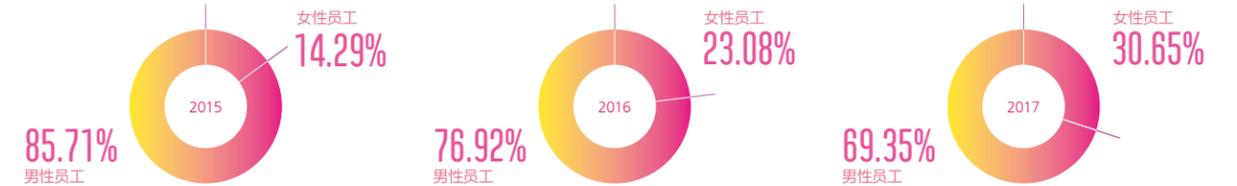


外籍员工比例

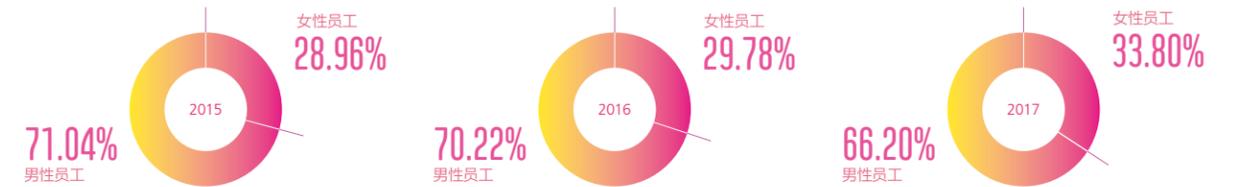


不同层级员工性别结构

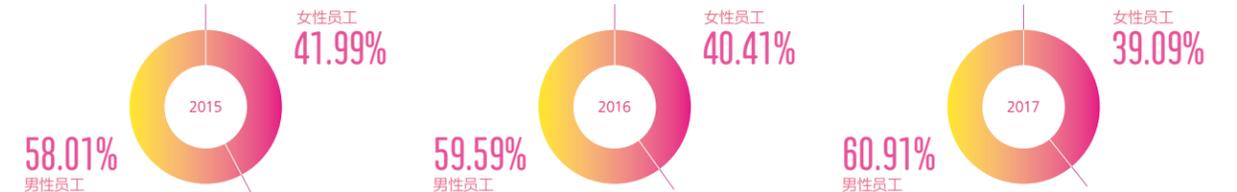
高级管理层



中级管理层



一般员工



员工沟通与工会

该议题对唯品会的重要性

完善、畅通的员工沟通机制与运行良好的工会有助于增强唯品会员工的归属感，提升公司内部人力资源结构的稳定性。公司致力于保持与各部门员工的沟通，通过不同渠道及时了解员工诉求，以分析公司当前管理状况的不足之处，这有利于公司防范雇佣过程相关风险，并使公司管理过程更加人性化、透明化。

展提供有建设性的建议，就所收集到的员工意见或建议做出及时响应与处理。

2017 年工作亮点

2017 年，唯品会工会共收集员工反馈问题 146 个，较 2016 年下降 40.16%，当年已解决问题比例约为 80%。

唯品会员工意见收集沟通机制良好运行，开展了停车主题研讨会，落实了停车场制度，解决了办公区域的停车问题。

2017 年 5 月，唯品会工会公众号上线，设有员工意见收集窗口，整理分类员工意见提交相关部门并跟踪解决。

2017 年，唯品会投入社团活动资金 52 万元，给予学历提升补助 13 人，接受住院慰问金申请 149 宗，举办联谊活动覆盖 450 人。

唯品会的管理方法

唯品会为员工建立了完善、可靠的沟通与申诉机制，提供包括总裁午餐会、季度沟通 / 茶话会、主题沟通会以及员工代表会议等沟通渠道。唯品会欢迎员工为公司的可持续发展

公司工会工作绩效

共收集员工反馈问题



年内已解决问题比例



消费者信息与隐私保护

该议题对唯品会的重要性

伴随着网络购物的普及，消费者个人信息与隐私安全问题成为电商行业共同面临的严峻课题。伴随公司不断发展，唯品会接触到的消费者信息日渐增多，公司需要采取更加严格的技术和管理手段，避免消费者信息遭到泄露，带来经营风险。此外，公司对消费者信息与隐私给予妥善保护，有助于进一步引导并培育消费者行为，为生活数字化建设做出贡献。

唯品会的管理方法

唯品会制定了《唯品会信息安全管理手册》及《唯品会信息安全策略》两个一级信息安全管理文件，明确了公司的信息安全管理政策、方针及策略要求。每年对相关的策略文件进行定期评审，讨论文件修订更新的必要性。

公司的信息安全管理遵循基于风险管理的方法，制定了《唯品会信息

安全风险评估管理办法》，对信息安全风险的识别、分析、处置及剩余风险的处理等进行了详细的规范。

唯品会设置了业务安全团队负责网络威胁情报的收集与分析。同时，保障信息安全被纳入员工绩效评估范围内，员工信息安全信用等级与员工年终绩效考核进行挂钩。

公司建立了专项检查小组，对商业伙伴的信息安全表现进行检查，并设有《业务连续性安全管理办法》《信息安全事件管理办法》及《业务连续性计划》，以应对潜在的信息安全事故。

唯品会委托信息安全方面的第三方专业机构为公司的信息系统与网络提供独立审核及修改建议，并与同行业公司开展信息安全建设方面的合作。

2017 年工作亮点

唯品会在信息安全管理方面已通过 ISO 27001 认证，认证包含除财务、物流外的整体电商业务。公司在 2016 年的工作基础上，将《中华人民共和国网络安全法》的相关要求纳入风险管理的范畴，对网络安全法的相关要求进行了解读，并将网络安全法相关要求作为独立的风险控制点加入现有风险库，保障网络安全法的有效落实。

2017 年，公司经证实泄露、盗窃或丢失用户信息事件较 2016 年下降 78.45%，较 2015 年下降 89.26%。

消费者健康与安全

该议题对唯品会的重要性

维护大众健康与安全是大部分国家与国际法规的共同目标。唯品会坚持为消费者提供无害产品，希望经公司出售的产品或服务不仅能够让消费者满意，更不会给消费者造成健康与安全上的风险，以此规避经营风险。

唯品会的管理方法

唯品会建立了内部产品质量管理制度，编制了《唯品会商品质量监督管理办法》，严格实施岗位质量规范、质量责任落实。各子公司分别获得了 ISO 9001 质量管理体系和 ISO 22000 食品安全管理体系认证。

公司编制了《唯品会 3C 产品认证信息“云桥”验证要求》，并与中国国家认证认可监督管理委员会合作，通过“云桥”服务对涉及 CCC 认证的所有商品进行 CCC 证书核查。

唯品会每年委托国家级第三方检测机构对每个品牌进行平均 3 次抽检，对所有多个品牌销售的商品在售前、售中、售后进行滚动检测。

2017 年工作亮点

2017 年，唯品会品控团队接近 1000 人，行业居首，并通过了 ISO 9001 和 ISO 22000 认证，建立了以法务、供应链、物流中心为主的质检团队，实现全流程品控、严守质量关，每件商品入库均有 IQC 操作人员严守品质关。

2017 年，唯品会大幅增加抽检预算 30%，每天随机对各个品牌进行抽检，委托专业国家级第三方检测机构对每个品牌进行平均 3 次抽检，确保来货质量，实现了远超行业平均水准的检验商品频次和覆盖率。

消费者健康与安全

接受公司健康与安全影响评估的重要产品比例



产品与服务质量

该议题对唯品会的重要性

唯品会重视产品与服务质量，认为这是作为一家负责任电商的经营底线。唯品会针对产品与服务质量建立了严谨完善的管理体系，满足消费者需求，确保竞争优势。

为实现消费者在下单时对商品的相关咨询能得到快速处理，唯品会建立了自营供应商客服系统，商品咨询直接由供应商客服为消费者做出解答，提升了商品转化率和消费者服务体验。

唯品会设立了极速退项目，基于不同的退款场景，使用更完善的判断机制来解决订单退款时效低的问题，对缩短退货退款时间、提高售后服务质量有明显的促进作用。

唯品会的管理方法

唯品会建立了精准服务营销平台，为会员提供优质服务，并通过人工智能进行商品推荐，提供个性化的客服体验。

2017 年工作亮点

2017 年，经唯品会检验的产品质量合格比例较 2016 年提升了 6%，入库抽检质量残次比例也下降到了 0.48%。同时，公司处理的产品与服务咨询次数较 2016 年提升了 15.85%，关于产品与服务的投诉次数较 2016 年下降了 14.55%。

产品与服务质量

消费者电话调查满意比例



消费者在线调查满意比例



商业与人权

该议题对唯品会的重要性

唯品会认为在经营过程中维护人权是企业价值观的重要表现。公司根据《联合国关于企业与人权的指导原则》制定了承诺尊重人权的政策，展现了公司在处理涉及社会、各利益相关方事项的态度。

唯品会的管理方法

唯品会重视维护商业过程中的员工人权，相关维护措施实施范围涵盖公司内部雇佣、供应商及品牌商评估等。

公司维护员工参与公司运营事务及表达意见的权利，定期召开员工代表大会，针对涉及员工利益或公司重大变化的事件向员工说明和解释，并征求员工代表意见，提高员工在公司治理方面的参与性。

唯品会对涉嫌员工关系紧张、不关注员工健康与安全的供应商及品牌商采取不引入或淘汰处理。

2017 年工作亮点

2017 年，唯品会内部未发生涉及员工剥削、强制劳动、使用童工等践踏人权方面的事件；公司合同制员工加入工会的比例为 100%。

2017 年，公司发现并经证实的涉嫌员工关系紧张、不关注员工健康与安全的供应商及品牌商比例为 0。



社区共建

该议题对唯品会的重要性

随着互联网和网络支付的不断普及，网上购物成为许多人日常生活中不可缺少的一部分。唯品会发挥电商的资源优势，打造公益平台、推广公益项目、倡导志愿服务，树立了以可持续赋能为核心，以跨界互联为创新引擎，以公益生活化为支点撬动大众爱心能量的公益理念，形成了唯品会独特的电商公益模式。

唯品会的管理方法

唯品会重视并积极参与社区共建，专门成立了广东省唯品会慈善基金会，为公益项目及社区的发展提供了可靠支持。

唯品会持续关注互联网公益创新平台价值、青少年发展支持、女性赋能以及精准扶贫四大公益方向，并相应打造了唯品会公益助学计划、“唯爱·妈妈+幸福赋能计划”“唯

爱工坊”、唯品会 APP“我的公益”平台三大“唯”系列旗舰项目和一条纽带，对不同困难群体有目的、有针对地实施精准帮扶。

唯品会建立了完善的志愿者管理体系，积极鼓励员工参与社区发展的相关活动，公司每一位员工每年都有一天的带薪公益假期用于参与各项公益活动。

2017 年工作亮点

2017 年，唯品会捐赠 3400 万元助学金，帮扶 12000 名贫困学子。

唯品会启动“唯爱·妈妈+幸福赋能计划”，投入 1000 万元设立赋能单亲妈妈专项基金，携手中国妇女发展基金会共同发起“唯爱·妈妈+公益生态圈”。

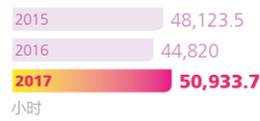
唯品会正式上线特色电商公益平台“唯爱工坊”，为贫困群体持续创造经济收入。

社区共建

员工志愿服务人次



员工志愿服务时长



投入公益资金



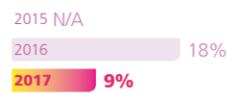
儿童及青少年发展支持比例



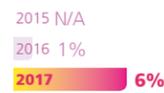
女性赋能比例



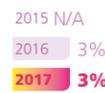
特殊群体关爱比例



赈灾救助比例



环境保护比例



GRI STANDARDS CONTENT INDEX

GRI 标准指标

GRI 标准指标	页码
一般披露	
组织概况	
102-1	P8
102-2	P8
102-3	P8
102-4	P25-27
102-5	P8
102-6	P8
102-7	P8
102-8	P8, P34, P74
102-9	P66-67
战略	
102-14	P6-7
102-15	P6-7
道德和诚信	
102-16	P68-69
102-17	P68-69
管治	
102-18	P10-11
102-19	P10-11
102-20	P12
102-21	P14-15
102-22	P64-65
102-23	P64-65
102-24	P64-65
102-26	P12
102-29	P13
102-30	P64-65

GRI 标准指标	页码
102-31	P64-65
102-32	P12
102-33	P13
102-34	P13
102-35	P64-65
102-36	P64-65
利益相关方参与	
102-40	P14-15
102-41	P78
102-42	P14-15
102-43	P14-15
102-44	P14-15
报告实践	
102-45	P1
102-46	P1, P13
102-47	P13
102-50	P1
102-51	P1
102-52	P1
102-53	P1
102-55	P84
专项披露	
经济	
经济绩效	
管理方法	P65
201-1	P8, P65
201-4	P65

GRI 标准指标	页码
市场表现	
管理方法	P66
202-2	P66
间接经济影响	
管理方法	P66
203-1	P66
203-2	P66
采购实践	
管理方法	P66-67
204-1	P66-67
反腐败	
管理方法	P68-69
205-1	P68-69
205-2	P68-69
205-3	P68-69
不当竞争行为	
管理方法	P69
206-1	P69
环境	
物料	
管理方法	P48, P73
301-1	P48, P73
301-2	P48, P73
301-3	P48, P73

GRI 标准指标	页码	GRI 标准指标	页码	GRI 标准指标	页码
能源		社会		童工	
管理方法	P46-49, P70-71	雇佣		管理方法	P78
302-1	P46-49, P70-71	管理方法	P74	408-1	P78
302-4	P46-49, P70-71	401-1	P74	强迫与强制劳动	
302-5	P46-49, P70-71	401-2	P38-39	管理方法	P78
水资源		401-3	P38-39	409-1	P78
生物多样性	P71-72	劳资关系		人权评估	
303-1	P71-72	管理方法	P74	管理方法	P78
303-3	P71-72	职业健康与安全		当地社区	
排放		管理方法	P75	管理方法	P50-61, P82
管理方法	P45, P72	403-1	P75	413-1	P50-61, P82
304-2	P45, P72	403-2	P75	供应商社会评价	
排放		403-4	P75	管理方法	P66-67
管理方法	P70-71	培训与教育		414-1	P66-67
305-1	P70-71	管理方法	P36-37, P76	客户健康与安全	
305-2	P70-71	404-1	P76	管理方法	P79-80
305-4	P70-71	404-2	P36-37	416-1	P79-80
305-5	P70-71	404-3	P36-37	营销与标识	
污水和废弃物		多元化与机会平等		管理方法	P69
管理方法	P70-71	管理方法	P76-77	417-1	P69
306-1	P71	405-1	P76-77	417-2	P69
306-2	P73	405-2	P34-35	417-3	P69
环境合规		反歧视		客户隐私	
管理方法	P43, P75	管理方法	P34-35	管理方法	P31, P78-79
307-1	P43, P75	406-1	P76-77	418-1	P78-79
供应商环境评估		结社自由与集体谈判		社会经济合规	
管理方法	P66-67	管理方法	P78	管理方法	P78-79
				419-1	P78-79