



关于本报告

报告简介

本报告是唯品会（VIP.COM, NYSE:VIPS）发布的第六份企业社会责任报告，前一份报告于 2019 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 2019 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 2019 年 1 月 1 日至 2019 年 12 月 31 日的相关数据。为增强报告内容可比性，部分内容涉及以往年份以及 2020 年。
- 本报告覆盖唯品会在中国内地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》

- 中国社科院《中国企业社会责任报告指南》（CASS-CSR4.0）

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。
- 如无特别说明，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。

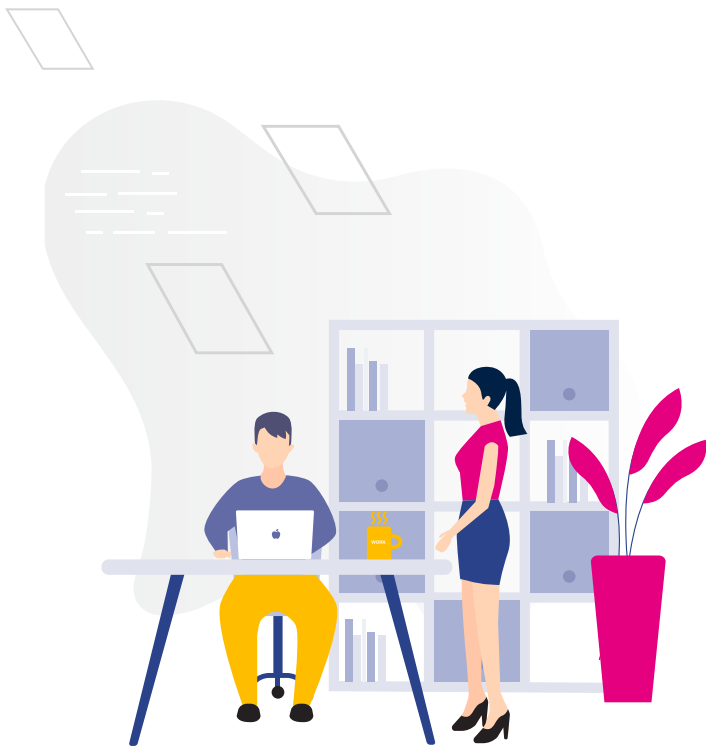
报告获取

本报告分在线版本和印刷版本两种，于 2020 年 7 月以中文、英文同时发布，在线版本可在公司网站（<http://ir.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，您的宝贵意见将对我们极有帮助。
请随时电邮至 vipshop365day@vipshop.com，我们会对您的反馈以保密方式处理。



唯品会 × 联合国可持续发展目标



目录

寄语: 在一起, 不变初心为新时代创造价值 | 04

抗疫特辑: 抗击疫情, 唯品会和你“战”一起 | 06



关于唯品会

公司简介 | 08

社会责任战略与管理 | 11



利益相关方沟通报告

专题: 聚焦特卖, 打造品质生活全景式消费 | 15

绿色发展, 守护绿水青山 | 31

成就成功, 共赢美好未来 | 39

唯爱暖心, 齐创和谐未来 | 47



可持续发展绩效报告

经济绩效 | 60

环境绩效 | 64

员工绩效 | 68

社会绩效 | 75



寄语

在一起，不变初心为新时代创造价值

2019 年，中国人均 GDP 首次突破 1 万美元，消费升级带动了新零售业态的快速迭代。这一年里，唯品会持续优化商业模式，总订单量达到 5.66 亿单，会员突破 3.4 亿，收购杉杉商业集团，加速布局线上线下一体化的全渠道特卖零售模式。在这个因变而生的时代，唯品会从未改变“传承品质生活，提升幸福体验”的使命与初心，持续推动创新与变革，为消费者、合作伙伴与社会创造更大价值。



携手同心，驱散疫情阴霾

2020 年，突如其来的新冠疫情不仅给公共健康带来威胁，对经济发展也带来挑战。在这个严峻时刻，唯品会与抗疫人员、品牌伙伴以及员工一起，第一时间开展多元化支持行动，助力抗击疫情。1 月 27 日，唯品会捐赠 2000 万元，用以支持湖北地区抗击疫情。除了现金捐赠，针对抗疫一线缺乏相关

医疗设备与物资的问题，唯品会联手合作伙伴高效地采购了 100 台呼吸机和 55 台制氧机，精准捐赠到亟需医疗设备的湖北地区抗疫一线。同时，唯品会发挥平台优势，从全球采集包括口罩、消毒用品等抗疫物资上架，助力公众个人防护，保障民生产品供应。针对受疫情影响的合作品牌商，唯品会推出了五大扶持措施并提供 3 亿元现金销售补贴，共渡难关，助力疫后经济复苏。

锻造平台，让消费成为一种力量

2019 年，中国社会消费品零售总额突破 40 万亿大关。消费已经成为提升大众获得感，助力人民实现美好生活的重要途径；也是稳民生保就业，促进经济高质量发展的强大动力。唯品会发挥大数据技术、品牌合作网络与线上线下全景式消费矩阵的优势，积极锻造强大的可持续消费平台。

“品牌特卖”是唯品会的战略核心，也是打造卓越消费体验与赋能品牌发展的纽带。2019 年，唯品会在持续为消费者提供“好货不贵”的品质电商体验的基础上，通过收购杉杉集团与加快线下门店布局，为消费者提供全景式新零售消费体验，释放特卖模式下的新消费力量。在这个过程中，消费者体验与权益保护始终是唯品会最关注的焦点。2019 年，唯品会在正品保障及

售后服务方面持续发力，落地了一系列创新举措。2019 年道琼斯可持续发展指数（DJSI）评估结果显示，唯品会在“客户关系管理”议题上蝉联全球零售行业最佳。

与此同时，唯品会还整合多方资源构建体系全面的赋能平台，协助品牌以最优成本和最高效率，精准把握市场脉搏，更好地满足消费者需求，提升品牌市场竞争力，有效拓展市场。

绿色发展，守护绿水青山

人类与自然命运共同体。面对日益加剧的全球气候危机，唯品会坚持走绿色发展的道路，将绿色发展理念贯穿到办公、仓储、包装、运输等各个环节，持续减少运营过程的碳足迹。2019 年，唯品会在绿色物流

建设方面成果显著。通过物流园区光伏发电，我们减少碳排放 30385 吨；通过采用创新环保材料与优化包装设计，我们减少了 72.5% 的纸质包装材料消耗量。2019 年 DJSI 评估显示，唯品会在“包装”议题上首次获得全球零售行业最佳。

造浪共进，成就可持续职场

互联网是后浪迭出的行业，高素质的员工是企业持续发展与提升竞争力的关键。唯品会根据战略发展需要与员工特点制定了人力资源发展策略，通过构建完善的培训体系、规划公平而富有激励性的职业发展通道、营造多元共融的职场氛围与人性化的福利制度，持续提升员工职业能力，激发创新协作，构建一个前浪后浪携手共赢、自我驱动成就未来的大家庭。

唯爱赋能，共建和谐社区

唯品会把参与社会公益视为企业公民的应有之义。多元平等、持续赋能是唯品会公益的核心理念。在实践过程中，唯品会持续关注青少年发展、女性赋能以及精准扶贫三大社会议题，以战略慈善视角不断推动公益模式迭代，最大限度发挥自身优势提升公益项目的社会效能。截至2019年底，唯品会累计投入公益资金超过 2 亿元。

2020 年是扶贫攻坚的决胜之年。唯品会积极响应党和国家的号召，持续通过唯品会公益助学开展教育扶贫，累计帮扶超过 39700 名贫困学子；通过“唯爱工坊”与“唯爱助农”开展电商扶贫，深入对接全国 76 个贫困县，捐建 11 家“唯爱·妈妈制造非遗手工艺合作社”，举办农产品展销 38 次，

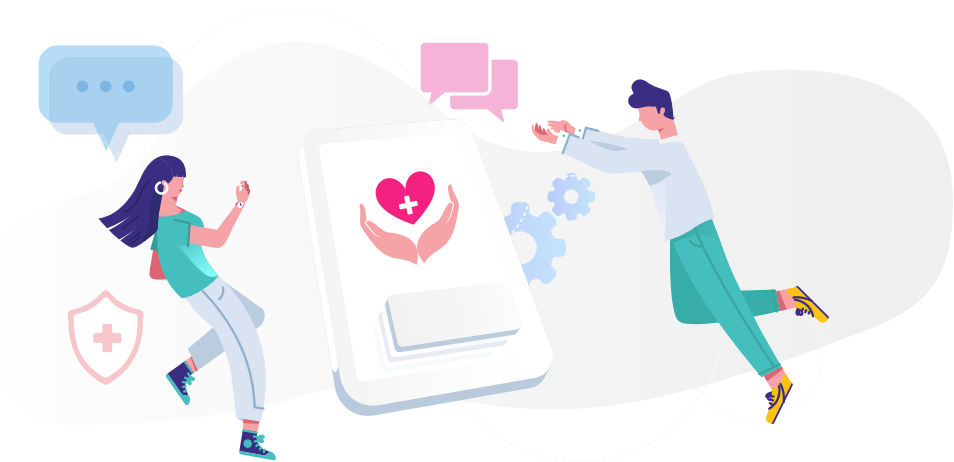
累计为超过 6000 名贫困地区群众带来过千万收入。

未来已至，初心不改。在这个价值共创的时代，唯品会愿与你在一起，以责任为本，以创新为翼，共同开拓未来的无限可能，为社会创造更大价值。



抗疫特辑

抗击疫情，唯品会和你“战”一起



2020 年以一种意想不到的方式开启。新冠病毒来势汹汹，全国上下众志成城、齐心抗疫。疫情暴发后，唯品会在社会参与层面携手各界力量通过迅速捐款捐物，灵活运用现有公益项目资源助力抗疫；在业务平台层面发挥渠道优势保障民生与抗疫物资稳定供应，满足群众需求，携手品牌共渡难关；在企业运营层面采取全面措施保护员工健康。截至 3 月 31 日，唯品会已向湖北重点疫区捐赠 2471 万元，包括 2000 万元现金和价值 300 万元的餐食与逾百万医疗设备等物资。同时，面向全体品牌商伙伴推出了 3 亿元现金销售补贴等有力的扶助措施。

唯爱驰援：公益行动极速到位

唯品会密切关注疫情发展，通过高效捐款以及有针对性的捐赠医疗设备、为抗疫一线工作人员提供餐食、开设抗疫心理疏导热线服务等方式，为抗疫胜利贡献力量。

为防止疫情蔓延，武汉封城，全国支援力量汇聚湖北。1 月 26 日，唯品会宣布捐赠 2000 万元用于抗击疫情。协力同心，唯品会以爱守护生命的一呼一吸。在疫情冲击下，湖北地区医疗物资告急，尤其是重症病患所必需的呼吸机严重短缺。唯品会携手合作方全力以赴采购了呼吸机 100 台及制氧机 55 台，在公益组织“大爱清尘”和顺丰快递的帮助下，于 2 月 7 日把此批物资发往武汉、黄冈等 5 市的 7 家医院。

在全国 4.2 万医护人员奔赴湖北抗疫一线的背景下，做好医护人员的后勤保障工作是一大挑战。唯品会捐赠 300 万元，携手 Today 鲜食工厂，为一线医护人员提供暖心暖胃的餐食。截至 3 月底，共派发了 33 万份餐食。

疫情不仅对社会大众健康产生了威胁，也给病患与家属、抗疫工作人员带来沉重的心理压力。唯品会“唯爱妈妈热线”400-038-8888 在疫情期间迅速启动疫情心理援助免费服务，由经验丰富的专业心理咨询团队帮助人们缓解心理焦虑，积极应对疫情。

唯爱共渡：扶助品牌共克时艰

疫情期间，唯品会不仅在医疗战线上为抗疫提供支援，在确保大众生活需求得到满足这个战场上也全力以赴。由于出行不便，大众对线上消费的依赖程度大幅提升。唯品会积极响应政府“保价格、保质量、保供应”号召，组织运营、物流仓储与客服团队始终坚守一线，确保服务不打烊。

突如其来的疫情给各行各业都带来不少新挑战。对于零售业品牌商家而言，由于门店暂时关闭等多种原因导致线下库存积压、运营成本提高。唯品会一贯将各品牌商视为紧密的合作伙伴，为帮助疫情期间的商家度过困难时期，唯品会多措并举，向各合作品牌商推出了五大扶持措施，包括优质免费流量资源、3 亿元现金销售补贴、绿色结算通道与低息供应链金融、全链条业务支持，切实帮助合作品牌商开拓销路，降低运营成本，缓解现金流压力。针对湖北省的商家，唯品会还专项推出了 2020 年第一季度佣金和服务费部分减免的措施。

唯品会推出五大扶持措施 与品牌合作伙伴共度难关

在举国关注的疫情面前，我们彼此用信任与爱心，凝聚最广泛的力量，度过艰难的时刻。但随着企业的陆续复工，我们共同面临着企业经营的短期挑战。此刻，我们更需要更强大的信心以及更落地为实际行动，来迎接即将到来的春天。在当前特殊时期，唯品会将调动自身最大的力量，为各品牌商提供全力支持：

- ★（一）唯品会将为品牌商提供优质的免费流量资源。组织多场次的销售活动，帮助品牌商用专属流量争取更大的销售，助力其消化积压货品。
- ★（二）唯品会将设立三亿元的现金销售补贴。根据品牌商的业务规模、库存压力和销售情况，提供分层分级的现金品牌补贴来支持品牌做大销售，降低其运营成本。
- ★（三）唯品会将为品牌商提供资金支持。为其提供结算的绿色通道，确保品牌商能在第一时间拿到资金，缓解现金流紧张的压力，对有需要的品牌商，唯品会将开放低息供应链金融服务。
- ★（四）唯品会将为品牌商提供全链条的业务支持服务，开放多种合作模式供其选择。并全面开放数据、开放仓储服务、开放配送服务，让品牌商的合作周转能更快更便捷、成本更低。
- ★（五）为减轻湖北省商家的负担，对平台合作的湖北省商家，唯品会将对对其今年第一季度的佣金和服务费予以部分减免。

**疫情终将结束，春天定会来临。
让我们携手并肩，共克时艰。**

唯品会
品牌商家

唯爱守护：全面保障员工健康

复工复产后办公场所的防疫也是抗疫的另一个重点战场。在确认新冠病毒“人传人”当天，唯品会就成立了疫情防控管理小组，迅速制定多项举措，保障员工的健康与安全。



营造安全的办公空间

- 办公区域、空调及各类设施每天进行消毒
- 电梯、吸烟区与饭堂等区域采取限制人流措施
- 办公区域及班车做好通风措施

把好人员排查关

- 人力资源部登记并跟踪所有与疫区有接触史以及有相关症状的员工
- 安排专人对所有进入办公区域的人员进行体温检测

提供必要防护物资与培训

- 在入门打卡处、洗手间、餐厅等位置配备洗手液
- 每天为员工提供口罩及清洁用品
- 传播个人防护与卫生知识

鼓励员工远程办公

- 春节期间，产品技术中心等多个部门加班加点筹备远程办公项目，并完成多个功能上线，向员工发出了远程办公指引。2 月 3 日顺利启动远程办公。

关于唯品会

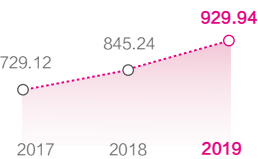
公司简介

唯品会成立于 2008 年，总部位于中国广州，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，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。

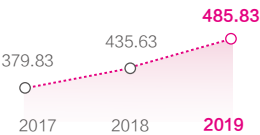
经营状况

2019 年，唯品会继续深化特卖战略，推动全矩阵的品牌特卖升级，不断扩大核心品类优势、提升运营水平。截至 2019 年底，唯品会拥有超过 3.4 亿名注册会员，年订单量达 5.66 亿单，累计合作品牌超过 30000 家，已连续 29 个季度实现盈利。

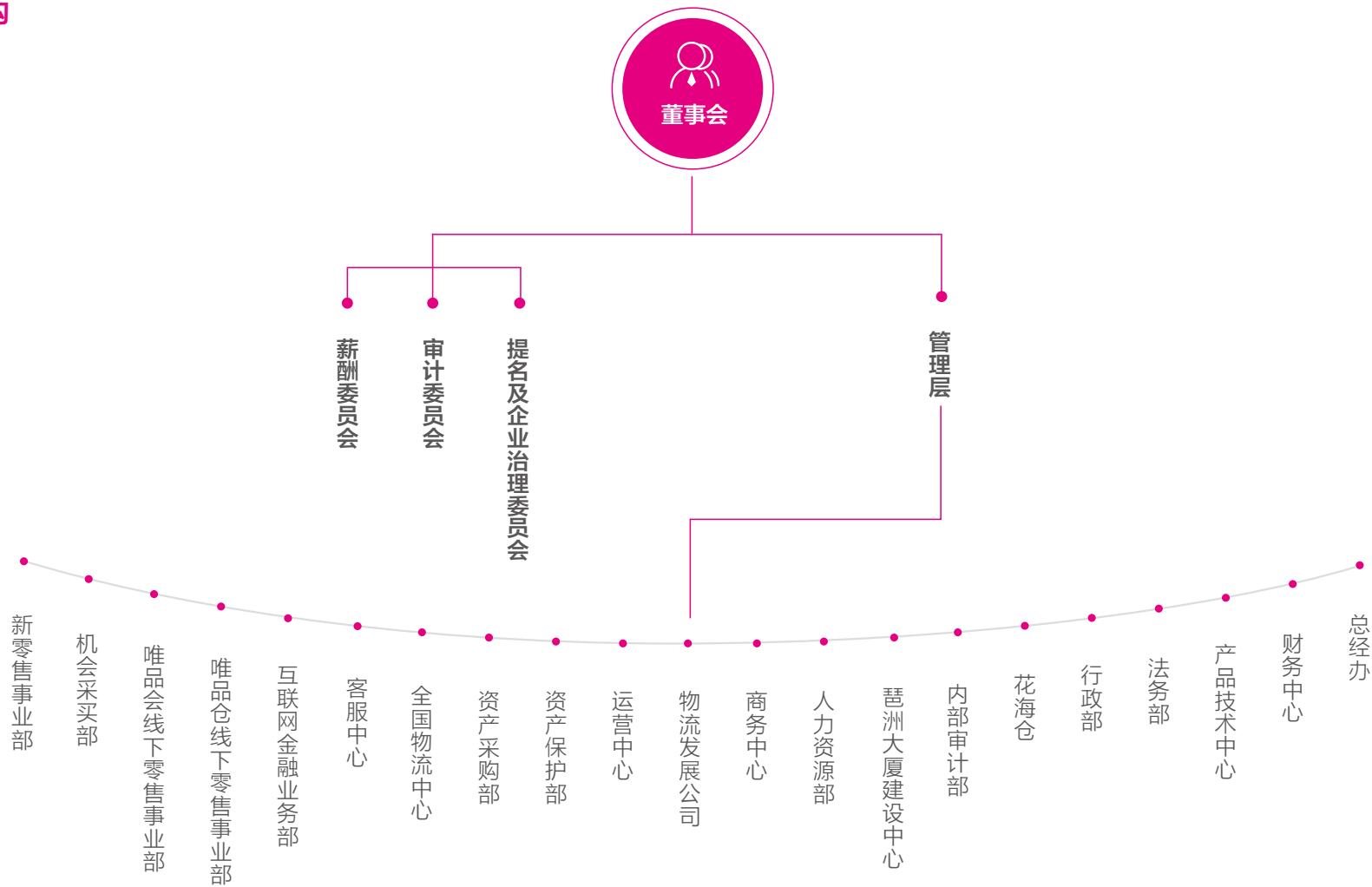
总体净营收（亿元）



资产总值（亿元）

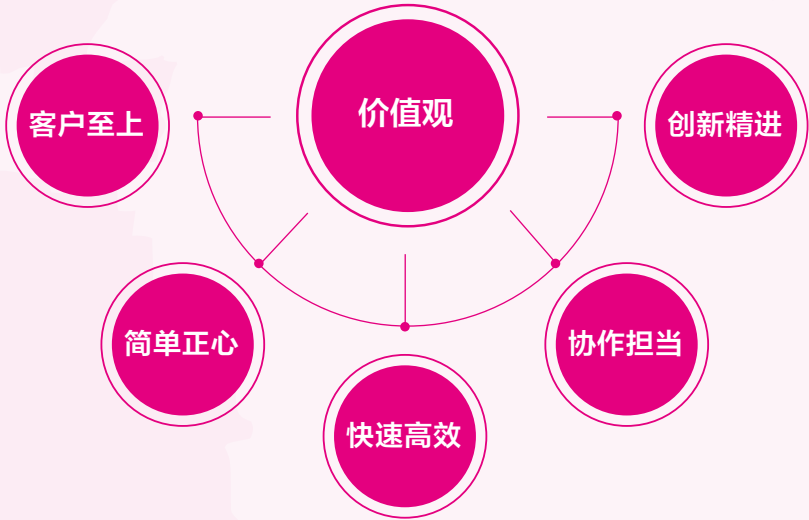


组织架构



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。



经营理念

对用户：用户是上帝，也是我们的衣食父母。我们坚持用户利益至上，不断倾听和深刻理解用户需求，不断给用户惊喜，不断提供超预期的体验和服务，不断创造新的用户价值。

对合作伙伴：我们尊重和善待合作伙伴，真诚合作，一起共建“共生共赢”的行业生态环境。

对员工：员工是我们最大的资产，我们希望不断激发员工潜能，使员工与企业共赢、共成长；善待每一位员工，关爱员工身心健康。

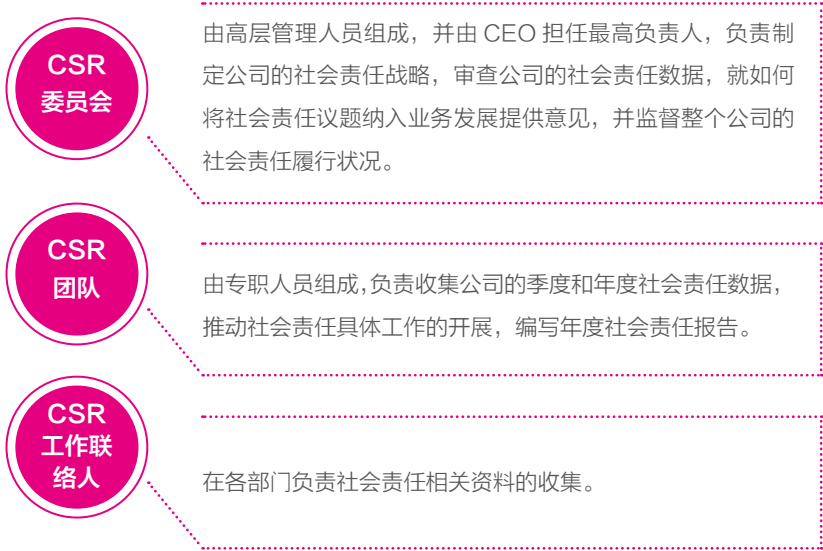
对社会：怀感恩的心，注重社会责任，尽企业的力量，回报社会，帮助需要帮助的人，塑造健康企业形象。

社会责任战略与管理

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。

社会责任组织架构

唯品会建立了三级联动的社会责任架构：



荣誉与社会认可



2019 年中国
企业 500 强

中国企业联合会、
中国企业家协会



2019 年中国
服务业企业
500 强

中国企业联合会、
中国企业家协会



2019 年中国
民营企业
500 强

全国工商联



2019 年中国
民营企业服务业
100 强

全国工商联



2019 年中国
互联网企业
100 强

中国互联网协会、工业和信息
化部网络安全产业发展中心



2019 年广东
企业 500 强

广东省企业联合会、
广东省企业家协会



2019 年广东省
电子商务企业
100 强

广东省电子商务协会



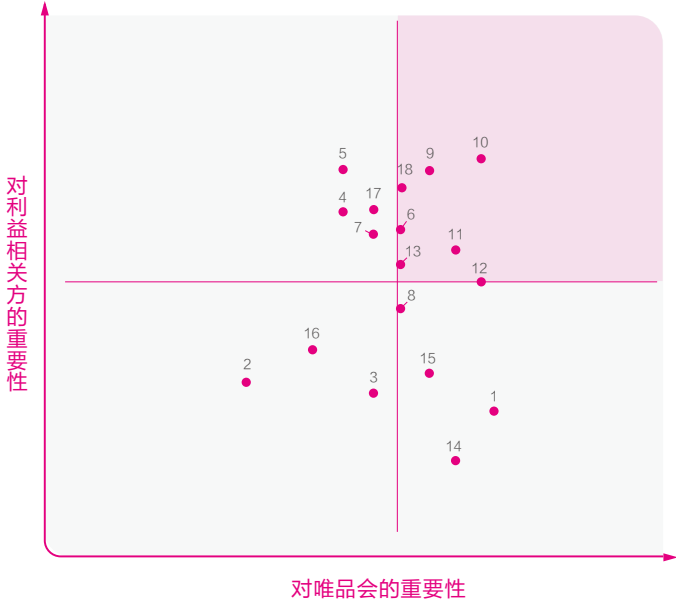
2019 年“最
具价值中国品
牌 100 强”

BrandZ

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。

2019 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，识别出对企业和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。



识别议题

通过梳理 GRI Standards 和 DJSI 等国际标准和公司实践，并结合各个利益相关方与唯品会在过去一年内的沟通情况，共确定 19 项与唯品会相关的企业社会责任实质性议题。



调研评估

针对议题开展利益相关方专项调研，通过在线问卷方式，邀请政府机构、用户、合作伙伴、股东与投资者、员工、环境与社区代表等不同类别利益相关方反馈不同议题对他们的重要程度。



筛选确认

根据调研问卷统计结果，形成议题实质性分析矩阵，经唯品会 CSR 委员与专家审核，确定报告重点披露议题内容，并制订相应行动计划。

- | | |
|-----------------|----------------|
| 1 经营业绩 | 11 节能减排，绿色运营 |
| 2 反腐败与反不正当竞争 | 12 减少使用一次性物料 |
| 3 稳健经营，防控风险 | 13 打造负责任的供应链 |
| 4 品牌特卖，提供高性价比商品 | 14 员工权益保障 |
| 5 正品与品质保障 | 15 可持续职场 |
| 6 品质优选，海量选择 | 16 员工薪酬与福祉 |
| 7 品牌共赢，可持续消费 | 17 精准扶贫，促进乡村发展 |
| 8 商业模式创新 | 18 热心公益，构建和谐社会 |
| 9 追求卓越客户体验 | 19 利益相关方沟通 |
| 10 隐私保护与信息安全 | |

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、用户、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，充分考虑自身运营对各利益相关方的影响，构建多元化的沟通机制，通过更多渠道认真了解、

积极回应各利益相关方在社会责任领域的不同诉求，既能及时化解问题，又能促进公司的持续发展。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。

利益相关方	 政府机构	 用户	 合作伙伴	 股东与投资者	 员工	 环境	 社区
关注议题	• 诚信守法 • 依法纳税 • 保证产品质量 • 促进经济发展	• 保障商品质量 • 保障服务质量 • 保障信息安全	• 遵守商业道德 • 公开公平采购 • 共同发展	• 提高投资回报 • 防范经营风险 • 完善公司治理	• 健康与安全 • 薪酬与福利 • 培训与发展 • 沟通与关爱	• 实现节能减排 • 应对气候变化 • 负责任消费和生产	• 社区共建 • 扶贫攻坚 • 帮扶弱势群体
沟通形式或表现	• 完善公司治理 • 主动依法纳税 • 响应政府政策 • 广泛吸纳就业 • 带动地区发展	• 正品十重保障 • 品控九条 • 会员体系 • 专业客服团队 • 官方自媒体	• 商业合作 • 供应商大会 • 供应商培训	• 定期披露经营信息 • 召开股东大会 • 维护股东权益	• 完善薪酬福利体系 • 完善员工培训体系 • 举办职工代表会议 • 保障员工健康安全 • 丰富员工工业余活动	• 绿色办公 • 绿色仓储 • 绿色包装 • 绿色运输	• 公益项目 • 教育扶贫 • 电商扶贫 • 志愿服务

利益相关方 沟通报告



专题：聚焦特卖，打造品质生活全景式消费



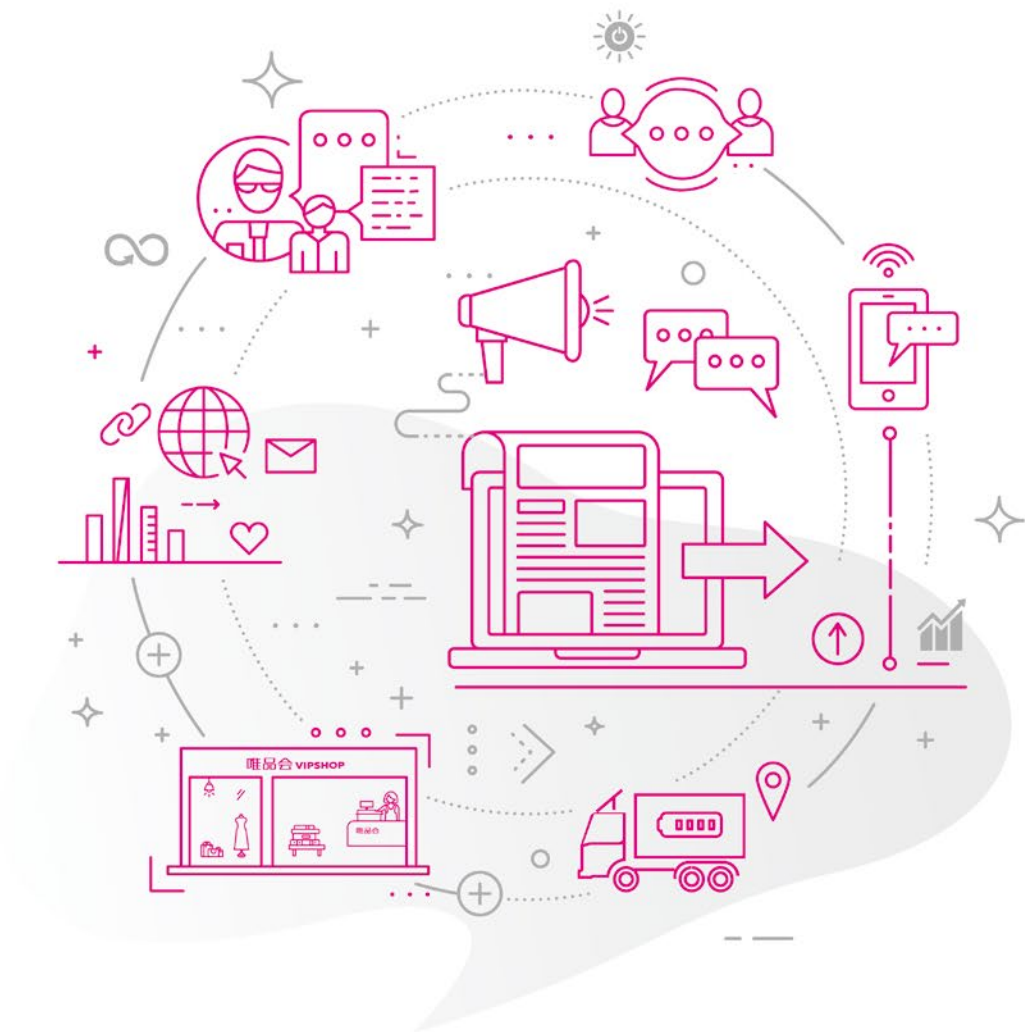
绿色发展，守护绿水青山



成就成功，共赢美好未来



唯爱暖心，齐创和谐未来



专题：聚焦特卖， 打造品质生活全景式 消费

根据国家统计局数据，2019年，中国社会消费品零售总额达到41.2万亿元，比上年增长8.0%；消费对经济增长贡献率为57.8%，连续六年成为经济增长第一拉动力。2020年是建设全面小康社会的收官之年，拉动内需促进消费升级具有二位一体的重要意义：一方面可为国民经济发展带来持续动力，另一方面也是实现广大人民群众美好生活愿景的重要途径。

- 品牌特卖，实现全矩阵升级
- 战略共赢，赋能合作品牌
- 品质电商，守护消费者权益
- 以客为尊，提供全流程服务

可持续发展目标





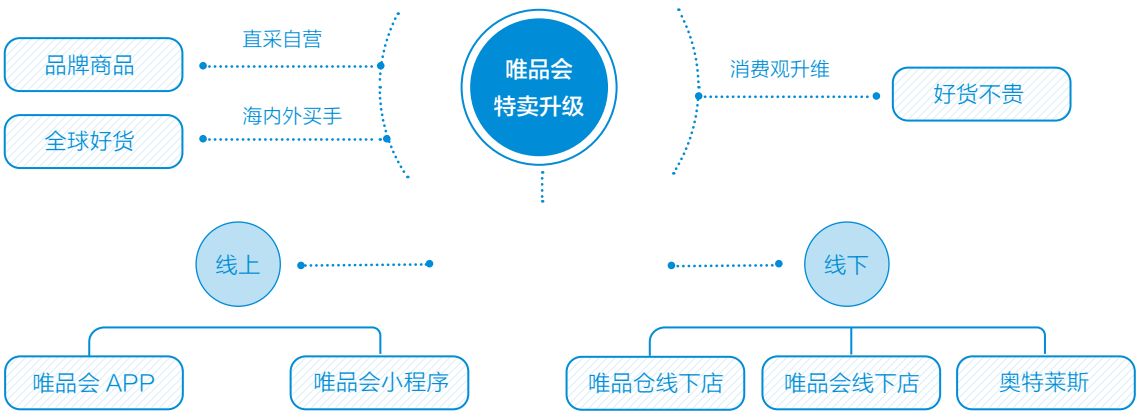
唯品会作为中国零售电商的第一梯队，始终积极推动可持续消费的发展。2019 年，唯品会全年总订单量达到 5.66 亿单，通过深入洞察消费趋势与需求，积极推动品牌特卖全矩阵升级，为社会、行业与消费者创造更大价值。一方面，唯品会持续为广大消费者带来极致性价比的正品好货，锐意打造线上线下全景式消费体验；另一方面，唯品会以“品牌特卖”为纽带，发挥大数据技术与平台优势，助力品牌把握消费趋势，实现升级发展。

品牌特卖，实现全矩阵升级

2019 年，中国经济综合实力跃上新台阶，GDP 总量逼近 100 万亿元大关，人均 GDP 突破 1 万美元。在这个宏观经济背景下，消费趋势也发生了变化。当前中国消费的增长呈现四个方面的特点：一是服务消费快于商品消费；二是乡村消费快于城镇消费；三是线上消费快于线下消费；四是中高端商品消费快于基本需求消费，品质化、个性化、多样化消费增多。

2019 年，唯品会把握消费升级的契机，持续推动“品牌特卖”战略全矩阵升级，进一步夯实全渠道、全矩阵、系统化的特卖体系，释放特卖模式下的新消费力量，实现“特卖”从商业模式向价值赋能的进阶。此外，唯品会还在持续丰富线上消费场景的同时，通过收购杉杉商业集团、开设线下门店等行动，加速布局线下零售。

全矩阵的品牌特卖升级



丰富体验，坚持最优性价比

随着经济实力的不断提升，中国公众的消费观念也越来越理性。以中产女性消费者以及“90后”消费者为例，“性价比高”与“质量良好”成为了消费决策的首两位因素。¹这也推动了特卖电商行业的快速发展。2019年，中国特卖市场规模预计超过1.54万亿元²。唯品会顺应中国消费升级趋势，深耕品牌特卖战略，既获得了商业成功，也为超过3.4亿注册会员提供了高性价比的消费选择和优质的消费体验。截至2019年底，唯品会全年总订单量同比增长29.5%，活跃用户同比增长14.0%，重复购买用户占比达到79.7%，重复购买用户订单占比达到97.6%，成功保持29个季度连续盈利。



截至2019年底，唯品会全年总订单量同比增长

29.5%

活跃用户同比增长

14.0%

重复购买用户占比达到

79.7%

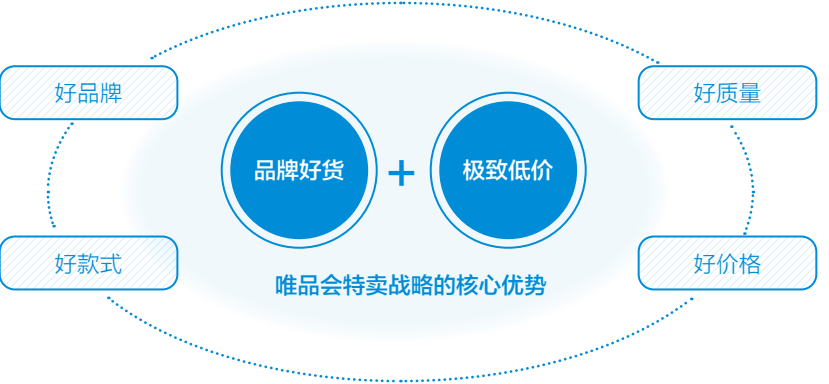
重复购买用户订单占比达到

97.6%

¹ 数据来源：唯品会《中国社会新人消费报告》与《中国中产女性消费报告》

² 数据来源：艾瑞咨询

“品牌好货”+“极致低价”是唯品会特卖战略的核心优势。唯品会坚持与**好品牌**合作，通过专业买手团队深入挖掘**好款式**，通过与品牌建立起强供应链和**好质量**供货体系，实现货品的**好价格**，最终以具有竞争力的价格为平台提供差异化商品。





高性价比，365 日享优惠

对于消费者而言，真实的优惠才最贴心。唯品会持续深化“精选品牌 + 深度折扣 + 限时抢购”的正品特卖模式，通过唯品会 APP “唯品快抢”与“最后疯抢”等栏目为消费者提供低价限时抢购等实在优惠。



专业买手 + 大数据，缔造好货低价

这是个物资丰盛的时代，消费者不缺商品，但需要慧眼识好货。唯品会构建了强大的专业买手团队，累计与全球超过 3 万家品牌达成深度合作，通过品牌授权、买手直采、商品溯源及质量抽检等方式精挑细选品质好货。目前，唯品会不仅在全球拥有超过千人的专业买手团队负责研判消费趋势和严选货品，同时还运用大数据技术，全面衡量时尚、品牌、质量和价格，为消费者打造最佳组合，提供最物有所值的商品和最佳的购物体验。



丰富体验，线上消费新场景

除了优质商品，在零售变革大环境下，营销内容升级更能直击消费者的需求痛点。2019 年，唯品会一方面继续打造精准化营销场景，通过达人直播、超级 VIP 特权专场活动等社交玩法，让用户获得更多实惠；另一方面积极拓宽精准化营销方式，通过电视剧综艺投放、新媒体内容营销等方式，让用户及时了解优惠资讯与潮流消费趋势。

全球品牌，尽享美好生活

在消费升级趋势下，中国公众的消费也变得更有“全球观”。2019 年第 4 季度，中国跨境进口零售电商市场规模为 1214.9 亿元，环比上涨 21.1%。³ 一方面，唯品会积极配合国家扩大开放战略，连续两年以“采购商”的身份参加中国国际进口博览会，与海外品牌紧密沟通；另一方面，唯品会以品质生活为核心，臻选海外好品牌为美好生活增添色彩，取得了跨境业务占有率第四的好成绩⁴。

针对跨境业务，唯品会推出了“五大信赖升级战略”，打造“正品、精选、价格、服务、规模”五大核心差异化竞争优势。唯品会秉持“产地直采、自营正品、免邮包税”的策略，通过在中国内地以外的 10 个国家和地区设立海外仓和买手团队建立起选品优势，通过规模采购建立起价格优势，通过遍布全球时尚重镇的海外仓和国内跨境电商中心建立起快速配送优势，提升用户购物体验。

³ 数据来源：Analysys 易观《中国跨境进口零售电商市场季度监测报告 2019 年第 4 季度》

⁴ 数据来源：Analysys 易观《中国跨境进口零售电商市场季度监测报告 2019 年第 4 季度》

全球买手 力保好货好价



超过 1000 名专业买手，为您精选全球好货

布局线下，拓展新型零售

经过十多年的飞速发展，线上零售市场竞争日趋白热化。而线下零售业态也亟需借助于互联网技术来突破现有模式、实现升级。与此同时，消费者品质消费与体验式消费的需求持续增长，成为零售业创新的新风口。在消费趋势、行业环境与技术创新共同推动下，新零售的时代已经来临。2019 年，唯品会在夯实线上消费平台的基础上，加快布局线下网络，打造全矩阵全渠道的特卖零售布局。唯品会线下零售网络——品牌特卖与零售体验相结合的唯品会线下店，以及主打低价、以快消模式做零售的唯品仓，已在全国一到五线城市陆续开启。2019 年 7 月，唯品会收购杉杉商业集团，布局线下奥莱业务，深度整合线上与线下特卖，加速线上线下一体化的全渠道特卖零售布局，为“品牌特卖”调动与补充更多流量与消费场景，持续为广大消费者创造“好货不贵”的消费体验。

线下布局 1.0：唯品仓

唯品仓是唯品会旗下的全品类社区特卖场。凭借强大的商务采购、仓储物流与零售技术为后盾，通过买断、代销等形式与 300 个品牌建立了合作关系。以快消的方式开展业务，加速货品的周转，降低行业库存，为消费者源源不断地提供低价正品好货。唯品仓线下店网络覆盖一至五线城市，以社区购物中心或街铺为主营造消费生活生态圈，把门店开到消费者的家门口，通过优质的产品与服务，吸引了一大批的忠实顾客。截至 2019 年底，唯品仓门店遍及全国 26 个省（自治区、直辖市），为华东、华北、华南、西南及华中地区的客户提供服务。



截至 2019 年底，唯品仓门店遍及全国

26 个省（自治区、直辖市）

为华东、华北、华南、西南及华中地区的客户提供服务



 新零售新体验：唯品会线下店

相较于线上零售平台的便捷，线下零售则以体验为王。唯品会线下店的经营理念就是通过运用最新的零售科技以及大数据应用，为消费者提供耳目一新的个性化消费体验。凭借品牌特卖好货不贵、

专业的零售管理人才、丰富的品牌资源、创新的消费体验以及庞大的忠实顾客的优势，唯品会线下店发展迅猛，打造出具有唯品会特色的新零售模式。



 特卖创新：奥特莱斯生活家

唯品会收购中国领先奥特莱斯连锁企业——杉杉商业集团，开始积极探索线上线下融合的特卖模式，实现线上线下一体化的全渠道特卖零售布局。“奥特莱斯 + 奥莱生活家”是唯品会奥特莱斯业态创新的经营理念。杉杉商业集团具备世界顶级的奥特莱斯综合体管理、运

营与服务体系，在宁波、哈尔滨、郑州、太原、南昌已成功开发了五个奥特莱斯广场商业综合体，与唯品会的合作品牌联盟、专业买手制度与物流服务支持体系等优势相结合，为奥特莱斯商业模式与消费体验创新提供了强大后盾。



战略共赢，赋能合作品牌

在电商创新模式层出不穷，消费体验日新月异的今天，电商平台与品牌的合作深度成为了彼此实现可持续发展与获取创新动力的重要基础。唯品会与众多品牌开展战略合作，通过撬动大数据资源、平台支持体系与物流仓储，完善赋能链条，解决品牌在市场洞察、渠道开拓、消费者互动与货品周转等方面的发展瓶颈，共赢发展。



联动资源，全面支持

一个品牌的可持续发展需要多方面的支持。唯品会不仅为品牌提供了一个加快产品周转与资金回笼的有力渠道，更重要的是搭建了一个体系全面的平台，整合资源让品牌以最优成本和最高效率，精准把握市场脉搏，更好地满足消费者需求，提升市场竞争力。

唯品会依据用户数据与战略方向，推进品牌管理流程精细化、品牌管理效率化，完善赋能链条，助力品牌赢得市场。唯品会与品牌之间建立了多元化的沟通渠道，除日常工作常态化沟通、重点供应商高层互访外，依托核心品牌管理体系，开设重点品牌专业团队“一对一”跟

进计划，深入了解品牌需求，共同制定产品服务策略。同时，唯品会整合了包括运营、营销、市场、物流等资源，对重点品牌采取全资源跟进，对供应商数据系统、广告营销系统等进行升级，帮助品牌解决运营难题，节约成本，提升盈利。

唯品会品牌赋能体系



深度赋能，共赢市场

唯品会在深入挖掘消费大数据、深入洞察消费趋势与消费群体、业务拓展覆盖城乡以及构建全矩阵全渠道新零售格局等方面的优势与举措，都为深度赋能品牌打下了坚实基础。2019 年，唯品会加深与品牌商的战略合作，联动资源，共同打造了超过 200 场的大牌日、品牌钜献等活动专场，为品牌商带来了可观的销售额，在成功助力品牌扩大用户群、引入新客源的同时，也提升了用户对于唯品会品牌特卖的认知和认可。

此外，唯品会撬动 3.4 亿会员的消费大数据，精准分析线上线下消费行为模式，研判市场趋势，为品牌优化产品服务组合、开发更能满足消费者需求的新产品提供灵感和依据。通过与品牌建立更为深层次的战略合作，发挥各自优势，实现品牌和资源的强强联合，共赢发展。



深度赋能，波司登、影儿集团等品牌跃升女装行业翘楚

波司登、影儿集团等品牌通过唯品会定制化的赋能解决方案，获得了可观的业务增长，提升了品牌在女装板块的市场份额。



资源赋能

唯品会不仅通过快抢、疯抢、直通车及超级大促等资源发力，增加品牌有效曝光，还根据不同栏目运营特点进行客群与商品精准分类匹配，降低了消费者对商品的选择成本，提高了购物体验。



商品运营赋能

帮助品牌梳理货品结构，并据此参加适合的营销活动，将销售最大化。



物流赋能

新开通供应链模式，缩短客户收货时间，提升了消费者购物体验。



OTD 数据赋能

撬动消费大数据进行品牌人群画像，让品牌对商品有精准把控，可及时根据客户需求精准推送产品。同时，也可根据客户画像帮助品牌从其他渠道精准引流客群。



灵活沟通体系

定期进行诊断和反馈，专业帮扶突破经营瓶颈。



开通品牌自助客服

实现品牌与客户“一对一”直接沟通，品牌更直观了解客户需求，高效解决客户疑问或要求。

品质电商，守护消费者权益

2019 年，全国实物商品网上零售额同比增长 19.5%，占社会消费品零售总额的比重达到 20.7%。在线上消费快速增长、消费者的消费观念日趋成熟的背景下，产品品质与服务成为了新时代电商企业的核心竞争点。唯品会始终坚信正品是品质的底线，更是消费者购物体验中最重要的部分，以消费者的品质诉求为目标，以正品为营销底线，不断完善正品保障体系和措施。

唯品会积极顺应消费趋势的变化和国家对电商行业的要求，基于以“正品十重保障”“品控九条”为核心的正品保证措施，立足于“源头有保障”“流程严监控”“售后保无忧”三大板块，从商品源头、销售过程、售后服务每一个环节入手，全面守护消费者享有正品的权益。“正品十重保障”包括：实力保障、货源保障、授权保障、质检保障、物流保障、品质保障、第三方保障、售后保障、信誉保障、权威保障。“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、专业机构入场查验、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。





源头有保障

唯品会打造品质电商的第一步在于源头有保障。唯品会秉承“产地直采自营”的理念策略，在全球多个国家和地区设立办公室和买手团队进行选品工作，从源头采购正品。

☑ 正品货源

授权保障、知名品牌正规授权

唯品会通过品牌生产商、品牌官方授权总代理商等合法渠道取得一手货源，并与多家行业巨头达成战略合作关系，签订了战略正品采购协议。

☑ 全球直采

货源保障

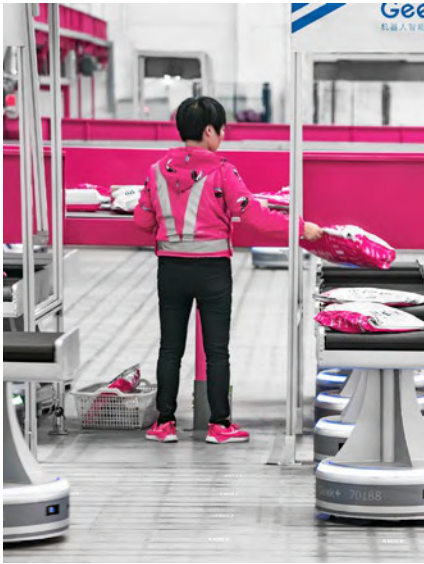
唯品会直接深入商品原产地进行实地考察和原产地认证，全面评估供应商实力并对生产工厂环境进行检查，从源头杜绝假货，确保提供给用户的是实打实的正品。





流程严监控

唯品会打造品质电商的第二步在于流程严监控。唯品会从完善的售前、售中产品检验制度与措施到全方位的物流保障，实现了消费全流程严掌控。



入仓检验

质检保障、质量管理体系认证、专业机构入场查验、八道关卡查验质量

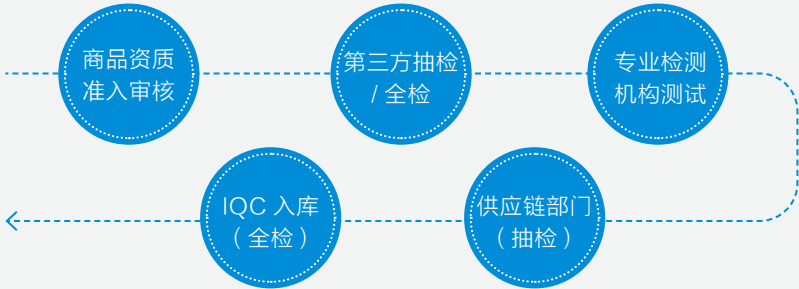
唯品会积极完善进货检验制度，实行覆盖全品类全品牌商品资质检查。唯品会销售的每一件商品都必须经过唯品会独创的售前5道+售中3道产品检验流程，并每天接受随机抽检。2019年，唯品会投入上千万元与国内12家权威第三方检测机构一同进行商品质量抽检工作。

自营仓储

物流保障、服务全程闭环可溯

截至2019年底，唯品会在国内设立了华南、华北、西南、华中、华东、东北、西北7个仓储物流中心，分别位于广东肇庆、天津武清、四川成都、湖北鄂州、江苏昆山、辽宁沈阳、陕西西安，为货品运输管理提供强有力的支持和保障。

售前5道检验



售中3道检验





售后保无忧

唯品会打造品质电商的最后一步“售后保无忧”是吸引和留住更多消费者的一大法宝。唯品会建立了完善的售后服务机制，从全国联保、假货必赔到七天无理由放心退和配套的极速退换服务，大大提升了用户购买商品的安心感，让用户购物无忧。

唯品会通过“源头有保障”“流程严监控”“售后保无忧”一系列正品保障措施，为用户提供了品质有保障的商品和服务，在用户中积累了良好的口碑，以全球最大特卖电商的市场认可成就实力保障，以用户的万千信赖成就信誉保障。此外，唯品会还收获包括中国民营企业500强、中国民营企业服务业100强、中国互联网企业100强以及广东省电子商务企业第1名在内的多项荣誉和认可，为唯品会打造新时代品质电商做了最好的注解。

☑ 正品保险

第三方保障、多险种丰富保险保障

唯品会自营的每一件商品均由中国人民财产保险股份有限公司进行承保，百分百正品保证，假货必赔。

☑ 无忧退换

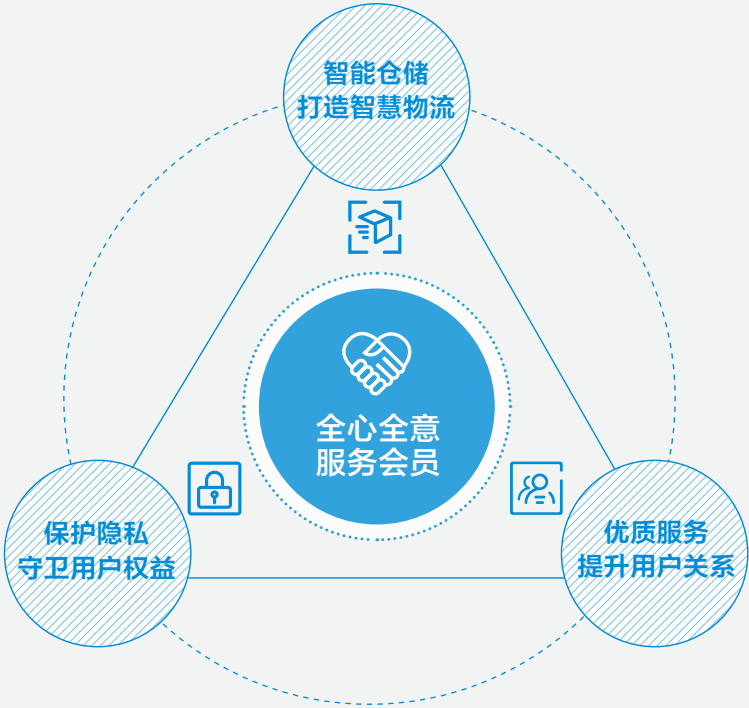
售后保障、七天无理由退货退款

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七天无理由退换货条款外，还借助自营仓储系统和顺丰配送特别推出了极速退换服务。



以客为尊，提供全流程服务

唯品会贯彻“全心全意服务会员”的用户服务理念，从智慧物流、会员服务、信息安全等多个方面着手，为用户打造极致服务体验，助力“提升幸福体验”使命的达成。



智能仓储打造智慧物流

唯品会致力于通过建立智能化和自动化仓储来提升运作效率、降低运作成本，进而提升物流体验这一电商企业的核心竞争力。唯品会从 2015 年开始在各仓储物流中心建设输送系统、Mini-load 集货系统、商品分拣系统、包裹分拣系统、蜂巢全自动集货缓存系统、智能 AGV 搬运机器人系统、魔方密集存储系统等自动化项目，覆盖仓库所涉及的入库、上架、拣货、集货、包装以及出仓交接等所有作业模块。

以轻量型自动化立体仓库——Mini-load 集货系统和商品分拣系统为例。每套 Mini-load 系统拥有存储货格 4800 个和堆垛机 8 台，可节约集货场地 1600 平方米、将集货人数降为 0、缩短约 75% 的分拣时间；每套商品分拣系统拥有导入台约 40 个、滑槽口约 500 个，让集货和分拣两个环节的作业人员极大减少，相较于人工集货方式缩短集货时间约 30%。

2019 年，华南、西南、华东物流中心都拥有了蜂巢多层穿梭车货到人系统，3 套系统年内搬运料箱共计约 8800 万个，平

均拣选效率 6600 件 / 小时，准确率超过 98%；在西南物流中心，自主研发的包裹分拣机的底层控制系统 PLC 已经上线测试，为未来建立仓储自动化系统统一的 WCS-SCADA 平台奠定了基础；华北物流中心使用了自主研发的 DWS 动态称重读码系统，实现包裹自动化快速称重量方，使得包裹出库效率提高 30%。截至 2019 年底，唯品会已投入超过 10 亿元，在全国 5 个仓储物流中心实施了仓储自动化项目，拥有 100 多万平方米的自动化仓储和 42 千米的输送线，配备了全球最大蜂巢系统以及 3 套全球最先进的商品分拣机。



优质服务提升用户关系

一方面，唯品会不断加强为用户之间的联系，建立会员成长体系和忠诚度系统，针对忠诚会员设立了货币化的积分奖励制度；另一方面，唯品会不断完善用户服务体系，提升用户服务水平。截至2019年底，唯品会客户服务中心拥有 1163 名专业客服人员，始终坚守“全心全意服务会员”的客户服务理念，致力于“成为会员声音的代言人，成为电商行业一流的客服中心，成为新零售的客户体验专业团队”。

为深入了解用户需求、听取用户意见，客服中心定期通过电话和线上开展用户满意度调研。2019 年，客服中心将线上调查满意度的评价方式由 3 级满意度更换为更细致的 5 级满意度，以求更好地了解用户的意见；电话调查满意度为 98%，维持了一贯的高水平。



截至 2019 年底，唯品会客户服务中心拥有专业客服人员

1163 名

电话调查满意度为

98%

唯 · 责任

创新售后服务

2019 年，为进一步提升用户服务水平，唯品会在售后服务方面进行了一系列创新：



提升极速退覆盖比例

截至 2019 年底，自寄退货极速退覆盖率同比由 14% 提升至 34%，拒收极速退覆盖率由 39% 提升至 75%；

提升客户售后退款时效

截至 2019 年底，自寄退货退款时效由 108 小时加快至 88 小时，拒收退款时效由 90 小时加快至 19 小时；

提升客户服务便捷性

唯品会 APP 在 2018 年度的 2 个客服入口的基础上，新增订单、售后等 11 个客服入口；

拓展购物解答

新增 712 家供应商客服，开通售前在线服务供应商总数达 1462 家，供应商客服承接客户咨询服务量达到 3533 万次。

保护隐私守卫用户权益

唯品会高度重视信息安全和用户的隐私保护，组建了由公司董事会和高层领导组成的信息安全委员会，通过严格的隐私保护政策、先进的技术手段和硬件设备以及对员工的信息安全培训和绩效考核，为用户打造了一个安心购物的平台。

在客户服务管理方面，唯品会客服中心严格按照《客服处理会员要求核实账号信息规范说明》处理涉及会员信息的日常服务。比如，禁止客服人员询问关于处理用户问题以外的用户信息。

在隐私保护政策方面，唯品会制定了适用于整体运营范围的隐私协议，严格遵守对用户信息保密以及对信息共享、转让、公开、披露、保护、管理的相关规定。比如，用户享有注销账户权利、用户的敏感信息在平台上及物流信息单脱敏等。唯品会还针对供应商推出了《唯品会开放平台商家/承运商信息安全基本要求》，对供应商行为进行了限制，保护用户隐私安全。

作为业内维护信息安全的先行者，唯品会还专门成立了安全应急响应中心作为对外交流窗口，一方面通过微信公众号向用户普及信息安全知识，培育大众的隐私保护意识，另一方面举办电商安全峰会，探讨电商信息安全建设的举措。2019 年，安

全应急响应中心分别在广州和成都举办两次安全技术交流会，与业界深度沟通网络安全领域存在的迫切需求、技术问题和产业发展问题，共擘网络安全未来创新发展美好前景。

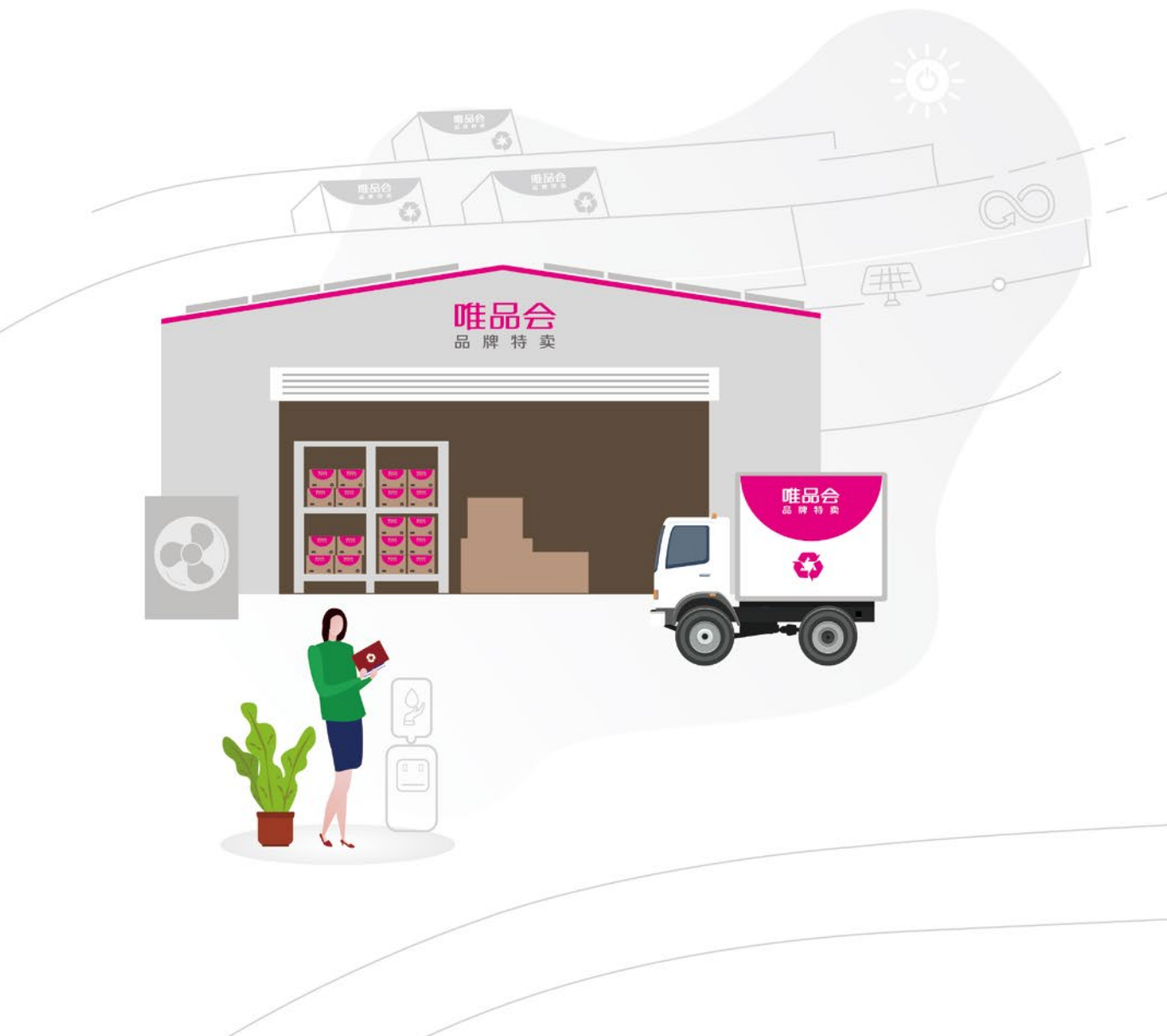


绿色发展， 守护绿水青山

在气候变化、自然资源短缺问题日益严重的当下，环境保护成为了每一家企业的应尽之责。作为一家坚持可持续发展理念的电商企业，唯品会坚持走绿色发展之道，并将其视作公司全面管理战略的组成部分。为此，唯品会建立了完善的绿色发展体系，制定了规范的环境管理制度，将环保措施与主营业务有机结合，逐步将绿色发展理念贯穿到办公、仓储、包装、运输等各个环节，不断降低能耗，推动清洁能源使用，用实际行动推动中国绿色电子商务的发展。

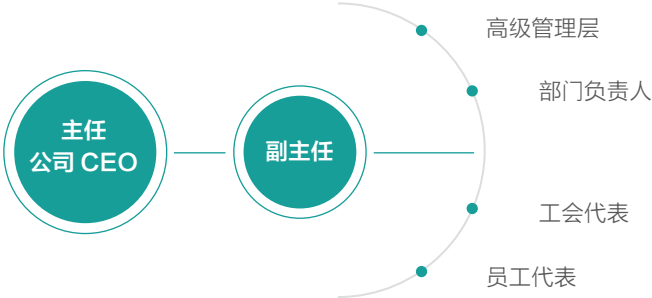
- 自然永续，绿色发展战略
- 步步唯绿，绿色物流之道
- 节能降耗，绿色运营模式

联合国可持续发展目标



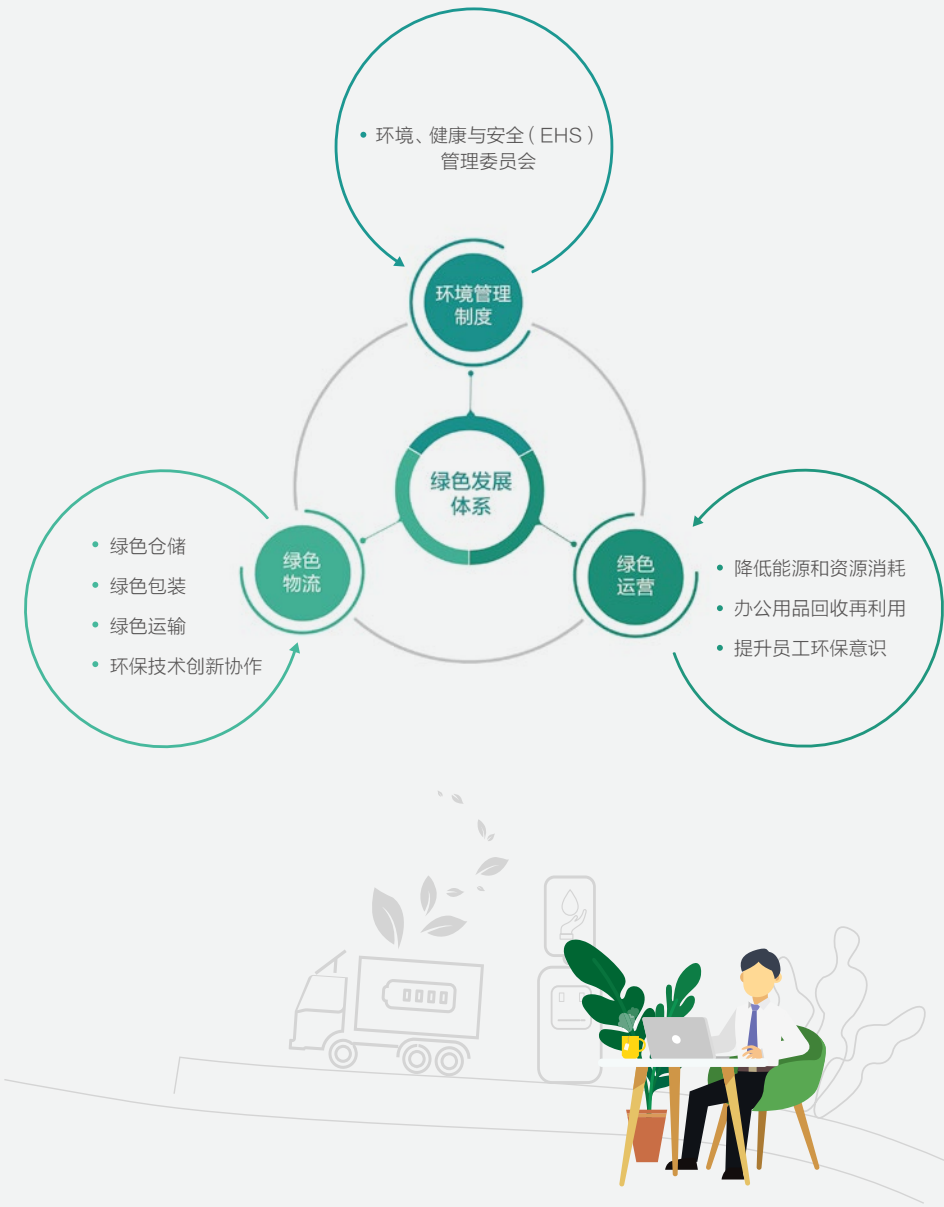
自然永续，绿色发展战略

唯品会根据国家法律法规和公司《环境健康安全方针》制定了公司的环境管理制度，并设立 EHS 管理委员会以确保制度的贯彻落实。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，以公司 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，评估公司的环境、健康和安全管理表现，并提出改进建议和方案。



唯品会 EHS 管理委员会组织架构

为使公司的环境管理制度更贴合公司运营的实际状况，也使公司的环境管理工作更顺畅地开展，唯品会还鼓励一线员工就如何在办公、物流等环节中减少对环境的影响提出优化建议和创新想法，以员工的实践经验推动环境管理过程和方法的持续优化。员工的建议若被采用，将获得奖励。



步步唯绿，绿色物流之道

根据国家邮政局监测，中国快递年业务量继 2018 年突破 500 亿件后，2019 年又突破了 600 亿件。物流是电商企业的重要运营环节之一，同时也是与环保联系最为紧密的环节。电商行业的快速发展在带来生活便利的同时，需要积极应对资源和能源消耗、温室气体排放和滥用一次性包装物等挑战，以减轻对地球环境产生的影响。2019 年，唯品会继续坚持绿色物流理念，响应《关于推动物流高质量发展促进形成强大国内市场的意见》，走“低污染、低消耗、低排放、高效能、高效率、高效益”的可持续发展之路，致力于打造从仓储、包装到运输的绿色物流全过程，确保每件商品都是经过一次“绿色旅程”送达消费者手中。





2019 年，
唯品会物流园区总计光伏发电量达到

30476210 千瓦时

相较使用外购电力减少碳排放

30385 吨

绿色仓储

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，库内照明、降温系统也广泛使用节能环保的措施和设备。我们还创新使用新能源，在物流园区的仓库屋顶建设光伏发电系统，充分利用更加清洁的太阳能作为电力的来源。



唯·责任

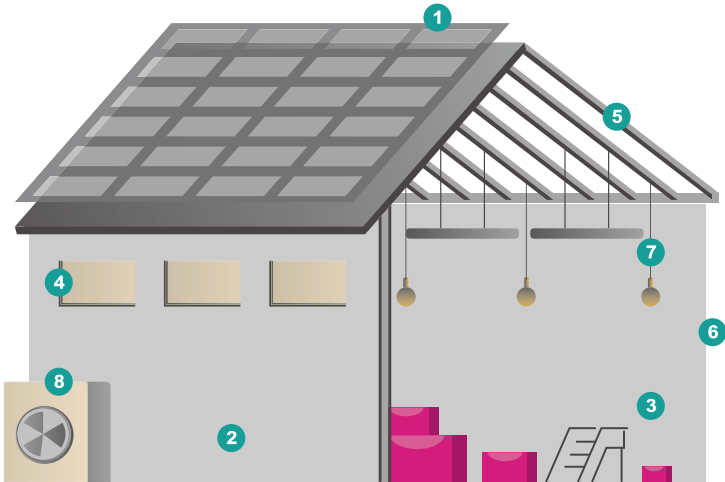
物流园区光伏电站

唯品会从 2016 年开始持续投入，在全国各仓储物流中心建设光伏电站，在能源消耗方面真正实现绿色仓储。截至 2019 年底，已有 2 个物流园区完成了光伏电站的建设并投入使用。

位于广东肇庆的唯品会华南物流园区是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 座仓库屋顶安装太阳能电池板，总面积约 23 万平方

米，光伏电站总容量约 22 兆瓦。项目一、二期工程已全部完工并投入使用，2019 年发电量为 18201600 千瓦时。

2017 年，唯品会在位于湖北鄂州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。2019 年，华中物流中心园区光伏电站正式投入使用，发电量为 12274610 千瓦时。



唯品会绿色仓储

- | | |
|-----------------------------------|--|
| 1 屋顶
建设光伏发电系统 | 5 钢构件
采用薄型水性防火涂料 |
| 2 外墙
采用加气砌块、彩钢板夹保温棉，采用防水墙面环保涂料 | 6 内墙
采用 ICT 环保墙面漆 |
| 3 屋面板
采用彩钢板夹保温棉，采用变频风机 | 7 库内照明
顶部使用采光带，中下层采用智能 LED 灯系统，楼梯间采用感应式灯管 |
| 4 外墙窗
采用中空玻璃 | 8 库内降温
推广使用环保空调，取代大功率风扇，并利用蒸发湿帘吸热方式降温 |



2019 年，
唯品会包装材料中可回收物料占比为

94.4%

纸质包装材料消耗量减少至

4478 吨

绿色包装

唯品会积极响应 2018 年新修订《快递封装用品》系列国家标准的要求，贯彻绿色包装的理念，加入“绿色快递包装联盟”，坚持减量化、绿色化、可循环的原则，推广使用低污染、低消耗、低排放的绿色环保封装用品。具体措施包括使用环保材质、优化使用效率、推行回收再用、废弃物管理四个方面。



唯品会绿色包装



使用环保材质

- 使用现代化环保纸制成的包装箱
- 使用可降解快递袋、可降解缓冲气袋



优化材料设计

- 优化包装箱结构，减少空间浪费
- 进行材质轻量化改造：纸箱结构由全翼结构优化为半翼结构，减少纸板（张）用量约 20%，降低塑料的总体用量约 10%
- 通过提升原纸品质推进原纸减重



推行回收再用

- 二次循环使用品牌商纸箱打包商品：取消采购多个型号纸箱；约 40% 的外包装箱使用回收的供应商来货商品的包装箱
- 采用可循环编织袋集包：用于中转集包的编织袋中，52% 的为可循环多次使用，其余 40% 为回收其他企业送货时使用的编织袋
- 使用回收和可降解填充物：大约占正常使用填充物用量 20%
- 推广使用绿色循环箱：在上海市首批试点投入的约 2 万个箱子，每个箱子平均每月使用超过 5 次



废物科学处置

- 持续记录并跟踪包装材料使用量
- 定期对包装材料使用数据进行回顾并做相应改进



2019 年，
唯品会拥有新能源电动物流车

656 辆

占公司物流运输车辆的

25%

相较传统车辆减少燃油消耗

78 万升

减少碳排放

2065 吨

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进行持续优化。我们利用自主研发的车辆智能调度系统规划运输车辆最优路径，减少运输里程和尾气排放。此外，在强化与品牌商的合作和完善抽查机制的基础上，我们逐步推进 JITX 项目，实现供应商产品直发，进一步提高配送效率。另一方面，唯品会不断加大对环保运输及配送车辆的投入。我们不断新增国标柴油物流车，淘汰非国标柴油物流车，并从 2016 年开始逐渐推广使用新能源电动物流车。新能源电动物流车相较传统燃油车可以节省 20% 至 30% 的使用成本，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。



2019 年，唯品会在全国各分拨中心及运营站点共新增 176 辆新能源电动物流车，使总数量达到 656 辆，占公司物流运输车辆的 25%。年内，新能源电动物流车相较传统车辆减少燃油消耗 78 万升，减少碳排放 2065 吨。



节能降耗，绿色运营模式

唯品会注重减少自身经营活动对环境的影响，在办公区域全面推行无纸化、低能耗、少浪费、可循环的绿色办公理念，通过一系列绿色办公措施打造环保的办公场所，并鼓励员工在工作、生活中践行低碳节约并积极参与环保活动。唯品会的绿色办公措施主要针对办公室和食堂，分为降低能源和资源消耗、办公用品回收再利用、提升员工环保意识三个方面。



唯品会建立了全面的能源使用监测系统和水电气记录分析，持续监测、评估和提升公司的节能减排表现。我们设定了多种环境绩效指标，通过将各指标与过往数据进行对比分析，了解办公区域节能减排的不足之处并加以改进。

为培育员工的节能意识和习惯，唯品会在办公区域实行严格的节电考核措施，要求员工在离开办公区域后关闭灯和电脑等设备，并对未能完成考核目标的部门进行经济惩罚。



唯 · 责任 |

投身环保公益

唯品会在坚持绿色运营的同时，还积极参与环保公益活动，既为绿色生态发展做出贡献，也在员工中倡导了绿色生态理念。唯品会是中国绿化基金会发起的“绿色公益联盟”

首批认证成员单位之一，并从 2017 年开始参与和支持“绿色公民行动”，持续投入到荒漠化治理、自然生态保育的工作中。此外，唯品会还每年组织员工参与植树、海洋保护等环保志愿活动。



成就成功， 共赢美好未来

每一位员工都是唯品会可持续发展的中坚力量，是唯品会传递品质服务、成就品质生活的重要端口。唯品会相信，成就员工职业成功本身就是实现公司健康发展的有效途径。因此，唯品会致力于通过赋能员工发展、保障员工权益、提升员工福利等方式，营造包容共进的工作氛围和职场环境，组建团结协作、富有活力的员工队伍，与员工共同成长。

- 🌱 持续发展，赋能职业未来
- 🌱 平等多元，打造职业团队
- 🌱 暖心关爱，活力职场氛围

🌍 可持续发展目标



持续发展，赋能职业未来

唯品会相信，高素质的人才队伍，有助于确保公司的长远发展。一支 40 岁及以下员工占比达到 94.6% 的员工队伍，既为唯品会的可持续发展注入了更新鲜的活力，也对公司促进员工长期发展的能力提出了更高的要求。因此，公司致力于通过多样的培训方式和通畅的职业发展通道，为员工营造学习型工作环境，赋能员工长期职业发展。

丰富培训项目

唯品会致力于为员工提供丰富的学习机会和多元化的技能提升模式，帮助员工提升职业技能和管理水平，赋能员工长期发展。为满足不同业务部门和不同发展阶段的员工在职业培训方面的不同需求，唯品会设

置了多种培训项目。2019 年，公司继续大力拓展 V-Learning 线上学习平台，员工培训总时长达到 419691 小时（不含物流、客服、线下门店员工）。



- 3 不同层级员工
唯品之道 - 经理训练营
唯品元能力
- 4 不同部门员工
业务培训

- 2 新员工
新生代训练营
- 1 所有员工
幸福夜校
元气职场
V-Learning





幸福夜校

打造员工业余学习成长的优质平台，以提升员工的通用技能。开通了线上和线下渠道，课程内容涉及行业与业务知识。



唯品之道 – 经理训练营

根据公司对管理者的要求，通过集训，引导管理者清晰自我认知，共识管理语言，提升基础管理能力，胜任管理岗位。2019 年共开展 8 期，参训人员超过 200 人。



元气职场

每月定期上线视频微课让员工自助学习，课程内容涉及员工生活、办公技能、员工工作场景等，营造浓厚学习氛围和增加员工的学习资源。



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，帮助新员工了解公司的文化价值观以及政策制度，从而更快地融入公司。



唯品元能力

包含技能线和文化线，帮助有一定资历的员工掌握其职级所要求的关键通用技能，加深对公司核心价值观的理解，并应用到实际工作中。



业务培训

各业务部门有针对性地开展各类业务培训项目，帮助员工提升业务技能、赋能业务发展。如商务中心的零售高手项目、买手训练营项目，运营中心的运营大讲堂，产品技术中心的自运营平台分享项目等。



V-Learning

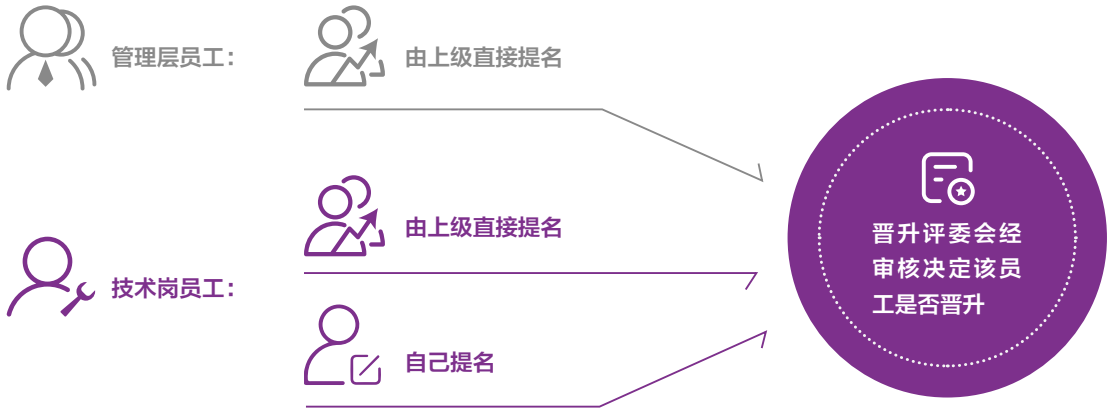
涵盖各专业超过 1000 门线上课程，帮助员工学习与分享最新鲜的经验与技巧，平均每月超过 3 万人次参与。



除了公司自身开展的培训项目外，唯品会还为员工提供学历补助，鼓励员工积极进修。符合条件的员工可申请学历补助并报销一定比例的金额，补助的类型涵盖硕士、博士、MBA、EMBA、职业资格认证等。

拓宽发展通道

唯品会打造了管理岗、专业岗双轨制职业发展通道，为不同职业发展方向的员工提供广阔的晋升空间。同时，唯品会非常重视员工晋升与评估的合理性、公平性与专业性，针对不同性质的岗位成立了专门的晋升评委会（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），对员工晋升进行评审。



科学的绩效评估是提升员工职业表现，促进公司与员工双向沟通的有效途径。公司综合考虑员工绩效和重点岗位情况，通过年初的绩效目标设定、年中的绩效沟通和辅导、年末的绩效考核评估，对员工进行综合性绩效考核评估并给予建议。在绩效考核评估的基础上，公司为贡献突出的非高管员工提供限制性股票激励计划，激励员工为公司创造长期价值并追求公司的持续发展，将员工个人与公司结成紧密、长期的利益共同体。2019 年，限制性股票激励计划覆盖率约为全体员工的 12%，发生的期权费用总额达到 1.45 亿美元。

平等多元，打造职业团队

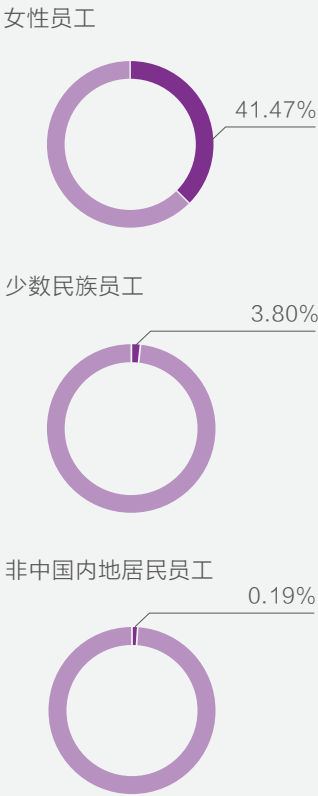
唯品会始终坚持以人为本的理念，通过践行合规雇佣、保障员工权益、顺畅员工沟通等方式，持续推进人力资本发展、稳固人才队伍建设，截至 2019 年底，共有员工 20442 人。

保障员工权益

唯品会相信平等多元的职场环境能为公司的员工队伍带来认同感和创造力，推行平等的招聘及用工制度，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、性别取向及生活方式等方面的因素受到区别待遇或歧视。截至 2019 年底，公司女性员工占比为 41.47%，少数民族员工占比为 3.80%，非中国内地居民员工占比为 0.19%。

唯品会严格遵守相关法律法规，在员工招聘、录用、工作、离职的过程中，保障程序规范、公开、透明，禁止雇佣童工、强迫劳动的非法用工行为，杜绝侵犯员工合法权益、引发劳资纠纷的不合规行为。

2019 年各类别员工人数比例



顺畅员工沟通

唯品会致力于维护员工参与公司运营事务及表达意见的权利，通过与员工的顺畅沟通来提升人力资源管理水平、增强员工队伍的稳定性和凝聚力。公司积极建设与完善员

工沟通机制，通过唯品会企业文化公众号、员工满意度调查等不同渠道了解员工诉求和建议，分析公司当前管理状况的优点与不足、运营过程中可能出现的机遇与风险，同时也使公司的内部管理更加透明。

唯品会企业文化公众号

员工沟通会议

员工满意度调查

主题沟通会议

员工沟通渠道



暖心关爱，活力职场氛围

唯品会始终秉持“让员工幸福，让员工的家庭幸福”的理念，严格按照国家法律规定和标准为员工提供福利保障，关注员工职业健康，丰富员工业余生活，增强员工的幸福感、认同感和归属感，吸引人才的

流入与留任。2019 年，公司持续深化“有福、有爱、有成长”的综合福利体系，通过有温度的创新运营方式，为员工营造温暖、宽容、互助的工作和生活氛围。



有福

- 社保公积金
- 法定年假
- 全薪病假
- 免费一日三餐
- 穿梭巴士
- 年度体检
- 商业保险
- 健康 V 站 + 理疗服务 + 睡眠仓
- 健身房、健康课程
- 广州、上海地区的落户支持
- 休闲咖啡厅 / 音乐果汁吧

有爱

- 安居免息借款
- 唯爱基金
- 年节假日定制礼品
- 福利年假、家长会假、公益假
- 员工活动协会
- 部门生日会

有成长

- 个人培训成长计划
- 学历补助申请（内部 + 外部）
- V-Learning 24 小时学习平台
- 唯品夜校
- 司龄礼物
- 公司大学讲师制度
- 各类成长社团
- 图书馆
- 团队建设

关注职业健康

唯品会 EHS 管理委员会负责公司员工的职业健康和生产安全维护事项，降低职业健康风险，防止人身伤害与健康损害。



OHS 管理



措施	效果
每年组织员工到指定体检机构 / 医院体检	了解员工身体健康状态
提供急救、腰椎保健、癌症预防、科学养生类讲座，结合时令在微信和内刊推送养生资讯	增强员工健康意识，提升员工保障健康的技能
设置健身房、舞蹈室、瑜伽区、篮球场等运动场所，组织各类运动社团，不定期组织长跑、徒步等活动	提供业余锻炼机会，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、中医保健服务，定期对办公区进行清洁消毒	配备基本应急医疗资源，保障员工工作时的安全健康
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	了解员工心理健康状态，保障员工心理健康
定期组织消防演练	提升员工应急意识和技能

开展关爱帮扶

唯品会持续向员工提供必要的关怀。公司设立了唯爱基金，取之于员工，用之于员工，坚持救急、救难原则，汇聚每一位员工的爱心，温暖有需要的员工及其家人。公司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。



唯 · 责任

关怀礼金

在春节、端午、中秋等传统节日时，公司提供精心挑选和设计的礼品；员工新婚、生育时，公司提供贺礼；员工亲属去世时，公司提供奠仪金；员工住院期间，公司提供住院慰问金，以慰问住院员工。



孕期及哺乳期员工

提供哺乳假，在办公区域设置母婴室，食堂为孕期员工提供优先取餐服务并设置专区。

困难员工

2019 年，唯爱基金共计帮扶困难员工及家属 234 人次，援助支出约 179 万元。

残障员工

公司建设、装修时加入无障碍设计理念，洗手间配备无障碍如厕设施。

丰富业余活动

唯品会重视员工的业余生活情况。公司工会组织成立各类文体社团、开展丰富社团活动，在促进员工生活和工作平衡的同时，也促进员工及其家庭之间的交流。截至 2019 年底，共有超过 3000 名员工加入了各类文体社团。2019 年，公司工会以体育运动为导向，投入资金超过 25 万元，支持 17 个社团的超过 200 次活动，吸引超过 4000 人次的员工参加。



唯爱暖心， 齐创和谐未来

在互联网日益深入日常生活、公益事业线上与线下相结合的程度日益加深的当下，唯品会聚焦青少年教育、女性赋能、精准扶贫及特殊群体关爱等社会议题，积极创新构思各类公益项目，为不同人群提供精准有效帮扶，为社会的可持续发展带来正能量。围绕着“传承品质生活，提升幸福体验”的使命，唯品会积极寻找自身特色与社区公益之间的连接点和最能发挥唯品会电商企业优势的公益活动开展方式，以可持续发展为核心，以平等赋能为支点，以跨界互联为创新引擎，汇聚大众爱心能量，形成了独特的电商公益模式。

- 关于唯品会公益
- 精准扶贫，唤醒乡村活力
- 女性赋能，绽放多元魅力
- 人人公益，推动社会参与

可持续发展目标



关于唯品会公益

唯品会携手利益相关方共同打造独特的电商公益模式，力求实现从捐资方到公益平台构建方、创新引领方、可持续赋能方的拓展，充分发挥公司在平台资源、在线服务、链接 3.4 亿会员以及品牌号召力等方面的优势，打造可持续发展的互联网公益生态。

唯品会公益绩效



累计投入公益资金
超过 **2** 亿元



2019 年公益支出
超过 **3200** 万元

精准扶贫

唯品会公益助学计划累计帮扶超过 **39700** 名贫困学子；“唯爱助农”与“唯爱工坊”深入对接全国 **76** 个贫困县。

女性赋能

累计投入超过 **4600** 万元，帮扶超过 **75000** 人次。

人人公益

唯品会 APP “我的公益”平台累计吸引超过 **6000** 万人次参与里程爱心捐赠。

截至 2019 年底



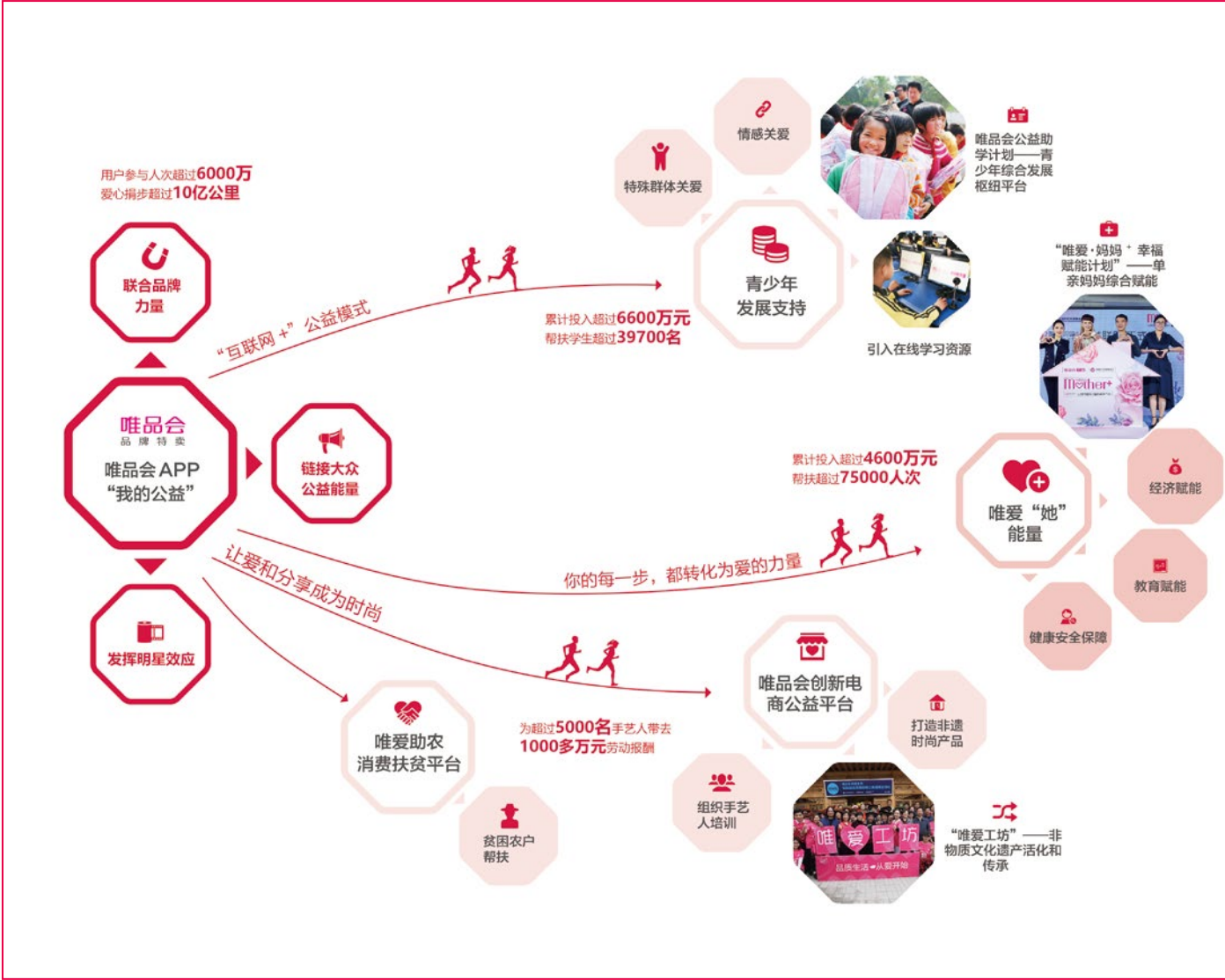
唯品会公益布局

唯品会平台公益

唯品会持续关注精准扶贫、女性赋能、青少年发展等社会热点议题，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”以及“唯爱助农”等“唯爱”系列公益项目；同时搭建和开发了唯品会 APP “我的公益” 平台作为纽带，提供便捷、多元化的公益参与方式，扩展公众参与公益的可能性。

唯品会员工公益

唯品会推出“公益 1+1” 机制，倡导每一位“唯品人”都拥有公益之心，积极参加公益活动。“公益 1+1” 指公司每年为每一位员工提供一天 8 小时带薪公益假期，鼓励员工自觉做公益。2019 年，唯品会员工志愿服务时长为 44369.5 小时。为了进一步推动员工参与志愿服务，唯品会将“善良有爱、热心公益”加入了 2020 年 6 月更新的企业价值观的阐述中。





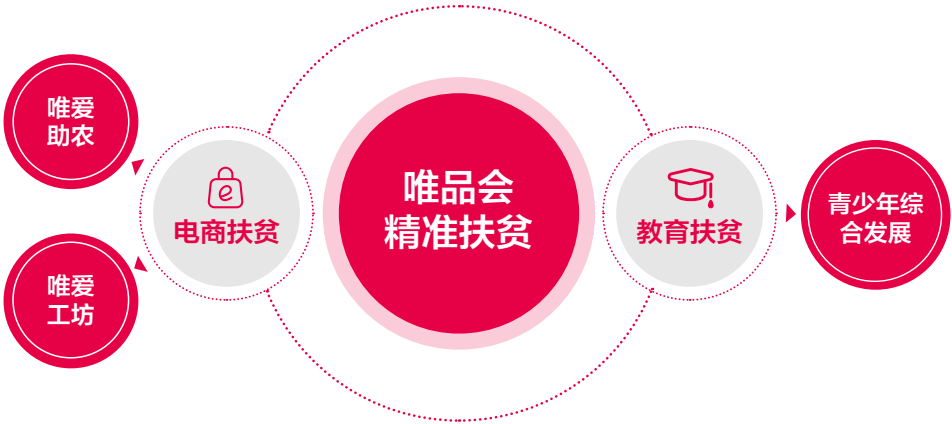
- 截至 2019 年底，
唯品会公益助学计划累计投入超过 **6600** 万元
覆盖 **27** 个省（自治区、直辖市）
- “唯爱工坊”在全国 6 个省（自治区）捐建 **11** 家“唯爱·妈妈制造非遗手工艺合作社”
精准对接 **18** 个国家级贫困县
联合 20 多个品牌和众多设计师，
为蜡染、苗绣等 **35** 种非遗技艺打造 250 多款时尚产品
- “唯爱工坊”累计为超过 **5000** 位贫困手艺人带去超过 **1000** 万元劳动报酬

精准扶贫，唤醒乡村活力

2019 年是打赢脱贫攻坚战、全面建成小康社会的关键之年。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。唯品会认为，精准扶贫的核心目标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主脱贫的目标。从这一理念出发，唯品会探索出了以可持续赋能为核心，电商扶贫与教育扶贫双管齐下，实现品质消费与精准扶贫兼得的创新电商扶贫目标。

在教育扶贫方面，唯品会以教育赋能为导向，推出唯品会公益助学计划。一方面，通过资助硬件建设的方式，为贫困地区学子接受学校教育提供保障；另一方面，通过对贫困学子的经济资助，精准地实现教育扶贫。在电商扶贫方面，唯品会发挥时尚电商属性，打造具有唯品会特色、具有可持续发展潜力的精准扶贫项目，通过“消费即公益”的双赢公益实践，让更多公众参与到扶贫攻坚中来。最终，唯品会电商扶贫形成了品质农产与非遗传活两个

特色板块，在为受助对象带去经济收入的同时，激发扶贫内生动力，为贫困群众搭建可持续发展的舞台。





公益助学助力教育扶贫

扶贫先扶智，教育扶贫是彻底切断贫困代际传递的重要推手。唯品会从 2011 年起不断投入公益助学领域，一方面，通过支援硬件的方式，为贫困地区学子接受学校教育提供保障；另一方面，通过对贫困学子的直接经济资助，更精准地实现教育扶贫。

作为唯品会启动最早、投入最大的板块，唯品会公益助学项目历经不断探索和升级迭代，形成了可持续、高效、全面的综合性助学模式。2019 年，唯品会继续支持青少年综合发展，通过“助公平”“提质量”“促发展”三个步骤，为贫困学子构建课内教育、素质提升和未来发展三位一体的综合赋能体系，提供基础教育资金及物资支持、配套优质的素质教育服务。此外，唯品会公益助学项目还加强了对“三州三区”的帮扶力度，共有 200 多位扶贫第一书记和 300 多位贫困地区中小学教师参与到助学提名中。



“唯爱助农”链接品质农产

“唯爱助农”是唯品会与中国消费者报联合发起的农产品消费精准扶贫项目，通过各地扶贫办、省商务厅、省消委会等推荐当地特色农产品，由专家评审团甄选出有品质保障的农产品进驻唯品会。“唯爱助农”帮助搭建农产品销售平台，打通前端生产与终端销售，缩短贫困地区农产与消费者的距离，通过甄选与品控等流程的支持孵化品质农产，促进农产品销售。“唯爱助农”的推出，为贫困人口高效地带来收入，通过促进贫困地区产业可持续发展助力精准扶贫。

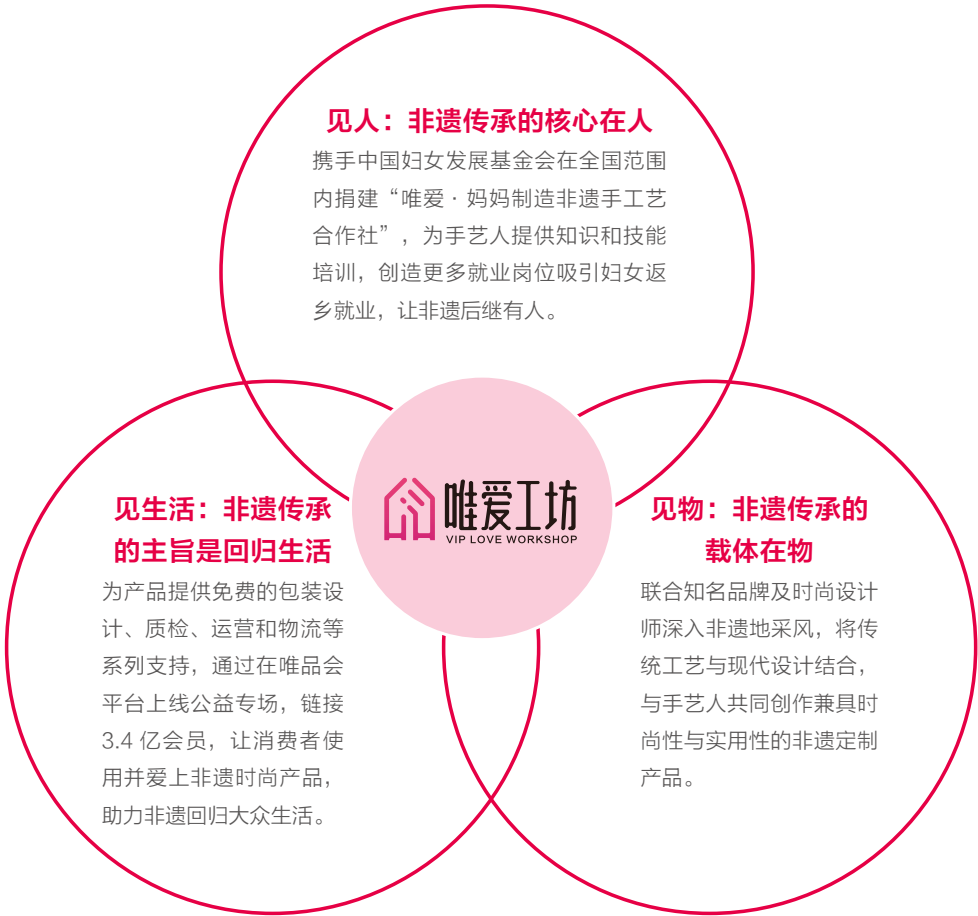
2019 年，唯品会先后在四川、广东、贵州、青海、重庆、湖北上线了 6 个“唯爱助农”产品消费扶贫馆。以“唯爱助农·贵州馆”为例，自 2019 年 5 月上线以来，深入毕节市织金县、黔南州长顺县等少数民族聚居的贫困县，挖掘当地特色农产品，带动建档立卡贫困户 1083 户，举办农产品展销 38 次。



“唯爱工坊” 打造非遗经济

“唯爱工坊”是唯品会全力打造的专注于非遗活化和传承的电商公益平台，通过行业联合指导、非遗人才培养、非遗时尚产品打造、电商公益售卖等举措，推动非遗现代生活化、时尚商品化和发展可持续化，并实现对手艺人的帮扶。

凭借唯品会深厚的电商运营经验、市场营销网络以及丰富的时尚资源，“唯爱工坊”通过扎实的在地考察，推动多地发展非遗特色时尚产业，并引进各知名品牌设计师力量，培育上下游企业，形成了“电商平台 + 知名品牌 + 时尚设计师 + 当地企业”的全产业链帮扶模式，具体通过“见人见物见生活”三部曲实现落地。



“唯爱工坊”走产业扶贫之路，将目标聚焦在“非遗传承活化”和“非遗精准扶贫”两个层面，以“电商+非遗+扶贫”为核心，以“产学研售秀”全链条来实现非遗的保护与传承。从这一理念出发，在文化和旅游部的指导之下，唯品会于2019年积极参与国

家传统工艺工作站的建设，在让深度贫困地区的困难群众实现就业增收、脱贫奔康的同时，推动非遗产业发展，助力乡村振兴。此外，唯品会还联合艾瑞咨询发布了《2019年非遗新经济消费报告》，揭示了非遗经济在当下的活力和未来发展潜力。



唯·公益

唯品会驻四川凉山传统工艺工作站

为振兴传统工艺，促进非遗走向生活、融入民众，文化和旅游部从2016年起支持企业、高校和机构在全国传统工艺聚集地设立传统工艺工作站。2019年2月28日，唯品会驻四川凉山传统工艺工作站正式成立，同时，唯品会携手中国妇女发展基金会、北京服装学院以及飞亚达等时尚品牌正式发起非遗扶贫设计联盟，助力凉山传统工艺的创造性转化和创新发展。

2019年6月，“唯爱工坊”推出“非遗新生·夏上新”专场，上线工作站开发的首批彝族非遗产品，通过“非遗+时尚+电商+扶贫”模式，以持续、切实的行动帮助贫困群众增收。2019年，工作站开展了12场巡讲、培训、展览活动，完成20款彝绣非遗时尚产品的开发和上线，带动300名彝绣绣娘就业增收。



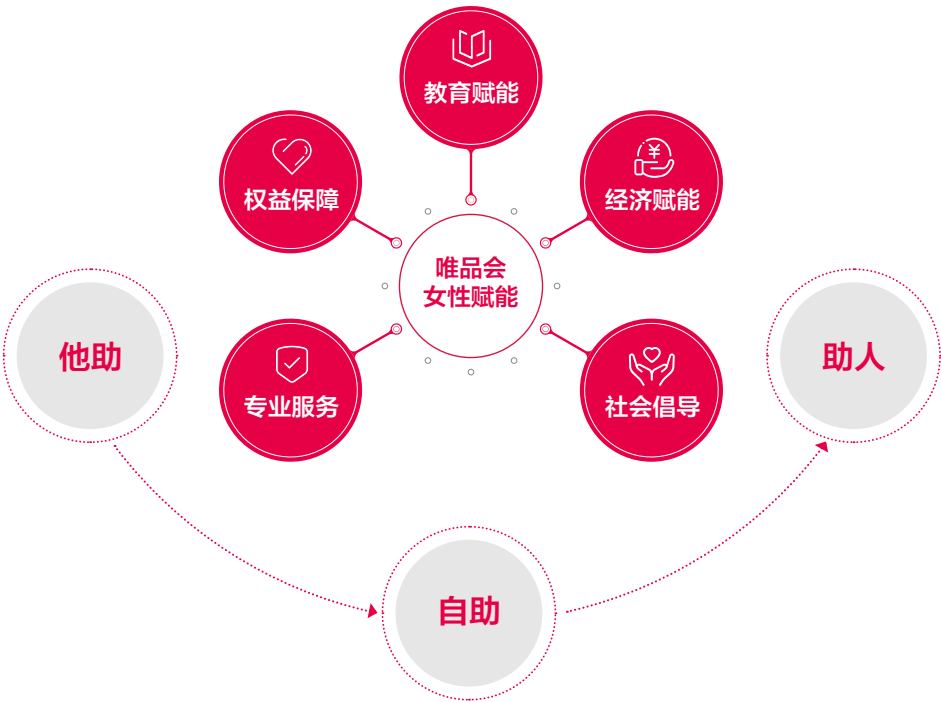


- 2019 年，“唯爱·妈妈+幸福赋能计划”资助 16 个生态圈服务项目及广州市妇联“玫瑰公益”5 个相关项目，共计捐赠 280 万元。
- 联合中国婚姻家庭研究会发布《十城市单亲妈妈生活状况及需求调研报告》。
- 推出中国首条专为单亲妈妈提供法律与心理咨询服务的免费热线——“唯爱妈妈热线”。

女性赋能，绽放多元魅力

性别平等是社会进步的重要标志和构建和谐社区的基础之一。新中国成立 70 年来，女性地位不断提高，6.78 亿中国女性也成为了推动中国经济、文化与社会进步的强大动力。因此，唯品会以赋能女性、促进女性公平发展为出发点，不断投入并通过女性公益生态汇聚多方资源，从专业服务、经济赋能、教育赋能、社会倡导、权益保

障五个板块入手，面向单亲妈妈、乡村女性、困境妇女等女性群体开展了一系列公益项目，帮助她们实现从他助到自助再到助人的蜕变，绽放自己独特的魅力。



单亲妈妈综合赋能

唯品会打造了国内第一个专门针对单亲妈妈的综合赋能公益项目——“唯爱·妈妈+幸福赋能计划”，在广东省唯品会慈善基金会成立单亲妈妈公益专项基金——“唯爱·妈妈+专项基金”，着力回应单亲妈妈的职业发展、个人健康、子女教育与权益保障等方面的需求。项目携手中国妇女发展基金会共同发起了“唯爱·妈妈+公益生态圈”，汇聚更多资源打造线上服务平台+线下深入赋能支持相结合的模式。



线上信息平台



线下项目运营



唯品会联合中国婚姻家庭研究会在 2019 年发布的《十城市单亲妈妈生活状况及需求调研报告》显示，法律援助（46.4%）和心理咨询与辅导（43.7%）都位列单亲妈妈最为迫切的十项社会服务需求中。从这一需求出发，“唯爱·妈妈+幸福赋能计划”于 2019 年 5 月 12 日母亲节推出了“唯爱妈妈热线”400-038-8888，切实满足全国各地单亲妈妈最为迫切的法律、心理服务需求。

2019 年，唯品会还携手中国妇女发展基金会，为我国深度贫困地区单亲贫困母亲及家庭提供“一对一”救助金帮扶，用于单亲贫困母亲及家庭的疾病救助补贴、子女教育等生活救助补贴。



唯·公益

唯爱妈妈热线

中国首条专注为单亲妈妈提供法律与心理咨询服务的免费热线——“唯爱妈妈热线”400-038-8888，由经验丰富的法律与心理专家坐镇，全年无休，帮助单亲妈妈重拾积极面对人生的自信和能力。截至 2020 年 5 月，热线共为超过 4700 人次提供了专业咨询服务，共受理了 63 名单亲妈妈的法律援助案件申请。



乡村女性支持

贫困地区的乡村妇女是唯品会女性公益的重要帮扶对象之一。这一群体往往受教育程度偏低，难以保障稳定的经济收入，却又需要承担着丈夫进城务工后在家照顾子女、老人的繁重工作，影响自身可持续发展。为改善这一状况，唯品会积极开展乡村女性赋能项目，一方面，通过“唯爱工坊”等项目助力乡村妇女获取稳定收入、实现自我价值，提升她们在社区发展中的话语权并进而推动乡村发展的良性循环；另一方面，在唯品会公益助学计划实施过程中重点关注乡村女童受教育权益，阻断贫困地区女性教育水平落后的根源。

帮助乡村妇女获得有针对性的能力提升和可持续的经济收入是赋能这一群体的最直接方式。唯品会“唯爱工坊”电商公益平台就是利用乡村妇女在非遗传技艺方面的一技之长，为她们提供授人以渔式赋能。“唯爱工坊”不仅仅提升了乡村妇女的综合能力和生活水平，同时也有助于改善留守儿童和空巢老人等社会问题，为乡村振兴提供支持。

困境妇女支持

唯品会自 2018 年起与广州市妇联合作开展广州市玫瑰公益创投活动——唯爱“她”赋能，探索和构建具有广州特色的妇女家庭专业服务体系。截至 2019 年底，累计投入资金 130 万元，直接服务 6192 人次，间接服务 124.7 万人次，提升了广州妇女群众及其家庭解决自身问题的能力，改善了她们的生活质量。



人人公益，推动社会参与

“我的公益”，链接大众

唯品会 APP “我的公益” 平台是链接唯品会公益与大众的重要载体，让大众可以通过爱心里程捐赠、公益产品购买等多种多样的形式参与到多元化的社会议题中，创造一个共融和谐的社会。2019 年，唯

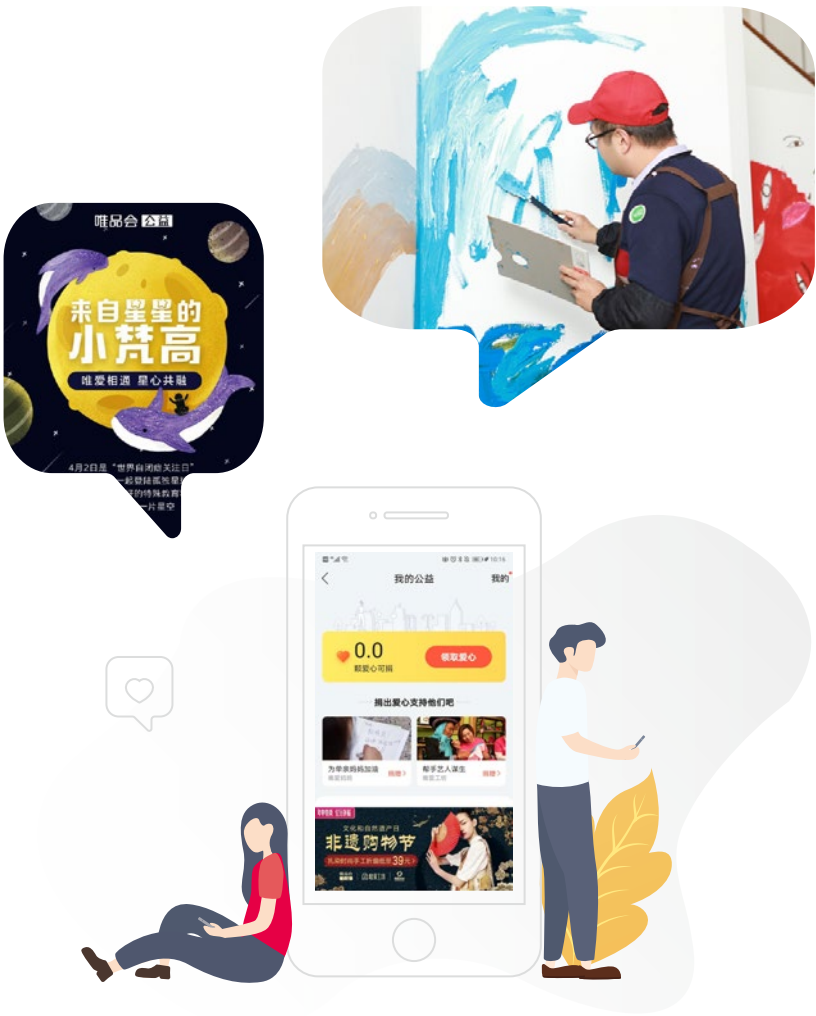
品会持续通过“我的公益”平台联合品牌及社会多方力量上线各类公益项目，成为了链接唯品会、品牌以及社会多方力量推动统一创新协作的端口。

唯 · 公益

来自星星的小梵高

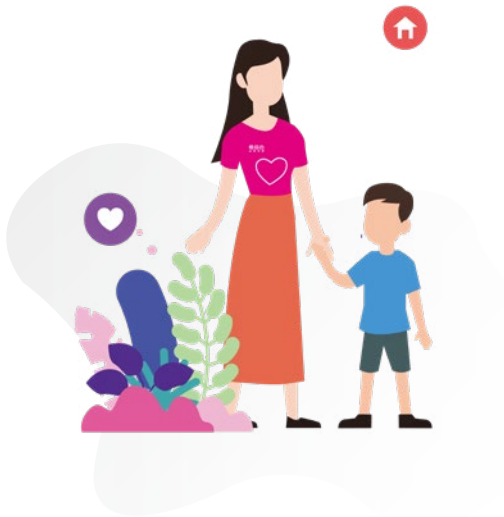
唯品会长期携手公益伙伴，通过经济赋能、艺术疗愈、公益助学、志愿者爱心陪伴等方式为自闭症儿童等特殊儿童群体带去关怀。2019 年 4 月 2 日世界自闭症关注日，社会公众可以在“来自星星的小梵高”公益专场获得由自闭症儿童画作衍生而成的“来自星星的小梵高”有声笔记本及创意文具。笔记本讲述了“星星孩子”群体在

社会融入时常遇的挑战以及他们在外界支持下发生的点滴改变。唯品会希望借此让公众了解自闭症群体的困境，加深对孩子的包容和接纳，让孩子们可以走进社会。此外，唯品会还携手微光特殊孩子艺术康复中心、WABC 无障碍艺途等多家专业机构，资助了多个支持自闭症群体艺术疗愈的公益项目。



员工公益，奉献爱心

唯品会通过“公益 1+1”制度、唯爱书信陪伴计划、部门特色公益项目等方式鼓励和支持全体员工以志愿者形式积极参加各类公益实践。2019 年，唯品会员工公益聚焦贫困儿童发展主题，各部门积极参与各项公司统筹项目和单独开发项目，包括唯爱特色班、唯爱社区行、唯爱星儿关爱、唯爱患儿关爱、小候鸟夏令营系列活动等。

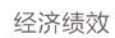


花城有爱，携手同行

2019 年 5 月 30 日至 6 月 2 日，“唯爱交流营”青少年交流活动在广州举行。来自贵州毕节地区的 100 名贫困学子来到花城广州，在特色的景观游览、奇妙的马戏世界、前沿的科技体验等丰富多样的活动中开阔视野和眼界，提升对不同地域文化的感悟力，收获知识与快乐。



可持续发展 绩效报告



经济绩效

公司管治

该议题对唯品会的重要性

随着公司规模扩大和内部结构的复杂化，明朗健全的公司治理体系有利于为股东、管理层、员工以及其他利益相关者提供相应的保障，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、决策把关和风险防控作用，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 2019 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。

唯品会通过和首席执行官（CEO）可变薪酬相关的既定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。

风险管理

以《唯品会风险管理制度》为基础，公司建立并实施了有效的风险管理措施，预见并识别风险，避免公司在运营过程中出现危机。公司确立了风险层级评估、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指导；在内部积极组织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；建立了法人防

火墙，避免业务风险在内部叠加放大、影响全局，还对高风险企业更换法定代表人，由具体业务负责人担任，降低和隔离风险。

内部管控

公司遵循《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。公司通过设置章程、股东会及董事会席位等公司权力机构及关键人员，保持对子公司和关联公司的控制权，还通过 OA（办公自动化）流程控制公司出具的文件、证明或签署的协议等法律文书。

合规管理

唯品会通过制定各种公司规章制度，确保公司的经营活动遵守各项法律法规。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《唯品会风险管理制度》《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。

2019 年工作亮点

2019 年，唯品会未发生因违反社会和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，未发生员工擅自对外用印给公司造成重大损失的事件。

经济价值

该议题对唯品会的重要性

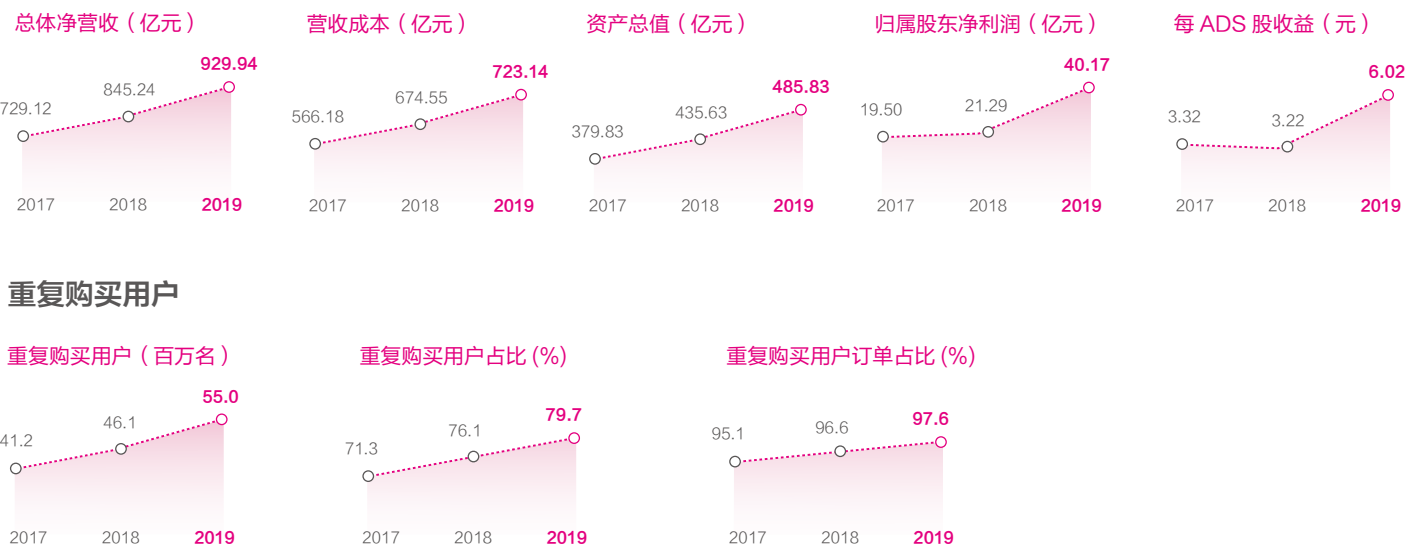
持续为社会创造经济价值，积极依法纳税，是唯品会作为一家上市企业最基本的社会责任，也是公司为利益相关方创造长期价值的基本表现形式。

唯品会的管理方法

- 唯品会严格遵循中国及运营地、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，制定相关管理办法，以强化公司税务风险防范意识。
- 唯品会及时准确地向股东披露企业信息，每季度及时披露季报，每年度及时披露年报，唯品会财报可以在 SEC 网站、公司 IR 网站下载。
- 唯品会密切关注行业发展与建设，加入了国内多个行业协会，涉及电子商务、企业创新发展、互联网、企业诚信建设、

网络 / 信息安全、个人信息保护等领域。比如，唯品会加入了国家级、省级和市级的电子商务行业委员会 / 协会，积极参与行业研讨与交流、支持行业活动。

经济价值



2019 年工作亮点

- 截至 2019 年 12 月 31 日，唯品会已连续 29 个季度盈利。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 2019 Annual Report (《唯品会 2019 年度报告》)。
- 2019 年，唯品会以 38.1% 的市场份额成为中国在线特卖市场第一名。
- 2019 年，唯品会连续三年上榜 BrandZ “最具价值中国品牌 100 强”。
- 2019 年，唯品会注册会员超过 3.4 亿，重复购买用户占比达到 79.7%。
- 2019 年，唯品会向行业协会的捐赠额为 162000 元。

合规竞争和知识产权保护

该议题对唯品会的重要性

遵循法定营销规例、加强对产品知识产权的保护，维护一个公平、开放、有序的市场竞争环境，不仅是唯品会对法规的遵守、对各利益相关方的尊重，也有利于唯品会及电商行业的长期可持续发展。于 2019 年 1 月 1 日起正式施行的《中华人民共和国电子商务法》和《关于完善跨境电子商务零售进口监管有关工作的通知》对公司的合规经营、跨境电商行为中涉及的知识产权保护问题提出了更严格的要求。

唯品会的管理方法

唯品会在进行相关市场营销活动（如广告、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。

- 唯品会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。

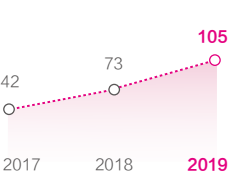
2019 年工作亮点

- 2019 年，唯品会未发生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。
- 截至 2019 年底，唯品会商标权总量达到 1903 项，较 2018 年增长 35.8%；著作权总量达到 169 项，较 2018 年增长 13.4%。
- 2019 年，唯品会配合税务部门进行知识产权相关的税务筹划，为公司取得税收优惠共计 2.4 亿元。

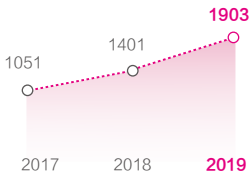
知识产权 *

* 由于计算方式的变化，往年的各项知识产权数量有变化

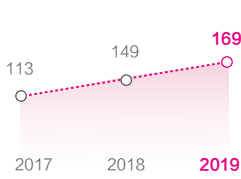
专利权（项）



商标权（项）



著作权（项）



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，不利于公司发展品牌声誉和商业伙伴关系，也会阻碍公司的人力资源管理，进而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

- 唯品会制定并遵循《唯品会管理红线》《唯品会雇员诚信清廉条例》《唯品会礼品与馈赠制度》《唯品会商业行为准则与道德规范》《唯品会反商业贿赂协议》《唯品会反商业贿赂协议（员工版）》等一系列反腐败政策。
- 唯品会面向全体员工实施《唯品会管理红线》，共包含 7 条内容，任何职级的员工一旦触及红线，将被立即解除劳动合同并严格追究相关责任。

“索取或收受不正当利益”“利用职务之便或公司资源为自己或特定关系人员谋利”都在红线之列。

- 唯品会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（ci@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，资产保护部举报邮箱由资产保护调查组负责。
- 唯品会持续对员工进行反腐败培训，向员工强调公司严格杜绝受贿等非诚信和道德行为的发生。



2019 年工作亮点

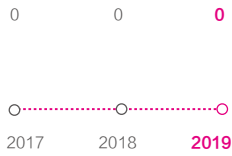
- 2019 年，唯品会的反腐败培训连续 3 年覆盖 100% 的员工。
- 2019 年，唯品会内部未发生经证实的腐败事件。

反腐败

反腐败培训覆盖员工比例 (%)



经证实内部腐败事件 (宗)



环境绩效

能源消耗与温室气体排放

该议题对唯品会的重要性

全球气候变暖正在使我们的气候系统发生长期变化，全球范围内气候灾害造成的年均损失达数千亿美元。使用能源而产生的温室气体是气候变化的主要来源。提升节能降耗水平、增加清洁能源使用、加强日常运营过程中的碳排放管理，不仅有利于唯品会降低经营成本，更有利于公司实现绿色低碳运营，提升可持续发展能力，为减缓全球气候变化做出应有贡献。

唯品会的管理方法

唯品会建立了全面的能源使用监测系统和水电气记录分析，持续监测、评估和提升公司的节能减排表现。公司设定了多种环境绩效指标，通过将各指标与过往数据进行对比分析，了解办公区域节能减排的不足之处并加以改进。

- 唯品会对广州总部办公室进行了改造，全面推广 LED 照明，淘汰高能耗旧款分体空调，新建办公区域引进低能耗暖通系统、空气能系统，园林增加自动喷水系统。
- 唯品会依据绿色园区建设理念，遵循绿色建筑标准、采用节能环保设备自建仓库，并在仓库屋顶建设光伏发电系统。
- 唯品会持续在全国各物流中心建设光伏电站，充分利用更加清洁的太阳能，减少电能消耗。位于广东肇庆的唯品会华南物流园区是全国首个利用光伏新能源供电的电商物流园，园区内 12 座仓库屋顶总面积约 23 万平方米，光伏电站总容量约 22 兆瓦。位于湖北鄂州的华中物流中心园区内 29 座仓库屋顶总面积约 52 万平方米，光伏电站总容量约为 41 兆瓦。

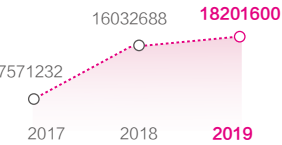
2019 年工作亮点

- 2019 年，唯品会华中物流园区光伏电站投入使用。
截至 2019 年底，华南物流园区光伏电站、华中物流园区光伏电站总发电量为 30476210 千瓦时，相较使用外购电力减少碳排放 30385 吨二氧化碳当量。
- 2019 年，唯品会新增 176 辆新能源电动物流车，使总数量达到 656 辆，占公司物流运输车辆的 25%。新能源电动物流车的使用相较传统车辆全年减少燃油消耗 78 万升，减少碳排放 2065 吨。
- 2019 年，唯品会新增国标柴油物流车 138 台，淘汰非国标柴油物流车 94 台。
- 2019 年，唯品会总用电量为 59880908 千瓦时，总天然气使用量为 841974 立方米，总柴油使用量为 27550550 升。

- 唯品会打造绿色环保的运输模式，以降低物流运输过程对环境的影响。从 2016 年开始，唯品会逐渐在全国大型城市和人口密集区域推广使用新能源电动物流车以代替传统燃油车，用于替代部分传统燃油车及满足新增车辆需求。
- 唯品会在办公区域实行严格的节电考核措施，要求员工在离开办公区域后关闭灯和电脑等设备，并对未能完成考核目标的部门进行经济惩罚。

能源生产

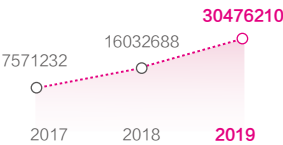
华南物流园区光伏发电量（千瓦时）



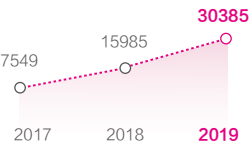
华中物流园区光伏发电量(千瓦时)



总计光伏发电量（千瓦时）



减少碳排放量（吨二氧化碳当量）



能源消耗（电）

项目	2019 年
广州总部（千瓦时）	9187979
物流园区（千瓦时） ¹	50692929
总计（千瓦时） ²	59880908

1. 包含新能源电动物流车在物流园区内充电的用电量
2. 不含新能源电动物流车在物流园区外充电的用电量

能源消耗（天然气）

项目	2019 年
广州总部（立方米）	255532
物流园区（立方米）	586442
总计（立方米）	841974

能源消耗（柴油）

项目	2019 年
物流园区（升）	30241
传统燃油车（升）	27520309
总计（升）	27550550

能源消耗成本

项目	2019 年
广州总部（元）	8339566
物流园区（元）	27122782
总计（元） [*]	35462348

^{*} 不含新能源电动物流车在物流园区外充电产生的成本

碳排放

项目	2019 年
直接排放量(范围1) (吨二氧化碳当量)	75213
间接排放量(范围2) (吨二氧化碳当量)	59701
碳排放总量(吨二 氧化碳当量)	134914



节约用水与生态保育

该议题对唯品会的重要性

由人类活动和气候变化引起的毁林和荒漠化，以及经济发展和城市化进程导致的全球用水需求不断攀升、水污染问题日趋严重，给可持续发展带来重大挑战，并影响到千百万正在与贫困作斗争的人们的生活和生计。保护水资源和土地资源、协助生态保育工作的开展是唯品会的企业公民责任，也符合唯品会的可持续发展理念。

唯品会的管理方法

- 唯品会倡导节约用水，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，确保没有自来水跑冒滴漏现象。
- 唯品会坚持合理排放污水，运营产生的污水均按市政排放标准及要求排入市政

污水管网系统，确保对周围环境无不利影响。

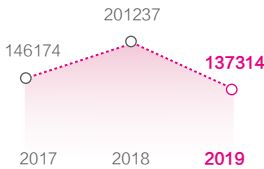
- 在有害废弃物处理方面，唯品会对电池、电子产品等进行回收管理，并定期交给专业回收公司进行回收；在无害废弃物处理方面，唯品会将餐厨余做好垃圾分类并付费至环卫进行回收，将纸箱、玻璃瓶、日常垃圾等交给废品供应商进行回收。
- 唯品会积极组织员工参与植树造林等环保公益活动。
- 唯品会是中国绿化基金会发起的“绿色公益联盟”首批认证成员单位之一，并从 2017 年开始参与和支持由联合国环境规划署、全国绿化委员会、国家林业和草原局、中国绿化基金会共同发起的“绿色公民行动”，持续投入到荒漠化治理、自然生态保育的工作中。

2019 年工作亮点

- 2019 年，唯品会未发生因取水而对水源地产生重大负面影响的事件或污水排放违规事件。
- 2019 年，唯品会总用水量为 597334 立方米。
- 2019 年，唯品会共计进行有害废弃物回收 7 次，处理有害废弃物 6029 件；共计回收 67 吨餐厨余垃圾、4 吨废纸。

用水量

广州总部（立方米）



物流园区（立方米）



废弃物 *

* 废弃物仅计算物流园区

项目	2019 年
废弃物产生总量（吨）	31080
废弃物利用 / 回收 / 出售总量（吨）	28547

包装材料消耗与再利用

该议题对唯品会的重要性

2018 年，中国发布了《快递封装用品》《快递业绿色包装指南（试行）》系列国家标准要求，规定了标准化、减量化和可循环的快递行业绿色包装工作目标。唯品会作为日常经营高度依赖快递业务的电商企业，面对国家对于绿色包装的加强管治，以及媒体和大众对环保领域的持续关注，如果不在绿色环保材料的使用、包装材料的回收再利用方面采取负责任的应对举措，可能对运营造成不利影响。

唯品会的管理方法

- 唯品会秉持绿色包装的理念，优先使用回收再用的包装材料，采取多种措施减少包装材料用量：减少流通环节；使用快速成型的绿色循环箱，用于签收包裹后回收，可多次循环使用；利用供应商

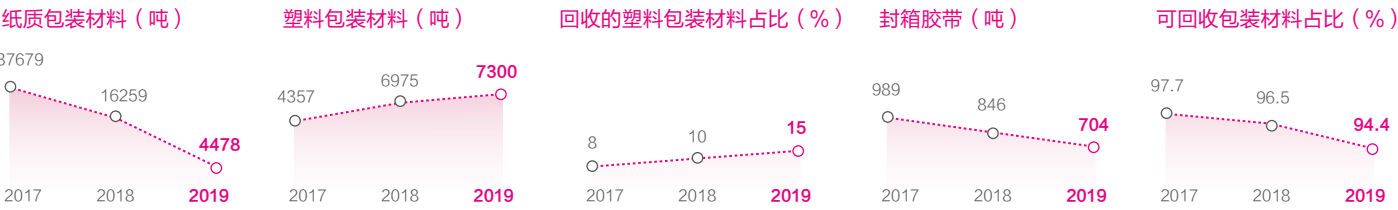
来货的纸箱，加贴“唯品会环保箱”标识，进行二次使用，节约耗材。

- 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。
- 唯品会 100% 的塑料包装都为可回收的塑料包装。

2019 年工作亮点

- 2019 年，唯品会包装材料中可回收物料占比为 94.4%；纸质包装材料消耗量为 4478 吨；塑料包装材料消耗量为 7300 吨；封箱胶带消耗量为 704 吨，较 2018 年减少 17%。
- 2019 年，唯品会重点推进的 JITX 项目，部分商品由供应商直接发送，减少了流通环节。此举减少约 1800 万个大周转纸箱（约 27000 吨原纸），减少 9% 的内填充包装（约 2900 万个）。
- 2019 年，唯品会通过提升原纸品质推进原纸减重，总计减重 5%（约 7500 吨原纸）。
- 2019 年，唯品会继续推广使用供应商来货纸箱和回收的旧纸箱，共回收二手纸箱超过 1000 万个（约减少原纸 5000 吨）。
- 2019 年，唯品会继续引入循环编织袋及回收供应商来货使用的塑料编织袋，共减少采购塑料编织袋 800 万个（约 1648 吨塑料原料）。

包装材料消耗与再利用



员工绩效

雇佣

该议题对唯品会的重要性

唯品会的成功来自于员工和公司的共同努力，为员工提供合规合法的雇佣条件和合理丰富的激励手段是唯品会与员工共同发展的前提。

唯品会的管理方法

- 唯品会严格遵守《中华人民共和国劳动法》以及运营所在地的相关劳工法律规例，制定并执行《唯品会薪酬管理制度》《唯品会福利管理制度》《唯品会假期管理制度》，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。
- 唯品会通过年初的绩效目标设定、年中的绩效沟通和辅导、年末的绩效考核评估，对员工进行综合性绩效考核评估并

给予建议。在绩效考核评估的基础上，公司为贡献突出的非高管员工提供限制性股票激励计划，将员工个人与公司结成紧密、长期的利益共同体。

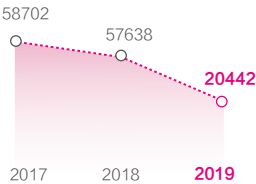
- 唯品会建立了完善的员工个人档案信息保密机制，设置了人力资源档案室负责保存相关档案。

2019 年工作亮点

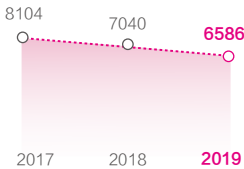
- 2019 年，公司员工劳动合同覆盖率为 100%。
- 2019 年，限制性股票激励计划覆盖率约为全体员工的 12%，发生的期权费用总额达到 1.45 亿美元。
- 在品骏解散过程中，通过充分沟通、合理安排，妥善完成了员工的转签、解约工作，未发生因离职带来的劳资纠纷事件。

雇佣绩效

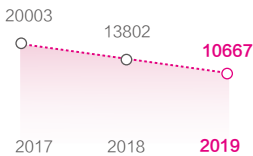
员工总数（人）



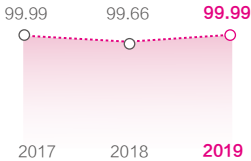
非物流、快递相关员工总数（人）



新聘员工总数（人）



社会保险覆盖比例（%）*



* 不含退休返聘人员

员工健康与安全

该议题对唯品会的重要性

重视员工的安全和身心健康，为员工提供健康安全的职场环境和配套的职业健康保障制度，是唯品会与员工一道实现可持续发展理念的体现，有利于维护经营稳定和员工企业上下一条心。



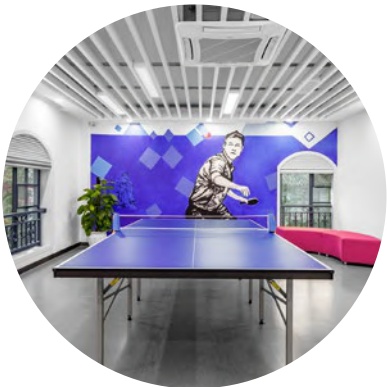
唯品会的管理方法

EHS 制度搭建

- 唯品会设立了完整的 EHS 制度体系，包含 67 个具体制度，并根据国家政策、实行状况等因素进行实时更新。
- 唯品会根据《唯品会环境健康安全委员会制度》设立了专门的 EHS 管理委员会，负责公司生产作业安全和员工 OHS 的管理事项。公司 EHS 管理委员会每季度至少召开一次会议。
- 唯品会遵循《唯品会环境健康安全方针》《唯品会安全生产责任制》《唯品会承包商安全管理》《唯品会环境健康安全奖惩制度》等一系列规章制度，形成了安全生产管理体系。
- 唯品会遵循《唯品会应急准备及响应制度》

《唯品会应急队伍建设及应急值班制度》《唯品会自然灾害预防处理》等一系列规章制度，形成了安全应急管理机制。

- 唯品会遵循《唯品会环境健康安全信息交流制度》，鼓励员工识别并通过安全管理委员会公共邮箱 (SMC@vipshop.com) 向公司汇报 EHS 相关风险。
- 唯品会承诺：在生产经营过程中采取有效措施，以防止人员受伤、环境被破坏或财产受损。我们的愿景是：六个“零”，即零环境事故、零火灾事故、零运输事故、零伤害、零容忍不安全行为和状况、零违反 EHS 规定和商业伦理。
- 唯品会委托独立的第三方专家定期对公司在生产经营活动中的 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。



健康与安全保障措施

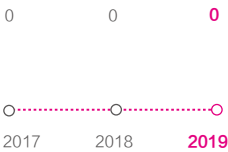
- 唯品会将安全生产理念嵌入管理层的绩效考核和薪酬管理。公司管理层每年都需要签订安全责任书。
- 唯品会设置了健身房、舞蹈室、瑜伽区、篮球场等运动场所，组织各类运动社团和不定期的长跑、徒步等活动。
- 唯品会建立了员工心理援助计划(EAP)，组织针对员工的心理测评，并配备专业心理咨询师提供日常咨询服务，以保证员工的心理健康。
- 唯品会每年定期组织员工进行体检，设立医务室、理疗室以提供诊疗及理疗服务、中医保健服务。
- 唯品会每年定期组织安全生产培训和消防演练，提升员工安全意识。
- 唯品会每年定期对办公区进行清洁消毒，营造舒适整洁的办公环境。

2019 年工作亮点

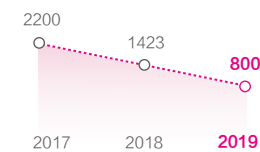
- 2019 年，唯品会未发生火灾或其他 EHS 事故，未发生违反环境法律或法规的事件。
- 2019 年，唯品会对所有在建项目、物流仓储中心、办公区域进行了覆盖比例为 100% 的环境监测。
- 2019 年，参与职业健康与安全培训员工人数达到 25000 人，参与率为 100%。
- 2019 年，员工体检覆盖率连续第四年达到 100%。
- 2019 年，唯品会获得了海关 AEO（“经认证的经营者”）认证，在场所安全、人员安全、货物安全、运输工具安全等方面，与国际标准接轨。

EHS 绩效

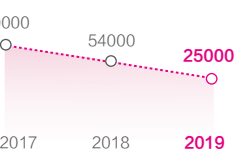
发生火灾（宗）



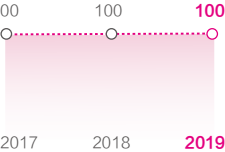
在安全生产方面总投入（万元）



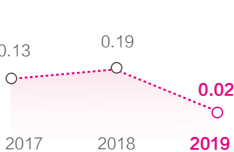
员工参与安全演练人次



员工体检比例（%）



失时工伤率（每百万工时）*



* 失时工伤率仅计算广州总部

员工培训与发展

该议题对唯品会的重要性

员工的成长关乎企业的成长，员工的发展关系着企业的发展。持续提升员工工作能力，为员工提供公平的职业发展渠道，让其能在工作岗位上发挥所长，有利于唯品会打造可持续职场，保持在人才市场的竞争力。

唯品会的管理方法

- 为满足不同业务部门和不同发展阶段的员工在职业培训方面的不同需求，唯品会举办了不同种类的培训项目。比如，唯品会为新员工举办了新生代训练营、为想在工作之余提升个人能力的员工举办幸福夜校。其他培训还包括：唯品元能力、元气职场、V-Learning、唯品之道 - 经理训练营、业务培训等。
- 为促进员工不断提升自身素质，适应公司业务发展，公司为员工提供学历补助，

鼓励员工积极进修。符合条件的员工可申请学历补助并报销一定比例的金额，补助的类型涵盖硕士、博士、MBA、EMBA、职业资格认证等。

- 唯品会致力于为员工提供合理、公平的职业发展机会，分别创设了管理岗、专业岗双轨制职业发展通道。员工的晋升由专门的晋升评委会（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。

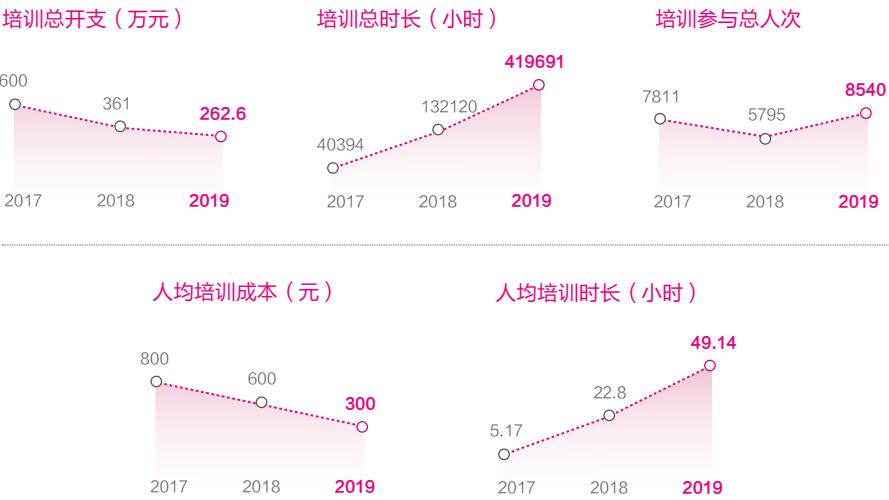


2019 年工作亮点

- ☑ 2019 年，唯品会参与职业技能提升培训的员工达到 100%。
- ☑ 2019 年，得益于 V-Learning 等线上课程的持续开展，人均培训时长达到 49.14 小时（不含物流、客服、线下门店员工），是 2018 年的 2.2 倍。

培训绩效 *

* 物流、客服、线下门店的员工有单独的培训体系，不计算在内



员工多元化

该议题对唯品会的重要性

员工的多元化可以带给企业更多的活力和发展潜力，也可以让员工之间产生更多的交流和彼此促进。不因天生所带的因素而歧视，平等对待每一位求职者和在职员工，有助于唯品会更好地发现和吸引潜在人才，建立一支充满活力的员工团队，为公司长期发展储备动力。

唯品会的管理方法

唯品会严格遵守相关法律法规，持续完善雇佣体系，推行公开、公正、平等的招聘及用工制度，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、社会出身、性别取向及生活方式等方面的因素受到区别对待。

2019 年工作亮点

- 2019 年, 唯品会未发生涉及民族、种族、性别、宗教信仰、社会出身、性别取向、生活方式等方面的歧视性事件。

各类别员工人数比例

少数民族员工 (%)



残障员工 (%)



非中国内地居民员工 (%)



员工年龄比例

18 岁至 30 岁 (%)



31 岁至 40 岁 (%)



40 岁以上 (%)



员工性别比例

男性 (%)

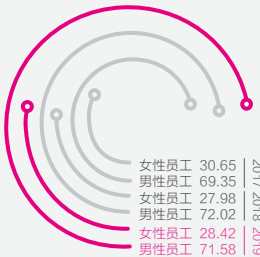


女性 (%)



不同层级员工性别比例

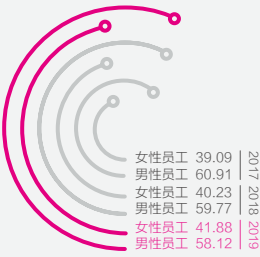
高级管理层 (%)



中级管理层 (%)



一般员工 (%)



员工沟通与福利

该议题对唯品会的重要性

畅通的员工沟通机制和完善的员工福利体系，有助于增强员工的幸福感、认同感和归属感，提升公司人力资源结构的稳定性，同时有利于公司了解内部问题和防范经营风险，并使公司更具有吸引力。

唯品会的管理方法

沟通渠道

- 唯品会积极建设与完善员工沟通机制，通过唯品会企业文化公众号、员工满意度调查等不同渠道了解员工诉求和建议，分析公司当前管理状况的优点与不足、运营过程中可能出现的机遇与风险，同时也使公司的内部管理更加透明化。
- 唯品会定期召开职工代表座谈会，听取员工意见，及时反馈和跟进相关部门的落实情况。

- 主题沟通会议：公司一级部门内部会定期召开主题沟通会议。
- 员工沟通会议：公司一级部门会周期性收集员工意见建议，通过内部沟通会议集中解决相关反映问题。
- 公共邮箱：作为员工意见收集窗口，整理分类员工意见提交相关部门并跟踪解决。
- 唯品会设置了法律援助窗口，为有需要员工提供法律援助。唯品会设有工会，所有正式员工都是工会的成员。

员工福利

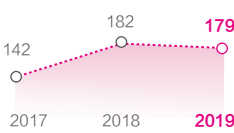
- 唯品会按照员工工龄给予法定带薪年假，也提供福利年假、全薪病假等带薪假期。
- 唯品会打造了“有福、有爱、有成长”的综合福利体系，为所有员工提供各种细心的关怀及贴心福利。

2019 年工作亮点

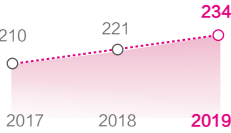
- 2019 年，唯品会工会以体育运动为导向，投入资金超过 25 万元，支持 17 个社团的超过 200 次活动，吸引超过 4000 人次的员工参加。
- 2019 年，唯爱基金为困难员工提供援助约 179 万元。

困难员工援助

为困难员工提供的善款（万元）



援助困难员工人数（人）



- 唯品会针对孕期及哺乳期员工、残障员工、困难员工等特殊群体员工制定了相应的福利关怀措施。我们为孕期员工提供了哺乳假，在办公区域设置了配备有卫生间、冰箱、餐桌、空调等设备的母婴室以及哺乳室，食堂为孕期员工提供了优先取餐服务并设置专区。我们还通过专题讲座、亲子活动等方式，提升职场妈妈们的工作体验。
- 唯品会设立了唯爱基金，坚持救急、救难原则帮扶困难员工。
- 唯品会设有弹性工作制度，在满足工作要求的前提下，允许员工在一定限度内灵活安排工作时间。
- 唯品会定期举办员工亲子日活动，邀请员工携孩子来到公司，享受美好的亲子互动时光，提升员工及其家庭的幸福感。公司还组织开展员工子女与贫困地区儿童结对帮扶的夏令营活动，让员工及其子女在公益活动中收获幸福与成长。

员工人权保障

该议题对唯品会的重要性

人权是人的基本权利。作为跨国企业，唯品会承诺尊重人权和维护人权，从方方面面实践合规用工，保护员工权益。



唯品会的管理方法

- 唯品会支持联合国《人权宣言》《全球契约》《企业与人权指导原则》的原则，严格遵守《中华人民共和国劳动法》及相关法律法规，制定了尊重并保障人权的内部政策与承诺，尊重并维护公司内部相关人员的基本人权，并要求供应商与合作品牌的经营行为不涉及任何侵犯人权的行为。
- 唯品会在运营过程中重视维护人权，相关维护措施实施范围涵盖公司内部雇佣、合作品牌及供应商评估。
- 唯品会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，整理分类提交相关部门并跟踪解决，不断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、劳资纠纷频繁、不关注员工健康与安全的合作品牌和供应商采取不引入或淘汰处理。
- 唯品会坚决打击任何员工剥削、强制劳动、使用童工等践踏人权的行为，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，对涉嫌此类行为的合作品牌和供应商采取不引入或淘汰处理。
- 唯品会每年开展风险评估和利益相关方调研分析，以识别自身及供应链中存在或潜

在的人权议题。针对识别出的人权议题，由公司相应的负责部门主导，探讨并制定应对风险的相应举措及计划。

- 作为企业公民，唯品会还关注社会弱势群体获得教育与发展的权利。唯品会识别并聚焦贫困人口、女性、青少年等群体，开展社会调研了解其真实需求，开发并持续投入支持及赋能他们成长与发展的公益项目。

2019 年工作亮点

- 2019 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的事件。
- 2019 年，唯品会未发现经证实存在员工剥削、强制劳动、使用童工等践踏人权行为的合作品牌和供应商。

社会绩效

信息安全与隐私保护

该议题对唯品会的重要性

作为一家掌握用户隐私信息的公司，唯品会采取更加严格的信息安全保护制度和措施，提高技术和管理水平，达到保护用户信息安全和不泄漏隐私的目的，有利于提高客户对公司的信任度，维持经营的稳定。

唯品会的管理方法

- 唯品会通过了 ISO27001 信息安全体系认证，涵盖公司各业务系统的运行维护、计算机设备管理、人员信息安全、数据安全等在内的各项管理相关活动。
- 唯品会面向全体员工实施《唯品会管理红线》，“窃取、泄露、贩卖公司机密信息”“擅自攻击或利用公司漏洞”都在红线之列。

- 唯品会制定了《信息安全管理手册》《信息安全策略》《信息安全事件管理办法》，明确了公司的信息安全管理政策、方针及策略要求，确保信息安全事件发生后能得到及时有效的处理。由公司董事会及高层领导组成信息安全委员会，每年对有关的策略文件进行评审，并讨论文件修订更新的必要性。
- 唯品会制定了《业务连续性安全管理办法》《业务连续性计划》，并对有关计划每年至少进行一次测试。
- 唯品会设置了信息安全办公室负责公司信息安全的各项工作，设置了安全应急响应中心负责与社会安全机构和人士保持有效沟通、收集网络威胁情报并跟进网络威胁处置。
- 唯品会对入职、在职人员开展相应的信息安全意识培训课程及考试，针对信息

2019 年工作亮点

- 2019 年，唯品会自查网络安全法贯彻落实情况，将 GDPR、电子商务法相关要求纳入风险管理范畴，保证公司符合信息安全相关法律法规要求。
- 2019 年，唯品会推出了“员工安全课堂”，面向不同岗位的员工推出了更为系统的线上信息安全培训。
- 2019 年，唯品会对《信息安全事件管理办法》进行了更新，并于 2020 年 1 月 1 日起正式实施。本次更新优化了信息安全事件的相关管理职责和流程，规定了普通员工如果违反条例，相应的管理人员也将承担连带责任受到惩罚。
- 2019 年，唯品会未发生经证实的信息安全事件，未收到并经证实的来自外界的投诉，未收到并经证实的来自监管机构的投诉。
- 2020 年 1 月，唯品会加入了新成立的广州市网络安全产业促进会。

安全或网络安全的可疑事项制定了清晰的上报流程，并将信息安全纳入员工的绩效评估范围。

以及进行技术咨询和整体安全风险的评估，并在公司内部成立专项检查小组对合作品牌进行信息安全方面的检查。

- 唯品会制定了《客服处理会员要求核实账号信息规范说明》，对客服人员保护用户隐私做出指引。
- 唯品会定期开展安全漏洞巡检，并邀请安全公司对系统进行漏洞检测。唯品会的电商平台、支付、客服、供应商、物流、大数据、网络等系统均已获得网络安全等级保护三级认证。
- 唯品会从外部聘请第三方独立认证机构对信息安全管理体系进行审核和认证，

供应链管理

该议题对唯品会的重要性

唯品会的供应链管理主要包括合作品牌管理和供应商管理。作为电商零售企业，唯品会的可持续发展绩效与合作品牌和供应商的表现密切相关。通过增进交流、优势互补，与合作品牌和供应商建立互利共赢的关系，将为各方的长期可持续发展提供有效帮助。

唯品会的管理方法

管理体系

唯品会的合作品牌指供应唯品会所销售商品的企业。唯品会制定了KA品牌管理体系，加强双方品牌资源的互助和运营的监控。唯品会KA品牌的判断标准既包括品牌的销售业绩、品牌影响力及潜能，同时也根据唯品会用户特点和平

台战略方向，选择高度吻合唯品会品牌特卖战略的品牌，以求实现用户、平台、品牌三方的共赢。

- 唯品会的供应商包括互联网数据中心（IDC）服务器设备、关键性物流运营设备、物流地产总包工程、公司关键/战略项目的供应商。在选择供应商时，优先考虑邀请当地供应商。
- 供应商审核评估流程包括以下步骤：资格预审（资质文件审核）、现场/项目考察、技术/商务评估、供应商履约/绩效评估。唯品会在供应商选择、导入、履约绩效评估、淘汰机制中加入ESG审核因素（产品质量、安全生产、员工关系、劳资纠纷、环境保护等），优先选择和导入通过ISO9001质量管理体系认证、ISO14001环境管理体系认证的供应商，对不符合要求的供应商不予导入或淘汰处理，确保在供应链战略中

有稳定、可靠、优良的资源。

- 唯品会的所有供应商都需要在资格预审资料中说明是否拥有SA8000认证。
- 唯品会制定了《唯品会采购管理程序》等相关采购政策，坚持与所有合作品牌和供应商签订经济合同、《反商业贿赂协议》和《保密协议》。
- 法务部负责确保供应链的合规，主要从合作品牌和供应商的资质及合同审核、更新和修订合同版本、制定和修订管理规范、系统优化和仓库法律检查五个方面进行对合作品牌和供应商的管理工作。
- 商务中心、资产采购部、法务部、财务部等部门每年会检查合作品牌和供应商的合规情况，如合作品牌和供应商不能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。

- 资产采购部每年开展供应商CSR问卷调查，三年内合作过的供应商调查涵盖率30%以上。
- 唯品会要求和督导涉及现场施工的供应商在施工中注意安全和环保。

沟通方式

- 唯品会注重与合作品牌建立渠道多元、流程高效的定期沟通协商机制以实现互利共赢，定期组织各合作品牌来访，KA品牌互访频数达每月2至3次；定期召开年度及半年度供应商大会；各品类定期举办季度合作品牌座谈会。
- 唯品会积极加强与供应商的沟通，定期召开年度及半年度供应商大会，不定期通过交流分享会的形式进行网络安全、物流技术等方面的探讨，并对所有供应商开展反腐败培训。

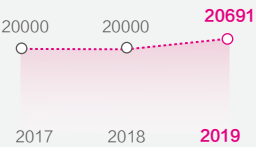


2019 年工作亮点

- 截至 2019 年底，唯品会拥有超过 1000 名专业的买手。
- 唯品会法务部联合供应链、内审等部门就自营及 MP 平台供应商履约及管理行为，修订、拟定《虚假交易管控规则》《撞款及虚高标价管控规则》《MP 商品品质抽检行为规单细则》《唯品会开放平台商家资质审核须知》《体检卡 / 医疗服务体验卡 / 游戏充值卡入驻规则》等 8 部管理规则，加强风险防控。
- 2019 年，法务部在对国内入围供应商进行审核的过程中增加了借助天眼查软件识别投标供应商关联关系的措施。
- 2019 年，唯品会举办了 2 场针对线下店供应商集中培训班。
- 2019 年，唯品会的反腐败培训覆盖 100% 的供应商。

供应链管理

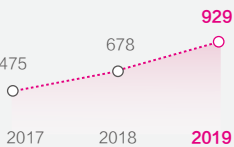
累计合作品牌（家）



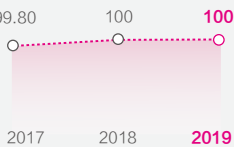
合作品牌经营合同履约比例 (%)



供应商（家）



供应商经营合同履约比例 (%)



产品质量

该议题对唯品会的重要性

产品质量是一家负责任电商的底线。唯品会坚信正品是品质的底线，是消费者购物体验中最重要的部分，也是新时代电商企业的核心竞争点。保障用户的健康与安全，不给用户造成健康与安全上的风险，既是保护用户的合法权益，维护社会经济秩序的稳定，也有助于唯品会规避经营风险。

唯品会的管理方法

- 唯品会发布了“正品十重保障”“品控九条”等正品保障措施，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、入库后、销售、售后”的闭环可溯全流程品控，从商品源头、运营流程、售后服务的每一处细节入手，全面守护消费权益。
- “正品十重保障”包括：实力保障、货

源保障、授权保障、质检保障、物流保障、品质保障、第三方保障、售后保障、信誉保障、权威保障。

- “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、专业机构入场查验、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。
- 唯品会建立了合作品牌质量评价体系，通过售前和售中抽检、售后客诉，对合作品牌质量水平综合评定后进行分级管理，针对不同质量级别采用不同的处理和质量改善措施。
- 唯品会实行商品上线前质量资质审核，经过第三方质检机构审核的商品才允许上线；实行商品健康度评价，对不合格的商品实行一票否决。
- 唯品会独创售前5道+售中3道产品检验流程，每天随机对各个品牌进行抽检。

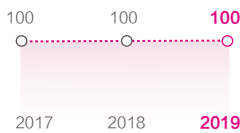
2019 年工作亮点

- 截至 2019 年底，唯品会拥有一支约 1000 人的品控团队，确保每个环节都有配套的系统程序和专业团队进行管控。
- 2019 年，唯品会对合作品牌的“商品质量文件”“公司质量管理文件”“人力资源”“供应商及加工厂管理”“采购和入库管理”“不合格管控”“仓储管理”“售后服务”等进行质量管控体系审核，帮助合作品牌发现质量管理上的不足，提出整改方案，协助品牌提高质量管理水平。
- 唯品会编制了《机织服装》《针织服装》《数码产品质量标准及抽检规则》《灯具质量标准及抽检规则》《学生用品质量标准及抽检规范》等一系列质量管控标准和规则。
- 2019 年，唯品会组织了 10 场专项质量培训，参加供应商超过 600 家，共计 1000 余人。
- 2019 年，唯品会未发生产品召回事件。

- 唯品会自营的每一件商品均由中国人民财产保险股份有限公司进行承保。
- 唯品会推出了合作品牌质量体系审核，通过审核合作品牌的质量体系，协助合作品牌建立完善的供应链质量体系，进而从源头提高唯品会的商品质量。

用户健康与安全

接受健康与安全评估的重要产品比例 (%)



用户服务质量

该议题对唯品会的重要性

提升用户服务的质量，既为用户带来了优良的购物体验，也有助于唯品会塑造良好的用户关系、稳定的会员体系。唯品会贯彻“全心全意服务会员”的客户服务理念，从智能仓储、用户服务等多个方面着手，为用户打造极致服务体验。

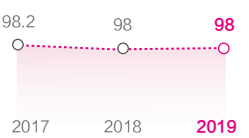
唯品会的管理方法

- 唯品会不断加强与会员之间的联系，建立会员成长体系和忠诚度系统，针对忠诚会员设立了货币化的积分奖励制度。我们于 2017 年推出唯品会超级 VIP 项目，提升会员服务水平。
- 唯品会致力于通过建立智能化和自动化仓储来提升运作效率、降低运作成本，进而提升物流体验这一电商企业的核心竞争力。

- 唯品会客服中心定期通过电话和线上开展用户满意度调研。
- 唯品会为客户建立完善的售后退换制度，除了行业普遍存在的七天无理由退换货条款外，还借助自营仓储系统和顺丰配送特别推送了极速退换服务。
- 2019 年 10 月（含）前，唯品会销售商品的仓储和配送由旗下自营物流品骏负责（配送少量使用第三方快递公司）；2019 年 10 月（不含）后，配送主要由顺丰进行，部分由其他第三方快递公司进行。

用户服务满意度

消费者电话调查满意度 (%)



2019 年工作亮点

- 截至 2019 年底，唯品会已在全国各区设立 7 个仓储物流中心，并在商品库存管理、商品分拣、包裹分拣等作业环节都采用了仓储物流自动化技术，为用户提供更快更安心的物流服务。
- 截至 2019 年底，唯品会已在全国 5 个仓储物流中心实施仓储自动化项目，拥有 100 万平方米的自动化仓储面积和 42 千米的输送线，配备了全球最大蜂巢系统以及 3 套全球最先进的商品分拣机。
- 截至 2019 年底，唯品会客户服务中心拥有专业客服人员 1163 人。
- 2019 年，客服中心电话调查满意度 98%。
- 2019 年，客服中心更换了线上调查满意度的评价方式（由 3 级满意度变更为 5 级满意度），以求更好地了解用户的意见。
- 2019 年，唯品会继续打造唯品会自有的客服智能机器人，通过引入业务场景、构建多轮拟人对话、深化交互体验、让用户在售前售后的客服体验都得到了很大的提升，解决率同比也从 67.2% 上升至 81.7%。
- 2019 年，唯品会继续提升客户问题解决时效，24H 解决率达到 70%，72H 解决率达到 95%，提升客户购物体验。

公益慈善

该议题对唯品会的重要性

作为一家大型企业，需要兼顾经济绩效提升和社会责任的履行。发挥好互联网带来的渠道优势和自身的优势，寻找各类公益慈善机会为社会做贡献，不仅有助于社会的可持续发展，也有利于提升企业形象和品牌价值。

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。
- 围绕着“传承品质生活，提升幸福体验”的使命，唯品会积极寻找自身特色与社区公益之间的连接点和最能发挥唯品会电商企业优势的公益活动开展方式，以可持续发展为核心，以平等赋能为支点，以跨界互联为创新引擎，汇聚大众爱心能量，形成了独特的电商公益模式。在

这一模式下，唯品会持续关注精准扶贫、女性赋能、青少年发展等社会热点议题，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”以及“唯爱助农”等“唯爱”系列公益项目；同时搭建和开发了唯品会 APP“我的公益”平台作为纽带，提供便捷、多元化的公益参与方式，扩展公众参与公益的可能性。

- 我们支持专业社区机构，针对环卫女工、自闭症儿童、单亲妈妈等特殊群体开展调研与评估，深入了解他们的现状与需求，并以此为指导设计并开展相应的公益支持与服务。
- 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。
- 唯品会对公益慈善项目设置了目标，以量化评估项目的成效。2019 年设置的目标包括：“唯爱工坊”累计捐建的“唯爱·妈妈制造非遗手工艺合作社”超过 10 家；女性赋能项目累计帮扶超过 60000 人次；唯品会 APP“我的公益”平台累计吸引 6000 万人次参与里程爱心捐赠。

2019 年工作亮点

- 2019 年，唯品会公益支出超过 3200 万元。
- “唯爱助农”与“唯爱工坊”深入对接全国 76 个贫困县，助力精准扶贫。
- “唯爱工坊”在全国 6 个省（自治区）捐建 11 家“唯爱·妈妈制造非遗手工艺合作社”，精准对接 18 个国家级贫困县，联合 20 多个品牌和众多设计师，为蜡染、苗绣等 35 种非遗技艺打造 250 多款时尚产品，达成了目标。
- 截至 2019 年底，女性赋能项目累计投入超过 4600 万元，帮扶超过 75000 人次，达成了目标。
- “唯爱·妈妈+幸福赋能计划”推出“唯爱妈妈热线”——国内首条专注为单亲妈妈提供法律与心理咨询服务的免费热线 400-038-8888。
- 2019 年，唯品会公益助学计划投入 1478.5 万元，帮扶 6400 名贫困学子。
- 2019 年，唯品会员工志愿服务参与人次为 8281 人次，员工志愿服务时长为 44369.5 小时。
- 截至 2019 年底，唯品会 APP“我的公益”平台累计吸引超过 6000 万人次参与里程爱心捐赠，达成了目标。
- 2019 年，唯品会公益支出的 66.2% 为慈善捐赠，33.8% 为社区投资。

GRI 标准指标索引

GRI 标准指标	报告页码
一般披露	
组织概况	
102-1	P8
102-2	P8
102-3	P8
102-4	P8, P19-21
102-5	P8
102-6	P8
102-7	P8
102-8	P43, P68
102-9	P24-27, P76-77
102-10	P79
102-13	P61
战略	
102-14	P4-5
102-15	P4-5
道德和诚信	
102-16	P10, P62-63
102-17	P62-63
管治	
102-18	P9
102-19	P11
102-20	P11
102-21	P13
102-22	P60
102-23	P60
102-24	P60
102-26	P4-5, P12
102-27	P4-5, P12
102-29	P12
102-30	P60
102-31	P12-13
102-32	P4-5, P11
102-33	P12-13
102-34	P12-13
102-35	P60
102-36	P60

GRI 标准指标	报告页码
利益相关方参与	
102-40	P13
102-41	P73
102-42	P13
102-43	P13
102-44	P13
报告实践	
102-45	P1
102-46	P1, P12
102-47	P12
102-50	P1
102-51	P1
102-52	P1
102-53	P1
102-55	P81-82
专项披露	
经济	
经济绩效	
管理方法	P61
201-1	P8, P61
201-4	P61
市场表现	
管理方法	P61
间接经济影响	
管理方法	P80
203-1	P80
203-2	P80
采购实践	
管理方法	P76-77
204-1	P76-77
反腐败	
管理方法	P63
205-1	P63
205-2	P63
205-3	P63

GRI 标准指标	报告页码
不正当竞争行为	
管理方法	P62
206-1	P62
环境	
物料	
管理方法	P35, P67
301-1	P35, P67
301-2	P35, P67
301-3	P35, P67
能源	
管理方法	P33-38, P64-65
302-1	P33-38, P64-65
302-4	P33-38, P64-65
302-5	P33-38, P64-65
水资源	
管理方法	P66
303-1	P66
303-2	P66
303-3	P66
生物多样性	
管理方法	P38, P66
304-2	P38, P66
排放	
管理方法	P64-65
305-1	P64-65
305-2	P64-65
305-5	P64-65
污水和废弃物	
管理方法	P66-67
306-1	P66
306-2	P67
306-5	P66
环境合规	
管理方法	P64-67

GRI 标准指标	报告页码
307-1	P64-67
供应商环境评估	
管理方法	P76
社会	
雇佣	
管理方法	P68
401-1	P68
401-2	P45-46, P73
401-3	P45-46, P73
劳资关系	
管理方法	P68
职业健康与安全	
管理方法	P45, P69-70
403-1	P45, P69-70
403-2	P45, P69-70
403-4	P45, P69-70
培训与教育	
管理方法	P40-41, P71
404-1	P71
404-2	P40-41
404-3	P40-41
多元化与机会平等	
管理方法	P72
405-1	P72
反歧视	
管理方法	P43, P72
406-1	P43, P72
结社自由与集体谈判	
管理方法	P73

GRI 标准指标	报告页码
童工	
管理方法	P43, P74
408-1	P43, P74
强迫与强制劳动	
管理方法	P43, P74
409-1	P43, P74
人权评估	
管理方法	P43, P74
当地社区	
管理方法	P47-58, P80
413-1	P47-58, P80
供应商社会评价	
管理方法	P76-77
414-1	P76-77
客户健康与安全	
管理方法	P78
416-1	P78
营销与标识	
管理方法	P62
417-1	P62
417-2	P62
417-3	P62
客户隐私	
管理方法	P30, P75
418-1	P30, P75
社会经济合规	
管理方法	P78-79
419-1	P78-79

唯品会

品牌特卖

广州市荔湾区花海街 20 号唯品会（醉观公园旁）

电话：020-22330000