



Vipshop

企业社会  
责任报告  
2016

唯品会  
全球精选 正品特卖

# 目录

---

 关于本报告	02
 CEO寄语	03
 关于唯品会	04
 唯品会的可持续发展	08
 经营绩效	18
 产品责任	24
 供应链管理	30
 环境保护	36
 社区发展	44
 唯品人	52
 GRI指标内容索引	64

# 关于本报告

[102-45 102-46] > GRI指标内容索引

## 报告范围



本报告是唯品会(在下文中将简称为“唯品会”、“公司”或者“我们”)发布的第三份年度企业社会责任报告,主题为“责任引领全球品质生活”,旨在披露公司的社会责任理念和实践,对利益相关方的影响,公司在履行责任方面的倡议以及各方面的运营表现。

如无特殊说明,本报告的数据和内容所涉及的范围主要包括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),时间跨度为2016年1月1日至12月31日。本报告为年度报告,上一份报告为《唯品会2015年企业社会责任报告》。

## 报告标准



本报告编写参照了全球报告倡议组织(GRI)《可持续发展报告标准》(Standards)中的核心方案。使用了“GRI一致性服务”中的“重要性披露”,与社会责任委员会以及关键利益相关方一同识别重要性议题,并在报告中披露相关内容。经GRI确认唯品会今年报告在利益相关方调研、报告内容的界定以及每个话题的边界设定都符合GRI标准的要求,是国内首批使用GRI标准的企业。

## 报告发布渠道



本报告的中英文版均已在唯品会的官方网站发布: <http://blog.vip.com>

若您期望索取纸质版报告,或者对本报告有任何疑问、评论或反馈,欢迎发送邮件至 [Vipshop365day@Vipshop.com](mailto:Vipshop365day@Vipshop.com) 与我们联系。

# CEO 寄语



2016年是唯品会新的具有里程碑意义的一年，我们在继续朝着“成为全球一流的电子商务平台”的愿景努力，同时保持“三个聚焦”战略：聚焦会员，聚焦商品和聚焦运营。

在这个快速发展的时代，我们的顾客和利益相关方均对我们有更高的期望：我们不仅需要提供优质的商品，更要保持业务的可持续发展。在坚守我们的使命“传承品质生活，提升幸福体验”的同时，我们更将可持续发展的理念融入到三大聚焦中。

第一是聚焦会员。会员的需求正与市场一起快速地转变。今年，我们十分重视理解顾客需求的变化，以提供更为优质的顾客体验。我们不断改善服务，并从客户满意度的提升中得到印证。

第二是聚焦商品。我们聚焦商品品类与品质，聚焦会员对我们商品的满意度。为了提供更优质的产品，我们与供应商伙伴建立了更为紧密的关系，并且提升买手的能力，为会员提供差异化、性价比高的商品。同时，我们继续提升质量管理体系。2016年，我们投入了数千万元人民币对我们引进的产品进行检测或抽检，强化全链条的商品质量保证。

第三是聚焦运营。我们相信，只有及时响应市场需求的企业才能蓬勃发展。今年，我们回顾、总结了运营经验，决定着重提升我们的服务质量，并提升运营的针对性。我们将客户分为四个群体，70后，80后、90后以及男士，使得我们的运营更有针对性。我们为用户提供高质量的内容、贴心的服务和极具吸引力的交互方式，提升了客户体验。

回馈社会一直是我们恪守的信念和切实的行动。2016年，我们推出了一项创新性的项目，将促进会员的健康和推动公益发展结合到一起。在唯品会APP中“我的公益”平台，会员每行走1公里，我们将1元善款通过“唯品会慈善基金会”捐献给各类公益项目。2016年我们已吸引超过250万参与者，共筹得2,200万公里的爱心里程，并对应捐出2,200多万元的善款，帮助有需要的人。

此份报告是唯品会第三份社会责任报告。我们希望此报告能够展示我们履行企业社会责任的承诺，让我们的利益相关方，包括顾客、合作伙伴、员工、股东和社会大众了解我们在社会责任方面所作的努力。

唯品会董事长兼CEO

沈亚

V

唯品会

全球精选 正品特卖

关于唯品会



唯品会  
全球精选 正品特卖

HOME | CLOTHING | SHOES | BAGS | ACCESSORIES

Red high heels ★★★★★ (23 ratings)



+ ADD TO BAG

Similar it



# 关于唯品会

## 商业模式

唯品会(VIP.COM, NYSE:VIPS)成立于2008年8月,并于2012年3月23日在美国纽约证券交易所(NYSE)成功上市。自上市以来,截至2017年3月31日,唯品会已连续18个季度实现盈利。

唯品会在中国开创了“名牌折扣+限时抢购+正品保障”的创新电商模式,并持续深化为“精选品牌+深度折扣+限时抢购”的正品特卖模式,每天早上10点和晚上8点准时上线500多个正品品牌特卖,以低至1折的超低折扣限时抢购,为消费者带来“网上逛街”的愉悦购物体验 and 超高性价比的购物惊喜,所售产品范围涵盖服饰鞋包、美妆、母婴、居家等多个品类。目前唯品会已成为全球最大的特卖电商,以及中国第三大电商。



## 唯品会的经营理念

### 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

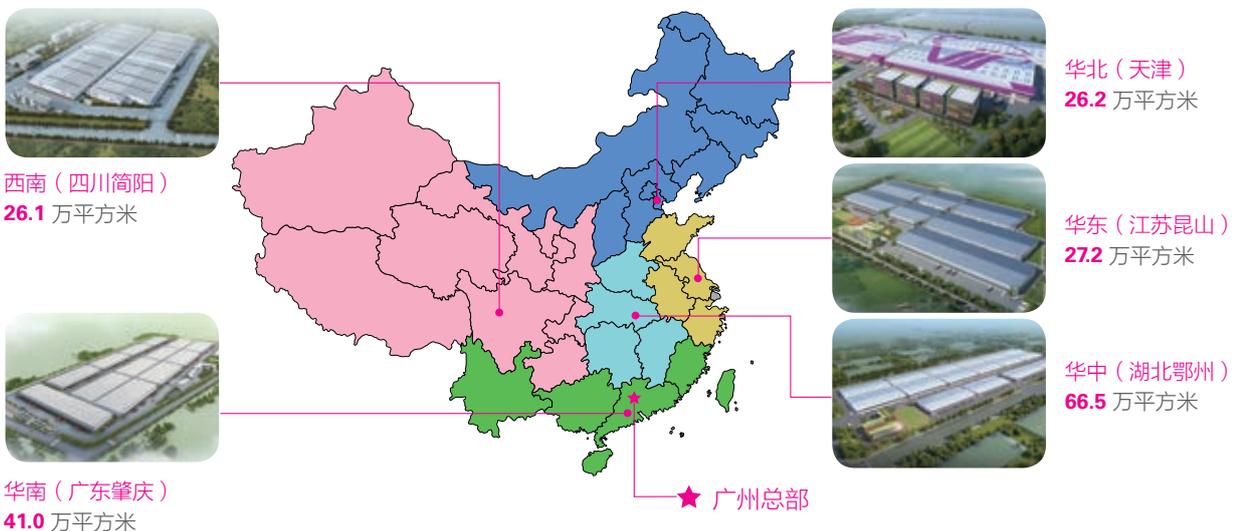
怀感恩的心，注重社会责任，尽企业的力量，回报社会，帮助需要帮助的人，塑造健康企业形象。

## 发展规模

唯品会总部设在中国广州荔湾区，占地面积10,000平方米。现有五大仓储中心，分布在天津、广东、江苏、四川、湖北，并在福州、杭州、西安、郑州、沈阳、贵阳和昆明共开设了7个前置仓，仓储物流总面积达210万平方米。唯品会合作品牌20,000多个，其中全网独家合作品牌达2,200多个。截至2016年12月31日，唯品会注册会员数量达3亿。

截至2016年12月31日，唯品会在职工逾4.5万人，全年总净营收566亿元人民币。

全国仓库物流战略部署图





唯品会

全球精选 正品特卖

唯品会的  
可持续发展

A shopping cart filled with wrapped gifts in various colors (blue, red, gold, pink) and tied with gold ribbons. The cart is silver with a pink handle and a pink label on the front. The background is a blurred green and white bokeh.

唯品会

全球精选 正品特卖

# 唯品会的可持续发展

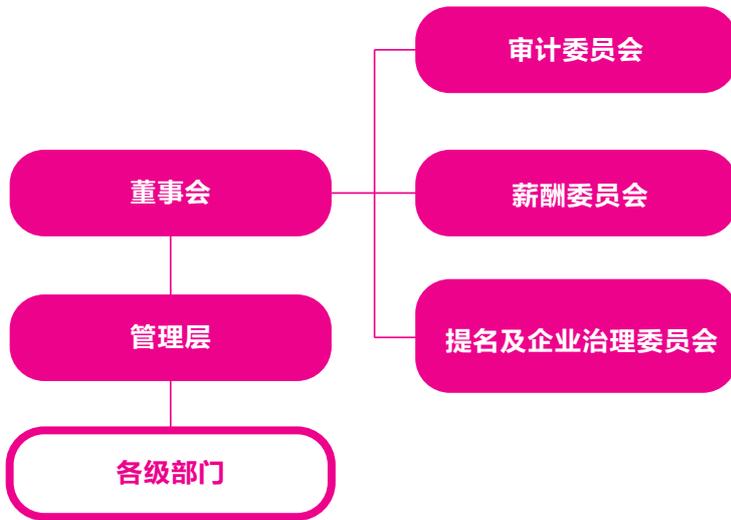
## 公司治理



唯品会一贯坚持可持续发展的理念，在商业活动中追求平等共赢，为利益相关方创造长期价值。我们设有完善的治理架构，通过监督落实相关政策，不断推动公司的可持续发展。

公司董事会全面负责公司治理，并由首席财务官专门负责风险管理。唯品会为员工提供有关公司治理的培训和指导，确保公司理念在各层级得到有效传达。唯品会与利益相关方保持紧密联系，增强公司治理的透明度，与其建立互信。

### 治理架构：



## 企业社会责任管理架构



为确保在制定业务战略和相关政策时更全面地纳入可持续发展考量，我们组建了唯品会CSR委员会和唯品会CSR团队。

唯品会的首席执行官是CSR战略的最高负责人。CSR委员会由高层管理人员组成，负责审查公司的季度和年度CSR数据，并决定下一个财政年度要实现的目标。同时该委员会也就如何将可持续发展议题纳入业务发展提供意见。

CSR团队由专职人员组成，同时在各部门也设有指定的CSR联系人，在确保社会责任相关的日常管理数据的收集以外，也有力保障了相关的战略及目标的有力落实。

CSR委员会和CSR团队通过举行定期会议来讨论和制定年度目标，并推动各项工作贯彻落实。



# 唯品会的可持续发展

## 公平竞争



唯品会坚信公平竞争与相互合作能够为唯品会与合作伙伴带来共赢，共同实现可持续发展。唯品会实行全面的反不正当竞争政策，防止不正当竞争与垄断行为。同时，唯品会积极与工商管理部门沟通，保证相关政策得到有效落实。



## 反腐败与反贿赂



诚信与公平是维持电商市场良好经营秩序的必要前提，也是企业治理的重要环节。唯品会设定了《诚信廉洁条例》与《唯品会管理红线》两份全面管理政策，坚决杜绝腐败行为。

**员工教育：**《唯品会员工手册》集中体现了唯品会对反腐败、反贿赂的承诺。同时还通过海报、微信公众号和电子邮件等多种形式宣传公司的反腐败措施，并举行相关培训课程，让员工提高警惕、加深认识，彰显反腐败的决心。

**举报机制：**公司通过《雇员诚信清廉条例》明确了内部举报机制，并设立了举报邮箱，鼓励员工举报任何玩忽职守、不道德行为、或不公平待遇，一旦接获举报，唯品会将依据公司规定严格追查，以杜绝各类非诚信行为。

**供应商管理：**同时，唯品会要求供应商遵守包含在合约中的《反商业贿赂协议》，未能遵守的供应商将面临处罚，甚至终止合约等严重后果。



2016年，唯品会的反腐败与反贿赂培训覆盖率为  
**100%**。

## 信息安全



作为国内电商市场的领军企业，唯品会致力于保护财务信息、敏感文件以及顾客个人信息等信息资产的安全，唯品会制定了《信息安全管理手册》和《信息安全策略》等一系列完善的管理政策，明确了公司的信息安全管理政策、方针及策略要求，不断规范、细化信息安全工作。在公司的《信息安全奖惩管理规范》中明确规定，信息安全作为一项风险因素被纳入员工绩效评估，员工的信息安全信用等级与其年终绩效考核挂钩。



为更好地配合信息安全工作的最新要求，公司董事会及高级管理层组成信息安全委员会，定期评审、修订及更新相关政策；为了应对潜在的网络威胁，唯品会特别设立了业务安全团队，负责网络威胁情报的收集与分析。

委员会作出的相关工作决定，由信息安全办公室主任统筹，通过法务、信息安全、行政、资产保护四个核心部门进行主导，在各部门落实。其中，法务部负责制定信息安全政策以及处理有关信息泄露的法律案件，信息安全部负责信息保护的执行工作，行政部负责管理机密信息，资产保护部负责调查内部违规事件。各部门实行最高负责人问责制，对内部私密信息的监控、调查和管理进行有效把控。为了带动全员参与信息安全工作，唯品会向员工提供相关培训，并设有专门的举报机制，以便员工对任何妨害信息安全的可疑行为进行举报。

同时唯品会还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。唯品会设有《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》以应对潜在安全事故，并每年至少进行一次测试。

公司的信息安全管理体系统获得了ISO 27001的权威认证，并通过了第三方机构的审核验证。2016年，唯品会在《南方都市报》发布的“50家网站、APP隐私政策得分榜”购物类网站榜单中名列前茅。

# 唯品会的可持续发展

[102-40](#) [104-42](#) [102-43](#) [102-44](#) > GRI指标内容索引

## 利益相关方沟通



保持与利益相关方的沟通是可持续发展的基础。为此，唯品会建立了与利益相关方的有效沟通机制，以了解并回应其期望及反馈。

利益相关方	关注内容	期望目标	沟通形式或渠道
政府及相关 上级监督单位	为消费者提供安全、 高品质的商品 提供就业机会 环境保护	合法经营 增加税收、促进就业 节能减排、绿色经营	专题汇报 调研拜访 项目合作 工作会议、统计报表
消费者	商品安全 服务质量 产品价格 沟通渠道、效果	持续安全优质服务 价格合理、认真快速 回复客户意见或投诉	接触链过程服务 客户反馈 客户关系管理 在线服务
社区	和谐社区 环境保护 共享企业发展成果	建立沟通交流机制 加大公益投入	公益慈善活动 志愿者
员工	人力资源政策 职业发展规划 员工权益保护 参与企业经营	建立有效沟通 加强员工培训 持续改善员工福利 公正透明健康向上的人力政策	职工代表会议 工会 建议、论坛邮箱 培训
投资者	保护股东利益 经营业绩、公司治理 战略规划	持续稳定的投资回报 良好的公司治理结构、 完善的信息披露机制 风险防范制度	定期公告、报告、 股东大会、董事会、 监事会会议
金融机构	信誉度 发展前景 财务状况、关键指标	提升偿债能力 降低经营风险	合同谈判 业务交流会
品牌供应商	诚信度 公司实力	诚信经营 互惠互利 共同发展	商务谈判 合同、协议 培训、技术交流会
同业者	公平有序竞争 产业前景 创新发展	公平竞争、友好合作 健康和谐的行业发	论坛会议 交流学习 行业协会

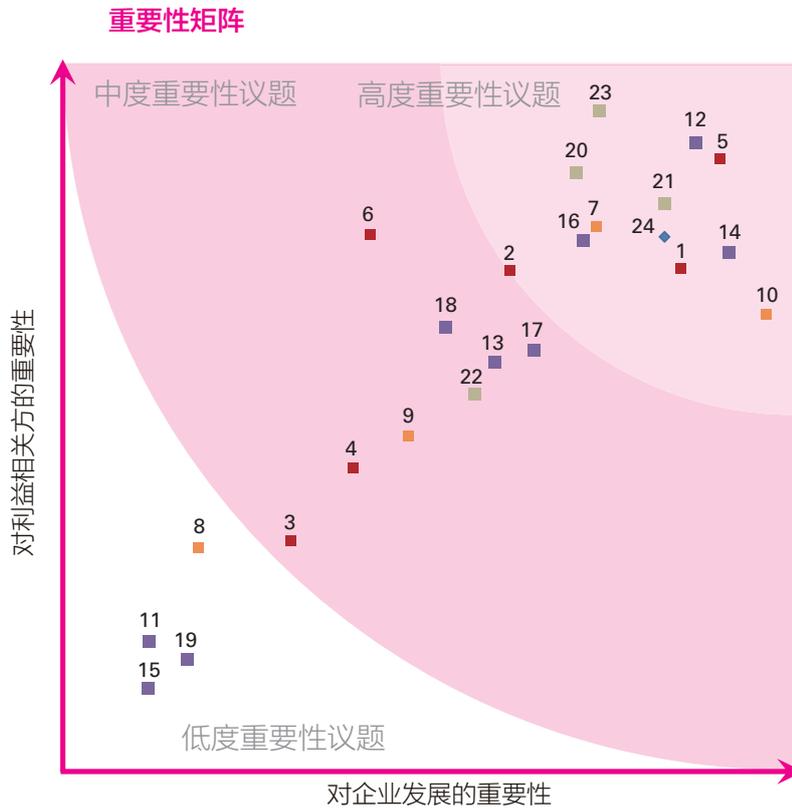
[102-46 102-47] > GRI指标内容索引

## 重要性议题分析



为了有效识别对唯品会最为重要的社会责任议题并在报告中做有针对性的披露，唯品会基于媒体分析、行业特点分析、同行对标、利益相关方调研等结果，进行了重要性分析，获得以下重要性矩阵，并识别出12个高度重要性议题，8个中度重要性议题。唯品会CSR委员会对重要性分析结果进行了验证，并认可了该分析结果。

其中，利益相关方调研的时间为2017年5月4日至5月26日，我们通过问卷调查征求股东、客户、员工、供应商、社区成员、政府代表、非营利机构和媒体等利益相关方的意见，收到超过15,500份回复。



唯品会基于利益相关方调研结果，进行了重要性分析，获得以下重要性矩阵，并识别出12个高度重要性议题，8个中度重要性议题。



# 唯品会的可持续发展

在利益相关方调研过程中，“产品及服务质量”、“供应商管理”和“职业健康与安全”被识别为利益相关方最为关注的三个议题。

## 产品及服务质量

作为全球最大的特卖电商，唯品会从产品服务周期的每一处细节着手，为顾客提供最优质的商品及线上服务体验。唯品会以顾客权益为先，严格把控品牌甄选、资格审核、采购、仓储物流及售后服务各环节流程，并通过太平洋保险为顾客购买的每一件唯品会商品提供正品保障，配合自营物流体系和7天无理由退货等客户服务机制，全面保障用户畅享高品质商品和服务。通过不断提升服务水平，唯品会近三年的顾客满意度逐年上升。

## 供应商管理

作为与大量供应商合作的电子商务平台，唯品会有责任促成供应商持续改进其环境、社会和治理表现。唯品会将可持续发展理念贯穿于供应商筛选流程并严格执行。只有通过筛选的公司才能成为唯品会的供应商，参与唯品会的业务。

在合作过程中，唯品会通过现场考察持续评估供应商的可持续发展表现，向其提供反馈与帮助，督促其落实改进。通过与供应商的沟通，唯品会致力于最小化供应链中的风险。

## 职业健康与安全

确保员工的健康和安全是唯品会的首要任务。为尽量减少风险，唯品会参考414项适用的法律法规、302项标准、37项建筑规定以及63项消防安全管理程序，制定了全面的健康和安全管理体系统，以保护员工免受潜在的职业危害。此外，唯品会还提供培训课程和安全演习活动，帮助员工熟悉安全准则和应急处理程序。

从长远来看，唯品会将继续力保六个“零”，包括：

- 0 零环境事故
- 0 零火灾事故
- 0 零运输事故
- 0 零伤害
- 0 零容忍不安全的工作行为
- 0 零违反EHS（环境，健康及安全）规定和商业道德

其他列入重要议题的内容如下，详细内容请见相关章节。

唯品会CSR重要议题排序

(高度重要性议题以加粗字体显示)

#### 运营与治理

- 1 **经济效益**
- 2 **公平竞争**
- 3 风险管理
- 4 创新能力
- 5 **供应商管理**
- 6 遵循法律法规

#### 环境保护

- 7 **减少能源使用**
- 8 废污水处理
- 9 材料使用与回收
- 10 **物流运输**

#### 员工关爱

- 11 结社自由与集体协商
- 12 **职业健康与安全**
- 13 男女同工同酬
- 14 **员工沟通**
- 15 禁止强制劳动
- 16 **不歧视**
- 17 员工权利
- 18 员工多元化与平等
- 19 员工教育与培训

#### 产品责任

- 20 **顾客健康与安全**
- 21 **顾客隐私**
- 22 产品及服务标签
- 23 **产品及服务质量**

#### 社区投资

- 24 **社区投资**



唯品会

全球精选 正品特卖

经营绩效



# 经营绩效

## 经营策略

唯品会作为一家上市企业，公司的经营绩效对于董事会、股东、投资者和社会大众至关重要。唯品会持续保持中国电子商务行业的领军地位，扩大高净值市场份额以回应利益相关方的期望，2016年，唯品会通过优化商品来源、提高运营效率来进一步满足会员需求，全年总净营收达到566亿元人民币，比上年增长40.8%，呈现出更为强劲的增长势头。

更详尽财务表现信息请参阅唯品会年度报告和官方网站。

在持续提升经济价值的同时，唯品会心系社会福祉。一方面，唯品会创造就业机会，履行纳税义务，助力当地经济发展；另一方面，唯品会致力于将经济成果转化为对行业和本地社区的附加值，为内外部利益相关方带来正面影响，促进行业可持续发展。

2016年，唯品会在打击侵权行为，履行企业公民的社会职责和支持当地经济建设方面成为行业的中坚力量。

此篇章涵盖的重大性议题：

- 经济效益

## 年度经营策略

唯品会2016年的工作重点为“一个坚持，三个聚焦”。一个坚持，就是继续坚持特卖。不断延续特卖模式，坚持精选品牌、深度折扣、限时限量的特色，让品牌、商品、价格不断向最优化的方向靠拢。会员、商品和运营是唯品会业务中紧密联系的三大支柱。聚焦会员、聚焦商品以及聚焦运营。对市场需求和消费大数据进行实时分析，及时调整商品购入方案，不断贴合会员需求，确保销售额持续增长。

聚焦会员。面对快速变化的市场环境和会员购物需求，更加深入了解并适应会员的需求和变化，与时俱进。通过不断提升用户体验获，用户期望不断被超越，用户认可度持续提升，唯品会成为越来越多人首选的网购平台。

净营收

566 亿元人民币



聚焦商品。优质的商品是消费者首先并且持续选择我们的首要原因。与核心供应商共生共赢，加强深度合作，共同为消费者提供更好的商品。同时，积极强化买手能力，呈现给消费者真正精选的差异化、高性价比的商品。

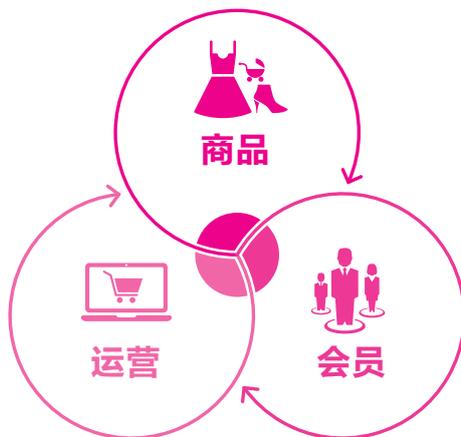
聚焦运营。2016年，唯品会不断改善运营方式，加快推进了个性化运营，通过大数据做到千人千面，同时，不断优化用户的互动体验，增强用户粘性。

同时，唯品会推行“前端个性运营，后端海量商品”的业务模式，基于外部消费者需求研究和内部顾客数据分析，聚焦人群精细化运营。为此，唯品会与供应商通力合作，聚焦商品竞争力，并通过持续的价格对比，保持商品的价格优势。通过“前端个性运营，后端海量商品”的业务模式，我们的供应链时刻处在灵活、动态的状态，为满足市场需求及时调整，帮助我们获得更优异的市场表现。

逾

20,000 家

合作品牌和供应商



“1个坚持，3个聚焦”战略，即坚持特卖定位，聚焦会员，  
聚焦商品，聚焦运营，带领唯品会获得更大的市场份额。

# 经营绩效

## 行业责任榜样



随着移动互联网的成熟，手机APP和社交媒体蓬勃发展，但各类侵权现象的出现为电商行业带来新的挑战。作为中国优秀电商企业的代表，唯品会以身作则，制定了《侵权销售行为管理》和《唯品会平台广告及商品信息发布规则》等一系列内部管控文件，保护商标、域名、专利等知识产权免受侵害。

在知识产权保护方面，唯品会与供应商紧密合作。我们的合作品牌和供应商逾20,000家，任何仿冒和侵犯商标权的行为都会被视为严重的集体侵害，绝不可姑息。唯品会主动建立了知识产权内容审查机制，制定了严格的“事前内容审查”和“事后调查”机制，所有的上线商品均需提供所有权证书，包括销售授权证书。同时，我们还设立了知识产权邮箱，任何人都可以通过该邮箱举报涉嫌侵权的行为，唯品会将根据举报展开追踪调查。

## 促进社会发展



唯品会不但提供了更多就业机会，还培养出大批电子商务人才

唯品会在保持自身蓬勃发展的同时，也促进了当地的经济的发展，其中对就业的贡献尤为突出。为了适应业务发展需要，唯品会不断壮大人才队伍，提供了更多就业机会。唯品会在美国硅谷设立了研发中心，分支机构遍布全球9个国家和地区；在国内，唯品大学则不断培养和输出国际电子商务人才。

依法纳税

25.6 亿元人民币



随着唯品会业务收入节节攀升，为当地经济贡献的税收收入也不断增长。2016年，唯品会依法纳税25.6亿元人民币。同时，唯品会与供应商共同发展，带动了合作伙伴的收入增长，也为合作方所在地的经济带来日益丰厚的税收贡献。

2016年，唯品会凭借优异而活跃的表现赢得了业界认可，获得了一系列的奖项：



《财富》2016年增长最快的100家公司，位居中国企业榜首，全球第二；



猎豹全球智库“2016中国电商购物类APP年度排行榜”第三名；



QuestMobile 2016年APP中国区Top1000：电商行业第三；



中国互联网协会、工业和信息化部信息中心发布的2016年中国互联网企业100强榜单，位列前十。



# 唯品会

全球精选 正品特卖

## 产品责任





# 产品责任

## 产品策略



唯品会从商品和服务环节的每一处细节入手，致力于为顾客提供极致的线上购物体验。从品牌甄选、资质审查、采购，到入库、出库、运输，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。面对顾客，唯品会不仅关注价格，更坚持正品采购，负责任的宣传，以及保护客户个人隐私。通过对服务环节的定期调查，唯品会不断改进，永远追求做到更好。

2016年，唯品会所有产品品类都符合产品责任的相关标准。

此篇章涵盖的重大性议题：

- 顾客健康与安全
- 顾客隐私
- 产品及服务质量

## 产品管理方法

唯品会严格遵守《国家产品质量法》、《消费者权益保护法》、《食品安全法》和《广告法》等保障产品及服务质量的法律法规。此外，唯品会还制定了一整套内部政策，在供应商管理、商品知识产权、商品安全、网络广告、商品描述、价格异常和售后服务等方面提供具体指导。

## 择优而选

为了给会员挑选最优质的商品，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。唯品会的商品采购来源广泛，涵盖国内外品牌、品牌指定的代理商、品牌分支机构和国际品牌驻中国办事处等渠道。我们还与各国领馆密切合作，与世界各地的知名品牌建立了长期合作关系。

唯品国际以“产地直采自营，正品免邮包税”为策略，凭借在全球10个国家和地区设立买手团队建立的选品优势，规模采购带来的价格优势，以及海外仓和国内保税仓的快速配送优势，使2016年跨境业务的订单实现100倍以上的快速增长。

根据《唯品会供应商管理条例》，品牌商需要提供零售规模的具体资料和相关合规材料。为了进一步保护会员权益，唯品会销售的每一件商品均由中国太平洋财产保险股份有限公司提供正品保险。通过会员反馈机制对品牌商采取动态监测，对于出现质量问题和违规行为的品牌商，唯品会将永不再合作。

根据易观智库最新发布的《中国跨境电商研究报告》显示，唯品国际以超过15%的市场占有率，跻身中国跨境进口自营B2C电商前三甲。

## 质量卓越

唯品会的综合质量检查体系以超越线上销售的行业标准为目标，通过制定《唯品会上线商品质量控制规范》，明确规定了上线商品质检流程，并着重加强了对于食品、化妆品、母婴用品和电器等高风险产品的管理。唯品会的产品质量和标准体系覆盖范围广泛，包括电器、服装、化妆品、家居用品、母婴产品、食品、配饰、玩具和体育用品等。

为了保证销售商品质量达标，唯品会对入库商品进行包装、标识、质量、安全和功能的全特性抽样检查。此外还建立了“神秘顾客”质量保障制度，监控所有在售商品。一旦发现商品有质量瑕疵，唯品会将立即将商品下线，并要求合作方整改，严重者将停止合作。

唯品会向广大消费者承诺持续提高商品品质。2016年，唯品会与国家认证认可监督管理委员会“云桥”系统进行对接，对涉及CCC认证的所有商品进行CCC证书核查。同时还投入逾1,100万人民币聘请独立第三方机构对3,000多个品牌进行产品成分材质检测以及甲醛、微生物、重金属等物理和化学物指标检测。

截至2016年末，唯品会已获得ISO 22000食品安全管理体系和ISO 9001质量管理体系的认证。

投入逾  
1,100万人民币对

3,000

多个品牌进行产品检测



## 满足顾客需求

唯品会通过“精选品牌+深度折扣”的规模经济效应为会员提供优质的商品，致力于为消费者带来“网上逛街”的愉悦购物体验，并以“超越期望”的方式回应消费者需求。

### 提升会员满意体验

唯品会不断优化升级唯品会的会员体系，根据会员的消费情况对其进行分类，消费越多，优惠越多。通过会员分级积分、积分货币化等方式吸引和保留忠诚会员。

唯品会一贯重视消费者权益保护。我们严格遵守消费者权益保护法，提前于新《消费者权益保护法》多年就制定并践行了“7天无条件退货”、退货物流补贴等措施。“7天无条件退货”对于已丢失小票或包装已拆的商品同样适用；唯品会为每件退货商品提供10元礼品券作为运费补贴。

唯品会将会员的反馈意见视为促进服务提升的宝贵资源。因此，我们每月开展客户满意度问卷调研，了解会员对于购物、物流、售后和客户服务等28个方面的体验。

在此基础上，唯品会通过数据挖掘，对整体用户体验、深入的个人用户体验以及群体用户体验等进行多维度的分析，力求为用户提供更好、更优质的服务体验。除此之外，唯品会与顾客进行面对面的沟通，增强对顾客期望的深入理解，为我们的持续改进服务提供坚实基础。

# 产品责任

## 客户服务体系

唯品会始终秉承“客户至上”的服务理念。通过客户服务体系，我们及时了解会员的需求，并向会员传递价值，建立互信。客服质量是保证会员购物体验的关键，唯品会一贯以来的良好声誉源自于客户满意度的不断提升。因此，唯品会将继续提升客户服务水平，为会员和公司创造更高的价值。

唯品会客户服务中心于2008年成立，并于2012年首设智能服务系统。客服中心现在已发展成为由1,700多名专业客服人员组成的庞大专业团队，为会员提供全天候高效便捷的客户服务，优化会员体验。



组成

**1,700** 多名

专业客服人员的庞大团队



2014年-2016年客户满意度调查结果显示，我们的客户满意度持续逐年递增。

	2016	2015	2014
通过电话调查	97.8%	96.2%	95.7%
通过线上调查	91.3%	89.7%	88.2%

## 保护客户隐私

唯品会一直高度重视会员的隐私和信息安全，通过高标准的信息加密与保密措施保证客户的信息安全。作为一家在纽约证券交易所的上市公司，我们的运营管理严格遵守包括《塞班斯法案》在内的安全合规要求，同时遵循国家的信息安全等级保护和个人信息安全相关的法律法规。

作为业内信息安全的先行者，唯品会获得了ISO 27001:2013信息安全管理体系等国内外标准认证，是全国首家将电商业务纳入信息安全管理体系范围的电商企业。唯品会通过完善的制度、技术、运营措施、24小时实时监控、定期企业自查和第三方监查，全方位确保会员在唯品会安全购物。

唯品会在信息安全管理方面不遗余力，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，将唯品会打造成一个能够真正令会员放心购物的平台。

在《南方都市报》2016年有关用户隐私政策的评选中，唯品会在50家参评的网络购物网站和APP的分类中名列前茅。

展望未来，唯品会将通过不断开拓互联网新技术和壮大信息安全团队，持续改进和升级安全系统，让会员更放心地享受购物乐趣。唯品会也将加强与相关政府的合作以及同行沟通，继续带领行业增强客户信息保护能力，提高互联网信息安全标准。

## 负责任宣传

为了保持电商购物平台的良好信誉，负责任的宣传及后台的严密管治必不可少。唯品会制定了《唯品会平台广告及商品信息发布规则》，严格规定所有商品的描述必须客观真实地反映商品的功能、材质和来源地。唯品会也要求供应商严格按照唯品会的商品标准，提供商品真实、准确的描述。为了更好地保护会员的权益，唯品会设立了专门的内部举报系统，鼓励员工举报任何过度或虚假宣传的产品信息。



参评

在网络购物网站中

**名列前茅**





# 唯品会

全球精选 正品特卖

## 供应链管理





唯品会

# 供应链管理

## 供应链策略



唯品会相信，在供应链中最大限度地降低风险，并最大限度地加强上下游的合作伙伴关系，将有助于提升顾客的购物体验。在强调产品及服务质量的同时，唯品会也重视供应商在环境、社会和责任管治方面的表现，为会员的购物体验提升附加值。

唯品会提倡与供应商进行多渠道的交流沟通，促进互惠共赢，关注环境和社会议题，共同实现可持续发展的愿景。

此篇章涵盖的重要议题：

- 供应商管理

## 供应链管理方法



唯品会建立了全面的供应商管理体系，包括制定了《供应商资质要求细则》、《供应商考察评分表》、《唯品会供应商管理条例》、《唯品会供应商准则》和《供应商违规行为处理规则》等规则，明确唯品会在产品及服务质量、环境和社会等方面的要求。

唯品会供应商准则：

供应链管理是业务可持续发展中的重要一环，唯品会应当带动供应链共同创造一个更美好的世界。为此，唯品会的供应商准则明确了以下方面的要求：

- 商业诚信
- 工资和福利
- 工作时间
- 无强制劳动和童工
- 反歧视政策和尊重人权
- 职业健康与安全
- 环境标准

所有供应商都应向其员工提供《唯品会供应商准则》的培训。

## 供应商概览

唯品会与全球知名品牌和供应商合作，为顾客提供超过20个品类的商品，包括服装、珠宝、化妆品、电子产品和食品等。我们的合作品牌累计逾20,000个，其中超过2,200个是全网独家合作品牌。

唯品会与全球知名品牌合作，为唯品会的顾客提供优质商品。

唯品会也十分重视非商品供应商对公司日常运营的支持。2016年，唯品会与来自全球各地的208个非商品供应商合作，致力于提升公司在IT设备、物流设施、包装物料、工程建设和行政服务等方面的运营效率。为拉动当地经济的发展，降低长途运输对环境的负面影响，唯品会在非商品的采购过程中会优先考虑本地供应商。

累计逾

20,000 个

合作品牌



合作与

208 个

非商品供应商



## 供应商可持续发展管理

为了管理好供应商的可持续发展表现，唯品会从供应商的筛选环节开始就把可持续表现列为考察重点。采用了严格的程序和标准，评估供应商的业务在可持续发展方面的影响。

为确保供应商在环境、社会和责任管治方面的合规表现，唯品会不仅审核其商务执照和税务登记，以及卫生许可证、食品生产许可证和工业产品生产许可证等行业相关证件，也实地考察其质量管理体系、创新能力、售后服务、环保活动、安保标准和版权问题等。在本报告期内，与唯品会合作的供应商没有发生使用童工和强迫劳动等事件。

同时，唯品会在技术和商务评估中也注重供应商在利益冲突、反腐惩治、职业健康与安全和社会责任方面的表现，优先考虑获得ISO 9000质量管理体系认证、ISO 14000环境管理体系认证和RoHS产品健康与安全管理体系认证的供应商。

除了促使供应商在业务合作中遵守合同条款以及《唯品会供应商管理条例》，对供应链保持持续的监测是维持其良好表现的关键。唯品会致力于在守法合规的基础上做得更好，在双方可持续发展的愿景下建立长期关系。唯品会与供应商合作，评估其可持续发展表现，为纠正和改进其行为提供必要的反馈，并跟踪其进度。

# 供应链管理

唯品会的各业务部门在定期监控供应商操守方面各施所长：



各部门通过上述的年度检查记录供应商的合规情况。如果供应商不能满足唯品会关于客户投诉、诉讼案件和守法合规等方面的要求，唯品会将中止与他们的合同。

### 从风险管理的角度管理公司供应链

供应链风险会给唯品会带来负面的商业影响，妨碍公司向会员提供优质的产品和服务。通过系统化的选择以及监控程序，唯品会设定了一系列评估角度，以识别供应链的风险来源。例如，唯品会将与物流工程、公司战略项目、公司重点物流设施或运营设施相关的，以及与唯品会有频繁业务来往的非商品供应商列为关键供应商，从而更好地做好风险管理并减少潜在影响，确保公司的业务稳定与服务品质。

2016年，唯品会负责风险控制的专业人员以实地考察以及沟通交流相结合的方式，对商务中心的供应链管理进行了深度的分析与评估。展望未来，唯品会将建立一个全面的风险识别机制，以了解供应商的主要以及关联业务，提升唯品会的可持续风险管理成效。

## 与供应商沟通



要建立运作良好的供应链，除了实行管控措施，与合作供应商进行开放对话也是重要的一环。公司每年开展供应商满意度调查，了解他们对唯品会运营的意见和建议。此外，我们还设立了专用邮箱，方便供应商及时提供信息与反馈。我们重视合作供应商的意见和建议，尽力提升彼此合作的成效与价值。

唯品会组织年度重点供应商沟通洽谈会，回顾过去的绩效，制定未来计划，并讨论促进可持续采购活动的战略愿景。

为了让品牌供应商充分利用唯品会线上平台，唯品会为合作供应商提供了相关培训课程，内容涵盖在线系统、财务、运营和客户服务等方面。此举有助于提升供应商对唯品会日常业务的了解，并助力创建最适合的采购和协作模式，提升双方的业务绩效和工作效率。





唯品会

全球精选 正品特卖

环境保护





# 环境保护

## 环境策略

唯品会一直积极致力于应对气候变化。我们对环境的影响主要来自办公室及物流仓库运营。通过建立与运营环境管理体系，推进电动汽车和可再生能源的使用，开发节能技术和管理方式，唯品会在持续减少自身的能源消耗和二氧化碳排放。

此篇章涵盖的重要议题：

- 减少能源使用
- 物流运输

## 环境管理方法

### 唯品会环境健康安全方针

《唯品会环境健康安全方针》规定了我们运营中环境管理的原则，明确了公司需要将生产经营活动对环境的影响最小化，确保高效利用原材料，创造一个无危害的商业环境，这是唯品会在运营中践行环境管理的指导性原则。

通过制定《唯品会环境健康安全方针》，唯品会明确了公司的环境责任，并由最高管理层进行监督。唯品会承诺将可持续发展贯穿至从办公室到物流仓库的运营全程。唯品会致力于实现以下的目标：

- 将生产经营活动对环境的影响最小化；
- 管理物流运输的过程中对环境的影响；
- 提高各部门的环境保护意识；
- 了解利益相关者对唯品会环境健康工作的建议。

### 环境管治

唯品会环境健康与安全委员会（简称EHS委员会）任命公司CEO为主席，由高级管理层、部门负责人、工会代表以及员工代表组成，负责推动公司在环境、健康和安全管理方面的工作，并收集委员会成员反馈，对于工作场所的安全相关事件展开及时调查。委员会成员每年召开两次会议，以评估并改进公司的EHS表现。

### 环境管理体系

唯品会的环境管理体系(EMS)由EHS委员会建立，是公司全面管理战略的组成部分，用于提升效率，增强利益相关方对公司的信心，为公司赢取竞争优势。

EMS体系的采用可以有效确保公司的运营守法合规，并能在降低环境影响和确保资源利用最大化的过程中提高管理层与员工的参与度。

公司的EMS体系接受外部审核。唯品会通过定期与员工、会员、股东、投资者、政府部门和社会公众等利益相关方的定期沟通，了解其对公司EHS工作表现的评价和建议。唯品会建立了内外部沟通渠道等应急管控措施，以减少突发事件及内在风险所带来的影响。

唯品会定期举办员工培训，内容涵盖EHS相关标准、中国政策法规和唯品会EMS体系，并提供案例分析，提升员工处理意外事件的能力。

## 能源管理



作为负责任的企业公民，唯品会积极履行法定职责，并努力做得更好。唯品会通过改良升级办公室和物流仓库的设备，减少能源消耗，降低温室气体排放。

唯品会建立了全面的能源使用监测系统，用以持续监测、评估和提升公司的环境表现。同时，唯品会设定了多种环境绩效指标，用于历年数据对比，以改进不足。唯品会对差异显著的能源和温室气体排放同比数据进行彻底调查，实施改进措施并监测改进成效。

2016年在公司业务与办公规模持续增长的背景下，唯品会总部办公室的用电量因为节能措施的实行而较上一年度减少28%。

### 能源使用

	单位	2016	2015	2016 较 2015 年
用电量	千瓦时	5,098,620	7,091,676	减少 28%

注：统计范围为广州总部办公室。

### 节能措施

2016年，唯品会推行了一系列节能措施：

- 各办公区原有50W钨丝灯逐步更换为低能耗的LED灯具；
- 各办公区公共电视机、广告灯、公共照明及地下停车照明系统改装为智能时控开关控制；
- 广新大厦一至三层的空调吊柜改为变频系统控制，噪音下降58%，能耗下降36%；
- 通过重新设计运输过程和优化运输路线，唯品会建立了全新的前置仓配送模式，有助于减少运输里程，降低温室气体排放。

# 环境保护

案例

## 投用电物流车

为了进一步减少碳足迹，2016年唯品会在广东、江苏、浙江、湖南、湖北、上海、福建、重庆、海南、天津和四川全国11个省份及直辖市的运营点投放了共计286辆物流电动汽车。电动车的使用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。考虑物流车的整个使用周期，电物流车由于来自燃料、税收等方面的成本优惠，与传统燃油车相比可以节省30%左右的费用，同时还可每年减少829.11吨二氧化碳排放量。

未来，唯品会将继续在各省分公司推进电动汽车的使用，计划在2017年增加至400辆。



唯品会使用环保物流车配送商品。

案例

## 2017年肇庆物流园区光伏发电项目

太阳能具有清洁、可再生等优点，开拓太阳能发电可有效降低公司运营对环境的影响。2016年，唯品会在肇庆物流园建设分布式光伏电站项目，利用14万平方米的物流园屋顶安装了太阳能电池板，为物流园的运营提供充足的能源。肇庆物流园区成为全国首个利用光伏新能源供电的电商物流园。

光伏发电项目于2017年3月投入使用，装机容量为10兆瓦，日均发电量超过2.5万千瓦时，累计每年可减少近1.3万吨碳排放，等同于种植30多万株小树苗。

唯品会在肇庆仓库屋顶安装的太阳能电池板能够提供充足的能源。



## 温室气体排放

唯品会按照《温室气体议定书》监测温室气体排放量。作为线上购物平台，公司的主要温室气体排放来自于电力使用，因此唯品会将减排战略的重点放在节能方面。

温室气体排放分类	单位	2016	2015	2016 较 2015
范畴一：企业的直接排放	吨（二氧化碳当量）	0	0	-
范畴二：企业运营消耗的电力、供暖、制冷等过程造成的排放	吨（二氧化碳当量）	3,213.9	4,470.2	减少了 28%

注：统计范围为广州总部办公室。

# 环境保护

## 包装材料

包装材料在唯品会的日常运营中扮演着重要的角色。唯品会制定了全面的包装废弃物管理政策，以最大限度降低包装废弃物对环境的影响。

作为电商行业巨头，唯品会每天处理数十万的商品。包装材料的广泛使用导致了资源的消耗和废弃物的产生。作为负责任的企业公民，唯品会采取积极措施减少仓库和配送中心的包装材料使用量及增加回收量，并持续跟踪包装材料的用量并定期回顾和改进相关措施。

### 公司回收废物总量

	单位	2016	2015	2016 较 2015
回收废物总量	吨	19.78	14.74	增长了 35%

### 物流中心创新管理办法

创新是唯品会的核心价值之一。为此，我们重视每个员工的创新建议，相信他们的建议对于提升公司运营效率至关重要。2016年，唯品会推出了《物流中心创新管理办法》，褒奖员工为了提高质量和效率而提出的行之有效的创新想法。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，提出建议的员工将获得奖励。

案例

#### 库位盒设计改进

唯品会对库位盒采用了新型设计，减少了原材料的使用，节约了制造和运输成本。

库位盒从原来的一页盒型改为自扣底型，生产速度提升了50%，而且大幅提升了对原纸的利用率，节约资源。

另外，以往的库位盒纸箱由供应商现场生产，十分耗时，且包装盒不能被重新折叠成纸板结构，在储存和运输过程中占据大量空间，导致了较高的运输成本。而新型的自扣底型库位盒能够折叠成纸板结构，更加便于运输，节省了运输空间和运输成本。

案例

#### 快递彩袋设计改进

我们对包装用的塑料彩袋进行了多方面的改进，使其变得更加环保的同时，也改善了用户体验。

- 增加了超大号的袋子，以替代原来用于包装大体积商品的编织袋，节省了采购成本
- 降低了彩袋厚度，减少了塑料的使用量
- 增加了易撕线设计，使客户不需要用剪刀等工具破坏袋子即可打开包裹，提升了用户体验

新型设计采用了易撕线设计，方便用户打开包裹，提升包装袋的二次使用。

新型的快递彩袋设计减少塑料使用量逾355吨，降低耗材采购200万元人民币。

## 水资源管理



尽管唯品会的业务性质不需要大量用水，唯品会仍然监测用水数据并努力减少水资源的使用。

### 公司内部用水量

	单位	2016	2015	2016 较 2015
用水量	立方米	93,276	104,760	下降 10%

注：统计范围为广州总部办公室。

### 节水措施

公司始终采取积极措施减少水资源的使用，包括引进直饮水系统和自动化水龙头。2016年，唯品会安装了直饮水系统，利用过滤的方式除去自来水中的沉淀物及溶解物。

2016年，在公司业务与运营规模持续增长的背景下，唯品会广州总部办公室的用水量上一年度下降10%，饮水费用较上年也节省了65%。



# 唯品会

全球精选 正品特卖

## 社区发展



师表立志 树人创举

唯品会腾冲支教开营暨爱心多媒体教室启用  
典礼 洁精美 勤学刻苦



# 社区发展

## 社区发展策略



唯品会积极参与公益活动 and 社区发展，成立了广东省唯品会慈善基金会，作为开展公益项目、支持社区发展的基础，主要关注教育助学、孤寡弱势、医疗救助和自然环保四个方面。唯品会还有一套完善的志愿者管理体系，鼓励公司员工积极参与社区发展，每名员工每年有一天带薪公益假用于参加公益活动。

此篇章涵盖的重要议题：

- 社区投资



2016年唯品会获得了一系列认可：

- 中国公益年会“2016年度中国公益企业”
- 第六届中国公益节“年度公益集体奖”、“公益创新奖”
- 中国绿化基金会首批中国绿色公益联盟企业认证单位
- 南方公益传播奖：唯品会APP“我的公益”入选十大公益传播案例



唯品会2016年公益支出分布

- 教育助学 **78%**
- 孤寡弱势 **10%**
- 医疗救助 **8%**
- 自然保护 **4%**



2016年社区发展成果

- 捐款总额  
近**2,200**万元人民币
- 员工志愿服务时长  
**44,820**小时



截至2017年6月，唯品会累计捐赠：

- 逾**7,000**万元人民币
- **6**所唯品会小学
- **1**所唯品会爱心幼儿园
- **12**间山区爱心多媒体教室
- **7**万余件物资
- 直接帮扶超过**15**万余人

## 唯品会APP“我的公益”平台



为了扩大唯品会在社区发展中的影响力，2016年，唯品会APP推出“我的公益”平台，采用“你走1公里，唯品会捐1元”的模式，将全国用户与受助项目的“爱心供与需”进行跨地域式的精准匹配与无缝连接。



### 走路就能做公益 连接“爱心供与需”

2016年，唯品会APP“我的公益”平台与100余家公益组织及高校合作，通过“你走1公里，唯品会捐1元”的爱心机制，在教育助学、孤寡弱势、医疗救助、自然环保四大领域开展150余个公益项目，吸引全国范围超过250万会员参与爱心里程捐赠，唯品会捐赠善款近2,200万元。作为一家快速成长的互联网企业，唯品会始终致力于用互联网思维探索公益事业的创新路径，连接爱心供需，将公益资源联结互通、精准匹配，持续激发全社会参与公益的良好氛围，传递更多正能量。

- 唯品会移动APP“我的公益”平台
- 逾250万名参与者
- 行走逾2,100万公里
- 捐赠近2,200万元人民币，超过80,000名受益者

### “运动+公益”让行走更有爱

唯品会通过“运动+公益”创新机制，倡导全民公益零门槛，成就“让行走更有爱”的潮公益善举。2016年，唯品会公益发起“520唯爱告白慈善夜跑”和“挑战冠军时间，接力直通里约”等健康公益活动；携手国际垂直马拉松、广州马拉松等10余个国内外著名赛事，选手每跑1公里，唯品会捐出1元善款，让赛事不止于运动；平台更吸引1487个专业跑团入驻唯品会公益，用爱心里程支持各种慈善项目，充分彰显年轻群体的潮范儿正能量，使“运动+公益”成为时尚健康的生活方式。

“让行走更有爱”的理念吸引了一众明星的大力支持。唯品会首席惊喜官周杰伦携手唯品会代言人昆凌，向全社会发出了“爱的邀约”。李亚鹏、姚明、贾静雯、六小龄童、刘芳菲、邓飞等众多怀揣公益梦想的“唯爱大使”纷纷响应，力荐“唯爱而行”的公益新主张。

# 社区发展



唯品会资助青少年教育，赋能贫困学子，更能进一步激发全社会的公益氛围支持青少年发展。



案例

## “你提名，我资助”圆学子读书梦

教育是唯品会社区投入的一个核心关注点。近年来，唯品会持续通过改善中国偏远地区的教育软硬件基础设施来支持青少年基础教育的发展进步。

2016年全年，唯品会通过“我的公益”平台捐赠近800万元帮扶了全国6,172名贫困学子，并在唯品会“12.8八周年庆”之际全面升级“唯品会公益助学计划”，以“你提名，我资助”的方式，鼓励社会大众通过唯品会APP“我的公益”平台为身边的贫困学子提名。2017年，唯品会计划将继续捐出3,000万元，为全国超过10,000名贫困学子提供助学帮扶。

## 案例

## 520唯爱告白慈善夜跑

在2016年5月20日“网络情人节”，唯品会举办了520唯爱告白慈善夜跑，吸引全国各地共11,244名跑友参加，完成了10,000公里募集目标。唯品会以1公里=52元的比例，捐出52万元善款建设4间山区多媒体教室，让孩子们能通过互联网认识外面广阔的世界。



唯品会举办慈善活动，促进社区发展，推广健康的生活方式。

## 案例

## “走路去里约”公益活动

2016年8月里约奥运会期间，唯品会携手中国青少年发展基金会和姚基金等3家公益组织，推出“冠军梦想计划”公益项目。全国167,508名跑友线上接力，成功挑战50万公里的募集目标，唯品会以1公里=1元的比例捐出50万元，让贫困地区热爱运动的孩子们的“冠军梦想”放肆闪耀。

# 社区发展

## 公益1+1



唯品会推出“公益1+1”项目，鼓励员工积极作为志愿者支持社区发展，员工每人每年可享受1天的公益假用于参与公益事业。2016年，唯品会员工志愿者参与了山区支教、特殊儿童教育、孤寡老人探访、物资收集与捐赠等活动，共有18,865名员工志愿者提供44,820小时的志愿服务。



唯品会员工在国内偏远地区支教。



唯品会员工积极参与志愿活动，服务孤寡老人。

案例

唯爱公益·义暖耆心

2016年冬天，唯品会举办“唯爱公益·义暖耆心”公益1+1大行动，筹集了保暖衣物、毛毯和棉被，通过“社区义工+企业义工”的模式组织超过3,000名志愿者，上门探访广州市2,000户贫困空巢老人，为贫困空巢老人带来精神和物质生活的双重关怀。



# 唯品会

全球精选 正品特卖

# 唯品人





# 唯品人

## 人力资源策略



员工是唯品会成功的关键所在。唯品会凭借自身团队为客户提供优质服务，助力公司业务蓬勃发展。唯品会采取了一系列的人才发展支持措施，包括提供有竞争力的薪酬，完善的沟通体制，健全员工培养体系，加强职业健康与安全文化建设，营造互相学习的氛围，以吸引、留住和发展我们的优秀人才，为唯品人营造积极的工作氛围。

本章所涵盖的重要议题：

- 不歧视
- 员工沟通
- 职业健康与安全

## 人力资源管理方法



唯品会严格遵守国家《劳动法》、《劳动合同法》和《妇女权益保障法》等相关法律。

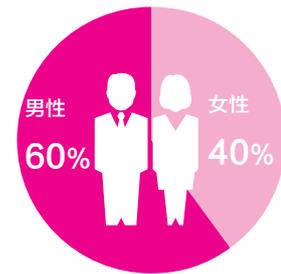
唯品会制定了全面的雇佣政策，致力于为所有员工提供公平与包容的环境，保护他们免受歧视，并倡导廉洁文化和道德行为。

## 支持多元文化环境

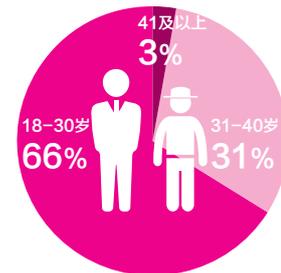


提倡多元文化，汇集各方人才是唯品会价值观中的一个重要元素。唯品会相信多元的工作环境是创新的驱动力。唯品会提倡包容就业，接纳个体差异，奉行公开、公平、平等的用工政策，以制度确保男女员工同工同酬，并严厉杜绝任何因性别、民族、年龄、国籍、婚姻状况、性取向、残疾、怀孕等情况而产生的歧视行为。

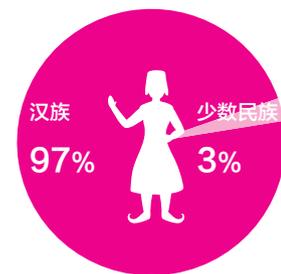
截至2016年12月31日，唯品会的员工超过45,000名，其中40%是女性，残疾人士占员工比例为0.4%。



性别比例



年龄分布



民族分布

	男性	女性
高级管理层	77%	23%
中级管理层	70%	30%
普通员工	60%	40%

# 唯品人

## 员工关怀



员工是唯品会的重要资产，唯品会珍视每一名员工，一直秉持“让员工幸福，让员工的家庭幸福”的愿景。在提供具有竞争力薪酬的同时，公司还不断优化员工福利机制，提升其幸福感和归属感。

### 完善的员工福利

唯品会严格遵守国家法律法规，为员工提供五险一金、法定假期及带薪年假及额外的两天带薪年假。公司医保100%覆盖全职员工，此外还为员工购买价值不低于30万元的意外伤害保险。

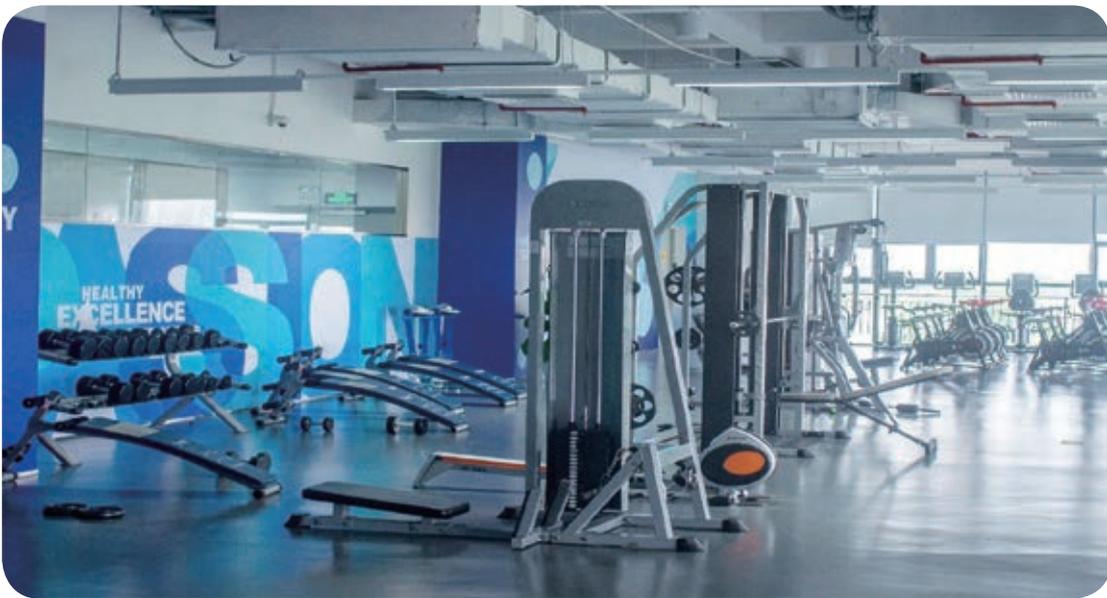
同时，公司还为员工提供有人情味的福利政策，例如在员工的生日、结婚和生育等人生重要时刻赠以贺礼或贺金，向有亲人住院或离世的员工提供慰问金等，营造具有人文关怀的企业文化。

唯品会认为工作与生活的平衡对员工的留任至关重要。唯品会提供弹性工作时间和在家办公等工作形式，满足员工的不同需求。

唯品会高度重视员工的身心健康，并配置了丰富的资源用以提升员工幸福感：

- 免费的年度体检
- 免费的健康餐饮和零食
- 消毒、整洁、安全的工作环境
- 医务室和咨询室
- 足球场、篮球场、健身设施、舞蹈室和瑜伽中心
- 唯品会图书馆
- 园林式物流园区办公室
- 各种文化、体育、公益兴趣社团
- 专业人员提供的医学和心理讲座

在执行对公司运营有重大影响的决策前，唯品会至少提前一个月通知员工，尽量减少对他们可能产生的影响。



唯品会为员工提供舒适的工作环境以及运动器材。

# 唯品人

## 唯爱基金

唯爱基金在2013年3月成立，坚持救急、救难的原则，发扬唯品会团结一心、助人为乐、互帮互助的友爱精神，鼓励员工帮助员工。这不仅有利于增强团队的号召力和凝聚力，更能及时把每一份爱心送给最需要关怀的唯品会人。凡员工加入唯爱基金后，自加入之日起至离职日期间均可享受唯爱基金之各项相关权益，如：疾病报销、生活困难补助、救急资金借出和其他需要捐助、救急资金借出和其他需要的捐助以缓解员工急难，体现唯品会团结一心的友爱精神。2016年，唯爱基金为165名困难员工提供了共计140万元人民币的善款。

提供了共计

**140** 万元

人民币善款



## 新生儿父母福利

唯品会通过提供产假和育儿设施支持在职父母。为了支持在职母亲，唯品会在广州的多数办公区设立了设施完善的母婴室。10余平方米的母婴室配备有箱柜，桌椅，空调和其他设施，为母亲们提供安静、舒适的私人空间。



唯品会母婴室，为在职母亲提供便利。

## 家长会假期

自2016年起，在职父母享有每年一天的家长会假期，用于参加家长会、子女汇报演出等学校活动。



📍 [102-41] > GRI指标内容索引

## 员工沟通



为了营造更好的工作氛围，为员工的工作、发展和自我价值的实现创造更好的条件，唯品会建立多种沟通渠道，为员工和公司的双向沟通奠定基础。同时，我们积极寻求和采纳员工的建议和意见，建立了多种沟通渠道确保与各级员工的有效沟通，汇聚公司上下每一个人的力量，让公司更加健康地发展。

唯品会全体员工都加入了工会。工会是公司内部重要的沟通组织，日常通过邮件等方式收集员工的建议。员工的意见通过每月的工会座谈会得到反映，并获得后续跟进和解决。2016年，每月的座谈会升级为深入跟进主题的2.0模式，全年共收集244个问题，其中96%得到解决。由于工会沟通委员会已经解决了提出的大多数问题，2016总的建议数量相较于去年降低了45%。

### 总裁午餐会

自2012年起，公司持续开展每月一期的总裁午餐会，唯品会的两位创始人、人力资源的副总裁以及多个部门的核心岗位人员都会出席。每月的沟通会让管理层有机会与员工进行互动，听取他们的心声，了解各部门面临的挑战，并讨论公司发展、日常工作和生活问题。沟通会的开展不仅让公司高层增进对基层的了解，同时也让员工更加了解公司战略，并接收到来自公司高层的鼓励和指导。

### 高层开讲啦

“高层开讲啦”是公司传递核心价值和重要信息的有效途径。演讲主题多样，包括人才管理、提升工作效率、发展与培训、创新、金融和销售等。员工可以跟高管近距离接触，了解公司重要信息和动向，并请高管解答自己的相关疑问。

### 员工BBS

为给员工们提供一个自由开放的交流平台，自2015年起，唯品会设立了员工BBS在线论坛，支持员工以公开或匿名的方式进行互动交流，深受员工欢迎。

唯品会定期举行年会、家庭日、运动会和周年庆典等活动来增强团队凝聚力。同时公司还成立了丰富多样的运动和艺术社团，支持员工发展不同的兴趣爱好，促进员工工作与生活的平衡。

### 员工敬业度调查

唯品会每年聘请专业第三方咨询机构开展员工敬业度调查，以加深与员工的沟通，了解员工的想法，不断改进与员工之间的沟通机制。

# 唯品人



## 培养学习文化



唯品会相信，学习型的工作环境是员工带动公司可持续发展的关键点。为此，唯品会致力于为员工提供适宜的学习环境与氛围，助力他们快速成长，帮助他们实现职业目标。

唯品大学自2014年成立以来，一直为员工传授实用的知识和技能，保障唯品会业务的可持续发展。课程涵盖多个方面，除了管理、技术、运营、商务等业务相关培训，还有沟通表达、职场技能、时间管理等培训，帮助员工提升个人综合素质。2016年10月，唯品会成立唯品大学商学院，持续培养电商人才，推动行业发展。唯品会的培训课程以线上、线下的形式同步进行，有效地提升了教育资源的利用率。

培训总费用支出：近**1100**万元人民币

培训参与总人数：**7,034**人\*

培训总时长：**41,263**小时

人均培训成本：**1,380**元人民币

人均受训时长：**6**小时

\* 此处不包含物流公司以及新员工。

2016年员工年度人均培训时长(单位:小时)

	男性	女性
高级管理层	6.28	6.28
中级管理层	6.28	6.28
普通员工	5.78	5.78

2016年员工培训的性别与职级比例

	男性	女性
高级管理层	3.57%	1.83%
中级管理层	17.79%	10.72%
普通员工	78.63%	87.46%

## 员工职业发展

为了给员工提供公平公正的职业机会,唯品会执行绩效考核评估,推广公平的晋升考核。每一年,员工都要接受绩效考核评估,通过年初的绩效目标设定,年中的绩效沟通和辅导,和年末的年终绩效考核评估,帮助员工清晰了解自己的职业发展情况。

所有具备晋升资格的员工都需接受晋升评审委员会或者晋升评审小组的评估。对于专业线的晋升,唯品会成立了针对不同序列的专业评审委员会(例如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),确保人才评估和选拔标准的一致性、公平性和客观性。



# 唯品人



## 案例

### 新征途培养计划

唯品会倡导员工拥抱改变，公益鼓励员工释放潜力，克服障碍，并不断从自我反思中学习。为此，我们在2015年开始设立“新征途培养计划”，有针对性地激励管理团队进行自我提升，截至2016年末已为50多位中高管量身举行定制化的领导力评鉴活动，举办了6期多元化课程研讨学习班。

## 案例

### 新领航计划

唯品会深刻理解领导力在业务发展中的重要性。领导者需要担当起员工成长路途中的指路明灯的角色，要在工作中不断激励员工精益求精。为此公司特别设计“新领航计划”，帮助唯品会的管理团队提升领导力，更好地带领团队前行。

“新领航计划”开始于2014年，主要面向中层干部，截至2016年末已向240名总监级以上的员工提供培训和帮助。该计划包括高端课程、户外团队活动、标杆学习、教练一对一辅导和V创业论坛等活动，邀请国内外知名专家学者、企业高管和实战教练参与，为公司中层管理者提供全方位的领导力提升和体验，推动唯品会的领导力素质模型和管理文化在企业落地生根。



## 增强安全文化



作为一家负责任、具有人文关怀的企业，唯品会拥有完善的职业健康与安全管理 体系。该体系参照407个国家安全生产法律法规、320个标准、37个建筑法规、 63个消防安全管理程序和7个食品安全法规制定而成，确保员工的健康与安全。

唯品会的安全与健康委员会监管公司内部的安全与健康事宜。该委员会由28名 成员组成，包括高级管理层、工会代表和子公司代表等。

2016年，唯品会努力达成“六个零”：

- 零环境事故
- 零火灾事故
- 零运输事故
- 零伤害
- 零容忍不安全工作行为和状况
- 零违反EHS规定和商业伦理

为提高员工的安全意识，唯品会在公司内部大力推广安全文化，每季度举行的消 防演习，有效提升了员工防火及应急处理的意识和能力。我们制定并推广了紧急 情况速查表，定期开展安全检查工作，提升了员工应对紧急情况的能力和工作环 境的安全水平。

# GRI 指标内容索引



GRI 指标	指标描述	对应章节	页码
一般披露 2016			
组织概况			
102-1	机构名称	关于本报告	2
102-2	活动、品牌、产品以及服务	关于唯品会 - 商业模式	6
102-3	机构总部所在的位置	关于唯品会 - 发展规模	7
102-4	机构运营所在的国家	关于唯品会 - 发展规模	7
102-5	所有权的性质及法律形式	关于唯品会 - 发展规模	7
102-6	机构所服务的市场	关于唯品会 - 发展规模	7
102-7	机构规模	关于唯品会 - 发展规模	7
102-8	员工数据	唯品人 - 支持多元文化环境	55
102-9	供应链	供应链管理 - 供应商概览	33
策略			
102-14	机构最高决策者声明	关于本报告 - CEO 致辞	4-5
102-15	主要影响, 风险以及机遇	关于本报告 - CEO 致辞	3
伦理与诚信			
102-16	价值观、原则、标准以及行为规范	关于唯品会 - 商业模式 唯品会的可持续发展 - 公司治理	6; 10
102-17	关于道德的关注与建议机制	唯品会的可持续发展 - 公司治理	10
治理			
102-18	治理构架	唯品会的可持续发展 - 公司治理 企业社会责任管理架构	6; 11
102-19	权力下放	唯品会的可持续发展 - 企业社会责任管理架构	11
102-20	经济、环境、社会问题的行政级别责任	唯品会的可持续发展 - 企业社会责任管理架构	11
102-21	咨询利益相关者经济, 环境以及社会话题	唯品会的可持续发展 - 利益相关方沟通	14

GRI 指标	指标描述	对应章节	页码
102-22	最高治理机构及其委员会的组成	2016 年唯品会年报	N/A
102-23	最高治理机构主席	2016 年唯品会年报	N/A
利益相关方沟通			
102-40	利益相关方名单	唯品会的可持续发展 - 利益相关方沟通	14
102-41	集体谈判协议	唯品会 - 员工沟通	59
102-42	识别和选择利益相关者	唯品会的可持续发展 - 利益相关方沟通	14
102-43	利益相关者参与方式	唯品会的可持续发展 - 利益相关方沟通	14
102-44	关键议题和关注事项	唯品会的可持续发展 - 重要性议题分析	15-17
报告概述			
102-45	合并财务报表包含的所有实体	关于本报告 - 报告范围	2
102-46	界定报告内容和主题边界	关于本报告 - 报告范围 唯品会的可持续发展 - 重要性议题分析	2; 15-17
102-47	重要性议题清单	唯品会的可持续发展 - 重要性议题分析	17
102-48	信息重述	无信息重述	N/A
102-49	报告变动	无报告变动	N/A
102-50	报告期限	关于本报告 - 报告范围	2
102-51	上一份报告的日期	关于本报告 - 报告范围	2
102-52	报告周期	关于本报告 - 报告范围	2
102-53	提供可回答报告或内容相关问题的联络人	关于本报告 - 报告范围	2
102-54	依据GRI标准的声明	关于本报告 - 报告标准	2
102-55	GRI指标内容	GRI指标内容索引	64-71

# GRI 指标内容索引

GRI 指标	指标描述	对应章节	页码
特定主题揭露			
经济			
经济绩效 2016			
103-1, 103-2, 103-3	管理方针	经营绩效 - 经营策略, 年度经营策略	20-21
201-1	产生和分配的直接经济价值	经营绩效 - 年度经营策略	20-21
间接经济冲击 2016			
103-1, 103-2, 103-3	管理方针	经营绩效 - 行业责任榜样 社区发展 - 社区发展策略	22-46
203-1	基础设施的投资与服务	社区发展	46-51
203-2	重要间接经济影响	经营绩效 - 促进社会发展	22
采购实务 2016			
103-1, 103-2, 103-3	管理方针	供应链管理 - 供应链策略, 供应链管理方法	32
204-1	当地供应商的支出比例	供应链管理 - 供应商概览	33
反贪腐 2016			
103-1, 103-2, 103-3	管理方针	唯品会的可持续发展 - 反腐败与反贿赂	12
205-1	评估有腐败风险的业务	唯品会的可持续发展 - 反腐败与反贿赂	12
205-2	反腐败政策和程序的沟通及训练	唯品会的可持续发展 - 反腐败与反贿赂	12
205-3	已确认的贪腐事件及采取的行动	唯品会的可持续发展 - 反腐败与反贿赂	12

GRI 指标	指标描述	对应章节	页码
反竞争行为 2016			
103-1, 103-2, 103-3	管理方针	唯品会的可持续发展 - 公平竞争	12
206-1	反竞争行为, 反托拉斯, 反垄断行为的法律行动	唯品会的可持续发展 - 公平竞争	12
环境			
物料 2016			
103-1, 103-2, 103-3	管理方针	环境保护 - 包装材料	42
301-1	所用物料的重量或体积	环境保护 - 包装材料	42
能源 2016			
103-1, 103-2, 103-3	管理方针	环境保护 - 能源管理	39
302-1	机构内部的能源消耗	环境保护 - 能源管理	40
302-4	减少的能源消耗量	环境保护 - 能源管理	39-41
302-5	产品和服务所需能源的降低	环境保护 - 能源管理	39-41
水 2016			
103-1, 103-2, 103-3	管理方针	环境保护 - 水资源管理	43
303-1	依源头说明的总耗水量	环境保护 - 水资源管理	43
303-3	水资源的回收再利用	环境保护 - 水资源管理	43
排放 2016			
103-1, 103-2, 103-3	管理方针	此主题于重要性评估中未被识认为重要, 因此不作揭露	N/A

# GRI 指标内容索引

GRI 指标	指标描述	对应章节	页码
305-1	直接温室气体排放（范畴 1）	环境保护 - 能源管理	41
305-2	能源间接温室气体排放（范畴 2）	环境保护 - 能源管理	41
305-5	温室气体减排量	环境保护 - 能源管理	41
有关环境保护的法规遵循 2016			
103-1, 103-2, 103-3	管理方针	环境责任 - 环境管理方法	38
307-1	不遵守环境法律法规	环境责任 - 环境管理方法	38
供应商环境评估 2016			
103-1, 103-2, 103-3	管理方针	供应链管理 - 供应商可持续发展管理	33
308-1	使用环境准则筛选的新供应商	供应链管理 - 供应商可持续发展管理	33
308-2	供应链对环境产生的负面影响以及采取的措施	供应链管理 - 供应商可持续发展管理	33
社会			
雇佣关系 2016			
103-1, 103-2, 103-3	管理方针	唯品人 - 人力资源策略, 人力资源管理方法	54
401-1	新员工和离职员工	唯品人 - 支持多元文化环境	55
401-2	只提供给全职员工（不包括临时或兼职员工）的福利	唯品人 - 员工关怀	56-58
401-3	产假	唯品人 - 员工关怀	58
劳资关系 2016			
103-1, 103-2, 103-3	管理方针	唯品人 - 员工关怀	58
402-1	关于业务变化的最低通知期	唯品人 - 员工关怀	56

GRI 指标	指标描述	对应章节	页码
职业安全卫生 2016			
103-1, 103-2, 103-3	管理方针	唯品人 - 增强安全文化	63
403-1	正式联合管理中的工人代表 - 工人健康和安全委员会	唯品人 - 增强安全文化	63
403-2	工伤类别、工伤频率、职业病、损失日数比例以及缺勤率	唯品人 - 增强安全文化	63
培训与教育 2016			
103-1, 103-2, 103-3	管理方针	唯品人 - 培养学习文化	60
404-1	每名员工每年接受训练的平均时数	唯品人 - 培养学习文化	61
404-2	提升员工技能和转型技能的援助计划	唯品人 - 培养学习文化	60-62
404-3	接受定期绩效及生涯发展审查的员工比例	唯品人 - 培养学习文化	61
员工多元化与平等机会 2016			
103-1, 103-2, 103-3	管理方针	唯品人 - 人力资源策略, 人力资源管理方法	54
405-1	机构高级管理层和员工的多样性	唯品人 - 支持多元文化环境	55
405-2	女性与男性的基本薪酬和薪酬比率	唯品人 - 支持多元文化环境	55
不歧视 2016			
103-1, 103-2, 103-3	管理方针	唯品人 - 支持多元文化环境	55
406-1	歧视事件和采取的纠正措施	唯品人 - 支持多元文化环境	55

# GRI 指标内容索引

GRI 指标	指标描述	对应章节	页码
结社自由与团体协商 2016			
103-1, 103-2, 103-3	管理方针	唯品人 - 员工沟通	59
407-1	机构和集体谈判自由可能受到威胁的行动和供应商	唯品人 - 员工沟通	59
童工 2016			
103-1, 103-2, 103-3	管理方针	供应链管理 - 供应商可持续发展管理	33
408-1	合作的供应商有使用童工风险的事件	供应链管理 - 供应商可持续发展管理	33
强迫或强制劳动 2016			
103-1, 103-2, 103-3	管理方针	供应链管理 - 供应商可持续发展管理	33
409-1	合作的供应商有强制或义务消除一切形式的强迫或强制劳动的重大风险事件	供应链管理 - 供应商可持续发展管理	33
人权评估 2016			
103-1, 103-2, 103-3	管理方针	唯品人 - 人力资源策略, 人力资源管理方法	54
412-2	员工接受人权政策和程序的培训	唯品人 - 培养学习文化	60
当地社区 2016			
103-1, 103-2, 103-3	管理方针	社区发展 - 社区发展策略	46
413-1	与当地社区参与、影响评估和发展方案的业务	社区发展	46-51

GRI 指标	指标描述	对应章节	页码
供应商社会评估 2016			
103-1, 103-2, 103-3	管理方针	供应链管理 - 供应商可持续发展管理	33
414-1	使用社会标准筛选的新供应商	供应链管理 - 供应商可持续发展管理	33
顾客健康与安全 2016			
103-1, 103-2, 103-3	管理方针	产品责任 - 质量卓越	27
416-1	评估产品和服务类别对健康和安全的影 响	产品责任 - 质量卓越	27
营销与标示 2016			
103-1, 103-2, 103-3	管理方针	产品责任 - 负责任宣传	29
417-1	产品和服务的信息及标签要求	产品责任 - 负责任宣传	29
客户隐私 2016			
103-1, 103-2, 103-3	管理方针	产品责任 - 保护客户隐私	29
418-1	关于侵犯客户隐私权或遗失客户资料有关的投 诉	产品责任 - 保护客户隐私	29
社会经济法规遵循 2016			
103-1, 103-2, 103-3	管理方针	产品责任 - 产品策略, 产品管理方法	26
419-1	在社会经济领域不遵守相关法律法规	在社会经济领域没有不遵守相关法律法规	N/A

唯品会  
全球精选 正品特卖