

## ● 温室气体排放管理

公司致力于成为中国零售行业绿色低碳转型的先行者与示范者，积极构建绿色低碳运营体系，从门店选址、设计建造，到日常运营、物流配送，直至废弃物处理，全方位贯彻绿色低碳理念，打造贯穿运营始终的低碳闭环体系。同时，公司培育绿色消费生态，持续推进清洁能源使用，推动绿色采购，优化物流网络，增强供应链气候韧性。

## 清洁能源使用

为响应国家“双碳”目标的总体部署，公司积极推进商场新能源设施建设，推动企业绿色低碳发展。报告期内，公司高效推进屋顶光伏发电系统建设，顺利完成光伏并网，年发电量达916,784千瓦时，相当于减少二氧化碳排放量752.68tCO<sub>2</sub>e。同时，子公司仙桃武商MALL采购新能源车替换公司出行车辆，全年油费同比减少60%。



光伏建设图

## 培育绿色消费风尚

武商集团积极引导绿色消费，扩大低碳商品与服务供给，创新低碳消费场景与激励机制，与消费者共建共享绿色生活方式。公司创新推出“国家补贴-至高享8折”家电专场，通过国家补贴与满减优惠，大幅降低消费者换新成本，推动高能耗家电淘汰，助力绿色智能家电普及。同时，公司成功引进新能源汽车项目，打造目前武汉市新能源汽车品牌集聚度最高、规模最大的购物中心展销场所“武汉名优消费展销中心——新能源车销售中心”，汇集了理想、小鹏、蔚来、特斯拉等12大品牌，为顾客打造沉浸式高端智慧新能源汽车的体验空间。

## 资源管理

### ● 能源利用

#### 治理

武商集团及各分子公司严格遵守《中华人民共和国节约能源法》等国家法律法规，制定《节能运行管理制度》《能源消费计量制度》等内部管理制度，持续完善能源管理体系。公司设置能源管理岗位，由物业资产部全面负责能源管理工作。同时，公司定期对能源计量工作进行监督检查，并将其纳入绩效考核体系，确保能源工作得到有效开展。

#### 战略

公司全面梳理能源消耗数据、设备运维台账等，结合政策动态及市场趋势分析，系统开展能源风险与机遇识别工作，形成能源使用风险与机遇清单。

风险/机遇类型	风险/机遇描述	发生的可能性	影响时间范围	预期财务影响	应对措施
风险	能源价格波动 公司以购物中心和超市为核心业态，空调、冷链、照明为主要用能场景，电力价格市场化波动，叠加极端天气导致的用能需求激增，导致能耗成本上升。	中	短中长期	增加运营成本	积极推动公司节能工作；优化空调运行参数，采用分区控温、错峰开启等方式降低能耗；定期清理设备，提升运营效率。
机遇	能源替代与效率提升 通过节能改造与清洁能源使用，有效降低能耗。	高	短中长期	降低运营成本	推进太阳能光伏电站建设，推进节能改造项目，建立长效用管理机制。

#### 影响、风险和机遇管理

公司建立能源计量数据台账，定期对数据进行汇总、分析，找出能源消耗的规律和存在的问题。通过与历史数据对比、同行业对比等方式，评估能源利用水平和节能潜力。同时，公司根据分析结果，制定针对性的节能措施和改进方案，并跟踪落实，从而不断提升公司的能源管理能力。

#### 指标和目标

公司结合自身经营特点及用能特性，设定清晰的清洁能源替代路线图，逐步提升清洁能源使用比例，并将整体要求细化到各部门、各单位，动态跟踪目标完成进度，及时优化调整管理策略。

指标	单位	2025年
汽油	吨	3.70
天然气	万立方米	178.51
柴油	吨	118.12
外购电力	千瓦时	287,674,311.70
外购热力	吉焦	39,928.70
可再生能源消耗量	吨标准煤	112.67
可再生能源消耗占比	%	0.29
能源消耗总量	吨标准煤	39,382.01
每百万营收能源消耗总量	吨标准煤	6.48

### 节能措施

为进一步贯彻习近平生态文明思想，公司及旗下各所属企业积极开展节能降耗相关工作，通过节能改造、用能设施管理、培训宣传等方式，打造高效低碳的建筑本体，培育全体员工的生态意识、环境意识、节约意识，推动绿色生活创建活动走深走实。截至报告期末，南昌武商MALL获得“一星级绿色建筑标识证书”，全面贯彻绿色发展理念。



一星级绿色建筑标识证书

节能降耗措施	
节能改造	探索实施购物中心照明节能改造、智能温度调节、油改气等项目。 对经营场所内电梯升级改造，根据顾客乘坐情况自动启停，降低耗电量，节约用电。 升级空调与新风系统，大幅降低温度调节所需能耗。
用能设施管理	定期清洁维护空调设备，确保其高效运行，避免因滤网堵塞增加能耗。
培训宣传	搭建合理化建议平台，鼓励全体员工积极参与，针对企业存在的问题建言献策。 定期组织能源管理培训，提高员工的节能意识和技能。

### 案例:武商城市奥莱卖场灯具节能改造项目

为进一步提升企业经济效益，降低能源消耗，走资源节约型企业发展之路，武商城市奥莱将能耗较高的灯具更换成LED灯具。照明节能改造后，灯具功率明显下降，用电量减少60%以上，综合节能率大于60%。



改造后灯具图片

### 案例:中央空调系统及水泵设备专项实操培训

仙桃武商MALL针对全体物业工程部技工开展“精益维保，节能降耗”专项培训，本次培训以中央空调系统及水泵设备为核心，采用“理论精讲+实操演练”模式，有助于提升技工在日常维保工作中主动发现和解决能源浪费问题的能力，将节能意识融入具体操作，实现设备运行能效提升。



专项实操培训

### ● 水资源利用

武商集团遵循《中华人民共和国水法》等法律法规及运营所在地要求，围绕节水管理建立并持续完善制度体系。公司用水来源主要来自市政供水，公司强化合规管理，专人跟踪相关政策更新，定期开展合规自查，确保取水许可、数据备案、费用缴纳等流程闭环；及时调整用水计划，避免超定额用水；定期检修排水管网、油水分离器等设施，杜绝污水直排或泄漏；配合水行政主管部门做好地下水水位、水质动态监测，留存完整记录。同时，公司以提高水资源的重复利用率为核心目标，将节水举措融入日常运营各环节，加强用水设备的维护和管理，推广使用节水器具和设备，强化全员节水意识。

指标	单位	2025年
新鲜水取水总量	吨	2,393,577.83
总用水量	吨	2,393,577.83
水资源消耗强度	吨/百万营收	393.70

### ✓ 案例:节能节水培训

为响应绿色运营号召，降低保洁环节能耗水耗，武商梦时代针对保洁员节能意识薄弱、水电使用浪费等问题，开展专项培训。培训涵盖节水与节能技巧，结合案例对比展示成本节约成效。培训后通过实操考核强化落实，既降低了商场运营成本，又践行了绿色环保理念，实现清洁服务与节能降耗双赢。

### ● 循环经济

公司积极传递节能减废理念，推广使用环保包装材料，旗下所有商场伞袋、超市、会员店购物袋均使用可降解购物袋、无纺布购物袋；对废纸及塑料包装用品进行集中回收处置，开展以旧换新、空瓶回收等活动，打造绿色门店。同时，各单位在食堂、卫生间等公共区域张贴宣传海报、文明标语，营造倡导绿色环保、勤俭节约的浓厚氛围；餐饮区采用可降解材料、分类垃圾，并推广环保餐具使用。2025年，公司共使用包装材料57.44吨。

### ✓ 案例:原材料循环利用

武商梦时代利用装修板材边角料组装成“萌兔之家”，借助电锯、手锯等工具，按照标记对板材进行裁切。从装修废料到宠物暖巢，既实现了闲置物料的二次利用，践行环保理念，又通过手工改造赋予板材全新价值，避免资源浪费。



萌兔之家

### ✓ 案例:以旧换新活动

襄阳武商MALL联合ECCO、兰蔻等品牌发起以旧换新绿色实践活动，掀起节能环保新风尚。活动通过旧鞋抵现与化妆品空瓶兑换积分形式，成功回收大量旧物，有效推动资源循环利用与节能降耗，强化公众环保意识。



以旧换新活动

## 绿色办公

武商集团积极营造绿色办公氛围，持续推进绿色办公体系建设，从日常运营细节入手，全面推行资源节约与环境保护措施，切实降低办公环节对环境的影响，构建“无废”办公空间。

武商集团绿色办公举措	
节约用纸	<p>推广使用电子合同、电子发票等，减少纸张使用。</p> <p>尽量双面打印，提倡按需印刷，避免资源浪费。</p> <p>推崇无纸化办公，优先采用OA系统、飞书等电子化流程。</p> <p>员工卫生间张贴节约用纸提示。</p>
绿色用电	<p>建立巡检机制，严格执行“人走关电”，对未按规定关闭电源的行为予以通报警示，并纳入部门考核。</p> <p>分时段、区域开关灯光，非上班时间按需开关灯光。</p> <p>优化设备运行，减少待机能耗。</p>
节约用水	<p>取水后及时关闭水龙头，禁止长流水。</p> <p>采用感应式水龙头、节水型马桶等。</p> <p>及时修复漏水、滴水等隐患，杜绝“跑冒滴漏”现象。</p>
减少一次性用品	<p>设置“分类回收箱”，员工按类别投放。</p> <p>鼓励员工使用可重复使用的杯具和餐具。</p>



倡议标识

## 环境管理

### 环境合规管理

#### 环境管理体系

武商集团严格遵守《中华人民共和国环境保护法》等法律法规，制定《物业管理服务标准》，并持续完善环境管理体系，由物业资产分公司统筹环境管理相关工作，系统化推动环境卫生维护与持续改善。截至报告期末，超市公司及江豚数科通过ISO14001环境管理体系认证。



超市公司环境管理体系认证证书



江豚数科环境管理体系认证证书

#### 环境风险管理

集团及各分子公司高度重视环境风险管理，通过定期开展环保检测、应急演练与环保培训等方式对公司的环境因素进行识别与评价，并制定相应的风险防控措施，实现环境风险的有效管控。报告期内，公司未发生环保违法违规事件与处罚。

#### 关键绩效

2025年，公司环保投入 1,332.81 万元；共组织开展环境应急演练 20 次；开展环保培训 60 次，参与培训 870 人次，环保培训时长 1,590 小时。

环境风险管理措施

应急预案	根据项目性质制定相应的《项目突发事件应急预案》，建立快速响应机制，并定期组织应急预案培训、演练。  制订《有害生物消杀预案》及有害生物防治计划，使用高效低毒消杀用品开展消杀，并做好事先通知以及现场警示标识，通知客户做好防范。
环境监测	制定并执行《环境因素识别与评价控制程序》，定期开展环境监测与环境因素识别评价，并出具检测报告及重要环境因素清单，保障环境风险可控。
环保专项检查	全年常态化开展环保专项检查，聚焦重点区域、关键环节精准排查，通过实地核查，及时发现并整改环境隐患，以高频次、严标准的监督检查，持续筑牢生态环境安全屏障。

✓ 案例:武商城市奥莱应急专项培训

为筑牢环境管理应急处置能力根基，武商城市奥莱聚焦应急预案落地实效，面向保洁人员系统性开展专项培训46场，通过理论讲解、场景模拟、实操演练等多元形式，全方位强化保洁人员应急响应、协同配合与风险处置能力，推动应急预案从“纸上”落到“事上”，为环境安全筑牢坚实人才保障。



保洁人员应急专项培训

● 污染物排放

武商集团严格遵守《中华人民共和国水污染防治法》《中华人民共和国大气污染防治法》等法律法规，积极践行绿色运营理念，着力加强污染物排放的全过程控制。

在餐饮废水与废弃物管理方面，武商城市奥莱对泔水实施密闭存放，落实防渗漏措施，并与专业清运机构无缝对接，确保存放、转运全程卫生可控，有效防范环境污染与异味扩散。此外，超市门店定期委托第三方专业机构开展空气质量检测并出具报告，持续优化经营场所环境，确保污染物的达标排放与合规处置。

关键绩效

2025年，公司废水排放量 195,172 吨，废水处置量 195,172 吨。

✓ 案例:武商城市奥莱升级设施强化排污处理效能

武商城市奥莱对核心排污设施进行系统性升级，以前沿的高效隔油与污水提升设备替换老旧装置，并通过整合管路，将商户排污系统与新建处理设施集中对接，实现了餐饮污水与生活污水的统一收集与预处理，有效降低了分散排放的环境风险。此外，项目还为隔油间配备了后台远程监控系统，集成故障报警、运行数据实时反馈功能，同步接入奥莱物业部指定服务器及电脑，由设备厂商提供专属实时监控报警平台，实现设备运行状态可视化管控。

● 废弃物管理

集团及各子公司严格遵循《武汉市固体废物污染环境防治办法》，制定《废弃物控制程序》，保障废弃物合规处置，通过源头减废、生产工艺升级、管理与运营优化等措施减少废弃物产生。

指标	单位	2025年
无害废弃物产生总量	吨	20.40
无害废弃物处置总量	吨	20.40
有害废弃物产生总量	吨	7.14
有害废弃物处置总量	吨	7.14

废弃物管理措施

<p>垃圾清运</p>	<p>根据实际情况合理设置垃圾管理设施，设置垃圾分类收集容器，分类管理、日产日清。武商城市奥莱制定《垃圾中转站管理规定（暂行）》，明确商户与垃圾站工作人员的协同责任，保障垃圾流转高效有序。</p> <p>建立标准化清运体系，实行回收利用与规范清运相结合，可回收部分统一归集回收，其余无害垃圾按规定频次交由合规单位清运处置。2025年，武商城市奥莱针对垃圾转运间空气异味问题，实施专项升级改造，通过加装除臭净化设备、优化通风管道等方式改善环境。</p>
<p>无害废弃物处置</p>	<p>可回收物经分类收集后，分拣、清洗、再加工复用；高热值废物进行焚烧发电并确保尾气净化达标；有机废物经微生物发酵，制成有机肥用于农业/绿化；一般工业固废则在符合环保标准的前提下用于制砖或路基填充等用途；不可回收物送入符合标准的卫生填埋场。</p>
<p>有害废弃物处置</p>	<p>废物按类别使用专用容器分开存放并明确标识，在符合防渗防漏等要求的暂存间内规范管理；所有危险废物均委托持有合规资质的单位，通过专用密闭车辆运输并全程追踪，严格执行转移联单制度与生态部门备案。</p>



案例:武商梦时代垃圾回收实操培训

培训聚焦商场场景痛点，详解可回收物、厨余垃圾，明确各楼层垃圾投放点位置及标识规范；实操环节模拟早中晚客流高峰，演示快速分拣、密封打包流程，强调餐饮区油污垃圾需双层包装防渗漏。同时培训清运路线规划，避开主通道及扶梯口，讲解清运车日常清洁与维护要点。培训后进行现场模拟考核，保障为顾客营造整洁有序的购物环境。



垃圾回收实操培训

## 生态系统和生物多样性保护

武商集团严格遵守环境保护相关法律法规，公司经营活动不直接影响生态系统、生物物种及其栖息地、生物遗传资源等。我们积极践行“尊重自然、保护优先、科学管理、持续利用”的原则，在场内构建多层次立体绿植体系，并设置天台及外场绿植区域，为提升城市生态系统保护作出贡献。



# 创新驱动提质效 安全筑基赢信赖

武商集团以创新驱动为发展引擎，持续迭代服务模式与消费场景；以产品安全与质量为立身之本，严守合规底线与品质标准；以客户服务为价值核心，打造全链路优质体验；以可持续供应链为生态支撑，保障经营高效与责任担当；以数据安全与隐私保护为信任基石，筑牢合规运营防线，多维度协同构筑起兼具竞争力与社会价值的产业生态。

## 本章

- 创新驱动 49
- 产品和服务安全与质量 53
- 数据安全与客户隐私保护 60
- 供应链安全 64



响应的SDGs



## 创新驱动

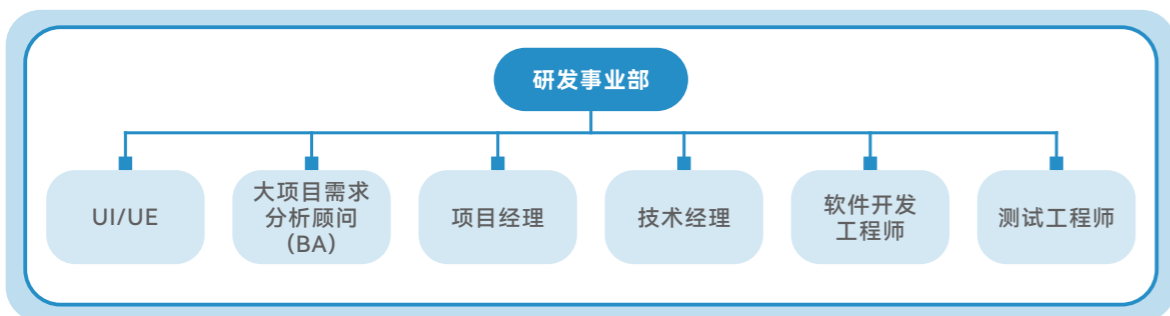
### ● 研发创新体系

#### 研发创新治理

集团高度重视研发创新工作管理，旗下江豚数科作为研发创新的归口单位，制定《研发管理制度》，明确由研发事业部统筹，项目经理、需求分析工程师、开发工程师、测试工程师等岗位协同，形成覆盖项目立项、需求分析、设计、实现、测试、上线及维护全流程分级管理模式，职责与汇报路径清晰，保障研发工作正规化、流程化推进。

#### 关键绩效

2025年，武商集团研发投入共计**1,045.12**万元，占营业收入比例**0.17%**。



研发创新组织架构图

#### 研发团队建设

江豚数科不断完善科研人才培养体系，搭建专业研发团队，项目管理组每两周召开项目经验分享会议，研发事业部通过定期专项技术培训、工具共享库搭建等多元方式，持续提升研发人员专业能力与协作效率，强化研发过程质量管控，助力研发创新项目高质量落地。

研发团队绩效		
指标	单位	2025年
公司研发人员总数	人	42
研发人员数量占公司总人数的比例	%	1
按性别划分		
男性	人	29
女性	人	13
按学历划分		
本科以下	人	1
本科	人	31
硕士	人	10

#### 指标与目标

目标	达成情况
2025年获得 <b>12</b> 项软件著作权	已达成
2026年获得软件著作权 <b>5</b> 个，实用新型专利 <b>4</b> 个，查新报告 <b>5</b> 个	正在推进

### ● 科技创新实践

#### 创新激励政策

江豚数科建立与研发创新深度绑定的激励及绩效机制，以激发研发人员的创新活力与工作积极性。在激励方面，针对项目经验分享成效突出的项目经理，每季度评选评分最高者给予现金奖励；对专项技术培训中表现优异的参与者，每季度给予现金表彰；同时设立杰出技术贡献奖，每季度表彰在重大技术难题攻关、开发效率提升类共享工具贡献等方面成果显著的研发人员。

#### 行业标准制定

公司深耕零售服务与数字化创新领域，积极参与行业标准化建设，参与1个国家标准，5个行业标准，共6个标准编制，结合自身在会员系统、客户管理、基础设施建设等方面的实践经验，将技术创新成果与服务优化心得融入标准条款，为规范行业服务流程、明确设施配置要求提供了实操性参考。

标准名称	标准类型
《城市配送网络体系建设指南》	国家标准
《百货店客户关系管理系统基本功能要求》	行业标准
《百货店服务设施要求》	行业标准
《购物中心等级划分与评定》	行业标准
《农产品产地冷链集配中心建设与运营规范》	行业标准
《电子商务绿色包装技术和管理规范》	行业标准

### ● 研发成果展示

2025年，江豚数科聚焦业务场景需求与用户体验提升，成功落地两项核心研发成果——营销互动管理平台与慧云生活平台。

#### 营销互动管理平台

营销互动管理平台围绕消费者互动与门店运营优化，打造四大核心功能模块及移动端共创生态：

会员消费问卷有礼系统	实现问卷设计、数据采集、礼品发放等功能，高效收集购物体验反馈，为门店服务优化提供数据支撑。
抽黄金活动	抽黄金活动的开发保障了活动公平性与趣味性，大幅提升品牌曝光度与用户参与度。
梦时代智能游逛功能	梦时代智能游逛功能融合定位导航、景点介绍与互动游戏，打造购物和娱乐一体化体验。
世贸老铺黄金排队小程序	世贸老铺黄金排队小程序的开发优化线下排队流程，在提升顾客满意度的同时收集消费数据用于后续分析和决策。

此外，通过搭建移动端共创平台鼓励用户分享购物心得与创意作品，有效增强用户粘性与社区氛围，助力企业与顾客实现双赢。

### 智慧云生活平台

智慧云生活平台作为综合性多业务管理平台，实现跨场景数据实时共享与联动，构建覆盖消费、停车、导航、餐饮等全流程的服务体系，实现各子系统数据实时共享联动，搭建统一客户数据库与营销管理模块，支持营销活动管理。

一卡通系统 pos	支持卡的申领、充值、消费、查询及微信、支付宝、银联等多种支付方式，可与其他子系统数据同步并生成客户消费画像。
账户管理	支持用户注册、登录、信息修改与支付方式绑定，实现便捷支付、明细记录、多渠道充值退款及消费积分累计与兑换功能。
停车场平台	通过入场识别、车位引导、多方式缴费及出场管理，实时监控车位使用情况，为客户提供便捷停车服务。
车位管理	可动态显示剩余车位，借助车牌识别技术实现车辆快速进出，支持多种缴费方式，提供停车记录查询与反向寻车功能。
智能导视平台	具备信息发布、导航指引、营销展示功能，可基于客户位置与消费习惯多终端推送个性化信息。
地图导航	提供室内外高精度导航，支持语音交互与触摸操作，可推送个性化优惠及公告，同时收集数据为商家提供决策支持。
餐饮系统平台	实现菜品管理、订单处理、餐桌预订及与一卡通对接的收银结算，能分析客户餐饮偏好并为营销提供数据支撑。
菜单展示	以图文形式呈现菜品详情，支持在线点餐、外卖配送、订单实时跟踪及用户就餐评价反馈功能。

## ● 知识产权保护

### 知识产权管理体系

公司严格遵守《中华人民共和国专利法》《中华人民共和国著作权法》等相关法律法规，知识产权规范使用方面，公司制定并施行《关于武商集团规范使用正版字体的通知》，明确字体正版化要求及违规责任界定。知识产权保护方面，制订了系统性的商标续展规划（其中2025年已完成42件商标的续展工作）。针对新疆石河子市武商百货店企业名称权侵权事件，启动维权程序，开创全国跨区域内保护企业字号的先例。同时聚焦AI领域知识产权风险防控，形成覆盖数据合规、权属固化、争议应对的管理思路。截至报告期末，武商集团共获得软件著作权累计数12个。

### 知识产权管理培训

公司高度重视员工知识产权意识与合规能力培养，结合日常业务场景中面临的实际风险，针对性组织开展知识产权相关培训，助力员工掌握风险防控要点。

## ✓ 案例：“知识产权与人工智能”专项培训

4月26日，综合管理部质量控制组组织江豚数科全体员工开展“知识产权与人工智能”专项培训，通过视频学习、案例讨论等形式，讲解AI领域知识产权风险及合规解决方案，有效提升了全体员工的知识产权风险防控意识与实操能力。



江豚数科“知识产权与人工智能”专项培训

### 知识产权保护措施

公司从合规使用、风险防控、意识提升三个关键层面加强知识产权管理，全方位保障知识产权使用合规与创新成果安全。

保护措施	具体开展情况
字体正版化规范	购置授权字库产品，明确使用权限与期限，要求各单位自查历史商用图文，杜绝盗版字体使用。
AI风险源头防控	对AI训练数据进行穿透式审查，优先选择合规数据源，通过技术手段固化数据清洗流程。
权属争议防范	采用区块链存证、登记等方式，固化AI生成内容相关权益，降低归属争议风险。
全周期争议应对	建立“预警—协商—抗辩”机制，针对知识产权潜在争议及时处置，保障企业合法权益。

### 科技伦理

公司在日常经营活动中，不涉及科技伦理相关内容，所运用的技术和开展的活动，均遵循现有的法律法规和行业标准，不存在因科技伦理问题而产生的潜在风险。

## 产品和服务安全与质量

### 治理

武商集团严格遵守《中华人民共和国产品质量法》等相关法律法规，制定了《商品质量管理办法》《商品“三包”管理办法》等管理制度，明确了从商品引进、验收、上柜销售到售后“三包”的产品全生命周期质量管控要求。各购物中心企业也结合自身经营业态与区域特点，制定了针对性的实施细则，武商MALL·世贸建立《商品质量管理规范》《商品质量、计量管理规定》，十堰武商制定《商品质量和服务规范承诺制度》《商品质量监督管理制度》《食品质量管理制度》。

在治理架构方面，各零售企业对各自商品引进质量把关，集团现场运营管理部负责统筹监管；各购物中心企业指定部门及相关高级经理或以上管理人员分管商品质量、计量管理工作；超市企业由营运部负责商品质量管理工作，设专职及兼职质检员，依照门店定期自查和营运部抽查相结合的方式全面监控、管理商品质量。

### 战略

基于商贸零售行业竞争格局、消费需求变化及公司价值链各环节运营特点，结合现有质量管理、服务规范等制度，公司梳理出与业务强相关的核心风险与机遇。

风险/机遇类型	风险/机遇描述	发生的可能性	影响时间范围	预期财务影响	应对措施
风险	商品进货查验不严、存储不当或售后“三包”执行不到位，导致商品质量问题引发投诉、退货及品牌声誉受损。	高	短期	运营成本增加、营业收入降低	1.严格执行《商品质量管理办法》，落实“谁引进谁负责”原则，加强供应商资质审核与商品售前验收； 2.按《商品“三包”管理办法》规范退换货及维修流程，建立客诉快速响应机制； 3.定期开展商品质量自查与抽查，对不合格商品及时下架。
	一线员工服务标准执行不到位、客诉处理不及时，影响顾客满意度与复购率。	高	短期	营业收入降低	1.依据《购物中心企业服务标准手册》开展常态化服务培训与考核； 2.落实《优质服务强化整改方案》，明确客诉分类处理流程与考核机制； 3.建立服务质量回访制度，收集顾客反馈并持续优化服务流程。
机遇	消费升级背景下，顾客对优质商品、智能服务及个性化体验的需求提升，为高端商品引进与智慧服务场景落地提供空间。	中	中长期	营业收入增加	1.优化商品引进结构，重点引入国内外名优品牌及特色商品，符合公司市场定位； 2.推广智能导视、线上缴费、会员精准营销等数字化服务，提升消费体验； 3.强化VIP会员服务与社群运营，通过定制化服务增强客户粘性。

### ● 影响、风险和机遇管理

公司通过明确各部门及岗位责任，采用日常检查、专项审计、市场调研等多元方式识别和监测风险，对发现的问题及时整改，同时结合行业竞争与市场需求优化产品与服务，确保风险可控、机遇可控。

管理流程	管理措施
风险识别	梳理风控合规“三张清单”共200条风险点，覆盖商品采购、销售、售后等环节；通过日常卖场检查、客户投诉反馈、市场竞品调研等方式，收集内部运营及外部市场的质量与安全风险信息。
风险评估	对识别的风险按影响范围、严重程度分级，重点关注商品质量不合格、价格违规、食品安全等高频风险，结合业务实际制定差异化应对策略；对新引进品牌、调价商品等重点环节开展专项风险评估，审核资质与合规性。
风险应对	开展常态化内部质量检查，每周排查卖场商品标识、标价签规范、商品质量等情况；定期组织物价质检专项工作，每季度形成物价质检工作报告；对餐饮后厨卫生、特种设备运行等关键领域进行不定期抽检，留存检查记录与整改痕迹。
风险监控	对检查发现的问题及时通报相关部门跟进整改，理货区复查整改效果；强化供应商管理，严格执行准入审核、证件备案及动态评估；完善应急处置流程，针对食品安全、设备故障等突发事件制定应急预案并开展演练。

### ● 指标与目标

#### 指标

指标	单位	2025年
年度质量内审次数	次	76
聘请第三方机构抽检次数	次	2
质量培训人次	人次	103,447
质量培训总时长	小时	18,449
质量培训次数	次	973

#### 目标

目标内容	达成情况
严格落实质量文件中“成品检验全流程管控”要求，建立不合格品追溯与召回机制	正在推进
全年产品抽检合格率不小于99.8%	正在推进

### ● 产品质量管理举措

#### 产品质量监督与抽检

各零售企业现场管理部/营运部设定产品质量监测机制，每季度对卖场在营商品开展全面抽检并形成《商品质量检查情况通报》，涵盖商品外观、标识标注、材质成分、安全性能等关键维度，同时配合市场监督管理部门完成产品抽样检验，对计量器具、食品安全等重点领域开展专项检测，确保抽检商品合格率保持高位。报告期内，各零售企业现场管理部/营运部对各卖场抽查商品品种3,220种，数量32,256个，抽检商品全部合格。

#### 产品全生命周期管理

武商城市奥莱推行产品全生命周期质量管理模式，运营管理部作为产品全生命周期管理的归口部门，在“上柜端—销售端—售后端”全流程采取系统化管理举措。

上柜端	销售端	售后端
<p><b>新品审批:</b> 新品牌、新品种需经多层级审批，提交质检报告、授权文件等，审批不合格不得上柜。</p> <p><b>上柜验收:</b> 执行“售前验收制度”，核对商品与报审信息一致性，检查价签真实性、唯一性，去除其他商场标识。</p> <p><b>物价规范:</b> 明码标价，使用统一监制标价签，标注品名、规格、产地等七项信息，禁止价格欺诈。</p>	<p><b>日常抽检:</b> 定期对商品质量、物价、标识进行自查与抽查，发现问题限期整改。</p> <p><b>促销管控:</b> 促销商品需审批，明确让利范围与价格，花车特卖商品需覆盖原标价，确保质价相符。</p> <p><b>客户反馈:</b> 设立意见反馈机制，及时处理质量投诉，跟踪整改效果。</p>	<p><b>退换货管理:</b> 按流程处理退换货申请，核查商品状态，确保合规退款。</p> <p><b>违规处理:</b> 对证件不全、质量不合格厂商，采取罚款、商品下柜、清退等处罚措施。</p> <p><b>品牌清退:</b> 对连续业绩不达标、质量问题频发的品牌，按末位淘汰制执行清退流程。</p>

#### 产品召回

武商集团不涉及产品的直接生产，作为商品零售经营主体履行产品召回相关协助和配合义务。在常规退货保障方面，公司制定《购物中心企业七天无理由退货服务细则》，明确消费者在各购物中心企业购买商品后，7天内未使用商品、未破坏原包装且不影响商家二次销售的，参与该服务的柜台将无条件配合退货申请，保障消费者自主选择权。

## ● 客户服务管理

### 客户管理体系与制度

公司严格遵守《中华人民共和国消费者权益保护法》《中华人民共和国产品质量法》等相关法律法规，与下属购物中心企业制定并实施一系列客户管理相关制度，明确服务理念、服务流程、服务标准、投诉处置、质量监督等核心要求，为客户服务管理提供坚实制度支撑。

#### 武商集团及下属公司部分客户服务管理制度

《武商集团现场管理办法》	《武商梦时代现场管理标准手册》
《服务投诉平台管理办法》	《世贸广场全优质量管理文件》
《武商集团购物中心企业服务标准手册》	《十堰武商服务质量管理制度》
《武商集团超市门店服务标准手册》	《优质服务强化整改方案》
《武商集团一线员工服务话术手册》	《商品质量和服务规范承诺制度》

集团设置现场运营管理部作为客户服务管理的归口部门，统筹推进服务体系建设、制度落地、监督考核等工作；各购物中心企业设立现场管理部，具体负责所辖购物中心的客户服务日常管理，包括一线员工服务规范执行、服务质量检查、客户投诉处置等事宜，形成层级清晰、责任明确的管理架构，确保客户服务各项举措层层落实、高效推进。

### 客户服务管理措施

#### 标准化服务规范落地

公司制定《购物中心企业服务标准手册》《超市门店服务标准手册》等文件，明确服务全流程规范。员工遵循“服务三S精神”，以迅速、微笑、诚意的态度接待客户，实行普通话服务，熟练掌握服务敬语与禁语，杜绝不规范服务行为。针对卖场员工、收银员、总台员工等不同岗位，制定专项服务规范，从仪容仪表、接待礼仪、沟通技巧到业务操作，均设定明确标准，确保服务一致性与专业性。

#### 应对客户投诉

公司制定《服务投诉平台管理办法》，开通服务投诉平台和投诉热线，作为线上消费者反馈意见的平台。集团现场运营管理部负责服务投诉平台的搭建及运行监管工作，负责投诉热线的受理、转办和处理跟进；各零售企业现场管理部负责平台的日常运行维护工作及投诉热线的处理工作。公司及各零售企业设立线上、线下、热线相结合的投诉处理机制，规范化对待消费者投诉，在消费者投诉中收集改进和创新服务的信息。

### 线上投诉处理流程

- **步骤一** 消费者线上投诉（建议）
- **步骤二** 各零售企业现场管理部指定专人处理消费者投诉（建议）
- **步骤三** 由各零售企业现场管理部专人将投诉（建议）按楼面（部门）进行转办（以OA形式）
- **步骤四** 由各楼面、部门将处理意见由楼面经理（部门负责人）确认后（以OA形式）反馈至现场管理部指定专人
- **步骤五** 现场管理部指定专人汇总后交现场管理部高级经理确认，由指定专人在线上进行回复

### 线下投诉处理流程

- **步骤一** 消费者到总服务台提出投诉（建议）
- **步骤二** 总服务台礼仪员将投诉（建议）转至现场管理部/部门进行相关处理
- **步骤三** 现场管理部/部门向总服务台反馈处理结果
- **步骤四** 总服务台指定专人将投诉及处理意见录入“武商集团服务投诉平台”

### 投诉热线处理流程

- **步骤一** 消费者通过热线投诉
- **步骤二** 集团现场运营管理部专人（值班人员）受理登记并转至各零售企业
- **步骤三** 各零售企业现场管理部将投诉（建议）按楼面（部门）进行转办（以OA形式）
- **步骤四** 各楼面、部门将处理意见由楼面经理/部门负责人确认后（以OA形式）反馈至现场管理部指定专人
- **步骤五** 现场管理部指定专人整理后交现场管理部高级经理确认，由指定专人电话回复并录入