

# 可持续发展白皮书



目录CONTENTS

01

|        |    |
|--------|----|
| 责任经营   | 19 |
| 责任故事   | 21 |
| 我们的理念  | 22 |
| 坚持稳健运营 | 24 |
| 恪守商业道德 | 26 |
| 可持续供应链 | 29 |

|         |    |
|---------|----|
| 关于本报告   | 01 |
| 关于印力集团  | 02 |
| 董事长致辞   | 09 |
| 总裁致辞    | 11 |
| 可持续发展管理 | 13 |

02

|        |    |
|--------|----|
| 绿色低碳   | 31 |
| 责任故事   | 33 |
| 我们的理念  | 34 |
| 推进绿色建筑 | 36 |
| 践行绿色运营 | 40 |
| 应对气候变化 | 45 |

03

|        |    |
|--------|----|
| 同心同行   | 47 |
| 责任故事   | 49 |
| 我们的理念  | 50 |
| 优质客户服务 | 52 |
| 保障员工福祉 | 58 |

04

|        |    |
|--------|----|
| 社会共生   | 67 |
| 责任故事   | 69 |
| 我们的理念  | 71 |
| 共建美丽社区 | 72 |
| 投入社会公益 | 75 |

05

|        |    |
|--------|----|
| 数智科技   | 79 |
| 责任故事   | 81 |
| 我们的理念  | 82 |
| 创新数智运营 | 84 |
| 维护信息安全 | 91 |

|            |     |
|------------|-----|
| 未来展望       | 93  |
| 附录         | 95  |
| GRI指标索引    | 95  |
| ESG数据指标绩效表 | 101 |





# 关于本报告

本报告是印力商用置业有限公司发布的首份可持续发展白皮书，旨在全面展现印力集团自成立之日起于可持续发展方面的理念、重要措施及成效。

## 报告范围

本报告的编制范围覆盖印力集团对财务和运营政策及措施控制权或重大影响的所有实体。

## 称谓说明

为便于表述和阅读，本报告中的“印力集团”“印力”“本集团”“集团”“公司”“我们”指代印力商用置业有限公司。

## 编制依据

本报告主要参照全球报告倡议组织（GRI）发布的《可持续发展报告指南》香港联合交易所《环境、社会及管治报告指引》（ESG 报告指引）进行编制。

## 报告流程

报告的编写流程参考上述标准的要求，按照同行对标、问卷调研、利益相关方访谈、信息收集、信息复核、报告撰写、管理层审定等步骤进行，以确保报告内容的完整性、实质性、真实性和平衡性。

## 数据说明

报告使用数据来源包括公开数据、内部相关提及报告、第三方调研、行政文件及报告等。

## 报告获取

本报告呈现为可持续发展白皮书形式，电子版已上载本公司官方网站 [www.scpgroup.com](http://www.scpgroup.com)。

如您对印力集团可持续发展白皮书及管理实践有任何建议和意见，可通过以下方式与我们联系：ESG@scpgroup.com。

# 关于印力集团

## 公司概况

印力集团于 2003 年成立，以国际化的视野专注于购物中心投资、开发和运营管理，业务贯穿商业地产领域的全价值链。

2005 年创立印象系列品牌，以定位为区域型消费中心的“印象城”品牌提供商业运营服务，并逐步发展出社区级生活中心“印象里”，以及城市级体验中心“印象城 MEGA”。

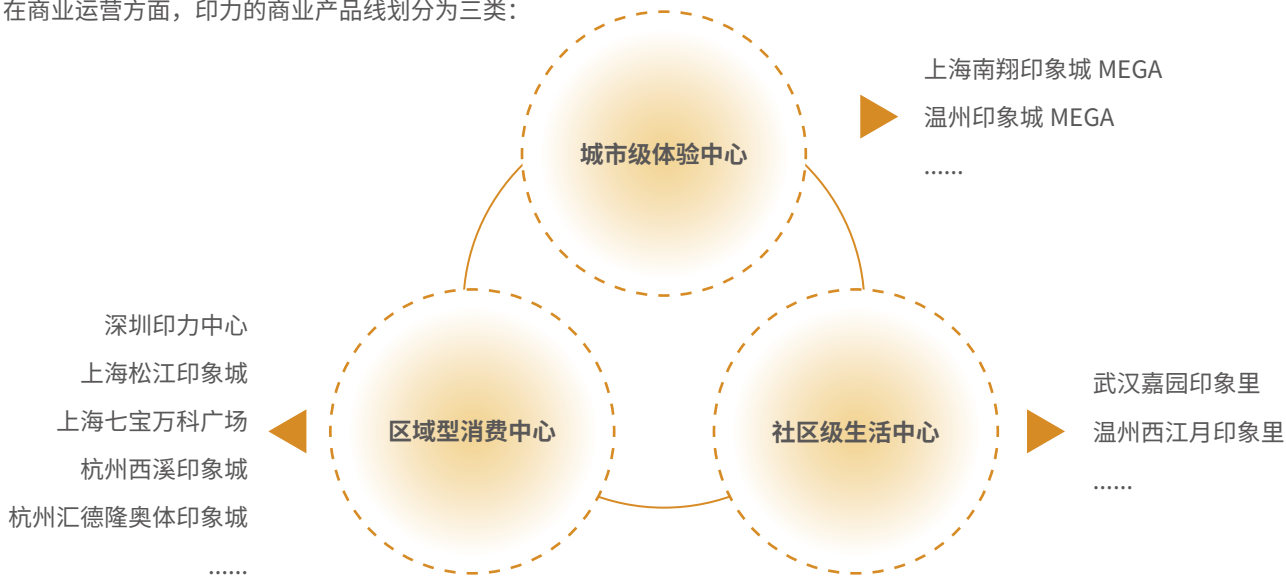
印力始终面向城市主流家庭提供美好生活体验，从第一代沃尔玛单体店项目以满足人们的基本物质生活需求为主，到新一代产品打造消费中心、生活中心、情感中心，在满足人们的消费需求之上，融入更多生活功能，建立有记忆、有温度的情感链接。

2016 年，印力成为万科集团成员企业，是万科城市建设服务商战略的重要组成部分。截至 2022 年 12 月，印力集团运营管理项目超 150 个遍布全国 50 多个城市，资产规模近 1,000 亿，管理面积超 1,200 万平方米。

印力将一直秉承“以客户为中心”的理念，为城市主流家庭的美好生活提供品质体验，为推动城乡建设与消费升级贡献力量。

印力集团高度重视科技与购物中心有机结合，从赋能业务、融入业务到助推业务，具备输出全套管理系统能力。截止 2022 年 12 月，累计会员超过 2,200 万，月活会员 230 万 +，通过对商场的数字化建设，建立空间运营管理的智能化、节能化；线上 + 线下运营，提供本地生活的线上服务，打破经营空间的物理和时间限制。

在商业运营方面，印力的商业产品线划分为三类：



截至 2022 年 12 月，  
印力集团的运营管理项目超

150+ 个

遍布全国

50 多个城市

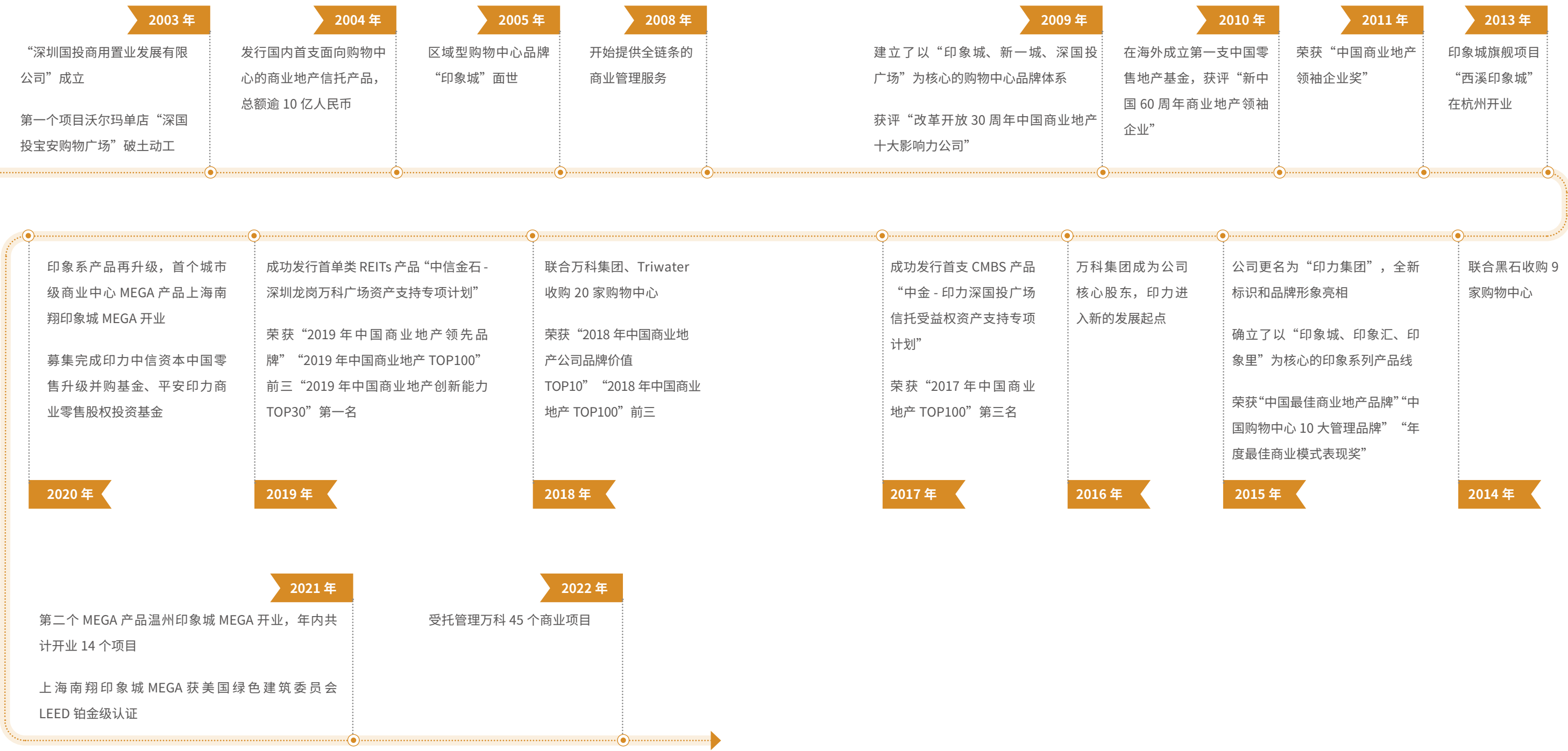
资产规模近

1,000 亿

管理面积近

1,200 万平方米

发展大事记





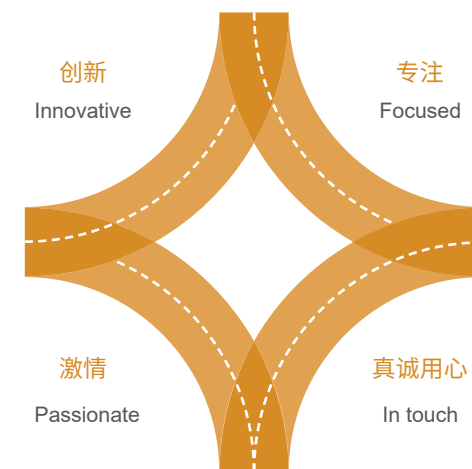
## 企业文化

伴随着时代的变迁，印力集团的目标从满足人们的基本物质生活需求，逐步升华成打造消费中心、生活中心、情感中心。在满足人们的消费需求之上，印力融入更多生活功能，致力于建立有记忆、有温度的情感链接。印力持续秉承“以客户为中心”的理念，为城市主流家庭的美好生活提供品质体验，为推动城乡建设与消费升级贡献力量。

### 我们的使命



### 核心价值观



## 奖项与荣誉

印力荣誉来自政府、行业机构、媒体平台及社会公众的荣誉和认可，其中包括（2020 年至 2022 年部分展示）

### 2020 年

- 温州印象城 MEGA 荣获 LEED 金级预认证
- 2020 年中国商业地产领先品牌
- 2020 年中国商业地产 TOP100” 前三
- 2020 年中国年度影响力购物中心品牌
- 第 15 届中国商业地产产业化峰会暨北京金地标创新颁奖盛典——印力北京中粮万科半岛广场和住总万科广场荣获“乐享空间金地标奖”和“绿色无霾金地标奖”

### 2021 年

- “稳进”为主题的 2021（第四届）乐居财经年度论坛——“2021 年卓越商业品牌企业”



- 第五届中国不动产资产证券化与 REITS 高峰论坛——“年度最佳发起机构”
- 万商俱乐部年度排行榜——最具影响力企业领袖 TOP3
- 上海南翔印象城 MEGA 获 LEED 铂金级认证

### 2022 年

- 观点指数研究院——2022 年度商业地产创新能力表现 TOP2
- 观点指数研究院——2022 年度商业地产企业表现 TOP4
- 第 17 届中国商业地产节“远见·数智商业奖”——2022 年度“引光者·数智化运营卓越影响力企业”奖
- 猎聘 “2022 广东年度非凡雇主”



- 2022CSVB 中国商场价值榜——
  - 年度数字化商业标杆奖：上海漕河泾印象城
  - 年度可持续发展先锋奖：上海南翔印象城 MEGA
  - 上海松江印象城获 LEED 金级认证





## 可持续发展进展

### 责任经营



- 尽职调查覆盖率为 **100%**
- 廉正认证覆盖率为 **100%**
- 阳光合作协议签署率为 **100%**
- 持续开展合规审计和监察，共计开展了 **19** 次综合审计、**14** 次离任审计及 **14** 次专项审计，开展内控检查 **11** 次和红线底线风控走访 **2** 次，以高压态势严肃处理违反红线行为

### 数智科技



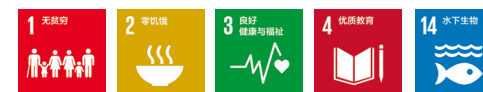
- 2022 年，印力上线微信和支付宝无感积分服务，目前已经有接近 **350** 万的会员开通了无感积分服务
- 截至 2022 年 12 月底，印享星累计会员超过 **2,200** 万，月活会员 **230** 万 +
- 印唎厂“1+100 计划”联动印力内外资源，共创 **100** 件有趣有料的潮流事件

### 绿色低碳



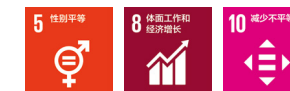
- 2021 年，印力已有 **6** 个在营商场推行雨水回收系统，并使用收集后的雨水浇灌草坪或清洗地面，达成用水强度减少 **9%**
- 截至 2022 年底，印力集团获得绿色建筑设计 / 运营认证的项目 **13** 个，获得绿色认证的项目面积 **203.89** 万平方米
- 截至 2022 年底，印力基金会累计捐助 **156,954** 元用于保护生物多样性的宣教及研究
- 人力合同 **100%** 实现无纸化

### 社会共生



- 2019 年，印力公益基金会采用与会员同等额度配捐，来提升公众对海洋知识的探索
- 2020 年，印力近 **900** 万的会员共同参与到海洋的环境保护工作中
- 2021 年，《守护蔚蓝》海洋环境教育课程完成编撰工作

### 同心同行



- 2022 年，印力集团上线“超 IN 星”客服地图，完成客服人员岗位认证培训及考试
- 截至 2022 年底，商场整体全年满意率为 **87.4%**
- 客户投诉关闭率 **100%**
- 开展员工安全体系培训 **66** 课时，巡检 **64** 次，覆盖 **3,840** 人
- 2022 年，员工体测优良率达 **90%** 以上
- 2022 年，员工培训覆盖率 **100%**



## 董事长致辞



印力集团董事长  
丁力业

2022 年是披荆斩棘的一年。在与中国购物中心行业共同发展的 19 年里，印力集团见证了中国的消费升级，也与各方的朋友们共同经历了危机与考验。我们深知可持续发展是企业前进的根本，积极履行企业社会责任，持续传递正向价值，与各利益相关方紧密连接，共建和谐共融生态圈。

### 责任经营，践行企业责任

我们不断完善公司治理架构，明确合规底线，以诚信合规经营为己任，严禁商业贿赂及不正当交易行为，倡导建立透明诚信的合规伙伴关系。我们定期开展经营类项目的专项审计监察工作，重点检查员工内部风气、供应商关系等。2022 年，我们的供应商尽职调查覆盖率达到 100%。

### 绿色低碳，着眼持续发展

我们积极贯彻落实国家“双碳”目标，不断推进商业中心绿色建筑，在绿色建筑、绿色运营和应对气候变化等领域不断探索实践。截止 2022 年底，印力集团共获得“绿色建筑”认证的项目 13 个，获得绿色认证的项目面积 203.89 平方米，其中获得二星及以上标准的项目 7 个。同时，我们在多个购物中心接入或升级能源管理平台，通过数字化管理，有效提高购物中心能源精细化管理水平和运营管理效率。

### 同心同行，共创美好生活

我们始终从消费者出发，以消费者作为需求的提出者、选择者和批判者，为消费者提供符合其需求的商品和服务，营造更丰富、多变的购物环境、场景和氛围；我们坚持以人为本，始终把员工当作公司最大的财富，保障员工的各项权益，持续关注员工成长与发展，促进员工与公司共同成长；我们重视供应链管理，持续完善供应商全生命周期管理体系，确保供应质量严格达标，供应链运行透明有序。

### 社会共生，推动向善共融

我们成立印力公益基金会，秉承“以服务人们的美好生活为己任”的理念，勇担企业责任与使命，积极投身于绿色环保的生活场景公益中，提高公众的环境保护意识，动员每个人践行绿色生活，参与环保行动；我们以印力公益为平台，以未来的视角关注今天的变化，致力于捐资助学、扶贫救灾、等公益事业。

### 数智科技，引领未来发展

我们利用大数据、智能分析技术等技术手段，通过体系化的运营管理设计，支持实际业务精细化和精准化运营和创新，更好落地服务消费者的经营理念；我们重视客户的隐私和信息安全，严格维护客户的合法权益，保障客户信息安全。

百舸争流千帆竞，借海扬帆奋者先。2023 年将迎来印力集团成立 20 周年，我们会坚持拥抱最广大的的消费者，服务民生，为客户提供绿色服务；坚持本地化定制，与本地文化和区域共同发展，一起打造城市记忆；坚持迭代创新、勇于变革，通过智慧科技，引领行业前行。

## 总裁致辞



印力集团总裁  
王海武

印力集团专注于购物中心领域已有 20 个年头，这些年来不断变化的市场环境也让我们非常清醒地认识到，践行可持续发展战略，促进生态效益、经济效益和社会效益的协同发展，是印力能够长期发展和繁荣的生存之本。值此印力集团可持续发展白皮书发布之际，我们很高兴的向各社会同仁分享我们的可持续发展理念、战略规划与实践。

2022 年是印力集团可持续发展的关键之年。我们秉持“引领新时代高质量可持续发展的消费基础设施建设和运营服务商”的愿景，构建了印力集团可持续发展战略，将可持续发展理念融入经营全过程，期望携手社会各界利益相关方，共同推动公司可持续发展。

**在绿色低碳发展方面**，作为最早涉足数字化商业地产的运营者，我们在“双碳”政策指引、市场驱动和技术赋能的合力之下，开展数字化能源管理模式探索，以物联网为基础支撑建立能源管理系统，覆盖从能耗定额管理、能耗分析、能效分析、用能诊断等 4 大业务场景，有效提高能源精细化管理水平和运营管理效率。

**在构建美丽社区方面**，印力专注于购物中心领域，面对的是广大的消费者，坚持为广大消费者提供一站式全生态服务，打造充满活力的生活中心。我们在武汉青山印象城打造贴合政府与街道、社区的邻里中心，引入青山区图书馆、社区警务室、自助政务机等服务设施，成为周边社区居民各种各样生活场景的入口，把根深深扎进社区。

**在人文关怀和社会慈善方面**，我们始终与员工并肩同行，打造幸福共融、共同奋斗、共创价值、共享美好的职场环境，为员工搭建施展才华的舞台和实现梦想的平台。印力始终致力于为人们提供绿色环保的生活场景，怀着感恩之心踊跃投身公益事业，积极组织和开展各类公益活动。

**在数智科技方面**，作为数智化新蓝海的购物中心，印力已构建起以内部经营提效为目的的共享服务平台，以资产运营为中心的资产管理服务平台和数据服务平台，以及以消费者为中心的数字化营销平台等四大平台，不断探索未来数字社区运营技术与场景应用，让科技创新能落地、可生根。

梦想为舟，奋斗作桨。我们深知，可持续发展不是一件短期的任务，而是一个长期的过程。我们将致力于实现低碳可持续经营，包括提高能源效率、减少排放、优化供应链等。同时，我们还将为人们呈现更多更好的产品和服务，不断追求卓越，实现可持续发展，并为更美好的未来做出贡献。



可持续发展管理

可持续发展战略

印力集团秉持“以服务人们的美好生活为己任”的理念，在此基础上制定了可持续发展战略，期望携手社会各界利益相关方，共同推动公司可持续发展。



愿景

引领新时代高质量可持续发展  
消费基础设施建设和运营服务商

- 为广大消费者的美好生活提供消费基础设施，与相关方共同创造高质量和可持续的发展，做更美好未来的先锋。
- 以绿色与福祉为理念，引领未来美好生活的空间、内容和运营服务。

使命

以客户为中心，为发展倾心  
以责任为引力，让商业动人

- “以客户为中心”让服务体现印力用心：贴心、安心、暖心，在发展道路中关注环境影响，致力探索自身低碳发展及带动行业低碳发展；
- “以责任为引力”让发展体现印力动力：稳健、绿色、共建，打造动人的商业场景，发挥印力影响力，携手各方亦为社会带来正面促进。

5 大战略方向

- 责任经营

夯实自身道德建设，合规经营，构建公平公正、诚实互信的商业环境。
- 绿色低碳

关注绿色建筑及绿色运营的业务管理，发挥印力集团的绿色低碳影响力，倡导共生发展。
- 同心同行

以人为本，与合作伙伴共生共赢，提供优质的客户服务，关注企业人才成长，推动业务和行业的可持续发展。
- 社会共生

与各利益相关方一同创造社会价值，积极承担企业的社会责任，与可持续发展的组织或慈善机构合作，致力于创造美好生活，与社会共生共益。
- 数智科技

发挥数字化、智慧化科技的引领作用，保障信息安全，提升客户服务体验，打造数智化的购物中心。



可持续发展管理

印力集团将可持续发展理念融入经营全过程，不断优化 ESG 管理，积极将 ESG 融入公司业务实践中。公司董事会高度重视可持续发展管理，持续关注公司 ESG 有关重要事宜的讨论结果与目标进展，定期听取 ESG 工作汇报，并全面推进 ESG 工作的具体落地。

我们洞察所处行业的发展趋势，不断审视改善内部 ESG 管理现状，识别 ESG 风险和机遇，同时通过利益相关方常态化沟通机制，了解内外部建议、诉求及关注点，通过访谈、调研及专家评估等方式对议题开展重大性评估，并将其作为公司制定和调整管理方针的考虑因素之一。

未来，我们会不断优化公司 ESG 治理，关注各利益相关方诉求，保障利益相关方权益，全面展现印力的可持续发展表现。

利益相关方沟通

我们深知来自各利益相关方的声音将有助于印力集团可持续发展工作的推进。围绕不同的利益相关方，我们构建了全面、完善、多元的沟通机制，通过梳理主要关注点、开展多渠道沟通等，积极响应各利益相关方的关注点。

| 利益相关方                                                                                                  | 主要关注点                                                                                         | 主要沟通方式                                                                                   | 主要回应措施                                                                                            |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <br>政府及监管机构           | <ul style="list-style-type: none"><li>• 合规经营</li><li>• 落实国家政策</li><li>• 支持地区经济发展</li></ul>    | <ul style="list-style-type: none"><li>• 公文往来</li><li>• 政府会议</li><li>• 面对面沟通</li></ul>    | <ul style="list-style-type: none"><li>• 合规管控</li><li>• 积极响应国家政策</li><li>• 构建美好商业生态</li></ul>      |
| <br>股东 / 投资者          | <ul style="list-style-type: none"><li>• 风险内控管理</li><li>• 信息公开透明</li></ul>                     | <ul style="list-style-type: none"><li>• 公告及通告</li><li>• 股东会议</li></ul>                   | <ul style="list-style-type: none"><li>• 强化风险管治</li><li>• 定期披露必要信息</li></ul>                       |
| <br>消费者 / 租户         | <ul style="list-style-type: none"><li>• 提供优质服务</li><li>• 保障消费者权益</li></ul>                    | <ul style="list-style-type: none"><li>• 全国客服专线</li><li>• 问卷调查</li><li>• 企业公众号</li></ul>  | <ul style="list-style-type: none"><li>• 保障客户健康权益</li><li>• 完善客户服务体系</li><li>• 开展客户满意度调查</li></ul> |
| <br>员工              | <ul style="list-style-type: none"><li>• 保障员工权益</li><li>• 关注职业健康与安全</li><li>• 促进员工成长</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>• 职工代表大会</li><li>• 员工培训</li><li>• 职工反映信箱</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>• 维护员工权益</li><li>• 保障员工健康</li><li>• 完善员工培养体系</li></ul>      |
| <br>供应商 / 合作伙伴      | <ul style="list-style-type: none"><li>• 合作共赢</li><li>• 遵守商业道德</li></ul>                       | <ul style="list-style-type: none"><li>• 项目会议</li><li>• 评估与调查</li><li>• 日常业务沟通</li></ul>  | <ul style="list-style-type: none"><li>• 依法履行合同</li><li>• 公开招标、发布供应商名单</li></ul>                   |
| <br>社区              | <ul style="list-style-type: none"><li>• 支持社区公益</li><li>• 促进社区共融</li></ul>                     | <ul style="list-style-type: none"><li>• 问卷调查</li><li>• 参与社区项目</li><li>• 走访了解</li></ul>   | <ul style="list-style-type: none"><li>• 倡导志愿者服务</li><li>• 印力公益计划</li></ul>                        |
| <br>媒体 / 公益组织 / NGO | <ul style="list-style-type: none"><li>• 支持社区公益</li><li>• 支持地区经济发展</li></ul>                   | <ul style="list-style-type: none"><li>• 问卷调查</li><li>• 媒体沟通</li><li>• 公益活动合作</li></ul>   | <ul style="list-style-type: none"><li>• 积极参与公益慈善活动</li><li>• 支持乡村振兴战略</li></ul>                   |

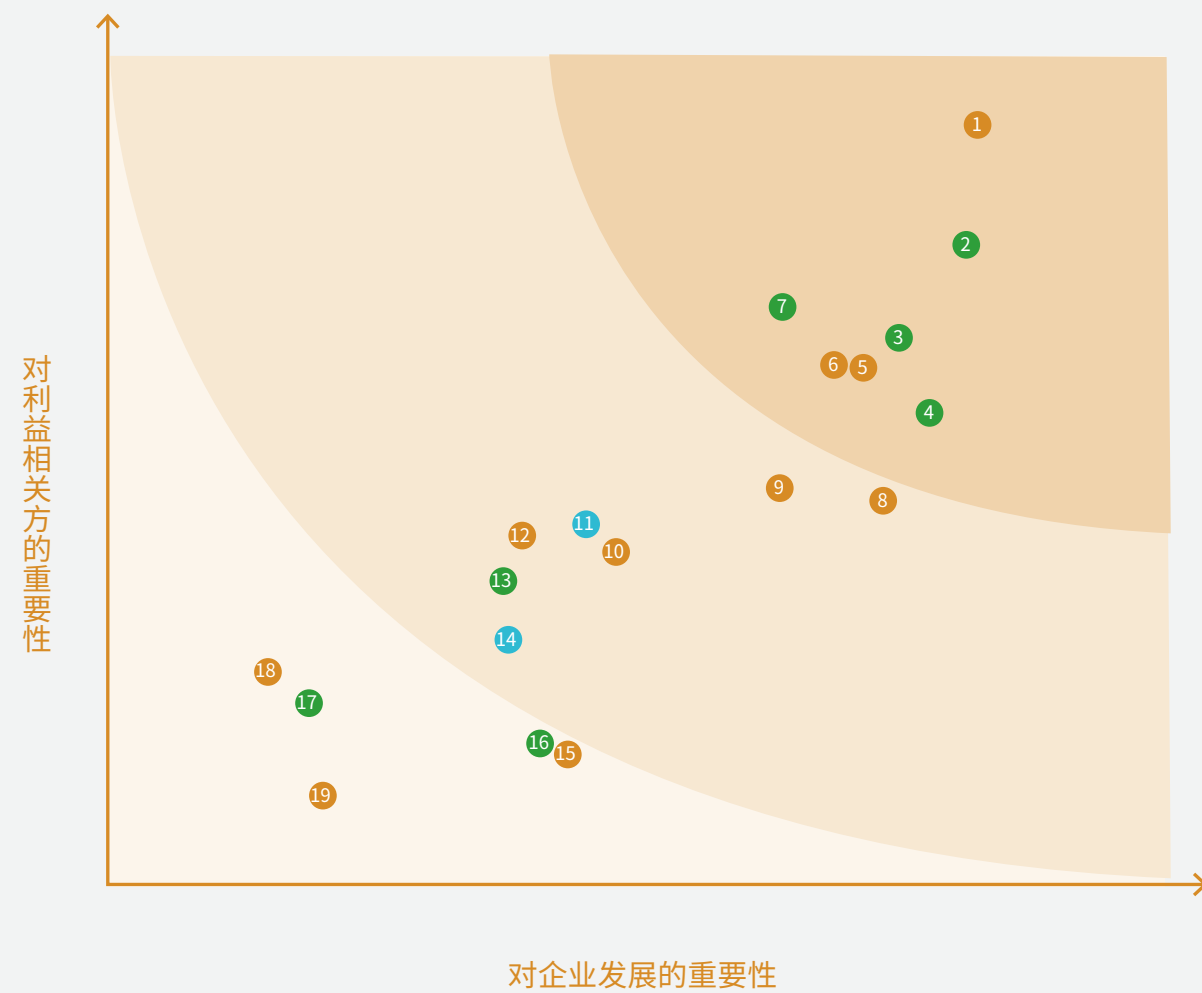
ESG 议题重要性评估

为完整并准确地向内外部利益相关方传达印力集团可持续发展工作的进展，我们邀请外部专业顾问开展 ESG 议题的重要性评估，形成从议题识别、利益相关方调研、议题分析及审阅、议题重要性矩阵绘制来回应利益相关方诉求并进行披露的全流程。重要性议题的分析结果为未来印力集团的可持续发展管理提供重要参考。





印力集团可持续发展白皮书重要性议题矩阵



### 高度重要

- 1 信息安全
- 2 能源管理
- 3 绿色建筑
- 4 水资源管理
- 5 员工权益和沟通
- 6 服务品质
- 7 绿色运营

### 一般重要

- 15 人才吸引与留存
- 16 应对气候变化
- 17 生物多样性
- 18 可持续供应链
- 19 社会公益

### 中度重要

- 8 员工培训和发展
- 9 客户健康与安全
- 10 职业健康与安全
- 11 商业道德
- 12 创新服务
- 13 废弃物管理
- 14 合规经营

- 环境议题
- 社会议题
- 管治议题



# 01

## 责任经营

---

|        |    |
|--------|----|
| 责任故事   | 21 |
| 我们的理念  | 22 |
| 坚持稳健运营 | 24 |
| 恪守商业道德 | 26 |
| 可持续供应链 | 29 |



## 责任故事



### 烟台山商业漫步街区——倾听历史的声音

在印力集团的发展过程中，商业价值并不是我们追求的唯一价值。我们相信，只有充分考虑社会价值的商业价值，才能走得更稳、更远。

福州市烟台山仓前九里片区曾汇聚 17 个国家的领事馆，代表着一段人文历史，也代表着曾经的摩登生活。

烟台山商业漫步街区项目体量为 12 万平方米，项目保留了仓前九里 46 栋古厝和 13 条漫步街区，还原“万国建筑博物馆”的历史质感，组合现代生活方式品牌，重启二十一世纪的烟台山。我们对福州当地品牌进行深度挖掘，打造令人眼前一亮的「福州造」品牌项目，并邀请各品牌在福州烟台山开设定制门店。福州烟台山不仅是福州当地文化的展示平台，还成为福州品牌走向全国的孵化器，进一步激活、发挥了项目的文旅属性，使之成为复合型消费目的地，增加了消费者的到达理由。



烟台山修复前后对比

#### 东区 - 舌尖上的烟台山

东区内部古厝云集，印力将独栋的大院式建筑打造成高端私密的餐厅和高品质的生活方式业态。

#### 中区 - 品味中的烟台山

中区历史文化建筑相对集中，原有的教堂、海关税务司、书局等公共社区空间，打造成具有生活、艺术及历史气息的多元化包容空间。

#### 西区 - 浪潮里的烟台山

作为百年前即引领最新生活方式的西区，未来也将呼应历史，成为一个更潮流、更年轻的区域。



烟台山项目规划

## 我们的理念

印力集团致力于成为责任管治践行者，将合规经营作为立身之本。印力不断完善公司治理架构，提升商业道德与风险管理水平，以提升企业管治能力。印力持续推进与产业链合作伙伴的紧密合作，助力供应商和行业的可持续发展。

## 我们的洞察

### 关于未来：打造超越合规标准之上、瞻顾文化之貌的商业地产

#### 超越合规标准之上

在全球化趋势的宏观背景下，公众未来的视野不再仅局限于企业是否符合合规底线。当前众多商业地产企业已肩负起合规管治的责任，在经营过程中充分关注：

- 建立明确的企业合规经营行为准则
- 遴选符合准则理念的企业管理者
- 企业内部的完整管治架构
- 定期针对高层及员工进行合规相关培训

以此为合规之鉴，部分在责任管治层面表现优异的企业独具前沿的眼光。企业铸造更细致深入的合规实践制度、更闭环的管治链、更多元化的合规培训方式以及更落到实处见到实效的制度是未来所趋。

#### 瞻顾文化之貌

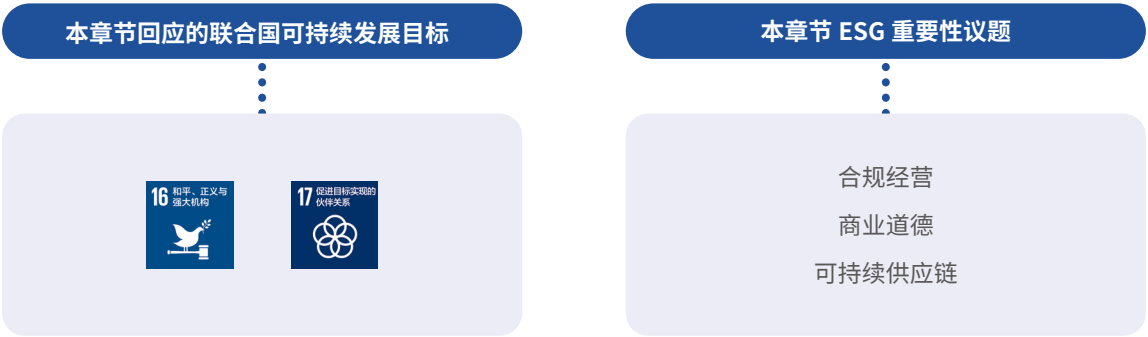
商业不仅是商业场所，亦是社区的公共空间，更是城市的文化聚落。在打造全新的商业场所时，将商业的种子扎进社区、融入文化发展，商业的未来可能性、韧性才会更多、更强。

我们的管理

我们认为良好的企业管治，能够为企业创造可持续价值。

公司董事会及全体员工严格遵守根据法律法规及《职务行为准则》《审计管理制度》等内部制度，拒绝接受游走在内部制度外的“橄榄枝”，以廉正姿态担起印力人身份。

我们亦将责任理念推广适用的外部合作伙伴，制定及使用《阳光合作协议》《印力采购供应商红黄牌及黑名单管理指引》等，并通过为供应商提供沟通交流及培训平台，提升对供应商诚信履约及积极承担社会责任的管理。



目标及目标进展

结合联合国可持续发展目标和重要性议题，印力设立了以下目标，和公司当前的进度做对比：

| 目标                                         | 目标进展                                                        |
|--------------------------------------------|-------------------------------------------------------------|
| 识别、评估及应对风险，完善风险管理架构，规范公司管理。                | 每月组织内控自评活动，识别风险完善公司规章制度，2022 年组织红线底线培训、海报宣传等 50 次。          |
| 建立透明、公正、有效的企业治理机制，杜绝一切贿赂、腐败等违规行为。          | 定期开展合规审计和监察，2022 年共开展 19 次综合审计、14 次离任审计及 14 次专项审计，保障公司健康发展。 |
| 印力实现合作中的供应商尽职调查覆盖率 100%，未来将确保对全部供应商进行尽职调查。 | 2022 年尽职调查覆盖率为 100%，此外，我们执行更加严格的标准，评估近三年供应商的资质与信誉等方面的表现。    |

坚持稳健运营

印力集团严格遵循《中华人民共和国公司法》《公司章程》等要求，确保依法合规营运。我们建立责权明确的公司治理机制，通过强化公司治理降低营运风险，切实维护股东和公司的利益，保障公司整体可持续发展。我们致力于打造商业合规、反商业贿赂、知识产权及商业秘密保护、网络安全及隐私保护等多个领域的合规管理体系，将合规理念融入公司制度政策及业务运营流程中。

此外，我们重视并持续提升全体员工的合规意识，通过宣传、培训等方式，使员工充分了解公司和个人的义务，确保合规要求融入每一位员工的行为习惯中。

风险管治

印力集团重视风险管治架构的建设，遵循《万科企业股份有限公司内控管理制度》《万科企业股份有限公司风险管理手册》，制定《印力集团内控工作指引》《印力 BU 内部审计管理制度》，明确公司对内控管理与风险管理的目标与原则、组织体系与职责分工、风险识别、风险评估、风险应对、风险管理监控和监督等内容。

风险识别

为加强风险识别、监控和防范等职能，指导内控工作的有效开展，进一步识别风险和评估风险，印力集团建立了覆盖营运各环节的风险管理运行机制，有效提高公司的风险防范能力。

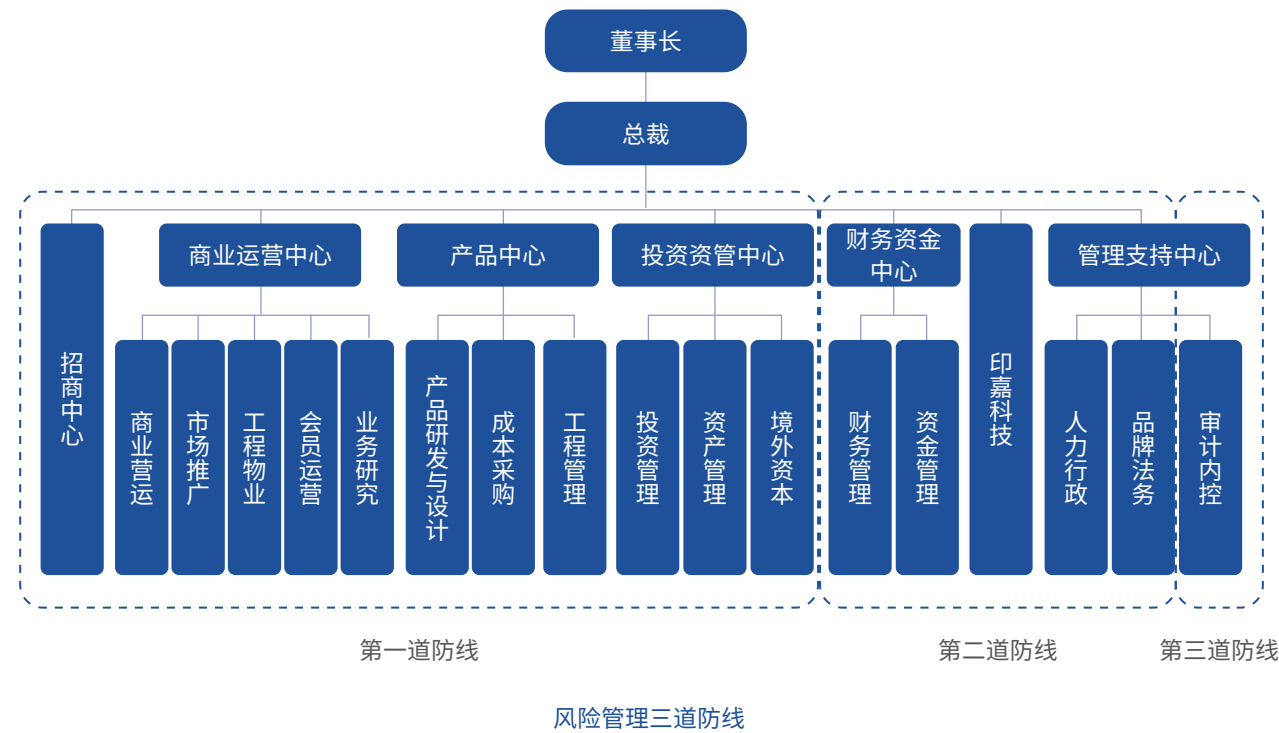
- 01

《风险提示函》：不定期开展内控自评，针对识别出的内控问题进行风险提示，向各城市公司 / 事业部、项目公司的全体员工发送重大事项风险提示函。
- 02

六大风险识别：专业部门针对六大风险进行风险识别，持续跟进专项整改工作，建立长效风险管理机制。



风险管治框架



纵向——各层级

印力明确内控组织中各层级人员的职责，以保障内控工作有序、有效开展。

- 董事会负责内部控制的建立健全和有效实施。
- 监事会负责对董事会建立与实施的内部控制管理机制进行监督。
- 管理层负责组织及领导所在单位内部控制的日常运行管理。

横向——各部门

印力明确各板块的职责定位，划分为三个部门组成的“三道防线”，不断加强“三道防线”的贯通机制，以落实风险管控制度的执行。

组建由业务部门、职能部门及内部监督部门组成的“三道防线”，对风险实施全面管理，落实到内控每个模块的矩阵中，定期进行风险梳理和筛查，并梳理成册。

- 业务部门在组织运营过程中通过建立不同岗位各司其职、相互制约的工作机制，形成自我约束、减少工作偏差的第一道防线。
- 职能部门承担自我约束与监督运营层面的风险管理的管理职责。
- 内部监督部门即审计内控部门，负责对印力开展独立于业务层面的风险管控监督。

风险管理措施

规范制度

印力制定的《审计管理制度》《阳光合作协议》《反不正当竞争制度》，作为前置风险规避的抓手。

风险分析

印力的租赁管理、招商管理、推广管理、营运管理、物业管理五大板块对风险开展分析程序。

内控管理

基于良好的内控环境，我们对公司的各类经营活动进行缺陷识别评估，包括内控自评、内控检查、内控综合评估、内控缺陷管理等内控管理工具。

专项培训

我们围绕各类专业红线底线、负面案例、风险提示等议题开展各类专项培训。同时，我们在日常培训中融入风险管理内容，在各类培训中适当融入风险管理相关的内容及宣贯，进一步强化员工风险管理意识。

关键绩效

2022 年，印力持续开展年度“阳光月”廉正建设活动，完成红线底线培训

10 次

发布内控宣传海报

20 次

廉洁宣传海报

6 次

廉情通报

2 次

基于审计及内控自评风险，组织风险宣贯会议

12 次

恪守商业道德

廉正建设

印力集团定期开展经营类项目的专项审计监察工作，重点检查员工内部风气、供应商关系等内容，邀请员工及供应商对公司廉正环境进行评价，并根据评价情况编制向一线管理团队下发《廉正风险提示函》。

我们制定了相关廉洁要求，对员工及供应商行为进行约束。

《职务行为准则》

准则提出了“合规、尽责、秉公、透明、红线”要求，遵守“绝不姑息”“追回损失”“责任追究”“公开处理”的原则，对违反准则的员工进行处理。

《审计管理制度》

秉承“绝不姑息、追回损失、责任追究、公开处理”的原则，印力对于单位和个人进行处罚的相关情况，在公司范围内进行公示；对涉及舞弊被处理的职员，列入公司失信人员名单并对外公示；明确举报渠道、举报事项定性、举报处理等管理制度。

关键绩效

2022 年，廉正认证覆盖率为 **100%**，阳光合作协议签署率为 **100%**。

2022 年，我们持续开展合规审计和监察，共计开展了 **19** 次综合审计、**14** 次离任审计及 **14** 次专项审计，并针对招商、营运、财务、成本、采购等重点风险领域，开展内控检查 **11** 次和红线底线风控走访 **2** 次，以高压态势严肃处理违反红线行为。

举报处理

我们积极收集内外部举报，并由印力本部审计模块对举报进行尽职处理，严格践行举报人信息保护原则，坚决抵制对审计人员及举报人进行打击、报复及陷害行为。

- 举报渠道

举报人可以通过电话、信函、电子邮件、公众号及官网等形式举报；举报人可当面向公司审计人员进行举报；与合作伙伴的《阳光合作协议》中注明了举报邮箱。
- 专人处理

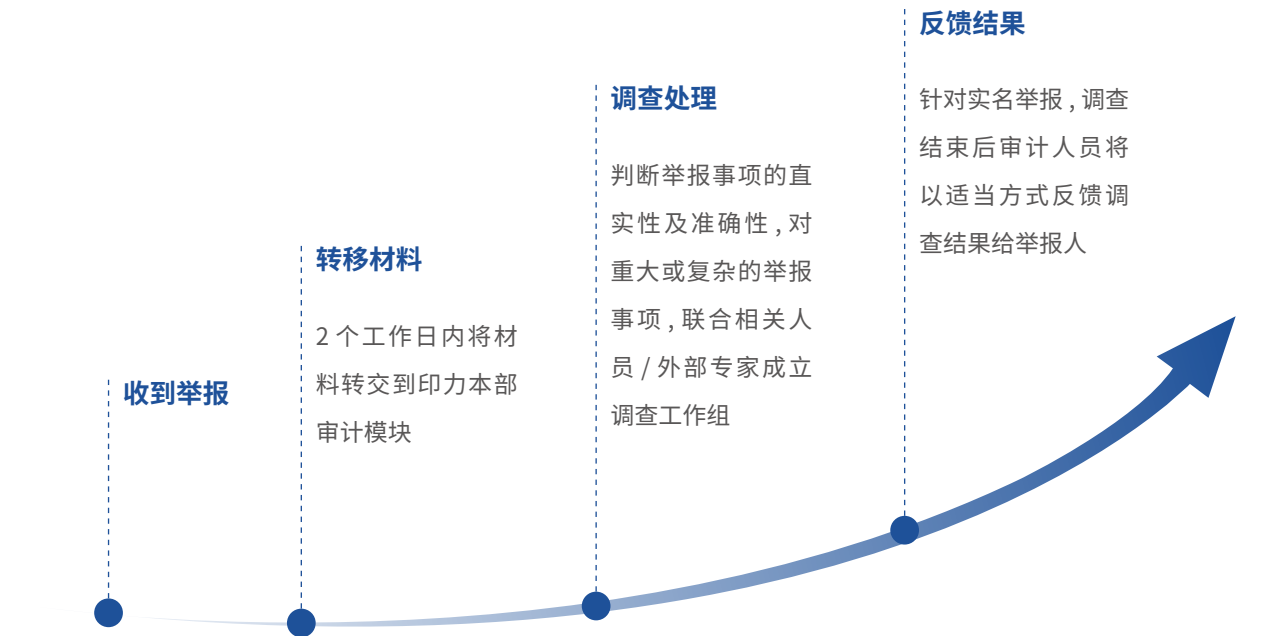
总部审计模块对举报案件进行全程跟踪处理。
- 鼓励举报

印力提倡实名、如实举报，经批准后，根据举报案件的影响程度对举报人进行奖励。
- 信息保密

审计人员对举报人的有关情况及举报内容严格保密。若违反保密制度，公司将予以严肃处理。
- 后续处理

印力根据举报案件的实际情况，对相关制度进行迭代更新，并针对性开展定期检查、定期走访及定期培训，实施动态监管，以打补丁的方式对相关风险实施防范前置措施。

举报流程



廉洁培训

为加强员工的风险防范、廉正合规的意识，我们面向全体员工开展针对性培训。

全员常态培训

印力每年面向公司董事会成员在内的全体员工开展红线培训，并对公司全体员工的职务行为进行规范管理。

每年度 1 月份开展“阳光月活动”，针对员工进行廉洁调查、要求员工完成廉正认证的题目。

入职廉洁培训

我们要求每位新员工需参与 1.5 小时的红线课程，增强新员工对行贿、受贿、职务侵占、经济诈骗、利益冲突、弄虚作假、欺骗瞒报、信息泄密等职业红线的意识。



# 可持续供应链

印力将供应商视作支持企业创造价值的保障。我们重视供应链管理，通过落实供应商全生命周期管理体系，确保供应质量严格达标，供应链运行透明有序。

## | 管理理念

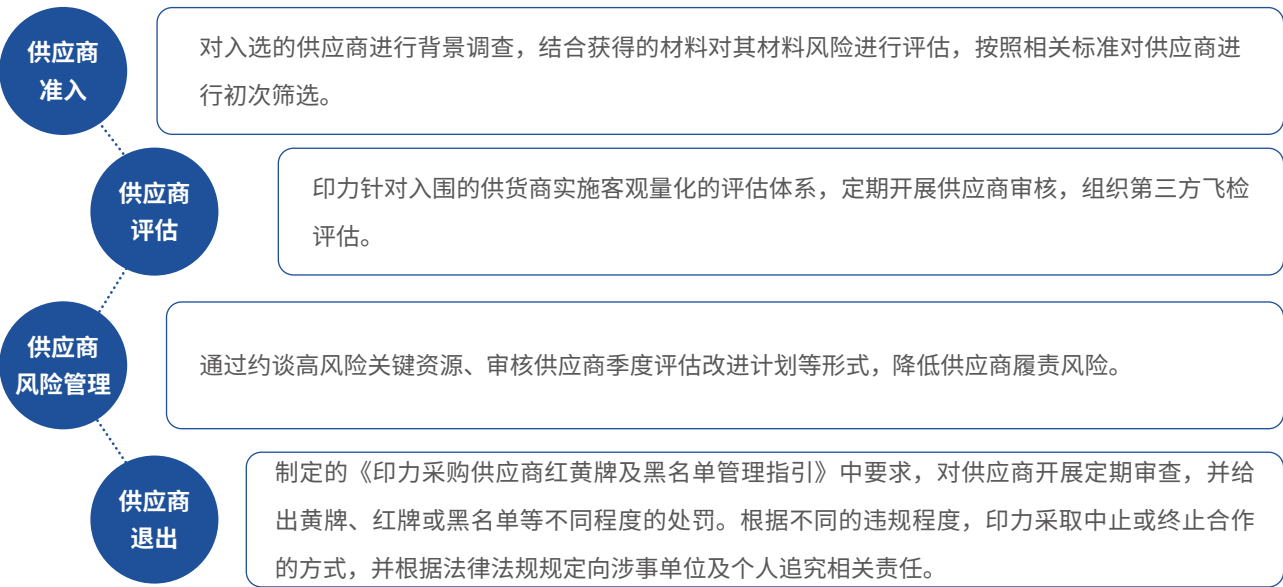
我们制定并严格遵守《供应商管理办法》，为可持续供应链管理提供基础规范，对供应商的合规性、环保性及必要的质量管理等提出要求，贯穿供应商筛选、准入及考核全流程。此外，印力亦对承包商的安全管理及员工权益保护提出明确要求，提升供应链的履责意识和履责能力。

印力要求供应商必须签署《阳光合作协议》，该协议对供应商管理制度进行了明确规定。印力制定《印力采购供应商红黄牌及黑名单管理指引》，设置黄、红、黑牌三个处罚等级，从采购、履约、交付、资质、监督五个层面上明确规定了供应商不当行为，对于符合处罚标准的供应商，根据不当行为严重程度及供应商所属类别，综合确定处罚执行范围，并发布《供应商黑名单》。我们将《供应商黑名单》管理制度嵌入到对供应商的管理过程中，并在招采平台进行公布。

## | 管理流程

我们对新引入的供应商进行现场考察及资质审查，在前期入库时对供应商进行背景调查，筛选存在围标、挂靠等行为的供应商，并将其列入《供应商红黄牌及黑名单》。

### 供应商全生命周期管理体系



### 关键绩效

2022 年，印力集团并无任何供应商因违反环境、社会等方面的要求而被纳入高风险供应商管理范畴。

## 廉洁采购

印力集团以“禁止一切索贿、行贿、受贿行为”作为长期经营底线。2022 年，我们对反舞弊工具鹰眼系统集中升级了招采管理及供应商画像管理模块。此外，我们亦设置了公开的举报电话和邮箱，加强对员工、供应商或承包商于采购流程中的廉洁管理。

印力将《阳光合作协议》附在供应商合同中。  
2022 年，供应商《阳光合作协议》签署率为

100%



### 《阳光合作协议》

- 该协议附在供应商准入合同中，明确供应商引入、评估与退出的全生命周期管理流程，有效识别风险，提高印力与供应商产品质量与服务能力。
- 明晰各供应商应遵守廉洁自律的各项要求，明确禁止业务活动中各种变相索贿、行贿、受贿、利益冲突、围串标、资金往来及套取现金等行为。



# 02

## 绿色低碳

|        |    |
|--------|----|
| 责任故事   | 33 |
| 我们的理念  | 34 |
| 推进绿色建筑 | 36 |
| 践行绿色运营 | 40 |
| 应对气候变化 | 45 |



## 责任故事



### 绿色运营探索：印力集团能源管理数字化

印力集团作为最早涉足数字化商业地产的运营者，积极回应行业要求，开展集团数字化能源管理模式探索。我们从消费者、商户、业务管理数字化和场所、空间、业务场景数字化着手，全面寻求节能路径。我们以物联网为基础支撑建立能源管理系统，覆盖从能耗定额管理、能耗分析、能效分析、用能诊断等4大业务场景，有效提高能源精细化管理水平和运营管理效率。

#### >> 信息透明的数字化系统，让管理可控

在能源管理系统上线前，我们对商场的能源管理状况与水平难以量化评估。能源管理系统上线后，我们通过能源管理系统获取的真实信息并反馈物业管理团队，实现管理闭环、管理可控。

#### >> 精细管理，大幅降低企业内部运营成本

我们通过信息化工具管控、数据挖掘、节能诊断等方法，较易发现能耗漏洞、节能潜力，从而进一步提升商场管理水平，实现节能降耗。此外，我们的能源管理系统从设备、空间、人、事和费用等维度全面提升能效和人效，提升安全品质的同时也降低商场的运营成本。

#### >> 全面运行品质监督，提升客户满意度

我们关注商场经营品质，通过能源管理系统可以实时监测商场环境品质情况，减少环境超限投诉风险。如发生环境问题，能源管理系统会第一时间发出风险报警，协助商场物业管理团队快速定位及解决环境品质问题。此外，我们可以通过系统定期评估环境品质及加强监督与考核，进而提升品质管理和客户满意度。

自系统上线以来，我们已在济南印象城、北京万科半岛广场、杭州金沙印象城等10个商场接入或升级能源管理系统。以济南印象城为例，在系统上线一年后，我们对商场2021年和2022年10月用能数据进行同比分析，公区总用电及各分项用电均显著下降，单位销售额和经营收入的能耗量均大幅下降，商场的能源管理成效明显。



数字化能源管理系统

## 我们的理念

### 我们的洞察

#### 关于未来：更绿色、更智慧的商业地产

##### >> 绿色双碳发展方向

在“双碳”政策指引、市场驱动和技术赋能的合力之下，社会各层面的“双碳”落地工作在不断前行。经济社会已经具备全面向绿色低碳转型的可能，企业的积极行动也形成了绿色转型的有效路径。我们认为商业地产实现建筑低碳须完成四大任务：

- 建筑节能是实现低碳的基础；
- 全面电气化，取消燃气、燃煤等化石燃料的直接燃烧；
- 通过建筑光伏、柔性用电，降低建筑用电导致的间接碳排放；
- 发展零碳热源，解决建筑用热需求。

##### >> 科技应用发展趋势

物联网、大数据、人工智能等高新技术在建筑行业巨大的潜力，建筑数字化、智能化，是未来的发展趋势。随着微电网、能源物联网等技术的深入发展应用，必将极大改善能源供给侧与消费侧不平衡现状，助力商业地产实现双碳目标。

印力集团对于商业的数字创新探索从未停止，创新也为印力带来了长期领先行业的核心竞争力，作为可持续发展的倡导者、践行者和赋能者，我们期待携手更多伙伴，加快“双碳”目标达成，为我国双碳目标实现作出应有贡献。



我们的管理

印力集团积极响应国家碳达峰、碳中和的战略目标，不断推进商业中心绿色建设，在运营过程中融入绿色管理理念，提高资源利用效率，并积极应对气候风险，不断探索有印力特色的绿色发展路径，以构建全面可持续的绿色生态体系。

本章节回应的联合国可持续发展目标

9 产业、创新和基础设施

11 可持续城市和社区

12 负责任消费和生产

13 气候行动

14 水下生物

本章节 ESG 重要性议题

能源管理

绿色建筑

水资源管理

绿色运营

废弃物管理

应对气候变化

生物多样性

结合联合国可持续发展目标和重要性议题，印力设立了以下目标，和公司当前的进度做对比：

目标及进展

| 目标                                                                                                                                                                                    | 目标进展                                                                                                           |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>绿色建筑认证：</b></p> <p>我们将确保未来新建的自持印象城 MEGA 100% 获取 LEED 认证，并确保未来 5 年内所有新建建筑达到绿建二星认证。</p>                                                                                           | <p>2022 年，我们未有新建的自持印象城 MEGA，未来我们将持续关注项目的绿色建筑认证，并持续披露目标进展。</p>                                                  |
| <p><b>温室气体排放：</b></p> <p>以 2021 年为基准年，到 2030 年，印力商业旗下至少 20 个购物中心公区的碳排放下降 9%。</p>                                                                                                      | <p>2022 年，印力商业旗下 20 个商场通过光伏发电，实现温室气体排放的下降。</p>                                                                 |
| <p><b>能效提升：</b></p> <p>以 2021 年为基准年，新建项目空调制冷能效比现有均值提升 30% 或以上；</p> <p>以 2021 年为基准年，在 2025 年实现 20 个商场公区用电总量下降 6%；</p> <p>我们将持续监测单位建筑面积耗电量／耗水量、万元营业额耗电量／耗水量等运营能效指标的相关目标，努力实现行业领先水平。</p> | <p>2022 年新建项目空调制冷能效比优于 2021 年均值；</p> <p>2022 年，20 个商场公区总用电量减少 110 万千瓦时；</p> <p>引入能源管理平台，持续监测各项运营能效指标的相关指标。</p> |
| <p><b>可再生能源使用：</b></p> <p>到 2025 年至少 18 个商场实现光伏发电，发电量占商场公区用电比例达到 2%。我们未来计划继续推广光伏发电的应用。</p>                                                                                            | <p>2022 年，我们共落地 7 个光伏发电项目，共计发电 3,494,967 千瓦时。</p>                                                              |

推进绿色建筑

印力集团的商业项目均按照《公共建筑节能设计标准》《绿色商场》《绿色建筑评价标准》《民用建筑能耗标准》及项目所在地的地方绿色建筑标准进行设计、施工和运营。我们始终在商业项目的设计、原材料采购、施工等全生命周期融入可持续发展理念，最大限度地节约资源、减少排放和环境污染，让建筑与自然真正实现和谐共生。

绿色商场设计

印力集团在商业项目的设计阶段贯彻绿色商场的设计理念，通过应用多种绿色低碳技术，促进资源的合理利用，降低商业中心能耗。我们将积极探索在商业项目设计过程中融入更多绿色低碳技术，与优质研发资源共同推进低碳技术创新与落地应用，建设更多的绿色商场。

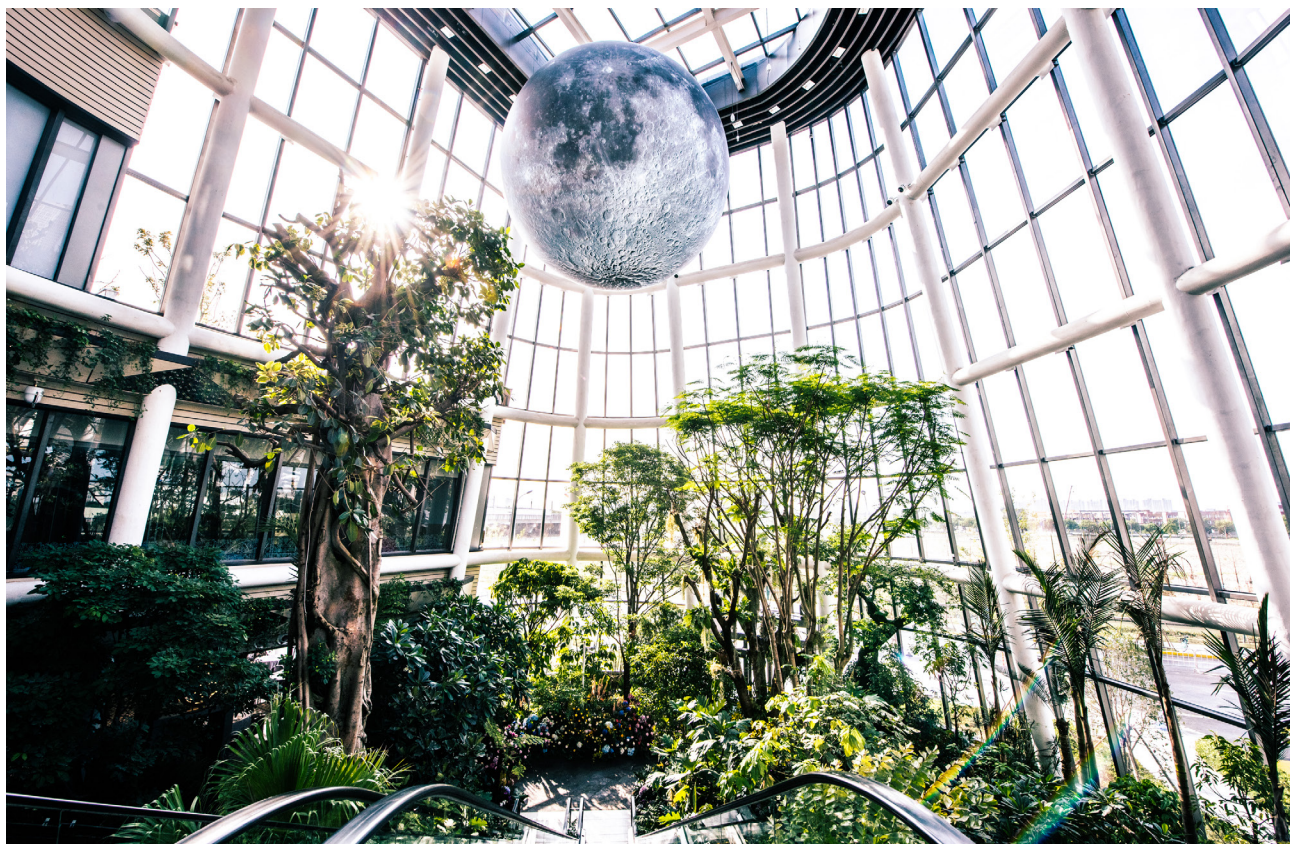
- 高效机房设计：**空调系统作为商业中心的能耗大户占据了商业中心大部分的耗电量，而机房系统是空调系统的主要组成。因此，上海松江印象城项目在设计之初就考虑推行高效机房的应用，通过高效设备的使用、水路系统的节能深化设计以及智能控制系统和能耗绩效评价系统的运用来实现空调系统持续高效运行。上海松江印象城的高效机房已正常运营两年，机房的整体能效比（COP）能够达到“优秀”级别。



上海松江印象城高效机房管理平台



- **绿色元素设计：**上海南翔印象城 MEGA 在项目的设计时秉持“可持续发展”“绿色环保”理念，并巧用绿色元素与设计，打造自然和谐共生的商业空间。我们创新地将“森林”搬进购物中心，在商场内打造了 5 层高的跨层生态植物园，引入 200 余株热带植物自然生长，将森林、湿地、高山等自然景观融入商业建筑中，为消费者塑造一个游离于城市之上的自然绿洲，实现了建筑与自然、人与空间的联动。



上海南翔印象城 MEGA

## | 绿色材料选择

我们严格遵循《万科集团禁用限用材料清单》，在开展公平公正公开采购的基础上，不断完善采购标准和制度，将环保原则纳入供应商管理机制。我们在原材料开采、生产加工、终端消费各环节力求减少对环境的负面影响，提高资源效率，打造绿色供应链，为广大消费者建造绿色健康环保的商业中心。

我们高度关注化学品安全，列有明确禁用限用材料清单。我们禁用包括溶剂型地坪漆、不满足 DB11/3005 的涂料和胶粘剂等涂料 / 油漆材料，这些材料含有机污染物，施工时容易产生挥发性污染物并造成空气污染。

## | 绿色施工管理

印力集团遵守《中华人民共和国环境保护法》，并遵循万科集团《建筑工程绿色施工规范》。我们在商业中心施工过程中综合考虑环境和周边社区需求，围绕节材与材料资源利用、节水与水资源利用、节能与能源利用、节地与土地资源保护，降低施工期间给空气、水、土地的影响，营造干净、整洁、舒适、安全的施工环境。



施工现场对裸露土地、集中堆放的土方进行裸土覆盖。



严格要求土方运输车辆采取遮盖措施，驶出前必须经过清洗。工地内采用雾炮与喷淋相结合，定时开始和定时关闭，自动启动降尘设备降低粉尘浓度。



要求工地上的废弃物体按有害、无害、可回收、不可回收分类收集，建筑垃圾应集中收集、堆放，及时清运，现场设置专用仓库对细颗粒建筑材料封闭存放，高空垃圾采用垂直运输。督促施工单位在约定时间内拆除施工围挡和其它临时设施，对四周环境进行全面清理，做到工完场清。



现场塔吊灯光等大型照明灯具使用定向探照灯，防止强光线外泄。



对施工现场生产区的噪声源进行识别，针对工程特点和周边环境编制有针对性的降噪措施方案，并明确降噪目标和要求。

## | 绿色建筑认证

印力集团自国家推行绿色建筑以来，紧随国家环保步伐，所有新建类商业中心项目均按照国家绿色建筑标准进行设计建造。我们对所有新建项目都要求至少达到绿色建筑二星标准以及对新建印象城 MEGA 项目均要求进行 LEED 认证，LEED 认证将成为印象城 MEGA 在消费群体心目中鲜明的形象标签。



## 关键绩效

截至 2022 年底，印力集团



获得绿色建筑

设计 / 运营认证的项目

13 个

获得绿色认证的项目面积

203.89 万平方米

其中获得二星及以上标准的项目

7 个



★ 铂金级 ★

上海南翔印象城 MEGA



★ 金级 ★

温州印象城 MEGA



★ 金级 ★

上海松江印象城



★ 金级 ★

上海七宝万科广场

### 上海七宝万科广场获得 LEED 金级认证，引领行业风向

由印力运营的上海七宝万科广场，是万科开发的第一个购物中心产品，也是国内第一批 LEED 认证的商业综合体，并于 2019 年获得 LEED 认证。从建设初期，七宝万科便以 LEED 金级标准设计与建设，采用领先的生态治理技术——静电除尘系统，将 24 万 m<sup>2</sup> 的超大体量购物中心整体覆盖，起到净化空气和隔绝有害气体的作用，为消费者提供一个可“舒畅呼吸”的沉浸式绿色购物环境。继上海七宝万科广场获得 LEED 金级认证之后，印力集团多个新建印象城项目陆续获得 LEED 认证，各项目从自身出发，积极引导和推动绿色建筑健康发展。



上海七宝万科广场

## 践行绿色运营

印力集团坚持绿色可持续的发展运营理念，在不断提高自身环保运营的同时，通过智慧能源管理、新能源利用、中水及雨水回收利用等技术提高绿色运营效率，并积极推动自身的绿色运营及办公。

### 能效管理

印力集团制定《节能减排管理制度》《节能降耗方法与措施》，对已开业、在建及规划项目做出明确的节能降耗管理要求，并规定所有集团持有、运营、承担能源费用的项目，在不断完善能源管理平台建设的基础上，通过用能智慧分析、新能源使用推广，达成能效提升。

• **优化能源管理平台：**我们继续扩大统一的能源管理平台的使用范围，2022 年成功将杭州等地 5 个商场的本地版能源管理系统切换升级至印力商业统一的能源管理系统。我们进一步优化能源管理平台，通过自动抄表方式完成数据采集以及时获取相关数据；通过划分配电房的支路分项，实现对支路分项的能耗管理，细化管理颗粒度；我们持续提高设备在线率，除武汉印象城外的四个商场，设备在线率均超过 95%。

• **用能分析与改进：**我们按月收集商场的用能数据并开展统计及分析，要求公区用电同比超出指标的商场进行超标溯源及差异分析，并组织相关责任单位进行全面排查，及时整改存在的问题。

• **新能源利用：**我们积极推广使用微型电网技术（光伏发电），在商场可用屋面及停车场安装光伏发电设备的基础上，规划建设光储充检与 V2G 智慧微电网及其运营体系，并探索在充电站及 DRT（Demand Responsive Transport）接驳巴士在新能源应用方面的合作。目前，印力集团累积建成落地 14 个光伏发电项目，其中包括南昌印象城、北京房山印象城、天津梅江印象城等，还有 7 个在建设及规划中的光伏发电项目，未来我们会持续推进光伏发电项目的落地。

• **发展储能系统：**我们积极响应国家对电能使用削峰填谷的号召，主动发展冰蓄冷和水蓄冷系统建设，大力拓展充电桩建设，柔性调整商场在用电高峰的需求，充分利用平谷期的电能，支持国家电网高效实现供需匹配。



## 深圳印力中心试点打造近零碳商业园区

印力集团承接绿色发展策略，持续探索绿色可持续发展的新模式。我们以深圳印力中心为试点，联合新能源科技公司，打造近零碳商业园区；我们应用低碳智慧交通技术，通过改善印力中心公共交通的可达性，实现地铁与地面公交的无缝衔接，提升印力中心智慧停车的接待能力与服务水平；我们为深圳印力中心的地下停车场添加清洁能源配套设施，如充电桩、光伏电站等。作为唯一一个非能源科技类企业，深圳印力中心低碳智慧交通与绿色可再生能源项目获得国家（深圳）气候投融资项目库第一批入库项目名单。未来，我们会持续探索设计低碳智慧交通以及购物中心可再生能源一体化的解决方案。



深圳印力中心近零碳商业园区

深圳市生态环境局关于国家（深圳）气候投融资项目库第一批拟入库项目名单的公示

信息来源：深圳市生态环境局 信息提供日期：2023-03-24 17:48 【字体：大 中 小】 视力保护色： 绿 黄 蓝 紫

各有关单位：

为持续推进气候投融资相关投融资和融资，推动绿色经济高质量发展，根据《深圳市气候投融资实施方案》（深发改〔2022〕4号）和《深圳市生态环境局关于开展国家（深圳）气候投融资项目库第一批拟入库项目名单的公示》等文件精神，我局开展了国家（深圳）气候投融资项目库第一批拟入库项目名单的公示工作。

为广泛接受社会监督，保证评审工作的公正性和透明度，现将项目进行公示，公示时间为：2023年3月25日至3月29日。公示期间，任何单位和个人如对公示内容持有异议，请以书面形式向本局提供异议材料（含）至我局（邮寄材料以邮戳日期为准），并附具书面异议理由及联系方式、地址。我局将对异议人身份和异议内容进行核实，为异议人提供处理意见。公正、公平，保护项目单位的合法权益。凡属弄虚作假、捏造事实等行为的，一经查实，将依法处理。

联系人及电话：刘建群，0755-23918507；廖自清，0755-23911687

邮寄地址：深圳市福田区益田路6007号土地房产交易所7楼

| 国家（深圳）气候投融资项目库第一批拟入库项目名单 |                        |            |      |
|--------------------------|------------------------|------------|------|
| 序号                       | 项目名称                   | 申报单位       | 所属类别 |
| 55                       | 深圳印力中心绿色智能交通与可再生能源中心项目 | 印力商用置业有限公司 | 低碳交通 |

深圳印力中心可再生能源项目获得国家（深圳）气候投融资项目库第一批入库名单

## 打造扬州市首个综合体“光伏车棚及智慧照明”项目

扬州印象汇利用商业综合体屋顶停车场，开发及建设了扬州市首个综合体“光伏车棚 + 智慧照明”项目。项目通过在扬州市沃尔玛购物广场屋顶停车场安装 8,000 平方米太阳能光伏板，采用光伏建筑一体化模式，自发自用、余电上网。综合体“光伏车棚 + 智慧照明”项目总装机规模约 1 兆瓦，每年可提供新能源电力约 100 万千瓦时，占扬州印象汇全年 16% 用电量。除充分运用新能源技术之外，扬州印象汇还引入节能降碳技术，对水、电、气、冷热能源进行智能管理，进一步降低能源消耗总量。



扬州印象汇光伏车棚

此外，我们积极加入保尔森基金会和中国国际经济交流中心共同发起的争做“零”跑者活动，制定了商场节能改造计划和节能目标。2030 年，我们预计推进新增 12 个在营商场的节能改造，实现公区节能 15%。

## 水资源管理

印力集团重视水资源管理，紧抓源头管理，加强中水及雨水回收利用，提升用水效益，在业务层面上推行节水措施，鼓励租户及消费者节约用水。

### 源头管理

评估和管理用水风险并收集用水数据有助于节水目标制定和后续管理，我们在项目投资、项目设计、项目开发、项目运营环节中会充分考虑水资源使用风险，尽量减少资源浪费和污水产生。

### 回收利用

雨水花园、绿色屋顶、雨水回收系统等是海绵城市的绿色基础设施中采用较多的设计，回收雨水后消毒过滤使用大大提高了水资源利用率。2021 年印力已有 6 个在营商场推行雨水回收系统，并使用收集后的雨水浇灌草坪或清洗地面，达成用水强度减少 9%。



雨水回收系统

### 节水宣贯

- 我们在商场和办公区域用水点张贴节水提示、设置宣传标识。
- 我们在运营项目逐步进行节水改造，对商场租客、消费者加大宣传，鼓励大家节约用水。





## | 废弃物管理

印力集团制定了严格的废弃物管理机制，针对不同废弃物对应开展分类管控措施。针对无害废弃物，我们会先对废弃物进行分类收集，设置集中垃圾房对垃圾进行干湿分离处理和分类存放。针对有害废弃物，我们会统一交由有资质的机构进行无害化处理。此外，我们也积极引导客户、合作伙伴按正确的方式进行垃圾分类，开展环保公益活动例如零废弃日活动，促使更多公众亲身参与垃圾分类及“零废弃管理”行动，减少废弃物产生。

## | 绿色租赁

印力集团始终关注企业经营与企业公民社会责任的协调发展，期望与合作伙伴不仅在业务上能合作共赢，同时共同致力于行业、社会和环境的健康可持续发展。为此，我们在 ESG 三个方面向合作伙伴及其上下游供应商发出绿色倡议。

### 绿色倡议

- 严格遵守有关环境保护的法律法规，履行环境保护义务；
- 减少温室气体排放，增加可再生能源使用占比，促进资源的循环利用；
- 降低安全与环境事故风险；
- 加强生态友好型产品管理体系；
- 关注公益，积极践行社会责任；
- 遵守劳动用工法律法规，尊重人权，反对歧视，关注员工身心健康；
- 诚信经营，不欺骗消费者；
- 提升公司治理水平，维护各利益相关方的合法权益；
- 搭建风险管理体系，重视风险防范、风险识别以及提升抗风险能力。

### “地球一小时”：联合商户与消费者，为地球发声

“地球一小时”活动是世界自然基金会（WWF）发起的，倡议大家每年三月最后一个星期六的晚上 20:30，关闭不必要的电灯以及耗电产品一小时，表明对应对气候变化行动的支持。为了推动节能减排，减少能源消耗，唤起人们以实际行动应对全球变暖的意识，印力联合 40 余个在管商业项目共同加入“地球一小时”行动中，联动商户、消费者用熄灯行动传递“地球一小时”共同保护地球的意义，一同“点亮”希望，带动商户与消费者共同关注地球环保，为地球发声，用自己的行动给地球留个“好印象”。



“地球一小时”活动宣传海报

## | 绿色办公

我们积极响应万科集团提出的节能减排零废弃办公倡议，并结合印力实际情况，制定了绿色办公相关倡议，倡导员工节约资源、低碳出行，从身边做起，从点滴着手，以实际行动践行节能低碳循环理念，在日常通勤及办公中注重节能环保、低碳生活，提高能源资源使用效率。



- 定期检查办公区域用水情况
- 长期张贴提醒主动关灯、节约用电标识
- 定期公告会议室能耗使用情况，培养节约习惯



- 人力合同实现 100% 无纸化
- 倡导办公室无纸化办公、节约纸张使用
- 拒绝一次性水杯、瓶装水，鼓励使用自己的水杯
- 会议室物资精简，仅在重要会议室保留易耗办公物品



- 鼓励员工低碳出行，倡导线上会议减少出行频次
- 出行目的地高铁 5 小时内可到达，优先高铁出行
- 同性出行，能合住不单间

## 应对气候变化

印力集团持续关注气候变化风险和生物多样性保护,我们不断探索气候变化可能给企业带来的挑战,积极响应国家双碳目标,将应对气候变化措施融入商业运营的全生命周期中。同时,我们发挥自身公益力量,积极参与资助应对气候变化相关活动,呼吁大家更加关注气候变化。

### 气候风险应对

印力集团已识别出对公司运营及业务构成的重大气候风险,制并定了相关的应对措施以有效管理气候相关实体和转型风险。

| 气候风险 | 对业务的影响    | 应对措施                                                                                                                                                                               |
|------|-----------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 转型风险 | 政策及法规风险   | 能源结构及能源使用、废弃物管理、绿色建筑、环境信息披露等相关政策或法律的出台或修订,使得公司可能出现由于未符合相关规定被依法追究法律责任、采取监管措施、出现财产损失或商业信誉损失的风险。<br><br>我们定期监察法律法规的发展趋势;<br><br>对自持项目开展节能改造,提高能源利用效率;<br><br>积极发展智能化运营,加强用电、用水管理。     |
|      | 绿色建筑技术    | 随着绿色环保理念如绿色产品、低碳消费的不断深入,社会公众关注自身及外部环境相关的环保事宜,若公司未能有效满足消费者需求,可能使得公司营业收入下降。<br><br>我们持续关注消费者对低碳商场、绿色消费、节能产品的需求,并及时满足消费者的需求;<br><br>加强与消费者沟通,积极展示低碳环保、节能减排的企业形象。                      |
|      | 能源结构及能源使用 | 目前,中国正大力推广包括取代煤炭及石油的替代能源,以及太阳能、风力等可再生能源。我们需付出额外成本,满足能源政策带来的影响。现有高能耗设备可能会由于政策原因无法使用,提前报废。<br><br>2022年,印力集团推动共7个光伏发电落地项目,共生产绿电3,494,967千瓦时,并计划到2025年在至少18个商场实现太阳能光伏发电,持续推广太阳能光伏的应用。 |
| 实体风险 | 极端天气      | 我们制定《气象灾害应急处理指引》《自然灾害防范规程》;强化台风、暴雨、极寒、高温等极端天气的远程运营方案,建立远程与现场的联动机制;<br><br>在沿海流域的深圳、武汉、杭州、长沙、南昌等具有洪水威胁的城市商业运营中心,我们建立了针对极端天气的应急预案。                                                   |

## 生物多样性保护

生物多样性对于人类乃至整个地球都有着至关重要的意义,印力集团始终呼吁大众尊重自然、顺应自然和保护自然,以实际行动联合各界共建“健康生态圈”,以应有的责任和担当,为保护生物多样性贡献自己的一份力量。

### “守护蔚蓝”：呼吁公众关注海洋危机

2022年6月,印力公益基金会联合其他志愿组织携手举办的“我爱海洋”系列公益活动。在活动期间,我们开展了《守护蔚蓝》海洋环境教育课程,通过情景体验以及现场互动的方式,提升公众对海洋的认知,呼吁大家正确看待海洋面临的威胁和人类与海洋的关系。



宣讲员向公众讲解海洋知识

### 印力公益基金会资助生物多样性宣教及研究

从2019年起,印力公益基金会支持“一个地球自然基金会”在中小学、社区、医院及印力中心开展了多场环境教育课程,为孩子和家长普及保护生物多样性的重要性和必要性。此外,印力公益基金会持续支持“一个地球自然基金会”在我国珠江口海域开展的针对中华白海豚的水下声学研究。我们通过赞助水下声学设备,为研究团队进一步了解海洋噪音对于中华白海豚的影响以及活跃区域贡献我们的力量。此外,在印力集团的支持下,科研团队开展白海豚主题纪录片拍摄工作,使大众了解目前中华白海豚存在的危机,纪录片现已正式发布。截至2022年底,印力公益基金会累计捐助156,954元用于保护生物多样性的宣教及研究,未来我们会持续关注及资助生物多样性相关活动及研究,助力生物多样性保护实践。



守护中华白海豚宣传海报



《海底之声——保护中华白海豚主题纪录片》





# 03

## 同心同行

|        |    |
|--------|----|
| 责任故事   | 49 |
| 我们的理念  | 50 |
| 优质客户服务 | 52 |
| 保障员工福祉 | 58 |

## 责任故事



### 深蓝征程，扬帆远航

“深蓝计划”既是印力集团内部核心人才的选拔项目，也是定向培养购物中心高级运营管理人才的项目，旨在为印力集团培养优秀的国际化商业管理人才。“深蓝计划”以《事业合伙人纲领》为指导，已为印力培养一批真诚用心，充满激情与活力，契合业务需求，勇于担当，并保持创新精神的奋斗者。通过理论和实践相结合的方式，融汇印力成长智慧和经验沉淀，提升学员的商业运营能力、变革创新能力、团队管理能力、共同价值观和国际视野的综合能力。

- 深蓝计划（三期）分为三个阶段的封闭式训练、实战演练和在岗实践，首次引入“EMBA 概念”，融入印力的经验沉淀，采用“3+10”理论+实战的人才培养方式。2018年1月，为期三天的深蓝计划（三期）第三阶段集训活动于万科双月湾户外营地开启。此次集训活动通过对万科相关板块进行实地考察，结合内部优秀案例及高效能习惯的应用，引发学员探索泊寓、户外营地、物流三大业务与印力商业之间的联动和合作模式。
- 深蓝计划（四期）始于上海，终于深圳，团队历经一年半载，经历挑灯夜战，翻越秦岭的生活，体验项目学习的全流程——项目开发、筹备和招调运营，系统梳理投、融、建、管、退的商业全流程。项目整体为学员提供自由交流和表达的机会，互相挑战和激烈竞争，提升系统思维，最终收获砥砺前行的目标和成果。

印力西安城市商业公司贵阳大都会万科广场合伙人俞海翼通过深蓝计划认识到学习对团队的重要性以及商业的定位多元化，并在商管和资管等方面研究商业体不同生命周期的经营方向。通过深蓝计划，学员能够拥有系统的学习和培训平台，进而深化商业知识的储备和提高商业敏感度，提高学习型组织的意识和增强团队合作的能力，在实践中探索消费者行为研究的征程。



深蓝学员专访

## 我们的理念

### 我们的洞察

#### 以人为本，服务之本

##### >> 消费者

购物中心消费者运营主要从提升感知力、兴趣力和消费力出发，实施从感知到忠诚的全链路运营。感知力方面，购物中心的竞争对手不是其他购物中心，而是其他生活方式，因此我们要把消费者去购物中心购物、吃饭、娱乐的生活方式在消费者心中的顺序提高；兴趣力上，通过降低消费者到场成本，及时了解和推送购物中心的新品和活动提升吸引力，购物中心才能实施消费者的到场服务；消费力方面，在精准洞察客户之后，购物中心通过提升数字化运营的工具和方法，实现卖场外货、提供场外服务，扩大对消费者的服务边界。

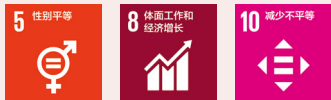
##### >> 员工

秉承始于人，成于事，归于人的理念，印力集团一直致力于营造以人为本及和谐的职场文化，公开公正招聘、吸引和挽留人才，提供竞争力的福利和安全健康的工作环境。我们悉心培育员工，提供平等机会和充足支援，营造多元包容的工作氛围，提升女性员工的比例和高层女性员工的比重，同时，公司提供丰富和有针对性的培训课程，协助员工发展成为优秀的团队成员，为客户提供卓越的产品和服务。

### 我们的管理

针对客户服务方面，印力集团致力于为客户提供优质服务，持续为客户创造价值，保障客户的权益和健康安全；在员工管理方面，印力坚持以人为本，心系员工福祉，全面保障员工权益，关注员工健康与安全，搭建公平公正的员工成长体系，营造开放多元的工作氛围。

#### 本章节回应的联合国可持续发展目标



#### 本章节 ESG 重要性议题

- |         |         |
|---------|---------|
| 员工权益和沟通 | 客户健康与安全 |
| 服务品质    | 职业健康与安全 |
| 员工培训和发展 | 人才吸引与留存 |



目标及目前进度

结合联合国可持续发展目标和重要性议题，印力设立了以下目标，和公司当前的进度做对比：

| 目标                                      | 目标进展                                                            |
|-----------------------------------------|-----------------------------------------------------------------|
| 确保合规与公平雇佣，落实平等、多元化的雇佣方针。                | 开展“新动力”“万 IN 生”校园招聘、社会招聘。                                       |
| 持续完善更新印象书院人才培养体系，强化关键人才队伍建设。            | 持续开展“万 IN 生集训营”“青训营”“深蓝计划”“合伙人研习社”等人才培养项目，实现商业人才梯队培养全覆盖。        |
| 完善内部活水机制，为员工在企业内跨部门、跨专业发展提供完善制度保障。      | 每年开展 2 期“IN 活水”人才交流计划，2022 年开放岗位 28 个。                          |
| 确保每年员工体测优良率达 90% 以上。                    | 2022 年，员工体测优良率达 90% 以上。                                         |
| 优化职业安全管理体系，加强职业安全教育，推进安全培训工作的开展，提升培训效果。 | 2022 年，安全体系培训 66 课时，巡检 64 次，覆盖 3,840 人。                         |
| 坚持高品质，优化管理，持续提升客户满意度。                   | 截止 2022 年底，商场整体全年满意率为 87.40%；完成“超 IN 星”客户服务体系搭建，岗位认证考试 100% 覆盖。 |



优质客户服务

小微企业已成为我国经济社会发展的重要推动力量。每一个实体门店都是一个小微企业，每个实体商户和购物中心、商业地产密切相关。同时，购物中心也高度重视保障商场消费者的合法权益，印力集团秉承“以客户为中心”的理念，用心提供产品和服务，倾听客户的声音，提升客户的满意度。

优质会员服务

购物中心本质上是客流的分发平台，店铺的客流量取决于自身的定位、品牌效应和营销宣传等，而商场的客流量依赖于商场定位属性、招商和营运的能力水平。除了场和货两方面，无论是租户还是商场本身都离不开“人”的服务，因而为客户提供优质的商业服务是商场运营的核心要素。

印力上海 周三会员日

会员体系是商场与消费者建立关联的重要途径，不仅能提供消费者基本信息、购物偏好，为商场后续针对性调整提供参考，也让会员服务和营销突破物理空间限制，在更多的场景进行衍生。

“周三会员日”是一个常态化的活动，截止 2022 年底在印力上海旗下 8 家商场已经上线（上海七宝万科广场、苏州印象城、常熟印象城、南通印象城、江阴印象汇、南京江北印象汇、扬州印象汇、马鞍山印象汇）。“周三会员日”依托印力集团的印享星体系开展，每个商场的权益都是量身定做，并不相同：多倍积分、秒杀、品牌折扣等活动叠加。

选择在周三，显而易见是为了在周末之外，营造一个在周中时间的消费习惯，常态化的会员活动能直接有效的提升会员忠诚度与粘性。



印力 SuperV 花花节：回归客户的运营服务

印力 SuperV 花花节，作为一档聚焦在会员的大型联动营销，将商场转变为潮流体验场所、社交互动场所、文化交流场所、情感释放场所等，与不同年龄层、圈层消费建立联系。2022 年，第六届印力花花节在 Il Piccolo Principe（小王子）与野萌君的情感价值赋能下，充分发挥平台生态价值，从商户折扣、团券、会员专属福利等多方面带来花花节有史以来最大力度的折扣，期望能用这种方式在不确定的市场环境下通过消费点燃热情，治愈会员并反哺商户。

六年的迭代与升级，我们始终站在会员的角度，为会员打造物质与情感兼备的消费体验。我们相信印力花花节未来更能够凭借内容势能与平台生态叠加的长期价值爆发长尾效应，成为“长青造节 IP”。



2022 年印力花花节现场

保障客户权益

印力致力于不断提升面容形象、服务品质和服务理念。通过提升客户服务能力、员工内驱力、积极性及自我认可度形成导向效应；同时，我们通过提升集团服务品牌形象加强消费者认知度，形成监督效应，以此为客户提供源源不断的好服务。

公司通过以下三方面提升客户关系评价体系

品质感

以服务品质检查为主，实施总部及城市公司交叉飞行检查

美誉度

通过大众点评等渠道，加强项目曝光度及好评度

满意度

通过客户满意度调研，阶段性地了解客户满意度情况，把握公司待提升和改进重点

客户满意

印力集团秉承“以客户为中心”的理念，持续为客户提供好服务、好产品。2022 年公司根据客户关系评分架构进行服务品质的普查，从品质感、满意度和美誉度三方面落实项目整体的客户体验评价管理，并将项目及人员的优秀评选与客户满意度分数结合考量。

印力集团打通线上满意度调研系统和印享星会员平台，通过以参与调研送积分的方式吸引客户积极参与商场满意度调研。我们每月会对调研系统后台数据进行分析，并生成调研报告。在调研报告中，我们发现消费者的核心诉求主要集中在商场环境卫生、空调气温、积分难兑换和停车场管理方面，因此我们也针对消费者诉求做出相应管理调整，例如：加大卫生间清洁度管理、丰富兑换商品并简化兑换机制、强化停车场专人引导机制和停车费管理等。

关键绩效

截至 2022 年底

商场整体全年满意率为

87.4%

\* 客户满意度根据内部严格检视标准



客户沟通

客服作为印力面对客户的窗口，是客户与购物中心的重要桥梁，是客户心声的交汇纽带，也是购物中心关键的形象窗口。为了能够提供完善客户服务体系，印力注重提高面容形象，培训服务人员，打造挖掘一线优秀服务人员，向消费者传递印力服务理念。

“超 IN 星”客户服务能力提升计划是由商业运营中心牵头，联合印象书院推出面向一线全体客户服务合伙人的赋能培训，形成总部 - 区域 - 项目三级纵向培训客服体系，培养区域金种子选手。2022 年，公司完成了客服岗位基础课程的开发及搭建，上线“超 IN 星”客服地图，完成客服人员岗位认证培训及考试，提炼了 15 名种子讲师，并以城市公司为单位覆盖全员进行 3 场（基础业务）培训和 2 场（业务拓展）培训。



超 IN 星培训



投诉处理

针对客户投诉问题，我们要求以最终电话回访的形式确认是否关闭，同时邀请客户对投诉处理进行评价。



关键绩效

2022 年

客户投诉关闭率达到

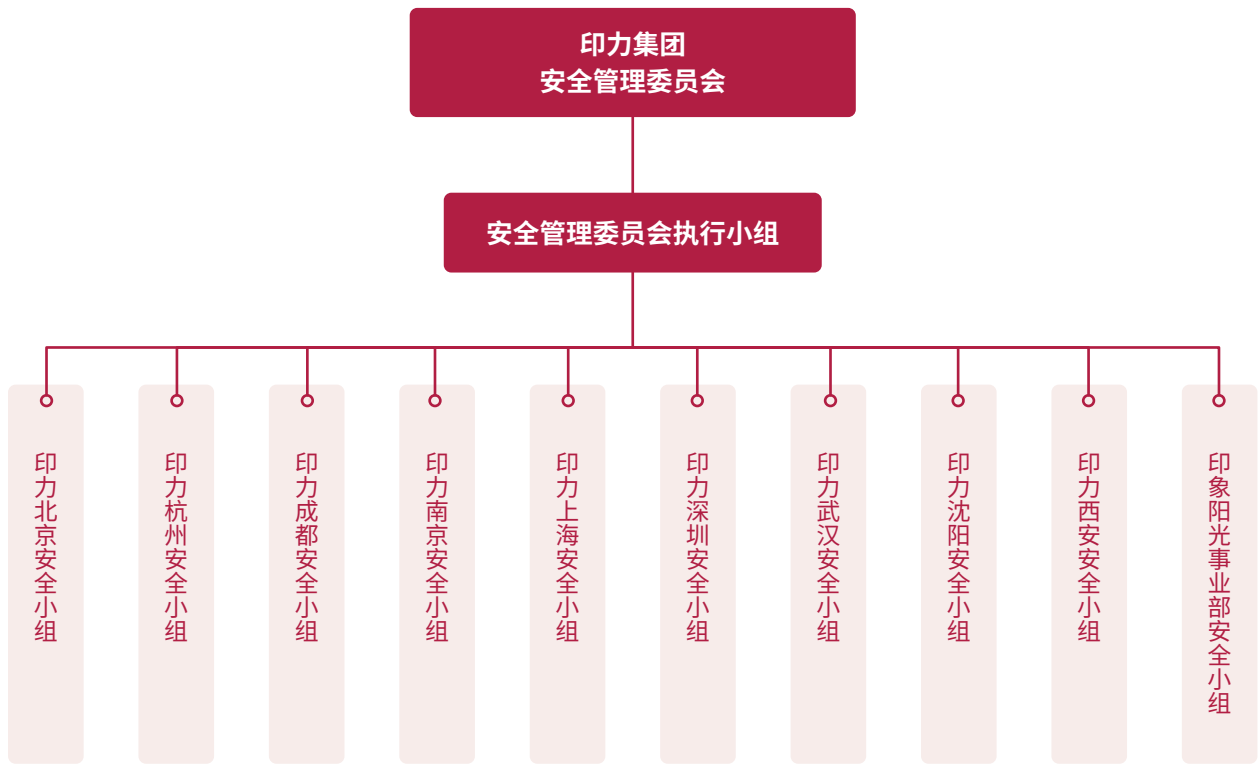
100%



保护客户安全

印力集团始终将客户的安全放在首位，建立健全完善的安全管理体系，通过持续完善提升应对措施和加强员工安全培训，多方位提升和保障客户的安全。

印力集团建立公司安全管理委员会和安全管理委员会执行小组，分别负责印力整体安全管理工作和落实安全管理工作的开展。具体架构图如下：



印力集团对于开发和运营都有相关的安全生产管理文件，管理文件中对管理方式和管理频次等都给出了要求，如项目开发过程中，公司制定相关政策文件《印力集团在建项目安全管理规定》《印力集团在建项目防火操作指引》《印力集团在建项目大型机械设备管理规定》《印力集团在建项目安全管理要求》等；项目建设规划阶段，公司进行风险识别，对于难度大和易出风险的项目需要针对性的进行评估和提出降低风险的措施；在项目实施过程中，如果涉及大型机械或动火作业时，我们有对应的指引进行安全工作的指导，降低高风险行为引致风险的可能性。2022 年，我们在开发过程未发生安全生产事故。

物业安全

我们设定安全管理目标、开展安全监督检查和合规评价、安排安全培训安全培训，保障安全良好的商场环境。我们通过安全生产月活动，加强安全隐患排查及整改，确保设备设施完好有效，定期开展安全及消防演练，提升商业项目安全管理水平。

**设定管理目标**

组织制定并审核印力年度安全管理目标、相关岗位《安全目标责任书》

**安全监督检查**

对城市公司、项目层级安全管理工作落实情况开展监督检查

**合规性评价**

组织印力总部及下属单位开展法律法规合规性评价

**定期培训**

以项目为单位，定期开展安全知识培训及消防演练



## 西安龙首印象城微型消防站

为了保障客户的安全，提供一个安全、安心的购物环境，我们在西安龙首印象城的人群密集场所，如电影院、超市等地方设立了微型消防站，并在每个站点配备了 3 名义务消防队员，以便火灾发生时，能够及时、快速反应，应对突发火灾事故，尽可能的减慢或阻止火势蔓延，保障商场及购物群众的安全。

除此之外，我们还定期对现有消防设备设施进行测试，例如每月测检一次防火卷帘、消防水泵、排烟风机运行情况，确保消防设施设备运行状态良好；我们每月对商户开展监督检查安全隐患，要求对有消防隐患的商户立即整改、跟进直到整改结束；我们的消控中心会 24 小时不间断进行摄像头巡检与保安员现场 24 小时巡视相互辅助，随时应对各类突发事件及排除火灾隐患，保障服务空间安全环境。



西安龙首印象城微型消防站

## 食品安全

我们从租户准入、日常运营管理和定期检查等方面完善食品安全机制。



### 证照收集

招商部在合同签署阶段收集品牌营业执照，营运部收集店铺餐饮服务许可证、食品流通许可证以及娱乐店铺文化经营许可证等。



### 运营检查

营运部检查餐饮备餐备料等事宜，对后厨定期进行人、货、场三方面的检查。

## 保障员工福祉

印力集团重视吸纳和培育人才，保障员工权益，维护员工健康和完善员工的成长渠道。印力遵守《中华人民共和国劳动法》《中华人民共和国劳动合同法》《中华人民共和国未成年人保护法》《中华人民共和国妇女权益保障法》等法律法规，秉承“合伙奋斗”的文化，遵循公平公开的原则。印力坚决抵制雇佣童工和强迫劳动，尊重和保障妇女的权益，加强员工内部及员工和领导层的沟通交流，创建多元包容的环境。

## 维护员工权益

印力集团在遵守国家员工雇佣相关法律法规的基础上，也严格遵循万科制定的《职员职务行为准则》《万科人力资源手册》等人力资源政策，坚持公平、公正、公开的原则，为公司内部选拔合适和优秀的人才，保障员工的合法权益，完善员工的成长和发展通道。2022 年，印力集团获得猎聘 2022 年度广东非凡雇主的称号。

## 合规雇佣

人才是印力集团发展过程中的重要资源。印力严格遵守国际公认的人权规范，也遵循万科制定的《招聘手册》等雇佣手册，建立完善的招聘专业认证和面试官认证体系，主动出击获取外部人才，不断发掘优质招聘渠道，完善公司人才地图。



### 外部招聘渠道

- **网络招聘平台**：包括综合性招聘平台如前程无忧、猎聘等和社交性招聘渠道如 Boss 直聘、脉脉等；
- **RPO（招聘流程外包）**：针对标准化岗位批量招聘，提升人才筛选的效率；
- **校园招聘**：依据企业战略需求，通过校园招聘储备高潜人才，通过花式吸引，让学生和企业有深入沟通交流和双向选择的机会；
- **内部推荐**：鼓励员工为公司推荐优秀人才，并提供内推奖励。



### 内部招聘渠道

- 鼓励员工跨地域和跨业务的正常流动和发展，给予员工多元化发展的机会。



## 关键绩效

2022 年



印力新聘员工总数为

**875** 人

男性

**477** 人

女性

**398** 人

按年龄组别划分



30 岁及以下员工数量为

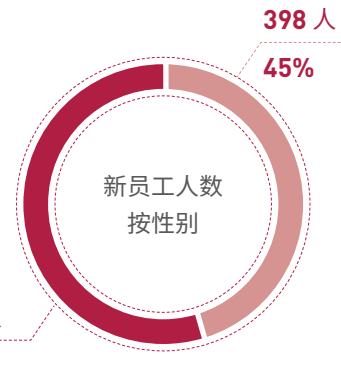
**502** 人

31~50 岁员工数量为

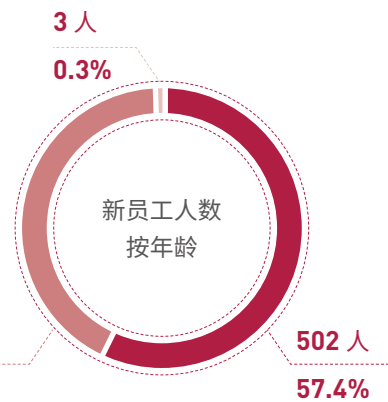
**370** 人

51 岁以上的员工数量为

**3** 人



■ 男员工 ■ 女员工



■ 30 岁及以下 ■ 31-50 岁 ■ 51 岁以上

## 权益保障

印力严格遵守《中华人民共和国劳动法》《妇女权益保障法》以及地方行政规定作为依据和准则，明令禁止雇佣童工、用工歧视等违法行为，基于对应聘者的合理评估与考核，开展多种用工形式如劳动合同用工、非全日制用工、劳务派遣、业务外包等，为员工提供多元平等、开放和谐的职场环境，持续提升公司员工发展的可持续性。截止 2022 年底，公司未存在强迫劳工或雇佣童工的重大风险。

## 关键绩效

2022 年



印力员工总数为

**3,474** 人

男性

**1,972** 人

女性

**1,502** 人

按年龄组别划分



30 岁及以下员工数量为

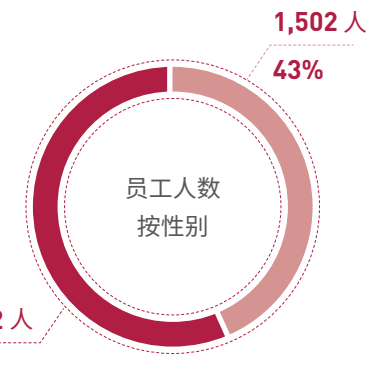
**1,104** 人

31~50 岁员工数量为

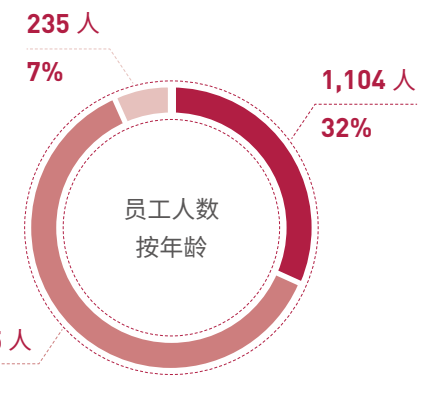
**2,135** 人

51 岁以上的员工数量为

**235** 人



■ 男员工 ■ 女员工



■ 30 岁及以下 ■ 31-50 岁 ■ 51 岁以上

## 薪酬绩效管理

印力遵循国家法律法规并依照万科集团制定的《万科员工手册》，坚持多创造多分享、多劳多得的薪酬导向，为员工提供具有竞争力的薪酬待遇，持续完善员工福利保障体系，规范劳工管理。除了法定的五险一金外，印力也为员工提供多项关怀福利如带薪年假、年度健康体检、商业保险以及其他带薪年假如产假、病假、婚假等。绩效考核方面，我们规范绩效评估等级和员工任职、薪酬、发展等方面的标准，倡导绩效文化，不断提高绩效管理水平和，针对绩效考核评估不满意的情况，公司会为员工提供合理申诉渠道，认真对待绩效考评和绩效面谈。

员工沟通

印力积极与员工保持良好有效沟通，提供多种沟通渠道，主动倾听员工的建议和要求。我们围绕“表达、成长和申诉”三方面建立公司内部的沟通反馈通道。

| 主题 | 渠道     | 渠道功能                                                        |
|----|--------|-------------------------------------------------------------|
| 表达 | 小印倾听   | 通过 OA 每日弹窗，反馈心情吐槽，投诉建议。                                     |
|    | HR 直通车 | 微信扫码直达 HR，反馈意见，表达需求，让意见有渠道解决，让需求得到关怀。                       |
| 成长 | 入职引导人  | 帮助新员工快速融入团队，适应公司，提供人文关怀与职业发展有机结合的职业引导，并伴随员工的全职业生涯。          |
|    | 合伙人面对面 | 定期通过有主题的面对面交流，与一线合伙人和公司合伙人交流，帮助员工了解业务与管理导向，便于员工表达想法、意见及建议。  |
|    | 工作面谈   | 在“入职、离职、绩效考核”的面谈，通过与业务及人力部门合伙人面对面沟通，帮助员工了解自身，提供支持策略，助力职业成长。 |
| 申诉 | 星语心愿   | 每月抽取不同员工邀请进行邮件反馈心声、与印力首席合伙人沟通交流，同时所有员工日常也可以通过邮件与首席合伙人沟通交流。  |
|    | 现场服务日  | 每月管理类合伙人至一线岗位，与一线合伙人随岗服务，服务客户，同时开展“我为员工做件事”活动。              |
|    | 员工申诉平台 | 当认为受到不公平待遇时，可通过 OA 员工申诉平台进行问题申诉。                            |

|保障员工健康

印力集团重视员工的健康与安全，严格遵守《中华人民共和国安全生产法》《中华人民共和国劳动法》等法律法规和 OHSAS 18001 安全及卫生管理体系要求，制定《生产事故管理办法》，开展日常的监督检查和风险防范，同时加强员工安全健康意识，保障员工的职业健康和安全。

除了完善的组织架构和管理文件条例，2022 年，印力获得职业健康与安全管理体系的相关认证证书，保障员工的健康和安全。其中包括，ISO 14001 环境管理体系认证证书、ISO 45001 职业健康安全管理体系认证证书、ISO 9001 质量管理体系认证证书。



ISO 14001 环境管理体系认证证书



ISO 45001 职业健康安全管理体系认证证书



ISO 9001 质量管理体系认证证书

安全培训

印力注重员工安全意识的培训与宣贯工作，定期组织员工安全培训活动，提升员工安全防范意识与安全管理能力。2022 年，我们开展安全体系培训 66 课时、巡检 64 次，覆盖 3,840 人；2023 年 1 月，我们推出安全培训课堂科目 200 节，培训时长 6,498 分钟、培训人数 2,844 位，满意率 100%。

安阳印象汇 用心用勤筑牢安全防线

安阳印象汇作为开业 13 年的成熟期项目，通过十三年的在地生根、创新求变、精益求精，使项目成为安阳商业市场的领军项目。安阳印象汇 2022 年六月开展安全生产月活动，通过在外场墙面、内场员工通道、各出入口墙面以及场内电子屏等人流密集地点多方位张贴安全宣传版面，向大家宣传相关安全知识。同时，我们邀请了来自消防、电梯、天然气公司的外派讲师进入现场讲解相关知识，提高全场员工安全意识，筑牢安全防线。在安全生产月活动期间，安阳印象汇共组织安全相关培训 15 场，安全演练 3 场。



安全培训



## 员工关怀

印力集团关注员工健康，倡导“劳逸结合”的工作理念，组织员工成立各类运动俱乐部，开展体质测试、节假日慰问关怀活动，鼓励员工参与各种类型的体育运动，增强员工体魄，丰富员工生活，提升员工幸福感和满意度。



办公室运动会



亲子日



生日会

## 重视员工发展

印力集团秉承“文化传承高度统一，人才培养百花齐放”的理念培养人才，以印力人才培养项目为依托，贯穿轮训、传承，确保文化价值观共识达成。印力不仅依托万科的培训管理制度和乐学线上学习平台，也通过内部的印象书院作为人才培养载体，为印力内部输出优秀的人才，提高员工的工作技能和知识储备。

## 总部培养体系

2022 年，印力集团参加万科集团开展的总部学习日、业务单位本部合伙人专题培训、基层领导力培训等系列项目，多方面不断提升员工职业技能，拓宽员工视野与思维。

### 总部学习日

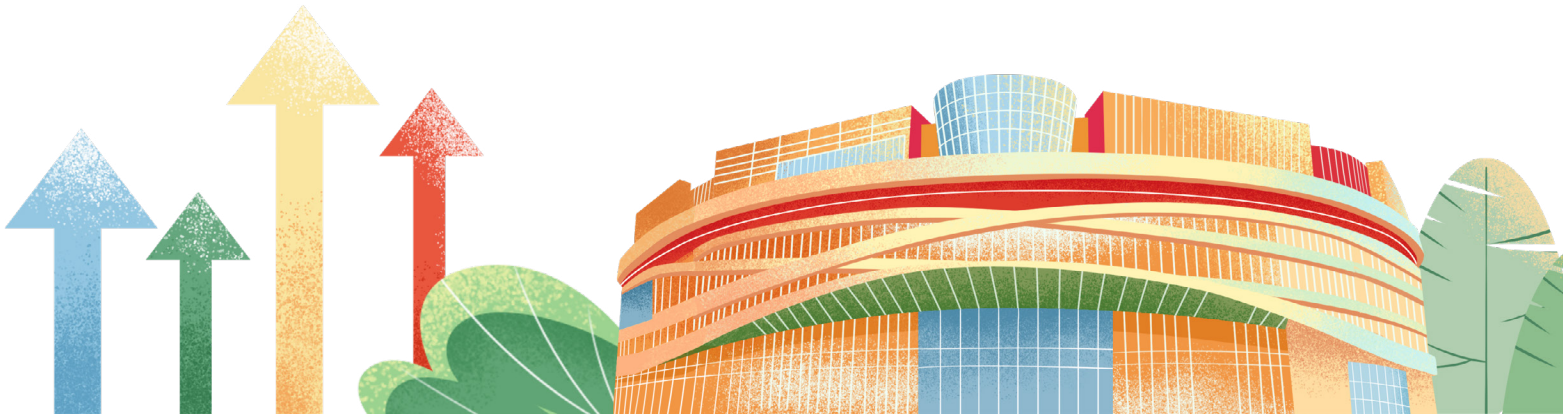
该活动是万科集团面向总部全体合伙人的聚焦工作原则和工作方法的培训课程。2022 年，印力集团员工全员参与了《<事业合伙人管理纲要> 关键理念》等课程学习。

### 业务单位本部合伙人专题培训

该项目面向万科集团各业务单位本部合伙人，旨在通过项目走访、集团内兄弟单位交流、文化价值观及工作方法集训，加强对业务的深入了解，加强单位间的协同。

### 基层领导力培训

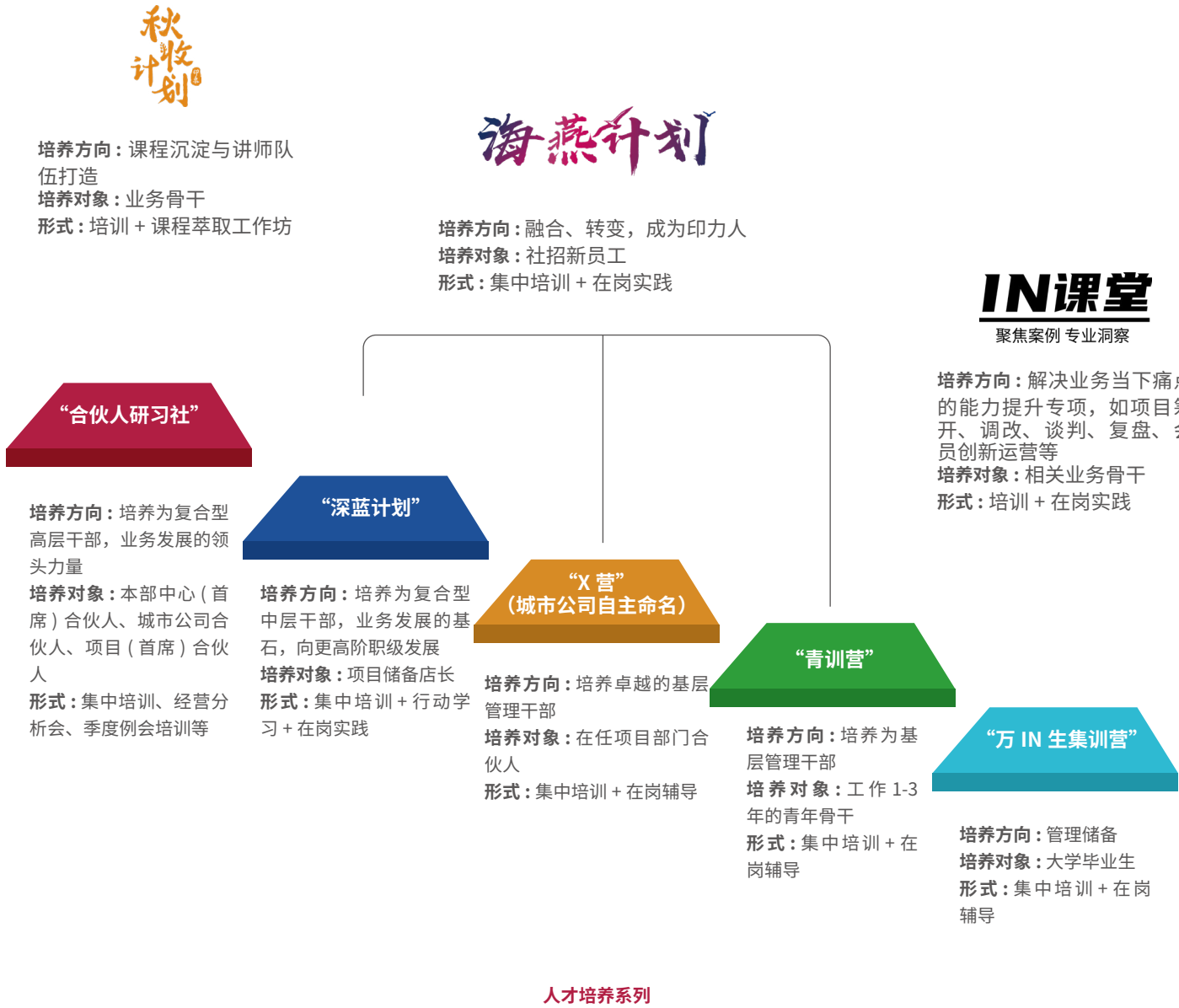
万科集团总部推出的基层领导力培训项目，在印力集团全面推广，累计覆盖超过 550 人。



印象书院培养体系

印力内部印象书院的人才培养方向分为“建梯队、夯基础和聚人心”三方面：

| 印象书院人才培养体系   |                                               |                     |
|--------------|-----------------------------------------------|---------------------|
|              | 培养方向                                          | 培养项目                |
| 建梯队<br>管理通道  | 公司骨干合伙人                                       | 合伙人研习社              |
|              | 储备项目合伙人                                       | 深蓝计划                |
|              | 在任项目部门合伙人培养                                   | “X” 营               |
|              | 储备项目部门合伙人培养                                   | 青训营                 |
|              | 一线团队领班                                        | 基层领导力班              |
| 夯基础<br>专业通道  |                                               | 营运学堂、招商学堂、推广学堂      |
|              |                                               | 寻匠计划－工程物业技能比武大赛     |
|              | 营运线、招商线、推广线、<br>工程物业线、产品线、资管线、<br>投资线、财务线、人力线 | 秋收计划－专业类课程开发专项      |
|              |                                               | IN 课堂、IN 之约         |
|              |                                               | 专业条线 workshop       |
| 聚人心<br>新员工培训 | 社招新员工                                         | 海燕计划                |
|              | 校招新员工                                         | “新动力” “万 IN 生” 培养计划 |



知识共享平台 - 乐学

“乐学”平台是线上移动学习平台，为员工精准投放课程，提供更多的赋能机会。乐学平台包含学习地图、考试等功能，推出“每天 5 分钟”学习产品，从知识进阶性、培训持续性出发，助力一线员工个人成长及服务水平的提升。

关键绩效

2022 年

印力受训雇员占雇员总百分比为

100%







# 04

## 社会共生

---

|        |    |
|--------|----|
| 责任故事   | 69 |
| 我们的理念  | 71 |
| 共建美丽社区 | 72 |
| 投入社会公益 | 75 |



## 责任故事

### 深蓝之境，重塑未来

印力集团多年来始终致力于为人们提供绿色环保的生活场景，怀着感恩之心踊跃投身公益事业，积极组织和开展各类公益活动。保护环境、保护海洋，以实际行动守护共同的环境和家园是印力公益基金会发展的重要目标之一。

### 积分捐赠，号召大众守护海洋环境

深蓝之境公益行动中，印力公益基金会携手一个地球自然基金会，在宣传、普及、参观的基础上，结合印力商业资源，利用印力的商业会员系统联动全国 100 多个商业项目，以会员积分捐赠的形式号召印力近 900 万的会员共同参与到海洋的环境保护工作中，印力公益基金会采用与会员同等额度配捐（即会员每捐赠 100 积分，印力公益也会捐赠 100 积分同等额度），以此来提升公众对海洋知识的探索，形成人人认识、人人爱护环境的良好氛围，引导公众自觉保护环境和保护海洋，并转换为实际的行动，一起推动减塑减排工作，减少环境污染。



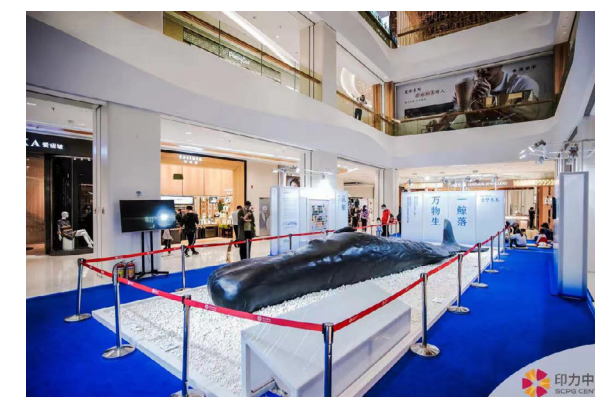
“深蓝之境·重塑未来”启动仪式深圳印力中心会场



印享星积分捐赠

### “重塑未来公益展”号召大众重视海洋垃圾

为配合“深蓝之境-重塑未来”公益行动，唤醒公众保护海洋意识，公益艺术展“重塑未来”同期在深圳印力中心开展，以“源起-反思-认知-重塑”为线索，展览现场不仅可以看到由本地艺术家白小刺先生以 2017 年在深圳海域搁浅的抹香鲸为原型创作的一比一还原的公共艺术雕塑《鲸鼓》，还有包括日本 UMMM/KIWI 特别以海漂垃圾创作的系列戒指，以及由印度尼西亚艺术家 Cempaka 以海洋“微塑料”全新创作的《微塑世界 | Look Closer》。通过艺术家创作的艺术品，让公众能够重视“海洋垃圾”对海洋生态的不良影响，也能够让人们反思和梳理人、物、生态之间的关系，呼吁人们从身边的小事做起，保护海洋。



公益艺术展



我们的理念

印力集团多年来一致秉承着“以服务人们的美好生活为己任”的理念，坚持为广大人民提供一站式全生态服务，构建美丽社区，也坚持在教育、生态、民生等领域进行公益实践。长期以来，印力持续以印力公益基金会为平台，以未来的视角关注今天的变化，致力于捐资助学、扶贫救灾、资助志愿者活动等公益事业。

本章节回应的联合国可持续发展目标



本章节 ESG 重要性议题

社会公益

结合联合国可持续发展目标和重要性议题，印力设立了以下目标，和公司当前的进度做对比：

目标及目标进展

| 目标                          | 目标进展                                                                                                                                                                                                 |
|-----------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 积极承担企业社会责任，在社会公共事务中发挥建设性作用。 | 与世界自然基金会（WWF）与深圳市一个地球自然基金会（OPF）携手发起“深蓝之境 - 重塑未来”公益系列活动，唤起消费者环保意识。<br><br>武汉青山印象城作为印力集团率先将社区生活枢纽概念融入改造的项目之一，融入社区服务中心、社区医疗、社区献血站、社区警务室等与周边居民生活息息相关的刚需配套，给城市注入新的活力。未来，印力将结合企业优势，优化现有平台，推动公司社会公益工作系统化水平。 |

共建美丽社区

打造充满活力的生活中心是印力城市、社区生活枢纽的产品定位。印力集团致力为广大家庭提供一站式全生态服务，超越业态和品牌组合层面，提供有活力的生活方式组合。我们努力让社区的连接超出物理建筑制约，致力扩大物理边界和功能边界，以此实现连接活力生活相关的各方资源整合。

社区连接

印力集团为进一步加强商场的的生活枢纽属性，实现政府、居民和社会共建共治共享，积极与社区和居民建立情感联系，聚焦民生类需求，通过开展多样的商场活动、场内美化、建筑设计等方式，提高居民对商场的认知。

武汉青山印象城邻里中心

武汉青山印象城邻里中心通过与街道、社区的紧密沟通建立了良好协同关系，打造贴合政府与街道、社区的邻里中心。青山区光明社区一直希望在青山印象城的一楼设立服务中心服务居民，经过我们的沟通与协调，我们决定将一楼外街部分的区域划分给社区服务中心和街道服务中心来建立邻里中心。除此之外，青山印象城邻里中心还引入青山区图书馆（新馆）、社区警务室、献血站、自助政务机等服务设施，以便更好的服务社区居民和消费者。



武汉青山印象城社区党员群众服务中心



武汉市青山区图书馆



社区卫生服务站



武汉青山印象城 游乐场



## I 人文关怀

为致力于提升居民的生活质量和便利程度，印力集团尝试打造一系列商场活动，加强和城市居民的沟通和联系，通过宣传和举办受大众青睐的活动和展会，与消费者进行深入交流，拓宽文化沟通交流的渠道。

### 温州印象城 MEGA—城市客厅

温州印象城 MEGA 毗邻科技馆、博物馆、图书馆、大剧院，充分利用地理优势，开展跨界合作，提升城市配套属性。我们邀请会员定期参与分享会，提升会员价值感。通过与多文化单位联动，打造城市客厅概念。

- **科技馆**：联合打造科普及实践基地，丰富创客空间内容。
- **博物馆**：与博物馆联动，定期在商场内开展跨界展览。
- **图书馆**：定期开展书友分享会、签售会，并落实 24 小时书屋。
- **大剧院**：为会员提供专属音乐会 / 歌剧等表演，在商场内设置剧院售票点。



温州印象城 MEGA

## I 便捷高效

数字化的技术和服务在提高商场运营质量和水平的同时，也会为消费者带来生活上的便利，如商场线上直播带货、引导机器人、自助收银和导航系统等渠道，能够让消费者自由选择购物的渠道和轻松的购物体验。

### 北京印象城—智能停车

北京印象城结合了智能设备、AI、大数据、平台技术管理等技术，根据商业赋能开发了由停车场端口为商户引流的功能。该功能可根据现场情况为停车场内空闲位置安排柔性停车位，并上线了全国首个全流程智能化停车服务，消费者可通过 AI 智能实现预约车位，AI 导航找寻车位、反向寻车等，享受无感支付、提前缴费、快速离场等优质的停车体验。



停车场运营 AI 监控平台

数字化的管理不仅能够降本增效，同时也提升北京印象城的管理精细化程度，让管理更透明高效，以此为消费者提供优质的停车管理服务，让大众的停车体验更便捷、舒适。

## I 亲子游乐

亲子游乐是印力集团重点运营的对象之一，我们通过不断丰富商业中心的设施设备和场内设计，举办各种儿童活动，构建免费乐园场景、开放运动空间、宠物友好空间和公益共建空间，聚焦亲子客群，为社区里的广大家庭提供快乐、温馨的亲子游乐活动场所。

### 印力西安打造亲子活动体验及宠物友好主题服务

西安龙首印象城项目结合暑期档期，洽谈“小黄鸭主题儿童沙滩”落地户外南广场，拉通商户进行活动资源匹配，以亲子家庭做为切入点，打造专属城北的户外体验场地。在未央区政府“夜经济”文化的倡导下，我们积极配合响应，通过户外休闲体验场地和原创 IP“龙首叁00”市集，成功打造地标性外部市集活动，为项目客流提升打下基础。



西安浐灞印象城通过集合宠物用品店、宠物美容、宠物社交餐厅、订制宠物主题概念店、宠物公共室外活动空间以及提供宠物友好硬件设施和宠物友好软性服务，打造“宠物很友好”概念，构建人与宠和谐共处的社区落脚点。我们通过不定期社群沙龙活动集合爱宠人士交流养宠心得、举办公益流浪动物领养日等活动，促活项目“宠物友好”标签。





## 投入社会公益

印力公益基金会是由印力集团出资发起，于 2014 年在深圳市民政局注册成立的公益基金会。印力公益基金会秉承印力集团“以服务人们的美好生活为己任”的理念，主动承担社会责任，致力于捐资助学、扶贫救灾、资助志愿者活动等公益事宜，积极投身公益事业。



## 绿色环保

印力公益基金会多年来同步投身于绿色环保的生活场景公益中。

### 关键绩效

2022 年，印力公益基金会



捐赠金额为  
**29.3** 万元



志愿活动投入人次为  
**1,181** 人次



投入时长为  
**6,916** 小时

### 印力成都 X 蚂蚁森林“绿色生活节”

2022 年，印力成都公司联合“低碳倡导伙伴”蚂蚁森林在印享星支付宝小程序及各商业中心现场共同打造消费者身边的绿色可持续探索，打造“绿色生活节”。我们通过趣味互动、展览等形式，围绕碳中和、生物多样性保护话题进行科普，提高公众的环境保护意识，动员每个人践行绿色生活，参与环保行动，一起守护地球家园。此外，“绿色友好商户”们不仅会在自己的店铺内张贴“低碳生活指南”参与低碳宣传，我们还联动商户开展了不同程度的绿色激励，如自带杯立减、自备环保袋或餐具赠小礼物、参与化妆品空瓶回收享折扣等。



绿色生活节

### 与万科公益基金会、壹基金携手创造“零废弃”的美好生活

2020 年，印力中心作为流量商业体，携手壹基金共同打造年度公益形象，共同担负起推广各项公益的社会责任。2020 年 8 月，印力中心与万科公益基金会、壹基金联手，在 2020 零废弃日为大家带来中国首个零废弃购物展，为购物中心打造公益 IP 活动提供了新的结合方式。

零废弃日是由万科公益基金会、零废弃联盟、深圳壹基金公益基金会，在 2018 年联合发起的全国性倡导行动。通过线上线下系列公益体验活动，加强公众对于零废弃理念的理解，唤醒更多公众行动，减少垃圾的产生，让“零废弃”成为生活中的一

种常态。零废弃日活动定在每年八月的第三个周六，迄今已经连续举办三届。活动不仅有干货满满的“零废弃”公益分享、还有来自各地践行“零废弃”生产的品牌商加入，为顾客分享环保制品对生活带来的美好变化，并让顾客现场体验“变废为宝”的快乐。



零废弃日活动



## | 乡村振兴

印力坚持“客户为中心”，将美好生活体验带入更多的城市，为消费者的生活力创造超维价值。同时，我们也持续构建和完善符合新时代要求的公益系统，继续扩大受益人群、扩展公益范围，关注山区体育教育事业。

### 印力杭州公司“希望工程·彩虹活力包”

为山区孩子的体育梦点亮微光，印力杭州公司专设公益项目团队开展“希望工程·彩虹活力包”公益计划，并进行大规模定性定量的实地考察，深入了解贫困地区孩子们的现实需求，最终将目标锁定在云南省昭通市镇雄县盐源镇蓼叶村蓼叶小学。我们从运动物资、体育教育等多个方面入手，为山区孩子们提供系统化的体育教育。目前，印力杭州公司在浙江省青少年发展基金会成立了专项公益基金，并已完成初始基金 10 万元的捐赠，将定向用于“希望工程·彩虹活力包”体育公益项目。

此外，印力杭州公司和万科杭州公司旗下商业项目同步开展了“彩虹益市”的爱心义卖活动，带动杭州、宁波、泉州、漳州、南昌等地市民共同助力善款筹集；我们也在商场举办公益日活动，集合员工、商户、客户、媒体等多方力量，共同参与其中。



助力山区孩子筑梦未来

长期以来，印力集团持续以印力公益为平台，以未来的视角关注今天的变化，致力于捐资助学、扶贫救灾、资助志愿者活动等公益事业。“印·教育”项目从直接资助、提升教育环境、设立奖学金、开展特色课堂等方面对接贫困地区相关学校，建立长期帮扶关系，提升地区教育水平以实现教育扶贫的目的。另外，印力公益基金会联合“免费午餐”项目，赴湖北恩施鹤峰县考察并对该校进行捐赠，2018 年再次联合“爱心图书馆”项目对贫困地区进行定向帮扶。

基金会“印·教育”项目先后走访广东河源紫金县、清远市连山壮族瑶族自治县等地区的教育部门和中小学校，实地调查地区教育资源和配套情况。自 2010 年始，持续开展帮扶公益活动，深圳市印力公益基金会也为当地学校在基础设施改善、教学设备电子化、图书读物丰富、特色课堂等设立了一整套帮扶举措来提升教育环境，同时联动印力集团于当地学校开展支教、走访贫困家庭、资助贫困学生，为当地优秀教师和学生设立奖学金，激励优秀教育工作者更好的投入到当地的教育事业，改善当地教育环境。

未来，印力公益基金会在“印·教育”项目的基础上持续升级优化，并借助印力集团的强大商业资源，开拓自身产业扶贫项目，与更多优质公益机构项目开展合作，努力为减少贫困贡献自己的力量。







# 05

## 数智科技

---

|        |    |
|--------|----|
| 责任故事   | 81 |
| 我们的理念  | 82 |
| 创新数智运营 | 84 |
| 维护信息安全 | 91 |

## 责任故事

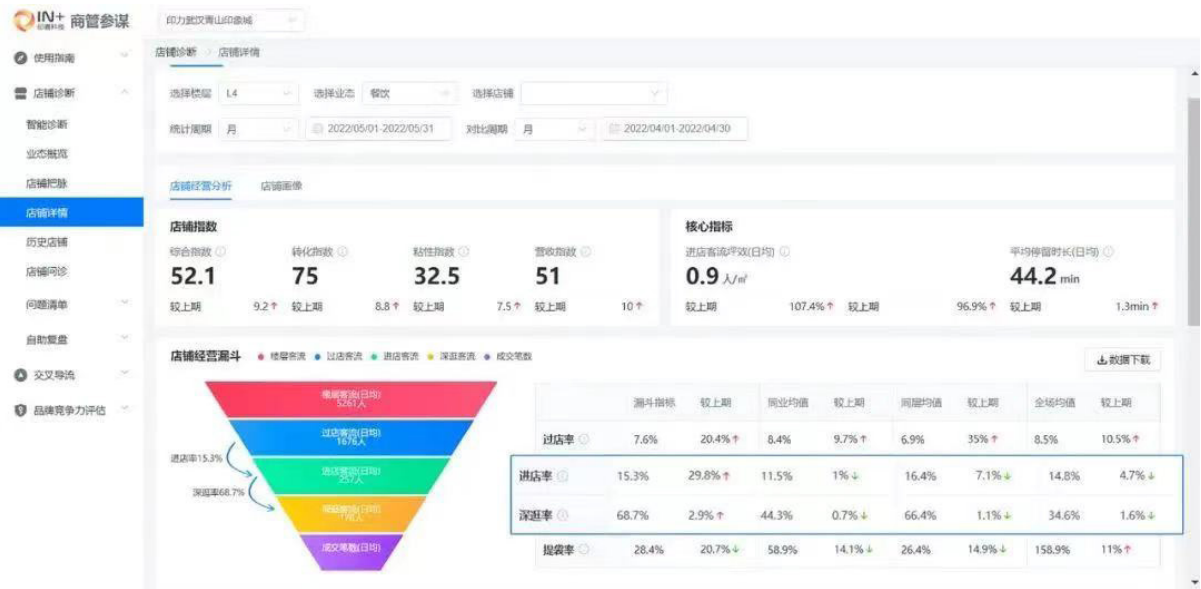


### 数字化走向智能化，开启精细化深度运营

近几年，商业资源不足，同质化严重，购物中心从“重招商”向“重运营”转变，购物中心不仅要引进品牌，还要与商户共同经营，共同应对市场变化。印力从 2018 年开始投入数智化建设，目前已逐步解决内部管理的数字化，投资预算与业务运营的融合建设，搭建了消费者线上交互的能力，整体处于业务数字化的阶段。

基于精细化深度运营的理念，印嘉科技与 Aibee 爱笔智能共创出能够精准赋能商户的智能助手——“商管参谋 - 罗盘”（TA, Tenant Advisor），基于顾客全流程数字化的精准客流，融合商圈、品牌、交易、租售等大数据形成全面、标准、规范、科学的店铺评价体系，通过多维度深入分析店铺经营情况，实时观测店铺问题并寻找原因，持续跟进运营动作的有效性，充分提高业务人员效率，降低业务门槛。

武汉青山印象城是“商管参谋 - 罗盘”的首批应用者，通过与 Aibee 爱笔智能共同探索，精准统计客流系统的店铺进店人数、店内停留时长、商户客单价、店铺上报销售额、成单数等数据，结合统计学模型及机器学习算法，成功搭建“销售额精准估算模型”，能够统计每一家店铺的顾客停留时长与成交概率之间的关系，进而通过多种计算规则来估算店铺每日销售额情况，准确率达到 92%。2022 年上半年，武汉青山印象城应用此模型针对 25 家餐饮业店铺进行销售数据的校对和跟进，项目半年内收入提升达数十万元以上。



应用“商管参谋 - 罗盘”的餐饮门店前后数据对比

## 我们的理念

### 我们的洞察

#### 数字时代：拥抱数智机遇，筑牢网安防护堤

购物中心已进入存量精细化运营时代，线下和线上加速融合，实体运营除了关注场，更要关注客户的数字化，更重要的是通过客户全链条的运营（流量 \* 转化 \* 客单 \* 复购）实现整个链路的数据的运营分析，以识别印力在哪个环节上存在不足，进而有针对性进行改进和迭代运营，最终实现每个指标的最大化。从开发商基于资产的商业管理思维转变为基于数据的深度运营和智慧运营模式是大势所趋。

购物中心为增加人流和刺激消费，推行会员计划，涉及到收集各种个人资料，如姓名、电话号码、地址及电邮地址等基本联络资料，或出生日期、年龄、身份证号码等非直接关联资料。

印力高度关注商场或商户采纳会员注册登记制的客户信息管理，个人信息收集范围仅限于最小必要范围，避免索取身份证号码、家庭资料等非必要信息；根据个保法的要求，印力修改并完善商场会员申请资料表等相关文件表述，且采取必要保护措施，避免消费者 / 会员信息外泄。

### 我们的管理

印力集团秉承“以数据为驱动，以消费者为中心”的理念，结合 AIPL 模型构建一套以消费者为中心的数字化系统，更好地服务消费者的经营理念，建立消费者的品牌感和忠诚度。同时，印力在分析消费者画像的同时，也加强保护消费者的信息安全和隐私保护，保护消费者的合法权益。

#### 本章节回应的联合国可持续发展目标



#### 本章节 ESG 重要性议题

创新服务  
服务品质



结合联合国可持续发展目标和重要性议题，印力设立了以下目标，和公司当前的进度做对比：

目标及目标进展

| 目标                                                                                                         | 目标进展                                                                                                                                      |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>智慧服务：</b></p> <p>以“提升消费者购物体验”为导向，构建覆盖消费者从进场、游逛、购物、出场等全旅程的智慧化服务；</p> <p>以“提高商场客服效率”为导向，建设智慧化客服体系。</p> | <p>2022 年，为建立企业微信社群运营系统，并在多个项目落地，共拓展社群运营项目 23 个，私域社群数达 1700+，整体私域用户数达 17.6 万，处于行业领先水平；</p> <p>2022 年，为更好的增加权益价值，建设客户标签系统，为客户精准营销提供基础。</p> |
| <p><b>数智运营：</b></p> <p>通过建设自动化和智能化的科技应用，夯实并加强核心业务管理的线上化和运营的数据化，助力管理效率和经营效益的提升。</p>                         | <p>建设了面向商户服务的移动应用“摩商通”和面向商管员工的移动工作台“摩商管”，连接商户和商场管理人员，同时提升商场的运营能力和管理效率，服务近 2 万户租户、近 8 万租户员工。</p>                                           |
| <p><b>信息安全：</b></p> <p>防范信息系统的攻击，采取有效的技术和管理手段，预防各种网络攻击，如病毒、木马、蠕虫等。</p>                                     | <p>定期统一开展服务器、中间件、应用等资产风险扫描，及时发现安全威胁以及对业务运营造成的风险，以保障系统的安全和稳定运行。</p>                                                                        |

创新数智运营

所谓数智运营，“数”即使用大数据，“智”即使用智能分析技术（机器学习等），通过体系化的运营管理设计，采用 IT 技术手段，支持实际业务精细化和精准化运营和创新，为消费者提供更好的服务。印力集团从盈利模型出发，逐层拆解关键路径和用户触点的影响因素，结合实际业务场景，利用技术手段进行数据预测和模拟，为深度运营做准备。

创新智慧服务

平台数字化

印力商业运营管理数字化平台，通过融入数字化思维，科学化管理工具和经营指标，赋能业主与品牌。运营管理平台将管理过程数字化、标准化、智能化，帮助员工进行招商运营的管理分析，助力一线员工与品牌店员服务协同，提升购物中心的管理效率、优化用户体验，实现业主、品牌、消费者等多方共赢。

租赁全过程管理

租约管理是购物中心的核心业务之一，租约管理系统包含合同商务条件录入以及合同设计、变更、终止、续约归档等业务环节的精细化管理，替代了传统的租赁管理方式，实现了复杂商务条款的在线化，签约账务数据计算一体化，提高了集团对租赁过程全周期管理的效率和可靠性。



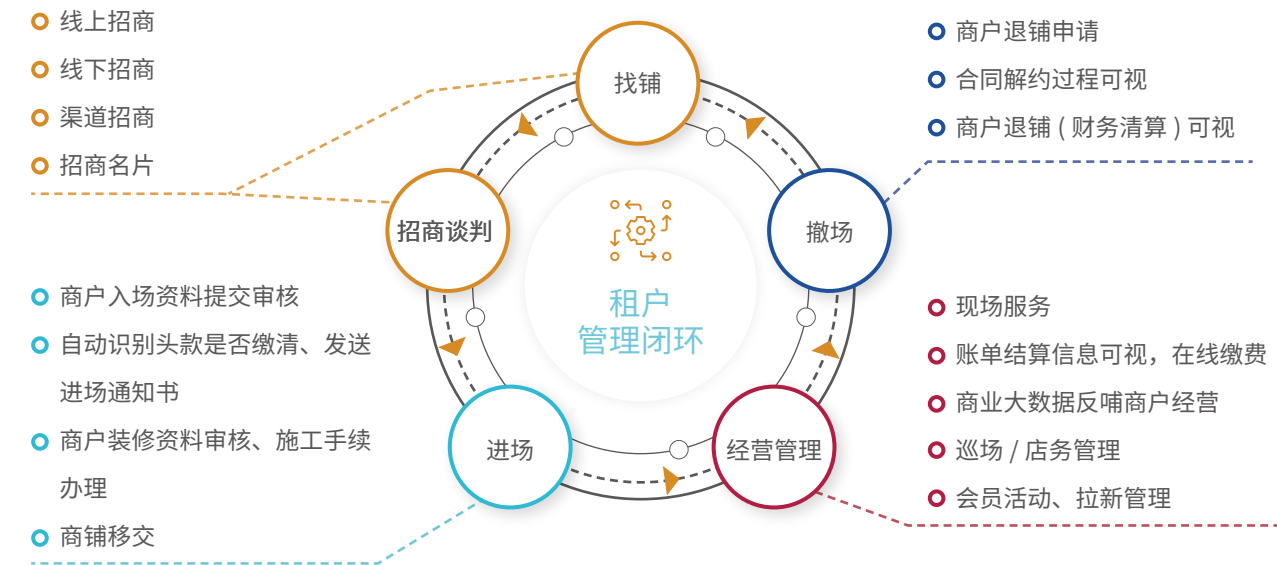
财务结算自动化和无纸化

结算管理系统通过无纸化和自动化的方式，提高商业地产企业的结算效率、降低成本并提高结算管理的安全性和可靠性。系统支持各种单据账单处理、结算业务处理、凭证和报表管理等多种功能，并且具有自动生成账单和凭证等功能，使得我们能够快速、准确地处理财务管理任务，并避免错误和遗漏。



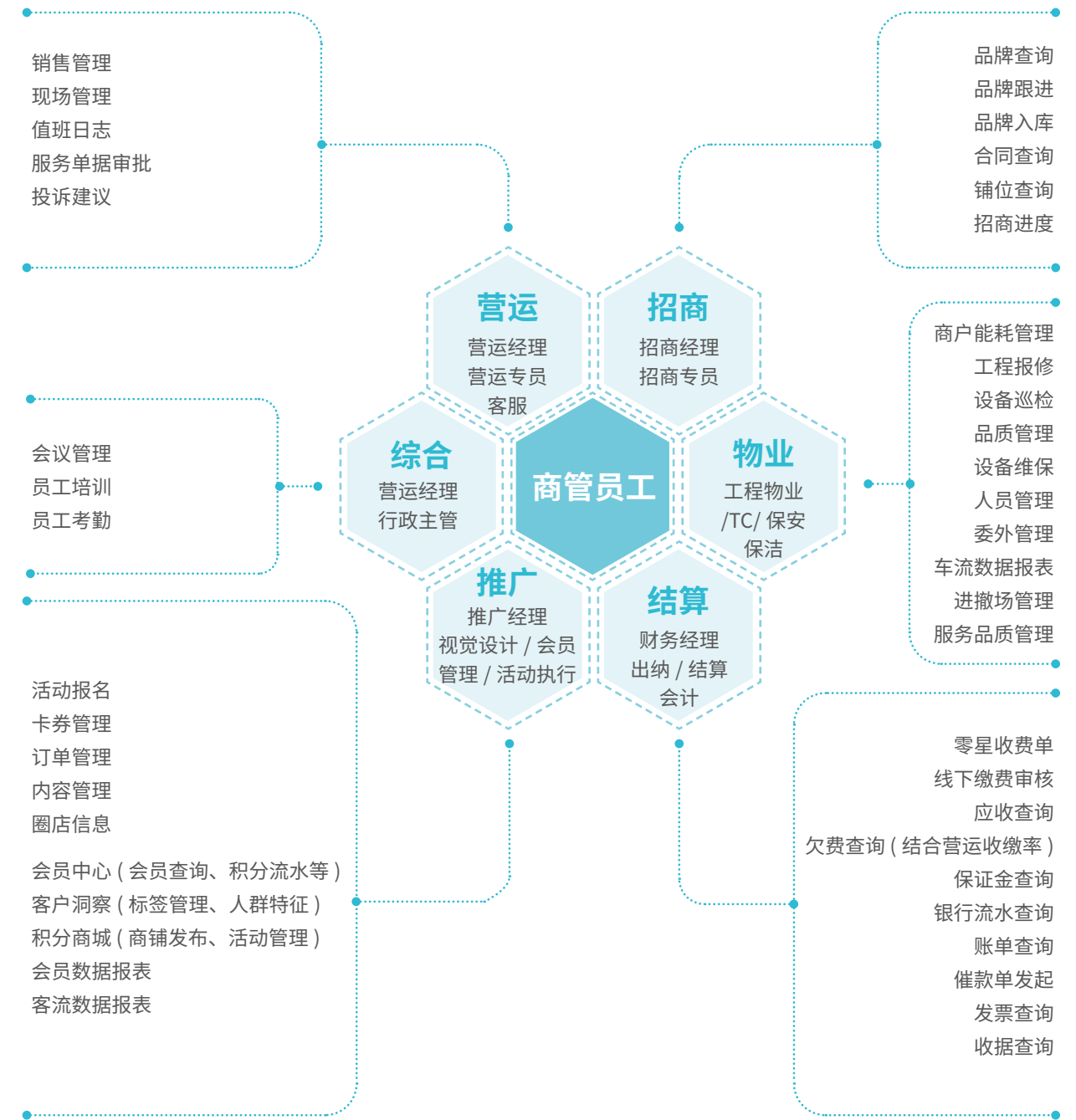
商户协同线上化

商户线上协同平台（摩商通）快速响应、高效管理，全面覆盖商户协同各项细分业务场景，为商业地产租户运营管理提供了全方位的支持。摩商通覆盖商业地产租户运营管理的各个方面，包括对账缴费、销售上报、报事报修、进撤场管理、营销活动、商场拉新等，为商业地产租户管理提供了科技赋能，助力商场管理人员更好地管理和服务商场租户。



商业运营管理移动化

摩商管是商场运营管理的重要利器，帮助商场管理人员更好管理商场运营，它集运营管理、商户服务、能耗管理、招商管理、结算管理、数据填报等多种功能于一身，让商管员工实现全面的移动化办公。同时，摩商管 APP 与摩商通互通互联，实现对内连接商管员工，对外连接商户，强化各岗位职能间、商管与商户间的协作，加速各类服务的审批和响应流程，从而大幅提高商场运营效率。





## 会员数字化

印力集团 2017 年上线印享星小程序，将购物中心会员服务全部实现线上化，集停车缴费、积分兑换、会员权益等功能于一体，沉淀会员总量和会员服务数据。截止 2022 年底，累计会员超过 2200 万，月活会员 230 万 +，通过对商场的数字化建设，建立空间运营管理的智能化、节能化；通过线上 + 线下运营，提供本地生活的线上服务，打破经营空间的物理和时间限制。2022 年，印力上线微信和支付宝无感积分服务，目前已经有接近 350 万的会员开通了无感积分服务，每月消费的活跃会员中有接近 80% 使用该服务，为消费者提供更好的积分体验，提升锁客效率。未来，印力集团会持续通过数字化运营，全面洞察客群，进行精细商户运营以提升运营人员的决策和操作，为引力的会员们带来更优质的服务体验。

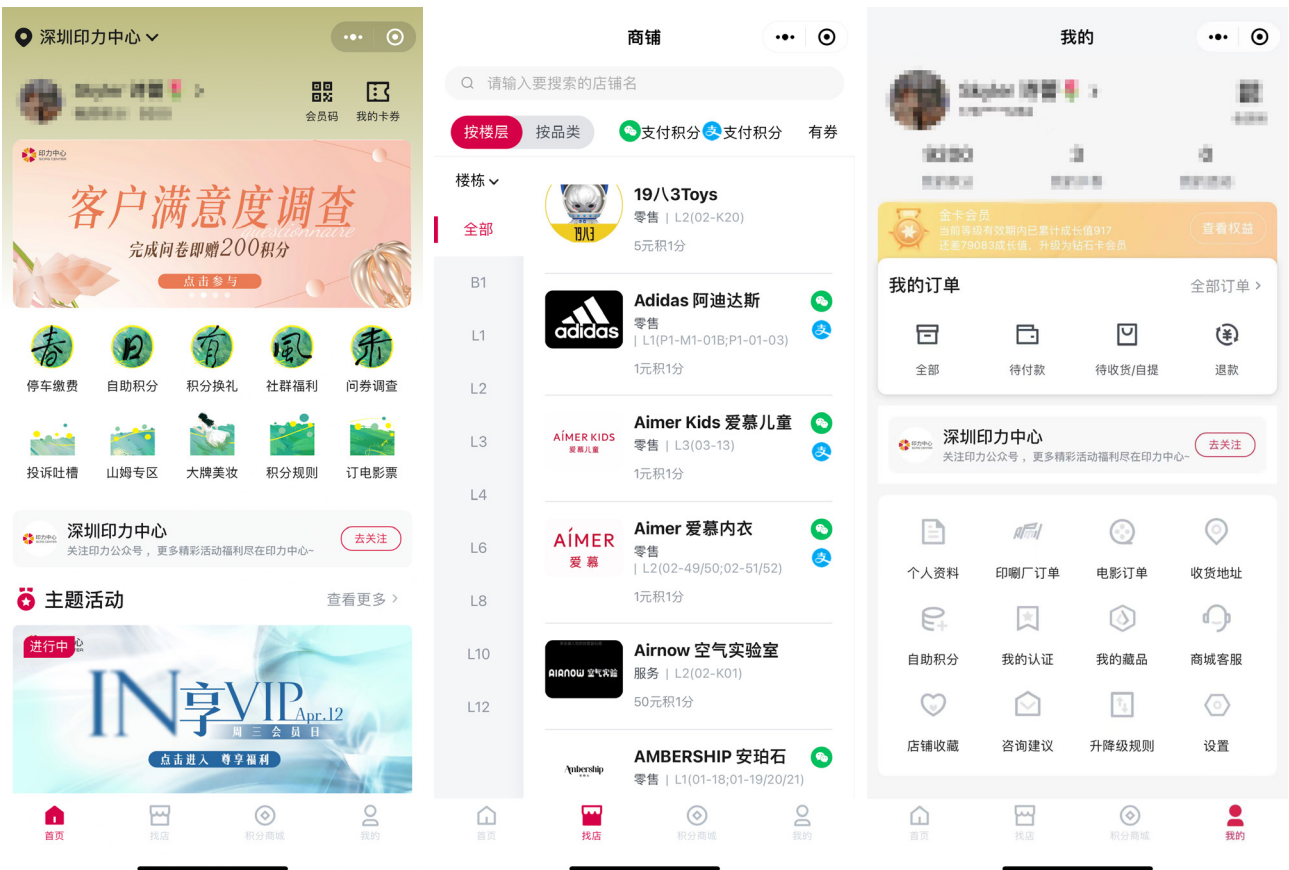
目前已经有接近

350 万

的会员开通了无感积分服务

每月消费的活跃会员中有接近

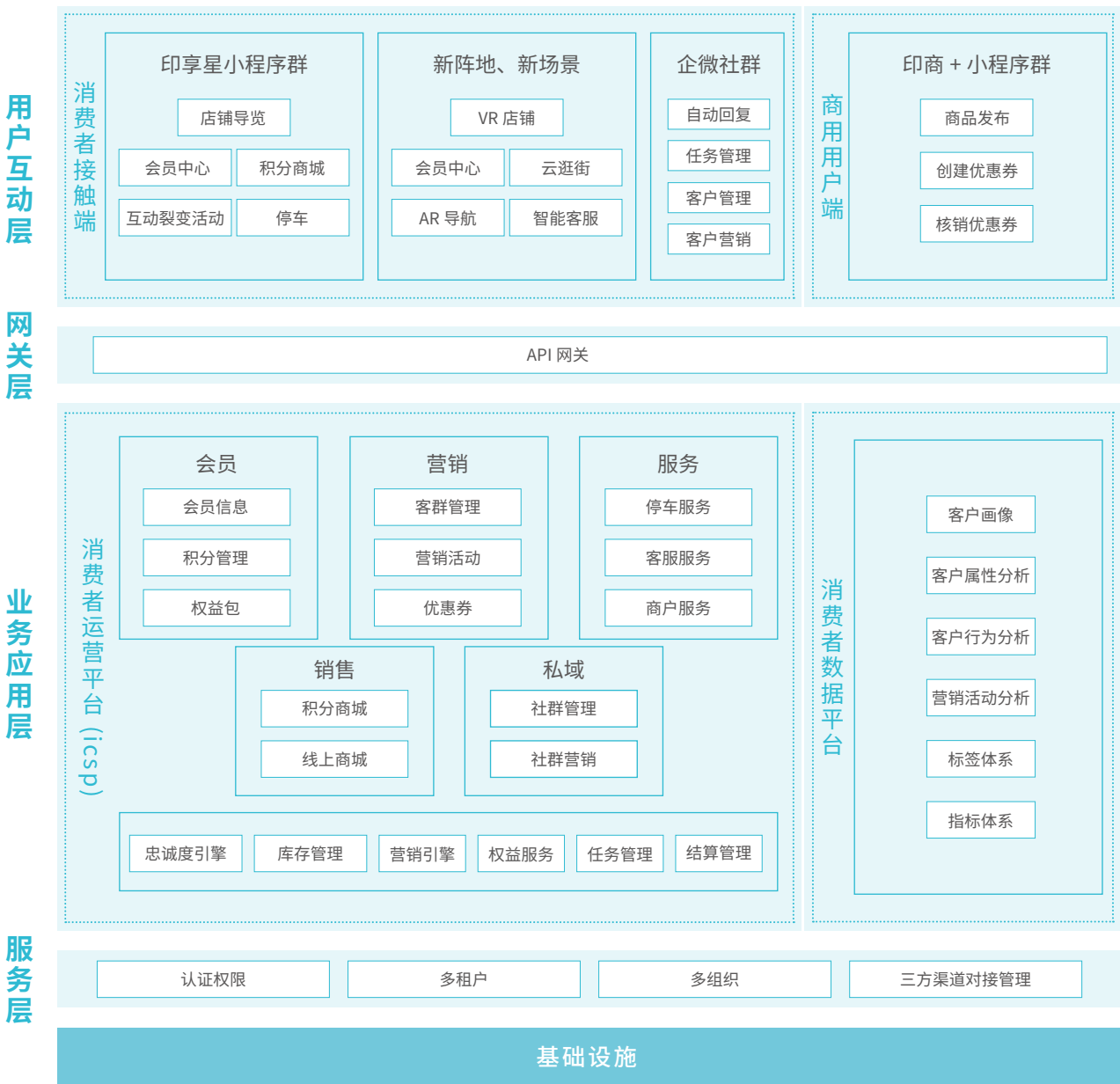
80% 使用该服务



印享星小程序

## 运营数字化

在业务线上化有相应的数据基础上，印力着力实现运营数字化，印力在 2021-2022 年规划并上线了客户运营数字化平台。运营数字化平台由两部分组成：消费者运营平台和消费者数据平台，两部分缺一不可。消费者数据平台为消费者运营平台提供数据来源和消费者数据的支持，有助于公司分析和洞察消费者购物行为和消费者喜好，进而提供高质量的产品和服务。



消费者运营数字化

依据经营目标和业务现状，印力探索一条会员数字化路径，通过五个步骤，实现以数据为驱动，以消费者为中心的数字化运营体系基本能够覆盖和支撑消费者的全生命周期的运营。

|        |                                             |
|--------|---------------------------------------------|
| 会员系统   | 购物中心核心是熟客生意逻辑，是项目开业的必备系统之一；                 |
| 营销系统   | 上线营销系统能以更少的人力覆盖更多的运营场景；                     |
| 商城系统   | 搭建线上商城拓宽消费边界，实现消费者跨场消费；                     |
| 私域运营系统 | 构建内容营销和促销信息分享平台，激励社群用户在抖音、小红书、视频号等平台进行内容分享； |
| 客户数据平台 | 赋能运营平台，实现数字化和智能化，达成更精细化的运营效果。               |

## 创新增值服务

### 商城数字化

印力集团上线印唎厂商场，连通线上和线下消费场景，破除消费者对线下的空间依赖，实现跨门店调配货的场景，拓宽消费者消费产品矩阵。商城还和猫眼电影、美团和沃尔玛等深度合作，运营商业化生态圈。另外，公司还积极开展数字化构建和运用，提升消费者购物体验 and 消费者粘性。

#### 上海南翔印象城 MEGA- 室内外一体化导航

上海南翔印象城 MEGA 与百度地图基于百度智能空间购物中心解决方案，在室内外一体化导航、室内 AR 步行导航等技术能力的助力下，让消费者享受到从“查询停车场-VIP 车位预约-家-商场-停车位-店铺-停车位-家”室内外无缝衔接的导航服务，有效助力上海南翔印象城 MEGA 智能化升级，提升客户消费体验。



### 营销数字化

印力集团通过“人货场”基础数据的采集，经过数据中台、业务中台、商业管理平台等进行数据整合和分析，支持购物中心实现数智化运营等，打造一体化的消费体验，最终实现购物中心的成长。印力拓宽内容营销渠道如联动线上线下消费渠道和场景，实现内容创新，如印唎厂“1+100 计划”联动印力内外资源，共创 100 件有趣有料的潮流事件。

#### 携手邻汇吧深度探索多经板块数字化升级

近些年，多经业态蓬勃发展，“多经快闪店 & 慢闪店”已成为线下流量引擎。众多品牌通过“灵活开店”快速入驻购物中心、闪现中庭、连廊等多经点位，在顾客必经之路、黄金动线上，打造注意力的焦点、汇集全场的天然流量。

2022 年，我们持续进行业务革新，完成 iPMP 摩商管（内部 ERP 系统）多经板块的数字化升级，我们与邻汇吧实现平台级系统联通，基于双方产品技术服务对接，实现印力集团旗下项目多经场地资源信息实时同步，双方共享点位档期、同步活动审批进度、互通多经营现状，成为行业内首例档期数据公开的商业地产，有效提升项目资源效益及场地运营效率。



iPMP 摩商管多经点位可视化



## 维护信息安全

印力集团重视客户的隐私和信息安全，严格遵守《中华人民共和国民法典》《中华人民共和国网络安全法》《数据安全管理办法（征求意见稿）》，制定《印力集团信息安全违规及奖惩管理办法》《印力集团信息分级分类管理办法》《印力集团用户信息安全行为指引》《印力集团电子邮件安全管理规范》《印力集团桌面终端标准化管理规范》《印力集团信息安全检查与稽核管理规范》等内部政策，严格维护客户的合法权益，保障客户信息安全性。

## 基本原则

依据《万科集团客户类信息系统数据安全规范》，印力集团针对客户信息安全和隐私保护的基本原则主要有以下 5 个方面：

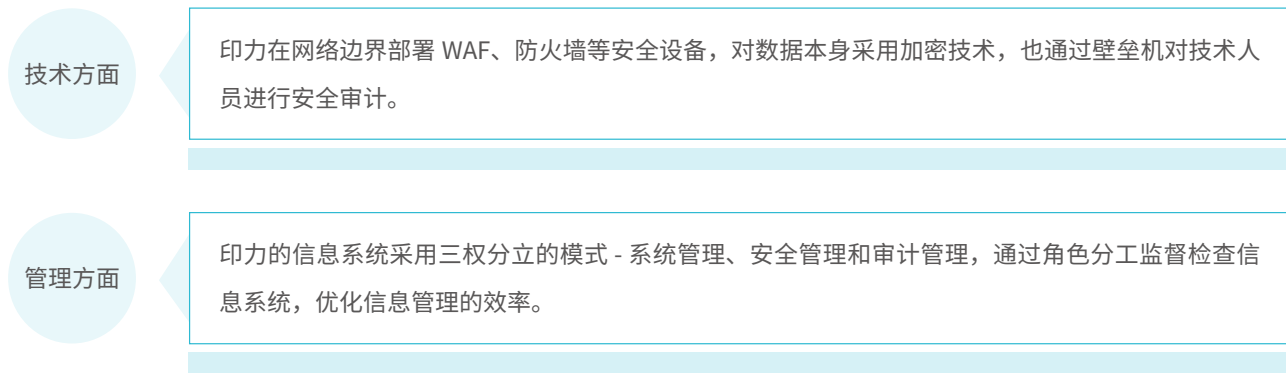


## 组织架构

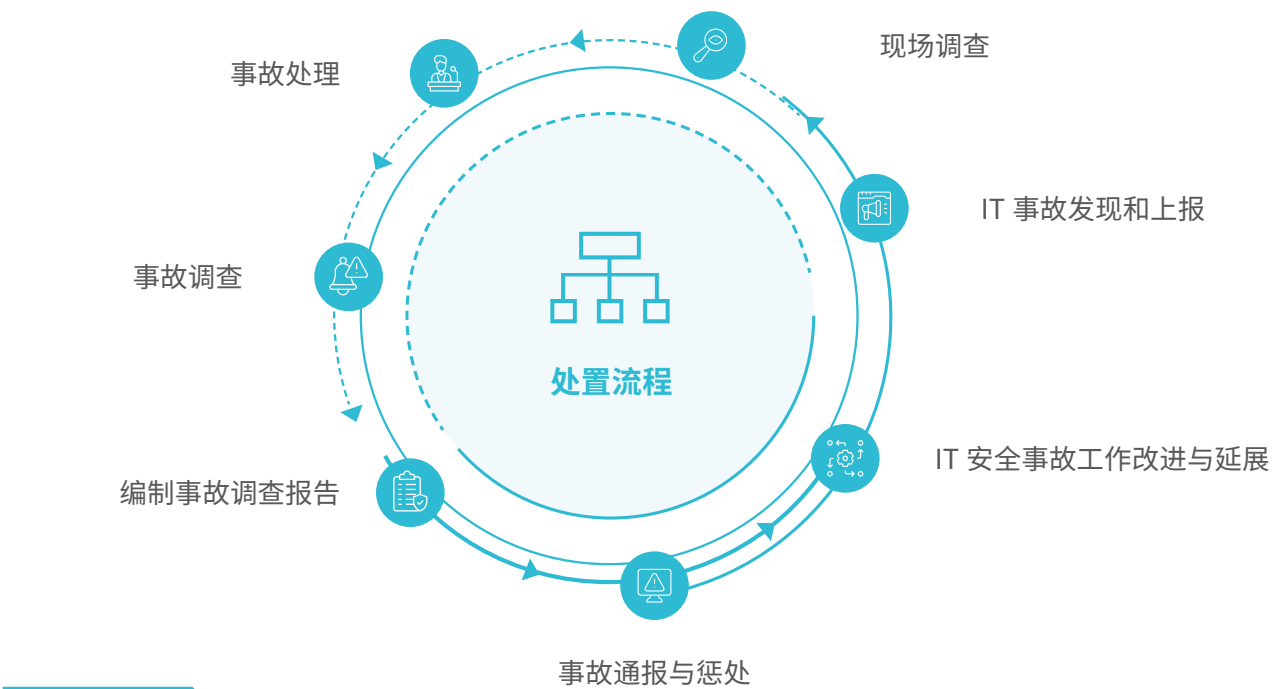
为加强数据安全和个人信息安全合规管理，规避信息安全管理潜在风险，印力集团成立了“印力数据安全及个人信息安全合规小组”，统筹印力数据安全及个人信息安全合规工作；印力也成立了“印力信息安全工作组”“印力数据安全及个人信息安全合规小组”等专项小组，针对个人隐私数据的信息系统开展专项整改和安全合规工作，将隐私保护设计机制融入信息系统的全声明周期中，定期扫描数据安全漏洞，数据稽查等工作，保障信息安全性。

## 应对措施

印力集团针对敏感信息采用“进不来、拿不走、看不懂、改不了、跑不掉”的策略，通过技术和管理两方面对信息安全和隐私保护进行重点管理。



印力依据《万科集团个人信息类系统数据安全规范》管理涉及个人信息类系统数据，依据《万科集团 IT 安全事故管理规范》处置信息安全事件。其中，信息安全事件一般分为“一般 IT 安全事故”与“重大 IT 安全事故”。



关键绩效

2022 年，印力集团**未发生**客户信息泄露案件或重大信息安全事故。





# 未来展望

我们将继续从五大战略目标出发，贯彻“创新、专注、激情、真诚用心”的核心价值观，在保持业务增长的同时履行社会责任，将环境、社会及管治理理念融入企业决策与日常运营中，推动企业可持续发展。

**责任经营** 我们将进一步挖掘企业价值，凭借领先的商业运营能力，不断提升核心经营指标，优化公司管治架构，保证公司合法合规运行，同时，公司不断改善伙伴关系，提高抗风险能力，促进公司可持续发展。

**绿色低碳** 我们将深入推动“双碳”战略的落地，从项目的定位、选址、开发设计、建设和后期运营全流程，加入可持续因素，促使公司在低耗能的情况下持续高效运行，提高自身抗风险能力，为社会可持续和建设低碳家园做贡献，为助力我国实现 2060 年碳中和目标做出贡献。

**同心同行** 我们将深入为客户提供更优质的服务，保障客户的健康和安全，维护客户合法权益，提高客户满意度。另外，印力将持续拓宽公司合规招聘渠道，保护员工合法权益，保障员工健康与安全，重视员工未来发展，为员工营造互惠、友爱、健康的工作氛围，实现企业价值和员工个人价值双重提升。同时，公司会进一步完善供应商全生命周期管理体系，加强和供应商保持可持续的合作关系。

**社区共生** 我们将牢固树立企业社会责任意识，将发展成果回馈社会，积极落实企业的公益慈善理念，从教育支持和海洋生态保护等方面开展多样的慈善公益活动，落实乡村振兴的行动，将项目融入城市和社区建设中，共建美好家园。

**数智科技** 我们将进一步保障消费者的信息安全和隐私保护，利用数智化工具进一步处理和分析消费者行为数据，明确消费者的需求和商场运营过程中的不足之处，深度运营和分析，探索应对策略和运营举措，提升“人-货-场”的联动，为消费者带来更好的产品和服务，提升消费者的购物体验。



# 附录

## GRI 指标索引

| 编号         | 描述                  | 章节      |
|------------|---------------------|---------|
| GRI 2：通用披露 |                     |         |
| 2-1        | 组织详细情况              | 关于印力集团  |
| 2-2        | 纳入组织可持续发展报告的实体      | 关于本报告   |
| 2-3        | 报告期，报告频率和联系人        | 关于本报告   |
| 2-4        | 信息重述                | /       |
| 2-5        | 外部鉴证                | /       |
| 2-6        | 活动、价值链和其他业务关系       | 关于印力集团  |
| 2-7        | 员工                  | 保障员工福祉  |
| 2-8        | 员工之外的工作者            | /       |
| 2-9        | 管治架构和组成             | 坚持稳健运营  |
| 2-10       | 最高管治机构的提名和遴选        | 坚持稳健运营  |
| 2-11       | 最高管治机构的主席           | 坚持稳健运营  |
| 2-12       | 在管理影响方面，最高管治机构的监督作用 | 坚持稳健运营  |
| 2-13       | 为管理影响的责任授权          | 坚持稳健运营  |
| 2-14       | 最高管治机构在可持续发展报告中的作用  | 可持续发展管理 |
| 2-15       | 利益冲突                | 恪守商业道德  |
| 2-16       | 重要关切问题的沟通           | 可持续发展管理 |
| 2-17       | 最高管治机构的共同知识         | /       |
| 2-18       | 对最高管治机构的绩效评估        | /       |
| 2-19       | 薪酬政策                | /       |
| 2-20       | 确定薪酬的程序             | /       |

| 编号             | 描述                    | 章节      |
|----------------|-----------------------|---------|
| 2-21           | 年度总薪酬比率               | /       |
| 2-22           | 关于可持续发展战略的声明          | 可持续发展管理 |
| 2-23           | 政策承诺                  | 恪守商业道德  |
| 2-24           | 融合政策承诺                | /       |
| 2-25           | 补救负面影响的程序             | /       |
| 2-26           | 寻求建议和提出关切的机制          | 可持续发展管理 |
| 2-27           | 遵守法律法规                | /       |
| 2-28           | 协会的成员资格               | /       |
| 2-29           | 利益相关方参与的方法            | 可持续发展管理 |
| 2-30           | 集体谈判协议                | /       |
| GRI 3：重大主题     |                       |         |
| 3-1            | 确定实质性议题的过程            | 可持续发展管理 |
| 3-2            | 实质性议题清单               | 可持续发展管理 |
| 3-3            | 实质性议题的管理              | 可持续发展管理 |
| GRI 201：经济绩效   |                       |         |
| 201-1          | 直接产生和分配的经济价值          | /       |
| 201-2          | 气候变化带来的财务影响以及其他风险和机遇  | 应对气候变化  |
| 201-3          | 固定福利的计划义务和其他退休计划      | 保障员工福祉  |
| 201-4          | 政府给予的财政补贴             | /       |
| GRI 202：市场表现   |                       |         |
| 202-1          | 按性别的标准起薪水平工资与当地最低工资之比 | /       |
| 202-2          | 从当地社区雇用高管的比例          | /       |
| GRI 203：间接经济影响 |                       |         |
| 203-1          | 基础设施投资和支持性服务          | 投入社会公益  |
| 203-2          | 重大间接经济影响              | 投入社会公益  |

| 编号              | 描述                      | 章节          |
|-----------------|-------------------------|-------------|
| GRI 204： 采购实践   |                         |             |
| 204-1           | 向当地供应商采购的支出比例           | ESG 数据指标绩效表 |
| GRI 205： 反腐败    |                         |             |
| 205-1           | 已进行腐败风险评估的运营点           | 恪守商业道德      |
| 205-2           | 反腐败政策和程序的传达及培训          | 恪守商业道德      |
| 205-3           | 经确认的腐败事件和采取的行动          | 恪守商业道德      |
| GRI 206： 反竞争行为  |                         |             |
| 206-1           | 针对反竞争行为、反托拉斯和反垄断实践的法律诉讼 | ESG 数据指标绩效表 |
| GRI 207： 税务     |                         |             |
| 207-1           | 税务方针                    | /           |
| 207-2           | 税务治理、控制及风险管理            | /           |
| 207-3           | 与税务关切相关的利益相关方参与及管理      | /           |
| 207-4           | 国别报告                    | /           |
| GRI 301： 材料     |                         |             |
| 301-1           | 所用物料的重量或体积              | /           |
| 301-2           | 所用循环利用的材料               | /           |
| 301-3           | 再生产品及其包装材料              | /           |
| GRI 302： 能源     |                         |             |
| 302-1           | 组织内部的能源消耗量              | ESG 数据指标绩效表 |
| 302-2           | 组织外部的能源消耗量              | ESG 数据指标绩效表 |
| 302-3           | 能源强度                    | ESG 数据指标绩效表 |
| 302-4           | 降低能源消耗量                 | ESG 数据指标绩效表 |
| 302-5           | 降低产品和服务的能源需求量           | ESG 数据指标绩效表 |
| GRI 303： 水资源和污水 |                         |             |
| 303-1           | 组织与水作为共有资源的相互影响         | 践行绿色运营      |
| 303-2           | 管理与排水相关的影响              | 践行绿色运营      |

| 编号               | 描述                                           | 章节          |
|------------------|----------------------------------------------|-------------|
| 303-3            | 取水                                           | 践行绿色运营      |
| 303-4            | 排水                                           | 践行绿色运营      |
| 303-5            | 耗水                                           | 践行绿色运营      |
| GRI 304： 生物多样性   |                                              |             |
| 304-1            | 组织在位于或邻近保护区和保护区外的生物多样性丰富区域拥有、租赁、管理的运营点       | 应对气候变化      |
| 304-2            | 活动、产品和服务对生物多样性的重大影响                          | 应对气候变化      |
| 304-3            | 受保护或经修复的栖息地                                  | 应对气候变化      |
| 304-4            | 受运营影响的栖息地中已被列入世界自然保护联盟 (IUCN) 红色名录及国家保护名册的物种 | 应对气候变化      |
| GRI 305： 排放      |                                              |             |
| 305-1            | 直接（范围 1）温室气体排放                               | ESG 数据指标绩效表 |
| 305-2            | 能源间接（范围 2）温室气体排放                             | ESG 数据指标绩效表 |
| 305-3            | 其他间接（范围 3）温室气体排放                             | ESG 数据指标绩效表 |
| 305-4            | 温室气体排放强度                                     | ESG 数据指标绩效表 |
| 305-5            | 温室气体减排量                                      | ESG 数据指标绩效表 |
| 305-6            | 臭氧消耗物质（ODS）的排放                               | /           |
| 305-7            | 氮氧化物（NOX）、硫氧化物（SOX）和其他重大气体排放                 | /           |
| GRI 306： 废弃物     |                                              |             |
| 306-1            | 废弃物的产生及废弃物相关重大影响                             | 践行绿色运营      |
| 306-2            | 废弃物相关重大影响的管理                                 | 践行绿色运营      |
| 306-3            | 产生的废弃物                                       | 践行绿色运营      |
| 306-4            | 从处置中转移的废弃物                                   | 践行绿色运营      |
| 306-5            | 进入处置的废弃物                                     | 践行绿色运营      |
| GRI 308： 供应商环境评估 |                                              |             |
| 308-1            | 使用环境评价维度筛选的新供应商                              | 可持续供应链      |
| 308-2            | 供应链的负面环境影响以及采取的行动                            | 可持续供应链      |



| 编号                | 描述                      | 章节          |
|-------------------|-------------------------|-------------|
| GRI 401： 雇佣       |                         |             |
| 401-1             | 新进员工雇佣率和员工流动率           | ESG 数据指标绩效表 |
| 401-2             | 提供给全职员工（不包括临时或兼职员工）的福利  | 保障员工福祉      |
| 401-3             | 育儿假                     | 保障员工福祉      |
| GRI 402： 劳资关系     |                         |             |
| 402-1             | 有关运营变更的最短通知期            | /           |
| GRI 403： 职业健康和安全  |                         |             |
| 403-1             | 职业健康安全管理体系              | 保障员工福祉      |
| 403-2             | 危害识别、风险评估和事故调查          | 保障员工福祉      |
| 403-3             | 职业健康服务                  | 保障员工福祉      |
| 403-4             | 职业健康安全事务：工作者的参与、意见征询和沟通 | 保障员工福祉      |
| 403-5             | 工作者职业健康安全培训             | 保障员工福祉      |
| 403-6             | 促进工作者健康                 | 保障员工福祉      |
| 403-7             | 预防和减缓与业务关系直接相关的职业健康安全影响 | 保障员工福祉      |
| 403-8             | 职业健康安全管理体系覆盖的工作者        | 保障员工福祉      |
| 403-9             | 工伤                      | 保障员工福祉      |
| 403-10            | 工作相关的健康问题               | 保障员工福祉      |
| GRI 404： 培训和教育    |                         |             |
| 404-1             | 每名员工每年接受培训的平均小时数        | ESG 数据指标绩效表 |
| 404-2             | 员工技能提升方案和过渡援助方案         | 保障员工福祉      |
| 404-3             | 接受定期绩效和职业发展考核的员工百分比     | ESG 数据指标绩效表 |
| GRI 405： 多元化和平等机会 |                         |             |
| 405-1             | 管治机构与员工的多元化             | 保障员工福祉      |
| 405-2             | 男女基本工资和报酬的比例            | 保障员工福祉      |
| GRI 406： 反歧视      |                         |             |
| 406-1             | 歧视事件及采取的纠正行动            | 保障员工福祉      |

| 编号                 | 描述                        | 章节     |
|--------------------|---------------------------|--------|
| GRI 407： 结社自由与集体谈判 |                           |        |
| 407-1              | 结社自由与集体谈判权利可能面临风险的运营点和供应商 | /      |
| GRI 408： 童工        |                           |        |
| 408-1              | 具有重大童工事件风险的运营点和供应商        | 保障员工福祉 |
| GRI 409： 强迫或强制劳动   |                           |        |
| 409-1              | 具有强迫或强制劳动事件重大风险的运营点和供应商   | 保障员工福祉 |
| GRI 410： 安保实践      |                           |        |
| 410-1              | 接受过在人权政策或程序方面培训的安保人员      | /      |
| GRI 411： 原住民权利     |                           |        |
| 411-1              | 涉及侵犯原住民权利的事件              | /      |
| GRI 413： 当地社区      |                           |        |
| 413-1              | 有当地社区参与、影响评估和发展计划的运营点     | 共建美丽社区 |
| 413-2              | 对当地社区有实际或潜在重大负面影响的运营点     | 共建美丽社区 |
| GRI 414： 供应商社会评估   |                           |        |
| 414-1              | 使用社会评价维度筛选的新供应商           | 可持续供应商 |
| 414-2              | 供应链的负面社会影响以及采取的行动         | 可持续供应商 |
| GRI 415： 公共政策      |                           |        |
| 415-1              | 政治捐助                      | /      |
| GRI 416： 客户健康和安全   |                           |        |
| 416-1              | 评估产品和服务类别对健康和安全的影响        | 优质客户服务 |
| 416-2              | 涉及产品和服务的健康与安全影响的违规事件      | 优质客户服务 |
| GRI 417： 营销和标识     |                           |        |
| 417-1              | 对产品和服务信息与标识的要求            | 优质客户服务 |
| 417-2              | 涉及产品和服务信息与标识的违规事件         | 优质客户服务 |
| 417-3              | 涉及营销传播的违规事件               | 优质客户服务 |
| GRI 418： 客户隐私      |                           |        |
| 418-1              | 涉及侵犯客户隐私和丢失客户资料的经证实的投诉    | 优质客户服务 |

# ESG 数据指标绩效表

## |环境类指标

| ESG 指标                    | 单位                | 2022 年            |              |
|---------------------------|-------------------|-------------------|--------------|
|                           |                   | 公摊公用（含项目<br>管理办公） | 租户使用         |
| 排放物                       |                   |                   |              |
| 温室气体排放量及密度                |                   |                   |              |
| 温室气体总排放                   | 吨                 | 208,519.4349      | 355,735.9184 |
| 温室气体排放密度                  | 千克二氧化碳当量／<br>建筑面积 | 52.3              | 108.4        |
| 直接排放二氧化碳（范畴一） a),1)       | 吨                 | 14,184.0211       |              |
| 汽油排放二氧化碳量                 | 吨                 | 134.3711          |              |
| 柴油排放二氧化碳量                 | 吨                 | 24.9056           |              |
| 天然气供暖排放二氧化碳量              | 吨                 | 13,231.7702       |              |
| 天然气生活用气排放二氧化碳量            | 吨                 | 789.061           |              |
| 管道煤气排放二氧化碳量               | 吨                 | 3.9132            |              |
| 间接排放二氧化碳（范畴二） b),2),3)    | 吨                 | 194,335.4139      |              |
| 外购电力排放二氧化碳量               | 吨                 | 176,834.3886      |              |
| 外购热力排放二氧化碳量               | 吨                 | 17,501.0253       |              |
| 间接排放二氧化碳（范畴三） c),1),2),3) | 吨                 |                   | 345,161.1867 |
| 汽油排放二氧化碳量                 | 吨                 |                   | 0            |
| 柴油排放二氧化碳量                 | 吨                 |                   | 0            |
| 天然气供暖排放二氧化碳量              | 吨                 |                   | 582.4094     |
| 天然气生活用气排放二氧化碳量            | 吨                 |                   | 28.512       |

| ESG 指标                | 单位        | 2022 年        |              |
|-----------------------|-----------|---------------|--------------|
|                       |           | 公摊公用（含项目管理办公） | 租户使用         |
| 管道煤气排放二氧化碳量           | 吨         |               | 0            |
| 外购电力排放二氧化碳量           | 吨         |               | 344,550.2653 |
| 所产生有害废弃物总量及密度         |           |               |              |
| 办公 - 有害垃圾             | 千克        | 87,006.7      | 1,618.5      |
| 有害废弃物密度               | 千克／建筑面积   | 0.0218        | 0.0005       |
| 所产生无害废弃物总量及密度         |           |               |              |
| 无害废弃物总量               | 吨         | 53,862.3425   | 83,100.9966  |
| 无害废弃物密度               | 吨／建筑面积    | 0.0135        | 0.0253       |
| 办公 - 可回收垃圾            | 吨         | 508.988       | 3,299.7076   |
| 办公 - 其他垃圾             | 吨         | 40,025.9105   | 46,774.505   |
| 餐厨 - 厨余垃圾             | 吨         | 13,327.444    | 33,026.784   |
| 资源使用                  |           |               |              |
| 按类型划分的直接及／或间接能源总耗量及密度 |           |               |              |
| 能源总耗量 d),4)           | 吨标准煤      | 51,638.4869   | 77,709.6779  |
| 能源消耗密度                | 吨标准煤／建筑面积 | 0.0129        | 0.0237       |
| 汽油使用量                 | 升         | 59,116.195    | 0            |
| 柴油使用量                 | 升         | 9,542.36      | 0            |
| 天然气使用量总和              | 立方米       | 6,491,125.53  | 269,634.00   |
| 天然气供暖使用量              | 立方米       | 6,125,819.53  | 269,634      |
| 天然气生活用气使用量            | 立方米       | 365,306       | 13,200       |
| 管道煤气使用量               | 立方米       | 17,269        | 0            |



| ESG 指标  | 单位     | 2022 年        |              |
|---------|--------|---------------|--------------|
|         |        | 公摊公用（含项目管理办公） | 租户使用         |
| 用电量     | 万千瓦时   | 31,007.25735  | 60,415.61726 |
| 外购热力    | 吉焦     | 159,100.2297  | 96,133.9242  |
| 总耗水量及密度 |        |               |              |
| 用水量     | 吨      | 3,654,203.57  | 5,240,781.94 |
| 用水密度    | 吨／建筑面积 | 0.916         | 1.5975       |

附注：

- a) 范畴一二氧化碳包括汽油、柴油、天然气、管道煤气等产生的直接排放；
- b) 范畴二二氧化碳包括外购电力及外购热力产生的间接排放；
- c) 范畴三二氧化碳包括租户使用的汽油、柴油、天然气、管道煤气、外购电力等产生的排放；
- d) 能源总耗量包括汽油、柴油、天然气、管道煤气、外购电力和外购热力使用量总和；
- e) 由于 2022 年本公司进一步细化了数据统计及管理范围，优化数据统计及估算方式，汽油使用量数据有较大增长。

数据计算参考标准：

- 1) 汽油、柴油、天然气、管道煤气等产生的直接二氧化碳排放参考国家发展和改革委员会办公厅发布的《公共建筑运营单位（企业）温室气体排放核算方法和报告指南（试行）》计算；
- 2) 外购电力及外购热力产生的间接二氧化碳排放参考国家发展和改革委员会办公厅发布的《公共建筑运营单位（企业）温室气体排放核算方法和报告指南（试行）》计算，其中大陆地区电力排放因子参考《关于做好 2023——2025 年发电行业企业温室气体排放报告管理有关工作的通知》标准，海外地区电力排放因子参考 IGES List of Grid Emission Factors <https://www.iges.or.jp/en/pub/list-grid-emission-factor/en>）；
- 3) 外购热力参考住房和城乡建设部发布的《严寒和寒冷地区居住建筑节能设计标准》(JGJ26－2010) 计算；
- 4) 能源总耗量参考中国标准《GB/T 2589-2020 综合能耗计算通则》进行标准煤折算。

社会类指标

| ESG 指标                       | 单位  | 2022 年 |
|------------------------------|-----|--------|
| 雇佣                           |     |        |
| 雇员人数：按性别、雇佣类型、年龄组别及地区划分的雇员总数 |     |        |
| 员工总数                         | 人   | 3,474  |
| 性别                           |     |        |
| 男性                           | 人   | 1,972  |
| 女性                           | 人   | 1,502  |
| 雇佣类型                         |     |        |
| 全日制雇佣                        | 人   | 3,474  |
| 非全日制雇佣                       | 人   | 0      |
| 年龄                           |     |        |
| 30 岁及以下                      | 人   | 1,104  |
| 31-50 岁                      | 人   | 2,135  |
| 51 岁以上                       | 人   | 235    |
| 地区                           |     |        |
| 中国大陆                         | 人   | 3,470  |
| 港澳台                          | 人   | 4      |
| 健康与安全                        |     |        |
| 因工亡故的人数及比率                   |     |        |
| 2022 年因工作关系死亡员工人数            | 人   | 0      |
| 2022 年因工作关系死亡员工比率            | 百分比 | 0      |
| 发展及培训                        |     |        |
| 按性别及雇员类别划分的受训雇员百分比           |     |        |
| 受训雇员占雇员总百分比                  | 百分比 | 100    |
| 性别                           |     |        |
| 男性                           | 百分比 | 56.00  |

| ESG 指标                        | 单位  | 2022 年 |
|-------------------------------|-----|--------|
| 女性                            | 百分比 | 44.00  |
| 雇员类别                          |     |        |
| 管理层                           | 百分比 | 14.58  |
| 非管理层                          | 百分比 | 85.42  |
| 供应链管理                         |     |        |
| 按地区划分的供应商数目                   |     |        |
| 印力总部                          | 个   | 415    |
| 产品责任                          |     |        |
| 描述与维护及保障知识产权有关的惯例             |     |        |
| 累计持有的知识产权数量                   | 件   | 144    |
| 累计持有的软著数量                     | 件   | 54     |
| 累计持有的商标数量                     | 件   | 90     |
| 反贪污                           |     |        |
| 于汇报期内对发行人或其雇员提出并已审结的贪污诉讼案件的数目 |     |        |
| 认定作为参与者的反竞争行为的案件数量            | 件   | 0      |
| 违反反垄断法的行为的案件数量                | 件   | 0      |
| 涉贪污、贿赂、勒索、欺诈及洗黑钱的诉讼案件         | 件   | 0      |
| 社区投资                          |     |        |
| 在专注范畴所动用资源                    |     |        |
| 公益捐赠、救灾捐赠、乡村振兴投入              | 万元  | 45.10  |
| 其他公益投入                        | 万元  | 36.10  |
| 志愿活动投入人次                      | 人次  | 1,181  |
| 志愿活动投入时长                      | 小时  | 6,916  |

### 印力集团可持续发展白皮书编写组

组长：丁力业、王海武

副组长：陈旭存、蔡勃

执行编委：郭慧子、张诗蕾

参与成员（按姓氏拼音排序）：陈俊佈、陈珂、陈薪宇、程晓洁、丁雅欣、方珂、官碧玉、黄丹华、季国发、荐希霞、李佳薇、李家庆、李利阳、李薇、李潇潇、林奕成、刘俊杰、刘文芳、吕斌、苏丹、隋啸、孙继龙、王权、吴浩、熊剑礼、徐忠卫、杨柳婵、尹志强、曾华丰、张乐民、张小凡、郑建源





邮箱 :ESG@scpgroup.com

地址：深圳市福田区农林路 69 号印力中心 2 号楼

[www.scpgroup.com](http://www.scpgroup.com)

