



SUNING 苏宁电器

中国绿色公司

2007年度标杆企业之苏宁电器

企业简介

苏宁电器股份有限公司是中国3C（家电、电脑、通讯）家电连锁零售企业的领先者。截至2007年10月1日，苏宁电器在中国28个省、直辖市和自治区，190多个城市拥有超过600家连锁店，员工人数达90000多名，2006年销售规模近610亿元，在商务部统计的全国前100家连锁企业中，位居前三甲。

对外信息披露：本公司网站



绿色家园，是我们共同的期盼！
绿色公司，是我们共同的使命！

衷心希望更多的企业同行加入绿色公司的行列，从细节做起，逐步打造企业的绿色战略，承担企业的环保责任！这将是现代企业社会责任最重要的组成部分之一！

张近东

绿色公司评审情况

主要经济社会数据

数据类型（人民币 / 百分比）	2004年	2005年	2006年
营业收入总额（百万元）	9107	15936	61000
利润总额（百万元）	287	550	1122
年度捐赠额（万元）	1426	2198.45	4259.89

案例描述

促进节能环保型产品的迅速普及

苏宁深知高效节能家电产品的普及对于建设可持续发展经济和社会的重要意义，努力推动高效节能家电产品的全面普及。此前，尽管高效节能家电技术发展迅速，空调变频技术、燃气灶内燃火技术、热水器冷凝技术等节能技术纷纷投入运用，但是高效节能家电产品的普及仍然受到高成本带来的高价格的严重制约。例如，1.5匹“中国能效标识”一级的空调与同样制冷量“中国能效标识”五级的空调价格最大相差2000多元。一款螺旋形20瓦节能灯与同样亮度的磨砂灯泡相比，价格相差16倍。虽然我国政府先后针对空调、冰箱、洗衣机、电脑等产品设定了能效标准，强制加贴能效标识，以此来推动高效节能家电产品的推广，但是市场效果仍然欠佳。同时，由于高效节能产品检测、认证领域的不规范，给消费者选购和使用带来麻烦，又加重了市场销售和推广的难度。

为了大力推广环保节能产品，苏宁电器在今年1月份，利用采购优势，推出以“节能热水器价格平民化”为主题的“好沐浴 好生活 苏宁节能热水器推广月”活动，在全国范围内率先掀起了节能风暴。活动主推节能热水器，定制的270万台热水器中70%是太阳能热水器精品，其他则是节能型燃气热水器和高效节能电热水器。苏宁集结全国优势资源，携AO史密斯、阿里斯顿、海尔、万和、万家乐、林内、能率、西门子、帅康、美的、法罗力（比力奇）、光芒、前锋、华扬、皇明等热水器品牌联合让利，最高降幅高达35%。此举使节能热水器的价格接近甚至低于其他类型热水器产品的价格，强力扭转了连续几年节能热水器春季涨价的趋势，让节能热水器成为消费者购买热水器的首选，有力推动了节能产品在中国的普及。

倡导无纸化办公 推进节约型社会建设

2006年，苏宁一次性投资了3亿元建设了SAP/ERP信息管理系统。苏宁之所以选择集中式SAP/ERP管理方案，是因为集中式SAP/ERP系统商品编码统一，各类信息、帐务高度统一，有利于合并报表、信息汇总；系统安全性得到保证且成本低；集中式方式除实现ERP信息系统集中外，还可实现办公系统（OA）、人事考勤系统的集中管理、VOD系统、视频系统。这三个因素共同实现了苏宁电器一直提倡的无纸化办公。

在没有使用这套系统以前,苏宁电器每年各个部门的对接、数据的统计、客户资料的收集、消费者信息的整理全部在纸面上进行,每年消耗的纸张接近一个中型造纸厂全年的产量。

苏宁意识到了每年对于纸张的大量消耗无异于对环境的损害,立即开始在内部倡导节约纸张计划,如内部交流的文件必须进行充分利用,A4纸必须双面打印使用后才能进行废物处理等。

在进行了这些倡导之后,苏宁积极寻找更加彻底的解决之道。因此,无纸化办公提上了集团的议事日程。应用SAP/ERP管理系统后经过一年多的实践,苏宁每年节约纸张数千吨。

以身作则推进环境保护建设

2004年10月,苏宁响应共青团中央的号召,积极投身保护母亲河的活动。苏宁不仅在连锁门店对活动进行宣传,并且向活动捐赠了50万元,用于黄河上游的治沙、水土流失以及绿化工程,积极改造黄河上游的生态工程。

苏宁今年以来一直在利用自身优势积极投身西湖环境治理工作,先后组织数百人次对西湖周边环境进行治理,并用自己的实际行动感召更多的人投身于西湖环境治理。在苏宁的努力下,杭州市民以及来杭游客逐渐意识到了保护西湖的重要性。在此情况下,苏宁积极与杭州日报社联系,联合主办了主题为“打造绿色杭城,迎接2008奥运会”的系列环保活动,活动当天报名人数就超过了500人,取得了良好的社会效果。

近年来,废旧电池严重污染环境的新闻屡见报端,引起了苏宁的高度关注。苏宁决定积极探讨如何利用自身资源解决废旧电池问题。公司经过几次讨论,最终决定利用公司门店资源,设立专门回收废旧电池的专用箱,对捐献电池的人员给予购买电器的优惠,并无条件成为苏宁的终身会员。同时,苏宁还为此次活动设定了“给废旧电池找个家”的主题,同步在全国推广,以此促使更多的人关注此事。在活动开展的几年以来,苏宁共回收了废旧电池几十万节,并联合相关机构对这些电池进行了妥善的处理,在此项活动中苏宁累计投入了数十万元。

从2006年5月起,苏宁在全国推出3C+旗舰店模式,对新开旗舰店和原有旗舰店的升级完全参照国际标准,尤其在店面照明方面,苏宁采用了环保(不含任何铅、汞等有害物质)的松下电工高效荧光灯具,不但使店面亮度标准提高到800-1200流明,而且能耗比同等亮度的一般荧光灯低32%左右,使用年限长3-5倍。虽然苏宁整体采购成本上升了50%,但以苏宁每年新增近3万套最新环保灯具后实际效果评估来看,苏宁每年为社会节省电力就达1000万元。

全心全意资助公益事业

2006年3月,苏宁启动“1+1阳光行——苏宁社工志愿者行动”,号召苏宁所有70000名员工,从行动启动之日起,自愿承担起社工的职责,每年至少用一天的时间进行社会志愿服务,同时每年捐出至少一天的工资进行社会公益援助。按照这个标准苏宁每年将有70000/240=290人全年从事社工服务,也就是每天都有290个苏宁人在从事社工服务。苏宁员工每人每天的工资平均以60元计,70000名员工每人每年捐赠一天的工资捐赠总数即可达4200000元。

2006年3·15“消费与环境”日,苏宁启动第一项大型社工志愿者行动——“全国百城千街清洁月”活动。整个三月份,苏宁70000名员工以服务分队形式,在已经进驻的全国近百个城市上千条街道进行清洗防护栏、清洁绿地、清洗公共外墙等活动。同年12月10日,苏宁启动了“苏宁阳光温暖中国”大型公益慈善活动。苏宁全国38个地区管理中心有近450家店面同时开展捐赠,号召消费者与苏宁一起向在寒冬中需要帮助的人们捐献过冬衣被。

2002年10月苏宁在南京启动“4045”再就业人员工程,共吸纳了1000多名下岗失业人员。2004年,应团中央邀请作为全国大学生志愿服务西部计划督导团成员之一,苏宁共引进了近500名服务期满的志愿者,他们享受免面试、

免试用的特殊待遇,并安排到集团重要的管理岗位上。2005年12月,苏宁15周年庆典,董事长张近东提议取消原本准备在全国邀请各界朋友举行各种类型的答谢酒会和纪念典礼,庆典月则定下了“回报消费者、回报供应商、回报投资者、回报员工”千万爱心的捐赠活动,庆典月期间以各种形式向弱势群体捐赠累计1000万元。2006年苏宁响应南京市光彩事业促进会的号召,出资2000万元设立光彩事业专项基金。2007年捐赠500万元在清华大学支持文科发展自1990年成立以来,累计向公益事业捐助了上亿资金。

绿色公司评审结果

总体得分: 72.8分

类别	环境						社会			
指标	环境 认知 政策	环境 影响 评估	环境 绩效	环境 商业 前景	环境 保护 公关	环境 信息 公开	员工 关系	消费者	社会 参与	社会 贡献
得分	7	6.7	7.7	6.7	8.3	6	6.7	8	8.7	7

评审组点评:

零售企业,特别是连锁经营的领袖企业,在直接带动消费者和企业的环境意识和绿色行动方面具有无可比拟的优势。苏宁电器在自身运作的低能耗,牵头协调厂商提供绿色产品等方面已经和沃尔玛等国际一流企业保持了同步水平。苏宁的社工志愿者行动计划倡导全员、全日制参与,成为独树一帜的企业公益活动模式。