

## 關於本報告

本報告是本公司發佈的第一份年度環境、社會及管治(ESG)報告。秉承平衡性、可比較性、準確性、時效性、清晰性及可靠性的原則，本報告重點披露公司在環境、社會及管治方面的管理措施和成效。

## 報告範圍

本報告的時間跨度為2021年1月1日至2021年12月31日。除非另外指明，本報告與本公司《2021年度報告》覆蓋範圍一致，包括本公司及其附屬公司。

## 編製依據

本報告依據香港交易所證券上市規則(「上市規則」)附錄二十七《環境、社會及管治報告指引》(「報告指引」)編製而成，遵照「報告指引」中「重要性」「量化」「平衡性」及「一致性」原則。

本報告的內容是按照一套有系統的程序釐定的。有關程序包括調研與訪談、識別重要的利益相關方、識別ESG相關的重要議題、了解各利益相關方的意見、確定議題的重要性、決定ESG報告的披露範圍、收集相關資料和數據、對資料和數據進行審核、根據收集的相關資料和數據編製報告及董事會審閱和批准報告等。建議結合本年報「企業管治報告」部分閱讀企業管治章節。

## 信息來源

本報告的信息和數據主要來源於公司內部相關數據收集系統、統計報告及公開資料，例如招股書、年報及權威媒體發布信息。除非特別說明，本報告中所涉及貨幣金額以人民幣為計量幣種。

## 報告獲取

本報告作為《2021年度報告》的一部分，可以在聯交所網站([www.hkexnews.hk](http://www.hkexnews.hk))以及本公司網站([www.sf-cityrush.com](http://www.sf-cityrush.com))查閱和下載。如需進一步查詢，或對本報告有任何意見或建議，請通過電子郵件 [TCIR@sfmail.sf-express.com](mailto:TCIR@sfmail.sf-express.com) 與本公司聯繫。

## 董事會聲明

作為中國規模最大的第三方即時配送服務平台，本公司順應新消費時代下商家和消費者的即配需求，秉承「優質、高效、全場景」的發展理念，以「讓更多人享受零距離美好生活」為使命，持續構築開放生態體系，通過覆蓋全城的高效、多元運力網絡，為億萬商家和個人用戶提供極致的配送體驗。

自成立以來，公司一直將可持續經營能力作為業務長期、穩健增長的根基，並高度重視履行公司的社會責任。上市之初，本公司董事會建立了有效的可持續發展管理機制，形成了層次清晰、分工明確的環境、社會及管治治理架構。

董事會對與公司業務相關的重要ESG事宜進行監管，並定期聽取ESG工作領導組(定義如下)匯報。董事會年度會議專門聽取並審議公司《ESG報告》，並檢查已設定的ESG相關目標的實施進度。

於報告期內，本公司已摸排數據並制定與業務營運相關聯的環境目標。未來，董事會將就進一步的目標設立及進展進行討論。

本報告詳盡披露了上述環境、社會及管治相關事宜，已經由董事會於2022年3月30日審閱並通過。

## 企業管治

### ESG管治

秉持可持續發展原則，本公司依託「專業，讓配送更有溫度」的品牌理念，積極承擔社會責任，通過建立有效的ESG管治架構、識別關鍵議題、與利益相關方保持良性溝通，逐步提升ESG管理水平，為商家和個人用戶提供優質、高效、全場景的配送服務，創造積極的商業和社會價值，讓商業更繁榮，民眾生活更美好。

### ESG管治架構

本公司按照香港交易所ESG管理指引，建立了治理、管理及執行三級ESG管治架構，形成由上而下的監管機制，有效推動公司環境、社會及管治各議題下的重點工作開展，實現服務水平提升與公司穩健經營，為不斷促進即時配送行業朝更快更穩方向發展做出貢獻。

## 治理層：董事會

- 定期聽取ESG工作領導組匯報ESG相關事項
- 審議ESG重大事項，如ESG報告發佈、ESG目標制定
- 檢查已設定ESG相關目標的實施進展



## 管理層：ESG工作領導組

由首席財務官及董事會秘書擔任負責人，成員由與ESG議題相關的各個事業群及職能部門高級管理人員組成。

- 對ESG事宜進行識別、評估及管理
- 領導各部門開展ESG工作
- 維護ESG行業專家資源、了解最新監管要求
- 監督ESG工作具體進度
- 定期匯總ESG工作事項向董事會報告



## 執行層：ESG工作執行組

由與ESG議題相關的各個事業群及職能部門工作人員組成。

- 實施具體ESG工作任務
- 收集整理ESG相關信息及數據
- 向ESG工作領導組匯報工作進展

## 利益相關方溝通

本公司充分考慮自身營運與服務對利益相關方的影響，重視利益相關方的意見，建立了常態化的利益相關方溝通機制，通過多樣化且具有針對性的溝通渠道與各利益相關方保持高效溝通。公司將各利益相關方的訴求作為公司ESG工作不斷改進提升的重要依據，並日常通過下表所列出的溝通方式與利益相關方進行常態化、多元化溝通。

利益相關方	關注點	溝通方式
 政府與監管機構	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 守法合規 運輸安全</li> <li>• 依法納稅 創造就業</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 政企座談會</li> <li>• 監督檢查</li> <li>• 工作報告與調研</li> </ul>
 投資者／股東	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 穩健經營 價值創造</li> <li>• 披露合規 公開透明</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 股東大會、業績發佈會</li> <li>• 公司新聞、公告及定期報告</li> <li>• 投資者調研、各類會議與宣講</li> <li>• 外部路演</li> <li>• 公司官網、郵箱及熱線電話</li> </ul>
 員工	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 權益保障 員工關愛</li> <li>• 薪酬福利 培訓發展</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 團隊建設活動、員工培訓</li> <li>• 意見反饋平台</li> <li>• 員工滿意度調查</li> </ul>
 騎手	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 權益保障 健康安全</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 騎手滿意度調查</li> <li>• 騎手關懷活動</li> <li>• 意見反饋平台</li> </ul>

利益相關方	關注點	溝通方式
 客戶	<ul style="list-style-type: none"><li>• 服務質量 高效快捷</li><li>• 權益保障 信息安全</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• 服務熱線、投訴建議信箱</li><li>• 問卷調查、用戶訪談</li><li>• 線上平台、社交媒體</li></ul>
 公益慈善組織	<ul style="list-style-type: none"><li>• 公益慈善 社會價值</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• 騎手公益計劃</li></ul>
 合作夥伴／行業協會	<ul style="list-style-type: none"><li>• 行業創新 合作共贏</li><li>• 隱私保護 商業道德</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• 合作研究</li><li>• 行業峰會、論壇</li></ul>
 媒體／公眾	<ul style="list-style-type: none"><li>• 良好互動 信息公開</li><li>• 服務品質 權益保障</li><li>• 隱私保護 商業道德</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• 客戶投訴與意見處理</li><li>• 新聞發佈會、媒體採訪</li><li>• 公司官網、社交媒體</li></ul>

## 重大性議題判定

為進一步明確本公司ESG管理重點，及時響應利益相關方關注，公司建立ESG議題庫，並通過在線問卷形式收集多方反饋，作為企業ESG管理和信息披露的重要基礎。

### 議題識別

基於本公司業務模式，結合國家政策、資本市場要求，並通過分析各利益相關方關注範疇、對比同行企業舉措，篩選出22項ESG議題。

### 利益相關方調研

公司收集來自投資者、客戶、員工等內外部相關方的問卷共372份，充分了解內外部利益相關方對本公司ESG議題的關注焦點。

### 議題評估

基於利益相關方調研結果，公司對ESG議題進行重要性排序形成重大性議題列表。

### 審核確認

將重大性議題評估結果呈交管理層，並獲得管理層確認通過。

## 議題重要性

## 議題名稱

高度重要

保障配送安全  
數據安全與隱私保護  
技術創新  
提供多元個性化服務  
人才發展與留存  
騎手關懷  
員工健康與安全  
員工多元化與人權保護  
企業管治  
商業道德與反貪腐  
風險管理

中度重要

提升服務效率  
員工敬業度  
員工關愛  
保障合作各方利益  
與合作夥伴共生共贏  
慈善與志願服務

一般重要

產品包裝及運輸的碳足跡  
開展環保活動  
幫助當地社區發展  
廢棄物管理與回收  
氣候變化應對

表 順豐同城重大性議題列表



## ESG風險管理

有效的ESG風險管理和內部控制是保障公司的業務營運和發展的穩固基礎。本公司ESG風險已融入企業風險管理體系中。目前公司已識別出知識產權風險、行業政策風險、生產安全風險、用工安全風險、人力資源管理風險等潛在風險因素，覆蓋ESG領域的多個方面，其中關於氣候變化風險管理的內容詳見「氣候變化應對」章節。

公司已經在業務營運的各個方面（如配送安全及騎手安全、財務報告、合法合規、信息系統及人力資源管理）採取並實施全面的風險管理制度，制定《同城風控管理體系》《同城風控管理制度》，明確風險控制管理體系及工作流程；並發佈《同城實業內部控制實施手冊》《同城實業內部控制評價方法》，定義和規範內控實施範圍以及評價流程和方法，確保公司運營合規、風險可控。

同時，為深入構建全面、有效的風險控制管理體系，進一步提高公司風險防範能力，本公司建立了完整的風險及內控管理組織架構，通過三級管理體系確保風險得到有效管控。公司董事會是風險管理的最高負責機構，並與董事會下轄的審核委員會共同組成風控戰略制定組織，負責指導風險管理工作及制定風險管理戰略。公司總部專業職能部門審計部和財務部對本公司業務合規風險以及內部控制的有效性進行管理與監督，並由公共事務部，作為風控統籌管理組織負責風控體系優化與管理。風控落地實施組織則由各職能及地區構成，各業務部門均設置風控接口人，負責將總部相關的流程、制度以及合規風控理念宣導至業務前端，監控地區的執行情況，與專業的風控部門協同互補。

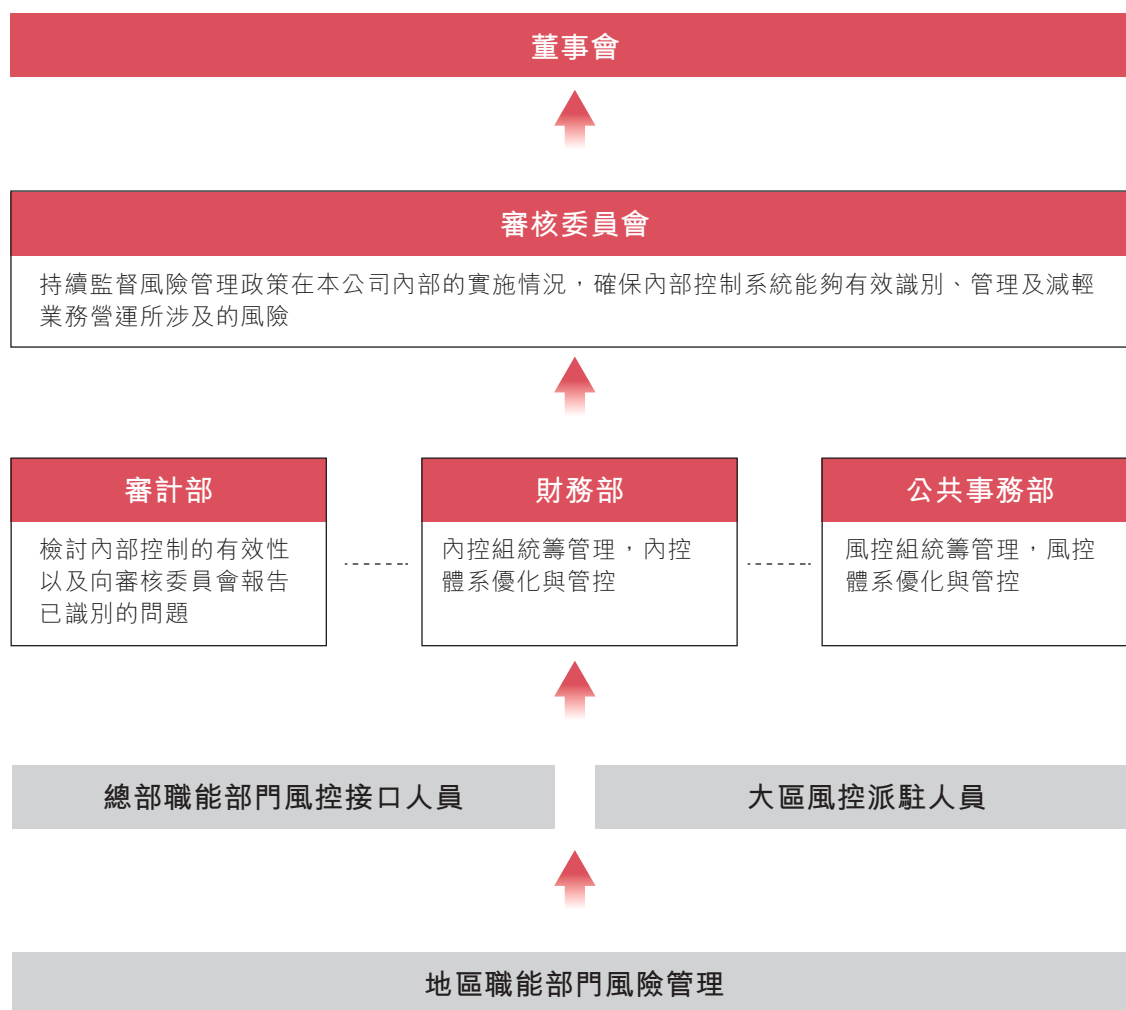


圖 本公司風險管理架構

在風險管理組織體系下，本公司定期針對ESG相關重點政策進行解讀，以快速響應政策動向。2021年，公司針對綠色包裝、食品安全、網絡安全、平台經濟反壟斷、新就業形態勞動者與外賣送餐員勞動權益保障、疫情防控等政策進行解讀，並形成內部營運指引，積極、有效地應對政策風險，確保公司業務持續穩健和有效地運作。

公司針對關鍵崗位制定風險管理上崗課程及專項培訓，採用線上學習、考試通關等形式進行培訓。2021年，為了針對性地提升業務區風險管控能力，公司面向總部、地區相關負責人、風控接口人及新員工、地區站點負責人等開展了超過35場培訓，系統講解了《同城風控管理》《站點負責人風控管理》要求。通過定期的專項培訓，本公司各級風險管理人員可以充分、高效識別公司營運過程中的各類風險，並通過內部控制等措施及時管控風險，減小甚至消除風險發生帶來的影響。

本公司每年度進行兩次專業第三方審計，對於外部審計師提示的風險，公司將其落實到責任部門和責任人進行改善。同時，公司審計部門、內控組按照年度計劃，不定期開展覆蓋所有產品線、業務單元及業務流程的專項內部檢查，對於檢查過程中發現的問題，按照相應的制度進行報告，並敦促責任部門進行整改。公司對於腐敗行為進行立案調查，並出具書面報告。對於屬實的問題，按照《員工手冊》或相關制度對責任人進行處理或移交司法機關處理。

## 廉潔管理

本公司嚴守廉潔底線，堅持「陽光透明」的原則，對任何貪腐行為「零容忍」。公司不斷完善公司廉潔管理體系，並積極探索科技反貪腐手段，主動預防和治理商業賄賂及貪腐行為，規範公司員工及利益相關方的行為，為公司的長遠發展保駕護航。

本公司嚴格遵守《中華人民共和國公司法》《中華人民共和國反不正當競爭法》等法律法規，制定《順豐同城反腐敗管理辦法》《順豐同城公司舉報管理辦法》《同城親屬回避管理辦法》等制度，明確公司的反貪腐要求以及反貪腐處理流程和職責。

公司搭建了三道防線管理體系，第一道防線是同城經營主體，第二道防線是風控、內控、法務及公共事務等專業團隊，第三道防線是獨立的內部審計部門，實現貫穿全崗位的廉潔管理體系，以主動發現與任何潛在違規行為有關的任何疑慮及問題。

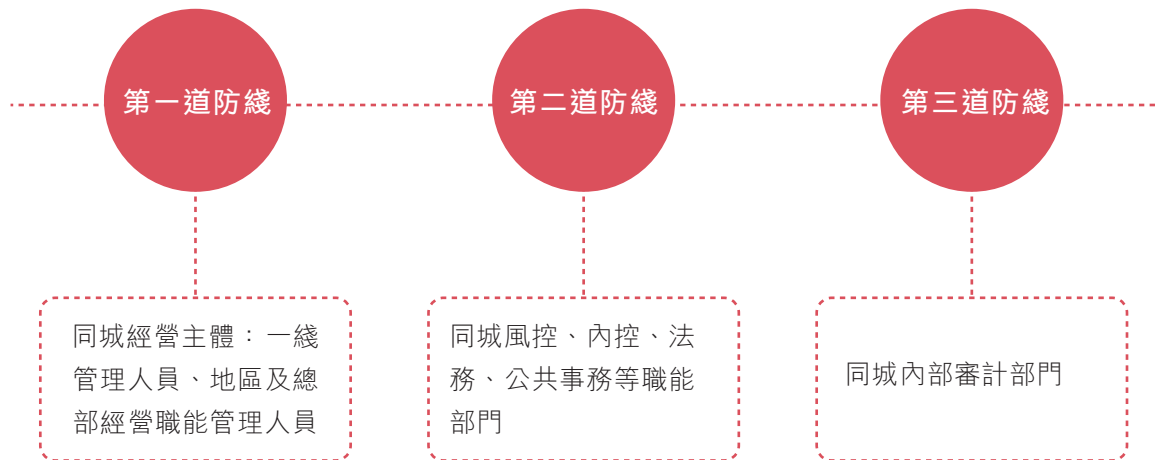


圖 本公司三道防線管理體系

### 科技反舞弊

本公司將大數據和雲計算技術運用在反舞弊工作中，積極探索「數字化反舞弊」，搭建由審計分析平台、審計監控平台、審計作業平台組成的大數據審計平台。其中，審計分析平台負責前端識別舞弊風險領域並構建舞弊偵測規劃，審計監控平台進行周期性常態化風險監測，審計作業平台確保調查結果應用閉環跟蹤。通過科技手段的運用，本公司在內部反舞弊風險識別與監測、反舞弊事件管理方面取得了良好的效果。

### 舉報事件處理

本公司已制定一系列舉報制度，並建立處理體系，全面收集對本公司造成或可能造成重大不利財務、法律或聲譽影響的欺詐或不道德行為或違反法律及本公司政策的事宜，並確保舉報事件的閉環管理。公司審計部統籌舉報管理，對收到的舉報案件按照重要性及影響程度進行分級分類。本公司在收到舉報後一個工作日內聯繫舉報人，一周內決定是否立案，並在一個月內完成調查。調查完成後調查報告及關鍵證據底稿歸檔保存。各組織負責人為證人保護的第一責任人，採取合理措施對證人(含舉報人)進行保護，保證其基本權益不受侵害，杜絕打擊報復。

2021年，本公司已建立舉報工作台審核流程，實現舉報流轉工作的全面線上化。同時，相關同事可以通過線上平台對舉報和核查內容進行定期復盤分析，不僅提高舉報監管和事件處理效率，也為業務風險評估提供依據，指導業務部門主動做好預防和內控工作。

### 廉潔培訓

本公司希望每一位員工都可以用誠實勞動創造工作價值，以廉潔守信追求美好生活。公司圍繞新員工、基層管理者及高級管理層均不定期開展反貪腐培訓，倡導廉潔從業，打造陽光職場。

為全面提升員工廉潔自律意識，對於員工，本公司在其入職時詳細介紹本公司的廉潔文化和要求，提供反腐敗及反賄賂合規培訓，開展舞弊案例反面警示，推動員工確認並簽署《反腐敗承諾書》；對於管理者，公司開展文化大講堂，圍繞企業誠信及廉潔文化開展溝通與交流培訓。

2021年，公司參與反貪腐培訓的員工共計7,529人次，公司二三線員工《反腐敗承諾書》簽訂率100%。

報告期內，未發生對公司或員工提出並已審結的貪污訴訟案件。

### 產品責任

在中國經濟向高質量轉型發展的時代背景下，消費升級的需求日益突出，需要匹配更高時效和交付標準的物流服務。即時配送作為新興行業，承載著居民高品質消費的服務需求。本公司具備行業領先的成熟產品設計和研發能力，持續推動大數據分析和人工智能(AI)等技術創新，通過科技驅動服務，致力於滿足商家和消費者不斷變化的需求，在更廣泛的日常生活場景中為商家和個人用戶提供更迅速、更高質量的服務。

### 產品創新

本公司秉承「以用戶為中心，以需求為導向，以體驗為根本」的產品設計思維，用心打造智能高效的產品服務及解決方案。

### 推動技術創新

本公司持續投資並發展智能技術，通過應用大數據及AI技術，打造CLS即時物流智能解決方案。CLS系統通過物流中台訂單智能分發、供需實時智能調控、AI全局運籌調度，實現有效的業務預測及規劃、訂單融合推薦及綜合調度、以及即時營運監控。在本地餐飲、同城零售、近場電商、近場服務等眾多服務場景下，CLS系統幫助公司實現高效的實時訂單調度，並通過支持複雜的配送網絡（覆蓋不同地域層次的三重配送網絡，包括門店級別、商業區級別及城市級別），滿足商家及用戶對於同城配送服務迅捷可靠的期待。

本公司持續引入創新解決方案，與商家共享公司的科技能力及數據洞見，打造更為人性化和差異化的服務矩陣，提升營運效率。公司對商戶歷史營運數據進行大數據分析，為商家提供門店配送範圍建議，提供信息技術支持及店鋪營運解決方案，以幫助商家實現數字化轉型。未來，公司計劃向商家提供更為定制化服務及技術支援，例如向商家客戶提供SaaS雲端解決方案，配合如小程序及應用程序等訂單綜合管理及調度，加強提供同城即時配送綜合供應鏈物流解決方案的能力。

2021年，本公司研發投入達1.93億元人民幣。公司將持續增加研發投入，以進一步推動技術創新，優化整個行業的成本和效率，為客戶帶來極致服務體驗，創造更多價值。

### 知識產權保護

作為技術驅動服務的企業，知識產權是公司業務的基石。本公司高度重視知識產權相關工作，嚴格遵守《中華人民共和國專利法》《中華人民共和國商標法》，制定《順豐同城商標（商號）管理制度》《順豐同城專利（軟件著作權）成果管理制度》等制度，規範專利管理及商標（商號）使用，保障知識產權管理工作有章可循。

為防止核心技術洩露，公司通過線上監控、線下行動等多個舉措對公司專利、商標、版權、域名等進行保護及維權。

公司不定期開展知識產權培訓，以提升員工的知識產權保護意識。2021年，本公司共進行了7次不同形式的知識產權培訓，並邀請外部律師事務所為員工開展面對面線下培訓。



## 服務品質

為更好地保障服務品質，尊重消費者權益，本公司注重用戶隱私保護，不斷加強網絡與信息安全管理，堅決避免用戶信息外洩情況。本公司承諾踐行負責任營銷，杜絕虛假宣傳；通過採用高質量、高效率的服務模式，不斷提升服務質量及用戶滿意度，為用戶創造價值。

## 數據安全與隱私保護

作為技術驅動型公司，公司通過互聯網科技為用戶提供服務和數據支撐。信息安全作為業務穩健發展的基礎，公司將其放在至關重要的位置，嚴格遵守《中華人民共和國數據安全法》《中華人民共和國個人信息保護法》《關鍵信息基礎設施安全保護條例》等相關法律法規，建立完善的信息安全管理制度體系，在安全策略、人員安全管理、信息資產管理、信息系統開發管理、事件管理五大維度進行全面的信息安全管控。

2021年，本公司獲得國家信息安全等級保護認證備案證明，並啟動ISO 27001信息安全體系認證工作。於報告期內，本公司未發生信息洩露事件。

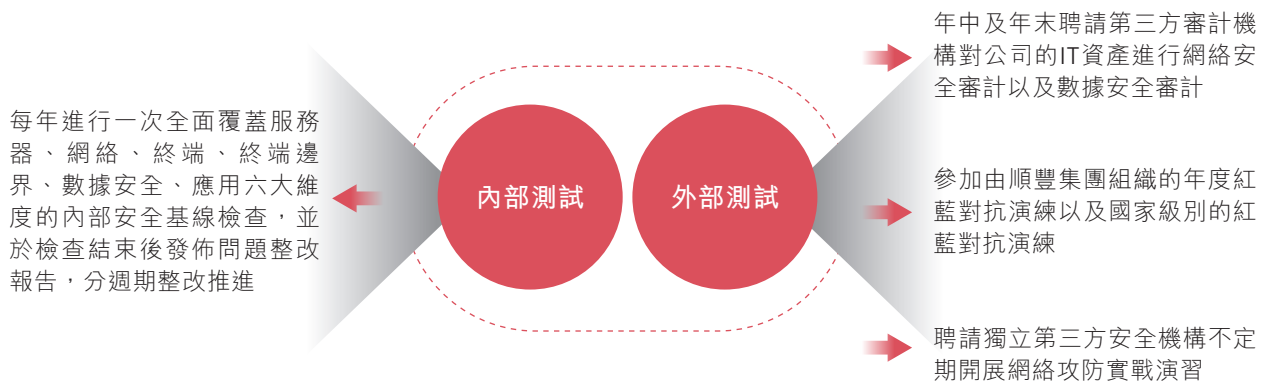
### 隱私保護管理

為提供安全可靠的平台服務，本公司制定了分別適用於用戶端和騎手端的《順豐同城隱私政策》，通過公司官方網站、APP、公眾號及小程序等渠道，明確告知用戶或騎手個人信息保護的原則、個人信息的收集和處理方式、保護措施和機制以及個人信息保護的基本標準，讓用戶和騎手放心、安心使用各項服務。

為降低隱私數據全生命週期中安全風險發生概率，進一步提高系統數據保護能力，本公司制定了《信息安全及隱私管理策略手冊》《系統隱私數據安全管理規範》等管理制度，明確隱私數據採集、傳輸、存儲、使用、共享轉移、處理和系統權限、安全審計八大方面的數據安全保護要求。此外，公司對所有數據資產進行嚴格的分級分類劃分管理，制定了《數據密級劃分標識及處置管理制度》《大數據服務信息安全規則指引》等制度文件，嚴格控制隱私洩漏風險，確保數據風險降至最低。

## 網絡安全測試

本公司定期對數據隱私與網絡安全進行內外部測試，以檢驗自身網絡風險防禦水平，通過分析反思測試過程中暴露的問題，及時更新加強風險防範措施，提升IT資產的防護能力。



### 信息安全事故管理

為規範信息安全事故應急響應工作，本公司制定了《信息安全事件管理手冊》，建立應急響應機制，確保信息系統的安全、穩定運行和業務的連續性。公司明確將信息安全事故分類為：網絡攻擊事故、有害程序事件、信息洩露事件、信息內容安全事件，並針對各類型的信息安全事故成立專項預案。通過評估信息安全事故的緊急程度，公司將事故分為：一級事件（重大）、二級事件（中危）、三級事件（低危），並將發生的事件評級結果匯報至應急響應領導小組，建立了從上報、處理、調查、總結改進、獎懲到通告的全流程信息安全事件應對處理流程。



### 員工培訓100%覆蓋

本公司每年至少進行兩次員工信息安全意識宣講會，覆蓋各部門的信息安全接口人；然後由各接口人對部門員工進行宣講活動，實現網絡安全和信息安全員工培訓100%覆蓋。

## 負責任營銷

### 品牌升級

為保障業務發展的可持續性，公司積極採用多元化營銷手段，致力於提升本公司在消費者心中的知名度和正面形象。2021年，本公司重點開展了品牌戰略升級、代言人營銷等品牌煥新升級工作，採用年輕化推廣的方式塑造公司「專業高端急送」的品牌定位。

#### 順豐同城宣佈升級品牌戰略

2021年9月17日，本公司宣佈升級品牌戰略，啟用全新品牌LOGO。新LOGO延續了順豐品牌的紅黑配色，圖示依然延續了黑色的六邊形和紅色的對號組合。中心的紅色對號在新圖示中被加粗突出展示，給人一種放心交付的安全可靠保障。



圖 順豐同城啟用全新品牌LOGO

### 營銷風險管理

本公司深諳營銷工作中存在的風險，重視營銷公正性及消費者權益保障，通過建立完善、嚴格的品牌營銷管理機制，避免出現任何虛假、誤導、欺詐、不公平或模糊營銷的情形。本公司嚴格遵守《中華人民共和國廣告法》等相關法律法規，制定《順豐同城社會化媒體管理制度》，要求市場部門人員對該制度熟練掌握、具體執行，並採取一系列內外部監控管理措施，規範品牌的管理、運營、內容審核等工作。



參與培訓約100人次

2021年，本公司開展負責任營銷相關培訓5場，參與培訓約100人次，進一步提升相關人員的職業素養。

## 客戶滿意度提升

即時配送本質上是服務行業，用戶滿意是公司業務高速增長的根基。日常面向商家和消費者直接提供服務的是騎手，因此騎手的服務質量是影響用戶滿意度的關鍵。公司認為，應先服務好騎手，然後騎手才能和公司一起服務好客戶，成為客戶值得信賴的合作夥伴。公司注重培養組織對個體的共情、共識、共鳴能力，讓萬千騎手對自己所處的服務業充滿自信、認同和熱愛，而這種認同使騎手們能夠發自內心地提供超越用戶期待的服務。

為切實提升客戶體驗，在管理機制上，公司成立客服體驗部，下設客服管理組、線上體驗組以及調研分析組，通過聆聽用戶聲音，洞察客戶需求，並配合產品進行閉環優化落地與推廣，力求提供高水平的、貼心的客戶服務。同時，公司設置騎手服務監督機制和騎手申訴審核標準，確保客戶投訴處理的公平性。

為規範客戶投訴受理和理賠流程，本公司制定《順豐同城急送客戶投訴處理操作指引》《個人客戶理賠條款》等制度文件，在處理客戶投訴的過程中，客服人員將對問題進行識別、分類，並篩選出安全類、品牌類、違規舉報類等高風險重大異常問題，採取對應升級機制，力爭問題得以快速處理並妥善解決。

在企業大客戶服務方面，公司提供專項一對一的「售前-售後-理賠」全流程服務以及品牌定製化服務，並幫助解決客戶引進前期業務磨合問題。公司將堅持「以客戶為中心」的理念，不斷提升內部能力，為用戶提供更加優質和人性化的服務。

### 供應鏈管理

本公司建立與自身業務流程、發展規模相匹配的供應鏈管理系統，高效支撐現階段業務及未來的發展變化。秉承誠信廉潔、理解與溝通、提升與優化的核心價值觀，公司致力於打造負責任供應鏈，確保產品服務的高質量交付，攜手上下游夥伴建立緊密的合作關係，共同構建合作共贏的行業生態。

### 供應商管理

本公司不斷完善全流程的供應商管理體系，制定《供應商引入管理辦法》《採購管理制度》《同城集採供應商認證管理辦法》《供應商現場審核操作指引》等制度，明確對合格供應商的要求，規範從供應商的註冊到管理的流程，積極維護供應商關係，推動供應商共同進步。

#### 供應商引入

定期及按項目對供應商整體規模、資信、營運、財務情況等資質進行評審和分析，結合現場評審考察，綜合評審合格的供應商通過認證後引入。2022年，公司計劃引入應用供應商關係管理系統SRM，對供應商進行閉環管理，包括供應商自助註冊、認證管理、分級分類管理、合同管理、績效管理等內容，有效提升公司與供應商的溝通協同能力。

## 供應商評估與考核

公司從供應商初評、現場審核、樣品評估以及小批量測試等方面對供應商進行評估，嚴格把控供應商的標準與質量，對已合作供應商持續進行審核以確保其符合要求。同時，公司將ISO 9000認證、《關於限制在電子電氣設備中使用某些有害成分的指令》(Restriction of Hazardous Substances, RoHS)等環保要求納入對生產類供應商的現場審查要求，落實綠色採購理念。

## 供應商退出

如有發生違反商業道德的事件，公司採取「零容忍」原則，將相關供應商清除出合格供應商名錄並納入黑名單。

## 廉潔採購管理

本公司堅持公平、公正、誠信陽光的採購基本原則，保證採購全過程實現採購前端「准入透明化」、中端「過程公平化」、後端「監督公平化」，確保誠信廉潔的採購環境。

公司制定《廉潔誠信條款書》，禁止在雙方之間的經濟交往活動中進行任何形式的索賄、行賄、受賄行為，並推動供應商同步簽署《廉潔誠信條款書》。公司在框架主協議簽署、子協議簽署、招標文件中明確供應商的舉報渠道，如供應商發現任何影響公平交易的行為或其他不合規行為時，可以進行舉報申訴。2021年，採購管理部所管理的所有供應商對《廉潔誠信條款書》的簽署率達到100%。

2021年，本公司梳理制定《陽光採購告知書》，並計劃在2022年發佈該文件以及在線上系統等渠道對供應商進行宣導，未來公司將基於該文件要求面向供應商開展廉潔培訓，進一步提升供應鏈廉潔建設，打造陽光透明的商業環境。

## 社會責任

良好的企業文化是哺育公司茁壯成長的沃土。本公司視員工和騎手為寶貴的財富，在員工和騎手權益保障、多元化培訓及職業健康安全等方面做出諸多努力，為優秀人才搭建更廣闊的職業舞台，確保每一位員工和騎手體面工作、快樂工作。同時，公司積極號召員工和騎手加入公益事業，傳達滿滿正能量，提升社會認同感，成就自我價值。

## 員工管理

本公司全面貫徹「以人為本」的理念，全力保障員工的各項權益，建立並完善員工招聘與薪酬福利體系，竭力為員工提供安全健康、多元包容的工作環境和廣闊的職業發展平台，創造有激情、有幸福感的工作環境。

## 員工權益

本公司尊重並認可每一位員工的價值，通過完善的人力資源管理體系保障員工各項權益，致力於為全體員工營造公平公正的職場氛圍和多元包容的企業文化。

### 招聘與僱傭

本公司遵守《中華人民共和國勞動法》《未成年人保護法》等法律法規，制定並持續完善《順豐同城招聘管理制度》《順豐同城員工考勤管理規定》等內部管理制度，明確公司各級組織管理職責，規範人才管理全流程。



公司秉持「公平、公正、公開」等招聘原則，平等對待每一位員工，不因性別、區域、民族、宗教信仰等因素區別對待，充分尊重和包容員工的多元化。2021年，本公司員工總人數為2,083人，新入職員工889人，其中女性新入職員工339人，佔本年度新入職員工總數的38%。

公司禁止使用童工，並拒絕強迫勞工。在員工入職時，公司人力資源部門通過與公安部門聯網對員工身份進行嚴格的審核，避免瞞報導致使用童工的情況發生。若發現童工，公司將遵循內部管理制度的要求，立即停止其工作，將其送回原居住地並要求其父母或監護人簽字，在獲得政府機構蓋章確認後交回人力資源部門存檔。公司尊重和維護每一位員工的勞動意願，確保合理的工作時長和假期待遇，禁止通過各種方式強制員工進行工作。截至報告期末，本公司未有童工及強制勞工事件發生。

本公司持續關注並將進一步完善針對退伍軍人、殘障人士等人群的專項招聘，吸納更多有就業需求的人士，為社會提供更多就業機會。

### 薪酬與福利

本公司尊重並回報每一位員工的勞動價值，為員工提供在行業內具有競爭力的薪資水平，並通過靈活的調薪機制、價值貢獻的獎金激勵以及多元化的福利體系吸引人才，保障員工獲得應得的勞動報酬。為保障薪酬與福利發放機制的高效運轉，公司制定《順豐同城公司員工績效管理制度》和《順豐同城員工福利管理制度》，明確薪酬與福利管理標準，對員工形成有效激勵。

本公司設立了類型豐富多樣的福利，包括基礎福利（養老保險、醫療保險、失業保險、工傷保險、生育保險及住房公積金）、法定假期、交通補貼、餐飲補貼等。同時，公司還為員工提供人才調動福利和績優福利，以補貼異地調遣員工以及獎勵優秀員工。

### 員工關懷

本公司相信安全感與幸福感是激發員工工作熱情的重要因素。本公司嚴格遵守《中華人民共和國安全生產法》《工傷保險條例》，高度關注員工的健康與安全狀況，全力保障職業健康安全。此外，本公司密切關注員工的身體與心理健康。公司定期舉辦各類員工關懷活動，設置員工關愛設施，為員工身心健康提供支持，並提升員工歸屬感，增加團隊凝聚力。

### 員工滿意度

本公司認真傾聽每一位員工的聲音，通過與專業諮詢公司合作開展第三方滿意度調研，了解員工對於公司的意見與建議。公司針對組織、工作、發展、匯報及氛圍等維度開展調查，並根據第三方出具的評價報告識別出有待改進的部分，將改進工作落實到工作計劃中。2021年，本公司員工滿意度高達85%。

### 培訓與發展

本公司不斷完善人才培養體系，通過多元化渠道提拔和任用優秀人才。2021年，本公司設定卓越人才目標，提升組織效能，通過人才體系建設保障充足、高質量的人才儲備，助力公司可持續發展和員工個人職場目標實現。

 員工培訓

本公司重視員工職業能力的提升，為員工提供豐富的培訓資源。面向新員工、專業人才、幹部群體等不同類型員工設置了方向明確、規劃清晰的培養方案，着力建設順豐同城人才儲備池，讓員工和公司一起成長。

培訓對象	培訓計劃	培訓目標
幹部群體	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 新區域負責人培訓</li> <li>• 儲備幹部培訓</li> <li>• 片區負責人培訓</li> <li>• 在崗站點負責人培訓</li> <li>• 儲備站點負責人培訓</li> </ul>	豐富專業能力 提升業績產出
專業人才	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 模塊負責人培訓</li> <li>• 營運及業務專才培訓</li> </ul>	提高專業能力 提升儲備人才厚度
新員工	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 社招新員工培訓</li> <li>• 大學生培訓</li> </ul>	加速職場適應過程 加深企業文化認同

圖 本公司關鍵人才隊伍建設體系

為了讓新鮮血液快速融入和成長，公司打造「融入、融合、融創」大學生培養方案，並制定《同城Buddy管理辦法》，為新入職員工配備Buddy與導師，通過覆蓋實習期、輪崗及定崗等環節的引導，發掘新人潛力，幫助大學生順利完成從「校園人」到「職場人」的過渡。

公司內部的知識、技能與優秀經驗是公司寶貴的無形資產。為有效開發、沉澱和傳播，公司編制《順豐同城講師及教材管理制度》，明確教材的開發、管理及激勵措施，規範講師的選拔、認證、管理等流程，推動教材庫的建設與講師隊伍的培養，為企業的知識管理和學習型組織的建立奠定基礎。截至報告期末，本公司擁有內部講師106人。

為方便各地員工在疫情防控期間參與公司培訓，於報告期內，本公司主要開展線上員工培訓，總培訓時長達26,206小時。

### 員工發展

公司設立多元化的晉升渠道，為員工的個人發展提供堅實的平台，讓員工擁有更多的職業發展機會。公司以公平公正為基本原則，按照《順豐同城公司員工績效管理制度》對員工進行績效考評，並將結果作為儲備晉升、崗位調整、培訓、評優等人事管理決策的重要依據。本公司也設立年度常規晉級、優秀人才快速發展及破格晉級三種晉升通道，並規範晉升考核要求及流程。其中，公司對優秀人才快速發展通道及破格晉級通道的候選人不設職級年限，唯才是用。

公司亦開設專才培養發展項目，為員工提供專才認證，倡導全體員工「一專多能」，通過提升專才認證等級，努力獲取晉升公司人才儲備的機會。公司鼓勵員工參與職業認證培訓或學歷提升，設立相關報銷制度給予員工支持，並在晉升考核中給予優先考慮。

## 騎手管理

每天穿梭在城市各個角落的騎手，是居民高品質生活的創造者與守護人。2021年，本公司活躍騎手數量超過606,000人。公司致力於搭建騎手友好的平台，塑造公平公正的文化。

## 騎手體驗

本公司為騎手構建友善的工作環境，以關懷和尊重的態度對待每一位騎手。公司向騎手提供培訓與關懷，激勵騎手不斷成長，全面優化騎手服務。

### 騎手培訓

公司通過體系化的騎手培訓和精細化的營運，幫助騎手掌握從事服務行業所需要的素質和技能，成為現代社會專業騎手。

公司根據不同業務類型和訂單品類設置相應的技能培訓課程，並採用線下培訓與線上考試相結合的方式，確保接受培訓的騎手高度掌握並有效應用所學知識與技能。特別是，新入職騎手必須在首次配送任務前接受崗前培訓並通過資格測試，培訓內容包括配送流程介紹、示範使用順豐同城騎士APP、溝通技巧及安全注意事項，以確保其在上崗前熟練掌握公司的服務須知。同時，公司將培訓進度指標納入騎手評估系統，以激勵騎手積極參與培訓課程。

報告期內，本公司組建了服務於騎手培訓的講師團隊共879人，全年開展約19萬場次各類培訓，參加各類不同技能考試（包括安全培訓）的騎手總計為1,652,736人次，考試通過率達99%。



### 騎手激勵

如何切實保障騎手工作權益，更人性化地調整騎手服務評價和收入之間的平衡，是即時配送全行業都在探討的問題。

為了給予廣大騎手更多的正向激勵，公司在2021年率先推出了行業首創的立體騎手權益激勵體系，為騎手打造了一種全新的權益體驗。「立體權益激勵體系」包括「同城幣」、「權益兌換券」和「服務分」三部分。騎手可以通過日常的簽到接單、服務評價、任務達成等表現不斷提升服務分，積累同城幣及兌換特定權益券。通過積累的「同城幣」可兌換不同的「權益兌換券」用於抵扣因若干類別的非紅線客訴或輕微違規產生的服務分抵扣。公司希望通過成立行業領先的權益激勵體系，緩解騎手可能的心理壓力和焦慮，確保平台對騎手的獎懲合理，讓騎手更有話語權。

此外，本公司還為騎手搭建了明確且多維度的「星光大道晉升計劃」，包含管理發展通道、專業發展通道、自媒體發展通道以及騎手講師通道四大上升渠道，讓每位騎手可以根據個人愛好，自主選擇成長路徑，在職業上獲得自我實現。



### 騎手服務

騎手是公司的第一合作夥伴，本公司相信通過讓騎手在公司的平台感到價值感、情感和關懷，能夠以飽滿的熱情投入到更好的服務中，將「有溫度的配送服務」傳遞給每一位用戶。

本公司尊重騎手在第一線服務中提出的意見反饋，以不斷優化騎手服務措施。公司每月進行騎手滿意度調查，並針對調查結果落實服務優化措施。公司改進騎手跑單流程，將騎手從上線接單、上門取件、配送簽收、提現退出等各環節的異常場景整合歸類至異常上報項，並打通各業務訂單渠道，提升騎手跑單體驗與效率；同時，公司定向篩選優質騎手，結合騎手權益及管控體系，給予高產出高質量騎手對應調度及活動權益，提升頭部騎手跑單體驗，並對尾部騎手給予引導支持，提升跑單質量。

一直以來，公司騎手服務質量都處於業內一流水準，深受用戶廣泛認可和好評。公司的配送時效遠高於行業平均水平，時效達成率高達95%，即便在異常天氣和高峰時段也能保持穩定高效的交付水平。

## 智能頭盔協助騎士解放雙手

為提升騎手配送體驗、更好地保障其安全，本公司於2021年聯合某科技公司研發推出新型智能頭盔。騎手佩戴後，相當於擁有了一個「隨叫隨到」的智能助手，騎手只需輕輕喚醒語音助手，便能下達指令讓其根據要求執行，不僅可以節約時間，還能有效避免在騎行時因使用手機產生的安全隱患。



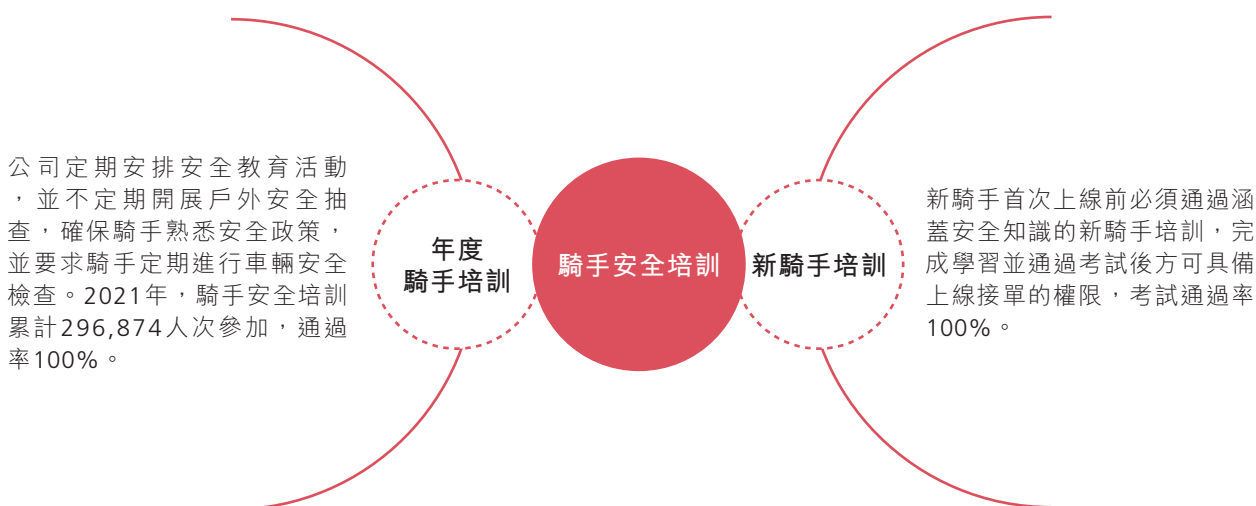
圖 騎手智能頭盔

## 健康與安全

公司認為騎手的工作安全和健康至關重要。自成立起，本公司始終堅持「安全第一」的原則，制定工作場所及過程中的安全準則，持續完善保障機制，建立同城騎手安全管理架構，於總部、地區都設有專門的騎手安全服務團隊負責相關工作開展。

CLS系統可為騎手平衡全天的工作量，為騎手帶來高效和平衡的工作安排。公司為每位騎手設置了每日待履約訂單數量上限，通過評估騎手實時手頭的訂單數量、實時的配送路線、過往配送訂單的經驗及能力以及其訂單配送記錄，為騎手預留緩衝時間。通過騎手系統限制其接受過量訂單，強制或提醒騎手每工作4小時休息20分鐘以保證合理休息，保障騎手健康安全，預防過勞導致的意外事件發生。得益於全面的安全舉措，本公司全體騎手的安全事故率同比改善約14%。

為提高騎手的安全意識，公司亦提供安全知識培訓課程，並要求騎手完全掌握課程所學，考試通過率達100%。



在疫情防控進入常態化的當下，公司成立疫情快速應對小組進行管理和支持，為騎手提供了嚴密且充足的防護裝備，包括防護口罩、消毒液等，並且全面升級了配送流程的防疫標準，確保用戶和騎手的雙重安全。



### 投身社區

本公司始終堅持用企業的力量承擔更多的社會責任，通過打造騎手公益活動，參與抗疫救災，回饋社會各界。同時，本公司積極參與順豐公益基金會的各項公益活動，在順豐公益基金會章程及管理制度的指導下，讓公益之花在企業文化中綻放。

### 騎士公益

己欲立而立人，己欲達而達人。騎士的兢兢業業成就了本公司的飛速發展，公司亦回饋騎手及其家人。在幫騎手解決問題上，本公司採用站長救急、心靈救急、經濟救急等三套措施。

站長有責任和義務幫助自己管理區域內的騎手，如騎手遇到需升級解決的問題，可以通過客服電話、論壇直接向公司上級反映，如果有各類情緒或者心理問題需要疏導，還可以撥打公司24小時免費心理諮詢熱線；最後，針對騎手的經濟困難，公司推出了順豐同城公益計劃，給予困難騎手家庭經濟援助，切實解決家庭困難。

### 騎士關懷措施

- 設置24小時順豐同城騎士APP的在線自動快速響應系統及騎士熱線，及時幫助騎士解決訂單配送異常問題；
- 建立騎士在線交流群組，與本地配送站站長建立直接聯繫，及時回應騎士諮詢及投訴；
- 提供專業在線心理輔導服務，定期發佈心理健康美文，並開展心理測評，根據熱線及測評結果為騎士提供心理引導及幫助；
- 與順豐公益基金合作，推出「百萬騎士關愛計劃」項目，為騎士子女提供教育助學金、一對一在線輔導、兒童大病救助、以及家庭困難救助等關懷。

本公司將每年的9月17日定為騎士節。自2019年起，已成功舉辦三屆騎士節活動，希望以常態化、制度化的關愛，一如既往地踐行關懷行動，守護辛勤工作的騎士們，感謝騎士的辛勞付出。2021年，本公司累計舉辦夏季送清涼、冬季送溫暖、騎士答謝日、年度騎士節等5,000多場關懷活動，覆蓋騎士超過30萬人次。

### 第三屆「917騎士在行動節」活動

2021年9月17日，公司舉行了以「好人好報」為主題的「917騎士節」活動。活動共分「好人好騎士」「好報好平台」「好報好家庭」三個篇章，邀請了來自全國的百餘名騎士到現場並同步進行線上直播，讓全國各地的騎士們見證了一年一度屬於自己的節日盛況。此外，本次騎士節通過「騎士星光大道計劃」「AI裝備升級」「我的同城我做主」「應急救援計劃」四大活動亮點，讓「好人文化」的實際意義得到進一步深化。



### 前線救災

一方有難，八方支援。本公司積極響應國家及社會號召，設立應急救援計劃，加入中華志願者協會應急救援委員會，成立順豐同城服務隊，開展應急救援活動。用戶在緊急情況時，可以通過順豐同城急送小程序或APP平台進行一鍵呼叫，獲得幫助。同時，騎手身影不斷出現在救災前線，數不勝數的溫暖善舉詮釋了本公司的溫度所在。

#### 助力河南，騎手在行動

2021年7月，河南省遭遇極端強降雨，鄭州市、新鄉市、鶴壁市等城市災情嚴峻，本公司緊急集結500名騎手，積極響應支援需求。

- 餐飲供應，助力救援

7月23日，鶴壁市衛河決堤，公司迅速組織騎手，在保證安全的前提下參與救援工作。在發現災區條件惡劣、無熱飯供應後，公司聯繫了飯店和駐地部隊，於第二天早上9點就將300份餐飲送至災區，分發給受災群眾和人民子弟兵。騎手表示：「雖然解決不了現狀，但是能讓從全國各地過來奮戰在一線的官兵們吃一頓熱乎飯，也算盡了一點微薄之力。」

- 緊急藥品，急速送達

7月24日，一批由醫藥公司捐贈的藥品經順豐運輸送抵鄭州，這批藥品有助於解決災民及前線抗洪救災人員因水害導致的皮膚感染病變。接到物資後，公司立即提供運力支援，克服停水停電、物資體積大、重量大等難題，快速完成物資安置任務，以全城1小時內送達的速度將藥品送到所需患者手中。



- 抗洪搶險，支援一線

7月24日，新鄉市洪水嚴重，急需志願者支援一線抗洪搶險。濮陽騎手看到求助信息後，立即組織多位騎手火速趕往黃河口支援。面對洪水，他們逆流而上，搬運沙袋進行攔截；情況緩解之後，他們隨後又趕往下一個支援點協助搬運支援物資，為救災搶險貢獻個人之力。

- 協助搶修，恢復電力

因洪水災害導致受災地區供電系統嚴重受損，公司積極響應國家電網中心需求，支援國網河南公司應急搶險物資運輸，將電力維修設備送至各停電小區，協助搶修，恢復電力。

### 同心戰疫

面對嚴峻的新冠肺炎疫情防控形勢，穩定生活物資供應，事關人民群眾切身利益和社會大局穩定，而即時配送服務的暢通可以使民生保障用品更快到達居民手中。自疫情爆發以來，作為國內最大的第三方即時配送平台，本公司始終堅守一線，和全社會一起同心抗疫，從運力保障、物資運輸、商家合作、騎手管理等各方面，充分發揮平台優勢，聯動政府和商家配置資源、發動騎手參與抗疫，構建起民生保障的基礎設施，助力城市運轉，彰顯了社會責任擔當。

### 支援地方防疫

- 在石家莊市疫情反彈，出現聚集性感染。受此影響，市民出入不便之時，公司迅速組織運力，快速解決民生需求，為石家莊人民保駕護航；
- 在煙台市政府下達「48小時內完成主城區全員第一輪核酸檢測」指令，3,000多名醫護人員立即奔赴新冠病毒核酸篩查採樣第一線之時，公司全力支持煙台市總工會對醫護人員的慰問工作，緊急調度全區域騎士資源，組建起一隻專業配送隊伍，無償提供慰問品配送服務；
- 在西安市疫情發生之時，本公司西安區準備了慰問品，無償送給社區和黨政機關的抗疫服務人員；並聯合麥當勞，公益配送280份餐品至陝西省中醫醫院，為在嚴冬中奮鬥的人員送去更多關懷，驅散疫情帶來的陰霾。

### 「好人好報」騎士精神

程楠，多次無償幫助獨自被困武漢、孕期達37周的孕婦購買嬰兒用品和生活物資。在中國物流與採購聯合會主辦的2020中國同城即時物流行業峰會上，他榮獲「2020年度抗疫先鋒人物」。並且在自身的不斷努力下，程楠現已通過騎手發展通道晉升為助理站點負責人。

楊溢，作為黨員、退伍軍人，他主動參加沈陽市全員核酸檢測志願者工作，在氣溫驟降到零下10度以下，並持續雨夾雪的天氣下，為2,300餘人提供服務，在抗疫關鍵時期貢獻力量。

丁小強，居住在上海疫情比較嚴重的地區。社區內有178棟居民樓，3,000多戶家庭。他主動報名參加社區志願者團隊，每天幫助運送居民藥品、蔬菜等物資、分發抗疫防護物資、並對樓道內進行消毒以及生活垃圾的處理等，經常服務至凌晨。

自疫情爆發以來，公司各地公司員工和騎手踴躍報名成為防疫志願者，活動於各地抗疫一線，彰顯「好人好報」騎士精神。

疫情期間，本公司勇於肩扛重任，利用快速反應和優質運力的優勢，積極參與抗疫工作，把疫情防控作為一項重要任務，用行動切實履行社會責任，受到多地多方表彰。

## 環境責任

本公司秉持綠色發展理念，不斷完善環境管理體系，持續提高資源利用效率，積極管控公司營運對周邊生態環境的影響，主動應對氣候變化帶來的機遇與挑戰。公司主動構建綠色低碳商業模式，通過提供綠色服務，將影響力輻射至合作夥伴，致力於實現商業與環境共同可持續發展。

### 2022年環境目標

---

排放物目標	2022年溫室氣體排放密度較2021年降低
能源使用效益	2022年辦公用電密度較2021年降低
水資源使用效益	2022年辦公用水密度較2021年降低
廢棄物產生	2022年辦公廢棄物產生密度較2021年減少

---

## 氣候變化應對

氣候相關財務信息披露(TCFD)工作組由金融穩定委員會(FSB)於2015年成立，負責編製供企業使用的統一指引，協助企業作出自願性質的氣候相關財務風險披露。本公司深刻意識到氣候變化會為公司的業務帶來多種風險和機遇，參照TCFD的建議，通過一致、可比較、可靠、清晰及高效的框架，自願性披露相關內容，並將在未來年度逐步完善披露內容。

## 治理

氣候變化風險同其他風險一致，已被納入本公司風險管理體系，由董事會及審核委員會組成的戰略制定組織作為最高風險管理機構，負責ESG風險的識別、預防和管控（更多風險管理架構及風險識別與評估流程相關內容，詳見「ESG風險管理」章節）。

## 策略

本公司從自身業務類型與公司營運角度出發，識別有較大影響和可能性的實體風險和轉型風險，並尋找潛在機遇。

風險類型	潛在影響
實體風險	氣候變化對資產、供應鏈、運輸鏈、人員安全等造成的實體破壞或損害
 急性風險	<p>由極端天氣事件驅動的風險</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• 造成嚴重的供應鏈中斷</li><li>• 交通基礎設施受損，延誤配送過程</li><li>• 後台系統供電不穩或網絡故障，影響業務開展</li><li>• 增加騎手的安全風險</li><li>• 運輸停滯導致物品受損賠償</li><li>• 增加修復或更換損壞、毀壞資產的費用，造成嚴重經濟成本損失</li></ul>
 慢性風險	<p>由長期氣候模式轉變帶來的環境變化</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• 夏季溫度持續增高，增加騎手安全風險</li><li>• 對硬件設施性能產生影響，導致公司現有資產提前報廢</li><li>• 沿海城市業務發展受限</li></ul>

表 本公司氣候相關風險列表



風險類型	潛在影響
轉型風險	向低碳經濟轉型期間，外部環境在政策、法律、技術和市場等方面產生的廣泛變化
 <p>政策及法規風險</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 為滿足合規要求增加的成本，如辦公設備節能改造、購買碳配額</li> <li>• 能源價格上升導致的配送成本增加</li> <li>• 增加信息披露風險</li> </ul>
 <p>技術風險</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 技術更迭造成的設備更新帶來的過渡成本，如採購、測試、培訓等</li> <li>• 向消費者傳遞綠色運輸的環保理念的成本</li> </ul>
 <p>市場風險</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 社會大眾對即時配送服務需求繼續增加，對服務的質量要求提高</li> <li>• 客戶加深對低碳的了解，更偏好綠色環保的即時配送服務</li> </ul>
 <p>其他利益相關方的影響</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 對於低碳轉型期間，政府對產品或項目的態度影響融資成本</li> <li>• 對極端天氣下即時配送行業運輸延誤的顧慮可能會影響投資</li> <li>• 要求企業就可持續發展與ESG相關議題定期開展匯報溝通</li> </ul>

表 本公司氣候相關風險列表

機遇類型	潛在影響
<b>能源</b>	
應對方式	<ul style="list-style-type: none"><li>• 即時配送企業發展智慧運輸，降低營運成本</li><li>• 企業節約水電資源，節約企業營運支出</li><li>• 企業設置內部環保目標並予以披露，企業形象更為積極正面</li></ul>
新技術興起	<ul style="list-style-type: none"><li>• 發展智慧營運，以更加精細、動態的方式管控運輸、經營、服務和管理的各個環節</li></ul>
參與綠色金融	<ul style="list-style-type: none"><li>• 金融機構或將貸款利率與綠色環保數據相掛鉤，採取可持續發展舉措並在實現目標方面取得進展的企業或可獲得銀行更加優惠的融資利率，降低融資成本</li></ul>
<b>產品和服務</b>	
研發和創新	<ul style="list-style-type: none"><li>• 可降低未來能源價格上漲風險，增強抵抗氣候風險能力</li><li>• 美譽度提高且即時配送服務需求量上升</li></ul>
消費者偏好轉變	<ul style="list-style-type: none"><li>• 消費者存在綠色偏好，會增加對綠色服務的需求，對即時配送行業的可持續發展表現更為關注</li><li>• 企業可順應消費者偏好轉變，增加對綠色運輸的研究、運用和宣傳</li><li>• 積極應對因極端天氣引發大範圍的配送延誤以及配送失誤等事件，避免因此造成企業負面聲譽影響</li></ul>

表 本公司氣候相關機遇列表

## 機遇類型

## 潛在影響

### 市場

#### 投資者偏好 轉變

- 投資者為對低碳的綠色營運企業投資將會加大，企業周轉資金增加，資金鏈更為穩固

## 風險管理

為降低氣候風險對本公司的影響程度，緊抓氣候變化帶來的新機遇，本公司不斷推進運力用能結構變化，提升新能源車輛運力佔比，通過積極主動的應對措施降低轉型風險的影響。

為管理及應對實體風險，公司針對惡劣天氣制定了應急響應機制，通過騎士APP及時發佈異常天氣預警，確保災害發生時及時響應，保障員工及騎手安全，着力降低實體風險帶來的人員事故及資產損失。同時，公司通過有效的運力調配降低對配送服務的影響，保持惡劣天氣下的時效達成率波動在可控範圍內。

## 指標與目標

本公司將在每年度的環境、社會及管治報告中持續披露能源消耗量及密度、溫室氣體排放量及密度等與氣候變化相關的環境指標（詳見「ESG關鍵績效表」），通過量化指標衡量公司在氣候變化應對方面的工作成果。此外，公司將積極推進環境目標設定工作，並逐年追蹤目標完成情況。



## 能源與資源使用

本公司嚴格遵守《中華人民共和國環境保護法》《中華人民共和國節約能源法》等法律法規要求，制定內部管理制度並採取環保措施，致力於通過綠色運輸、綠色包裝及綠色辦公等途徑降低企業環境影響，打造綠色可持續即時配送服務。

## 綠色運輸

在為全國億萬商家和個人提供優質、高效、全場景的配送服務過程中，本公司特別關注運輸過程是否綠色低碳，通過構建更加環保的即時配送體系，為更多消費者提供「綠色服務」，為國家碳中和目標奉獻自身力量。

本公司即時配送業務主要運力由二輪車和四輪車組成。其中，二輪車運力動力來源均為外購電力，多為騎手自帶車輛；四輪車運力包括汽油車、柴油車輛及新能源車輛，多為外包運力。2021年，公司約96%的活躍騎手通過電動二輪車或公共交通工具履行訂單，綠色運力可以覆蓋90%以上的服務場景。

本公司通過大數據分析與算法升級，建立運力分層模型，實現空間維度的運力精準耦合，並基於訂單的相似性和實效性，採用分組並單和動態並單兩種方式，縮短總運輸路程，提升運輸效率，在節約能耗的同時，降低大氣污染物及溫室氣體排放。

能源類型	單位	2021年
外購電力	千瓦時	452,034.77
能源總耗量	兆瓦時	452.03
能耗密度	兆瓦時／百萬元營收	0.06

表 本公司能源消耗量

排放物類型 <sup>1</sup>	單位	2021年
直接溫室氣體排放(範圍1) <sup>2</sup>	噸二氧化碳當量	0
間接溫室氣體排放(範圍2)	噸二氧化碳當量	262.63
溫室氣體排放總量(範圍1+2)	噸二氧化碳當量	262.63
溫室氣體排放密度	噸二氧化碳當量／百萬元營收	0.03

表 本公司排放物產生量

- 1 本公司自身營運不涉及氣體燃料消耗及汽車的使用，暫無空氣污染物SO<sub>2</sub>/NO<sub>x</sub>/PM排放數據。
- 2 本公司自身營運範圍內暫不涉及直接能源消耗產生的溫室氣體排放。

## 綠色辦公

本公司在營運過程中並不涉及大量水資源的使用及廢水排放，亦不涉及對水資源易造成污染的產品及業務，未對環境及天然資源造成重大影響。在日常營運中，公司積極推行綠色辦公理念，通過多項措施提高員工節約用水用能、減少辦公用品浪費的意識，打造綠色低碳辦公方式減少環境影響。

- 在公共空間、共享空間內張貼節水節電、照明及空調開關提醒等宣傳提示，提醒員工隨時隨地注意節約用水用電；
- 工作時段內空調溫度及照明強度統一管理，非工作時段人工管控空調及照明設施運轉；
- 全面推廣無紙化辦公，嚴格控制文件打印數量，鼓勵在電子設備上修改文件並上線電子簽章系統，如必須線下打印，盡量使用黑白雙面設置；
- 制定《辦公場地配置指引》，針對辦公用品及辦公耗材進行合理配置在共享區域設置文具自助領用櫃並張貼節約提醒，要求員工按需自助領取。

資源類型	單位	2021年
水資源	立方米	5,762.05
耗水密度	立方米／百萬元營收	0.70

表 本公司水資源消耗量

### 環保活動開展

本公司致力於承擔更多企業責任，以身作則，通過開展各項活動帶動合作夥伴一起加速推動即時配送行業可持續發展。

國家「十四五」規劃中提出構建資源循環利用體系的要求，本公司作為綠色環保的倡議者和實踐者，積極響應國家政策，並首先在飲品外賣配送業務上推進環保服務。

針對多杯飲品配送使用的保溫包裝袋，本公司聯合商家推出回收再利用服務，鼓勵商家進行保溫袋循環使用。此外，騎手還對使用環保服務的用戶致謝並鼓勵，優化整體配送流程的同時讓更多用戶提升環保意識，推動大眾綠色消費趨勢，共同創造綠色社會。

## ESG關鍵績效表

關鍵績效指標類別及名稱	指標單位	2021年數據
<b>A. 環境<sup>3</sup></b>		
<b>A1：排放物</b>		
<b>A1.1<sup>4</sup></b>		
<b>A1.2</b>		
直接溫室氣體排放量(範圍一) <sup>5</sup>	噸二氧化碳當量	0
間接溫室氣體排放量(範圍二) <sup>6</sup>	噸二氧化碳當量	262.63
溫室氣體排放總量	噸二氧化碳當量	262.63
溫室氣體排放密度	噸二氧化碳當量／百萬元營收	0.03
<b>A1.3</b>		
有害廢棄物總量	噸	本公司自身營運不涉及大量有害廢棄物產生，辦公過程中的有害廢棄物產生本年度暫未統計
有害廢棄物密度	噸／僱員	

3 環境數據覆蓋順豐同城及附屬公司自有辦公場所。

4 本公司自身營運不涉及氣體燃料消耗及汽車的使用，暫無空氣污染物SO<sub>2</sub>/NO<sub>x</sub>/PM排放數據。

5 本公司自身營運範圍內暫不涉及直接能源消耗產生的溫室氣體排放。

6 電網溫室氣體排放因子選擇來源產生環境部發布的《企業溫室氣體排放核算方法與報告指南—發電設施(2022年修訂版)》。



關鍵績效指標類別及名稱	指標單位	2021年數據
<b>A1.4</b>		
無害廢棄物總量 <sup>7</sup>	噸	2.36
無害廢棄物密度	噸／僱員	0.001
<b>A2：資源使用</b>		
<b>A2.1</b>		
外購電力	千瓦時	452,034.77
綜合能耗	兆瓦時	452.03
綜合能耗密度	兆瓦時／百萬元營收	0.06
<b>A2.2</b>		
總耗水量	立方米	5,762.05
總耗水密度	立方米／百萬元營收	0.70
<b>A2.5</b>		
包裝材料總量	噸	312.65
包裝材料使用密度	噸／百萬元營收	0.04

7 無害廢棄物總量僅包含辦公用紙產生的廢紙，報廢電子設備未按重量統計。

關鍵績效指標類別及名稱	指標單位	2021年數據
<b>B. 社會</b>		
<b>B1：僱傭</b>		
<b>B1.1</b>		
僱員總數 <sup>8</sup>	人	2,083
按性別劃分的僱員人數		
男性	人	1,507
女性	人	576
按僱傭類型劃分的僱員人數		
管理層	人	31
非管理層	人	2,052
按年齡組別劃分的僱員人數		
29歲及以下	人	905
30-49歲	人	1,166
50歲或以上	人	12
按地區劃分的僱員人數		
中國大陸	人	2,080
港澳台及海外地區	人	3

8 僱員總數包含與本公司簽訂了正式勞動合同的全日制僱員人數

關鍵績效指標類別及名稱	指標單位	2021年數據
<b>B1.2<sup>9</sup></b>		
僱員總流失比率	百分比	19.73%
按性別劃分的僱員流失比率		
男性	百分比	20.90%
女性	百分比	16.67%
按年齡組別劃分的僱員流失比率		
29歲及以下	百分比	23.09%
30-49歲	百分比	17.32%
50歲或以上	百分比	0.00%
按地區劃分的僱員流失比率		
中國大陸	百分比	19.76%
港澳台及海外地區	百分比	0.00%
<b>B2：健康與安全</b>		
<b>B2.1</b>		
過去三年因工作關係而死亡的人數	人	0
過去三年因工作關係而死亡的人數佔比	百分比	0.00%
<b>B2.2</b>		
因工傷損失工作日數	天	0

9 僱員流失比率計算公式為：本年度各類別離職人數／本年度各類別僱員期末人數\*100%

關鍵績效指標類別及名稱	指標單位	2021年數據
<b>B3：發展及培訓</b>		
<b>B3.1</b>		
僱員總受訓百分比	百分比	98.70%
按性別劃分的受訓僱員百分比		
男性	百分比	99.20%
女性	百分比	97.40%
按僱員類別劃分的受訓僱員百分比		
管理層	百分比	100.00%
非管理層	百分比	98.68%
<b>B3.2</b>		
僱員人均受訓時數	小時	34.28
按性別劃分的僱員人均受訓時數		
男性	小時	37.25
女性	小時	26.51
按僱員類別劃分的僱員人均受訓時數		
管理層	小時	21.19
非管理層	小時	34.48
<b>B5：供應鏈管理</b>		
<b>B5.1</b>		
中國大陸供應商數目	家	611
港澳台及海外地區供應商數目	家	30

關鍵績效指標類別及名稱	指標單位	2021年數據
<b>B6：產品責任</b>		
<b>B6.1</b>		
已售或已運送產品總數中因安全與健康理由而須回收的百分比	百分比	本公司僅提供配送業務，對配送的貨物本身不承擔相應責任（由我司責任產生的如配送過程中丟失、破損等理賠情況除外），不涉及產品回收情況。
<b>B6.2</b>		
接獲關於產品及服務的投訴率	次／百萬單	203
<b>B7：反貪污</b>		
<b>B7.1</b>		
於匯報期內對發行人或其僱員提出並已審結的貪污訴訟案件的數目	件	0
<b>B7.3</b>		
反貪污培訓參與總人次	人次	7,529

## ESG指引索引表

指標範疇及層面	指標描述	回應章節
<b>A. 環境</b>		
A1: 排放物	一般披露 有關廢氣及溫室氣體排放、向水及土地的排污、有害及無害廢棄物的產生等的： (a) 政策；及 (b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	能源與資源使用
A1.1	排放物種類及相關排放數據。	ESG關鍵績效表
A1.2	直接（範圍1）及能源間接（範圍2）溫室氣體總排放量（以噸計算）及（如適用）密度（如以每產量單位、每項設施計算）。	ESG關鍵績效表
A1.3	所產生有害廢棄物總量（以噸計算）及（如適用）密度（如以每產量單位、每項設施計算）。	ESG關鍵績效表
A1.4	所產生無害廢棄物總量（以噸計算）及（如適用）密度（如以每產量單位、每項設施計算）。	ESG關鍵績效表
A1.5	描述所訂立的排放量目標及為達到這些目標所採取的步驟。	綠色運輸
A1.6	描述處理有害及無害廢棄物的方法，及描述所訂立的減廢目標及為達到這些目標所採取的步驟。	綠色辦公

指標範疇及層面		指標描述	回應章節
A2: 資源使用	一般披露	有效使用資源(包括能源、水及其他原材料)的政策。	能源與資源使用
	A2.1	按類型劃分的直接及／或間接能源(如電、氣或油)總耗量(以千個千瓦時計算)及密度(如以每產量單位、每項設施計算)。	ESG關鍵績效表
	A2.2	總耗水量及密度(如以每產量單位、每項設施計算)。	ESG關鍵績效表
	A2.3	描述所訂立的能源使用效益目標及為達到這些目標所採取的步驟。	綠色運輸
	A2.4	描述求取適用水源上可有任何問題,以及所訂立的用水效益目標及為達到這些目標所採取的步驟。	綠色辦公
	A2.5	製成品所用包裝材料的總量(以噸計算)及(如適用)每生產單位估量。	ESG關鍵績效表
A3: 環境及天然資源	一般披露	減低發行人對環境及天然資源造成重大影響的政策。	能源與資源使用
	A3.1	描述業務活動對環境及天然資源的重大影響及已採取管理有關影響的行動。	綠色辦公
A4: 氣候變化	一般披露	識別及應對已經及可能會對發行人產生影響的重大氣候相關事宜的政策。	氣候變化應對
	A4.1	描述已經及可能會對發行人產生影響的重大氣候相關事宜,及應對行動。	氣候變化應對

指標範疇及層面		指標描述	回應章節
<b>B. 社會</b>			
<b>僱傭及勞工常規</b>			
B1: 僱傭	一般披露	有關薪酬及解僱、招聘及晉升、工作時數、假期、平等機會、多元化、反歧視以及其他待遇及福利的： (a) 政策；及 (b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的數據。	員工權益
	B1.1	按性別、僱傭類型（如全職或兼職）、年齡組別及地區劃分的僱員總數。	ESG 關鍵績效表
	B1.2	按性別、年齡組別及地區劃分的僱員流失比率。	ESG 關鍵績效表
B2: 健康與安全	一般披露	有關提供安全工作環境及保障僱員避免職業性危害的： (a) 政策；及 (b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	健康與安全
	B2.1	過去三年（包括匯報年度）每年因工亡故的人數及比率。	ESG 關鍵績效表
	B2.2	因工傷損失工作日數。	ESG 關鍵績效表
	B2.3	描述所採納的職業健康與安全措施，以及相關執行及監察方法。	健康與安全



指標範疇及層面		指標描述	回應章節
B3: 發展與培訓	一般披露	有關提升僱員履行工作職責的知識及技能的政策。描述培訓活動。	培訓與發展
	B3.1	按性別及僱員類別(如高級管理層、中級管理層)劃分的受訓僱員百分比。	ESG關鍵績效表
	B3.2	按性別及僱員類別劃分,每名僱員完成受訓的平均時數。	ESG關鍵績效表
B4: 勞工準則	一般披露	有關防止童工或強制勞工的: (a) 政策;及 (b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	員工權益
	B4.1	描述檢討招聘慣例的措施以避免童工及強制勞工。	員工權益
	B4.2	描述在發現違規情況時消除有關情況所採取的步驟。	員工權益
<b>營運慣例</b>			
B5: 供應鏈管理	一般披露	管理供應鏈的環境及社會風險政策。	供應商管理
	B5.1	按地區劃分的供貨商數目。	ESG關鍵績效表
	B5.2	描述有關聘用供貨商的慣例,向其執行有關慣例的供貨商數目,以及相關執行及監察方法。	供應商管理
	B5.3	描述有關識別供應鏈每個環節的環境及社會風險的慣例,以及相關執行及監察方法。	供應商管理
	B5.4	描述在揀選供貨商時促使多用環保產品及服務的慣例,以及相關執行及監察方法。	供應商管理

指標範疇及層面		指標描述	回應章節
B6: 產品責任	一般披露	有關所提供產品和服務的健康與安全、廣告、標籤及私隱事宜以及補救方法的： (a) 政策；及 (b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	產品責任
	B6.1	已售或已運送產品總數中因安全與健康理由而須回收的百分比。	ESG 關鍵績效表
	B6.2	接獲關於產品及服務的投訴數目以及應對方法。	客戶滿意度提升
	B6.3	描述與維護及保障知識產權有關的慣例。	知識產權保護
	B6.4	描述質量檢定過程及產品回收程序。	本公司業務不涉及產品的生產製造活動。
	B6.5	描述消費者數據保障及私隱政策，以及相關執行及監察方法。	數據安全與隱私保護
B7: 反貪污	一般披露	有關防止賄賂、勒索、欺詐及洗黑錢的： (a) 政策；及 (b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的數據。	廉潔管理
	B7.1	於匯報期內對發行人或其僱員提出並已審結的貪污訴訟案件的數目及訴訟結果。	ESG 關鍵績效表
	B7.2	描述防範措施及舉報程序，以及相關執行及監察方法。	廉潔管理
	B7.3	描述向董事及員工提供的反貪污培訓。	廉潔管理

指標範疇及層面		指標描述	回應章節
社區			
B8: 社區投資	一般披露	有關以小區參與來了解營運所在小區需要和確保其業務活動會考慮小區利益的政策。	投身社區
	B8.1	專注貢獻範疇(如教育、環境事宜、勞工需求、健康、文化、體育)。	投身社區
	B8.2	在專注範疇所動用資源(如金錢或時間)。	投身社區