上海现代服务业联合会
Shanghai Services Federation

荣续智库

家居装饰行业ESG白皮书

摘要

家居装饰行业作为传统经济的重要组成部分，正经历从增量市场向存量市场的转变，商业模式、经营理念和渠道布局等均需进行结构性调整。由于与人们日常生活联系紧密，行业的ESG 发展备受关注。随着消费者对产品品质、服务、环保和健康需求的不断提升，加之人工智能和数字化技术的兴起，家居装饰行业迎来了新的发展机遇。



PREFACE

前言

在家居装饰行业与大众生活深度交织的当下，其发展态势不仅关乎产业经济，更直接影响着人们的生活品质与环境质量。随着市场从增量时代步入存量时代，行业面临商业模式重构、经营理念革新与渠道布局优化的关键转型期。在此背景下，ESG理念成为引领行业可持续发展的核心驱动力。

近年来，消费者对家居产品的需求已超越基础功能层面，对品质、服务、环保与健康的追求达到新高度。与此同时，人工智能与数字化技术浪潮为行业发展注入新动能，提供了创新路径与增长空间。在此双重作用下，ESG 理念的践行不再是可选项，而是家居装饰企业赢得市场、实现长期发展的必答题。

本白皮书聚焦家居装饰行业ESG发展，深入剖析行业现状与挑战，挖掘典型实践案例，总结优秀经验。旨在为企业、投资者、监管机构等利益相关方提供全面参考，助力行业把握 ESG 发展机遇，实现经济效益与社会效益的协同发展，推动家居装饰行业迈向更绿色、更包容、更可持续的未来。期待本白皮书能为行业 ESG 发展提供有益启示，共同开创行业高质量发展的新篇章。

ANALYST

研究员

蒋　艺	高级注册ESG分析师：24RZQLKC601760A
丁　铭	高级注册ESG分析师：24RZQLKC602337A
梁跃宇	高级注册ESG分析师：24RZQLKC004927A
陈凯纯	CFA ESG证书：102163985
	高级注册ESG分析师：24RZQLKC005249A
王宇翔	高级注册ESG分析师：24RZQLKC003114A
秦　焱	高级注册ESG分析师：24RZQLKC001963A
杨智婕	高级注册ESG分析师：24RZQLKC004990A

CONTENTS

目录



第一章 家居装饰行业概览

07 行业的价值链

17 行业的发展规模

19 行业的发展趋势

第二章 家居装饰行业ESG的发展情况

23 行业的ESG政策

29 行业的出口状况及政策

31 行业的ESG核心议题

第三章 家居装饰行业的ESG案例

45 moooi

49 欧派家居

66 宜家家居

73 美克家居

90 Poliform

96 红星美凯龙

第一章　家居装饰行业概览

第一节 行业的价值链

家居装饰行业主要指的是与家庭居住生活相关的物品、设施、装饰及环境的总称，它涵盖了家中所有的家具、家电、装饰品、布艺、灯具、收纳用品、厨房用具、卫浴设备，以及其他与日常生活密切相关的物品。

家居装饰行业是一个与消费者日常生活息息相关的行业，其市场需求和消费习惯在很大程度上影响着企业的生产决策，而家居的设计和布置又影响着居住者的生活质量，还反映了他们的审美观念和生活态度。

一、家居装饰行业的价值链

图 1：家居装饰行业的价值链



家居装饰行业讲究的是“品、材、装、修”，一条完整的家居装饰行业供应链要做到“有品有材，能装能修”。“品”是家居用品，消费者购买后就可直接使用；“材”是建材、半成品，需要进行售后加工；“装”是设计装饰服务；“修”就是后期的保养、维修等服务。

家居装饰行业范围大，涵盖广，包括众多领域。根据业务板块，将产业链分为三部分。

- 上游为资源供给，主要是原材料的供应，包括木材、金属、塑料、玻璃、石材、布料等的开采、加工和供应。这些原材料是家居产品生产制造的基础。
- 中游为设计、制造环节，也是整个产业链最重要的部分，主要包括家具、家电、家纺、装饰品等的制造。随着市场和消费趋势的不断变化，年轻一代的崛起，消费者偏好一站式解决方案的趋势盛行，为了适应这一变化，全屋定制、绿色智能产品服务等应运而生，以满足不同人群的需求。
- 下游为零售渠道和服务，包括流通端的天猫京东等传统电商平台，抖音、拼多多等新兴电商平台，品牌直营店，家居卖场，工程渠道等的零售渠道，以及终端消费者。终端消费者包括个人的新房装修、存量翻新，房地产企业、酒店公寓等的设计、安装、售后服务。

图 2：家居装饰行业价值链的参与者举例



来源：上海国际智能家居博览会

一、上游：资源供给

在家居装饰行业的上游领域，原材料可谓是五花八门，从木料，金属，石材这些传统原始材料到现在的新型高科技材料，无一不显示着这些原材料企业逐渐向绿而行。然而，不可否认的是，建材产业仍旧是典型的高耗能产业，在资源消耗方面，大量使用木材、石材、金属等原材料，且部分为不可再生资源，导致资源压力增大。在新时期，绿色低碳发展成为建材行业发展的核心主题，而 ESG 可持续发展理念与绿色低碳又与发展目标高度契合，ESG 正在成为建材行业全面绿色转型的重要抓手，更是实现“宜业尚品、造福人类”的发展目标的具体实践。

上游端的建筑材料供应链如何将 ESG 原则融入实际行动，以实现“双碳”目标呢?

◆ 绿色管理和供应链要求

建筑材料行业企业坚持建设资源节约型和环境友好型企业，架构设计上坚持绿色管理，供应链坚持高标准绿色要求。这意味着从原材料的选择到产品的最终使用，整个供应链都遵循环保和可持续性原则。从绿色原料、绿色设计、绿色生产、绿色应用、绿色回收等环节打造全生命周期的绿色建筑产业链。

政策层面，《国务院办公厅关于建立统一的绿色产品标准、认证、标识体系的意见》要求，由国家市场监管总局、住房和城乡建设部、工业和信息化部联合建立并在我国统一推行绿色建材产品认证体系制度，旨在健全绿色建材市场体系，增加绿色建材产品供给，提升绿色建材产品质量，推动建材工业和建筑业转型升级。目前我国已绿色建材产品认证标准包括 T/CECS10034-2019《绿色建材评价—建筑节能玻璃》、T/CECS10035-2019《绿色建材评价—金属复合装饰材料》、T/CECS10036-2019《绿色建材评价—建筑陶瓷》、T/CECS10037-2019《绿色建材评价—卫生洁具》等 31 个标准评价体系。

◆ 选择低能耗和可再生材料

常见的家居原材料有木材、金属、塑料等，其中，木材在家居材料的占比为 20%~55%。以木材为例，在选择原材料的时候会优先选择低能耗、可再生或可回收的材料，如竹材、再生木材等，这些材料可以显著减少能源消耗和碳排放，以减少对森林资源的依赖。

◆ 新材料的研发和先进的制造技术的应用

新型绿色家居装饰行业材料的研发成为研究热点，如生物基材料和纳米技术的应用，推动这些材料向更轻、更强、更具自清洁和自修复能力的方向发展，比如采用植物纤维制成的塑料，可降解，减少塑料垃圾；

3D 打印技术采用逐层添加材料的方式，只在需要的地方添加材料，与传统的制造（如切割、铣削等）相比，大大减少了材料的浪费，并且 3D 打印技术允许进行复杂的设计，如中空结构和优化的几何形状，不需要要像传统生产方式那样反复打样，另 3D 打印材料可以回收和再利用，减少了废弃物的产生；

自动化机器人可以精确地控制物料的使用，避免了传统制造方式中因测量不准确或操作失误导致的材料浪费，并可以快速、准确地完成加工任务，减少了因返工和修补造成的材料浪费；

这些先进制造技术可以改变家居装饰行业原本的生产方式（耗能耗材），减少材料浪费，提高资源的利用率。

◆ 废物产生与循环利用

评估材料在生产、使用和废弃过程中产生的固体废物，并探索这些废物的再利用和回收潜力，减少对新原材料的需求，促进资源可持续利用。鼓励使用可重复利用或可回收的原材料，以实现更高质量的原材料回收。

例如，在加工环节，胶合板、刨花板等先进生产工艺的应用，大幅提升了木材的综合利用率，同时保证并优化了产品质量。

二、中游：绿色设计与制造

家居装饰行业的生产环节是整个价值链中至关重要的部分，从上游获取的原材料和半成品部件会在这个环节加工制造成成品。在此环节中除了上游提及的资源消耗外还涉及到施工过程中大量用水和能源的消耗。在废弃物产生方面，产生的建筑垃圾包括废弃的板材、涂料桶、包装材料等，若处理不当，会对环境造成严重污染。这些显著的挑战是必须关注的核心问题。当前，将绿色生态理念融入产品的设计、生产制造和回收利用等环节，正逐渐成为家居装饰行业的一个重要趋势。

家居龙头企业对绿色战略的实施已不止于理论阶段，而是有了具体的措施。以欧派家居为例，其始终以绿色环保作为生产经营的基本标准，坚守可持续发展为核心的绿色环保发展理念，执行 EHS 管理体系，构建绿色家居制造。

◆ 绿色材料设计

欧派家居与广东省科学院微生物研究所合作，共同研发 Health+抗菌板，虽然这项抗菌技术已广泛应用于生活中各个领域，但在家居领域是首次使用。Health+抗菌板运用了创新研发的净醛抗菌专利涂层，这种涂层含有净醛因子，能够捕获板材表面的游离甲醛，并将其分解为水和无害的有机物，从而实现净醛功能，其中还有新型纳米黑科技在里面的作用，这种纳米材料具有强大的负电荷，能够捕捉细菌或病毒至其表面，并通过化学离子键的高速作用穿透细菌外层蛋白质，阻止细菌繁殖，实现快速杀菌效果。这些技术使的家具板材的甲醛净化率高达 95.1%。

此外，欧派家居还推出了净醛护墙板和净醛木门，其基材采用实木切片的 LSB 板，LSB 板材比普通密度纤维板（常用于家具的面板或者门板）表面平整度高，结构稳定性强，板材里采用的 MDI 环保胶黏剂，甲醛释放量几乎为零，可以与天然木材相比，环保指标超越国标 ENF 级，具有更好的静音和防潮性能，同时能调节平衡空气湿度，健康指数更高。

◆ 绿色制造技术

《中国制造 2025》战略明确规划，我国将全力构建绿色制造体系。自 2006 年起，工业和信息化部持续推进绿色制造体系建设，致力于培育一批具备标杆示范价值、能参与国际竞争的行业领军企业。依据《绿色工厂评价通则》（GB/T36132-2018），绿色工厂被定义为在用地、原料、生产、废物处理及能源利用等环节，分别实现集约化、无害化、洁净化、资源化与低碳化的现代化工厂。

以家具为例，在家具的基材选择后就需要进入到后续的喷涂工作上，欧派家居引入了亚洲第一条家具粉末涂层生产线，这生产线主要采用静电喷涂技术，可以实现粉末 360°无死角喷涂成型，无需封边条。而采用喷涂的粉末涂料是 100%固体成分的环保涂料，不含有机溶剂，喷涂后未喷涂到工件上的粉末涂料可以经回收后循环利用，回收复用率达到 95%以上。以上这些实现了整个涂层过程零 VOC（挥发性有机化合物）排放，整体碳排放减少超过 50%，这些措施显著减少了生产过程中的污染物排放，符合环保要求，也体现了欧派家居对绿色制造和可持续发展的承诺。

曲美家居在 2009 年便携手国家家具与室内环境质量监督检验中心，创建了国内首家企业自检环保监测实验基。2014 年，曲美家居率先在行业内实现全线产品水性漆涂装，彻底解决传统油漆危害人体健康、污染环境的难题，为行业“油改水”技术转型提供了成功范例。近年来，曲美家居持续加大科技创新与技术改造力度，通过提升生产制造装备的自动化与智能化水平，加速信息化与工业化深度融合，成功打造出先进的绿色智能化数字工厂。

◆ 节能减排

欧派家居在广东清远基地的 9 个厂房屋顶，建设了近 18 万平方米面积（相当于 25 个足球场大小）的分布式光伏电站，是清远地区目前装机量最大的分布式光伏电站，总装机容量达到 17.7MW。项目全部采用上能电气提供的 1500V 大功率 225kW 组串式光伏解决方案，这种解决方案可以有效减少线损、降低初始投资；同时具备无熔丝设计，提高系统的可靠性和安全系数。光伏电站采用了“自发自用、余电上网”的模式，95%电量由欧派集团清远基地消纳。该光伏项目年均发电 1729 万度，可节约标准煤 0.5 万吨，减少烟尘排放量 11 吨，二氧化硫排放量 61 吨、氮氧化物排放量 53 吨、二氧化碳排放量 1.9 万吨。

欧派家居通过实施 VOC 旋流塔补水节能改善项目，提高了水资源利用率，减少了能源消耗，采用智能控制系统，根据实际需要自动调节补水频率和水量，避免过度用水。

索菲亚家居则是秉承“使用绿色环保的生产方式制造绿色环保的家居产品”的生产理念，积极开展清洁生产、节能环保工作，生产绿色生态产品，创建绿色工厂，打造行业绿色生产制造的战略目标。

◆ 绿色材料设计

在家具基材方面，索菲亚最有名的绿色板材就是康纯板了。索菲亚早在 2015 年便领潮时代，研发出基材无醛添加康纯板，引领行业进行板材环保标准的持续刷新。经过 10 年环保升级，索菲亚陆续推出康纯板、高强康纯板、康纯多层实木板、打造环保性能优于 ENF 级的康纯板材产品矩阵，迈向绿色健康新纪元。康纯板是一种人造板材，原料是木质纤维或原木颗粒（环保再生原料），胶水采用的是异氰酸酯胶（MDI）或其他无醛生态粘合剂，经高温高压制而成。康纯板以木质纤维或原木颗粒为原料，通过纵横交错、定向铺装的方式形成三层渐变结构，拥有出色的抗潮、抗弯、握钉力性能。这些板材的环保性能都非常出色，甲醛释放量远优于 ENF 级新国标（≤0.025mg/m^3），康纯板的甲醛释放量到达了 0.03mg/L 以内，最低达到了 0.01mg/L。索菲亚通过这些绿色环保板材，为消费者提供健康、环保的家居环境。

◆ **绿色制造技术**

索菲亚通过建设绿色工厂，实现了用地集约化、原料无害化、生产洁净化、废物资源化和能源低碳化。这些生产基地通过高度信息化与数据化生产，实现了板件全程不落地、不经人手，减少板材二次污染。索菲亚华东生产基地和浙江嘉善生产基地均被评为国家级“绿色工厂”，这标志着其在绿色制造方面取得了显著成就。

传统家具制造在基材选择后会进入到喷涂环节，大多数生产制作选择的是传统的喷漆。喷粉或者烤漆的制作方法，这些传统的技术使用的油漆和胶粘剂含有甲醛，长时间使用会释放甲醛，对室内空气质量造成影响，危害人体健康；烤漆过程中会使用到含有 VOC 的油漆，这些物质在烤漆固化过程中会释放出来，对环境造成污染，并且对人体健康有害。索菲亚通过与供应商合作，建设了家具产品喷粉表面处理生产线，替代了 50%的传统烤漆门板。他采用了粉末涂料静电喷涂技术，这项技术利用静电原理对板件进行表面装饰，使木板表面覆盖上一层粉末涂料，无需使用溶剂，实现绿色环保零污染零甲醛零 VOC 排放，并减少了超过 50%的碳排放。

采用低温粉末涂料及低 VOCs 含量 UV 底漆等先进原辅材料，从源头上减少挥发性有机物的排放。粉末经密闭喷粉设备配套的二级回收装置收集处理，减少了颗粒物的排放。

采用了六面环保喷粉工艺，六面环保喷粉工艺无需使用溶剂，通过低温静电粉末喷涂技术，利用静电吸附进行固态喷涂，在物体表面形成 360°无缝涂层，实现绿色环保零污染、零甲醛、零 VOC 排放，这种工艺不添加溶剂，从源头上抵御苯、甲苯等有害气体的威胁，尤其适用于异型设计的制作（如暗拉手门），不易开裂且具有超强防潮性能。

◆ **节能减排**

索菲亚自 2017 年大力推广工厂厂房屋顶太阳能光伏发电项目，前后在 7 大生产基地充分利用当地的太阳能资源， 建设并网型分布式光伏发电系统面积约 33.7 万㎡，装机容量约 32.22Mwp，节约了有限的煤炭、石油资源。2023 年，太阳能光伏发电项目为公司和国家电网提供约 854 万度绿色用电，换算折合减少二氧化碳排放 6,704 吨，相当于节约标准煤 2,732 吨。自 2017 年至 2024 年上半年，总计为公司和国家电网提供约 7,934 万度绿色用电。

索菲亚在废气治理方面采取了除尘+RTO 废气处理系统，采取燃烧的方式，提高有机废气的处理效率达 90%以上；开展锅炉低氮减排工作，对现有燃天然气锅炉进行改造，氮氧化物排放由 2022 年的 71 ㎎/m³下降至 2024 年的 35 ㎎/m³，降幅 50%以上。

在水资源管理方面，坚持减量化、资源化和无害化的原则，实施减量化和循环再利用。投资建设生产废水回用系统，将末端污水处理站的废水再次处理，达到回用水标准后，最终回用至工厂设备清洗冲厕等用途，减少废水排放。2021 年至 2024 年上半年总计节约自来水 29,137 吨。索菲亚创新型采用 UASB 治理工艺，其中“生物处理”采用“厌氧+好氧”的组合工艺；“深度处理” 采用“砂滤”工艺，可以降低废水的 COD，同时改进废水的可再生性，再经过好氧池进一步去除各污染指标，从而减少了自来水的用量。公司生产废水回用量达 2,437 吨。

三、下游：消费市场、服务与包装运输

家居装饰行业的消费渠道正经历多元化和立体化的发展，线上渠道和线下渠道共同支撑着家居消费市场，而一站式服务和下沉市场的开发成为行业的重要趋势。

线下仍旧是销售的主要渠道，包括全国连锁性家居卖场，比如红星美凯龙等，通过行业领先的运营能力和数字化能力，赋能家居品牌商及代理商，推动市场份额提升；另一种就是品牌直营和经销专卖，一些企业通过品牌直营店或经销专卖店进行销售，这些渠道通常提供个性化定制服务和优质的产品体验。

随着数字化和互联网的发展，线上平台在家装消费者决策链路中的作用不断增强。消费者通过线上渠道学习装修知识和内容，成为新一代消费者的“标配”，综合电商平台，如淘宝、京东、亚马逊等，这些平台通过线上展示和销售，吸引大量消费者。小红书电商等数字化营销平台的崛起，为家居品牌提供了精准营销和快速发展的新途径；而跨境电商的蓬勃发展，则为品牌出海、开拓国际市场创造了有利条件。

企业加强线上渠道的布局，实现线上线下融合，同时加大发力下沉市场，积极拓展多元化销售渠道以提升市场份额。

服务方面，企业通过提供全流程一站式解决方案，拓展增值服务，提升消费者满意度。随着家居装饰行业的线上渗透率不断提升，线上线下融合趋势加快，面向全国的大市场，对家居企业在安装、维护、供应链、营销等各业务环节的运营效率提出了新要求。

家居售后服务平台作为连接家居企业、消费者和技工三端的桥梁，成为了行业的升级转型中不可或缺的一股新兴力量。平台依赖互联网技术的信息分发和流程组织，打破了行业信息壁垒，通过整合资源和优化配置，实现了服务需求的快速响应和高效匹配，成为用工的主要载体，推动了家居装饰行业从传统的制造和销售模式向服务化、数字化、智能化方向转型。通过融入 ESG 理念，企业不仅能够提升供应链的可持续性，还能通过多样化的销售渠道推广绿色建筑技术和产品，从而实现环境保护、社会责任和经济效益的三重目标。

在消费渠道的构建过程中，成品的包装与运输链不可或缺。据全球环保组织绿色和平发布的数据显示，我国快递包装材料的消耗量自 2000 年的 2 万吨激增至 2018 年的 941 万吨。在十八年的时间里，增长量高达 900 多万吨，这一数字令人震惊。废弃的包装材料在生活垃圾中所占比例较高，其中无法回收的部分主要通过填埋和焚烧的方式处理，这不仅污染了土壤、水源和空气，还对我们的生存环境构成了威胁。2021 年 9 月，我国市场监管总局标准技术司副司长陈洪俊指出，我国包装废弃物在城市生活垃圾中的比例已达到约 30%至 40%。

审视运输领域，自 2017 年至 2022 年，仓储、包装及运输三大主要环节的碳排放量均呈现上升趋势。在这些环节中，运输环节的碳排放量占比最高，并且这一比例仍在持续扩大。与此同时，运输环节的碳排放量增长速度亦是最快。具体来看，从 2017 年至 2022 年，运输环节的碳排放量增长了 221%，显著高于包装环节和仓储环节的增长率。

在当前形势下，非环保的包装生产、流通、使用及废弃处理引发了一系列环境问题。运输过程中无节制的碳排放与国家的双碳目标相悖，这对相关行业企业而言，迫切需要强化应对策略。那么，行业领军企业是如何将 ESG 理念融入绿色包装和环保运输的实践活动中：

- **绿色包装**

  欧派家居在绿色包装方面采取了多项措施，包括使用可降解材料如纸板和降解塑料、简约设计简化包装、模数化和大型化包装等。这些措施旨在减少包装材料的使用，提高包装的回收利用率，并避免环境污染。此外，公司还优先采购可持续包装材料，并在工厂生产阶段回收和替换内部物流中使用的包装和容器，以减少包装废弃物。

  索菲亚家居超过 90%的包装材料为可回收、可再利用、可降解的材料。公司通过制订和推行环保的包装标准，减少一次性塑料包装材料的使用，以此减少对自然资源的消耗、对环境的污染、回收及处理过程中的对能源的消耗。索菲亚与供应商沟通协作，在行业内率先探索去除橱柜台面原有木质包装，改为无包装、或可多次重复使用可回收的周转钢架，每年可以节省大约 500 立方米的木材消耗。并且推进绿色采购和包装材料的减量化设计，提升资源循环利用效率。

- **绿色运输**

  欧派通过优化物流网络和路线规划，实现货物批量运输，提高运输效率，降低物流成本。整合了相同市域内的物流运输干线业务，将多条线路和多个承运商整合为“2-3 条线路、2-3 个承运商”的新模式，从而减少货物中转次数，提升物流运输效率。还推广新能源车辆（电动货车和混合动力车）在城市配送中的应用，与物流公司合作，提升新能源车辆使用比例，减少尾气排放和碳排放。此外，通过信息化手段，优化运输路线，减少运输距离，他们还倾向于采用铁路运输，因为铁路是污染最小的运输方式。

  索菲亚公司实施干线整合，优化物流网络和路线规划，通过依托公司覆盖全国的运力资源，并与供应链前端部门合作，为同一区域内不同经销商制定了固定的出货日期和出货线路，经销商可共享物流资源和运输网络，以实现货物的批量运输，从而提高运输效 率和降低物流成本。此外，还配合算法程序智能优化运输路径，综合考虑距离、货量需求和交通状况等因素，以确保货物在最短的时间内到达目的地，同时减少碳排放和资源消耗。并且采用物流模式优化，干仓配一体化，通过该模式将同一区域内的经销商货物由供方集中运输到 RDC 仓库，并由 RDC 仓库统一配送，提高物流运作效率，通过与物流公司紧密合作，提升新能源车辆使用比例，减少运输阶段的尾气排放和碳排放，共同推动绿色物流发展。

欧派和索菲亚通过一系列绿色包装、运输和仓储策略，以及严格的供应链管理和政策遵守，积极推动其绿色物流的发展和创新，努力实现环境保护和社会责任目标。

四、贯穿全价值链的智慧整家——全屋定制与智能家居的融合

随着市场与消费趋势的持续演变，消费者对家居产品的需求已不再局限于单一类别，而是趋向于追求整体家居风格的协调一致与个性化定制。随着生活水平的持续提高，消费者在选择产品时越来越注重产品的健康与环保属性。全屋定制服务涵盖了从设计、选材、生产到安装的整个流程，为消费者省去了分别寻找不同供应商的麻烦，从而节约了宝贵的时间和精力。同时，随着智能家居普及率的提高，人们通过云计算、大数据和人工智能等现代科技手段，将家居设备连接成一个智能系统，实现家居设备的远程控制、智能联动、场景模拟、自动化运行等功能，以提升家居的安全性、便利性、舒适性和环保性。

事实上，住宅全装修模式已成为全球住宅产业发展的主流趋势。在韩国、日本、美国、法国、德国等主要发达国家，基于环保要求、节能目标、减排任务以及成本控制等多维度考量，住宅建设与消费模式发生显著转变。这些国家围绕全装修住宅构建了完善的配套体系，在装修及验收标准制定、节能材料规范应用、施工合同细则完善以及纠纷解决机制搭建等方面，均形成了细致且严谨的规定，确保全装修住宅产业规范、有序发展。其中，日本在住宅产业化战略的持续推进下，实现了住宅全装修的工业化生产。通过标准化设计、模块化生产、装配化施工的全流程革新，日本住宅全装修在质量稳定性、生产效率和资源利用效率等方面达到极高水平，目前其全装修渗透率已基本实现 100%，成为全球全装修住宅发展的标杆。我国住宅全装修起步较晚，当前，全装修住房渗透率仅为 20%，与发达国家 80%的渗透率存在较大差距。即便在北上广等经济发达的一线城市，全装修住宅渗透率也仅在 30%-40%，发展空间较大。

随着科技的发展同时通过智能技术提升居住体验和生活品质，消费者更是期待全屋定制与智能系统能够实现无缝集成，形成“智慧整家”的理念。全屋定制与智能家居的融合已然变成家居装饰行业的新趋势，这种融合不仅是技术的叠加，更是一种生活理念的革新。正值中国的“双碳”目标（2030 年碳达峰、2060 年碳中和）的发布为智慧家居装饰行业提供了明确的发展方向，而国家政策的支持也是家居装饰行业实现 ESG 目标的重要推动力。

- 从环境（Environmental）角度来看，全屋定制与智能家居的融合强调了可持续发展和环保理念。许多品牌通过使用环保材料和节能设备，减少资源消耗和环境污染，推动绿色消费趋势。例如，智能家居系统可以通过智能恒温器、智能照明等设备，优化能源使用，降低家庭的碳足迹。此外，智能家居系统能够实时监控家庭用电、用水情况，并根据用户习惯自动调整设备状态，从而实现节能减排。

- 在社会（Social）方面，全屋定制与智能家居提升了居住的舒适度和安全性。智能家居系统通过智能安防、健康监测等功能，增强了家庭的安全感和健康水平。例如，智能门锁、摄像头和烟雾探测器等设备可以及时向用户推送异常信息，保障家庭安全。同时，智能家居系统还可以根据用户的健康数据提供个性化的健康管理建议，帮助用户做出明智的健康决策。

- 治理（Governance）方面，全屋定制与智能家居的发展也推动了行业治理的提升。企业通过采用 ESG 标准，不仅关注股东利益，还关注用户、员工、社区和环境等多方面的利益相关方。例如，智能家居系统在设计和实施过程中需要考虑数据安全和隐私保护问题，以确保用户信息的安全。此外，全屋定制品牌通过发布 ESG 报告，向公众披露企业在环境保护、社会责任和公司治理方面的成果，提高品牌的透明度和公信力。

第二节　行业的发展规模

根据 2020 年至 2025 年（预测）的统计数据，全球家居市场规模以稳健的速度增长，从 2020 年的 16,000 亿美元增至 2025 年（预测）的 25,000 亿美元。

中国作为全球重要的家居市场之一，其规模也显著扩大，从 2020 年的 38,000 亿元人民币增加到 2025 年（预测）的 54,000 亿元人民币。

全国和中国市场规模，自 2023 年起的增长率明显加快，这主要得益于国内经济复苏、消费升级以及政策支持等因素的影响。

表 1：全球及中国家居市场规模及增长率

年份	全球规模（亿美元）	增长率 (%)	中国规模（亿元）	增长率（%）
2020	16000	5	38000	6
2021	17000	6	40000	5
2022	18000	6	42000	5
2023	20000	11	45000	8
2024E	22000	10	49000	9
2025E	25000	14	54000	10

来源：中国企业家品牌周刊《家居市场报告行业研究与数据分析》

从中国家居市场的板块构成来看，家具市场是家居装饰行业的核心组成部分，占据了最大的市场份额，占比达 60%；家装（硬装+软装）材料紧随其后，占据 25%的份额；智能家居占有 15%的份额。

虽然智能家居目前的市场份额较低，但智能家居已从概念阶段迈向快速普及阶段。就目前的市场情况而言，一方面，中国互联网用户规模持续扩容，消费能力显著提升，家庭安防意识不断增强；另一方面，国家推动节能减排，促使智能设备成为绿色生活的重要选择。因此，伴随着科技的发展和消费者对智能生活的追求，这个领域的潜力较大，有望在未来获得更快的增长速度。

表 2：中国家居市场的结构表

家居结构板块	占比
家具市场	60%
家装材料（硬装+软装）	25%
智能家居	15%

来源：中国企业家品牌周刊，《家居市场报告行业研究与数据分析》

第三节 行业的发展趋势

就家居装饰行业的发展趋势而言，主要有以下几个方面。

1. 消费群体年轻化驱动品牌升级

随着年轻一代成为消费主力，其对消费体验的要求日益多元，更加关注产品的品牌形象、创新设计与质量品质。未来，国内外家居企业需深度洞察年轻消费者的价值取向与消费习惯，将年轻化元素融入品牌建设与文化内核，增强品牌认同感与忠诚度。同时，要持续加大产品创新设计投入，强化质量管控，优化仓储物流体系。特别是跨境出口电商企业，需加快海外仓布局，提升物流配送时效，完善售后服务，以优质体验提升客户满意度。在此趋势下，全球家居市场竞争将聚焦于品牌价值、产品品质与服务水平的综合较量。

2. 健康环保成为消费核心诉求

伴随生活品质提升与消费观念升级，消费者对绿色健康生活的追求愈发强烈。在家居布置过程中，除满足使用功能、审美需求与个性化表达外，节能环保已成为重要考量因素。这一趋势促使消费者对家居用品的选材、工艺和环保性能提出更高要求，推动行业向绿色化、健康化方向转型。

3. 线上消费市场迎来增长期

随着物流网络完善与技术创新迭代，家居用品电商产业链的研发生产、仓储物流、售后服务等环节日益成熟。电商渠道凭借透明化、扁平化的优势，市场份额持续攀升。自 2020 年起，海外消费场景加速向线上迁移，电商渗透率显著提升，驱动全球线上家居用品市场需求持续增长，线上市场规模有望进一步扩大。

互联网平台整合安装、维修、清洗等全品类家居服务，构建一站式便民服务体系，显著提升售后服务的质量与效率，推动家居装饰行业服务模式向智能化、多元化转型。

4. 技术创新重塑行业格局

智能制造和自动化技术的应用，显著提升家具生产效率与精度，降低制造成本，助力企业实现规模化发展。从 ESG 视角看，自动化生产不仅减少原材料与能源消耗，降低环境污染，还通过关键工序自动化保障员工健康安全。例如，喷涂机器人、焊接机器人的应用实现“零挥发、零甲醛、零污染”；开料、包装等环节的自动化设备则提升作业效率，规避粉尘危害与安全风险。

数字化设计工具加速产品迭代，帮助企业快速响应市场变化；社交媒体营销、直播带货等数字化手段成为重要营销渠道。在 ESG 领域，数字化技术通过“以销定产”的柔性生产模式减少资源浪费，降低成本。3D 技术与虚拟影棚实现商品信息数字化，提升消费体验；施工算量一体化实现设计精准交付，优化管理效率；设计生产营销一体化则通过前后端数据贯通，实现“所见即所得”的消费体验。

智能家居以住宅为载体，整合多种技术构建智能管理系统，涵盖系统集成、智能单品与设备三大板块。在老龄化背景下，智能家居通过物联网技术实现设备互联互通，满足适老化改造需求，提升居住安全性、便利性与环保性，精准响应消费者对品质生活的追求。



第二章　家居装饰行业ESG的发展情况

第一节

第一节 行业的 ESG 政策

在家居装饰行业，随着全球对环境的社会责任的关注日益增加，ESG 和可持续发展越来越被大家重视。不同国家和地区在政策、披露要求、企业实践等方面存在显著差异。

表 3：国内外家居装饰行业可持续发展对比一览表

维度	欧盟	中国
政策法规	– 《可持续产品生态设计法规（ESPR）》 – 《欧洲绿色协议》	– 《“十四五”循环经济发展规划》 – 《国家生态文明建设实施方案》
产品设计要求	– 强调循环性、能源绩效、耐用性、可修复性等 – 强调数字产品护照	– 鼓励环保材料、节能设计 – 推广绿色家居政策
信息披露	– 强制企业披露环境、社会责任信息 – 高透明度与标准化	– 无强制统一标准 – 上市公司需披露环境社会责任信息，透明度低
企业实践	– 推动循环经济，使用可回收材料和环保设计 – IKEA 等企业承诺净零碳排放	– 强调环保材料和节能设计，但创新和循环经济投入少
社会责任	– 强调员工权益、供应链管理和社会责任 – 负责任供应链合作确保供应、商遵循环保标准	– 主要关注员工福利和消费者权益，社区公益等实践较薄弱
可持续发展目标	– 2050 年实现气候中和，通过跨部门政策推动绿色转型	– 鼓励绿色发展，推动资源节约和环保，但目标设定不明确 – 3060 双碳目标

一、欧盟政策

《可持续产品生态设计法规》（ESPR）是欧盟循环经济行动计划（包括欧洲绿色协议）之后的一揽子规则的组成部分，于 2022 年推出，2024 年 7 月生效。ESPR 建立了一个可持续要求框架，为特定产品组设定生态设计要求，以显著提高其循环性、能源绩效和其他环境可持续性方面。该法规旨在推动产品生命周期的可持续性，降低对环境的影响，并推动企业在设计阶段考虑资源效率、可循环利用性、环保性等因素。

– 使用寿命更长，以减少频繁更换的需要；
– 易于维修以延长其使用寿命；
– 在设计时考虑回收利用，以便在材料使用寿命结束时更容易回收；
– 使用过程中能有效利用能源。
– 碳足迹和环境足迹。
– 信息披露要求，包括数字产品护照。

ESPR 规则适用于投放欧盟市场的所有产品，无论是在欧盟内部还是外部生产，这就意味着未来企业想要进入欧盟市场，就必须遵守 ESPR 的要求，而欧盟也有意愿与助力共同提高产品可持续性的生产国合作。

《欧洲绿色协议》是一系列政策举措，旨在让欧盟走上绿色转型之路，最终目标是到 2050 年实现气候中和，通过采取全面和跨部门的办法，使所有相关政策领域都有助于实现与气候相关的最终目标，这些计划涵盖了气候、环境、能源、交通、工业、农业和可持续金融等领域，所有这些领域都紧密相连。

二、中国政策

从"八五"计划（1991-1995 年）到当前的"十四五"规划（2021-2025 年），我国家居装饰行业经历了显著的转型与升级。初期，行业主要聚焦于提升产品质量和设计水平，以满足国内外市场需求。随着经济和技术的发展，行业逐步转向智能制造和绿色制造，推动了生产工艺的革新。同时，服务型制造新模式得到深入实施，强调定制化和个性化服务。各地政府还积极推动先进制造业集群的培育，促使行业向更高质量的产品供给方向发展。

(一) 家居政策的主要方向

1. 构建产业发展新动能

国家多部门协同发力，工业和信息化部、住房和城乡建设部、商务部、市场监管总局等联合印发《推进家居产业高质量发展行动方案》，旨在增强行业创新活力，提升高品质产品供给能力，形成供需双向促进的良性循环。一系列配套政策文件明确提出，加速 5G、工业互联网、智能制造等前沿技术在家居产业的深度融合应用，推动企业实现需求精准响应、供应链高效协同、生产精益化管理。

2. 绿色转型，践行可持续发展理念

国家积极倡导家居产业推行清洁生产模式，大力推广绿色材料、技术、设备及工艺的应用。鼓励企业贯彻绿色设计理念，加大绿色化改造投入，打造绿色制造示范标杆。在家电领域，加快推进制冷剂、发泡剂的环保替代；在家具行业，重点推动低（无）挥发性有机物（VOCs）含量原辅材料的源头替换，推广水性涂饰、静电粉末涂饰、光固化涂饰等环保工艺与装备。此外，积极推进家居包装材料减量化，采用可回收环保包装，提高资源利用效率，助力实现碳达峰、碳中和目标。

3. 质量提升，夯实消费者信任基石

国家聚焦智能家电、绿色家具、智能照明等重点产品，开展与国际优质产品的质量对标行动，支持企业对标先进水平进行技术改造，提升产品质量竞争力。强化家用电器、灯具、床垫、儿童家具等产品的质量安全监管，严厉打击生产、销售假冒伪劣产品的违法行为，切实维护消费者和企业的合法权益。

深入开展家居产品质量提升专项行动，引导企业加强质量文化建设，完善质量管理体系，优化产品质量控制流程与生产工艺。同时，鼓励企业运用 5G、工业互联网、大数据、人工智能、数字孪生等新一代信息技术，开展仿真优化、智能检测和设备智能化管理，提高产品质量稳定性与可靠性。积极推动家用电器、家具行业产品质量追溯体系建设，以透明化管理重塑消费者信心，推动行业高质量发展。

(二) 家居政策的具体内容

2021 年 7 月 1 日，国家发展改革委发布了《“十四五”循环经济发展规划》，鼓励家居装饰行业实施绿色发展，推动资源节约和环保。同时，对家居装饰行业的发展提出了明确方向：

- 加强产业基础能力建设：政府致力于健全产业基础支撑体系，在重点领域布局国家制造业创新中心，完善高质量基础设施。这一举措旨在推动家具行业产业链各环节的协同提升，为行业的长远发展提供强有力的支撑。

- 推动制造业优化升级：通过实施智能制造和绿色制造工程，发展服务型制造新模式，推动定制家具和智能家居的推广与普及。还注重建设高效、低耗的制造体系，助力产业实现更高质量的增长，增强家具产品的市场竞争力。

这些重点任务的落实，不仅促进了家具行业的绿色化和智能化发展，也为企业优化生产模式、提升产品品质提供了政策支持和发展动力。

国家层面有关家居装饰行业的政策主要以鼓励类为主，政策重点方向还包括：

- 消费升级与市场拓展：多份政策鼓励提升家装家居消费，如推广智能家电、集成化和功能化家具，促进家庭装修和室内全智能装配一体化。同时支持农村居民购买绿色智能家居产品，开展家电家居下乡等活动，通过扩大内需来刺激家具行业的市场需求；支持家居零售与多业态融合发展，像与文娱休闲、创意设计等融合，并且鼓励建设智能家居体验馆等，提升消费者的购买体验，拓展行业发展空间。

- 智能化与数字化发展：不少政策强调推动家具行业的智能化转型，例如提出到 2025 年一定比例的规模以上制造业企业要实现数字化网络化，并建成多个智能制造示范工厂，同时培育一批智能制造系统解决方案供应商，为家具行业的智能化生产提供技术和资源支持。

- 绿色环保与可持续发展：政策积极引导家具行业向绿色环保方向发展，倡导绿色装修，鼓励选用绿色建材、家具和家电等。同时对挥发性有机物进行综合治理，推广使用低 VOCs 含量的涂料和水性胶粘剂，促进家具制造过程中的环保升级。

- 设计创新与质量提升：国家鼓励提升制造业设计能力，支持在家具设计方面的创新，包括新材料、新技术、新工艺、新模式的应用等。并且注重提升家具产品质量，完善相关标准体系，加强对床垫、沙发等家居产品质量的管控。

- 企业培育与产业基础建设：有政策着力于加快培育发展制造业优质企业，如专精特新 “小巨人” 企业等。同时加强产业基础再造工程，补齐基础零部件、软件、材料、工艺等方面的短板，为家具行业的长远发展夯实基础。

2022 年 6 月，工信部等 6 部门发布《关于推动轻工业高质量发展的指导意见》，其中关于家居的发展规划有：

- 标准体系的建设：加强在产品安全、质量、节能环保和网络安全管理方面的标准建设。重点针对家用电器、家具等行业的强制性国家标准进行制修订，并优化推荐性标准供给；建立老年用品产业标准体系，推动适老化产品发展，同时提升标准化技术组织的专业水平，促进技术创新与产业协调发展。

- 产品创新升级：借助乡村振兴战略，开发适合农村市场的家具产品；培育国家级工业设计中心和相关设计园区、小镇，支持家具行业在设计方面进行创新。

- 品牌培育：通过培训会展、设计大赛等平台，打造家具行业的国际知名品牌，特别是环保健康儿童家具、老年人家具等特色品牌。
- 绿色安全发展：在家具行业推动使用低（无）挥发性有机物（VOCs)含量的原辅材料，推广低挥发性无铅有机溶剂工艺和装备，并加快有毒有害化学物质含量限值标准的制修订。
- 数字化转型：支持家具行业龙头企业构建智能制造平台，争取国家级工业互联网和两化融合项目；推广智能制造示范场景，推动网络安全分类分级管理，实现家具行业的数字化生产，如大规模个性化定制家具模块化生产和智能工厂建设。

2022 年 8 月，工信部等 4 部门发布《推进家居产业高质量发展行动方案》，主要内容如下：

- **品牌培育**：培育 50 个左右知名品牌、10 个家居生态品牌，推广一批优秀产品。
- **体验中心建设**：建立 500 家智能家居体验中心。
- **产业集群发展**：培育 15 个高水平特色产业集群 。
- **创新能力提升**：到 2025 年，在家用电器、照明电器等行业培育制造业创新中心、数字化转型促进中心等创新平台，重点行业两化融合水平达到 65%，培育一批 5G 全连接工厂、智能制造示范工厂和优秀应用场景。
- **消费市场拓展**：推动绿色智能家居产品下乡，拓展三、四线城市家居消费市场，促进耐用消费品更新换代。鼓励企业针对农村市场开发个性化、定制化、健康化智能绿色家电产品，通过新零售、农村电商等方式推动渠道和市场下沉，开展促销让利、以旧换新等活动，完善营销网络和售后服务，促进农村居民升级消费。
- **产业集群升级**：指导各地因地制宜、因业布局，推动产业集群升级。支持东部地区打造高端化、绿色化、智能化家居产业发展高地。支持中西部地区充分发挥现有产业集群作用，加快推进转型升级，形成一批特色鲜明、服务平台完备的现代家居产业集群。
- **技术与设计提升**：推动建设国家级、区域级和行业级工业互联网数字化转型促进中心、产业技术基础公共服务平台；加快新材料、关键零部件、高精装备、基础软件等关键环节创新突破；加强关联行业在健康应用技术、智能家居集成、智能化解决方案等领域交流合作，促进产业联动创新。
- **标准体系建设**：加快智能家居领域标准体系建设，对家居场景涉及的多产品开展跨领域融合标准研制，加快智能家居数据采集、存储、使用、加工、传输、提供等处理环节安全标准研究，强化数据安全保障。
- **质量提升**：加强质量管理数字化创新与应用，引导企业利用 5G、工业互联网、人工智能、数字孪生等信息技术手段开展仿真优化、验证评价、智能在线检测和智能化设备管理，提高产品稳定性和可靠性。
- **企业培育**：培育一批核心竞争力强、带动作用大的 “链主” 企业，发挥其在技术攻关、上下游协作等环节的支撑引领作用。开展优质中小企业梯度培育工作，支持建设国家技术创新示范企业、专精特新 “小巨人” 企业、制造业单项冠军企业等，增强创新型企业引领带动作用。

2023 年 7 月，工信部联合国家发改委、商务部发布了《轻工业稳增长工作方案（2023 - 2024 年)》，对推动家居装饰行业发展具有重要意义，主要内容如下：

- **开展智能家居互联互通发展行动**：以场景为切入点，凭借技术提供支撑，依靠标准作为保障，制定卧室、厨房、客厅、卫浴、书房等一系列家居环境标准，支持多场景个性化家居体验。通过强化标准引领和平台建设，打破行业壁垒，促进家用电器、家具、五金制品、照明电器等行业深度融合发展 。例如，不同品牌的智能家电、家具有望依据统一标准实现互联互通，为消费者打造便捷、高效的全屋智能生活场景 。
- **扩大优质供给**：坚持为企业提供服务、搭建平台、做好宣传、拓展市场。每年发布 150 项以上功能化、绿色化、智能化家居产品，积极推动绿色智能家电、休闲娱乐家电、个人护理和母婴家用电器、健康厨卫、智能化多场景照明系统、功能型家具、智能锁具等产品的开发与推广。同时，开展家居产品质量提升行动，加强企业质量管理体系建设，把控产品质量，改进生产工艺，以此提振消费者对家居产品的信心 。
- **深入推广新模式新业态**：支持企业依据消费数据挖掘用户需求并开展产品研发，构建柔性化生产系统，大力推广个性化定制、全屋定制等模式，实现供给与需求的精准对接和高效匹配。每年发布 30 个场景化定制、全屋定制系统解决方案，培育一批服务型制造家居示范企业和平台，推动家居消费向更高层次升级 。此外，开展 “百企千县万村美丽家居” 行动，推动绿色智能家居产品进入乡村，改善乡村家居环境。鼓励有条件的地区开展绿色智能家电下乡以及以旧换新活动，市场主体可通过发放家居消费券、爆款促销、以旧换新、提供上门服务等方式让利于消费者，持续刺激家居消费 。

第二节　行业的出口状况及政策

海关数据显示，2024 年我国家具及其零件出口 4830 亿元。随着国内家居企业竞争力的提升，头部企业在海外市场持续扩大影响力。众多上市家居企业也纷纷加速海外市场布局，通过拓展国际业务带动营收增长，在全球家居市场中抢占更多份额。

从全球市场分布来看，美国、日本、英国、韩国、澳大利亚等国家和地区是中国家具行业的主要出口目的地。其中，美国在出口版图中占据绝对优势地位，约占中国家具出口总额的 30%。紧随其后的是日本、英国、韩国和澳大利亚，占比依次为 5%左右。

一、美国

北美自由贸易协定（NAFTA）与美国-墨西哥-加拿大协定（USMCA）显著重塑北美家居贸易格局。前者通过降低关税、优化投资环境、明确产业分工及设立争端解决机制，推动贸易规模扩张与区域产业链协同；后者则以更严格的原产地规则、强化的知识产权保护、提升的劳动环境标准及新增的数字贸易规则，促使企业调整供应链布局，加速创新升级，同时为家居电商发展开辟新路径。

环保层面，以加州空气资源委员会（CARB）对甲醛释放量的严苛标准为代表，严格规范家居材料与生产流程；安全领域，美国消费品安全委员会（CPSC）制定的标准，为家居产品使用安全筑牢防线。

就美国对家具合规方面的强制性监管而言，涉及多个部门与法规：

- 消费品安全委员会（CPSC）：通过《消费品安全法》《消费品安全改进法》等法规，负责制定安全标准，防范消费风险，加强有害物质管控，并可禁止高风险产品流通。
- 海关与边境保护局（CBP）：依据相关法规，要求所有进口美国的产品（或其集装箱）须按规定进行永久性来源国标记。
- 环境保护局（EPA）：依照《联邦杀虫剂、灭菌剂和灭鼠剂法》《有毒物质控制法》，对含抗菌功能的纺织品及木材甲醛等有害物质实施严格监管。
- 联邦贸易委员会（FTC）：禁止不公平或欺诈行为，规范二手填充物标识，明确环保营销要求，保障市场秩序。
- 美国农业部（USDA）：通过《有机食品生产法》管理有机纤维产品认证，借助《雷斯法案》打击非法木料贸易，规范植物产品进口。

二、日本

自 2014 年起，日本金融厅颁布《日本尽职管理守则》，要求机构投资者积极参与上市公司治理；次年联合东京证券交易所推出《日本公司治理守则》，将 ESG 要素纳入董事会责任。

在具体议题上，日本气候政策主要依托“自愿减排交易体系”和“环境自主行动计划”，但因完全基于企业自愿参与，存在约束力不足、透明度欠佳等局限。

2024 年 3 月，日本可持续发展标准委员会(SSBJ)发布了国际可持续发展准则理事会(ISSB)可持续披露准则的日本版初稿，并将在公开征求意见后，于 2025 年 3 月前完成修订。

日本对于家具合规要求的要点包括：

- 木材检疫规范：依据《日本植物保护法》，日本通过严格的有害生物名录管控外来生物入侵风险，明确禁止检疫性有害生物及特定疫区植物产品入境。高风险植物需在种植期监测，并在植物检疫证书中注明结果，未经处理或带菌植物严禁进口。所有进境植物必须随附出口国官方出具的植物检疫证书，自 2023 年 8 月 5 日起，无证书货物将直接销毁。
- 包装与标识标准：包装材料需符合日本安全环保要求，严禁使用可能污染产品的材质；包装表面必须清晰标注产品名称、产地、生产日期、保质期等关键信息，确保产品信息透明可追溯。

三、英国

英国 ESG 政策由英国金融监管局（FCA）主导，其下属的 ESG 咨询委员会参与 ESG 信息披露、数据产品及战略规划制定。

UKCA 认证（英国符合性评估认证）是英国脱欧后，适用于英格兰、威尔士和苏格兰市场的产品标志，取代原欧盟 CE 认证，是产品符合英国法规与安全标准的重要证明。UKCA 认证的核心价值在于：

- 合规保障：确保产品符合英国法规，维护消费者权益。
- 市场准入：未获认证的产品禁止在上述地区销售流通。
- 信任背书：认证标志增强消费者对产品安全性的信心。
- 风险管控：明确企业法律责任，规避违规诉讼与罚款风险。
- 贸易优势：助力产品打入英国市场，提升国际竞争力。

UKCA 认证的关键要点包括：

- 标志规范：由制造商或授权代表规范加贴，确保清晰可辨，不得附加干扰性标志。
- 文件留存：妥善保存符合性声明、测试报告等资料，以备监管审查。
- 法规遵循：严格依据英国法规设计、生产，确保全流程合规。
- 变更申报：产品重大变更需及时告知认证机构，避免认证失效。

英国家具行业研究协会（FIRA International）指出，英国正构建全新电动家具安全标准体系。此前，行业因对机械指令中"不包括家用电器"条款的误读，将家用电动家具错归为家电类别。2017 年修订版机械指令明确电动躺椅、电动床等家用电动家具须遵循机械指令要求。

为此，CEN/TC207 与 IEC/CENLEC 联合制定新标准。首个标准 BS EN 17684:202x《家具.电动家具.稳定性、强度、耐久性和机械安全要求》于 2020 年启动制定，2024 年 9 月完成最终版本。

同时，电动家具还需满足电气安全标准。IEC 和 CENLEC 推出的 EN 60335-2-116:202x 标准，与 EN 60335-1 配套使用，重点规范电动部件安全性能，确保英国电动家具需同时通过机械与电气双重标准认证。

第三节 行业的 ESG 核心议题

ESG 着眼于企业可持续发展能力和长期价值的投资理念及企业评价标准，为企业提供了一种方法论，使其能超越传统单一的财务指标和股东利益导向，为利益相关者创造长期价值，也为包括建筑家居业在内的传统行业带来了更多高质量发展的契机。

在家居装饰行业，后地产时代的来临使其面临着前所未有的挑战与变革。一方面，随着房地产市场从增量转向存量，传统的商业模式、经营效率、渠道以及品类等都在进行结构性调整。另一方面，消费趋势发生变化，大众对环境保护和品质消费的关注度日益提高，再加上 AI、数字化等技术不断渗透和赋能家居装饰行业，如何把握市场和行业变革带来的机遇，成为家居企业面临的新问题。

根据家居装饰行业的特点，其 ESG 核心议题如下。

1. 推广绿色材料及新材料研发，绿色设计贯穿全生命周期

家居产业是能源消耗和碳排放的大户，从原材料的开采、家具的制造，直至产品的销售与最终处理，其生命周期对环境产生了显著的影响。家居生产中不可或缺的原材料之一的木材的大量使用导致森林过度砍伐、生态系统破坏和生物多样性减少。制造过程中的废弃物如处理不当，会引发环境污染和威胁人类健康。此外，运输、使用和处置等环节同样伴随着污染和碳排放问题。这些因素共同构成了家居产业在减排压力和可持续发展方面所面临的严峻挑战。为了实现绿色化与双碳目标，家居装饰行业首先需在原材料供应端发力，在源头上实现绿色循环。一方面，家居企业积极探索和推广可持续的绿色材料，如回收木材、竹材、再生和生物基塑料等环保材料的应用。另一方面研发可自然降解、可循环利用的新材料，如玉米、废旧塑料等制成的可再生纤维，以及咖啡渣、木屑等食品废料或废弃物回收加工而成的家居原材料，在材料创新方面，开发具有特殊功能的智能材料，绿色产品不仅在生产过程中注重环保，而且在使用和废弃后也易于回收和再利用，减少对环境的负担。比如欧派家居推出净醛抗菌板系列，以及索菲亚特有的康纯板，这些绿色产品都为环境方面降低了能耗减少了污染。

索菲亚公司将产品环保品质视为重中之重，致力于用高品质产品为消费者打造健康环保的家居生活空间。2019 年，索菲亚无醛添加康纯板在行业内率先获得美国 EPA NAF 无醛豁免认证，此后不断精进突破，接连斩获全球多项权威认可。2022 年，该公司产品荣获“儿童安全级产品认证”，截至目前，已累计获得 7 项权威环保认证。在采购与生产环节，索菲亚同样严守高标准，依托国家 CNAS 认可实验室，对板材实施首检、大货抽检、常规抽检三大检验流程，每个流程包含 12 道检测工序，以精益求精的态度筑牢环保品质防线。此外，公司每月主动将产品送至第三方权威检测机构检验，并及时公示检测结果，既为消费者吃下“定心丸”，也为行业树立了良好典范。

兔宝宝家居在环保领域同样成绩斐然。该企业率先推动板材环保标准从 E1 级、E0 级升级至“无醛级+防虫蛀”，凭借双效板材掀起行业环保新浪潮。兔宝宝突破性采用纯天然大豆植物胶，彻底打破板材行业长期依赖化学胶粘剂的传统模式，开创了无毒害化学物质的植物胶家装新时代。经国家权威检测机构验证，兔宝宝植物胶板材甲醛释放量仅 0.02mg/m^3，环保性能远超国内无醛级标准。

绿色设计理念应贯穿家居产品的整个生命周期。在设计初期，考虑产品的可拆卸性、可回收性与可重复利用性，以便在产品使用寿命结束后，其零部件或材料能够方便地进行回收再利用，减少废弃物对环境的压力。例如，采用模块化设计的家具，便于在损坏或需要更新时进行局部更换，延长产品整体使用寿命。同时，在设计过程中，通过优化产品结构与功能，降低产品在使用过程中的能源消耗。

2. 绿色工厂建设

家居产品生产过程中存在显著的资源环境问题，大量能源、水资源与原材料的消耗，伴随着高温室气体排放、水资源过度消耗，以及固体废弃物、废气排放造成的环境污染，这些问题已引发社会高度关注，促使家居企业从制度层面强化环境安全管理，积极推进绿色工厂建设，通过优化能源结构、采用环保技术、减少废弃物排放等措施，实现低碳发展模式，实现“以绿色环保生产方式制造绿色环保家居产品”的理念。

节能减排是指在生产过程中通过采用先进的技术、设备和管理措施，降低能源消耗和减少污染物排放，以实现经济、社会和环境效益的统一。在家居装饰行业，节能减排不仅包括降低生产过程中的能源消耗，还涉及减少产品使用过程中的能耗和排放。如欧派家居通过实施 VOC 旋流塔补水节能改善项目，提高了水资源利用率，减少了能源消耗，采用智能控制系统，根据实际需要自动调节补水频率和水量，避免过度用水。

索菲亚家居构建起科学严谨、行之有效的环境管理体系。自 2020 年起，公司及环安部门持续优化《环境保护管理办法》《环保信息报告管理办法》等一系列环境管理制度，并确保严格落地执行。各生产工厂严格遵循相关制度，扎实推进环境管理体系建设，定期开展废水、废气、噪声、固废环境监测，以及土壤和地下水自行监测工作，并主动公开监测数据，以透明化举措接受社会监督。

为有效应对突发环境事件，索菲亚家居及各子公司制定了《突发环境事件应急预案》《环境风险评估报告》，通过科学预测潜在环境风险，建立健全突发环境事件应急准备与响应控制程序，明确应急指挥及抢险人员职责分工，并配备完善的应急救援设备，确保在紧急情况下能够迅速开展处置工作。

针对废气治理、危险废物运输等重点环节，公司分别编制了《突发环境事件应急预案-大气污染》《突发环境事件应急预案-火灾事故》《突发环境事件应急预案-危险废物泄漏》等专项预案，并定期组织演练、总结经验、开展评审，持续提升应急处置能力与环境风险防控水平。在废气治理方面，索菲亚采取了除尘+RTO 废气处理系统，采取燃烧的方式，提高有机废气的处理效率达 90%以上；开展锅炉低氮减排工作，对现有燃天然气锅炉进行改造，氮氧化物排放由 2022 年的 71 ㎎/m^3下降至 2024 年的 35 ㎎/m^3，降幅 50%以上。

索菲亚通过建设绿色工厂，实现了用地集约化、原料无害化、生产洁净化、废物资源化和能源低碳化。这些生产基地通过高度信息化与数据化生产，实现了板件全程不落地、不经人手，减少板材二次污染。欧派家居则通过绿色原材料转型和厂区节能改造，保障产品的低碳环保与健康性。

罗莱生活积极践行“减量化、再利用、再循环”原则，针对生产、运输及办公过程中产生的废棉、边角料、零疵布、破损纸箱与包装袋等废弃物，探索高效循环利用路径，降低废弃物总量与危害。公司制定《生产废料处理作业指导书》等制度，明确生产废料处理规范，指导各部门人员科学分类处理。废料经筛选后分为五类：回用于生产、退回面辅料仓库、作为边角料出售、申请报废、直接送入垃圾房，其中确认报废或送入垃圾房的废料，由专业第三方机构负责处理。在物流包装材料回收利用方面，罗莱生活制定了纸箱、编织袋等辅料的二次利用流程，明确人员职责与回收标准，大力推进包装辅料循环使用。

3. 智能化生产

智能化生产正成为变革的核心驱动力，重塑家居企业运营，对社会产生深远影响。它提升了生产效率，优化了资源利用，改善了员工工作环境，并推动了行业创新与就业结构调整。

智能化生产利用自动化和数字化技术提升效率，减少资源浪费，降低能耗和碳排放。例如，欧派家居的柔性封边机四机连线在无锡基地成功运行，整合了自动电子开料据、机器人分拣等智能系统。自动电子开料据通过计算机控制，精确开料，避免了传统开料机的缺陷，缩短生产周期，提高物料利用率，显著提升生产效率，减少材料浪费。

利用大数据和物联网技术，家居企业能精准管理资源，优化配置。例如，实时监测原材料和能源消耗，精确制定采购计划，防止积压和浪费。又如，智能化系统根据生产任务和设备状态自动调整能源供应，提高能源使用效率。

欧派家居引领 AI 工厂革命（智能化生产），率先引进德国豪迈柔性生产线，实现产品制造自动化、信息化、精细化，全程品质保证。欧派 AI 工厂主要由 MTDS 终端设计营销服务管理系统、WCC 智能拆单系统、MSCS 生产调度控制系统、APS+MES 西门子柔性生产制造管理系统、 MCTS 物流管理信息系统构成，全流程协同、自动化与智能化的创新营销与制造模式，产品非标定制能力远超同行水平。在生产上，欧派 AI 工厂携手西门子柔性生产系统、德国豪迈系统等先进技术改造生产方式，打通信息在企业内部高效传递的闭环，自动连接管理营销、制造、行政信息化管理平台，解决作业流程管理繁杂、生产资料复杂等问题。只需扫描产品部件上含有加工信息的二维码，就能实现生产数据的实时分析、订单信息的精准定位，达成机器指挥机器的全环节信息化生产过程，实现动智能化、信息化和个性化的大规模定制生产。通过 Wood analyze 软件，实现 160 多种不同板件原材料车间现场管理，智能计算每种原材料的使用频率和使用量，智能调整原材料的存储位置。所有板件由 MSCS 系统调度预先生成设备驱动程序，设备自动调用板件相应加工程序，实现钻孔智能化，自动化柔性生产。通过 SCADA(设备数据监控系统)系统实时监控管道压力，动力等设备运行参数，可实现自动智能调节主风机转速,设备异常报警及紧急情况智能自动处理，配备多个火花探测器和喷水系统，确保除尘管道内及时发生火星也能及时发现并用水浇灭，避免粉尘污染和爆炸，确保生产车间内部生产环境清洁,安全和环保。

4. 供应链创新和可持续管理

在家居装饰行业的供应链体系中，涵盖原材料采购、生产制造、物流配送等诸多关键环节。企业需高度重视供应链的可持续性发展，并构建一套严谨的供应商管理体系。对供应商进行全面且细致的评估与审核，涉及供应商的生产资质、质量管理体系、是否严格遵循相关法律法规、尊重人权与劳工权益，以及积极推动环保与可持续发展等方面。企业应与优质供应商建立长期稳定的合作关系，并与行业内外的企业、机构等加强合作与共享，共同推进供应链可持续管理的研究与实践。通过参与行业联盟、建立共享平台等形式，促进资源优化配置与协同创新，以实现共赢发展。运用数字化、智能化等技术手段提升供应链的管理效率与透明度，降低环境及社会风险。通过以上举措构建绿色供应链管理体系，企业可降低环境风险，提升供应链的透明度与可追溯性，从而为客户提供更为环保、可靠的产品与服务。

头部企业通常采用以下方式来带动供应链：

- **集中采购与规模化生产：**通过集中采购和大宗采购，企业能够降低采购成本，同事促进上游供应商协调发展。规模化生产使企业能够实现生产成本的分摊。

  很多大型家居企业于全球木材供应商达成长期合作协议，批量采购环保木材大幅降低原材料采购成本的同时，还为供应商提供稳定的订单，进而带动供应链整体升级。宜家通过全球统一设计和大批量生产，降低家具单位生产成本，使得消费者能够以更低的价格购买高品质的产品。

- **智能化制造与定制化生产：**通过智能化制造技术（如工业机器人、自动化装配线），企业能够显著地提高生产效率，降低人工和生产错误成本。个性化需求的兴起也促使企业发展定制化生产。

  欧派家居借助智能化生产线，实现从原材料切割到成品组装全程自动化，大幅缩短生产周期；索菲亚通过“客户自选+后台快速生成”的模式，为消费者提供量身定制的产品，满足多样化需求的同时实现柔性生产。

- **数字化供应链管理：**企业通过大数据和云计算等技术，精准预测市场需求，优化库存的物流。

  红星美凯龙借助数字化供应链平台，实时监控全国各门店销售数据，动态调整库存分配，避免滞销和缺货问题。同时，企业通过优化配送网络，提高物流效率。比如，天猫家装与第三方物流合作，利用大数据分析设计最优配送路线，降低运输成本并缩短交付时间。

- **跨渠道整合：**线上线下渠道的融合使得企业能够更好地满足消费者需求。

  居然之家通过“智慧门店”项目，将门店展示与线上导购系统相结合，消费者可在线预览产品详情并预约线下体验。此外，线上旗舰店的建立（如淘宝、京东旗舰店）扩大了销售渠道，与线下门店互为补充。

  全渠道供应链的建立，可以覆盖更广泛的市场，进而实现资源共享。宜家将电商平台与实体仓储物流网络结合，实现线上下单、就近发货，有效缩短配送时间。

  环境：在选址方面，优先选择考虑基础设施较好的区域，通过利用已有资源减少新建仓库所需的土地和能源消耗；仓库运营过程中，采用可再生能源（如光伏、太阳能）和高效节能设备，降低能源消耗和碳排放；推动新能源物流工具的使用，进一步降低物流环节的碳足迹。

  社会：布局仓储物流网络时，注重物流效率，缩短配送时间，提升消费者的购物体验；通过创造就业机会和支持当地供应链，仓库选址一定程度助力了当地社区的繁荣和发展。

  治理：利用大数据技术，分析优化仓储物流网络布局，结合人口密度、消费需求和配送路径，确保每个仓库的资源利用率达到最优，避免资源浪费和运营成本过高；在新增仓储设施前进行全方面评估，计算仓库建设、运营和废弃过程中可能产生的环境影响，确保选项的长期性和可持续性；在仓储和物流运营中，定期披露碳排放、资源使用和社会影响，接受利益相关方的监督和反馈。

  欧派家居对供应商的选择极为严苛，从多个维度对供应商实施全面评估，涵盖生产能力、质量管理体系、环境管理体系以及社会责任履行等方面，以确保供应商的产品质量、交货周期及服务水平符合公司标准，从根本上保障产品的绿色环保品质。同时，致力于推进供应链的数字化、智能化及流程化建设，构建高效、多元且具备韧性的供应链体系，旨在提升透明度、效率以及环境和社会风险管理能力。公司自主研发了 SRM（供应商协同管理）平台，该平台覆盖供应商引入（注册、考察）及日常管理（订单接收与确认、送货、对账）等环节，实现全流程数字化管理。供应商可通过 SRM 平台进行线上招投标、签订采购合同，并获取询价单、采购订单、保证金通知单、质量异常等信息，实现公司与供应商之间的双向线上沟通，从而提高供应链信息流转效率。

  作为全球领先的家具零售商，宜家致力于通过绿色采购、供应商评估及透明度提升等多重举措，推动供应链向可持续发展方向迈进。宜家对供应商的筛选与认证标准极为严苛，《宜家采购家居产品要求》（Iway）明确规定了供应商在环境保护、工作条件、童工及森林资源等方面应遵循的政策。唯有达到这些高标准的供应商，方可与宜家建立长期稳定的合作关系。此外，宜家积极鼓励供应商进行创新，协同开发新产品，共同提升产品质量与竞争力，推动供应商朝着绿色可持续发展方向迈进。例如，宜家要求

供应商降低业务运营对环境的影响，其产品所用木材中 99.5%已获得森林管理委员会认证（FSC®）或源自回收木材。宜家强调与供应商间的数据共享与协作，通过构建数据链与数字链，实现对整个供应链的实时监控与优化，共同衡量温室气体排放，提升效率与生产能力，降低成本与碳足迹。

罗莱生活在供应商准入环节，制定了《生产型供应商准入流程》，组建专业评估小组，从原材料质量把控、生产工艺先进性、环保措施落实情况、企业信誉等多个方面对供应商进行考核。通过《供应商绩效管理及评估流程》等一系列制度，对供应商实施动态评级管理，针对被评为 D 类的供应商，会要求其限期整改，若整改后仍未达标准，则予以淘汰。在供应商培训方面，罗莱生活每年都会组织线上线下相结合的培训活动，内容涵盖环保政策解读、低碳生产技术分享、供应链风险防范等，助力供应商提升自身能力，采用低碳环保技术，实现可持续发展。

兔宝宝走出了一条垂直供应链构建之路。以浙江总部作为核心生产基地，专注生产环保板材，凭借先进的生产技术与严格的质量把控，保障产品的高品质。同时，在国内各大核心城市周边合理布局定制加工中心，缩短运输距离，减少物流成本，实现从生产到加工再到交付的高效流转。这种布局模式不仅便于对产品质量进行严格管控，还大幅提升了物流配送效率，使得产品能够快速、准确地送达客户手中，在激烈的市场竞争中形成了独特的优势 。

- **绿色供应链管理：**将绿色生产理念融入供应链能够推动行业的可持续发展。

  曲美家居与全球备受信赖的可持续森林认证体系森林管理委员会（FSC）共同发起了“绿色家居可持续森林倡议”---曲美家居将会通过负责任的采购行为和可持续的商业发展战略，积极影响谓语供应链另一端的森林经营状况，促进生态有序发展、保护生物多样性。比如：采用 FSC（可持续森林认证体系森林管理委员会）认证木材，确保原材料来源可持续，并在生产中引入环保涂料，减少对环境的污染；

  宜家在全球范围内推出旧家具回收计划，消费者可将不需要的宜家家居退回门店，由企业负责回收再利用，构建循环经济模式。旧家具回收和拆运服务，具体操作流程包括以下几个步骤：

  ①回收计划和拆运服务介绍：顾客可以将自己不再需要的宜家家具交给宜家进行回收。回收的家具会被拆解并处理，部分材料可能会被循环再利用。比如书架、床架、沙发等。

  ②预约和选择服务：顾客需要通过宜家的官方网站或宜家 APP 预约回收服务。预约时，顾客可根据需要回收的家具类型和数量。具体的回收安排可能因地区而异，因此需要用户在当地宜家门店确认是否提供该项服务。

  ③拆卸和搬运：一旦预约成功，宜家的工作人员会按预约时间到达顾客家中进行家具拆卸和搬运。对于一些较大或较重的家具，宜家提供专业拆卸和搬运服务。这项服务的费用通常取决于家具的数量和尺寸。

  ④家具回收和再利用：回收的家具会被送往专门的处理中心，进行拆解、分类、清洗等处理，部分家具会被修复或重新利用。某些材料（如金属、塑料和木材）也可能被回收后用于生产新的家具或其他产品。

  ⑤积分或折扣奖励：在某些市场，顾客在回收旧家具时，可能会获得积分或优惠券，可以用于未来购买宜家商品。这种奖励机制鼓励顾客参与回收计划，减少浪费，促进可持续消费。

5. 消费者健康安全

家居装饰行业与日常生活紧密相关，其对消费者健康安全的责任至关重要，不仅是道德要求，也是企业可持续发展的基础。家居产品的原材料选择直接影响消费者健康。使用环保材料是确保健康安全的关键。家具制造中应用无醛或低醛材料、抗菌技术，如 E0 级、E1 级人造板材，可减少室内空气污染，降低甲醛危害。

例如，欧派家居的“健康+2.0”战略和“净醛衣柜 2.0”产品，强调了抗菌和无醛添加的重要性，满足消费者对健康环保的需求。

在进行产品的结构设计与制造工艺规划时，必须充分考虑消费者的使用安全。例如，家具的边缘和角落应当进行适当的圆滑处理，以预防意外碰撞导致的伤害；床架的结构设计需确保稳固性，避免在使用过程中发生坍塌事故。此外，家具的设计还应兼顾人体工程学原理，确保其舒适度和支撑性，从而预防因长期使用而可能引发的健康问题。

对于家居企业而言，生产环节至关重要。在家居产品的制造过程中，企业必须恪守安全生产的准则与规范，确保生产环境及流程不会对产品质量及消费者健康安全造成不良影响。生产场所应维持优良的通风、照明和卫生状况，以减少粉尘和有害气体的产生，并防止这些污染物附着于产品表面，从而避免其进入消费者家庭。

质量检测与认证是确保消费者健康安全的关键。家居企业需建立全面的内部检测体系，确保产品达到国家和国际标准。同时，企业应获取第三方如 ISO、中国环境标志、美国绿色卫士等权威认证，以提升消费者信任和购买意愿。

在售后环节，罗莱生活的客户服务体系建设成果显著。为实现对客户诉求的快速响应与精准处理，公司制定了《售后服务作业标准》《市场交接消费者投诉处理管理办法》等制度文件，构建起覆盖售前、售中、售后全流程的高效反应机制。各环节处理流程紧密衔接、协同配合，确保各类客户问题都能得到及时妥善解决。在服务管理上，罗莱生活推行规范化、长效化服务模式，并建立完善的售后响应机制。为高效解决内外部客户问题，提升客户满意度，公司搭建了专业化的客服投诉处理平台，创新构建四级响应机制，明确各层级岗位职责与响应时限，通过问题逐级升级的方式，确保责任到人、处理到位。同时，公司高度重视客服团队建设，定期组织系列培训课程，从服务意识、沟通技巧到专业知识进行全方位提升，不断优化客户服务质量，持续增强客户服务体验。

6. 员工关怀

对于家居装饰行业而言，从原材料的采购、生产制造到销售服务的各个阶段，均需依赖员工的不懈努力。家居企业对员工的关怀体现在诸多方面，包括但不限于提升员工福利、增进沟通与参与、关注员工的健康与安全、推动人才发展、培养绿色技能、实现薪酬的公平性以及激励员工参与可持续发展活动。这些举措有助于营造一个更加和谐、健康且可持续的工作环境，同时为企业的长远发展和竞争力的提升提供了坚实支撑。

欧派家居在职工权益保障方面采取了一系列全面而细致的举措。在劳动报酬方面，欧派家居严格遵循按劳分配原则，确保员工工资按时足额发放，并且根据行业标准和企业经营状况，定期对员工工资进行合理调整，以保障员工能够享受到企业发展带来的红利。在工作环境改善上，欧派家居投入大量资金，对生产车间进行升级改造，引入先进的通风设备和环保材料，有效降低了生产过程中的噪音、粉尘等污染物，为员工创造了一个安全、舒适的工作环境。欧派家居还高度重视员工的职业发展，建立了完善的人才培养体系。针对新入职员工，公司开展系统性的入职培训，帮助他们快速了解企业文化、规章制度和工作流程。对于在职员工，欧派家居根据不同岗位和员工个人需求，提供个性化的培训课程，包括技能提升培训、管理能力培训等，助力员工在职业道路上不断成长。值得一提的是，欧派家居还为员工子女入学提供帮助，积极与周边优质学校建立合作关系，协调解决员工子女入学难题，这一举措不仅体现了企业对员工的关爱，更在很大程度上解决了员工的后顾之忧，使员工能够全身心地投入到工作中，对企业的忠诚度和归属感也得到了显著提升。

7. 社区贡献

社区贡献涵盖了就业促进、公益慈善、环境改善等多个方面，对社区的经济、文化、环境等发展有着积极而重要的意义。尽管在实践过程中面临着一些挑战，但通过企业自身的努力以及与各方的合作，不断完善资源整合、效果评估和投入机制，家居装饰行业能够更好地履行社区贡献责任，为构建和谐、可持续发展的社区做出更大的贡献，同时也有助于提升企业自身的社会形象和品牌价值，实现企业与社区的双赢发展。

美克美家的美克数创科艺园是集智造工厂与文化社区于一体的空间。它结合现代与传统设计，采用赣南围屋元素，既展示了客家文化，又打造了艺术氛围的社区。同时，通过高端原创设计，产品实现了可持续性、收藏价值和传承意义，反映了对环境保护和家居装饰行业未来的深思；自 2024 年起，美克美家响应“以旧换新”政策，回收旧家具并修缮后通过慈善拍卖售出，所得款项用于建设乡村学校的爱心艺术教室。与思源・新浪扬帆公益基金合作，开展“慈善拍卖 筑家助童”项目，在多个城市门店成功为新疆阿勒泰等地的学校筹建艺术教室，支持乡村美育教育。

8. 商业伦理

合规是奠定企业稳健发展的法治基石。家居企业在生产活动中需遵守环保法规，确保原材料合法合规，避免使用非法砍伐木材。生产过程中要严格遵循污染防治法规。同时，企业应依法纳税，避免偷税漏税，以维护市场公平竞争。建立内部合规管理体系是也是家居企业防范风险的关键。企业需设立合规部门或岗位，全面审查经营活动合规性。定期进行合规培训，提升员工合规意识，了解主要风险点及法律后果。建立风险预警和应急处理机制，关注法规变化，调整经营策略以符合新合规要求。

商业伦理是塑造企业可持续发展的道德灵魂。对于家居产品，企业应真实宣传产品性能、质量和环保指标。宣传家具环保等级时，必须基于真实检测数据，避免夸大或虚假宣传。若称家具使用“零甲醛”板材，需确保甲醛释放量达标，否则会损害消费者信任，导致品牌声誉受损。避免不正当竞争，如恶意低价倾销和商业诋毁。这种行为虽可短期内增加市场份额，但长期会破坏行业利润和市场秩序，损害企业和行业的可持续发展。从企业内部角度来看，商业伦理能够提高员工的忠诚度。当企业秉持公平、公正、诚信等商业伦理原则时，员工会感受到企业的价值观与自己的相符，从而更愿意为企业长期工作。

在家居装饰行业的治理过程中，合规性与商业伦理构成了企业稳健发展的两大支柱。合规性确保企业在法律框架内运行，而商业伦理则为企业提供了道德和社会层面的支撑。两者相辅相成，共同促进家居企业在复杂多变的市场环境中实现长期、健康、可持续的发展。

9. 管理层职责与监督及激励

家居企业董事会将可持续发展纳入核心职责范围。董事会成员需深入理解并监督企业的环境、社会和治理策略，确保企业在制定战略决策时充分考虑 ESG 因素。此举有助于防止企业因追求短期经济利益而忽视长期可持续发展的短视行为，引导企业向更加绿色、社会友好型的方向发展。同时，建立完善的监督机制，对管理层在 ESG 目标执行方面进行有效监督。董事会可定期审查企业的 ESG 报告，评估管理层是否按照既定的 ESG 战略推进各项工作，例如是否实现了预定的节能减排目标、员工权益保障是否到位等。这种监督机制能够促使管理层更加重视 ESG 工作，提高企业整体的 ESG 绩效。

在家居产业领域，ESG 政策正引导企业构建与 ESG 绩效相关的管理层激励机制。传统上，管理层激励主要依据财务指标，例如利润和销售额等。然而，在 ESG 框架下，企业开始将环境指标（如碳排放减少量、原材料的可持续采购比例）和社会指标（如员工满意度的提升、社区公益活动的参与度）纳入激励体系。例如，若管理层能够实现企业设定的碳排放量减少目标，或成功实施对社区发展有益的公益项目，将获得额外的奖金或股权激励。这种激励机制的转变促使管理层在决策过程中更加均衡地考虑经济、环境和社会利益，从而推动企业全面贯彻 ESG 理念。

宜家在董事会层面专门设立了可持续发展委员会。负责监督和制定公司在 ESG 战略方面的重大决策。例如，在应对欧盟新的家具环保标准时，委员会主导了对原材料采购政策的全面评估和调整，确保所使用的木材等原材料均来自可持续森林管理认证的供应商，以符合环境政策要求。他们的管理层的绩效考核与 ESG 目标紧密相连。其中包括设定了每年减少一定比例的运营碳排放目标、提高女性和少数族裔在管理层中的比例目标等。如果管理层能够带领团队达成这些目标，将在薪酬、晋升等方面获得相应奖励。这促使管理层积极推动各项 ESG 举措在公司内部的落地实施。



第三章　家居装饰行业的ESG案例

第一节 moooi

moooi 是荷兰创造的设计品牌，诞生于 2001 年。moooi 的名字本身来自于荷兰语的“美丽”（mooi），多加了一个字母 o，意思是再多加一分美丽。moooi 的创办人是 Marcel Wanders，最初创办 moooi 的目的是，为富有创造力的设计师们提供一个具有逻辑性思考的地点。从成立之初，moooi 就一直是国际设计师的平台，汇集了将过去和未来融为一体的多样化作品系列，从而打造出一个与个性和创新产生共鸣的品牌。如今，moooi 品牌已经不仅仅是一个家居用品生产商，它已经成为一种风格的代表，引领着最具创造性的流行时尚。

moooi 的涉猎范围涵盖了家居的方方面面，所有产品经过设计师之手均变得与众不同。将雕塑与家居用品完美合一，突显了现代感和大气气质。在 moooi 的设计中，人始终是核心因素，设计师渴望在功能性之外，创造艺术氛围。人的性格、品位、喜好和感情，都完美地展现在每一件产品中。

moooi 公司致力于通过创新设计推动可持续发展，其核心战略——设计未来（Designing the Future），贯穿公司所有的可持续行动和行为。这一战略强调通过设计的耐用性和长期价值，推动环保和责任消费。公司推出的 moooi generation 计划正是这一战略的具体体现，旨在延长产品生命周期，支持二手产品再利用。通过翻新、延长保修期、提供产品护照等措施，moooi 希望鼓励客户参与到可持续变革中，减少浪费并推动负责任的消费模式。

图 3：moooi 可持续战略：设计未来



来源：Moooi Sustainability Strategy

moooi 的可持续发展理念源于公司对设计的独特理解——设计不仅要美观，更要对社会和环境产生积极影响。最初，moooi 专注于设计驱动的创新，随着可持续发展的战略深入，公司现已开始关注更全面的社会和环境责任，尤其是产品的全生命周期及其对环境和社会的影响。

一、环境维度

moooi 公司在环境保护方面采取了多项措施，致力于通过提高资源效率、延长产品寿命和促进循环经济等手段，推动可持续发展。在这一过程中，公司始终严格遵守欧盟《可持续产品生产设计法规》，确保其战略方面的正确性，并在设计、生产和材料选择方面不断优化，提升环境绩效。

1. 负责任采购

moooi 强调负责任的材料采购，在产品生产中优先选用经过认证的木材、回收材料和低环境影响的原材料。公司还注重本地采购，以减少运输过程中产生的碳排放。此外，moooi 积极推进材料创新，探索使用可持续材料以增强产品设计。例如生物基塑料的应用减少了对石油基塑料的依赖，并促进了可再生资源的使用；在家具和室内装饰中使用再生纺织品，不仅降低了生产过程中的浪费，还为循环经济做出了贡献。

2. 耐用性

在设计和生产过程中，moooi 致力于提高资源效率和延长产品寿命。公司专注于制造经久耐用的产品，减少频繁更换的需求，进而减少资源消耗和环境负担。这种设计理念符合循环经济的原则，能够最大限度地延长产品的使用寿命并降低产品生命周期对环境的影响。同时，moooi 注重优质工艺的制作，确保产品具有较长的使用周期，不易损坏或过时，从而进一步提高了资源的使用效率。

3. 循环经济

moooi 的设计理念还强调循环经济，通过设计易于拆卸的产品，促进材料的回收、维修和再利用。公司将可持续设计与产品可拆卸性相结合，确保组件可以轻松拆卸，进行维护或再利用，从而减少浪费并延长产品的使用周期。此外，moooi 还通过耐用的设计和优质工艺，降低了产品生命周期的频繁更换需求，推动了循环经济的发展。

moooi 的可持续发展战略在材料采购、耐用性和循环经济三方面相互关联，形成了一个全面的价值链。通过这些举措，moooi 不仅减少了环境影响，还进一步推动了可持续设计的进程同时也严格遵循欧盟《可持续产品生产设计法规》（ESPR），确保公司在实现可持续发展目标的同时，保持法律和道德的合规性。

家居装饰行业作为资源密集型行业，受 ESPR 法规的影响尤为明显。家居制造过程中，木材、金属、塑料、纺织品等材料的使用，以及这些材料的生产、运输和处置，都会对环境产生较大的影响。因此，家居装饰行业需要在多个方面进行转型，符合法规要求。

- 设计与材料选择：更加注重生态设计，选择可持续、可回收的原材料。
- 产品生命周期延长和耐用性：在追求短期市场需求的同时，还要考虑如何使产品使用寿命更长，减少维修和更换的频率。
- 回收和再利用：产品使用结束后，材料能够高效回收并再次利用。
- 能效与低碳生产：改进生产工艺，减少能源消耗和碳排放。
- 环境标签和透明度：提供关于产品的环境影响信息（如碳足迹、资源使用等），标明产品是否符合绿色认证标准。

二、社会维度

moooi 以高度的社会责任感管理其供应链，致力于维护公平工资、营造安全工作环境，严格杜绝童工现象，确保每一环节都符合道德和可持续发展的要求。

1. **公平工资：**moooi 坚定承诺为员工及供应链合作方伙伴提供公平、合理的薪酬标准，确保所有工人能够获得足够维持体面生活的工资。公司以切实行动保障工人的经济权益，积极推动供应链各方共同践行这一原则。

2. **健康与安全的工作环境：**moooi 始终关注供应链中每位工人的健康与安全，严格执行国际劳工标准，与符合相关规范的供应商合作，共同营造安全、健康的工作环境。公司通过定期审核和培训，确保工人能够在无忧的环境下安心工作。

3. **禁止童工现象：**moooi 对童工问题采取零容忍态度。这一承诺不仅被清晰地阐述于其官方网站，更贯穿于所有业务环节中。公司通过严格的供应链监督机制，确保无任何合作伙伴或供应商在任何环节存在使用童工的情况。

4. **公司治理维度：**公司治理层面，moooi 面临一定的透明性不足，尤其是其在可持续发展计划的实施细节、第三方验证及利益相关方参与方面。这种局限性使得外界对其治理机制的完整性和有效性产生疑问。但是，公司在负责任采购和技术创新领域的积极举措，体现了其提升透明度和推动可持续发展的努力。

5. **技术创新：**技术创新是 moooi 在增强透明度方面的重要举措。通过“moooi generation”项目，公司率先引入区块链技术，实现了产品来源和生产过程的可追溯性。

moooi 在公司治理方面缺乏透明度，特别是在其可持续发展计划的实施细节、第三方验证和利益相关方参与方面。尽管公司注重道德生产和可持续采购，但还是缺乏详细的治理机构和透明度。这一技术手段有效解决了传统供应链信息不对称的问题，为消费者和利益相关方提供了可信的数据支持。此外，moooi 还推出了数字产品护照（Digital Product Passport，DPP），旨在记录和公开产品的生命周期，包括生产材料、工艺细节以及循环使用的潜力。这一举措符合欧盟《可持续产品生产设计法规》的核心目标，即提高产品的透明度和可持续性。

数字产品护照（DPP）是产品生命周期内信息的数字记录，包括来源、制造过程、使用、回收及处置方式。这一概念可以看作是产品的“数字身份证”，在公司可持续发展战略中展现了其广泛的用途和深远的积极影响。

- **环境层面：**DPP 提供了详细的产品生命周期数据，有助于降低产品对环境的影响；可以帮助消费者和企业理解产品的环境足迹，推动可持续设计和工艺。
- **社会层面：**DPP 为消费者提供透明、可核实的信息，帮助他们做出更环保的购买决策；通过提升可追溯性，保障供应链中的社会责任，减少不道德行为（如童工或环境破坏）。
- **治理层面：**DPP 可以帮助企业和监管机构确保对环境法规的合规性并追踪法规实施结果；通过实时更新，适应新技术和新法规要求，确保治理的灵活性的适应性。

数字产品护照不仅是一项技术工具，更是一种推动可持续发展/ESG 整合的实践方式。它通过增强透明度、促进循环经济、提升消费者教育和强化治理合规，推动了环境可持续性、社会责任感和企业治理水平的全面提升。在消费者对可持续产品需求日益增长的背景下，数字产品护照的应用将成为企业实现市场差异化和长期竞争优势的重要手段，同时为全球绿色经济的构建作出积极贡献。

【案例】moooi 的技术创新：The Button

The button 是 moooi 推出的一项技术创新，结合了数字身份验证、防伪认证和用户权益保护，旨在提升客户体验并推动设计行业的可持续发展。这一工具的推出不仅是产品保护的创新，也与可持续发展目标紧密相连，尤其是在提高产品生命周期透明度、支持原创设计、延长产品使用寿命方面发挥着重要作用。

- 防伪验证：the button 确保了每个产品的真实性，防止假冒伪劣产品流入市场，这一功能不仅保护了 moooi 的设计品牌和设计师的权益，还支持了技术创新和高质量设计的推动。通过技术手段打击假冒产品，moooi 确保优质设计能够得到应有的保护。
- 用户权益保护：消费者在购买 moooi 产品后，可通过注册延长产品保修期（最长 5 年）。这一承诺进一步增强了消费者对产品质量的信任，同时保护了消费者的投资，减少了维护成本，对环境的影响也随之减少。
- 可持续性承诺：通过产品的真伪认证和延长保修期，the button 延长了产品的使用寿命，减少了产品因故障或过时被丢弃的可能性，支持了循环经济的实践；通过注册产品，moooi 强化了产品的可追溯性和透明度，推动更负责任的消费行为和生产方式。

The button 不仅仅是 moooi 在技术创新方面的突破，它与可持续发展紧密相连，推动了更长寿命、可回收、可持续的设计模式。通过数字化 ID 系统，the button 为消费者提供了产品真伪认证、延长保修期的保障，同时推动产品生命周期延长和资源的高效利用，减少了资源浪费。此外，the button 也在推动品牌透明度、保护设计原创性、提高消费者意识方面发挥了积极作用，为设计行业的可持续发展做出了贡献。

第二节 欧派家居

欧派家居集团股份有限公司成立于 1994 年，最初以整体橱柜的生产制造起步。公司创始人凭借对家居市场的敏锐洞察和对消费者需求的理解，抓住市场机遇，逐步扩展业务范围，从单一的橱柜产品扩展到衣柜、木门、卫浴、软装、厨电等多个领域，形成了多元化的产业格局。

欧派家居“把欧派打造成世界卓越家居企业”为愿景，以“有家有爱有欧派”为品牌理念，致力于为消费者提供高品质的家居体验，通过不断的技术创新和管理优化，提升产品的质量和消费者的满意度。

欧派家居从成立之初就非常注重产品的质量和消费者的体验。公司建立了严格的品质控制体系，从原材料采购到生产制造再到成品检验，每一个环节都严格把关。公司还通过 ISO9001。

为了更好地服务消费者，欧派家居不断拓展销售渠道，建立了覆盖全国的营销网络。公司通过经销商、直营店、电商平台等多种渠道，为消费者提供便捷的购物体验。欧派家居全球门店已达 7,000 余家，产品畅销亚洲、欧洲、美洲等全球多个国家和地区。

一、基本情况

1. 发展历程

1994 年，欧派家居在广州成立，主要生产整体橱柜。公司凭借优质的产品和良好的服务，迅速在市场中站稳脚跟。1997 年，公司开始拓展衣柜业务，进一步丰富了产品线。

2000 年代初，欧派家居进入快速发展阶段。2005 年，公司成功引入战略投资者，进一步扩大了资本实力。2007 年，欧派家居在天津、清远等地建设生产基地，提升了生产能力。2010 年，公司开始布局智能家居领域，推出了一系列智能化家居产品。

2016 年至 2022 年，欧派家居连续 7 年入选中国品牌价值 500 强企业榜单，品牌价值逐年攀升。2023 年，公司以 578.06 亿元的品牌价值上榜 2022 中国最有价值品牌 500 强榜单，品牌价值进一步提升。这得益于公司在技术创新、品牌建设、市场拓展等方面的持续努力。

2. 市场与技术创新

欧派家居坚持“创新驱动发展”的战略，不断加大研发投入，提升产品技术含量。公司拥有一支超过 3,000 人的研发团队，每年的研发费用稳居行业前列，确保产品技术含量和创新性。公司通过自主研发和引进先进技术，不断提升产品的竞争力。例如，公司推出了“整家定制 2.0”模式，通过“全屋六大空间咨询规划+柜门墙配产品+菜单式计价”模式，真正解决消费者的整家需求痛点。此外，公司还推出了多款智能化家居产品，如智能衣柜、智能厨房等，提升了产品的科技含量和用户体验。

欧派家居不断创新营销模式，通过线上线下相结合的方式，提升品牌知名度和市场占有率。公司通过经销商、直营店、电商平台等多种渠道，不断扩大销售网络，提升市场覆盖率。已在全国范围内建立了 7,000 余家经销商门店，覆盖了各大城市和主要乡镇，形成了广泛的销售网络。同时，公司还积极拓展线上渠道，通过天猫、京东等电商平台，为消费者提供便捷的购物体验。

欧派家居建立了包括集团营销信息中心、制造信息中心、职能信息中心和专业化软件公司（北京嘉居科技）在内的信息化开发队伍。自主打造了营销支持软件 MTDS、设计软件 CAXA 等核心系统，提升了公司的信息化水平和管理效率。

同时，公司积极参与行业标准的制定，推动行业健康发展。例如，公司参与了《基于极限甲醛释放量的人造板室内承载限量指南》《人造板及其制品甲醛释放量分级》等多项国家标准的制定，为行业的规范化发展做出了贡献。

3. 制度与人才

欧派家居在管理方面不断优化，建立了 700 余份业务制度，涵盖职能、制造、营销三大系统业务。公司通过体系化协同保障机制，为终端在产品竞争、渠道抢占、策略调整、管理升级等多方面保驾护航。例如，公司通过 MTDS 终端设计营销服务管理体系，实现了从“人指挥机器”向“机器指挥机器”的转变，降低了对人的依赖程度，进一步提升了人效。

欧派家居在人才培养方面也下足功夫，通过“筑巢引凤”的人才引入战略，不断提升团队的整体素质和战斗力，为实现企业愿景提供坚实的人才保障。公司还建立了完善的人才培养体系，通过内部培训、外部合作等多种方式，不断提升员工的专业技能和综合素质。

4. 业务布局和品牌建设

欧派家居在中国设有五大智能化生产基地，分别位于天津、清远、无锡、成都和武汉，总建筑面积超过 200 万平方米。这些基地覆盖了半径 300km 范围内的供应体系，构建了“4 小时物流圈”辐射全国。通过这一布局，公司能够快速响应市场需求，提高生产和物流效率，降低运营成本。

- **清远基地：**“南方生产基地”满足华中、华南市场的需求，同时辐射世界各地。通过智能化生产和管理，实现了高效的生产和物流配送，提升了公司的市场竞争力。
- **天津基地：**主要生产橱柜、衣柜等产品，满足华北地区的市场需求。基地采用了先进的生产设备和自动化生产线，提高了生产效率和产品质量。
- **无锡基地：**主要生产智能家居产品，满足华东地区的市场需求。基地采用了先进的智能制造技术和设备，实现了高度自动化和智能化生产。
- **成都基地：**定位于智能家居，释放定制家居智能转型潜力，满足西南地区的市场需求。成都基地通过智能化生产和管理，实现了高效的生产和物流配送，提升了公司的市场竞争力。
- **武汉基地：**以华中智能制造基地为新起点，进一步释放优质产能。

欧派家居旗下拥有多个品牌，包括：

- **欧派：**中高端品牌，涵盖橱柜、衣柜（全屋定制）、卫浴、软装配饰、电器等产品，产品定位中高端。
- **miform：**高端品牌，主要面向高端市场，提供高品质的家居产品。
- **欧铂丽：**轻奢时尚品牌，主要面向年轻消费群体，提供时尚、简约的家居产品。
- **铂尼思：**整装大家居品牌，提供一站式家居解决方案，满足消费者对家居的整体需求。
- **欧铂尼：**国民品牌，主要面向大众市场，提供性价比高的家居产品。
- **欧图：**门窗品牌，主要提供高品质的门窗产品。

这些品牌形成了覆盖多层次消费群体的品牌发展矩阵，全方位满足差异化市场需求。公司通过不同的品牌定位，满足不同消费群体的需求，从而扩大市场份额，提升品牌影响力。例如，欧派品牌主要面向中高端市场，提供高品质的家居产品；欧铂丽品牌主要面向年轻消费群体，提供时尚、简约的家居产品；欧铂尼品牌主要面向大众市场，提供性价比高的家居产品。

品牌建设方面，欧派家居注重品牌规划和品牌宣传。公司制定了详细的品牌管理制度，通过各类媒体渠道实施公益品牌宣传广告、硬性广告、软性新闻宣传，并积极参与各类公益性赞助活动，组织各类庆典、新闻发布会、促销推广、招商展览活动等，不断提升品牌的知名度和美誉度。例如，公司通过赞助各类公益活动，如“广东扶贫济困红棉杯”“广州社会组织助力乡村振兴突出贡献单位”等，提升了品牌的公益形象和社会责任感。

欧派家居通过“10+1”终端经营模式，通过范围覆盖较广的经销门店、统一整洁的设计装修和训练有素的专业人员展示公司整体形象，提高“欧派”“欧铂丽”“欧铂尼”“铂尼思”“miform”系列品牌的知名度和美誉度。公司对经销商经营成效、服务质量设有完备的考核、监督、预警机制，以最大程度保护终端消费者的利益，维护欧派品牌的美誉度。例如，公司通过定期的经销商培训和考核，提升经销商的服务水平和销售能力，确保消费者获得优质的购物体验。

二、ESG 核心议题

(一) 绿色生产

1. 绿色设计

欧派家居在产品设计阶段就充分考虑环保因素，采用环保材料和设计，减少对环境的影响。具体而言，欧派家居使用了以下几种环保材料：

- **竹材**：竹子生长速度快，可再生性强，是一种可持续发展的天然材料。欧派家居在多个产品线中使用竹材，如竹制家具和地板，以减少对森林资源的依赖。
- **再生木材**：使用回收的木材进行再加工，减少对原始森林的砍伐。公司通过与回收机构合作，确保回收木材的质量和供应稳定性。
- **低 VOC 涂料**：使用低挥发性有机化合物（VOC）的涂料，减少有害物质的排放。公司与涂料供应商合作，开发低 VOC 涂料，确保其性能和环保性。
- **生物基塑料**：采用植物纤维制成的塑料，可降解，减少塑料垃圾。欧派家居在一些家居配件中使用生物基塑料，如抽屉把手和装饰件。

欧派家居通过与环保机构合作，引入先进的环保设计理念，确保产品在设计阶段就符合环保标准。例如，公司与意大利米兰大学教授合作解决家具工艺结构问题，确保产品设计始终站在行业前沿。

此外，公司还利用 CAXA、MTDS 等先进的设计软件，进行产品设计和模拟，实现高效的设计流程。通过 3D 设计软件，为客户提供虚拟现实（VR）体验，让消费者在下单前就能直观地看到未来家居的效果，大大提升了客户的满意度。

2. 清洁生产

欧派家居在生产过程中采用清洁生产技术，减少废水、废气和固体废物的排放。公司投资建设了先进的污水处理设施和废气处理设施，确保生产过程中产生的污染物得到有效处理。具体措施包括：

- **污水处理设施**：公司投资建设了高效的污水处理系统，采用生物处理和物理化学处理相结合的方法，确保废水达标排放。
- **废气处理设施**：公司安装了先进的废气处理设备，如活性炭吸附装置和催化燃烧装置，有效去除生产过程中产生的有害气体。
- **固废处理**：公司建立了固废分类和回收系统，将可回收的废弃物进行再利用，减少填埋量。

此外，欧派家居通过实施 VOC 旋流塔补水节能改善项目，提高了水资源利用率，减少了能源消耗。该项目通过优化旋流塔的补水系统，减少了不必要的水资源浪费，提高了系统的整体效率。

3. 精简包装

欧派家居在包装设计上采用简约环保的理念，减少包装材料的使用，降低包装废弃物的产生。具体措施包括：

- **简约包装设计**：公司采用简约的设计风格，减少包装材料的使用，同时确保包装的保护功能。
- **可回收材料**：使用可回收的包装材料，如纸板和生物降解塑料，减少对环境影响。
- **包装再利用**：鼓励客户将包装材料返回，进行再利用或回收处理，减少资源浪费。

公司还通过智能仓储系统，实现了库存的自动化管理，提高了库存周转率，进一步减少了包装材料的使用。

4. 低碳运输

在物流环节，欧派家居采用低碳运输方式，优化运输路线，减少运输过程中的碳排放。具体措施包括：

- **优化运输路线**：公司通过信息化手段，探索定制家居产品物流业务的新模式，规范厂内、厂外的物流流程，优化运输路线，减少运输距离。
- **低碳运输工具**：公司与物流公司合作，采用电动货车和混合动力车辆，进一步降低运输过程中的环境污染。
- **运输管理**：公司建立了物流监控中心，实时监控物流状态，及时发现和解决问题，确保运输过程的透明度和可控性。

5. 清洁能源

◆ 光伏发电项目

欧派家居在广州总部、清远、天津、无锡等多个基地建设了光伏发电项目，采用“自发自用，余电上网”模式，所产生电能优先用于生产运营，余电并入国家电网。公司全年的光伏发电量超过 1,200 兆瓦时，相当于节约标准煤 1.2 万吨，减少二氧化碳排放量达 1.2 万吨。

- **广州总部项目**：主要分布在北区办公大楼及宿舍楼楼顶，建设面积约 1.2 万平方米，于 2022 年 6 月投产，装机容量为 1.5 兆瓦，年度发电量为 1,200 兆瓦时。项目采用了高效太阳能电池板，确保发电效率。
- **清远基地项目**：分布在 ABCDEFHIJ 栋厂房屋顶、厂区停车棚和生活区各宿舍楼顶，建设面积约 20 万平方米，一期于 2022 年 12 月底并网发电，二期于 2023 年 1 月份并网发电，装机容量为 20 兆瓦，年度发电量为 2,000 兆瓦时。项目采用了智能监控系统，实时监测发电情况，确保系统的稳定运行。
- **天津基地项目**：主要分布在 ABCDEF-GH 栋厂房楼顶，于 2022 年 3 月投产，装机容量为 1.2 兆瓦，年度发电量为 1,200 兆瓦时。项目采用了先进的逆变器技术，提高电能转换效率。
- **无锡基地项目**：分布在 ABCDEF 六个屋面，建设面积约 1.5 万平方米，2022 年 5 月并网发电，装机容量为 1.8 兆瓦，年度发电量为 1,800 兆瓦时。项目采用了防尘和防水设计，确保设备长期稳定运行。

◆ 能源管理体系认证

欧派家居积极推动能源管理体系认证，清远欧派集成家居有限公司已通过 GB/T23331-2020/ISO50001:2018 及 EWC-R-En-FM:2019 能源管理体系认证，进一步提升能源管理水平。公司通过建立完善的能源管理体系，定期进行能源审计，确保能源使用的高效和环保。

6. 资源节约

◆ VOC 旋流塔补水节能改善

欧派家居通过实施 VOC 旋流塔补水节能改善项目，提高了水资源利用率，减少了能源消耗。该项目通过优化旋流塔的补水系统，减少了不必要的水资源浪费，提高了系统的整体效率。具体措施包括：

- **智能补水系统**：采用智能控制系统，根据实际需要自动调节补水频率和水量，避免过度用水。
- **循环利用**：将处理后的水进行循环利用，减少新鲜水的使用量。
- **定期维护**：定期对旋流塔进行维护和检查，确保设备的正常运行，延长使用寿命。

◆ 冷却循环水使用

公司在生产过程中采用冷却循环水系统，通过循环使用冷却水，减少了水资源的消耗。冷却循环水系统还配备了先进的水质监测设备，确保水质符合生产要求，避免因水质问题影响生产效率。具体措施包括：

- **循环水系统**：建立封闭式循环水系统，减少水资源的浪费。
- **水质监测**：配备在线水质监测设备，实时监测水质指标，确保水质符合生产要求。
- **定期检测**：定期进行水质检测和系统维护，确保系统的稳定运行。

◆ 喷房送风柜补水泵节能改善

欧派家居通过改进喷房送风柜的补水泵系统，实现了节能效果。该项目通过优化补水泵的运行参数，减少了能耗，提高了系统的稳定性。具体措施包括：

- **智能控制**：采用智能控制系统，根据实际需要自动调节补水泵的运行参数，避免过度耗能。
- **定期维护**：定期对补水泵进行维护和检查，确保设备的正常运行，延长使用寿命。
- **节能改造**：对现有系统进行节能改造，提高系统的整体能效。

(二) 定制家居产品与创新

1. 产品设计与研发

欧派家居利用 CAXA、MTDS 等先进的设计软件，大幅提升了设计效率和精准度，支持从客户需求收集到设计方案生成的全流程信息化管理，实现了高效的设计流程。通过 3D 设计软件，为客户提供虚拟现实（VR）体验，让消费者在下单前就能直观地看到未来家居的效果，大大提升了客户的满意度。

- **大幅提升设计效率与精准度：**CAXA 和 MTDS 等设计软件不仅加快了设计速度，还确保了设计方案的高精度，减少了设计和生产过程中的错误和返工。
- **增强客户参与感与满意度：**通过提供虚拟现实（VR）体验，客户可以在下单前直观地预览家居效果，增强客户的参与感和决策信心，显著提高了客户满意度。
- **支持个性化定制服务：**先进的设计软件能够处理复杂多变的客户需求，确保每个定制产品的独特性和高质量，满足消费者对个性化家居的需求。
- **优化资源分配与使用：**借助数据分析和智能调度，设计软件帮助公司更合理地规划生产资源，减少浪费，提高资源利用率。

这些设计软件对 ESG 的帮助在于：

- **促进环境友好型生产：**通过精确的设计和模拟，减少了不必要的材料浪费，降低了生产过程中的资源消耗，有助于实现绿色生产和可持续发展。
- **强化社会责任履行：**通过提升客户体验和服务质量，体现了公司对消费者权益的关注；同时，员工技能的提升也促进了职业发展和社会责任的履行。
- **提升公司治理水平：**信息化手段的应用加强了内部沟通和协作，确保信息传递的及时性和准确性，提升了公司的管理水平和风险应对能力，进一步推动了企业治理的现代化进程。

2. 个性化定制

欧派家居自主研发的信息化系统，实现了从客户需求的收集、设计方案的生成到生产制造的全流程管理。该系统能够快速响应市场变化，提高生产效率，同时确保每个定制产品的独特性和高质量。

欧派家居通过数据分析，不断优化生产流程，减少浪费，提高资源利用率。公司建立了大数据平台，收集和分析客户数据，为个性化定制提供精准的数据支持。

欧派家居的生产系统能够灵活调度，根据订单需求调整生产线，确保个性化定制产品的高效生产。公司通过智能化设备和自动化生产线，实现了大规模非标定制家居的高效生产。

3. 技术创新

欧派家居在净醛技术方面取得了显著进展，推出了净醛 3.0 产品，有效解决了室内甲醛污染问题。公司还通过机器人柔性制造技术，实现了大规模非标定制家居的高效生产，进一步提升了生产效率和产品质量。

欧派家居近年来荣获国家级工业设计中心、广东省政府质量奖等多项荣誉，彰显了公司在技术创新方面的实力。公司还积极参与行业标准的制定，推动行业技术进步。

4. 产品创新

欧派家居不断推出新产品，如净醛 3.0、整家定制 2.0 等，引领行业发展趋势，提升市场竞争力。公司还通过不断优化产品设计和生产工艺，推出了一系列高附加值的新产品，如智能衣柜、智能家居系统等，满足了消费者对高品质生活追求。

欧派家居通过市场调研和用户反馈，不断改进和优化产品设计，确保产品符合市场需求。公司建立了用户反馈机制，定期收集和分析用户意见，为产品创新提供数据支持。

欧派家居与多个领域的知名企业合作，共同开发新产品。例如，公司与家电企业合作，推出智能家居系统，实现家居产品的互联互通。公司还与互联网企业合作，开发智能家居 APP，为用户提供更加便捷的家居管理体验。

(三) 高效供应链管理

1. 供应商管理

欧派家居建立了一套严格的供应商筛选和评估体系，涵盖了供应商的资质、质量、价格、交货期等多个方面。公司通过 SRM（供应商关系管理）平台，实现了供应商信息的集中管理和实时更新，确保了所有评估数据的准确性和透明度。

SRM 平台还支持在线评估和反馈机制，使得供应商能够及时了解自身的考核结果并作出相应改进。此外，该平台促进了与供应商之间的高效沟通与协作，有助于快速解决潜在问题，确保供应商的质量和可靠性。

公司定期举办供应商大会，与供应商进行面对面的交流，分享行业动态和最佳实践，共同提升供应链管理水平。通过大会，公司能够及时了解供应商的最新技术和产品，为未来的合作奠定基础。

欧派家居通过现场招标的方式，选择符合资质的供应商，实现优中选优，达到预期采购目标。公司还设立了供应商黑名单制度，对不合格的供应商进行淘汰，确保供应链的稳定性和可靠性。

欧派家居为供应商提供培训和支持，帮助他们提升管理水平和生产能力。公司还通过供应链金融等方式，为供应商提供资金支持，缓解他们的资金压力。

2. 物流管理

欧派家居通过信息化手段，积极探索定制家居产品物流业务的新模式，例如引入智能物流系统和大数据分析来优化库存管理和运输路径，规范厂内、厂外的物流流程。公司制定了涵盖仓储、发运、干线、配送管理等相关制度，并在制造体系下设置了物流中心，负责集团产品的全环节物流管理。

具体来说，欧派家居利用先进的信息化平台整合物流资源，实现了从订单处理、库存控制到最终配送的全流程数字化管理，确保了每个物流环节的高效运作与透明度。同时，通过实时数据监控和分析，公司能够动态调整物流策略，以应对市场变化和客户需求，从而降低运营成本并提高客户满意度。此外，欧派家居还建立了物流监控中心，可以实时跟踪货物状态，及时发现并解决可能出现的问题，保证了物流服务质量和可靠性。

通过先进信息化系统，实现了物流过程的全程跟踪和管理，确保每个环节透明度和可控性。公司还建立了物流监控中心，实时监控物流状态，及时发现和解决问题。具体优化了运输路线规划和货物配送调度，减少了运输时间和成本，提高了整体物流效率。

欧派家居加强了库存期限管理，确保各类原材料及物料的有效储存期，并严格执行先进先出原则，这一原则可以有效避免物料过期或变质，确保物料的质量和安全。公司通过智能仓储系统，实现了库存的自动化管理，提高了库存周转率，从而降低了库存持有成本并提升了供应链响应速度。

为了解决行业运输中常见的在途管理缺失、多次中转造成的运损高等问题，欧派家居优化了运输路线和方式，减少了运输时间和成本。公司还通过与物流公司合作，采用先进的物流技术和设备，提高运输效率，减少运输损失。

(四) 品牌建设和市场营销

1. 品牌建设

欧派家居通过多种渠道进行品牌建设和市场营销，包括线上电商平台、线下实体店、广告宣传等。公司在天猫、京东等主流电商平台开设官方旗舰店，通过电商平台进行产品销售和品牌推广。

欧派家居通过电视、报纸、杂志等传统媒体进行广告宣传，提升品牌知名度。还通过社交媒体、短视频平台等新媒体进行品牌推广，吸引更多年轻消费者的关注。

欧派家居积极参与行业展会和论坛，与行业内的专家学者和企业进行交流，共同推动行业的发展。公司通过展会和论坛，展示最新的产品和技术，提升品牌影响力。

欧派家居通过讲述品牌故事，传递“有家有爱有欧派”的品牌理念，增强消费者的情感共鸣。公司还通过公益活动和社区参与，树立良好企业形象，提升品牌的社会责任感。

2. 渠道拓展

欧派家居在全国范围内开设了多家专卖店，为消费者提供全方位的购物体验。公司通过与优质经销商合作，充分利用经销商的经验和社会资源，快速建设销售渠道及网络。

欧派家居在一线城市和重点城市设立了直营店，通过自营模式，确保品牌形象和产品质量的一致性。公司还通过直营店，收集市场反馈，及时调整营销策略。

欧派家居与多家房地产开发商和工程承包商建立了合作关系，通过大宗业务模式，为工程项目提供高质量的家居产品和服务。公司还拓展大宗业务市场，增加销售收入。

欧派家居积极拓展国际市场，通过出口业务，将产品销往海外。公司在欧美、东南亚等地区建立了销售网络，通过参加国际展会和贸易洽谈，扩大国际市场份额。

欧派家居通过电商平台和社交媒体进行产品销售和品牌推广，吸引了大量年轻消费者。公司还通过直播带货、社交电商等方式，创新营销模式，提升线上销售业绩。

(五) 社会责任

1. 员工发展

欧派家居重视员工的成长和发展，提供丰富的培训机会，包括职业技能培训、管理培训、领导力培训等。2022 年，公司员工接受培训 12,000 小时，平均每人受训时长为 20.0 小时，培训投入金额合计 120 万元。此外，公司还设立了专门的研发基金，用于支持创新项目和新技术开发，例如在净醛技术方面取得了显著进展，推出了净醛 3.0 产品。具体措施包括：

- **技能培训**：提供职业技能培训，如木工技能、电工技能等，提升员工的专业能力。
- **管理培训**：提供管理培训课程，培养员工的管理能力和领导力。
- **领导力培训**：提供领导力培训，帮助员工成为优秀的团队领导者。

公司建立了完善的培训体系，包括新员工入职培训、在职培训、晋升培训等，确保员工在不同发展阶段都能获得相应的培训支持。通过线上培训平台和线下培训课程，公司为员工提供了多样化的学习方式，满足不同员工的学习需求。具体措施包括：

- **新员工培训**：为新员工提供全面的入职培训，帮助他们快速融入公司文化。
- **在职培训**：定期为在职员工提供培训，提升他们的专业技能和综合素质。
- **晋升培训**：为有晋升潜力的员工提供专项培训，帮助他们更好地胜任更高职位。

欧派家居为员工提供职业发展规划指导，帮助员工明确职业目标，制定个人发展计划。公司还设立了职业发展导师制度，为员工提供一对一的职业发展指导和支持。此外，公司通过与知名高校和研究机构的合作，如与华南理工大学联合开展关于石英石废渣利用的基础研究，为员工提供了更多的学习和研究机会。具体措施包括：

- **职业规划**：为员工提供职业发展规划指导，帮助他们明确职业目标。
- **发展计划**：为员工制定个人发展计划，提供必要的培训和支持。
- **导师制度**：设立职业发展导师制度，为员工提供一对一的职业发展指导和支持。

2. 公平用工

欧派家居确保合理用工，全年劳动合同签订率 100%，所有员工都签订了合法的劳动合同。公司严格按照国家劳动法律法规，为员工提供合理的薪酬福利和工作条件，确保员工的合法权益。具体措施包括：

- **劳动合同**：确保所有员工都签订了合法的劳动合同，明确双方的权利和义务。
- **薪酬福利**：为员工提供合理的薪酬和福利，确保员工的生活质量。
- **工作条件**：提供良好的工作环境和条件，确保员工的安全和健康。

欧派家居坚持公平雇佣原则，杜绝任何形式的歧视行为，确保招聘和晋升过程中公平公正。公司建立了完善招聘和晋升制度，确保每个员工都有平等机会参与竞争。例如，公司通过严格的供应商筛选和评估体系，确保供应商的质量和可靠性。具体措施包括：

- **招聘制度**：建立公平的招聘制度，确保招聘过程中的公平公正。
- **晋升制度**：建立透明的晋升制度，确保每个员工都有平等的晋升机会。
- **反歧视**：杜绝任何形式的歧视行为，确保所有员工的权益得到保护。

欧派家居建立了员工权益保障机制，设立员工意见反馈服务中心，及时解决员工的合理诉求。公司还通过职工代表大会和员工代表恳谈会等渠道，收集和反馈员工的意见和建议，不断改进管理和服务。具体措施包括：

- **意见反馈**：设立员工意见反馈服务中心，及时解决员工的合理诉求。
- **职工代表大会**：定期召开职工代表大会，听取员工的意见和建议。
- **员工恳谈会**：组织员工代表恳谈会，收集员工意见和建议，不断改进管理和服务。

3. 社区参与

欧派家居积极参与乡村振兴项目，通过提供资金支持和技术支持，帮助农村地区改善基础设施，提升农民的生活水平。公司在多个乡村开展了扶贫济困活动，为贫困家庭提供生活物资和医疗援助，改善他们的生活质量。具体措施包括：

- **资金支持**：提供资金支持，帮助农村地区改善基础设施。
- **技术支持**：提供技术支持，帮助农村地区发展特色产业。
- **扶贫济困**：开展扶贫济困活动，为贫困家庭提供生活物资和医疗援助。

欧派家居关注教育事业，通过捐资助学、设立奖学金等方式，支持贫困地区教育发展。公司还与多所学校合作，开展教育帮扶项目，为学生提供学习资源成长机会。例如，公司通过市场调研和用户反馈，不断改进和优化产品设计，确保产品符合市场需求。具体措施包括：

- **捐资助学**：提供资金支持，帮助贫困地区的学生完成学业。
- **设立奖学金**：设立奖学金，奖励优秀学生，激励他们努力学习。
- **教育项目**：与多所学校合作，开展教育帮扶项目，为学生提供学习资源成长机会。

欧派家居积极参与各类公益活动，如环保行动、志愿服务等，提升企业的社会影响力。公司成立了欧派公益基金会，通过基金会开展各类公益活动，累计捐赠金额超过 1,000 万元。具体措施包括：

- **环保行动**：参与环保行动，提高公众的环保意识。
- **志愿服务**：组织员工参与志愿服务，帮助社区解决实际问题。
- **公益捐赠**：通过欧派公益基金会，开展公益活动，累计捐赠超过 1,000 万元。

欧派家居因在社区参与和公益事业方面的突出贡献，获得了多项荣誉，如“广东扶贫济困红棉杯铜杯”和“广州社会组织助力乡村振兴突出贡献单位”。具体荣誉包括：

- **广东扶贫济困红棉杯铜杯**：因在扶贫济困方面的突出贡献，获得“广东扶贫济困红棉杯铜杯”。
- **广州社会组织助力乡村振兴突出贡献单位**：因在乡村振兴方面的突出贡献，获得“广州社会组织助力乡村振兴突出贡献单位”。

(六) 公司治理

1. 透明沟通

欧派家居建立了透明的沟通渠道，严格履行信息披露义务，确保所有利益相关方能够及时获取公司的相关信息。公司通过官网、年报、季报等多种渠道，定期发布财务报告、经营状况、重大事项等信息，确保信息披露的及时性和准确性。

公司设立了投资者关系管理部门，通过股东大会、投资者交流活动、上证 e 互动平台、官网及投资者关系热线或邮箱等多种渠道，与投资者保持密切沟通。通过定期举办投资者交流活动，公司及时解答投资者的问题，增强投资者对公司的信任和信心。

欧派家居连续多年荣获上交所信息披露工作评价 A 级，显示了公司在信息披露方面的高水平和透明度。公司通过内部培训和考核，不断提升信息披露的质量和效率。

2. 风险管理

欧派家居建立了完善的风险管理和内部控制体系，针对 ESG 高风险领域对应建立内控管理办法或规范。公司设立了风险管理委员会，负责统筹和协调公司的风险管理事务，确保风险管理工作的有效实施。具体措施包括：

- **风险管理体系**：建立完善的风险管理体系，覆盖公司各个业务环节。
- **风险管理委员会**：设立风险管理委员会，负责统筹和协调公司的风险管理事务。
- **内控管理办法**：针对 ESG 高风险领域，建立内控管理办法或规范，确保风险管理的有效性。

公司通过政策文件分析、披露标准分析、同行议题对标等方式，识别出公司面临的各类风险，并进行综合评估。公司还建立了风险数据库，定期更新和维护，确保风险信息的准确性和时效性。具体措施包括：

- **政策文件分析**：分析相关政策文件，识别公司面临的政策风险。
- **披露标准分析**：分析披露标准，识别公司面临的披露风险。
- **同行议题对标**：与同行进行对标，识别公司面临的行业风险。
- **风险数据库**：建立风险数据库，定期更新维护，确保风险信息的准确性和时效性。

欧派家居针对识别出的风险，制定了具体的应对措施，包括风险规避、风险降低和风险接受等。公司还通过内部培训和演练，提高员工的风险意识和应对能力，确保在风险发生时能够迅速响应和处理。具体措施包括：

- **风险规避**：对于可以规避的风险，采取措施进行规避。
- **风险降低**：对于难以规避的风险，采取措施进行降低。
- **风险接受**：对于无法规避和降低的风险，采取措施进行接受。
- **内部培训**：定期进行风险管理培训，提高员工的风险意识。
- **内部演练**：定期进行风险管理演练，提高员工的应对能力。

公司全年开展风险与合规培训课程 10 项，覆盖了风险管理、合规管理、内部控制等多个方面。通过培训，公司提高了员工的风险管理能力和合规意识，确保公司各项业务的顺利开展。具体措施包括：

- **风险管理培训**：开展风险管理培训，提高员工的风险管理能力。
- **合规管理培训**：开展合规管理培训，提高员工的合规意识。
- **内部控制培训**：开展内部控制培训，提高员工的内部控制能力。

3. 商业道德

欧派家居积极推行商业道德，开展 100 场正道文化培训，商业道德培训覆盖率 100%。公司通过培训，增强了员工的商业道德意识，确保员工在工作中遵循诚信、公正、透明的原则。具体措施包括：

- **正道文化培训**：开展 100 场正道文化培训，商业道德培训覆盖率 100%。
- **培训内容**：培训内容涵盖商业道德的基本原则和具体要求。
- **培训效果**：通过培训，增强了员工的商业道德意识，确保员工在工作中遵循诚信、公正、透明的原则。

欧派家居对外开展商业伙伴宣贯，共计巡访供应商 100 家、经销商 200 家，宣传公司的商业道德标准和要求。通过巡访，公司与商业伙伴建立了良好的合作关系，共同维护行业的健康发展。具体措施包括：

- **供应商巡访**：巡访供应商 100 家，宣传公司的商业道德标准和要求。
- **经销商巡访**：巡访经销商 200 家，宣传公司的商业道德标准和要求。
- **宣贯内容**：宣贯内容涵盖商业道德的基本原则和具体要求。

欧派家居建立了健全反贪腐体系与监管机制，持续抵制不正当竞争。公司还设立了举报热线和邮箱，鼓励员工和商业伙伴举报不道德行为，确保公司的商业活动合法合规。具体措施包括：

- **反贪腐体系**：建立健全反贪腐体系，持续抵制不正当竞争。
- **监管机制**：建立监管机制，确保反贪腐体系的有效运行。
- **举报热线**：设立举报热线，鼓励员工和商业伙伴举报不道德行为。
- **举报邮箱**：设立举报邮箱，鼓励员工和商业伙伴举报不道德行为。

欧派家居积极弘扬正道文化，通过企业文化建设和员工培训，营造良好企业氛围。公司还通过定期举办正道文化活动，增强员工的归属感和凝聚力，提升企业的整体形象。

第三节 宜家家居

宜家是由瑞典企业家奥多尔·英格瓦·坎普拉德（Feodor Ingvar Kamprad）于 1943 年在创立的，是全球最大的家居装饰零售商之一。宜家承诺将向人类和地球可持续方向发展，秉持着“益于人类和地球”的战略原则，致力于在整个价值链中推动可持续发展，努力平衡经济增长、环境保护和社会责任，以确保公司的长期成功与地球和人类的福祉相契合。宜家集团将与经营业务相关的重要议题之间的关联进行了重新组合。

一、环境维度

1. 物料来源

宜家致力于确保木材来源的可持续性，98%以上的产品木材来自可回收纤维板或可回收木材等来源。宜家与世界自然基金会合作 20 年，于 2023 年 1 月推出数字地图用来提高木材采购透明度。该地图是行业领先的全球木材供应地图，分享宜家使用的所有木材的位置，包括有关木材的新信息、物种、它来自的地区等信息；该地图还可以显示 IKEA 的业务规模以及运作方式，改善整个地区的森林管理及林材供应市

场。消费者及其他相关方通过扫描产品码可以通过电子地图清晰地了解宜家产品木材出处，从而提高了木材来源的透明度。

2023 年开始，宜家在立陶宛的卡兹鲁达板材工厂使用新型生物基胶水，预计到 2030 年，产品生产中使用的胶水材料对应的温室气体排放量将减少 30%。

宜家的部分餐具产品首次使用陶瓷生产废料制造新的餐具，SILVERSIDA 系列产品就是由 65%-70%的工厂废料制成。

2021 年，宜家推出新的循环产品设计工具，分享循环设计方案，在循环使用方案目标是让宜家的每件商品都具备再利用、再修复、重复使用、再出售和回收等功能。同时宜家还提供家具回购服务和配件回购服务。宜家开发了“宜小家”小程序客服，客户通过拍照上传产品照片、产品货号等信息，获得宜家商场工作人员的报价，若客户接受报价，则可获取线上“回购编号”。客户通过“回购编号”将产品提供给宜家线下门店，完成产品的回收，并获得一张对应价值的“回购退换卡”，用于线下商场的消费。

2. 能源

2022 年，宜家推出节能 LED 灯泡、低价室内空气净化器等循环经济相关产品。这些产品可用于住宅与办公等多种场景，例如 LED 节能灯炮可在使用较低的电量的同时，提高日常生活中照明系列的能效；宜内空气净化器采用节能环保设计，采用环保可再生材料作为净化器主要原材料，该产品能高效过滤污染物。另外，净化器的设计采用了节能设计，可根据空气质量情况自动调节机器速度，实现节能降耗。

宜家使用可再生电力进行生产和经营，可再生电力使用份额在零售、物流服务和生产环节均有提升。全球各地的宜家商场和建筑中安装太阳能电池板，利用太阳能光伏发电。到 2023 年已实现年发电量 800 万度，可覆盖工厂耗电的 50%。另外，在供应链领域，宜家为直接供应商提供本地解决方案，包括捆绑框架协议和购电协议（PPA），以预先协商的价格从电网购买可再生电力，涵盖无法现场产生的电力需求。宜家 2021 年在中国、印度和波兰等三个市场推出了可再生能源计划，该计划成功推出后，又增加了十个新市场，包括捷克共和国、德国、意大利等。2025 年，宜家宣布再次扩展该计划，新增 14 个市场，包括孟加拉国、巴西、保加利亚等。通过这种方式，宜家提高了其产品生产中可再生电力的份额，如在 2023-2024 财年期间，越南的供应商使用的可再生电力份额增加了 40 个百分点，达到 84%。

3. 水资源与污水

研发节水产品，投资水循环淋浴解决方案，参与城市试点项目，提高水资源早用效率。在节水产品方面，研发了节水水嘴等。例如，BROGRUND 水龙头就是一种节约水资源的产品，它能够使客户消耗更少的水和能量；ÄLMAREN 艾玛兰厨房混合型水龙头、DELSJÖN 黛尔欢水龙头等都采用了节水技术，最高可减少 50%的用水量。此外，ÅBÄCKEN 阿贝肯龙头用雾喷嘴在喷雾模式下可减少 95%的用水量，在喷淋模式下可减少 66%的用水量。能够有效减少水资源的浪费。像 HAMNSKÄR 汉斯卡、BROGRUND 布鲁格隆德等水龙头这两款产品，能够在冷启动模式下开启加热，降低了加热水所消耗的能源。

宜家正和丹麦公司 FlowLoop 合作研发一款能达到「节水+回收过滤」功能的淋浴系统。该项目始于 2020 年，目标在于打造一套最多能节水 80%和节能 70%的淋浴系统。虽然目前该设计仍在研发测试中。FlowLoop 的淋浴系统采用了基于紫外线的净化系统，声称可杀死 99%的细菌、病毒和微生物，并配有两层过滤系统，可提供干净的淋浴用水。该产品大致的工作流程可能是：当洗澡水从淋浴头喷出，洗刷过身体流往下水道之后，会经过多重滤芯来过滤毛发和其他杂质，活性炭去除水中的异味和化学物质，接着再用紫外线杀菌消毒。经过处理后的水，比水龙头流出来的水还要纯净，而且由于循环水本身就是热水，所以只需要再消耗一点点的能源，就能让热水循环起来。

4. 可再生电力

使用的可再生电力的份额逐年提升，从 2021 年 10 个样板商店 100%使用可再生电力，到 2023 年已于 21 家宜家商场实施节能计划。

宜家在中国 14 个地区的商场安装了 4.7 万块太阳能光伏板，年发电量 700 万度。并为这 14 家商场安装了可再生供暖和制冷系统。

在美国，宜家在 90%的门店拥有超过 25 万块太阳能电池板，还为两个商场配备了地热系统，两上风力发电场。其产生的可再生能源发电量超过了美国门店的能源使用量。

除此之外，在瑞典、德国、西班牙、罗马尼亚等地的商场，均配备了风力或太阳能发电项目。2023 年，宜家将商场可再生能源计划拓展到捷克共和国、意大利、立陶宛、葡萄牙、斯洛伐克、土耳其、越南等国的供应商。

5. 消费品塑料包装减少比例和总塑料包装减少比例

在 2021-2023 年间，宜家的消费品塑料包装大幅减少，与 2021 财年基准年相比，2024 年宜家将消费品的塑料包装总量减少了约 47%，并将塑料包装总量（包括消费包装、多层包装、单位货物、物流中使用的材料）减少了约 44%。宜家在减少塑料方面计划到 2025 年实现所有新产品不含塑料包装。

二、社会维度

(一) 保障员工权益

- 平等公正对待：不论民族、宗族、性别、身体能力、性取向或年龄如何，每一名宜家员工都能得到公正的待遇和平等的机会。宜家将尊重人权视为所有工作中必须恪守的原则，并且将其纳入宜家供应商行为准则《IWAY 标准》。
- 明确聘用标准：宜家设立了明确的聘用标准，通过 IWAY 行为准则征聘和雇佣工人，绝不容忍强迫劳动和人口贩卖，期望供应商公正对待流动工人，提供透明的雇佣条款，以及良好的工作和生活环境。
- 杜绝童工现象：宜家坚决杜绝童工，并采取积极行动消除童工现象，与救助儿童会密切合作，在 2000 年制定了童工行为准则。
- 提供多样福利：宜家设有员工忠诚计划 Tack！所有符合资格的员工们将获得一笔额外的收益，该笔收益将存入他们的养老金中。还有 OneIKEA 奖金计划，是针对宜家集团全体员工推出的一个绩效驱动奖金体系。
- 支持 LGBT+员工：启动 LGBT+全球性包容计划，加入 WorkplacePride 组织和 Stonewall 组织，参与制定联合国消除 LGBT+人群在工作场所和社区所受歧视的行为准则，为 LGBT+员工创造包容的工作环境，让员工能在工作中展现自我。
- 提供成长机会：鼓励员工尝试不同的角色，在不同部门之间调动岗位，甚至去国外工作。提供多种成长途径，员工的职业目标、发展路径和晋升方式由自己决定，根据员工的发展计划和宜家的未来目标制定发展路径。
- 注重培训支持：愿意为员工提供所有需要的培训和支持，助其朝着理想职业前进，从全球范围来看，88%的宜家经理都来自内部晋升。
- 营造包容文化：努力打造多样和包容的工作环境，尊重员工个性，任人唯贤，让员工可以尽情做自己，在这里员工可以展现自我，融入群体，看到新的机会，使自己获得成长且让能力得到发展。

(二) 供应商和合作伙伴

- 向供应商提供可再生电力项目：2021 年 6 月推出可再生电力项目，支持供应商购买可再生电力，为直接供应商提供本地化解决方案，如配套框架协议和能源购买协议，促使他们从电网购买可再生电力，满足生产中的电力需求。该项目最初在中国、印度和波兰推行，随后扩展到捷克共和国、德国、意大利、立陶宛、葡萄牙、罗马尼亚、斯洛伐克、瑞典、土耳其和越南等 10 个市场。
- 向供应商提供资金与技术支持：宜家在 2019 年 12 月宣布提供 1 亿欧元可再生能源资金支持，帮助供应商在实地生产可再生能源，如安装太阳能电池板与锅炉，以解决供应商的部分电力和供暖需求。同时，宜家团队会与供应商进行在线交流，解答问题，解释政策，指导行动，提供技术方面的支持与培训，帮助供应商更好地利用可再生能源和提高能源利用效率。
- 提升资源循环利用：宜家关注材料的可再生、可回收属性，与供应商共同探索循环材料的使用，如推动再生涤纶纺织品的循环闭环技术应用。此外，还通过提高原材料使用率，通过延长产品生命周期来达到碳减排。如宜家工业南通工厂对木质废弃物再利用率达 100%。并且积极探索回收材料的高效利用模式，如将商场的零散废纸返回纸厂回疏再利用，将外卖废弃塑料餐盒处理后制成地毯等，以此减少供应商生产过程中的原材料需求和碳排放。
- 与供应商的合作关系：供应商合作数量相对稳定且保持在一定规模，表明宜家在供应链管理方面注重与供应商建立长期稳定的合作关系，不断优化供应商网络，确保供应商符合公司的可持续发展要求，同时也反映出宜家的业务规模和市场需求相对稳定，对供应商的选择和管理策略持续有效。

(三) 利益相关者参与

宜家积极与员工、社区、供应商、客户和合作伙伴互动。2020 年，宜家推出 HUVUDROLL 植物球，其气候足迹仅为传统肉丸原料的 4%，并致力于开发更实惠产品，满足人们需求。2021 年推出室内空气净化器和节水水龙头等健康可持续产品，以及植物基食品。2022 年增加植物性食品销售份额，推出节能节水产品及解决方案，开设可持续生活商店，提供循环服务，实现食物浪费减少目标。2023 年在 14 个市场推出植物基热狗，提供空气净化产品、家用太阳能服务、空气质量监测设备、节能型供暖解决方案等，在 21 个市场推出节能宣传活动，通过营销和传播手段激发社会形成更可持续的行为习惯。

三、治理维度

(一) 宜家可持续发展战略

“益于人类和地球”战略是引领宜家可持续发展的主要战略，宜家集团可持续发展管理团队负责协调和制定可持续发展目标，设立战略可持续发展理事会，负责监督和指导可持续发展工作。

(二) 董事会结构与独立性

宜家集团的管理结构较为封闭，家族成员在决策中占据重要位置，创始人的三个儿子在集团公司及各个业务版块子公司董事会中任重要职务。一方面，这有助于保持公司的私密性。但另一方面，由于宜家至今没有上市，也没有上市规划，其一直由家族基金会控制，这在一定程度上使它的董事会治理上缺乏独立性。

宜家的发展历史及现状决定了其董事会成员缺乏多样性，其董事会成员不但来源较为单一，且性别均为男性，不具有多样性。董事会成员背景也以宜家的工作经历为主要经历。

因宜家集团实质为家族控制，所以股东权利与经营者权利高度统一，故而股东权利可以得到很好的保护。

(三) 薪酬管理与激励制度

宜家在薪酬管理与激励方面具有平等与标准化的机制，确保了员工在公平平等的环境下工作。在员工管理上，宜家讲求去官僚主义，主张平等、反对阶级观念。在企业内部定期举办反“官僚主义周”。

宜家通过三种行为准则规范不同群体行为，2020 年修订 IWAY，明确对供应商在关爱人员、地球和动物方面的期望，2021 年实施新一代 IWAY，促进体面工作，确保整个价值链的工作符合道德规范。

(四) 商业道德与合规体系

宜家在商业道德与合规体系方面设立了诸多准则。在供应商管理方面，严格筛选与认证，建立了一套庞大、复杂且精确的动态考核系统，有 2000 多条考核条目，涵盖价格、环保、质量、物流等多个方面。过 iway 四级阶梯模式，推动供应商从低级到高级渐进式地发展社会责任，还会对供应商进行社会责任评估，评估标准基于国际劳工组织的标准和相关国际公约。

加强对员工的商业道德与合规培训，提高员工的合规意识和道德素养，确保员工在日常工作中能够遵守相关规定和道德准则，从自身做起，维护企业的商业道德与合规形象。

(五) 反腐败与反商业贿赂

宜家制定了清晰明确的反腐败政策框架，向全体员工明文规定公司绝不容忍任何形式的贿赂活动，确立零容忍立场，从根本上表明抵制商业贿赂的决心。建立了完善的商业行为准则，对员工、供应商等合作伙伴在业务往来中的行为进行规范和约束，明确禁止各种可能导致商业贿赂的行为，确保所有商业活动都在合法合规的框架内进行。

(六) 风险管理与内部控制

宜家建立了完善的风险控制体系，是其全球业务稳健运营的保障。企业承诺：

- 未来将继续确保并制定包含环境、社会和动物福利标准的原材料负责任采购标准。
- 继续从更可持续的来源采购木材，推动负责任的森林管理，以消除森林退化和森林砍伐，并超越供应链范畴。
- 采用创新方法进行森林管理、保护、恢复和再生。
- 在退化土地、森林砍伐区和农业耕种区牵头开展再生项目。
- 通过牵头并制定水资源管理计划，成为优秀的水资源管理者。
- 牵头开展再生项目以清洁受污染的水域并保护生物多样性，尤其专注于牵头开展清理海洋塑料污染物的项目。
- 继续从更可持续的来源采购木材、棉花、食品和其他原材料（需有可靠的外部可持续性标准和体系作为支撑）。
- 提供并推广服务、解决方案和灵感，提供便捷的知识获取途径以延长产品和材料的使用寿命。通过简化产品的获取、保养和传承方式，邀请并促使客户及其他合作伙伴参与到解决方案中来。

宜家秉持“益于人类和地球”的战略原则，践行 ESG 理念。宜家承诺持续推进原材料可持续发展的采购方式，加强森林和水资源管理，推广循环服务，致力于实现经济、环境与社会的协调发展。

第四节　美克家居

美克家居是一家全球领先的家居品牌，专注于为消费者提供高品质、个性化的家居解决方案。公司成立于江西省赣州市，主要从事家具及配套家居产品的生产与销售。美克家居在中国境内与国际市场均有较强的业务覆盖，尤其在家居设计、研发和绿色生产区域表现突出。

美克家居的主要销售渠道包括：

- 零售业务：美克家居通过直营店和加盟店面向个人消费者提供全案家居解决方案，涵盖从家居设计、产品销售到送货安装的全流程服务。针对不同消费层次，公司推出不同风格、价格带的产品，满足广泛的市场需求。
- 国际品牌批发：公司通过旗下的 A.R.T.、Cararole、Jonathan Charles 和 Rowe 等品牌，向全球零售商、设计师和电商平台提供家居产品，参与国际家具展会，增加品牌曝光度。
- 线上渠道销售：美克家居通过电商平台如天猫、京东、抖音等渠道销售，推出年轻化品牌“恣在家”和 Rehome 品牌，通过大数据分析和 AI 设计技术精准满足消费者需求。

美克家居的目标客户群体可以细分为：

- 个人消费者（B2C）：主要是中高端市场的消费者，尤其是注重家居个性化和设计感的年轻群体。公司通过品牌焕新和线上线下结合的方式，加强对 C 端市场的渗透。
- 商业客户（B2B）：面向房地产开发商、酒店、办公室等商业领域提供大宗采购和定制化家居解决方案。
- 国际市场（B2G）：通过国际业务拓展，特别是美国市场的高端设计师领域，增强品牌的全球影响力。

美克家居采取了多元化的商业模式，既包括针对个人消费者的零售业务，也包括大宗定制与品牌批发业务。公司不断加强品牌建设，通过线上和线下渠道拓展市场，实现全渠道、多品牌的营销布局。在产品研发方面，美克家居依托其国家级工业设计中心，强化原创设计和技术创新，使产品在市场中保持领先地位。此外，公司还注重供应链整合，推进垂直一体化，确保生产与销售环节的协同高效。

美克家居的 ESG 表现

一、环境维度

1.　绿色生产与绿色工厂认证

美克家居推行绿色制造，获得多个环保认证，涵盖低 VOCs 产品认证和绿色工厂认证等。通过原材料替代、精细管控等方式，公司不断优化生产流程，减少资源浪费，助力绿色低碳发展。美克家居还在全产品生命周期中推行绿色管理，致力于打造环境友好的工业园区。公司已获得多个环境认证，并被评为“绿色领跑企业”。

图 4：美克家居获得全国首批“生态产品认证”



来源：美克国际家居 2023 年度社会责任报告

2.　能源管理与碳中和目标

公司积极响应国家“双碳”战略，推动光伏发电项目和绿色低碳生产，利用数控生产和新能源机械减少能耗。同时，美克家居还开展碳足迹核查，计划建设碳中和示范工厂，助力可持续发展。公司获得 ISO 9001、ISO 14001 等多个管理体系认证，并通过优化资源管理和绿色供应链，确保符合环保标准。

【案例】

为更好地贯彻落实天津市全域“无废城市”的建设，天津美克从减量化、资源化、无害化理念出发，对标国内外、行业内排放水平，形成具有特色的创建方案，绘制了清晰的创建路线图。经过专家评审、核查审定等程序，获批 2023 年经开区“无废企业”试点，不断推进区域工业绿色低碳循环发展。

- **减量化：**生产过程中采用先进的技术和设备，通过精确控制生产环节，减少原材料的浪费。比如，通过精确测量和切割技术的应用减少了木材、金属等材料的浪费；在家具设计阶段，通过模块化设计，家具可以更方便地进行维修、翻新或拆解，延长其生命周期；利用先进的数字化技术，比如人工智能和物联网，对生产线进行实时监控和优化，确保每一环节的资源消耗都得到控制，并尽量减少无用的浪费。

- **资源化：**通过建立废料回收系统，将生产过程中的边角料、废弃材料（如木屑、金属屑等）进行集中收集和加工，再利用这些废弃物。例如：木屑可转化为合成板材。基于循环经济的理念，废弃物和废料不再简单地作为垃圾处理，而是转为有价值的资源，进入再利用。例如：废弃的家具和木质材料可经过拆解、修复后重新进入市场，减少新材料的需求。产品包装方面，采用可降解、循环的包装材料，减少包装废弃物的产生，降低对环境的压力。

- **无害化：**针对废气、生活污水、噪声、固体废气物和危险废物，公司通过安装符合相关标准的设施和装置、编制相关制度规定和管理办法、与相关部门开展合作等方式，来确保废弃物不会对环境造成污染。例如：锅炉采用燃气锅炉行业中氮氧化物气体排放量最低的设备、加工安装气相色谱氢火焰离子化检测器（GC-FID），对有机废气进行实时监测、安装基础减震设施、对门紧闭隔音、风机加装隔音罩、设置消声器等防噪措施，以及加强厂区绿化等降噪措施，减少噪声对周围环境的影响、编制《固体废弃物管理规定》，要求对产生的固废进行收集，并交由合作单位处置，留有相关处置记录。同时还设置了危险废物暂存间。

【案例】

公司积极推进节能减排理念，在办公区和生活区推行绿色低碳观念。美克工业园 CD 库屋面已实施光伏发电一期项目并成功并网，整体运行良好。同时，公司通过提高原辅材料利用率、数控生产、减少返工率、更新新能源机械与车辆、推行垃圾分类、利用可回收资源、倡导绿色出行等措施，推动绿色发展。公司还加强园区绿化维护，并积极参与环保公益活动。为提升全员绿色低碳意识，公司定期组织碳达峰、碳中和知识学习，计划在条件成熟时开展碳足迹核查及碳中和示范工厂建设，致力于践行创新、协调、绿色、开放、共享的新发展理念。

图 5：美克工业园 CD 库屋面光伏发电装置鸟瞰图



来源：美克国际家居 2023 年度社会责任报告

3. 废弃物管理

- **环保设施与排污管理：**美克家居在生产过程中严格遵守环保规定，安装 VOCs 废气处理设备并实施废气、固废、污水的综合治理。公司通过气相色谱检测和其他环保设施确保排放符合标准，同时加强污染物监测，定期接受第三方检测。

【案例】

天津美克及其子公司天津加工被列为 2023 年天津市大气环境和固体废物及危险废物重点排污单位。公司在防治污染方面采取了多项措施，确保环境保护合规并持续改善。

- **大气污染防治**

  天津美克按照环境影响评估报告及环保部门要求，已安装 VOCs 废气处理设备，涂饰车间和调漆室的挥发性有机物排放符合天津市相关标准。木屑和粉尘通过集气罩收集后，经袋式除尘器处理，再由专业公司回收利用，实现资源再生。锅炉采用低氮燃气锅炉，Nox 排放符合天津市标准，对环境影响较小。

  公司建立了《环保设备维护保养制度》，定期保养 VOCs 处理设备，并安装气相色谱氢火焰离子化检测器(GC-FID)进行实时监测，确保污染物排放达标。监测数据上传至政府平台，保障排放稳定合规。

– **生活污水及噪声管理**

天津美克的生活污水通过化粪池处理后进入市政管网，符合《天津市污水综合排放标准》。厂区噪声主要来自机加工设备和除尘设备，公司采取了减震、隔音、消声等措施，厂界噪声符合《工业企业厂界环境噪声排放标准》。

– **固体废物及危险废物管理**

天津美克的生产过程中产生的固体废物，如木屑和木材边角料，严格按照《固体废弃物管理规定》进行收集和处置。危险废物储存设施符合《危险废物贮存污染控制标准》，并接受政府和公众监督。危险废物委托专业单位处理，并严格按照相关法规办理转移手续，确保环保合规。

– **环境应急管理**

公司制定了《突发环境事件应急预案》，并完成环境风险评估和应急资源调查，取得了天津市开发区环保局备案回执。公司还建立了环境监测方案，定期委托第三方检测机构检测污染物排放，并确保监测记录的完整性和合规性。

二、社会维度

1. 员工福利与发展

美克家居注重员工福利与发展，提供健康体检、丰富的员工活动、培训和福利项目。公司通过员工访谈、工会走访等形式关注员工需求，并积极推动员工职业技能提升和综合发展。

美克家居关注员工身心健康，定期组织体检和员工访谈，及时解决员工工作与生活中的问题，工会也积极走访贫困户并提供帮助。公司与政府部门合作，为生产技工申请学历补助和技能鉴定，推动一线技工专业能力提升。

公司通过建立职工书屋、健身房，举办丰富的文娱活动如员工欢送会、健康讲座、红色基地游等，丰富员工业余生活。同时，每逢节假日，高层团队为员工送上祝福并发放福利，增强员工归属感和公司凝聚力，推动和谐团队氛围的建设。

在员工培训与发展方面，公司组织了各类培训与会议，如品牌战略共创会、销售能力提升课程、生产技能比武等，注重提升员工专业技能与协作效率。通过高效协同与精益求精，保证产品质量与供应链效率。公司还特别注重管理者的培训，组织一线管理人员参加“蓝鲨”训练营和中层管理者的“王者归来”实训营，提升管理能力与视野。通过复合型人才培养和技能等级评定，推动员工与公司共同成长，实现双赢。

2. 公益事业与社会责任

公司积极参与社会公益互动，特别是在艺术教育方面，发起“艺术・家”项目，捐赠美术资源、提供艺术课程，培养青少年对艺术的兴趣。此外，企业还参与乡村振兴工作，为欠发达地区学校提供美术教室和艺术图书，助力教育水平。通过“绿色制造”理念推动环境保护，并参与各类环保公益活动，如绿色出行、植树造林等，增强公众的环保意识。

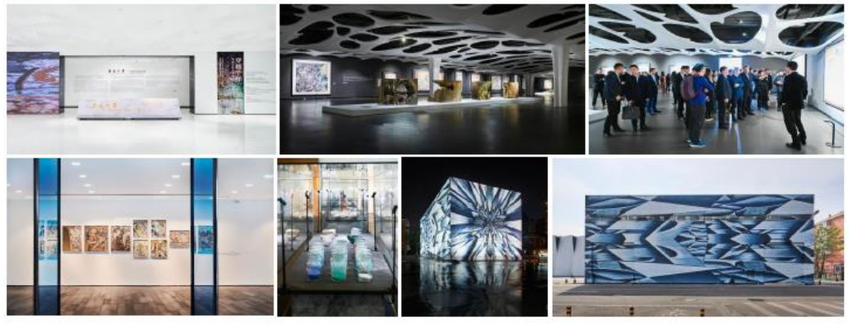
自 2009 年启动“艺术・家”企业社会责任项目以来，美克家居一直致力于艺术教育事业，通过融合艺术美、自然美和社会生活美的方式，推动青少年对美与艺术的热爱。项目通过线上课程与线下实践，培养了青少年感受、鉴赏与创造美的能力。2023 年，公司在美克洞學馆举办了“穿越千年-龟兹石窟艺术展”和“混沌有象-王鲁湘的美学世界”等艺术展览，成功实现了现代居室美学与艺术的交融，为观众提供了独具特色的艺术体验，探索了更多生活美学的可能性。

此外，美克家居积极参与了社会公益活动，特别是在南康区的“活水计划”项目中，通过“助南整少年逆风成长”专场活动，支持乡村振兴。公司还在腾讯 99 公益日期间为南康地区困境儿童捐赠物资，践行社会责任，回馈社会。

在文化传播和社会关怀方面，美克洞學馆举办了多场艺术展览与文化活动，将艺术传播与公共教育有机结合，丰富了公众文化生活，并打造了创意经济的创新实践平台。“穿越千年-龟兹石窟艺术展”展示了中华优秀传统文化的艺术魅力，推动了经典艺术的传承与创新。同时，装置绘画艺术《2023 年・捷》将市政建设与商业繁荣有机结合，展示了艺术在公共空间的独特价值。其他展览如“生生不息”“混沌有象”等打破了艺术与生活的边界，促进了艺术与日常生活的互动。

美克洞學馆还多次接待国内外重要来宾，作为首都的文化名片，展现了公司在推动民族文化和高质量发展方面的努力，进一步彰显了美克作为民族品牌企业的文化影响力。

图 6：“穿越千年-龟兹石窟艺术展”活动



来源：美克国际家居用 2023 年度社会责任报告

3. 消费者关怀

美克家居通过全案设计、智慧魔盒等创新技术为消费者提供个性化的家居解决方案，提升消费者体验。公司致力于为消费者提供全生命周期的优质服务，满足不同消费者的需求。

【案例】

凭借多年的积淀，美克家居已发展成为一家在空间设计、固装高定设计、家具家居产品设计及软装配饰设计方面具备一体化能力的领先企业。美克家居通过自主研发和创新设计，致力于采用环保材料和节能产品，减少对环境的负面影响；通过“智能魔盒”云平台的应用，提高了设计和施工的效率，帮助用户和加盟商在开店和置家过程中提前感知空间的能源使用与功能优化。这种基于技术的创新设计，能够实现更低能耗的生活和工作环境，减少碳足迹；提供的全周期服务包括对产品的维护和更新，有助于延长产品生命周期，减少因频繁更换家具和家居用品所带来的资源浪费，从而推动可持续消费。

通过多样化的设计服务和全案赋能方式，改变了传统家居产品购买和空间设计的方式，提升了消费者的购买体验和生活质量。通过“所见即所得”的技术应用，消费者能够更加精准地感知空间设计的效果，避免了传统设计中的误差和不匹配，减少了因不合理设计带来的资源浪费；全案赋能模式促进了行业内外部合作与交流，增强了市场上的人才流动和专业技能培养，推动了社会就业和产业发展；一站式置家解决方案，帮助消费者改善了生活品质，并通过其品牌影响力，推动社会层面的美学认知与环境保护意识，倡导绿色低碳的生活方式。

通过自主研发的“智能魔盒”云平台，美克家居提供了透明、可视化的设计服务，客户可以清晰地看到设计效果，避免设计中的信息不对称，提高了消费者对公司产品和服务的信任度。这种创新不仅优化了业务流程，也提升了公司内部的管理效率，推动了高效透明的治理模式。

图 7：美克家居自主研发云平台“智慧魔盒”



来源：美克国际家居用 2023 年度社会责任报告

4. 安全生产

公司始终将安全生产管理作为重点工作，始终坚持“零事故”目标，围绕“重大事故隐患排查整治行动方案”等专项工作，制定并实施有针对性、计划性和措施性的安全管控工作，确保全年安全目标的实现，为公司高质量发展奠定了安全稳定的基础。

为了保障生产安全，公司首先建立并严格落实安全生产责任制度和安全检查制度，并以此为基础，定期组织员工开展安全培训和安全隐患排查。这不仅提高了全体员工的安全意识和应急处理能力，也有效保障了生产过程的安全稳定。

在安全风险管理方面，公司运用风险清单管理和对关键生产环节的安全监控，对各类风险进行系统梳理和分类，确保对生产过程的实时监控，从而有效防范安全事故的发生。

为了提升应急响应和救援能力，公司定期组织员工开展应急演练，增强其应对突发事件的能力。同时，公司加强与周边应急救援队伍的联系与合作，建立了有效的联动机制，确保在紧急情况下能够迅速获得支援。

此外，公司还通过开展“安全月”和“消防月”活动，悬挂安全标语、制作安全宣传栏和举办安全知识竞赛等多种形式的活动，寓教于乐，进一步提升全员的安全意识，倡导安全行为，营造了良好的安全生产环境。

5.　产品服务质量

公司始终坚持以客户为中心，秉持产品主义理念，以现代质量管理体系为指导，建立了全面、全过程的质量管理体系。公司深入贯彻《质量强国建设纲要》相关部署，明确以“增强质量意识，推进高质量发展”为目标，持续开展质量培训、组织主题活动、分析整理用户反馈信息、评审供应商质量管理体系、推进全过程品质改进、实施品牌年度内部抽查送检，并落实产品和质量体系认证等多项措施，不断提升产品和服务的质量，增强品牌价值。

通过这些努力，公司不断实现高质量发展，确保为消费者提供稳定、优质的产品和服务，赢得了广泛的市场认可。公司先后荣获“全国产品和服务质量诚信示范企业”“全国家具行业质量领先企业”和“全国质量检验稳定合格产品”等多项荣誉，彰显了其在质量管理方面的卓越成就。

三、治理维度

1.　治理结构与透明度

美克家居注重公司治理，严格遵守相关法律法规，确保信息披露的透明度和准确性。公司定期召开投资者会议，增进与投资者的沟通，保障公司治理结构的有效运作。

公司严格按照《公司法》《证券法》《上市公司治理准则》《上海证券交易所股票上市规则》及《公司章程》等相关法律法规的要求，结合自身实际情况，稳步推进战略实施的同时，不断提高规范运作质量和水平，完善内部控制体系，加强信息披露，积极开展投资者关系管理工作。通过建立股东大会、董事会、监事会和管理层之间权责明确、运作规范的协调机制，公司有效保障了业务发展的顺利进行。

公司严格履行监管要求，按时、准确、公平地披露信息，确保所披露的信息真实、完整、简明清晰，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并确保所有股东平等获得相关信息，保障公司透明度。同时，公司定期组织董事、监事、高级管理人员及相关人员开展法律法规、合规运营等方面的培训，提升其合规意识和信息披露能力。在未披露的重大事项方面，公司严格按照《内幕信息知情人登记管理制度》，控制内幕信息知情人的范围，并要求其签署保密义务与内幕交易防范承诺。经自查，未发现内幕信息知情人利用未公开信息进行股票交易，也未发生因内幕信息知情人违规交易被监管部门查处的情况。

2.　投资者保护及信息披露

公司确保投资者权益，通过多渠道与投资者沟通，并提升信息披露质量。美克家居严格遵守信息披露法规，及时、公正地发布公司经营信息，确保投资者知情权。

为保障投资者合法权益，特别是中小投资者的权益，公司制定了《美克国际家居用品股份有限责任公司投资者关系管理制度》，加强与投资者和潜在投资者之间的信息沟通，完善公司治理结构，切实保护投资者的合法权益。公司严格按照中国证监会《上市公司与投资者关系工作指引》的要求，采用多渠道、多层次的方式为投资者提供便捷的了解公司信息的途径。专门设立岗位，负责投资者热线电话、电子邮件及投资者关系互动平台的回复工作，确保投资者的知情权，并与广大投资者建立良好的互动关系。

公司通过证券事务部作为窗口，接待投资者来访、接受投资者热线电话、电子邮件往来、组织业绩说明会以及 E 互动平台等多种方式，积极与投资者进行互动交流，增进投资者对公司的了解。同时，公司不断提升信息披露和投资者关系管理工作水平，确保披露信息的真实、准确、公平和公正。公司严格遵守相关法规，未在投资者管理活动中违规泄露未公开的重大信息，始终按照监管机构要求履行信息披露义务，积极落实风险提示，确保所有投资者能够平等获取信息，全面、准确、及时地了解公司经营状况，从而为投资决策提供充分依据。

3.　风险管理

美克家居通过多渠道营销和供应链优化等方式管理外部市场不确定性和内部成本压力，降低业务风险。

公司始终坚持以风险管理为导向、合规管理为重点，层层落实内部控制责任，强化内控监督与管理。2023 年，公司聚焦门店商品管理、营销业务和服务中心配送业务，旨在降低运营成本的同时提升各业务领域的风险防范能力。同时，公司持续加强对赣州数创科艺园及越南生产基地的管理，完善相关管理制度和流程，确保各项工作有序推进。为提升公司规范运作水平，公司根据最新法规及时梳理并修订重点制度，确保符合合规要求。此外，针对业务变化和风险趋势，公司进一步修订和完善了内部控制矩阵，有效保障了各项业务的稳步开展和风险控制。

第五节　索菲亚

索菲亚家居股份有限公司是一家主要经营衣柜、橱柜、书柜、电视柜等柜类定制家具的研发、生产和销售的公司。公司于 2003 年开始生产、销售“索菲亚”品牌定制衣柜以来，凭借量身定做的“定制衣柜和壁柜门相结合”的产品概念，把定制衣柜推向市场并获得中国消费者的认同。公司于 2011 年在深交所成功上市，是家居装饰行业的首家 A 股上市公司。

索菲亚以“用科技和创意轻松装好家，让世界的美融入新的生活”为企业发展使命。它重视在 ESG 方面的制度建设与实践，建立起覆盖全公司的可持续发展组织架构，成立 ESG 委员会，负责 ESG 项目以及相关成效考核，定期向董事会汇报。公司内各职能部门成立 ESG 执行小组，实现 ESG 相关事项的上传

下达和统筹兼顾。

图 8：索菲亚产品获得的环保认可



来源：索菲亚 2023 年度环境、社会和治理报告

一、环境维度

公司注重产品环保品质，自 2019 年开始，先后获得国内外七个权威环保认证，包括美国 EPANAF 无醛豁免认证、日本 F★★★★认证、瑞士 SGS 测定、FSC 森林认证、国家孕婴网孕婴产品绿色通道推荐产品、儿童安全级产品认证等。

在日常的管理运营中，公司加大对生产过程中“三废”的监测与治理，与专业的有资质第三方机构签订处置合同，确保“三废”排放 100%达标，减少对环境的影响。

(一) 生产过程环保

公司原材料在国家 CNAS 认可的实验室内完成首检、大货抽检、常规抽检，每个环节进行 12 个检测流程，保障环保品质。此外，公司坚持每月向第三方权威检测机构送检，并对检测结果进行公示，不仅为消费者带来安心保障，更在行业内起到了示范作用。

(二) 打造绿色工厂体系

多年来，索菲亚在华东、华西、华南等地打造绿色工厂，进行工厂深度绿色管理。

图 9：索菲亚的绿色工厂管理



来源：索菲亚 2023 年度环境、社会和治理报告

(三) 加强能源管控

公司积极实施节能减排行动，采用了 CNC 数码控制系统，更快速处理生产流程数据，并做出生产预测，提升板材利用率，有效减少木材资源浪费。公司更新工业技术，采用智能化设备，研发新的生产工艺，淘汰高耗能的落后工艺、技术和设备，推进绿色采购和包装材料的减量化设计，以此提升资源循环利用效率。公司推进清洁生产、节能减排，持续推动光伏发电、天然气等清洁能源综合利用，全面淘汰化石能源的使用与燃油叉车替换，助力全球温室气体减排。

自 2017 年起，索菲亚在工厂屋顶建造太阳能光伏发电项目，年供绿电 1429 万度，约合减少二氧化碳排放 12,000 吨。同时，有序推进油改气，目前达到电力车替代率 99.6%。

持续进行水资源与废水管理，2021 年至 2023 年，总计节约自来水 26,700 吨，废水会用量达到 8283 吨。

除此之外，公司还在废弃物管理、噪音管理、推动绿色办公、绿色物流等多方面落实环保行动。

二、社会责任

索菲亚在创造利润，对股东利益负责的同时，积极履行对利益相关者权利的保护，包括股东和债权人权益保护、职工权益保护、供应商、客户和消费者权益保护和社会公益事业等，以实现企业与经济社会可持续发展的协调统一。

表 4：索菲亚建立了与各利益相关方的沟通机制

利益相关方	关注议题	沟通渠道
政府与监管机构	合规经营	日常汇报、信息报送
	依法纳税	接受监督考核
	带动就业	定期汇报、招聘
股东与投资者	可持续经营	股东大会
	合规治理	信息披露
	风险防范	投资者热线、互动平台，线上线下交流
员工	合规用工	职工代表大会
	薪酬福利	员工大会
	安全生产	员工培训
	职业发展	培训、企业文化活动
客户	客户权益保障	信息保密、售后服务机制
	优质产品	设计、质量和技术联动迭代
	专业服务	满意度调查（CSI/DSI）
供应商	阳光采购	供应链管理体系
	合作共赢	降本增效、联合研发
	行业生态	供应商大会
社区与非政府组织	参与社区建设发展	履行社会责任
	积极投身公益	参与公益活动

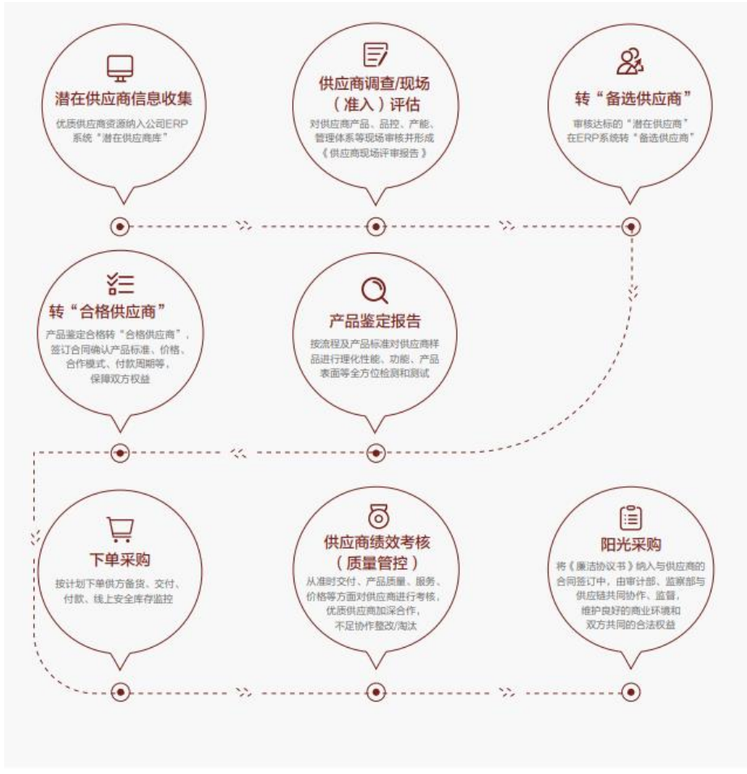
来源：索菲亚 2023 年度环境、社会和治理报告

在社会责任的重点议题方面，索菲亚主要推动落实了以下内容。

(一) 供应链社会责任管理

公司制定了供应商准入和考核体系，从产品、品控、服务、管理体系等多方面进行综合评估，遵循公平竞争的规则，优化备选供应商入库规则，建立供应商考核管理制度，不断加强供应商社会责任意识，提升供应链自身管理能力和产业链迭代水平。

图 10：索菲亚的供应商准入和考核体系



来源：索菲亚 2023 年度环境、社会和治理报告

为了践行负责任采购、实现可持续发展供应链目标，公司在多方面进行规范、有效的探索：

- 优先选择具有良好环保和社会责任记录的供应商；
- 关注产品的环保性能和原材料的可追溯性；
- 与供应链伙伴共同探索供应商制造园区的节能减排、低碳发展；
- 积极推行绿色采购政策，超过 90%的包装材料为可回收、可再利用、可降解的材料；
- 与供应商联合创新产品，减少资源消耗。

索菲亚家居在深化供应链绿色管理方法具体做法有：

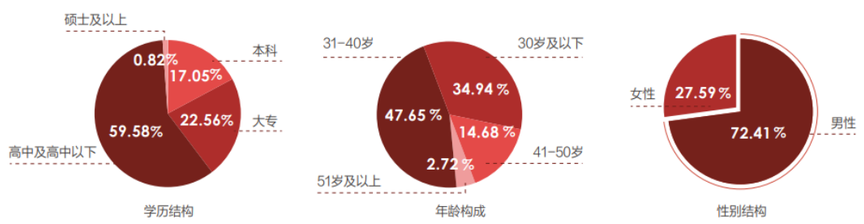
- 推动生产技术与设备的信息化与智能化， 索菲亚工业 4.0 生产车间实现高度信息化与数据化，板材贴面、开料、封边、打孔等各流程智能协作，板件全程不落地、不经人手，减少人工干预的同时降低了污染风险。
- 采用精密生产设备与除尘系统：工厂采用精密生产设备、中央集成自动除尘系统和 5S 标准化管理，全程绿色制造，有效减少板材二次污染。
- 加大可再生能源利用：引入工厂厂房屋顶太阳能光伏发电项目等绿色环保技术，2022 年其太阳能光伏发电项目为公司和国家电网提供约 1,202 万度绿色用电，折合减少二氧化碳排放 38,154.24 吨等，节能减排效果显著。
- 精选木材原料：供应原材料上，精选国家战略支持的林场专供木材，并引入国外高质量木材资源，且通过 FSC 森林认证，确保原材料来自优质管理及可持续开发的森林，从源头上降低对环境的影响。
- 使用环保胶黏剂：索菲亚使用的板材在压制过程中使用 MDI 无甲醛生态胶黏剂，这是一种不含甲醛且不分解甲醛的绿色材料，保证了板材的环保性。
- 加强与供应商的交流与合作，成立供应商管理组织：建立起覆盖全公司的可持续发展组织架构，成立 ESG 委员会，负责 ESG 项目以及相关成效考核，定期向董事会汇报，公司内各职能部门成立 ESG 执行小组，实现上传下达和统筹兼顾，加强对供应商社会责任的管理。
- 与供应商联合研发创新：通过对供应商社会责任的延伸管理、赋能帮扶来研制新工艺、新产品。如联合开发出 PUR 防霉胶，防霉等级达到“0 级” 标准；与 EB 涂料和 EB 固化设备供应商合作，开发出具有抗涂鸦、抗划痕等 5 大性能优势的 EB 固化技术涂层，提升产品环保性能和质量。

(二) 员工管理

公司在员工健康与安全、员工培训与发展、薪酬福利、多元化与平等机会等方面所做的工作如下：

- 合规用工，公司劳动合同签订率 100%；
- 灵活的组织架构和多元化的人才结构，员工总人数 14400 人；
- 有效、多元化的薪酬结构，根据市场情况灵活调整，保持公司薪酬制度的竞争力与激励性。针对不同岗位和层级员工，提供差异化薪酬激励，吸引和留住人才。设立公平透明考核体系，增强员工信任。建立双通道职业发展体系，使薪酬与员工发展紧密关联，激励员工成长。
- 明确公司价值分配导向，结合个人发展和企业发展，遵循价值原则、市场原则、绩效原则和多元化原则，根据岗位性质，从交付、责任和效益三个因素综合考虑定薪。采用多元化手段，建立具有竞争力的薪酬体制，吸引、激励和保留人才。
- 建立健全培训管理制度，制定《员工培训管理办法》、《内部培训师管理办法》，针对各层次的人员需求落实培训，形成“人才培养体系+内训师体系+业务赋能人才链”矩阵，公司培训体系已从过去分散式培训，升级到打造员工持续性成长。

图 11：索菲亚的员工结构



来源：索菲亚 2023 年度环境、社会和治理报告

(三) 客户管理

公司始终非常重视与客户之间的沟通与联系，在客户权益保障、优质产品、专业服务等方面在投入了大量的精力。

公司致力于提供更好的产品质量，秉承产品质量与研发是企业的生命线的理念，不断升级质量管理模式，打造“端到端”的全价值链质量管理体系。

公司坚持产品研发，重视产品研发成果的转化，并在公司内部打造创新平台，与南京林业大学共建“智能制造产业学院”，与中南林业科技大学共建了“现代竹产业学院”，构建产教协同机制。

公司始终坚持客户为中心的理念，致力为客户提供更贴心的服务。强化“三化”服务，践行服务为企业核心竞争力。构建了“数智化、体系化、体验化”的客户服务体系。

三、公司治理

自 2011 年上市以来，公司持续完善公司治理体系，规范公司运作，并结合公司发展的实际情况和监管部门的要求，建立了全面、多层次的经营管理体系，推动公司治理结构的持续优化，切实保障公司和全体股东权益。

(一) 内部控制

- **强化内控体系**

  索菲亚审计部与 IT 部门合作，利用公司大数据分析平台（BI）配置的 Tableau Server 数据分析应用，搭建风险评估模型，制作可视化分析看板，不仅可以在风险评估和事前分析阶段对全局数据进行自助分析，还可即时预览、筛选、导出目标数据，有的放矢，提质增效。

- **建设廉洁文化**

  2023 年监察部定期组织诚信文化、廉洁自律宣传，通过“线上+线下”模式，对公司高管、各业务板块核心成员、部门关键岗位及新入职员工有针对性的开展阳光文化宣传培训。2023 年监察部定期组织诚信文化、廉洁自律宣传，通过“线上+线下”模式，对公司高管、各业务板块核心成员、部门关键岗位及新入职员工开展阳光文化宣传培训。

- **规范商业伦理与道德**

  加入中国企业反舞弊联盟后，为推动防范和治理腐败问题常态化、长效化，公司与供应商签订了《业务合作伙伴廉洁承诺协议》，作为双方共同遵守的业务往来行为准则，并明确违反廉洁承诺协议的退出及处罚机制。

- **注重隐私与信息安全**

  公司信息与数字化中心（IDC）采用一系列网络安全产品，量身定制一套安全高效的网络安全整体解决方案，包含网络准入机制、杀毒软件、防火墙、专线、虚拟专用网（VPN）、上网行为管理设备、文件扫描监控、堡垒机、系统备份等，建立完善的信息系统管理、网络安全机制和权限管控等管理体系，从个体到整体加强数据和信息的安全管理。

  公司在消费者的个人信息安全方面也予以了重点保护，严格遵循《中华人民共和国个人信息保护法》《中华人民共和国数据安全法》《中华人民共和国网络安全法》等相关法律法规的规定，依法、合规的收集、使用由消费者向公司提供的个人信息。

(二) 股东及债权人权益保护

公司重视保护股东、特别是中小股东的合法权益，根据《公司法》《上市公司治理准则》《上市公司章程指引》等法律法规，制定完善的公司治理相关规章制度，形成较为完善的相互制衡、行之有效的内控管理制度体系。从机制上保证了股东和债权人公平、公开、公正，充分享有法律、法规、规章制度所规定的各项合法权益。

股东回报方面，自公司 2011 年上市以来，制定了《长期股东回报规划》，确保利润分配的持续性与稳定性。

索菲亚公司作为家居建材行业内的一家龙头上市企业，在环境、社会责任、公司治理多方面加大举措及投入成本，不但建立了 ESG 长效机制，且建立起了具体的执行机构与考核流程，在环保生产、相关者权益保障、完善治理架构等诸多方面有落地具体的事项，从而在可持续经营方面具有良好表现。

第六节 Poliform

Poliform 是意大利高端家具品牌，成立于 1942 年。其产品线以衣柜为核心，广泛涵盖各类柜体家具，包括衣柜、电视柜、书柜，沙发座椅系列，桌椅，床类，以及厨房家具。作为意大利家居装饰行业的佼佼者，Poliform 在国际家具领域中占据着领导地位。

在 ESG 领域，Poliform 致力于在业务的每一个环节都以高度的社会责任感进行运营。该企业不仅坚守着公司的核心价值观和悠久的家族传统，而且对员工、供应商、客户以及他们服务的社区都承担着高度负责的社会责任。基于这种积极主动承担社会责任的承诺，该企业以联合国的 17 项可持续发展目标为内化框架，来指导他们的战略决策和日常实践，并于 2021 年始，根据全球报告倡议（GRI）2021 版本定义的“可持续发展报告标准”自愿发布了他们的 ESG 报告。

Poliform 在结合了公司实际业务情况、分析了公司的影响后，在 SDGs 的 17 项可持续发展目标中，确定了以下 5 项作为公司主要的可持续发展目标，包括：可负担的清洁能源、负责的消费和生产、良好的工作和经济增长、健康和幸福、减少不平等。

为了实现这些可持续发展目标，Poliform 主要从以下实质性议题落地具体措施：

- 环境：能源管理、水资源管理、循环经济、负责任的原材料采购、高效的物流和配送。
- 社会：职业健康安全、支持当地社区的项目。
- 公司治理：产品质量与创新、经济绩效。

一、环境维度

Poliform 一直积极致力于保护环境和周边地区，公司做出的每一个选择都以保护环境为出发点。为了更好地管理与其活动相关的每个环境方面，Poliform 自 2018 年以来采用了 UNI EN ISO 14001:2015 标准认证的环境管理体系。该系统不仅完全遵守法律法规，还帮助公司促进其环境绩效的持续改进并确定风险和机遇。

1. 能源管理

- 7.6%的公司能源需求源自自产能源。Poliform 通过安装光伏电站来生产清洁能源，以满足公司日常运营的能源需求。
- 采用可再生能源。Poliform 的生产工厂完全依赖电力驱动，这种供电方式减少了对传统能源如煤炭和石油的依赖，从而实现了减少温室气体排放的目标。
- 逐步淘汰取暖用柴油。Poliform 内部的日常取暖设施正逐步停止使用柴油燃烧，转而采用其他清洁能源进行替代。

【案例】安装光伏电站

Poliform 在公司的四个工厂安装了光伏电站。2023 年，企业因此生产了超过 60 万千瓦时的清洁能源，占公司总能源需求的 7.6%，并减少了 154 吨二氧化碳排放量。

Poliform在Anzano del Parco 和Lurago d'Erba工厂配备的光伏电站于2021年投入运营。在Mirovano工厂的新光伏电站于 2022 年投入运营。新电站将可再生能源的自产率提高了 25%以上。

【案例】取代取暖用柴油

Poliform 的生产单位和办公室消耗的热能能源都是自己的燃烧发电厂生产的能源，这些燃烧发电厂通过燃烧木屑来生产能源，而且燃烧所用的这些木屑是来自他们生产过程中产品的废木料。

除了燃烧木屑产生的热能外，Poliform 还使用甲烷气体为其设施供暖，甲烷的热值高，燃烧效率比其他燃料高，能够更有效地转化为热能，提高取暖效果。此外，利用甲烷进行热电联产，即在发电的同时回收余热用于供暖或制冷，可以大幅提高能源的综合利用效率，减少能源浪费。

2. 水资源管理

Poliform 致力于降低水足迹。主要的用水消耗源自内部日常使用。在生产过程中，他们尽可能地减少对水资源的消耗，仅在喷漆工艺中使用水，且部分工厂的喷漆室已配备水循环系统，使得相同的水资源可以被重复利用多次。Poliform 工厂没有工业废水排放，所有喷漆室产生的废水均作为废物妥善处理。即便业务持续增长，过去三年，公司的用水量依然保持稳定，这充分说明了公司员工对节水的高度重视。

3. 循环经济

- 设立木材粉尘回收设施，利用回收的木屑制造能源。
- 90%以上的废弃物得到再利用：2023 年，2.1 吨以上的废弃木材被循环利用，用于产生热能，这有助于降低他们的碳足迹。
- 材料回收与溶剂蒸馏：创建废溶剂蒸馏设施，这些设施能够回收废溶剂，并通过一系列处理过程使其重新进入生产循环，这样不仅减少了购买新溶剂的需求，也减轻了对环境的负担。
- 全面采用纸板包装。

【案例】木屑回收

Poliform 在 Arosio、Inverigo 和 Lurago d'Erba 的工厂中部署了利用木屑燃烧来产生热能的系统。这些工厂将大量的木屑（主要来源于切割过程中的废料）进行回收，进而转化为热能，以满足各个生产基地的内部需求。Poliform 每年能够回收约 2,000 吨的废木料，所产生的热能总量大约为 40 亿千卡。

4. 负责任的原材料采购

- Poliform 的供应商中有 97%是意大利本土企业，而 84%更是集中在伦巴第地区（意大利城市）。
- Poliform 严格依照 FSC 认证标准进行原材料的开发与采购工作。
- Poliform Contract 部门在公司内部按照 ISO 9001 认证标准推进项目。
- 公司内部建立了一套完善的采购监控体系。

5. 高效的物流和配送

Poliform 构建高效的订单处理系统，并投入相应的内部物流资源，旨在降低物流过程中的碳排放。

该系统通过优化订单处理流程，实现了从订单接收、处理到配送的全程自动化，极大地提高了物流效率。此外，公司还建立了智能路线规划机制，确保配送路线的最优化，进一步降低能耗和排放。通过这些综合措施，Poliform 不仅在提升物流效率方面取得了显著成效，也为环保事业做出了积极贡献。

二、社会维度

1. 职业健康安全

- 公司每年投入超过 3500 小时进行职业健康与安全培训。
- 监控事故的发生率并执行相应的纠正措施。Poliform 还建立了完善的安全隐患排查机制，定期进行工作场所的安全检查，及时发现并消除潜在风险。公司设有专门的安全管理团队，负责监督和指导各部门的安全操作，确保每位员工都能在安全的工作环境中高效工作。
- 在直接向董事会汇报的高级专业职位中，设立一个专门负责职工健康安全的预防与保护服务主管职位，有效管理职工健康安全风险，确保完全遵守相关法律规定，并尽可能地实施改进措施。
- 在职工中任命健康与安全工人代表，从职工的角度出发，提出切实可行的落地措施

2. 产品质量与创新

- Poliform 设立了 3 个内部手工实验室，以确保产品工艺的精湛。
- 公司内部组建了一支由 30 名成员组成的专职研发部门，致力于创新和改进。
- 在每个生产部门实施了严格的内部质量控制流程，以保证产品的一致性和可靠性。
- Poliform 遵循 ISO 9001 标准，确保 Poliform contract 部门承接的所有项目均达到国际质量管理体系的要求。
- Poliform 所有产品均符合欧盟的标签和声明标准，确保了产品的合规性和透明度。

【案例】Poliform Contract

公司成立了 Poliform Contract 部门，该部门与欧洲、美洲和亚洲领先的建筑和室内设计公司一起合作开发项目，以更好的适应和处理不同的市场对环境、审美和性能的要求。

Poliform Contract 部门由一个约 30 人的团队组成，它能够管理中小型供应以及大型住宅综合体，为每个案例提供定制的解决方案。 部门内有一个专门的施工团队来协调生产阶段涉及的所有资源，监控项目的每个阶段，从可行性研究到交钥匙交付，每个环节都覆盖到。

Poliform Contrat 部门承接的项目均采用 ISO 9001 质量标准（ISO9001 是迄今为止世界上最成熟的质量框架）。采用该权威第三方认证机构的完善结构，保证了项目在运行过程中治理活动的高效和高质，同时也保证了结果的可重复性，保证了 Poliform 品质的稳定性。

2019 年 Poliform 启动了一项编辑项目，致力于展现 Poliform Contrat 部门的亮点成就。该编辑项目与业内共享了建筑美学文化，为行业的发展发挥个体力量。这些书通过图片和与建筑师和室内设计师的对话展示了 Poliform 的专业知识。迄今为止已出版了八卷：Mar Adentro、Casa Mi、Hotel Lutetia、Iyo Aalto、Vesta、San Domenico Palace、1859 Bel Air、Cala di Volpe 和 La Palma。

Poliform Contrat 部门的创意和生产资源进一步提高公司的技术知识，以确保 Poliform 能够满足日益多样化的美学和功能要求。

图 12：Poliform 发布的 8 卷书



来源：Poliform Sustainability Report_2023

3. 支持当地社区的项目

- Poliform 致力于当地社区的公益事业，通过资金赞助和物资捐赠，积极促进社区的发展。此外，Poliform 特别重视文化传承与保护，通过出版物和竞赛活动支持文化发展和研究项目，并赞助了多个领域的慈善机构。公司还积极参与当地的文化节庆活动，通过赞助文化项目，为传承和弘扬地方文化贡献自己的力量。
- Poliform 积极投身于慈善事业，通过捐款支持各类慈善项目。作为联邦工业联合会和联邦工业协会的成员，Poliform 还荣获了意大利环境基金会的金牌捐赠者称号。
- 公司与本地企业携手合作，共同推动地方经济的繁荣发展

【案例】员工福利结合促进当地就业与经济发展

自成立以来，Poliform 在销售营业额和人员方面都在稳步增长。截至 2023 年，员工人数超过 7 百人。其中大约 96% 的员工和 100% 的高级管理人员来自当地社区，为邻近城镇创造了就业机会，从而促进当地社区的稳定发展，也提高了员工的工作生活幸福感。

poliform 也与当地一些企业合作，为公司员工提供一些公司优惠价。员工到当地购物中心、汽车修理店、健身房、药店和物理康复中心，甚至保险、银行、报税都可享受公司优惠价。

第七节 红星美凯龙

红星美凯龙成立于 2007 年，先后于 2015 年和 2018 年在香港和上海上市，是中国家居装饰及家具行业第一家同时在 A 股和 H 股上市的公司。

它是国内领先的家居装饰及家具商场运营商和泛家居业务平台服务商。公司主要通过经营和管理自营商场、委管商场、特许经营商场和战略合作商场，为商户、消费者和合作方提供全面服务。同时，公司还提供包括互联网零售、家装、设计等泛家居消费服务。截至 2023 年底，公司经营了 87 家自营商场，275 家委管商场，8 家战略合作商场，46 个特许经营家居建材项目，共包括 448 家家居建材店/产业街，覆盖全国 30 个省、直辖市、自治区的 215 个城市，商场总经营面积超过 2000 万平方米。

红星美凯龙公司对 ESG 的披露开始于 2017 年，就 ESG 亮点及实践而言，主要体现在以下几方面。

一、环境方面

1. 绿色规划

在拓展开发项目时，红星美凯龙预先做好绿色规划，尽量避开国家的自然保护区、农田及绿地中，以防止生态破坏以及保护生物多样性。如有必要进行相关建设活动，则确保仅在绿地中开发获得绿色认证的项目，并且在开发过程中做好生态保护修复的工作。

2. 绿色设计

在设计商场建造项目时，红星美凯龙以人、自然与建筑和谐统一为理念，充分考虑适合多种植被相结合的绿化，根据当地的气候特征选择植物种植，以达到美观与实用相结合，为顾客提供商场与休闲一体的舒适商业综合体。

3. 循环利用

红星美凯龙优先考虑雨水回收系统，用于商场绿化灌溉。这在一些雨水充足的城市具有很强的实践意义，可以最大限度的实现雨水在城市区域的积存、渗透和净化，促进雨水资源的利用和生态环境的保护。

【案例】绿色设计&循环利用

宁波姚江家居商场项目该商场在早期的绿色设计理念的引领下，使商场资源得到循环利用，达到环保效果。

商场设计时因地制宜，采用多种植被相结合的绿化施工，通过保留植物原有的自然生成冠形，降低对原始生物特征的破坏，降低施工强度，减少污染，让人工建造的景观与周边环境融为一体。

商场的施工设计上也根据当地的天气特征，严格执行海绵城市政策，在广场南侧设置了雨水回收系统，通过安全分流、截污水、过滤水、蓄水、净水，对雨水进行有效回收、处理再运用。这样的设计可以达到加强水资源循环利用，减少耗水量，以最大的程度达到人与自然的和谐发展。

4. 绿色技术应用

红星美凯龙积极应用绿色建造技术，包括用预制装配式技术，提高整体的施工品质和环保等级，也大大减少施工现场的环境污染。

红星美凯龙还采用 BIM（建筑信息模型）技术加智慧工地决策系统，进一提高了施工效率与精确度，降低了环境足迹。BIM+工地决策系统包括：安全管理系统、品质管理系统、生产管理系统、技术管理系统、劳务管理系统。整套系统很有落地实践意义，对行业内其他企业的绿色施工技术应用很有借鉴作用。

【案例】绿色技术应用：爱琴海购物公园奥特莱斯项目

爱琴海购物公园奥特莱斯项目充分利用当地气候特点，并结合建筑的功能，采用了适宜的绿建技术，如下凹式绿地、透水铺装、节水器具技术、高强度钢等；充分利用太阳能光伏系统可再生能源；采用高效节能照明灯具和节能控制方式；同时设置能源监测系统来管理项目建造过程中及营运阶段的能源使用。

实践成果上，该项目也得到业内的肯定，获得中国《绿色建筑评估标准》认证，为绿建二星设计标准。项目以“协调的生态本底修复、主被动统筹整合、人与建筑和谐共生、完善的智能管理”为设计目标，在项目过程中贯彻绿色设计理念，采用绿色技术。同时，配备节能设施设备，延续后期营运的绿色属性。

5. 绿色商场

红星美凯龙着力将商场打造成为绿色健康空间，将绿色低碳理念推行到日常办公中。2023 年，红星美凯龙商场营运和装修板块延续获得 ISO 14001 环境管理体系认证。

为了打造绿色商场企业在能源管理、清洁能源、水资源管理、排放物管理等方面积极落实完善节能环保措施，领跑行业绿色。

【案例】打造绿色商场：各项节能具体措施

维护改造商场中央空调系统，对全国管辖下各商场中央空调系统开展全面维修维护工作，保障空调系统正常营运，并对老旧设备设施进行替换，以避免非正常运行导致的高能耗。

锅炉低碳改造，甘肃全球家居 1 号店、新疆全球家居 1 号店对商场锅炉进行低碳改造，共完成 6 台超低氮燃烧器的改造。通过改造使锅炉的空燃比和燃气效率达到最高，燃烧效率高达 99.9%，在保障氮氧化物等废气排放达到环保排放标准的同时，通过充分燃烧达到节能降耗的目的。

商场 LED 节能灯维修和更换，共计更换、维修 LED 节能灯具 172,000 盏，商场 LED 节能灯具使用覆盖率达到 99%。

卫生间节水装置及节水宣传标识，通过对商场水龙头安装起泡器，对水流速度进行管控，避免流速过快导致的水资源浪费。同时，在卫生间张贴节约用水标识，提升员工、商户及消费者的节水意识。

闲置屋顶建设光伏电站，宁波姚江家居商场项目，在项目裙楼及塔楼屋顶利用闲置的屋顶空间，建设光伏电站。该光伏项目建设工程总面积达 1,400 平方米，电站安装容量约 265 千瓦。

6. 应对气候变化，寻求机遇

由管理层带领，积极关注识别气候变化带来的实体风险和转型风险。并针对这些风险落地应对措施。具体举措如下：

- 计划先行，各工程项目在开工之前就必须根据项目所在地实际情况组织编制极端天气安全应急预案，强化逐级审批，确保计划科学合理、合法合规及具有可执行性。
- 措施到位，根据预案计划要求，及时足量配备相应的应急救援及防范物资，规范物资存放，严格领用制度，需要应急安置场所的，需提前锁定，确保满足撤离及居住要求。
- 演练定时，总承包部适时组织每年不少于一次的专项应急演练活动，做到一线参建人员全员“人人

讲安全，个个会应急”。

二、 社会方面

1. 品质把控

从 2016 年起，红星美凯龙每年投入千万元专项经费用于产品品质管理，通过对产品准入的严格把控、产品检测的流程优化以及产品品质的内部培训，让红星美凯龙不断提高呈现给消费者的产品的品质，并积极赋能商户经营。

【案例】产品品质把控：“神秘买家检测”项目

2023 年，红星美凯龙共委托 20 家国家监督抽查、省级监督抽查权威检测机构，针对全国 181 家重点商场的神秘买家抽检，抽检共涉及 28 个品类，约 1,800 个批次。抽检依据红星美凯龙企业标准，针对全国重点品牌扩大抽检的统筹分配，优化不合格商品处理，极大提高了重点品牌的管控效率，降低了商品管理风险发生的机率，并提升了商品质量抽检的规范度和合格率。

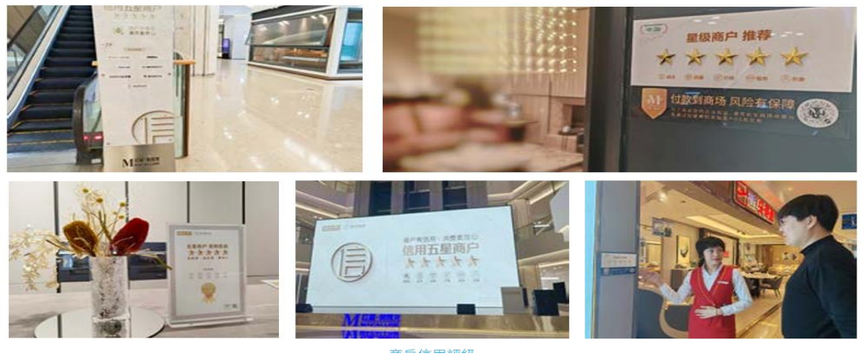
【案例】商户品质把控：源头商户考评制度

为进一步确保产品品质，激励商户不断提升自身产品品质及服务水平， 红星美凯龙制定商户信用评级标准及流程，从商户的形象、服务、价格、品质、诚信、以及黑名单行为等多维度进行考虑，并结合顾客评估，对商户进行立体式、全方位的信用分级评估，以此形成红星美凯龙公司内部的商户管理模式。

红星美凯龙也不断优化升级商户信用评级方案，升级商户信用平台，并结合升级商户信用管理方案，推出商户信用线上线下一体化商场，打造全新商户信用查询界面。该界面可以展示商户店面基本信息及五大维度信用星级，实现商户线上线下信用一体化展示，确保商户信用管理的公示真实性。对不合格的商户也会进行摘星管理。

透明的考评制度鞭策监督了源头商户的商品和服务的质量，从而保障了消费者的权益，也增强了消费者对国内建筑家装行业的信心。充分体现了红星美凯龙的社会责任心。

图 13：红星美凯龙商户评级发放证书



来源：红星美凯龙 2023 年 ESG 报告

2. 绿色创新探索

红星美凯龙公司在产品设计、绿色环保等领域与各部门、机构合作，开展多样化的创新探索活动，积极推动整个中国家居装饰行业一起为客户带来安全、绿色、舒适的家居体验。

公司坚持在环保管理体系进行研发投入，并通过对绿色环保品牌的扶持，推动全社会绿色家居的发展。

【案例】绿色品牌推广：家居绿色环保领跑品牌认证项目

家居绿色环保领跑品牌认证项目每年联合中国质量认证中心开展，与中国质量认证中心（CQC）签署战略合作协议，发布家居绿色环保领跑品牌年度榜单。自 2013 年起，已经超过 10 年历史了。该项目已成为中国家居装饰行业影响力最大、家具检测标准最先进与严格的绿色环保认证项目。

该项目每年为消费者评选并推荐一批绿色环保品牌，不单为消费者筛选出可靠的绿色产品，更进一步激发了商家发展企业绿色环保事业的积极性，推动了整个家居装饰行业的绿色环保发展。

【案例】绿色家居理念推广：“绿色环保周”专项活动

由红星美凯龙组织全国商场开展“绿色环保周”专项活动，赋能绿色领跑品牌，实现线上线下全覆盖式宣传。以第 6 届活动为例，全国共 261 家商场开启“绿色领跑”健康跑活动，总参与人数 2.6 万人，全国商场共计举办 230 场绿色环保周主题活动。活动期间，全国商场联动 665 个品牌次组织开展 270 场绿色环保直播，直播观看人次超 3 万+，点赞量超 270 万。为了强化绿色领跑品牌宣传，公司携手行业内 1,000+个主流家居品牌，引燃全网密集报道，曝光量超 200 万。在市场上形成一定的影响力，积极向全社会推广绿色家居形象。

【案例】绿色理念培养：M+设计师设计大赛，M+高端设计中心

红星美凯龙深谙设计是整个价值链实现 ESG 的关键环节。要让绿色家装产品融合投入到实际的应用中、传递到消费者的家中，要让家装过程实现绿色施工，这一切都始于最初的方案设计。可以说，设计是家装行业 ESG 能落地践行的重要起点。在这种理念的推动下，公司积极肩负起推动行业绿色创新设计发展的社会责任，发起了 M+中国高端室内设计大赛，该大赛至今已举办五届，在业内有较高的影响力。

该活动向消费者宣传了家居美学理念，同时致力于挖掘更多优秀的原创设计作品，激发设计师们的创新积极性，推动设计师们设计出创新的环保作品。

该活动深度聚焦设计，提倡生活、文化、环保、公益有机结合。不仅助力设计师及其产品的推广发展，更同时提升国人居家生活品味。

在 M+高端设计师大赛的启发之下，经过几年的探索和实践，红星美凯龙又建立了 M+高端家装设计中心。此类高端设计中心连接了设计师、家居家电供应商和消费者，致力于打破“家居、家装、家电”三者的边界，提速三家融合的行业趋势，为消者提供高端个性化家装整体服务。

以 M+高端设计中心上海全球家居 1 号店为例，消费者在这里可以实现楼上找设计师，楼下找装修、买家居的一条龙服务。这样的高端创新设计中心目前已覆盖上海、北京、安徽等多个城市。

M+高端设计中心让家装设计的专业价值得到真正的变现，也引领和推动了中国家居设计往绿色环保、高端、个性化、创新的方向发展，为广大消费者引进环保与美学结合的盛宴，形成了健康发展的家装商业生态。



【案例】肩负社会责任助力商家与消费者共赢：315 FUN 肆嗨购节

2023 年家居装饰行业开年首档超级大促期间，红星美凯龙联动上下游千余品牌，重磅投入全年三分之一资源，打响春装市场第一枪，让消费者真正“放心消费， FUN 肆嗨购”，让更多品牌商、经销商共享消费复苏红利。这项活动是红星美凯龙担负起社会责任的落地实践，是一项消费者与商家双赢的活动。

参考文献

1. 《家居市场报告全球报告》
2. 《中国家居家具市场规模及份额分析》
3. 《2024 年中国家居装饰行业发展现状及趋势分析》
4. 《家居市场报告：行业研究与数据分析》
5. 艾瑞数智.《2024 年中国家居市场消费洞察报告》
6. 《中国家居产业发展报告》编委会.《2024 中国家居产业发展报告》
7. 亿欧智库.《2024 中国家居装饰行业观察报告》
8. 观研报告网.《2018-2024 年中国家具零售产业市场竞争现状调研与投资发展趋势研究报告》
9. 智研咨询.《2018 年中国住宅装饰市场规模分析及“十三五”期间建筑装饰行业增量需求预测》
10. 《欧派家居集团股份有限公司 2021/2022/2023 年度可持续发展报告》
11. 《索菲亚家居股份有限公司 2020/2021/2022/2023 年企业社会责任报告》
12. 《罗莱生活科技股份有限公司 2022 年度环境、社会及治理（ESG）报告》
13. 《美克国际家居用品股份有限公司 2023 年年度社会责任报告》
14. 《红星美凯龙家居集团股份有限公司 2023 年度企业环境及社会责任报告》
15. Social beta《当你还在考虑如何数字化转型时，红星美凯龙已经用 IMP 赋能全行业了》
16. Moooi Sustainability Strategy: Designing the Future-Moooi
17. design wanted 网.Robin Bevers: Moooi Generations isn't just a concept: Design Wanted
18. Moooi: Iconic Furniture, Where Tradition Meets Innovation–Shop Decor
19. Poliform Sustainability Report 2022/2023
20. 英国《地球宪章》认可海尔智家 ESG 成果
21. 海尔智家的“负碳工厂”.中国经济导报
22. 豆丁.家居建材行业绿色建筑与节能材料应用
23. 豆丁.绿色家居设计理念
24. 太平洋家居. 进入新周期，中国家居装饰行业多渠道革新加速！
25. 搜狐新闻. 这家家居公司打造了一座 AI 工厂
26. 证券市场周刊.ESG“金曙光奖”参评企业推介欧派家居 ESG 评级多平台实现跃升
27. 新快网. 从“三分钟热度”转向长期效应家居业布局 ESG 谋求可持续成长路径
28. 前瞻网.重磅！2024 年中国及 31 省市家具行业政策汇总及解读（全）“智能家具、绿色家具”是主旋律
29. 搜狐.《曲美家居与森林委员会共同发起绿色家具可持续森林倡议》

INTRODUCTION

上海现代服务业联合会
Shanghai Services Federation

关于上海现代服务业联合会

上海现代服务业联合会，是由本市主要从事服务业的行业协会、学会、商会等社会组织及企事业单位自愿组成的跨行业、跨领域的综合性枢纽型非营利社团组织。拥有会员单位1500余家，其中200余家为行业协会、学会、商会等社会组织，覆盖了金融、信息、科技、商务、生产、公共、专业服务等多个领域，基本囊括上海市服务业的所有行业。

以联合会为主发起设立了上海现代服务业企业促进中心、上海经贸商事调解中心、上海现代服务业发展研究院、上海现代服务业发展基金会、上海现代服务业标准创新发展中心等五个民非实体机构，并牵头成立长三角现代服务业联盟，具有全面服务社会、助推经济发展的综合实力和核心竞争力。

2024年3月，上海市商务委关于印发《加快提升本市涉外企业环境、社会和治理（ESG）能力三年行动方案（2024-2026年）》，明确上海现代服务业联合会承担着“加大对ESG理念的宣传力度”的主要任务。

荣续智库

关于荣续ESG智库研究中心

荣续ESG智库研究中心，致力于推动“绿色共赢”的可持续发展理念，成为企业ESG发展的长期伙伴。我们通过ESG行业研究、优秀案例研究、政策和标准研究、热点和趋势分析等，解决气候变化、环境、社会、公司治理等领域的信息缺乏或信息不对称的问题，为企业提供可落地、可复制、可持续的ESG 解决方案，帮助企业践行ESG理念，创造长期价值。

荣续智库研究中心汇聚了各行业的ESG专家和研究员，他们在各自领域拥有丰富经验和卓越能力。这些专家大部分是来自品职教育的ESG持证学员。品职教育拥有超过百万的活跃ESG学习社群，以及超过3万名ESG人才组成的人才库，是荣续智库坚实的人才资源。

荣续智库将继续发挥行业经验，秉持深刻洞察力和强大执行力，帮助企业将ESG有效整合到核心战略中，助力企业在ESG领域实现突破，创造社会和经济双重价值。

上海现代服务业联合会
Shanghai Services Federation

荣续智库

ESG白皮书系列

01 纺织服装行业ESG白皮书
02 食品饮料行业ESG白皮书
03 汽车行业ESG白皮书
04 化工行业ESG白皮书
05 环保行业ESG白皮书
06 新能源行业ESG白皮书
07 半导体行业ESG白皮书
08 医药行业ESG白皮书
09 财会行业ESG白皮书
10 金融“一带一路”ESG白皮书
11 包装行业ESG白皮书
12 印刷行业ESG白皮书
13 包装印刷行业ESG案例白皮书
14 家电行业ESG白皮书
15 美妆行业ESG白皮书
16 钢铁行业ESG白皮书
17 物流及航运物流行业ESG白皮书
18 航空物流行业ESG白皮书
19 建筑行业ESG白皮书
20 储能行业ESG白皮书
21 机械储能行业ESG白皮书
22 电化学储能行业ESG白皮书
23 化学储能行业ESG白皮书
24 出海欧盟 行业ESG白皮书
25 银行绿色金融行业ESG白皮书
26 跨境电商行业ESG白皮书
27 光储充行业ESG白皮书
28 电子元器件分销行业ESG白皮书
29 建筑材料行业ESG白皮书
30 通信服务行业ESG白皮书
31 通信设备行业ESG白皮书
32 家居装饰行业ESG白皮书
33 互联网教育行业ESG白皮书
34 医疗器械行业ESG白皮书
35 医疗卫生行业ESG白皮书
36 康复辅具行业ESG白皮书
37 酒旅行业ESG白皮书
38 零碳产城融合项目发展白皮书
39 零碳产城融合项目案例白皮书
40 白酒行业ESG白皮书
41 电力行业ESG白皮书
42 物业行业ESG白皮书
43 有色金属行业ESG白皮书
44 零碳物流园区发展白皮书
45 零碳园区发展白皮书
46 传媒行业ESG白皮书
47 造纸行业ESG白皮书
48 煤炭行业ESG白皮书
49 基建行业ESG白皮书
50 气候金融ESG白皮书（基础篇）
51 气候金融ESG白皮书（实务篇）
52 新能源汽车行业ESG白皮书（电池类）
53 新能源汽车行业案例白皮书（电池类）
54 新能源汽车行业ESG白皮书（氢能·甲醇·生物质·天然气·太阳能类）
55 医养康行业ESG白皮书
56 公共建筑行业ESG白皮书
57 智能制造行业ESG白皮书（航空航天）
58 微电网与虚拟电厂行业ESG白皮书
59 中国企业出海ESG白皮书（更新版）
60 零碳园区案例白皮书（系列）

合作咨询请联系
（扫码添加联系人）

欢迎关注荣续ESG智库研究中心
为您提供最新的ESG资讯
共同探索可持续发展的未来