

阳光城集团股份有限公司 2020年环境、社会及管治报告

ENVIRONMENTAL, SOCIAL AND GOVERNANCE REPORT OF
YANGO GROUP CO., LTD. IN 2020





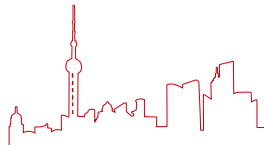
目录CONTENTS

■ 阳光寄语	01
■ 关于阳光城	02
■ 品质之道： 阳光照亮平凡人的梦想	07
打造绿色健康住宅	09
锻造品质客户服务	13
助力区域繁荣发展	19
■ 经营之道： 因为信任,所以简单	23
提升公司治理	25
健全环境管理	27
保障安置房建设	29
打造负责任供应链	30

■ 文化之道： 把每个人的梦想变成共同的理想	31
文化传承	33
员工成长	35
社区参与	39
■ 特辑： 疫情阴霾下的阳光行动	41
义不容辞,全心守护员工健康安全	43
全力以赴,全面提升物业服务水平	43
化危为机,全力创新管理运营方式	46

■ 未来展望	47
■ 关键绩效	49
■ 利益相关方沟通	51
■ 指标索引	52
■ 关于本报告	57
■ 意见反馈	58

阳光寄语



坚持服务回归,品质回归 阳光城将继续为全社会带来更加健康、智能、 具有归属感的绿色智慧精品住宅。

2020年，我们共同面临百年未有之大变局。二月初，突如其来的新冠肺炎疫情带来严峻考验，七月末，中央政治局会议再次定调“房住不炒”，房地产将产生新的行业变局。面对不确定的外部发展环境，阳光城始终致力于提升产品品质，坚持服务创新，并将公司环境、社会及治理(ESG)纳入公司董事局战略委员会职责权限，以增强企业的发展韧性。本报告是阳光城的首份ESG报告，凝结了阳光城推进可持续发展的意愿、行动和成效。

这一年，阳光城迎难而上、攻坚克难，回归品质本源，围绕“规模上台阶，品质树标杆”这一核心战略，持续提升产品、工程、服务品质，年度完成交付近10万套，交付量超过以往总和。

在产品端，阳光城整合集团设计、采购、工程、物业等部门，全面推进品质战略实施。昆明滇池半山、贵阳望乡、重庆悦江山等标杆项目年度惊艳面世，备受市场好评，彰显下行市场中品质的力量。同时，阳光城着重发力健康建筑领域，提出“绿色智慧家”住宅产品战略，联合清华大学进行5大课题研究，并将研究成果逐步落地。

在工程端，阳光城将打造百年工程作为对客户承诺，将追求质量至上作为始终如一的初心与坚守。阳光城推广采用快速建造体系，严苛管控工程，保证工程结构质量；实施“6+1”品质提升行动，围绕外立面、精装修、园林景观、机电、地下室、门窗及结构安全全面提升工程品质。杭州檀悦、杭州宸运府、厦门文澜府、大连云峰原著等项目实现品质交付。

在服务端，阳光城构建全生命周期服务体系，并着力打造社区“家文化”，用服务链接陌生、用活动搭建社群、用

公益促进行动，致力于为客户带来更美好的居住体验，提升客户满意度。2020年，阳光城共举办1000多场、覆盖全国100万业主的社区活动，致力于实现人与人、人与社区间的温暖连接。

尘埃落定的2020年，阳光城一直在探索中进步、在坚持中提升，只为不辜负投资者的期待和信赖。2020年，阳光城境内外评级均实现突破，大公国际、东方金诚维持AAA，中诚信主体评级AA+的评级展望由稳定提升至正面；穆迪主体上调至B1 Stable，联合国际主体和债项均上调至BB，惠誉债项上调至B+。评级的上调，进一步证明阳光城综合实力的不断提升。

阳光城秉持诚心回馈投资者，2020年，阳光城完成A股首单溢价回购，在海外债二级市场回购方面，年内总计回购1.86亿美元，维护公司债券估值稳定，给予投资者坚定的信心。此外，继2019年度将分红比例提高至20%以上后，阳光城2020年度分红比例将进一步提高到30%，以增强股票投资者持股信心。

值得一提的是，2020年，阳光城凭借不断改善的基本面成功引入泰康人寿、泰康养老作为战略投资人，成为当年唯一一家引战险资成功的房企，并许下十年利润承诺。

日拱一卒无有尽，功不唐捐终入海。未来，阳光城将贯彻落实国家“房住不炒”的精神，持续践行“规模上台阶、品质树标杆”战略，平衡好企业规模增长、利润提升和负债改善；夯实主业，崇尚工匠精神、树立产品文化；捕捉业主真实需求以开辟新赛道；拥抱数字化变革以实现精细化管理。坚持服务回归，品质回归，阳光城将继续为全社会带来更加健康、智能、具有归属感的绿色智慧精品住宅。

关于阳光城

阳光城集团(000671.SZ)，脱胎于世界500强阳光控股，是致力于为社会创造阳光健康生活的综合性房地产开发企业。主营业务涵盖地产开发、商业运营、物业服务、城市更新等。以“规模上台阶，品质树标杆”为战略目标，围绕全新住宅产品战略“绿色智慧家”，以“品质可靠、绿色健康、便捷安全”的产品理念，布局全国逾100座城市，匠心

筑就近500个精品项目。2020年，阳光城实现销售金额2180亿元，综合实力位列中国地产TOP15。

阳光城秉承“精英治理、三权分立”的顶层设计，凭借“管理先进、团队优越、通达人性、奋发进取”的经营理念，不断开拓进取，为社会创造阳光健康的美好生活。



发展历程

- 阳光城于深交所上市(股票代码:000671)

2002年

- 阳光城集团地产管理总部迁至上海,全面启动全国化发展

2012年

- 集团荣获中国房地产开发企业运营效率10强第1及中国房地产百强企业成长性TOP10第1“双冠王”

- 福州公司持续深耕,连续三年蝉联福州楼市销售冠军

- 进军杭州,长三角版图再添重镇

2014年

2006年

- 马堡战略会议召开,确定集中整合集团优势资源,推动房地产主业快速发展

2013年

- 福州公司实现全年销售金额111.5亿元,勇夺福州销售金额、面积双冠王,成为福州楼市首个百亿房企

- 布局苏州,战略深耕长三角

2015年

- 阳光城首个大型商业综合体西安阳光天地开业,阳光城进军商业地产

2017年

- 明确“规模上台阶,品质树标杆”战略发展目标,以“三全”投资战略为引擎,土地储备突破5000亿元,超八成位于核心一二线城市

- 以“五圆”模型为驱动,进入高速发展新时代

2019年

- 阳光城继续围绕“规模上台阶、品质树标杆”的战略目标,销售规模突破“双千亿”

- 销售金额位列全国主流地产企业Top13

- 以“绿色智慧家”为核心的产品品质全面绽放,标杆产品惊艳亮相

- 管理品质全面提升,组织架构全面优化,人才队伍不断完善

- 推出“光合工程”人才战略,以人才核心打造企业竞争力,为成为百年企业奠定人才基础

- 全面推进品质战略,打造“绿色智慧家”,分享科技发展成果,享受健康生活方式

- 销售金额首次突破千亿,全年销售金额1628亿,位列中国地产Top14

2018年

- 综合实力首进中国房企20强

2016年

- 中国房地产开发企业成长速度第1名

- 中国房地产开发企业综合实力TOP13

2020年

2021年

- 中国房地产开发企业综合实力TOP20第14名

- 中国房地产开发企业成长速度TOP10第1名

- 中国房地产百强企业第13名

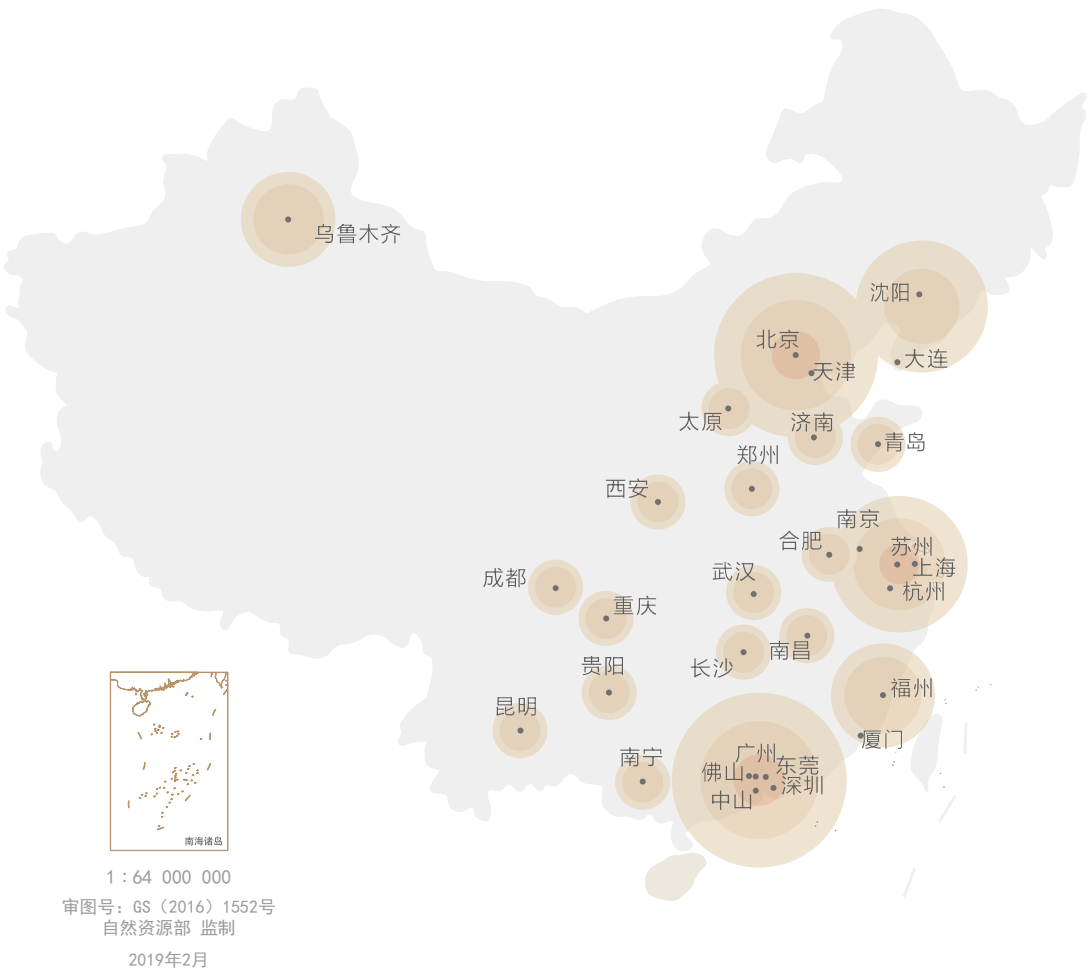
- 中国房地产百强企业——稳健性TOP10第1名

- 中国房地产产品力优秀企业

业务布局

阳光城专注于房地产开发与销售，构建以自主开发为主的经营模式，培育“精准投资、高效运营、适销产品、先进机制、充分激励”的核心竞争力，致力于打造物业服务、

商业运营、酒店开发、建筑施工、产业运营的地产业务全产业链，为中国城市的发展与繁荣贡献力量。



公司荣誉

获奖称号	颁发单位
“2021 中国房地产开发企业综合实力 TOP20”第 14 名	中国房地产企业协会
“2021 中国房地产开发企业成长速度 TOP10”第 1 名	中国房地产企业协会
“2021 中国房地产百强企业”第 13 名	中国指数研究院
“2021 中国房地产百强企业——稳健性 TOP10”第 1 名	中国指数研究院
“2021 中国房地产产品力优秀企业”	中国指数研究院
2020 中国房地产开发企业成长速度 10 强第 1 名	中国房地产企业协会
2020 中国房地产开发企业 20 强第 13 名	中国房地产企业协会
2020 中国房地产百强企业——融资能力 TOP10	中国指数研究院
2020 中国房地产百强企业——成长性 TOP10	中国指数研究院
2020 中国房地产产品力优秀企业	中国指数研究院
2020 中国房地产百强企业	中国指数研究院
2020 中国房企品牌价值 TOP15	亿翰智库
2020 中国房企品牌价值成长性 20 强	亿翰智库
2020 中国房企自媒体运营 10 强	亿翰智库
2020 中国房企雇主品牌 15 强	亿翰智库
2020 中国房企综合实力 TOP15	亿翰智库
2020 中国房地产企业价值创造能力 10 强	亿翰智库
2020 中国房地产企业营销创新力 10 强	亿翰智库
2020 中国房地产企业运营能力 20 强	亿翰智库
2020 优秀管理团队	财经研究院

品质之道 | QUALITY

阳光照亮平凡人的梦想

为客户提供品质产品与服务是企业基业长青的生命线。阳光城致力打造“品质可靠、绿色健康、便捷安全”的产品，以匠心和至诚雕琢产品，创新推出绿色健康住宅，以服务和口碑，赢得客户信赖。

履 责 实 践

- 打造绿色健康住宅
- 锻造品质客户服务
- 助力区域繁荣发展

回应外部ESG关注点

阳光城创新绿色健康住宅理念，持续深化“绿色智慧家”产品研究，致力于打造行业示范。为进一步提高客户满意度，阳光城在工程品质和服务质量方面追求卓越表现，并通过发挥自身优势，将自身发展与地区经济发展及文化传承相结合，服务社会大众美好生活期盼。

贡献联合国可持续发展目标（SDGs）



打造绿色健康住宅

理念升级 创新“绿色智慧家”

阳光城不仅为市场提供领先的住宅产品，更为行业提供领先的住宅标准与实施体系。2018 年，阳光城秉承专业情怀，参考中国绿色建筑标准、美国 WELL 标准、LEED 标准、英国 BREEAM 和德国 DGNB 等国际主流绿色建筑认证标准体系，以发布《绿色智慧家白皮书》的形式推出中国首个健康智慧住宅产品标准及实施体系，以及具有革新意义的全新产品——“绿色智慧家”。

“绿色智慧家”以绿色健康、智慧生活、家文化三个维度为核心理念，关注空气、水、光、健身、舒适、精神、环保节能，建立全新健康建筑标准；以前沿科技打造智慧社区及智慧家庭，创享轻松便捷的智慧生活体验；通过共享、共建、共生三大社区解决方案，形成独特的社区生活家文化。“绿色智慧家”通过人性关怀、生活本质及设计细节的营造，探索更好的居住品质，让每个家庭享受到绿色健康的生活。

研发室内空气健康解决方案，提高人的空气体验

城市中的人有 70%-90% 时间停留在室内，老人与婴儿在室内停留的时间更久。想实现健康的呼吸，首要解决的是室内空气污染问题。精装房 90% 的室内空气污染来自装修污染，即使选择了合格材料，但空气依然可能不达标。在重新审视、整理、归纳影响空气质量健康的各种因素后，阳光城“绿色智慧家”制定了覆盖精装修工程全业务链的管控体系，以严格的标准控制生产过程中的每一个细节，最终确保精装修产品空气质量达标。



品质进阶 始终追求质量至上

为进一步实现“规模上台阶，品质树标杆”战略目标，阳光城制定《绿色智慧家产品战略实施管理规定》，通过全体系、全材料、全条线推进的方式高效落地“绿色智慧家”理念。在此基础上，阳光城坚守匠心，创新快速建造体系，严苛工程管控，实施“6+1”品质提升行动，实现工程品质逐步升级。

快速建造体系

阳光城推广采用快速建造体系，改变传统“木模 + 砌体外墙”方式造成的外墙渗漏风险大、结构质量难以保证等现象，提升工程质量。





阳光城产品获外部认可，展现良好产品竞争力

随着阳光城逐步将“绿色智慧家”理念融入产品，越来越多的产品得到外界认可。阳光城在由克而瑞研究中心发布的“2020 年中国房企产品力排行榜 TOP100”榜单中，荣膺“2020 年中国房地产企业产品力 Top18”，佛山阳光城·佛山半岛获评“2020 年中国十大高端作品”、长沙阳光城·溪山悦获评“2020 年中国十大品质作品”。本次评选共吸引全国 200 多家知名房地产企业、全国千余项目参与。榜单结合相关测评模型，对企业的产品接受度、产品系成熟度及特色等维度进行测评，综合衡量房企的产品竞争力。十大作品榜由公开推选、测评模型、专家团评审、网上投票等环节产生，展现单项目在精准匹配客户需求、提升居住体验、建筑和社区景观设计等方面的成果，为行业树立产品创新“风向标”。

延伸阅读

长沙阳光城·溪山悦

该项目是 2020 年阳光城为长沙打造的首个五维全龄社区的未来之城。项目景观规划秉持自然环境及居住环境的可持续发展理念，回应人们在快节奏的生活中，对自然闲适生活环境的向往。通过商业、广场、自然的排布组成，营造一个富于层次变幻的邻里中心。同时，项目围绕客户需求，打造“7A”智慧健康体系，为客户筑造全方位安全、健康、舒适的品质好房。



佛山阳光城·佛山半岛

作为 2020 阳光城品质升级力作，佛山半岛是阳光城深耕佛山 4 年后打造的产品。项目占据湖心，三面环湖，与白鹭相望，将城、湖、人三者融为一体，缔造高品质生活人居。依据新加坡园林设计理念，打造 6 大度假景点，通过自然、生态、绿化构建公园式生活方式。同时，佛山半岛以星级酒店精装为标准，运用“绿色智慧家”产品标准，打造摩登现代的生活享受。



示范引领
打造行业住宅标准

为深化推进“绿色智慧家”产品研究，打造行业示范，阳光城积极调动内外部资源，在内部设立“绿色智慧家”研究院，并联动阳光控股旗下多个产业板块；在外部，阳光城携手清华大学等科研院所开展课题研究，进行理论创新，致力引领行业住宅标准。

内部协同

阳光城成立“绿色智慧家”研究院，包含高校顶级专家、合作供应商的高级研发人员，主要负责执行“绿色智慧家”战略；利用系统内部资源，协同星网锐捷公司开展智能化研发，阳光龙净公司对健康住宅提供研发，包括水处理、土壤处理等。

外部合作

阳光城携手外部科研院所，开展课题研究，引领行业品质提升。2019 年 9 月，阳光城与清华大学联合举办“绿色智慧家”课题签约仪式，签署五大研究课题，涵盖产品战略、建筑设计和规划、居家环境、空气质量优化、照明标准体系五大领域，实现“绿色智慧家”品质再升级。



阳光城和清华大学合作课题

- 阳光城集团“绿色智慧家”产品战略研究
- 机器人时代的建造设计和规划
- 影响居家环境的化学因素
- 阳光城集团“绿色智慧家”空气质量优化控制研究
- 阳光城集团“绿色智慧家”照明标准体系研究

锻造品质客户服务

阳光城坚持以客户为中心，以全生命周期服务理念为落脚点，聚焦解决客户诉求，致力于为客户带来高品质的产品和服务，提高客户满意度，不负客户期望与信任。

打造全流程服务体系 实现全方位品质保障

阳光城坚持“客户至上、服务为本、尽心尽意、至诚待人”的服务理念，力求为每一位客户提供有品质、有温度的服务。公司构建了从规划及开盘前到入住期全产品周期服务，并在全流程各环节开展风险检查，保障项目质量，努力成为客户最可靠、最信赖的服务者。

规划及开盘前：提前研判客户期望,规避风险

在产品规划诞生的初期充分考虑业主需求，并联合审图团队前期介入从建筑、景观、给排水、暖通、强弱电等联合审图，规避产品后期使用风险。在示范区向客户开放前，以客户视角，对案场样板间展示、合同附图、沙盘、单体模型等是否一致进行排查。



销售阶段：坚持实事求是原则,杜绝不当承诺

聘请第三方机构，从销售期的销售案场到交付后物业小区，定期开展“神秘客户检查”行动，为业主提供高标准、高品质服务。



全流程服务体系

规划及开盘前

销售阶段

施工阶段

交付阶段

入住阶段

2020 年

- 在建风险检查 1205 次
- 开展细部检查 160 个项目
- 共推送家书 647 封
- 举办 40 余次工地开放日

2020 年

- 举办 100+ 次预交付活动
- 迎接 10万+ 户业主归家

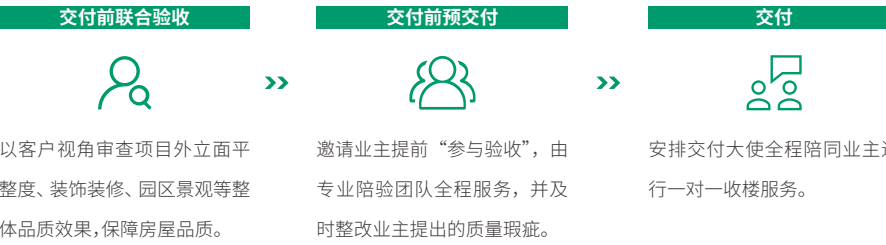
施工阶段：坚持严苛标准,不放过每个细节

现场巡查项目施工情况，及时解决建造过程中发现的产品缺陷及与销售展示不符风险等问题。交付前 6 个月启动细部检查，涵盖 364 项细则，交付前 100% 完成整改，为业主居住保驾护航。

在销售签约后，推送阳光家书，播报施工进度。在项目封顶后，邀请业主参加工地开放日，让业主实地了解房屋施工工艺。



交付阶段：把好最好一道关,实现品质交付



成立“集团10W+交付专项工作组”,确保交付品质

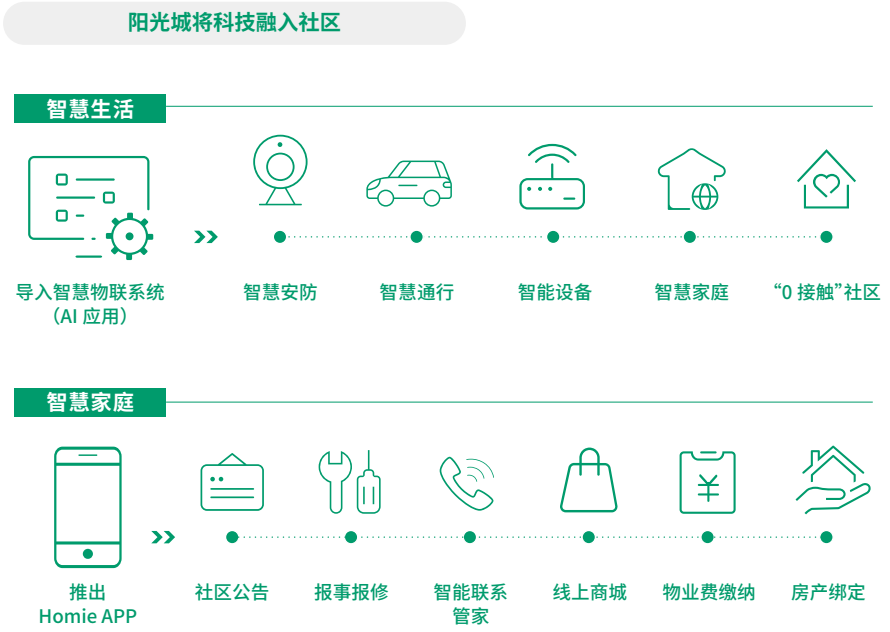
为确保 2020 年公司 10 万余套房屋高品质交付，阳光城成立“集团 10W+ 交付专项工作组”，由集团执行副总裁任组长，营运、客关、工程、设计等相关部门核心骨干参与。该工作组统筹和决策阳光城 2020 年整体交付工作，通过交付风险评级、“一盘一策”双周会、紧急会议不定期专项行动等，跟进重难点项目进展，全力确保交付品质。

截至 2020 年底

- 在全国成立 **200** 个
优 HOME 房修中心
- 2020 年首届“阳光悦邻节”
共举办 **100** 余场活动
- **10** 万余业主参加

入住阶段：客户服务不停步,持续提高客户粘性

组建优 HOME 房修团队，确保在质保期内为业主提供全年全天候的房屋维保服务。特设忠诚度基金，用于开展业主活动、社区公共设施翻新或改造、绿色景观提升等。打造阳光管家、阳光卫士、阳光艺师、阳光技师 4 大服务条线和 15 项服务标准，为业主提供品质服务。每年第四季度举行“阳光悦邻节”活动，丰富各个年龄段业主文化生活。



全面保障客户权益
成为值得信赖的伙伴

阳光城秉持客户至上的原则，通过开展满意度调研，及时解决客户诉求，并严格保护客户隐私，赢得客户认同。

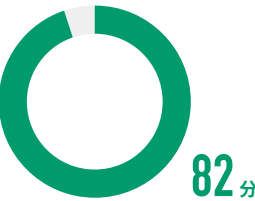
开展满意度调研

自 2017 年起每年开展客户满意度调研，并在满意度调研中不断变革，以不同生命周期的客户视角发现问题并解决问题，通过后端大数据的收集与分析，进一步完善前端产品的规划与设计，提升产品品质及服务水平，为客户打造优质服务。

阳光城开展客户满意度调研

2020 年

客户满意度(分)

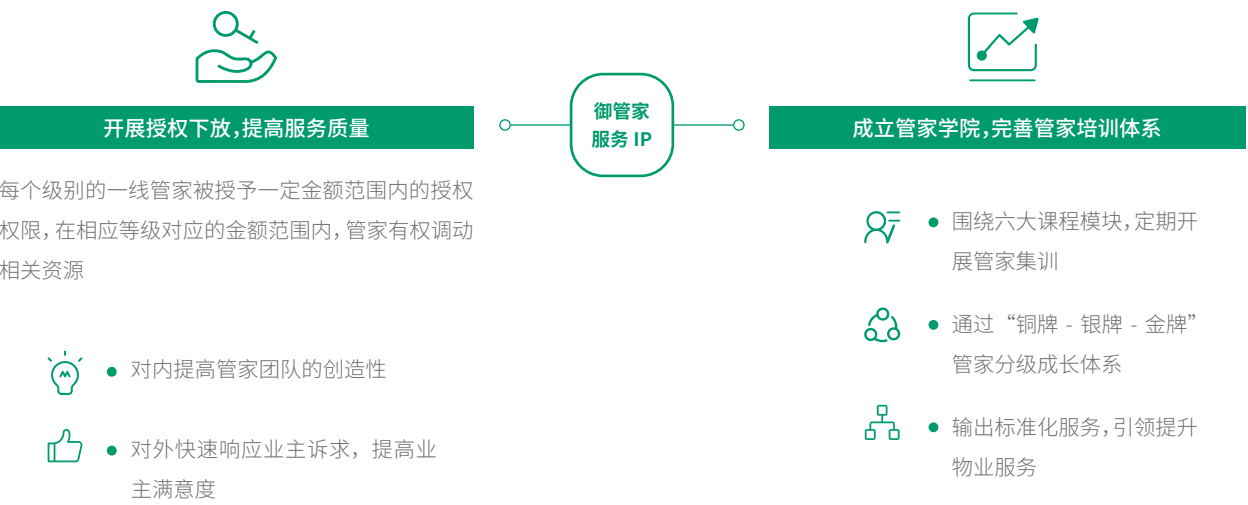


- 联动集团各管理中心，每年合理修订满意度调研问卷，精准了解客户需求
- 开展满意度维护培训，赋能一线人员
- 自建“400”客户服务监督热线团队，采用节点及年度调研模式，收集业主诉求
- 每月分析满意度数据，将客户声音传递到各业务环节端口



打造“御管家”服务IP，推进物业服务品质持续提升

阳光城积极开展管家团队深化改革，打造“御管家”服务 IP，致力于将“御管家”打造成“基础服务品质的引领者、绿色智慧家的践行者、社区增值业务的链接者”。



解决客户诉求

阳光城畅通客户诉求反馈渠道，制定《客户投诉管理办法》等管理制度，逐步完善客户投诉管理。将投诉分为一般投诉、重大投诉和特别重大投诉，提升投诉解决针对性，并对未能及时处理的客户投诉意见逐步升级直至反馈到区域总裁，保障客户投诉最终解决。此外，阳光城通过归纳整理客户诉求形成案例反馈机制，实现客户服务与产品持续改进。

阳光城畅通客户诉求反馈通道



集团层面

“400”呼叫中心



区域及项目层面

来访、来电、来函(或传真)、网络(网络媒体、自媒体文章等)、电子邮件、政府主管部门委托转告或媒体转达报道等

阳光城不同层面客户投诉分派解决机制



保障客户隐私安全

阳光城全方位维护客户权益，从管理制度和技术等层面，保护客户数据隐私，保障客户信息安全。



管理方面

客户信息仅对“400”服务热线组长等关键岗位人员开放，且所有工作人员账号操作痕迹可查



制度方面

所有接触业主信息的人员均签署保密协议



系统方面

统一使用电话呼叫系统拨打，话务员无法接触业主完整号码

创新业内首个“全员客服计划”

高品质的产品和服务已成为定义企业核心竞争力的重要维度。阳光城坚持客户导向，在业内率先实施“全员客服计划”，确保真正实现客户价值的发掘，将客户需求反哺至产品前端，持续改善产品和服务。

“全员客服计划”三大目标

GOALS

1

让每一位阳光城的业主在购房后，都能享受到始终如一的礼遇和尊重，买得开心、住得顺心；

2

无论是高管还是基层，所有员工都要参加客服工作，使阳光城更加贴近市场、保持对市场的敬畏和敏感度；

3

所有员工直接接受客户投诉、直接面对客户拷问，即使公司高管也要直面一线可能细枝末节的冲突。



助力区域繁荣发展

阳光城将自身发展与区域发展结合，充分发挥自身在资金、地产开发、商业运营、物业服务等方面的优势，在追求美好生活的道路上全力奔跑，以品质建筑赋新城市生活未来。

支持科创产业 助推地区发展

阳光城围绕国家创新驱动发展的顶层战略和区域产业升级的现实需求，积极布局科创产业，并紧跟母公司阳光控股在教育领域的布局，对接区域教育开发项目。

布局科创产业

链接产业资源		
	政府机构	建立园区运营平台对接政府与企业需求，实现先进生产力要素的高效互通和落实。
	龙头企业	发挥阳光城系统内成员企业及外部行业龙头的引领作用，带动产业链聚合，形成充满活力的产业核心圈层。
	科研机构	与高等院校、研究院等建立广泛合作关系，打造产学研模式，为科技创新提供持续活力。
	金融机构	通过多种方式构建金融服务平台，提供优质融资通道和资本市场辅导。
	服务机构	组织产业发展所需的第三方服务，促进科创企业圈层活动及专业交流。

打造上海阳光海悦科创中心，服务高端装备生产制造集群

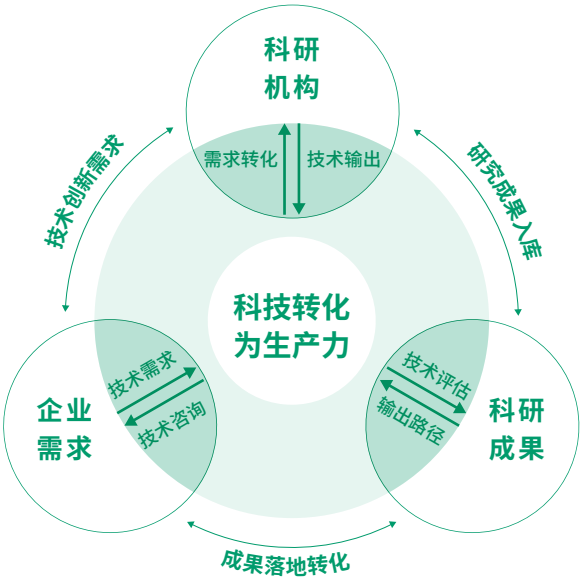
上海长兴被定位为“世界先进的海洋产业战略基地”，直接承载中国制造中心产业链条。阳光城携手上海长兴海洋装备产业基地开发有限公司，在长兴共同打造上海阳光海悦科创中心，并与政府启动联合招商，导入中国航发北京航空材料研究院等科研院所，带动上下产业多家企业落户。此外，阳光城联合相关部门搭建产业金融服务平台，为园区内中小企业提供贷款、融资、创投、股权托管等金融服务。

打造上海张江阳光NEO生物医药园，助力医药企业成长

张江药谷位于张江科学城这一中国国家级高新技术园区，聚集众多医药相关企业和各类研发机构，医药创新氛围浓郁。阳光城聚焦生物医药细分领域，深度研判张江科学城产业布局，打造上海张江阳光 NEO 生物医药园，根据成长性生物医药企业需求，完善建筑空间、市政管线、软硬件等设施，促进产业升级，吸引高端产业人才。

建设上海松江G60脑智科创基地，带动老牌工业区转型

G60 科创走廊是长三角贯彻新发展理念引领示范区的重要引擎，是上海及长三角地区重要的产业技术创新策源地。阳光城以 G60 科创走廊规划和建设为契机，建设上海松江 G60 脑智科创基地，以生命科学为主导产业，导入中国科学院脑科学与智能技术卓越创新中心（中科院首批成立的四个卓越创新中心之一），实现产学研一体化，促进传统制造型工业区佘山转型升级。项目还搭建了生命科学产业发展基金，推进关键技术攻关和成果转化。在园区建设方面，阳光城将建筑美学和生态美学结合，采用生态科技建筑技术，并联合阿里云共同打造高智能化、环境友好、绿色低碳、高效舒适的可持续园区。



- 

打造生态品质园区，构建绿色科创花园

联合阿里云打造智慧园区

基于阿里云物联网平台，建立园区管理、产业服务和生活服务智慧信息平台；基于 AI 及无人驾驶等技术，构建园区全覆盖的智慧交通系统。
- 

全面应用生态科技建筑技术

采用最先进的 BIPV（光伏幕墙一体化）方案，融入高智能化的系统管理，通过节能措施，打造环境友好的可持续园区。
- 

将建筑美学与生态美学结合

在兼具建筑美学和视觉感受的基础上，排列布局各栋建筑，打造宁静的院落空间和景观中心。



推动教育发展

阳光城积极发挥自身地产开发优势，重点推动欠发达地区及周边教育事业的发展，助推当地经济社会可持续发展。



案例：实施陕西延安教育小镇项目，打造延安教育龙头

阳光城响应延安市政府“加快新型城镇化建设，推进城乡一体发展”的理念，坚持改善义务教育学校办学条件，为延安人才培养助力。通过协同阳光控股教育集团，引进北大培文学校，与延安新区管委会共同打造延安阳光教育小镇。

延安北大培文学校占地面积 200 亩，位于延安核心区，可容纳 3900 名学生，将打造成为集幼儿园、小学、初中、高中及国际高中为一体的十五年一贯制高品质学校。自 2018 年开学以来，延安北大培文学校取得一系列市级、国家级荣誉，收获来自家长、学生的肯定。小学部 71 名孩子在全国数学技能大赛中获奖，初中部 2019 年在延安新区首次统考中成绩独占鳌头。

延安北大培文学校



占地面积 200 亩



可容纳学生 3900 名



小学部 71 名孩子在全国
数学技能大赛中获奖

关注文化传承
激发城市活力

阳光城秉持对文化传承的敬重之心，将城市的文化内涵体现在产品的设计上，实现产品和社区环境融合，唤醒城市的活力与文明，在社区内开展传播传统文化的活动。



阳光城·滇池半山-山海美术馆，为城市打造“精神高地”

如今，衡量一个城市乃至国家的指标不再局限于经济数值，更考量城市文化、艺术的输出及影响力。阳光城站在城市运营的高度，忠于对人文艺术追求，承担起艺术传承与美育的社会责任，在打造滇池半山时，建设了山海美术馆，以有形艺术赋予城市魅力，致力为昆明打造一处“精神高地”。2020 年 7 月 4 日，阳光城·滇池半山携手三联生活周刊，在山海美术馆举办“首届 2020 三联人文城市奖 My City 城市论坛”，共同探讨公共空间与城市共生的美好关系。



阳光城·檀境-探索城市文明与人居环境的相辅相融

在福州檀境项目中，阳光城牺牲一栋楼的面积，守候 2 棵明清古榕树，并以“内河穿梭”的城市视角，打造国内首个“内河文化”展馆——榕·艺术馆，留下内河的龙舟传统文化记忆。该项目通过在老城之中打造全龄独立园区空间及共享聚合社群广场，在延续传统的同时，为新福州人创造一种新时代的生活新形态，入围 CREDAWRD 地产设计大奖·中国 2019-2020 年度公建项目。



将传统文化的传承融入社区建设，营造社区国学氛围

阳光城注重中国传统文化的传承和延续，推动传统文化融入社区生活，特别是提高社区青少年儿童对传统文化的认知，成立国学社区，利用社区公共区域，搭建国学爱好者交流和沟通平台，定期举办穿戴汉服、DIY 蒲扇等国学主题活动，营造国学人文场景和社区氛围。



经营之道 | GOVERNANCE

因为信任 所以简单

品质产品的背后是阳光城的管理体系支撑。阳光城坚信优秀的治理体系能带来高效的管理、健康的企业文化、成功的业务增长和提升的股东价值，保障客户、股东、员工、合作伙伴、供应商等各利益相关方的权益，以负责任和可持续的方式追求公司基业长青。

履 责 实 践

- 提升公司治理
- 健全环境管理
- 保障安置房建设
- 打造负责任供应链

回应外部ESG关注点

阳光城建立董事会、监事会、经营层“三权分立”的公司治理制度，持续建立健全内部控制制度，提高公司规范运作水平，并把对合规运营的关注延伸至供应商管理。此外，将环境作为企业治理重要议题，通过首次发行绿色债券等方式，践行绿色发展理念。

贡献联合国可持续发展目标（SDGs）

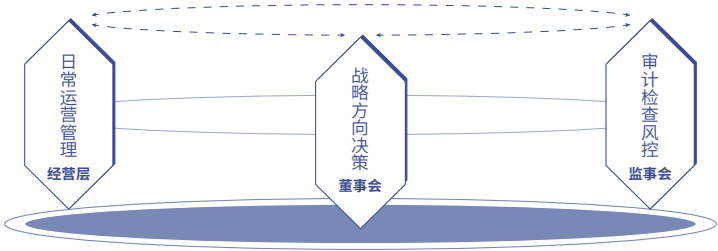


提升公司治理

精英治理

阳光城是一家有使命感的公司，初创之时就将“职业经理人”视作“合伙人”，坚持“精英治理、三权分立、充分授权、合伙人机制”的顶层设计，用精英治理的顶层设计和平台，让每个阳光人拥有精英精神。

阳光城建立董事会、监事会、经营层“三权分立”的公司治理制度，董事会、监事会、经营层独立运作、密切配合、各司其职。“管理先进、团队优越、通达人性、奋发进取”的经营理念，“简单透明、结果导向、合作共赢”的企业文化，吸引具有企业家精神的百子良将，造就一支“懂业务、高敬业、讲情怀”的精英管理团队。



规范运作

阳光城严格按照《公司法》《证券法》《上市公司治理准则》《上市公司规范运作指引》及相关法律法规要求，不断完善公司法人治理结构，建立健全内部控制制度，加强信息披露，积极开展投资者关系管理工作，提高公司规范运作水平。阳光城通过不断完善《公司章程》《股东大会议事规则》相关条款，确保所有股东特别是中小股东享有平等地位，充分行使其股东权利。2020 年，阳光城召开 18 次股东大会。

董事会



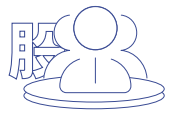
公司第十届董事会由 **12** 名董事组成，其中独立董事 **4** 名。2020 年，公司董事会共召开 **20** 次会议。

监事会



公司第九届监事会由 **3** 名监事组成，其中股东代表 **2** 名，职工代表 **1** 名，女性 **2** 名。2020 年，公司监事会召开 **9** 次会议。

股东大会



2020 年，公司召开 **18** 次股东大会。

合规经营

阳光城坚持依法合规经营，恪守商业道德，构建覆盖全业务领域的事前防范、事中监督、事后整改的一体化监督体系，确保内部治理有效执行。公司审计中心对董事会及其审计委员会负责，向审计委员会报告，独立行使审计职权，并定期开展例行审计和专项审计，通过审计活动识别风险、发现问题、优化管理。

2020 年

- 公司共开展 **37** 次覆盖全员的合规培训和商业道德培训

开展廉政教育活动

阳光城通过制定员工职务行为管理办法和审计问责机制，在企业内部培育“阳光”合规文化，并通过打造廉政教育体系持续开展员工廉政教育，提升员工廉政意识。

公司廉政教育举措

新员工入职时签署《杜绝不当影响供应商遴选的承诺函》进行廉洁自律承诺

线上线下开展员工廉洁教育培训，包括制定廉洁自律教育读本、开展案例复盘讨论、拍摄廉洁微电影等

定期向员工推送反舞弊动态、廉洁建设动态、廉洁教育宣传片、警示教育案例

畅通廉洁举报渠道

阳光城建立了包括电话、邮件、微信扫码、信件等举报途径，由审计中心监察部接收举报信息并进行及时调查和处理。

举报处理主要机制

接到举报进行线索登记，联系举报人获取详细线索

根据初查结果出具报告，确定后续处理方式，包括监察自查、移交区域或职能条线自查、关闭案件

向举报人反馈针对其举报的调查结果

阳光城微信举报渠道

加入“企业反舞弊联盟”

阳光城于 2018 年加入“企业反舞弊联盟”，该联盟是国内成立最早、在企业治理腐败犯罪领域最完整、最全面的反舞弊组织。此外，2020 年，阳光城作为发起成员之一成立了“闽系在沪房企成立审计监察联盟”。通过与各联盟成员在反舞弊领域合作的不断深入，阳光城持续优化公司治理环境，同时与联盟成员携手，在行业内部打通信用信息共享通道，创新规范舞弊问责机制，协同促进行业内“不能腐、不敢腐、不想腐”的廉洁从业内控系统的建立和完善。

ESG治理

阳光城高度重视社会责任的履行，以公司与股东、客户、员工、行业、社区与环境之间的和谐为目标，努力实现履行社会责任与公司业务运营的有机融合，以公司的发展实现股东受益、员工成长、客户满意、政府放心，为经济发展与社会和谐贡献公司力所能及的力量。

2020 年 12 月，阳光城将公司环境、社会及治理 (ESG) 纳入公司董事局战略委员会职责权限。董事局战略委员会负责制定公司 ESG 责任、愿景、策略、框架、原则及政策，加强重要性评估及汇报过程，确保及落实董事局通过的 ESG 政策持续地执行及实施。负责审批并批准公司 ESG 目标，定期审核 ESG 目标的达成情况。负责审视 ESG 主要趋势以及有关风险和机遇，并就此评估 ESG 有关架构及业务模式是否足够和有效，采纳及更新公司 ESG 政策并确保政策与时俱进，符合适用的法律、法规及监管要求和国际标准。

健全环境管理

管理环境影响

阳光城对环境的关注贯穿研发设计、采购、施工建造、物业运营和公司日常经营管理等全生命周期，用绿色环保的工艺方法和运营管理，为客户筑造阳光、健康的家园。阳光城制定《环境因素管理程序》，对各业务环节中的环境因素进行识别和评价，并形成《重要环境因素及其控制计划》，实现对环境污染的预防和有效控制。

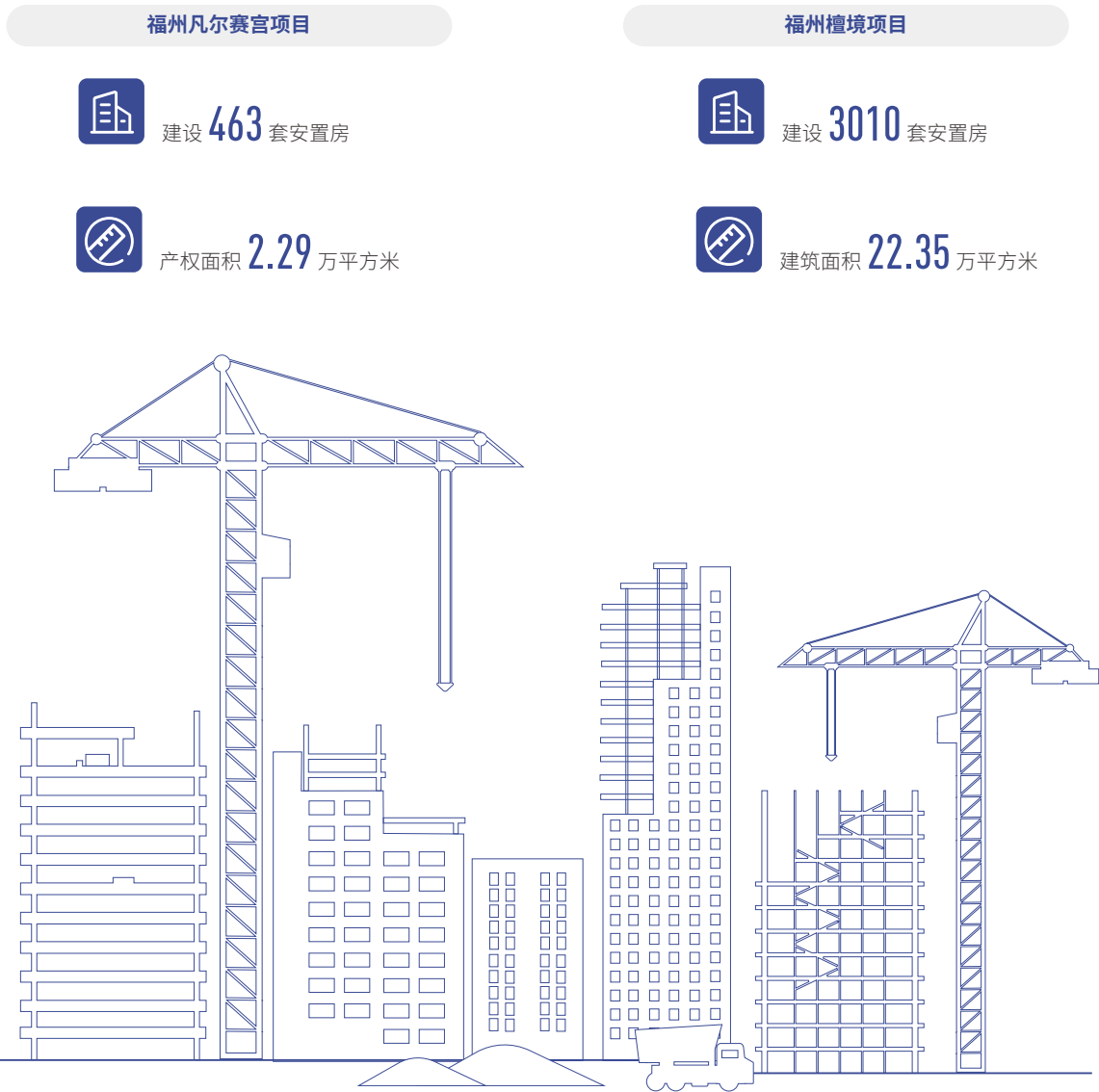


保障安置房建设

安置房的建设对于改善民生、促进社会和谐稳定具有重要意义。阳光城将安置房的建设作为重要民生工程，为千家万户筑就幸福家园，切实维护广大民众的切身利益。

阳光城积极推进在福州地区的安置房建设

为帮助解决福州本地回迁居民居住问题，阳光城持续推进在福州地区的安置房建设。例如在福州凡尔赛宫项目中，阳光城建设 463 套安置房，产权面积 2.29 万平方米；在福州檀境项目中，阳光城建设 3010 套安置房，建筑面积 22.35 万平方米，约占总住宅面积的四分之三。推进安置房建设是阳光城履行企业公民角色，践行阳光城社会责任理念的重要行动，项目得到当地政府的大力支持，不仅有力改善了福州本地回迁居民的生活质量和居住环境，帮助社会大众实现了安居梦，更进一步推动了城市的可持续发展。

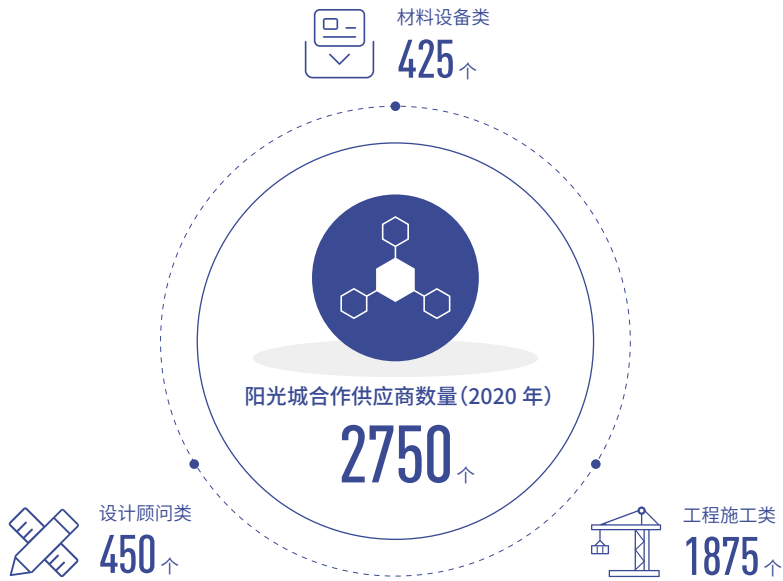


打造负责任供应链

严格采购管理

阳光城实现“规模上台阶，品质树标杆”战略目标、为客户建造绿色健康的好住宅的过程，离不开供应商的合作共赢。我们恪守阳光、透明的采购理念，持续加强采购管理，2017 年发布《阳光城集团招标采购管理办法》，并每年针对新增品类和实际业务执行问题增补和修订制度。

阳光城每半年向各区域项目公司以及各集采供方进行集中采购业务问题及意见的收集，并为业务落地执行提供平台，进行问题解答。此外，阳光城正逐步完善供应商分级体系，筛选、发展优秀供方资源，致力于打造一批与阳光城文化契合、有责任有担当的优质供方。



采购环保建材，加强全过程室内空气质量监督

公司实施“绿色智慧家”产品战略，严格把控可能产生室内空气污染的主材和辅材产品，按现行的产品标准提高污染物控制限值要求。所有相关主材全部甲方直接采购，并不定期进行工厂仓库发货前飞行检查。项目所有相关辅材全部甲指乙供，通过出厂二维码加强溯源管理，并在工厂现场进行到货必查。

培育供应商责任意识

阳光城将责任理念融入价值链当中，与合作供应商齐心培育良好的商业生态。

对于室内精装材料供方，在挑选入围品牌时就关注供方的绿色环保和社会责任意识，优先考虑原材料、生产工艺、物流运输、成品等环节在环保方面达到行业领先且优于国家标准的品牌，确保业主使用安全健康且对自然环境污染小的产品，同时引导供方生产环保产品。

对于总包、精装修、外立面等施工类供方，阳光城秉承“合作共赢”的长期可持续发展理念，给予优秀的供方合同金额之外的点数奖励，充分调动供方积极性和责任意识，共同为业主创造舒心、放心、可心的居住环境。

文化之道 | CULTURE

把每个人的梦想变成共同的理想

推动管理机制持续运转的是不断传承的文化基因和良将如潮的人才团队。阳光城秉承“简单透明、结果导向、合作共赢、持续奋斗”的核心价值观，赋能员工发展，参与社区共建，致力于成为推动商业文明和社会进步的世界级企业。

履 责 实 践

- 文化传承
- 员工成长
- 社区参与

回应外部ESG关注点

阳光城集团积极开展员工职业健康管理，不断健全职业健康安全体系，制定相关计划及绩效指标，保障每一位员工的健康安全。

贡献联合国可持续发展目标（SDGs）

5

性别平等

8

体面工作和经济增长

10

减少不平等

文化传承

阳光城构建起一套涵盖理想、信念、价值观、行为准则和道德规范的企业文化体系，营造出相互尊重、重视团队精神、推崇诚实坦率的文化氛围，并通过组织丰富多彩的企业文化活动和树立典型文化标杆，让阳光文化成为指引每一个阳光人前行的灯塔。

培育独特阳光文化

阳光城始终相信，一个旨在追求卓越文化的企业，必定是推动商业文明和社会进步的企业，也必定是为员工创造富裕幸福生活，为社会奉献中华力量的世界级企业。

司训

光明磊落、勇猛精进
胸怀祖国、成就人生

愿景

成为推动商业文明、
社会进步的世界级企业

企业口号

有阳光、有梦想

阳光理念

经营理念、体制理念、社会理念

宗旨

推动商业文明和社会进步，
向世界贡献中国力量

核心价值观

简单透明、结果导向
合作共赢、持续奋斗

使命

阳光以教育兴邦、产业报国为己任，
致力于满足人们对美好生活的向往



推动文化深入人心

阳光城通过开展各类企业文化举措落地实践行动，建立多样化的企业文化宣传载体，搭建员工参与企业文化建设平台，在润物细无声中将阳光文化深植员工内心。



开设企业文化课程，为阳光新人打上阳光烙印

阳光城面向所有入职的新员工，开设企业文化课程，帮助新员工了解阳光文化，掌握公司发展情况，助力新员工成为阳光文化的践行者。

线上课程



通过视频及 PPT 课件的方式，讲授《企业文化手册解读》。2020 年，课程总学习人数为 3035 人。

线下课程



邀请内部讲师，参考《阳光城企业文化 - 价值观解读》和《阳光城文化与企业发展之旅》，开展培训讲座。



开展区域总裁大讲堂活动，实现自上而下的文化赋能

文化是无形的牵引，不仅能激发员工潜能，更能增强优秀人才对公司的粘性。阳光城组织开展区域总裁大讲堂活动，针对公司战略、企业文化、价值观等内容进行现场解读，帮助员工全面、深入理解公司战略及文化，加深员工对阳光文化的认同感及使命感，保证阳光文化和价值观的传承。2020 年，阳光城共在 16 个区域公司开展了 70 期区域总裁大讲堂活动，累计覆盖 4000 人次。



深圳区域总裁吴乐先生作为区域首席文化官，通过文化大讲堂、员工面对面、经营分析会、微信骨干群等途径传递管理理念，传播经营文化，打造阳光透明的企业文化和办公环境。

树立典型文化标杆

阳光城相信历史由人谱写，通过阳光人物志专栏，我们记录下阳光人波澜壮阔的历史创造历程，展现阳光人用点滴汗水，铭刻阳光进步。每一位人物都是阳光文化的书写者与践行者，都是阳光未来的开拓者与创造者，鼓励着所有阳光人在各自的岗位上向阳生长。截至 2020 年底，阳光人物志已推出 39 期。

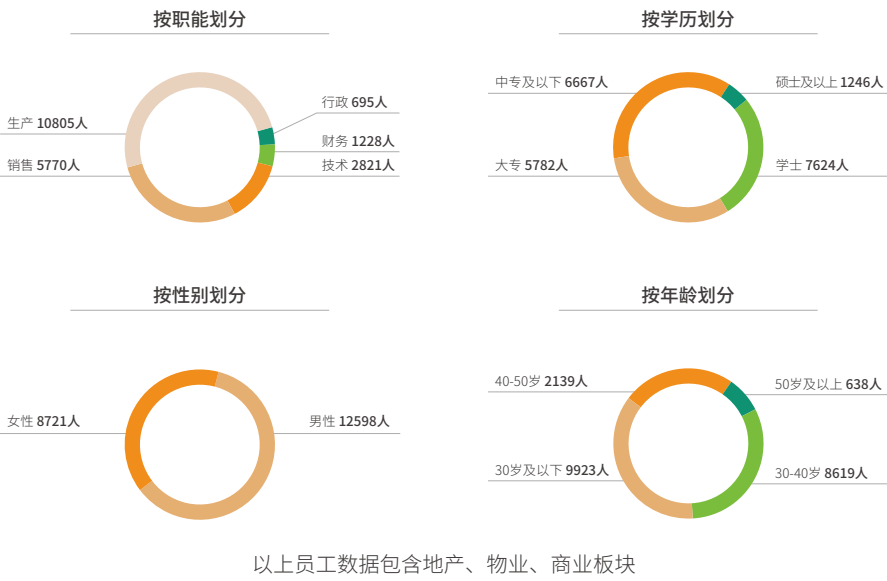


员工成长

阳光城始终尊重每位员工的人格平等,创造良好的工作环境和多元开放的文化环境,营造团结、和谐、轻松的工作氛围,倡导“激情工作、健康生活”,使员工享受工作带来的幸福感和成就感,以健康心态创造阳光灿烂的人生。

保障员工权益

阳光城严格遵守《中华人民共和国劳动法》《中华人民共和国劳动合同法》等相关法律法规,坚持平等雇佣原则,公平、公正对待不同民族、性别和文化背景的员工,禁止雇佣童工,抵制一切形式的强制性劳动。2020年,阳光城集团员工总数 21319 人,地产板块的员工流失率为 28.3%。



薪酬福利

阳光城不断完善薪酬福利管理制度,健全员工福利保障体系,确保员工按国家规定享受年假、病假、婚假、产假等假期,规范薪酬管理,保障员工的利益,让员工享有体面工作和有质量的生活。2020年,阳光城集团员工社会保险覆盖率 100%。

职业健康与安全

阳光城重视员工的职业健康安全,积极开展员工职业健康管理,最大程度降低安全风险。通过组织入职体检和年度体检,定期举办心理健康讲座,关注员工身心健康。同时,倡导员工保持健康体魄,鼓励员工多参与体育活动。2020年,阳光城集团无安全事故、无因公死亡人数、无工伤人员,因工伤损失工作日数为 8 天。

民主沟通

阳光城重视员工民主管理,不断畅通员工沟通渠道,倾听员工心声,激发员工参与企业建设的积极性。2020年,我们在阳光城微信服务号后台进行行政保障意见收集 3 次,收集行政保障服务改进意见共 23 项,涵盖办公区设备配置、会议室保洁、行政活动建议等方面,并已根据员工反馈意见,完成全面改进。



激发员工活力

人才是企业发展的核心竞争力。阳光城健全覆盖全员的人才培训体系,不断迭代升级“光合工程”,为每位员工创造可持续发展的空间和机会,鼓励员工和公司共同奋斗,共同成长。

我们坚持将人才资源列为第一战略,由执行董事长兼总裁朱荣斌先生指导设计,集团领导班子集体挂帅,结合企业发展实际,研究制定了打造关键人才发展的光合工程项目。光合工程通过光(情怀)、水(业务)、土壤(敬业)三个输入,以人才盘点、人人为师 2.0、橙知学堂 3.0 为三大支撑,培养光之子、光之翼、光之耀、光之辉四类人才,输出能量(培训认证)和氧气(文化认证),实现人才培育体系化运作,将“社会精英”培育为具有阳光烙印的“阳光精英”。



2020年,承载阳光城高质量人才内生培养、成长和激活的光合工程 2.0 人才战略正式发布。光合工程 2.0 通过按需选课满足更加个性化的学习需求,进一步加强业务交圈和资源整合,搭建更加符合阳光城快速发展需求的“轻学习+重实践”的学习模式。同时,以宽进严出的评选标准,系统化培养、全方位赋能,打造公司发展所需的高效人才供应链。



丰富员工生活

阳光城尊重并关爱每一位员工，通过举办丰富多样的文体活动，平衡员工工作与生活，提升员工归属感、幸福感与获得感。



阳光城2020第二届员工日——乘风破浪的阳光人

阳光城的发展离不开每一位员工的努力和付出，我们通过举办年度“员工日”活动，向全体员工以及行业传递“快乐工作，健康生活”企业价值主张，感恩每位员工的付出，倡导健康的工作生活方式。



零接触线上趣味运动会

阳光城在疫情期间，将原本只限于线下聚集性的竞技性俱乐部活动搬至线上，联合5大员工俱乐部，开展了一系列零接触线上运动会。



青出于“篮”

篮球俱乐部主导赛道，比赛内容为原地转圈后多角度投篮。大家利用单独练球的时间进行投篮练习，并随手拍摄短视频上传平台。



“羽”你同在

羽毛球俱乐部主导赛道，内容为单人羽毛球训练器挑战。赛道组织方为参赛选手采购羽毛球训练器，让球友们即便不能约球，也可以在疫情期间坚持练习。



“足”智多谋

足球俱乐部主导赛道，内容为身体多部位垫球比赛。球友们挑战单次最多的垫球数量，也有双人配合相互垫球的伙伴。



“箭”无虚发

射箭俱乐部主导赛道，内容为飞镖比赛。伙伴们虽然不能到靶场射箭，但可以用便携式的飞镖盘进行投掷练习。



撑下去赢未来

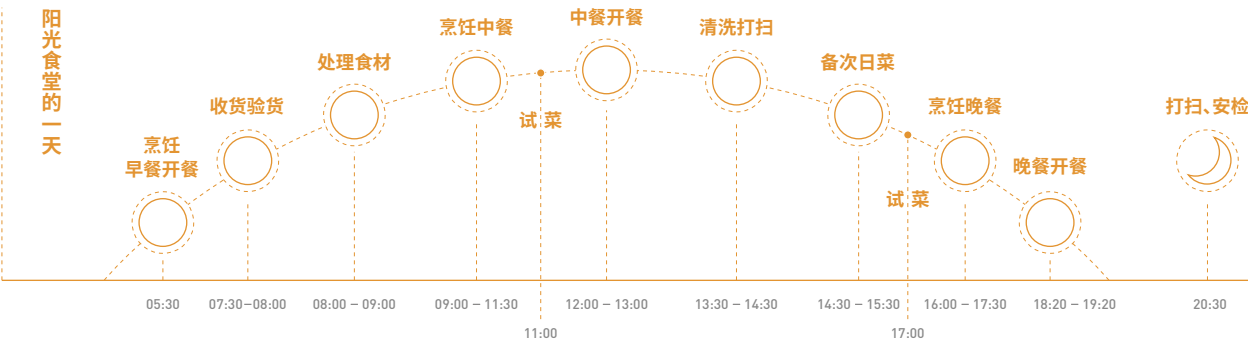
户外俱乐部主导赛道，内容为交换手平板支撑挑战赛。伙伴们纷纷在家里、在午休期间的办公室里，开始平板支撑运动，强化身体机能，挑战体能极限。



藏在阳光城里的“网红食堂”

阳光食堂为阳光控股大厦全员提供每日早中晚三餐，实行免费用餐和自助取餐，全力保障员工用餐安全，供餐至今零食品安全事故。截至2020年底，已提供早餐17万人次、午餐55万人次、晚餐17万人次以上。

2020年，我们运用阳光城集团行政服务号Yango Siri，组织食堂满意度专项问卷调查，覆盖阳光控股大厦全体员工，员工满意度得分81分，收集食堂改进意见及建议共11项，涵盖食堂排队时长、餐品种类及口味、食堂位置排布等多个方面，并已根据员工反馈意见完成对阳光食堂的调整改进。



创新党建形式，确保政治引领“零时差”

为深入贯彻落实习近平总书记考察上海时的重要讲话精神，推动党员学好用好历史，阳光城集团党委直属各支部，组织120多名党员，开展了“红色平凉、靓丽滨江”行走党课活动，通过专家讲解、实地参观、历史资料学习、党员互动交流等方式，帮助党员了解杨浦区平凉街道的历史演变轨迹，增强员工自我发展动力。

社区参与

阳光城利用自身优势参与贡献社区发展,开展公益慈善活动,投身志愿服务,促进社区和谐发展,积极传递“阳光”能量。

投身志愿服务

阳光城关心社区发展,鼓励员工通过公益志愿活动,参与社区共建,让员工在奉献社会的过程中,实现自我价值,赢得社会认同。



阳光城云南公司在疫情期间关注蔬菜产品滞销问题,发起“聚微光,汇心意”爱心助农公益活动,拓展蔬菜农户的销售渠道,帮助解决农产品滞销问题。



阳光城上海大区向日葵公社联合公益闲置处理平台“飞蚂蚁”,打造一场温暖流浪猫狗的爱心公益行动。

阳光城江西区域组织员工参与环保公益跑活动,围绕南通紫琅湖夜跑,倡导健康生活,环保出行。



开展公益捐赠

阳光城关注所在社区期望和诉求,聚焦资助助学、扶贫救灾,支持体育事业等领域,参与公益扶贫,支持社区教育。2020年初,突发的新型肺炎疫情,牵动着全国人民的心。经董事局特别会议研究决定,阳光城集团捐赠现金2000万元人民币,用于抗击疫情,在疫情中贡献“阳光”力量,帮助广大医务工作者和为打赢这场战役默默奉献的人们。



截至2020年底累计直接慈善捐款超过 **4.3** 亿元



阳光城持续密切关注疫情,通过物资捐赠,为前线抗击疫情的广大医务工作者贡献一份力量



阳光城福州区域公司蒲公英助学行动来到北峰山区宦溪中学,为孩子们带去2600余册课外书籍,打造温馨、童趣的“阳光书香小屋”。



阳光城山西区域的志愿者通过向太原市社会(儿童)福利院捐赠图书,为孩子们送上了“精神大餐”,丰富了孤儿儿童的生活世界,同时呼吁社会各界人士共同关爱福利院儿童的健康成长。



阳光城捐赠1亿元设立福州人才发展基金会。



阳光城捐赠1.3亿元建成福州大学阳光科技大厦。

特辑 | SPECIAL

疫情阴霾下的阳光行动

从应急响应到常态防控

随着国内疫情防控的持续向好，以社区防控为主的常态化成为重点。阳光城以“健康”作为出发点，运用智能设备防控疫情，保护员工、业主的健康安全，营造安全舒适居住环境，并通过升级管理运营方式，保障疫情期间的工作效率。

“我们一定会严防死守，严把第一关，为大厦员工的安全负责。”

——阳光控股大厦物业团队

义不容辞，全心守护员工健康安全

保障员工健康和平安是企业的基础担当。阳光城始终对员工生命及健康负责，采取多种措施，最大限度降低员工的健康风险，有效保障员工安全。

发布防护手册

阳光城发布《众志成城，共抗疫情》健康防护手册，综合考量疫情发展态势和员工安全情况，针对人员返程、办公场地管理、车辆管理、自我管理等方面，完善疫情防控制度要求。

办公区域全面消杀

阳光城对办公区域进行全面防疫清洁消毒，从口罩、酒精消毒喷雾，到准确、有条理的登记流程，保护每位员工。同时，发布《阳光城食堂防控管理办法》，对员工食堂等重点场所开展专项消杀工作。

全力以赴，全面提升物业服务水平

阳光城将社区作为疫情防控的第一道防线，充分发挥阳光企业的精神，强化内部组织管理，优化资源配置，通过严格人员管控、全覆盖式消毒消杀、社区防疫宣传、提供便民物资、开展防疫工作专项管理等举措，为业主送上日常暖心关怀，保障疫情中的业主居住质量。

开展防疫工作专项管理

阳光城总部下发《每日防疫工作落实记录表》，要求执行八项防疫措施，并建立每日汇报机制，确保全国各项目服从统一调度，防疫工作落实到位。

严格人员进出管控

社区所有门岗配备测温仪，对进出人员进行体温检测登记，对外来人员严格核查，对疫情严重地区返回的业主进行隔离监督，每日上门测温。



组织全覆盖式消毒消杀

阳光城社区、项目案场公共区域及办公区每日实施消毒措施至少一次，重点区域至少两次，并张贴已消毒标识。疫情期间，阳光城物业每日有 1378 名员工参与消杀工作，平均每日测量体温 26006 余次。



开展社区防疫宣传

加大各类防疫知识宣传力度，科学宣传防疫知识，积极与业主沟通，引导业主科学防疫，不信谣不传谣。



阳光城浙江大区返程复工防疫要点小贴士



让智慧型社区成为社区防疫中的坚强防线

一场疫情，让城市生活被迫停摆。当社区成为疫情防控的最后一道防线，智慧社区的科技化管理成为化解危机，助力防护的重要解决手段。阳光城通过制定《2020 阳光城绿色智慧家健康“防疫”提升要点》，针对疫情期间用户居住需求，带来全方位的健康解决方案，重点提升产品“免疫力”和舒适性，营造绿色安心的健康生活。



硬件系统全升级

● 阳光城全面升级楼宇的净化系统和硬件配置，通过设置玄关消杀区域、升级净水系统、新增医务室及应急空间等举措，满足业主的防疫需求。



零接触归家：“无接触社区升级”

● 阳光城绿色智慧家零接触归家科技采用智能化的入户设备，园区、单元门以及电梯厅接入人脸或二维码识别系统，并联动智能开门器，实现业主进出自动开门，避免病毒侵扰，给家人真正的安全与保障。



零距离：“零距离智慧物业服务”

● 阳光城社区门禁与电梯实现全面联动，在解锁单元门禁的同时，立即呼叫电梯等待并自动识别所在楼层；同时，阳光城智慧服务平台“Homie”APP 可实现一键呼梯，快速直达到家，避免触摸电梯按钮带来的风险。

化危为机，全力创新管理运营方式

在抗击疫情的过程中，阳光人一边响应政府号召，足不出户，阻绝病毒传播感染，一边通过开拓线上营销渠道，推行在线办公，升级管理运营方式等方式，保障工作持续运行。



服务致敬生命

阳光城集团推出服务致敬生命系列关怀活动，充分整合线上线下资源，全方位、全维度地满足疫情期间阳光家人的生活需求。



阳光城启动“特蔬行动”，协调社区、物业开通配送绿色通道，将新鲜蔬菜以最快的速度送至业主身边



阳光城通过派送包含酒精、消毒液等防疫物资的阳光包裹，帮助业主解决出门难、采购难的问题



在阳光城社区里，客服工作人员化身“百变超人”，为业主解决各类困难



阳光城开通房修云课堂，线上教学爱家保养知识点，帮助业主掌握房修知识，解决房修问题



阳光城组织“告别F4”理发活动，让业主在疫情期间，享受“足不出户”的理发服务

开展线上营销购房

疫情当前，阳光城各项目陆续开启线上售楼处。阳光房宝A云店、房天下线上直播、乐居阳光城集团线上旗舰店等各大线上平台纷纷上线，置业顾问24小时在线，保障客户足不出户，亦可知晓购房信息。

开发在线办公系统

疫情防控期间，阳光城IT助力阳光人远程办公，充分利用网络有效开展工作，准时在线，及时响应，确保工作质量与效率，不让疫情造成工作损失。

Q1: 远程办公期间需要开会怎么办？

网络视频会议 让沟通零距离



网络视频会议系统支持最高 300 人同时在线会议，只要有电脑和网络，即使在家也可以面对面高效沟通。

屏幕共享 让操作无障碍

网络会议共享屏幕功能既可以在会议中实现实时分享文档、图片、语言、视频，让您足不出户也能汇报演示、培训面试等。

电话会议 没有wifi也能轻松开会



电话会议通过固话或手机拨打 021-80328000，拨通后输入“会议号+#”，让您远程办公期间不受wifi限制也可以轻松开会。

为确保视频会议的响应，请直接联系区域IT寻：

Q2: 文件 文档多人协同怎么办？

阳光云盘 文档线上实时共享，随时随地开展工作



支持多人在线协作编辑文档，实时同步，可随时随地开展工作；文档编辑可以自动保存，可随时追溯查看，还可以一键还原到任一历史版本。

Q3: 安全链接怎么办

YANGO VPN: 外网办公系统无法登录就连它



为保障公司信息安全，部分应用系统使用非公司办公网络登录时需要连接VPN才能正常使用。动手手指、打开邮件VPN操作指引、一键搞定。

Q4: 遇到系统操作问题需要IT支持怎么办？

IT支持服务在您身边

400-671-2288

工作时间 IT 系统支持服务 如何任何系统问题，请拨打服务热线

远程办公IT指南

远程办公IT指南

未来展望

未来，阳光城立志上规模、树标杆、立典范，聚焦产品力、品牌力、服务力、吸引力四个方面，向着“有理想、有信心、有口碑、可传承、可持续发展的、受尊敬的典范企业”的发展愿景持续迈进！

产品力

- 围绕“绿色智慧家”产品，携手清华大学等科研院所，开展产品的持续升级。
- 全面推进品质战略实施，不断提升工程质量，继续打造“绿色智慧家”标杆项目。

服务力

- 落实“客户至上”的服务理念，推行全员客服计划，提升全员客服意识，提高客户满意度。
- 从全生命周期服务理念出发，结合“御管家”等特色服务行动，继续打造智慧、安全、有温度的“家文化”社区。

吸引力

- 持续升级人才战略，培育具有“阳光基因”的人才队伍，打造具有企业家精神的高级管理团队。
- 持续完善企业治理机制，加强 ESG 管理，提升 ESG 绩效表现，实现提高在资本市场的吸引力。

营销力

- 推进负责任的营销理念，在优质产品和创新营销的加持下，继续创造优秀的销售业绩。
- 面对新冠肺炎疫情尚未彻底消失的现实情况，继续打造线上营销势能，开展多种形式的云端活动。

关键绩效

阳光城积极对标深交所、港交所关于企业社会责任信息披露的数据指标要求，回应投资者关切。

序号	指标名称	单位	2020 年	2019 年	2018 年
经济指标					
1	总资产	亿元人民币	3523.02	3075.52	2633.97
2	归属于上市公司股东的净资产	亿元人民币	306.93	267.44	229.79
3	营业收入	亿元人民币	821.71	610.49	564.70
4	归属于上市公司股东的净利润	亿元人民币	52.20	40.20	30.18
5	基本每股收益	元 / 股	1.20	0.91	0.66
6	应交税费	亿元人民币	125.52	93.59	69.71
7	召开股东大会次数	次	18	26	26
社会绩效					
1	员工总数	人	21319	9676	9201
1-1	生产	人	10805	3491	3385
1-2	销售	人	5770	4304	3991
1-3	技术	人	2821	431	499
1-4	财务	人	1228	898	845
1-5	行政	人	695	552	481
2	员工社会保险覆盖率	%	100	100	100
3	客户满意度	分	82	81.4	80
4	客户投诉数量	件	16147	8424	3566

注 1：2020 年员工总数及各职能员工数包含地产、物业、商业板块。2019 年、2018 年数据仅包含地产板块。

序号	指标名称	单位	2020 年	2019 年	2018 年
环境绩效					
1	耗水量	万吨	281.04	195.78	147.91
2	耗电量	万千瓦时	8605.72	5917.63	4608.36
2-1	华北地区	万千瓦时	649.91	758.62	788.90
2-2	华东地区	万千瓦时	5255.77	3504.62	2432.71
2-3	华中地区	万千瓦时	1272.44	664.64	450.85
2-4	南方地区	万千瓦时	1081.78	722.79	798.95
2-5	西北地区	万千瓦时	345.82	266.96	136.95
3	每单位管理面积耗电量	千瓦时 / 方	2.83	3.23	3.35
4	间接二氧化碳排放量（范畴二）	万吨	7.05	4.88	3.84
5	每单位管理面积间接二氧化碳排放量（范畴二）	千克 / 方	2.32	2.67	2.79

注 1：近三年来，客户投诉数量、耗水量、耗电量等指标数据明显增多的一个重要原因是阳光城交付量的大幅增加。

注 2：耗水量和耗电量统计范围为阳光城各年度公共区域消耗量，其中耗电涉及的业态包括高层住宅、别墅、写字楼、沿街商铺等；涉及的范围包括电梯、园区照明、地库照明、消防监控、物业用电、机械停车、园区周边道路路灯、公共楼道照明等。耗电量区域划根据中国区域电网边界划分。

注 3：间接温室气体（范畴二）排放根据外购电力计算，计算方法参考香港联合交易所《环境、社会及管治报告指引》环境关键绩效指标汇报指引，统计所用排放系数来源生态环境部发布的年度减排项目中国区域电网基准线排放因子。因 2020 年排放系数在截至报告发布日之前暂未发布，参考上年度排放系数。

注 4：未来，阳光城将持续完善 ESG 管理，持续增加 ESG 指标数据披露的种类。

利益相关方沟通

阳光城始终坚持构建多元化的沟通机制，密切关注利益相关方的期望和要求，通过多元渠道与利益相关方沟通互动，回应利益相关方关注的问题，并为他们创造可持续价值。

利益相关方	期望与诉求	沟通回应方式
政府	● 遵纪守法 ● 依法纳税 ● 支持高质量发展	● 合规管理 ● 主动纳税 ● 执行国家政策
股东	● 回报与增长 ● 控制风险	● 定期披露经营信息 ● 股东大会、报告与通报 ● 持续增长,保证股东回报
员工	● 工资及福利保障 ● 健康和安全 ● 民主沟通 ● 公平晋升和发展机会	● 及时足额发放工资、缴纳社保 ● 职业发展通道、员工培训
供应商	● 信守承诺 ● 公平、公正、公开采购	● 依法透明实施招标管理 ● 建立评估审核体系
客户	● 保证产品质量 ● 优质的管理服务	● 提供优质产品 ● 打造全流程服务体系 ● 客户满意度调研
环境	● 有效使用资源 ● 减少排放 ● 应对气候变化 ● 生物多样性保护	● 支持绿色建筑发展 ● 逐步建立健全环境管理 ● 实施“绿色智慧家”产品战略
社会和公众	● 扶贫济困 ● 支持社会发展 ● 关注弱势群体	● 支持公益慈善事业 ● 开展志愿者服务

GRI索引

本报告参考全球可持续发展标准委员会《GRI 可持续发展报告标准》(GRI Standards)的“核心”方案编制而成。

章	节	对标 GRI 指标
阳光寄语		102-14、15
关于阳光城		102-1、2、3、4、5、6、7
品质之道： 阳光照亮平凡人的梦想	打造绿色健康住宅	416-1
	锻造品质客户服务	417-1；418-1
	助力区域繁荣发展	203-2
经营之道： 因为信任，所以简单	提升公司治理	102-18；205-2
	健全环境管理	301-3；302-4、5；303-3
	保障安置房建设	413-1
	打造负责任供应链	102-9；308-1、2；414-1
文化之道： 把每个人的梦想变成共同的理想	文化传承	102-16
	员工成长	102-7、8；401-1、2、3；403-2；404-1；405-1、2
	社区参与	413-1
特辑： 疫情阴霾下的阳光行动	义不容辞， 全心守护员工健康安全	403-3
	全力以赴， 全面提升物业服务水平	203-2
	化危为机， 全力创新管理运营方式	203-2
未来展望		
关键绩效		201-1
利益相关方沟通		102-40、42、43
关于本报告		102-50、51、52、53
指标索引		102-54
意见反馈		

港交所ESG指标索引

指标内容		章节	页码
层面 A1 排放物			
一般披露项	有关废气及温室气体排放、向水及土地的排污、有害及无害废弃物的产生等的政策，及遵守对发行人有重大影响的相关法律及规例的资料。	经营之道——健全环境管理	27
A1.1	排放物种类及相关排放数据。	经营之道——健全环境管理	27
A1.2	直接（范围 1）及间接能源（范围 2）温室气体总排放量（以吨计算）及（如适用）密度（如以每产量单位、每项设施计算）。	经营之道——健全环境管理	50
A1.3	所产生有害废弃物总量（以吨计算）及（如适用）密度（如以每产量单位、每项设施计算）。	经营之道——健全环境管理	27
A1.4	所产生无害废弃物总量（以吨计算）及（如适用）密度（如以每产量单位、每项设施计算）。	经营之道——健全环境管理	27
A1.5	描述所订立的排放量目标及为达到这些目标所采取的步骤。	经营之道——健全环境管理	27
A1.6	描述处理有害及无害废弃物的方法，及描述所订立的减废目标及为达到这些目标所采取的步骤。	经营之道——健全环境管理	27
层面 A2 资源使用			
一般披露项	有效使用资源（包括能源、水及其他原材料）的政策。	经营之道——健全环境管理	27
A2.1	按类型划分的直接及 / 或间接能源（如电，气或油）总耗量（以千个千瓦时计算）及密度（如以每产量单位，每项设施计算）。	经营之道——健全环境管理	28
A2.2	总耗水量及密度（如以每产量单位、每项设施计算）。	经营之道——健全环境管理	28
A2.3	描述能源使用效益及所订立的目标以及为达到这些目标所采取的步骤。	经营之道——健全环境管理	27
A2.4	描述求取适用水源上可有任何问题，以及用水效益，并描述所订立的目标及为达到这些目标所采取的步骤。	经营之道——健全环境管理	27
A2.5	制成品所用包装材料的总量（以吨计算）及（如适用）每生产单位占量。	经营之道——健全环境管理	27

指标内容		章节	页码
层面 A3 环境及天然资源			
一般披露项	减低发行人对环境及天然资源造成重大影响的政策。	经营之道——健全环境管理	27
A3.1	描述业务活动对环境及天然资源的重大影响及已采取管理有关影响的行动。	经营之道——健全环境管理	27
层面 A4 气候转变			
一般披露项	识别及应对已经及可能会对发行人产生影响的重大气候相关事宜的相关减缓措施的政策。	经营之道——健全环境管理	28
A4.1	描述已经及可能会对发行人产生影响的重大气候相关事宜，及其应对的行动。	经营之道——健全环境管理	28
层面 B1 雇佣			
一般披露项	有关薪酬及解雇、招聘及晋升、工作时数、假期、平等机会、多元化、反歧视以及其他待遇及福利的：政策，及遵守对发行人有重大影响的相关法律及规例的资料。	文化之道——员工成长	35
B1.1	按性别、雇佣类型（即全职或兼职）、年龄组别及地区划分的雇员总数。	文化之道——员工成长	35
B1.2	按性别、年龄组别及地区划分的雇员流失比率。	文化之道——员工成长	35
层面 B2 健康与安全			
一般披露项	有关提供安全工作环境及保障雇员避免职业性危害的政策，及遵守对发行人有重大影响的相关法律及规例的资料。	文化之道——员工成长	35
B2.1	过去三年（包括汇报年度）每年因工亡故的人数及比率。	文化之道——员工成长	35
B2.2	因工伤损失工作日数。	文化之道——员工成长	35
B2.3	描述所采纳的职业健康与安全措施，以及相关执行及监察方法。	文化之道——员工成长	35

指标内容		章节	页码
层面 B3 发展及培训			
一般披露项	有关提升雇员履行工作职责的知识及技能的政策。描述培训活动。 注：培训指职业培训，可包括由雇主付费的内外部课程。	文化之道—— 员工成长	34
B3.1	按性别及雇员类别（如高级管理层、中级管理层等）划分的受训雇员百分比。	文化之道—— 员工成长	36
B3.2	按性别及雇员类别划分，每名雇员完成受训的平均时数。	文化之道—— 员工成长	36
层面 B4 劳工准则			
一般披露项	有关防止童工或强制劳工的政策，及遵守及对发行人有重大影响的相关法律及规例的资料。	文化之道—— 员工成长	35
B4.1	描述检讨招聘惯例的措施以避免童工及强制劳工。	文化之道—— 员工成长	35
B4.2	描述在发现违规情况时消除有关情况所采取的步骤。	/	
层面 B5 供应链管理			
一般披露项	管理供应链的环境及社会风险政策。	经营之道—— 打造负责任供应链	30
B5.1	按地区划分的供货商数目。	经营之道—— 打造负责任供应链	30
B5.2	描述有关聘用供货商的惯例，向其执行有关惯例的供货商数目，以及有关惯例的执行及监察方法。	经营之道—— 打造负责任供应链	30
B5.3	描述有关识别供应链每个环节的环境及社会风险的惯例，以及相关执行及监察方法。	经营之道—— 打造负责任供应链	30
B5.4	描述在拣选供应商时促使多用环保产品及服务的惯例，以及相关执行及监察方法。	经营之道—— 打造负责任供应链	30

指标内容		章节	页码
层面 B6 产品责任			
一般披露项	有关所提供产品和服务的健康与安全、广告、标签及私隐事宜以及补救方法的政策；及遵守对发行人有重大影响的相关法律及规例的资料。	品质之道—— 打造绿色健康住宅	09
B6.1	已售或已运送产品总数中因安全与健康理由而须回收的百分比。	/	
B6.2	接获关于产品及服务的投诉数目以及应对方法。	品质之道—— 锻造品质客户服务	17
B6.3	描述与维护及保障知识产权有关的惯例。	/	
B6.4	描述质量检定过程及产品回收程序。	品质之道—— 锻造品质客户服务	13
B6.5	描述消费者数据保障及私隐政策，以及相关执行及监察方法。	品质之道—— 锻造品质客户服务	13
层面 B7 反贪污			
一般披露项	有关防止贿赂、勒索、欺诈及洗黑钱的政策；及遵守对发行人有重大影响的相关法律及规例的资料。	经营之道—— 合规经营	25
B7.1	于汇报期内对发行人或其雇员提出并已审结的贪污诉讼案件的数目及诉讼结果。	经营之道—— 合规经营	/
B7.2	描述防范措施及举报程序，以及相关执行及监察方法。	经营之道—— 合规经营	25
B7.3	描述向董事及员工提供的反贪污培训。	经营之道—— 合规经营	26
层面 B8 社区投资			
一般披露项	有关以社区参与来了解营运所在社区需要和确保其业务活动会考虑社区利益的政策。	文化之道—— 社区参与	39
B8.1	专注贡献范畴（如教育、环境事宜、劳工需求、健康、文化、体育）。	文化之道—— 社区参与	40
B8.2	在专注范畴所动用资源（如金钱或时间）。	文化之道—— 社区参与	40

关于本报告

报告简介	时间范围
《阳光城集团股份有限公司 2020 年环境、社会及管治报告》本着客观、规范、透明和全面的原则，详细披露了阳光城 2020 年在经济、环境、社会等责任领域的实践和绩效。	报告时间跨度为 2020 年 1 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日，部分内容超出以上时间范围。
发布周期	编制依据
本报告为年度报告。阳光城集团已连续发布五份《社会责任报告》，自本报告起更名为《环境、社会及管治报告》。	本报告编制参照联合国《2030 年可持续发展议程》、全球可持续发展标准委员会《GRI 可持续发展报告标准》(GRI Standards)、国际标准化组织 ISO 26000《社会责任指南(2010)》、GB/T 36001-2015《社会责任报告编写指南》、《深圳证券交易所上市公司规范运作指引》、香港联合交易所有限公司《环境、社会及管治报告指引》等相关要求。
报告范围	数据来源
本报告组织范围为阳光城集团股份有限公司。	本报告所引用的数据来源于阳光城内部正式文件和相关统计。
指代说明	报告获取
为便于表述，报告中“我们”“公司”“阳光城”“阳光城集团”指代“阳光城集团股份有限公司”。	您可以在阳光城网站 www.yango.com.cn 下载本报告。如对报告有疑问和建议，您可发邮件至 000671@yango.com.cn，或可致电 021-80328765。

意见反馈

尊敬的读者：

您好！非常感谢您在百忙之中阅读《阳光城集团股份有限公司 2020 年环境、社会及管治报告》。为进一步提升我们的工作水平，使下一份报告更符合您的期望，我们希望您在以下方面给予我们反馈与建议。

1. 您对本报告整体是否满意？
☐是 ☐否 ☐一般
2. 您所关注的信息在报告中是否都有所体现？
☐是 ☐否 ☐一般
3. 您认为报告是否如实反映了阳光城对经济、社会、环境的重大影响？
☐是 ☐否 ☐一般
4. 您在报告中能否方便地找到您所关注的信息？
☐是 ☐否 ☐一般
5. 您对报告的排版设计是否满意？
☐是 ☐否 ☐一般
6. 您还希望在报告中看到哪些内容？
7. 您对我们今后社会责任工作及环境、社会及管治报告有何改进建议？

您属于阳光城的哪类利益相关方

☐政府及监管部门 ☐投资者 ☐社区居民 ☐客户

☐金融机构 ☐科研院校 ☐供应商 ☐媒体

☐社会团体 ☐其他

您可以通过以下方式联系我们

通讯地址：杨浦区杨树浦路 1058 号阳光控股大厦 18 层

邮编：200086

传真：80328600

再次感谢您的大力支持与合作！

