



唯品会

一家专门做特卖的网站

唯品会2014企业社会责任报告

唯品会 一家专门做特卖的网站

CEO致辞

成立于2008年，在社会大众陪同下走过近7年的唯品会，我们选择在今年，首次向全球发布企业社会责任报告。这次报告的发布，是我们对前期CSR工作的一次小结，我们希望通过报告，展示唯品会在企业社会责任方面的努力，让用户、员工、股东、合作伙伴、社会公众等利益相关方更全面地了解唯品会。同时，这也是唯品会在加强企业社会责任管理、提高信息披露透明度、深化与利益相关方沟通等方面的一次全新尝试。

一直以来，唯品会以“传承品质生活，提升幸福体验”为使命，凭借“精选品牌、深度折扣、限时抢购”的名牌正品特卖模式，发展成为全球最大的特卖电商。在全球新商业文明背景下创业并发展壮大的我们，坚守“简单、创新、快速、协作”的新商业核心价值，将企业社会责任作为公司核心业务运作至关重要的一部分。因为我们坚信：只有持续不断为各利益相关方创造价值，才能实现企业的可持续发展。

基于对企业社会责任的深切认识，唯品会积极构建并完善了企业社会责任的管理体系，对与用户、员工、股东、合作伙伴、社会公众等的关系，进行了一系列深入探索：

唯品会坚持用户利益至上，努力为用户提供超预期的体验和服务，以及安全、便利、多元化的购物体验。我们切实负起责任，确保每一个上线的品牌都经过精挑细选和严格把关，“保证正品、保证低价”，我们对任何侵害消费者权益的行为都进行严厉打击。

唯品会坚持善待每一位员工，将其视为公司最大的资产，关爱他们的身心健康，激发他们的创新潜能，为他们提供长远发展的平台，使员工与企业共赢共成长。我们设立员工互助互爱的“唯爱基金”，解决员工及其家庭的困难。

对所有支持和信任唯品会的股东，我们用不懈的努力，创造了持续增长的市场价值，确保给予股东长期的回报。

我们尊重和善待每一位合作伙伴，真诚合作，与他们一起共建共生共赢的电商生态环境。

我们积极推动电商行业的发展，发起成立广州电子商务行业协会，推动广州市电子商务税收立法进程，并保持与政府之间的有效沟通。

保护环境，是每一家负责任企业运营的基本要求，唯品会长期坚持低碳节能的工作方式，积极致力于打造绿色的环境。

我们怀着感恩的心，尽最大的努力来回报社会，我们成立了“唯品会365爱心基金”，捐助了数千万元善款，并在全国建立了6所唯品会小学及1所唯品会幼儿园。同时，唯品会正式启动员工公益日计划，积极组织开展各项公益和社区活动，切实帮助社会上的弱势群体。

作为一家在美国上市的中国电商企业，唯品会深知：要想成为一家卓越的、基业长青的公司，我们不仅要在市场上继续成功，更要全力去达成“传承品质生活，提升幸福体验”的使命。我们会以未来三年为目标，建立唯品会企业社会责任三年蓝图和更好的企业社会责任管理体系。

我们18,000千名唯品人，为已经取得的成就感到骄傲和自豪，并将继续围绕可持续发展而不停息地努力，实现我们对用户、员工、股东、合作伙伴和社会公众的承诺。我们相信商业改变世界的力量，我们也相信，唯品会一定会成为一家更优秀的公司，为我们生活的社会和环境，带来更多、更有效的积极正面的影响。

唯品会，和你一起期待!

唯品会创始人、董事长兼CEO

沈亚

2015年10月

目录

6 关于唯品会

6 关于本报告

10 企业治理及社会责任管理

维护消费者权益

- 20 保证商品质量
- 21 关注消费者体验，客户满意度为先
- 25 诚实经营，维护消费者权益

环保措施应对气候变化

- 28 绿色办公
- 30 绿色采购
- 31 绿色物流

履行员工关爱

- 36 保障员工安全及健康
- 38 员工关怀政策
- 40 体现关爱：唯爱基金
- 41 促进员工全面发展
- 46 鼓励员工持续创新
- 48 优化办公环境
- 50 完善的沟通机制

助力社区发展

- 54 加强与高校的紧密联系
- 56 物流园区带动当地发展

实施可持续供应链管理

- 60 与品牌供应商成为合作伙伴
- 63 供应链责任
- 64 物流管理

促进行业发展

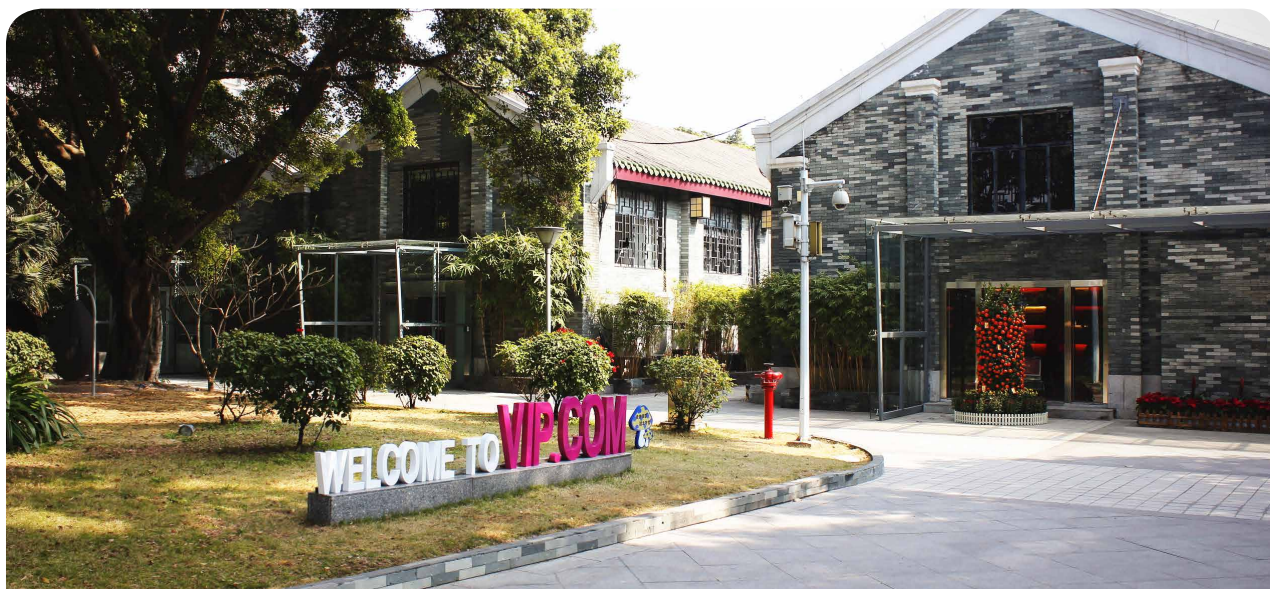
- 70 开创中国电商特卖模式
- 71 促进电子商务发展
- 74 协助政府推动电商税收立法
- 75 以身作则倡导行业自律

倡导公益慈善

- 80 广东省唯品会慈善基金介绍
- 81 标杆公益项目介绍-唯心愿
- 82 基金会的运作情况
- 88 未来企业社会责任之路
- 92 企业所获荣誉
- 94 GRI索引
- 95 信息反馈表



唯品会简介



一家专门做特卖的网站

唯品会（Vip.com, NYSE:VIPS）成立于2008年8月，总部设在中国广州，旗下网站于同年12月8日上线。唯品会是一家专门做特卖的网站，主营业务为互联网在线销售品牌折扣商品，涵盖名品服装、鞋包、美妆、母婴、居家等各大品类。作为中国最大的时尚特卖电子商务企业，2012年3月23日，唯品会在美国纽约证券交易所（NYSE）上市。自上市以来，截至2014年12月31日，唯品会已连续九个季度实现盈利，目前唯品会已成为全球最大的特卖电商。

2013年11月30日，唯品会秉持“让每一个用户都如VIP一般轻松享受幸福生活品质”的理念，正式启用新域名www.vip.com，为用户提供更便利的使用体验。新域名的VIP分别代表“Very Selective Products精选商品”，“Incredible Price独享低价”和“Privileged Services尊享服务”。这一国际通用域名www.vip.com，一方面表达出唯品会将每一位用户视为贵宾、用心提升用户体验的诚意，另一方面也体现了唯品会迈向国际舞台的宏伟愿景。

商业模式

唯品会在中国开创了“名牌折扣+限时抢购+正品保障”的创新电商模式，并持续深化为“精选品牌+深度折扣+限时抢购”的正品特卖模式，即每天早上10点和晚上8点分别准时上线100个正品品牌特卖，以最低至1折的折扣实行3-5天限时抢购，为消费者带来“网上逛街”的愉悦购物体验 and 超高性价比的购物惊喜。

“全球特卖”业务

2014年9月，唯品会联手广州海关，全新推出“海外精选”跨境电商业务，将跨境电商模式升级为2.5时代。唯品会“海外精选”全程采用海关管理模式中级别最高的“三单对接”标准。作为目前国内跨境电商市场现行的最高标准，“三单对接”创新性地引入由电商平台、海关监管部门、信用支付系统及物流机构所构成的四位一体全链条管理体系，实施订单、运单、支付单“三单对接”的信息化同步管控，大幅提升通关效率，不卡关、阳光合规。

“海外精选”频道将坚持唯品会一贯的“精选品牌正品、深度折扣、限时抢购”的品牌承诺，以覆盖全品类的海外直发精选正品、一站式的含税含邮贴心服务，将优质的国际化商品，以更实惠的价格、更省心的方式带到中国消费者身边，为广大中国消费者提供无异于国内网购的“正品承诺、全球选品、全球包邮、一价全包”的全球特卖体验。

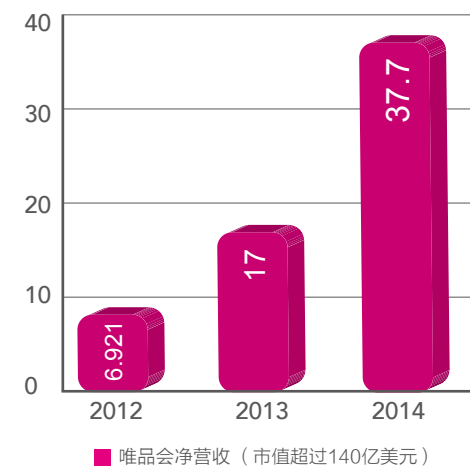
发展规模

唯品会现有18,000多名员工，累计合作品牌13,000多个，其中超过1,600个为全网独家合作品牌。截至2014年底，唯品会注册会员超过1亿，日均订单量超40万单，重复购买率高达70%以上。

公司总部设在中国广州，占地面积10000平方米，在物流建设方面，唯品会现有五大仓储中心，分布在天津、广东、江苏、四川、湖北，分别服务于华北、华南、华东、西南及华中的顾客，全国在用仓储面积已达140万平方米。

市场表现

2012年，唯品会净营收6.921亿美元，比2011财年增长304.7%；2013年，唯品会净营收17亿美元；2014年，唯品会净营收37.7亿美元，市值超过140亿美元。



在艾瑞咨询发布的2014年“中国自主销售为主B2C网站交易规模市场份额”排名及“中国移动购物企业交易规模市场占比”排名中，唯品会均跻身前三。

根据艾瑞咨询集团发布的《2014年中国网络限时特卖市场研究报告》，唯品会2013年以38.1%的市场份额领跑中国限时特卖市场，唯品会所代表的“特卖”模式已经成为当今三大主流电商业态之一。在艾瑞咨询发布的2014年“中国自主销售为主B2C网站交易规模市场份额”排名及“中国移动购物企业交易规模市场占比”排名中，唯品会均跻身前三。

融资状况

2010年10月与2011年5月，唯品会分别获得美国DCM和红杉资本风险投资2000万美元与5000万美元。

2012年3月23日，作为中国最大的时尚特卖电商，成功登陆美国纽约证券交易所（NYSE）上市（股票代码：VIPS）。

发展规划

2014年2月，唯品会相继投资1.125亿美元及5580万美元，分别战略入股乐蜂网75%的股份及乐蜂网母公司东方风行集团23%的股份。此举通过实施“将全网网购份额排名一、二位的服装产业与美妆产业优势互补”战略，打通了前端时尚电商销售平台和后端时尚产品及内容制造的生态产业链，从而打造中国最大的时尚电商购物平台。

作为全球最大的特卖电商、以及全球最大的时尚电商平台之一，唯品会将继续秉持“传承品质生活，提升幸福体验”的企业使命，致力于成为全球一流的电子商务平台，为更多消费者和品牌提供优质尊享的体验与服务。

关于本报告

本报告是唯品会首次发布的企业社会责任报告，报告时间范围自2008年12月唯品会成立至2014年12月，涵盖自唯品会成立至今对于财务及实际运营过程中具有控制权或重大影响的所有实体，包括运营地点以及业务部门。

报告内容重点披露包括企业管治、行业发展、消费者权益、可持续供应链管理、环境保护、员工关爱、社区发展以及公益慈善等八个维度的社会责任管理、规划和表现；报告内容涉及的利益相关方包括政府机构、唯品会员工及管理层、第三方合作伙伴、投资者或股东、电子商务行业协会、消费者、品牌供应商、高校产学研项目合作伙伴、公益活动受益者等。

报告编制参考全球报告倡议组织（GRI）的《可持续发展报告指南》（G3.1），报告内所涉及的数据均来源于唯品会的官方文件以及经由第三方审核的内部统计报告。

作为唯品会的第一份企业社会责任报告，本次报告是唯品会6年来对企业社会责任实践的回顾和思考，我们期望通过这种方式，向社会公众及重要的利益相关方全面展示唯品会在履行社会责任过程中的努力，与此同时，我们也希望通过报告获得反馈，让我们在企业社会责任的道路上越行越远、越行越宽。

本报告的中英文电子版已在唯品会的官方网站发布，如需下载阅读，请登录<http://support.vip.com/foundation/>。

您的宝贵意见将对唯品会提升企业社会责任工作带来巨大的帮助，我们非常期待听到来自您的声音，如对本报告有任何反馈及疑问，欢迎填写报告尾页的报告反馈表或发送电子邮件至vipshop365day@vipshop.com，我们将会对您的信息进行保密处理。

企业治理

VISION 我们的愿景

成为全球一流的电子商务平台

MISSION 我们的使命

传承品质生活，提升幸福体验

BUSINESS PHILOSOPHY 经营理念

对用户

用户是上帝，也是我们的衣食父母，坚持用户利益至上，
不断倾听和深刻理解用户需求，不断给用户惊喜，
不断提供超预期的体验和服务，不断创造新的用户价值；

对合作伙伴

尊重和善待合作伙伴，真诚合作，一起共建共生共赢的生态环境；

对员工

员工是公司最大的资产，不断激发员工潜能，使员工与企业共赢、共成长；
善待每一位员工，关爱员工身心健康；

对社会

怀感恩的心，注重社会责任，尽企业的力量，回报社会，帮助需要帮助的人，
塑造健康企业形象。

CORE VALUES 核心价值观

简单 简洁透明，平等开放

沟通方式：简单、直接，对事不对人；相互平等尊重，不溜须拍马，不无事生非；
工作氛围：鼓励表达不同意见，开放包容，接纳差异和多元；
组织结构：清晰简洁，持续保持扁平化；
工作流程：分工合理，流程简单有效，持续优化；
学习提升：谦虚好学，博采众长；

创新 突破常规，追求卓越

创新的目的是为用户创造价值；
创新无处不在，人人可创新，事事可创新；
追求卓越，精益求精，尽职尽责，乐于分享；
勇于尝试，不怕犯错，善于总结，不断进步；
鼓励团队创新，不轻易否定不同观点，打造具有创新文化的学习型团队；
不断学习不断提升自己，积极适应外部的变化才有可能创新；

快速 快速有效，拥抱变化

快速变化是电商行业的基本形态，竞争更是常态化的经营环境；
无论何时我们都保持危机感，保持持续的斗志面对竞争，使我们立于不败之地；
无论何时，我们都保持创业者的心态，快速但有效地响应用户、合作伙伴、内部协
作部门的需求；
面对各种组织结构调整、任务调整、工作变动，我们都要积极面对，勇于挑战，提升
个人和团队的价值和竞争力；
化繁为简，抓住重点，快速推进，关注结果；

协作 团队作战，相互补位

要实现我们的愿景和使命，一定是团队协作、努力拼搏的结果；
倡导Leader 表率，与团队成员同甘共苦，共同拼搏；
抛弃小团队的本位思想，换位思考，相互补位，绝不推脱；
对己严格，对人宽容，不计较得失，顾全大局，勇于承担，永葆激情。

企业文化

企业文化

治理架构

董事会及管理层架构



合规管理

依法合规是任何企业履行其社会责任的基础。多年来，唯品会在企业管理及日常业务运营中，一直坚持依法合规、诚信廉洁的办事方针。从内部员工到外部合作伙伴，从规章制定到落实执行，从制度的实施到成果的考核，每个环节都严格依照章程办事并已形成一套完整的规范运作体系，为唯品会更好地承担社会责任打下了坚实的基础。

员工守则

员工行为的管理是企业进行合规管理的基础，因此，唯品会建立了完善的员工管理制度，制定了《唯品会员工手册》，从企业文化、职业礼仪、道德规范、薪酬福利、培训发展、员工关系、安全管理等层面对员工的行为进行规范和管理。员工通过入职培训，了解唯品会的企业文化和规章制度，同时了解到自身的行为将会影响到企业在同事、消费者、合作伙伴、社会公众等多个层面的利益相关方心目中的形象，在对企业的运营进行规范的同时，提升了员工的自身素养，让员工充分意识到自我价值提升的重要性，与唯品会共同成长。

拒绝商业贿赂，加强诚信建设

唯品会一贯坚持诚信经营理念：在商业活动中，坚持诚信经营，平等共赢，维护良好的电商经营秩序，禁止商业贿赂行为；在企业内部，通过建立健全完善的管理机制，杜绝不诚信行为的发生：

- 建立诚信程序规范
- 唯品会建立了《诚信清廉条例》、《反商业贿赂协议》、《礼品申报制度》等。
- 加强员工诚信培训
- 唯品会不仅对新入职员工进行100%的诚信培训，同时对重点业务岗位员工和管理层实行诚信合规专项培训。

- 严厉打击不诚信行为
- 唯品会对个别不诚信的供应商和员工建档管理，依规处罚，同时加强对重点岗位员工及供应商的背景调查，增加诚信的威慑力。
- 同时通过企业内部诚信知识竞赛，邮件分享诚信故事等相关活动，全面营造诚信气氛。

客户信息安全管理

唯品会作为上市电商，以为客户提供便捷、安全的购物环境为使命，近年来投入大量资金，打造了一支专业的安全团队，从业务、交易风控、基础架构、信息防泄漏、安全监控、应急响应及安全管理多个方面持续强化安全保障体系建设，并与相关的行政监管机构和互联网相关执法机构建立了必要的工作联系；在保障用户交易安全、隐私信息，打击破坏企业正常运营秩序、恶意诈骗等方面取得了一定成绩的基础上，以SOX403、等保、PCI-DSS、ADSS、ISO27000为基线标准，公司将会持续在安全建设上投入更多人力、物力，以持续优化现有安全技措和管理体系，为广大网民提供安全可靠的电子商务运营平台。

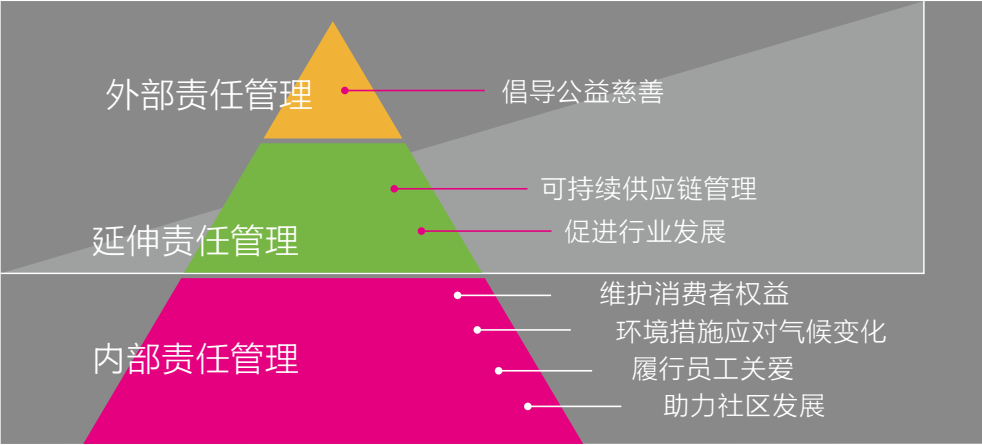
社会责任管理

作为一个负责任的企业公民，唯品会一直致力于提高自身在企业社会责任上的表现，积极推动可持续发展。在编制此报告的过程中，我们深刻体会到，建立一套全面、完善的战略性企业社会责任管理体系，对我们进一步高效有序地开展相关工作，具有重要意义。唯品会在社会责任管理上分为两部分 - 战略方向及组织架构。从组织架构来说，唯品会目前以董事会成员牵头，定期于董事会内讨论相关事项，内部执行主要由公关部及365爱心基金为重点，并协调各部门进行前线工作，因此，根据我们的企业社会责任三年蓝图，唯品会将会协同各相关内部部门、外部单位、利益相关方等进行全面沟通，平衡各利益相关方的期望，充分考虑国际与我国的行业特点，建立一套符合唯品会企业实际和发展需求的企业社会责任管理体系，为唯品会在社会的可持续发展提供组织上、制度上、管理监督上的支持。

企业社会责任战略管理体系

战略核心：诚信经营，不断创新

战略重点：



可持续发展背景分析

当今世界经济环境变化日新月异，为了能在国际商业发展和国内电商迅猛增长的过程中，准确地找到唯品会在社会责任上的定位，迅速反应，也为了确保公司可持续发展方向的正确性，我们全面客观地对唯品会的可持续发展背景进行了以下的分析：

优势：

全球No.1特卖电商；
唯品会所代表的“特卖”模式已经成为当今三大主流电商业态之一。
唯品会已成为中国B2C第三大购物网站。

不足：

员工数量增加迅速，管理压力加重；
企业年轻，与我国龙头电商企业仍存在一定的差距；
在业务几何级增长的同时，承担的社会责任应匹配业务的增速。

机遇：

政府重视电商行业的发展对经济的贡献；
企业社会责任的议题受到越来越多媒体和公众的关注；
带动电商行业、尤其是创新的特卖电商的发展，在全国形成新的辐射圈。

挑战：

全球经济不景气，国际贸易回落；
电商行业竞争日趋激烈；
来自环境保护、碳排放监管方面要求越来越高。

综合以上的分析结果，我们认清了自身在可持续发展方面的优势与不足，认清了自身在国际和国内电商行业发展过程中所面临的机遇和挑战。我们将去粗存精、取长补短，结合唯品会的可持续发展观和可持续发展战略，不断深化改革，持续完善企业社会责任管理体系，确保企业业务与利益相关方的协调科学发展。

积极与利益相关方进行沟通

建立全面、公开透明的利益相关者沟通机制是唯品会建立企业社会责任理念和实现可持续发展价值的基础。基于行业性质，唯品会的利益相关者众多，关系复杂。为了能更全面有效地与利益相关者展开沟通工作，结合不同利益相关方的不同特点与需求，唯品会采用不同的方式进行定期沟通。

企业治理及社会责任管理

利益相关方	关注内容	期望目标	沟通形式或渠道
政府及相关 上级监管单位	为消费者提供安全、 高品质的商品 提供就业机会 环境保护	合法经营 增加税收、促进就业 节能减排、绿色经营	专题汇报 调研拜访 项目合作 工作会议、统计报表
消费者	商品安全 服务质量 产品价格 沟通渠道、效果	持续安全优质服务 价格合理，认真快速 回复客户意见或投诉	接触链过程服务 客户反馈 客户关系管理 在线服务
社区	和谐社区 环境保护 共享企业发展成果	建立沟通交流机制 加大公益投入	公益慈善活动 志愿者
员工	人力资源政策 职业发展规划 员工权益保护 参与企业经营	建立有效沟通 加强员工培训 持续改善员工福利 公正透明健康向上的人力政策	职工代表会议 工会 建议、论坛邮箱 培训
投资者	保护股东利益 经营业绩、公司治理 战略规划	持续稳定的投资回报 良好的公司治理结构、 完善的信息披露机制 风险防范制度	定期公告、报告、 股东大会、董事会、 监事会会议
金融机构	信誉度 发展前景 财务状况、关键指标	提升偿债能力 降低经营风险	合同谈判 业务交流会
品牌供应商	诚信度 公司实力	诚信经营 互惠互利 共同发展	商务谈判 合同、协议 培训、技术交流会
同业者	公平有序竞争 产业前景 创新发展	公平竞争、友好合作 健康和谐的行业发	论坛会议 交流学习 行业协会

在未来的发展进程中，唯品会将继续定期与各个利益相关方积极、透明的沟通，把利益相关者的期望和诉求有机结合到唯品会的可持续发展战略规划和日常工作中，也帮助各利益相关方更全面深入地了解唯品会的企业社会责任工作，从而达到多方共赢的目的。



唯品会 维护消费者权益

一家专门做特卖的网站

保证正品 保证低价

有别于其他网购品牌，唯品会定位于“一家专门做特卖的网站”，每天新上线100个正品品牌特卖，以最低至一折的深度折扣及充满乐趣的限时抢购模式，为消费者提供一站式优质购物体验。



- 品牌审核

在最初的品牌审核阶段，唯品会严选只有具备足够优势和竞争力的品牌商才能进入考虑范围。唯品会对品牌商设置了高标准的准入门槛，需要它们具备一定的行业地位，并且提供线下零售规模的具体资料、相关质检材料等。合作后，如果出现违反相关规定的品牌商，则启动严格的淘汰机制——销售档期结束后，退货率和客诉率达到一定程度，会对该品牌商永不录用。

- 正品采购

所有商品都从品牌方、品牌授权的代理商、品牌分支机构、国际品牌驻中国的办事处等正规渠道采购，并与之签订战略正品采购协议，通过严格的入仓筛选标准进入唯品会的仓库，严格确保正品

- 深度折扣

唯品会建有一套完善的比价系统，每天有专业比价人员通过互联网进行比价，最大限度让利于消费者。

致力于提供更多优质品牌选择

在保证正品和保证低价的基础上，唯品会致力于策划更多的优质活动、提供更多的优质品牌，供广大消费者选择。

一方面，唯品会通过优化供应链、发展规模效应，提供更多商品和更低价格进行全网独家发售；同时，唯品会携手国际知名品牌开展深度合作，专为唯品会会员开设特卖专场。

另一方面，作为全球No.1的特卖网站和国内最大的女性垂直电商，唯品会发展过程中非常重视消费数据的收集提炼，以更好地把握消费者需求，带来更有针对性的产品组合和服务。这些不仅体现在日常运营中，而且还体现在唯品会专门针对女性打造的营销节点中。

关注消费者体验，客户满意度为先



消费者体验能够最直接地反映消费者对品牌的直观感受，当唯品会提供的服务能够达到消费者的期待时，就能产生愉悦的购物体验，提高他们的满意度；另一方面，消费者的反馈也帮助唯品会深刻理解消费者的需求，完善唯品会自身的服务体系，为消费者创造更多价值，推动企业的不断发展。因此，唯品会不断倾听来自五湖四海消费者的声音、不断完善服务体系、积极探索新的服务模式，致力于全面保证和提升愉悦的消费者体验。

客户服务管理

作为接触消费者的最前线，客户服务能够深刻了解消费者需求，给消费者传递企业核心理念，推动消费者满意度的提高。对消费者而言，客户服务也代表了企业的整体形象。唯品会不断完善客户服务管理，提高客户服务的质量，从而实现唯品会和消费者之间的相互价值。

唯品会通过加强良好的客服管理模式，提高客户服务质量，增强消费者的客服体验。

- 基本工作制度：轮班制、捆绑制度（班长+组员）、一周7天，每天15小时提供咨询服务，为客服中心正常运作打下制度基础。
- 工作环境：电话客服办公室铺设地毯，减少人员走动带来的噪音。
- 员工关怀：定期开展员工沟通会、员工满意度调查，提高员工工作质量。
- 专项福利：晚班补贴、团队建设奖励等作为客服中心的专项福利，激励员工认真勤奋地完成本职工作。
- 紧急预案：制定《唯品会（客服中心）突发应急处理流程》《唯品会（客服中心）突发传染病应急预案》《唯品会（客服中心）现场运营部话务应急保障机制》等紧急预案机制，保证突发情况下客服中心仍能正常运作。

唯品会客服中心
办公区占地
3,500平方，设
置了1,100个坐席
以及建立了1000
多名客服人员的
庞大客服团队，
为消费者提供
“7x15”实时、
便利和高效的客
户服务。

2014年8月，基于对女性内心需求与消费关系的准确洞察，唯品会精心策划了一场史上最大规模的“撒娇节”盛宴，精选超过六百个大品牌，奉上低至1折的深度折扣，让女性消费者尽情享受撒娇的权利。

唯品会客服中心
年度接通率95%
以上，客户满意度95%，24小时
用户问题解决率94%以上。

2013年9月，唯品会携手腾讯开通了微信支付功能，更贴近用户的线下消费模式和使用习惯，使用户享受更快、更便捷、更安全的服务体验，感受全新的O2O体验狂潮。

2008年10月：唯品会客服中心成立。
2012年8月：率先试行引入自助客服渠道，在线客服渠道添加智能客服机器人，完成人机交互智能应答。
2013年5月：唯品会ACS自助客户服务系统（页面）上线，通过页面的服务漏斗将会员问题逐步细分，根据用户问题提供文字解释、动态图片演示、自助办理等解决方法，根据场景指引用户选择咨询“在线客服”、“400热线”、“留言反馈”等。
2014年10月：客服中心顺利通过CC-CMM呼叫中心成熟度模型应用级（L1）认证，并荣获“中国最佳呼叫中心”称号。

多样、安全、便捷的支付方式

唯品会为消费者提供多样、安全、便捷的支付方式，切合当今消费者的消费习惯。目前，唯品会主要开通三种便捷的支付方式：唯品钱包、在线支付和货到付款。

- 唯品钱包
唯品会员专属账户，可实现充值、支付、退款、余额查询和提现等功能。
- 在线支付
支持23家主流银行网银、信用卡和支付宝、财付通、微信支付等6大支付平台。
- 货到付款
购买金额在1至2000元之间的订单可选择货到付款。

物流配送

与电子商务领域的突飞猛进相比，现今快递业却遭遇着尴尬的境遇。特别是在电商激烈竞争的局面中，第三方快递公司利润空间被挤压，直接导致消费者体验的下降。唯品会通过多种手段提高物流配送质量，从而提升消费者的网购体验。



- 构建自建物流配送体系
构建和完善自建物流配送体系，以先进的仓库管理系统、自动化生产及流水线作业模式，确保商品以最快的方式送达。
- 整合和优化落地配送资源
从现有落地配资源中挑选全国共27家配送质量相对稳定的公司，给予多方面的硬件与软件支持，进行线路资源的整合，集中优化配载，减少资源浪费，实现双方可持续发展。
- 创新的预分拨模式
要求快递公司直接在唯品会仓库分拨中心分拨到各个站点，节省里程与汽车消耗及排放。
- 完善“最后一公里”布局
为物流商提价，主动让利给物流商，以确保用户体验完善到“最后一公里”的配送细节。
- 推广使用“一撕得”包装箱
“一撕得”包装箱无需使用塑料透明胶带，降低10%左右成本，相比普通飞机盒，节约30%的用纸面积。同时，“一撕即开”的人性化设计，方便员工和消费者操作，创造独特的消费者体验。

物流技术支持

唯品会技术中心物流信息部为企业物流建设提供了高速发展的技术支持，建设WMS2.0、TMS、TPS、PSP、ODS、CIS等产品，全面提升唯品会物流管理、订单作业速度效率，为唯品会的物流配送速度提速，为广大消费者带来更优质、更快速的消费体验，使唯品会实现首日下单。次日内完成发货，2-7日送达，支持日60万订单的业务运营量。2014年全年唯品会完成超过1亿个包裹的配送量，支持仓储面积140万平方米。

“在完善‘最后一公里’布局的同时，唯品会也在全国建立密集的仓储基地，整合调配资源，打通电商上下游，提升用户体验，这是唯品会物流链的终极目标。未来唯品会会继续加大物流体系建设，通过多方资源的互惠互利和行业上下游的协调进步，打造具有竞争力的电商服务生态链。”——唯品会高级副总裁唐倚智

“6年前我注册了唯品会，5年前有了自己的宝宝。可以说我儿子是‘唯品宝宝’——我从给自己买漂亮的衣服鞋子包包，到给孩子买实用的衣服鞋子各种母婴用品，唯品会不仅见证了我越变越美丽，也伴随着我的宝宝一起成长。对我来说，唯品会不光是一个购物网站，更像是我生活中的一位懂我、和我一起分享幸福的闺蜜。”——忠实客户程女士

七天无条件退货，退运费

自成立以来，唯品会一直严格遵守消费者权益保护法，提供便捷的退货服务。消费者从唯品会购买的商品在签收日期7天内可无理由退货；唯品会将补贴10元的礼品卡，作为退货产生的运费补贴；消费者更可以选择1件或多件商品的退货。



回馈会员

为了感谢忠实粉丝一路相伴成长，共同分享企业卓越业绩的喜悦，2014年11月30日六周年店庆月来临之际，唯品会在广州总部举行了“相爱六年，因唯有你——唯品会六周年庆暨感恩六年忠实会员”活动，成为首家以“赠与股票”形式回馈忠实会员的上市电商企业。

截至2014年12月31日，唯品会拥有注册会员超过1亿。

满意度调查

对于消费者体验，唯品会一向以提高消费者满意度为先。针对唯品会用户，唯品会每月进行一次满意度调查，内容涵盖选购体验、商品体验、物流体验、售后体验、客服体验等共28个体验环节，并根据总体用户体验、各环节用户体验、各群体用户体验、改善方式的思路对数据进行深入分析，以求为用户提供更好、更优质的服务体验。

针对全网用户，唯品会邀请第三方公司每半年进行一次净推荐值（NPS）调查，并与同行业其他企业进行比较分析，寻找进步的空间。

诚实经营，维护消费者权益



作为一家合法合规、诚信运营的电商企业，唯品会一直关注消费者权益的保障。与生产经营者相比，相对分散的消费者经常会因为力量微弱、知识欠缺、缺乏组织等原因，成为被损害利益的弱者。目前，国内电商市场处于鱼龙混杂阶段，充斥着各种各样假冒伪劣的产品和霸王条款，时时刻刻都在对消费者的权益造成伤害。唯品会自身坚持100%正品的，同时，致力于打击假冒伪劣产品、净化行业不良风气，将消费者权益置于重中之重，鼓励公平竞争，实实在在地提高企业、行业、社会的经济效益。

合法合规出售商品

对于所有出售的商品，唯品会会对其是否侵权、是否符合国内外的法律法规、是否满足上市流通的标准等进行核查。其中，唯品会属下法务部联合工商部门，对品牌方资质进行严格的核实，包括在工商网上核查品牌方证件是否齐全、相关标准是否满足等。只有经过层层筛选和核查后，商品才能够进入唯品会的销售行列。

为消费者购买的每一件商品进行承保

中国太平洋财产保险股份有限公司为唯品会消费者购买的每一件商品提供正品保险，一旦在工商局或有资质的机构鉴定为非正品，均可向保险公司依法定程序索取该商品售价的全额赔偿。唯品会成立至今，这项保险从未被理赔过。

未来，资产保护部将加强与相关执法部门的合作打击危害支付安全的行为，减少网络诈骗案件，净化行业风气。

挑战

净化经营秩序，维护会员权益

对于唯品会而言，一如既往地关注和维护消费者权益是我们业务运营的基本要求，我们也打击其他危害消费者权益的行为，保障企业的声誉和财产安全，维护公平的商业经营秩序。

部分不法分子假冒唯品会的名义对唯品会的会员进行诈骗犯罪、利用“撞库”等非法手段谋取不正当利益，严重侵犯了消费者权益和企业的声誉形象。对此，唯品会的态度是绝不姑息。一旦发现有侵权行为，下属资产保护部会立即协助消费者进行立案，配合公安、经济侦查和网监等相关部门，对不法分子进行打击。

2014年4月，唯品会协助山东警方查处了一个电信诈骗团伙，铲除两个窝点，有力的打击了犯罪，保障了会员权益。



唯品会 环保措施应对气候变化

一家专门做特卖的网站



绿色办公

唯品会全方位地履行社会责任，致力于打造绿色环保的办公环境，长期坚持低碳节能的工作方式。实行绿色办公不仅能为企业带来环保和低成本的工作方式，更能节约资源、减少环境污染，节能减排是唯品会以及唯品会所有员工的共同目标。唯品会主张绿色办公从身边做起，珍惜每一度电、每一滴水、每一张纸。通过一系列的行动，唯品会希望让员工日常办公方式“绿色化”，让员工自觉节水节电，促进无纸化办公，实现污染零排放，推进节约资源、环境友好的办公环境。



绿色办公标签

为了自下而上贯彻环保的理念，唯品会设计了环保指导标签，张贴在办公室各处，提醒员工节约环保。办公室内贴有能源节约标记，提醒员工随手关闭不使用的电器；打印机旁张贴节约用纸标签；洗手间内水龙头旁有节约用水的标签，提醒员工随手关闭水龙头；抽纸上也贴有节约用纸的标签。唯品会通过办公环境张贴标签小提示，潜移默化地培养员工绿色环保理念，使员工自觉减少资源浪费，降低水电纸张的耗费。

跟踪办公耗材数据，置换设备回收利用

唯品会努力减少办公环境的垃圾，尽量让所有的废品都得到二次利用。唯品会行政部会记录每个部门领取的办公资料，例如纸张、笔等办公用品。在资源利用过程中，唯品会提倡“少用甚至不用”的节约原则。如唯品会的打印机是与员工工作卡相联接的，员工将需要打印的资料上传系统，使用前在打印机旁打卡，打印默认为双面打印，打印时尽量缩小字号、减小页边距，使文本的格式契合纸张，节约用纸。系统会记录员工的用纸情况，提醒员工减少使用不必要的纸张，以免造成浪费。在资源的回收上，办公室设有放置废纸的地方，回收废纸，提倡纸张再利用于草稿或粘贴发票，让废纸得到二次利用。唯品会期望所有资源都得到充分利用，而一些无法二次被唯品会再利用的资源，将会交给被唯品会评估过的第三方公司进行回收变卖，废物利用，如报废的电脑、桌椅等。

电子发票在华南的推广

2014年9月15日上午9点，唯品会率先开出广州第一批电子发票。之后，唯品会相继在天津，湖北等地推行电子发票。唯品会相信，电子发票的使用更加绿色环保，能够减少纸质发票的资源浪费现象，减少森林的砍伐，大大降低社会能耗，符合未来人类的发展趋势。

运维建设提效节能

2011-2013年，公司选用的都是单节点A3型服务器；2014年，运维工程部凭借对产品与性能的熟识，推陈出新，选用具有高密度、节点丰富、能效出色的A1-A2型服务器，节约近2,000万元投资额度。这不仅从单节点上减少成本投入，更从计算密度上节约机柜空间。运维工程部从2014年8月开始，对唯品会公司业务图像进行压缩后上线；同比未压缩图片，可节约近30%的CDN流量，为唯品会、为社会节省巨额能耗和资源。

目前，唯品会的环境保护政策中将进一步加强对环保数据的监测和量化，未来将计划开展绿色办公的节能行动，统计办公耗材和能源消耗，全方位地促进员工绿色办公的意识，进一步降低办公能耗和成本，促进节能环保的绿色办公。

挑战

绿色采购

在2014年初，唯品会确定了绿色采购的方向。而在同年12月，国家商务部制定并发布了《企业绿色采购指南（试行）》，唯品会亦响应了相关的号召，从政策层面上试行有关的指南。除了从细节上培养员工的绿色意识，营造节约环保的办公环境，唯品会在采购办公用品、物流仓库设备时，优先采购环境友好、节能低耗的产品，让员工能够使用绿色环保的产品和环境友好的设备。唯品会坚持环境保护和资源节约的原则，将绿色的运营理念落实到整个企业运营中。



节省的采购原则

除了提倡“少用甚至不用”，唯品会也提倡“少买甚至不买”。唯品会对所有管理层进行合规培训，指导原则是尽量少采购、不采购不必要的产品；注重性价比，用最少投入获得最好质量。在采购前，唯品会根据相关部门的资料，估计需要购买的物资数量，并在该购买预算范围内逐步减少采购的数量，做到尽量不采购不必要的产品，从源头上解决浪费的问题。

选择具有社会责任的供应商

在过去，唯品会考虑到成本问题会选用一些小型的供应商。这些供应商规模小，技术资金人力有限，并无过多的考虑环保方面问题。而现今，唯品会在选取供应商方面有更多的余地，可以考虑更多的方面。基于唯品会的绿色环保目标，唯品会坚持绿色采购。唯品会会考虑供应商的环境表现，尽量去选择有职业道德的、有环保资质的、主动承担企业社会责任的供应商。在未来，唯品会将会出台对供应商的社会责任标准，组织供应商大会，推进供应商的绿色生产和服务。

绿色物流

唯品会创始人、董事长兼CEO沈亚曾表示：“自建仓储、缩短物流半径是电商企业‘服务链’竞争最重要的一环，已提到‘战略’高度在部署。”自建仓储、缩短物流半径这一环是电商企业“服务链”中最容易产生能耗、最容易产生污染、最容易造成浪费的一环。在整个物流运输链的流程，唯品会关注到每个可以实现环保的细节。唯品会选用最节能环保的车辆，虽然其价格较高，但可以将对环境的影响降到最少。唯品会致力于优化运输供应链，以最简短的路线、最少的能源，达到最高的运输效率。从运输车辆的挑选、运送路线优化、商品包装的管理，唯品会都致力于绿色物流，不断推进物流环节的绿色化。

使用环保型车辆并跟踪耗油情况

唯品会选用斯堪尼亚的卡车作为自建车队所使用的车辆。在通过市场分析后，相比起市场上一般使用的知名品牌，唯品会现时采购的斯堪尼亚车型的油耗和排量是最低的。低油耗是优先考虑选择斯堪尼亚的主要因素。该型号卡车的发动机燃油效率高，可在最大限度地增大动力的同时，使废气排放减少到



最低限度，从而减小了对环境的影响，符合唯品会绿色物流的原则。

唯品会在自建物流车辆上安装监控系统，系统管控行驶过程，监控车辆行驶过程中的各种数据，如油耗、安全驾驶和停车时数等。在系统安装前，有些司机在夏天卸货期间会开着车内的空调。而在实行系统后，司机在离开车辆时会熄空调熄火，减少了车辆在卸货过程中的消耗和排放。

在落地配的使用车辆中，快递员使用电瓶车、自行车等非柴油汽油车辆为主。唯品会联合国内某知名电瓶车品牌，按照邮政要求，设计配送车，既规范员工用车保障送货员的安全，又体现了唯品会在环保理念上的前瞻性。该配送车将会在2015年全面推广。



唯品会购买过两批斯堪尼亚的卡车

购入时间	型号	排量	使用标准
2012年	G420	12升	欧洲Ⅲ
2014年	G440	13升	欧洲Ⅳ

通过创新供应链模式减少物流运输

- 整合当地物流资源

唯品会通过创新供应链模式，在保证城市物流资源得到充分利用的前提下自建网络，整合物流运输。从现有落地配资源中挑选全国共27家配送质量相对稳定的公司，进行线路资源的整合，集中优化配载，减少资源浪费。该落地配公司的原分拨中心不变，原站点不变，原来的员工也不变，原先的资源得到充分利用，不会造成对原有城市落地配公司资源的浪费，让社会资源得到整合利用。

- 预分拨的新模式

以往，物流公司在仓库提货后会先将货物运送到分拨中心，再由分拨中心运送到各站点。如今，唯品会要求物流公司直接在仓库的分拨中心进行预分拨，根据收货地站点直接将货物放到相应的笼车再进行装载，这个改变能提高配送速度，减少卡车行驶里程油耗以及尾气的排放。

环保包装

- 大货包装箱

在不影响物流包装质量以及物流流程的前提下，唯品会都会尽量使用来货时的旧纸皮箱，减少新箱使用数量，从而降低新箱印刷制作对环境的影响，同时也降低公司的采购成本。

- 订单包装纸箱

唯品会的包装箱全部使用现代化环保造纸。纸盒可以重复利用与多功能使用，设计也在不断改进，提升客户体验。

- 快递袋

唯品会订单包装用的快递袋材料，也在向环保材料推进。唯品会首推将发往国外的产品的包装袋使用环保材料，国内用户使用的快递袋也会不断改进。

在推广环保材料的同时，唯品会也持续改善用户体验。客户在退货时会使用过多透明胶，粘贴透明胶的快递袋会影响回收。为了便于快递袋的可循环利用和回收，唯品会将快递袋改善成自动化包装或可重复使用。唯品会专门在快递袋封口位置设置了两条胶带：第一条胶带用于首次发货，第二条胶带用于客户退货。同时，快递袋上设置重复使用的指示引导。改良的包装袋将会在2015年试行。



- 发货单

唯品会物流中心的员工曾反映在工作过程中接触的发货单具有刺激性气味，因此唯品会开始尝试使用环保油墨。尽管使用环保油墨的成本较大，但更能切合员工和客户的利益，环保油墨不仅可以减少发货单的刺激性气味，还能降低非环保油墨对员工、客户的不良影响。但是，目前社会对于环保油墨的需求较少，生产环保油墨的供应商并不多，环保油墨研发并不成熟，还处于小范围尝试阶段。未来，根据业务所需，唯品会将选择与环保的油墨供应商共同合作，全面使用环保油墨，减少环境污染。

- 保护性填充耗材

保护性耗材主要用于运输途中减少商品与硬物的碰撞。目前唯品会使用的保护性耗材是聚乙烯材料，为减少聚乙烯材料的使用，唯品会采用相应的制度与操作管理办法，指导员工如何正确、合理适度地使用保护性耗材。

国外企业所使用的保护性耗材会比国内更环保，但是成本高2~3倍。唯品会正在寻找更好的材料替代聚乙烯材料。目前正在评估环保材料的成本。如果新材料的成本在可接范围内，唯品会将用新材料逐步替换聚乙烯材料。

- 包装材料的回收

仓储整理与包裹配送过程中所产生的废弃物料，如：纸张、包装物等，交由专业且具备资质的第三方回收公司处理，尽可能将废弃物循环再用。第三方回收公司建议尽可能使用快速降解的包装物料，并且尽量不使用透明胶，以便分类与二次加工处理。唯品会物流中心采购部目前正加快速度及客户退货专用胶袋的改善设计，预计2015年试行，以减少使用透明胶，保护环境。

环保建仓

目前唯品会正在使用与普洛斯共同建立的定制物流园，定制物流园围绕绿色园区建设理念进行，种植了大量的树木，使用可回收、可重复利用的建材。

唯品会自建仓库的设计参照行业最高标准（与普洛斯一致），并在其基础上进行创新设计。仓库使用新型ALC墙板材料，地坪采用钢纤维砼石英砂耐磨地面。节能材料的使用主要体现在仓库外墙采用加气砌块、彩钢板夹保温棉；屋面板采用彩钢板夹保温棉，采用变频循环风机；外墙窗采用中空玻璃。钢构件采用薄型水性防火涂料；内墙采用ICI环保墙面漆，外墙采用立邦防水墙面环保涂料。

仓库建有采光带，白天使用太阳光，减少灯光的使用。唯品会正在与其他厂家合作，在新建的仓库中利用太阳能，比如现在正在进行的太阳能光伏项目。目前仓库内正试点使用绿色环保的LED灯，并测试使用LED灯的情况，预计年总成本（电费+折旧+维修费用）可以下降12元/平方米。测试完毕后，唯品会将进行统一招标，LED灯将在全国物流中心作业及办公区域推广使用。



挑战

唯品会将于2015年开始关注第三方回收企业如何处理废弃包装材料，达到减少环境污染的效果。



唯品会 履行员工关爱

一家专门做特卖的网站



保障员工安全及健康

员工是唯品会最重要的竞争力之一，保护员工的生命安全与健康是唯品会的责任。为了员工的安全，唯品会在办公区域配备了完善的安保硬件设施，招聘优秀的安保人员，并制定相关紧急意外的应急措施。同时，唯品会定期举行消防安全演练，培养员工的消防安全意识并丰富员工的消防应急知识。为了员工的健康，唯品会与世界五百强企业索迪斯合作，根据唯品会的特点与员工的需求，给员工带来健康可口的办公园区三餐饮食，提高员工日常的生活质量。



加强风险管理，保障员工安全

唯品会建立了企业自身的安保力量和义务消防队，同时聘用了专业的安保人员强化安全管理。专业的安保人员不仅具有丰富的安保工作经验，同时对安全危机有很强的警觉性，具备专业的安全管理能力和应急处理能力。

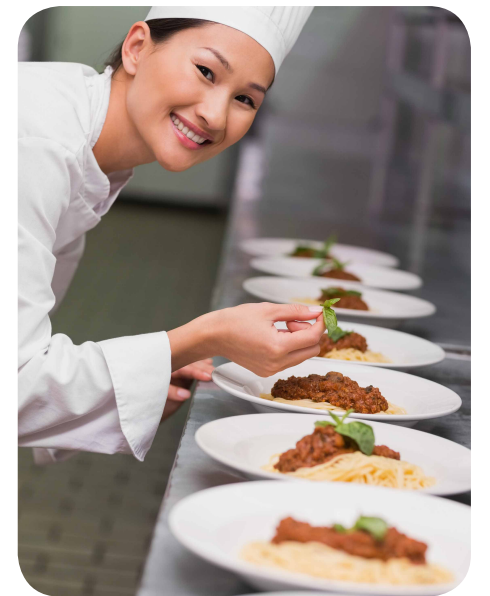
唯品会对新入职的安保人员进行基本入职培训以及各项专题培训，同时编撰了资产保护专员手册，规范安保人员的日常工作，将保护员工人身及财产安全放在首要位置，务求安保人员能给公司员工提供最好的安全保护。

除了有优秀的安保人员，唯品会内部还有完善的接待系统和巡查所需的安保硬件设施，用于防范危及员工安全的意外发生。

公司的监控系统不断地进行完善，安保硬件设备更加标准化，配备自动报警系统、巡更系统、夜视防盗系统等。

除此之外，唯品会设立专职的安全工作职能岗位，招聘专业的安全管理人才，建立并完善公司风险防范体系、政策、制度，搜集与公司安全生产有关的法律、法规，落实公司的消防安全管理，健全消防安全检查与汇报体系，保障唯品会员工的安全。

出于对员工安全的考虑，在每个季度，唯品会都会进行消防演练。同时，制定了紧急情况的速查表，速查表内有各种紧急情况的解决措施，让唯品会员工在紧急情况发生时能够及时处理。



第三方餐饮管理

唯品会为员工提供免费的三餐，每周派发一次水果，以及不定期的下午茶和糕点。

2014年10月，唯品会将食堂外包给专业第三方公司。在外包前，唯品会对接手食堂的公司进行了专门的审核。唯品会内部有专门的外包食堂对接的人员，负责搜集员工的意见，与第三方企业沟通，把控食物出品质量等。

该第三方企业是世界五百强企业—索迪斯。索迪斯通过食堂小信箱、电子邮件、调研、各方周会等多种方式，深入了解客户及消费者的需求，从而制定定制化的服务解决方案。此外，为了确保员工放心安全地就餐，设立了完善的食物安全管理体系和食品防护制度。在2014年索迪斯的餐饮服务满意度调查中，也获得了唯品会员工的高度认可，满意度达91%。

未来一年，唯品会将与索迪斯继续合作，完善总部食堂小卖部和索迪斯咖啡厅，并建设信义会馆新饭堂及广新大厦的创意餐厅。为唯品会员工提供健康放心的饮食、多样化的选择、创新的互动活动，让员工放心吃、安心选，在这里体会到家的温暖。

在2013年的消防演习中，唯品会邀请到了广州荔湾区消防中队、荔湾区公安分局防火大队、花地街道办、花地派出所等单位，得到了广州市荔湾区政府部门的重视与支持。该次演习有效提升了公司所有员工的消防安全意识。通过消防官兵的专业讲解，唯品会员工能够更加了解基本的灭火技能和逃生自救的方法。

又如，在客服中心员工搬迁进驻信义会馆分部前，唯品会组织了所有信义会馆的员工进行消防演习。该演习参与人员约300名，总共三项内容：人员疏散逃生、器材讲解演示和实战操作，总共持续时间55分钟。演习后，唯品会对演练作出总结，对演练中的不足部分提出解决措施。唯品会员工的消防意识在不断提高，唯品会的消防安全工作也在不断完善。

员工关怀政策



唯品会创始人、董事长兼CEO沈亚在唯品会五周年庆时曾说过：“让唯品会员工幸福，是我们的重要责任。”每一位员工都是唯品会珍爱的朋友，唯品会希望所有员工可以一同感受唯品会的进步。唯品会善待每一位员工，为每位员工提供基础的福利保障，让员工尽可能无忧的工作。在此基础上，唯品会给员工提供特殊节日福利与家属慰问，关心员工及其家人的身心健康。唯品会将继续朝“让所有员工幸福”的目标努力，做可以让员工感到幸福的企业。

员工关怀政策介绍

- 员工基础福利

员工在唯品会根据工作区域条件，可以享受免费的餐点或者符合当地水平的餐费补贴，以及下午茶、糕点和水果。这是唯品会给员工最基本的福利之一。监控中心、客服中心、资产保护部等部门，会根据员工工作需要提供员工宿舍。唯品会严格遵守国家法律法规为员工提供五险一金，符合规定的带薪年假，购买价值30万意外保险，以及根据员工不同情况购买补充医疗保险。唯品会每年安排身体检查，截至体检时间，入职满一年的员工可享受免费体检。公司提供激励性福利，包括员工免息贷款、消费贷款、股票期权激励等。公司不定期举行员工内部特卖会，名牌商品，低至折上五折。

员工福利会根据市场状况、员工诉求、公司能力进行改善。员工守则的员工福利制度会列出正式员工享有的福利，唯品会严格执行。如果员工对员工福利有不了解的地方或者存在相关诉求，唯品会有专门的人员跟员工进行对接。

- 安居免息贷款与教育补助

在唯品会符合条件的员工可申请免息贷款用于在工作地区购买家庭首套住房自住。唯品会的员工还能够享受学历教育学费补助。经理级或以上，符合条件可得到大专、本科、硕士及博士研究生（含MBA）学费补助；总监级及一级部门负责人以上，符合条件可得到修读EMBA的学费补助；全体员工，符合条件可得到职业资格教育补助。

- 节日关怀与家属慰问

唯品会为员工派发生日慰问礼物、传统佳节小礼，遇到员工重要日子，还有500-1,000元的员工结婚礼金，500元的生育礼金；因需住院时，提供价值300元的住院慰问礼品；直系家属去世的，给予200元的奠仪金。唯品会希望员工在细节处感受唯品会的关怀。

逢中国传统重大节日，唯品会也会提供价值合理的礼品寄送给员工，如春节、端午节、中秋节等等。每个月，唯品会物流中心及客服中心人员以公司的名义为每位符合资格的员工家属邮寄50元家属慰问金，同时也让家属了解其亲人在唯品会的工作情况。

- 挑战与未来的计划

唯品会对员工的关怀政策在上传下达的过程中存在部分挑战。唯品会高层促进落实员工关怀政策的原意是希望提高员工的幸福感，但是由上至下传达的过程则出现了误读的现象。

关怀政策的实施在不同部门存在差异。在公司层面上，关怀活动如节庆节目、生日会等得到妥善的落实；在大部门层面上，对于公司政策建设有部门相应的细则，也能得到很好的推行；但是在部分小部门的落实中，还需要加强企业文化专员等人力、物力资源的匹配，从而让小部门的员工也可以享受到跟公司层面一致的员工关怀福利。

除此之外，公司的薪资政策、福利政策，还有庆典活动的推行，都存在可以提升的地方。例如，员工结婚礼金的领取是结婚证开出一年内有效，但是很多员工不知道结婚礼金福利以及领取的具体时间。对此，公司将加强对福利政策的传达和沟通解决，确保将福利政策落到实处。

对此，唯品会的人力资源部正在进行相应的政策优化，人力资源部需要更有针对性的从所有员工的角度出发，与其他员工进行换位思考，为全公司员工提供很好的“用户体验”。

2014年员工家属关爱共发放
41639份总金额2081950元

体现关爱：唯爱基金

唯爱基金在2013年3月成立，坚持救急、救难的原则，通过员工帮助员工，发扬唯品会团结一心、助人为乐、互帮互助的友爱精神。这不仅有利于增强团队的号召力和凝聚力，更能及时把每一份爱心送给最需要关怀的唯品会人。凡员工加入唯爱基金后，自加入之日起至离职日期间均可享受唯爱基金之各项相关权益，如：疾病报销、生活困难补助、救急资金借出和其他需要捐助类，以缓解员工急难，体现唯品会上下一心的友爱精神。截至2014年底，唯爱基金共帮扶104名有需要的员工，资助金额达72.8万元。



唯爱基金运作情况

唯爱基金成立于2013年3月，员工通过加入唯爱基金组织，针对医疗报销体系无法覆盖的自费部分，在员工及其家属在发生重大疾病及紧急灾害时给予帮助。唯爱基金的运营资金分别来自于基金创始资金、唯品会高层管理会议拍卖所得资金、以及每月每位加入的员工的自愿捐赠5元。唯爱基金在最初成立时是以自愿性为加入原则。凡员工加入唯爱基金后，自加入之日起至离职日期间均可享受唯爱基金之各项相关权益如：疾病报销、生活困难补助、救急资金借出和其他需要捐助类。捐赠时间越长，得到救助的金额比例越高。

自正式运作以来，唯爱基金管理方法共修订了两次，主要目的是为进一步扩大对员工及家属在发生重大疾病及紧急灾害时的互助帮扶力度及救助范围，并规范基金操作方法。

2013年，唯爱基金共帮扶28名员工，资助金额18.2万元；2014唯爱基金共有76人申请，资助金额54.6万元。截至2014年底，共收入137.9万元，支出72.8万元。

资助年份	2013年	2014年	总和
资助人数（人）	28	76	104
资助金额（元）	18.2万元	54.6万	72.8万

案例一：范建，华南物流员工，2013年其妻子产下两名新生儿，其中大儿子夭折，小儿子患病需医治，费用支出庞大，唯爱基金共提供4次医药费用，共36658元，以及紧急资金借支2万元。对于在危难时刻，通过企业平台获取及时的支持和关爱，员工家属深表感谢。

案例二：陈红，北京商务中心员工，因孩子患噬血症需大量医疗费用，唯爱基金通过企业文化平台发动全体公司人员募捐，并同时提供了医药救助12213元。



促进员工全面发展

唯品会希望员工可以在唯品会得到全面的发展。唯品会不仅是一家企业，更希望成为一所大学，给员工教授专业的知识，让员工在工作中学习、在工作中得到升华，这是员工与企业的共赢。同时，唯品会希望员工可以身心健康地与企业一同成长。我们为员工举办企业文化活动，让员工展示自己工作外的风采，展现自我；另一方面，我们鼓励员工自发成立社团，在艺术和运动中获得身心的平衡。我们期待员工在唯品会中得到全面的发展，实现自己的人生价值。



唯品大学

唯品大学是针对唯品会内部员工培训的企业大学，于2014年成立。唯品大学的愿景是成为行业一流的企业大学。唯品大学是员工个人发展的智库，鼓励员工自我提升。唯品大学会针对不同员工的需求提供对应能力的提升课程，以及职业发展的建议与指导。除了技术、管理等企业业务相关的培训之外，唯品大学还向员工提供个人素质、沟通表达、心理心态等培训。

唯品会建立系统化的人才发展体系，帮助员工在M线（管理线）或P线（专业技术线）双线发展。

M线的课程针对基层管理者、中层管理者到高层管理者，唯品大学提供全方位的培养支持，锻造唯品会领导力，提升管理干部综合素质和管理技能。

P线的课程针对基础专业人员、关键专业人员，以及资深的专家、行家，唯品大学提供系列的培养项目，塑造业务核心能力，提升业务骨干专业胜任力。唯品大学提供各种集训课程、导师辅导、案例研讨、工作实践、行业交流等机会，从而提升M线、P线人员的能力、经验。



以下是部分培育项目介绍：

• 光速计划

光速计划项目，是针对商务中心经理级员工的专业能力提升项目，于2014年5月8日启动，历经7个月的培训、行动学习、参观考察等，于12月20日结束，总结整个培训过程，完成以下5大关键点任务：16门专业和管理类课程；75个课时的学习与交流；累计896人次参与其中；项目横跨4个部门和2个企业；完成了10个行动学习项目。

通过光速计划项目，唯品会旨在提高商务中心经理级员工的8项核心能力，包括商品知识、行业资讯、选品能力、供应商管理及谈判能力、商品运营能力、反应及创新能力、沟通协调能力和团队建设管理能力。从整体来看，商务中心受训学员，特别是招商相关岗位学员的8项能力较训前均有较大提升。

• M+项目

技术中心团队不断扩大，为了组建一支有凝聚力、创造性的团队，对技术中心管理层提出新的挑战和要求，为此唯品大学提出了M+项目，针对技术中心M2、P4及以上管理者，从管人、管事两个维度出发，打造M+品牌、解决实际问题、提升组织效能。

在项目开展前，唯品大学通过管理者访谈、管理者测评、组织氛围测评、Q12，进行了详细的需求调研分析。M+项目正式开展后，为了达到提升团队凝聚力与沟通协作、宣贯企业文化的目的，项目以户外拓展作为导入。

通过从技术到管理、项目化运作、知己知彼(DISC应用)、小辣椒项目管理沙盘等针对性课程，提升学员的各项能力；其中，项目开展了7次定制化课程，共70课时，参加学员300人次，覆盖广州、上海区域；课程总体满意度为4.6。

另一方面，通过M+管理期刊（每月1期）、M+微信平台、M+Book项目，打造M+品牌，使碎片化学习成为常态。在这其中，M+微信平台创立至今粉丝总数111人，学员覆盖率95%，共推送27次，文章60余篇，平均每周3.6篇精品文章，总阅读人次2,187，转化率20%。

• 内训师的培养

企业的基业长青，离不开企业内部知识的积累与沉淀，内训师作为企业内部知识积累沉淀的重要一环，是唯品大学一直非常重视的群体。

唯品大学面向公司主管级以上员工，开展内训师特训营项目，经过项目调研及课题选题、内训师选拔、TTT培训、课程设计及演绎辅导、内训师认证等环节，最终完成课程13门，涉及10个部门，培养认证内训师32人，并已有50%以上的课程投入使用。

截至2014年底，唯品会共有内训师近200人，遍及全公司各个部门，他们为唯品会知识的传播和经验的传承贡献力量。





• 新人融入项目

2014年，总部有超过1,300位新员工入职，接近总部员工总数的50%（至2014年底，总部员工约3,000人，以上数据不含客服、物流）。为了减少新老员工之间的隔阂，使新员工能顺利融入团队，项目通过入职培训、导师辅导、资深员工访谈、物流仓库体验的方式，使新员工早日成为唯品会的合格员工。

对于新员工而言，1.5天线下课程与0.5天的户外任务，使新员工对公司的认识，统一在同一水平；其中课程学时全年达390小时；累计1,128人次参与课程学习，唯品会创新地以户外任务形式分享企业文化。

另一方面，唯品会在各部门推行“新员工导师”，使新员工在试用期内，认识工作对接人员，尽快融入团队。入职培训后进行的资深员工访谈，使新员工与同期的学员有更多交流，同时认识资深员工，了解唯品会的故事。

• 非业务培训

2014年，唯品大学共开展390个培训课程，培训总课时达1445.5小时，培训总人次为18,857人次，总部人均培训学时达17.1小时/人，远超往年的数据。其中非专业类培训开展情况如下：

管理技能培训19次，领导力培训6次，职业素养类培训105次，以上非专业类培训共计798学时；除此之外，唯品大学开展了255次专业类培训，共计637.5学时。

为培养人才，唯品会在物流中心开设英语培训班，提升管理干部英语能力，为公司国际化储备人才。课程分设中级班与高级班，照顾不同英语水平的员工。

2014年唯品大学刚刚成立，唯品大学的项目及课程未能完全覆盖到每个层级的员工。2015年的唯品大学将会更系统化，把线上学习与线下培训相结合，搭建开放的在线系统，让员工可以利用碎片化学习，促成即时分享的学习习惯，从而能够满足各个层级员工的需求。

非专业类培训内容	管理技能培训	领导力培训	职业素养类培训	总和
培训次数（次）	19	6	105	130
培训课时（小时）	122.5	58	617.5	798



企业文化活动

唯品会不定期举行大型的庆典活动，例如公司年会、集体婚礼、员工家属日、年度运动会、成长庆典等。企业文化活动是唯品会建设的载体之一。各项品牌文化活动都是围绕唯品会四条核心价值观：简单、创新、快速、协作。企业文化活动内容有趣、形式活泼、参与性强，向员工传播唯品会的企业文化理念，让员工理解理念、践行理念，并在活动中不断加强协作，与团队同甘共苦、共同拼搏。

社团文化活动

为践行“关爱员工身心健康”的经营理念，丰富员工的业余生活，营造积极向上的企业文化氛围，唯品会拨款鼓励员工依个人兴趣及爱好自发创建员工活动社团。目前唯品会总部共有13个社团，包括运动类、艺术类等，如舞蹈社团、篮球社团、足球社团等。

唯品会有员工表示，社团文化活动不仅能够拓展员工的兴趣，还能让员工通过社团活动认识到其他部门的人，加强了与不同部门员工之间的联系，为员工提供了一个交流的平台。

鼓励员工持续创新

创新是企业发展的动力，创新不但能够提升工作效率，同时也能降低成本，为公司带来效益。作为创新型企业，唯品会的员工是唯品会创新的动力来源。每一个唯品会人都是高素质人才，唯品会的创新不仅仅是研发部门的需求，也是全体唯品会人的自我要求。为了激发员工潜能，打造具有创新文化的学习型团队，唯品会鼓励员工参与到企业创新的过程中，营造良好的创新文化氛围，不轻易否定不同观点，将创新与员工晋升制度相结合，鼓励并促进员工持续创新。

物流园区：“金点子”

唯品会物流中心有精益生产部门，倡导并指导员工在工作实践中通过创意进行精益生产。该部门每年制作两本精益生产的册子，委派责任人监督，提高每一个物流仓库金点子的提报率。



案例一，使用篮筐做库位盒，减少库位盒的损坏及维护时间。

改善前：每个库位盒每月所需维护时间约为5分钟。

改善后：使用篮筐共替换约400个纸质库位盒。

每月节省： $5 \times 400 / 60 = 33.3$ 小时，并节省400个纸质库位盒材料成本。

案例二，加长铁架挂钩20CM，使员工可以快速的将铁架车连接起来。

改善前：铁架车连接操作时间28秒/次，部分铁架车改善后：铁架车连接操作时间20秒/次，每天约操作200次。

每月节省：

$(28-20) \times 200 \times 30 / 3600 = 13.33$ 小时

案例三，面单打印的废纸，通过打印机内置滚筒回流进打印机，只需定时清理，提高作业效率。

改善前：每打印3张面单，就需人工手动清理面单废纸，耗费时间，作业效率低。

改善后：通过滚筒回流回收面单废纸。

每月节省：平均220小时。



微创新

创新是唯品会核心的企业文化之一，为贯彻创新文化的落地，鼓励员工从身边微小的创新做起，关注工作的改进与完善，公司制定并发布了《唯品会员工微创新激励方案》。每两个月，各部门都会进行微创新方案的征集和评选，对于具备可执行性的优秀提案，唯品会会给予奖励，并放到公司创新资源池中进行筛选和择优孵化。唯品会用实际行动鼓励和支持员工进行创新，这种创新土壤的塑造，为的就是让每一位唯品人都成为创新的高手！截至2014年底，公司一共举办了四期微创新，员工踊跃参与，总共收到424份微创新方案。

对唯品会技术中心来说，创新尤为重要，只有创新才能够不断前行。技术中心每隔两个月就会进行一次微创新评选。只要员工的想法能够提升工作效率，甚至是为公司带来利益，不管是工具的创新，还是流程的建议，唯品会都非常欢迎员工提出自己的方案。从第一期的5个项目，到第三期的37个项目，员工参与创新的数量是翻倍成长，折射出来的是技术人源源不断的智慧。

优化办公环境

唯品会重视企业文化，重视以人为本。为了让员工能在办公环境中感受家的氛围，唯品会为员工设计了人性化的办公环境，提供各种便捷服务，关心、体贴员工的各种需求。唯品会总部设在环境优美的醉观公园，让员工能够在绿色中工作；办公室的室内设计充满人文气息，母婴室可以方便新为母亲的女同事，图书馆可以让员工随时增长见识；办公园区提供便捷的班车服务，方便员工上下班；物流园区安装自动化的装置设备，减轻员工的工作负担。



优美的办公环境

唯品会总部是由有50年历史的广州西区粮仓华丽变身而成。唯品会创始人之一洪晓波是法国长大的华人，对新鲜事物与旧建筑的完美融合别有一番研究。唯品会在芳村信义会馆起家，扩张时，洪晓波相中了同是旧建筑的粮仓。于是，唯品会斥资200多万把粮仓改造成颇具岭南水乡风情的创意园区。

唯品会的总部位于花地河畔。在芳村醉观公园的一角，由绿荫掩映着的6栋木杉瓦背顶的仿古建筑，就是唯品会。绿意满盈的醉观公园园林设计为唯品会员工提供了清幽的工作环境，员工就在公园里工作。为配合公园氛围，唯品会设计师在总部院子增设了休憩吧、吊椅、白色“创意球”等，让员工休息放空、讨论开会。

人性化的办公环境

唯品会正在建设新的办公大楼，办公大楼将会有更多的人性化办公设计。新办公大楼会配备员工健身室、心理咨询室、母婴房、图书室等，满足员工的身心健康全面发展。唯品会从员工角度考虑，不断改善员工的工作条件。

唯品会根据不同部门的情况，满足不同部门员工的需求。如对于物流中心，唯品会正在自建物流园，更多地考虑员工的生活和工作需求。自建的物流园区设计规划了相关的生活配套设施，现已建成投产的鄂州物流园包含了办公楼、食堂、员工活动中心、员工之家、足球场、篮球场等。在物流园的办公区配置果树、景观树、灌木、草地、植被以及配套景观的堆石等。

同时还为员工提供160多个汽车停车位，非机动车车位1,000余个，并配备了充足的电动车充电设施，设置了人行通道，让员工按照规定路线和区域行走，规避交通意外的发生。由于物流园地处偏僻，唯品会物流中心为员工购买大巴，提供接送服务，并且协助当地相关部门增设物流园的交通专线。



挑战

即将投产的肇庆、简阳物流园，将在现有基础上完善物流园配套设施。引进大型超市，增建员工宿舍公寓、健身房、员工特卖实体店等。员工宿舍参照大学宿舍的标准。宿舍区内自建员工生活设施、体育设施等。考虑到员工的生育子女问题，物流园有考虑自建幼儿园等教育设施

照顾员工的办公设备

- 自动化设备设施

为减少员工的劳动强度，唯品会尽量在劳动强度高的岗位设置自动化的设备设施。如在物流中心中建设货到人的自动化设备，建设分拣机、包裹分拣等，将打包好的货物运送到车上，减轻员工重复性动作，减轻员工的劳动强度。

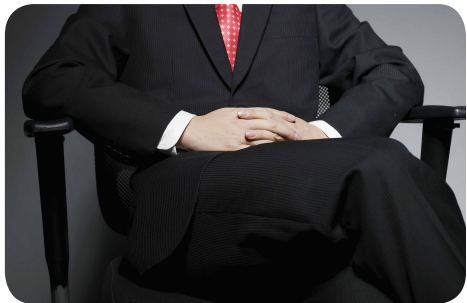
- 唯品会快递车

鉴于国家邮政局2014年9月份出台《快递专用电动三轮车技术要求》，目前市场上少有符合该要求的快递车；快递员送货工具过于简陋，安全性不高。为提升快递员送货舒适度，唯品会为快递员专门设计了新型快递车。

唯品会专用快递车两组电池续航可达100公里，为快递员提供更舒适的工作工具，避免风吹雨淋，提升快递员送货舒适感与忠诚度，减少落地配公司人员的流失。

- 换购更适合员工休息的椅子

管理层从员工的身心健康考虑，为员工改善工作条件。唯品会的旧式椅子舒适度不高。为了让员工更好休息，唯品会换购了更符合人体工程学设计的椅子，从细节处关爱员工。



由于醉观公园总部办公区及奢侈品仓库，两处地理位置较为偏僻，唯品会为员工提供接送巴士，往返园区与地铁站，以及不同分部，方便员工上下班。同时由于地处偏僻，夜晚路灯昏暗，行人较少，唯品会请花地街领导协助与相关部门协调，在唯品会总部及奢侈品仓库之间路段加装路灯，并加强此处的治安巡逻力量，以确保唯品会员工的生命及财产安全。

完善的沟通机制

为了更好地听取员工意见，解决员工问题，满足员工需求，唯品会建立了完善的沟通机制。通过健全的沟通机制，唯品会可以听取员工各种各样的意见，从员工的意见反馈中，发现缺点与不足，进行改善。



成熟的沟通机制

- 工会

工会是内部重要的沟通渠道和组织桥梁。唯品会工会有六项职能：对内沟通、对外关系、活动宣传、员工生活、劳动关系、工会经费，每项职能根据定位发掘员工需求，并提供及时有效的支持。工会委员会有近40名委员，都是员工自愿报名参加的，他们利用业余时间为员工谋福利。作为第三方组织，工会委员会积极发挥协调公司管理与员工需求之间平衡的角色。每月定期举办工会座谈会，通过各部门员工代表收集非业务类意见建议，

直接对接各职能负责人协助解决收集上来的问题，并通过二次全体公示反馈问题的解决方案或进度。除此之外，各办公区设有“工会信箱”，员工可以通过投递信件的方式解决诉求。线上工会设有线上邮箱，员工可以通过邮件等多种方式把问题反馈给工会跟踪解决。工会委员会关心员工的生活，对适婚年龄的员工多次开展对内对外的联谊交友活动，增加了大家工作之外的幸福感。除此之外，直接涉及到员工利益的各项制度规章，在正式生效之前都经过工会委员会的协商，并提出修改意见，再经过主管部门的修订后才正式发布。

- 总裁午餐会

总裁午餐会常规每月1期，两位创始人、人力资源副总裁与各部门员工代表共进午餐。就餐过程中，会讨论有关本部门、跨部门的工作以及员工个人生活等话题，尽量当场提供解决方案，不能当场解决的问题会有专人后续跟进。

公司自2012年开始运营总裁午餐会以来，前后已经举办过40余次，有600余人次参与过此活动，提出问题的解决率达到80%以上。总裁午餐会可以让唯品会高层更好地了解部门目前业务的实际运营状况、跨部门沟通存在的问题，从而更好更快速地为企业经营把脉，并提出有效的解决措施。同时，也是激励和鼓舞部门核心员工的有效途径，让员工更清楚公司高层对部门及自身业务的期待，了解公司的战略性信息，明确工作的方向。除此之外，各个部门也根据自身需要，以副总裁或部门负责人为主导，通过多种形式定期开展沟通座谈会，达到了上传下达、下情上传的沟通效果。

- 员工满意度调查

公司关爱和善待每一位员工，也很重视来自员工的声音。2013年5月，为了更全面地了解和诊断公司员工对公司在工作职责、公司管理、工作环境、薪资福利及职业发展等各方面的满意程度，唯品会开展了员工满意度调查，通过调查所得结果来为公司的各项管理提供参考依据，以实现公司与员工共同发展。2014年3月，为了把握公司工作氛围，落实新版企业文化，夯实基础管理，提升员工幸福感，唯品会开展了组织氛围调查，也得到了员工的热烈反馈。唯品会希望通过员工的反馈更好地了解现状、发现问题以及制定适合公司发展的行动计划，从而提升组织能力，给员工营造一个快乐而高效的工作环境。“传承品质生活，提升幸福体验”是唯品会企业的使命，唯品会致力于让每一位唯品会员工都感到满意、幸福。



唯品会 助力社区发展

一家专门做特卖的网站

加强与高校的紧密联系

培养人才不仅能够帮助唯品会加快成为全球一流的电子商务平台，还可挖掘更多的电商人才助力行业的发展，实现企业、行业和社会的可持续发展。唯品会成立以来，一直维持良好的发展势头，伴随着各项业务的拓展，唯品会对人才的需求也日益增强。为了加强人才的引进，不断升级特卖模式，提升消费者体验，唯品会通过研究项目、举办校园活动等方式，加强与高校的联系，搭建高校与企业沟通的平台。



人才交流

唯品会技术中心对外进行知识学习与高校合作，技术管理高层在多所高校进行学术研讨会、讲座等活动，为中山大学、华南农业大学、广东工业大学等高校师生们分享了唯品会企业建立过程中的宝贵经验。借助这个平台，唯品会引进多批次的毕业生和实习生进入唯品会工作和实习，为高校人才提供了就业途径。



2014年，唯品会和华南师范大学经济与管理学院达成战略合作，合作内容包括：

- （1）聘请唯品会部分高管为华南师范大学经济与管理学院“MBA”导师；
- （2）成立“服饰行业电子商务研究创新联合实验室”；
- （3）建立校外实践基地；
- （4）开展产学研合作，共同申报各级政府项目。

其中与唯品会建立校外实践基地的高校还包括中山大学、广东工业大学、广东外语外贸大学和华南农业大学。校外实践基地的主要方向有两个，一是校企合作人才培养，给大学生实操锻炼机会；二是增强校企合作，给高校提供资源，支持高校课题研究。

与高校的产、学、研项目合作

随着规模的壮大和需求的增加，唯品会关注电商技术领域的发展和突破，希望通过和高校的合作寻求开发新领域的先机。2014年第二季度开始，唯品会与四间高校开展技术类研究型项目合作，并且外派研究员参与其中。项目由合作高校老师为主导、带领该校学生，研究内容涵盖识别、翻译、自动化操作等。

除了寻求电商技术领域的发展，唯品会在法务方面也积极开展高校合作。唯品会与北京大学知识产权学院签订合作项目，项目主要关注在互联网语境下的知识产权保护，推动政府在保护个人隐私方面的发展，同时也推动互联网知识产权保护的发展。截至2014年6月，项目已经得到初步的研究成果。

营销大赛：2014年唯品会首届创意营销狂人赛

为了挖掘校园内的营销天才，助力唯品会迸发出更多的创意营销火花，唯品会发起并主办了“2014年唯品会首届创意营销狂人赛”，并以“你试错，我买单”作为大赛的宗旨。在海选阶段，大赛收到超过1,500份优秀作品，作品创意多样、可圈可点。

经过层层遴选，2014年10月25日在唯品会广州总部的“唯品大学”展开总决赛，来自上海赛区的“海洋”队、广州赛区的“唯一代”队和成都赛区的“唯品美男子”队分别夺得冠、亚、季军，除了丰厚的奖金外，还获得赴美游学、参观伯克利等世界顶尖学府以及谷歌、微软等世界500强企业的宝贵机会。

大赛共历时5个月，受到了全国范围内高校的广泛参与。



合作开始时间	合作院校	合作项目
2014年4月	中山大学	基于人体姿态估计的移动服装发现
2014年5月	华东理工大学	个性化语音识别技术体系研究
2014年6月	深圳大学	服装商品图片自动化剪切算法开发
2014年9月	南京大学	多语言翻译技术体系研究

“（技术上的研究型项目合作）对学生来说，可以了解一个企业对项目的真正需求和项目整体流程，除此之外还可以提高沟通能力、变换思考问题的方式等。”

——中山大学项目组学生组长

“从你们身上，我看到90后年轻一代的市场洞察力与创意执行潜能，不停留在天马行空的想法里，多方面考虑周全，潜力无限。我相信，你们一定會在电商营销方面创造出风光无限的将来。”

——唯品会高级副总裁洪美娟对决赛队伍高度赞许。

物流园区带动当地发展

截至2014年12月，唯品会在用仓库共5个，分布在全国范围，共吸收所在地员工11,000多名。

对电商企业而言，配送体系直接关乎用户体验和订单数量，唯品会希望提高物流效率，进一步提升企业竞争力和用户满意度，因此在国内建设了一系列的物流仓库，完善自建物流配送体系。同时，为促进地区和企业相互积极影响，持续为仓库所在地区创造发展机会和提供更多的价值，积极承担促进社区全面发展的责任，实现共同发展，唯品会在规划仓库的地区建设完备的基础生活设施，发展科教文化事业，推动地区的整体建设。截至2014年底，唯品会在华北、华东、华南、华中、西南建有5家物流仓储基地，面积达140万m²，为所在地创造就业机会一万余个。



促进当地就业，推动地区建设

唯品会相信，通过完善供应链存储配送体系，能够解决当地大量的劳动就业问题，对周边地区建设带来极大的帮助。例如唯品会位于天津武清的华北物流地处于环境较偏远的农村地区，而这个仓库50%的仓储员工都来源于当地居民。

同时，唯品会在各仓库园区自建办公楼、宿舍等配套基础设施，既能为员工提供舒适的工作环境，又能带动当地的建设和发展。

校企合作，推动教育事业

唯品会的自建仓管仓库一直坚持和当地的中专院校开展校企合作，合作包括提供实习机会、提供实训岗位、参与课程教学等内容。

- 校企合作实训基地

校企共同建立学生实习就业基地，通过与学校签订协议、在企业挂牌等形式，建立相对稳定的学生生产实习和就业基地，为企业、为社区培养实训人才。

- 校企合作办班

唯品会与学校共同招生，并签订联合办学协议，成立“唯品班”定向培训培养并给学生提供奖助学金。唯品会与学校共同制定人才培养方案并参与教学方案的探究，并指派内部讲师对“唯品班”进行专业及实践方面的授课，利用双方的教育资源和教育环境对学生的专业知识及技能按照唯品会的需求进行培训。一方面培养出企业所需要的高素质人才，同时提高了企业的生产效率；另一方面丰富了院校的教育资源，推动了当地电商人才的成长。

- 工学结合基地

学校与企业合作，共同规划与实施职业教育。办学模式为“0.5年+0.5年”半工半读模式，学生在校进行基础文化课和职业岗位基础课程的学习，在公司接受职业、工作技能训练。

- 管培生培养

唯品会与本科院校建立长期合作机制，学校组织毕业生参加企业每年定期开展的校招宣讲活动，并为企业提供招聘场所，发布人才需求信息；企业为学校毕业生提供实习、就业等方面的便利，充分利用双方的资源，让更多的人才能够更好地推动电商行业发展。

- 品牌宣传

唯品会与合作院校定期派送宣传资料，让学生了解公司的发展动态以及人才招聘计划。同时成立唯品会品牌大使，在大学生中介绍公司品牌，让学生更加深入地了解电商企业的特点、运作等内容。



以华南物流中心为例，其共拥有5所校企合作单位：广东财经职业技术学校、广东工商学院、广东环境保护工程學院、广东交通职业技术学院、广东省海洋工程职业技术学院。



唯品会 实施可持续供应链管理

一家专门做特卖的网站



与品牌供应商成为合作伙伴

累计
13000
多个合作品牌
1600
多个独家合作
品牌

唯品会致力于与品牌供应商成为友好合作伙伴，共创价值。尊重和善待合作伙伴，真诚合作，一起共建共生共赢的生态环境，是唯品会不懈的追求。唯品会积极与合作伙伴沟通，为合作伙伴提供大数据分析，量身定制销售计划。唯品会相信，只有为品牌供应商提供更优质的服务，才能携手促进彼此更好的发展。

供应商筛选标准

在唯品会上销售的所有商品，都是建立在正规品牌基础上的，一直以来都是以国际有品质保证的知名品牌。唯品会的消费者大多是名牌爱好者，并已经形成了比较深刻的品牌意识，对品牌商品有很好的接受能力，因此唯品会对品牌供应商的筛选有非常严格的标准，要求提供各种相关证明，确保品牌正品。当然，在唯品会销售的品牌，可利用站内所经营的品牌优势，树立良好的品牌信用，扩大品牌影响力。如今的唯品会已成为一个推动品牌发展的综合平台。



积极与供应商沟通

为促进与供应商互利共赢，唯品会不仅主动在业务层面与供应商积极沟通，同时还主动走访供应商工厂，在对消费者利益负责的同时，为供应商的发展提供建设性的意见。此外，唯品会建立了供应商反馈机制，使供应商能表达对唯品会以及与唯品会合作过程中的意见和诉求。唯品会和供应商的关系早已超越了基本的采买关系，而是长期的合作伙伴共赢共生的关系。



- 为供应商制定解决方案
- 唯品会站在供应商的容量上看增量规模，进而帮助供应商确定各渠道的份额。唯品会与供应商之间不单纯沟通给唯品会的供应份额，而且还沟通一年整个零售大盘是要有多少百分比需要在线上销售，并且承诺能够为供应商承担多少。唯品会关注供应商的大盘，在线下零售份额萎缩的环境下，让供应商的大盘不跌反涨。唯品会希望未来成为零售方案的解决专家，致力于帮供应商解决各零售终端共同发展的问

唯品会商务经理每天都会多次与供应商进行业务沟通。对于核心供应商，唯品会的商务经理在每个季度都会前往供应商办公地点进行沟通并且查看期货。

供应商期望推广其知名度，尤其是大品牌商对于知名度要求更高。供应商与唯品会的业务沟通能有效将供应商品牌和唯品会的资源进行整合，从而在唯品会的平台上帮助其进行商品和品牌的双重推广。

- 供应商反馈

唯品会管理高层非常重视供应商的反馈。供应商的反馈不仅能让供应链沟通更有效率，更能促使供应链不断改进，从而实现价值升华。

唯品会设有常态化的反馈渠道，供应商不仅可以通过这些渠道反馈需改进之处，也能找到对应的唯品会人员进行对接负责：

（1）商务沟通渠道：

与某一供应商的对接商务，负责接洽并解决供应商与唯品会合作的所有业务（含异常、投诉）问题。

（2）邮箱反馈渠道：

邮箱反馈渠道：不同部门管辖的反馈内容不同，唯品会安排了不同的邮箱进行反馈接收。如果供应商对内部流程不清楚，也可以直接将反馈内容发至供应链服务邮箱。

相关部分	涉及情况
商务部分	关于合规及日常商务合作工作的咨询
	咨询新品牌合作
	其他与商务相关的咨询/建议
物流部分	关于唯品会物流中心工作/建议
	针对唯品会配送退货货品的物流承运商的投诉/建议
财务部分	对唯品会财务结算流程的咨询/建议
其他	对唯品会合作流程中的其他各类咨询/建议

除了常规供应商反馈渠道，唯品会有供应商满意度调查，从而进行供应链之间的相互反馈，将针对不足进行改进。

此外，唯品会对于不同的供应链模式都有供应商培训，供应商可以在培训中的问答环节进行即时沟通，促进问题解决。目前，大部分供应商反馈的主要问题是网站升级带来的临时系统错误和供应商使用不熟悉，针对这些情况，唯品会已做出有效的改进。

唯品会也已经制定了完善的供应商差异反馈及处理流程、超期差异处理申请流程、财务跟踪处理流程等，以根据供应商现实情况的需要，提高反馈效率，促进问题解决。

为供应商提供大数据分析 协助品牌制定销售计划

唯品会通过该品牌过往历史销售数据以及相同品类的销售分析，提供相应的分析报告，协助品牌制定后续相应的销售计划；另外，供应商可以通过唯品会“供应商平台”及时了解品牌实时的销售数据等基本信息。

同时，唯品会针对各供应商对应品牌的销售以及品牌基本属性性质，特别制订相应的供应商品牌管理手册与提供相应的服务，针对不同品类、不同级别的品牌提供有针对性的个性化服务。

供应链责任

唯品会重视供应链责任，促进供应链可持续发展，从而保障唯品会、供应商、消费者三者利益。唯品会通过货品质检保证正品，推进供应商信息公开，在提升消费者体验的同时，降低消费者对品牌认知的信息成本，提升品牌美誉度和忠诚度；提供供应商培训，让供应商多方面满足消费者需求，从而推进供应商发展；打造绿色供应链，坚持供应链与环境和谐相处，承担社会责任。

供应商货品质检

保证品牌正品，保障消费者权益，是唯品会和品牌供应商共同的追求。唯品会在品牌供应商货品入仓时将提供质量检测，满足行业标准方可入仓。此外，唯品会还坚持引入第三方抽检，从社会外部监督的角度保证消费者权益。

- 入仓质检

凡是有产品入库需求的供应链模式，唯品会都要求进行入仓质检。货品必须符合行业标准，方可入库发货。其中直发模式虽不入库，唯品会也会有质量检测流程。

唯品会货品行业检测标准包括：电子电器行业标准、服饰行业标准、化妆品行业标准、家纺行业标准、家具行业标准、母婴用品行业标准、普通食品行业标准、饰品行业标准、玩具行业标准、箱包行业标准、运动户外行业标准等等。

- 质量抽检

唯品会对入库后的商品设有质量抽检。抽检适用于与唯品会合作的所有品牌和品类。商品供应商按预约时间送货到唯品会各地仓库，各地仓库收货后将按照规定抽样方案从来货中抽取规定数量，对抽取的商品进行包装、标识、质量、安全、功能等方面的检验。

- 第三方质检

唯品会还引入第三方质检机制，第三方质检通过对样本进行包装、标识、质量、安全、功能等方面的批次检验。第三方质检包括第三方抽检和第三方全检。通过引入第三方质检，保障消费者权益。



物流管理

快速且高质量地满足消费者需求，对电商的物流管理提出了极高要求。唯品会作为特卖行业的领跑者，追求的是承诺服务的完美实现。为了不断提升消费者体验，唯品会对物流管理有着极高的要求和缜密的战略规划。



与第三方物流管理公司成为合作伙伴

一方是中国特卖行业领跑者的唯品会，一方是亚洲最大的工业及物流基础设施提供商和服务商普洛斯，两者的强强联手不仅为各自的发展提供了极大的机遇、创造了共享价值，更对消费者购物体验的提升具有不可忽视的作用。

2009年，双方在广东佛山物流园开始合作，唯品会租赁了大约三万六千平方米的仓库。这是合作的第一个项目。

2010年，唯品会在江苏昆山淀山湖租赁了两万四千平方米的仓库，设立了华东的物流中心。这是双方合作的第二个项目。

2012年，唯品会业务不断扩大，干灯物流园的租赁面积达到三万平方米。普洛斯和唯品会的合作逐步扩大。

2012年底、2013年初，双方达成共识：共同建立一个十三万平方米的定制物流园，满足华东地区不断增长的业务。2013年，唯品会和普洛斯签署了三方协议，开发定制物流园。出于环保的考虑，项目围绕着绿色园区建设理念进行：使用可回收、可利用的建材；建造通风方面的设施；种植了大量的树木。唯品会员工参与树木的种植和养护。同时，唯品会与普洛斯在北京、武汉等地也有合作的项目。唯品会成为普洛斯的大客户之一。

截止到目前，双方合作在淀山湖的定制物流园一共有十八万平方米的体量；其他区域也在不断开发、发展中。经过三年的共同合作，普洛斯已经深入了解唯品会的运营特点和业务板块等。在2012年底开始建设昆山淀山湖13万平米定制园区的时候，普洛斯融入唯品会的特点，考虑客户的运营特点和员工特点，提高园区效率，完善区域环境：把所有仓库通过技术手段连成一个巨型仓库，促进货物有机流通和整合；同时考虑收货区域、拣货区域、退货区域以及团购业务的分配；按照员工年轻化的特点，建设容纳3,000人的食堂，建设运动场地、公园、休息区域等满足员工身心需求。

物流中心仓储布局



物流仓储增容

为了匹配高速增长的订单量，确保优质的用户体验，唯品会将不断扩展仓储面积，优化库存管理，提升整体运营效率。唯品会已经在天津、鄂州、肇庆、昆山、简阳建立起五个大规模仓储中心。唯品会高级副总裁唐倚智表示，唯品会的物流仓储战略包含两步：第一步是解决核心的物流仓储问题，唯品会将全国分为华北、华东、华中、华南、西南等五大区域，未来在湖北鄂州、广东肇庆都会迅速建起唯品会的超级仓库，用户订购的商品可以从五大区域仓库就近发出，第二步则是解决出货之后的及时配送问题，唯品会将坚持选择当地最强的合作伙伴，与之建立运输平台系统，确保商品最后一公里的服务质量。

2014年8月8日，唯品会（中国）有限公司与西安经开区签约，建设唯品会西北总部及仓储运营中心。该项目主要包括仓储配送中心、区域总部办公中心及员工之家等配套设施的三大功能区域。唯品会选择将西北总部及仓储运营中心设立在西安经开区，正是基于对区域交通网络体系、产业发展环境、人力资源成本等综合优势的认可，也是唯品会拓展西北市场，提速物流运输、提升用户体验的一次重大部署。唯品会西北总部及仓储运营中心将成为继华北、华南、华东、西南、华中五大核心区域板块建成之后，继续在西北区域仓储网络布局的重要一棋。

湖北的承运商楚天物流负责人在接受《每日经济新闻》记者采访时表示：“受益于唯品会的物流生态圈共生战略，在运送各大电商的订单时，我们更愿意配送唯品会的客户订单，会对它们优先处理。”

落地配合作伙伴
完善最后一公里布局

唯品会与物流商合作过程中，首先保证物流商的业务量，确保合作物流单位能够有可观的营业额。其次，唯品会善待合作伙伴，对最后一公里物流费用连续提价到6.5元/单，同时对物流商提供资金、技术等全方位支持。与此同时，唯品会也要求物流快速准确地到达，以此形成良性循环，使最终受益的是唯品会的消费者。



• 物流提价

作为少数盈利的垂直电商，正处于发展快车道的唯品会并没有只注重眼前利益，相反是主动让利给物流商，以确保用户体验完善到“最后一公里”的配送细节。

2013年6月，唯品会成为首家与物流商共进退的物流企业，宣布快递价位不低于6元。11月再次让利，实行税点补贴政策，提升物流商的抗风险能力。2014年伊始，唯品会第三度让利物流商，将运价提升至6.5元，带动产业链的健康发展。

• 为物流商提供全方位支持

唯品会深刻明白，要做到全国无死角覆盖、最大限度让客户满意，唯品会就要在当地寻找最强大的落地配。这个强大有两层意思，一是“落地配”本身实力就很强，二是和“落地配”进行战略合作，让他们变得更强。

为了进一步缩短到货时间、提升客户体验，唯品会不止打出“让利牌”，还与物流商签订长期合作协议，提供各种资金周转、运营发展的解决方案，让物流商从业务配额、外延渠道、全国性业务扩充、金融融资及广告代理等多方面获得唯品会多层次、体系化的利益支持。在和物流商的合作过程中，双方并不是简单的“价格关系”，唯品会输出自己的技术管理和信息系统，派出专业人员去培训和审计，务求从本质上提升快递服务质量。

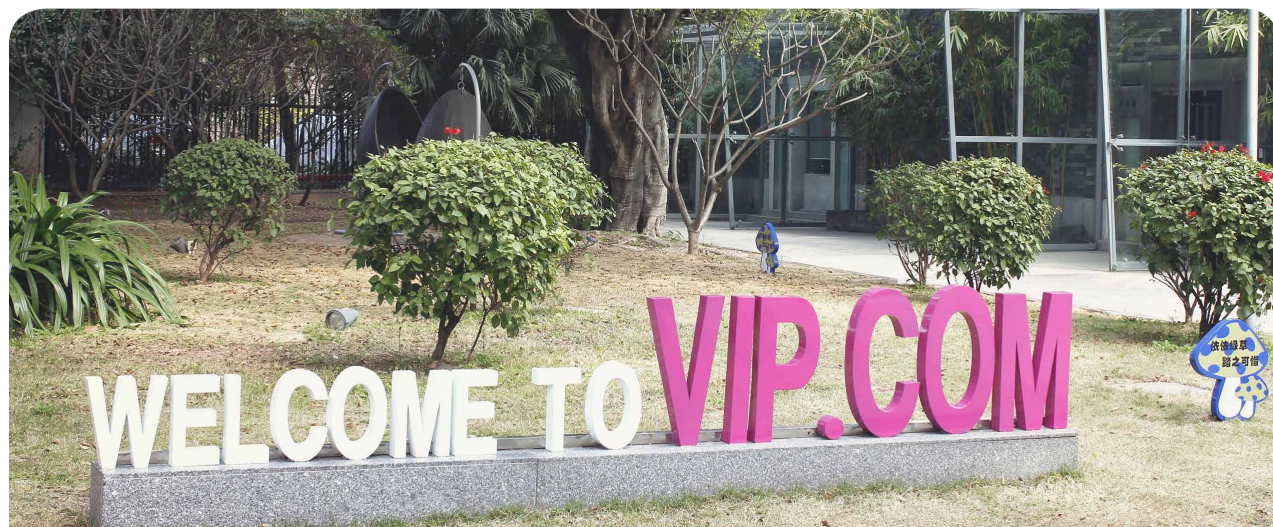


唯品会 促进行业发展

一家专门做特卖的网站



开创中国电商特卖模式



一家专门做特卖的网站

整个中国的
在线特卖市场中
唯品会以
38.1%的市场
份额成为中国线
上特卖第一。
——艾瑞咨询《
2014年中国网
络限时特卖市场
研究报告》

2008年唯品会在中国开创了“特卖+正品保险”这一独特的网络销售模式。在至今短短六年时间内，以唯品会为代表的特卖模式已成长为中国当今三大电商主流业态之一。目前，唯品会有累积13,000多个合作品牌，1,600多个独家合作品牌，采取低至1折的超低折扣，3到5天的限时特卖方式，不仅让消费者轻松享受品质生活，也让唯品会成为了业界品牌和中国特卖的翘楚。

唯品会于2012年3月23日在美国纽约证券交易所（NYSE）正式上市，是国内第一家专营特卖模式并在美国纽交所上市的电子商务公司。2014年7月艾瑞咨询的《中国网络限时特卖市场研究报告》中指出，唯品会在国内特卖市场已占了近40%的市场份额，中国在线零售市场已呈现“TJV”三大电商主流业态，分别是淘宝天猫集市模式、京东传统B2C模式和唯品会特卖模式。

唯品会每天上新100个授权品牌特卖，确保正品，确保低价，体现了优质名牌与优惠价格的完美结合。唯品会以丰富的品牌商合作保证“特卖”优势，以正规授权保证正品，首创正品保险模式，提供给客户更安全放心的购物体验，打造消费者可以放心消费的电子商务环境平台，推动电商行业经营变得更加透明和规范。

促进电子商务发展

华南地区传统贸易发达，电子商务起步较晚且缺乏行业龙头品牌。唯品会深知，只有电商行业的良性发展和整体腾飞，唯品会才能开拓更广阔的市场空间。而随着电子商务重要性日益凸显、各级政府对此的日益关注，唯品会作为广州电商企业和中国特卖行业领跑者，对促进华南电子商务发展也承担起义不容辞的责任。

全力支持广货网上行，推动传统广货品牌受惠“互联网+”

广东2012年启动的“广货网上行”活动备受瞩目。“广货网上行”是由广东省人民政府主办、广东省商务厅承办的一项活动。在“促消费、稳增长、调结构”的总目标下，坚持“政府搭台、企业唱戏”的原则，大力发展消费新业态，扩大广货网络交易额，培育电子商务标杆企业，推动传统企业应用电子商务，帮助广东电子商务企业快速成长。

唯品会率先加入“广货网上行”，成为第一批的十家电商平台之一。正如唯品会在开幕式当天打出“唯品会全力支持广货网上行”的口号一样，唯品会积极发挥“名牌折扣+限时抢购+正品保障”商业模式特色，参加了广州、佛山、顺德等多地传统企业与电商线下对接会，加强广货品牌商合作洽谈，新增广货合作品牌近100家，累计组织超过650家广货品牌参与限时特卖活动，

为推动传统广货品牌入网触网提供了系统解决方案。而面对消费者，唯品会在“广货网上行”官网上推出“唯品会1亿红包大聚惠”活动，吸引了大量消费者关注。

“广货网上行”极大地增强了广货品牌的知名度以及消费者的信心，电商企业的发展信心也得到了加强，同时也吸引了外地电商企业来共同参与，助推华南以及国内电子商务的发展。

发起广州电子商务行业协会促进行业发展交流

为更好地促进广州电子商务行业的发展和交流，2013年4月28日，在唯品会及另外7家电商发起单位的筹备下，广州电子商务行业协会揭牌仪式暨第一次会员代表大会在广州市政府礼堂举行。市长陈建华、市政秘书长周亚伟、市政府副秘书长马正勇以及协会会长沈亚（唯品会董事长兼CEO）出席并亲自为协会揭牌。

唯品会品牌及副总裁冯佳路先生表示：“随着唯品会品牌知名度的不断提升，其品牌规模效应将不断加强，这一方面将吸引更多优质品牌加入唯品会，另一方面还将不断提升每位客户的重复订单量。高客户增长率及高复购率，不仅是唯品会特卖模式魅力的最佳证言，同时也是唯品会持续领跑特卖市场及女性垂直电商市场的重要原因。”



广州电子商务行业协会具有较高的电商行业地位，囊括了500多家企业，除唯品会外，还包括京东、苏宁等大型电商，确保了协会的权威影响力。

作为广州电子商务行业协会会长单位、广州电子商务行业协会8家发起单位之一，除了履行协会基本义务，唯品会还需要做行业自律的标杆与表率，反映会员企业的诉求、整合电商行业资源，以承担更多行业发展的责任：

- 行业自律标杆与表率：

2014年初，广州市工商局专业市场管理分局与广州电子商务行业协会发起创建星级诚信经营网站评选工作，加强行业自律，建立电商行业诚信体系，改善电商行业发展环境。唯品会作为唯一一家发源于华南的国内电商龙头企业，带头参与并获得唯一一家“广州市四星级诚信经营网站企业”称号。

- 推动电商税收立法：

2014年4月，协会承接广州市人大财经委“电子商务中的税收问题研究专题”工作。唯品会派遣法务、财务同事作为项目专家组成员，深入电商企业调研，参与调研报告修改与完善，确保项目最终顺利完成。

- 资源整合：

协会每年通过举办会员企业交流日，将电商企业的领导者和管理者聚集起来，进行行业之间的对接交流、行业资源对接整合。在资金对接、人才对接等其它方面，协会也扮演重要角色。

2013年10月24日下午，由广州电子商务行业协会主办，唯品会协办的“2013年首届副会长单位交流日”在唯品会总部成功举办。在会上，企业家们互相讨论广州电商未来发展的方向和策略，让政府聆听电商企业的声音。此次交流会是广州电商企业第一次举办此类活动。

- 企业合法权益维护：

协会将与工商、质监、药监等进行对接，为保护合法会员企业的权益出谋划策。

- 吸引行业人才：

随着电商行业的发展，电商人才数量逐渐成为制约电商行业扩大的瓶颈之一。唯品会以身作则，连续两届作为协办方协办广州电子商务高校专场招聘会，为电商行业人才聚拢发挥了切实作用。

落实电子发票

2014年9月15日，广东省国税局在媒体发布公告，广州电子发票应用试点工作正式启动。作为首批试点企业，唯品会率先开出第一批电子发票。电子发票与传统纸质发票具有同等法律效力，可以作为合法的交易凭证和保修凭证。相比纸质发票，电子发票具有绿色环保易保存及不易遗失等优势，并且可以通过便捷的网络查验等技术手段最大化确保发票的真实性。显然，电子发票的推行将方便消费者获取、保存和使用发票，进一步保障消费者利益，同时有利于环境。

携手广州海关推出“全球特卖”

2014年9月24日，唯品会及快钱支付、中远物流等多家企业分别与广州海关签署了《关于跨境贸易电子商务通关监管合作备忘录》，开通首个正规海外快件进口的“全球特卖”业务，成为第一家与海关完整对接订单、运单、支付三单信息的电子商务平台。唯品会“全球特卖”业务开通后，消费者仅需依照其过往熟悉的国内网购操作流程，即可享受“正品承诺、全球选品、全球包邮、一价全包”的便捷全球特卖体验。



唯品会“全球特卖”业务全程采用海关管理模式中级别最高的“三单对接”标准。作为目前国内跨境电商市场现行的最高标准，“三单对接”实现了将消费者下单信息自动生成用于海关核查备案的订单、运单及支付单，并实时同步给电商平台供货方、物流转运方、信用支付系统三方，形成四位一体的闭合全链条管理体系，最大化地提升流程效率。

“我们非常高兴唯品会能成为广州首批电子发票试点企业，这是政府对唯品会一直坚持诚信经营的肯定。”唯品会品牌及公关副总裁冯佳路先生表示，“作为发源于广州、如今全球最大的特卖网站，唯品会始终把消费者权益放在首位。我们相信，电子发票的推行将给消费者带来更加高效便捷的网购体验，进一步提升网购的安全性，并且更加绿色环保，大大降低社会能耗。未来，唯品会将继续响应政府的号召，推广电子发票的使用。”

协助政府推动电商法律建立与完善

电子商务产业的发展尚处新兴阶段，国家及地方的电商行业法规仍有需要改善的地方。无规矩不成方圆，唯品会积极协助政府推动电子商务税收立法，不仅主动带头进行立法调研，并且对法规的建立和完善积极建言献策。唯品会认为，电商行业法规的不断发展完善，有利于保障电商企业的权益，整个电商行业的可持续发展。

推动中华人民共和国电子商务法立法

唯品会通过广州电子商务协会参与中华人民共和国电子商务税收的立法。2014年4月，协会承接广州市人大财经委“电子商务中的税收问题研究专题”工作，唯品会派遣法务、财务同事作为项目专家组成员，深入我国电商企业调研，参与调研报告修改与完善，推动项目最终顺利完成。

与政府机关合作，推动电商法律环境良性发展

让电商企业的发展有法律的支持和保障是唯品会不懈努力的方向，通过与政府机关合作，在法院、检察院、公安三个层面创造电商法律环境，使合法合规成为唯品会诚信经营的基础。

- 与法院合作：
唯品会与法院合作探讨电子商务相关案件是否需要出台一些规范性法规，从而保证电商行业的健康发展；另外，唯品会也会与法院相关人员进行工作流程上的沟通，例如企业物流数据等是否在未来可以成为有法律支撑力的证据等，从而保障企业和消费者双方的权益。
- 与检察院合作：
从电商行业层面采取反商业贿赂举措，培育电商行业诚信氛围，维护司法环境。
- 与公安合作：
针对当下不法分子通过多渠道对用户信息非法“撞库”匹配，唯品会持续连同公安、网监一起推进关于唯品会用户的消费者信息保护项目，并成功打击了多个不法诈骗团伙，该项目效果显著。

以身作则倡导行业自律

维护消费者权益，唯品会坚持“正品低价”理念，坚持合法合规出售商品。在推动互联网知识产权发展的层面，唯品会不仅尊重自身的知识产权，同时也主动维护他人的知识产权。唯品会对一切贪腐行为持零容忍态度，严厉打击品牌刷销量的行为。唯品会一直走在以身作则的路上，倡导行业自律，为消费者提供高质量服务体验，打造公平竞争的电商发展环境。

尊重及保护知识产权

唯品会尊重他人的知识产权，也致力于维护唯品会自身的知识产权。为推动互联网知识产权保护的发展，唯品会与北大知识产权研究院签订了产、学、研项目协议，从学界、业界引入两股力量予以支持。

唯品会一贯重视知识产权工作。随着公司规模的扩张，知识产权保护模版已经初具特色，可以简单归纳为以“主动审查保护”及“积极防御”为主要特征。

- “主动保护”模式：
防止假冒商标侵权，唯品会采取“零容忍”的原则。唯品会累计管理超过13,000多家不同品牌及供应商，需要实施有效的品牌管理，杜绝商标侵权或假冒问题。在制度构建上，唯品会采用了严格的对知识产权“事先内容审查”及“事后调查机制”制度。
- 首先，唯品会作为一家专营名牌正品的网络销售平台商，主动建立了知识产权内容审查机制，将通常ISP(网络服务商)采用的“合理注意标准”提升到对知识产权的全面审查。

与事先审查相互补充和配套，唯品会同时建立了电商平台侵权投诉和调查机制，接受知识产权权利人的投诉和争议处理。处理范围包括涉及商标权、著作权、外观设计、发明专利和其他涉及第三人权益。

知识产权平台在接到权利人的投诉后，专职部门人员立即对权利人的投诉进行甄别和回复。如果构成侵权，知识产权平台会在最短时间内对侵权信息进行有效、彻底的处理。如果不构成侵权，也对权利人作出合理解释。此外，对于涉及不同供应商之间知识产权纠纷，投诉处理平台提供双方协商解决的机制，对于在限期内不能协商解决的纠纷，唯品会作为第三方介入调查，力求尽快在电商平台上解决知识产权纠纷。

- 网络侵权的“积极防御”
作为提供在线商业服务的电商企业，唯品会所面对的侵权挑战与传统行业实体商品侵权有所不同，更多的呈现出“网络化”、“全面性”、“更新化”的特点。

自2010年起，唯品会技术中心大力启动知识产权保护管理方法，通过无形资产的申报为企业带来更多的知识价值，也为社会发展提供重要的知识参考标准。组织各部门进行专利挖掘，截至2014年12月，共计挖掘专利点31个，其中专利局受理的专利共计17项。软件著作权共上报39个。

“全面化”是指网络侵权覆盖传统知识产权多个领域，包括常见的商标侵权，比如大量山寨网站冒用“唯品会”或近似名称试图混淆消费者；包括著作权侵权，复制、剽窃唯品会相关网页模板及版式设计；包括域名权侵权，部分山寨网站将唯品会域名地址嵌入其二级、三级域名中，同时在网页中大量冒用唯品会名称标识进行宣传。

“更新化”，指除了较常规的网页侵权，侵权载体不断向新设备终端扩展，侵权形式不断更新，侵权出现在手机应用软件，如微博、微信等。侵权形式的多元化，增大了监控的难度，也进一步凸显了与相应滞后的管制之间的矛盾。

针对网络侵权的挑战，唯品会积极防御。唯品会制定了一系列商标、域名、专利等相关知识产权规定规则，打击对唯品会知识产权的侵权行为。

打击品牌刷销量行为 促进公平竞争

电商刷销量行为一直是行业的弊端，不但有损消费者的利益，而且不利于品牌之间的公平竞争。作为一家负责的电商平台，唯品会自成立之初已开始关注并采取措施防范个别品牌刷销量的恶性行为。2015年唯品会将继续重点进行相关规则和系统的创建及维护。

唯品会商务中心设有质量组来管理不正当销售行为。针对此类行为，唯品会也将进行严肃处理，维护市场秩序，促进公平竞争，维护唯品会品牌形象，保证消费者权益。



唯品会 倡导公益慈善

一家专门做特卖的网站



广东省唯品会慈善基金介绍



2011年6月，由唯品会发起的广东省唯品会慈善基金会（唯品会365爱心基金）通过广东省民政厅审批成立。基金会属于非公募基金，注册资金200万元，所有经费来源唯品会自筹，具有独立的法人资格，属于非营利性组织。

基金会成立初期，主要针对失学儿童、贫困重疾、孤寡老人以及自然灾害四个社会主要热点议题开展慈善项目。随着工作的逐步深入和社会积累，基金会项目方向逐步与企业战略相贴合，围绕唯品会会员所关注的妇女、儿童进行可持续的公益项目。弘扬企业社会责任感，引导公众关注这一群体，提高公众慈善意识。

广东省唯品会慈善基金会的成立开创了国内B2C电子商务行业在慈善事业的先河。“一份订单，365天关爱”，这不仅是唯品会对会员的承诺，更是唯品会对社会大众的长期承诺。会员只要生成一张有效的订单，并选择公益选项，唯品会就从这张有效订单的收益中捐出365厘作为爱心基金。唯品会365天关爱，天天不间断。

截至2014年12月，广东省唯品会慈善基金会向社会捐助资金1,300多万，援建6所唯品会小学，累积捐赠物资3.3万余件，救助人数3万人。项目覆盖区域涵盖云南、四川、贵州、新疆、广西、江西、广州、深圳、北京、江苏等地。志愿者人数也从当初成立的3人，发展到至今的1,200多名。志愿者通过公益活动的参与，累积服务时数超过2,000小时。

标杆公益项目介绍—唯心愿

2014年7月，唯品会发起2014“唯心愿”公益项目，同时结合此项目正式组建“唯爱大使”志愿者组织并开展招募工作，号召广大唯品会会员、员工加入进来，为让周围的世界变得更美好而奉献一份爱心。项目从7月到12月共分三期，分别以“唯心愿，困有所学”、“唯心愿，老有所依”、“唯心愿，病有所医”为主题，分别聚焦失学儿童、扶助孤寡、贫困重疾这三类弱势群体为帮扶对象，面向广大唯品会会员、社会群众收集大家对自己身边此类人群的提名，通过唯品会基金会和志愿者的探访核实，最终实现帮扶对象期望改善生活的心愿。

“唯心愿”项目的实施不是只针对某一个特殊群体，而是根据社会上需要帮扶群体的现状，与项目实际情况相结合。同时也不仅仅是依靠企业个体的力量，而是发动唯品会会员、员工、社会公众一起参与。希望通过这样的项目设置，起到很好的带动作用，扩大公益活动的范围，让更多的人关注和参与。项目在2014年7月-12月短短半年间，得到上千名员工和会员志愿者的支持，共帮扶困难群众737人，唯品会捐赠金额653.7万元，志愿者服务时数近1,500小时。

基金会的运作情况

基金会捐赠情况

公益时间	公益主题	公益内容	捐助金额	物资数量	物资采购金额	援助人数
2011月8日	为爱置一个家	帮助贫困老婆婆寻房	¥2,700.00	●	●	1
2011年10月	“小悦悦”事件	“谴责见死不救行为 弘扬见义勇为精神”	●	●	●	●
2011年12月	为爱奔跑	"通过参与马拉松公益赛，捐助灾区儿童和	●	●	●	●
			¥2,700.00			1
2012年02月	罕见病日活动	扶助脓疱型银屑病患者曾俊杰	¥3,000.00	●	●	1
2012年06月	六一关爱儿童在行动	走进云贵黔，送爱心包裹	¥62,200.00	●	●	622
	桑珠助学计划	资助四川省甘孜县藏族孩子一年的生活费	¥24,000.00	●	●	20
2012年07月	48小时慈善急救令	扶助重症幼婴周杰安	¥3,900.00	●	●	1
	桑珠助学计划	资助四川省甘孜县藏族孩子一年的生活费	¥24,000.00	●	●	20
2012年08月	广东扶贫济困日	支持扶贫济困日	¥30,000.00	●	●	●
2012年09月	唯品会小学	援建新疆伽师县小学	¥412,000.00	●	●	510
	唯心愿	圆梦行 唯品会爱心延续	●	114	●	114
2012年10月	桑珠助学计划	资助四川省甘孜县藏族孩子一年的生活费	¥24,000.00	●	●	20
2012年11月	桑珠助学计划	资助四川省甘孜县藏族孩子一年的生活费	¥24,000.00	●	●	20
	唯品会员工爱心温暖寒冬	向新疆疏小学捐赠暖冬衣物	●	361	●	361
2012年12月	桑珠助学计划	资助四川省甘孜县藏族孩子一年的生活费	¥24,000.00	●	●	20
	为爱奔跑	"“通过参与马拉松公益赛，捐助灾区儿童和特殊儿童”	●	●	●	●
	唯品会小学	援建云南蒙自市冷泉镇小学	¥300,000.00	●	●	208
	桑珠助学计划	资助四川省甘孜县藏族孩子一年的生活费	¥24,000.00	●	●	20
			¥955,100.00	475		1938
2013年01月	寻找唯品会公益大使	云南唯品会希望小学奠基仪式 志愿者选拔	●	●	●	●
	桑珠助学计划	资助四川省甘孜县藏族孩子一年的生活费	¥24,000.00	●	●	20
2013年02月	桑珠助学计划	资助四川省甘孜县藏族孩子一年的生活费	¥24,000.00	●	●	20
	关爱贫困重疾老人	购买重残无业老人莫白弟100 双手工鞋	¥2,000.00	●	●	1

公益时间	公益主题	公益内容	捐助金额	物资数量	物资采购金额	援助人数
2013年03月	开学有“你” 唯心愿 爱心包裹献山区	向云南、贵州、江西、广东6 所贫困小学捐赠爱心包裹	¥3,906.23	944	●	944
	桑珠助学计划	资助四川省甘孜县藏族孩子一年的生活费	¥24,000.00	●	●	20
	向贫困人群捐鞋	向暖流计划捐赠11072万双鞋 用于贫困人群的关怀活动	●	11072	●	11072
2013年04月	桑珠助学计划	资助四川省甘孜县藏族孩子一年的生活费	¥24,000.00	●	●	20
	关注见义勇为英雄	肇庆见义勇为英雄李摄森 救助活动	¥100,000.00	●	●	1
	唯品会爱心暖雅安	向壹基金捐赠100万元用于雅安 灾后重建，同时向雅安灾区 捐赠1万件保暖内衣和1万双鞋	¥1,000,000.00	20000	●	15000
2013年05月	桑珠助学计划	资助四川省甘孜县藏族孩子一年的生活费	¥24,000.00	●	●	20
	唯品会贵州公益行	捐赠30万元援建木城村唯品会 希望小学，同时向贵州四所小学 262名学生发放爱心包裹。	¥300,000.00	493	●	262
2013年06月	桑珠助学计划	资助四川省甘孜县藏族孩子一年的生活费	¥24,000.00	●	●	20
	大手拉小手 唯品六一送关爱	向河源市连平县密溪小学捐赠 体育用品，并捐赠2000元修缮 学校篮球架	¥2,000.00	186	¥1,106.00	115
2013年07月	广东扶贫济困日	支持扶贫济困日	¥30,000.00	●	●	●
	唯品会&普洛斯 贵州行	向贵州四所小学262名学生发 放爱心包裹	●	262	¥38,962.40	●
	广西大化县唯品会 希望小学	向广西青少年发展基金捐赠 25万元	¥250,000.00	●	●	●
	2013为爱同行	组织36名员工志愿者参加壹基 金组织2013为爱同行活动	●	●	●	●
	桑珠助学计划	资助四川省甘孜县藏族孩子一年的生活费	¥24,000.00	●	●	20
2013年08月	桑珠助学计划	资助四川省甘孜县藏族孩子一年的生活费	¥24,000.00	●	●	20
	淀山湖小学设备采购	向淀山湖小学捐赠28台电脑		28	¥96,040.00	●
	昆山“慈善一日捐” 活动	向昆山市慈善总会淀山湖镇分 会捐赠善款	¥30,000.00	●	●	●
2013年09月	18岁圆梦计划	决定联合共青团广州市委，围 绕广州地区应届的无“八证”贫 困高考生开展18岁圆梦计划， 向206名学子提供学费赞助， 使其能顺利进入大学。	¥668,000.00	●	●	●
	桑珠助学计划	资助四川省甘孜县藏族孩子一年的生活费	¥24,000.00	●	●	20

公益时间	公益主题	公益内容	捐助金额	物资数量	物资采购金额	援助人数
2013年10月	桑珠助学计划	资助四川省甘孜县藏族孩子一年的生活费	¥ 24,000.00	●	●	20
2013年11月	桑珠助学计划	资助四川省甘孜县藏族孩子一年的生活费	¥ 24,000.00	●	●	20
2013年12月	桑珠助学计划	资助四川省甘孜县藏族孩子一年的生活费	¥ 24,000.00	●	●	20
			¥2,673,906.23	32985	¥136,108.40	28103
2014年01月	普洛斯唯品会小学	向洛阳伊川县温沟小学捐赠20万元	¥ 200,000.00	●	●	223
	桑珠助学计划	资助四川省甘孜县藏族孩子一年的生活费	¥ 48,000.00	●	●	320
2014年02月	桑珠助学计划	资助四川省甘孜县藏族孩子一年的生活费	¥ 48,000.00	●	●	●
2014年03月	桑珠助学计划	资助四川省甘孜县藏族孩子一年的生活费	¥ 48,000.00	●	●	●
2014年04月	桑珠助学计划	资助四川省甘孜县藏族孩子一年的生活费	¥ 48,000.00	●	●	●
2014年05月	桑珠助学计划	资助四川省甘孜县藏族孩子一年的生活费	¥ 48,000.00	●	●	●
	洛阳唯品会小学竣工仪式	向学校孩子捐赠582件文体用品	●	582	●	●
2014年06月	桑珠助学计划	资助四川省甘孜县藏族孩子一年的生活费	¥ 48,000.00	●	●	●
	宝盛乡唯品会明星公民幼儿园	在雅安当地援建幼儿园	¥ 392,000.00	●	●	97
2014年07月	桑珠助学计划	资助四川省甘孜县藏族孩子一年的生活费	¥ 48,000.00	●	●	●
	云南希望小学竣工仪式	仪式上向每位儿童捐赠一个书包和一套文具	●	384	¥ 11,470.00	192
2014年08月	桑珠助学计划	资助四川省甘孜县藏族孩子一年的生活费	¥ 48,000.00	●	●	●
	鲁甸救援计划	向云南省青少年发展基金会捐款100万元	¥1,000,000.00	●	●	●
2014年09月	唯心愿失学儿童阶段	帮扶152名困难学生	¥ 532,000.00	●	●	152
	通江县唯品会小学第一期付款	通江县唯品会小学捐建	¥ 275,000.00	●	●	1342
	芭莎慈善夜唯爱行动（公司付款）	向香港保良局贫困孤儿院捐赠	¥1,000,000.00	●	●	●
	桑珠助学计划	资助四川省甘孜县藏族孩子一年的生活费	¥ 48,000.00	●	●	●
2014年10月	桑珠助学计划	资助四川省甘孜县藏族孩子一年的生活费	¥ 48,000.00	●	●	●
2014年11月	桑珠助学计划	资助四川省甘孜县藏族孩子一年的生活费	¥ 48,000.00	●	●	●
	滴滴打车粉爱行动	滴滴打车粉爱行动	¥ 50,000.00	●	●	●
	唯心愿扶助孤寡阶段	帮扶335名孤寡老人	¥1,005,000.00	●	●	335

公益时间	公益主题	公益内容	捐助金额	物资数量	物资采购金额	援助人数
2014年12月	桑珠助学计划	资助四川省甘孜县藏族孩子一年的生活费	¥ 48,000.00	●	●	●
	唯心愿贫困重疾阶段	帮扶250名孤寡老人，每人2万元	¥ 5,000,000.00	●	●	250
	连州唯品会小学援建	连州唯品会小学援建	¥ 300,000.00	●	●	●
	林芝八一中学奖学金（2014年-2016年，每年支付10万）		¥ 100,000.00	●	●	●
	通江县唯品会小学第二期付款		¥ 275,000.00	●	●	●
			¥10,705,000.00	966	¥11,470.00	2911

企业义工参与情况

年份	人数	时数
2011	1	40
2012	5	516
2013	58	1032
2014	1181	1500

基金会的可持续发展

基金会作为唯品会公益慈善的重要载体，我们认识到基金会的可持续发展有助于整个公司的公益慈善活动的开展，也有助于公司树立良好的社会责任形象。在过去四年的实践中，我们不断总结和完善，希望通过明确目标，聚焦目前仍有提升空间的地方，并且对未来进行详细的规划，来达到唯品会整体公益慈善的可持续发展。

● 对未来的展望

（1）提升各部门的积极配合程度：公益项目是面向全公司发动员工参与，而这需要得到相关部门的领导支持。尽管公益活动有时会出现占用员工工作时间的情况，部门领导对此都是非常支持的，希望日后能够继续积极配合公益项目的开展。同时唯品会会主动与供应商沟通，在公益上进行更积极的合作；并了解商家企业的需求，作为桥梁帮助基金会对接。

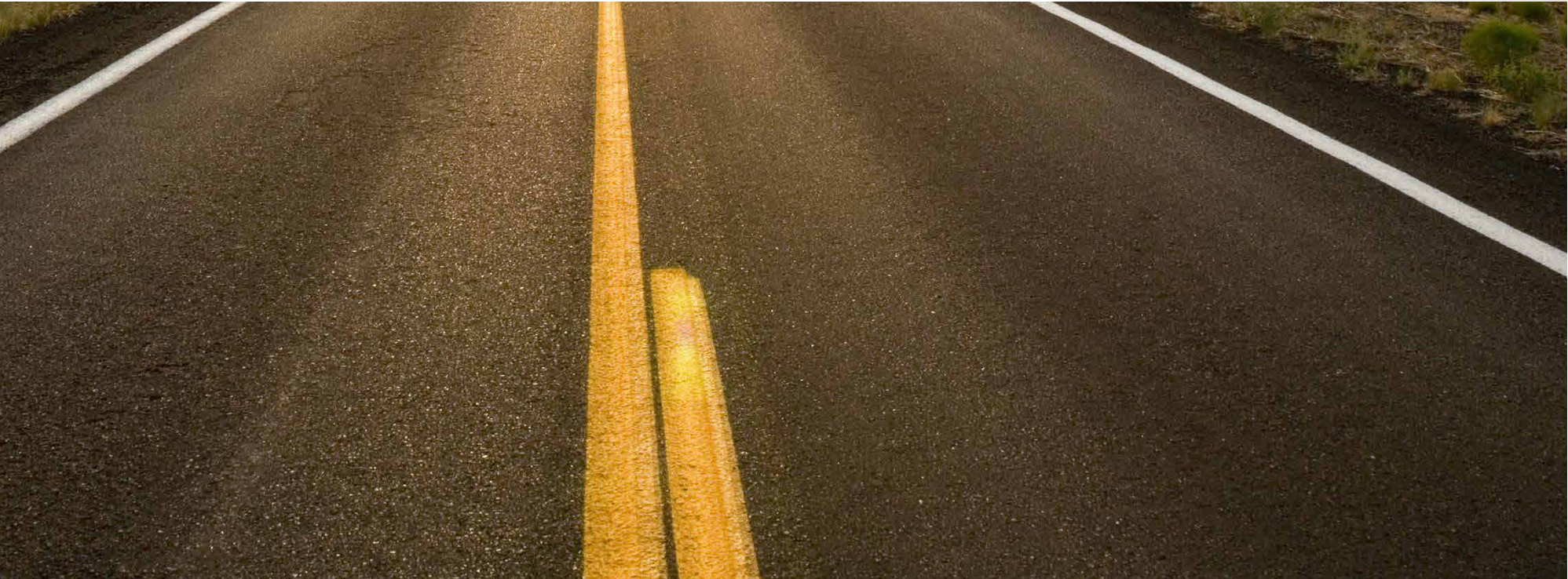
（2）提升供应商参与度：

在招商的时候，唯品会会对供应商介绍基金会及相关公益项目，从而引起供应商对公益的兴趣及参与度。有意愿但缺乏渠道的供应商可以借助基金会的平台开展项目。双方的合作方式主要是资源方面的整合，如唯品会现已开展的《时尚芭莎》慈善夜活动借助唯品会渠道销售芭莎明星慈善夜的服饰，用作公益筹款，整合双方企业资源，降低公益成本，将降低的成本用在更有需要的地方。



唯品会 企业社会责任未来之路

一家专门做特卖的网站



唯品会企业社会责任三年蓝图（2015 – 2017）重点议题及具体目标：

战略方向	提升议题重点	具体目标
企业社会责任管理 实施可持续供应链管理	具体落实企业 社会责任政策	建立更完善的社会责任政策，尤其是建立环境保护的数据监测和管理。
		继续推行企业廉洁建设，严厉打击贪污腐败现象。
环保措施应对气候变化	加强能源及物料 消耗数据管理	跟踪记录各地办公地点的水电消耗情况，并制定计划逐年降低能源的相对消耗。
		跟踪记录各地物流中心的交通运输耗油情况，并制定计划逐年降低能源的相对消耗。
		使用国际标准以碳当量为单位转化能源消耗为碳排放量，跟踪记录并制定计划逐年降低碳当量的相对排放。
维护消费者权益	提升产品及服务质量	继续严格确保产品正品，制定更加严格的商品准入标准。
		提高客服质量，提高消费者满意度。
履行员工关爱	建立职业安全健康 相关体系及标准	组织开展更多有利于员工身心健康的活动。
		优化办公室环境，减轻办公室劳动强度，预防职业病。
		进一步控制和减少加班时长和加班频率。
倡导公益慈善	唯品会365爱心基金以 妇女及儿童发展为主题的 有效公益项目	捐建乡村小学，帮助更多贫困失学儿童。
		帮助乡村女教师提高待遇和生活质量。
促进行业发展 助力社区发展	持续支持电商行业 及企业周边社区发展	促进华南地区电商行业的发展，帮扶中小型电商。
		建立唯品会志愿者队伍。

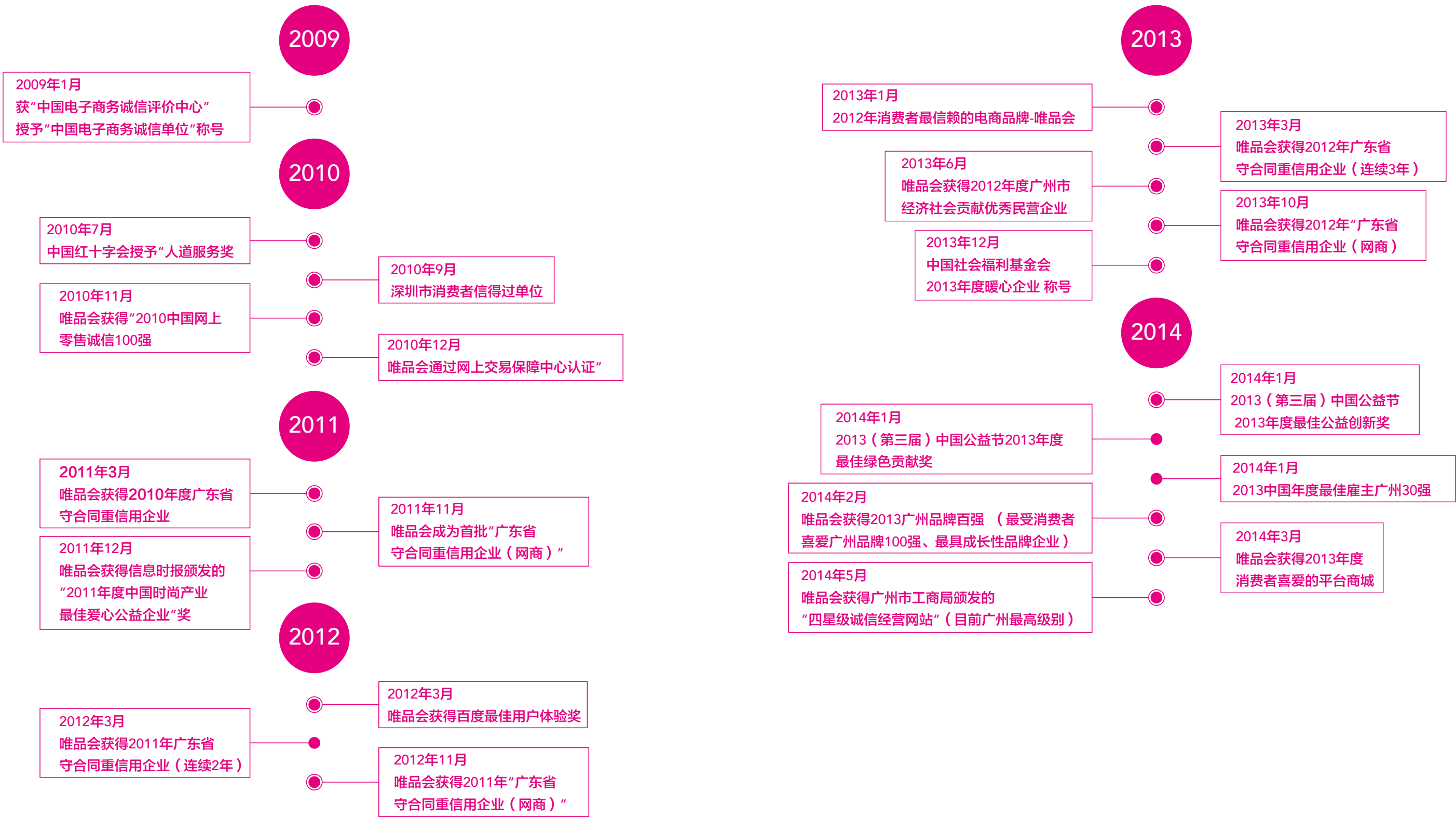


唯品会企业社会责任未来之路

“路漫漫其修远兮，吾将上下而求索”，尽管唯品会是一家新生的年轻企业，但在未来，唯品会将会一如既往地走在实践企业社会责任的道路上。我们清楚地认识到，对于唯品会而言，企业社会责任不应当是理想主义和空谈，不是为了获得良好声誉而做的事，不是一两次公益活动或者捐赠，而是坚持不懈的、植根于企业核心的、作为具有高度责任感的企业公民理应承担的责任。

这种责任应该融入到我们营运的每个环节中，故此经过管理层和各部门商议后，唯品会订立了从2015年到2017年的企业社会责任三年蓝图，希望以实际、可监测、量化的方法制定我们的政策，落实我们的工作，开展企业社会责任的实践。

唯品会所获主要奖项和荣誉



GRI指标索引

类别与内容	页数	GRI指引
CEO致辞	2	1.1, 1.2
关于唯品会	6	2.1, 2.2, 2.3, 2.4, 2.5, 2.6, 2.7, 2.8, 2.9, 2.10, 4.8, 4.13
关于本报告	9	3.1, 3.2, 3.3, 3.4, 3.5, 3.6, 3.7, 3.8, 3.9
企业管治及社会责任管理	10	LA13, EC1, EC2, SO3, SO4, SO5, 4.1, 4.2, 4.3, 4.4, 4.6, 4.7,4.8, 4.9, 4.10, 4.11, 4.14, 4.15, 4.16, 4.17
维护消费者权益	18	PR1, PR2, PR3, PR4
环保措施应对气候变化	26	EN1, EN2, EN3, EN4, EN5, EN6, EN7, EN8, EN9, EN10, EN11, EN12, EN14, EN16, EN17, EN18, EN19, EN20, EN22, EN23, EN24, EN26, EN27, EN28
履行员工关爱	34	EC3, EC5, LA1, LA2, LA3, LA4, LA5, LA6, LA7, LA8, LA9, LA10, LA11, LA12, LA13, LA14, LA15, HR3, HR7, HR11
助力社区发展	52	EC1, EC8, SO1, EC3, EC4, EC5, EC6, EC7, LA10, LA11, LA12, SO9, SO10
促进行业发展	68	EC1, EC2, EC4
倡导公益慈善	78	SO6
未来企业社会责任之路	86	1.1, 1.2
企业所获荣誉	90	1.1, 1.2
GRI指标索引	92	3.12

信息反馈表

感谢您阅读唯品会信息有限公司《2014年企业社会责任报告》。为改进唯品会企业责任工作，进一步提升履行社会责任的能力和水平，加强与社会各界的沟通交流，我们衷心地希望您能够在百忙之中对我们的工作和报告提出宝贵的意见和建议：

您的信息

姓名：

单位：

联系电话：

电子邮箱：

1.您对唯品会社会责任报告的总体评价：

☐好

☐一般

☐待提高

2.您认为唯品会在安全责任方面做得如何？

☐好

☐一般

☐待提高

☐不了解

3.您认为唯品会在利益相关者方面做得如何？

☐好

☐一般

☐待提高

☐不了解

4.您认为唯品会在客户服务方面做得如何？

☐好

☐一般

☐待提高

☐不了解

5.您认为唯品会在员工发展方面做得如何？

☐好

☐一般

☐待提高

☐不了解

6.您认为唯品会在回馈社会方面做得如何？

☐好

☐一般

☐待提高

☐不了解

7.您认为唯品会在环境责任方面做得如何？

☐好

☐一般

☐待提高

☐不了解

8.您对唯品会在社会责任工作方面的其他意见？

请对唯品会的社会责任工作提供其他意见：
请把填好的意见反馈表发邮件到vipshop365day@vipshop.com，感谢您对我们工作的支持和鼓励。