

《2022 得物企业社会责任报告》评级报告

受上海识装信息科技有限公司委托，中国企业公众透明度研究中心社会责任报告评级专家委员会抽取社会责任与可持续发展、企业所属行业以及公共传播等领域专家组成评级专家组，对《2022 得物企业社会责任报告》（以下简称《报告》）进行评级。

一、评级依据

国家标准委《社会责任指南 GB/T36000-2015》、国际标准化组织《组织社会责任标准 ISO26000》、全球报告倡议组织《可持续发展报告标准》（GRI standards）、中国企业公众透明度研究中心《中国企业社会责任报告评级管理办法（2023）》。

二、评级过程

企业公众透明度的社会责任报告评级工作由中国企业管理研究会可持续发展评价智库发起，中国企业公众透明度研究中心社会责任报告评级专家委员会组织实施。评级专家组通过报告评审会，对提交《报告》进行过程、内容、形式和传播四个维度评价、打分，形成评级报告，并确认签字。

三、评级结果

经过评级专家组最终评定，《2022 得物企业社会责任报告》为 **AA** 级报告。

四、评级分析

（一）过程维度

1. 外部参与性 (AA)

《报告》全面分析公司所关注的利益相关方及与其开展的沟通实践情况，议题识别方式充分体现了公司对内外部利益相关方的重视。建议更系统的聆听利益相关方声音，加强对外部利益相关方观点、感言的披露与引证，进一步提升公司在社会责任实践及社会责任信息披露过程中的外部参与性。

2. 沟通主动性 (AAA)

《报告》在写作、设计、评价发布等过程引入了可持续发展领域专家意见，披露第三方评级报告，沟通主动性表现优异。

（二）内容维度

1. 理念一致性 (AAA)

《报告》的责任管理章节对公司社会责任理念、管理架构、战略框架等内容进行了系统披露，有效呈现出公司社会责任顶层设计及推进机制。

2. 议题实质性 (AAA)

《报告》披露公司通过问卷调查、访谈调研等方式，综合考虑利益相关方关注热点，结合社会责任管理委员会和公司重点工作分析，确定了 2022 年实质性议题矩阵。同时，《报告》以“以人为本，增强体验”专题，对“用户体验”这一非常重要议题进行了详细披露，议题实质性表现突出。

3. 指标完整性 (AA)

《报告》从产品责任、行业共建、员工成长、企业发展等 9 个议题维度系统披露了公司 2022 年履责行动，内文中所涵盖的定性、定量信息边界范围清晰。建议增强定量指标数据披露，提升指标覆盖全面程度。

4. 信息平衡性 (BB)

《报告》通过定性的方式，阐述了报告期内公司所面临的社会与环境风险、挑战，同时通过定量的方式对公司所在行业涉及的投诉、纠纷等负面信息进行了披露。建议加强对报告期内公众关注领

域的重大风险事项及不佳表现等负面信息的披露，提高报告平衡性。

（三）形式维度

1. 文字可读性 (AAA)

《报告》框架逻辑清晰，以社会化表达的形式直接呈现了公司对利益相关方的责任担当。正文中案例、故事等专栏形式的运用，让全文内容更丰富与生动，名词解释的加入也让报告更通俗易懂。建议进一步将文字转化为便于理解的模型图等，有效增强信息获取度与内容可读性。

2. 设计多元性 (AA)

《报告》以具有公司特色的“极光蓝”为主色调，辅以视觉感染力强的概念图、场景图，在有效突出公司行业属性与企业特征的同时也为各议题文字内容的更好展现提供了辅助与支撑，设计多元性表现优秀。

（四）传播维度

1. 获取便捷性 (AAA)

经与上海识装信息科技有限公司沟通，《报告》将于报告发布日在公司官方网站同步挂网，便于利益相关方直接下载获取，获取便捷性表现卓越。

2. 互动体验性 (AAA)

《报告》各议题中以二维码等形式链接了多个视频、新闻报道、网页专栏等延伸阅读内容，让利益相关方能了解更多与公司社会责任履责情况相关的信息，有效扩展了报告传播度，互动体验性表现优异。

评级专家组

组长：

组员：

评级时间：2023 年 11 月 10 日



扫一扫，了解更多评级信息