

中青旅控股股份有限公司

2011 年社会责任报告



本公司董事会及全体董事保证本报告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性和完整性承担个别及连带责任。

关于本报告

本报告是中青旅控股股份有限公司（以下简称“中青旅”）的第三份企业社会责任报告。在此之前，公司于 2009 年至 2010 年连续发布过两次社会责任报告。

报告时间范围

本报告涉及时间跨度为 2011 年 1 月 1 日至 2011 年 12 月 31 日，部分内容超出此范围。

报告组织范围说明

列入本报告范围的企业包括中青旅及其全资子公司、控股子公司和参股公司。

报告数据说明

本报告引用的财务数据与年报保持一致，如有差异，以年报为准。其他数据来自公司内部统计。

2011 年度公司每股社会责任贡献值：2.6049 元

根据上海证券交易所《关于加强上市公司社会责任承担工作暨发布〈上海证券交易所上市公司环境信息披露指引〉的通知》的相关要求，并考虑到行业特性，中青旅披露的每股社会贡献值计算方式如下：每股社会贡献值=每股收益（纳税额-职工费用-利息支出-公益投入总额）/期末总股本。

公司的社会责任理念

公司秉持“以人为本，创造快乐”的企业使命，追求“成为国际化的大型旅游运营商”的愿景，与公司愿景和使命一脉相承。中青旅坚定不移的秉承“诚信规范、创新发展”的核心价值观，将“务实、协作、学习、进取”的企业精神贯彻到底。作为一个负责任的上市公司，中青旅密切关注各利益相关方的诉求，并将履行社会责任作为企业可持续发展和提升核心竞争力的重要举措，使其与公司发展战略、经营管理和企业文化相融合，努力实现股东利益、消费者利益、员工利益相统一；并将企业的稳健快速发展与承担社会责任相结合。

利益相关方及其需求回应

对股东：公司致力于为股东持续创造最大的价值，使股东感受到利益持续增长的快乐。

对消费者：致力于以优质的旅游产品和服务，为之带来最高品质的快乐享受。

对员工：致力于创造愉快和谐的工作氛围，并使让每位员工都有平等的学习和成长机会，使每位员工能健康生活，快乐工作。

对合作者：致力于建立共赢的协作关系，努力提升合作双方的价值和利益。

对股东的责任：创新实现可持续发展，以稳健业绩回报股东

公司深刻认识到由消费升级驱动的旅行社行业升级已经来临，在不规范的市场环境下，建立符合上市公司要求的规范发展模式是必然要求。公司始终认为“创新不是选择，而是必须采取的行动”，在这一思路指引下，公司大胆创新、积极开拓。2011年，中青旅坚持商业模式、业务细分、产品设计、管理机制、内部协同和品牌理念的创新，以应对经济形势、市场环境、国际局势变动对公司旅行社主业带来的冲击，以赢得公司可持续的发展，并保障公司对股东稳健的回报。

公司从上市至今，每年坚持对股东分红，以保障股东的利益。同时坚持公司治理结构的制度化建设；保障信息披露的规范和高效，按照证券监督机构和交易所的有关要求，规范、及时发布公司的经营管理信息；保持与股东的良性沟通，赢得了市场的赞誉和好评：2011 年，公司荣获大公报、香港证券业协会、中国证券业协会等单位联合授予的“2011 中国证券金紫荆奖——最佳中小型上市公司”奖，成为中国旅游行业唯一入选获奖的上市公司；12 月 19 日公司荣获上海证券交易所评定的“2011 年度上市公司信息披露奖”；2011 中国上市公司领袖高峰论坛暨上市公司口碑榜颁奖盛典公司荣登“2011 中国上市公司口碑榜”，刘广明副总裁荣获“最佳董秘”奖。

对消费者的责任：责任与担当 提供舒适安全的旅游体验，赢得消费者的信赖

中青旅始终将消费者的人身财产安全和旅游体验感受放在首位加以考虑，制定严格的业务流程、质量管理标准和危机应对处理机制，关注和重视消费者的安全和利益，努力赢取消费者信赖。

公司坚持每月召开服务质量管理委员会会议，并由总裁亲自主持审议《质量月报》，并就旅游服务质量工作进行部署，坚持以产品和服务的质量换取消费者舒适安全的旅游体验。中青旅及时回应消费者的每一起投诉、每一个建议和每一份表扬，戒骄戒躁。报告期内公司制作了《荣誉话册》，汇集了 2010 年 120 封来自客户的表扬感谢信，彰显了中青旅企业文化和服务水平，亦鼓励员工和合作伙伴不断提升服务质量。

继 2010 年公司不断加强应急能力的基础上，总结公司处理旅游行业经常出现的突发事件，凭借着完备的应对流程和公司从管理层到一线员工的责任心和使命感，秉承全力维护消费者的利益，保障消费者的安全的根本诉求，郑重推出“中青旅安全承诺”和“中青旅购物承诺”，成为第一家在旅游安全和购物保障方面主动承诺赔付的旅行社，领行业之先、敢于高于责任承诺。

中青旅安全承诺主要针对旅行中的突发事件，在国家对其目的地发布旅游警告时，中青旅将对客人做出退款或建议改期/行程的措施，将客人的损失降低到

最低。中青旅购物承诺则采用协助退货或者换货的形式，保障中青旅消费者的消费者可以安心购物。在 2011 年 3 月 13 日日本地震时，中青旅立即启动紧急救援方案，“本州全岛六日”豪华团 24 人第一时间入住酒店并安全返回北京。中青旅当即启动两项承诺，一是如果客人由于机场关闭滞留日本，出于安全住宿餐饮交通所有的费用都由中青旅承担；二是从最坏的结果考虑，将之后三天赴日旅行的客人劝退，给这些客人以全额退款的保证。中青旅绝非空谈承诺，当机立断反应并赢得客户信赖。

在过去的 2011 年，中青旅立足长远的基业长青，实实在在的为消费者提供满意的服务和安全的保障，也为自身赢来了消费者诚挚的信赖。2011 年，世界品牌实验室评定的“中国品牌 500 强”中，中青旅位列 128 名，香港《文汇报》评定的“亚洲品牌 500 强”中，中青旅位列 219 名；2011 年，《新京报》、《精品购物指南》、《世界》、《京华时报》、《法制晚报》等授予“年度乐游影响力品牌”、“中青旅为年度最具影响力旅行社品牌”、“2011 年度综合实力旅行社”、“最具品质旅行社”、“最受读者信赖旅行社”等殊荣；中青旅旗下旅游预订网站遨游网也被搜狐网评选为“最佳旅行社网络预订服务”；中青旅会展旅游继续一路殊荣，《商旅专家》授予其“2011 年度中国商旅会奖市场最佳 PCO”，同时在杭州”第四届中国会议产业大会上，杭州市旅游委员会授予会展公司“2011 年度杭州市会奖旅游贡献奖”。

对员工的责任： 关怀与培养 关注员工工作和生活，为员工提供发展空间和平台

公司始终坚持“以人为本”的理念，认为人才是中青旅的第一资本。在选人上，中青旅不拘一格，唯才是举；在用人上，能者上、平者让、人尽其才、才尽其能、能尽其用。对员工在工作上严格要求，在生活上悉心关怀，关注员工的生活状态、重视员工的职业发展。

关爱员工

公司严格按照有关法规和员工签署劳动合同，缴纳社会保险，此外结合公司员工的实际情况，为员工购买补充医疗保险和人身意外伤害保险。并按照国家有关规定，建立合理的薪酬增长机制。

公司还针对特殊员工和困难群体建立探视慰问制度，为生病、结婚、生子、直系亲属去世等员工发放慰问金并给予探视；为鼓励少生优生，公司奖励独生子女家庭公司并为其发放独生子女奖励费；关注女性，每年三八节为女性提供节日慰问礼品；重视员工身心健康，除了组织一年一度的福利体检外，提供场地和健身教练，免费提供工作日中午的健身课程的训练；针对留京工作的外地毕业生，提供宿舍，解决刚进入社会青年员工的后顾之忧。

公司从总部到各分子公司、分支机构，都着力为员工提供健康、舒适、安全的办公环境和工作条件，公司总部大楼创建无烟大楼，并对楼内抽烟现象进行通报批评和严惩，为员工创造一个清洁、健康的工作空间，也督促和引导员工健康生活方式的建立。

2011 年度公司总部为员工的健康管理、文体活动投入百万余元：公司每年组织全员的全面体检，并专门购买健康管理知识通过内部局域网向员工发放，另外设计电脑提醒功能，鼓励和提示员工开展工间操，以缓解工作疲劳。公司还成立各种文体俱乐部开展各种球类、瑜伽、健美操、摄影等活动，丰富员工生活，引导员工积极、健康、快乐的工作和生活。

重视员工培训

公司在每年的预算资金中列出专项培训资金，公司各分子公司、各部门也积极开展形式多样、务实有效的职业基础知识、岗位工作技能培训。公司还与北京交通大学合作开办在职 MBA 班，鼓励员工报名学习，并为取得学位的员工承担部分学习费用。公司还与美国杨百翰大学建立合作关系，每年输送员工到该校进行继续教育。公司通过制定明确、公开的升迁制度，为员工的职业生涯提供路径和制度保障。

2011 年，为公司快速发展培养优秀的后备人才，公司创新性的创建了“拜师学艺 快速成才——公司高管导师培训计划”。由公司高管每人选拔 3-5 名员工进行培养辅导，亲自收徒授课。公司聘请中国人民大学商学院优秀教授团为来自各板块优秀员工系统进行财务、组织与人力、市场营销等多课程的指导，并努力提供足够的学习场地供全体感兴趣的员工旁听高质量课程。学习之外，导师们通过丰富多彩的实践活动，寓教于乐，带领学员们体验丰富多彩的课外活动。

丰富员工生活

为丰富公司员工的业余活动，中青旅篮球队、足球队、羽毛球队等每周定期举行竞技类友谊赛，在运动中提升员工的团队凝聚力。各部门也以团队建设的方式组织员工出游，并在出游的同时考察景点，探索创新性旅游产品的打造。公司也为全体员工提供场地和指导老师等，组织了中青旅“传递感动”杯歌咏大赛、中青旅跳绳大赛等丰富多彩的文娱活动。非常值得一提的是，中青旅“单身俱乐部”为单身同事创造一个交流沟通的根据地，营造一份踏实安心的归属感；让众多单身的自由洒脱，消融每个单身的孤单寂寞。

公共责任：标准化与公益 承担行业领军企业应负的企业责任

标准化打造持续竞争力长期以来，缺失标准是旅游行业特别是旅行社行业产生问题的根源，职业化、专业化程度不高严重影响了旅游行业的社会形象。自 2010 年 6 月公司成为国家旅游局确定的首批全国旅游标准化试点单位之一以来，中青旅就在 2010 年 11 月立即成立了公司标准化工作小组，并明确了“标准化决定专业化，专业化决定品牌化，品牌化才能建立网络化，网络化才能最终实现规模化”的工作理念。公司意识到标准化工作关系企业规模扩张、质量管理、IT 建设、形成专业化体系重要依据。

从 2011 年 3 月到 10 月，在公司标准化领导小组的带领和全体员工的共同努力下，目前公司已建立指导层面、管理层面、应用层面三位一体的标准化体系框架。形成标准化文件 496 份，其中引用国家及行业标准 40 份、新建标准 236 份、转化原有文件 220 份。

2011 年 11 月，公司顺利通过国家旅游局组织的标准化验收，获得专家组感到“震撼”的高度评价。此外，中青旅在借鉴其他行业标准化基础上，印制了《导游领队服务手册》、《呼叫中心服务手册》和《销售服务手册》三个单行本。为进一步明晰工作人员权责、加强消费者监督、引导消费者建立合理消费观，公司将近期制作出境参团游领队服务承诺卡，既使客人明确领队职责，在维护自身权利同时，有效监督领队履行自身职责。

践行公益 我们一直在行动

2011 年 5 月 19 日，在首个“中国旅游日”的活动中，中青旅响应国家旅游局号召，在浙江宁海共同启动了“读万卷书，行万里路”大型公益游学活动。7 月，公司联合北京太阳村，专门为孩子们策划了“为中华崛起而读书”——小太阳暑期励志游学团，20 名“小太阳”在暑假与中青旅一起乘高铁、赴天津、登航母、瞻伟人，在周恩来纪念馆听那些“遂觅群科济世穷”的传奇往事，激发起“为中华崛起而读书”的爱国报国、求知奋进的精神。同时，公司还一对一领养太阳村贫困学生，长期开辟第二课堂讲述“我们的世界”，用旅游撑起孩子们的未来。为了真正让旅游惠及民生，让旅游亲近公众，中青旅国内公司特意准备了 10 辆大巴车，在中国旅游日当天开进右安门、望京、金融街、魏公村、劲松、上地、通州、广安门、大北窑等几家中青旅连锁店周边的社区和办公区，免费招募 500-600 名消费者前往顺义的汉石桥湿地踏青。

2011 年 8 月 27 日和 8 月 28 日，中青旅与 JA(国际青年成就组织)达成合作，成为 JA 在中国旅游业的首家企业合作伙伴。中青旅志愿者与 JA 志愿者一起，在中青旅大厦为小学生们进行了《我们的城市》和《我们的世界》两堂别开生面的项目培训。让小学生们放眼世界，体会生活和旅行的美好。在关注弱势群体方面，中青旅在中青旅大厦地下一层为北京慧灵智障学校的残障学生提供了义卖活动。除了提供免费场地之外，中青旅积极进行大厦内全体员工的宣传。此次义卖全部手工艺品销售一空，所得的全部善款全部用于这些智障学生的工作、购买原材料的成本和工作坊的管理。

作为旅游行业的领军企业，中青旅将一如既往的坚持公司的良知和责任，努力为股东、消费者、企业员工和社会奉献自己的力量、贡献自己的价值。而此目标之基础是企业自身实力的提升和影响力的扩大，只有如此才能为股东创造更大的价值，为消费者带来更贴心放心的旅游产品和服务，为社会创造更多的就业机会，为员工开拓更广阔的职业发展空间和平台，也才有可能将自身总结形成的优秀服务经验和管理标准向整个行业推广，也才有实力和资本更全面、多方位地投身社会公益。

中青旅将一如既往、开拓创新的贯彻和执行企业社会责任。

中青旅控股股份有限公司

2012 年 4 月 12 日