



诚信兴商宣传月
CHENG XIN XING SHANG XUAN CHUAN YUE

铸诚信 提信心 促消费

广州市诚信兴商典型案例材料汇编

广州市商务局 编印

2024年5月

编前导语

近年来，广州市大力引导商贸企业自觉守信践诺、合法经营，精心营造诚信守法的营商环境，涌现了一大批诚信兴商典型企业。从2021年开始，国家商务部、广东省商务厅会同国家、省有关部门，分别组织评选了诚信兴商典型案例。我市入选国家“诚信兴商典型案例”数量连续三年保持全国第一，2021年全国评10个，华润万家广州公司入选；2022年全国评20个，广州酒家、广之旅、广州市设计院等3家企业入选；2023年全国评30个，广州立白公司、友谊公司、天河城公司等3家企业入选。我市入选全省“诚信兴商典型案例”数量在全省也是最多。

为充分发挥典型示范引领作用，倡导诚信粤商精神，弘扬诚信兴商文化，引导市场主体牢固树立诚信经营理念，提升商务信用建设水平，特将我市入选国家和全省“诚信兴商典型案例”材料汇编成册，供大家学习借鉴。

目 录

第一部分 全国诚信兴商典型案例（广州入选）

案例一：重质守信 传承友谊.....	1
案例主体：广州友谊集团有限公司（2023年）	
案例二：奋力擦亮日化行业诚信招牌.....	3
案例主体：广州立白企业集团有限公司（2023年）	
案例三：匠心缔造品质 诚信铸就品牌.....	5
案例主体：广东粤海天河城（集团）股份有限公司（2023年）	
案例四：精诚服务树口碑 诚信经营促发展.....	7
案例主体：广州酒家集团股份有限公司（2022年）	
案例五：诚信经营 质量强企 树立旅游行业服务标杆.....	11
案例主体：广州广之旅国际旅行社股份有限公司（2022年）	
案例六：质量为本——诚信兴商的核心密码.....	15
案例主体：广州市设计院集团有限公司（2022年）	
案例七：持续提升经营品质 矢志践行诚信理念.....	19
案例主体：华润万家生活超市（广州）有限公司（2021年）	

目 录

第二部分 广东省诚信兴商典型案例（广州入选）

案例一：扛起民生责任 夯实诚信根基.....	22
案例主体：广东省盐业集团广州有限公司	
案例二：“内外兼修”造就诚信文娱企业.....	24
案例主体：三七文娱（广州）网络科技有限公司	
案例三：以诚兴商树品牌 与时俱进谋发展.....	26
案例主体：广州新华书店集团传媒连锁有限公司	
案例四：不卖隔夜肉 让每一餐都新鲜.....	28
案例主体：广州市钱大妈农产品有限公司	
案例五：真品质 严把控 有担当.....	30
案例主体：广州金叶连锁有限公司	
案例六：铸就中国绿色酒店民族品牌.....	32
案例主体：白天鹅宾馆有限公司	
案例七：打造“绿色 文明 诚信”水产市场.....	34
案例主体：广州黄沙水产交易市场有限公司	
案例八：打好发展组合拳 推动文旅新诚信.....	36
案例主体：广州琶醍投资管理有限公司	



全国诚信兴商典型案例（广州入选）

案例一：重质守信 传承友谊 案例主体：广州友谊集团有限公司 (2023 年)

创立于 1959 年，开创中国内地第一家超市的广州友谊将“重质守信，传承友谊”作为立企之本和兴商之源，为顾客提供至诚至真的服务，为社会创造国企价值，让“友谊之花”在新时代绽放最美之姿。



一、建强诚信体系，探索“友谊路径”

在红旗下诞生，在春风中成长，广州友谊探索出“1+1+1”的诚信体系模式。具体包括：搭建一个组织体系，成立企业信用风险体系建设工作小组；开展一系列对标国际先进标准行动，连续 17 年获 ISO9001、ISO14001 双认证；实施一套诚信管理制度，《质量管理体系》《标准化接待服务流程》等制度，立足销售全流程和全要素建立健全企业诚信管理标准。

着力在践行诚信经营中树立诚信旗帜，广州友谊还主导制定了《百货零售行业卓越服务规范》团体标准，填补行业空白，成为国家级服务业标准化试点企业。

二、传承诚信文化，焕发“友谊活力”

广聚天下客，广卖天下货，广州友谊从一家特殊的涉外商店成长为新时代的高端百货零售企业，始终坚持诚信经营。

一是诚以立企，严把买卖质量关。诚守售前入口，诚控售中检查，诚践售后服务。率先推出质量责任首负承诺，首推一个月无理由退换货，牢固树立“友谊就是质量，友谊就是信誉”的诚信口碑。把妥善处理每一宗投诉作为对企业诚信经营的有效投入，努力达成顾客、供货商和企业的共同满意，带动行业诚信发展。

二是诚以待客，突破服务品质关。提出“朋友式接待，专家式服务”，将诚

信服务融入待客之道，累计推出近百项会员积分兑礼及增值服务项目，向顾客提供覆盖全生命周期的“终身服务”。融合商旅文，围绕“吃住行游娱购”一体化的品质体验，推出“廿四风味”“大师会客厅”“走进源产地”等主题VIP活动。建立“友谊商学院”，把“重质守信，传承友谊”的理念植入每个员工内心，锻造了一批专业过硬的“好物推荐官”人才队伍为顾客提供高品质服务。自2014年起，坚持每年开展“神秘顾客”服务评审，不断强化诚信监督力量。

三是诚以识变，敢闯经营创新关。开展“名品名店名节名商圈”建设，成功打造广州友谊国际时尚节、广州友谊感恩盛典等销售过亿元的活动品牌。积极拥抱数字化、国际化，“上新”诚信消费场景，以顾客为中心，打造即时零售、直播带货、网上商城与社交营销相互组合的消费新体验，率先实现全品类通用数字人民币、全门店推行离境退税“即买即退”。

诚信经营，让广州友谊收获了社会各界的肯定，先后获评全国文明单位、全国守合同重信用企业、“中国改革开放40周年功勋企业”等多项荣誉，属下门店先后入选“金鼎百货店”“全国示范智慧商店”。



三、诚意回馈社会，传递“友谊温度”

履行社会责任，唱响国企旋律，广州友谊让“红色之友”诚信党建品牌系列立在人民需要的地方，实现“围绕诚信抓党建，强化党建促诚信”的良性循环。

一是奔赴保供前线，贡献国企力量。建立健全企业诚信示范岗、志愿先锋岗和优质服务岗，在非常时期集聚行业力量，号召同行企业全力保障商品供应、坚决维护价格稳定、严守环境卫生安全，确保人民生活必需品不停供、不断档。

二是坚守纾困标线，践行国企担当。不折不扣响应政府减免租金的纾困政策，2020年至2022年，连续三年累计对小微企业及个体工商户减免租金约1.19亿元，为守护市场经济的“毛细血管”作出积极贡献。

三是紧扣红色主线，助力乡村振兴。对贵州毕节市赫章县达依乡元庄村与元地村实行按需精准帮扶，有效解决当地村民安全饮水、安全出行的刚需问题。创新帮扶模式，为广东省清远市、新疆自治区疏附县等帮扶地区提供稳定的销售平台，以乡村振兴专柜打通帮扶消费最后一公里，让贫困地区土特产在粤港澳大湾区扎根立足。

案例二：奋力擦亮日化行业诚信招牌

案例主体：广州立白企业集团有限公司

(2023 年)

为深入贯彻习近平总书记关于“企业都要把守法诚信作为安身立命之本”的指示精神，广州立白企业集团有限公司不断创新诚信经营体系，铸造诚信标杆品牌，坚定建设阳光新消费环境，践行健康幸福每一家的企业使命。



一、创新诚信体系建设，全面贯彻落实到位

自 1994 年成立，立信便成为企业发展的根基，形成了以五立价值观为核心的四位一体诚信建设体系，重制度、重文化、重标准、重落地。制度建设是基础，企业制定出台《员工廉洁办公阳光职场要求》《员工诚信制度文化建设和管理办法》等多项规定，夯实基础制度打造；文化传承是核心，运用诚信评级和风险预警机制加强员工培育，大力弘扬诚信兴商文化；标准制定是重点，引领行业产品质量标准修订，率先突破日化洗涤产品升级焕新；落地执行是保障，将诚信兴商的理念融入到生产经营各个方面，毫不动摇地巩固和发展四位一体诚信建设体系。

二、搭建数字应用平台，树立廉洁示范标杆

全面上线 SAAS 员工信用报销系统、SRM 供应商一体化协同系统，充分实现信用风险管理机制，将诚信经营的理念深入到每一位员工、每一位上下游生态合作伙伴的心中。诚信经营，依法纳税，自 2003 年广州市实施纳税信用等级评定至今二十年间，企业一直被评定为 A 级纳税人，连年荣登“中国私营企业纳税百强”排行榜，先后荣获“国家守合同重信用企业”“全国百佳质量诚信标杆示范企业”等数百项荣誉称号。

三、严控产品质量安全，营造阳光消费环境

作为家喻户晓的国民品牌，“不伤手的立白”成为上世纪 90 年代最经典的广告语之一，这背后蕴含着立白对于产品质量诚信的坚持与守护。立白严格把控产品质量安全，坚持诚信制造，以天然洗护引领洁净新体验。坚持创建日化洗涤

产品质量安全标准体系，参与制订国家标准/行业标准 5 项，团体标准 12 项，企业标准 29 项，提升企业标准与国际先进标准一致性至 98%。先后荣获中国质量奖提名奖、中国工业大奖提名奖等重量级奖项，示范带动行业提升产品安全质量保障能力，为阳光消费环境打下了扎实的基础。

四、坚持绿色天然产品，回应绿色消费承诺

立白致力于将绿色健康理念融入产品全价值链中，深入棕榈油原产地，甄选天然原料，只为实现对消费者的绿色洁净承诺。2016 年在行业内部率先发布绿色健康战略，围绕绿色原料、绿色配方、绿色技术、绿色制造、绿色产品，强化绿色低碳理念。响应国家绿色双碳战略，打造绿色零碳产品天团、行业内首批绿色工厂，积极发展碳中和产品，天然可再生洁净原料与可回收包装获得“双易”认证。每一个绿色行动的背后，都印证着立白给予消费者、地球生态，健康幸福每一家的美好承诺。

五、肩负企业责任担当，诚信感恩回馈社会

面对 2020 年初突如其来的新冠疫情，立白科技集团董事长第一时间提出“立白人必须要站出来，要有担当，要有所作为”，向全社会捐赠 2 亿元消毒除菌物资产品，自行配送，争分夺秒，驰援全国 363 座城市，2 千多家定点收治医院，比约定时间提前 5 天完成。这是企业成立以来单次捐赠最多的一次，也是中国红十字会总会疫情期间收到的最大一笔物资捐赠。立白积极响应国家脱贫攻坚与乡村振兴的号召，累计在扶贫济困、乡村振兴、防疫抗疫总捐赠善款超过 5 个多亿，连续多年获得“广东扶贫济困红棉杯”，用实际行动彰显诚信大企风范，铁肩担道义，众志成城筑诚信。



立白科技集团，将粤商诚信立业、诚信经营的精神传承发扬，稳步推进企业诚信体系建设，正是因为把诚信兴商的理念融入到每一个发展环节中，产品销量逆势突破，稳居行业领先地位。未来，立白将继续推进诚信建设创新变革，以诚信擦亮中国民族日化的金字招牌，不断引领行业高质量发展，奋力书写共同富裕的美好篇章

案例三：匠心缔造品质 诚信铸就品牌

案例主体：广东粤海天河城（集团）股份有限公司

（2023 年）

广东粤海天河城（集团）股份有限公司成立于 1992 年，从早期兴建运营中国大陆第一家购物中心“广州天河城”，到如今业务在广州、深圳、天津等一线城市多点布局，企业始终牢固树立诚信兴商理念，坚持客户至上构建互信共赢的营商环境，以诚信“软实力”助力发展跑出“加速度”，凭借对市场和消费者需求的敏锐把握、高品质的产品和服务供给，不断满足人民对美好生活的期待，实现了多年持续稳健发展，“天河城”品牌深受广大消费者喜爱，在业内拥有极高知名度和美誉度。



一是构建诚信体系，筑牢兴商基石。企业在经营管理中严格遵守执行国家相关法律法规及行业标准，始终把诚信经营理念融入到各个环节，在质量、服务、文化等方面构建起完整的诚信体系。质量上，主动对标接轨国际标准体系，持续加强先进的质量管理手段运用，于 1998 年在业内率先通过 ISO 9001 质量管理体系认证，2023 年通过 ISO 37301 合规管理体系认证，持续改进提升企业质量管理和合规经营水平，致力实现行业领先、卓越高效的管理体系。服务上，坚持消费者权益至上，从严把控商户及商品进场关、质量关，建立了商品售后服务体系、客户投诉快速处理及回访机制，打造诚信、安全、舒心的消费环境。同时，把诚信作为所有合作的基础，制定出台《诚信廉洁管理规定》《供应商管理办法》等多项诚信制度，与合作方签署诚信廉洁承诺书，带动相关方共同遵守诚信准则，形成诚信合作、守信践诺良好风尚。文化上，始终秉持“诚信、诚心、共担、共进”核心价值观，将诚信文化全面纳入员工培训、融入到管理过程，常态化开展诚信文化进商场宣传，推动诚信文化变为主动意识和自觉行为。

二是践行诚信经营，实现多方共赢。企业坚持诚信经营，在瞬息变化的市场中专注提升运营能力和服务水平，与消费者、品牌商形成利益共同体，致力为城市打造美好生活场景。多年来，始终敏锐把握行业市场 and 消费者需求，坚持国际范、注重中国味，倾力引进众多国内外一线品牌、首店品牌，匠心打造知名IP艺术展、潮玩快闪、嘉年华等主题活动，不断激发消费新活力。近年来更是加快数字化布局，搭建起高效触达商户和消费者的线上运营平台“天河城+”，将优质产品和服务更加精准传递给目标消费群体，不断创造更好的消费体验。在高品质消费供给和优质服务的加持下，企业积累了稳定会员超300万人，场内百余家品牌单店年销售达到千万级别，丝芙兰、雅诗兰黛等数十家合作商户强势问鼎全国销售冠军，旗下广州天河城客流规模、租金坪效位居全国购物中心前列，单日客流高峰达到83万人次，交出了亮眼“成绩单”。



三是争做诚信标杆，擦亮国企名片。企业始终把履行社会责任作为诚信兴商本质之一，积极投身公益事业，主动参与脱贫攻坚、乡村振兴，以实际行动践行国企担当、擦亮国企名片。近年来，企业紧密结合“地球一小时”、世界无烟日、自闭症日等主题开展公益宣传，推出旧衣回收捐赠、爱心接力站、国际垂直马拉松等系列公益活动，大力向消费者传达健康、环保的生活理念。充分发挥国企表率作用，带头帮扶揭阳揭西山湖村、四川阿坝州藏羌自治区等地区贫困群体，2020年扶贫赈灾捐款2,000万元，主动弘扬志愿精神，建立起拥有643名在册志愿者的志愿服务队伍，近三年累计服务时长达15,760小时，旗下志愿服务队获评“广东省最佳志愿服务组织”。企业自2017年至2022年连续六年获得“纳税信用等级A级企业”称号，2022年荣登广州市“行业引领品牌TOP20”。

匠心缔造品质，诚信铸就品牌。企业将以诚信兴商作为义不容辞的国企责任，以诚信树品牌、以诚信促发展，助力构建更加规范和谐的诚信营商环境，为助力城市生长、引领行业前行作出积极贡献！

案例四：精诚服务树口碑 诚信经营促发展

案例主体：广州酒家集团股份有限公司

(2022 年)

广州酒家，中华老字号，始创于 1935 年，素有“食在广州第一家”美誉。自成立以来，广州酒家始终坚持“诚暖顾客心”企业精神，积极贯彻“守为民服务初心，担惠民利民使命”，坚持“顾客至上、服务第一、质量第一”经营理念，积极发挥餐饮、食品双主业龙头企业优势，通过执行经销商信用管理制度、打造食品质量管理体系、培育诚信守法企业文化等举措，持续强化诚信体系建设，让诚实守信成为企业发展壮大的“助推器”。



一、主要做法

(一) 制度为本，全力塑造诚信企业文化

一是建立健全诚信制度。制定《广州酒家集团信用管理办法》《广州酒家集团股份有限公司客户信用评级指引》《广州酒家集团利口福营销有限公司信用管理制度》等诚实信用建设管理制度，打牢诚信经营基础；建立严重违约失信合作企业黑名单制度。

二是大力弘扬诚信文化。践行社会主义核心价值观，推动形成崇尚诚信、践行诚信的良好风尚，建立基于诚信的企业文化价值观。

三是提升企业信用水平。坚持以信用促发展，高度重视自身纳税信用建设，提升企业纳税人诚信意识，巩固税收信用，自 2016 年至 2021 年连续获得“纳税信用等级 A 级企业”称号。



四是主动自觉依法经营。积极参加广州市“正品正货品牌”联盟活动，积极

弘扬“正品、诚信”的产品价值观；从未因产生违法违规经营行为及其他不良信用记录被市场监督管理部门列为“失信联合惩戒黑名单”，从未被法院列为“失信被执行人”。

（二）质量第一，全力打造质量过硬品牌

一是**深入实施质量提升行动**。严格按照 ISO 质量管理体系和 HACCP 食品安全管理体系标准要求实施全过程控制，构建完善的食品研发体系和质量管理体系，食品安全生产达到国际先进水平，成功入选广州市质量强市小组办公室发布的“百年·百品”100家品牌企业名单。

二是**严格检测食品安全品质**。实施食品安全“五个一”标准化工程，打造集团食品供应链食品安全管理体系。以严格食品安全管理体系、严格自检自控纪律、严控生产全过程、严谨合法使用食品添加剂、严把源头质量管理、严格供方评定制度的“六严”举措，严控食品安全与质量，筑牢食品安全质量关。



三是**优化提升老字号品牌质量**。坚持将守法诚信落实到生产经营各环节，重视知识产权保护与业务拓展的高度融合，大力推进老字号品牌在境内外注册商标及专利申请等，坚决依法打击制假售假等侵犯知识产权的违法行为。

（三）勇于担当，全力保障物资应急供应

作为广州市防疫保供指定单位，广州酒家迅速启动应急保供机制，积极参与疫情防控和保障供应工作，在大战大考中彰显责任担当。

一是**增加产能“前线不停产”**。2021年广州疫情期间，迅速成立抗疫先锋队，160多名队员连续26天，驰援荔湾区10个中高风险地区或封控区域抗疫一线，累计服务时长超5000小时。

二是**畅通渠道“线下不断供”**。疫情期间，公司利口福连锁店提供共数十万件食品供市民选购，并郑重承诺“保证供应、绝不涨价”；营销公司及时启动商

品调拨应急预案，竭力确保市民顾客家门口的各大商超不断供，产品保质保价；连锁公司第一时间在重点防控区设置移动服务点，开启线上下单，精准对接社区生活管家，打通配送“最后 1 公里”的“无接触”服务。



三是赛道加时“保障不打烊”。

2021 年承担荔湾区鹤洞街应急保障任务，公司累计向各保供点供应速冻食品超 3,500 箱，西点产品约 18,000 份，腊味、粽子、饼酥等约 3,100 箱，供餐约 60 万份。集团投入疫情防控保障力量超 6000 人，服务社区顾客近 10 万人次，扛起了“为人民群众筑起疫情防控安全线”的“广酒担当”。广州酒家先后获得“2020 年度广东商业抗疫致敬奖”、“金箸奖—2020 年新冠疫情防控示范单位”、“荔湾区 2021 年抗击疫情保供应工作突出贡献企业”等荣誉。

二、主要成效

广州酒家集团坚持“诚信为本、以德治店”理念，全面加强诚信体系建设，强化企业诚信责任，重约守信、以诚立业、依法经营，取得较好成效。



（一）“以诚促商”推动企业不断发展壮大

广州酒家主营业务包括餐饮服务和食品制造两大板块，企业始终坚持“餐饮强品牌、食品创规模”发展方向，拥有“广州酒家”、“陶陶居”两个中华老字号以及“利口福”、“天极品”、“秋之风”、“粮丰园”、“星樾城”等知名餐饮食品品牌，在广州、茂名、湘潭、梅州等地设有食品生产基地，初步建立跨区域产能联动布局，推动市场进一步向粤东、粤西、华中以及华东等地区辐射延伸，产品畅销海内外。2016-2021 年，集团营业收入保持稳健增长，从 2016 年 19.4 亿元增长至 2021 年 38.9 亿元，年复合增长率约 15%，高于行业平均水平。月饼品类继续巩固国内龙头地位，2012-2021 年连续十年销量位居全国第一。

（二）“诚信兴商”理念融入企业血脉

广州酒家自成立以来，持续强化经营管理，不断提升服务品质，全面打造“服务、质量、卫生、环境”四个一流水平，把“顾客满意”作为检验企业所有工作成果的重要标准，不断完善标准化服务流程，在全体员工群体中形成了“诚暖顾客心”的企业精神，涌现了很多“待客诚心、服务诚恳、买卖诚实”的感人事迹，也带动了产业各上下游行业、各合作企业共同形成诚信经营的意识理念，促进诚信兴商精神在产业链领域蔚然成风。

（三）口碑质量收获众多奖项

近年来，广州酒家先后获得“全国用户满意服务企业”、“全国精神文明建设工作先进单位”、“全国百城万店无假货示范单位”、“全国商贸流通服务业先进集体”、“广东省模范集体”、“中国十大餐饮品牌企业”、“中国驰名商标”、“中国老字号新辉煌企业”、“新中国成立 70 周年全国饭店餐饮业卓越功勋企业行业楷模”、“全国商贸流通服务业先进集体”、“广东省文明窗口单位”、“广东省先进基层党组织”、“广东省脱贫攻坚突出贡献集体”、“广州市文明单位”等多项荣誉。集团下属餐管公司、利口福公司、陶陶居公司、营销公司、电商公司及餐饮板块文昌、越华、逸景等多家分公司连续多年均被评为“广东省守合同重信用企业”；利口福公司、陶陶居公司均取得 ISO9001 质量管理体系认证证书。利口福公司被认定为高新技术企业、广东省重点农业龙头企业、广东省知识产权示范企业。广州酒家在资本市场也负有盛誉，近年来先后获得第十一届中国上市公司投资者关系天马奖-最佳投资者关系奖”、“第十一届中国上市公司投资者关系天马奖-最佳董事会奖”、“上市公司金牛奖-2019 年度投资者关系管理奖”、“第二届（2020 年度）新财富最佳上市公司”、“第十二届天马奖主板上市公司投资者关系最佳董事会”等多项荣誉。人民日报等多家主流媒体报道了广州酒家诚信经营、积极抗疫的先进事迹。

案例五：诚信经营 质量强企 树立旅游行业服务标杆

案例主体：广州广之旅国际旅行社股份有限公司

(2022 年)

广之旅，成立于 1980 年，是华南地区规模最大、实力最强、品牌美誉度最高的旅行社。广之旅以“品质旅游，幸福生活”为企业使命，通过规范化、标准化运营来稳定高品质服务，打造以“四维三化五心”为核心的质量管理模式，弘扬诚信经营理念，致力提升产品和服务质量，推动企业高质量发展。

一、主要做法

(一) 构建“四维三化五心”质量管理模式

广之旅严格按照国家有关文件要求，以“专注品质旅游，创造幸福生活”为企业使命，以“一切为了客人满意”为经营理念，精细管理，重视过程，聚焦绩效，推动企业从传统服务业向现代服务业转型升级。1994 年在全国旅行社率先导入 CI，“广之旅”品牌成为全国旅行社品牌发展开山之作，首创的“旅游质量保证金制度”被推广到整个旅游行业，成为行业管理的一项重要措施，并先后实行了“文明服务承诺制”、“明明白白消费”、“百日无投诉”，以及“五心服务”（热心、精心、贴心、称心、开心）等措施，通过评选“金牌导游”、“鼎级金牌导游”、招聘“国宾导游”、持续聘请社会质量监督员、启动第三方质量评估体系等一系列活动，对旅游产品生产服务与管理的关键环节实行 PDCA 闭环管理，持续改进产品和服务质量，全面践行“一切为了客人满意”的服务宗旨，全面提升质量软实力。



(二) 行业首推“团队旅游全维度服务评价方法”

广之旅基于对消费者出行痛点及消费心理的洞察，浓缩了企业在严选旅游资源、构建评价体系、关注消费者体验等方面的深度思考和沉淀，于 2018 年发布了全国首个针对“团队旅游”的服务综合评价方法。该方法对旅游中消费者体验关键环节进行解构，梳理出核心要素，从吃、住、行、游 4 个维度细分出住宿、餐饮、大交通、地面交通、景点与体验、导游讲解服务、自费、购物等 8 大评价

指标。每个评价指标分别对应 5 个级别的服务标准及不同的分值，综合 4 个维度计算出总分，广之旅将旗下团队 旅游产品分为誉、颂、尚、典、乐 5 个系列。评价方法的推行，实现“企业产品水平一致、消费者认知清晰、产品形象统一”三大目标，解决各种旅游产品没有评分或者只有一个简单的星级评分，用户难以获取到交通、住宿等全方位的评价信息，常常不能决定预定何种旅游产品的问题，打造了广之旅诚信经营，践行优质服务发展战略的重要一环。

（三）文旅融合推动供给侧改革，打造产品差异化矩阵

文旅融合是新形势下旅游发展的必然趋势和选择，广之旅大力探索文化与旅游融合发展的产业实践，加快旅游业供给侧结构性改革，加大优质旅游产品供给力度，推动“旅游+”发展，新品迭代更新率达 60%，形成多产业融合发展新局面。充分利用产品、资源、服务三大优势，针对目标客户的个性化需求，深挖产品新元素，锁定核心稀缺资源，持续推出农旅融合、红色研学、乡村旅游主题产品，以“丰收节”乡村旅游、“非遗 99”非遗文化旅游、“广学邦”研学旅游等全新 IP 持续突显差异化竞争优势，打造特色鲜明的文旅产品，寻求企业增量和转型的突破。围绕“乡村振兴”国家战略，加快产品创新供给匹配美好生活新需求，刺激城乡旅游消费，推出以“丰收节”为主题的“市民下乡”“农民进城”双向旅游产品系列，“丰收年年”农旅融合项目入选 2021 中国旅游集团化发展创新案例；充分发挥自身产业链优势，以及市场搅动和客源带动能力，与全国多个省市地区对接，整合当地优质旅游资源，联手打造特色旅游产品，通过打造主题产品、策划营销活动、立体宣传推广等多措并举，叠加全国布局的销售及客源网络优势，向对口帮扶地输送游客，精准结对帮扶贵州黔南、贵州毕节、西藏林芝、新疆喀什、清远连州、梅州、广州北部镇街等地区，助力脱贫攻坚同乡村振兴有效衔接。



（四）打造企业诚信文化，推动行业诚信兴商

成立法务质管总部专责质量管理及诚信管理，配置员工 18 人，下设质量管理、标准化管理和法务三个部门。广之旅积极参与加入国家、省市等行业协会，公司兼任协会会长、副会长或理事单位，为企业呼声奔走、为政府建言献策、为行业全心服务，推动行业自律和诚信经营。建立行之有效的质量诚信管理机制，明确质量诚信管理职责，规范企业质量诚信自律行为，努力打造公司诚信文化，实现广之旅与员工、供应商、顾客、社会之间的诚信关系。

一是面向内部，打造“专注品质旅游，创造幸福生活”的质量文化理念，在产品研发与市场营销、团队操作与导游服务的每个环节，坚持安全第一、质量先行、践行承诺；

二是面向供应商，与地接社供应商签订《地接服务承诺函》，压实地接社供应商的诚信责任，并将其文明服务情况纳入合格供应商的年度考核指标；

三是面向广大旅游者，真诚郑重地做出以“诚信待客、五心服务”为核心理念的文明服务承诺，并将文明服务承诺细化分解落实到销售岗、导游岗、驾驶员岗和计调岗四大岗位，将提供文明旅游服务的绩效纳入员工年度考核，并按照《广之旅文明服务承诺制度》和《员工手册》的相关规定实施奖惩；

四是面向社会，认真执行文旅部门的旅行社质量保证金制度，保证让旅游者放心出行，同时坚持遵章守法、明码标价、童叟无欺的经营风格，让旅游者“明明白白消费，开开心心旅游”。



二、主要成效

广之旅践行“文明服务承诺制”，打造以“四维三化五心”为核心的质量管理模式，建立了行之有效的质量诚信管理机制，通过规范化、标准化运营稳定高品质服务，实现了“一切为了客人满意”的服务宗旨。

（一）经营业绩稳步增长

广之旅在优质供给、诚信经营的实践下，疫情前经营业绩逐年稳步提升，运营质量持续向好，连续 16 年实现营收和净利润的双增长。2015 年至 2019 年，广之旅营业收入从 2015 年的 45.9 亿元增长至 2019 年的 69.04 亿元，增幅达

50.4%, 利润总额从 2015 年的 7242 万元增长至 2019 年的 23825 万元, 增幅达 2.29 倍。

（二）行业地位不断提升

广之旅是全国地方旅行社第一个被国家工商总局认定的“中国驰名商标”，2005 年获得中国旅游业质量管理最高荣誉“中国用户满意鼎”，首家获得广东省政府设立的最高质量奖项“广东省政府质量奖”的服务业企业，全国唯一续享“全国旅游服务质量标杆单位”的旅行社企业，全国唯一荣获中国质量协会“全国优质服务”大奖的旅游企业，连续 12 年获得了广东省市场监管局授予的“守合同重信用企业”，并获得广东省质量发展促进会 AAA 级质量诚信评级证书等荣誉。

（三）以领先标准引领行业发展

通过建章立制有效保障旅游服务输出的标准及水平的稳定，针对旅游产品生产服务与管理的 11 个关键环节制定了 84 份成熟的质量管理制度，制度管理的成熟度获得了行业的认可，2020 年团体标准《卓越质量评价规范》

(T/GQDA00002-2019) 评价达三星级。在运用成熟的管理制度基础上，积极推动旅游服务国家及行业标准建设，主笔起草或主力参与编制了 8 份旅游业国家标准、行业标准、地方标准和团体标准，致力于规范旅游行业秩序，提升旅游服务质量。

（四）客户满意度持续提升

广之旅自 2005 年起委托第三方专业机构和聘请社会“质量监督员”对游客满意率进行调查，不定期对用户满意度、旅游产品各个环节要素进行满意率调查，全面获取游客满意率信息，确保游客满意率调查内容完整性和调查结果客观性与科学性，客观反映游客对公司产品和服务满意程度，近年顾客满意率测评结果广之旅一直位于旅行社首位。



案例六：质量为本——诚信兴商的核心密码

案例主体：广州市设计院集团有限公司

(2022 年)

广州市设计院集团有限公司成立于 1952 年，是国内首批甲级勘察设计单位。建院 70 年来，广州市设计院坚持质量立院、诚信兴院，运用国际先进质量管理标准和方法，着力质量创新和质量提升，落实全员、全方位、全过程质量管理，在质量管理体系升级版中融入信用等风险管理体系，建立和持续改进诚信服务机制，连续 4 年取得质量管理体系升级版 AAA 认证。



 广州市设计院集团有限公司
GUANGZHOU DESIGN INSTITUTE GROUP CO., LTD.
诚信绿色·智慧·高品质的建筑设计综合服务商

一、主要做法

(一) 坚持质量建设为企业诚信建设的核心

工程勘察设计是工程建设的龙头与灵魂，其质量水平对建设工程最终的质量、安全、功能和效益有着全面和长远的影响。作为勘察设计企业，广州市设计院始终把质量建设作为企业诚信建设的核心内容。

2018 年，经国家认监委批准，广州市设计院被确定为全国勘察设计行业质量管理体系升级认证 30 家试点单位之一，并于当年 12 月获得质量管理体系升级版最高等级 AAA 认证。质量管理体系升级理念与集团质量诚信承诺高度契合，广州市设计院通过推动质量管理体系升级，全面推动企业战略目标落地，深化、彰显卓越与诚信。

一是夯实质量管理核心能力。广州市设计院全面实施质量管理体系升级活动，统筹协调项目管理和职能管理，形成高层管总、职能主建、项目主战的格局，更好实现企业的战略目标。针对关乎设计质量基础的组织环境、领导作用、策划等 10 大过程，通过健全工作制度、完善运行机制、优化管理流程、明确岗位职责、严格监督检查等措施，持续加强管理的制度体系、组织体系、责任体系、执行体系、评价体系等建设，全面提升管理能力和水平。

二是对标国际先进标准和国内外一流企业全面提升管理。广州市设计院全面强化战略发展与各过程管理的相关性、管理体系的系统性以及精细化程度，全面梳理、完善和优化质量管理体系，将风险管理、知识管理、成本管理、信息化管理等深度导入质量管理体系，同时利用标杆对比，不断提升管理成熟度，提高管

理效率，提升产品和服务的价值。

三是促进企业自身、员工、业主、供应商等同创共享。广州市设计院以质量管理体系升级认证提供的依据和方法为抓手，着力打造人才队伍强、创新能力强、资源配置强、风险管控强的“四强”企业，建设经营业绩优、公司治理优、社会形象优、布局结构优的“四优”企业。并引领产业链共赢共享，引导全员、全方位、全过程、全产业链参与卓越质量管理，促进企业自身、员工、业主、供应商等各相关方从质量提升中受益。

（二）质量管理体系升级融入诚信管理模式



一是运用“PDCA”建立和改进诚信服务机制。

广州市设计院质量管理体系升级版除了有效确保对设计过程、产品质量、环境保护、职业健康及安全风险方面的管控，保证产品和服务质量的持续提升外，还融入信用等风险管理体系，以顾客满意为关注焦点，运用PDCA工作方法，建立和持续改进诚信服务机制。广州市设计院以“高质量、讲诚信”作为合作的共同价值纽带，形成了具有共同价值追求的高质量发展的顾客群体、供应商群体。同时，建立信用“黑名单”机制，淘汰合作过程中的失信顾客和合作方，为企业营造有利的诚信环境。建立高效的顾客服务机制，以完善的制度多维度提升顾客满意度，在服务过程中始终以质量为先、管理为重，强化契约精神，持续完善顾客管理、合同管理、项目管理、风控管理、分包管理、机构管理等，确保合规履约。



建院以来，广州市设计院设计创作了广州城市建设各个时期的主要重点项目，以“树百年工程”为遵循，建立了超长期的客户服务体系，如广州中山纪念堂项目，广州市设计院不但保留了各时期的设计档案，几代“市院人”更是接力提供70年的优质“售后服务”，赢得了良好的社会美誉度。

二是建立一体化卓越质量诚信管理体系。

广州市设计院将卓越质量诚信管理要求融入到质量管理体系升级版文件各

项规定中，在全院宣贯实施。

卓越质量诚信管理责任纳入到各部门、各岗位；质量信用调查、履约管理纳入绩效评价管理制度；合同管理纳入与产品有关要求的确立及评审控制程序文件和设计过程控制程序文件；履行社会责任要求纳入组织环境管理制度；质量诚信风险控制、失信行为责任追究纳入风险管理控制文件等。

其中，科技质量部负责牵头统筹和协调卓越质量诚信体系建设，协调相关部门分工协作开展卓越诚信管理，负责在制定、发布质量管理体系升级版文件中融入卓越质量诚信的目标和要求，建立卓越质量诚信承诺履行、评价、风险防控和持续改进机制。经营拓展部作为生产经营管理、协调内外部接口的主管部门，负责项目履约和服务、顾客投诉、政府和行业信用平台信息等管理和控制。

其他各部门按一体化管理体系的管理职责规定，分工协作开展卓越质量诚信管理工作。广州市设计院建立与产品有关要求的确立及评审控制程序、设计过程控制程序、项目分包控制程序、不合格品控制程序等一系列管控制度，通过产品实现过程的严格质量控制实现产品的卓越质量诚信管理和控制。通过对质量方针、目标的考核评审、设计评审、质量检查、顾客满意度调查、项目回访、顾客回访等持续改进卓越质量诚信管理。



二、主要成效

广州市设计院坚持以质量铸就品牌，凭借雄厚的技术力量、精益求精的工匠精神和良好的信誉沉淀出厚重品牌，影响力位居行业同类单位前列。

（一）诚信开创佳绩。

秉持“同创共享，诚信卓越”的核心价值观，广州市设计院以良好的质量信誉和口碑赢得了广大客户的支持信赖，近 5 年来企业实现了营收规模的快速增长，主业营收年平均增速 24%，其中老客户二次经营收入超过总收入的 40%。2016 年以来，蝉联广州公共资源交易中心“房屋建筑”工程中“勘察设计”交易排行榜前三，其中 2016 年、2017 年、2021 年位居榜首。依托 2 个省级研究中心和 1 个市级研发中心，在科技领域中获得一批科技奖项和专利，2019-2021 共获得部级以上科技奖 4 项，省级科技奖 34 项，市级科技奖 2 项，获得专利授权 56 件，编制各类标准共 28 项。



（二）诚信收获赞誉。

坚持质量为本，追求卓越，诚信兴商，构建卓越质量诚信体系，受到各方广泛赞誉，被授予全国优秀勘察设计企业、全国建筑设计行业首批诚信单位、当代中国建筑设计百家名院、全国勘察设计行业创新型优秀企业、广东省“守合同重信用”企业（连续 23 年）、广东省最佳诚信企业、广州市“百年·百品”等称号。

（三）诚信铸就精品。

在绿色低碳建筑、智慧建筑、岩土与地下工程技术、超高层建筑技术应用集成等领域形成了行业领先的核心技术竞争优势，构筑广州新中轴线知名建筑群，以天河体育中心为始，在新中轴线打造了 30 多座地标式建筑，如广州塔、珠江城、广州图书馆、太古汇、广州周大福金融中心、广州粤剧院等。构筑数字时代琶洲互联网集聚区知名建筑群，承接了唯品会全球总部大厦、阿里巴巴华南运营中心、小米互联网产业园、科大讯飞、TCL 大厦等 14 个项目。

（四）诚信体现担当。

2020 年新冠肺炎疫情爆发以来，按照广州市委市政府的部署要求，广州市设计院先后投入 550 多名专业设计骨干力量，秉持“安全、舒适、智慧、快速、适用、经济”的原则，高效高质量完成了广州市国际健康驿站、广州方舱医院、增城健康驿站等 12 个应急防疫项目、共计 1.8 万个床位的设计任务。

案例七：持续提升经营品质 矢志践行诚信理念

案例主体：华润万家生活超市（广州）有限公司

（2021年）

华润万家是华润集团旗下优秀零售连锁企业，业务覆盖中国内地及香港市场，创立于1984年。旗下拥有华润万家、苏果、Olé、blt等多个产品。

华润万家肩负着“引领消费升级 共创美好生活”的使命，将通过持续的优化与发展，致力于成为高效的全渠道零售商。

为深入贯彻落实习近平总书记关于“企业都要把守法诚信作为安身立命之本，依法经营”重要讲话精神，华润万家按照国家商务部等部门的工作要求，坚持诚信兴商，弘扬诚信文化，履行社会责任，引领行业高质量发展。

一、坚持诚信体系建设，规范管理制度

华润万家于1992年进驻广东，一直以来秉承央企社会责任，诚信兴商。长期以来，华润万家坚持把诚信体系建设作为企业的生存之道，发展之源，华润万家拥有健全诚信经商制度，坚持诚信标准，要求每一位新入职的员工上的第一课就是学习诚信制度，藉此规范企业诚信经营和员工行为。华润万家在持续经营发展过程中，根据企业发展的状况，精益求精，不断完善各项规章制度，执行《华润十戒》、《华润（集团）有限公司诚信体系建设工作指南》、《华润零售超市业态诚信文化宣导指引》和《华润万家业务伙伴行为守则》等多项诚信制度，主动在全部门店张贴公示、接受监督。

二、以诚信为价值导向，矢志践行诚信理念

华润万家以诚信为价值导向，认真落实各项诚信规章制度，建立了肉菜溯源体系，打造了放心肉菜超市，深化产销对接，推出了产品快检、质量安全督导员等多项措施，从源头上保证产品质量安全、价格合理。

（一）建立肉类蔬菜流通追溯体系。运用信息技术实现索证索票、购销台账的电子化，建立肉类蔬菜流通追溯体系，做到流通节点信息互联互通，从源头提升产品质量安全水平。

（二）遵守食品安全管理制度。严格管控食品安全，打造放心肉菜示范超市。华润万家积极推动国家食药局“放心肉菜超市”项目，按照国家食品药品监管总

局和省局的部署，积极参与创建质量可靠、风险可控、票据可查、源头可溯、数据可享、责任可追“放心肉菜示范超市”评选项目，响应与推动国家级“放心肉菜示范超市”。目前，有 20 家门店获评“放心肉菜示范超市”。

(三) 严格规范管理。按照 ISO 认证体系执行各项标准，已获得职业健康安全管理体系认证证书、质量管理体系认证证书、环境管理体系认证证书、食品安全管理体系认证证书。



三、大力弘扬诚信文化，主动履行企业社会责任

华润万家秉承央企责任担当，持续成为社会公益事业的倡导者，积极参与民生保障社会公益事业活动。

1、将诚信兴商作为企业文化的核心价值，大力弘扬诚信文化。

华润万家将诚信兴商作为企业文化的核心价值，积极参加广州市组织的诚信兴商活动，厚植诚信文化功能。率先完成“三百工程”，即在全国建立了 100 家环保节能示范店、100 家食品安全示范店和 100 家农超对接基地。

国务院国资委

华润万家星星守望计划

2、帮助心智障碍群体，助力社会融合

持续优化学雷锋志愿服务，华润万家推出“星星守望计划”公益活动，帮助自闭症家庭 300 多户，该活动被中央宣传部等 14 个部门评选为 2019 年度学雷锋志愿服务“四个 100”先进典型最佳志愿服务项目。



2019年度宣传推选学雷锋志愿服务“四个100” 先进典型暨百名疫情防控最美志愿者 名单公示

主办单位

中共中央宣传部 中央文明办 全国总工会 共青团中央 全国妇联 中国文联 中国科协 中国残联
民政部 生态环境部 农业农村部 文化和旅游部 国务院国资委 国务院扶贫办 中国红十字会总会
人民日报 中央广播电视总台 光明日报

华润万家一直做社会公益事业的倡导者，积极参与民生保障、品质改善、环保节能等社会公益事业。致力消费扶贫，立足自身优势，撬动各方力量，推出了以消费帮扶为切入点的“乡村振兴工作”，以产销对接、基地插牌、设立百强好产品专柜为抓手，协助完善脱贫地区农副产品的销售渠道，为产出农产品提供稳定的销售渠道，真正做实、做细消费帮扶，促进脱贫攻坚效益转化、成果巩固、群众增收，充分激发脱贫地区群众的内生动力，取得了丰硕的乡村振兴成果。目前，共有来自贵州、甘肃、青海、陕西等 16 个省份的 130 余个扶贫单品通过华润万家门店销往全国各地。2022 年年初，广东出现新冠疫情期间，华润万家主动担当作为，全力以赴保障市民的生活。为保障“菜篮子”市场整体供应充足、价格稳定，华润万家将重点民生商品供应量按平日 5-10 倍准备。虽然民生商品成本有所增加，但华润万家坚持不涨价，每日对门店所有商品价格实施统一管控，严格执行价格监测，确保民生商品价格平稳。

不忘初心，牢记使命，华润万家谨记央企使命，践行诚信经营，弘扬诚信文化，构建诚实守信营商环境，打造标杆诚信企业；持续践行企业责任，发挥带头作用，在保供应、稳价格，加强食品安全管理，推进肉菜溯源，助力乡村振兴等方面，将不断提升经营品质，争做诚实守信经营好样板。



广东省诚信兴商典型案例（广州入选）

案例一：扛起民生责任 夯实诚信根基

案例主体：广东省盐业集团广州有限公司

广东省盐业集团广州有限公司作为民生国企，始终深入贯彻落实习近平总书记关于“企业都要把守法诚信作为安身立命之本”的讲话精神，秉持“有盐同咸、无盐同淡”的初心使命，践行“领航食盐品质，呵护群众健康”的诚信经营理念，以品质为基石，以创新为驱动，以服务为支撑，以保障为牵引，全力打造企业诚信品牌，成为群众餐桌上的好口碑、健康之路上的好伙伴。



广州盐业是广州市唯一兼有国家食盐定点生产企业资质和 AAA 级食盐批发企业资质的企业，是全国盐业系统首家通过 ISO 质量管理体系认证的企业。广州盐业产品出厂合格率始终保持在 100%， “粤盐” 食盐产品、泛盐产品和调味料系列等产品充分满足了消费者差异化需求。近年来，广州盐业以其出色的产品质量、良好的诚信声誉，连续获评广东国资先进基层党组织、广东省创新型中小企业、广东省专精特新中小企业、广州市诚信中小企业等殊荣。



一、以品质为基石，坚决守牢质量底线

广州盐业坚持守护群众“舌尖上的安全”理念，严格执行各项质量安全管控规范，全方位、全过程保障产品质量安全稳定。

严格落实质量管理要求。建设 CNAS 资质实验室、博士工作站，采购一流的实验室检测设备，打造形成一套完整的产品质量生命线。

首创食盐产品电子追溯。采用二维码、互联网、云计算等技术建成的追溯系统，自产每包食盐外包装上均印制唯一二维码，开创“质检报告用户自取”新模式。

实现生产全过程自动化。全面建成 5 条自动化生产线、19 台自动化包装机，拥有全国盐业首条 GMP 标准生产线，从投料到成品入库，实现全过程自动化。

二、以服务为支撑，深耕厚植诚信理念

强化诚信配送。深耕直配直送、渠道开拓。建立自有物流团队，单次配送总吨位约 220

吨，落实配送终端全覆盖。

深耕终端市场。积极挖掘省内外渠道资源，现有终端客户共计 3 万余个，省外销售渠道覆盖湖南、广西、海南等地。持续推进品牌宣传工作，在广州市各大市场投放户外广告及门头店招，每年在终端市场投入 2000 余个“粤盐”陈列货架及陈列箱，打通终端销售最后一米。

注重宣传服务。深入开展“我为群众办实事”实践活动，每年组织开展数千余场公益、品牌宣传活动；联合政府、学校、企事业等单位，围绕“315 消费者权益日”“515 碘缺乏病日”“915 减盐周”等主题，开展系列公益宣传活动；利用新媒体渠道创新宣传内容及形式，制作的短视频浏览量累计突破 1000 万。

三、以创新为驱动，倾力锻造诚信企业品牌

擦亮“粤盐”国企品牌。坚持信誉第一，深挖品牌价值，丰富品牌内涵，为更好地满足消费者多样化的盐产品使用需求，先后开发推出低钠盐、竹盐、漱口盐、水果盐、观赏鱼专用盐等，实现产品从“单一、扁平”向“多元、立体”的转变。

推动产学研融合发展。与多所院校及研究单位开展研究合作，目前拥有有效专利及软件著作权 39 项，研发各类食盐单品 70 余个，创新成果“多点开花”。

运用科技赋能提质。与华南理工大学合作研发碘含量自动检测设备，实现加碘自动控制。

四、以保障为牵引，真心争做诚信榜样

广州盐业始终立足“小产品、大民生、重责任”行业特色，勇担国企民生社会责任，守护好人民群众的“盐罐子”。

落实食盐储备任务。积极承担省、市、企三级食盐储备任务，各类盐产品在库库存全年均在 18000 吨以上，能够保障广州市人民群众 120 天的食盐需求。

确保源头供应保质保量。与全国各地 10 余家上游厂家达成合作关系，进行井矿盐、海盐、湖盐、工业用盐、食品加工用盐等多个品类的原材料采购，从源头保证原材料的供应质量。

健全常态保供稳价机制。日均供应小包装食盐约 125 吨，切实保障食盐供应与安全。

2003 年非典疫情、2008 年南方雪灾、2011 年日本福岛核泄漏和近三年的新冠疫情的食盐应急保供中，提前布局、积极应对，实现食盐供应数量不减、价格不涨，有力保障了市民安全用盐。

广州盐业将时刻牢记“诚信兴商”，继续筑牢诚信根基，扛起民生责任，用实实在在的成效体现国企担当、国企作为。



案例二：“内外兼修”造就诚信文娱企业

案例主体：三七文娱（广州）网络科技有限公司

一、企业基本情况

三七互娱创立于 2011 年，总部设于广州，公司一直致力成为诚信经营、公平透明的企业模范，公司多年来深受广大消费者用户群体及合作伙伴、投资者的好评与信赖。



二、企业诚信案例主要经验做法

（一）内修诚信理念，从制度到业务筑牢诚信准则

党的二十大报告中指出要“弘扬诚信文化，健全诚信建设长效机制”，三七互娱在经营业务上，始终坚持构造健康、绿色的产品生态环境，拒绝暴力消费，保护知识产权。

1. **坚持党建引领。**企业诚信文化是企业发展的核心和灵魂，公司一直坚持“党建引领诚信建设”理念，为经营企业注入诚信内核，2013 年成立党支部，2018 年正式成立党委。三七互娱党委的 7 名委员中，5 人是董事、监事等集团高管，占比超 70%。

2. **打造“三道防线”。**公司内控审计部联同法务部门一同建立起内控、内审、监察于一体的反舞弊机制，一是把弘扬诚信文化作为企业文化转化为员工共同价值理念。二是实施全面内控制度，严格执行企业内部审计，在如采购、销售等舞弊高发环节提示风险，严格监控，杜绝舞弊机会。三是实施举报奖惩，三七互娱通过对内外举报的举措，与公司员工、供应商、客户共筑“第三道防线”，不断丰富投诉渠道、建立举报保密与保护机制，实施举报“一单一结”的奖励方案。

3. **维护诚信秩序。**公司法务维权中心与各大渠道平台搭建了运作良好的投诉途径及下架程序，对侵权行为如制作、销售外挂、恶意非法获取计算机信息系统数据等予以坚决打击，积极响应国家版权局、国家互联网信息办公室、工业和信息化部、公安部四部门联合启动打击网络侵权盗版“剑网 2020”专项行动，积极参与中国版权协会网络游戏版权工作委员会相关工作。

（二）外修诚信实践，从服务到责任叫响知行合一

1. **建立客户满意标准。**一方面，平台客户服务标准化。公司客服部年均总服务 450 万用户，提供 24 小时全天候服务咨询通道，用户服务咨询接起率达成均在 97%以上。公司制定

了《用户投诉管理制度》《用户隐私政策》等保障用户的规章制度，并成立了相关领导小组，客户满意度一直稳定保持在 85%以上。近 7 年来，关于大客户服务共 35 款产品项目，共计覆盖服务大客户 188000 人次，输出用户声音调研报告超过 3000 份，获得用户好评/表扬总计 500 余次。2021 年全年精细化服务用户个数共计 80000 余人。

2. 引领行业诚信之风。公司在 2015 年加入我国首个由企业发起成立的、以反舞弊为目标的民间非营利性合作组织——中国企业反舞弊联盟；2017 年加入我国互联网企业首个反腐行业自治组织——阳光诚信联盟，共创人人廉洁、诚信从业的正能量循环。

3. 积极承担社会责任。从 2017 年开始至今，三七互娱连续五年向社会公开发布企业社会责任报告，公开社会捐赠、人力资本发展等议题的关键数据，2021 年，发布《关于对科技创新、乡村振兴、乡村帮扶、产学研培养、功能游戏开发、员工发展计划等六大方向投入的框架方案公告》，计划在 2025 年之前，持续投入 5 亿元人民币，助力实现共同富裕。



（三）诚信铸就认可，从守信到成长结成丰硕成果

1. 以诚信促发展。秉着诚信经营定能带来商业成效的信念，公司全体通过多年的努力，规模不断壮大，经营收入不断攀升，2017 年投入 8.97 亿在国际金融城片区购置物业建设华南总部，2020 年拍下琶洲核心片区 AH040124 地块，将在 2024 年前投入 23.58 亿元建成三七互娱全球总部。该建设项目在 2021 年入选广东省重点建设项目，2022 年，三七互娱实现营收达 164.04 亿，同比增长 1.17%。。

2. 以守信获认可。多年来，三七互娱秉持诚信经营，令公司取得了社会各界的信任与认可。2016 年，获评“中国 AAA 级信用企业”，2018 年，“中国互联网 20 年大国品牌 1000 强”。2020 年，获“广东省文明单位”称号，为全省唯一入选互联网企业。2021 年，胡润研究院发布《2021 胡润中国民营企业可持续发展百强榜》，列出了 100 家最符合联合国 17 个可持续发展目标的中国民营企业，三七互娱排名第九。2021 年，获国际权威指数公司 MSCI（明晟）ESG（环境、社会和公司治理）评级提升至 A 级，是中国互联网传媒行业首家达到 A 评级的上市公司。2022 年，获得 SGS 颁发的国际标准 ISO/IEC 27001 信息安全管理体系认证。

案例三：以诚兴商树品牌 与时俱进谋发展

案例主体：广州新华书店集团传媒连锁有限公司

一、擦亮金字招牌，赋能品牌价值

用“信”示范经营。公司用诚信经营提振消费信心，坚持以有质量的名、特、优、新商品进店，确保供应商严格执行“三包”。秉承“守合同、重信用”的原则，得到了上、下游客户的信任和支持，树立了良好的商业信誉，

打造放心消费。公司连续三年（2018-2020）获评广东省“守合同重信用”企业，多次被评为新华书店系统“先进单位”、获得“广州市放心消费共建单位”“老字号放心消费店”等多项荣誉。积极培育和践行社会主义核心价值观，推动乡村文化振兴，促进文明城市创建工作作出应有贡献。

铸造诚信品牌。发挥文化优势，将书店嵌入旅游文化服务中心、中小学校园、社区商场等公共生活场景中，合作共建打造新型文化空间，并推出拳头服务项目——书房定制服务。以及高度重视自身纳税信用建设，每年都获得了“纳税信用等级A级企业”称号。

升级文化体验。在“融合发展”上下功夫，致力于探索跨界融合，以“文化+”概念的形式，通过新业态谋求新发展实现“1+N”“文化+”的新型服务业态。

二、坚持与时俱进，全面提质增效

严格把控图书质量。坚持“为人民服务，为社会主义服务”的经营方向，严格遵守出版法规，严把进货关，严格内部管理，严格把控采购渠道，同时公司一直积极配合文化市场监管部门打击盗版图书发行。

坚决落实政治任务。坚持以保障教育教学政治责任，始终按时完成“课前到书，人手一册”的工作目标。积极主动开展重点政治读物征订服务，在门店设立专台进行主题展示，通过自媒体等新媒体平台进行政治图书推荐。

勇于创新推动发展。大力推广5G智能技术，采用物联网、人工智能、大数据等技术进行全自动商品销售。2022年北京路书店新时代文明实践站挂牌成立，并设立市级非遗工作站，儿童书店成功申报首批



广州市家风家教实践基地，以北京路书店为基点，联动周边书店建成群站，打造广州市新时代文明实践建设的示范标杆。

三、引领诚信建设，载誉稳健前行

助推文化强国建设。2021年，为配合北京路步行街改造提升工程，公司创新提出“书店群”概念，通过对北京路上6家新华书店的设计、功能、业态等进行全方位升级改造，打造别具一格的城市书店群落特色。如今北京路书店焕新回归，凭借独特的设计理念和崭新的面貌，以及浓厚的书香氛围，接连拿下国际及国内权威设计大奖。

畅通维权渠道。一是制定了投诉处理管理暂行办法。二是快速响应，同时及时告知读者进度。三是真诚解决，用真诚帮助客户寻找解决办法。

弘扬诚信文化。主动配合参与“国家综合信用信息服务平台”“信用广州”等信用信息平台的信息接入公开工作。坚持把好“入口关”，对新员工进行入职前信用审查、岗前诚信教育培训。积极践行企业社会责任，树牢依法诚信经营的国企良好形象。



四、践行社会责任，彰显文化担当

筑牢意识形态安全防线。认真落实意识形态工作责任制、网络意识形态和网络安全工作责任制，定期召开意识形态工作专题会议，及意识形态网络安全应急演练，维护意识形态安全。

构建全民阅读阵地。积极履行国有文化企业的使命与担当，每年坚持举办近百余场文化活动，如开展羊城书展、参加华南国际口腔展、不定期举办精品展览、举办“大咖广州读者见面会”等活动。每月精心策划营销活动主题，创新策划上线的场景DIY类H5《别动！这是我的阅读空间》在2021~2022书业社店营销年度推展活动中获得了“营销金案”奖项。

未来，公司将持续发挥诚信示范引领作用，提高行业诚信经营水平，让广大消费者在诚信经营、安全放心的消费环境中增强幸福感、获得感、安全感，为推动行业高质量发展作出新的贡献。

案例四：不卖隔夜肉 让每一餐都新鲜

案例主体：广州市钱大妈农产品有限公司

一、基本情况介绍

钱大妈作为社区生鲜模式的开拓者，首创“不卖隔夜肉”理念，以品质、标准、时间的生鲜概念，通过社区邻里的温情纽带，贯彻了一直以来对于“让每一餐都新鲜”的不懈追求。

从消费者、加盟商、供应商与社会大众到公司内部每个员工，钱大妈一直坚持诚信守法经营，打造诚信示范标杆，既是对企业的基本要求，也是企业应当秉承的责任担当。



二、“让每一餐都新鲜”的做法

（一）“日清”模式

钱大妈采用日清模式，坚持不隔夜、不囤货，每天晚上7点开始进行打折，每隔半小时降一折。

（二）智能化的高科技系统

为了信守“不卖隔夜肉”承诺，钱大妈积极推进企业信息化系统建设，组建ERP、电商、大数据等技术研发团队，致力于打造数字化、智能化的商业体系，以技术驱动企业和业务发展。

（三）产地直供，高效配送

整合产地农户、合作社两种资源，加速各类食材提前上市。同时，借助本地化供应链，从到货、检测、配送全链条严格管控，完全达标后才输送至门店。

（四）严守产品品质四道关

钱大妈在全国共建有25个快检实验室，日均检测量1500余次。同时与权威第三方机构高效合作，不断提升产品品质检测水平。

三、成效反馈

钱大妈先后获得了广东省食品安全诚信企业、广东省守合同重信用企业、诚信示范经营认证企业等荣誉称号。此外，在“日清”模式下还获得以下具体成效反馈。

（一）构建全链路品质管理体系，从源头保障食品安全

钱大妈严守产品品质四道关原则，构建了完善、精细的全链路品质管理体系，从源头解决食品安全的痛点，实现前置管控，提升供应链的运转效率，得到了大众好评。

（二）在全国区域门店开展“你送我检”食品免费检测活动

2022 年，钱大妈全国门店联合第三方检测机构多次开展“你送我检”食品免费检测活动，在活动现场免费为市民提供水果、蔬菜、肉类、水产品等食材的现场快检。通过“你送我检”活动，钱大妈让消费者真正参与了食品抽检的全过程，发挥了社会公众在食品安全监管中的监督作用。

（三）深圳地区门店上新圳品，提升品质安全保障

在深圳市市场监管局的指导和支持下，钱大妈引入高标准圳品食材，在高标准、高品质的产品基准上再次拔高，更大地提升钱大妈品质安全保障能力，提升消费者整体的食品质量。

四、影响力及可推广性

钱大妈立足华南，布局全国，放眼世界，以实现“全球卖菜”为目标不断深化品牌外延与内涵，凭借多年的诚信运营和高速发展，已在全国 30 多座城市拥有超 3000 家门店，服务超 1000 万户家庭以及超 2000 万优质会员，是社区生鲜行业的领军品牌和头部企业。



五、诚信体系建设特别案例

（一）广州地区门店积极落地门店诚信计量

广州钱大妈门店积极落地《钱大妈门店诚信计量承诺书》，并自觉接受社会各界监督；如有关于计量的投诉，消费者可通过钱大妈在线、热线平台，及时与钱大妈总部进行沟通处理，以快速保障消费者权益。

（二）深圳地区门店执行“无理由退货规则”

钱大妈在深圳等地区门店制定并执行了“无理由退货规则”，并通过收银台显示屏展示给消费者。钱大妈通过履行保护消费者权益第一责任，提供便捷售后服务，高效处理消费纠纷，同时给消费者提供优质专业服务，营造良好消费体验。

案例五：真品质 严把控 有担当

案例主体：广州金叶连锁有限公司

广州金叶连锁有限公司成立于 2004 年，是广东烟草广州市有限公司的全资子公司，现为广州市诚信中小企业单位、广州酒类行业协会常务副会长单位、广东省酒类行业协会理事单位，关联公司为广州市二十支商业连锁有限公司。公司拥有“广州金叶”“20 支”连锁品牌经营权，市内品牌门店接近 300 家。

诚信是社会主义核心价值观的重要范畴，党的二十大报告也明确指出：“弘扬诚信文化，健全诚信建设长效机制。”长期以来，公司切实发挥国有企业示范引领作用，践行“真品质、星服务”理念，在业内建立起诚信经营、质量可靠、服务贴心的品牌形象，收获了一大批忠诚客户。



一、以制度建设为抓手，自觉规范经营行为

公司重视建章立制工作，从制度层面进一步规范经营行为，以制度建设夯实诚信之基。公司制定《非卷烟类商品采购管理办法》《非卷烟类商品供应商管理办法》《销售管理制度》《直营店管理制度》《加盟店经营管理制度》等规章制度，以制度之框强化规范经营行为，加强内部监管力度。

特别是在商品质量把控方面，公司以制度严密采购程序、规范采购行为，确保货源品质有保障。目前，公司与三大洋酒、习酒、国窖 1573、泸州老窖等知名厂家深度合作，成为五粮液、剑南春、厚工坊等品牌经销商，商品采购渠道可靠、稳定、有保障，100%正品承诺。同时，公司拥有自有物流配送团队，商品出库及配送流程严格规范、全程监控，切实保障出库商品质量。

二、适应新发展趋势，发挥数字技术优势

党的二十大报告提出，要加快发展数字经济，促进数字经济和实体经济深度融合。近年来，公司不断适应消费需求的变化和增长，加快数字化转型步伐，运用数字技术为诚信兴商提供新路径。

近两年，公司加大对线上线下的有机融合。除加强与美团、京东到家等平台的外部合作

外，公司自主搭建 20buy 竞价平台等渠道。通过自建严控的方式，切实加强对平台供应商、平台商品质量的把控，严格规范平台交易行为，营造良好的网络交易环境。

同时，公司引入商品防伪溯源系统，推出商品防伪溯源查询服务，依托数字技术实现防伪认证及商品溯源功能。消费者可在公司微信公众号的“防伪查询”界面扫码查看特定商品信息、辨别商品真伪，让广大消费者买得更放心、更安心。

三、坚持党建引领，营造良好的企业文化氛围

公司党支部——20 支金叶党支部始终坚持党的领导，重视党支部建设，打造“惟实励新”党建品牌，充分发挥党建引领作用，找准党建与诚信文化宣传的结合点。

公司设有监察专员、门店督导专员、巡店员等岗位，与全体员工签订《员工行为规范协议》，坚持开展月度巡查、季度考评、考核惩戒等监管工作，定期进行规范经营培训及廉洁教育，增强员工依法诚信经营意识。

近年来，公司连续多次被评为“纳税信用 A 级纳税人”，曾获“湾区优秀酒商”“发展经济、奉献社会”“抗击新冠疫情、推动复工复产——先进集体”等称号。

四、牢记社会责任，发挥国企模范带头作用

积极发挥“保供应、稳价格”作用，在疫情期间制定《关于疫情期间门店卷烟销售的应急预案》，维护好市场价格秩序。同时，积极响应抗疫物资订单需求。在 2022 年 11 月疫情严峻时刻，公司协助广东狮子会做好对海珠区防控区域的抗疫物资采购与捐赠工作。在遵守防疫要求前提下采用“集中收货+点对点配送”的方式将物资按时送至当时疫情最严重的康乐村，全力保障物资供应。

公司多次主动开展企业物资捐赠、加盟商纾困减负、免费门头改造等工作。近年来，公司积极响应乡村振兴发展战略。推动品牌下沉乡村市场，发展农网冠名加盟店。同时，专设农特产品货架、引入农产品供应商、开展助农直播活动，积极助力农产品上行。

今后，公司将持续夯实诚信经营根基，以诚信经营促进公司高质量发展，以实际行动为优化营商环境贡献国企力量。



案例六：铸就中国绿色酒店民族品牌

案例主体：白天鹅宾馆有限公司

作为中国首批三家五星级酒店之一的白天鹅宾馆，1983 年正式开业，是国内第一家由中国人自行设计、自行施工、自行管理的大型现代化酒店，是中国第一家允许平民百姓入内自由参观的酒店，是中国第一家世界一流酒店组织成员，也是集科技、艺术、环保于一身的绿色酒店，被评为“全国百优五十佳星级饭店评比榜首”，被授予“中国服务满意十佳诚信单位”“中国优秀诚信企业”“广东省诚信示范企业”“广东省培育和践行社会主义核心价值观企业示范点”，连续二十八年被授予“守合同重信用”企业称号。



一、夯实诚信制度体系

白天鹅宾馆始终坚持“宾客至上，服务第一”的诚信经商宗旨，“以顾客为关注焦点”的诚信管理原则，以及“真诚、朴实、亲切、热情”的服务风格，制订了《员工手册》《白天鹅宾馆管理实务》《员工运营手册》，组建了一整套独具特色的诚信信用体系，形成了全方位标准化诚信服务管理模式，使消费者权益得到有效保障。

二、践行诚信最美精神

白天鹅宾馆一直将诚信经营的思想，贯彻到日常服务的每个细节当中。无论是国家元首级客人下榻宾馆，还是普通百姓到馆作客，都一律以“白天鹅人”真诚的态度打动宾客之心，让宾客高兴来，惊喜住，满意归。

宾馆关系组员工每天都在耐心听取客人的意见和建议，并认真仔细地进行核查处理，总会给客人一个满意的答复，不让客人带走一丝遗憾。宾馆常年有来自天南地北的客人入住，员工时不时会拾获客人遗留的手机、证件、现金等贵重物品，宾馆都会第一时间联系客人，将物品送还或寄回给客人。有在宾馆订了房的客人因乘坐的航班晚点，即使到凌晨 4 点，宾馆员工还是会坚持在机场守候，直到将客人接回酒店休息。

餐饮部为保证菜点的质量，不但绝不短斤缺两，更是始终选用最好品牌、最上乘的原材料。宾馆的经典产品白天鹅月饼，面粉是向厂家专门订制的，对蛋白质的含量有专门要求；咸蛋是用海鸥岛自由散养、吃江中贝壳的鸭子产的蛋腌制而成，牛油是用世界上最好的新西兰安可牛油。特别值得一提的是 2000 年中秋，宾馆月饼盒子曾因制作厂家赶工期，粘合剂未挥发干净，让装入的月饼也带上了粘合剂的轻微气味。为不影响白天鹅声誉，宾馆管理层一声令下：全部销毁！而当时已经入盒的月饼数量超过了 17 万只！白天鹅宾馆连续六年荣膺“黑珍珠三钻”“米其林一星餐厅”称号的玉堂春暖餐厅售卖的葵花鸡，是“白天鹅”经典名菜之一，鸡是用新鲜的葵花盘、叶、杆等炮制而成的饲料喂养，甚至饮用的也是用葵花杆榨成的汁，制成的菜式很受食客欢迎。但前两年鸡的品质出现了浮动，无法保证菜式的稳定水平，宾馆领导忍痛割爱，即使面对营收的损失，也断然停止了葵花鸡的出售。直到今年鸡的品质得到了提升，并保持稳定，才重新开始售卖。



三、担当诚信社会责任

白天鹅宾馆正 2012-2015 年完成的全面更新改造项目，花费了大量精力和财力，把自身淬炼成极大提升客人服务体验的绿色酒店的典范，先后获中国绿色建筑二星标识、国家发改委颁发的“二十国集团（G20）第二批国际最佳节能技术和最佳实践奖”、住建部颁发的“全国绿色建筑创新奖”。

对待客人，白天鹅宾馆诚信第一，童叟无欺。对待员工，白天鹅宾馆也同样充满诚信，将员工视同为家人，充满亲切关爱之情。即使在非典、3 年全面更新改造期间，以及 3 年新冠肺炎疫情期间，白天鹅宾馆也从未推迟发放员工工资，更没有辞退一名员工。

桃李不言，下自成蹊。白天鹅宾馆的诚信经营，犹如润物细无声的小雨，无处不在地贯穿她的生产经营和服务销售当中，散发着温润、弥久的辉泽。也正因为白天鹅宾馆对顾客诚信，对员工守信，才成就了我国最知名的酒店业民族品牌，赢得了无数的回头客。

案例七：打造“绿色 文明 诚信”水产市场

案例主体：广州黄沙水产交易市场有限公司

广州黄沙水产交易市场有限公司（下称“黄沙市场”）始建于1994年，是全资国有企业，全国三大鲜活水产批发市场、国家农业产业化龙头企业、农业农村部定点市场、广州市最大的“菜篮子”水产品批发市场，国家水产品价格采集定点单位，有“全国水产品价格风向标”的美誉。

一直以来，黄沙市场以创建绿色、优质、文明、诚信水产市场为宗旨，深入贯彻落实《计量发展规划（2021-2035年）》有关要求，积极发挥诚信计量体系建设中的主体作用，营造诚实守信、安全放心的营商环境，打造广州市诚信计量放心品牌。



一、以体系建设为抓手，夯实诚信计量基础

发布市场诚信计量团体标准，创新载体增强“渗透力”。2020年，黄沙市场在广东省、广州市、荔湾区三级市场监管局的指导，广州市荔湾区黄沙地区水产商会的牵头下，以国企担当、保障民生为初心使命，合编并发布了全国首个《水产市场诚信计量管理规范》团体标准，率先实现计量器具“五统一”、率先引入“先行赔付”制度、率先填补对活鱼、水发物计量负偏差标准的缺失、率先在市场内挂设失信警示标志，标准建立是推进诚信计量体系建设的重要力量，起到营造诚信经营市场环境，引导其他市场主体提升诚信计量管理水平和工作能力的作用。

建立健全诚信计量管理制度，强基固本增强“内动力”。在团标的基础上，黄沙市场结合水产交易市场经营实际情况，建立健全诚信计量管理制度，以加强计量监督管理为主题，以计量器具强制检定、定量包装商品检查、商户信用分类管理及商户失信严厉惩处为抓手，将诚信计量、公称管理、定量包装相关的12则诚信计量制度汇编成册，推进诚信计量体系建设规范化、制度化。

纵向打通三级自我承诺布局，上下联动增强“推动力”。为推动诚信计量管理制度走

深走实，对内，黄沙市场对计量相关人员开展宣贯和培训；对外，与场内所有经营户签订计量管理协议，同时打通“市场监管局-市场-经营户”三层承诺践行机制，层层签署诚信计量自我承诺书并向社会公示，接受社会监督。

二、落实市场管理责任，实现“诚信”常态长效

抓衡器检定，拧紧“总开关”。黄沙市场建立衡器检定室和维修室，率先推出全国唯一样式的出厂铅封电子秤，实现了结构检查、强制检定、加装铅封、维修服务等全过程闭环管理。在取得全市首张集贸市场专项计量授权资质以后，黄沙市场按照国标落实市场管理方责任，实现黄沙市场在用电子台秤 100%强检。截至目前，共强检 3085 台次，合格率 100%。

抓诚信经营，常打“预防针”。黄沙市场坚持每日中、晚两班巡查机制，由管理人员对衡器、计量单位、定量包装商品等进行现场巡视，落实交易过程明码标价、用秤和用袋合格合规。市场配备经专业专职的计量管理员，对计量器具和定量包装商品巡回检查。市场设有公平秤、消费维权温馨提示，464 个摄像头对消费场景实时监控，持续保持有效计量消费零投诉。截至目前，共复秤总 22327 次，合格率 100%。



三、建立“黄沙模式”体系，打造诚信企业形象

当好诚信计量宣传的“主攻手”。黄沙市场不断加强推进诚信计量体系建设的宣传力度，充分运用 LED、宣传栏、海报以及横幅等宣传载体，多面立体式广泛传播诚信计量法规制度、预防计量作弊、消费维权举报投诉等计量知识，压紧压实诚信计量自我管理、自我监督责任。每年消费者权益保护日，设立咨询服务点，党员带头开展惠民宣传。

扛起“黄沙水产”品牌信用建设的“千钧担”。黄沙市场举办“信得过商户”评选活动，10 个经营户被授予牌匾，激发其他经营户“比学赶超”、共同打造文明诚信市场的热情。广东省监督管理局组织全省 7 个市局、各区县计量科及技术机构共 120 余人到黄沙市场现场指导观摩，体验“黄沙模式”。黄沙水产市场诚信计量建设在人民日报、广州日报、广东电视台、广州电视台、学习强国等 20 多家媒体宣传报道，在社会面上广泛流传，反响热烈。

案例八：打好发展组合拳 推动文旅新诚信

案例主体：广州琶醍投资管理有限公司

诚信兴商离不开各方努力，只有形成合力才能打好“经营组合拳”。在文旅复苏促消费背景下，企业因地制宜、适时地引导推动和促进市场主体的自发性诚信经营，方能交出一份亮眼的“文旅复苏成绩单”。



一、减免租金，助企纾困。疫情期间，企业闻令而动，于 2020 年度，减免 2、3 月整月租金，另 4 至 5 月各减免园区商户半个月租金，共 3 个月；2021 年度减免 5 月 21 日至 6 月 20 日租金，共 1 个月；2022 年减免 6 个月租金；三年累计减免租金约 4600 万元。一系列减免租金政策的落实，进一步帮助园区商户纾困解难、提振信心，践行企业责任。

二、建立多维度诚信管理体系，构筑诚信兴商生命线。公司共制定了 72 项管理制度，实现流程标准化；通过实施绩效考核，将考核结果与员工薪酬待遇挂钩，提升员工综合能力，打造一支过硬的员工队伍。公司紧紧围绕“增量提质”这一主旋律，统筹推进稳增长，持续推进体系化建设工作，推动全员在服务全流程中秉持“一切为了游客满意”的服务宗旨。管理模式全面提升了企业质量软实力，驱动诚信服务升级，推动游客满意度逐年攀升。2022 年度获得了“广州市诚信中小企业”的荣誉称号，多次荣获广东省守合同重信用企业；也因优异的营商环境、内贸消费枢纽建设优化升级的典型性和先进性荣获 2023 粤港澳大湾区营商环境创新实践评选“年度最佳产业园”等称号。

三、搭建诚信应用新场景，提升诚信兴商标准线。企业以“四架马车”打造诚信场景，为园区诚信兴商保驾护航。

一是打造安全生产场景。公司打造了全面系统的安全生产、防火、防汛、环保工作体系，

通过工程部与第三方专业物业公司进行联动，对园区实现全覆盖不间断全年动态排查，对重点部位和重点场所开展针对性整治。珠江琶醍园区开园以来，从未发生任何重大安全生产事故，优异的园区安全管理水平也为诚信兴商夯实了良好的基础；

二是打造物业管理增值服务场景。通过提供高质量的专业精细化服务，不仅满足了园区商户与游客的基本需求，更是对商户群体和游客群体进行画像，根据商户与游客的不同需求细化不同的服务方式，提升园区软实力，打造品牌美誉度；

三是打造高标准的供应链场景。公司持续推进企业采购招投标标准化，打造高标准、严筛选的企业供应链体系，也降低了物资供应风险，确保园区运营物资材料质量有保障，进而杜绝因产品质量导致的安全生产风险，打造“高质量发展的旅游休闲街区”，最终促进诚信兴商场景的打造；

四是建立企业文化场景。公司通过搭建“琶醍学社学习平台”，规范了员工培训体系，通过游学活动和开设大讲堂开展各项业务提升的头脑风暴；另一方面，与时俱进因地制宜对老旧制度进行修订、新增及废止。制度文化使员工行为制度化、规范化，实现有序经营，有序管理；通过例会分享宣讲先进的人物、事迹，把诚信文化观念融入到管理过程中，变成员工的自觉意识。



诚信经营是琶醍直面消费行业痛点的必要考验，也是全方位促进旅游休闲街区高质量融合发展的必由之路。通过自发性诚信兴商的影响力和后劲，积极营造出了严守食品安全红线，落实守信践诺的浓厚氛围，更有效彰显了广州多元、包容的城市性格，深度融入到了文商旅深度融合的发展潮流中，为区域休闲商务功能配套贡献了美食力量，让羊城美食形象更丰富立体，不断引领文商旅实现高质量诚信发展，最终实现辐射琶洲，赋能广州的目标。



诚信兴商宣传月

CHENG XIN XING SHANG XUAN CHUAN YUE