

高鑫零售有限公司

二零一九年环境、社会及管治报告

关于报告

董事会声明

本集团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。

编制基础

本环境、社会及管治报告（「ESG 报告」）按照香港证券交易所《证券上市规则》之附录 27《环境、社会及管治报告指引》编制，报告期间为零一九年一月一日至二零一九年十二月三十一日，部分内容对以往的相关活动进行了简要的回顾。如中英文两个版本有任何抵触，应以中文版为准。

报告范围

本文为高鑫零售有限公司发布的《二零一九年 环境、社会及管治报告》，其中披露了高鑫零售在环境、社会和企业社会责任其它方面的所有相关信息。环保数据取自报告期十二个月内所有欧尚及大润发门店，以确保进行准确的年度数据比较。报告范围包括大润发和欧尚。

数据来源

本报告数据来源于高鑫零售有限公司及其附属公司的内部文件和相关统计资料。

目录

关于报告	1
首席执行官致辞	4
关于我们	5
1 环境、社会及管治概要	6
1.1 本集团 ESG 策略	6
1.2 本集团 ESG 管治结构	6
1.3 利益相关者的参与	6
1.4 重要性评估	6
2 环境保护	8
环境政策	8
2.1 减少排放，强化管理	8
废气管理	8
废弃物及废水管理	10
2.2 节约资源，循环利用	12
能源管理	12
水资源管理	15
包装材料的使用及管理	16
2.3 践行环保，责任先行	16
3 社会责任	17
3.1 雇佣	17
多样雇佣，平等用工	17
多措并举，员工关怀	18
3.2 健康与安全	19
职业安全，以人为本	19
配套落实，安全保障	20
3.3 发展及培训	20
持续学习，持续进步	20
线上线下，形式多样	21
3.4 劳工准则	21
就业自由，禁用童工	21
3.5 供应链管理	22
严格管理，持续可靠	22
可追可溯，安全放心	23

3.6 产品责任.....	23
食安为先，系统管理.....	23
周到服务，尽职尽责.....	25
3.7 反贪污.....	26
反腐倡廉，完善体制.....	26
3.8 社区投资.....	27
服务便民，活动惠民.....	27
热心公益，回报社会.....	28

首席执行官致辞



致列位股东，

衣食住行，是人类亘古不变的需求。高鑫零售作为国内领先的零售商，一家多元化、多渠道发展的企业集团，所提供的所有产品，不管其是属于哪种类型，都与广大群众的生活起居息息相关。行业的特点也应运而生了高鑫零售的重要使命：让人们吃得更好，生活得更好。我们矢志不渝的为这一使命而奋斗，没有最好、只有更好的警示也一直鞭策我们从不满足于现状。

站在二零二零年度回顾二零一九年，我内心颇为激动，在这个举国上下为抗击新型冠状病毒众志成城的特殊时期，我很感动地看到社会各界为抗击疫情所做出的巨大贡献，我也很骄傲地看到高鑫零售人为抗击疫情所做出的努力。在二零二零年疫情期间，利用我们自有的渠道等资源优势，各门店积极响应政府和社会各界的号召，踊跃以多样的形式提供必要的协助，例如：捐助民生必需品（牛奶、方便面、蔬菜水果巧克力等）、防疫用品（口罩、消毒液）、现金、医护人员的行李箱/背包/充电宝/数据线、纸板箱（用来处理医疗废弃物）；同时我们也在疫情严重的地区，参与到为疫区居民提供社区配送的行动中来。除了提供物资援助，在满足当地政策和防疫要求的前提下，高鑫零售对在疫情期间仍然坚持营业的门店严格消毒，并继续为广大的消费者提供安全、卫生的购物环境，以及充足、平价的物资储备，努力保障消费者的基本日常生活。现在，疫情的阴霾正在逐渐散去，等待着我们的美好的春天。

过去这一年，高鑫零售继续在实体店的数字化转型方面迈进，目前业务已经拓展至大润发品牌及欧尚品牌旗下的所有门店。透过业务，实现会员系统、支付、库存、营销、物流及供应链一体化，提高实体店的效率，同时可获得更清晰的顾客形象，为将来的个性化及精准营销建构坚实基础。此外，我们还通过功能重构、品类重构和心智重构来重塑大卖场的经营模式，为消费者提供更便捷、贴心的购物体验以及更专业、高性价比的产品。

独行或快，众行致远。作为一个现代与传统相结合的大型零售商，我们将继续坚决贯彻保护环境、节约资源的重要国策，同时铭记全社会的可持续发展是高鑫零售得以持续健康发展的源泉，因此本集团在自身发展的同时，也始终注重与合作伙伴、员工、以及全社会的共商共建，互利共赢，在可持续发展的道路上携手共进。

最后，值此报告发布之际，我谨代表高鑫零售全体成员对此次报告发布庄重承诺：我们对本次报告的真实性和准确性负责。同时，也借此对多年来关心、支持、帮助高鑫零售的各界朋友表示诚挚的感谢，亦衷心感谢全体员工的努力和贡献，员工的家人们对员工理解与支持。我们将不忘初心、砥砺前行，为打造一流的大型零售商继续努力！

黄明端先生
首席执行官

二零二零年五月三十一日于中国·上海

关于我们

高鑫零售有限公司（以下简称“高鑫零售”、“本集团”）是拥有大卖场及高增长电商业务的中国领先零售商。集团以「欧尚」及「大润发」两大知名品牌经营大卖场业务。截至二零一九年十二月三十一日止，集团在全国 29 个省市自治区内 232 个城市共拥有 486 间门店，总建筑面积约为 1300 万平方米。

于二零一七年十一月二十日，Auchan Retail S.A.（「欧尚零售」）、阿里巴巴集团控股有限公司（「阿里巴巴」）及润泰集团宣布结成策略联盟，各方将融合在线及线下的专业能力，共同探索中国零售行业的新零售发展机遇。



高鑫零售的发展将着重于重塑综合性大卖场、探索多业态营运模式、以及成为实体零售数字化转型的领先者及新零售标杆。

作为高鑫旗下的兄弟公司，大润发及欧尚已在众多领域进行过合作。为提高营运效益及效率，以应对艰困的竞争环境并更好的服务于顾客，本集团董事会于二零一八年十二月讨论后决定整合两家公司的营运总部并建立联合营运总部。此外，大润发协助欧尚完成 IT 系统升级以及供应链整合。此整合将提升技术及管理经验的运用，并让集团更有效率地利用整体资源，旨在提高本集团的效率而最终使其股东及员工受益。

自始高鑫零售便一直进行一项重要任务：使人们吃得更好、过得更好。

面对中国零售市场的竞争激烈，高鑫零售将集中围绕多业态、多渠道发展，全面数字化的升级改造，加速推进大卖场改造，以及集团双品牌的深化整合。



高鑫零售具有强劲及获利性高的业务以及独有长项及资产。我们的人员、门店及供应链，加上顾客关系及乐于改变的意志，皆为我们创造持续吸引顾客的机会。作为领先的新零售公司，高鑫零售对创新及科技进行投资以便捷有效地联系顾客，及提供无缝数字体验。我们已准备好抓住现有的机运。高鑫零售正在开创零售业的未来之路。

1 环境、社会及管治概要

1.1 本集团 ESG 策略

零售行业是保障国民基本生活物资稳定供应的基础行业，也是事关千家万户日常生活的民生行业。本集团作为中国领先零售商，携带着社会责任的基因而生，我们的事业也将因为责任而延续，始终将企业社会责任牢记于心，把可持续发展理念渗透至集团治理和业务的每一个方面。

1.2 本集团 ESG 管治结构

本集团组建了上下结合的 ESG 管治结构，设立了由高级管理层领衔、中层和基层人员参与的环境、社会与管治工作委员会。该工作委员会成员由集团对环境、社会管治有重要影响的各部门和各附属企业的代表组成。工作委员会负责传达和沟通环境、社会与管治方面的集团战略和具体举措，收集数据和反馈意见，在推进可持续发展的方面发挥着智囊团、推进剂的作用。

1.3 利益相关者的参与

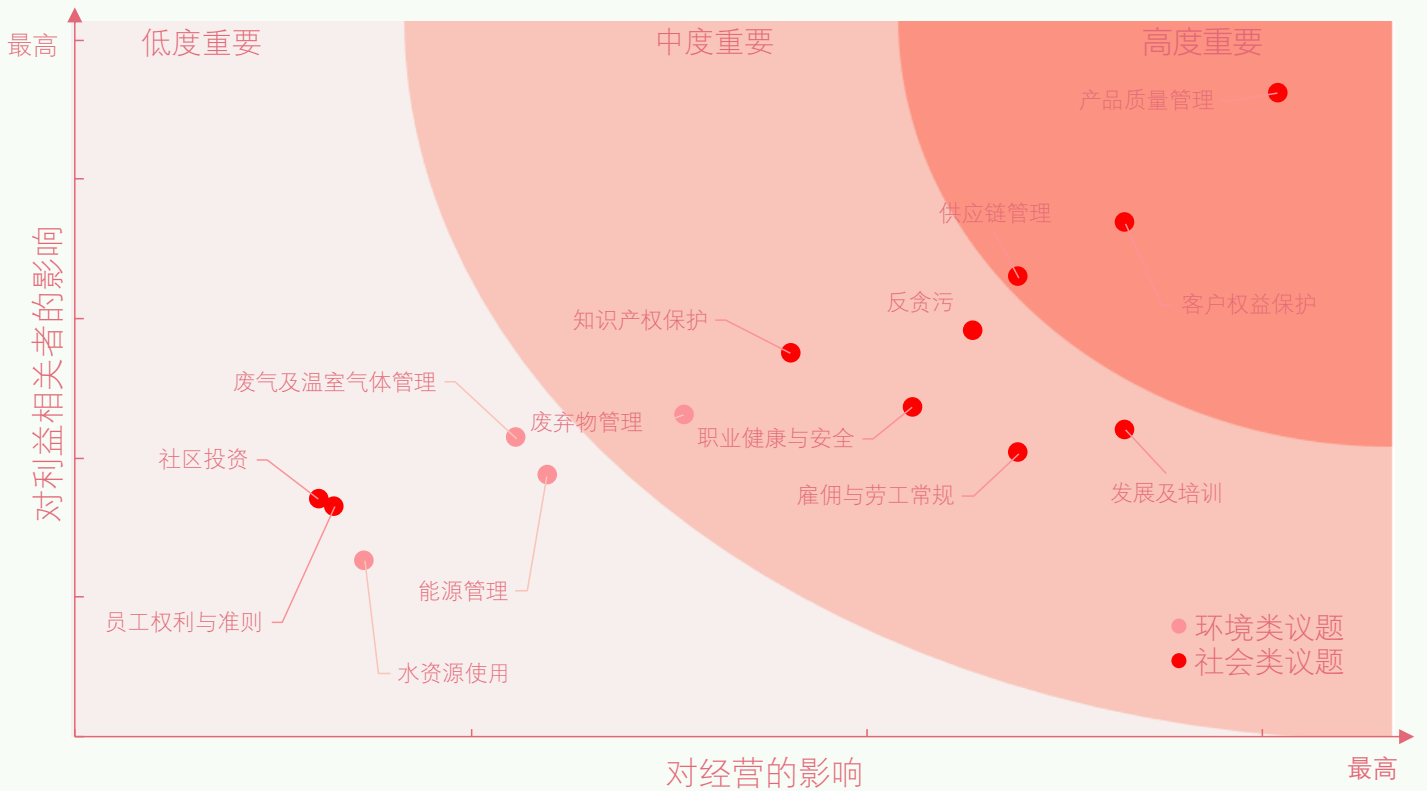
我们积极倾听来自于各界的声音，兼听则明，才能了解利益相关者的诉求，才能为本集团的可持续发展打下坚实的基础。本集团对环境、社会与管治的利益相关者主要包括集团的员工、供应商、客户、股东及投资者、政府及业务所在地社区。本集团积极识别并回应利益相关方需求，通过发布社会责任报告，集团员工积极参与社会责任沟通和交流活动等多种渠道，与利益相关方进行有效沟通。

1.4 重要性评估

在进行本报告年度的重要性评估时，参与面问卷调查的主要是内部利益相关者，包括董事、高级管理层、中层管理人员与一线员工，并计划在今后的访谈中逐渐引入外部利益相关者，比如客户、供应商、经营所在地政府。通过调查，我们全面地了解了利益相关方对企业经营与环境、社会管治方面的关注重点、现有意见和未来期望，这为集团今后更好地开展环境、社会管治的工作提供了十分重要的指引和方向。

基于对各方利益相关者重要性评估结果的分析 and 汇总，我们形成了如下重要性评估的矩阵。本集团的经营主要包含货物的物流和门店的销售，其过程中产生的排放物以及对能源的消耗相对有限，因此比较重要的关键绩效指标集中在社会领域。

高鑫零售重要性水平评估



我们充分考虑了各个关键绩效指标在对经营的重要性以及对利益相关者的重要性，在综合评估后，选取了下列的指标作为对本集团可持续发展有重大影响的方面。本集团在统筹兼顾所有环境和社会方面责任的同时，给予下列的领域更多的关注。

重点关注领域

- 产品质量管理
- 客户权益保护
- 供应链管理

2 环境保护

环境政策

保护我们赖以生存的地球环境，是每个企业公民应尽的职责。高鑫零售始终秉承“生活得更好”的理念，坚持以自身实际行动践行节能减排。高鑫零售严格遵守《中华人民共和国环境保护法》、《中华人民共和国节约能源法》、《上海市节约能源条例》和《上海市碳排放管理试行办法》等国家及运营所在地相关环境法律法规，并以相关法律法规、管理条例、指南为依据编制《环境管理章程》，以规范管理和开展环境保护工作。

二零一九年，高鑫零售未发生重大环境污染事件以及对公司有重大影响的环保违规情况。

2.1 减少排放，强化管理

高鑫零售严格遵守《中华人民共和国水污染防治法》、《中华人民共和国大气污染防治法》、《中华人民共和国固体废物污染环境防治法》等环境污染防治法律法规，以《综合能耗计算通则》(GB/T 2589-2008)、《SB/T 10814-2012 超市废弃物处理指南》等国家及行业指南为依据，制定了《卖场污染源处理操作规范》、《有害生物防治操作规范》、《废弃物分类回收管理规范》。

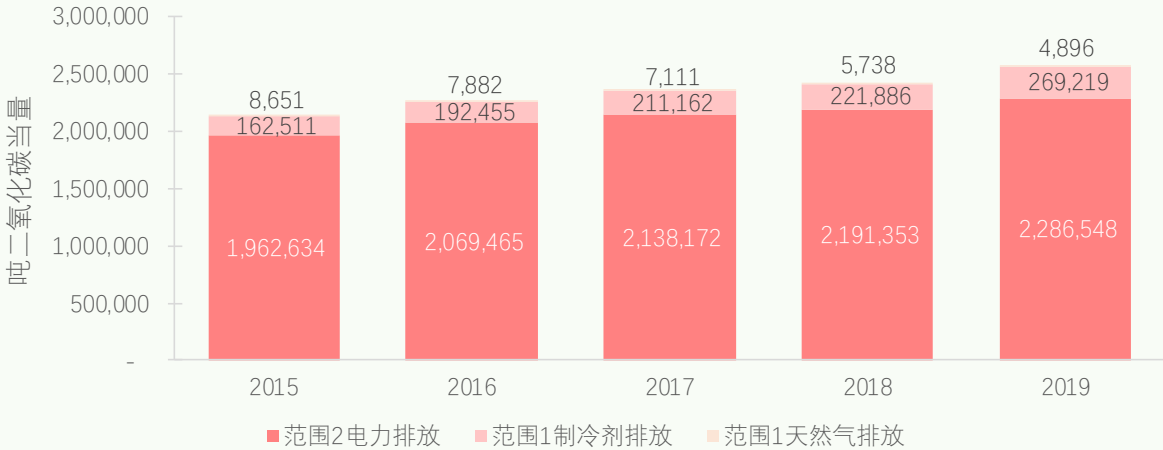
废气管理

高鑫零售在运营过程中会由于燃烧天然气导致二氧化硫、氮氧化物和烟尘的排放，在燃烧天然气和耗用制冷剂时会导致范围 1 直接温室气体的排放，由于耗用电量会导致范围 2 间接温室气体的排放。高鑫零售通过控制或节约使用天然气的方式降低废气的排放，同时，高鑫零售也正在系统性的、有计划的实施制冷剂的管理和调换成低全球变暖潜能值（GWP）和臭氧消耗潜能值（ODP）的制冷剂。我们致力于在 2030 年之前逐步淘汰所有门店使用的 R22 制冷剂（二氟一氯甲烷），并且自 2010 年开始，新开设的门店已停止使用该制冷剂。对于 R404A 制冷剂（五氟乙烷、三氟乙烷和四氟乙烷的混合物），高鑫零售规定自 2017 年开始，新开设的门店及改造店均停止使用并替换为 R407F 制冷剂（二氟甲烷、五氟乙烷和四氟乙烷的混合物），目前已有 14 家门店全部替换。二零一九年，我们还引进了 GWP 值更低且不消耗臭氧的 R448A 制冷剂（氢氟烯烃共混型制冷剂），目前已有 7 家门店正在使用该型制冷剂。

二零一九年，高鑫零售在运营过程中共排放二氧化硫 473.33 千克、氮氧化物 4,644.36 千克、烟尘 624.80 千克，温室气体排放总量为 2,560,662.17 吨二氧化碳当量，其中由于制冷剂和天然气导致的范围 1 直接温室气体排放量分别为 269,218.74 和 4,895.65 吨二氧化碳当量，由于电力消耗导致的范围 2 间接温室气体排放量为 2,286,547.79 吨二氧化碳当量，温室气体排放强度为 5,345.85 吨二氧化碳当量/门店。

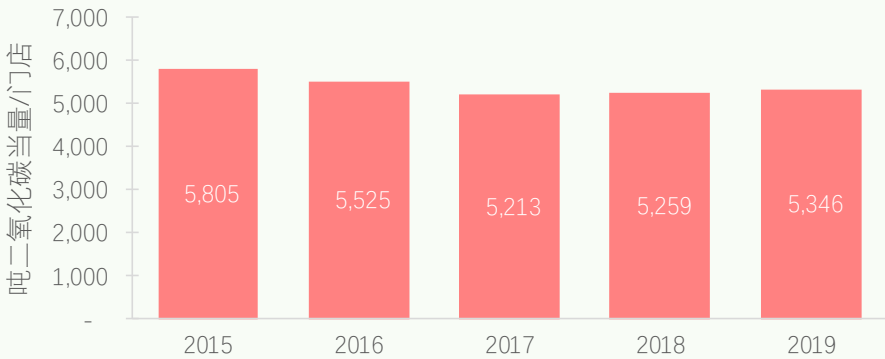
近五年内不同来源产生的温室气体排放量、温室气体排放强度及主要的制冷剂泄露导致的温室气体排放量情况，详见下图所示：

不同来源产生的温室气体排放量及变化趋势

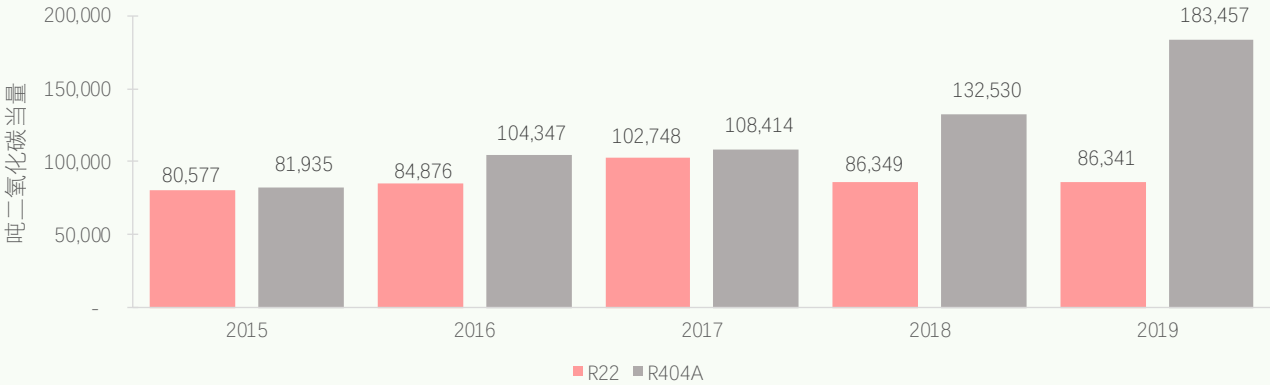


注：由于门店数量的增加，本年度耗电量较去年有所增长，因此由于电力消耗导致的范围2间接温室气体排放量有所增加，但本年度的耗电强度较去年有所下降。由于B2C业务的开设，本年度在133家门店增加冷柜系统，同时部分门店设备老化，故障率增加，导致了本年度制冷剂的泄漏量较去年有所增加。

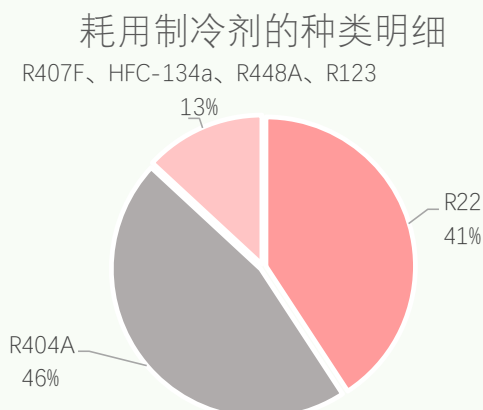
温室气体排放量强度



主要的制冷剂泄露导致的温室气体排放量



通过高鑫零售的努力，R22 和 R404A 制冷剂的耗用量占全部制冷剂耗用量的比例，已经从二零一八年的 98.5% 下降至 87%。



废弃物及废水管理

高鑫零售在门店正常运营过程中会产生废旧灯管、有害生物防治药瓶、药品包装、报废清管洗地机电瓶等有害废弃物，以及在拆卸商品、食品加工、餐饮服务过程中会产生硬纸板、泡沫塑料、厨余垃圾和废油等无害废弃物。高鑫零售非常重视废弃物的管理，制定了《废弃物分类回收管理规范》，并开发和完善了环境数据管理系统。高鑫零售遵循“因地制宜”的管理理念，将各门店分为五个大区：户外、购物区、办公区、操作室和仓库，根据各区废弃物的产生特点设置分类垃圾桶。所有废弃物均按日收集、分类、称重、数据录入环境数据管理系统储存后，交由有分类垃圾处理资质的单位进行定期或不定期的回收和有效处理。各门店每月会有专人对录入的数据进行稽核，分析异常数据产生原因，并及时整改。



卖场外广场（户外）分类垃圾桶



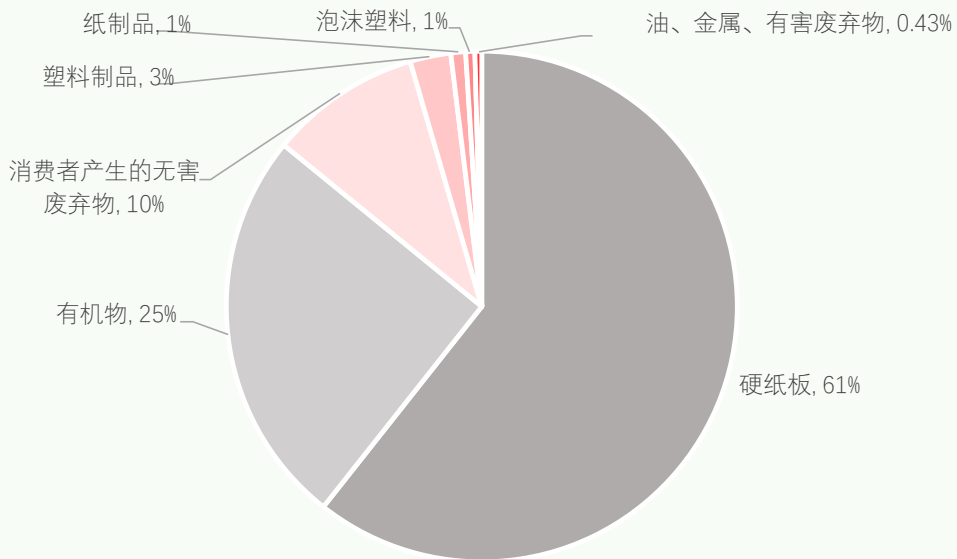
购物区分类垃圾桶



垃圾房分类垃圾桶

二零一九年，高鑫零售共产生有害废弃物 60.68 吨，有害废弃物排放强度为 0.01 千克/平方米；产生无害废弃物 216,679.25 吨，其中硬纸板 131,434.12 吨，厨余垃圾 54,735.22 吨，塑料制品 5,582.33 吨，纸制品 2,022.47 吨，泡沫塑料 1,256.63 吨，废油 746.89 吨，金属 125.29 吨，消费者产生的废弃物 20,776.30 吨，无害废弃物排放强度为 36.02 千克/平方米。通过以上高效、定量的管理方式，二零一九年高鑫零售产生的有害废弃物较二零一八年减少 13%，纸制品减少 19%，金属减少 37%。

有害及无害废弃物比例分析



高新零售在门店正常运营过程中会产生废水，并通过水资源使用管理及循环用水等方式，降低废水的排放量。产生的废水均排入市政污水管网统一处理。二零一九年，高鑫零售销售及公共区域共产生废水 1,817.77 万立方米。

2.2 节约资源，循环利用

地球资源是有限的，高鑫零售始终秉承节约资源、循环利用的理念，并致力于不断提高能源和资源效益，践行企业的环境责任。高鑫零售依据自身运营过程中的实际情况，制定了《能源管理系统作业规范》、《监控组岗位职责》、《能源控制管理规范》、《能耗稽核标准》、《自动控制管理规范》、《硬件技术组岗位职责》等管理制度。

能源管理

高鑫零售在运营过程中消耗的能源包括：照明及烹饪时消耗电能、烹饪及供热时消耗天然气。高鑫零售重视对能源的耗用并致力于改善自身运营过程对环境的影响。早在二零零七年，高鑫零售就设立了“不断提高能源绩效”的使命，并制定了可持续发展计划。该项计划的核心在于安装和运行楼宇自动化和警报系统，以控制 98% 门店中的制冷、空调和照明系统，并结合资源管理计划，跟踪和分析门店能源和水资源的消耗情况。

为了使命的达成，高鑫零售建立了能源管理体系，明确相关管理责任的划分并严格执行力度。高鑫零售设立节能组，专项负责对公司能源使用的规划和管控，对节能项目进行设计及研发，以及向执行长和营运长汇报能耗情况，各门店由维护保养主管负责设备管理及能源管控。高鑫零售对各区域、设备采用分项计量，便于对各区域、设备的能耗管理。各区域、设备的能耗数据均上传能源管理系统，便于节能组对各门店能耗的远程监控、稽核、数据优化等。

高鑫零售自二零一一年就已陆续开展了一系列的能源改善项目。二零一一年开始，我们陆续对所有门店的冷冻柜加装玻璃门，每年该系统可节能 20%；二零一二年开始对所有门店开展空调和灯光自动化系统改造，并于二零一七年全部完成，每年分别可减少 15% 和 5% 的能源消耗；二零一三年开始对所有门店进行 LED 光源改造，到二零一八年全部改造完成，每年该系统可节电 45%。二零一九年，我们进行了排油烟机自动化控制改造、冷冻立柜门防凝露自动控制改造，并将陆续于 2020 年内完成，完成后各项目分别可节约用电量约 2,000 万千瓦时/年、45,000 千瓦时/年·门店、30,000 千瓦时/年·门店。



能源稽核



制冷剂巡视

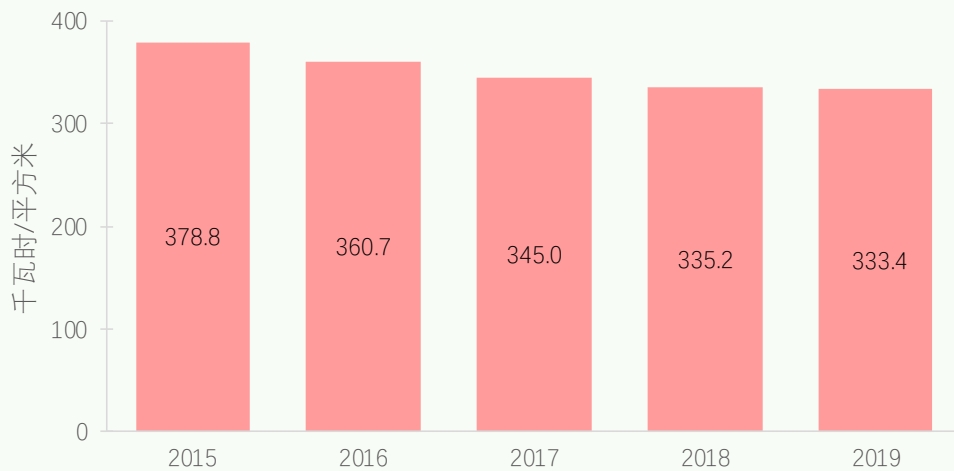


冷冻冷藏巡查

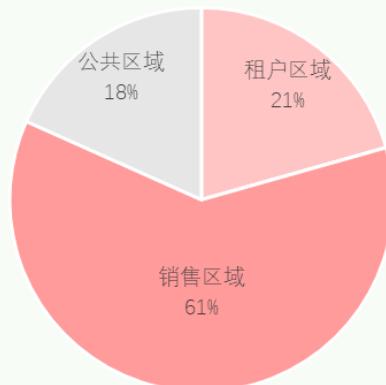
二零一九年，高鑫零售销售和公共区域共消耗电能 2,005,240.34 千个千瓦时，消耗天然气 263.92 万标准立方米，综合能源消耗量为 2,033,800.87 千个千瓦时，综合能源消耗强度为 338.12 千瓦时/平方米。

近五年内耗电强度，及二零一九年按卖场区域划分的耗电明细、按地区划分的耗电强度如下图所示：

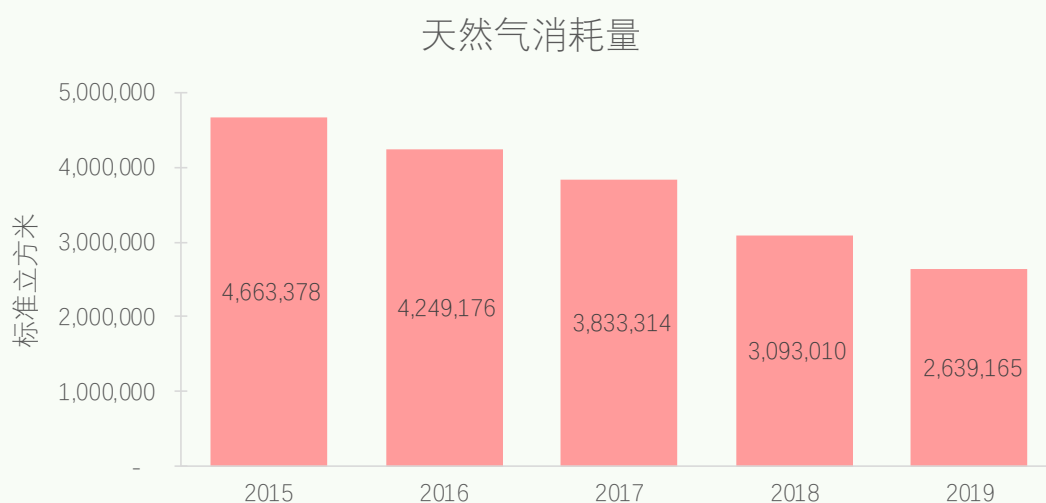
耗电强度变化一览表



按卖场区域划分的耗电明细



近五年内天然气的消耗量如下图所示：



自二零一五年开始，高鑫零售下属大润发陆续开展屋顶光伏发电项目，分别在门店屋顶和停车场布设太阳能发电系统，并与城市电网并网。门店用电将首先耗用产自该系统的电能，当供应不足时，电力系统将自动切换到城市电网。如果该系统产生的电能高于门店耗用电量时，剩余电量将并入城市电网。截至二零一九年底，共计完成 12 家店的光伏发电项目，总装机容量 8.92MW，本年度发电量共计 7,813,400 千瓦时，占全年销售和公共区域总耗电量的 0.39%。二零二零年，我们计划继续完成 6 家门店屋顶光伏发电项目，总装机设计容量 3.2MW，年发电量约 300 万千瓦时。



屋顶光伏项目

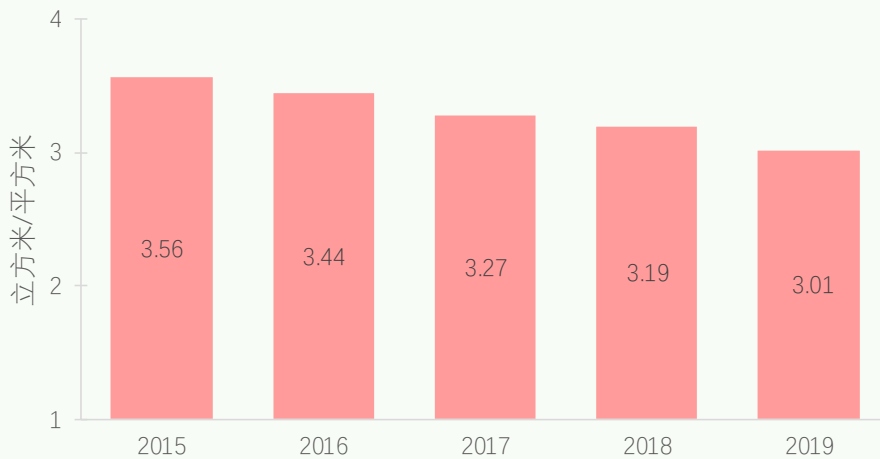
水资源管理

高鑫零售在运营过程中因顾客和员工如厕、清洁卫生、食品加工及空调系统运行等使用水资源。高鑫零售所有水资源均来源于市政管网，在求取适用水源上无任何问题。二零一九年，高鑫零售各门店开展了多项节水和水资源循环利用措施。高鑫零售要求生鲜冷冻食品流水解冻；纯水机废水采取回收再利用的措施，废水用于保洁洗地或清洗拖把，每店每年可节约用水 1,000 吨；操作间采用节水型水龙头，卫生间采用光电感应水龙头及冲水阀等。门店每天抄表，发现异常及时查明原因并处理，节能组每月跟踪所有门店的用水情况，并协助追踪并解决任何发现的问题及改进情况。

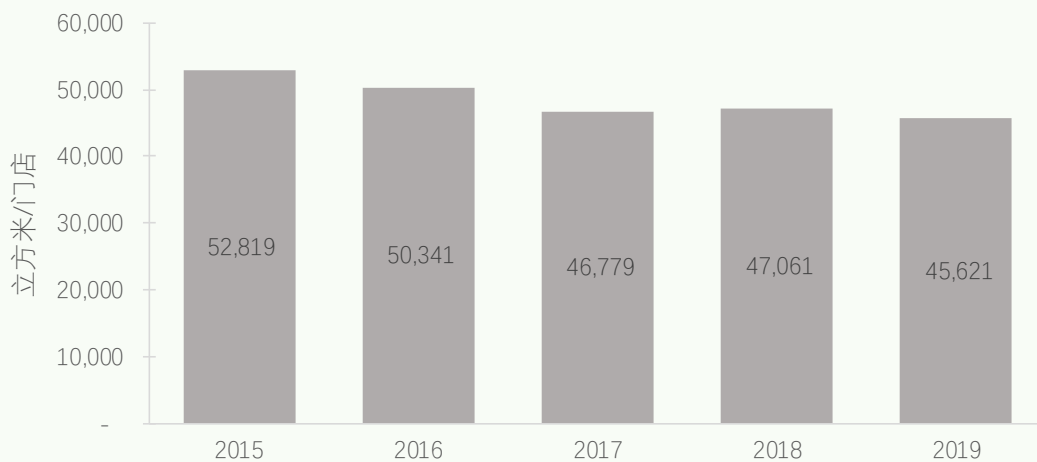
二零一九年，高鑫零售销售和公共区域的总耗水量为 18,177,734.00 立方米，其中销售区的耗水量为 13,893,431.00 立方米，耗水强度分别为 3.02 和 3.01 立方米/平方米。

近五年内销售区域耗水强度和单店平均耗水量如下图所示：

销售区域耗水强度变化趋势图



单店平均耗水量变化趋势图



包装材料的使用及管理

高鑫零售致力于通过遵照政府相关法规，不断改进有关减少使用及回收包装物的流程，制定了《纸板箱操作规范》、《纸板箱过磅回收控管规范》等管理制度以减少废弃物的产生量。二零一九年，高鑫零售共回收再利用纸板箱 14,329.26 千克。

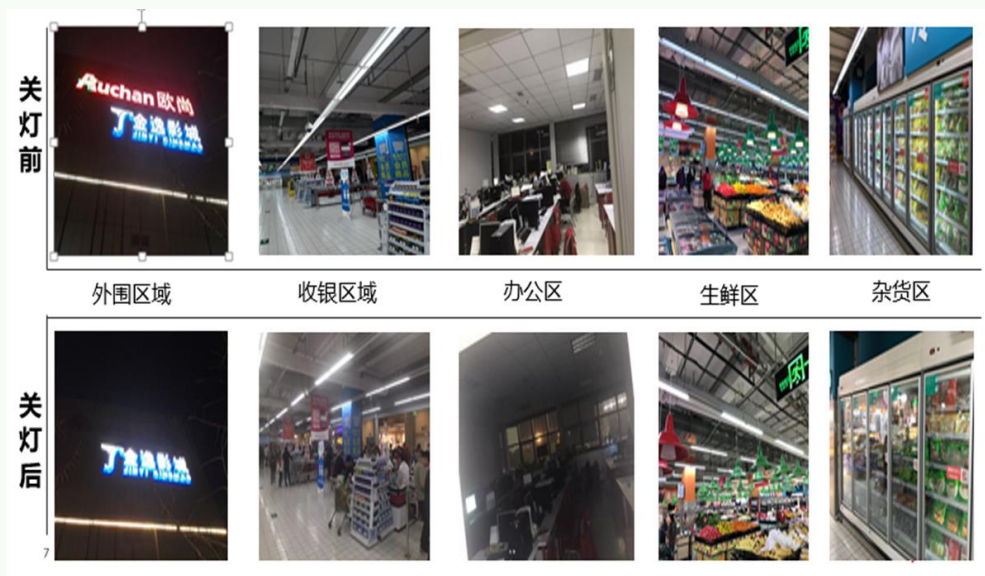
根据国家《关于限制生产销售使用塑料购物袋的通知》，自二零零八年起，高鑫零售所有门店不再免费提供塑料购物袋，并且所有购物袋均由可生物降解材料制成，以减少对环境的污染。

2.3 践行环保，责任先行

高鑫零售不仅关注自身运营过程中对环境的影响，同时也致力于引导消费者的环保行为。高鑫零售重视对森林资源的保护，为了减少对森林的砍伐，近些年商场上推出了以竹子和谷物等为主要原料替代木材的本色纸、环保纸杯等产品。二零一九年，高鑫零售大力推进此类环保产品的引进及销售，本色纸销售量增长达 24%，销售额增长 9.7%，销售占比达 13.9%；环保纸杯自二零一八年引入后，二零一九年销售占比已达 20%。

高鑫零售限制接触那些会对自然环境产生负面影响的供应商，并致力于确保供应链中的合作伙伴不会参与热带和其它森林采伐。经考察，我们了解到在建造牧场过程中，会出现大量砍伐森林的现象。而随着近些年，牛肉的需求量不断上升，牧场建造、扩建等情况对森林资源造成了严重影响。因此，高鑫零售不仅将“不会进行森林砍伐”写入了供应商承诺中，而且所有采购的牛肉均选用在饲养场饲养的谷饲牛肉。目前，高鑫零售所有门店销售的牛肉，70%采购自全国公认的大型国内供应商和养殖户，30%主要来自于澳大利亚供应商。

为提高人们环境保护的意识并带动顾客参与其中，高鑫零售所有门店每年三月的最后一个周六都会参加“地球一小时”环保行动，届时关闭门店 100%的辅助照明灯和 50%的主要照明灯一个小时。



“地球一小时”环保行动

3 社会责任

本集团积极践行社会责任，做到经济效益和社会效益两手抓，两手都不能放松。实现了经济效益，才能为更好的实现社会效益奠定基础；实现社会效益，才能更好的实现经济效益所带来的价值，两者缺一不可，相互依存。因此，本集团在雇佣、产品责任、供应链、反贪腐、社区投资等社会责任履行的各个方面均给予了足够的重视。

3.1 雇佣

本集团为所有员工负责，希望所有员工受到重视，提供公平、平等的工作环境，并倡导公司“诚实、奉献、创新和团队合作”的价值观。同时我们致力于推动多元化的雇佣，鼓励个人的持续发展，采用参与型的管理方法，确保良好的工作环境及与员工分享成功的果实。

多样雇佣，平等用工

本集团及附属公司根据中国法律、法规和要求，严格按照《中华人民共和国劳动法》、《中华人民共和国劳动合同法》及《中华人民共和国社会保险法》等国家相关法律法规及各地区出台的劳动条例，保障员工合法权益，按时足额发放员工薪酬、缴纳社会保险和住房公积金。截至本报告期末，未发生对公司有重大影响的违反雇佣和劳工相关法律法规的情况

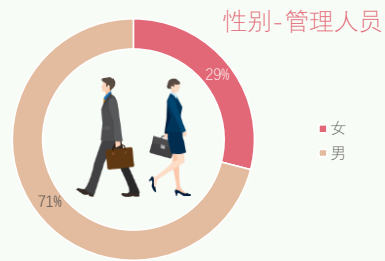
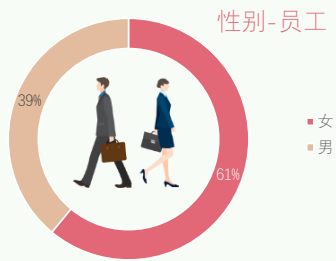
本集团结合实际的情况，制定了具有高鑫零售特色的招聘流程，通过网络招聘、内部举荐、校园招聘会和劳动力市场招聘会等多种渠道广纳贤士。

在高鑫零售，我们努力打造无歧视的工作氛围和公平、公正的晋升机会。我们从不干涉员工遵奉信仰和风俗的权利，以及满足涉及种族、社会阶层、国籍、宗教、身体健康、残疾、性别、性取向、工会成员和政治面貌需要的权利。在任何情况下，我们都不允许管理人员以包括姿态、语言和身体接触在内的任何方式强迫、威胁、侮辱或剥削员工。

我们倡导并坚决贯彻并落实男女平等。符合生产或仓库工作招聘条件的女性将享有平等的就业权利。在招聘员工时，除国家规定不适合女性的工作类型外，我们绝不会拒绝雇用或任意提高女性的应聘标准在本集团人力资源管理的过程中，平等的原则贯穿始终。

截至二零一九年底，本集团按层级、年龄和性别披露的员工构成结构请参见下图：





多措并举，员工关怀

员工是企业核心竞争力重要来源，是企业可持续发展的基础，因此留住员工是每个企业都需要仔细思考的问题。俗话说，要留人，先留心。对于一个企业来讲，尤其需要如此。所谓留心，就是留住员工的心，就需要对员工的关怀，能够符合员工对工作、对生活、对个人提升发展的需求。为贯彻执行公司以人为本的精神理念，体现公司对员工的人性化管理和关怀，并以此增进员工对公司的认同感和归属感，进而达到让员工保持更好的工作心态，与公司共同成长和发展，高鑫零售十分注重员工的工作体验。

首先，高鑫零售将员工视为珍宝，因此我们非常重视员工福利。除了根据国家法律法规规定的相关福利政策，全职员工还享有其他灵活多样的福利，内容包括保险、餐补、假期、员工折扣及利润分享等。我们同时十分重视员工的身体健康，员工可以向公司报销年度体检费用。

自二零一二年设立了工会以来，该工会是已经成为连结员工和管理层关系的基础。目前本集团在每个门店都有一个四至六名成员组成的工会小组，总部的工会小组则由七人组成，包括一名工会主席，一名工会副主席，一名工会财务负责人和四名工会成员。我们每年会举行一次全国性工会会议，每家门店都会定期召开会议。在会议上，所有员工都有机会与管理人员和工会代表面对面交流。门店的工会小组负责组织各种员工福利和团建活动，比如篮球、羽毛球、瑜伽、舞蹈和其它健康娱乐活动。这些活动有助于让员工对公司产生归属感。



职工代表大会

二零一九年度，我们进一步开展员工满意度调查，以便更好地了解员工对工作环境、领导素质等主题的想法，以及他们对薪酬和福利的满意度，并作为各部门改进管理的依据。另外，每个门店都设有公共邮箱和电话热线，员工可通过这些渠道匿名提供建议，就当前存在的问题发表意见，或在必要时进行举报。

通过劳动关系管理、员工活动管理、有效沟通机制的建立、员工的关爱活动以及心理的辅导与疏导等一系列员工关怀管理活动，集团进一步满足了员工对工作、对生活、对个人提升发展的需求。

3.2 健康与安全

我们视职业健康与安全为我们的重要社会责任之一。我们极其重视安全控制，以尽量减少经营过程中发生任何可能导致伤亡的事故。我们遵守《中华人民共和国安全生产法》、《企业安全生产标准化基本规范》、《中华人民共和国劳动法》、《中华人民共和国职业病防治法》、《职业健康安全管理体系》等相关法律法规，力求为职工提供一个安全、健康的工作环境。我们已落实安全管理系统，就工作场所安全程序提出意见及进行检讨。

职业安全，以人为本

本集团的经营和运行过程管理坚持“安全第一、预防为主、综合治理”的基本方针，以更严格的规范、更严谨的态度，努力降低事故风险。

职业安全健康管理是一个系统的工程，本集团是通过循环的“计划、实施、监测、评审”活动，形成一种安全生产的管理机制，从而实现预防为主、管理持续改进的良好状态，使企业、职工和有关人员面临的风险减到最低限度。集团用统一的风险防范流程，旨在消除工作场所事故，并确保员工已做好处理工作场所紧急情况准备。

职业安全健康贯穿于本集团日常运营的全过程，职业安全健康状况与企业的安全管理休戚相关。安全管理离不开管理的主体、管理的对象，其最根本的决定因素是人，即管理者和被管理者，企业全体员工的安全意识和健康意识直接影响安全健康管理的高效和有效运行。职业安全健康管理的效能发挥与人在安全管理中的主动性有很大的关系，因此本集团通过培训等一系列的措施调动员工在职业安全方面的积极性，发挥主观能动性。在企业范围内培养安全教育和企业安全管理的氛围，形成良好的企业安全文化环境，促进职工形成安全意识。

二零二零年疫情期间，本集团采取了一系列的措施，保障员工的健康和安全。第一，及时为员工配备口罩、护目镜、防护服、消毒液等必须的防护物资；第二，为员工提供精神鼓舞、人文关怀和物质营养品供给；第三，进行全员宣导，制定相关政策引导员工重视疫情；第四监控全国所有员工的健康动态。疫情期间，员工感染率约为万分之一。

配套落实，安全保障

在制度保障的基础上，本集团将安全实践落到实处，定期对集团下属各地方公司及门店开展安全检查，同时要求各单位开展多样形式的安全培训和防灾演习，以学习实践相结合的方式，切实提高员工的安全意识和安全防护能力。根据统计，在本报告年度，本集团及各附属公司累积开展安全教育相关的培训和演习共计 6601 场次，全部员工在二零一九年度均有参与。

因为本集团的经营会面对大量的终端消费者，因此购物环境的安全是我们十分重视的问题，尤其是消防方面的安全。本集团对消防安全管理工作采取“预防为主，防消结合”的办法，组织制定有关消防安全管理制度，并负责组织各级实施消防安全检查与监督考核。各附属企业及子公司按规定定期开展消防演习，从演习中寻找影响消防安全的各类问题，及时纠正和改进。

在硬件方面，我们继续确保建筑物的建造和运营符合《中华人民共和国消防法》、《民用建筑设计规范》、《中华人民共和国突发事件应对法》、《中华人民共和国反恐怖主义法》和《中华人民共和国治安管理处罚法》的规定。

于本报告年度，本集团员工因事故导致工伤共 908 人，因工伤损失工作日 12,530 天，无人员重伤或死亡情况发生，从每位员工 0.12 天减少到每位员工 0.06 天。

3.3 发展及培训

雇员是我们最宝贵的资产之一，为高鑫零售的到目前为止的成功做出了巨大贡献。我们为雇员提供内部和外部培训，以提升他们对企业文化、集团战略、管理制度等的了解，并根据不同职位、不同岗位的雇员的工作需求和发展需求为其提供培训。

持续学习，持续进步

我们通过培训及内部晋升培养员工的专业技术，提高其就业能力，帮助员工取得成功。正因为如此，我们在二零一九年继续为每位员工提供至少 40 小时的培训。在设计和安排培训的过程中，本集团首先做好培训需求分析，明确培训目的，通过分析员工的培训需求，树立正确的培训目标，从而采用合适的培训方法；其次拟定详细的员工培训计划，充分的考虑培训师资、培训场地、培训内容和后勤保障的工作；第三合理设置培训内容，帮助员工充分的了解企业、了解岗位；最后也要保证对培训进行持续性的评估，了解员工的反馈、老师的反馈。此外，因为本集团所处的行业性质的原因，因此集团内部较大比例的员工会直接或者间接地接触到最终的消费者，因此本集团十分重视对员工在服务态度、服务技巧以及服务经验分享等方面的培训。



员工培训现场

我们确立了适用于公司每个职位的职业轨迹，并且坚持优先考虑通过内部聘用来填补职位空缺。所有符合晋升条件的员工都有希望晋升至部门和门店级别的领导职位。二零一九年度，得到晋升的员工中，通过内部招聘得到晋升的比例达到 98%。

线上线下，形式多样

本集团提供形式多样的培训方式，包括针对所有员工的现场培训、在线培训、移动端培训，并会对符合条件的员工提供在职培训机会。在现场：我们设有区域培训中心，负责定期为各个部门提供技术、专业和道德培训项目。对于管理人员，我们专门设有管理层培训中心，供我们的管理人员每年在此学习有效领导和管理技巧。二零一九年度，全体员工的平均培训时间为 49 小时。

3.4 劳工准则

就业自由，禁用童工

本集团及附属公司根据国家《未成年人保护法》、《禁止使用童工规定》等法律法规，明确杜绝聘用年龄未满 18 周岁者，并在招聘过程中进行严格的审查，以避免误用童工。青少年儿童是国家未来的希望，他们的健康成长需要各界人士的共同保护。因此，本集团因此强烈反对使用童工并坚决杜绝此类情况发生。

本集团充分尊重员工的就业自由，于雇佣期间内，不存在扣留员工有效证件、收取押金、强迫劳动或拖欠劳动报酬等行为。我们也在内部构建了监督机制，公开投诉和举报邮箱、地址和电话，确保无违规违法情况发生。于本报告期内，本集团未发生童工雇佣或强制劳工的事件。

3.5 供应链管理

供应链贯穿企业生产经营的起点、过程和终点，稳定、持续的供应对企业起着举足轻重的经济价值和社会价值。本集团对物资采购等方面的供方选择严格筛选、实时监控，通过详尽的采购制度和供应链流程管理制度对供方作出明确规定，同时通过持续的沟通巩固和拓展与供方的合作伙伴关系，发挥规模优势，在控制采购成本的同时，保障供给的稳定。

严格管理，持续可靠

本集团对供应商进行严格的审查和管理，对供应商设置了较高的准入制度和严格的淘汰制度。供应商资格审核和评价条件中，明确的要求供应商需要能够满足食品安全相关规范（如：原料的安全及储存）；也需要考虑供应商的社会责任（如：员工健康规范、是否存在使用童工的情况）以及环保责任（如：是否存在环境违规事项的处罚）等。

对于新增的供应商，我们会依据风险高低，综合评价供应商的资质合规、品牌价值、注册资本高低、是否有食品安全管理体系认证、是否发生质量异常等一系列因素，决定对于供应商访厂的管理模式。资质审核不合规的厂商，将无法作为新厂商引进。

所有引进的厂商，都必须填写“资质评估表”并录入系统中，经审核通过后，才可放行建立厂商资料和商品资料。我们的访厂评分表中，有明确的相关审核条款，主要的内容包括：

1. 所有员工都有劳动合同，包含兼职；
2. 工作环境对员工没有物理性的伤害；必要的场所有警示标志；为员工购买保险；配备劳动防护设备和设施，如防滑鞋等；
3. 安全事故处理程序，例如：配备灭火设备装置和政府部门的检查记录、每年演练等；及
4. 公司政策中有关于环境的政策，并且与操作相适应。

而对现有的供应商，依据审核结果分级管理，一般情况下按照一年、两年、三年和不定期四个级别进行后续的审核和管理。二零一九年度本集团审核厂商 1669 家，我们的供应商评估流程和控制体系，确保我们只与遵守所有相关法律法规的供应商和制造商合作，这些法律法规包括但不限于《知识产权法》、《中华人民共和国劳动法》、《中华人民共和国安全生产法》、《未成年人保护法》和《禁止使用童工规定》。此外，对于处于需要相关资质的行业的供应商，我们确认并确保所有供应商和制造商都已获得各自行业所需的所有资质，并具有成为我们可持续合作的伙伴的能力和资质。

本集团也十分重视动物保护以及动物福利，努力为饲养的动物提供更舒适、自然的生长环境。例如，本集团与国内禽类养殖屠宰供应商--湖南湘佳牧野股份有限公司合作，共同推动青脚鸡，麻鸡、土黑母鸡、乌鸡等的散养。其中石门土鸡养殖要求每 1000 只鸡必



须配置 10 亩地的草场，给动物提供宽松的活动空间。

截至二零一九年十二月三十一日，我们合作供应商的数量如下：

地区	供应商数量 (截至二零一九年十二月三十一日)
华东地区	5,839
华北地区	4,340
东北地区	2,750
华中地区	3,256
华南地区	3,889
合计	20,074

可追可溯，安全放心

食品可追溯性是提高食品安全水平十分有效的途径。通过对食品供应链各环节进行记录和监控,能够掌握食品安全动态,及时发现潜在的安全问题。而随着社会各界以及消费者对食品安全愈发的重视,可追溯性在为制造商和消费者展示食品安全方面也就变得越来越重要。

二零一八年,我们与阿里巴巴的结盟,成功推出了“食品安全集中平台”,努力实现了从生产到销售的整个流程内对门店所售全部产品的跟踪和追踪。截止到二零一九年年底,本集团已经在上海地区的大润发门店以及欧尚的华东区门店对部分品类的商品实现了追溯,主要包括线下的蔬菜、水果、黄鱼、带鱼、

鲳鱼、猪肉、牛肉、羊肉、冰鲜禽、盒装内酯豆腐、粳米、大豆油、婴幼儿配方奶粉等。



通过在商品的货架卡旁张贴货品追溯二维码,实现消费者在选择预包装食品前就可查询商品的追溯信息,二维码扫码后可查看商品的基本信息、生产信息、进货信息、质量信息等内容。

在未来,我们将进一步的加大对可追溯性方面的投入,扩大可追溯性的范围、提升可追溯性的技术,搭建一个更完善、更具体的产品可追溯体系,努力实现产品的可追可溯,为消费者提供更安全、放心的产品。

3.6 产品责任

食安为先，系统管理

我们把产品质量视为企业的生命力源泉,严格遵守《中华人民共和国产品质量法》、《中华人民共和国消费者权益保护法》等相关法律、法规。在食品安全方面我们坚持“够安心,购安全,诚信兴商,品质消费”的理念和信念,矢志不渝的为顾客提供高品质、高性价比的产品和方便、快捷的服务。

在产品品质上，我们通过以下具体措施，实现我们“以人为本，安全为先，尚德守法，以质取胜，不断满足顾客需求”的经营理念：

1. 从源头管控生产制造商，现场审核及格引入，并且不定期抽审。
2. 依国家食品安全法要求，对商品的标签、标识审核，通过后引进，并不定期抽样送检。
3. 不定期对生产供应商做培训，加强食品安全意识和责任。
4. 淘汰质量不安全之异常厂商，确保民众安全。

正所谓民以食为天，食品是人类赖以生存和延续的最基本的物质条件。食品产业也在我国国民经济中占有举足轻重的地位，同时随着我国经济的不断发展，体制的改革，人民的生活水平有了十分显著的提升，过去山珍海味、鸡鸭鱼肉，已进入大部分老百姓的每日菜谱中。有了充足的食物储备，下一步就是注重食品安全，实现食以安为先。值得重视的是，近些年来食品安全的问题层出不穷，让食品安全从未离开过我们的视线。高鑫零售在整个公司内推广“食品安全无小事”的理念和安全控制，建设食品安全管控体系，通过以下措施落实食品安全：

1. 强化食品质量安全风险预警，重点加强食品安全风险监测网络建设，与阿里，中国连锁经营协会共建食安中台和商品数据共享平台，实现一处响铃，处处预警。
2. 推进食品安全诚信体系建设，健全食品安全信用收集和发布制度，建立企业信誉红黑榜。
3. 依法严厉打击食品安全违法行为，深入开展重点产品，重点行业，重点地区的高风险产品访厂频率，加强行业性，区域性食品安全问题的集中整治。
4. 扶持中小企业，发挥榜样力量。有针对性的扶持和培训有意愿提高企业质量安全的中小企业，帮助这些企业提升产品品质，取得相关认证，适应市场需求。并推动企业走向国际化，成为食品安全提升榜样，发挥榜样力量，带动更多企业成长。在最近西雅图的全球食品安全大会，大润发推荐的上海麦宝食品有限公司获得全球市场奖（唯一亚洲奖）。

本集团设有完善并且严格的产品召回管理办法，并依法实施相关召回措施。参照二零一五年九月一日实施《食品召回管理办法》和二零二零年一月一日实施《消费品召回管理暂行规定》，本集团在发现或收到危险的或不合规的产品时，需要在供应链端实施主动召回流程，立即成立专案小组来查明所有相关细节，包括确定产品生产时间、产品分销地点以及问题的根本原因。危险产品的相关信息经及时确认后，及时分发给所有利益相关方，以便将危险产品撤架并在必要时放入仓库中密封存放。我们实施公开召回和退款流程，将案件提交给当地监管机构，并在当地政府组织的指导下开展工作，确保一切按照相关的《食品召回管理办法》规定进行。二零一九年度，由于商品品质问题，发生退货给供应商的 164 起。对于退货的食品，本集团严格禁止翻包并进行二次加工，在访厂过程中也要求查验厂商对于退货商品的处理记录，销毁记录等。对于因为质量原因由消费者发起的退货，各门店会及时组织自查，第一时间报总部质检相关部门，按公司流程进行追溯作业。

周到服务，尽职尽责

本集团一贯重视全心全意为顾客服务。我们认为超市的信誉和形象集中表现在优质的产品和服务上。服务可以为超市创造价值，优质的服务有利于赢得消费者的青睐，从而占领市场，给超市带来经济效益和社会效益。

我们认为，员工的服务技巧和服务积极性是决定服务质量的关键因素。因此本集团定期和不定期的举行员工服务相关的培训，二零一九年年度累计举行服务相关的培训 3,144 次，累计时长 6,288 小时，累计参与 69,812 人次。

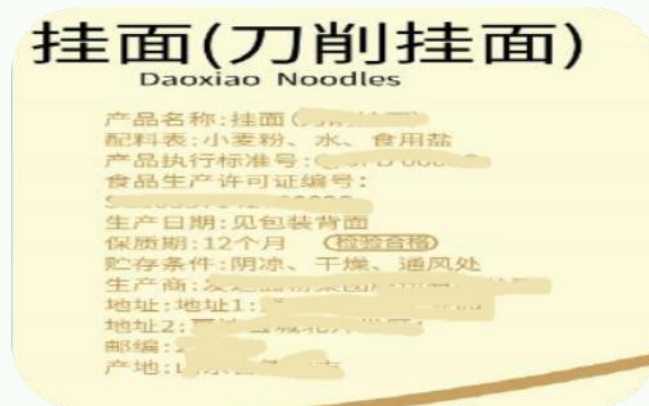
此外，在客户的体验和他们的反馈方面，本集团定期进行客户满意度的调查以识别本集团在服务方面的问题。二零一九年，参与调查的人次 10351（店内+店外），覆盖率达到 44.8%。主要调查内容包括：

（1）、顾客画像、特征描述；（2）、门店的优劣势及竞争对手的情况分析；（3）、门店形象及 NPS（净推荐值）；（4）、顾客对门店各项指标的评价；（5）、门店的各品类商品表现；（6）、会员情况、促销宣传分析；（7）、网购及大润发优鲜/淘鲜达的购买情况。对于用户在反馈中提到的问题，我们组织专人进行调查、落实，并及时反馈。本集团规范投诉举报工作，强化责任意识，并改善服务作风。针对投诉，集团组织人员进行专门的调查，对于存在的问题提出当前和后续的整改措施，并形成专门的投诉事件调查报告对投诉事件进行专门的记录和管理。

我们严格遵守国经贸（1995）458 号文件，公开公布相关售后三包条款，在各个门店设立专线售后服务热线，快捷检测，免费维修（非人为损坏），保障顾客购买安全产品，安心消费。另外，我们定期进行回访工作，与客户直接沟通，了解客户对本集团，产品质量，售后服务情况的评价和建议，及时为客户解决相应问题，提高客户满意度，培养忠实客户。

我们认为客户隐私的良好维护和管理是双方建立长期信任和友好合作的关键。我们严格遵守个人资料和隐私保护的相关法律法规，并制定了信息安全保护制度，要求职工提高职业敏感性，切实履行应尽的保密责任。对于客户相关保密信息的查阅需要相应职级的领导审批，顾客消费数据的分析及应用，需部门最高主管审批，避免不当使用，确保客户信息资料得到有效保护。在技术方面，资讯部门对顾客个人信息加密保存，本集团对服务器进行了充分保护、备份，保证内、外网设备的安全。

在产品标签管理方面，新品引进前会对商品标签进行审核工作，如发现问题将做系统记录并通知整改，在商品标签符合引进条件后方可引进销售。对于重点商品，如自由品牌商品，将督促厂商提供国家认可的第三方检验机构出具的标签检验合格报告书。



外购的食品需要具备标签咨询报告

我们非常重视知识产权保护，并始终密切关注门店中可能出现的侵权产品。这种监控始于我们与供应商的关系。我们严格遵守国家《中华人民共和国著作权法》、《中华人民共和国商标法》和《中华人民共和国专利法》的规定。针对贩售的商品，在引进之初就需要厂商提供知识产权证并进行审核确认；授权标准需提供授权与被授权双方之间的具有法律效应的授权书；资料维护组对资质文件存档备案。而对于我们自己的知识产权保护，本集团首先建立保密规章制度，并指派专人负责知识产权的管理，列出明细，建立档案。本集团自有商标的保护方面，一方面必须经过授权才能使用本集团的商标和标识，同时严格规定授权使用的范围以及授权使用的时间；另一方面，我们确保授权出去的标识不会侵犯他人的知识产权或其他合法权益。

3.7 反贪污

反腐倡廉，完善体制

商业活动中的不正当行为，如贪污、受贿、行贿，都会严重损害本集团的声誉，也会严重扰乱企业的正常管理秩序，阻碍企业的持续、健康发展。因此，本集团坚决反对并明令禁止任何形式的欺诈行为或腐败行为，包括勒索和贿赂。

结合国家《中华人民共和国劳动法》、《中华人民共和国反不正当竞争法》、《中华人民共和国反洗钱法》、《关于禁止商业贿赂行为的暂行规定》、《关于办理商业贿赂刑事案件适用法律若干问题的意见》、《关于审理洗钱等刑事案件具体应用法律若干问题的解释》《关于完善反洗钱、反恐怖融资、反逃税监管体制机制的意见》及《2013年商务部规范企业境外经营行为，防治境外商业贿赂工作要点》，本集团制定了反贪污作业规范，并设立合规组。在反腐作业规范中，明确了反贪、腐之作业的执行人、联合稽查处理案例流程、联合稽查组编制及管理以及联合稽查工作职责及范畴等相关内容。该作业规范实现促进公司内部操作管理规范，纠正各种违规违纪现象，查处渎职、以权谋私行为，提高分店盈利能力，树立公司良好形象等目的。

为提高集团员工的反腐意识，本集团在《员工手册》的第十三章“职业操守准则”详细阐述相关规章制度。本集团人资部同时采取线上、线下双渠道培训方式进行反腐教育的培训，所有员工 100%签署《承诺书》。对于导购人员，根据公司《规范导购兼职、暗销管理事宜》，对主管以及导购进行培训，进一步规范门店对于导购兼职的管理。。

集团内部建立投诉和举报制度和实施办法，成立受理投诉和举报处理部门，公开投诉和举报邮箱、地址和电话，对投诉和举报按照“1. 公布监督、投诉途径 2. 案件受理 3. 案例查核及处理 4. 结案归档”的流程开展投诉和举报受理处置工作，确保任何处事不公、违规违纪行为都能得到有效反映和高效处理。本报告期内，本集团发现有如贪污、贿赂、勒索、欺诈、洗黑钱等不正当商业行为 24 起，全部已经得到妥善的处理和解决。

3.8 社区投资

本集团积极参加公益活动，同时鼓励员工参与，为社区建设作出积极贡献。我们在更高层面上追求集团社会效益的实现，力争打造有责任、有担当的高鑫零售。本集团始终坚持门店要以成为“社区好邻居”为宗旨，积极参与到社区发展建设中，为社区的环境改善、人文关怀、突发应急事务处理、丰富社区活动等尽一份力。所有参与的活动，必须体现公司良好正面的企业形象。我们专注贡献范畴主要包括：公益环保项目、可持续发展项目、关爱弱势群体、关爱儿童、配合社区辖区公益需求、赈灾救济等。二零一九年度累计投入慈善资金近人民币 750 万元。

服务便民，活动惠民



信用让消费者更放心-二零一九年 3·15 消费者权益日活动

本集团社区投资的活动由总部行销主导，二零一九年组织全国各店开展节能环保、消费者保护、关爱老人和留守儿童等一系列的、不同规模的活动。本集团每年的三月联合厂商、商铺及政府相关部门一起开展便民服务，参与学雷锋活动，同时也会招募大学生和志愿者一起加入其中。二零一九年三月十五日，高鑫零售华东区 200 多家门店亦如既往联合当地社区共同举办了消费者权益日活动，通过开展相关权益保障咨询、便民服务、315 知识普及等相关活动增强顾客在消费时的自我保护意识。

大润发携手宝洁，成为公益领域的同行者，共同帮助有需要的乡村儿童。二零一七年，大润发·宝洁希望小学健康保护五年计划启动。我们深耕健康设施和健康教育，根据希望小学的真实需求建设洗衣房，洗手间和卫生间等，目前已经完成了共计 350 万元的卫生设施建设，覆盖十省超过 30 所希望小学。



希望小学健康保护五年计划

从二零一六年起，大宝联手高鑫零售发起了关爱老人的公益项目。截止二零一九年年底，大宝协同高鑫零售捐出价值累计达 210 万元人民币的产品，惠及全国 56 家敬老院，近万名老人及敬老院相关工作人员。



感恩在身边，滋润在心间 - 敬老院公益项目

热心公益，回报社会

二零一九年度，本集团有 152 家分店开展各类公益活动（活动人数 41652 人，金额人民币 84.5 万元）以及相关公益宣传、场地提供等。主要包括：养老院公益活动、慰问孤寡老人、和当地街道办理联谊晚会、党工委对接慰问困难群众、社区送温暖活动、技能比赛、岗位技能大赛等；此外，高鑫零售还提供场地、赠品、户外大屏，供政府、街道举办各项活动；在暑期举办各项少儿互动，例：跳蚤大会、少儿街舞等，关爱儿童身心发展。

华南开平店是本集团参与公益事业的积极代表：

- ① 华南开平店二零一九年参加爱心月饼慰问活动，获得开平市社会工作委员会、开平市民政局、开平市残疾人联合会、开平市社会工作者协会颁发“乐善好施 爱心永驻”牌匾；
- ② 参加喜庆中秋，欢乐传万家爱心月饼慰问活动获得中共开平市委政法委、开平市民政局、开平市妇女联合会、开平市残疾人联合会、开平市长沙街道办事处、开平市慈善会、开平市社会工作者协会颁发“热心公益、乐善好施”牌匾；
- ③ 二零一九年六月参加粽叶飘香、情满社区端午节公益募捐活动获得开平市惠群社会工作综合服务中心颁发“热心公益、情满社区”牌匾；
- ④ 二零一九年九月参加手牵手共创文明城市，心连心共度浓情中秋活动获得共青团开平市委员会开平市义工联合会颁发感谢牌匾；

- ⑤ 二零一九年五月荣获开平市长沙街道社会治理公益创投综合服务项目“公益友好合作伙伴”牌匾；
- ⑥ 二零一九年九月客服经理获得开平市社会工作者协会、开平市惠群社会工作者综合服务中心“优秀义工”称号。



参加手牵手共创文明城市活动



“热心公益、乐善好施”牌匾

本集团定期组织员工参与义务献血活动，向更多需要帮助的病人伸出援手，用鲜血传递爱心和温暖。在本报告年度，全国共有 95 家店和总部同仁参与无偿献血，献血人次达 1220 人次。

二零二零疫情期间，大润发作为为顾客提供民生所需物品的零售服务商，面对疫情，全国门店打起了十二分精神，积极响应政府号召，全面防护门店的卫生安全、满足顾客的购买需求，为顾客“生活必需”保驾护航，并踊跃以各种形式提供协助。

例如：捐助民生必需品（牛奶、方便面、蔬菜水果巧克力等）、防疫用品（口罩、消毒液）、资金、医护人员行李箱/背包/充电宝/数据线、纸板箱（用来处理医疗废弃物），参与到为疫区居民提供社区配送的行动中来。



大润发相城店捐赠防疫物资



参与到配送物资到社区的行动中

附录：香港证券交易所《环境、社会及管治报告指引》内容索引表

主要范畴、层面、一般披露及关键绩效指标			索引	
层面	内容		章节	页码
A.环境				
A1： 排放物	一般披露 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： (a) 政策；及 (b) 遵守对发行人有重大影响的相关法律及规例的资料。 注：废气排放包括氮氧化物、硫氧化物及其他受国家法律及规例规管的污染物。温室气体包括二氧化碳、甲烷、氧化亚氮、氢氟碳化物、全氟化碳及六氟化硫。有害废弃物指国家规例所界定者。		2.1	8-11
	关键绩效指标 A1.1	排放物种类及相关排放数据。	2.1	8-11
	关键绩效指标 A1.2	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）。	2.1	8-11
	关键绩效指标 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）。	2.1	8-11
	关键绩效指标 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）。	2.1	8-11
	关键绩效指标 A1.5	描述减低排放量的措施及所得成果。	2.1	8-11
	关键绩效指标 A1.6	描述处理有害及无害废弃物的方法、减低产生量的措施及所得成果。	2.1	8-11
A2： 资源使用	一般披露 有效使用资源（包括能源、水及其他原材料）的政策。 注：资源可用于生产、储存、运输、楼宇、电子设备等。		2.2	12-15
	关键绩效指标 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）。	2.2	12-15
	关键绩效指标 A2.2	总耗水量及密度（如以每产量单位、每项设施计算）。	2.2	12-15
	关键绩效指标 A2.3	描述能源使用效益计划及所得成果。	2.2	12-15
	关键绩效指标 A2.4	描述求取适用水源上可有任何问题，以及提升用水效益计划及所得成果。	2.2	12-15
	关键绩效指标 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。	2.2	12-15
A3： 环境和自然 资源	一般披露 减低发行人对环境及天然资源造成重大影响的政策。		2.3	16
	关键绩效指标 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。	2.3	16

主要范畴、层面、一般披露及关键绩效指标			索引	
层面	内容		章节	页码
B.社会				
B1： 雇佣	一般披露 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： (a) 政策；及 (b) 遵守对发行人有重大影响的相关法律及规例的资料。		4.1	17-19
	关键绩效指标 B1.1	按性别、雇佣类型、年龄组别及地区划分的雇员总数。		17-19
	关键绩效指标 B1.2	按性别、年龄组别及地区划分的雇员流失比率。		17-19
B2： 健康与安全	一般披露 有关提供安全工作环境及保障雇员避免职业性危害的： (a) 政策；及 (b) 遵守对发行人有重大影响的相关法律及规例的资料。		4.2	19-20
	关键绩效指标 B2.1	因工作关系而死亡的人数及比率。		19-20
	关键绩效指标 B2.2	因工伤损失工作日数。		19-20
	关键绩效指标 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。		19-20
B3： 发展及培训	一般披露 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。		4.3	20-21
	关键绩效指标 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。		20-21
	关键绩效指标 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。		20-21
B4： 劳工准则	一般披露 有关防止童工或强制劳工的： (a) 政策；及 (b) 遵守对发行人有重大影响的相关法律及规例的资料。		4.4	21
	关键绩效指标 B4.1	描述检讨招聘惯例的措施以避免童工及强制劳工。		21
	关键绩效指标 B4.2	描述在发现违规情况时消除有关情况所采取的步骤。		21

主要范畴、层面、一般披露及关键绩效指标			索引	
层面	内容		章节	页码
B5： 供应链管理	一般披露 管理供应链的环境及社会风险政策。		4.5	22-23
	关键绩效指标 B5.1	按地区划分的供货商数目。		22-23
	关键绩效指标 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。		22-23
B6： 产品责任	一般披露 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： (a) 政策；及 (b) 遵守对发行人有重大影响的相关法律及规例的资料。		4.6	24-26
	关键绩效指标 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。		24-26
	关键绩效指标 B6.2	接获关于产品及服务的投诉数目以及应对方法。		24-26
	关键绩效指标 B6.3	描述与维护及保障知识产权有关的惯例。		24-26
	关键绩效指标 B6.4	描述质量检定过程及产品回收程序。		24-26
	关键绩效指标 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。		24-26
B7： 反贪污	一般披露 有关防止贿赂、勒索、欺诈及洗黑钱的： (a) 政策；及 (b) 遵守对发行人有重大影响的相关法律及规例的资料。		4.7	26-27
	关键绩效指标 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。		26-27
	关键绩效指标 B7.2	描述防范措施及举报程序，以及相关执行及监察方法。		26-27
B8： 社区投资	一般披露 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。		4.8	27-29
	关键绩效指标 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）。		27-29
	关键绩效指标 B8.2	在专注范畴所动用资源（如金钱或时间）。		27-29