

# 2021/2022

## 环境、社会及管治报告

Environmental, Social and  
Governance Report

**SUN ART**  
*Retail Group Limited*

高鑫零售有限公司



# 目录

## CONTENTS

关于本报告	04
董事会声明	05
首席执行官致辞	06
走进高鑫零售	08
年度亮点	10

## 01 责任治理 做更值得信任的企业

ESG管治	14
持份者沟通	15
重要性评估	16
企业治理	18

## 02 优质产品 打造更美好的生活方式

营养与健康的选择	24
严控食品质量与安全	28
竭诚服务, 营造美好购物体验	34

## 03 绿色发展 成就更美好的环境

承诺与目标	46
应对气候变化	50
绿色运营	58
生物多样性与动物福利	68

## 04 责任采购 坚持更可持续的供应链

可持续采购	74
供应链管理	77
供应商扶持	81
供应商交流	83

## 05 以人为本 建设更幸福的企业文化

员工概况	86
发展与培训	92
关爱员工	95

## 06 回馈社区 成为更好的邻居

抗疫就灾	102
爱心公益	104

附录	
香港联交所《环境、社会及管治报告指引》内容索引	108
适用法律法规与内部政策制度	112

# 关于本报告

## ! 报告说明

本报告是高鑫零售有限公司（以下简称“高鑫”或“高鑫零售”或“本集团”）发布的第五份环境、社会及管治（以下简称“ESG”）报告，重点披露本集团的环境、社会和管治等方面表现的相关信息，时间跨度为 2021 年 4 月 1 日至 2022 年 3 月 31 日（即“报告期内”）。

## 📄 编制依据

本报告编制遵循香港联合交易所有限公司（以下简称“联交所”）《上市规则》附录二十七所载的《环境、社会及管治报告指引》进行编制。本报告按照识别和排列重要的权益人，以及 ESG 相关重要议题、决定 ESG 报告的界限、收集相关材料和数据、根据资料编制报告和对报告中的资料进行检视等步骤进行厘定，以确保报告内容的完整性、实质性、真实性和平衡性。

## 📍 报告范围

本报告中政策、声明、资料和相关数据取自报告期 12 个月内高鑫零售旗下所有经营场所。

## 🔗 资料来源及可靠性保证

本报告的资料和案例主要来源于本集团统计报告和相关文档。我们承诺本报告不存在任何虚假记载、误导性陈述，并对其内容真实性、准确性和完整性负责。报告使用数据来源包括公开数据、高鑫零售内部统计报表、第三方问卷调查和访谈等。本报告中涉及到的经济数据与高鑫零售 2021/2022 年年度报告中数据范围保持一致。

## 📄 获取及回应本报告

本报告提供中文版及英文版供读者参阅，报告电子版可在联交所网站高鑫零售“财务报表 / 环境、社会及管治资料”类别内或本集团网站获取。

# 董事会声明

为了持续推进本集团的 ESG 管理工作，进一步完善 ESG 管治架构，本集团形成了职责分明的三层管治架构，董事会为最高责任机构，对公司 ESG 战略、ESG 风险起到领导和监管作用，同时负责审批 ESG 目标及 ESG 报告，并对 ESG 目标进展定期回顾和持续监督。董事会下设 ESG 管理委员会和 ESG 工作小组，ESG 管理委员会负责 ESG 工作事项的开展和汇报，监督 ESG 工作小组执行具体工作。

董事会每年至少一次就公司整体 ESG 战略，识别出的 ESG 风险与机遇，对 ESG 目标设定及进展情况以及年度 ESG 报告进行指导、回顾与最终审批。

在报告期内，董事会就零售行业发展趋势，结合高鑫零售运营现状以及新零售多业态经营战略，对集团 ESG 发展战略及表现情况开展了全面分析评估，结合上一财年识别的 ESG 风险，董事会进行了重新回顾与分析，并针对风险进行了重新排序。2021/2022 财年，董事会最终审批通过了高鑫零售 ESG 方面的 10 项极其重要、17 项非常重要以及 3 项重要议题，形成了本财年的 ESG 重大性议题矩阵。

此外，董事会审阅并批准了 ESG 管理委员会制定的四个环境目标，包括温室气体减排、废弃物排放、用水效益及能源使用效益。未来董事会将对目标开展持续的跟踪和监督工作。经董事会讨论，批准 2021/2022 财年 ESG 报告的公开披露。

## 2021/2022 财年

董事会最终审批通过了高鑫零售 ESG 方面的

**10** 项极其重要 **17** 项非常重要 以及 **3** 项重要议题

## 四个环境目标

温室气体减排

能源使用效益

用水效益

废弃物排放

# 首席执行官致辞

过去的一年是充满挑战的一年，面对后疫情时代对零售行业带来的持续影响，高鑫零售在环境、社会及管治方面努力提升企业表现，稳步强化企业 ESG 治理水平，继续夯实企业可持续发展根基。

在过去的这一财年中，我们持续推动可持续发展理念与企业日常运营的深度融合，通过完善 ESG 管治架构，形成了以董事会为最高责任机构的 ESG 三层治理架构，包括 ESG 管理委员会和 ESG 工作小组，进一步加强了 ESG 治理的监管力度。报告期内，我们制定了 ESG 行动目标并规划了目标实现路径，帮助企业有效提升 ESG 表现水平。

高鑫零售秉承“够安心、购安全、诚信兴商、品质消费”的经营理念，努力向消费者提供质量上乘的产品与服务。我们将食品质量与安全视为重中之重，在报告期内开展了一系列严控举措，确保门店落实食品安全保障工作。报告期内，高鑫零售未发生自有品牌召回事件。我们基于多元化产品矩阵，适当调整营养健康属性，迎合健康化的消费趋势；报告期内，我们加大了对可持续采购的投入，在产品质量追溯，有机产品等方面开展了责任采购工作。为保证高品质产品的供应，高鑫零售继续保持严格且规范化的供应商管理，目前有 802 家供应商具有 HACCP/ISO 22000 认证。同时我们也将供应商的环境、社会等方面的表现纳入了考量范畴。

高鑫零售高度关注公司运营所带来的环境影响，在门店及仓储仓已开展多个节能减排、资源节约的环保工作。报告期内，我们制定了包括温室气体排放在内的四个环境目标并规划了目标实现路径，进一步明确了未来环境管理工作的重点方向。随着国内外对气候变化及其影响愈发重视，气候变化风险对企业的影响程度不言而喻。高鑫零售已开展气候变化风险管理工作，包括风险评估、识别及应对，逐步强化公司气候风险的管理能力。

“以人为本”是高鑫零售坚守的雇佣理念，我们坚决维护员工的合法权益，创造安全健康的工作环境，营造平等尊重的工作氛围。我们珍惜每位员工的付出，设计了科学合理的绩效管理机制，并提供多元化职业发展路径和多样化职业培训，实现与员工的双赢。报告期内，员工整体满意度高达 99.8% 以上。我们积极履行企业社会责任，密切关注社会动态，以实际行动回馈社会。报告期内，我们汇集力量抗疫救灾，主动发起和参与爱心公益，传播“高鑫温暖”。报告期内，高鑫零售在抗疫救灾和爱心公益方面共投入资金 842.49 万元人民币。

回顾过去一年，高鑫零售在企业可持续发展的道路上的进程离不开社会各界、公司内外部持份者的齐心协力；展望未来，我们将不忘初心，勇担企业社会责任，继续追求企业的可持续发展。最后，我仅代表高鑫零售管理层向我们的消费者、高鑫全体员工和合作伙伴以及一直以来关心、帮助高鑫零售的各界朋友表示衷心的感谢。

“

够安心  
购安全  
诚信兴商  
品质消费

”



林小海先生

首席执行官  
二零二二年八月

# 走进高鑫零售

高鑫零售是拥有大卖场及高增长电商业务的中国领先零售商。本集团以“大润发”“中润发”“小润发”品牌经营大卖场、中型超市及小型超市业务。截止2022年3月31日，本集团在全国29个省市自治区内239个城市共拥有490家大卖场、九家中型超市、及103家小型超市，总建筑面积约为1,367万平方米。本集团一直致力于为顾客提供新鲜、便宜、舒适、便利，且一次性购足的优质购物体验，成为小区的好邻居，值得消费者信赖的购物代表。

自始至终，高鑫零售秉持着“顾客至上、信任、诚信、卓越、协同工作、开放”的价值观，我们坚持履行“要让人们每天吃的更好，生活的更好”的使命，承载着为新零售定下基调，以独家产品的高品质、精选的产品入选、价格折扣及完美的顾客体验成为行业楷模的愿景，将日益个性化的创新和服务、便捷每一天、改变顾客的生活作为希望，把以人为本、生活安康及热情服务归于我们所有行动的中心。

高鑫零售将以“大中小业态齐头并进、线上线下融合、多业态全渠道发展”为主要发展策略，成为实体零售数字化转型的领先者及新零售标杆。

■ 本集团在全国  
**29** 个省市自治区内

■ 拥有 **490** 家大卖场

■ **9** 家中型超市

■ **103** 家小型超市

■ 总建筑面积约为  
**1,367** 万平方米

新鲜

便宜

舒适

便利

顾客至上、信任、诚信、卓越、协同工作、开放

成为线下体验中心，线上履约中心，坚持多业态全渠道发展，打造生鲜供应链能力

大润发

中润发

小润发

**SUN ART**  
Retail Group Limited

审图号：GS(2019)1825号 自然资源部 监制

# 年度亮点

## 责任治理



- 形成**三层** ESG 管治架构
- 识别 **10 项**极其重要 ESG 议题，**17 项**非常重要 ESG 议题，以及 **3 项**重要 ESG 议题
- **全员**参加反贪腐培训
- 已审结的贪污诉讼案件 **0 起**

## 优质产品



- 形成多品类低糖产品矩阵，全年销售额逾 **4.4 亿元**人民币，增长近 **14%**
- 开展产品安全与质量相关培训总时数 **170,783 小时**，覆盖 **48,795 人次**
- **0 起**因自有品牌产品安全与质量问题发生的召回事件
- 全国门店的客户满意度平均得分较上一年度上涨 **2.0 分**
- 客户信息泄露事件 **0 起**

## 绿色发展



- 制定 **4 个**环境目标，包括
  - 1. 温室气体减排**：不晚于 2030 年，实现范围 1 和 2 自身运营碳中和
  - 2. 废弃物排放**：到 2030 年，实现 100% 门店推行垃圾分类；到 2030 年，实现纸箱 100% 回收利用；推动厨余废弃物资源化处理
  - 3. 用水效益**：以 2021 年为基准，到 2025 年，实现水资源单店使用量降低 3%
  - 4. 能源使用效益**：截止 2030 年，实现自身运营所需电力达到 100% 碳中和，高鑫零售自有车辆的汽油及柴油实现 100% 碳中和
- 根据 **TCFD (Task Force on Climate-related Financial Disclosures)** 指引开展了**气候变化风险管理工作**，分别识别了**转型风险和实体风险**，并制定了应对举措
- **17 家**门店已建光伏发电设备，光伏发电量占 17 家门店总用电量的 **9.9%**

## 责任采购



- 生鲜部门所售牛肉品类已实现 **100%** 可追溯来源，华东地区**所有**牛肉品类已实现原料来源追溯
- 在售有机蔬菜品项约 **100 个**
- 2021/2022 财年合计引进 **7 个**植物蛋白品牌，逾 **100 支**植物蛋白 SKU (Stock Keeping Unit, 库存量单位)，财年营收超过 **6,000 万元**人民币
- 具有 HACCP/ISO 22000 认证的供应商达到 **802 家**
- 供应商“廉洁诚信约定函”的签署率达到 **100%**

## 以人为本

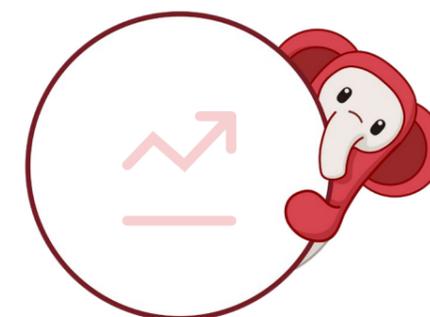


- 员工中特殊人群及残障人士占比 **1.66%**，少数民族占比 **1.85%**
- 全方位加强员工培训，员工参训百分比达 **100%**
- 员工整体满意度高达 **99.8%**

## 回馈社区



- 抗疫救灾和爱心公益方面共捐赠资金 **842.49 万元**人民币



# 责任治理

## 做更值得信任的企业

*Responsible Governance, Be a Trustworthy Enterprise*

高鑫零售坚守合规治理的企业运营原则，搭建了健全的治理体系和管治架构，对风险管理，商业道德等方面实施严格管控。同时高鑫零售不断强化ESG治理水平，为企业实现可持续发展打造坚实基础。



- 1.1 ESG管治
- 1.2 持份者沟通
- 1.3 重要性评估
- 1.4 企业治理

0 起贪污诉讼案件

全员参加反贪腐培训

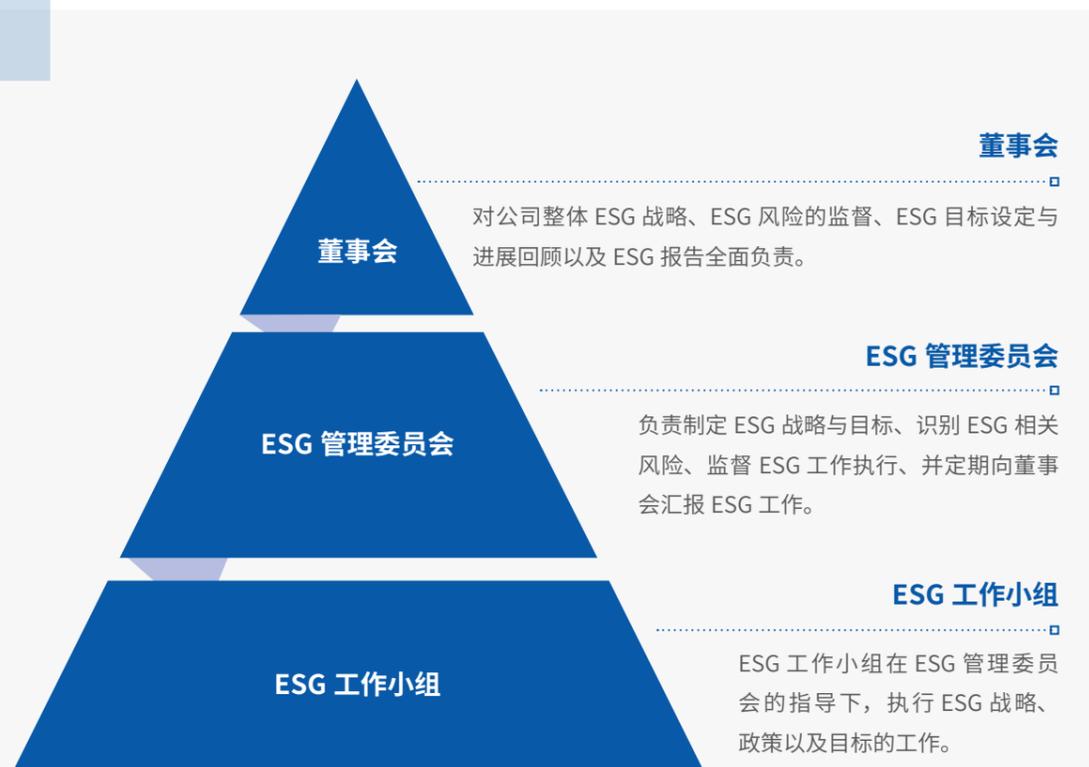




## ESG 管治

高鑫零售作为中国零售行业领先企业，积极践行企业可持续发展理念，切实履行企业社会责任，为社会发展贡献一份力量。

为实践高鑫的可持续发展理念，推动可持续发展理念与企业日常运营的深度融合，本集团在报告期内进一步完善了 ESG 管治架构，形成了职责分明的三层管治架构。董事会为 ESG 管治的最高责任机构，ESG 管理委员会是公司主要的 ESG 联络组织，由本集团 CEO（首席执行官）及投资者关系总监共同作为 ESG 联络协调人，联动公司各个部门。ESG 工作小组负责落实具体的 ESG 工作开展，由公司各个部门的指定人员如部门总监、区域总监作为 ESG 工作开展的负责人。



◆ 高鑫零售 ESG 管治架构



## 持份者沟通

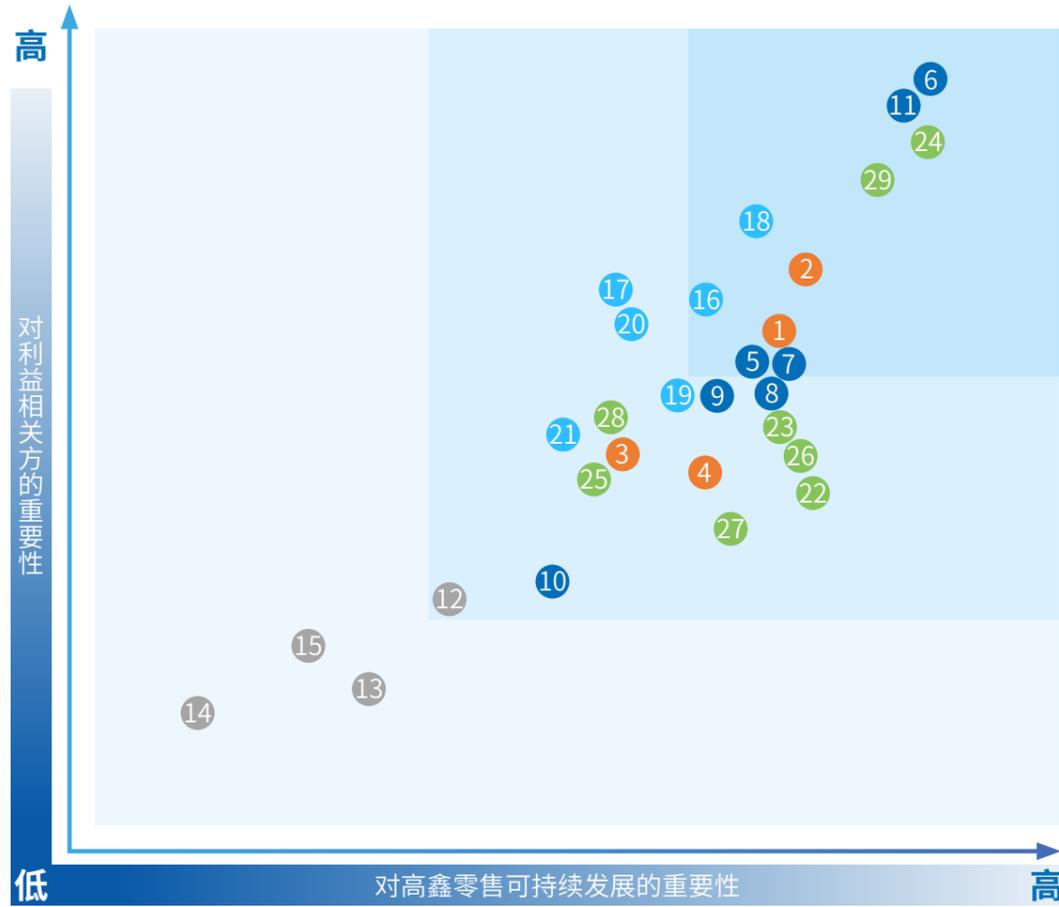
高鑫零售高度重视与持份者的沟通，建立了有效且高效的常态化沟通机制，保证了持份者的参与度。本集团识别出与环境、社会及管治有关的持份者包括高鑫零售员工、供应商、客户、股东和投资者、政府和业务所在地区的社区居民。报告期内，我们积极与各持份者沟通交流，了解各方诉求和期望，认真听取建议并作出回应，达成双向沟通。

持份者	沟通期望	沟通方式和渠道	沟通频次
政府及监管部门	<ul style="list-style-type: none"> <li>依法经营和纳税</li> <li>提高社会就业</li> <li>保障供应</li> <li>保障食品安全</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>相关负责人沟通</li> <li>接受监督检查</li> <li>参加相关会议</li> <li>咨询法规政策</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>必要时与政府和监管部门沟通</li> </ul>
行业协会	<ul style="list-style-type: none"> <li>推动行业健康发展</li> <li>推进行业规范</li> <li>树立行业楷模</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>行业研讨会、论坛</li> <li>同行考察调研</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>不定期</li> </ul>
股东及投资者	<ul style="list-style-type: none"> <li>保障投资收益</li> <li>保障股东权益</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>股东大会</li> <li>董事会</li> <li>投资者调研</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>一年一次，针对特殊议题需召开临时股东大会</li> <li>每季度一次</li> <li>不定期（“缄默期”期间不对外沟通）</li> </ul>
消费者	<ul style="list-style-type: none"> <li>保障品质和价格</li> <li>不断优化服务并提升购物体验</li> <li>满足不同需求</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>线上线下沟通渠道</li> <li>售后服务</li> <li>门店服务中心</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>日常工作</li> </ul>
供应商	<ul style="list-style-type: none"> <li>公平交易</li> <li>信息共享</li> <li>保障销售速度</li> <li>保障货款结算速度</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>相关负责人沟通</li> <li>信息管理系统</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>不定期</li> </ul>
员工	<ul style="list-style-type: none"> <li>员工薪酬和福利</li> <li>提供丰富的职业发展机会和技能培训</li> <li>增进公司和员工间的互动和感情</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>员工大会</li> <li>员工活动</li> <li>年会</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>不定期</li> <li>一年一次</li> </ul>
新闻媒体	<ul style="list-style-type: none"> <li>公布本集团新动态</li> <li>舆论监督</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>新闻发布会</li> <li>媒介宣传</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>不定期</li> </ul>
当地社区居民	<ul style="list-style-type: none"> <li>关怀社区，提供福利</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>社区参观会</li> <li>社区人员会谈</li> <li>志愿服务</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>不定期</li> </ul>

# 重要性评估

通过与持份者的沟通交流，我们充分了解了持份者对于各 ESG 议题的关注程度，并将其充分考虑至 ESG 议题的重要性评估中。此外，我们结合了联交所 ESG 指引、MSCI-ESG 评级<sup>1</sup>、CSA 问卷<sup>2</sup>等要求，以及外部市场和社会对 ESG 议题的聚焦点，最终综合分析并梳理出重要 ESG 议题，绘制了以下重大性议题矩阵。

高鑫零售 2021/2022 年 ESG 重大性议题



◆ 高鑫零售重大性议题矩阵

- 劳工责任
- 营运责任
- 社区责任
- 治理责任
- 环境责任

[1] 明晟 MSCI ESG 评级：该体系关注公司在环境、社会和治理三个方面合计 10 项主题下的 37 项 ESG 关键评价指标表现。具体来看，包括环境方面的气候变化、自然资源、污染及浪费、环境机会等四项主题，社会方面的人力资源、产品可信度、股东否决权、给社会创造价值的机会等四项主题，以及治理方面的公司治理、公司行为等两项主题。

[2] CSA 问卷：标普道·琼斯可持续发展指数 (DJSI) 评估体系通过该 CSA 调查问卷，结合公司文件、公共信息、与公司直接联系四种渠道，从经济、社会及环境三个方面，以投资角度评价企业可持续发展的能力。

重要性	序号	议题	范畴	
极其重要	1	雇佣与劳工权益	劳工责任	
	2	职业健康安全	劳工责任	
	5	客户关系管理	营运责任	
	6	产品质量与安全	营运责任	
	7	责任供应链	营运责任	
	11	食品安全	营运责任	
	16	反贪污	治理责任	
	18	依法经营	治理责任	
	24	温室气体排放	环境责任	
	29	气候变化	环境责任	
	非常重要	3	发展及培训	劳工责任
4		员工关怀	劳工责任	
8		消费者隐私保护	营运责任	
9		合规宣传	营运责任	
10		营养与健康机会	营运责任	
12		本地采购	社区责任	
17		知识产权保护	治理责任	
19		经济表现	治理责任	
20		风险管理	治理责任	
21		持份者参与	治理责任	
22		水资源管理	环境责任	
23		能源管理	环境责任	
25		污染物排放	环境责任	
26		废弃物管理	环境责任	
27		包装材料管理	环境责任	
28		供应链环境管理	环境责任	
重要		13	推动行业发展	社区责任
		14	参与公益慈善活动	社区责任
		15	参与社区贡献	社区责任



## 企业治理

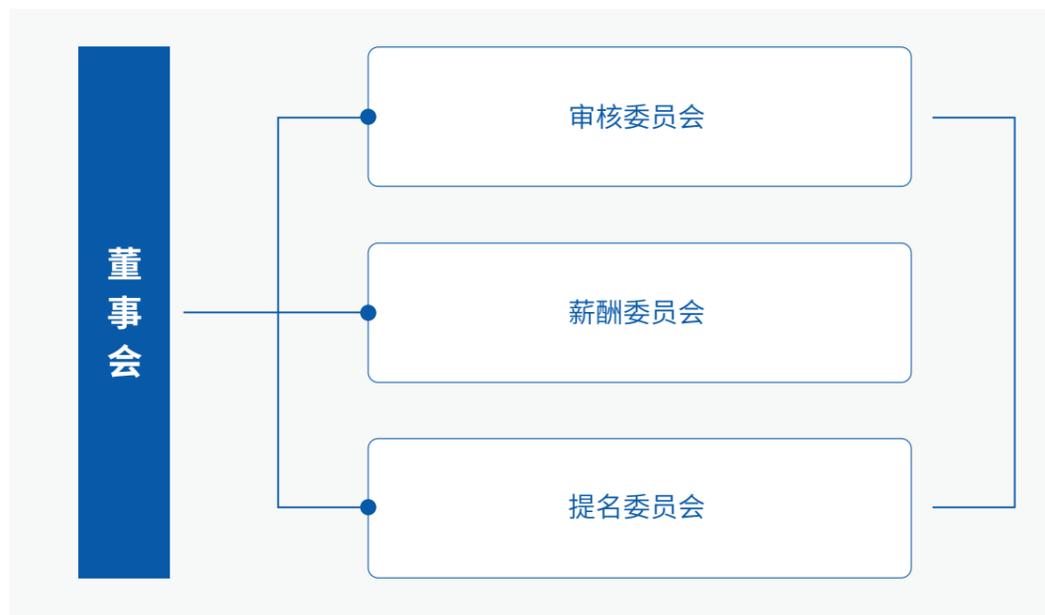
高鑫零售谨记合规管治的企业治理原则，持续优化企业治理体系的运作效率。我们高度重视企业风险的管控工作，致力于不断提升企业的风险应对能力。我们制定了多项内部商业道德行为规范，搭建了内部反贪腐管理架构，坚决贯彻廉洁守法的企业文化。我们重视知识产权的保护，致力于提升知识产权管理水平。

### 治理体系

高鑫零售以践行合规管治为企业治理核心原则，严格遵守《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国证券法》《上市公司治理准则》，联交所《上市规则》《企业管治守则》等法律法规。我们制定了《企业管治及合规手册》，致力于实现高效、合规的企业管理，维护企业的稳定运营，切实保障股东权益。

本集团定期对企业管治架构进行多维度评估和完善，以进一步加强董事会就对业务实施、公司战略决策及表现的监管能力，同时加强对董事职责履行的监督能力。截至报告期末，本集团共有七名董事，其中一名为女性董事。七名董事包括一名执行董事，三名非执行董事，三名独立非执行董事。

董事会共下设三个委员会，分别是审核委员会、薪酬委员会及提名委员会。针对每个委员会，我们均以书面形式清晰阐述了其职权范围，并在本集团官网<sup>3</sup>披露。



◆ 高鑫零售董事会架构

[3] 各委员会职权范围详细信息请参考官网：高鑫零售有限公司 - 关于我们 > 企业管治 (sunartretail.com)

## 风险管理

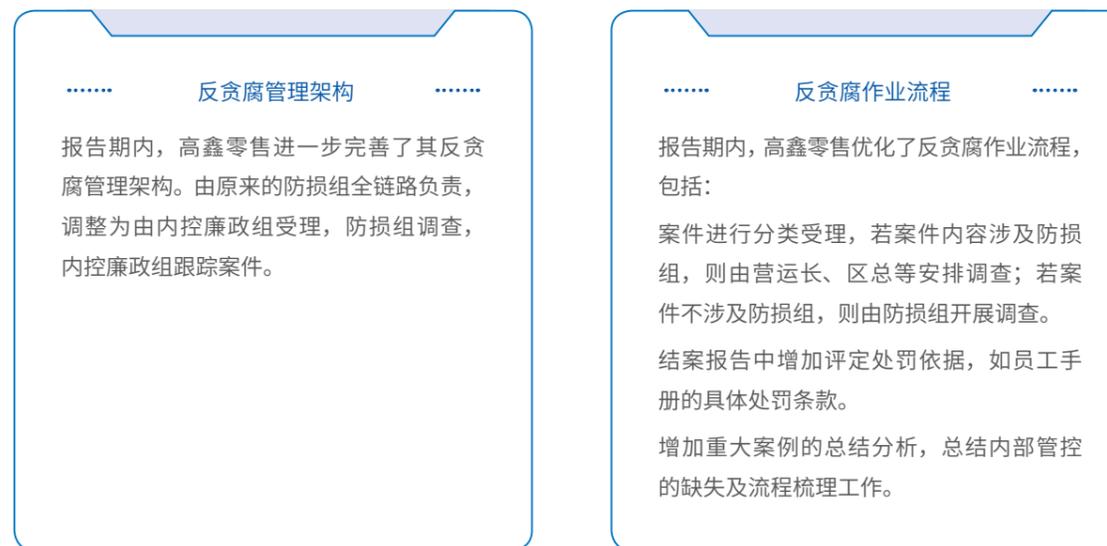
本集团搭建了完善的风险管理体系和内部控制机制，用于提前管控公司日常运营中的潜在风险点，维护良好稳定的内控环境。我们会定期评估风险管理体系及内部控制的运行有效性，确保及时识别潜在风险点及内控缺陷，并执行对应的改善措施。

本集团风险管理体系架构主要包括董事会、审核委员会、管理层及内部审计部。审核委员会负责协助董事会对风险管理及内部控制系统进行宏观把控，并向董事会进行汇报。管理层负责监督日常风险管理及内部控制工作的执行，并对执行情况进行成效评估，而后将评估结果向董事会及审核委员会汇报。内部审计部负责定期检验风险管理体系及内部控制机制的充足性及成效，并对关键事项开展审查，向审核委员会提供审计发现及改进建议。

### 反贪腐

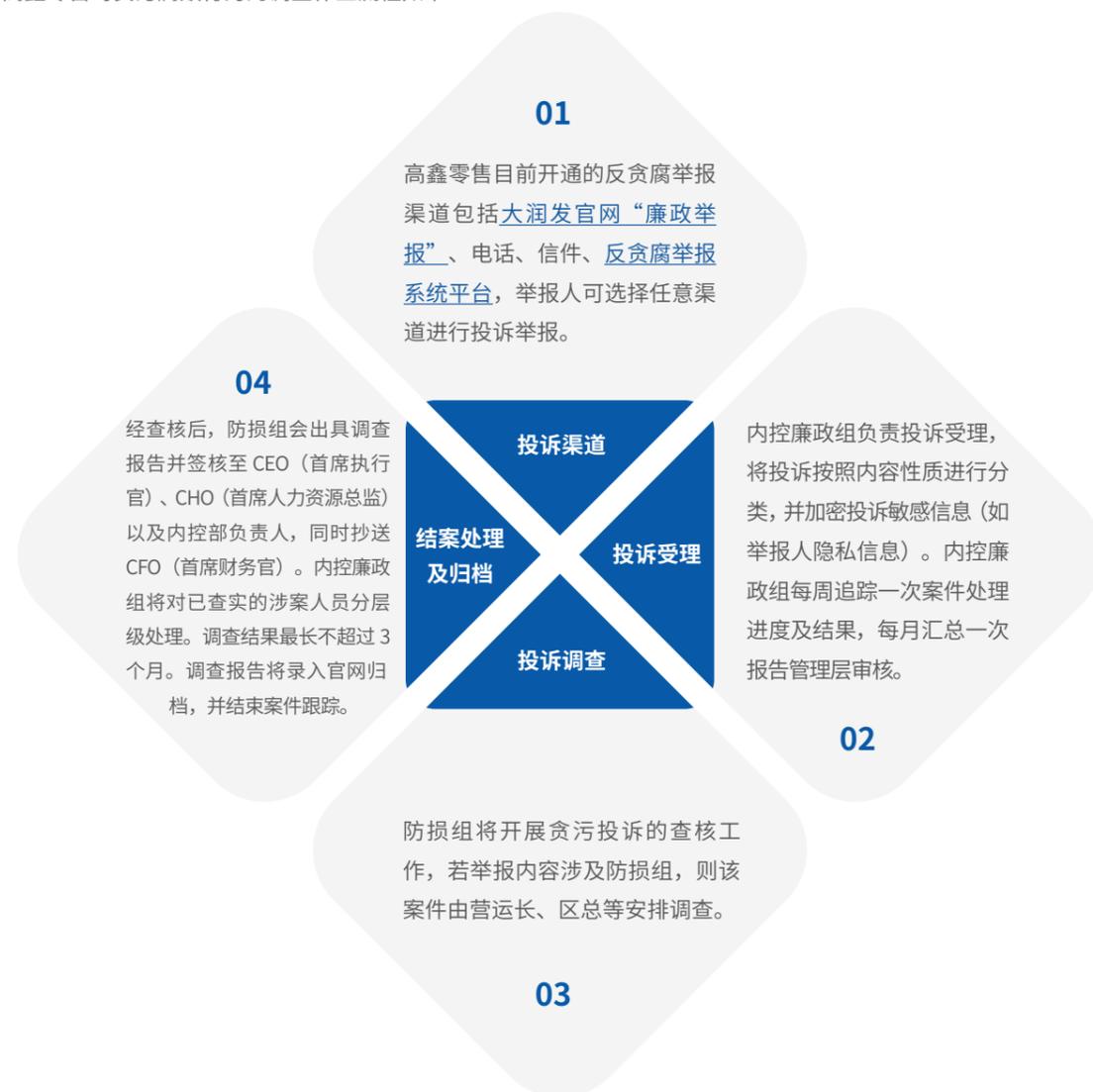
本集团坚定维护廉洁守法的工作氛围，严查公司内发生的一切违法乱纪活动及行为。我们根据《中华人民共和国劳动法》《中华人民共和国反不正当竞争法》《中华人民共和国反洗钱法》《关于禁止商业贿赂行为的暂行规定》等相关法律法规，制定了包括《员工手册》《反贪、腐作业规范》《廉洁诚信约定函》《大润发礼品处理条例》等一系列廉政合规的内部政策制度，以规范企业商业行为。

为确保内部政策制度的有效执行，我们在本集团内控部设立了廉政小组，与营运部防损小组共同协作，相关工作直接向 CEO 汇报，形成了高鑫零售反贪腐管理架构，同时根据《反贪、腐作业规范》对贪污腐败行为开展流程化作业。



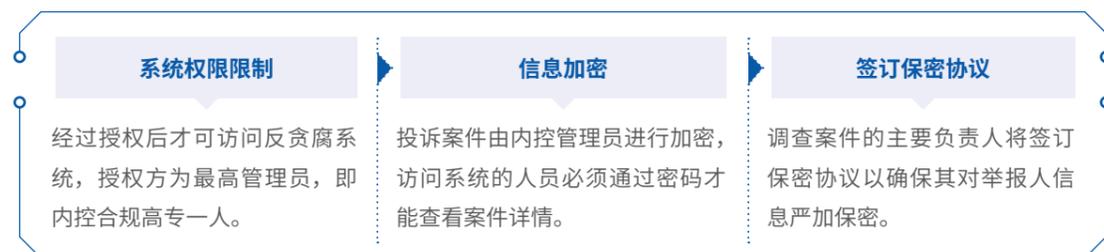
◆ 高鑫零售反贪腐作业流程优化板块

高鑫零售对贪污腐败行为的调查作业流程如下：



◆ 反贪腐调查作业流程

对于举报人的个人隐私信息，我们予以严密保护并公开披露保密举措。在官网反贪腐系统中，我们明确说明将对举报人的信息严格保密，所举报材料会列入密件管理。本集团严禁对举报人有任何形式的打击报复。此外，在《反贪、腐作业规范》中，我们对内部稽查组人员规定，若在执行任务中出现泄密，一经查出将处以严重警告处分。同时，高鑫零售实行了以下保密举措来保护举报人信息。



◆ 举报人保护举措

高鑫零售制定的《员工手册》第十三章为职业操守准则，其中对员工职业道德行为做出了明确的规定，该准则全员公示，对高鑫零售集团全体员工具有约束规范的效力。我们鼓励员工举报身边贪污腐败、违法乱纪行为，为员工开通了多个监督和投诉渠道，包括“礼品申报系统”和“反贪腐举报系统”。针对商业道德行为准则，员工会签署《承诺书》以确认其理解并承诺遵守商业道德行为准则，报告期内，《承诺书》的签署率为 100%。本集团通过开展向董事会及员工的反贪污培训，加强了内部廉政守法理念，树立集团廉洁之风。员工培训包括新进员工需完成《员工手册》培训，其中涵盖了商业道德内容包括“第二章 - 行为准则”“第十三章 - 职业操守准则”以及“第十一章 - 惩戒”。反贪腐培训覆盖全员。

截至报告期末，本集团未发生任何已审结的贪污诉讼案件。

截至报告期末，本集团发生贪污诉讼案件为

0 件

## 知识产权

高鑫零售高度重视知识产权保护，严格遵守国家及运营所在地的相关法律法规，开展规范化的知识产权管理工作。我们致力于持续完善知识产权管理体系，通过建立内部知识产权保护制度和管理机制，不断强化公司知识产权管理水平，加深员工知识产权保护意识。

拥有有效商标的数量

® 19,755 件



# 优质产品

## 打造更美好的生活方式

*High-quality Product, Better Lifestyle*

高鑫零售始终秉承“够安心、购安全、诚信兴商、品质消费”的理念，致力于向消费者提供质量上乘的产品与服务。我们恪守高品质，确保产品的安全与质量，不断提高产品健康属性及投入，力求满足各类人群对营养与健康的需求，竭诚为生命健康提供产品与服务。



- 2.1 营养与健康的选择
- 2.2 严控食品质量与安全
- 2.3 竭诚服务，营造美好购物体验

形成多元化低糖产品矩阵，全年销售额逾

4.4 亿元人民币，增长近 14%

全国门店的客户满意度平均得分较上一年度

上涨 2.0 分





# 营养与健康的选择

高鑫零售致力于倡导合理膳食消费，推广健康生活方式，提高公众健康水平。我们用实际行动贯彻“三减三健”在本集团品类中的应用，不断拓宽产品品牌并推广有机、低脂、低糖、减少人工成分及强化营养成分的各类产品，为消费者提供优质的营养产品。

## 低糖摄入

高鑫零售积极推进抗糖专项计划，本集团已经形成了多元化产品矩阵，布局日配商品、酒水饮料、休闲食品、干杂冲调等快消品类，并结合市场需求，适时调整产品营养健康属性，满足消费者对高品质产品的需求。

我们积极推广通过玉米天然发酵、自然纯正的 L-阿拉伯糖替代传统蔗糖，以及添加 L-阿拉伯糖的多品类商品，辅助血糖偏高、体型肥胖、喜好甜食等人群，减少蔗糖摄入，维持血糖稳定，健康食糖。

我们将 L-阿拉伯糖及其衍生品陈列在门店醒目的位置，并通过海报、直播、微信推广及简单易懂的视频向消费者进行宣传，唤起消费者对天然、健康产品的渴望。报告期内，含 L-阿拉伯糖食品全国营业收入超过 300 万元人民币，合作 SKU 26 个。



 营养健康产品展示	低糖 / 零糖 SKU (Stock Keeping Unit) 数量	2021/2022 财年 全国业绩总额 (人民币)	较 2020/2021 财年
 日配	99	逾 20 万元人民币	增长近 50%
 酒水饮料	234	逾 1.9 亿元人民币	增长约 30%
 休闲零食	197	逾 2.5 亿元人民币	增长逾 4%
快销品总计	530	逾 4.4 亿元人民币	增长近 14%



## 营养强化

随着生活水平的提高，家长们对儿童健康成长愈加重视，对产品健康、营养要素重视度不断提升，高鑫零售积极与百吉福、妙可蓝多等品牌共同推动品类升级，引进 51% 干酪含量、叶黄素酯配方等且不含食用香精的优质低温儿童奶酪棒，满足家长对奶酪棒高钙、含优质高蛋白等高品质要求。报告期内，低温奶酪棒销售业绩达 2.2 亿元人民币，销售额同比增长 20%。常温奶酪棒自 2021 年 12 月引进以来，全国业绩超过 870 万元人民币。

### 品类知识宣传



干酪含量  
≥51%

添加叶黄素酯



### 产品试吃推广



### 目标群体互动



## 膳食均衡

为了提醒消费者优化膳食结构，我们于门店推出了一站式粮仓服务以全面推动健康膳食计划。我们将米面与杂粮集中陈列，提醒消费者在一日三餐中合理加入粗纤维，可以有效预防肥胖、高血脂、糖尿病等疾病。



## 有机产品

为满足消费者对健康、自然原生的追求，我们在原先基础纯牛奶的基础上，为消费者提供更高品质的常温及低温可追溯有机纯牛奶，并在产品上贴有“有机专属身份证”，消费者可通过扫描二维码进行全程源头追溯。报告期内，常温有机纯牛奶营收同比增长 33.78%。



## 非转基因推广

高鑫零售严格遵循相关法律法规对非转基因食品进行合规宣传。推动标有“非转基因”的大豆、玉米、菜籽等食用油的销售，同时推广富含营养元素的稻米油、零反式脂肪酸玉米油、天然葵花籽油、低芥酸菜籽油等。截至报告期末，高鑫零售共合作非转基因食用油品项数 486 个。

## 减少人工成分及钠元素

高鑫零售一直坚持为消费者提供天然、健康的食品饮料及个人用品，减少防腐剂、色素、阿斯巴甜等人工成分及含钠元素商品。报告期内，高鑫零售“减少人工成分”及“无人工成分”商品逾万只，超过总营收的 10%。

我们积极推广成分更健康的果蔬餐具净，在洗洁精洗涤附着于餐具表面油脂、蛋白质、碳水化合物的基础上，源自植物洁净成分、安全食用级的果蔬餐具净还可以帮助去掉其表面残留的农药，让消费者可以使用更安心的产品。



## 健康天然的材料

随着女性消费者更青睐健康与舒适的卫生产品，高鑫零售支持宣传更天然、更健康、更透气、更亲肤的纯棉卫生巾，有效减少肌肤过敏，大大推动了卫生护理品类消费升级。报告期内，通过新品的引进及消费者教育的加强，纯棉卫生巾取得业绩近 1.4 亿元人民币，对比去年同期增长 6.6%。



# 严控食品质量与安全

高鑫零售将“够安心、购安全、诚信兴商、品质消费”的产品理念严格贯彻于食品质量与安全工作中，持续完善质量管理体系，不断推进质量管理有效性实施与质量保障提升，为消费者手中产品的安全立下承诺。

## 管理体系

本集团依据《中华人民共和国食品安全法》《中华人民共和国食品安全法实施条例》等法律法规及相应产品标准的要求，制定并更新了《食品安全质量管控工作职章》《生鲜商品验收和仓储作业管理规范》等多项管理制度，明确高鑫零售产品质量与安全管理的标准要求。我们搭建了科学规范的内部质量管理体系，覆盖产品源头采购、物流仓储与运输、产品门店供应与售后服务等全价值链，致力于提升全产业链质量管理水平。截至报告期末，高鑫零售总部已取得 ISO 9001 质量管理体系认证及 ISO 22000 食品安全管理体系认证。

## 质量风险管理

我们秉持“食品安全无小事”的理念，不断加强产品质量安全风险防控措施，定期对门店原物料过期、商品过期、翻包早产、温度不达标和生鲜报废等关键风险点进行识别与把控，尽全力预防并降低食品安全风险。

报告期内，为强化日常风险点监控与管理，我们于每家门店配置至少一名食品安全专管员，负责每日稽核与监督门店食品安全操作规范，一旦发现违规及时整改，有效降低食品安全风险。我们定期对食品安全专管员进行线上考核，采取初级、中级、区域到总部高级食品安全专员的培训晋升机制，致力于从基层培养食品安全专员素养。

此外，我们精进并完善了钉钉门店线上巡检系统，优化固定检测模板，按各项指标严格把控门店食品安全与质量风险。



◆ 食品安全专管员 100% 门店覆盖

◆ 钉钉食品安全标准化检测模板

## 质量检测

为了确保送到消费者手中产品的安全性与可靠性，高鑫零售依据国家相关法律法规的修订，报告期内共更新品质管控程序与质量检测相关规范及标准 20 余项，并新增实验室管理、采样管理、阳性处置以及数据管理制度，确保所有品类商品质量安全检查流程的规范化、标准化与透明化。同时，我们定期将产品交由具有专业资质的第三方进行检测，一旦发现不合格预警，第一时间分析原因并进行整改。



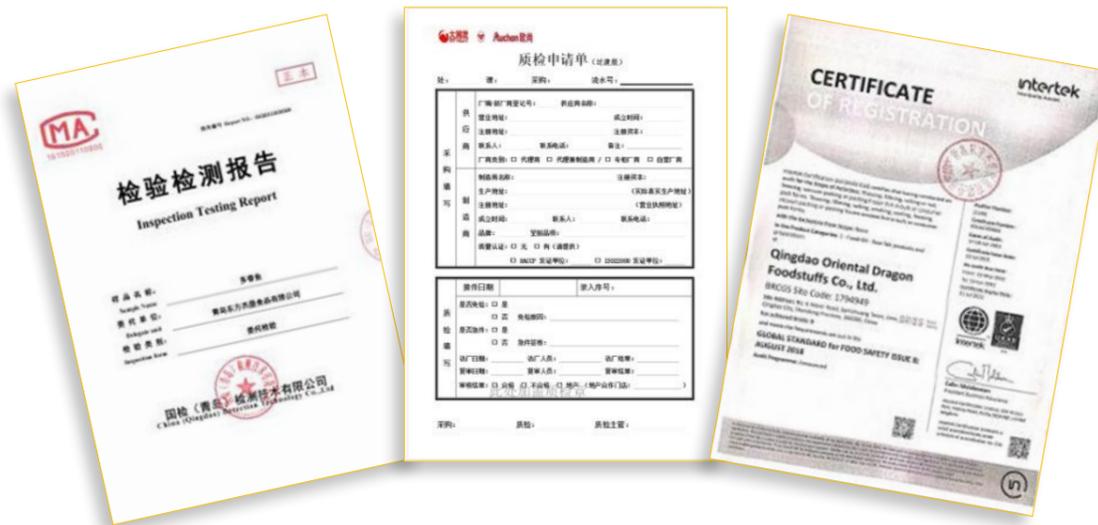
### 新引进商品

加强索证索票，要求供应商提供生产厂商资料、商品检查报告、检验检疫证明等资料进行审核，并提交质检申请表，审核通过后方可引进并由采购负责人员建档



### 所有进仓商品

均要求通过实验室快检，包括蔬菜、水果、肉禽类和水产类商品，并对高危重点产品进行每批次到货必检，同时推进生鲜产品农药及兽药残留常规化检测



# 食品质量与安全优化

## 产品储存及运输端

高鑫零售生鲜仓采用了整仓恒温、作业及储藏间变温、码头隔温等环境布局，在储存不同品类商品时，根据储存需求设定适当的区域温度，最大程度保障商品新鲜度和延长商品生命周期。

在运输方面，我们配备了专业的冷藏车辆。在装载商品前，提前预冷车辆制冷设备，针对生鲜仓不同品类商品严格把控车厢温度及装车时间，并进行运输全过程监控。此外，在夏季高温配送时，在车厢尾部加装门帘，保证冷链商品到店后新鲜度不受影响。



	恒温库打冷	17°C以内
	配送车辆	0-10°C
	保鲜库	3-8°C
	生冷藏库	0-4°C
	熟冷库	0-4°C
	冷藏商品分播	0-4°C
	冷冻库	-18°C以上标准布置

◆ 恒温储存及运输标准

在收货时，由防损、后勤、理货、标品和装车等多部门协同，对低温冷链商品收货时进行不同维度测温、分温层拣货，确保商品分拨及储藏过程中温度 100% 达标。此外，我们于部分门店推广使用计时器作为收取冷链商品时的辅助工具，根据运输距离及供应商交货效率，预设卸货及收货提醒，有效控制及提升收货时效。

## 产品包装端

为保障消费者收到的产品仍保持高品质，我们根据冷冻冷藏、加热产品不同品类的产品特性，定制并优化产品包装，有效维持产品原先的良好品质。

### 冷冻冷藏商品

针对如冰淇淋类冷冻冷藏商品，在每年5月至8月销售旺季，高鑫零售制定线上点单冰品包装规范，采用锡箔袋加干冰或注水冰袋，保持配送中冷冻冷链的环境，保障每一位顾客收到商品的品质与在仓库一样



◆ 冷冻冷藏商品

### 加热商品

对于顾客所需的熟食类需要加热的商品，高鑫零售目前所有门店均提供不同规格的锡箔保温袋，保证顾客收到的商品保持原有温度



◆ 加热商品

### 活水鱼虾蟹产商品

为保证顾客能买到鲜活的鱼虾，报告期内所有门店均配备从指定供应商订购的专业的充氧设备以及充氧袋，并在包装内加入冰块或冰水，保证鱼虾的鲜活与品质



◆ 活水鱼虾蟹产商品

## 产品配送端

为提高半日达业务配送效率、保证产品品质，我们将半日达与小时达业务快拣仓合并，利用门店小时达现有空间及人力，共享重合品项快拣。在共用快拣仓后，前场拣货占比 57% 基础上，我们另将半日达改为与小时达业务共享悬挂链，使门店每日节约 20.3 工时。



## 意识提升

每一个员工的坚守，成就了高鑫零售的质高不变的品质。我们持续开展质量保障提升活动与培训，提升全员品质意识，营造全员参与质量与安全优化的良好氛围。我们针对不同岗位职能，对入职新员工、食品安全专员、门店及营运食品相关岗位等定期开展培训。

为提高培训质量，我们还邀请质检组与行业机构专家一同参与，为员工进行专业性质的答疑，以达到良好深入的培训效果。

### 门店食品安全培训

培训机制：上岗培训、门店初级培训、门店中级培训

主要培训课程：食品安全法、食品安全法实施条例、食品标签相关规范等

### 总部食品安全培训

培训机制：总部初级培训、总部中级培训、总部高级培训

主要培训课程：国家食品安全标准、食品生产许可管理办法、食品安全危害种类及风险分析、实际操作培训等



报告期内，高鑫零售共开展产品安全与质量相关培训总时数

170,783 小时

共覆盖

48,795 人次



此外，我们不断加强供应商食品安全与质量意识的提升。我们针对 1,300 多家标品厂商开展 10 余次线上培训。

## 产品召回与追溯

### 产品追溯

高鑫零售建立健全产品追溯程序并搭建了“食品安全集中平台”，致力于从在售产品生产、采购、仓储与运输到销售实现全方位产品信息可追溯管理。消费者也可在门店商品货架旁张贴的货品追溯二维码，自主扫描并查询包括生产信息、进货来源、质量合格证明等，让消费者放心及安心地购买。

截至报告期末，“食品安全集中平台”已实现豆制品、食用油和畜产品等共 9 类商品信息跟踪和追踪功能，实现产品追溯门店共 92 家。

### 生鲜商品追溯机制

本集团在生鲜商品采购端，应用集采宝概念，配合 HDiWMS 系统贯穿整条业务链路，实现从源头到门店柜台各链路节点可追溯。

通过 HDiWMS 记录商品的分配分发及处理数据的回传，根据批次号和交接码可逐级逆向追溯运输、加工、检验和到货等各节点信息。

针对加工包装蔬菜、盒装肉及鱼类，要求包装均带有日日鲜标签，确保商品到店日期可追溯且不可篡改，并在加工组和分播组双重检查下，达成到店商品信息标签的准确性 100% 的目标。



### 产品召回

在产品销售过程中，高鑫零售坚持把控销售环节的质量安全管理。我们依据国家《食品召回管理办法》《消费品召回管理暂行规定》等相关法律法规，制定了《商品重大异常处理流程（召回）》等内部管理制度以有序应对产品安全与质量问题，明确产品召回处理程序与时效。

此外，我们定期每年组织开展产品召回培训及演练活动，提升产品召回处理机制的合理性与可操作性。报告期内，共发生 0 起因高鑫零售自有品牌已售或已运送产品因安全与健康理由而须回收的事件。

#### 危险/不合格产品

当发现任何危险或不合格产品时，第一时间启动供应端召回流程，并协调相关负责部门成立专案小组进行调查。同时将案件上报至当地监管机构，在当地政府指导下开展召回和消费者退款工作，确保全流程公开性与透明性。

#### 品质问题产品

当收到因品质问题的退货商品时，各门店及时就产品批次、生产日期和生产商等信息进行自查，同时上报至集团总部质量检查相关部门，开展源头追溯。一旦发现问题源头，实施主动召回后，记录召回过程，分析问题并进行改善。



## 竭诚服务 营造美好购物体验

高鑫零售十分重视用户的服务需求，致力于为用户营造美好的购物体验，通过积极打造品牌管理策略，完善投诉和举报事件处理以及优化数据安全 and 隐私保护方面的举措，突出了高鑫零售以用户为中心的服务理念。

## 社区好邻居，生活好帮手

在多业态全面发展的背景之下，高鑫零售遵循“爱生活，逛大润发”的品牌主张，各门店从用户视角出发，聚焦商品分层及商品升级，打造大场景和关联陈列。此外，本集团仍继续优化商店街租户结构，并提供更多元化服务打造社区邻里中心，坚持理解并满足顾客需求，坚持多业态全渠道的发展战略，为追求美好生活的顾客创造价值，成为社区好邻居，生活好帮手。

### 案例 315 消费者行动

2022年3月15日，华东、华北、华南地区约300多家门店开展了315消费者权益日活动，主要邀请工商部门现场传播消费者权益，通过问答竞猜、知识科普、免费服务体验等形式开展。



### 案例 灭霸阿姨浦赛红

2021年8月末，借着秋蚊子肆虐的节点，大润发推出「我在大润发做了十年灭霸」。以大润发专注“打蚊子”13年的浦阿姨，和一张《蚊虫作息表》这样的小人物，首次对外揭秘清管员这一隐秘的职业。

相关话题揽获全网4亿阅读量，两次登上微博热搜，全平台累计14个热搜。三次登上央视、人民日报、新华社等9家央媒，超过100家机构媒体报道。上海大学管理学院还邀请浦阿姨去讲课，并授予其校外导师荣誉。浦赛红及其《蚊虫作息表》还拥有了百度词条。



### 案例 2022年2月22日：最有爱的一天

2022年2月22日，因2谐音“爱”，被称为“最有爱的一天”，在这样一个特殊的日子，大润发以“9组商品CP+烟火文案+超市陈列”的手法，推出大润发烟火文学。内容策划上，分为「表达爱」和「传递爱」两个部分，大润发全国500家门店同步送出“米油盐酱醋茶”爱的六件套，百对新人领完结婚证逛超市，并在小红书po图点赞大润发，“大润发，不仅豪气，而且浪漫”。

这个传播借力热点，又制造热点，线上话题与线下体感互为势能，带来了破亿、破圈的传播效果，并撬动了一批品牌蓝V一起原创。



### 案例 超市神捕王围瑾

在大润发海口店，有一位超市神捕王围瑾。白天在大润发工作，下班后街头抓盗贼，5年协助警方抓捕嫌疑人269位。2021年11月，王围瑾入选感动海南人物，公安部新闻中心官号“中国警方在线”、公安部新闻宣传局官号“警民携手同行”、检察日报“正义网”等公安、检查、政法系统、共青团等系统官号加持，并被网友、机构媒体陆续搬运到全网各平台。



### 案例 大润发年货节

每年春节前后两周，大润发都会推出“年货大街”主题：好逛、好买、备年货一站购齐，在全网平台上吸引到不少用户到店购物打卡，感受大润发红红火火的年味。

「大润发年味F4」主题视频分别从听觉、味觉、视觉、触觉四个角度解析大润发年味是如何打造的，体现大润发的匠心和创新。

为了增加超市的年味，并让消费者感受到喜庆、福气的氛围，大润发许多门店的商品被陈列阿姨们摇身一变摆成了“黑福椒”、“福萝卜”、“发发福蝶”等创意福字，福气值瞬间拉满。这些创意福字都是用门店内的商品摆出来的，五谷杂粮、拖鞋、毛巾、水果、蔬菜、饮料、牙膏、腊肉、海鲜等都成为了阿姨们的创作灵感。



### 案例 大闸蟹门店“直播课”

9月是时令商品大闸蟹口感最好的时候，大润发在上海杨浦店以“一堂课”的方式，让生鲜大师傅在门店现场展示独门绝活，将拆蟹课程和挑蟹教程变为了“卖场直播课”，直接推动商品销量增长，不少用户表示大师傅仪式感拆蟹具备中国工匠精神，而大闸蟹业绩也同比增长85%。

香港大公文汇记者跟随大润发买手赴大闸蟹产地走访，拍摄《100种味道 | 长荡湖大闸蟹》纪录片并在各平台发布。大润发水产买手李川贯穿全程讲解，从大闸蟹直采地选择、到生长趋势预判、到最终选品确认、品质把控，当天捕捞当天抵沪运输时效等进行分享，结合买手在门店现场教学如何拆蟹，传递大润发的商品力及买手匠心。

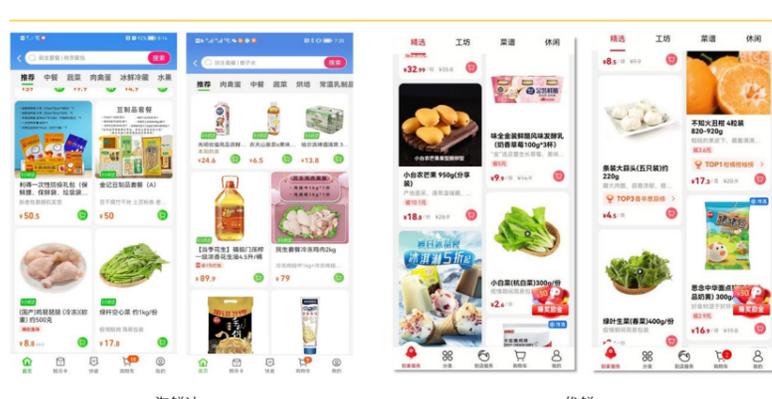
## 创新产品体验

高鑫零售始终从客户需求的角度出发，坚持为客户提供更优质的服务和体验。我们通过加快开拓封闭市场，推进自有APP研发，加强与头部平台合作，进一步完善服务业态，以提供给客户创新的产品体验。



#### 线上主题场景

大润发优鲜APP首页各类主题场景活动，打造健康饮食心智

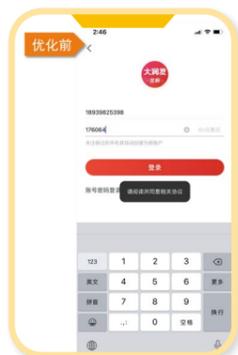


#### 千人千面

购物行为算法推荐首页Feeds流，基于用户购物行为的算法推荐

◆ 信息化手段管理举措

- 点击发送验证码弹窗提示并自动隐藏键盘，方便顾客勾选，快速登录 APP



- 若顾客定位门店活动夹子下没有商品时则自动隐藏，提高顾客浏览页面的舒适度



- 对生鲜称重溢重页面的表达进行了优化，显示实际售卖价格，且溢重大于 10g 触发短信，让顾客有感知



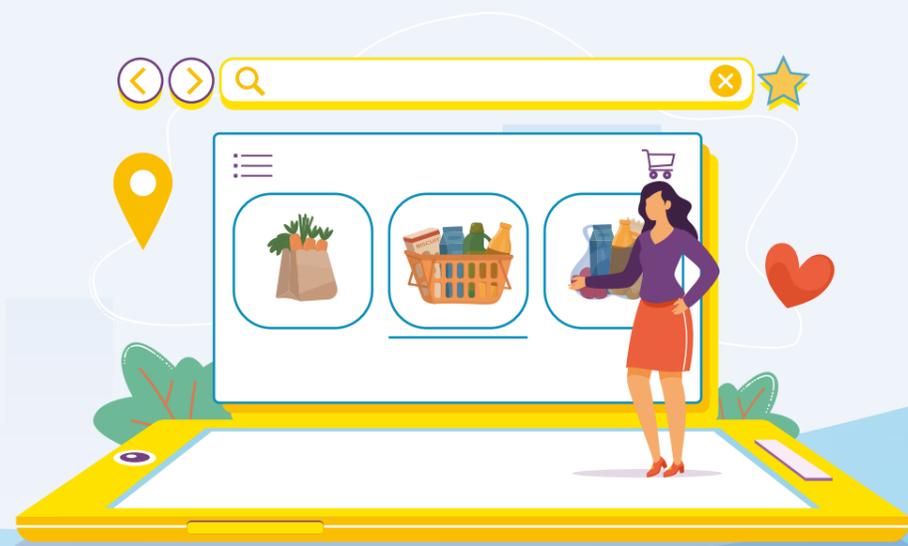
- 增加单品搭配功能，类目运营可在后台布置多规格、多口味商品，使得选购商品的顾客可一次性购足



- 将有客户标识的收货地址由上到下排前显示，从而节省顾客切换地址的时间



◆ 页面交互优化举措



## 优质客户服务

企业的长远发展离不开客户双方的相互支持和信任，为了进一步提升优质的客户服务，高鑫零售建立了完善的投诉处理机制和流程以及多元化的客户沟通渠道，并积极开展客服培训工作，充分考虑客户需求。



2021/2022 财年中，高鑫零售更新了客诉处理流程，并针对顾客退货的金额签字权限进行了修改，权限的调整利于门店更高效地处理客诉，提高处理效率，提升顾客满意度。报告期内，高鑫零售共接获关于产品及服务的投诉 48.8 万余起，占总来客数的 0.6%。投诉处理率达 100%。



客服热线	热线服务时间为 8:00-21:00，即时接起考核：接起率、服务满意度
在线服务	客服在线服务时间为 8:00-21:00，即时接起考核：应答率、服务满意度
订单评价	顾客不满意评价，24 小时内主动回访处理
退款说明	在班期间 2 小时审核，退款原因当天复盘改善
官微企微	每天早中晚三次巡网，发现留言及时联系处理

◆ 高鑫零售线上投诉反馈渠道

### 案例 客户恳谈会

针对目标客层的选取、邀请方式的优化，华东目前 231 家店按店号（单双周）召开客户恳谈会。

顾客群体“标签化”：忠实顾客、流失顾客、竞对顾客，问题设计、人员培训、召开时间、参加人员优化，对顾客意见建议形成闭环；

顾客声音“数字化”：总公司客服组每周汇总各店顾客声音，并核查系统录入及店总审核结果；问题处理“有闭环”：按类别划分，将恳谈会意见形成报告，并抓取其中重点案例。所有已确定的专案项目，按照现有专案推进机制，进行闭环跟踪。



另一方面，大润发积极开展全国线下客诉数字化工作，通过大润发全国客服热线 021-31078998 开通服务。

为了进一步提升客户服务体验，高鑫零售十分重视客服人员的培训工作，并积极开展各项客户服务培训，累计开展大型培训项目 7 场，其中线下 5 场，线上 2 场。

### 案例 云课堂线上培训

报告期内，高鑫零售开展了云课堂 2,104 期客服储干培训班，培训内容主要包括华东中台版 S306 解读专项线上培训、新店商圈规化作业规范、邮报操作流程、云会员管理系统的架构（电访）、云会员系统、S306 报表解读、客诉处理流程和技巧、顾客受伤等重大异常处理流程、营销活动的执行、发票开具及管理。

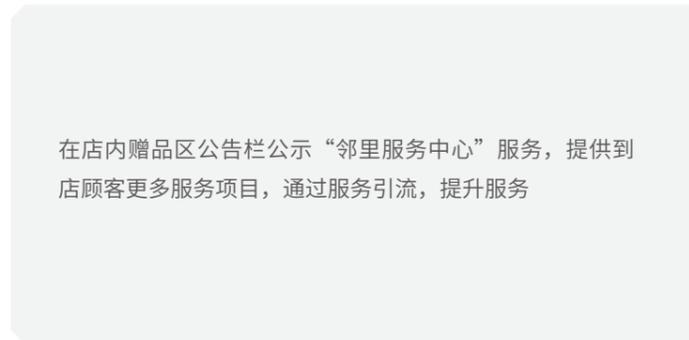
### 案例 客户服务线下培训

报告期内，高鑫零售开展了华东区客服经理级专业晋升班、华东区顾服服务课课级晋升班、华东区收银服务课课级晋升班（一期+二期）、35 计划等线下客服培训，培训内容包括金库作业及安全规范、自助收银 POS 订购流程事宜、关于卖场自助收银区域统一商品回收箱提醒事宜、备用金管理培训手册、关于收银结账效率及人力分析事宜、新开店利用旧机台调拨事宜、华东区自助机台占比优秀门店经验分享以及收银专业课程。

为了拉近客户距离，秉持“社区好邻居，生活好帮手”的价值定位，高鑫零售增设了多个线下客户服务项目。



在店内赠品区公告栏公示“邻里服务中心”服务，提供到店顾客更多服务项目，通过服务引流，提升服务



在店内赠品区公告栏公示“邻里服务中心”服务，提供到店顾客更多服务项目，通过服务引流，提升服务



发哥送到家项目：针对汽车客以外的顾客，老年人顾客、顾客购买后无需提物，轻松回家，做到服务全面性、优质化



报告期内，高鑫零售各门店以神秘客到店检查的形式，对包括广场停车场、洗手间、购物设施、环境、服务员仪容仪表、各项服务、商品、评价等内容进行现场调查，门店将记录所有顾客的意见以及建议，上传总公司客诉系统，店总经理及总部各部门对相关问题进行归类 and 解决。截止报告期末，2021年全国门店的客户满意度平均得分73.3分，较上一年度上涨了2.0分。

## 数据安全与隐私保护

高鑫零售十分重视数据安全与与客户隐私保护工作，将数据安全与隐私保护作为本集团风险管理层面的重要议题，由董事会作为最高责任机构，领导ESG管理委员会联动公司各个部门落实具体的隐私与数据保护审查工作的开展。我们严格遵守《中华人民共和国网络安全法》等数据隐私安全相关法律法规，并且为确保外部APP安全合规以及用户权限管理，防止IT系统中断和网络攻击等问题，制定了《康成投资（中国）有限公司产品安全checklist》《康成投资（中国）有限公司账号管理规范》《康成投资（中国）有限公司密码管理规范》《康成投资（中国）有限公司IT事故管理流程》等内部政策制度，明确了数据安全与隐私保护的管理流程，覆盖范围包含所有大润发及旗下子公司，如大润发关联公司运营的实体店、优鲜APP以及其他线上平台。同时，高鑫零售对内部技术系统也进行了多个升级。截止报告期末，本集团未发生过数据泄露及网络安全事件。

堡垒机系统升级，优化了视频日志不能审计的问题，现在可以通过审计文本格式的日志，查看登录日志是否有异常。

IPS和IDS系统防护，对那些被明确判断为攻击行为，会对网络造成危害的恶意行为进行防御和检测，并提供相应的解决、处理方法。

整合并上线了公司内部系统的申请流程，统一入口，提高效率，满足合规要求。

大润发优鲜、欧尚和大润发e路发3个APP通过了等保3级认证。

另一方面，高鑫零售致力于采取一切合规可行的举措以最大限度减少对客户个人信息的收集，并承诺不会与高鑫零售以外的公司、组织和个人共享客户的个人信息。我们每年至少两次邀请北京智游网安科技有限公司对于APP个人隐私的相关功能及合规政策进行了审计评估并开具审计报告。同时，我们会采用符合业界标准的安全防护措施，包括建立合理的制度规范、安全技术来防止个人信息遭到未经授权的访问使用、修改，避免数据的损坏或丢失，并且用户有权利通过产品中的设置或功能控件进行个人资料的查阅、更正和删除。目前，我们的重要信息系统已通过网络安全等级保护三级以上测评，未发生过客户信息泄露事件。

为进一步保障信息与网络安全，加强员工信息安全保护意识，强调信息泄露的危害性，本集团每季度开展1到2次员工的信息安全培训，涵盖信息安全意识培训和相关主题培训，内容包括信息安全培训目标、信息安全事件、信息安全规范、电子邮件攻击、钓鱼邮件案例、勒索病毒案例和安全防范等，其中，信息安全意识培训覆盖全体员工。



◆ 信息安全意识培训



◆ 信息安全意识主题培训

# 绿色发展

## 成就更美好的环境

*Green Development for Better Environment*

高鑫零售积极承担企业环境责任，不断完善环境管理体系，积极探索并践行低碳减排行动计划。报告期内，我们制定了四个环境目标并明确了目标实施路径。同时，我们逐步对气候变化风险开展识别、评估及应对工作，全方位加强环境管理能力，提升环境管理水平。



- 3.1 承诺与目标
- 3.2 应对气候变化
- 3.3 绿色运营
- 3.4 生物多样性与动物福利

制定 **4** 个环境目标

**17** 家门店已建光伏发电设备

**57** 家门店完成了R448A制冷剂的替换





## 承诺与目标

随着中国在 2020 年正式宣布“30·60”双碳目标<sup>4</sup>，大至各行各业，小至公民个人，践行节能减排，倡导绿色生活已然成为社会发展趋势。高鑫零售作为一家极具社会责任意识的公司，一直以来致力于探索尝试并认真落实各项节能减排，减少资源耗用的环保项目，努力降低企业运营对环境产生的影响。

高鑫零售通过分析历史数据，测算未来环境指标发展趋势，结合公司内外影响因素，开展了一系列目标设定的综合分析，最终设立了四大环境目标，进一步明确了高鑫在绿色运营方面的行动方向。



## 温室气体减排

目标 不晚于 2030 年，实现范围 1 和 2 自身运营碳中和	
<b>实施路径</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>开展运营节能举措</li> <li>增加可再生能源的使用</li> <li>环保制冷剂替换传统制冷剂</li> <li>开展碳消除方式实现自身运营碳中和</li> </ul>	<b>报告年工作</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>持续开展门店及仓库运营节能举措，如门店灯光、空调系统及生鲜排油烟风机实行自动化控制，干货仓照明采用 LED 灯并设置日间采光带；生鲜仓采用分区控温管理等。</li> <li>利用光伏发电自产自消可再生能源，并设定光伏发电目标，逐步扩大光伏发电建设面积，增加可再生能源的使用。</li> <li>继续推进环保制冷剂 R448A 的替换，截至 2022 年，高鑫零售已有 57 家门店完成了 R448A 制冷剂的替换。</li> </ul>



## 能源使用效益

目标 截止 2030 年，实现自身运营所需电力达到 100% 碳中和	目标 截止 2030 年，高鑫零售自有车辆的汽油及柴油实现 100% 碳中和
<b>实施路径</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>开展门店节能措施</li> <li>增加光伏发电比例</li> <li>购买绿电或绿证</li> </ul>	<b>实施路径</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>逐步通过以新能源车辆替代传统燃油车辆方式，降低车辆行驶所使用的汽油及柴油量</li> </ul>
<b>报告年工作</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>逐步推进光伏发电项目的建设，并设定了光伏发电目标“2022/2023 财年计划完成 30 家店，力争 50 家店光伏项目建设，2030 年前所有可建屋面完成光伏项目建设”。截至报告期末，高鑫零售共完成 17 家门店的光伏发电系统的安装。</li> </ul>	

[4] 2020 年 9 月，中国正式宣布“二氧化碳排放力争于 2030 年前达到峰值，努力争取 2060 年前实现碳中和。”



## 水资源

**目标** 以 2021 年为基准，到 2025 年，实现水资源单店使用量降低 3%

### 实施路径

- 加强用水智能化监控
- 开展卫生洁具、洗涤设备及空调节水技术创新，降低运营过程中水资源的使用

### 报告年工作

- 对水资源使用继续实施规范化管理，采取多项节水举措。



## 废弃物管理

**目标** 推动厨余废弃物资源化处理

### 实施路径

- 开展包括食物捐赠计划、推广厨余垃圾回收再利用计划，实现厨余废弃物资源化

### 目标

到 2030 年，实现 100% 门店推行垃圾分类

### 实施路径

- 推广门店垃圾分类措施

### 目标

到 2030 年，实现纸板箱 100% 回收利用

### 实施路径

- 开展纸板箱再销售方式，实现纸板箱的 100% 回收

### 报告年工作

- 已在上海、杭州、北京、苏州、广州及南京的门店实施垃圾分类，将有序推广垃圾分类至其他城市门店。
- 纸板箱回收利用率已达到 100%。





# 应对气候变化

日益增长的温室气体排放量已对全球气候造成了灾难性的影响，气候变化正是影响结果之一。高鑫深谙应对气候变化对企业的重要性，我们积极开展气候变化风险应对工作，将气候变化风险纳入 ESG 风险管理中，努力消减气候变化带来的负面影响。

高鑫零售 ESG 管理委员会根据气候相关财务信息披露工作组（Task Force on Climate-related Financial Disclosures, TCFD）指引，同时依据自身运营情况和环境状况，将气候变化风险主要分为实体风险和转型风险，将识别结果交由董事会进行风险级别排序，并评估其对企业带来的影响。

## 气候变化风险 转型风险



### 政策和法律

#### 风险描述及影响

- 更严格的排放量报告义务及合规要求，对公司信息披露提出严格要求。如香港联交所发布的“按照 TCFD 建议汇报《气候信息披露指引》”将于 2025 年强制实施，届时公司需根据 TCFD 建议披露相关的气候信息。
- 在一定程度上提高了公司信息披露的成本，同时为满足合规要求，需开展一系列节能减排举措，造成运营成本提高。

#### 应对举措

- 及时了解新出台的法律法规并调整公司相关运营规范，满足合规要求。
- 加强公司对环境指标的数字化管理，不断优化公司内部数据管理系统，如能源（维保）管理系统等。提升数据管理水平，提高信息披露质量，满足更严格的信息披露要求。

#### 风险描述及影响

- 低碳排放技术的转型成本投入。
- 公司需采用更加高效的节能减排新技术以替代旧技术，提高节能减排的成效，助力 2030 年实现范围一和二自身运营碳中和目标。新技术的投入将造成运营成本的提高，同时需承担技术应用失败的风险。

#### 应对举措

- 公司对新技术予以密切关注，并对未来技术的发展趋势进行预判。
- 公司在投入新技术前，完善投前风险评估工作，确保新技术的引用可实现预期的环保效果。



### 技术



### 市场

#### 风险描述及影响

- 消费者更加青睐绿色环保产品。
- 公司需及时调整采购计划，将采购重点偏向绿色环保产品，加大该类产品的上架占比。采购成本可能出现上涨，对公司盈利产生一定影响。

#### 应对举措

- 公司需对市场动态密切关注，及时捕捉消费者行为动向。
- 公司需与相关供应商保持紧密联系，整合彼此资源，有效管理成本上涨风险。
- 公司可研发自有品牌的绿色环保产品，对该类产品的成本实现一定程度的可控。



### 声誉

#### 风险描述及影响

- 持份者对负面消息的关注增加。
- 负面消息将影响内外部持份者对公司的信心和期望，对企业声誉产生消极影响，进而对企业收入产生影响。

#### 应对举措

- 加强关注气候变化相关的披露要求，在合规的基础上，优化企业社会的对外宣传。
- 积极参与行业内外绿色环保活动，提高企业参与度。

## 气候变化风险 实体风险



### 急性风险

#### 风险描述及影响

- 台风、洪水、干旱、极端高温和寒冷气候等极端天气事件会中断门店运营，影响供应链运行，从而影响公司收入，成本上升。

#### 应对举措

- 紧密关注天气预报和极端气候预警，制定应急预案以应对突发天气事件，确保门店工作人员和消费者安全。



### 慢性风险

#### 风险描述及影响

- 平均气温上升，海平面上升。
- 气温上升导致能耗成本增加。

#### 应对举措

- 对慢性气候风险进行前瞻性风险识别及评估。

针对实体风险，高鑫零售将急性风险充分考虑至门店的建造环节。在门店前期设计阶段，本集团严格按照国家相关标准，根据地理区域特征，将对应的极端气候因素纳入建筑物主体结构设计和建造。针对租赁性质的门店，我们严格监督施工方依据国家标准，充分考虑极端气候，确保不同地理区域的门店对极端天气具备一定防御性。



### 寒冷气候

对于东北地区门店，我们充分考虑该地区的寒冷气候，并根据国家标准，识别其为严寒（A区）建筑工程，加强了对门店的屋面、外墙、外窗的抗风压性和保温。



### 抗震

对于华南桂林地区的门店，我们考虑到该地理区域多发地震，因此根据国家标准，对房体设计抗震度6度，地震加速度10g。



针对转型风险，高鑫零售关注到外界对于企业披露气候信息的关注日渐增多，同时我们也密切跟进监管机构对于公司在气候信息方面的披露要求。为应对政策和法律以及声誉两大转型风险可能对高鑫造成的负面影响，我们已针对气候变化风险开展了识别、评估及应对工作，并将识别结果，评估的影响以及计划开展的应对工作在本期ESG报告中进行了披露。未来，我们会逐步强化气候变化的相关管理工作，进而完善气候信息的披露。此外，高鑫零售在报告期内设立了“不晚于2030年，实现范围1和2自身运营碳中和”的温室气体排放目标，以减缓气候变化带来的负面影响。同时我们也设立了能源效益使用、用水效益及废弃物排放的环境目标并规划了对应的目标实施路径；充分展示了高鑫零售对于企业环境责任的担当，一定程度减缓了转型风险对公司运营的影响。

### 温室气体排放管理

高鑫零售已开展了一系列能源及温室气体的管理举措，强化公司对于能源及温室气体的管理水平，优化高鑫的节能减排举措。温室气体排放产生来源包括汽油、柴油及天然气的燃烧，制冷剂的使用以及外购电力。我们以产生源头作为减排举措的出发点，分析各类产生源头占总碳排放的占比情况，将占比较大的源头作为行动重点。

制冷剂是保证门店商品质量的关键，同时也是高鑫零售产生温室气体（范畴一）的主要源头。自2011年开始，高鑫对新开门店开展环保型制冷剂的推广替换，即从R22制冷剂替换成较为环保的R404A制冷剂。

随着技术的发展，我们实时关注新型低碳环保制冷剂上市应用，2018年开始，高鑫零售对新开门店开展更加环保的制冷剂替换，即GWP值（全球变暖潜值）更低的R448A（GWP值为1,273），相较于R404A GWP值下降70%，可有效进一步减少温室气体排放。截至2022年，高鑫零售已有57家门店完成了R448A制冷剂的替换。

电力是门店运营所需的主要能源，也是产生温室气体（范畴二）的唯一来源。因此，减少电力耗用，增加清洁电力的使用是帮助减少温室气体重要方法。高鑫零售自2017年便开启门店光伏



发电系统的开发应用，增加清洁电力的使用占比，减少化石能源燃烧产生的电力耗用，进而减少温室气体的排放。

目前，我们多在屋顶和停车场设置发电系统，该发电系统不仅可产生清洁能源，同时也可降低门店建筑的热负荷，从而间接降低空调负荷。截至报告期末，高鑫零售共完成17家门店的光伏发电系统的安装，总装机容量12.07MW，报告期内共发电11,098.12MWh，实现减少7,603.9吨温室气体的排放。此外，我们制定了关于光伏发电的行动目标，即“2022/2023财年计划完成30家店，力争50家店光伏项目建设，2030年前所有可建屋全面完成光伏项目建设”。

指标名称	单位	2020/2021 财年 <sup>5</sup>	2021/2022 财年 <sup>6</sup>
温室气体 - 范围一			
制冷剂	吨二氧化碳当量	94,803.80	344,097.16
汽油			
车辆	吨二氧化碳当量	94.69	1,418.73
非车辆	吨二氧化碳当量	0.53	2.94
柴油			
车辆	吨二氧化碳当量	21,227.39	16,783.28
非车辆	吨二氧化碳当量	13.93	90.59
天然气	吨二氧化碳当量	4,429.37	3,522.60
灭火器	吨二氧化碳当量	/	10,051.08
温室气体 - 范围二			
外购电力	吨二氧化碳当量	2,067,023.17	1,779,374.56
温室气体排放总量 (范围一 & 范围二)	吨二氧化碳当量	2,187,592.87	2,155,340.94
温室气体排放密度	吨二氧化碳当量 / 百万元人民币营收	17.59	24.46

[5] 2020/2021 财年为期十五个月。

[6] 2021/2022 财年采用的碳排放因子较 2020/2021 财年有所变化。2020/2021 财年数据未经重述。制冷剂的逸散率在 2020/2021 财年为 35%，本报告期改为 100%。汽油及柴油（移动源）的碳排放因子在 2020/2021 财使用的是香港联交所《上市规则》附录二十七所载的《环境、社会及管治报告指引》，本报告期碳排放因子采用的是《2006 年 IPCC 国家温室气体清单指南》以及《IPCC 第五次评估报告》。汽油及柴油（固定源）的碳排放因子在 2020/2021 财使用的是《工业其他行业企业（温室气体排放核算方法与报告指南（试行））》，本报告期采用的是《2006 年 IPCC 国家温室气体清单指南》以及《IPCC 第五次评估报告》。

## 能源管理

电力是维持门店和仓库运营的重要能源，高鑫零售从电力耗用源头作为切入点，开展了针对性的节能项目。

关于门店的电力耗用，我们采用了自动化控制系统，其主要用于照明、空调、冷藏冷冻及其他设备的运作。采用自动化控制后，可实现平均单店能耗下降 10%-15%，单店每年节约用电 70 万度，每天可减少 1-2 小时人工时间。所有门店均已安装自动化控制。

通过 PLC 控制门店各区域灯光开启及关闭时间，自动控制灯光开启，可实现 5% 的电力节约。该技术已覆盖 100% 门店。

夜间照明实现自动化控制，打烊后自动关闭主要照明。仅保留必要的补货照明和安保照明，可实现平均单店能耗下降 1%-1.5%，单店每年节约用电 5 万-7 万度。



照明用电

空调系统采用自动化控制，实现机组、风机、水泵联动控制，同时通过传感、变频及自动化控制技术达到空调系统全自动运行目标，提高能源利用效率，降低能耗强度。全部门店已完成该项改造。



空调用电

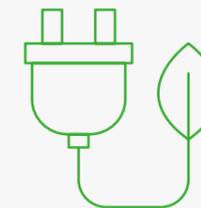


其他设备用电



冷冻  
冷藏用电

对所有门店冷冻冷柜加装玻璃门，有效保温，每年可节约 20% 能耗。



对生鲜排油烟风机实行自动化控制改造，通过监测加工负荷大小，自动调节风机频率。根据加工时间自动启、停风机降低能耗。目前已完成 387 家店排油烟风机自动化控制改造，每年每店节约用电 5 万-6 万 kWh，预计每年可节约用电约 2,100 万 kWh。

对各店通往停车场的人行道加装变频控制，降低能源消耗，平均一台电梯每年可减少 2 万 kWh，平均每年可节约用电约 2,200 万 kWh。计划未来对各店其他人行道根据使用频率进行评估，使用频率较低的电梯加装变频器。

◆ 高鑫零售门店节能举措

在疫情期间，我们积极配合疫情防控，对部分门店采取暂停营业。为减少不必要的能耗，我们仅保留基本照明及部分通风，关闭无商品的冷柜、主照明、人行道、无加工的设备，并对门店能源状况进行监控。疫情期间，部分门店的用电量比平均用电量下降约 60%。

高鑫零售认真执行节能工作，积极宣贯节能理念，在我们的努力下，大润发南京两家门店荣获了“江苏省节能示范项目称号”。

疫情期间，部分门店的用电量比平均用电量下降约

 60 %

### 案例

大润发南京龙江店、大润发南京鼓楼店通过对照明与供配电系统（灯具改造）、建筑外围护系统（玻璃涂层）、综合能源管理平台与数据传输系统（平台与数据传输）、暖通空调与热水系统及动力系统的综合改造与优化，经中华人民共和国发展和改革委员会、住房与城乡建设部委托，江苏省建筑科学研究院为审核测评机构，测评结果为大润发龙江店年节能 454.74 吨标煤，综合节能率 21.75%；大润发鼓楼店年节能 394.06 吨标煤，综合节能率 20.67%，因此授予“江苏省节能示范项目称号”。

大润发龙江店年节能

454.74 吨标煤

大润发鼓楼店年节能

394.06 吨标煤



◆ 大润发南京龙江店



◆ 大润发南京鼓楼店

在对门店开展节能举措的同时，我们也对仓库用电实施节能管理。



### 干货仓

- 苏州物流中心仓库的照明由原 400W 钠灯改造为 4\*20W LED 明装格栅灯。
- 在建仓库时即设置日间采光带，充分利用自然光照明。



### 生鲜仓

- 我们充分考虑生鲜仓的控温需求，设置了物理隔温层，并对出入口进行密封处理，在极寒极热环境下，有效隔温保温，减少内部温度调节，降低设备能耗。
- 对于冷藏冷冻储存区域，采用了分区控温管理，相对于传统单区制冷，大幅节省电能消耗。
- 非工作时间仅保留部分照明，加强员工节能环保意识，要求进出仓库储存区域随手开关灯，夜间装车完毕后熄灭大部分仓库照明。

◆ 高鑫零售仓库节能举措

报告期内，本集团能源消耗情况如下：

指标名称	单位	2020/2021 财年 <sup>5</sup>	2021/2022 财年
直接能源消耗量	MWh	100,325.12	84,853.85
直接能源消耗密度	MWh/ 百万元人民币营收	0.81	0.96
间接能源消耗量	MWh	3,050,151.27	2,632,499.63
间接能源消耗密度	MWh/ 百万元人民币营收	24.48	29.87
光伏发电可再生能源使用量	MWh	13,508.95	11,098.12
综合能源消耗量	MWh	3,163,985.34	2,728,451.60
综合能源消耗密度	MWh/ 百万元人民币营收	25.45	30.96



# 绿色运营

## 环境管理体系

为践行企业环境责任，严谨执行环境保护工作，本集团制定了多个内部环境管理制度章程，并建立了能源（维保）管理系统和排放管理系统，进一步加强环境管理水平，确保环保工作执行的有效性和高效性。

## 环境政策

本集团严格遵守包括《中华人民共和国环境保护法》《中华人民共和国节约能源法》《中华人民共和国水污染防治法》《中华人民共和国固体废物污染环境防治法》《SB/T 10814-2012 超市废弃物处理指南》等国家及运营所在地的相关法律法规。同时，我们制定了多个内部管理规章制度，明确规范了环保工作的执行原则，清晰划分了相关部门的职责，形成了规范化的环境管理流程。



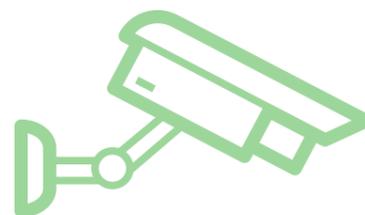
- 《环境保护章程》
- 《能源控制管理规范》
- 《监控组工作行事例》
- 《卖场污染源处理作业规范》
- 《废弃物管理中台操作规范》
- 《门店废纸板回收流程》

◆ 高鑫零售环境规章制度

## 管理体系

为加强环境管理水平，有效管理环境指标，高鑫零售建立了能源（维保）管理系统以及排放管理系统用于数字化管理对应的环境指标。

能源（维保）系统中嵌入了包括数据收集、报表分析、系统报警、用电稽核等多个功能，用于协助门店管控能耗，提高能源管理工作效率，最终实现降低能耗的环保效果。该系统主要监控能耗数据包括空调系统、冷藏冷冻系统以及灯光和电表数据校验。为确保其运作稳定有效，高鑫明确规定了系统的运行规则以及各负责组织在系统中的职责职能。针对数据的收集和上报，高鑫在系统中设置了报错提醒功能，用于提示门店在上传数据及票据至 WEB 管理系统中出现的操作失误，以确保数据的完整准确。



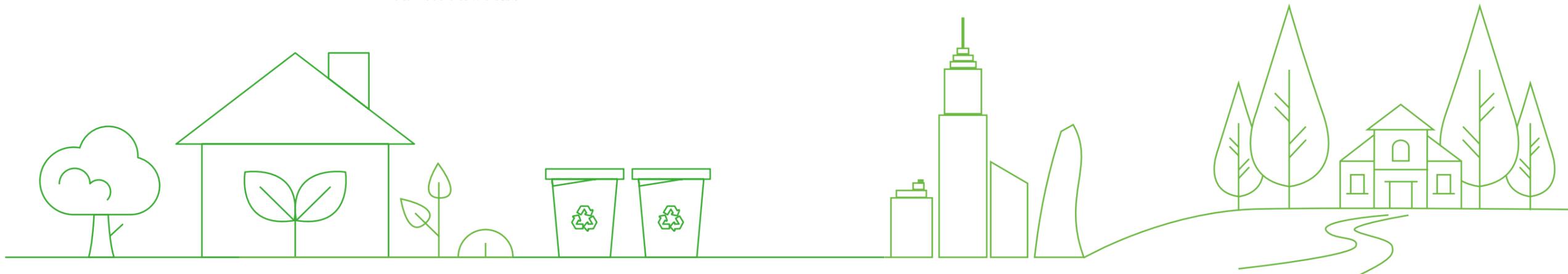
### 各区监控中心

- 负责本区各店能耗数据监控和分析。
- 负责本区各店报修、异常处理，协助门店联系相应自控厂商报修。
- 负责本区各店能源管理系统的报警处理。

### 总部监控中心

- 不定期抽查各区各店上位机、能源数据，检查空调、冷冻、冷藏系统设置是否正常。同时查看报修、报警处理状况，发现问题及时与其监控中心沟通。

◆ 高鑫零售能源（维保）管理系统组织职责



排放管理系统旨在对高鑫零售运营中产生的各类排放物建立系统化的监测和管控，相关排放物包括废弃物、废水以及温室气体。自该系统开发以来，高鑫零售持续优化系统运作，完善系统功能，提升对排放物管理的工作效率。

### 废弃物

- 门店的废弃物产生数据以日为单位录入排放管理系统，每月将安排专人对录入数据进行稽核，及时查找数据异常原因，并提出整改计划。

### 废水

- 废水的监测管理以用水量为重点监测对象，门店需每日抄表记录水耗数据。公司节能组每月会对所有门店开展水耗数据追踪，识别异常趋势波动，及时调查原因，消除异常。

### 温室气体

- 对于温室气体的排放量监控，我们以产生温室气体的源头作为重点管理方面，分别是能源耗用及制冷剂使用。
- 高鑫已建立了覆盖制冷剂进、销、存管理分析系统，通过系统可实时了解门店消耗及库存情况，进而可准确分析安全库存，判断设备运行状况。对于消耗量较多的门店，及时沟通了解运行情况，确认原因并及时解决。



◆ 高鑫零售排放管理系统

## 绿色认证

高鑫零售致力于将绿色环保理念运用到门店的设计和建造过程，如参考绿色建筑设计标准设计门店构造，在适用的门店采用空中花园等绿色环保建造工作。我们的部分门店获得了绿色建筑的权威认证。

### 案例 绿色设计 - 昆山大润发商业广场

高鑫零售在昆山大润发商业广场设计开发阶段参考了绿色建筑设计标准与海绵城市设计理念，尽量减少动土面积，保留开发场地的自然性。我们采取的绿色设计包括调整围护结构（包括对屋顶、外墙面、外窗、门等多方面的改造）实现能源的低消耗，增加雨水回收利用系统，减少水资源耗用；加装油烟净化器改善室内空气质量以及选用低噪声设备减少建筑噪音等。此外，高鑫零售在项目建设过程中，谨记绿色施工原则，控制项目全生命周期的碳排放和能耗，做到节能设施建设与项目建设“三同时”。

### 案例 空中花园

高鑫零售部分门店屋顶的空中花园设计，不仅外形美观，同时具有显著的环保效果。空中花园可有效调整建筑物温度，减少能源消耗。在夏季可帮助建筑物降温，在冬季可作为保温层，实现冬暖夏凉。此外，空中花园亦可吸附空气中的粉尘，起到净化空气的作用。



◆ 广西贵港店



◆ 广西百色店



高鑫零售旗下大润发 - 嘉兴合乐城门店获得了国际性绿色建筑认证系统 - LEED 认证。

◆ LEED 认证 - 嘉兴合乐城

## 排放物管理

高鑫零售在运营过程中产生的排放物包括温室气体，其他空气污染物，废水以及废弃物。本集团严格遵守相关的法律法规，遵循合规排放原则，并开展各项减排及回收再利用的环保举措。

### 气体排放

除温室气体外，高鑫零售在运营过程中排放的气体还包括二氧化硫、氮氧化物、颗粒物以及一氧化碳，其产生来源于自有车辆行驶耗用的汽油和柴油燃烧。

### 废水管理

高鑫零售产生的废水排放主要来源于运营过程中的水资源耗用，如卫生洁具的使用、门店卫生清洁、食品加工及空调运行等。本集团严格遵循合规排放，废水通过市政污水管网进行统一处理。我们重视对废水的循环利用，通过在纯水设备上安装废水储存、废水循环系统，将纯水系统产生的废水送达指定清洁用水点，作为清洁用水重新使用，每年可实现节水 49 万吨。报告期内，本集团通过市政污水管网排放的废水<sup>8</sup>共计 15,711,413.38 吨，废水排放密度为 178.27 吨 / 百万元人民币营收。



### 废弃物管理

高鑫零售日常运营产生的废弃物主要包括纸制品、塑料制品、硬纸板、泡沫塑料、厨余垃圾、废油、金属和少量有害废弃物。为实现对废弃物的规范化管理，我们采用门店五大区分类原则，根据户外、购物区、办公区、操作室和仓库废弃物的产生特点设置了分类垃圾桶，对所有废弃物收集、分类、称重。对于可回收性质的废弃物，我们均采取相应的回收处理。

#### 纸板箱回收管理

纸板箱是高鑫零售的主要可回收无害废弃物，为规范纸板箱的回收管理流程，我们制定并发布了《门店废纸板回收流程》，在其中明确规定了废纸板回收全流程的操作守则。门店负责将满足回收条件的废纸板放置回收点，之后由防损稽核人员通知回收厂商进行三方称重打包。为确保废纸板的回收数据完整可靠，我们在该流程规范中明确了关于废纸板数据的记录流程，同时每月开展数据核查分析，识别异常情况，查找原因并及时解决。报告期内，高鑫零售废纸板的回收总量为 12.44 万吨。

#### 垃圾分类

本集团积极响应国家号召，根据相关城市管理规范，对门店开展垃圾分类的举措，在门店内摆放分类垃圾桶，引导顾客培养垃圾分类好习惯。



报告期内，高鑫零售产生的气体排放物（除温室气体外）情况如下：

指标名称	单位	2020/2021 财年 <sup>5</sup>	2021/2022 财年 <sup>7</sup>
车辆行驶产生的空气污染物			
二氧化硫	吨	0.13	0.10
氮氧化物	吨	35.47	137.84

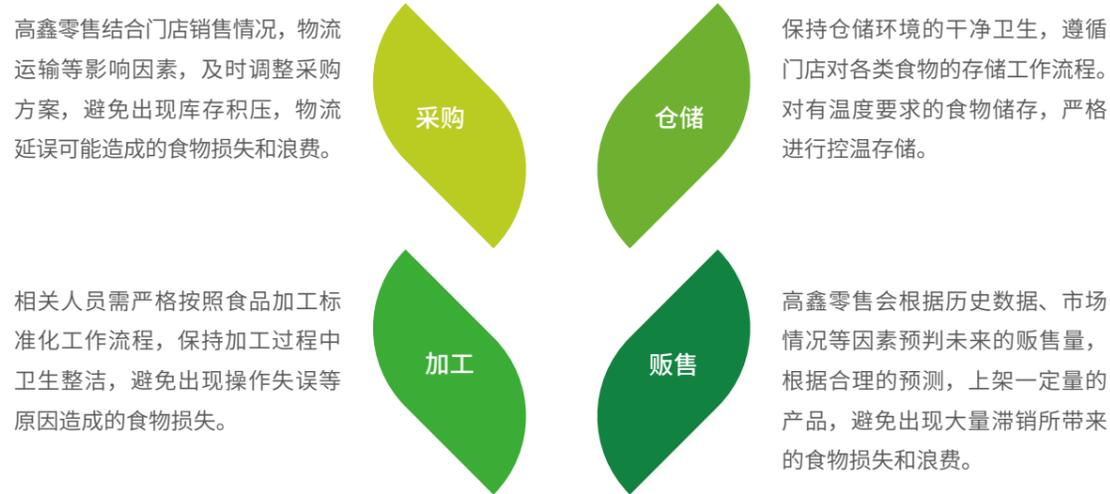
指标名称	单位	2020/2021 财年 <sup>5</sup>	2021/2022 财年 <sup>7</sup>
颗粒物	吨	1.18	9.98
一氧化碳	吨	73.55	55.86

[7] 2021/2022 财年采用的空气污染物排放系数较 2020/2021 财年有调整更新。2020/2021 数据未经重述。

[8] 废水排放量按照总用水量 80% 进行估算。

## 食物损失和浪费

高鑫零售持续完善对食物损失和浪费方面的管理，为了有效控制损失和浪费的产生量，我们采取了从食物采购，仓储，加工，贩售到及时出新等环节在内的全链路控损管理。



◆ 高鑫零售食物损失和浪费全链路控损管理（部分环节）

为不断优化高鑫零售的食品控损方案，本集团设定了不同类别食物损失和浪费目标，并每年对比实际产生量和目标，分析差异原因，识别待提升项。

报告期内，本集团产生的废弃物情况如下：

指标名称	单位	2020/2021 财年 <sup>5</sup>	2021/2022 财年
无害废弃物产生量	吨	684,775.72	212,838.68
无害废弃物产生密度	吨 / 百万元人民币营收	5.51	2.41
可回收废弃物产生量	吨	507,255.17	136,575.79
不可回收废弃物产生量	吨	177,520.55	76,262.88
有害废弃物产生量	吨	268.27	197.64
有害废弃物产生密度	千克 / 百万元人民币营收	2.16	2.24

## 水资源使用

高鑫零售秉持节约资源的环保理念，持续探索并积极实践操作性高、环保效益显著的行动举措，帮助公司节约水资源的使用。



### 自动洗地机

高鑫零售自 2019 年起，逐步在门店推广无人驾驶洗地机的使用。该洗地机配有独有的四重过滤系统，相比于传统洗地机，每台机器每年可节省 6.57 万升水资源。目前，本集团共有六家门店已配备该洗地机。

高鑫零售正在开展市场调研、访厂、竞标，继续推动自动洗地机配置到更多门店。



### 节水型水笼头

对现有门店以及新开张门店的卫生间全部采用节水型水笼头，提高水资源利用效率，每个水笼头每年约可节约 30 吨水，预计每年可节约总用水量约 10 万吨。

◆ 高鑫零售采取的节水举措

报告期内，高鑫零售的水资源使用情况如下，用水均来自市政管网：

### 耗水量

2020/2021 财年<sup>5</sup>

24,668,376.75 吨

2021/2022 财年

19,639,266.72 吨

### 耗水密度

2020/2021 财年<sup>5</sup>

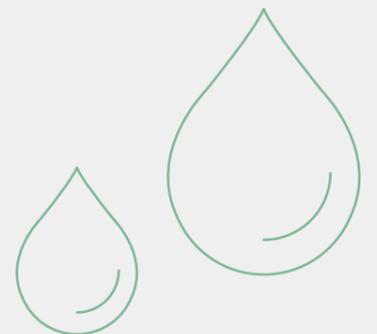
198.40

吨 / 百万元人民币营收

2021/2022 财年

222.83

吨 / 百万元人民币营收



## 减塑及包材

### 减塑

高鑫零售积极践行减塑行动，在自身运营中规范塑料制品的使用，加大对塑料制品的重复利用，降低塑料制品的使用量。

针对门店垃圾袋的规格和使用方法，我们制定了《垃圾袋配置使用操作规范》，明确了不同型号的垃圾桶使用相对型号的垃圾袋，并列出了垃圾袋重复利用的场景和安全注意事项，使门店有依可循。对于垃圾袋的使用情况追踪，门店会每日记录垃圾袋的领用情况，每月开展一次库存盘点，同时由总部专员通过巡店对门店垃圾袋使用现场稽核，及时纠错。根据对垃圾袋的规范管理，我们预计将在下个报告期实现垃圾袋费用在原计划基础上减少 30%。

此外，高鑫零售持续推进门店使用可降解塑料袋，以减少塑料制品对环境产生的影响。目前我们已有 194 家门店根据当地政府要求使用了可降解塑料袋。

同时，高鑫零售积极携手供应商开展减塑行动，从产品出发，落实环保行动。

#### 案例 联合玉兰油品牌助力绿色未来

- 包装更环保：玉兰油品牌对旗下产品进行了包装改造。将产品瓶身从塑料升级为玻璃，每年节省的塑料量相当于 280 万个矿泉水瓶。
- 材料可降解：玉兰油品牌对旗下护肤产品面膜的材质进行了升级，独创 100% 生物可降解纤维材质。
- 高鑫零售：秉承环保理念，第一时间积极配合相应单品上架，并给与高频海报资源、地推等支持。

### 包材管理

高鑫零售高度重视对包装材料的管理，不断探索尝试可循环使用的包装材料，致力于减少包装材料的非必要损耗，为此，我们开展了以下减少耗材的行动举措：

#### 减少耗材使用行动举措

##### 缠绕膜厂商自带项目推动计划

2021 年 6 月开始，高鑫零售干货仓停止免费提供缠绕膜供厂商使用，一律采取厂商自带模式进行卸货、打包、入仓。



##### 固定塑料周转箱

为减少耗材使用并保障商品安全，高鑫零售对全部拆零商品实现周转箱配送。周转箱可循环使用，替换了一次性泡沫箱，极大降低了耗材使用。



##### 规范商品载具使用

高鑫零售生鲜仓的商品载具均为可重复利用性质，包括塑料托盘，食品级折叠周转筐和食品级保温箱。易损商品由供应商在源头包装加固，避免二次包装耗材浪费。



保证商品拣货分播质量的同时保证载具的满载率，提升载具的使用效率，做好载具出入库登记。

及时回收载具，提升载具周转利用率。耗材定期盘点，按需领用，根据历史使用数据进行耗材备货，提升周转，降低耗材库存积压。

##### 自动包装机

针对生鲜商品，采用自动包装机配合人员打包作业。相较于传统纯人工包装，效率提高 1 倍左右。自动包装机载有智能识别套件，可最大化减少包装材料的浪费。



报告期内，高鑫零售使用的包装材料情况如下：

指标名称	单位	2020/2021 财年 <sup>5</sup>	2021/2022 财年
包装材料使用量	吨	643.22	19,268.94
包装材料使用密度	吨 / 百万元人民币营收	0.0052	0.22
木头 / 纸张纤维包装总重量	吨	/	610.61
塑料包装总重量	吨	/	18,658.33
可回收包装材料使用量	吨	150.47	318.33
塑料包装中可回收成分的重量	吨	/	0.036





# 生物多样性与动物福利

## 生物多样性保护

生物多样性的保护是帮助维护正常稳定生态系统的关键，具有重要的生态功能。高鑫零售作为零售企业，在日常运营中较少涉及生物多样性相关的行为活动。但我们积极践行环境责任，承诺在自身运营过程中极力保护生物多样性，维护生态平衡。报告期内，高鑫零售借助自身营运特点，与合作伙伴携手，开展了多个生物多样性保护活动，并号召消费者积极参与，加强对生物多样性保护理念的宣贯。

### 案例 守护濒危花木

为了保护生物多样性，共同守护地球的生态环境，联合利华旗下时尚环保家居品牌花木星球，联手大润发及中国生物多样性保护与绿色发展基金会，于2019年正式发起濒危花木守护计划。2019年，我们让14,000颗绿绒蒿回归故乡，安居在巍峨雪山上；2020年我们守护了15,000亩濒危花木天山雪莲。

2021年花木守护计划迎来了第三站-守护金花茶，大润发全国门店同步发起活动，消费者单笔购买花木星球商品满特定金额，即可守护1株金花茶。在此次活动中，高鑫零售共守护了10,000株金花茶。



### 案例 绿哈达行动

“力士®绿哈达行动”自2011年开启，旨在通过植草改善西藏当地生态环境，防治草原土地退化，助力农牧民增产增收，提高牧民生活水平。十一年来，该公益项目在青藏高原地区7个县区的10个乡镇累计种植牧草16,950亩，合计约11,300,000平方米。

2021年，大润发携手力士在全国门店发起活动，消费者单笔消费累计满特定金额即可捐种1平方米草地。2021年，大润发与力士共同在西藏高原种植草坪达100万平方米。



## 动物福利

在维护人类赖以生存的自然生态环境之外，高鑫零售作为零售企业也十分重视动物福利的影响，积极推进动物保护和福利倡导活动。报告期内，我们与相关农场合作参与了包括青草散养走地牛、散养鸡以及安心系列项目，推广全民动物保护意识。

### 案例 青草散养走地牛

大润发与纽仕兰合作至今，持续引进新西兰优质奶源（吃青草草饲、自然放牧、有假期、听音乐的奶牛），以“6亩地1头牛”食用新鲜苜蓿草和黑麦草、自然放牧、不打催奶素的“青草散养走地牛”而闻名。

产品引进至今，全国累计未税销售额达1.08亿元人民币，品类主要涉及常温奶、奶粉。



### 案例 战略合作 - 光明安心蛋

报告期内，高鑫零售开展了战略合作-光明安心蛋项目，从喂料系统就实行全自动控制，并且严格监控饲料品质，保证无药残、无激素、无有害致病物，同时引进国际领先的蛋鸡养殖设备，由环境控制器设定温度曲线自动控制鸡的环境温度，采取电脑实时监控，提供科学的健康计划和快速的兽医诊断治疗。此外，鸡蛋也经过先进设备进行清洗和紫外线杀菌，确保成品的质量与安全。



### 案例 散养鸡合作项目

报告期内，高鑫零售与湖南湘佳农场达成合作，通过在改良草场、天然林地进行散养鸡福利化养殖，给予宽松的活动空间，让鸡在大自然中吃到饲料和专门种植的菊苣草，积极推动散养鸡项目。此外，高鑫零售还积极与其它享有动物福利养殖资质的农场合作，如江苏立华牧业股份有限公司，进一步助力优化散养鸡项目的发展，为促进我们动物福利的落实提供专业支持。目前湖南湘佳和江苏立华的散养鸡产品已覆盖高鑫零售约200家门店。



# 责任采购

## 坚持更可持续的供应链

*Responsible Procurement for a More Sustainable Supply Chain*

高鑫零售十分重视采购和供应链环节的可持续发展，致力于打造合作共赢的运营模式。作为国内大型的零售企业，我们深知稳定、和谐的供应链对于运营发展有着重中之重的地位，因此，我们积极开展可持续采购以及供应商管理和沟通工作，担负起具有社会认同感的采购责任。

具有HACCP/ISO 22000认证的供应商达到

802 家

供应商《廉洁诚信约定函》的签署率达到

100 %

在售有机蔬菜品项约 100 个



- 4.1 可持续采购
- 4.2 供应链管理
- 4.3 供应商扶持
- 4.4 供应商交流

## 可持续采购



为了保证供应链稳定，保护品牌声誉，控制并优化成本，体现产品及服务差异化，高鑫零售在可持续采购方面积极开展大量工作。在选择供应商或评估供应商关系时除考虑经济情况之外，还充分考虑了环境、社会和道德因素。在选择采购产品时，优先使用具有 MSC<sup>9</sup>、OFDC<sup>10</sup> 资质的生鲜产品，并要求供应商利用信息技术，优化配送路线，完善设施运行及维护，进一步提高运输效率，实现节能减排。另一方面，我们致力于寻求自然生态的采购产品和可持续的供应链，与供应商合作开发一系列有机健康产品，积极引进具有资质的可替代植物蛋白品类食品，以实现采购的多样性和可持续性。

为满足消费者对品质和自然原生的追求，高鑫零售生鲜部门所售的牛肉品类已实现 100% 可追溯来源，华东地区的所有牛肉品类都能够追溯原料来源；同时采购部门也加大了对有机纯奶的促销投入，推出沙漠有机奶、有机 A2β-酪蛋白纯牛奶、梦幻盖等系列，突出我们对于产品品质的高标准要求以及食品安全质量的严格，体现高鑫零售对于供应链内各公司的可持续发展所做出的积极贡献。

## 海产品与水产品

在海产品与水产品方面，高鑫零售积极致力于产品的可持续采购，优先选择具有可追溯性的海产品与水产品。我们从上海引入的活水净化鱼能够供应到华东地区的大部分门店，所有产品的养殖产地、资质等信息都支持检测和追溯。此外在包装冻品方面，本集团积极鼓励所有供应商购买或饲养具有可持续追溯性的海产品或水产品，目前我们具有 MSC 认证的海产品采购份额占水产包装冻品的 3%。旗下具备 MSC 资质的厂商包括上海海天下食品有限公司以及浙江蓝雪食品有限公司。



◆ MSC 认证证书



海天下法国银鳕鱼



蓝雪北极鳕鱼扒（钩钩）



蓝雪北极鳕鱼扒（钩钩）

◆ MSC 认证海产品

## 案例 光明渔业的水产品质量追溯

高鑫零售战略合作了光明渔业鲜活产品项目，主要产品有青鱼、草鱼、白鲢鱼、鲫鱼、黑鱼、多年生甲鱼、鳊鱼、南美白对虾等，冰鲜产品加工主要有巴沙鱼片、黑鱼片、鲈鱼片、冰冻鲜虾、开背鲈鱼、开背鲫鱼、草鱼、花鲢鱼等。

光明渔业成功实现了水产品质量追溯，并获得农业部质量追溯标识的使用权。在销售的每条品牌淡水鱼身上打上“光明渔业”二维码追溯标签，实现“从塘口到餐桌”全程可追溯。



[9] MSC (Marine Stewardship Council) 水产品认证是一项已被认可的针对海洋渔业以及加工水产品的良好管理的供应链认证项目。

[10] OFDC 有机标准认证《OFDC 有机认证标准》已经被 IFOAM 认可组织 (IOAS) 评估确认为等同于欧盟法规，依据《OFDC 有机认证标准》认证的有机产品可以直接或通过互认的形式进入欧盟等国际重要的有机产品市场。

## 有机产品

在有机产品方面，高鑫零售采取两端采购模式，分批从菜市场 and 蔬菜基地进货，每批严格检验供应商的资质合规证明，保障所有菜品都可追溯到市场摊位或生产端。对于使用有机化肥的有机蔬菜和水果产品，我们也加大和农业基地以及农民的合作力度，通过增大基地采购比例，发展自有品牌，从而形成规范种植，进一步加强产品的可追溯力度。

同时，本集团旗下目前具备 OFDC 有机认证资质的厂商包括上海中稔农业科技发展有限公司、常熟市海明现代农业发展有限公司、上海永大菌业有限公司以及山东绿源唯品农业高新技术有限公司。全年在售有机蔬菜品类约 100 个，且有机蔬菜占总蔬菜业绩的 1%。



◆ OFDC 有机认证证书

## 植物蛋白

植物蛋白的开发是改善人类健康、保护自然资源和维护动物福利的一项重要举措。在消费者对动物福利日益关注的今天，对生态意识和绿色食品的高度重视，更推动了植物蛋白品类的发展。

植物蛋白肉是人类膳食蛋白质的重要来源，营养全面，同时具有 0 反式脂肪酸、0 胆固醇，丰富的膳食纤维，是素食主义者、有三高想控制饮食的消费者的低卡宝藏食品，因此高鑫零售从 2021 年 9 月开始引进包括必斐艾、王小卤、祖名等品牌在内的植物蛋白肉零食，2021/2022 财年合计引进逾 100 支 SKU，财年营收超过 6,000 万元人民币。

植物蛋白奶近年来崛起，越来越深受年轻客群及乳糖不耐受人群的追捧，因此我们与植物奶引领品牌“oatly”共同打造了一家属于高鑫零售的 oatly 快闪店，在带动植物蛋白奶生意增长的同时，也呼吁人们选择健康的生活。

◆ Oatly 快闪苏州金鸡湖店



## 供应链管理

高鑫零售致力于实现长期稳定的可持续发展，我们通过完善供应链管理体系，不断完善供应商准入方面的制度和评估流程，建立关于供应商风险、商业道德行为的相关管理举措，确保高鑫零售在供应链方面的标准化管理水平以及风险控制能力，以形成一条完整且稳固的供应链。

## 供应商准入

高鑫零售在供应商准入环节实行严格且规范化的管理，根据国家制定的相关标准以及食品安全质量的国际标准要求，同时结合企业自身特性，我们制定了供应商准入的审核制度和审核工作流程。供应商准入的审核内容涵盖供应商资质、企业风险、运输风险和包材使用等方面，对于有申请准入意向的供应商都必须先填写我们根据国家标准制定的“资质评估表”，由采购部门对供应商合规资质、企业风险进行审核，质检部门负责产品质量和工厂环境的审核，审核重点包括第三方出具的产品检验合格报告书。之后我们将根据审核结果进行准入资格判定，在通过审核后供应商的相关资料才会被纳入信息库。另一方面，我们也十分关注供应商的绿色发展理念，并希望与供应商在绿色发展理念方面达成共识。在供应商准入和审核环节中，我们会综合考虑供应商的可持续发展现状，包括污染物排放、员工关爱和人权、节约资源等方面表现，并以此作为供应商筛选的重要依据。

此外，高鑫零售致力于优先选择具有 HACCP/ISO 22000 认证的生产公司，同时针对于供应商资质进行年度审核，并不断扩大优质厂商的合作范围。报告期内，本集团合作的供应商获得 HACCP/ISO 22000 认证的有 802 家。



◆ 供应商审核评估流程

# 供应商管理

高鑫零售根据供应商准入的审核结果将既有供应商分为第一品牌管控与风控品牌管控，在遵循相关法规标准的前提下设计实施了管控流程，通过事前引进、事中监管、事后追踪的全周期措施进行管理和审查，重点包括对既有供应商定期开展商品的质量安全、原材料成分、以及实地工厂的审核，同时也包括资料更新和合规审查、商业道德行为审查以及绿色运营方面审查等。



## 车辆匹配、外车 承运供应商

- 所有车辆需装 GPS，在确保采购材料具备可追溯性的同时，利用信息技术，优化配送路线，提高运输效率，实现节能减排。
- 每年合同期满时，针对外车承运的店家进行公开招标，优胜劣汰，淘汰那些表现不好的运输公司。
- 每月进行供应商考核（送货准时率、回单及时率、客户满意度、司机配合度、事故发生率）。
- 为货车建立电子档案，全程管控温度，确保食品安全及减少食物浪费。



## 耗材、设备、工程 供应商

- 合作厂商需提供各项资质证书，确保供应商资质的准确性和有效性。
- 合作厂商提供供应商主要客户业绩及占比、员工人数、面积 / 所有权、商品来源等，以确保企业人权以及商品可追溯。
- 网站查核厂商提供的信息是否属实，信用中国网站查核企业是否有违规等行为，确保供应商的商业道德规范。



## 劳务派遣供应商

- 确保派遣员工同工同酬，工作环境待遇一致。聘用、考核、奖罚事项公开一致，以保障员工人权。
- 与派遣供应商保持定期沟通交流，及时了解市场情况与员工在公司工作的情况，积极及时调整。定期根据合作情况筛选与汰换不合格的供应商。
- 每月开展派遣员工访谈与问卷调查，确保及时了解供应商运作情况，以维护供应链稳定。



## 生鲜仓合作的 承运商

- 运输车辆搭载 G7 系统及相关设备可实现异常温度事件自动警报，以预防生鲜产品由运输带来的质量安全问题和食物浪费。
- 每日稽核人员对配送车辆回查配送过程车厢温度情况，异常反馈运输公司及时要求改善，协助供应商进行改进。
- 商品出库单据由承运商、防损、门店三方签字确认，严格把关食物的可追溯性以及质量保障。

此外，我们还从多个角度对运输供应商开展了风险审计工作，包括车辆定位技术及电子档案、货物准时达标情况、客户满意度、运输事故情况等，依据系统后台中的作业数据进行等级评价，并每周召开产销会议分析物流情况的发生原因，讨论改善方案并追踪后续改善情况。

截至 2022 年 3 月 31 日，本集团合作的供应商共计 24,648 家，按地区划分情况如下：

指标名称	单位	2021/2022 财年	
按供应商地区划分	华东	个	6,909
	华北	个	4,773
	东北	个	3,321
	华中	个	4,322
	华南	个	5,323



## 供应商商业道德

高鑫零售在严格要求自身遵守道德准则的同时，对供应商的商业道德行为也有着标准化要求。在厂商签约时必须签订《廉洁诚信约定函》，并附有廉洁诚信问题反馈渠道条款，约束范围包括反腐败、反不正当竞争、不公平待遇等方面，供应商需同意并签署该约定函才可与高鑫零售进行下一步的商业合作，报告期内，我们供应商《廉洁诚信约定函》的签署率为100%。对于反腐举报案件，高鑫零售将在5个工作日内予以受理，并且于7-14个工作日内予以调查，调查结果最长不超过三个月。报告期内，本集团过去三年共进行过供应商审计的次数为4,611次。

过去三年共进行过供应商审计的次数为

4,611 次



## 供应商扶持

高鑫零售作为零售行业的一部分，我们不仅关注企业自身的长远发展，还时刻关注行业发展动态，积极协助行业内供应商进行品牌孵化，用心对供应商实现扶持与赋能。

### 案例 引进供应商时对孵化品牌扶持 - 吾岛酸奶品牌

网红高端酸奶品牌吾岛于2021年12月引进，引进后高鑫零售对新品牌进行重点关注和扶持，通过线下和线上结合凸显新品位置，联合品牌打造食用场景，同时在门店开展花样试吃活动打造烟火气。

报告期内，已覆盖上海、苏州、无锡部分门店（32家），在6-8月完成上海、苏州区域覆盖（21家店）。



### 看得见的生牛乳蛋白

- 一杯 Basic 无蔗糖希腊式发酵乳  
≈ 1.5 个鸡蛋蛋白质\*
- 每杯 Basic 无蔗糖希腊式发酵乳  
= 4 杯 生牛乳精华\*
- 每杯原生乳蛋白含量  
普通酸奶的 3 倍\*

### 案例 引进供应商时对孵化品牌扶持

王小卤

2021年8月，高鑫零售引进爆款虎皮凤爪系列并新增多种口味，同时丰富品牌其他热卖牛肉豆腐系列，通过打造“国民凤爪，人人啃定”的品牌卖点，在全渠道开展热销，全平台投放以达到上亿级曝光。报告期内，华东总业绩1,200万元人民币，其中爆款系列重要档期的操作，促销业绩增长良好，2022年对口味进行丰富补充，预估品牌总业绩可达2,000万元人民币。



报告期内，华东总业绩

1,200 万元人民币

2022年预估品牌总业绩可达

2,000 万元人民币

莫小仙

2021年6月，高鑫零售引进当下潮流速食品牌，包括8个SKU，含多类速食品类，满足消费者需求。高鑫开展了线下全年3-5档印花海报支持品牌孵化和门店试吃推广，同时上线重点秒杀活动支持线上推广。



### 案例 引进供应商时对孵化品牌扶持 - 浅香洗护品牌

2021年8月，浅香日本植物氨基酸洗护系列在华东大润发全线上架。我们通过静态与动态场景化陈列，重点档期给予印花海报支持，运用线上资源，进行多渠道展示，打造用户心智，现场互动提高成交转化，助力品牌销售额约2,000万元人民币。



## 供应商交流

为了增进与供应商之间的感情，促进双方之间的信息互通，高鑫零售每年会不定期开展供应商培训以及供应商大会，培训主要以线上形式为主，培训主要包括食品安全培训、新系统培训、物流厂商培训、外部培训等丰富内容。此外，我们也会与第三方知名企业合作共同开展相关供应商交流活动。

- 1. 收货流程简介—8:30—9:30
- 2. 退货流程简介—9:30—10:30
- 3. 存控订单简介—10:30—11:30
- 4. 现场提问环节

◆ 分发中心培训



◆ 食品安全培训

# 以人为本 建设更幸福的企业文化

*People-Oriented for a Happier Corporate Culture*

高鑫零售始终坚持“以人为本”的雇佣理念，尊重并保障每一位员工在雇佣、薪酬福利、培训发展等方面得到平等的合法权益。我们承诺充分保护员工合法权益，为人才提供成长与发展的平台，设立多样化的培训机制，创造健康安全的工作环境，缔造温馨的工作氛围，致力于实现员工与高鑫零售共同成长、发展。



- 5.1 员工概况
- 5.2 发展与培训
- 5.3 关爱员工

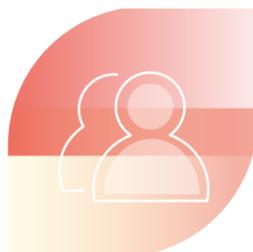
员工中特殊人群及残障人士占比 1.66%

少数民族占比 1.85%

全方位加强员工培训，员工参训百分比达  
100%

员工整体满意度高达 99.8%





## 员工概况

我们依据《中华人民共和国劳动法》《中华人民共和国劳动合同法》《中华人民共和国社会保险法》《工伤保险条例》等有关法律法规，制定了《员工手册》等公司内部规章制度，明确了合法用工、尊重人权、保障员工合法权益等基本原则和要求，为员工打造公平公正的雇佣环境。

## 员工权益

我们秉承公平公正的雇佣理念，以资历、技能、绩效等为统一衡量标准，绝不因年龄、性别、种族、国籍、婚姻及家庭状况、健康状况和宗教等原因给予差别对待，只要应聘者的条件符合相关职位要求均可获得平等的面试机会，反对任何形式的歧视和不平等竞争。

高鑫零售在任何情况下，严禁使用童工和强制劳工，同时致力于在合作方和供应商之间推动合法雇佣。报告期内未有发生过使用童工和强制劳工的案件。

### 《劳动手册》

明确规定不招募未满 16 周岁的人员，不安排未成年员工从事可能危及健康或安全的工作，包括夜班和加班，并通过完备的人力系统对员工身份进行核验，拦截任何不符合年龄标准的身份信息录入。

### 《员工手册》

明确员工应有的权益，根据岗位性质及业务发展需要，对不同职位严格采用不同的工时制度，对于工作日及节假日加班，按照法律法规规定支付加班工资与调休安排，加班工资的计算方法按国家及当地政府的有关规定执行。

一旦发生侵犯员工权益事件，深入调查并及时处理，并对制度和管理流程进行检讨与改进。同时，设立并完善邮件、公开投诉电话、举报信箱等多个投诉和申诉渠道，确保员工权益。

## 员工招聘

高鑫零售建立了完善的人事管理制度，通过健全的招聘机制及全面的薪酬体系，规范招聘流程，不断提高招聘效率，使招聘工作标准化、流程化，为公司引进人才提供有力保障。

我们引入了灵活用工平台，将招聘、雇佣、薪酬结算等全流程进行整合，有效简化招聘与管理流程，一方面支持了公司“弹性组织”招聘计划，提高简单易操作、实操性较强岗位的人员雇佣比例，提升分店运营效能，另一方面主要面向大学生开放，对符合条件的大学生简化招聘流程，并对已聘用大学生进行全方位的前置培养，全面优化临时工队伍专业素养。

校企合作的教学活动也是高鑫零售的另一大特色。我们坚持与高校合作办学，引进并培养了大批优质的毕业生，致力于保持人才队伍年轻化。截至报告期末，公司已合作高校 41 家，合计招募超过 1,200 人。此外，我们通过内部转岗机会为员工提供灵活发展的空间，提升人与岗的合理配置。



公司已合作高校

41 家

合计招募超过

1,200 人



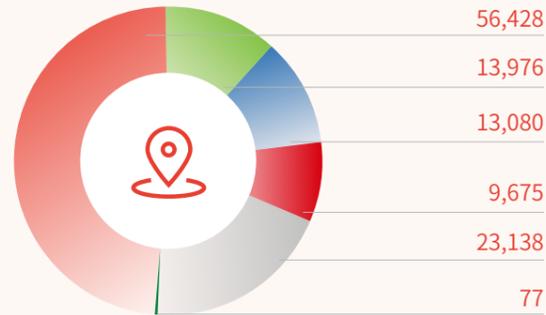
## 员工多元化

我们深信人才多元化对公司可持续发展的重要性，我们通过多样化的招聘渠道，集合不同背景，不同专业领域的人才，触发多元思维之间的碰撞，为企业注入创新动能。

我们积极为残障人士、少数民族等少数群体提供就业机会。针对残障人士，根据其不同身体缺陷，提供美工、收发室、仓管、清洁与客服部门等合适便利的就业岗位，同时保障其薪资按照归纳岗位薪资标准同工同酬与无差别对待。此外，我们根据《中华人民共和国劳动法》《中华人民共和国妇女权益保障法》制定并签署了《康成投资（中国）有限公司女职工特殊利益专项集体合同》，保障每一位女性员工的专项权益。此外，签署集体谈判协议的员工覆盖率为 100%。

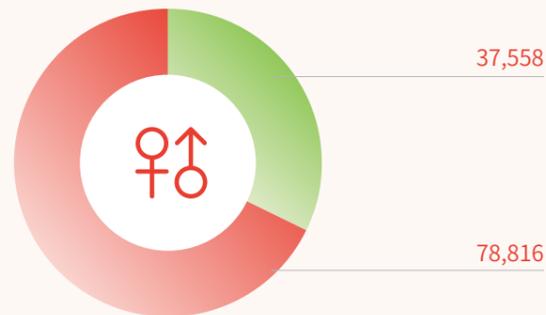
截至报告期末，高鑫零售全职工总人数达 116,374 人，其中特殊人群及残障人士共 1,927 人（占比 1.66%），少数民族共 2,157 人（占比 1.85%）。

### 按地区划分



■ 华东区域 ■ 华中区域 ■ 华南区域 ■ 华北区域 ■ 东北区域 ■ 中国港澳台员工数量

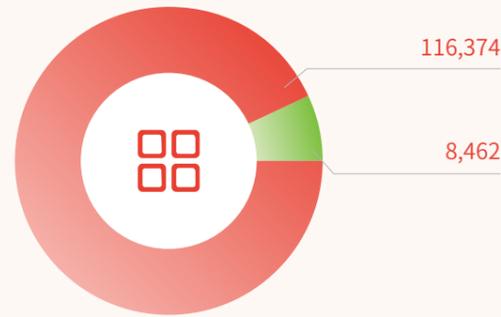
### 按性别划分



■ 男员工 ■ 女员工

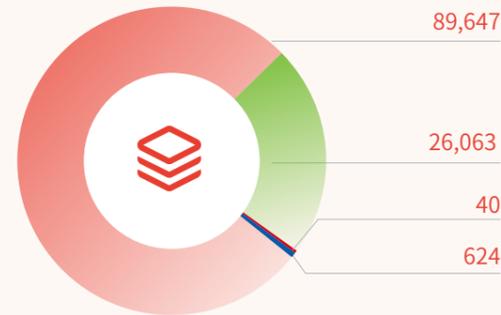
单位：人 单位：2021/2022 财年

### 按雇佣类别划分



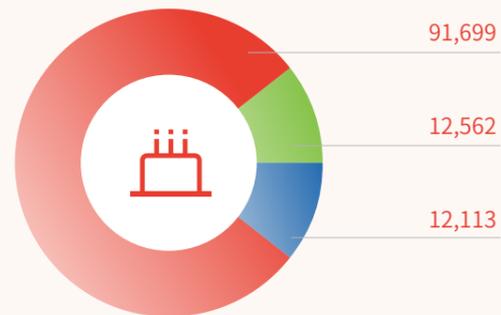
■ 全职总人数 ■ 兼职总人数

### 按职级划分



■ 高级管理层 ■ 中级管理层 ■ 一般管理层 ■ 普通员工

### 按年龄划分



■ < 30 ■ 30 - 50 ■ > 50

## 薪酬福利

高鑫零售坚信每一位员工的努力，都值得被认真对待。我们严格遵守薪资标准和国家地方薪资管理规定，确保以基本工资为员工提供基本生活保障，并制定完善且具有竞争力的薪酬福利体系和奖励，打造员工与企业发展双赢的良性激励机制。

报告期内，我们设立了共享薪资中心，将原本每家店一名薪资管理专员，调整以城市为单位，统筹管理同城内分店所有人员薪资，建立标准化作业流程，统一管理薪资相关工作事项，减少了重复及相似作业流程，同时全面的信息化管理帮助管理层更快更准确做出决策，有效提高薪资管理效率，降低人力成本的开支。

减少重复作业，降低运营成本

标准化流程，加强总部管控

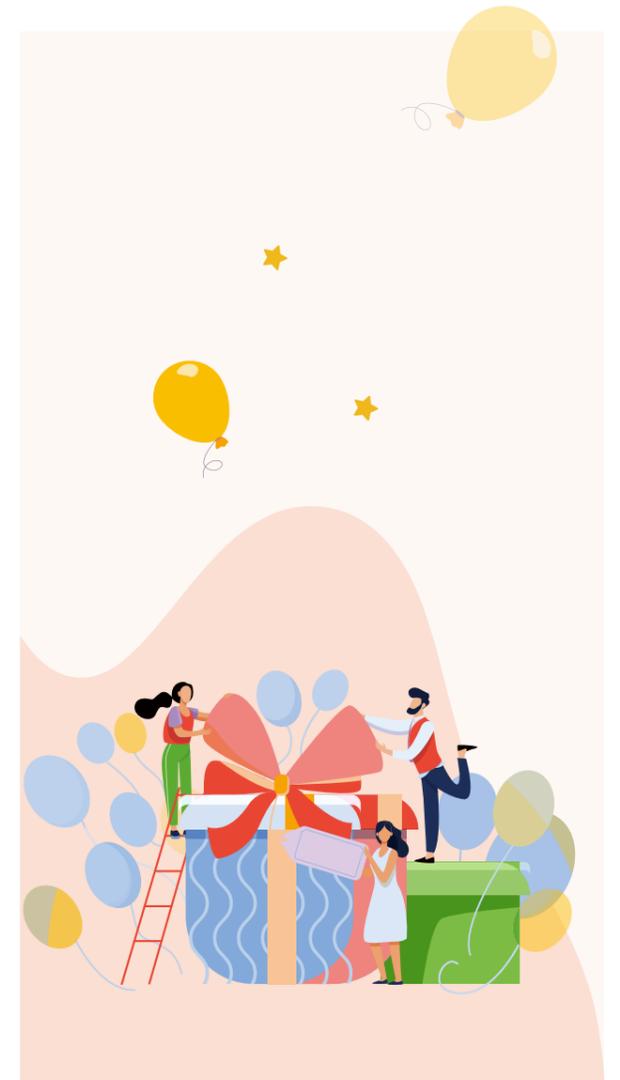
全面信息汇总，提升企业效能

统筹人力，减少人力成本开支

◆ 共享薪资中心

高鑫零售把员工视为企业的重要部分，我们为员工提供弹性的工作时间，部分岗位员工可根据个人时间安排两头班。有特殊情况及疫情期间，员工经部门主管和人力资源部门批准后，可暂安排居家办公。此外，不同地区员工根据国家法律规定享有带薪育儿假及陪产假。

同时，我们通过一系列的福利亮点项目关注员工工作之余的生活情况以及身心健康，鼓励员工在工作之余积极参与各项活动，发展自己的兴趣爱好。同时，我们的工会不定期开展有益于员工身心健康的各类活动，高鑫零售员工均享有自由加入工会的权利。截至报告期末，工会覆盖率达到 100%。



截至报告期末，工会覆盖率达到

100%

## ■ 节庆日团建活动

每逢节庆日时，我们积极策划和组织各项团建活动，为员工提供相互了解的机会，提升团队凝聚力。



◆ 春节员工礼盒



◆ 大润发春节



◆ 大润发年度盛典



◆ 端午节员工礼盒

## ■ 体育锻炼活动

我们非常重视员工身体健康，鼓励员工参与本集团举办的各项体育锻炼活动，在工作之余强身健体。



◆ 爱上瑜伽



◆ 燃动瘦身操



◆ 中国舞

## ■ 员工保险

我们为高鑫零售所有员工购买附加医疗保险和人身意外伤害险，每人每年5,000元人民币额度，另设有150万元人民币公共保池，为有特殊情况的员工提供住院保险。为员工提供更全面的医疗保障。

每人每年额度

另设有公共保池

¥5,000 元人民币

150 万元人民币



◆ 附加医疗保险与人身意外伤害险





## 发展与培训

高鑫零售深知员工发展和培训在人才管理中的重要性。我们致力于为员工规划清晰的职业发展路径，打造完善的培训体系，提升员工个人软硬技能的同时增强企业的人才吸引力和竞争力。

### 员工发展

高鑫零售重视员工的保留与培养，持续打造公平完善的绩效考核体系及晋升激励机制，为员工提供多元化职业发展机会。

我们持续优化以目标达成或以进步率为导向的绩效考核制度，根据不同岗位的特点设立对应关键绩效考核指标，通过管理层及人力资源部双重审核，确保考核结果的真实性和公平性。

我们借助自研的人力系统设立了两种绩效奖励机制，以确保我们的薪酬标准对内具有公平性、对外具有竞争力，在一定程度上充分调动员工工作的积极情绪，促进工作效率的提高。

- 从短期角度，根据个人关键绩效的具体达成情况，发放奖金激励；
- 从长期角度，建立退休储备基金长期激励机制，保障店总级相关员工的薪资福利。同时，我们向符合条件的员工推出 ETBS 员工持股计划，覆盖率达 100%。该计划依据当年利润一定比例核算对应的激励额度，感谢员工在一年中的辛苦付出。

在激励员工的同时，我们为员工提供明确畅通的职业发展路径，从绩效数据、查核得分、任职经历、培训考核、视作能力及技术传承六大考核维度综合评估员工晋升资质。报告期内，我们对员工晋升考核形式进行了重大改进。为提高效率和顺应本集团发展趋势需要，我们在全集团范围内推行线上考核，制定了标准化考核流程、制度、表单、注意事项等，并对钉钉云课堂的考核功能进行完善和拓展。

根据钉钉云课堂的功能，重新建立线上考试题库



根据线上考试的特点，重新组建考核试卷



在考试过程中，由电脑指派、抽题、计时、阅卷

通过员工线上晋升考核形式的改进，最大限度减少了人为干预，降低考核成本，提高考核效率，为员工晋升营造一个更公正、更高效的考核平台。

指标名称	单位	2020/2021 财年	2021/2022 财年
总流失率	%	14.3	18.2
按年龄划分			
<30 员工流失率	%	17.8	33.8
30-50 员工流失率	%	16.3	13.3
>50 员工流失率	%	17.5	31.2

指标名称	单位	2020/2021 财年	2021/2022 财年
按性别划分			
男员工	%	14.2	20.1
女员工	%	17.8	17.3
按地区划分			
华东区域	%	16.3	20.8
华北区域	%	16.6	20.7
东北区域	%	16.6	1.2
华中区域	%	17.0	4.8
华南区域	%	16.8	22.5
中国港澳台员工流失率	%	/	16.3

### 员工培训

高鑫零售坚信人才是公司持续发展源动力。我们建立了完善的培训体系，根据不同阶段、不同岗位的员工发展需求，以理论学习结合实际操作的模式，设计并开发差异化的学习方案，帮助人才全方位了解岗位职能，激发潜能，为客户提供更专业、更优质的服务，与高鑫零售共同成长。

报告期内，我们对员工培训需求进行充分识别，针对在员工的岗位核心技能需求，定制化设计培训内容，并调配合适的培训资源，全方位加强员工培训。

#### 加强培训内容及培训老师阵容

- 鑫海储干计划：本集团 2021 财年人才发展重点项目，邀请内外部专家资源，较 2020 年全国 10 期培训内容增加至 20 期，实现人才数量 190% 增幅。
- 采购管培生：制定针对采购管培生培训内容，补充采购新鲜血液，实现人才数量 142% 增幅。

#### 开发全新课程、梳理培训体系

- 开发课程：更新 26 门专业课程的同时，开发高效能人士的七个习惯、压力管理、情商管理、九型人格、跨部门协作、团队建设共 6 门通用课程，进行全方位培养。
- 梳理培训体系：更新并完善集团总部全员线上培训体系架构。

#### 加强管培生尖刀班优异生培养

- 我们将尖刀班集中布局于重点核心岗位培养，各分区拥有 2-3 名优秀员工的尖刀班推荐名额，学员均配以专业导师护航，借事修人，集中力量抓住核心优秀资源，并起到带动其他储干的作用。

#### 雁领未来项目培训班

- 雁领未来是大润发核心管理层领导力发展的项目，旨在培养助力业务战略、赋能核心管理者面向未来的组织战斗能力。该培训班赋能员工统筹全局、客户视角、引领变革、激发创新、组织意识、经营思维等职业素养，同时结合向外看、走出去、促交流的理念，让员工切身感受在教中学。

全职员工培训总人次

118,435 人

员工受训百分比



按性别划分受训百分比

男员工

100 %



女员工

100 %



按职级划分受训百分比

高级管理层



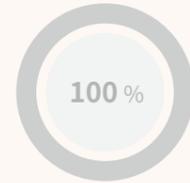
中级管理层



一般管理层



普通员工



员工人均受训时数

5.7 小时/人



按性别划分的人均受训时数

小时/人

男员工

8.8



女员工

4.2



按职级划分的人均受训时数

小时/人

81.5



高级管理层

25.3



中级管理层

35.5



一般管理层

4.6

普通员工

## 关爱员工



员工的健康与安全是高鑫零售人才管理中的重中之重，我们开展了多个安全演练及健康教育行动，全力保障员工的安全健康。高鑫零售珍惜每位员工的辛勤付出，注重倾听每位员工的意见和建议，致力于建立持续紧密的合作关系。为此，我们开展了各类员工关爱活动，举行了员工满意度及敬业度调查。

## 员工沟通与关怀

我们致力于创造关爱员工的企业文化氛围。为感恩员工为企业发展的用心付出，我们策划并实施员工关怀系列活动，提升员工工作的认同感、归属感及幸福感。我们搭建多渠道沟通桥梁以更深入地了解员工的困难和需求，并且定期举行员工满意度及敬业度调查——“磐石调查”，针对报告期内相关问题讨论优化举措，并督促改进。

## 多元化才艺比赛

为了满足员工多元化的兴趣爱好，我们组织就要与“粽”不“童”云上龙舟赛、大润发工匠创意大赛等才艺比赛，帮助员工实现工作与生活的平衡，全方位为员工的生活提供无微不至的人文关怀，与此同时增强企业向心力与凝聚力。



◆ 大润发工匠创意大赛



◆ 就要与“粽”不“童”云上龙舟赛

## 女性关怀活动

我们尤其注重女性员工的需求。报告期内，我们围绕女性员工策划和开展相应的关怀活动，如插画、编制、手工制作等手作活动，并策划中秋及春节“一封家书”活动给予女性员工心理关怀。与此同时，高鑫零售在总部设立母婴室，从女性需求角度出发，为哺乳期职工提供保障，打造适合女性职工的工作环境。



◆ 妇女节 CEO 送花



◆ “一封家书”活动

## 员工满意度调查

报告期内，我们以线上形式组织员工参与“磐石调查”，即员工满意度及敬业度调查。调查总参与员工人数达 15 万人，整体满意度高达 99.8%。

针对敬业度和满意度调查结果，我们根据员工提出的问题及时优化与完善，时刻准备着为更多的员工提供个性化支持，制造更加舒适的工作环境，帮助员工在工作之余享受更健康的生活。

总参与员工人数达

15 万人

整体满意度高达

99.8 %



◆ 高鑫零售磐石调查

## 员工需求沟通

我们积极促进员工和企业之间的沟通和交流，始终相信聆听员工的声音是企业提升自身的有效方式之一。我们持续构建沟通和信息反馈平台，通过每月的座谈会了解员工的需求和难处。同时，在总部建立专门的申诉部门，设立专有的申诉热线，提供申诉渠道以收集员工诉求，对员工工作上的需求及时提供帮助，提升员工的敬业度与满意度。



◆ 员工心声热线



◆ 员工座谈会

## 健康与安全

高鑫零售始终将员工的健康和放在首要位置，安全健康的工作环境是我们为员工提供的基础保障。我们严格遵守《中华人民共和国安全生产法》《中华人民共和国职业病防治法》等相关法律法规，不断更新完善的我们的健康安全培训体系和考核标准以降低风险、规避事故发生。高鑫零售在 2020 及 2021 财年，未发生因工亡事故。报告期内，7 例员工工伤事故死亡人数包括 3 例疾病死亡、2 例交通事故死亡及 2 例意外死亡。在事故发生之后，我们第一时间进行追查，并确保事件依法妥善处理。

我们通过不断完善安全培训和相关考核加强我们员工的安全意识，旨在最小化伤害风险、预防安全事故的发生。在疫情期间，我们更加重视员工在相关工作场所的疫情防护，制定相关消杀、物资发放等保护方案和措施。

### 【安全意识教育】

本集团不断完善安全意识教育体系。疫情期间，我们推出线上安全培训系列活动，通过信息化举措将安全学习要求与员工岗位技能提升需求紧密结合，切实提升班组安全学习实效和员工安全技能，向员工强调安全注意事项、应急情况应对和相关案例讲解，从而降低安全风险和员工受伤的可能性。

我们于线上多次开展安全教育培训讲座，针对淘鲜达骑手充电区安全工作、门店夜间安全防范工作、设备维护与翻新等问题展开培训，以安全相关的具体案例为出发点，由点到面全面细化安全意识教育内容，加强员工安全教育意识。

报告期内，高鑫零售在安全意识教育方面实现覆盖人群广、覆盖率高的高质量培训，培训覆盖门店所有人员及快递骑手，培训参加人次核算参与率超 100%。在建设安全教育体系的同时，我们同时推进相关执行和监察体系的完善，优化安全违规事件的处理方案和奖惩机制。

### 【安全防范实操演练】

为强化员工对从业场所安全与健康危害的防范知识与技能、自我保护的能力、防范职业安全风险，保障员工健康和生命安全，高鑫零售积极开展安全意识教育之外的实操培训，努力实现“安全第一、违章为零、隐患为零、事故为零”的安全目标。

我们定期安排门店线下消防安全演练、反恐演练和停电演练，帮助员工正确、熟练掌握相关消防安全工具的正确使用方法，加强员工在火灾、遇袭和停电等紧急情况时的应急反应能力和自我保护能力。

在防范疫情的情况下，报告期内，高鑫零售共实现超过 1,500 店次的安全演练。

报告期内，高鑫零售共实现

门店的安全演练超过

1,500 店次



反恐演练

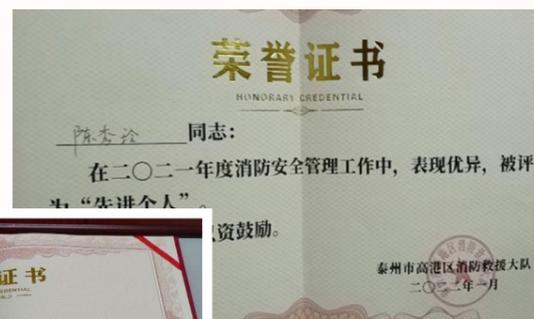


消防演练



停电演练

截至报告期末，高鑫零售已经在消防安全方面获得多个奖项，多次获得先进集体、先进单位等荣誉。同时我们有多位门店员工也荣获消防先进个人的荣誉。



### 【防疫抗疫 - 安全保障】

自 2020 年疫情以来，高鑫零售的员工始终坚守岗位以保障社会中生活必需品的充足供应，为国家打赢疫情战役奉献了自己的力量。为保障疫情期间员工的安全，我们购买了充足的口罩、护目镜和手套等防疫物资，让坚守岗位的员工能够得到基础的防疫保障以实现有效的隔离，并在门店和相关工作场所监督和开展日常消杀工作。在复工期间，我们积极与警方配合，接受现场布控指导，实现疫情防控最高效、最便民、最安全的复工管理。



门店监控消杀



复工警方现场布控

#### 静安区总工会

静安区疫情期心理咨询服务热线



静安区疫情期心理咨询服务热线“暖心”上线啦！安心陪伴，守护您的心理健康。

当前，上海市疫情防控工作正处于关键时期，在积极配合疫情防控工作的同时，我们也要学会照顾好自己心理健康，做好“心理防疫”。为此，静安区总工会推出 7\*24 小时免费心理援助专线 4000586885，希望帮助广大职工积极主动求助，调适不良情绪，提高心理免疫力。

#### 静安区心理援助专线

400-058-6885

#### 服务时间

4月3日至5月31日  
期间24小时均可拨打

一起面对面，与“一线医生”一起认识新冠、征服奥密克戎！

上海静安区心理咨询服务热线

同时，我们关注每一位坚守岗位的员工心理健康，开通心理咨询服务热线，为他们提供支持和帮助，做好“心理防疫”。此外，我们为有特定需求的员工开辟物资专项派送通道，保障物资支援。

指标名称	单位	2021/2022 财年
员工工伤事故数量	件	639
员工工伤事故死亡人数	人	7
因工伤损失工作日数 - 员工	天	32,133
每百万工时工伤事故数 - 员工	次 / 百万工时	1.88
每百万工时职业病患病人数	人 / 百万工时	0

# 回馈社区

## 成为更好的邻居

*Giving Back to the Community, Becoming a Better Neighbor*

高鑫零售始终肩负着高度的社会责任感，我们追求全方位发展的同时，致力于协同社区实现共同进步，成为彼此更好的邻居。无论是抗疫救灾还是爱心公益，高鑫零售都心系人民和社区，尽最大的努力给予回馈，齐心协力，一同奔向更美好的未来。报告期内，高鑫零售在抗疫救灾和爱心公益方面共捐赠资金842.49万元人民币。

抗疫救灾和爱心公益方面共捐赠资金

842.49 万元人民币



6.1 抗疫救灾

6.2 爱心公益



## 抗疫就灾

疫情期间，高鑫零售对外积极助力社会抗疫工作，对内开展员工关怀举措，多次提供医疗物资，线上推出社区集单项目，线下坚持进行配送服务，为疫区和灾区人民贡献温暖。

### 案例 助力东北疫情

在东北疫情期间，高鑫零售东北区域高管亲自部署疫情应急预案，第一时间制定完成全区疫情应急预案，利用自提功能发动门店有车员工亲自配送，并在政府允许情况下，e路发坚持给商户送货，保持店日均订单40单，同时为了让封闭区域的老百姓有稳定充足的物资储备，高鑫零售积极与政府社区洽谈争取服务封闭小区，期间共创造订单2,803单。

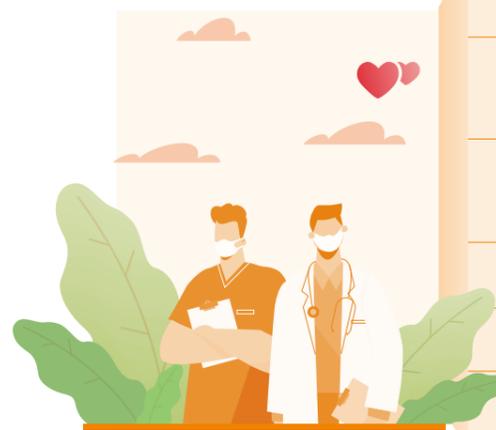


累计志愿者超

6,000 余人

在2022年3月的上海疫情期间，大润发和淘鲜达联手推出社区集单项目，通过社区集单进行统一配送物资，累计志愿者超6,000余人，服务社区超1,572个。

在员工疫情关爱方面，高鑫零售对仓库内部员工每天提供一次性医用口罩，每个工作站配备防疫用品（消毒酒精、免洗洗手液、消毒水喷洒）。期间厂区设立全方位消杀，并为疫情做特殊工作调整的“大白员工”发放特殊补贴。



- 隔离员工产生的合理费用全部由公司承担，并建群及时了解员工状态，进行沟通解决
- 公司为往返疫区送货、被社区要求不能下车的司机单独划定隔离区域，设定专人管理
- 保障司机休息与基础生活需求，为司机发放特殊津贴
- 联合属地社区，为封控居民送爱心，赞助社区生活物资1,500份
- 安排门店为骑手提供能量包补充体力，并为骑手提供简易住地

◆ 疫情期间员工关爱举措

在灾害救助方面，高鑫零售积极制定相关的救灾援助计划，并第一时间组织人员和车辆前往灾区，切实保障员工和人民的安全与需求。

### 案例 助力东北疫情

2021年7月20日郑州遭遇强降雨天气，短时间降雨量突破历史极值，高鑫零售华北区接总部通知，紧急调拨车辆、安排人力备战救灾物资，在短时间内完成拣货、装车，合计两车第一时间驰援郑州。



### 案例 东北雪灾救助

21年11月中旬，鞍山连降三天大雪，农民的蔬菜大棚都被压塌，大雪封路货车进不去，在蔬菜将要腐烂之际，东北区鞍山民生店得知该情况后，立刻组织车辆及人员，赶赴现场对蔬菜进行抢救，并协助农民进行门店销售以减小损失。





## 爱心公益

高鑫零售大力推进爱心公益事业，致力于传递有温度的社区生活，在努力为顾客提供优质服务的同时，通过志愿服务和物资捐赠等方式贡献自己的力量，包括线上捐步、助力走失儿童回家的公益项目，也有社区慰问相关的系列活动，真正做到用爱心和温暖回馈社会。

公告

捐步赢好礼

参与公益赢好礼  
第23周公益捐步名单 前50

每天5000步，助力公益赢好礼

查看>

高鑫零售有限公司 6月14日 15:30

查看详情

- 开展线上捐步活动，通过各店线下海报和易拉宝公益宣传，每周评选捐步最高人员，并给予奖励，激发所有同仁参与公益项目的热情
- 与阿里公益一起合作开展“宝贝回家”公益活动，通过捐出善款和线下门店张贴寻亲海报的形式，用实际行动帮助走失儿童的家庭寻亲。

### 案例 强生 - 李施德林公益

为了关爱儿童口腔健康，增强口腔健康管理意识，帮助农村青少年建立和养成良好健康卫生习惯，李施德林品牌携手大润发开展公益活动——“守护灿烂微笑—关爱儿童口腔健康”。高鑫零售携手李施德林在此次活动中捐赠漱口水 20,000 瓶。



高鑫零售携手李施德林在此次活动中捐赠漱口水

20,000 瓶

### 案例 联手玛氏箭牌开展口腔健康公益行动

2022年3月20日是世界口腔健康日，大润发联手玛氏箭牌，通过淘鲜达和优鲜的线上模式，结合线下的各大润发门店为全民提供了一场别开生面的科普爱牙活动。

本场活动大润发与玛氏箭牌品牌部共同筹办，通过线上线下路演和互动、视频播放与话题浏览，与消费者形成强势心智关联，向全民普及呵护口腔健康的重要性与正确护理方式的科学性。



### 案例 宝洁 - 护舒宝“我就是女生”公益



2021年护舒宝携手大润发举办“我就是女生”买一捐一活动，关注女生成长过程中的需求，鼓励每一位女生自信成长，助力她成为她想要成为的人。

一个女生的声音可能很小，但是大家一起为女性发声，这个声音一定会振聋发聩，让世界都听到。未来，我们也希望，这些女性声音和她们被忽略的需求，无需摇旗呐喊，也可以被更多人听到看到。高鑫零售携手护舒宝在此次活动中捐赠价值 1,000,000 元人民币的卫生巾和物资。

### 案例 联合利华 - 中华“口腔健康中华行”公益

2021年中华携手大润发举办“口腔健康中华行”活动，关注儿童口腔健康。通过中国青少年发展基金会，固定捐赠价值合计约 420,000 元人民币的中华牙膏和牙刷给农村学校。

固定捐赠的中华牙膏和牙刷给农村学校  
价值合计约

420,000 元人民币



### 案例 宝洁 - 舒肤佳“健康传中国”公益

2021年舒肤佳携手大润发举办“健康传中国”公益活动，为50所公益小学建造洗手台，同时普及卫生知识，养成正确洗手习惯。高鑫零售携手舒肤佳在此次活动中捐赠420,000元人民币用于建造洗手台。

在此次活动中用于建造洗手台捐赠

**420,000** 元人民币



### 案例 宝洁 - 希望小学健康保护五年计划

为了促进希望小学可持续发展，帮助农村青少年建立和养成良好健康卫生习惯，宝洁公司携手合作伙伴大润发与中国青基会共同实施“大润发·宝洁希望小学健康保护五年计划”，消费者每买宝洁相关品牌商品1件就捐出1元人民币。截止2021年12月，该项目已惠及39所学校，近24,194名师生，为孩子们建设了洗手池、篮球场、操场等设施。高鑫零售携手宝洁在此次活动中累计捐赠1,200,000元人民币。



### 案例 联合利华 - 蓝多霸“洁净乡村厕所，守护孩子健康”行动

2021年蓝多霸携手大润发举办“洁净乡村厕所，守护孩子健康”行动，消费者每买1套蓝多霸洁厕液双支装，捐1瓶蓝多霸洁厕液。通过联劝公益基金会，为90所乡村学校捐赠产品，保护乡村厕所卫生。高鑫零售携手蓝多霸在此次活动中捐赠250,000瓶蓝多霸洁厕液。



此外，高鑫零售还在节日关怀、师生关怀和医护关怀等方面积极开展公益活动，将爱心传播到每一个角落。

“新春慰问暖人心”走访社区慰问困难家庭公益活动



重阳节敬老活动：重阳节当天为老年顾客免费送上重阳礼包以表关爱



感恩城市文明守护者——感恩节公益活动



“新春慰问暖人心”走访社情暖‘粥’到——腊八节公益活动



助力学子为高考加油：6月7-8号，高三学子凭2021年高考准考证可以免费领取高考加油包



心存大爱 情满校园 2021 感恩教师公益行



“新春慰问暖人心”走访社礼赞医护，致敬最可爱的人”主题活动：门店组织员工为医护人员送上慰问礼品



关注“糖尿病健康”公益活动，举办健康讲座，为顾客免费提供基础体检项目



关爱残疾人爱心义卖



# 附录

## 香港联交所《环境、社会及管治报告指引》内容索引

环境、社会及管治范畴与一般披露及关键绩效指标 (KPI)		所在章节
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。 绿色运营
	关键绩效指标 A1.1	排放物种类及相关排放数据。 绿色运营
	关键绩效指标 A1.2	直接（范围 1）及能源间接（范围 2）温室气体排放量（以吨计算）及（如适用）密度（如以每产量单位、每项设施计算）。 绿色运营
	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）。 绿色运营
	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）。 绿色运营
	关键绩效指标 A1.5	描述所订立的排放量目标及为达到这些目标所采取的步骤。 承诺与目标
	关键绩效指标 A1.6	描述处理有害及无害废弃物的方法，及描述所订立的减废目标及为达到这些目标所采取的步骤。 承诺与目标
	A2: 资源使用	一般披露
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）。 绿色运营

环境、社会及管治范畴与一般披露及关键绩效指标 (KPI)		所在章节
A2: 资源使用	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）。 绿色运营
	关键绩效指标 A2.3	描述所订立的能源使用效益目标及为达到这些目标所采取的步骤。 承诺与目标
	关键绩效指标 A2.4	描述求取适用水源上可有任何问题，以及所订立的用水效益目标及为达到这些目标所采取的步骤。 承诺与目标
	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。 绿色运营
	A3: 环境及天然资源	一般披露
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 绿色运营
A4: 气候变化	一般披露	识别及应对已经及可能会对发行人产生影响的重大气候相关事宜的政策。 应对气候变化
	关键绩效指标 A4.1	描述已经及可能会对发行人产生影响的重大气候相关事宜，及应对行动。 应对气候变化
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。 员工概况
	关键绩效指标 B1.1	按性别、雇佣类型（如全职或兼职）、年龄组别及地区划分的雇员总数。 员工概况
	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 员工概况

环境、社会及管治范畴与一般披露及关键绩效指标 (KPI)		所在章节
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。 关爱员工
	关键绩效指标 B2.1	过去三年（包括汇报年度）每年因工亡故的人数及比率。 关爱员工
	关键绩效指标 B2.2	因工伤损失工作日数。 关爱员工
	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。 关爱员工
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。 发展与培训
	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）划分的受训雇员百分比。 发展与培训
	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。 发展与培训
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。 员工概况
	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。 员工概况
	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。 员工概况
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。 可持续采购、供应链管理
	关键绩效指标 B5.1	按地区划分的供应商数目。 供应链管理
	关键绩效指标 B5.2	描述有关聘用供应商的惯例，向其执行有关惯例的供应商数目、以及相关执行及监察方法。 供应链管理
	关键绩效指标 B5.3	描述有关识别供应链每个环节的环境及社会风险的管理，以及相关执行及监察方法。 供应链管理
	关键绩效指标 B5.4	描述在拣选供应商时促使多用环保产品及服务的惯例，以及相关执行及监察方法。 可持续采购

环境、社会及管治范畴与一般披露及关键绩效指标 (KPI)		所在章节
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。 严控食品质量与安全、竭诚服务，营造美好购物体验
	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。 严控食品质量与安全
	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。 竭诚服务，营造美好购物体验
	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。 营养与健康的选择
	关键绩效指标 B6.4	描述质量检定过程及产品回收程序。 严控食品质量与安全
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。 企业治理
	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。 企业治理
	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 企业治理
B8: 社区投资	关键绩效指标 B7.3	描述向董事及员工提供的反贪污培训。 企业治理
	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。 抗疫救灾、爱心公益
	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） 爱心公益
	关键绩效指标 B8.2	在专注范畴所动用资源（如金钱或时间）。 抗疫救灾、爱心公益

# 适用法律法规与内部政策制度

## 法律法规

《中华人民共和国公司法》  
《中华人民共和国证券法》  
《上市公司治理准则》  
《上市规则》  
《企业管治守则》  
《中华人民共和国劳动法》  
《中华人民共和国劳动合同法》  
《中华人民共和国社会保险法》  
《中华人民共和国妇女权益保障法》  
《工伤保险条例》  
《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》  
《中华人民共和国安全生产法》  
《中华人民共和国职业病防治法》  
《中华人民共和国食品安全法》  
《中华人民共和国食品安全法实施条例》  
《食品召回管理办法》  
《消费品召回管理暂行规定》  
《中华人民共和国网络安全法》  
《中华人民共和国环境保护法》  
《中华人民共和国节约能源法》  
《中华人民共和国水污染防治法》  
《中华人民共和国固体废物污染环境防治法》  
《SB/T 10814-2012 超市废弃物处理指南》

## 内部政策

《员工手册》  
《反贪、腐作业规范》  
《廉洁诚信约定函》  
《大润发礼品处理条例》  
《食品安全质量管控工作职章》  
《生鲜商品验收和仓储作业管理规范》  
《商品重大质量异常处理流程（召回）》  
《康成投资（中国）有限公司产品安全 checklist》  
《康成投资（中国）有限公司账号管理规范》  
《康成投资（中国）有限公司密码管理规范》  
《康成投资（中国）有限公司 IT 事故管理流程》  
《环境保护章程》  
《能源控制管理规范》  
《监控组工作行事例》  
《卖场污染源处理作业规范》  
《废弃物管理中台操作规范》  
《门店废纸板回收流程》  
《垃圾袋配置使用操作规范》  
《康成投资（中国）有限公司女职工特殊利益专项集体合同》

**SUN ART**  
*Retail Group Limited*

股份代号：6808

公司网址：[www.sunartretail.com](http://www.sunartretail.com)

香港注册办事处：香港九龙观塘道 348 号宏利广场 5 楼