

2022/2023

环境、社会及管治报告

高鑫零售有限公司



目录

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

责任笃行 永续经营

1.1 ESG 管治	14
1.2 持份者沟通	15
1.3 重要性评估	16
1.4 企业治理	18

02

坚守品质 竭诚服务

2.1 食品质量与安全把控	24
2.2 优质营养产品的选择	30
2.3 创造良好购物体验	36

03

环保运营 绿色发展

3.1 环境目标追踪	48
3.2 应对气候变化	50
3.3 保持环保运营	57
3.4 生物多样性与动物福利	64

04

责任采购 互助共赢

4.1 坚持可持续采购	68
4.2 保障高质量供应	71
4.3 携手互惠共赢	76

05

以人为本 携手共进

5.1 维护员工权益	80
5.2 助力员工发展	85
5.3 传递企业关爱	89

06

回馈社区 共创美好

6.1 传播爱心力量	94
------------	----

附录

香港联交所《环境、社会及管治报告指引》内容索引	98
适用法律法规与内部政策制度	101

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”或“我们”）发布的第六份环境、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 2022 年 4 月 1 日至 2023 年 3 月 31 日（即“报告期内”），报告内所示金额以人民币为单位。

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

本报告中的政策、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。本报告中涉及的经济数据与高鑫零售 2022/2023 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

高鑫零售积极响应国家“双碳¹”目标及“十四五”规划，坚持以卓越的 ESG 水平推动企业发展。本集团基于“董事会-ESG 管理委员会-ESG 工作小组”三级 ESG 管治架构，有序推进 ESG 相关事宜，持续探索 ESG 与公司业务相结合的可持续发展模式。

董事会作为企业 ESG 工作最高决策机构，全面负责企业 ESG 战略及目标实施监督、风险及机遇识别结果的审阅、ESG 议题的重大性及 ESG 信息披露审批等一系列事项，以其专业化水平及多元化视角为 ESG 管理委员会及 ESG 工作小组提供指引。ESG 管理委员会则充分发挥其“桥梁”作用，实时监督企业 ESG 事宜开展状况，并定期向董事会汇报企业 ESG 相关工作进展。

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。

报告期内，董事会对四个环境目标的执行聆听了进度汇报，对气候变化风险及机遇的识别结果、应对举措以及财务影响进行了审阅，并批准本报告的公开发布。此外，高鑫零售与持份者保持紧密的沟通，结合资本市场发展趋势、企业经营状况及同行优秀实践，筛选、识别报告期内重大性议题，并根据重大性议题矩阵合理调配企业资源，有针对性地优化企业 ESG 战略及相关政策，有效开展风险识别与控制工作，维持良好的 ESG 践行态势。截至报告期末，董事会最终审批通过极其重要 ESG 议题 11 项、非常重要 ESG 议题 15 项、重要 ESG 议题 3 项。

未来，董事会将继续落实自身 ESG 治理职责，持续跟进四个环境目标的开展情况，深化企业 ESG 成果，践行可持续发展理念。

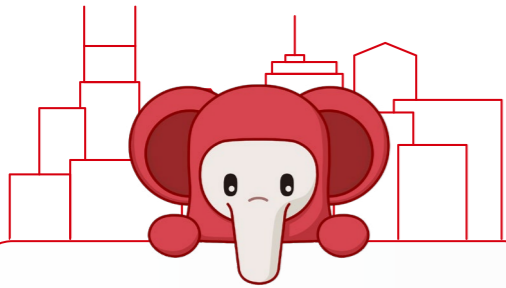
董事会最终审批通过

11 项
极其重要 ESG 议题

15 项
非常重要 ESG 议题

3 项
重要 ESG 议题

¹ 双碳，即碳达峰与碳中和的简称，2020 年 9 月中国明确提出 2030 年“碳达峰”与 2060 年“碳中和”目标。



核心品类
自有品牌
绿色
快乐
差异化
新品上新
积分换购
创新
清洁能源
去同质化
全渠道
低碳
生鲜仓
可追溯
健康
近场优势
履约中心
社区邻里中心
线上履约中心
质价比
中台能力建设
竞争力
小润发
服务
商品升级
试吃
线下体验中心
碳中和
供应链能力
用户
商品力
环保
三代同堂
会员体系
体验
大润发有娃一族
市场占有率

首席执行官 致辞

过去的这一财年，高鑫零售持续践行可持续发展理念，从环境、社会及管治三个方面稳进提升企业表现水平，努力夯实集团 ESG 发展根基，为企业内外部利益相关方输出 ESG 价值。

为保证 ESG 工作的规范化开展，高鑫零售建立了以董事会为最高责任机构，ESG 管理委员会和 ESG 工作小组共同组成的 ESG 治理架构。报告期内，各组成部分发挥 ESG 职能，履行 ESG 职责，自上至下全面提升企业 ESG 治理、管理及执行水平。

优质的产品与服务是我们对消费者的重要承诺，因此食品质量与安全是我们日常管理中的重中之重。报告期内，我们针对生鲜产品新增了一系列内部质量管控制度，围绕商品验收、储存、运输等方面进一步加强了质控要求。同时，我们严密监督门店和仓储物流中心开展的质控工作的规范性，最大程度保障食品质量与安全。报告期内，本集团未发生任何因产品安全和健康理由而须召回的事件。我们关注国民营养健康，不断丰富多元化的健康与营养产品矩阵，引入契合不同群体营养需求的产品。高鑫零售积极践行可持续采购理念，加大商品的可追溯范围和程度；与此同时，我们积极打造可持续供应链，在追求高质量供应的同时，对供应商的商业道德、员工人权、环境表现等方面也同样予以关注。

高鑫零售致力于成为零售商超行业的绿色运营标杆，上一财年，我们制定了四个环境目标作为集团环境管理的重要行动方向。报告期内，我们在既有的绿色运营举措基础上，继续探索

可行性及环保效益较高的行动方案，例如我们已在三个省份采购了近 8,400 万度绿电及核电，可实现减碳逾 5 万吨。同时我们进一步梳理了气候变化风险及机遇，制定了应对举措并开展了影响评估，为增强企业的气候韧性打下良好基础。

高鑫零售深信员工是企业可持续发展的重要力量，我们秉持“以人为本”的用工理念，坚定维护健康安全、平等尊重、多元化且包容性强的办公环境和氛围。我们以同工同酬为基本原则，同时设有短长期员工激励计划，并配备员工福利项目，激发员工潜力，增强员工归属感。我们不断优化员工培训体系，完善晋升管理机制，帮助员工全面提升软硬技能，实现自身价值。

我们积极投身于慈善公益事业，集合自身优势资源及多方力量，在社会健康、助老、助农等多个维度长期开展公益活动。报告期内，高鑫零售在社区公益、公共卫生事件响应等方面共捐赠 2,517.5 万元。

高鑫零售在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作和支持；憧憬未来，我们将继续以实际行动践行企业 ESG 理念，实现企业 ESG 目标，为社会各界创造长远价值。最后，我谨代表高鑫零售管理层向我们的消费者、高鑫零售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。



林小海先生

首席执行官
二零二三年六月

走进高鑫零售

高鑫零售有限公司成立于 2000 年，于 2011 年 7 月 27 日在香港联交所主板上市，是拥有大卖场及多渠道电商业务的中国领先零售商。作为在中国运营的最大综合性大卖场之一，自创立以来，本集团始终深耕零售行业，聚焦大卖场、中小型超市及电商业务，坚定不移落实“大中小业态齐头并进、线上线下融合、多业态全渠道发展”的发展策略。同时聚焦商品力建设，生鲜供应链建设和数字化建设，创造以质价比为基础，以健康快乐为用户价值的购物体验。

我们以优良的企业价值观为指引，肩负“让人们每天吃得更好，生活得更好”的企业使命，以高品质、个性化、创新化产品及服务改善客户生活，以强大的从业水平助推零售行业健康发展，成为中国大卖场市场的领导者。



价值观

顾客至上、信任、诚信、卓越、协同工作、开放

使命

让人们每天吃得更好，生活得更好

愿景

我们在一起，为新零售定下基调；

我们是美味、健康和本地产品的死忠；

通过我们独家产品的高品质，精选的产品入选，价格竞争力及完美的服务和体验，成为行业的楷模；

我们日益个性化的创新和服务，便捷每一天，改变顾客的生活，提升生活品质；

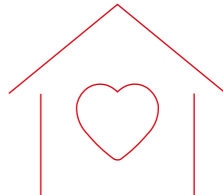
把以人为本、生活安康及热情服务重归我们所有行动的中心；

携起手来，重塑零售。

◆ 高鑫零售企业文化

未来，高鑫零售将秉持创新为本，持续推进生鲜供应链建设及企业数字化能力建设进程，在构筑稳定线上销售渠道的同时实现生鲜业供应链的更新迭代，提升企业在行业的竞争力。我们亦将充分发挥“大润发”大卖场供应链优势，持续拓展中型超市（“中润发”）布局，低成本高效率优化小型超市（“小润发”）的门店商业模式，保持良好的发展势头，以开放、包容的姿态迎接挑战。

年度亮点

<p>01 责任笃行 永续经营</p> <p>识别 11 项 极其重要 ESG 议题</p> <p>以及 3 项 重要 ESG 议题</p> <hr/> <p>0 起 已审结贪污诉讼案件</p> <p>100% 董事商业道德培训 覆盖率达</p> <hr/> <p>856 件 累计持有有效商标</p>	<p>02 坚守品质 竭诚服务</p> <p>1,787,244 小时 开展安全与质量相关培训共</p> <p>449,774 人次 覆盖</p> <hr/> <p>0 起 因产品安全与健康理由发生的召回事件</p> <hr/> <p>2.29 分 全国门店的客户满意度得分较上一年度上涨</p>	<p>04 责任采购 互助共赢</p> <p>59.4% 获得 RSPO、FSSC 22000、ISO 认证的 棕榈油商品占棕榈油相关商品销售 业绩的</p> <p>100% 供应商“廉洁诚信约定函” 签署率达</p> <hr/> <p>7,995 万元 已实现可追溯至原产地的海产 品品项总销售额达</p> <p>100% 华东区可追溯至原产地的 牛肉商品达</p> <hr/> <p>85 个 在售有机蔬菜品项超过</p> <p>70% 国产牛肉占比达</p> <hr/> <p>1,200 万元 销售额达</p>
<p>03 环保运营 绿色发展</p> <p>采购近 8,400² 万度 清洁电力</p> <p>已有 22 家 门店完成屋顶光伏建设</p> <p>启用外包 新能源货车 运输</p> <hr/> <p>5² 万吨 减少碳排放</p> <p>15,000 平方米 启动首个自有物流中心仓 库光伏建设，第一期工程 光伏面积达</p> <p>3% 新设食物损失和浪费目标， 2023/2024 财年相较于 2022/2023 财年实现厨余垃圾降低</p>	<p>05 以人为本 携手共进</p> <p>100% 签署集体协议员工 覆盖率达</p> <p>1.31% 员工中特殊人群及残障人士占比</p> <p>1.87% 少数民族占比</p> <hr/> <p>50 余所 与高校搭建紧密校 企合作关系</p> <p>100% 加强培训师管理，员工 参训百分比维持</p>	<p>06 回馈社区 共创美好</p> <p>2,517.5 万元 公益项目捐赠总额为</p> 

²自 2023 年 1 月起，高鑫零售在浙江省、江苏省和广东省的近 200 家门店开始使用清洁电力。

01 责任笃行 永续经营

高鑫零售牢记企业责任与使命，积极听取内外部持份者建议，持续完善企业管治架构和机制，严谨落实风险管理、商业道德、知识产权保护等方面的管理举措，在日常运营工作中稳步推进可持续理念与企业发展战略的融合，源源不断地为社会各界创造可持续价值。



- 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 起已审结的贪污诉讼案件

面向董事开展的商业道德培训

覆盖率达 **100%**

ESG 管治

本集团严格遵守香港联交所《环境、社会及管治报告指引》及其他与 ESG 信息披露相关的法律法规，建立并持续完善以董事会、ESG 管理委员会、ESG 工作小组组成的三级 ESG 管治架构，为企业 ESG 相关工作的高效、合规开展提供指引与保障。



持份者沟通

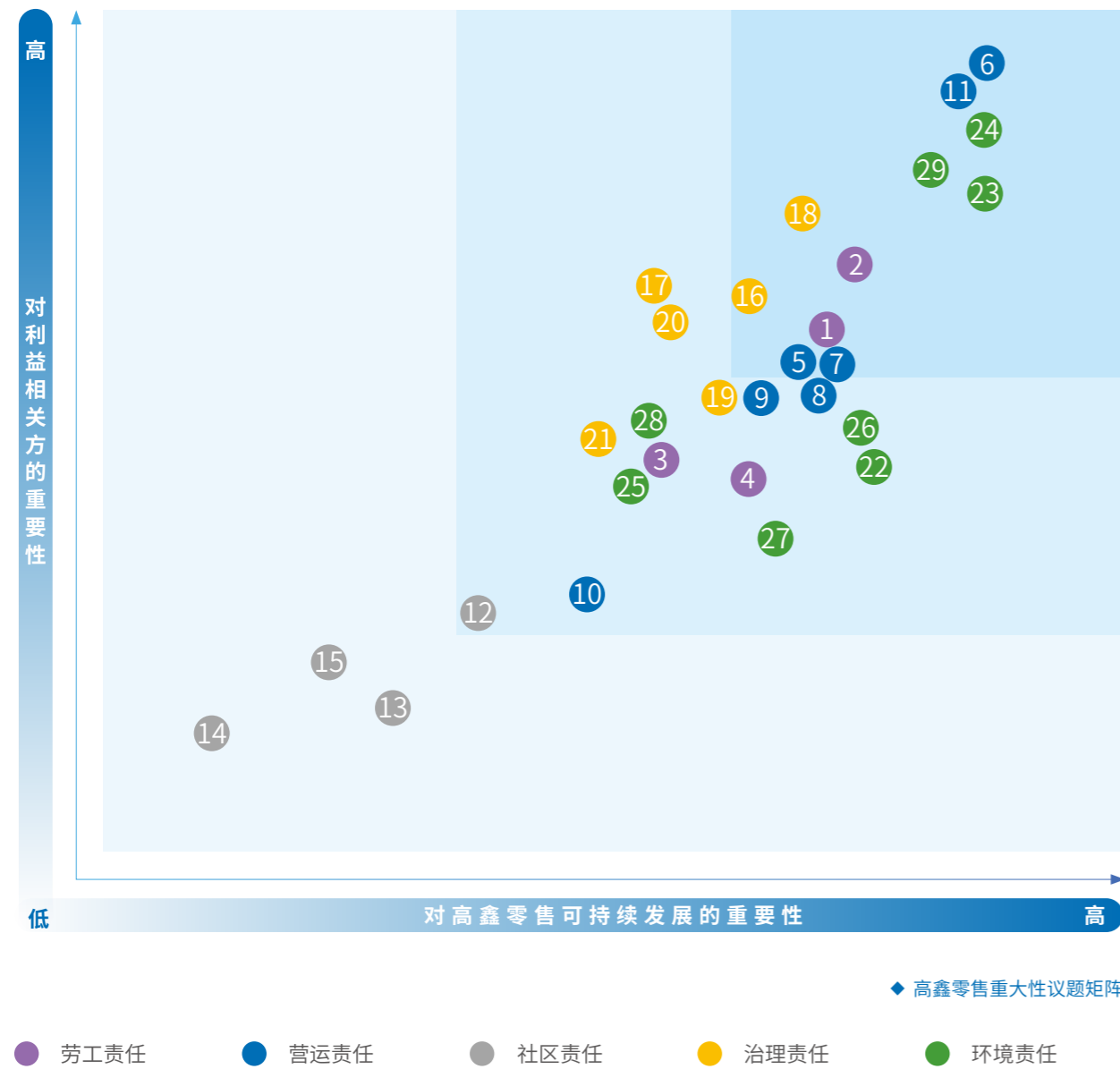
高鑫零售始终将与持份者的沟通视作企业提升 ESG 管理水平的重要一环。我们坚持通过高效、多元的沟通机制，及时了解并积极回应各持份者对企业可持续发展相关议题的期望与诉求，在沟通中与各持份者建立紧密且友好的合作关系，助推企业长远发展。

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

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、CSA 问卷等要求，以及外部市场和社会各界对 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 2022/2023 年 ESG 重大性议题

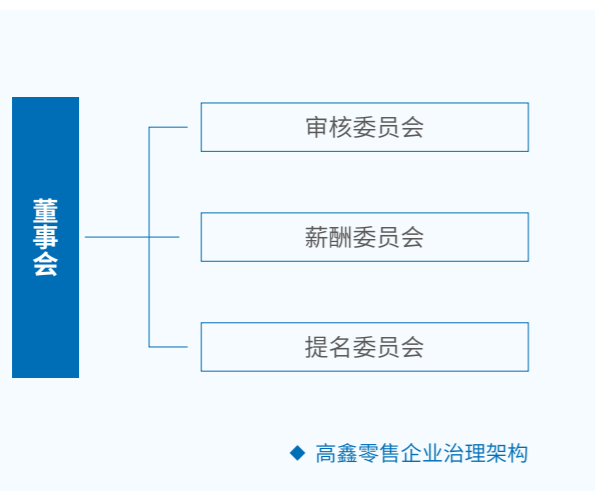


重要性	序号	议题	范畴
极其重要	1	雇佣与劳工权益	劳工责任
	2	职业健康安全	劳工责任
	5	客户关系管理	营运责任
	6	产品质量与安全	营运责任
	7	责任供应链	营运责任
	11	食品安全	营运责任
	16	反贪污	治理责任
	18	依法经营	治理责任
	23	能源管理	环境责任
	24	温室气体排放	环境责任
29	气候变化	环境责任	
非常重要	3	发展及培训	劳工责任
	4	员工关怀	劳工责任
	8	消费者隐私保护	营运责任
	9	合规宣传	营运责任
	10	营养与健康机会	营运责任
	12	本地采购	社区责任
	17	知识产权保护	治理责任
	19	经济表现	治理责任
	20	风险管理	治理责任
	21	利益相关方参与	治理责任
	22	水资源管理	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

高鑫零售深知稳健的治理是企业可持续发展的基础与保障。本集团恪守商业道德，依托于健全的企业治理体系、有效的风险管控机制及风清气正的廉洁氛围，维持高标准的企业治理，为企业持续健康发展夯实基础。

治理体系



高鑫零售高度重视企业治理工作。本集团结合《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国证券法》等法律法规及其他适用于运营所在地的规章要求，制定并持续完善《企业管治及合规手册》等内部制度，确保企业在合规道路上行稳致远。

我们以董事会为最高负责机构，下设包括审核委员会、薪酬委员会、提名委员会在内的三个专业委员会，构建出层级清晰、权责分明的内部治理架构，并定期评估其运行状况，自上而下规范企业管治相关事宜。我们以书面形式对每个委员会的职权范围进行了清晰阐述，相关信息可在本集团官网³ 查阅。

在此过程中，为持续提升企业管治水平，我们始终秉持董事会多元化、独立性的原则，结合企业实际情况，广泛吸纳具备不同技能、知识、地区及行业经验的成员加入董事会，为企业管治工作的开展提供多元化视角。我们亦定期评估独立非执行董事的独立性，并要求董事会成员严格依照相关法律法规及内部政策规定，充分发挥自身领导及监督职能，助力企业规避日常运营风险。

我们亦以“公开、透明”的原则为指引，通过召开股东大会等方式，及时回应企业审计、会计政策、核数师独立性、关连交易等问题，稳步推进 ESG 相关信息披露工作，切实维护投资者合法权益，增进投资者对企业战略、理念、价值等方面的认同，与投资者携手并进，互利共赢。

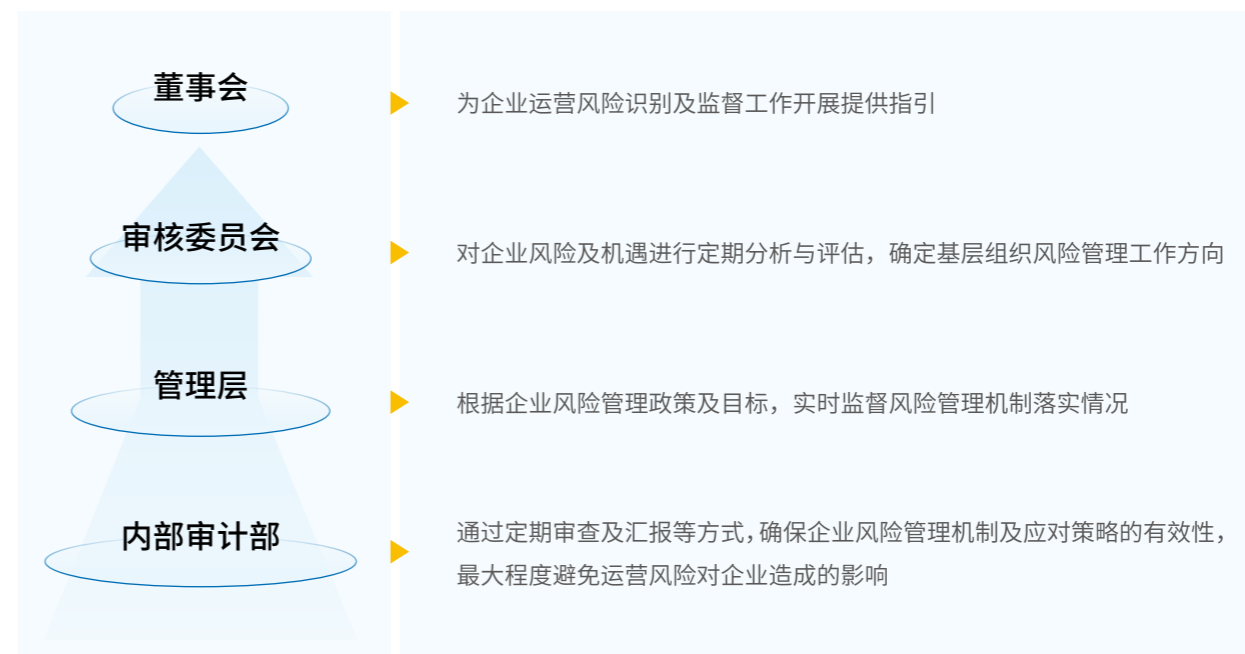
报告期内，本集团共有 7 名董事，包含 1 名执行董事、3 名非执行董事及 3 名独立非执行董事，其中包含 1 位女性董事。



³ 高鑫零售有限公司 - 关于我们 > 企业管治 (sunartretail.com)

风险控制

高鑫零售高度关注企业风险管理及内容体系建设，我们已搭建了完善的风险管理体系和内部控制机制，定期评估风险管理体系及内部控制的运行有效性，积极识别、评估、监督及应对企业运营过程中产生的各类风险。



反贪腐

高鑫零售秉持诚信经营的价值观念，严格遵守《中华人民共和国劳动法》《中华人民共和国反不正当竞争法》等适用于运营所在地的法律法规，制定了《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》等内部管理制度，依法合规开展日常工作，严防腐败、贿赂、舞弊、勒索、欺诈、洗钱等不法行为的发生。

我们建立了以内控合规专案组和人事廉政合规部为主要执行及受理机构，与营运部防损小组共同协作，相关工作直接向 CEO（首席执行官）汇报的廉政管理架构，进一步完善反贪腐调查流程，新增关键岗位联合调查环节，充分发挥各部门协调功能，以确保反腐败调查工作高效、合规开展。截至报告期末，高鑫零售已审结的贪污诉讼案件为 0 起。

投诉接获



内部员工及外部投资者可通过大润发官网“廉政举报”、电话、信件、反贪腐举报系统平台渠道，对企业运营中产生的不正当行为进行投诉举报。



受理



内控合规专案组负责投诉受理，将投诉按照内容性质进行分类，并加密投诉敏感信息（如举报人隐私信息）。内控合规专案组每周追踪一次案件处理进度及结果，每月汇总一次报告管理层审核。



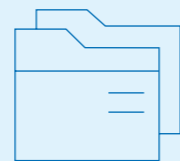
调查



店总（含）及总监（含）级别以上贪腐案，由人事廉政合规部调查；店总（不含）及总监（不含）级别以下贪腐案，由总部防损组和各区区总调查。

结案处理及归档

经审核后，防损组会出具调查报告并签核至 CEO、CHO（首席人力资源总监）以及内控部负责人，同时抄送 CFO（首席财务官）。内控合规专案组将对已查实的涉案人员分层级处理。调查结果最长不超过 3 个月。调查报告将录入官网归档，并结束案件跟踪。



◆ 高鑫零售反贪腐作业流程

在处理相关举报信息的过程中，内控合规专案组稽查人员恪守《反贪、腐作业规范》等内部制度要求，层层把控反贪腐相关系统权限，组织相关稽查人员签订保密协议，并在调查过程中对举报人信息进行加密处理，严禁对举报人有任何形式的打击报复，最大程度保障举报人信息及人身安全。



● 系统权限限制

经过授权后方可访问反贪腐系统，授权方为最高管理员，即内控合规高级专家一人。

● 信息加密

投诉案件由内控管理员进行加密，访问系统的人员必须通过密码才能查看案件详情。

● 签订保密协议

调查案件的主要负责人将签订保密协议以确保其对举报人信息严加保密。

◆ 举报人保护举措

本集团亦致力于打造风清气正的企业廉政氛围，通过组织旗下员工签署《承诺书》、定期开展商业道德培训及文化宣贯等方式，持续传达企业商业道德行为标准及违规处罚条例，进一步规范员工行为，提升员工商业道德素养，将廉洁政策落到实处。截至报告期末，高鑫零售全体员工均已签署《承诺书》。报告期内，高鑫零售面向员工开展的商业道德培训达 4 场，覆盖员工 512,572 人次，人均培训时长超 3 小时；面向董事开展的商业道德培训覆盖率为 100%，平均培训时数为 3 小时。

知识产权保护

高鑫零售恪守《中华人民共和国专利法》《中华人民共和国商标法》等法律法规，着力通过健全的知识产权保护管理制度，持续推动企业创新成果转化与应用，杜绝冒用商标、虚假宣传等不法行为的发生。我们亦通过开展多样化的知识产权培训与宣贯活动，逐步提升员工对知识产权重要性的认知。报告期内，高鑫零售累计持有有效专利 2 项，有效商标 856 件，有效版权 46 件。

高鑫零售累计持有

2 项
有效专利

856 件
有效商标

46 件
有效版权

02 坚守品质 竭诚服务

民以食为天，食以安为先。高鑫零售深知消费者对食品安全、质量及营养的重视和期待，多年以来始终坚持“够安心、购安全、诚信兴商、品质消费”的品牌理念，不断夯实产品品质，并致力于为消费者长期提供营养健康的产品。同时，我们不断优化客户服务体验，落实负责任营销，缔造消费者的品质生活。



- 2.1 食品质量与安全把控
- 2.2 优质营养产品的选择
- 2.3 创造良好购物体验



报告期内，开展安全与质量相关培训共

1,787,244 小时，
覆盖 **449,774** 人次

华东区在售有机蔬菜SKU超过 **85** 个，

业绩约 **1,200** 万元；

有机水果和水产品全国业绩超过 **555** 万元

食品质量与安全把控

保障产品安全和质量是企业的立身之本，也是高鑫零售对消费者的承诺。本集团严格遵守《中华人民共和国食品安全法》《中华人民共和国消费者权益保护法》等法律法规，以完善的质量管理体系为基础，积极落实国家食品安全策略，并将对产品安全与质量的高要求延伸至供应链，将安全与质量把控贯穿到每项工作环节。

质量安全管理体系

为了规范指导食品安全工作的开展，本集团建立了科学规范的质量管理体系，于报告期内制定了《生鲜产品原料到货验收标准》《蔬果存储温度和留库库龄标准》《生鲜仓商品质量和仓储作业管理规范》等多项内部管理制度，明确从产品源头采购、生产加工、物流仓储与运输、产品门店供应与售后服务等全价值链的质量管理要求以及过程监督机制。

我们一直积极开展第三方质量体系认证工作以确保内部质量保障体系的规范性。截至报告期末，高鑫零售总部已获得 ISO 9001 质量管理体系及 ISO 22000 食品安全管理体系认证。

质量安全风险管控

结合价值链每个阶段的食品安全管理重点，高鑫零售通过落实食品安全主体责任，利用自动化系统管理以及加强全流程质量安全检测等举措，全面保障食品安全。



食品安全主体责任制

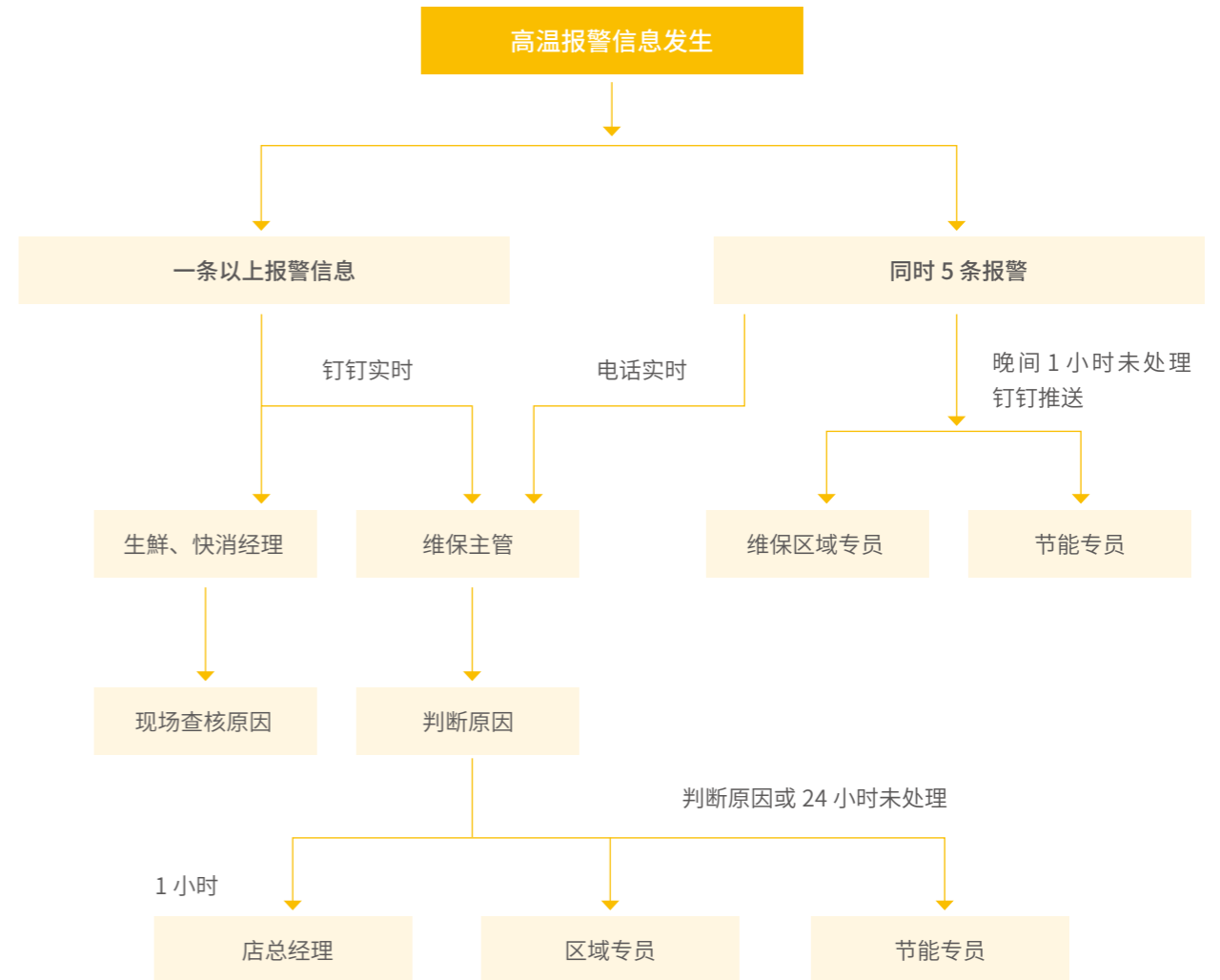
为了督促企业落实食品安全主体责任，强化企业主要负责人食品安全责任，规范食品安全管理人员行为，我们新增《企业食品安全主体责任管理制度》，明确每家门店配置的食品质量安全专员守则，以及每日稽核与监督门店食品安全操作规范，全面防范食品质量与安全风险。我们定期对门店食品安全专员开展线上考核，并根据考核结果采取三级晋升机制，致力于提升食品安全专员素养。



◆ 高鑫零售食品安全专员

自动化管理系统

通过冷冻冷藏测温（WEB）系统，我们能够实时采集门店各冷柜及冷库温度。报告期内，我们新增报警“钉钉”推送功能，根据各品类食品陈列和储藏环境要求设定报警温度，当温度高于设定阈值时，报警信息会通过钉钉实时发送至对应负责专员，若在限定时间内未处理完成，将按照四个等级通过钉钉依次发送对应主管负责人，极大程度提升了信息传递时效性和追踪效率。



◆ 新增报警信息“钉钉”推送流程

* 注：报警信息每推送至下一级，所有上级的关联人员将再次收到相关报警信息。



全流程质量检测

高鑫零售严格落实产品质量与安全检测机制，不断优化品质管控程序与质量检测相关规范及标准，确保所有品类产品质量安全检测的标准化与透明化。我们要求所有进仓产品品类进行 100% 实验室快检，并针对高危重点产品进行每批次到货检验。同时，我们定期邀请具有专业资质的第三方机构进行产品检测并出具检测报告。

案例 | 生鲜商品标准卡

报告期内，为进一步规范生鲜产品的采购、生鲜仓和营运作业，我们在《生鲜产品原料到货验收标准》《生鲜仓冷链作业规范》等生鲜产品管理制度与规范基础上建立“生鲜产品标准卡”，规定采买、仓收和店收标准，并按照固定比例进行抽检。

此外，我们建立了食品保质期自查机制，要求相关人员每日对商家食品的过期、变质等情况进行自查，并建立“日管控，周排查，月调度”台账管理制度，将发现的食品安全风险隐患及整改情况作为工作的重要内容。为规范各门店报废生鲜产品的报废作业，我们制定了《生鲜商品报废作业规范》，明确规定了报废区域、报废要求以及处置流程，同时建立过期食品后续跟踪制度，防止下架过期食品重生或继续流向其他地区。

供应商质量管理

高鑫零售优质产品的质量离不开对产品和原辅料的精心挑选。我们严格要求供应商提供符合标准的产品及原料，确保为消费者提供高质量、好营养的产品选择。对于新引进商品，我们对供应商提供资质证明，包括生产厂商资料、商品检查报告、检验检疫证明等进行审核，质检通过后方可允许引进采购，有效从根源降低食品质量与安全风险。

质量安全保障与优化

强大的质量管理体系建设离不开对生产运营各环节的充分管控。我们致力于不断完善和加强贯穿全价值链的质量管理，在夯实内部质量保障的基础上，稳步实现产品质量的提升。报告期内，我们分别在产品仓储与运输、产品包装端以及产品配送端进行了质量改进与优化，进一步提升质量管理水平。

案例 | 全程监控仓储及运输

在产品的仓储与运输端，我们严格遵守内部制定的管理制度与规范，对产品装载、运输及卸货等环节进行温度把控。尤其针对生鲜产品，我们在载货前提前启动预冷设备并调整至适当温度，在运输过程中实时监控车厢温度，卸货时由各部门协同合作，利用计时器作为辅助工具进行测温、分温层拣货及仓储工作，实现收货后商品分拨及储藏过程中温度 100% 达标。



案例 | 升级门店产品包装

针对冷冻冷藏食品，我们进行包装升级，按品类使用干冰+锡箔袋、保温袋+冰利膜+保温箱以及冰利膜+保温箱的搭配，确保产品品质不受运输的影响。针对加工热食品，我们将包装更新为黑底扣盒和油炸纸盒，装入包装盒后，再加保温锡箔袋出货，尽可能保证消费者收到保持原有温度的餐品。



◆ 冷冻、冷藏品包装



◆ 加工热食品包装

案例 | 提升配送效率

报告期内，我们进一步合并半日达与小时达业务快拣仓和门店悬挂链，使门店平均快拣仓拣货占比 43%，前场拣货占比 57%，提升半日达订单配送时效，有效保证产品品质，同时节约门店人力成本。截至报告期末，半日达和小时达共用快拣仓门店数 196 家，共用悬挂链门店数 60 家。



◆ 共用快拣仓和悬挂链

质量安全培训

员工严格的质量管控意识是高鑫零售保障产品安全与质量的重要基础。我们坚持通过常态化的质量文化培训帮助全体员工提升质量安全知识和技能水平。

我们将质量安全文化普及至门店员工、营运食品相关岗位以及采购人员，根据不同岗位开展针对性培训，并组织开展包括外部专家培训、食品安全理论知识考试等在内的质量安全培训，为提高本集团食品安全管理水平打好基础。报告期内，本集团开展安全与质量相关培训共 449,774 人次，合计 1,787,244 小时。即人均培训次数约 4.4 次，累计培训时间约 17.4 小时 / 人。

报告期内
本集团开展安全与质量相关培训共

449,774 人次

合计

1,787,244 小时

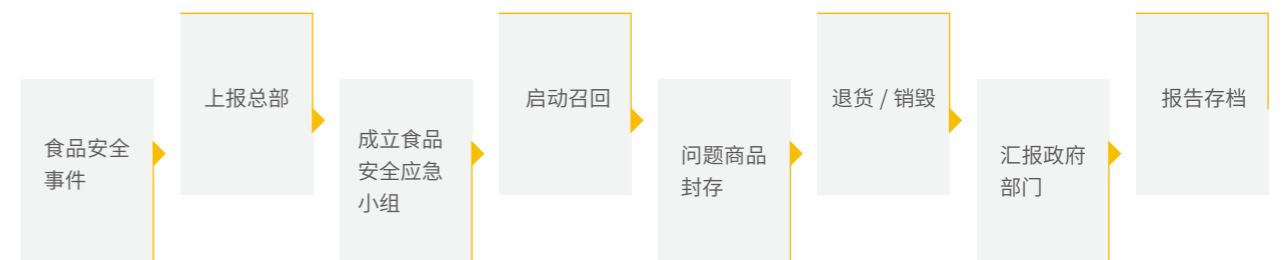
岗位	培训机制	主要培训课程
门店	上岗培训、门店初级培训、门店中级培训	食品安全相关法律法规及实施条例、食品标签相关规范等
采购	管培生培训、会员店采购培训	新厂商及新商品引进流程及食品安全意识培训等
营运	总部初级培训、总部中级培训、总部高级培训	国家食品安全标准、食品生产许可管理办法、食品安全危害种类及风险分析、实际操作培训等

同时，我们注重供应商对食品质量与安全的意识提升，并积极组织并开展供应商培训。

产品追溯与召回

高鑫零售始终以客户和消费者利益为最根本的决策考量，本集团建立了完善的产品追溯机制并搭建了“食品安全集中平台”，依托数字化管理手段搭建了从采购、生产、仓储、运输到销售的高效信息化追溯链条。消费者亦可通过蔬菜、肉类、鱼类等生鲜商品标签及门店商品货架旁张贴的产品追溯二维码获取产品运输、加工、检验和到货各节点信息。

我们严格遵守《食品召回管理办法》《消费品召回管理暂行规定》等法律法规，制定了《商品重大异常处理流程召回》等内部管理制度，明确产品召回时的必要步骤和程序，及时处理、主动召回，并采取改进措施避免类似事件的再次发生。



◆ 高鑫零售产品召回流程

此外，我们于全国门店每年定期开展产品召回培训及演练，并进行后续复盘、总结形成报告，以强化召回风险防控能力。报告期内，本集团未发生任何因产品安全与健康理由而须召回的事件。

模拟召回追溯演练报告

演练时间：2022年12月6日
演练单位：金都店
审核：赵春兰

时间	人员	情节设定	相关记录/图片
14:30 时间	李康	① - ② 接到通知 门店管家接到当地市监局通知，发现该批次商品菌落总数超标，涉及食品安全问题，认为事情比较严重，立即上报值班经理。	
14:35 时间	曹晖 周佩	③ 上报门店 值班经理接到报告，并查阅相关不合格资料，判定为食品安全问题，上报总部。	
14:45 时间	王家琦	④ 订单追溯 立即系统统计进货数量及销售数量，需出现有排面-库存数量。	

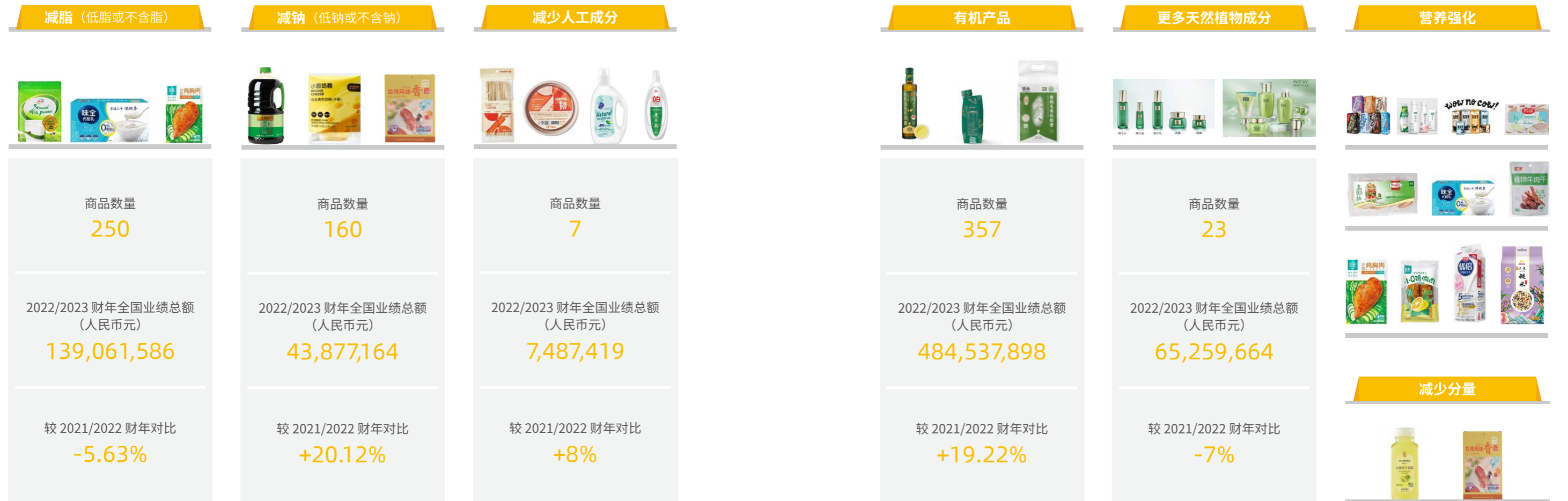
◆ 模拟召回追溯演练报告

优质营养产品的选择

关注国民营养健康，高鑫零售一直在行动。本集团积极响应《国民营养计划（2017-2030年）》《中国防治慢性病中长期规划（2017-2025年）》《健康中国行动（2019-2030年）》《中国居民膳食指南（2022）》等国家陆续出台的营养健康计划及指南，制定了围绕“更健康、更和谐、更快乐”的“3H”健康与营养战略，不断拓宽产品品类并推出低糖、低脂、低钠、有机、减少人工成分和强化营养成分的各类不同产品，致力于为消费者提供营养充足、种类丰富的食品选择。

报告期内，我们不断丰富多元化的健康与营养产品矩阵，包括日配、酒饮、干杂、家清、个清和婴童等快消品类，给予消费者更多样的搭配选择。同时，我们积极关注如儿童、老年人等不同群体的营养需求，为提高国民身体素质、实现全民健康助力。

健康与营养产品亮点展示



日配

高鑫零售积极落实“3H”健康与营养战略，紧紧围绕健康元素，根据市场需求为消费者提供减脂、减糖、高蛋白的肉类加工食品，部分商品确保肉源0激素养殖。我们重视儿童健康与茁壮成长，高鑫零售大润发自主研发了儿童定制款台湾风味香肠，并在奶酪商品模块持续通过推动品类升级和引进优质配方，满足家长对奶酪棒高钙、含优质高蛋白等需求，同时贴合健康人士对低盐、减脂奶酪片的需求。此外，我们还为消费者提供更多鲜活乳蛋白和更少脂肪的日配鲜牛奶及酸奶。

干杂

我们深知干杂是消费者日常生活的重要组成部分。我们持续打造门店一站式“天下粮仓”场景，将小米、藜麦、黑米等富含粗纤维的杂粮米与米面一同陈列，全面向消费者宣传并推广健康膳食计划，均衡摄入营养。同时，高鑫零售大润发自有品牌“荟尚”也推出通过有机认证的黑龙江有机大米和有机种植的油茶籽油。

案例 | 减盐减糖款台湾风味香肠

高鑫零售大润发为儿童群体定制开发了减盐减糖款台湾风味香肠，采用可追溯的当日新鲜猪肉分切加工腌制，使肉粒更加细腻且易咀嚼，体现大润发 20 年的匠心品质，小包装让儿童食用更加方便。产品上市 3 个月销量 11,332 盒，销售额达到 40 万元。

◆ 减盐减糖款台湾风味香肠宣传海报



◆ 一站式“天下粮仓”场景

案例 | “荟尚”有机大米及油茶籽油

- SINCE 2015 -

荟尚 HUI SHANG

高鑫零售大润发旗下品牌“荟尚”自主研发并推出黑龙江当季新米“有机大米长粒香”，已通过中国有机产品认证，以及来自中国油茶之乡尤溪的有机油茶籽油，单不饱和脂肪酸大于等于 80%，经十三道工艺加工而成。

- 有机种植
- 0 反式脂肪酸
- 单不饱和脂肪酸 ≥ 80%
- 13 道加工工艺

◆ 有机大米、有机油茶籽油

此外，我们还引入新西兰原装进口优质奶粉、减盐酱油以及 0 卡糖（即代糖），在产品营养与健康方面升级迭代现有产品。

脱脂及高铁高钙奶粉

新西兰原装进口脱脂奶粉富含钙和蛋白质，为人体每日所需营养补充能量；为女性消费者专业定制的高铁高钙奶粉，不仅能减少脂肪含量，还能及时补充钙、铁、维生素以及叶酸

减盐酱油

减盐酱油通过减盐技术，与参考酱油⁴相比食盐量减少 25% 以上，是具有色、香、味的液体调味品。该产品旨在引领一种新的轻盐生活方式，通过对一餐一食调味盐度的逐步减轻，帮助人们轻松调整口味偏好，培养轻盐的饮食习惯。

0 卡糖

0 卡糖在进入人体后，不参与新陈代谢，不产生热量，可以有效辅助血糖偏高、体型肥胖和喜好甜食群体控制体内脂肪增多和糖分过量

⁴ 产品符合 GB2717《食品安全国家标准 酱油》要求，产品中食盐含量参考值 19.0g/100ml。

休闲零食及饮料



报告期内，高鑫零售独家推出了低糖全麦苏打饼干及 0 脂肪小青柠汁，一经上市便收获广大消费者的喜爱。

案例 | 0 脂肪小青柠汁



呷无忌小青柠汁饮料经过研发团队多轮调优、百人测试，于 2023 年 1 月 1 日在大润发独家发售，在还原手打小青柠的风味的同时，0 脂肪无负担且酸甜均衡，上市首周便销售 10 万瓶，抢跑春节档其他饮品，目前已在大润发全国所有门店同步上架。截至报告期末，3 个月共销售近 115 万瓶。



小青柠原料果汁 100% 越南进口
解腻百搭 安心配料表

◆ 0 脂肪小青柠汁

生鲜



在生鲜品类中，高鑫零售经过 OFDC 有机认证种植基地的蔬菜共有 6 家，全财年华东区在售有机蔬菜 SKU 超过 85 个，业绩约 1,200 万元。我们不断推广例如佳沛新西兰有机金奇异果等有机水果和紫菜、海带、甲鱼等有机水产品的销售，全国业绩超过 555 万元。

华东区在售有机蔬菜 SKU 超过

85 个

业绩约

1,200 万元

家用及个护



减少人工成分、推崇天然原料是高鑫零售始终努力的方向，我们致力于减少防腐剂、色素、阿斯巴甜等人工成分的使用，并优先选择使用天然植物作为原材料的家用产品及个人护理 / 化妆产品。在家庭用品方面，高鑫零售推出一次性本色纸碗以及竹筷，并积极推广源自椰子油、乳木果、牛油果等天然植物作为皂基的皂液替代原料来源于石油加工制成的洗衣液。

报告期内，家用产品中“减少人工及有争议成分”产品共 7 个 SKU，销售额较同期增长约 8%。在个人护理 / 化妆产品方面，我们为女性提供消费者健康、舒适的卫生及化妆产品，包括更天然、透气及亲肤的纯棉卫生巾、富含天然植物提取物的护肤品。报告期内，个人护理和化妆产品中，“使用天然植物原料”产品共 23 个 SKU，总营收达到 65,259,664 元。

报告期内，
个人护理和化妆产品中，
“使用天然植物原料”产品共

23 个 SKU

总营收达到

65,259,664 元

案例 | 一次性本色纸碗、竹筷

润发有质

高鑫零售推出的一次性本色纸碗和竹筷使用环保材料，纸碗原料来自于甘蔗浆、竹浆原料，可以达到防油不渗透；竹筷通过优选楠竹精制，光滑且无毛刺，坚韧不易折。



天然纤维 防油不漏 手感挺括

碳化灭菌 优质楠竹 家用长度

◆ 一次性本色纸碗和竹筷

创造良好购物体验

高鑫零售秉承“通过日益个性化的创新和服务，便捷每一天，改变顾客的生活，顾客数与日俱增”的愿景，致力于提高服务水平，营造优质用户购物体验，突出积极的品牌形象。我们注重数据安全和隐私保护管理，保障用户隐私权益。

提高服务水平

优质的客户服务是我们赖以永续的重要基础，我们严格遵守《中华人民共和国消费者权益保护法》等相关法律法规的要求，不断优化和提升内部客诉服务机制，保持客户沟通渠道的畅通，确保客户诉求得到稳妥处理和专业回应。



◆ 高鑫零售客户投诉处理机制

2022/2023 财年，我们在原有的客诉反馈渠道上新增了企业微信社群，进一步扩增了与客户沟通的信息渠道，提高沟通便利性。



◆ 高鑫零售客户投诉渠道

高鑫零售重视每一位消费者的改进建议，致以真挚的情谊用心聆听客户声音，保障客户权益。报告期内，高鑫零售沿用“神秘客到店检查”形式，模拟真实用户购物场景，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，并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。2022/2023 财年全国门店的 NPS (Net Promoter Score) 客户满意度平均得分为 83.36 分，较上一年度上涨了 2.29 分。报告期内，高鑫零售共接获关于产品及服务的投诉 61.9 万余起，占总订单数的 0.3%，投诉处理率达 100%。

报告期内，投诉处理率达

100 %

提升购物体验

良好的购物体验是零售行业经营管理的内核，我们始终坚信用心提升客户服务，以真诚打动客户体验是高鑫零售长远发展的信心来源。在充分保障客户权益的基础上，我们从线下门店和线上购物两方面入手，竭力为用户打造美好的购物场景。

线下服务方面，为了进一步拉近与客户间距离，提升客户线下购物体验，我们在全部门店范围内取消了投币手推车，并推广“服务铃”服务。



取消全国门店投币手推车

报告期内，我们取消了原有需投币才可使用的手推车，全部改为免费使用，顾客如有需求到店即可即推即用，在提升门店运营效率的同时，极大提升了顾客线下购物的便利性



全国推动“服务铃”服务

报告期内，我们在华东门店设置“服务铃”的基础上推广至全国所有门店，采用独特的排版和呼唤按钮，使顾客能够第一时间得到相应服务

此外，我们还开展了跨端产品尝试，在线下向客户提供产品尝鲜活动，以丰富客户在门店的购物体验。

案例 | 线下体验：1元尝鲜活动

报告期内，高鑫零售进行了跨端产品的新尝试，开展了联动支付宝/高鑫合作4.0牛奶1元尝鲜活动，本次活动共计触达105,144人，带来了67.8%的品类新客，为线下用户打造了独特的购物场景，享受别开生面的门店互动体验。



◆ 1元尝鲜活动

线上服务方面，我们通过进一步完善APP功能，优化人工交互体验以尽可能地增强客户线上购物的便捷性。

案例 | 线上体验：页面交互优化

(1) 首页商品组件售空沉底时效优化

因疫情原因，客户对商品需求量突增，APP首页出现大面积售空样式频率升高，会给顾客带来商品不丰富的体感。我们随即将页面优化为即时沉底，其他有库存商品即时补充到页面上方，供顾客选择。



◆ 大润发优鲜APP内页面

(3) 售空商品详情页新增找相似

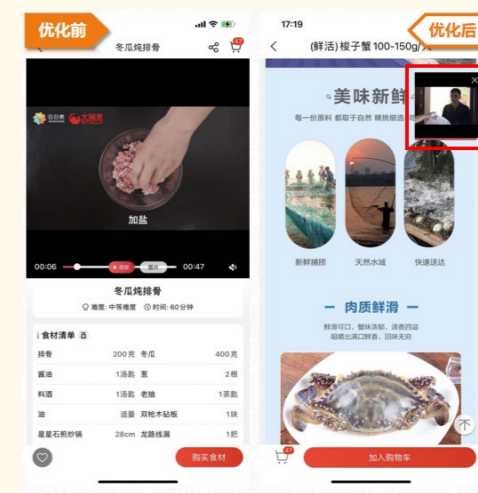
原先APP中在商品售完或补货中的商品详情页只显示已售完信息，我们随后优化为弹窗推荐相似商品给顾客更多选择。



◆ 大润发优鲜APP内页面

(2) 小窗口固定播放视频

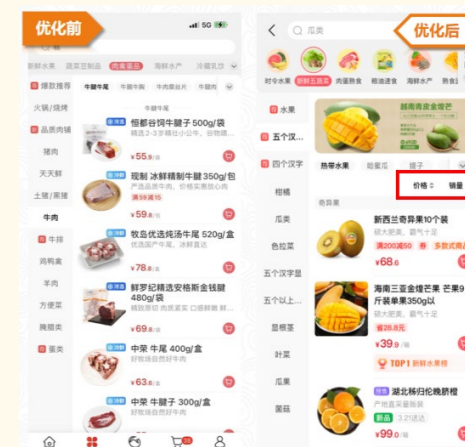
原先APP菜谱中的视频固定在主图里，用户若要下滑页面浏览食材便无法观看视频；在经过优化后，我们将视频设置为允许小窗口播放，用户在下滑页面时也可在右上角进行视频观看。



◆ 大润发优鲜APP内页面

(4) 三级类目增加商品排序

类目页有筛选按钮（销量和价格），顾客可按需求排序。



◆ 大润发优鲜APP内页面

品牌宣传

高鑫零售致力于为顾客打造“购物、体验、服务、社交”的多元消费场景，成为社区的好邻居，和值得消费者信赖的购物代表。且一次性购足的优质购物体验，成为社区的好邻居，值得消费者信赖的购物代表。我们严格遵守《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》《预包装食品标签通则》《预包装食品营养标签通则》《食品标识管理规定》等相关法规和标准，对生产和销售产品的标签合规性以及成分信息进行严密把控，在确保相关信息符合法规要求，营销内容符合产品实际的前提下开展品牌宣传活动。

案例 | 上线会员积分权益

2022/2023 财年，我们在 618 大促档期上线了会员积分权益，通过消费获得对应的积分，积分可以兑换指定的超级积分券进行消费使用，这是大润发首次上线会员积分权益，整个积分的查询和兑换体系主要依附于大润发 APP 端进行操作，偏向引导顾客成为我们的 APP 端的数字化会员，报告期内累积使用过积分的会员达到了 128 万人，涉及使用积分兑换优惠券的销售金额超 3,000 万元。

报告期内累积使用过积分的会员达到

128 万人

涉及使用积分兑换优惠券的销售金额超

3,000 万元

此外，报告期内高鑫零售自发或联合其他企业开展了大量品牌宣传以及市场推广活动，进一步提升品牌形象和知名度。

大润发联手宝洁发起“瓶瓶乒乓”计划

6月27日，大润发联手宝洁发起“瓶瓶乒乓”环保计划。双方在全国10个城市的97家大润发门店落地环保回收装置，通过回收塑料空瓶搜集废弃塑料，最后制作成乒乓球桌送回全国各个社区。此次活动在全国范围内达到超3,000万曝光，共计18,437人次参与，进一步打造大润发社区好邻居的形象，加强与社区之间的沟通。



◆ “瓶瓶乒乓”计划宣传海报

烟火文学

2022年6月，大润发以烟火文学为载体，用拟人化手法，为超市货架上的菜，创作了一套有生活气息的文案，将食物划分为“冷宫蔬菜”和“超市顶流”两大阵营。这一套陈列在门店的海报，引发了网友情感共振共频，成为全网热议焦点。累计获得5亿+品牌曝光，100+媒体报道，产出一系列10万+、100万+爆款文章。网友们纷纷自发分享，助推话题裂变发酵，快速破圈，36小时成为社会热议的焦点。



◆ 烟火文学宣传文案

菜场黑话

2022年国庆长假，连班7日引发上班焦虑情绪。大润发烟火文学—“菜场黑话”平地造势，用拟人化手法，让丰收季的鱼虾蟹、水果蔬菜“变身”职场嘴替，引发职场人情感共鸣，使其成为全网热议焦点。累计收录3亿+新媒体曝光，超过100多家报道，产出一系列10万+、100万+爆款文章。



◆ 菜场黑话宣传文案

东北唠嗑文学

2023年1月，辞旧迎新之际，大润发携手优酷、本山传媒，为热播剧《乡村爱情15》推出东北唠嗑文学，这也是大润发烟火文学IP首次尝试品牌跨界联名。一个是承载着柴米油盐酱醋茶的超市，一个是讲述家长里短、鸡毛蒜皮的电视剧，调性如此契合的两个品牌强强联合，更饱满地诠释了人间烟火气，给过年逛超市的消费者带来“到家了”的归属感。



◆ 东北唠嗑文学文案

数据安全和隐私保护

高鑫零售高度重视客户隐私权益和数据安全，我们严格遵守《中华人民共和国网络安全法》《中华人民共和国数据安全法》《中华人民共和国消费者权益保护法》、GB/T 35273-2017《信息安全技术个人信息安全规范》等相关法律法规要求，同时制定了多个内部政策制度，规范信息安全工作的开展。我们的政策制度覆盖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。报告期内，本集团未发生过数据泄露及网络安全事件。



我们高度重视员工网络安全行为的管理和规范，对于违反数据安全及隐私保护政策制度的员工，我们制定了以下处罚制度：

属于一类违规行为的，给予《员工手册》中轻微违纪行为处分，记书面警告处罚

属于三类违规行为的，给予《员工手册》中严重违纪行为处分，即解雇处罚

属于二类违规行为的，给予《员工手册》中较严重违纪行为处分，记严重警告处罚，同时可给予其降职降薪处罚

如违规员工主动报告，在调查中如实完整陈述或主动提供公司尚未掌握的违规信息，经确认属实，公司可视情节和后果减轻，甚至免于处分

数据安全和隐私保护作为本集团关注的 ESG 议题之一，由董事会作为最高责任机构，领导 ESG 管理委员会与公司各部门协调实施具体的隐私和数据保护审查工作。

已制定的数据安全及隐私保护内部政策制度（部分）

- 《康成投资（中国）有限公司产品安全 checklist》：根据公司的实际情况，删除了部分不适用的内容
- 《康成投资（中国）有限公司数据安全规范（试行）》：调整了敏感数据的审核流程，新增全国门店申请权限
- 《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》
- 《康成投资（中国）有限公司 LINUX 操作系统安全基线》

数据安全

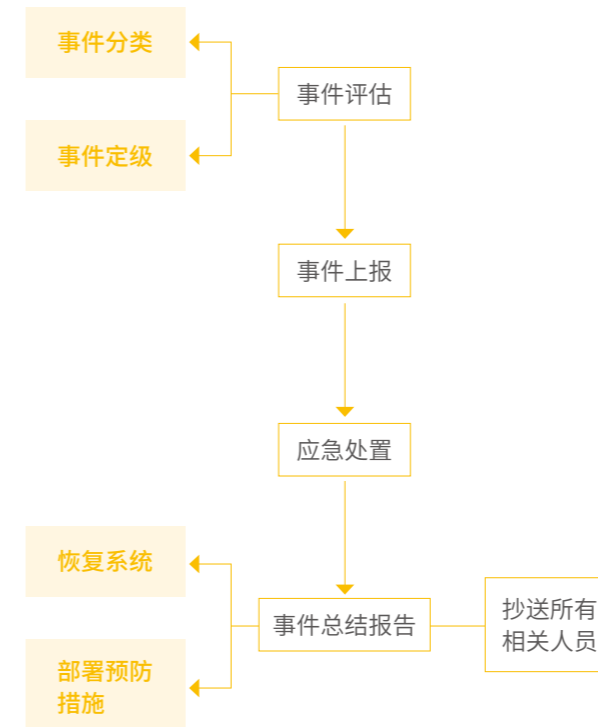
2022/2023 财年，本集团新增《个人信息安全事件预案》，建立信息安全领导小组和信息安全应急响应小组作为应急工作的主要负责组织，通过制定应急预案，最大化降低网络安全事件产生的影响。

信息安全领导小组

负责审批和启动个人信息安全事件应急方案

信息安全应急响应小组

负责制定和完善个人信息安全事件应急响应方案



◆ 高鑫零售数据安全事件应急处置流程



报告期内，我们大力开展了多项数据安全提升举措，针对现有的数据安全设备及规范进行了全方位的梳理和改进优化，并联合区级网络安全保卫支队进行模拟演练，显著提高了集团在数据安全风险处理及应对方面的能力。



隐私保护

高鑫零售致力于实现用户个人信息管理的系统化和标准化，最大程度地减少对用户个人信息的收集，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。本集团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。

我们每年邀请至少两次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审计评估并开具审计报告，指导修复我们的隐私问题，并进行复测确认。此外，我们正开展 SOX⁵ 审计，审计内容包括中台系统优化和系统权限管理等事项。目前，我们的重要信息系统大润发鲜和大润发 e 路发 APP 已通过网络安全等级保护三级认证。

⁵ Sarbanes-Oxley Act, 即《萨班斯法案》

新增客户隐私保护举措

隐私政策根据业务和产品功能的调整进行同步更新

SDK 安全和 SDK 隐私政策更新，修订未成年个人信息保护规则，APP 功能划分等

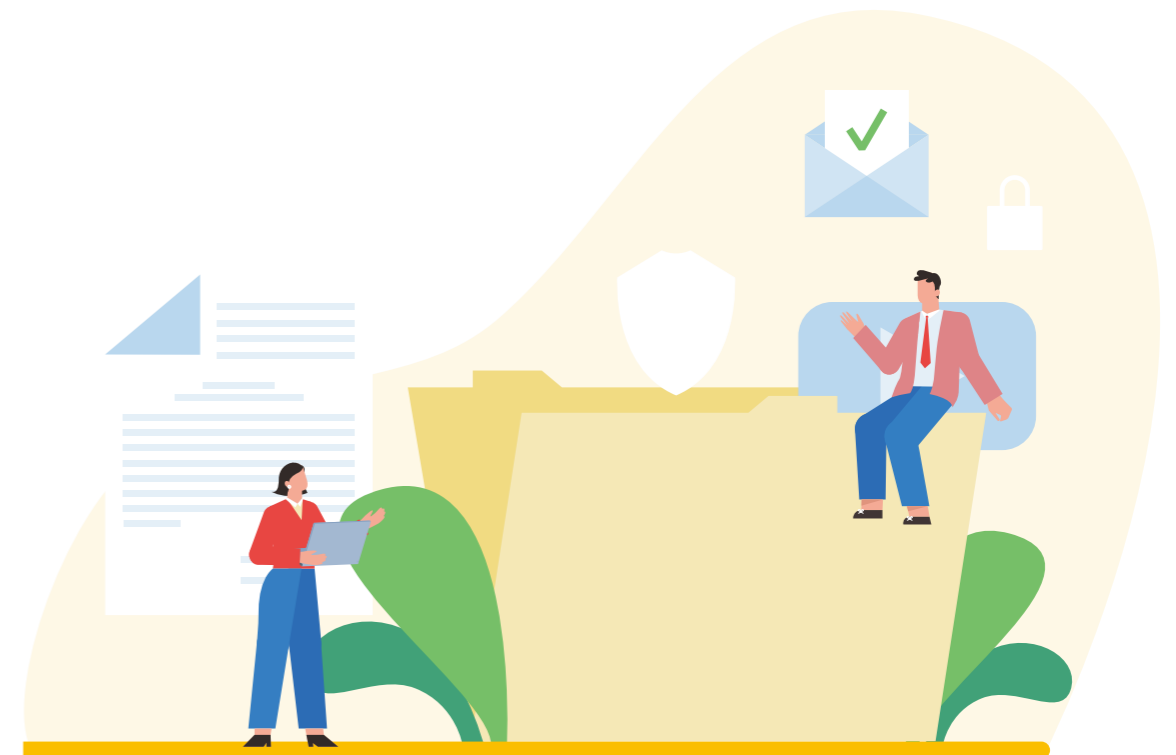
完成个人信息收集和第三方共享个人信息清单产品功能

信息安全培训

为进一步提升员工的信息安全意识，切实保障网络安全稳定，本集团以每季度 1—2 次的频率针对高鑫零售员工开展内部信息安全培训，并且规划了信息安全意识培训 9 大主题，分别是电子邮件安全、移动办公安全、勒索软件、数据安全、账号安全、隐私保护、社交安全、第三方厂商安全及软件安全。我们通过钉钉云课堂发布视频开展培训，在员工完成考试之后视为通过培训。



◆ 通过钉钉云课堂发布视频开展培训



03 环保运营 绿色发展

绿色低碳转型已成为企业实现可持续发展的重要战略。高鑫零售积极落实环境管理工作，优化既有环保管理体系，持续探索新兴环保技术与方法，努力增进企业为社会带来的环保效益。报告期内，高鑫零售以四个环境目标为行动方向，执行目标实施路径，对气候变化所带来的风险及机遇予以持续关注和管控。



- 3.1 环境目标追踪
- 3.2 应对气候变化
- 3.3 保持环保运营
- 3.4 生物多样性与动物福利



采购清洁电力，实现减碳逾 **5** 万吨

共有 **59** 家门店采用更加环保的R448A制冷剂

环境目标追踪

高鑫零售设立了温室气体减排、能源使用效益、节约水资源以及废弃物排放四个环境目标，由 ESG 工作小组负责目标实施路径工作的执行，ESG 管理委员会监督工作执行情况并定期汇报至董事会，董事会对目标开展回顾和进度审阅。

环境目标 - 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

实施路径

- 开展运营节能举措
- 增加可再生能源（如太阳能）的使用范围
- 环保制冷剂替换传统制冷剂，减少温室气体排放
- 开展碳消除方式，实现自身运营碳中和

报告年工作

- 截至报告期末，已有 70% 门店的楼梯间安装感应灯，全年可减少用电约 200 万度。
- 新增门店用电现场查核，对开店前及闭店后是否规范用电展开查核，及时发现并制止不必要耗电情况。
- 苏州仓第一期光伏建设已竣工，光伏面积达 15,000 平方米。
- 共计有 59 家店采用 R448A 制冷剂。

环境目标 - 能源使用效益

截至 2030 年，实现自身运营所需电力达到 100% 碳中和；截至 2030 年，高鑫零售自有车辆的汽油及柴油实现 100% 碳中和

实施路径

- 开展门店节能措施
- 增加光伏发电比例
- 购买绿电或绿证
- 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

报告年工作

- 采用节能运营系统及设备，并扩增使用范围，如门店灯光、空调、生鲜排油烟机自动化控制系统。
- 对所有门店蔬菜柜及蛋品柜进行了调整，根据商品保存温度进行了细化设置，全年约节电 100 万度。
- 截至报告期末，已有 22 家门店完成光伏建设。
- 报告期内，共完成 3 个省份近 8,400 万度清洁电力采购，实现减碳逾 5 万吨。
- 在部分城市的外包车队中已采用新能源货车运输，并逐渐增加新能源货车的数量及运输区域。

环境目标 - 节约水资源

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

- 保持规范化管理水资源取用，采取多项节水举措。

环境目标 - 废弃物管理

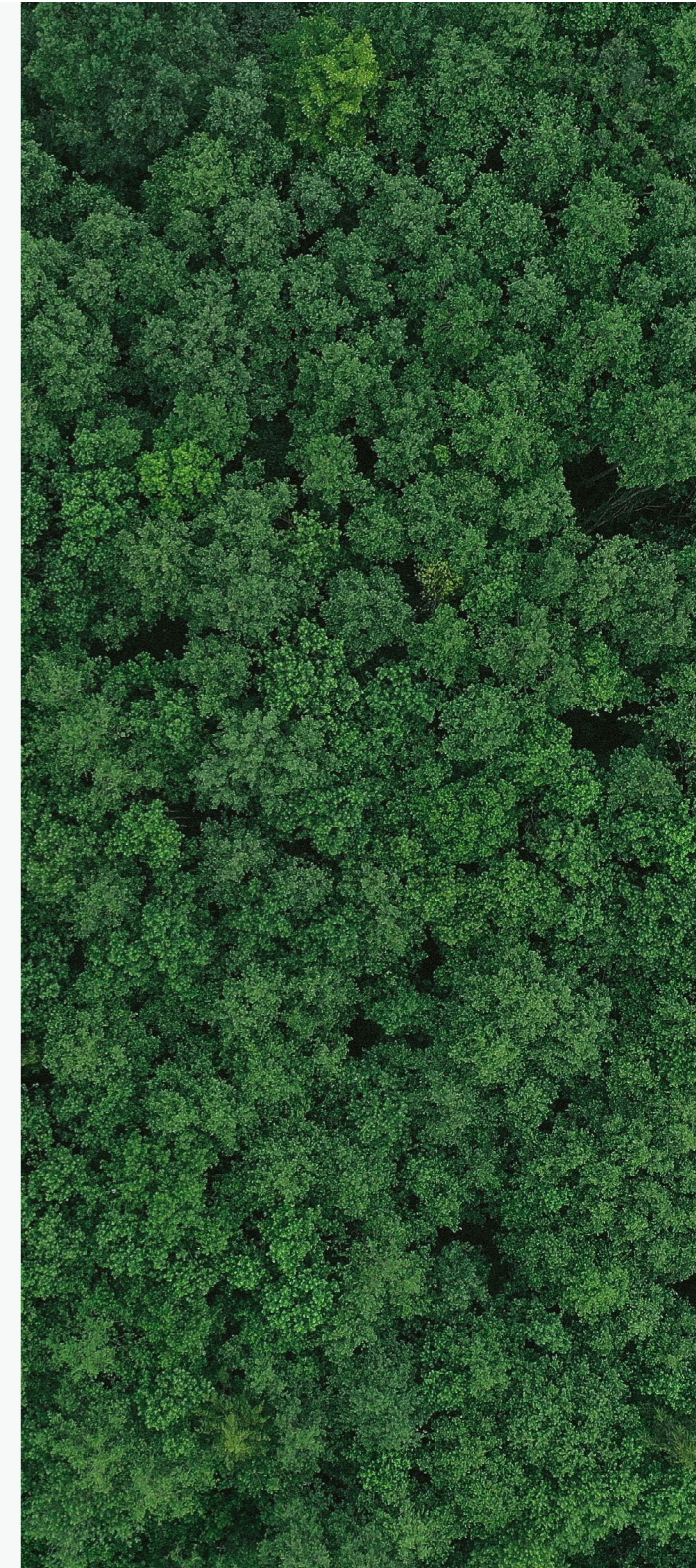
推动厨余废弃物资源化处理，到 2030 年实现 100% 门店推行垃圾分类；到 2030 年，实现纸箱 100% 回收利用

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
- 推广门店垃圾分类措施
- 开展纸箱再销售方式，实现纸箱的 100% 回收

报告年工作

- 持续推进门店垃圾分类工作，已在 35 个城市中的 156 家门店实行垃圾分类。
- 纸箱回收利用率已达到 100%。



应对气候变化

气候变化已对全球造成了显著影响，社会各界对气候变化风险的应对、气候变化所带来的机遇的把握予以高度关注。我们已将气候变化风险纳入 ESG 风险管理范畴中，并参考气候相关财务信息披露工作组（Task Force on Climate-related Financial Disclosures, TCFD）指引，对风险及机遇开展识别、评估及管控工作。

治理及风险管理

本集团在 ESG 治理架构中嵌入了气候变化相关的职责职能，ESG 管理委员会根据 TCFD 指引，结合内部运营情况及外部因素，对气候变化风险及机遇进行识别，并将识别结果汇报至董事会。董事会负责评估识别结果和行动方案，并对执行情况进行监督回顾。

策略

高鑫零售将气候变化风险以实体风险和转型风险进行分类识别，并对识别出的风险制定应对举措。

转型风险		
风险	风险描述及影响	应对举措
政策和法律	<ul style="list-style-type: none"> 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；发布咨询文件拟对公司有新的气候变化信息披露要求。 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。 	<ul style="list-style-type: none"> 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。
技术	<ul style="list-style-type: none"> 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。 	<ul style="list-style-type: none"> 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。

转型风险		
市场	<ul style="list-style-type: none"> 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。 	<ul style="list-style-type: none"> 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	<ul style="list-style-type: none"> 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企业的信心和期望，对企业声誉产生消极影响，进而对企业收入产生影响。 	<ul style="list-style-type: none"> 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。 积极参与行业内外的绿色环保活动，提高企业参与度。

实体风险		
风险	风险描述及影响	应对举措
急性风险	<ul style="list-style-type: none"> 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。 	<ul style="list-style-type: none"> 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	<ul style="list-style-type: none"> 平均气温上升，海平面上升。 气温上升导致能耗成本增加。 	<ul style="list-style-type: none"> 对慢性气候风险进行前瞻性风险识别及评估。

高鑫零售对气候变化所带来的机遇也开展了识别工作。

机遇类型	气候相关机遇	潜在财务影响
资源效率	<ul style="list-style-type: none"> 回收再利用货品装载箱：高鑫零售干货物流中心仓库实现 40% 以上，及生鲜物流中心仓库实现 100% 循环使用塑料周转箱用以运输散装货品。我们已与部分品牌供应商开展可循环回收箱的合作项目（用于整箱货品），减少废弃纸箱产生，加大资源使用效率。 	<ul style="list-style-type: none"> 降低营运成本，减少处理废弃纸箱产生的费用。
能源来源	<ul style="list-style-type: none"> 使用清洁能源（如光伏发电）：高鑫零售逐步对具备光伏发电建设条件的门店及物流中心仓库开展建设工作。 	<ul style="list-style-type: none"> 降低温室气体排放风险，因此降低对碳交易价格变化的敏感度。



报告期内，我们制定了极端寒冷天气应急预案，对门店室内室外做好防寒保护工作，降低极端天气带来的风险和影响。

● 应急组织



以店总经理为组长、各部门理级主管为小组长，各部门课级为组员，并确保每名干部熟知应急职能。

● 重点防范



各店防损主管在制定防寒防冻应急预案时需充分结合本店实际建筑结构及面积，针对可能出现的隐患进行风险锁定，并进行重点防范，如广场、露天机动车停车场、收货区、仓储等。

对场内临近室外的消防水管及室外消防官网加装保暖护具，避免管道受冻引起破裂。

逐个检查室外下水管井、排水沟是否堵塞杂物等，发现问题及时清理杂物，确保雨雪清理时畅通无阻。

指标和目标

高鑫零售已设立了温室气体减排及能源使用效益目标，并于报告期内开展了多项行动举措，如采购绿电，扩增光伏发电建设等，更多详细信息及数据可参见本报告“环境目标追踪”“温室气体排放管理”“能源管理”章节。

温室气体排放管理

高鑫零售的温室气体排放产生源头包括汽油、柴油及天然气的燃烧，制冷剂使用和外购电力。我们对各类源头所产生的碳排放进行分析，分析维度包括占比总碳排情况，减碳效益等，综合评估后制定减碳行动方案，明确减碳工作重点。报告期内，我们在既有的减碳行动基础上，开展了新的减少碳排举措。



截至报告期末，高鑫零售共有 **59** 家门店采用更加环保的 R448A 制冷剂。

制冷剂在高鑫零售温室气体排放中（范畴一）占比较高，也是高鑫零售持续关注减碳工作重点。自 2011 年起，为减少对臭氧层的破坏，我们在新开门店和重构店开始停止使用 R22 制冷剂，并开始采用 R404A 制冷剂。随着技术发展，我们从 2018 年对新开门店开始引入 R448A 制冷剂，相较于 R22 或 R404A 制冷剂，R448A 的 GWP（全球变暖潜值）更低，相较于 R404A GWP 值下降 70%，可有效进一步减少温室气体排放。



报告期内，高鑫零售开启了首个自有物流中心仓库光伏建设，第一期工程已竣工，光伏面积达 **15,000** 平方米。

外购电力是温室气体排放（范畴二）的唯一来源，采用清洁电力是降低排放的重要方法。高鑫零售在多年前已在门店投入使用光伏发电，并逐步探索太阳能发电的使用范围。报告期内，我们首次在自有物流中心仓库开启了光伏建设，苏州仓的第一期光伏工程已顺利竣工，预计 2023/2024 财年，高鑫零售将新增 3-4 个物流中心仓投入使用光伏发电。



截至报告期末，已有 **70%** 门店的楼梯间安装感应灯，全年可减少用电约 **200** 万度。新增门店现场查核。

高鑫零售对楼梯间消防通道加装感应灯以实现节能降耗，目前已有 70% 门店安装感应灯，全年预计可减少用电 200 万度。

报告期内，我们对门店新增了现场查核工作，主要针对门店晚间打烊及开店前设备运行状况进行稽核，及时发现不规范或不必要的用电行为。



报告期内，高鑫零售启用了外包新能源货车运输，苏州地区已投入 **6** 台，未来计划将新能源运输车队覆盖所有短途门店。

报告期内，我们与外包车队合作首次投入使用新能源货车，投入范围包括苏州地区 7 家门店与物流中心仓库之间的运输路线，未来计划将覆盖苏州地区所有门店。与此同时，我们对其他地区也计划采用新能源货车，在满足运输需求的基础上努力扩增投入范围，减少运输端产生的碳排放；同时也为我们自有车辆逐步替换为新能源车做好准备。

报告期内, 我们的温室气体排放情况如下:

指标名称	单位	2021/2022 财年	2022/2023 财年
温室气体 - 范畴一			
制冷剂 ⁶	吨二氧化碳当量	344,097.16	308,353.97
移动源 ⁷	吨二氧化碳当量	18,202.01	15,597.74
固定源 - 汽油柴油 ⁷	吨二氧化碳当量	93.53	34.94
固定源 - 天然气 ⁷	吨二氧化碳当量	3,522.60	2,261.88
灭火器 ⁸	吨二氧化碳当量	10,051.08	12,509.6
温室气体 - 范畴二			
外购电力 ⁹	吨二氧化碳当量	1,779,374.56	1,581,266.97
温室气体排放总量 (范畴一 & 范畴二)	吨二氧化碳当量	2,155,340.94	1,920,025.11
温室气体排放密度	吨二氧化碳当量 / 百万元人民币营收	24.46	22.95



⁶ GWP 值来源于《IPCC 第五次评估报告 AR5》、《IPCC 第四次评估报告 2007》；泄漏率来源于《《2006 年 IPCC 国家温室气体清单指南》2019 年修订版》第三卷 IPCC 第七章臭氧耗损物质氟化替代物质排放表 7.9 (制冷剂)。

⁷ 移动源和固定源的排放因子来源《2006 年 IPCC 国家温室气体清单指南》以及《IPCC 第五次评估报告》。

⁸ GWP 值来源于《IPCC 第五次评估报告 AR5》；泄漏率来源于《《2006 年 IPCC 国家温室气体清单指南》2019 年修订版》第三卷 IPCC 第七章臭氧耗损物质氟化替代物质排放表 7.6.2.2 (灭火器)。

⁹ 来源国家发改委发布的 2012 年中国区域及省级电网平均二氧化碳排放因子。

能源管理

高鑫零售重视能源使用效益最大化, 同时减少不必要能源耗用。我们对能耗场景进行识别, 并开展了节能举措。

门店节能举措:

- 对用电设备采用节能自动化控制
- 调整冷柜温度, 全年节约用电 100 万度
- 定期查核门店能源使用情况, 避免不必要浪费



高鑫零售对门店中的多个用电设备采用自动化控制, 例如通过 PLC 控制门店各区域灯光开启及关闭时间, 可实现 5% 的电力节约; 对空调系统及生鲜排油烟机实行自动化控制, 自主调节设备运作效率。目前, 所有门店已完成空调系统自动化控制改造, 390 家门店完成了排油烟风机自动化控制改造。此外, 我们对门店内的电梯正开展自动控制系统测试, 以实现节能目的。

报告期内, 我们对所有门店蔬菜冷柜及蛋品冷柜进行了调整, 根据商品保存温度进行了细化设置, 全年约节电 100 万度。

高鑫定期对各店能源使用情况开展查核工作, 查核范围包括灯光、生鲜加工设备、空调及冷藏冷冻系统等用电设备的开闭操作是否规范, 能耗数据上传是否及时等。报告期内通过查核发现的问题均得到了及时解决和检讨。

100 万度
全年约节电

390 家
门店完成了排油烟风机自动化控制改造

仓库节能举措:

- 采用节电设备
- 分区控温管理, 有效隔温保温



物流中心仓库配置日间采光带, 充分利用自然光照明。

对于生鲜仓需具备的控温需求, 我们设置了物理隔温层, 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。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。



高鑫零售持续推进门店清洁能源的使用范围, 于报告期内完成了 5 家门店的光伏项目建设。由于疫情等不可预见原因一定程度上影响了原有光伏发电目标的完成进度, 我们在报告期内可完成的项目数量少于预期值, 高鑫零售正全力调配资源以加快原计划的实施进度, 2023/2024 财年内预计可完成 10-15 家门店的屋顶光伏建设。此外, 我们在报告期内首次采购了清洁能源, 覆盖 3 个省份近 200 家门店, 共计近 8,400 万度绿电及核电用于门店用电需求, 此次采购可帮助减碳逾 5 万吨。未来我们计划逐步扩大清洁能源用于门店的使用范围, 帮助实现环境目标。



报告期内, 本集团能源消耗¹⁰ 情况如下:

指标名称	单位	2021/2022 财年	2022/2023 财年
直接能源消耗量	MWh	84,853.85	67,974.48
直接能耗消耗密度	MWh/ 百万元人民币营收	0.96	0.81
间接能源消耗量	MWh	2,632,499.63	2,309,641.49
间接能耗消耗密度	MWh/ 百万元人民币营收	29.87	27.61
光伏发电可再生能源使用量	MWh	11,098.12	13,048.71
采购绿电可再生能源使用量	MWh	/	38,074.88
采购核电可再生能源使用量	MWh	/	45,566.69
综合能源消耗量	MWh	2,728,451.6	2,474,306.25
综合能源消耗密度	MWh/ 百万元人民币营收	30.96	29.58

¹⁰ 能源消耗量参照《GB/T 2589-2020 综合能耗计算通则》进行兆瓦时折算。

保持环保运营

高鑫零售构建了环保运营管理体系, 包括设有内部环境管理制度章程, 建立公司层面、组织层面、门店层面的环境管理组织架构, 搭建能源(维保)管理系统和排放管理系统, 支持公司高效开展环保工作, 强化环境信息的管理水平, 综合提升环境管理能力。

环境管理体系

环境政策

我们以严格遵守《中华人民共和国环境保护法》《中华人民共和国节约能源法》《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为运营前提, 同时制定了包括《环境保护章程》《能源控制管理规范》等多个内部管理规章制度, 明确了环保工作执行要求, 清晰划分了相关部门职责, 设定了规范化的管理流程, 加强公司内部对环境保护重要性的感知力。

报告期内, 本集团重新修订了《环境保护章程》, 修订内容包括增加 2030 年碳中和目标, 修改能源管理组织架构, 增加公司环境保护组织架构及各部门工作职责。

管理架构

我们在公司层面、组织层面以及门店层面均设立了相关的管理组织架构, 确保在实际运营过程中严格落实相关工作。每个管理组织架构采取自上而下的管理模式, 各层级明确分工, 开展专项管理。

管理体系

高鑫零售已获取 ISO 14001 环境管理体系认证。



能源（维保）系统具备数据收集、报表分析、系统报警、用电稽核等多个功能，用于实现门店在能耗指标方面的数字化管控。该系统主要监控包括空调系统、冷藏冷冻系统以及灯光和电表数据校验。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。报告期内，能源（维保）系统新增了分区对比用电量的功能，相比之前对比各大区门店用电量，地理位置等因素可能导致能源差异较大，因此高鑫新增了分区对比，方便同区各门店用电量对比以及本区能耗分析。

各区监控中心及总部监控中心负责共同运行能源（维保）管理系统。

各区监控中心

- 负责本区各店能耗数据监控和分析。
- 负责本区各店自控设备维护，异常处理，协助门店对自控系统维修。
- 负责本区各店能源管理系统的报警处理。

总部监控中心

- 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。

排放管理系统功能主要针对高鑫零售运营中产生的各类排放物，如废弃物、废水以及温室气体建立系统化的监测和管控。

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，每月由专员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，解决异常情况。

温室气体

- 我们以产生温室气体的源头作为重点管理方面，主要包括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

排放物管理

本集团在运营中产生的排放物包括温室气体，其他空气污染物，废水及废弃物。高鑫以严格遵守相关法律法规为前提，秉持合规处置原则，致力于从源头减少排放物，同时践行回收再利用的环保理念。

气体排放

高鑫零售在运营过程中排放的空气污染物来源于自有车辆行驶耗用的汽油和柴油燃烧，高鑫计划逐步将自有车辆替换为新能源汽车，减少空气污染物的排放。

报告期内，高鑫零售产生的气体排放物¹¹（除温室气体外）情况如下：

指标名称	单位	2021/2022 财年	2022/2023 财年
车辆行驶产生的空气污染物			
二氧化硫	吨	0.10	0.10
氮氧化物	吨	137.84	123.91
颗粒物	吨	9.98	9.10
一氧化碳	吨	55.86	58.69

废水管理

高鑫的废水主要来源于运营过程中的水资源耗用，我们遵循合规排放的相关要求，通过市政污水管网统一处理废水。我们开展节水举措，从源头减少废水产生，同时对废水进行循环利用。

49 万吨
废水循环每年可实现节水

高鑫在纯水设备上通过安装废水储存、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。

报告期内，本集团通过市政污水管网排放的废水¹²共计 14,592,342.71 吨，废水排放密度为 174.42 吨 / 百万元人民币营收。

¹¹ 气体排放物数据参照联交所《环境关键绩效指标汇报指引》进行计算。

¹² 门店的废水排放量按照总用水量 85% 进行估算，生鲜仓、物流中心仓的废水排放量按照其总用水量的 80% 进行估算。

废弃物管理

我们的主要废弃物包括纸制品、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。针对各类废弃物，我们在门店设立五大区分类原则，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，我们均采用相应的回收处理。



纸板箱回收

纸板箱是高鑫零售的主要可回收无害废弃物，我们制定了《门店废纸板回收流程》，在其中明确规定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 12.42 万吨。



垃圾分类

高鑫零售遵守运营地城市管理规范，在门店开展垃圾分类，摆放分类垃圾桶，引导顾客养成垃圾分类好习惯。

高鑫零售已在 **35** 个城市中的

156 个门店实行垃圾分类

食物损失和浪费

针对厨余垃圾，高鑫制定了内部分类操作流程，确保垃圾干湿分离，由专人定点检查；报废食品有明确的处置要求和标准作业流程，全程受系统监管，确保不外流；我们与专业资质的第三方公司合作，形成闭环处置机制。为降低食物损失和浪费的产生量，高鑫持续开展包括食物采购、仓储、加工、贩售环节在内的全链路损控管理。我们设立了食物损失和浪费目标，即 2023/2024 财年相较于 2022/2023 财年厨余垃圾降低 3%。



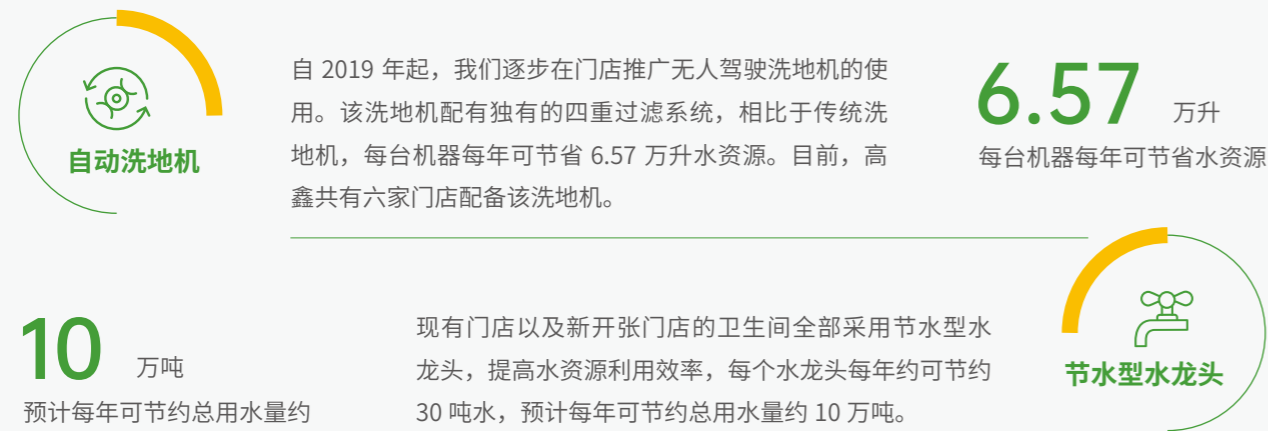
◆ 高鑫零售食物损失和浪费全链路控损管理（部分环节）

报告期内，本集团产生的废弃物情况如下：

指标名称	单位	2021/2022 财年	2022/2023 财年
无害废弃物产生量	吨	212,838.68	194,256.84
无害废弃物产生密度	吨 / 百万元人民币营收	2.41	2.32
可回收废弃物产生量	吨	136,575.79	124,169.45
不可回收废弃物产生量	吨	76,262.88	70,087.39
有害废弃物产生量	吨	197.64	150.55
有害废弃物产生密度	千克 / 百万元人民币营收	2.24	1.80

水资源使用

高鑫零售珍惜水资源的取用，通过采用节水设备，张贴节水标语等举措减少水资源消耗。



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：

指标名称	单位	2021/2022 财年	2022/2023 财年
耗水量	吨	19,639,266.72	17,176,380.67
耗水密度	吨 / 百万元人民币营收	222.83	205.31

减塑与包材

减塑

高鑫零售致力于降低运营中所使用的塑料制品，以减轻塑料制品对环境产生的影响。我们制定了用于门店的《垃圾袋配置使用操作规范》，对不同型号的垃圾桶使用的垃圾袋规格进行了明确，减少非必要塑料使用，同时我们列举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，总部专员每个月会对门店垃圾袋的费用进行稽核分析，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。



包材管理

我们对包装材料使用场景进行了评估和分析，从包装材料领用管理、包装材料设备和运输商品载具使用、商品驳运计划性等方面降低包装材料使用量，提高包材使用效率。

包装材料领用管理	包材设备和载具使用管理	商品驳运计划性管理
<ul style="list-style-type: none"> ● 门店缠绕膜采用领用制，以芯换新，每次领取登记记录，合理使用，防止浪费。 ● 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。 ● 加大使用可重复使用的皮筋进行商品固定。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 采用自动包装机配合人员打包生鲜商品。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。相较于传统纯人工包装，效率可提高 1 倍左右。 ● 目前所有物流中心仓库的商品运输载具均为可重复使用性质，在不影响商品拣货分播质量的前提下，保证载具的满载率和周转利用率。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 内外仓提升商品计划性，减少内外仓商品驳运次数，严格遵守三天内同样商品不允许内外仓驳运。

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	2021/2022 财年	2022/2023 财年
包装材料使用量	吨	19,268.94	33,559.07
包装材料使用密度	吨 / 百万元人民币营收	0.22	0.40
木头 / 纸张纤维包装总重量	吨	610.61	3,634.69
塑料包装总重量	吨	18,658.33	21,722.81
可回收包装材料使用量	吨	318.33	105.77
塑料包装中可回收成分的重量	吨	0.036	12

生物多样性与动物福利

生物多样性保护

生物多样性保护是促进人与自然和谐共生的重要因素之一，也为稳定生态系统发挥着不可替代的作用。高鑫作为零售企业，在日常运营中较少涉及生物多样性相关的行为活动，但我们秉持保护生物多样性的承诺，与合作伙伴携手，持续开展生物多样性保护活动，同时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 | 保护野生亚洲象

2023年2月，高鑫发起“‘象’往未来”员工义卖活动，我们与西双版纳亚洲象保护协会达成合作，用义卖筹集的公益基金来协助解决野生亚洲象面临的“人象冲突”问题。此次义卖共筹集50,000元公益基金，将被投入在西双版纳亚洲象救护与繁育中心使用，为收容的野生亚洲象购买食物和药品。



“象往未来”捐赠仪式现场

50,000元

此次义卖共筹集公益基金

案例 | 守护濒危花木

濒危花木守护计划是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发起的环保公益项目。自2019年开始，我们每年通过开展消费活动，号召顾客共同参与守护行动。2019年，我们帮助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年我们守护了10,000株金花茶。2022年，花木星球“濒危花木守护计划”步履不停，来到了井冈山守护濒危物种山谷西施——井冈山杜鹃花，此次活动我们共同守护了10,000株野生井冈山杜鹃，面积达1,000亩，折合生态价值超过人民币2,400万元。

案例 | 绿哈达大润发生态保护共建村

“力士·绿哈达行动”是力士品牌开展的高原植草环保公益项目，该项目自2011年开启，十二年来已在青藏高原地区7个县区的10个乡镇累计种植牧草1,240万平方米。2022年，大润发继续携手力士在门店开展活动，消费者单笔消费累计满特定金额即可捐种1平方米草地。2022年，高鑫与力士共同在西藏高原种植草坪1,700亩，约1,132,200平方米。

动物福利

我们积极引进动物福利商品，逐步推进自身价值链中动物福利意识的传播。我们的上游供应商正探索可实现的动物福利。

案例 | 非笼养禽蛋

报告期内，我们引入新进供应商，合作上架了6款非笼养动物福利蛋新品，包括“天晟牧原动福蛋”“养只快乐鸡”等，引导消费者支持动物福利，倡导动物福利新消费理念。截至报告期末，非笼养禽蛋总销量4,766盒，增长率100%。



案例 | 青草散养走地牛

纽仕兰作为大润发长期合作的奶制品品牌之一，在其生产供应链中践行动物福利理念。其产品以“青草散养走地牛”而闻名，平均每头牛有2,300平方米牧场的生活空间，配有新鲜苜蓿草和黑麦草草素搭配，自然放牧，不打催奶素，拥有2个月的休假期。

04 责任采购 互助共赢

高鑫零售将稳定、高质量的供应链视作产品质量的源头保证，我们十分重视采购和供应环节的可持续管理，致力于携手供应商打造双赢发展模式，共同承担责任采购使命。



- 4.1 坚持可持续采购
- 4.2 保障高质量供应
- 4.3 携手互惠共赢



高鑫零售获得RSPO、FSSC 22000、ISO
认证的棕榈油商品占涉及棕榈油相关
商品销售业绩的 **59.4%**

华东区可追溯至原产地的牛肉商品
100%

坚持可持续采购

本集团始终坚持可持续采购模式, 在选择采购产品时, 我们会优先引进具备 MSC¹³、OFDC¹⁴ 资质的生鲜产品, 截至报告期末, 高鑫零售获得 RSPO¹⁵、FSSC 22000¹⁶、ISO 认证的棕榈油商品占涉及棕榈油相关商品销售业绩的 59.4%。

海产品与水产品

我们侧重采购可追溯性高的海产品与水产品, 同时鼓励支持所有供应商加强其供应链的可追溯性, 购买或饲养具有可持续追溯性的海产品或水产品。截至报告期末, 高鑫零售已实现可追溯至原产地的海产品品项主要包括品牌大闸蟹、乳山生蚝、海知缘活鱼系列、深水老黄鱼系列、龚老汉甲鱼等, 总销售额达到 7,995 万元, 占本集团水产业绩的 3.9%。



截至报告期末, 高鑫零售已实现可追溯至原产地的海产品品项总销售额达到

7,995 万元



截至报告期末, 高鑫获得 MSC¹⁷ 认证的海产品品项主要包括蓝雪 MSC 挪威北极鳕、深海日记南极银鳕鱼扒等, 报告期内的采购份额占本集团水产包装冻品业绩的 4.9%。



有机产品

在有机产品方面, 高鑫零售采取两端采购模式, 分批从菜市场和蔬菜基地进货, 通过对供应商的资质证明进行严格检验, 确保所有蔬菜、水果等品类都可追溯到生产端或具体摊位。另一方面, 我们加大和农业基地以及农民的合作力度, 进一步增加基地采购比例, 从而发展自有品牌以实现标准化种植和供应, 从源头保证产品的可追溯性。

报告期内, 高鑫零售旗下通过 OFDC 有机认证的种植基地有 6 家, 华东区全年在售有机蔬菜品项 85 个, 销售额达 1,200 万元, 占总蔬菜品类业绩的 1%; 有机水果方面, 佳沛新西兰有机奇异果的销售额达 22 万元; 有机水产方面, 有机紫菜、有机海带、有机甲鱼等的销售额达到 555 万元。



¹³ 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。
¹⁴ 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。
¹⁵ RSPO (Roundtable of Sustainable Palm Oil) 是可持续棕榈油圆桌倡议组织, 为了保证棕榈油可持续性声明的可信度, 所有依法拥有、生产、买卖 RSPO 认证可持续棕榈油产品的 RSPO 成员都需要经过 RSPO 认证。
¹⁶ FSSC 22000 针对食品和饲料安全 / 质量管理的食品安全体系认证 (FSSC 22000) 是一个国际承认的食品安全认证方案, 适用于食品链中的所有组织 —— 无论规模和复杂度如何。

¹⁷ 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。

牛肉及乳制品

高鑫零售可追溯至原产国的牛肉商品为进口牛肉，华东区可追溯至原产地的牛肉商品为 100%，其中国产牛肉占比达到 70%。

在乳制品方面，常温有机奶共有 8 个 SKU，通过包装上有机追溯码或有机追溯号进行追溯商品源的数量占比达到 100%。用户可通过微信扫描或输入有机码全程查阅有机商品的全部信息、资料，同时可链接到国家市场监督管理总局进行核实确认。

华东区可追溯至原产地的牛肉商品

100%



◆ 高鑫零售乳制品追溯系统

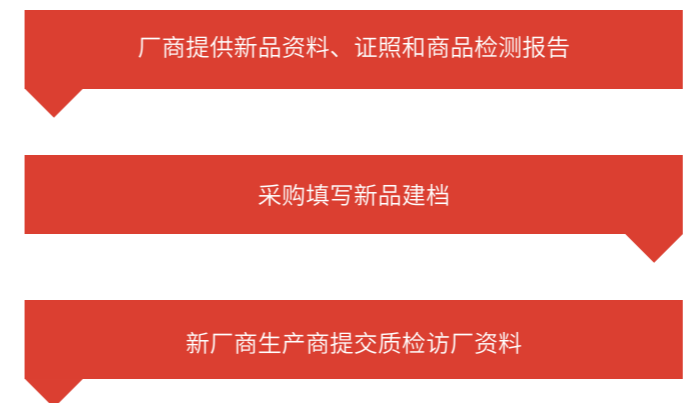


保障高质量供应

高鑫零售致力于打造高质量的供应链管理体系，通过规范供应商准入流程，建立标准化管理制度和评估流程，不断完善供应环节的风险防范以及商业道德行为的管理举措，尽可能地降低供应链风险。

供应商准入

高鑫零售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，设定了完善的供应商准入制度及审核要求，准入审核方面包括供应商资质、企业风险、运输风险和包材使用等。对于有准入意向的供应商，我们将要求其进行填写“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。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。在自有品牌工厂审核表中，环境和社会责任也将作为审核项进行审核和记录，针对法规层面的要求按照扣分项进行管理。



◆ 高鑫零售供应商审核流程



高鑫希望与各供应商在绿色和可持续发展理念方面达成共识，因此对于有可持续相关举措的供应商，如在环境管理、气候变化应对、人权、员工权益等方面表现良好的，本集团会将其作为筛选的重要依据，并在审核时进行额外加分。

此外, 本集团致力于优先选择具有 HACCP/ISO 22000 认证的供应商伙伴, 报告期内, 已获得 HACCP 认证的供应商伙伴达到 3,323 家, 获得 ISO 22000 认证的供应商伙伴达到 4,031 家。同时, 对于注册资本大于 500 万元人民币, 且已经取得 CGF¹⁸ 认可的体系认证证书的食品生产企业, 高鑫零售将优先引进。



截至 2023 年 3 月 31 日, 本集团合作的供应商按地区划分情况如下:

指标名称	按供应商地区划分	单位	2022/2023 财年
按供应商地区划分 大陆地区供应商数量	华东	个	7,008
	华北	个	4,498
	东北	个	3,452
	华中	个	4,240
	华南	个	4,932
	港澳台	个	0
	海外	个	0

¹⁸ CGF (Consumer Goods Forum) 即消费品论坛, 是会员制行业组织, 汇聚了来自 70 多个国家和地区的 400 余家成员企业, 旨在鼓励全球采用有利于消费品行业发展的做法和标准。

供应商管理

在经过供应商准入的审核流程之后, 高鑫零售将既有供应商进行分类管控, 通过事前引进、事中监管、事后追踪的全覆盖措施对供应商的原材料追溯、产品合格率、配送效率等情况进行考核审查。我们会定期开展访厂工作, 对既有供应商的实际运营情况进行实地考察, 包括资料的更新与合规、商业道德、员工人权以及环境管理方面的审查等。

- 所有车辆需装 GPS, 在确保采购材料可追溯性的同时, 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当年月评定梳理, 优胜劣汰, 淘汰表现欠佳的运输公司, 并对所承运的门店进行公开招标。
- 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。



车辆匹配、外车
承运供应商

- 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。



耗材、设备、工
程供应商

- 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。



劳务派遣供应商

- 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。



生鲜仓合作的承
运商

对于自有品牌的供应商，我们从现场审核、产品大规模评测、包装设计的可持续评估三大方面进行审查。



◆ 自有品牌供应商评估

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。

在推广本地化采购方面，为了进一步降低生鲜熟食产品在供应环节的损耗，本集团还积极引入运营地当地的特色产品进行直接销售，如东山枇杷、无锡水蜜桃、宏达烧鸡熟食。

供应商商业道德

高鑫零售在恪守商业道德的同时，还积极致力于加强供应商的廉洁建设，以提升供应商履责能力，稳固供应链正向发展。我们要求供应商在签约时必须签订“廉洁诚信约定函”，并附有廉洁诚信问题反馈渠道，明确诚信经营的相关条款，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。对于经营失信、不执行“廉洁诚信约定函”的供应商将被纳入黑名单。报告期内，与高鑫零售合作供应商的“廉洁诚信约定函”签署率达到 100%。对于发生的反腐举报案件，高鑫零售承诺将在 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，本集团过去三年累计进行供应商审计的次数为 4,484 次。

报告期内，
与高鑫零售合作供应商的“廉洁诚信约定函”
签署率达到

100 %

本集团过去三年共进行供应商审计的次数为

4,484 次



携手互惠共赢

高鑫零售为进一步深化与供应商的合作关系, 及时了解供应商需求与反馈, 建立了面向全体供应商的多元化供应商沟通及合作体系。通过各项现场调研与深入交流活动, 认真倾听供应商意见以满足供应商合理诉求, 积极创新双方合作形式以实现互惠共赢。

供应商交流

为了保障集团与供应商之间的信息互通, 促进双方的稳固发展, 高鑫零售每年度会不定期开展供应商培训, 内容主要覆盖食品安全、新系统、物流厂商培训等。此外, 我们也会与第三方知名企业合作共同开展供应商交流大会。

案例 | 高鑫零售 & 宝洁零售创新峰会

为确立下一财年的联合生意计划目标, 深入了解双方核心策略, 加速计划立项, 2023年2月8日, 高鑫零售与宝洁合作开展了创新峰会, 双方就市场消费者洞察、生意计划以及品类生意计划地点等内容进行了双向交流。



◆ 高鑫零售 & 宝洁“创新峰会”现场

案例 | 高鑫零售 & 联合利华零售交流会

2023年3月21日, 高鑫零售携手联合利华开展了2023/2024财年零售交流会, 双方以全球视角共同探讨中国零售行业的变革, 分享家清品类的发展趋势, 加深双方交流以寻求更多合作。



◆ “高鑫零售 & 联合利华零售交流会”现场

供应商赋能

高鑫零售在注重自身发展的同时, 将零售行业的可持续发展视为己任, 积极扶持业内供应品牌孵化, 共同促进零售行业的繁荣向阳。

案例 | 品牌孵化扶持—永璞咖啡

作为线上咖啡液主流品牌之一, 永璞咖啡致力于“做有温度的咖啡品牌”, 高鑫零售助推国产咖啡品牌, 在营销上推动线上品牌线下落地, 以更生动, 更平易的方式一起打造全链路咖啡解决方案, 展现一杯咖啡的温度。我们和品牌共同打造品类“咖啡节”主题, 活动覆盖全华东231家门店及线上生鲜、淘鲜达等, 同时给予永璞品牌活动资源支持, 如海报及资源位露出, 档期品牌促销业绩占咖啡液品类业绩的49.3%的良好成绩。



◆ 永璞咖啡宣传

05 以人为本 携手共进

高鑫零售深信员工是企业可持续发展的重要力量，时刻关注并保障员工合法权益，不断强化人力资源体系和制度保障，致力为员工提供公正、平等的机会和良好的工作环境。我们建立公平透明的晋升激励机制和多元化的员工培训体系，以实现企业与员工的成长共赢。



- 5.1 维护员工权益
- 5.2 助力员工发展
- 5.3 传递企业关爱



报告期内，
员工参训百分比达 **100%**

开展员工安全教育培训共 **236,725** 人次

截至报告期末，
工会覆盖率达到 **100%**

维护员工权益

高鑫零售秉承“以人为本”的用工理念，严格遵守《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》等有关法律法规，持续优化完善《员工手册》等内部制度，在其中明确了合法用工、尊重人权、保障员工合法权益等基本原则和要求，对招聘雇佣环节的合规性有着严格地把控。

我们倡导建立一个充满包容且关爱员工的氛围，尊重对待每一位员工，确保其免受欺凌、性骚扰、歧视或虐待等不当行为的困扰。

合规雇佣

我们恪守《禁止使用童工规定》，制定了多重入职认证流程，通过线上招聘系统核验和拦截潜在违规情况。如有童工、未签订劳动合同员工等异常雇佣关系出现，第一时间深入调查和跟进处理，并对制度和管理流程进行检讨与改进。员工亦可通过邮件、公开投诉电话、举报信箱等多个渠道进行投诉和申诉。截至报告期末，高鑫零售未出现使用童工、强制劳工等非法雇佣事件。

未成年人保护

我们在《劳动手册》中明确规定不招募未满 16 周岁的未成年员工，拒绝安排未成年员工从事可能危害身体健康和安全的岗位。

我们明确禁止任何侵犯员工权益的举动，包括但不限于职场骚扰，不适宜的评论、玩笑和行为，以及不合理加班等。为保障每位女性员工的专项权益，我们根据《中华人民共和国妇女权益保障法》签署《康成投资（中国）有限公司女职工特殊礼遇专项集体合同》。报告期内，签署集体谈判协议员工覆盖率 100%。

报告期内，签署集体谈判协议员工覆盖率

100%

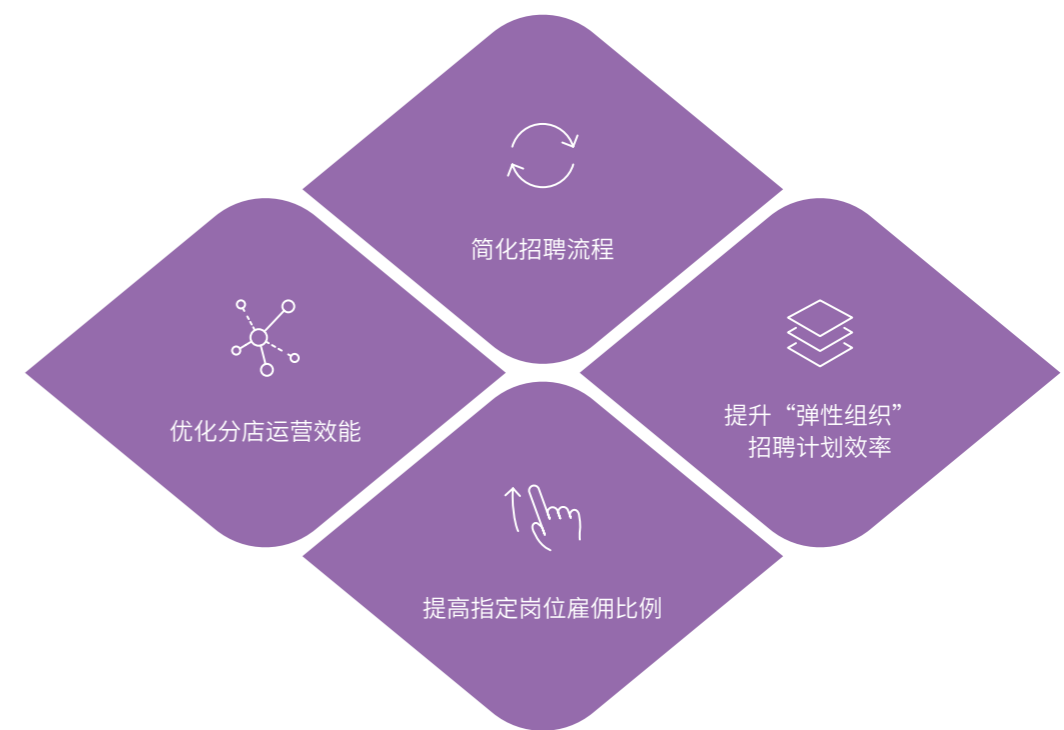
提倡合理工作时间

高鑫零售针对不同职位的员工采用了人性化工时制度，提倡员工在工作时间内完成工作任务，尽可能避免工作日及节假日加班。针对不可避免的加班情况，我们依据国家及当地政府的有关规定支付加班工资并给予调休安排。

多元化招聘

人才多元化对高鑫零售的可持续发展至关重要。我们致力于建立一个多元化、包容性强的办公环境和办公氛围，对各种形式的偏见与歧视持零容忍的态度，不因年龄、种族、肤色、宗教、性别、性取向、国籍、遗传、家庭状况、残障或政见等产生歧视或差别对待。我们相信来自不同背景的人才可以为集团带来不同思维方式的碰撞与火花，助力公司的可持续发展。

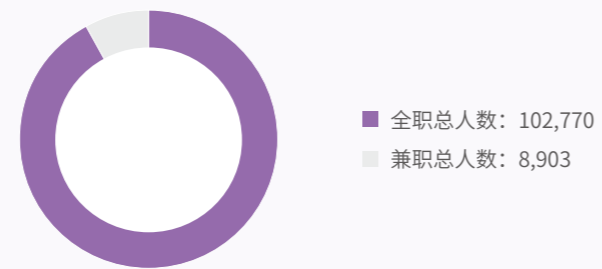
我们建立健全人事管理制度，规范招聘流程，并通过多元化的招聘渠道吸引人才。报告期内，我们在华东和华北区域开拓灵活用工平台，有效实现了招聘、雇佣和薪酬结算的全流程闭环式管理。同时，我们针对通过灵活用工平台雇佣的优质大学生，开展全方位的前置培养与辅导，提升人才队伍专业素养。



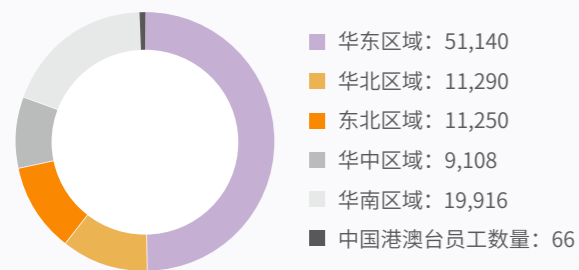
我们继续加强与高校的校企合作，合力推出前沿且实用的教学培育项目，打造高水准的年轻人才梯队，同时为年轻人职业发展注入力量与信心，助力其实现职业发展梦想。截至报告期末，我们已与 50 余家高校建立了合作关系，并在这些高校中累计招募了数千位优秀人才。

此外，我们持续为残障人士、少数民族等少数群体提供多种就业机会，根据残障人士身体实际情况提供便利的就业岗位并帮助其安心上岗，岗位包括美工、收发室、仓管、客服等，保障残障员工受到无差别对待，确保薪资实现同工同酬。截至报告期末，高鑫零售全职员工总数达102,770人，其中特殊人群及残障人士共1,345人（占比1.31%），少数民族共1,921人（占比1.87%）。

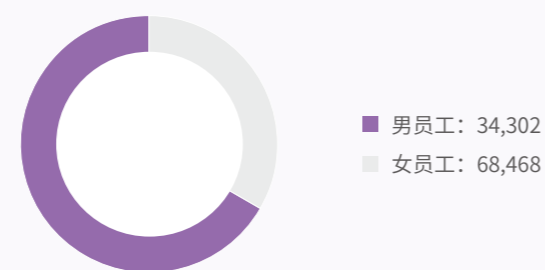
按雇佣类别划分 单位：人



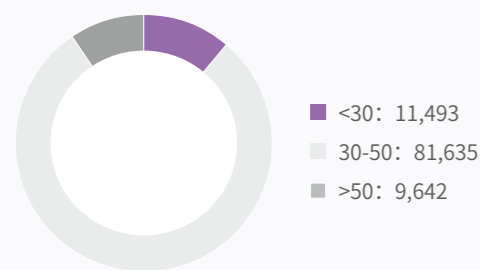
按地区划分 单位：人



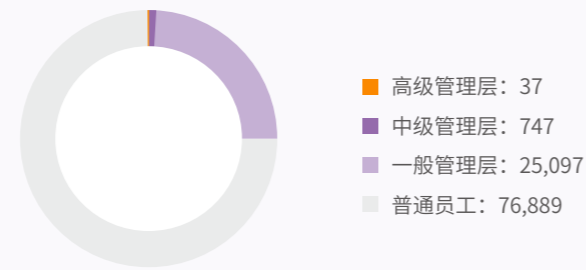
按性别划分 单位：人



按年龄划分 单位：人



按职级划分 单位：人

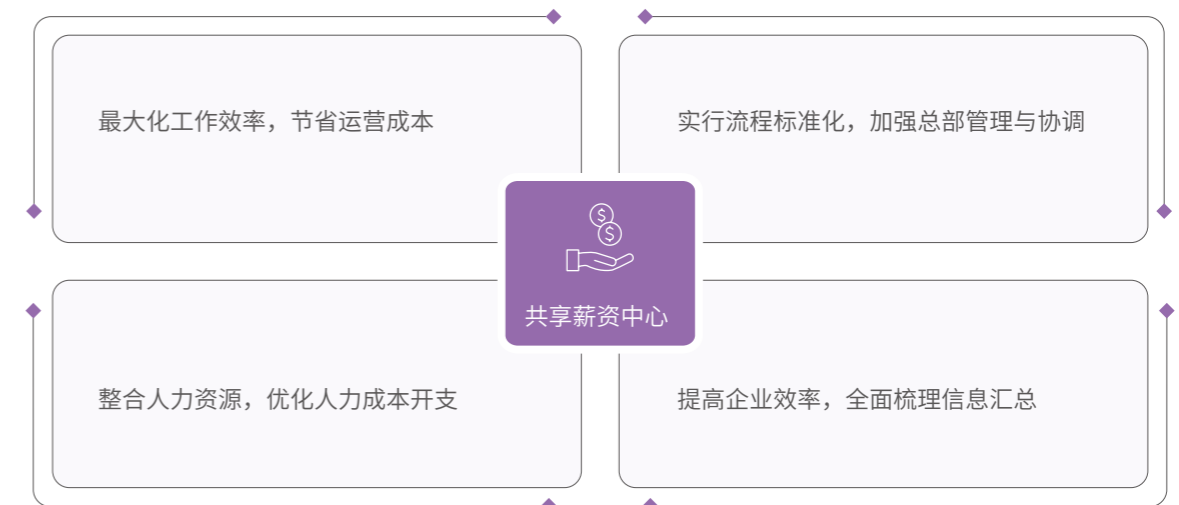


多元化

指标名称	单位	2022/2023 财年
女性员工在所有管理层（包括初级、中级和高级）的占比	%	51.85
女性员工在高级管理层的占比	%	33.33
女性员工在中级管理层的占比	%	38.26
女性员工在初级管理层的占比	%	52.29

薪酬福利

高鑫零售以同工同酬为基本原则，严格遵守薪资标准和国家地方薪资管理规定，持续完善薪酬与绩效体系。我们确保相同职位、工作表现和经验的男性员工和女性员工获得同等报酬，同时定期监测和评估市场趋势和行业实践，确保为人才提供具有市场竞争力的薪酬。报告期内，我们继续优化共享薪资中心的运营和薪资管理流程，引入薪资管理系统，通过全面的信息化管理，更高效、更精准地做出决策，有效提高薪资管理效率。



高鑫零售为员工提供包括固定薪酬、绩效奖金、股权激励以及员工退休福利计划的薪酬激励组合。我们针对短期内绩效优异的个人给予发放奖金激励。针对长期激励，我们建立了退休储备基金长期激励机制，向符合条件的员工推出了ETBS员工持股计划等激励项目。

奖金激励政策

- 会员数字化激励
- 拉新激励
- 战役激励

中长期激励

- 退休储备基金长期激励机制
- ETBS 员工持股计划
- 砥砺前行激励

除了提供有竞争力的薪酬组合外，我们保障员工基本的法定福利项目，为员工缴纳养老、医疗、失业、工伤、生育保险以及住房公积金，并在此基础上提供丰富的企业福利项目。我们提供面向全体员工的节日福利、团建、体育锻炼活动、兴趣爱好班，以丰富员工的业余生活。工会定期开展有益身心健康活动，员工有自由加入工会的权利。截至报告期末，工会覆盖率达到 100%。

同时，我们为工提供弹性工作制，部分员工可以根据自身情况安排两头班。在特殊情况下，本集团也为员工提供居家办公的机会。此外，高鑫零售不同运营地员工根据国家地方法律法规享有带薪育儿假及陪产假，让男性员工更积极地参与家庭生活。



丰富多彩的活动

我们努力充实员工工作之余的生活，营造和谐、有活力的企业文化。我们在特殊节日举办年会盛典、女神节等活动，工会持续开展各类兴趣班，包括爵士舞班、篮球班、羽毛球班等，并且连续三年由上海市静安区总工会公益乐学赠送各类免费课程例如插花、手工编织、普拉提等。



◆ 年会盛典



◆ 瑜伽班



◆ 女生节送花



◆ 少儿篮球班



◆ 羽毛球社



◆ 燃动瘦身营



◆ 大润发宝宝游泳公开赛

员工保障

高鑫零售高度重视员工的身体健康，我们为工购买了商业补充保险，提供了多重保障。我们建立了总保费为 150 万的“商业险”供保池，门急诊赔付 75%，住院赔付 50%。此外我们还为员工及其家属洽谈优惠商业重大疾病保险，保险覆盖员工及其配偶、子女。

助力员工发展

本集团致力为员工提供广阔的发展平台，帮助员工发掘个人潜力，实现自我价值。我们建立合理的绩效评估管理制度，不断优化员工能力，为员工发展与提升指明前进的方向。同时我们通过完善的培训体系与丰富的课程资源，提升员工的业务能力和综合能力，为员工追求职业梦想助力。

员工晋升

高鑫零售搭建了成熟的晋升管理体系，以公平公正、畅通健全的晋升过程保障人才的发展。我们通过全国范围内统一开展的线上考核，根据员工绩效数据、查核得分、任职经历、培训考核，视作能力及技术传承等维度的综合表现，判断岗位的匹配程度。同时，我们不断优化钉钉云课堂的线上考核模块，定期复盘线上考试题库，根据网络测试特点调整试卷，并由系统随机抽取题目、计时与阅卷，实现公平公正的评估。

高鑫零售高度重视员工流失情况，我们不断改进集团文化和工作环境，努力为员工提供更具吸引力的事业发展和成长机会。报告期内，高鑫零售总体员工流失率为 21.02%，按不同类别划分如下：

指标名称	单位	2021/2022 财年	2022/2023 财年
总流失率	%	18.2	21.02
按年龄划分			
<30 员工流失率	%	33.8	54.70
30-50 员工流失率	%	13.3	16.52
>50 员工流失率	%	31.2	19.61
按性别划分			
男员工流失率	%	20.1	21.60
女员工流失率	%	17.3	20.73
按地区划分			
华东区域员工流失率	%	20.8	18.26
华北区域员工流失率	%	20.7	28.58
东北区域员工流失率	%	1.2	20.75
华中区域员工流失率	%	4.8	25.47
华南区域员工流失率	%	22.5	21.79
中国港澳台员工流失率	%	16.3	16.78

员工培训

我们高度重视每一位高鑫人的职业发展，为每一位员工提供全方位多元化的职业规划，搭建一个稳定、可持续的职业发展平台。通过我们良好的提升机制，员工不断成长和进步，实现个人和企业共同发展的目标。

师资管理

报告期内，我们建立了《内训师管理办法》，将内训师共分为4个等级，分别为准星讲师、三星讲师、四星讲师、五星讲师。总部人才发展部门每年定期开展内训师晋级考核，对符合条件的候选人予以面谈答辩，并按不同维度进行打分。报告期内共新认证45位讲师，讲师总数达488位。

报告期内共新认证讲师


45位

讲师总数达

488位


准星讲师

- 通过转述审核通过




三星讲师

- 通过内训师认证1年以上
- 年累计授课时长6小时以上
- 学员评价平均分80分以上
- 需完成TTT培训考核




四星讲师

- 通过三星讲师认证1年以上
- 累计授课时长12小时以上，面向经理级员工授课累计达4小时
- 学员评价平均分85分以上
- 参与至少1门标准课程的开发
- 通过各区四星讲师面谈答辩



五星讲师

- 通过四星讲师认证1年以上
- 年累计授课时长16小时以上，其中给总监级以上员工授课累计达4小时
- 学员评价平均分90分以上
- 参与至少2门标准课程的开发
- 通过总部五星讲师面谈答辩



◆ 内训师等级评定标准


此外，我们启动内训师培养与管理等一系列活动，包含开展内训师TTT培训¹⁹、内部通用课程授权认证培训、教师节表彰、过往内部授课、讲师转述审核认证及评级。

¹⁹ TTT 培训 (Training the Trainer to Train) 指帮助培训师掌握基础培训技能的培训。

学习发展亮点项目


高鑫零售的成长与员工的学习发展紧密相连。我们根据集团战略与不同阶段、不同岗位的员工发展需求，设计与开发差异化的学习方案，注重理论与实际相结合，并不断完善培训体系，有效提升员工的竞争力和自我发展能力。

报告期内，围绕我们管理能力和专业能力相结合的模块化和阶段化培训体系，我们开展了各类培训：



领导力项目系列


- 高鑫零售领导力系列项目面向集团管理层级员工，聚焦管理能力提升、业务增效创新、组织协同聚能，为集团三大策略两大能力的建设落地提供教练平台和群体智力支持，建立高中基层人才培养体系，助力组织人才内生与供给。
- 领导力项目系列包括第一阶段“高管层领导力研修”、第二阶段“中层关键岗位人才赋能”和第三阶段“基层管理提升”。第三阶段将计划在2023/2024财年实施，面向基层管理者，以自我管理提升和团队管理赋能为目标。



鑫海储干计划

- 本计划主要培训主题包括集团人力发展计划、门店运营层面专业知识、零售行业介绍、集团策略及业务介绍、企业文化等方面，覆盖全国各门店新招聘储备干部。
- 报告期内，鑫海储干计划采用线上加线下的模式，共培训11期，参与培训人员达615人。

参与培训人员达 **615人**



晋升与专业能力培训

- 晋升培训：针对初级管理人员开展102期次的管理与专业能力提升，并将集团战略走向融合入日常管理和培训中。
- 专业培训：对各门店共开展81期次线上及线下针对业务线组长进行生鲜供应链和卖手培训，主题主要围绕生鲜供应链思路、供应链买手组织介绍、品控体系介绍、蔬果专业知识等方面。



◆ 雁领未来培训 - 第五期



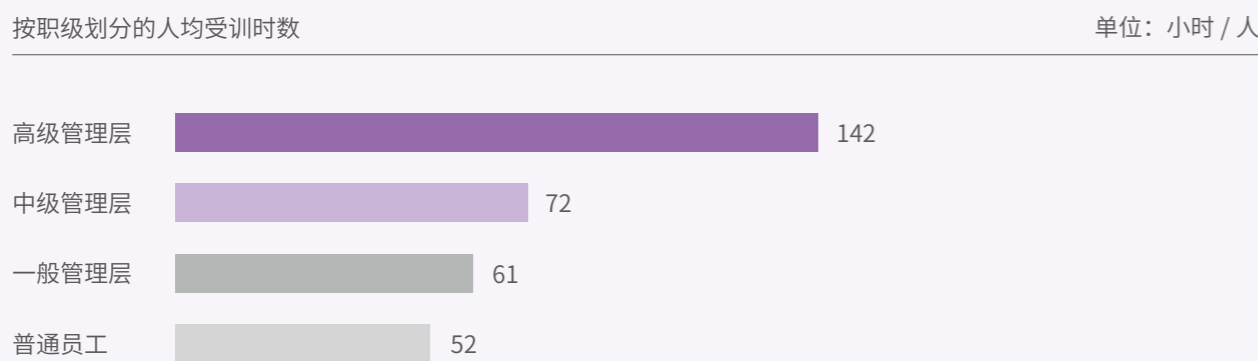
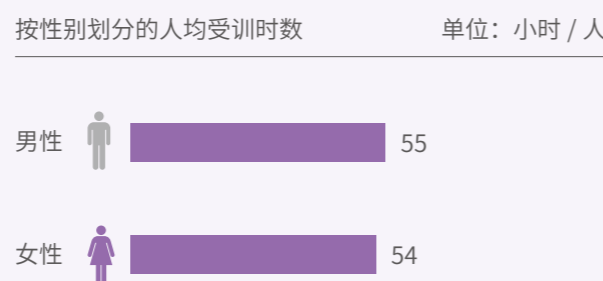
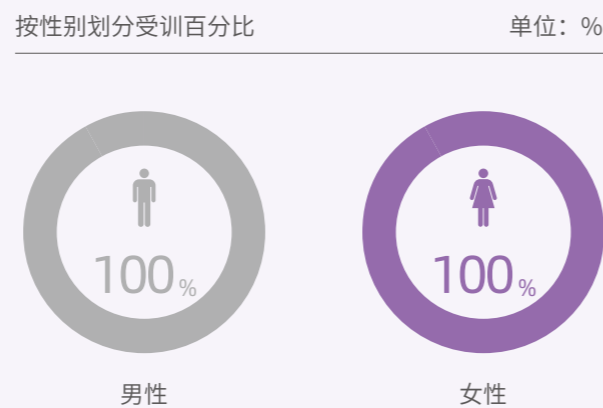
◆ 鑫海储干计划 - 华南区



◆ 卖手培训 - 华东区



◆ 晋升培训 - 华南区



传递企业关爱

本集团尊重并感恩每一位高鑫人的辛苦劳动，努力让每一位员工感受到家人般的关爱。我们注重员工沟通与关怀，通过举办不同的员工关怀活动，增强团队凝聚力，拉近员工之间的距离，打造有归属感的高鑫队伍。同时，我们始终将员工的健康安全放在经营活动的重要位置，为员工创造安全健康的工作环境。

员工沟通与关怀

在高鑫零售，我们坚信员工沟通与关怀不仅仅是一种人性化举措，更是高鑫价值观的体现。我们在报告期内开展一系列员工关怀举措，注重员工身心健康发展，努力了解员工困难和诉求，并及时做出沟通反馈。此外，我们定期举行员工满意度与敬业度的“磐石调查”，加强企业与员工的双向交流。

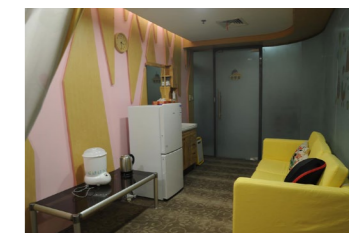
- 丰富的才艺舞台**

我们为员工组织了多项关怀活动，让员工在工作之余获得身心放松和愉悦，例如“线上端午龙舟比赛”“大润发工匠创意大赛”等。
- 至微的女性关怀**

我们注重女性员工的生活与工作平衡，为女性员工提供一个安全、健康、舒适的工作环境。

我们为有哺乳需求的员工设立母婴室，提供了私密、整洁的哺乳场所。
- 全面的员工沟通**

高鑫零售高度重视与员工保持沟通交流，认真倾听每位员工的声音。我们持续构建信息反馈平台，设立申诉热线，收集员工诉求。此外，我们每月开展员工座谈会，面对面了解员工的困难和需求。



◆ 母婴室



◆ 员工座谈会

员工健康与安全

保障员工的身心健康是企业不可推卸的责任，同时也是集团稳定运营的前提条件。高鑫零售严格遵守《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，建立了全面的安全培训体系和管理细则，提高全体员工的安全意识，提高安全事故的预防和突发事件的应对能力。高鑫零售在 2020/2021 财年未发生因工亡事故（因工亡故比率-每百名员工为 0%），2021/2022 财年共计 7 例员工工伤事故死亡人数（因工亡故比率-每百名员工 0.006%），2022/2023 财年 7 例员工工伤事故死亡人数包括 6 例疾病死亡、1 例交通事故死亡（因工亡故比率-每百名员工 0.006%）。

健康安全管理

围绕“安全第一、违章为零、隐患为零、事故为零”的安全目标，高鑫零售不断对相应的内部规章制度进行完善和修订。我们识别出安全风险，加强生产运营活动中监督与检查力度，有效守护员工的生命安全和身体健康。

报告期内，我们对公共安全检查题库进行修订与升级，将安全检查项目划分为严重、重大和一般三个等级，共新增 3 项、升级与更新 29 项、降级与删除 6 项。

安全意识提升

我们将安全学习要求与员工的岗位技能需求相结合，打造系统化员工安全教育培训流程，全方位进行宣贯并强化安全考核。我们开展的线上及线下的全国门店安全教育培训涵盖全体员工、门店导购及配送骑手，培训内容包括正确使用安全带、登高作业流程和消防安全知识等，降低安全风险和员工工伤率。



安全实操演练

除了安全意识教育，我们同时注重实操演练的开展。针对从业场所可能存在的安全隐患，我们定期安排门店消防、反恐、停电等方面的演练，让员工了解应对突发事件的基本方法和技巧，提高员工应急处置和自我保护的能力。报告期内，我们共开展 1,543 次消防演练，共计 244,169 人次。



截至报告期末，高鑫零售在消防安全方面共有 23 家门店获得“消防先进单位”，40 位员工获得“消防先进个人”，以及“治安先进集体”和“治安先进个人”各 7 个奖项。未来，我们将继续加强安全防范的实操演练，为员工的安全和健康保驾护航。



指标名称	单位	2022/2023 财年
员工工伤事故数量	件	562
员工工伤事故死亡人数	人	7
因工伤损失工作日数 - 员工	天	29,568
每百万工时工伤事故数 - 员工	次 / 百万工时	1.87
每百万工时职业病患病人数	人 / 百万工时	0

06 回馈社区 共创美好

高鑫零售积极关注慈善公益事业，集合自身优势资源及多方力量，在社会健康、助老、助农等多个维度长期开展公益活动，与社会大众携手，主动担当社会公益责任，为员工、社区等利益相关方创造更大的价值。



6.1 传播爱心力量



高鑫零售 公益大润发

报告期内，
本集团公益项目捐赠总额为

2,517.5 万元

传播爱心力量

高鑫零售不断探索持续性的公益活动和社会服务形式，通过关爱社会健康、关注多元人群等维度，开展多项公益活动，传达公益理念。报告期内，本集团公益项目捐赠总额为 2,517.5 万元。

本集团公益项目捐赠总额为

2,517.5 万元

助力社会健康

社会健康是一个社会可持续发展的基石。高鑫零售关注多方群体，围绕儿童饥饿、口腔健康、皮肤健康等方面，营造健康公益文化，激发更广泛人群的公益愿力。

案例 | 温暖行动 - 埃塞儿童零饥饿行动

2022 年 11 月，高鑫零售为帮助发展中国家贫困地区儿童面临饥饿的问题，积极与中国扶贫基金会合作，共同开展埃塞儿童零饥饿行动。本集团通过中国扶贫基金会“善行 100”官方微信小程序，招募大学生志愿者到门店宣传并发起“邀请捐”页面，引导顾客进行爱心捐赠。



◆ 埃塞儿童零饥饿行动宣传海报

报告期内，本次活动共计覆盖大润发门店

14 家

高校

11 所

募集善款人民币

96,815 元

案例 | 卫蓝力量 - 蓝多霸健康公益活动

2022 年 11 月，为助益儿童健康，提升儿童生活环境质量，大润发携手联合利华蓝多霸品牌，一同改善乡村儿童的如厕条件，凡购买蓝多霸啫喱套装系列或泡泡系列产品 1 套，蓝多霸将携手大润发共同捐赠 1 瓶蓝多霸洁厕产品。

自公益活动落地，该项目已为全球 60 万人建立如厕设施，为全球 2,800 万人洁净乡厕环境，捐赠洁厕产品改善学校厕所卫生状况，守护孩童健康，并建立健康如厕小课堂，普及卫生知识。报告期内，大润发全国区域内共计完成 12,052 件商品销售，向上海市儿童基金会捐赠总价值约合 420,000 余元人民币的蓝多霸洁厕啫喱 25,020 瓶。

本次活动向上海市儿童基金会捐赠

蓝多霸洁厕啫喱

25,020 瓶

总价值约合人民币

420,000 余元



◆ 蓝多霸健康公益活动宣传海报

案例 | 强生公益 - 守护农娃，以爱回应

2022 年 6 月，大润发联手合作伙伴强生，号召人们关注留守儿童的肌肤健康问题。在此次公益项目中，消费者在全国大润发或欧尚门店，购买强生婴儿任意产品满一定金额，强生将为留守儿童捐赠一瓶润肤产品，并帮助当地儿童树立保护肌肤健康的意识，普及科学的肌肤护理方法。

报告期内，高鑫零售携手强生在此次活动中达成全国业绩 3,670,166 元人民币，捐赠润肤产品总金额达 650,000 元人民币。



◆ 守护农娃，以爱回应宣传海报

案例 | 口腔健康 - 守护中华口腔健康公益活动

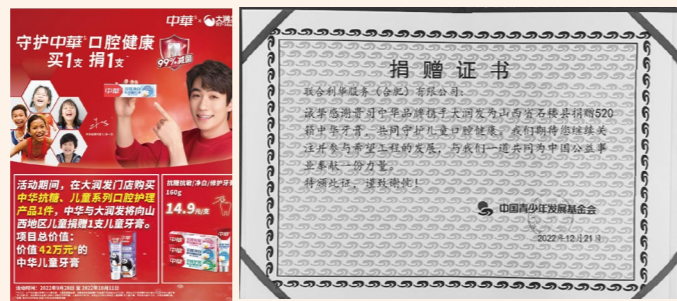
2022年11月，大润发与中华合作开展守护中华口腔健康活动，消费者在全国大润发门店购买任意中华抗糖或儿童系列产品1件，中华携手大润发为山西地区儿童捐赠一支中华儿童牙膏。

报告期内，高鑫零售携手中华共计捐赠牙膏

26,675支

捐赠总价值约人民币

420,000元



守护中华口腔健康公益活动宣传海报

关爱多元群体

高鑫零售在多年公益经验积累的基础上，不断扩增公益活动范围，增加公益投入，关爱每一个群体。

案例 | 女性关爱 - 护舒宝“我就是女生 青春更自信”公益活动

2022年12月护舒宝与大润发携手通过中国教育发展基金会关爱青春期女生，开展“买一捐一”公益活动。消费者购买护舒宝任意产品，护舒宝携手大润发为刚步入青春期的女生捐赠相应片数的护舒宝卫生巾。同时，护舒宝和大润发联合冠名1所希望小学的厕所改造项目，关注女性生活环境，助力女性自信成长。

报告期内，高鑫零售携手护舒宝在此次活动中捐赠卫生巾

544,840份

总价值约合人民币

440,000元



“我就是女生 青春更自信”公益活动

案例 | 敬老爱幼 - 重阳节公益活动

2022年10月4日是重阳节，高鑫零售秉持“社区好邻居，生活好帮手”的理念，开展多元化、人性化的公益活动。于重阳节当日，为小朋友与家中60岁以上长辈进店购物的消费者赠送重阳糕、长寿面等礼品，以实际行动回馈消费者。



重阳节公益活动

报告期内，高鑫零售大润发门店总计捐赠礼品总价值约人民币

80,000元

案例 | 贫困帮扶 - 助农公益活动

2022年11月，河南安阳一村菜农种植的1,000多亩芹菜面临滞销，大润发门店得知后，第一时间验收品质并收购蔬菜，装载20,000斤助农芹菜的货车抵达山东，并快速在山东40多家门店上架。同时大润发还前往菏泽、烟台、郑州等多地对农户滞销的蔬菜进行了收购，全力帮助解决滞销难题。



助农公益

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。	应对气候变化 保持环保运营
	关键绩效指标 A1.1	排放物种类及相关排放数据。	应对气候变化 保持环保运营
	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）。	应对气候变化
	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）。	保持环保运营
	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）。	保持环保运营
	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。	环境目标追踪 应对气候变化 保持环保运营
	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。	环境目标追踪 保持环保运营
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。	保持环保运营
	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）。	应对气候变化
	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）。	保持环保运营
	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。	环境目标追踪 保持环保运营
	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。	保持环保运营
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。	保持环保运营	

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
A3: 环境及天然资源	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。	应对气候变化 保持环保运营
	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。	应对气候变化 保持环保运营
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项的政策。	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项，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。	维护员工权益
	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。	维护员工权益
	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。	助力员工发展
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。	传递企业关爱
	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。	传递企业关爱
	关键绩效指标 B2.2	因工伤损失工作日数。	传递企业关爱
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。	传递企业关爱	
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。	助力员工发展
	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。	助力员工发展
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。	助力员工发展	
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。	维护员工权益
	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。	维护员工权益
	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。	维护员工权益

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
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。	保障高质量供应
	关键绩效指标 B5.1	按地区划分的供应商数目。	保障高质量供应
	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。	保障高质量供应
	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。	保障高质量供应
	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。	保障高质量供应
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。	食品质量与安全把控
	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。	食品质量与安全把控
	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。	创造良好购物体验
	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。	企业治理
	关键绩效指标 B6.4	描述质量检定过程及产品回收程序。	食品质量与安全把控
B7: 反贪污	关键绩效指标 B6.5	描述消费者资料保障及私隐政策，以及相关执行及监察方法。	创造良好购物体验
	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。	传播爱心力量
	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）。	传播爱心力量
	关键绩效指标 B8.2	在专注范畴所动用资源（如金钱或时间）。	传播爱心力量

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》

《香港联合交易所有限公司证券上市规则》

香港联交所附录二十七《环境、社会及管治报告指引》

香港联交所附录十四《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》

《禁止使用童工规定》

《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》

《中华人民共和国专利法》

《中华人民共和国商标法》

《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》

《预包装食品标签通则》（GB7718-2011）

《预包装食品营养标签通则》（GB28050-2011）

《食品标识管理规定》

《中华人民共和国消费者权益保护法》

《食品召回管理办法》（2020 年修订版）

《消费品召回管理暂行规定》

《国民营养计划（2017-2030 年）》

《中国防治慢性病中长期规划（2017-2025 年）》

《健康中国行动（2019-2030 年）》

《中国居民膳食指南（2022）》

《中华人民共和国网络安全法》

《信息安全技术个人信息安全规范》

《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》

内部政策制度

《企业管治及合规手册》

《员工手册》

《康成投资（中国）有限公司女职工特殊利益专项集体合同》

《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》

《生鲜商品质量和仓储作业管理规范》

《生鲜产品原料到货验收标准》

《生鲜仓冷链作业规范》

《蔬果存储温度和留库库龄标准》

《企业食品安全主体责任管理制度》

《商品重大异常处理流程召回》

《生鲜商品报废作业规范》

《康成投资（中国）有限公司产品安全 checklist》

《康成投资（中国）有限公司数据安全规范（试行）》

《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》

《康成投资（中国）有限公司 LINUX 操作系统安全基线》

《个人信息安全事件预案》

《环境保护章程》

《能源控制管理规范》

《监控组工作行事例》

《门店废纸板回收流程》

《垃圾袋配置使用操作规范》

《内训师管理办法》

SUN ART
Retail Group Limited

股份代号：6808

公司网址：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