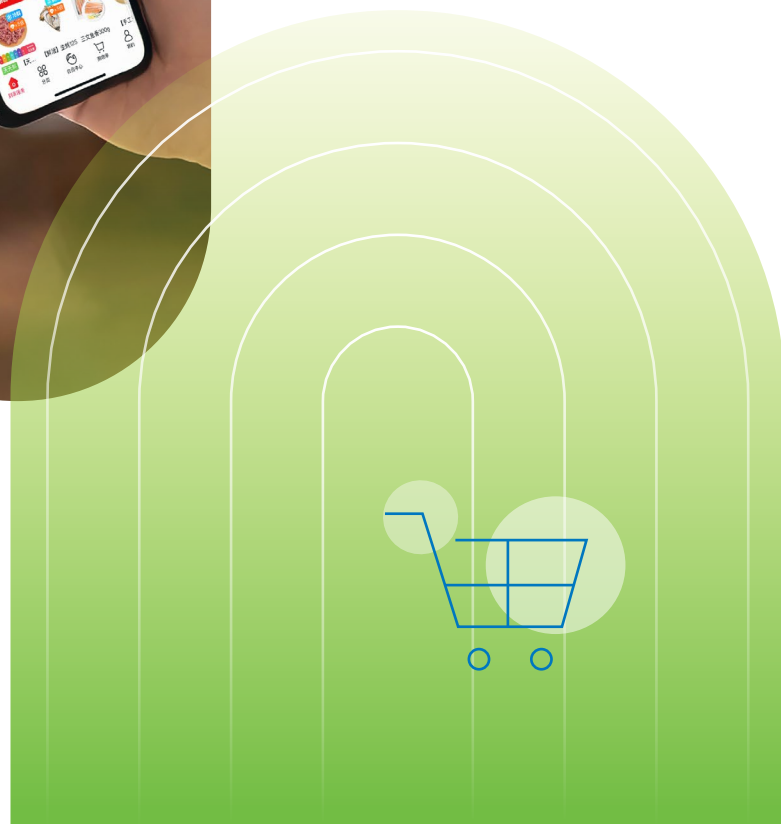


环境、社会及管治报告

2023
—
2024



目录

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

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

01 责任引领，治理铸基

ESG 管治	12
持份者沟通	13
重要性评估	14
企业治理	15

02 品质为本，服务至上

强化品质安全	22
甄选优质匠心产品	30
构筑满意购物环境	36

03 环保引领，绿色前行

环境目标追踪	48
应对气候变化	50
笃行环保运营之责	59
生物多样性与动物福利	65

04 责任供应，合作共益

坚守可持续采购之道	70
保障卓越供应质量	71
畅通有效双向交流	76

05 以人为本，携手共进

保障员工权益	80
扶持员工发展成长	86
滋养人文关怀	92

06 善举凝心，美好同行

传递温暖关怀	98
--------	----

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”）发布的第七份环境、社会及管治（以下简称“ESG”）报告，重点披露本公司的环境、社会和管治等方面表现的相关信息，时间跨度为 2023 年 4 月 1 日至 2024 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 C2《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 个月内高鑫零售及其并表子公司。

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 2023/2024 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

高鑫零售构建了“董事会-ESG 管理委员会-ESG 工作小组”三级 ESG 管治架构，通过自上而下的治理体系，在运用中积极践行可持续发展理念，持续推行卓越的环境、社会及管治（ESG）标准，努力响应国家“双碳”目标及“2035 远景目标”规划。

董事会作为公司 ESG 工作的最高决策机构，肩负企业 ESG 战略和目标的实施监督职责，审阅 ESG 风险与机遇的识别结果和 ESG 议题重大性，并审批 ESG 信息披露。董事会凭借其专业能力和多元化视角，为 ESG 管理委员会和 ESG 工作小组提供战略指导和决策支持。ESG 管理委员会作为连接董事会与 ESG 工作小组的桥梁，负责监督企业 ESG 工作的执行情况，并定期向董事会汇报 ESG 工作进展。

董事会每年至少召开一次会议，对公司整体 ESG 战略进行回顾和指导，评估已识别的 ESG 风险和机遇，审核 ESG 目标的设定与进展情况，并对年度 ESG 报告进行最终审批。

报告期内，董事会听取了关于环境目标的进度汇报，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。针对 ESG 议题的重大性评估，高鑫零售结合持份者反馈，资本市场发展趋势、公司经营状况以及同行优秀实践，最终分析梳理出 29 项 ESG 重大议题，并进行矩阵排布，按照议题重要程度调配企业资源，高效推进 ESG 执行工作。截至报告期末，董事会最终审批通过了 11 项极其重要的 ESG 议题、15 项非常重要的 ESG 议题以及 3 项重要的 ESG 议题。同时，本集团紧密跟进 ESG 风险的管控工作，确保维持优秀的 ESG 推进态势。

未来，董事会将继续履行 ESG 管治职责，密切关注 ESG 目标推进情况，巩固和拓展公司 ESG 领域成果，推动公司在 ESG 方面实现更多进步。

截至报告期末，董事会最终审批通过了



11 项

极其重要的 ESG 议题

15 项

非常重要的 ESG 议题

3 项

重要的 ESG 议题

首席执行官致辞



沈辉先生

首席执行官
二〇二四年七月

2023/2024 财年，高鑫零售继续加大可持续发展理念渗透至公司日常运营，稳步推进可持续发展工作落地，夯实公司 ESG 发展根基，在环境、社会 and 治理三大领域均取得了积极成果。

过去这一财年，高鑫零售通过成熟的 ESG 管治架构，从董事会至 ESG 管理委员会至 ESG 工作小组，从上至下传递 ESG 发展策略，追踪 ESG 管理目标，提升 ESG 表现水平。

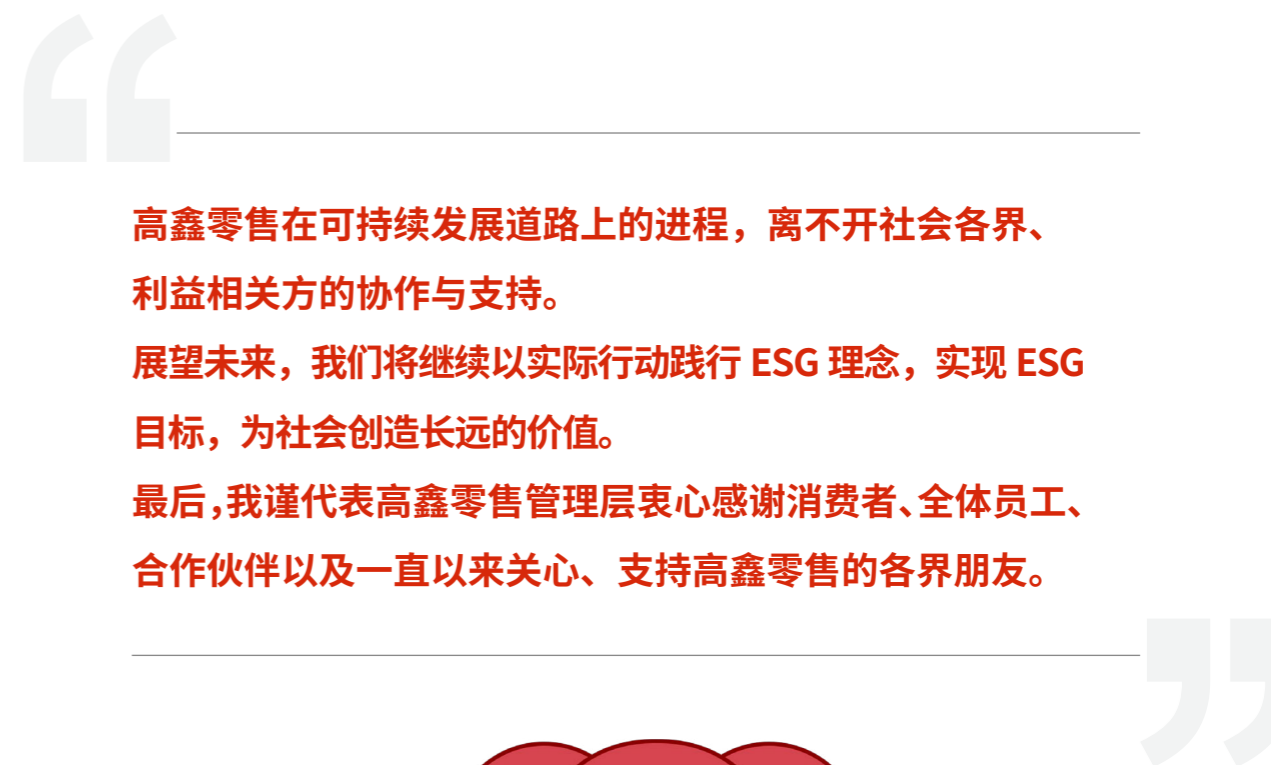
为消费者提供优质的产品与服务是高鑫的立足之本。报告期内，我们新增制定了一系列更加完善的内部管理制度和过程监督机制，从产品储存、运输、门店、配送各环节严控质量风险，严格执行各项质量管理举措。报告期内，高鑫零售未发生任何因产品安全与健康理由而须召回的事件。为进一步传播健康生活理念，我们优化了“3H”（更健康、更和谐、更快乐）健康与营养战略，持续拓展产品线，为消费者提供更丰富、健康的商品选择。同时，我们努力升级服务水平，在加强与顾客的沟通基础上，实践了一系列举措优化顾客线上线下的购物体验。

我们持续推进公司绿色低碳转型发展，在各运营环节中积极落实环保行动方案。报告期内，我们加大清洁能源使用，共计采购清洁电力59,304.1万度，实现减碳约377,096吨，8家门店新建光伏项目竣工。同时，我们优化了现有环境管理系统，提高了数字化管理效率。

供应链管理及其可持续性运作关乎公司自身的可持续发展，也是产品质量保障的重中之重。报告期内，我们通过规范化的供应商全生命周期管理机制，对供应链风险保持常态管控。我们积极促进供应链可追溯性，以打造完善的可持续采购闭环。

高鑫零售秉持着“以人为本”的用工理念，在保障员工权益的基础上，努力打造公平、多元、健康、幸福的工作环境。我们建立了完善的晋升管理体系以及科学的绩效评估机制，配套丰富的培训资源，提升员工能力与技能，实现员工个人职业发展和企业整体发展的双赢。为了提高员工的工作体验，我们通过工会及“磐石调查”聆听员工反馈，并配备福利项目。

报告期内，我们在社会健康、多元群体关爱以及社会救灾等多方面积极发力，贡献高鑫的爱心力量。



高鑫零售在可持续发展道路上的进程，离不开社会各界、利益相关方的协作与支持。
展望未来，我们将继续以实际行动践行 ESG 理念，实现 ESG 目标，为社会创造长远的价值。
最后，我谨代表高鑫零售管理层衷心感谢消费者、全体员工、合作伙伴以及一直以来关心、支持高鑫零售的各界朋友。



2030年碳中和
可持续发展理念
绿色供应链
品质至上
责任采购
健康与安全
新鲜
环保
爱心善举
清洁电力
垃圾分类
舒适
便利
新鲜
信任
服务
一次购足
有机产品
扶贫助农
新鲜
便利
人权
服务
便利
分
碳减排
舒适
新鲜
健康
品质
责任
绿色
环保
可持续发展

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，本集团深耕零售行业多年，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。2022年，高鑫开启自有品牌布局规划，以“安全、健康、快乐、好物不贵”作为品牌理念，逐步拓增多品类赛道，加速提升商品差异化占比。报告期内，高鑫进一步升级“重构大卖场2.0”计划，以消费者视角出发，全力打造健康快乐的购物场景。



◎ 高鑫零售企业文化



◎ 高鑫零售发展历程

高鑫零售将坚定以创新为引领，不遗余力地推动生鲜供应链的优化升级以及企业数字化能力的全面提升。我们持续稳固并发力线上销售，深化与外卖平台的合作模式，努力扩大服务半径。在现有门店的商业模式基础上，高鑫将继续优化“M会员店”的运营模式，加速门店扩张，为消费者提供便捷、优质的购物体验。

年度亮点

01 责任引领，治理铸基

新增独立非执行女性董事 1位

新发布反腐败内部制度 5项

1位

5项

董事商业道德培训覆盖率为

100%

员工商业道德培训人次达

覆盖率达

91,765人次

100%

培训时长达

30,588小时



03 环保引领，绿色前行

共完成4个省份清洁电力采购近

59,304.1万度

实现减碳

377,096吨

使用R448A制冷剂门店共计有

74家

完成光伏建设门店共计

30家

新增华南物流中心光伏铺设面积约

20,000平方米

新增用于运输货物新能源车

10辆

厨余垃圾较上财年减少约17.0%，减少

7,804.8吨

04 责任供应，合作共赢

自有品牌乳制品可实现追溯至原产地

100%

华东区的牛肉商品可追溯至原产地

100%

本财年累计制造商审核

1,049家

供应商“廉洁诚信承诺书”签约率达

100%

自有品牌海产品可追溯至原产地的占比达到

73.7%

已获得HACCP认证的供应商伙伴达到

599家

获得ISO 22000认证的供应商伙伴达到

797家

02 品质为本，服务至上

开展食品安全与质量培训共

1,555,912学时

覆盖

478,762人次

因产品安全与健康理由而须召回的事件

0起

在售有机产品SKU逾 通过OFDC有机认证的种植基地

400个

29个

85%

进口水产冻品品项有MSC/BAP/ASC认证

发生数据泄露及网络安全事件

0起



05 以人为本，携手共进

由独立工会代表或集体谈判协议涵盖的雇员百分比为

100%

高鑫零售全职员工中特殊人群及残障人士共占比

1.57%

各门店员工经过内部筛选后通过认证，成为培训师

150名

所有管理层中的女性占比达

51.99%

培训覆盖在职员工

100%



06 善举凝心，美好同行

高鑫零售在爱心公益方面共捐赠资金人民币

36.32万元

携手强生向留守儿童捐赠润肤产品价值超

200万元

携手中华向偏远地区的儿童捐赠牙膏价值

100万元



责任引领 治理铸基

高鑫零售坚守合规运营原则，持续完善管治架构和体系，将可持续理念融入公司战略之中，形成了自上而下的 ESG 管治体系。在日常运营过程中，我们与各利益相关者保持密切沟通，虚心倾听各方建议，不断优化公司 ESG 管治表现。同时，我们围绕风险管理、商业道德和知识产权保护等方面规范开展管理工作，努力提升企业综合治理水平与表现。

<input type="checkbox"/>	ESG 管治	12
<input type="checkbox"/>	持份者沟通	13
<input type="checkbox"/>	重要性评估	14
<input type="checkbox"/>	企业治理	15



ESG 管治

高鑫零售将可持续理念与企业发展战略深度融合，建立了由董事会、ESG 管理委员会、ESG 工作小组构成的三级 ESG 管治架构，形成了从上至下的 ESG 管治体系。同时我们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，帮助公司合规且高效地开展 ESG 工作。



◎高鑫零售 ESG 管治架构及职责

持份者沟通

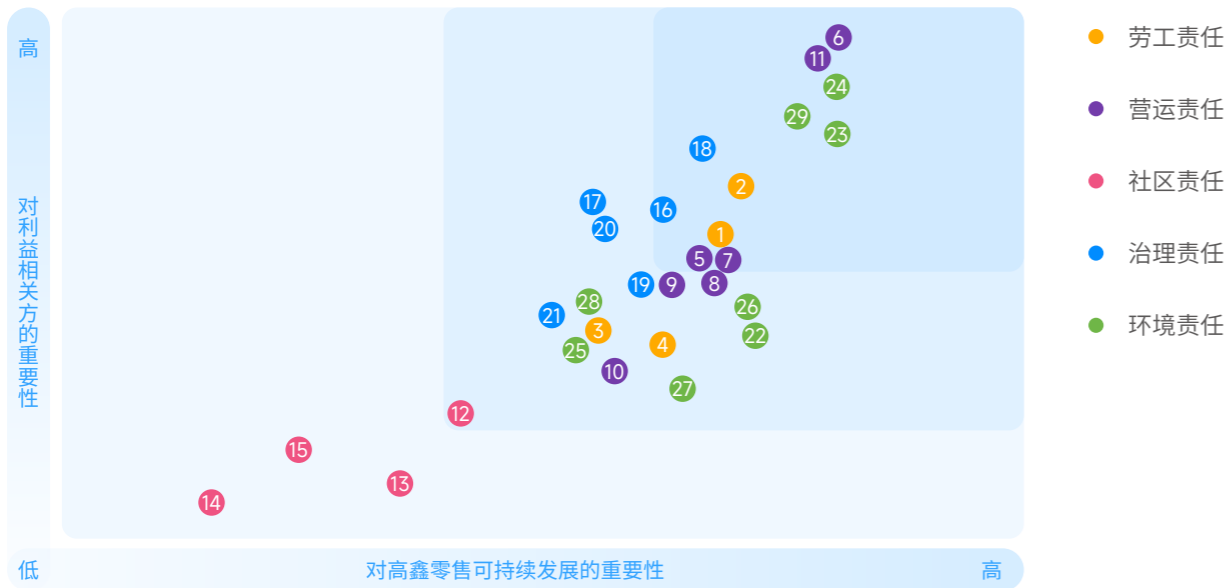
持份者是高鑫零售不断提升企业 ESG 表现的重要参与者，为此，我们将与持份者的沟通置于重要位置，搭建了多元的沟通机制，加强持份者在企业 ESG 管理过程中的参与程度。报告期内，我们积极聆听并及时回应各持份者对于本集团在可持续发展方面的期望与建议，与持份者维护紧密且友好的合作关系。

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 	<ul style="list-style-type: none"> 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 	<ul style="list-style-type: none"> 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 	<ul style="list-style-type: none"> 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 	<ul style="list-style-type: none"> 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 	<ul style="list-style-type: none"> 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 	<ul style="list-style-type: none"> 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 	<ul style="list-style-type: none"> 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 	<ul style="list-style-type: none"> 不定期

重要性评估

通过与持份者的持续沟通，我们深入了解持份者对各 ESG 议题的关注程度，并将其充分考虑至 ESG 议题重要性评估中。同时，我们结合联交所 ESG 指引以及外部市场和社会各界对 ESG 议题的聚焦点发展趋势，对高鑫零售 ESG 议题进行重大性排序，并绘制了下方重大性议题矩阵。

高鑫零售 2023/2024 年 ESG 重大性议题



高鑫零售重大性议题矩阵

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	顾客关系管理	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	

重要性	序号	议题	范畴
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

重要性	序号	议题	范畴
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

高鑫零售 2023/2024 年重大性议题

企业治理

高鑫零售恪守合规经营的企业治理原则。在健全的公司治理体系下，我们严谨开展风险管理工作，塑造廉洁企业文化，保护公司知识产权，为企业的可持续发展奠定坚实基础。

治理体系

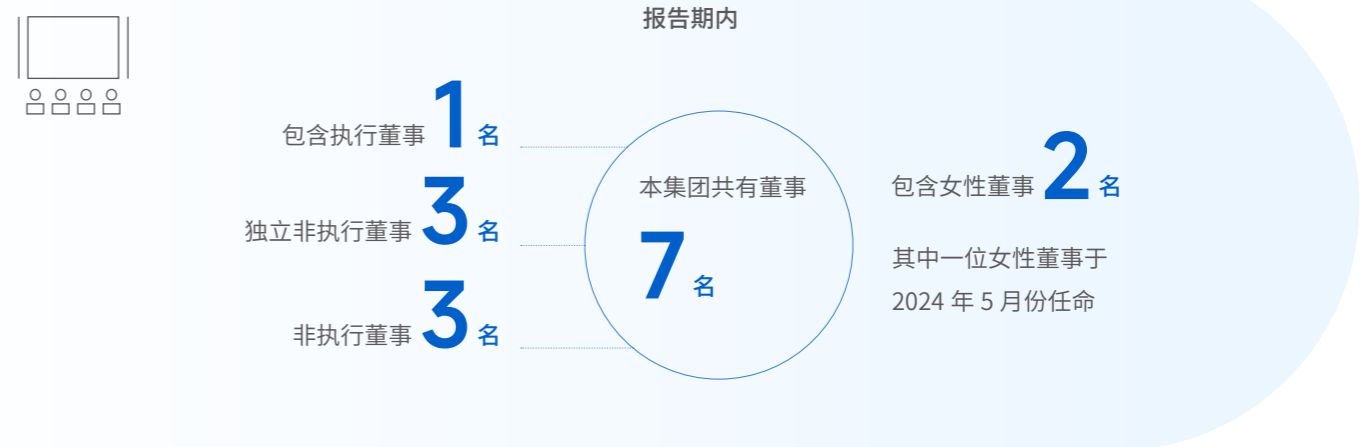
高鑫零售严格遵守《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国证券法》《上市公司治理准则》，联交所《上市规则》《企业管治守则》等法律法规，并以此制定了《企业管治及合规手册》等内部管理指引，帮助企业在合规经营的前提下维持高标准的企业治理水平。

董事会是我们的最高负责机构，其下设审核委员会、薪酬委员会以及提名委员会。委员会的职权范围被明确定义并在官网公示¹，以此三大专业委员会为基石，我们构建出层级分明、职责清晰的内部治理架构。同时，我们会定期评估架构的运行状况，自上而下持续优化治理成效。

我们秉持董事会多元化与独立性原则，任命具备不同技能、知识、地区与行业经验的董事成员，为企业管治层面

带来更丰富的决策视角。我们要求董事会成员严格依照相关法律法规及内部政策规定，并定期评估独立非执行董事的独立性，从而确保董事会的领导力和监督职能得以充分发挥，引领企业稳定前行。

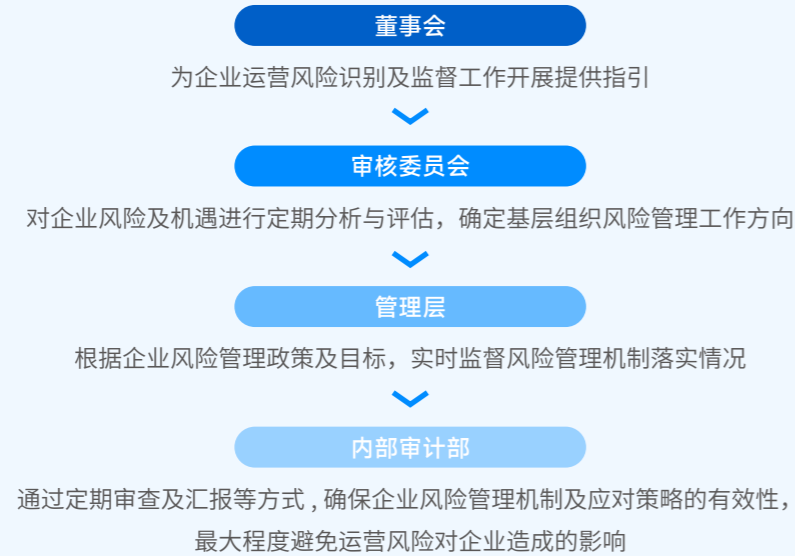
为了保持与投资者的紧密沟通和合作，我们定期通过股东大会等形式，以“公开、透明”为准则，积极回应关于企业审计、会计政策、审计师独立性以及关联交易等各类问题。我们致力于推进环境、社会和治理相关信息的披露工作，旨在切实保护投资者的合法权益，并增强投资者对企业战略、理念和价值的认同感。我们期待与投资者共同进步，实现互利共赢的局面。



¹ 高鑫零售有限公司 - 关于我们 > 企业管治 (sunartretail.com)。

风险控制

高鑫零售重视企业风险管理及内控体系建设，我们通过持续完善风险管理体系和内部控制机制，定期主动开展风险识别与管理，以及评估风险管理体系及内部控制的运行有效性，帮助公司及时、妥善应对企业运营过程中所面临的潜在风险。



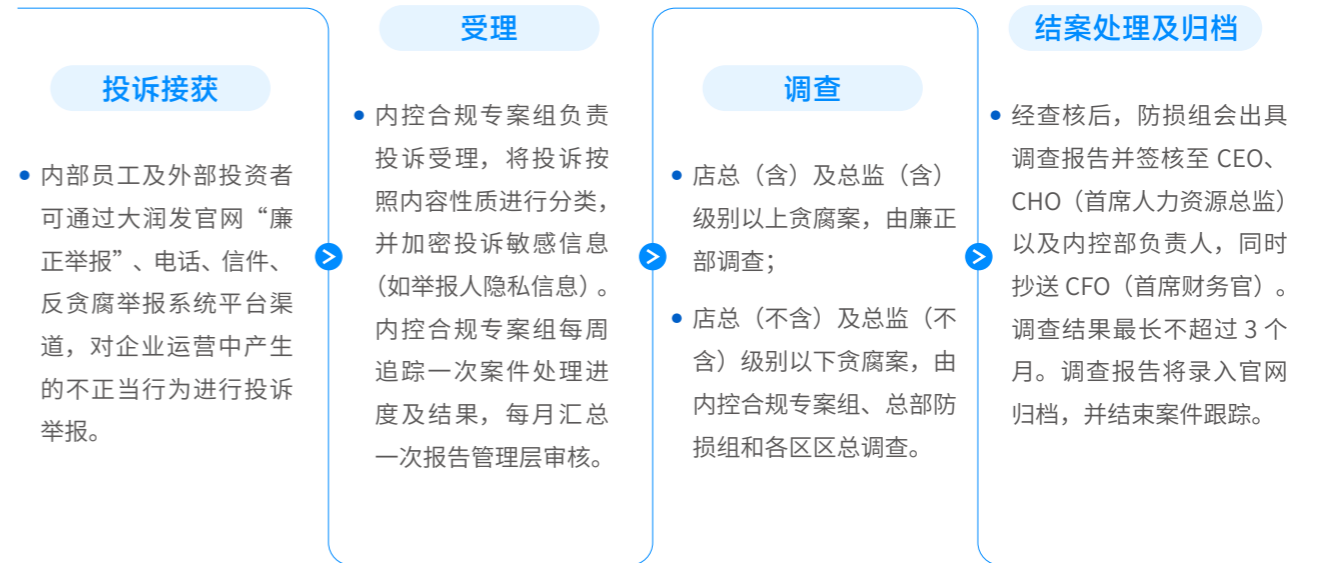
◎ 高鑫零售风险管理体系架构

反贪腐

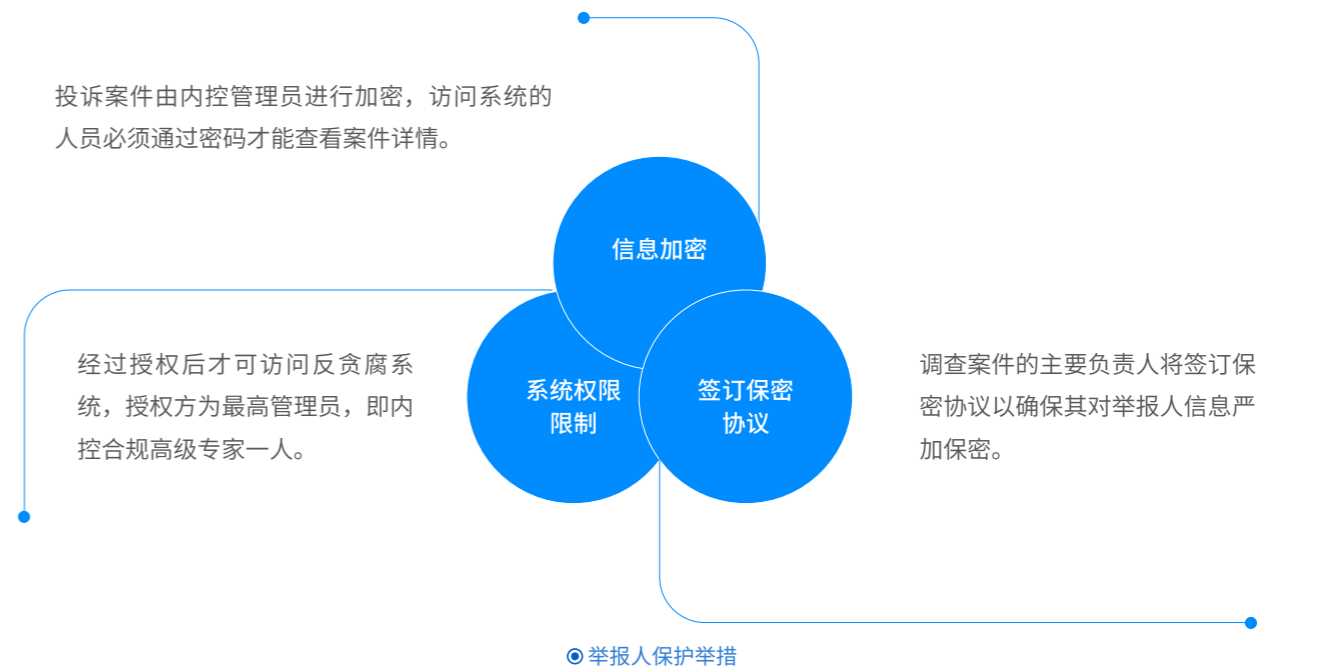
高鑫零售致力于打造廉洁的企业文化，秉持诚信经营的价值观。我们严格遵守《中华人民共和国劳动法》《中华人民共和国反不正当竞争法》《中华人民共和国反洗钱法》《关于禁止商业贿赂行为的暂行规定》等运营地相关的法律法规，同时制定了包括《员工手册》《反贪、腐作业规范》《廉洁诚信约定函》《高鑫零售礼品处理条例》等内部管理制度和行为规范，严防腐败、贿赂、舞弊、勒索、欺诈、洗钱等不法行为的发生。报告期内，我们制定了《高鑫零售员工纪律制度》《高鑫零售员工参加第三方主办的外部活动的指引》《政府事务行为相关规定》《廉正礼品处理流程》《高鑫零售利益冲突管理细则及解析》，

并优化更新了现有的《高鑫零售礼品处理条例》《员工手册》以及《高鑫零售员工纪律制度》。

报告期内，高鑫零售优化内部廉正管理架构，成立廉正部门，主要负责对一定职级以上的员工涉及舞弊、贪腐等行为进行管理，并完善相关内部制度。内控合规专案组负责其他职级员工的职业行为管理，且延续三方调查机制，即以内控合规专案组和人资廉正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）汇报的廉正管理机制。截至报告期末，高鑫零售已审结的贪污诉讼案件为1起。



针对举报人保护，高鑫零售严禁对举报人有任何形式的打击报复行为，稽查人员严格遵守《反贪、腐作业规范》等内部制度要求，在调查过程中通过限制反贪腐系统访问权限、稽查人员签订保密协议等举措，对举报人信息进行高度保密，最大程度保障举报人的信息及人身安全。



◎ 举报人保护举措

为了进一步传递、贯彻廉洁的企业文化，我们组织全体员工签署《承诺书》，并定期开展商业道德培训和廉洁文化宣传活动，明示商业道德规范及处罚条例，帮助员工对红线行为保持高度警觉。

报告期内，公司就反贪腐宣传开设廉正品牌专栏，针对制度解析、警钟长鸣、正向宣导开设了“正气哥的小黑板”“廉正直通车”“廉谱 - 管理者诚信宣导”等宣贯活动。同时，

通过线上发布《大润发廉正云课堂》，嵌入合规相关的教育培训内容，并配套合规答题测试。

报告期内，高鑫零售面向员工全面开展商业道德培训，培训达 91,765 人次，覆盖率达 100%，培训时长达 30,588 小时；面向董事开展的商业道德培训覆盖率为 100%，平均培训时长达 1 小时。



◎ 正气哥的小黑板



◎ 廉正直通车



◎ 廉谱 - 管理者诚信宣导

我们设立了礼品管理机制，并制定《高鑫零售礼品处理条例》《廉正礼品处理流程》等内部制度，借助钉钉系统开设廉正合规内容申报窗口。报告期内，合规线上申报平台共计收到 460 起申报；廉正公益账户收到礼金 2,550 元；实物礼品 16 件，价值 6,840 元。

知识产权保护

高鑫零售严格遵守《中华人民共和国专利法》《中华人民共和国商标法》等知识产权相关的法律法规，并于报告期内新增制定了《知识产权制度》，明确知识产权管理方法、程序以及相关风险管控。

▶ 知识产权侵权筛查

开展涉及知识产权的活动前，必须进行查新和检索，避免无法确权及侵权索赔等问题。

▶ 知识产权维权

各业务部门发现侵权或可能侵权的情况，应采取积极措施，报告并配合法务部妥善解决。重大的知识产权侵权或诉讼应由相关业务部门向法务部报告或申请后，由相关业务部门提出应对方案后报经法务部批准后执行。

▶ 知识产权保护

开展知识产权登记、备案、申请确权工作。加强日常监测，防止商标、专利、域名、商号被他人抢注。发现可能对高鑫零售知识产权产生冲突的情形，应通过法务部采取积极措施。各业务部门的商标注册成功之后需投入使用，防控商标被“撤三”²的风险。

◎ 知识产权保护机制

截至报告期末，高鑫零售累计持有

有效专利

1 项

有效商标

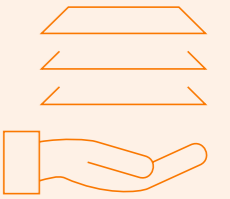
864 件

有效版权

48 件



² 商标被“撤三”的风险中的“撤三”，是“撤销连续三年不使用注册商标”的简称。这是《商标法》中的一项重要规定，具体指的是如果一个注册商标没有正当理由连续三年未被使用，任何单位或个人都有权向商标局提出撤销该注册商标的申请。



品质为本 服务至上

多年来，高鑫零售秉持“够安心、购安全、诚信兴商、品质消费”的核心理念，致力于持续向广大消费者提供优质、健康、安全、放心的产品，通过严控产品质量，不断优化顾客服务体验，以负责任的态度进行营销，在满足消费者产品需求的同时，努力引领行业的高质量发展。

- 强化品质安全 22
- 甄选优质匠心产品 30
- 构筑满意购物环境 36



强化品质安全

保障产品的安全与质量，这不仅是高鑫零售的立身之本，更是我们对消费者的郑重承诺。我们集团始终严格遵守《中华人民共和国食品安全法》和《中华人民共和国消费者权益保护法》等相关法律法规，坚决维护消费者的合法权益。在此基础上，我们建立了完善的质量管理体系，并以此为基石，积极响应并落实国家的食品安全策略。同时，我们将对产品质量与安全的高标准、严要求延伸至整个供应链，确保在每一个工作环节都严格把控安全与质量，从而为消费者提供安全、可靠的产品。

质量安全管理体系

高鑫零售秉承对消费者的深度责任和对品质的极致追求，为了确保食品安全工作的系统性和规范性，我们建立了科学、严谨的质量管理体系，并在报告期内制定了《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》等一系列内部管

理制度，覆盖了从产品源头采购、生产加工、物流仓储与运输，到产品门店供应与售后服务等全价值链的质量管理要求，同时建立了完善的过程监督机制。我们深刻认识到食品行业企业践行质量管理实践经验的重要性，积极参与行业内相关食品交流协会。



◎ 高鑫零售参与的食品相关协会

此外，我们十分重视第三方质量体系认证工作，以此确保内部质量保障体系的规范性和有效性。截至报告期末，高鑫零售总部已成功获得 ISO 9001 质量管理体系及 ISO 22000 食品安全管理体系认证，这是对我们质量管理体系的权威认可，也是我们持续追求卓越的坚定承诺。

质量安全风险管控

我们深知食品安全在价值链的每一个环节都至关重要。因此，我们积极落实食品安全主体责任制，通过引入先进的自动化管理系统，并加强全流程的质量安全检测，确保食品安全的全方位保障。在高鑫零售，我们始终将消费者的健康放在首位，以严格的标准和细致的工作，让每一位顾客都能享受到安全、放心的食品。

食品安全主体责任制

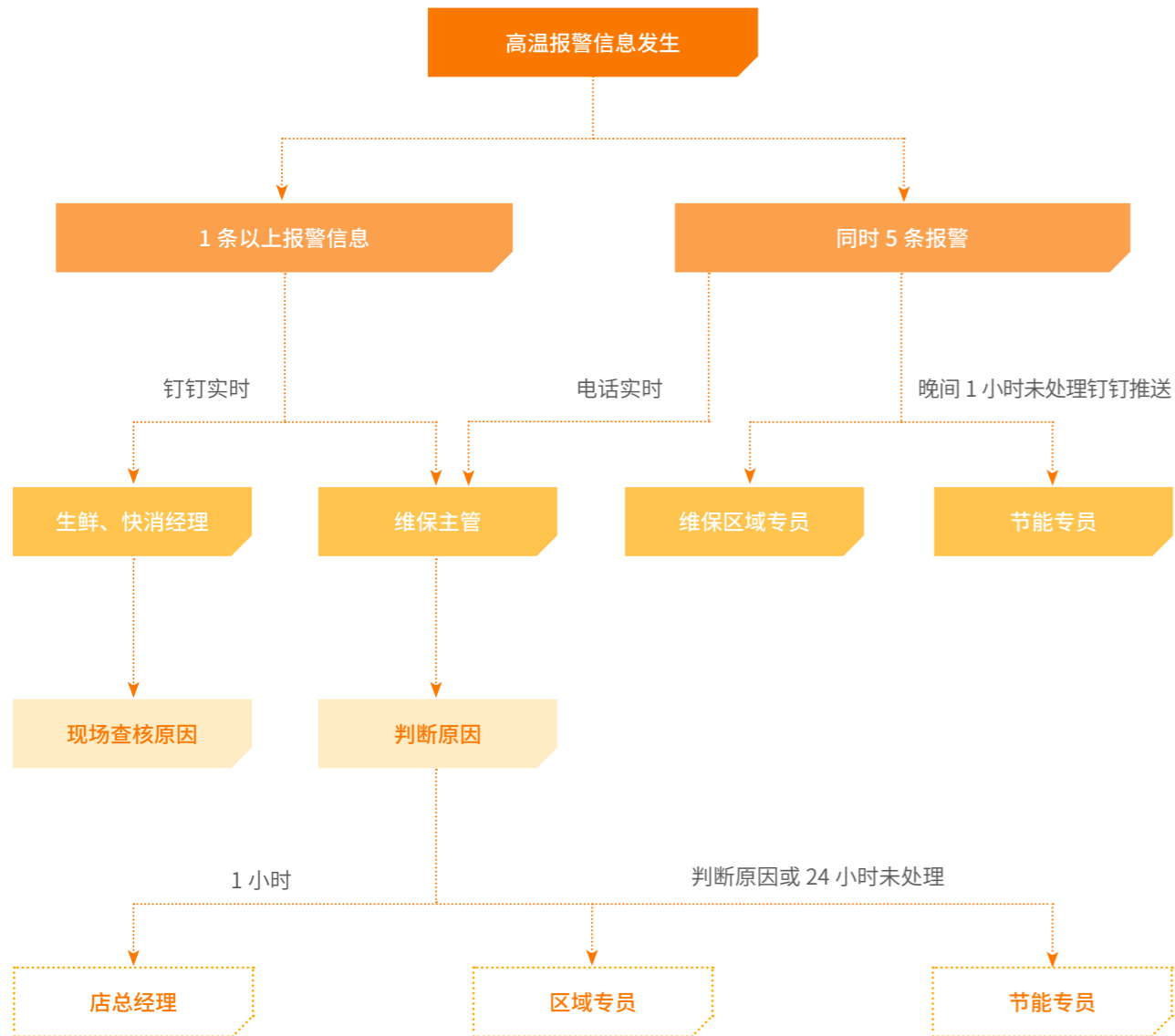
为了切实贯彻高鑫零售的企业文化，确保食品安全始终作为我们品牌价值的核心，我们依法建立了《企业食品安全主体责任管理制度》，该制度不仅明确了每家门店食品安全专管员的守则，更强调了每日稽核与监督门店食品安全操作规范的重要性，以全面防范食品质量与安全风险。

在提升食品安全专员的素养方面，我们采取了定期线上考核的方式，并根据考核结果实施三级晋升机制。这一机制旨在激励食品安全专员不断提升自身的专业知识和技能，确保能够更好地履行食品安全管理职责，为高鑫零售的顾客提供安全、可靠的食品。通过这一制度的实施，我们致力于将食品安全管理贯穿于企业运营的每一个环节，让高鑫零售成为顾客信赖的食品零售品牌。



自动化管理系统

通过引进先进的冷冻冷藏测温（WEB）系统，我们能够精准地实时采集门店各冷柜及冷库的温度数据。为了确保食品在最佳的温度条件下陈列和储藏，我们特别开发了高温报警信息“钉钉”推送功能，这一功能能够根据各类食品特定的储藏需求，灵活设定报警温度。一旦温度超过设定的阈值，系统会立即通过钉钉平台向对应的负责专员发送报警信息。若在规定时间内问题未得到妥善处理，系统将按照预设的四个等级，逐级向更高层级的主管负责人发送通知，确保问题得到及时有效的解决，极大程度提升了信息传递时效性和追踪效率。



◎高鑫零售高温报警信息“钉钉”推送流程

全流程质量检测

高鑫零售致力于通过严谨的产品质量与安全检测机制，持续提升品质管控流程，在《生鲜产品原料到货验收标准》《生鲜冷链作业规范》等生鲜产品管理制度与规范基础上建立“生鲜收货标准卡”，规定采购、仓收和店收标准，并按照固定比例进行抽检，确保所有品类产品的质量安全检测既标准又透明。同时，我们坚持对所有进仓产品品类实施100%实验室快速检测，对高危重点产品更是实施每批次严格检验。此外，我们还定期邀请具备专业资质的第三方机构，对我们的产品进行细致检测，并出具权威报告，让顾客购物更安心、更放心。

我们建立了完善的食品保质期自查体系，确保相关责任人员每日对店内食品进行细致检查，包括过期和变质情况。同时，我们采取了“日管控、周排查、月调度”的台账管理方式，将食品安全风险隐患的发现与整改视为工作的一环。为了规范各门店生鲜商品的报废流程，我们制定了详尽的《生鲜商品报废操作指南》，明确了报废区域、报废条件以及处理步骤，并建立了过期食品追踪机制，以确保下架商品得到妥善处理，避免其重新流入市场或转向其他地区。

门店异常检测分析

高鑫零售推行了中台系统反馈机制下的门店异常分析管理，由品控部门对门店提交的异常进行细致分析，明确原因并确定责任方，确保每日跟踪直至问题解决。对于异常率较高的商品或门店，我们加强了管控，增设了加工主管、称重员、稽核员乃至分拣员对相关加工品进行全面检验，从而有效降低加工品品质异常的风险。

华中区

- 成立了加工中心，验货时，抽检比例按照“38原则”进行品控；
- 由加工人员按照产品标准卡进行加工；品控和稽核人员对现场成品进行二次验货。

东北区

- 每日仓内稽核人员分三个时段进行加工商品全品稽核，检查产品品质、标签、克重、包装等。对于异常商品需进行返工并重新加工，同时对责任人员进行处罚；
- 针对门店品质异常提报，相关人员通过分析品类及异常原因，在次日增加员工宣导及稽核内检抽查比例，并对责任人员进行处罚跟进。

华南区

- 为提升源头商品品质，针对当日品质异常投诉单品扩大一倍抽检比例；
- 加工前由组长 / 课长进行原料检查，对于品质异常超标的产品由品控人员现场进行重新确认；
- 对于当日有品质异常投诉的单品，要求稽核人员抽查全部成品的 20%，并由分拨课长现场监督；
- 对于品质异常提报较多的门店进一步加大温度追踪器的异常追踪分析；
- 对品质等异常投诉按制度严格处罚，制定主管连带责任制，有效督促主管参与现场务实监督。

效期管理

高鑫零售制定了《关于蔬果课包装品效期管理事宜》，对门店蔬果包装品等商品的特性设置对应效期，在结账条码中设置可销售的货架期，线上拣货、线下结账系统会对超过货架期的品项进行拦截，门店收银系统无法结账超过效期的商品。



◎ 高鑫零售商品效期管理流程

水果

- 商品新增前置品控，同时在商品准入前要求新增测量商品中心温度；
- 制定《水果包装品货架期》，明确各品类根据不同属性设定不同的效期时间，将效期管理分为夏冬两个季节版本，调增部分品类的到货温度，如蓝莓由 5-10°C 调整为 8°C 左右。

肉类

- 冷藏类排面保质期 3 天，当日未销售完，次日进行打折出清处理，第三天不可以销售；
- 对于分切、修割过程中所产生的块肉或碎肉，在操作间贮存时间不得超过 20 分钟（应尽快上排面或放回冷藏库备用），使用时遵循先进先出原则。

◎ 高鑫零售蔬果生鲜类产品效期品控管理及质检优化举措

质量安全优化及提升

高鑫零售致力于实现商品安全和品质的全过程管控，精细化完善产品储存、运输和配送的流程效率，持续提升和落实各项质量管理举措。

产品储存与运输

高鑫零售严格遵守内部制定的管理制度与规范，通过采用整仓恒温、作业及储藏间变温、码头隔温等环境布局，根据不同品类商品的储存需求设定不同的区域温度，以最大程度保持商品的新鲜度。此外，我们对产品装载、运输及

卸货等环节进行温度把控，全方位完善商品冷冻冷藏、加热及包装等各个环节的流程管理，确保商品在储存与运输阶段的良好品质。

冷冻冷藏商品

- 针对冰品和冷冻品类的商品，高鑫零售通过采用锡箔袋加干冰或注水冰袋的方式，并配有冰粒膜以蓝色保温箱进行运输，时刻保持配送过程中的冷链环境，保障商品品质不因运输而有所损耗；
- 针对冷藏类商品，我们采用冰粒膜维持冷链温度，并通过蓝色保温箱进行运输。

加热商品

- 对于需热加工的商品，高鑫零售所有门店均提供锡箔保温袋，内部根据商品类型分别采用黑底扣盒、油炸纸盒等包装，保证商品在保持原有温度的同时，还防止挤压。

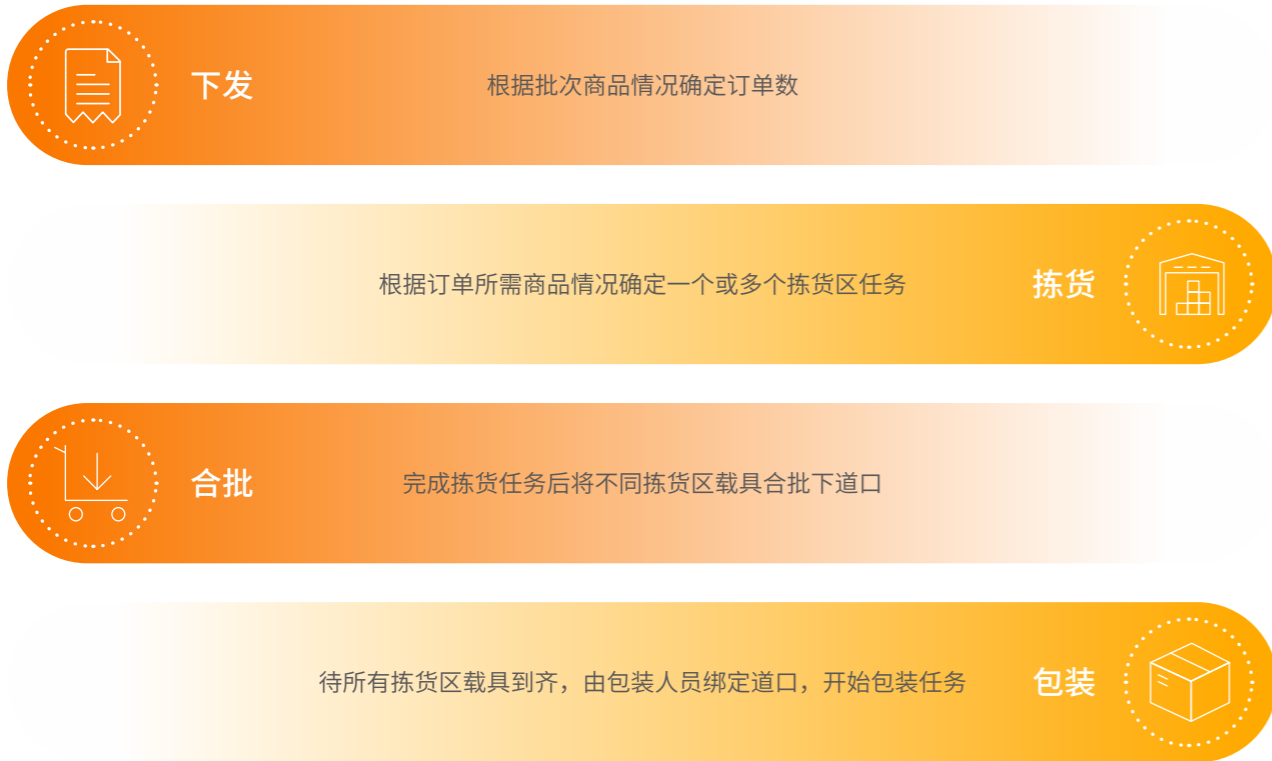
恒温商品包装升级

- 针对水果类商品，高鑫零售通过定制款包装进一步优化原先的包装易破裂情况；
- 针对肉禽类商品，通过将普通袋包装优化为 PP 材质的硬盒包装，进一步防止商品粘连和破损。

◎ 高鑫零售商品包装保障

产品配送

为进一步提升商品配送效率，高鑫零售不断优化集批拣货流程，根据顾客下单配送区块、时间、距离等因素进行商品集单处理，根据不同类型的集单情况分类进行拣货和配送，有效保证商品配送效率。



高鑫零售集批拣货机制及配送效率提升

质量意识提升

为全面提高员工的商品质量保障意识，高鑫零售通过积极开展相关专业知识和技能培训，致力于将质量安全文化落实到全体员工，打造良好的质量安全氛围。报告期内，我们针对不同职能岗位的员工开展了多项质量意识提升培训，相关培训总学时共计 1,555,912 学时，共覆盖 478,762 人次。



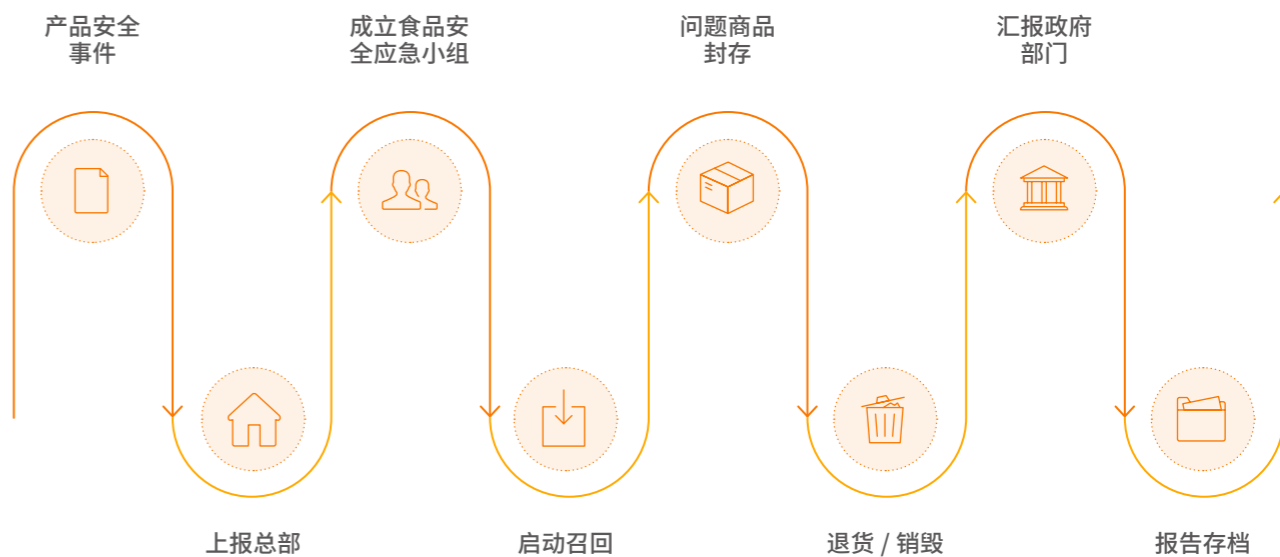
此外，为减少异常天气原因造成的商品损耗及销售损失，报告期内高鑫零售开始正式启动全员配送项目，通过对员工开展培训和跑单实践，对于符合要求的员工发放结业上岗证书。通过全员配送项目，公司因异常天气的商品销售损失由上一财年的 5.31% 下降至本财年的 2.61%。



高鑫零售全员配送项目骑手结业证书

产品召回

我们严格遵循《食品召回管理办法》和《消费品召回管理暂行规定》等法律法规，并制定了《产品召回及处置规定》（食品/消费品）等内部管理制度，明确了产品召回的必要步骤和程序。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。



高鑫零售产品召回流程

甄选优质匠心产品

高鑫零售致力于推广健康的营养生活方式，积极响应国家发布的《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）》以及《中国居民膳食指南（2022）》等健康营养政策，优化了“更健康、更和谐、更快乐”的“3H”健康与营养战略，通过持续拓展产品线，推出减糖、代糖、减钠、减少人工色素、添加维生素等富含营养成分的多样化产品，为消费者提供营养丰富、选择多样的食品。

低糖

高鑫零售自有品牌积极推进减糖专项计划，已形成完善的多元化产品矩阵，2023/2024 财年还新增烘焙和饮品类减糖产品，烘焙类产品如低糖全麦薄脆饼干，坚果类如低糖南瓜籽仁酥、低糖巴旦木仁酥、低糖琥珀核桃仁、无糖黑芝麻酥，饮品类如陈皮黑乌龙茶等。



报告期内

本集团减糖（低糖或不含糖）类产品业绩达到

5,106.99 万元


SKU 数量

30 个



轻食牛油果

- 资源整合，跟贸易商源头定价锁量
- 本财年销售额 1,147 万元，增长率：27%



自然熟人参果

- 源头直采
- 本财年销售额 653 万元，增长率：16%



生鲜杂粮类轻食

- 生鲜杂粮类推动轻食品类销售
- SKU 数：7 支；本财年销售 1,285 万元

资深沙拉人 当然是四样统统都要

#轻食秘籍#



生态可循环水产冻品

- 鳕鱼类、虾 / 虾仁类、三文鱼类共计 19 个 SKU
- 85% 进口水产冻品品项有 MSC/BAP/ASC 认证

黑进口 鳕鱼野生 块生

速冻调味水产制品 净含量：210g



案例 | 轻食食品主题

本年度，高鑫零售根据轻食品类爆发的时间属性，在春季打造了春日轻食主题，秉持着低糖的健康饮食理念，主推时令水果、优质肉品、新鲜蔬菜、酸奶等健康食品，结合现下流行的热门打造丰富的轻食食谱，给顾客更多的商品选择。



营养强化

高鑫零售十分重视产品的营养健康，积极探索营养强化方向，不断推进品牌产品升级。

营养强化维度	FY2024 销售额 (千元)	FY2024 占比总销售额
RSPO	1,470,982	2.1%
饱和脂肪、反式脂肪、钠或糖含量降低的商品	2,268,474	3.3%
含有营养成分（如纤维、维生素、矿物质、植物化学物质或功能性食品添加剂）的商品	1,624,857	2.3%
翻新 / 重新配方的商品（现有产品经产品配方改良或升级后提升营养健康的商品）	604,322	0.9%
可持续蛋白商品	35,875	0.1%
总计	6,004,510	8.7%

有机产品

为进一步满足消费者对产品天然原生的需求，我们不断扩宽有机产品品类，本财年高鑫零售在日配、酒饮、干杂、婴宠、蔬菜、水产六个课别有超过 400 个 SKU 为有机产品。报告期内，高鑫零售通过 OFDC 有机认证的种植基地达 29 个，有机产品的全国业绩额为 674,353,442 元。

商品品类	FY2024 有机商品销售额	FY2024 占比总销售额
快消	557,183,923	0.8%
生鲜	55,105,625	0.1%
自有品牌	62,063,894	0.1%
合计	674,353,442	1.0%

The image displays a variety of organic products and their certifications. At the top center is a red elephant logo. Below it are three circular product images: 'Organic Yogurt Stick' (有机奶酪棒), 'Organic Soy Sauce' (有机酱油), and 'Organic Flour' (有机面粉). Underneath these are three organic certification certificates (有机产品认证证书) issued by different organizations: CQC (中国质量认证中心), CNAS (中国合格评定国家认可委员会), and OFDC (有机食品发展中心). The certificates provide detailed information about the products, including the manufacturer (e.g., 上海亨泰食品科技有限公司), the product name, and the certification date.

在水果、水产、蔬菜、藻类产品上，本财年高鑫零售进一步扩大了有机认证的品项范围。

有机水果

全年在售有机水果品项 5 支，有机水果占全国水果业绩的 0.14%。



有机水产

有机深水黄鱼经过有机认证厂商有 1 家，全年在售有机冰鲜黄鱼品项 1 个，占水产业绩的 0.4%。



有机蔬菜

与 16 个获取 OFDC 相关认证的有机蔬菜基地合作。全国有机蔬菜业绩超 4,500 万元人民币，占比总蔬菜业绩的 2.7%。



有机藻类

经过有机认证的有机紫菜种植厂商 19 家，全年在售有机紫菜品项 30 多个，占藻类业绩的 20%；
经过有机认证的有机海带种植厂商 5 家，全年在售有机海菜品项 6 个，占藻类业绩的 3%。



减少人工成分

高鑫零售坚持为消费者提供天然的健康产品，通过在研发过程中尽量降低或去除人工成分。以猪肉脯为例，业内多使用人工色素或护色剂保持红色，但高鑫零售自有品牌猪肉脯回归本质，使用传统焦糖工艺上色，保持产品风味同时做到了 0 添加。



报告期内，

高鑫零售减少人工成分分类产品的业绩达到

25,053.4 万元

SKU 数量

260 个

天然植物成分

高鑫零售致力于为消费者带来自然、健康的生活方式，积极推进天然植物成分产品，以丰富的营养价值和天然功效满足广大消费者需求。



报告期内，

高鑫零售采用天然植物成分分类的产品业绩达到

45,935.32 万元

SKU 数量

414 个

构筑满意购物环境

高鑫零售坚守“以个性化创新与服务，便捷生活每一天，引领顾客生活变革，实现顾客数量持续增长”的愿景，致力于提升服务品质，打造卓越的购物体验，塑造积极的品牌形象。我们高度重视数据安全和隐私保护，全力保障每一位用户的隐私权益。

提高服务水平

优质的顾客服务是我们持续发展的基石。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，不断优化和完善内部顾客服务机制，确保顾客沟通渠道畅通无阻。我们致力于妥善解决每一位顾客的诉求，提供专业、及时的回应，让每一位顾客都能感受到我们的真诚与用心。



高鑫零售顾客投诉处理机制

<p>客服热线</p> <p>☎</p> <p>服务时间 8:00-22:00， 即时接起考核：接起率、服务满意度</p>	<p>在线服务</p> <p>👤</p> <p>服务时间 8:00-22:00， 即时接起考核：接起率、服务满意度</p>
<p>订单评价</p> <p>📄</p> <p>顾客不满意评价，24 小时内主动回访处理</p>	<p>退款说明</p> <p>📄</p> <p>在班期间 2 小时审核，退款原因当天复盘改善</p>
<p>官微企微</p> <p>🌐</p> <p>每天早中晚三次巡网，发现留言及时联系处理</p>	<p>微信社群</p> <p>💬</p> <p>组织用户进入企业微信社群由专人运营，收集和回应用户反馈</p>

高鑫零售顾客投诉渠道

案例 | 月度消费者座谈会

针对全国各营运区每月开展一场门店消费者座谈会访谈，了解消费者对大润发提供的商品、服务、环境等方面的体验情况。座谈会邀请相关区域区总、采购、门店店总、客服等人员在现场、线上直播旁听，现场聆听消费者的反馈。会后旁听人员也会针对消费者提到的问题进行总结并给出解决方案，总部会对问题解决进度进行追踪。



在顾客满意度调查方面，高鑫零售通过问卷调查的形式在企业微信群中向全国门店的所有大润发消费者进行满意度调查，以了解消费者对于大润发使用体验的推荐度（NPS）。2023/2024 财年全国门店整体 NPS 达到 63%。

提升购物体验

优质的购物体验是零售行业的核心竞争力。高鑫零售坚信，用心提升顾客服务、以真诚赢得顾客信任，是我们长远发展的基石。在充分保障顾客权益的前提下，我们结合线下门店与线上购物的优势，全力打造令人愉悦的购物场景，让每一位顾客都能享受到超乎预期的购物体验。

在线下服务方面，为了深化与顾客的互动，提升顾客的购物体验，我们已在全国门店范围内取消了投币手推车，并广泛推广了便捷的“服务铃”服务，从而更加紧密地拉近与顾客的距离。

取消门店投币手推车

全国绝大多数门店取消了原有需投币才可使用的手推车，改为免费使用，顾客如有需求到店可即推即用，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

“服务铃”服务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

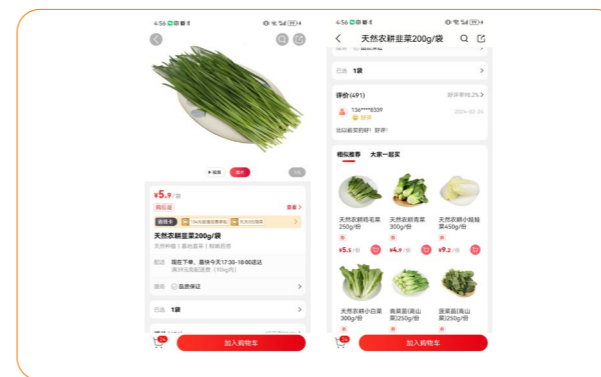


在线上服务方面，我们进一步完善了线上商城的顾客端优化工作，从多个角度提升顾客线上购物体验。

案例 | 商城顾客端优化

新增顾客评论功能

- 顾客可以对商品进行评价，并在页面进行展示，目前处于内测阶段。



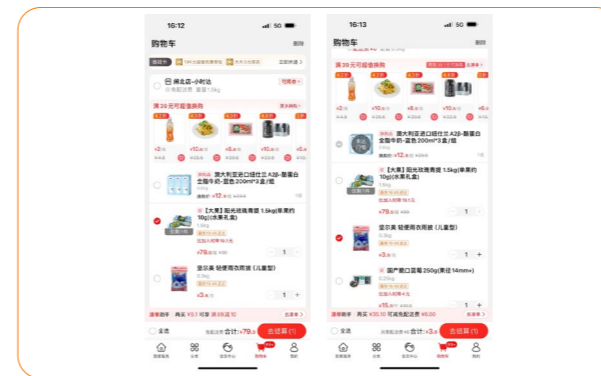
搜索词优化

- App 目前已支持根据产品描述的所属品牌进行引导栏分类，以方便不同喜好的顾客进行选购；
- 例如：顾客在使用 App 搜索“牛奶”品类时可以同时设置如储存方式、品牌名称等在内的各项分类，以进行更加细化和导向性的选择。



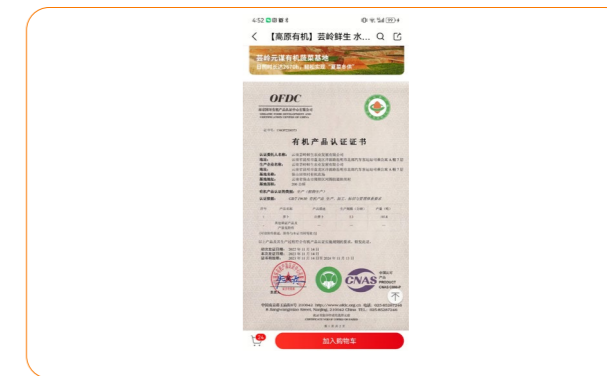
购物车优化

- 换购折扣标签展示优惠力度 / 支持未满足门槛时加购商品；
- 新增预估到手价，选中的商品有可用优惠券时展示；
- 新增凑单助手，根据购物车选中商品给出最优用券提示。



有机、产地等商品标志

- 新增有机认证和产地等信息标识。



品牌宣传

高鑫零售始终致力于为顾客提供新鲜、便宜、舒适、便利的全方位购物体验，立志成为社区内值得信赖的购物伙伴。我们严格遵循《中华人民共和国食品安全法》《预包装食品标签通则》《预包装食品营养标签通则》以及《食品标识管理规定》等法律法规和标准，对生产和销售产品的标签合规性及成分信息实行严格监管，确保所有信息符合法

规要求，且营销内容真实反映产品实际，从而为消费者提供安心、可靠的购物环境。

此外，高鑫零售积极联合其他企业开展了众多品牌推广及市场宣传活动，在提升品牌形象和知名度的同时，彰显高鑫零售负责任的营销态度。

案例 | 大润发和小红书联合官宣“爸妈是我的健康搭子”龙年春节全民健康项目

2024年2月5日，大润发和小红书联合官宣“爸妈是我的健康搭子”龙年春节全民健康项目线上线下正式启动，涵盖全国10个城市60家大润发门店。

春节期间，随着年轻人返乡，不同代际之间的共同生活，会因健康观念和生生活习惯带来碰撞。年轻人可能存在熬夜晚起、饮食不规律、久坐、运动少等不良习惯，老年人可能存在轻信健康谣言、剩菜剩饭舍不得扔等现象。基于此，在春节这个中国人骨子里最重要的团圆节点，大润发联合小红书发起了此次活动，用当下流行的“搭子”形式，将健康理念融入烟火文学，紧密关联春节期间的线下消费场景，为老生常谈的“健康”话题注入了新的活力，希望通过两代人“一起逛超市、一起聊健康”这样一种有仪式感的方式，增进双方的相互理解。春节期间活动累计呼吁和影响消费者共计8,100万人次。



案例 | 大润发 x 闲鱼绿化袋计划

为响应ESG理念，以绿色生活概念切入，大润发联动闲鱼，在大润发苏州南区17家门店发起“绿化袋计划”主题活动，让闲置蛋托尽“奇”用，种出绿色新生活。

此次活动带来品牌总曝光量

6,300

 万次

案例 | 大润发 x 读客「给自己一些时间」

2023年8月20日，大润发与读客文化联合发起烟火文学系列之“给自己一点时间”主题活动，覆盖大润发全国44家2.0重构店，读客为全国有休吧的大润发提供书籍，供顾客休息时翻阅，大润发以休吧售卖的鲜榨橙汁、牛角包、麻薯等商品的视角，创作烟火文学，阐述其主题，用超市的视角，诉说看到的一些生活哲学，希望人们在快节奏的生活下，能够慢下来，舒缓压力，关心自己。



案例 | 大润发三八妇女节“她让生活开出花”

2024年3月8日，大润发“她让生活开出花”实验短片发布。品牌在线下落地摄影快闪，将镜头聚焦中国女性面孔，邀请女性顾客和员工挑选喜欢的花卉，为她们现场妆造并免费拍摄写真。短片以温暖的纪实风格，记录和展现了“每个人不被定义的美”。



从去年提出“生活中有多少种花”，到今年主张“她让生活开出花”，大润发以“大润花”IP持续发声，发现日常中女性多面角色的承担，从花的“形容”到花的“创造”，关注她们让生活开出花来的勇气与智慧、行动与改变，用实际行动传递品牌关怀。

案例 | 大润发烟火文学“打工物语”

临近年底，大润发推出了面向职场年轻人的“打工物语”，借超市商品之口，化身年轻人的职场嘴替，讲述职场上的那些门门道道。字里行间充满了对于打工人的深刻洞察，以及对于年轻职场人的人文关怀。该系列一经推出，就引发了广大打工人的深刻共鸣，上百家媒体、自媒体博主竞相报道转发，产出一系列爆款文章。



隐私和数据安全

高鑫零售十分重视顾客隐私权益与数据安全，我们严格遵守《中华人民共和国网络安全法》《消费者权益保护法》以及GB/T 35273-2017《信息安全技术个人信息安全规范》等法律法规，修订并更新了《康成投资（中国）有限公司数据安全规范(试用) V1.5》《康成投资（中国）有限公司研发流程V2.1》《康成投资（中国）有限公司产品

安全checklistV1.4》《康成投资（中国）有限公司小程序产品安全checklistV1.0》《康成投资（中国）有限公司供应商产品安全checklistV1.0》等一系列内部政策制度，确保信息安全工作的规范执行，这些政策覆盖了大润发及其所有子公司，包括实体门店、优鲜App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。



此外，高鑫零售积极追求用户个人信息管理的系统化和标准化，致力于最小化个人信息的收集，承诺不会与高鑫零售以外的公司、组织和个人共享顾客的个人数据。我们采用业界领先的安全防护措施，包括完善的制度规范和安全技术，以防止个人信息被未经授权的访问、使用、修改，并保障数据不会受损或丢失。用户可通过产品中的设置或功能控件查阅、更正和删除个人资料。

报告期内，我们全面推行了一系列数据安全提升措施，对现有的数据安全设备和规范进行了详尽的梳理和深度的优化改进，显著提升了集团在数据安全风险处理与应对方面的综合能力。

IDC IPS 工作亮点



- 优化迭代安全策略和上线流程；
- 策略更新2000+，增强了威胁的覆盖面，随着策略数量的增加，IPS能够识别和防御的威胁种类也大幅增加，IPS系统能够更有效地应对各种网络攻击；
- 提升了IDC系统威胁的拦截和阻断能力，增强了对网络安全威胁的防御能力。

隐私合规亮点



- 设计《小程序产品安全 checklist》；
- 提前布局小程序，可供公司以后所有产品全局使用，既保障了产品的安全，也满足了合规要求。

设计《供应商产品安全 checklist》



- 设计《供应商产品安全checklist》用于考勤系统、EHR薪酬系统、法人主数据系统，保护应用和系统的安全性。

模拟演练



- 配合静安区网安完成攻防演练；
- 针对钓鱼邮件启用双因素认证，进行钓鱼邮件模拟演练。

敏感数据审批



- 内部数据方面新增外区使用敏感数据流程，基本实现并统一全员申请敏感数据申请入口，方便审计敏感数据审批流程及溯源敏感数据出口。

高鑫零售信息安全管理举措

在外部信息安全审计方面，高鑫零售邀请苏州如意云网络科技有限公司对下属大润发官网、大润发优鲜App、E路发App、M会员店在内的主体定期开展等保测评。

测评对象	频率	级别
大润发官网	两年 / 次	二级
大润发优鲜	一年 / 次	三级
E路发	一年 / 次	三级
M会员店	一年 / 次	三级

高鑫零售信息安全等保测评对象、频率和级别

在员工信息安全培训方面，我们制定了9大不同培训主题以全方位提高员工安全意识，通过开展持续性培训，定期更新主题和内容，把公司相关的安全策略通过安全意识培训作为渠道，采用交互答题的形式提高员工参与度和学习效果，使他们更容易理解和应用所学知识。2023/2024财年，高鑫零售开展的“账号安全”培训覆盖员工94,854人，培训通过率达到45.98%；“隐私安全”培训覆盖员工99,431人，培训通过率达到30.91%。



高鑫零售开展的“账号安全”培训覆盖员工

94,854人

培训通过率达到

45.98%

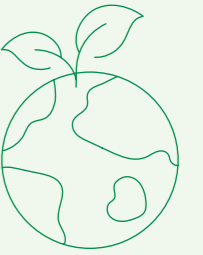


“隐私安全”培训覆盖员工

99,431人

培训通过率达到

30.91%



环保引领 绿色前行

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，将绿色低碳转型作为实现可持续发展的重要战略，努力增进企业实现的环保效益。报告期内，高鑫零售以四个环境目标为行动方向，通过目标实施路径开展具体执行工作，持续关注 and 管控气候变化所带来的风险及机遇。

<input type="checkbox"/> 环境目标追踪	48
<input type="checkbox"/> 应对气候变化	50
<input type="checkbox"/> 笃行环保运营之责	59
<input type="checkbox"/> 生物多样性与动物福利	65



环境目标追踪

高鑫零售共设立温室气体减排、能源使用效益、节约水资源及废弃物排放四项环境目标，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

高鑫零售将在 2030 年前实现自身运营范围一、二碳中和

报告期内目标实施进度：

- 本财年较上个财年温室气体排放降低 20%

实施路径：

- 开展运营节能举措
- 环保制冷剂替换传统制冷剂，减少温室气体排放
- 进一步推进可再生能源的使用范围

报告年工作：

- 截至报告期末，南沙仓和厦门仓铺设光伏面积约 20,000 平方米。华东区和华中区生鲜仓正稳步推进光伏铺设工作。
- 共计有 74 家门店使用 R448A 制冷剂。

环境目标 - 能源使用效益

截至 2030 年，高鑫零售将实现自身运营所需电力、自有车辆的汽油及柴油 100% 碳中和

实施路径：

- 开展门店节能举措
- 增加光伏发电比例
- 购买绿电或绿证
- 逐步通过新能源车辆替代传统燃油车辆

报告年工作：

- 新增 8 家门店完成光伏发电项目的建设，共计 30 家门店完成光伏建设，采用光伏发电约 1,810.4 万度，实现减碳 12,898.78 吨。
- 各门店晚间空置冷柜均增加 1.5 小时关闭时间，实现年度节约约 270 万 kWh。
- 门店内 260 台烤炉升级改造，减少年度用电量约 160 万 kWh。
- 报告期内，共完成 4 个省份近 59,304.1 万度清洁电力采购，实现减碳 377,095.64 吨。
- 南沙仓新增 10 辆新能源电车。

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%

报告期内目标实施进度：

- 本财年较 2021 年单店水资源使用量降低 18.4%
- 本财年单店用水量同比下降 2.5%

实施路径：

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

报告年工作：

- 持续规范化开展水资源取用管理。
- 所有新店均采用节水型水龙头。
- 共计 23 家门店配备自动洗地机。

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，及纸板箱 100% 回收利用

实施路径：

- 合理控制食品商品制作量，减少不必要损耗
- 进一步推广门店垃圾分类
- 纸板箱再利用

报告年工作：

- 已在 149 个城市中的 461 个门店实行垃圾分类。
- 保持 100% 纸板箱回收利用率。

应对气候变化

气候变化风险及机遇

当前，应对气候变化带来的潜在风险，并把握其中蕴含的转型与发展机遇，已成为全球共同面临的重要课题。高鑫零售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

本集团将气候变化相关的职责职能置入 ESG 管治架构中，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。董事会作为气候变化治理的最高责任机构，负责聆听气候变化风险机遇识别结果，审阅并讨论，以及监督应对举措的实施进展。

策略



转型风险		
风险	风险概述与影响	应对举措
政策与法律	<ul style="list-style-type: none"> 更严格的排放量报告义务及合规要求将对公司信息披露提出严格要求。其中，香港联合交易所发布的《优化环境、社会及管治框架下的气候相关信息披露》咨询文件对企业关于气候相关的信息管理 & 披露做出更高要求，高鑫零售将保持紧密关注。 公司将面临更高的信息披露成本。此外，运营成本将逐步提高以满足逐步严格的合规要求。 	<ul style="list-style-type: none"> 高鑫零售应了解新出台的法律法规，及时调整公司对运营规范以满足合规要求。 进一步加强公司对环境指标的数字化管理，优化能源（维保）管理系统在内的内部系统，提高信息披露质量以满足日益严格的信息披露规范。
技术	<ul style="list-style-type: none"> 高鑫零售需采用更高效的节能减排技术，持续提高节能减排成效以助力实现 2030 年范围一、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，公司需承担潜在的技术应用失败风险。 	<ul style="list-style-type: none"> 高鑫零售应密切关注技术发展，结合行业发展趋势对技术发展做出准备。 公司应完善新技术大规模应用前开展的风险评估工作，确保新技术可实现预期环保效果。

转型风险		
风险	风险概述与影响	应对举措
市场	<ul style="list-style-type: none"> 消费者将更加青睐环保产品。 高鑫零售应及时调整采购计划，加大绿色环保产品上架比例。可能导致采购成本上涨，对公司利润率产生影响。 	<ul style="list-style-type: none"> 高鑫零售应密切关注市场动态，及时根据消费者行为调整运营策略。 整合供应商资源，避免管理成本波动风险。 公司可逐步开展自有绿色品牌研发工作，控制此类产品成本。
声誉	<ul style="list-style-type: none"> 持份者对公司负面消息的关注增加。 负面消息将对企业声誉产生消极影响，进而影响企业收入。 	<ul style="list-style-type: none"> 进一步关注气候变化相关的披露要求，在合规的基础上优化公司的对外宣传。 积极参与行业内外绿色环保活动，提高公司参与度。

实体风险		
风险	风险概述与影响	应对举措
急性风险	<ul style="list-style-type: none"> 包括台风、洪水、干旱、极端高温和寒冷气候在内的极端天气事件可能中断门店运营，影响供应链正常运行，进而影响公司收入和盈利能力。 	<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。 气温上升带来的能耗成本增高。 	<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"> 从 2022 年 2 月起，高鑫零售生鲜仓在运输蔬菜时逐步减少使用一次性纸箱或泡沫箱，转而使用可循环利用的周转筐。截至 2023 年 12 月底，已覆盖全华东门店配送流程。截至报告期末，华东区已使用周转筐总数约 18,875 个。 	<ul style="list-style-type: none"> 降低运营成本，减少处理废弃纸箱的成本。
能源来源	<ul style="list-style-type: none"> 使用清洁能源：高鑫零售逐年扩大利用光伏发电的门店和物流中心仓库占比，并引入新能源车队。 	<ul style="list-style-type: none"> 降低温室气体排放总量，进而降低高鑫零售对碳价格变化的敏感程度。

我们制定了包括极端寒冷天气应急预案在内的一系列应急预案以降低极端天气带来的风险和影响。各门店总经理为组长、各部门理级主管为小组长，各部门课级为组员，共同组成应急组织应对极端天气情况。

我们组织进行秋冬季防火防寒防冻应急处理演练培训工作，确保员工了解突发事件处理流程。



我们要求各门店对卖场内外进行防寒防冻隐患排查，包括临近室外的消防管网、室外下水管井等，并使用铝箔保温管套进行保温。



● 门店端极端天气应急预案

高鑫零售各地生鲜仓针对不同极端天气设立的应急预案如下：

华中

- 武汉生鲜仓针对极端天气带来的运力紧张问题提前制订计划，根据承运商运力进行车次安排，必要时外调大型车辆。

华南

- 承运商在常规情况下须基于约定时间提前 2 小时到达，留出极端天气下的缓冲时间。

东北

- 针对能见度小于 200 米的大雾、积雪厚度 2cm 以上的暴雪和暴雨等极端天气制定一系列应急预案，包括协同提前发车、更换备用运输路线等。

● 生鲜仓极端天气应急预案

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来源于汽油、柴油及天然气燃烧，制冷剂使用和外购电力。我们针对各类碳排放源头进行了数据采集与分析，系统评估了各源头在总体碳排放中的占比及其对应的减排效益。在此基础上，我们综合多学科知识与技术，严谨地制定了碳减排行动方案，明确了减排的关键领域和优先行动项，以期实现碳减排效益的最大化。

报告期内，我们在门店、仓储和运输三大运营端口开展的减排举措如下：



● 门店端：

报告期内，我们在门店端开展了一系列举措，主要包括光伏发电项目的建设和环保制冷剂的更换。

报告期内，共有 **8** 家门店完成光伏发电项目的建设。

截至报告期末，高鑫零售在去年 **59** 家门店的基础上，新增 **15** 家门店更换更加环保的 R448A 制冷剂，实现共 **74** 家门店使用更加环保的 R448A 制冷剂。



● 仓储端：

报告期内，高鑫零售生鲜仓积极推进光伏发电建设项目。

报告期内，华中区成都生鲜仓所处产业园区已启动光伏项围安装。

华北区济南大润发仓储光伏发电项目将分两期建成，实现光伏容量总额 **8MW**，预计建成后年发电量 **660 万 KWh**。

华南区南沙和厦门仓铺设光伏面积约 **2 万平方米**，每年可发电约 **100 万 KWh**。

● 物流中心生鲜仓光伏发电项目进展



● 运输端：

报告期内，我们通过优化运输路线、制定“满载满归”机制以及引入新能源车队，进一步减少现有车队运输过程中产生温室气体总量，并节约了运营成本。



- 中山石岐店由高速转国道运行，单次往返节省里程 **10** 公里。

- 报告期内，华东区与 **2** 家运输公司合作，利用空驶回头车承接快递、商品等运输服务；
- 报告期内，济南仓车辆装载率材积标准提升至 **76%**，满归运输时优先满足门店回程需求，若无需求则开展回头车业务，共承接回头车 **333** 车次。
- 南沙仓、厦门仓均开展了回程车业务，实现返程满载。同时，在运输过程中，通过拆货、轻重货搭配等方式提升装载率至 **75%** 以上，逆向外车要求门店凑满退货商品及载具。



- 南沙仓新增 **10** 辆电车代替油车配送珠三角 **9** 家门店；
- 苏州仓 **6** 台新能源车辆共行驶里程 **335,180** 公里，减少二氧化碳排放 **260** 吨，减少碳排放 **70.895** 吨。

本财年，高鑫零售集团的温室气体范畴 1.2.3 数据经由独立机构中环联合认证中心开展了碳核查工作，具体温室气体排放数据如下：

指标名称	单位	2022/2023 财年	2023/2024 财年
温室气体 - 范畴一			
制冷剂 ³	吨二氧化碳当量	308,353.97	242,332.56
移动源 ⁴	吨二氧化碳当量	15,597.74	12,335.33
固定源 - 汽油柴油 ⁴	吨二氧化碳当量	34.94	39.16
固定源 - 天然气 ⁴	吨二氧化碳当量	2,261.88	2,200.76
灭火器 ⁵	吨二氧化碳当量	12,509.60	12,481.88
温室气体 - 范畴二			
外购电力 ⁶	吨二氧化碳当量	1,581,266.97	1,267,336.82
温室气体 - 范畴三			
包材	吨二氧化碳当量	/	66,213.28
运输	吨二氧化碳当量	/	30,562.35
员工差旅	吨二氧化碳当量	/	519.95
排放总量			
温室气体排放总量 (范畴一 + 二)	吨二氧化碳当量	1,920,025.11 ⁷	1,536,726.51
温室气体排放密度 (范畴一 + 二)	吨二氧化碳当量 / 百万元人民币营收	22.95 ⁸	21.18
温室气体排放总量 (范畴一 + 二 + 三)	吨二氧化碳当量	/	1,634,022.09
温室气体排放密度 (范畴一 + 二 + 三)	吨二氧化碳当量 / 百万元人民币营收	/	22.52 ⁹

³ 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)。

⁴ 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》。

⁵ 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)。

⁶ 来源于国家发展和改革委员会发布的 2012 年中国区域及省级电网平均二氧化碳排放因子。

⁷ 不含范畴三。

⁸ 不含范畴三。

⁹ 含范畴三。

能源管理

高鑫零售致力于最大化能源使用效益，减少任何不必要的能源消耗。我们分析能耗场景下的降耗途径，在门店和仓储端开展针对性的节能工作。

报告期内，高鑫零售可通过能源（维保）管理系统对门店开展实时监控，对各店进行系统核查，主要包括空调、灯光、冷冻冷藏等设备参数设定，晚间用电设备关闭状况等。报告期内，我们对所有门店共开展了两轮核查，对异常情况及时提醒门店修正，通过实时监控及用电稽核约帮助公司减少用电 500 万 KWh。

我们在各门店开展了如下举措，降低能源消耗。

电梯 3D 雷达项目

报告期内，高鑫零售对部分门店使用频率较低的电梯增设雷达感应开关，来客时电梯将自动开启，客人离开后电梯将延时关闭。截至报告期末，共有 57 家门店的 128 台电梯完成改造，预计每年可减少约 70 万 KWh 耗电量。

停车场雷达感应灯项目

报告期内，我们在门店停车场安装微波雷达灯，仅来客时以满功率运行，在不影响使用效果的前提下显著减少能源消耗。改造后，单只灯管可减少 50.3KWh 的年用电量。以华东区启东大润发门店为例，停车场共计安装 288 只感应灯，改造后停车场每日用电量下降 51KWh。

空调系统运行管理

为减少因门店操作失误导致的异常能源消耗，总部通过能源管理系统实时对门店空调主机、水泵、风机等运行状况进行监控。截至报告期末，我们通过能源管理系统共监测到 35 次未及时关闭空调的不当操作和 20 家错误设定运行参数的门店。

冷柜管理

为减少非必要能源消耗，我们在报告期内针对晚间空置冷柜的关闭状况进行远程和现场核查。此外，我们在满足食品安全的前提下减少冷柜及操作间制冷时间。截至报告期末，晚间空置冷柜均增加 1.5 小时关闭时间，每年节约约 270 万 KWh。

烤炉控制系统节能改造

为提高用电效率，我们针对门店烘焙层烤炉控制系统进行优化，取消一键全启动功能，在炉温到达设定温度或烘烤结束后即断电。以华东区大润发广瑞路店和闸北店为例，系统优化后单月节电率达到 24.8% 和 19.8%。截至报告期末，高鑫零售所有门店共有 260 台烤炉得到改造，减少年度用电量约 160 万 KWh。

● 门店节能举措



2023/2024 财年，高鑫零售大润发门店获得以下荣誉奖项。

上海大润发（闸北\杨浦）获得上海静安区重点用能单位节能考核优秀单位

闸北店荣获中国连锁协会颁发的 2023 年度“绿色低碳示范店”

● 大润发门店荣誉

我们在仓储端开展的节能减排工作如下：

设备通电时间管控

- 华中区在仓库温度达到商品储存标准时关闭冷柜风机冷库，并在空置时及时断电。
- 华东区在封仓期间关闭除保障特定商品存储条件外的其他所有电源，较上个财年减少用电 110,649KWh。
- 东北区在正常作业结束后进行全面巡场，将所有电器断电并关闭无用照明。
- 华南区根据每日厂商到货时间定时启动制冷系统，出货结束后关停制冷系统。

采用节能设备

- 华北区加装外围路灯时钟控制器和光感开关。
- 华北区在货架走道更换照明灯管，整体耗电量相较原有设备节约 70%。

减少用电设备

- 华东生鲜仓库内照明自控系统可自定义片区照明时段与范围。
- 华南区部分非作业区域（如次要通道）减少灯具数量安装，将双排灯管改为单排灯管。

● 仓储端节能举措

笃行环保运营之责

环境管理体系

环境政策

高鑫零售遵循国家及运营所在地的法律法规，包括但不限于《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》及《SB/T 10814-2012 超市废弃物处理指南》。

为确保环保工作的有效执行，我们制定了《环境保护章程》和《能源控制管理规范》等一系列规范化的内部管理制度，明确环保执行工作的标准，明晰部门环保职责。

管理架构

我们在公司层面、组织层面及门店层面均设立相关环境管理架构，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，明确各级分工，开展专项管理。

管理系统

我们建立了能源（维保）管理系统，由各区监控中心及总部监控中心负责共同运行该系统，以协助门店在数据收集、能耗报表分析、系统报警、用电稽核等多个方面开展数字化管控。报告期内，我们进一步完善了该系统，在原有基础上做出如下优化：

根据用电单价判断门店上传数据的准确性

在“能源报表汇总”“分项能耗汇总表”和“总柜能耗汇总表”增加区域排序功能

增加门店各电表用电量及曲线对比

同步各店光伏\绿电采购量数据

◎能源（维保）管理系统新增功能

报告期内，本集团能源消耗¹⁰情况如下：

指标名称	单位	2022/2023 财年	2023/2024 财年
直接能源消耗量	MWh	67,974.48	55,786.22
直接能耗消耗密度	MWh/ 百万元人民币营收	0.81	0.77
间接能源消耗量	MWh	2,309,641.49	1,815,839.12
间接能耗消耗密度	MWh/ 百万元人民币营收	27.61	25.02
光伏发电可再生能源使用量	MWh	13,048.71	18,104.22
采购绿电可再生能源使用量	MWh	38,074.88	365,670.06
采购核电可再生能源使用量	MWh	45,566.69	227,370.61
综合能源消耗量	MWh	2,474,306.25	2,482,770.23
综合能源消耗密度	MWh/ 百万元人民币营收	29.58	34.21



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。

管理体系

高鑫零售已获取 ISO14001 环境管理体系认证。



◎ISO14001 环境管理体系认证证书

高鑫零售建立了排放管理系统，用于系统化监测与管控运营中产生的各类排放物，如废弃物、废水以及温室气体。

- 废弃物**
 - 每日向系统内录入门店废弃物数据，由专员对录入数据进行月度稽核，及时查找数据异常原因并提出整改计划。
- 废水**
 - 以用水量为核心监控指标，要求每家门店每天记录水耗数据，每月对所有门店水耗数据进行追踪分析，对数据异常或波动趋势展开调查，查明原因，及时解决异常。
- 温室气体**
 - 我们以能源耗用及制冷剂使用等产生温室气体的源头作为核心监控指标，建立了覆盖制冷剂全阶段使用的管理分析系统，实时了解门店消耗及库存情况，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开展及时沟通，确认原因并及时解决。

高鑫零售排放管理系统

排放物管理

高鑫零售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。我们严格遵守相关法律法规，秉持合规处置原则，从源头减少排放物的产生，并积极开展回收再利用行动。

气体排放

高鑫零售在运营过程中排放的空气污染物主要来源于自有车辆行驶耗用的汽油和柴油燃烧。

我们计划逐步将现有传统能源车辆替换为新能源车辆，以减少空气污染物的排放。报告期内，我们共引入 10 辆新能源车辆，投入日常运输使用。

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	2022/2023 财年	2023/2024 财年
车辆行驶产生的空气污染物			
二氧化硫	吨	0.10	0.07
氮氧化物	吨	123.91	85.13
颗粒物	吨	9.10	6.31
一氧化碳	吨	58.69	46.21

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。

废水管理

高鑫的废水主要来源于运营过程中的水资源消耗，我们秉持合规处置排放的原则，通过市政污水管网统一处理废水。高鑫积极开展节水举措，从源头减少废水产生。我们通过纯水设备上安装废水储存和循环系统，将纯水系统产生的废水运送至清洁用水点重新使用，每年可实现废水循环再利用 49 万吨。

废弃物管理

高鑫零售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。我们在门店设立三大区分类原则，根据商店街、卖场和办公区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。针对可回收的废弃物，我们均采取对应的回收处理方式。

纸板箱处理

纸板箱是高鑫零售主要的可回收无害废弃物，我们通过制定《门店纸板箱回收作业流程》，明确纸板箱回收全流程的操作守则，门店各部门负责将满足回收条件的纸板箱放置收货区仓内设置的暂存点，由仓管同仁通知纸板箱厂家作业人员在监控下双方会点称重并记录，通过防损安检后送至收货区仓外打包。为确保废纸板回收数据完整可靠，规范中明确了废纸板数据记录流程，同时总部开展月度数据核查以识别异常情况，查找原因并及时解决。

废油回收再利用计划

2024 财年，高鑫零售启动了废油回收再利用项目，与合作伙伴携手，运用生物质利用技术，对门店产生的废弃油脂等进行转化和再利用，将其转化为高品质的生物原料。这些生物原料一方面可用于生产替代传统柴油的可再生柴油、氢化植物油等产品，另一方面也可用于生产可持续航空燃料。截至 2024 年 3 月 31 日，高鑫零售已有 107 家门店签约参与废油回收再利用项目。

垃圾分类

高鑫零售严格遵守各运营城市管理规范，针对厨余垃圾制定了内部分类操作流程，通过专人检查确保门店垃圾干湿分离。我们在门店放置分类垃圾桶，提升顾客垃圾分类的环保意识。

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。

报告期内

我们通过市政污水管网排放的废水¹² 共计

14,215,230.15 吨

废水排放密度为

195.89 吨 / 百万元人民币营收

报告期内

高鑫零售废纸板的回收总量达

107,426 吨

高鑫零售已在

149 个城市中的 **461** 个门店实行垃圾分类

减少食物损失与浪费

高鑫零售针对报废食品有明确的处置要求和标准作业流程，全程通过系统监管，避免外流。此外，我们与具有专业资质的第三方公司合作，实现闭环处置。

为降低食物损失和浪费的产生量，我们持续开展包括食物采购、仓储、加工和贩售环节在内的全链路损控管理。截至报告期末，厨余垃圾较同期减少约 7,804.8 吨，降幅约 17.0%，实现并超过上一财年设立的食物损失和浪费降低 3% 的目标。本财年我们制定了新的目标，即 2024/2025 财年相较于 2023/2024 财年实现厨余垃圾降低 5%。



◎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，高鑫零售废弃物数据如下：

指标名称	单位	2022/2023 财年	2023/2024 财年
无害废弃物产生量	吨	194,256.84	180,678.69
无害废弃物产生密度	吨 / 百万元人民币营收	2.32	2.49
可回收废弃物产生量	吨	124,169.45	117,030.48
不可回收废弃物产生量	吨	70,087.39	63,648.21
有害废弃物产生量	吨	150.55	174.95
有害废弃物产生密度	千克 / 百万元人民币营收	1.80	2.4

水资源使用

高鑫零售重视水资源的取用，通过安装节水设备、循环再利用废水、张贴节水标语等举措，致力于持续减少水资源在日常运营过程中的消耗。

案例 | 自动洗地机

自 2019 年起，我们逐步在高鑫零售门店推广自动洗地机。截至报告期末，共有 23 家门店配备自动洗地机，以减少在门店清洁方面的水耗。

案例 | 节水型水龙头

高鑫零售针对现有门店及新开张门店已全部采用节水型水龙头，提高水资源利用效率。每个水龙头每年约可节 30 吨水，预计每年可节约总用水量约 10 万吨。

报告期内，高鑫零售的用水均来自市政管网，具体使用情况如下：

指标名称	单位	2022/2023 财年	2023/2024 财年
耗水量	吨	17,176,380.67	16,730,746.26
耗水密度	吨 / 百万元人民币营收	205.31	230.56

减塑与包材

减塑

高鑫零售致力于降低运营过程中的塑料制品用量，以减轻塑料制品对环境产生的影响。报告期内，我们完善了适用于门店的《CS00086 垃圾袋配置使用操作规范》，对不同垃圾桶使用的垃圾袋规格进行进一步规范。我们通过列举潜在的垃圾袋重复利用场景及安全事项，帮助门店减少非必要的塑料袋使用。此外，总部专员会针对垃圾袋使用情况情况进行追踪，对门店垃圾袋的费用进行每月稽核，并通过巡店现场核查门店垃圾袋使用情况，及时纠正门店失误操作。

截至报告期末

根据当地政府要求使用可降解塑料袋门店已有

251家



报告期内，高鑫零售开展了一系列减塑举措。

采用可回收塑料物流周转箱

报告期内，高鑫零售各生鲜仓使用的运输载具均由总部统一购置，实现 100% 使用可回收的塑料物流载具。

线上配送业务开展马夹袋减塑及减量使用举措

高鑫零售已在全国 79 家门店推广使用可降解马夹袋，并制定下单审核流程。我们通过积极沟通和开展月盘点减少浪费。发放时，我们分类标识并按需发放。月底会盘点库存以避免过量备货，并针对用量异常门店进行检讨和改进，力求持续降低浪费。

报告期内，高鑫零售门店马夹袋订购量同比降低 5.7%。

高鑫零售——支付宝·蚂蚁森林环保减塑活动

为鼓励消费者自带环保袋购物，减少塑料袋使用，高鑫零售大润发门店与支付宝·蚂蚁森林合作开展环保减塑活动。顾客在大润发任意门店任意消费，使用支付宝支付的订单中不含塑料袋，即可获得 12g “蚂蚁森林能量”，可用于支付宝 App 公益植树，由蚂蚁公益组织在线下种植树木。截至报告期末，此项费用已累计达 124 万¹³。

◎高鑫零售减塑举措

包材管理

高鑫零售持续对包装材料使用场景进行评估分析，致力于降低包装材料的使用量。报告期内，我们开展了包括测试新打包设备和降低缠绕膜厚度在内的一系列举措，减少包材耗用，提高包材使用效率。

包装设备升级

报告期内，高鑫零售采用具备拉伸膜功能的包装机，可将0.4m机用膜拉伸至0.5m，不仅节省包材且提高了加工品包装紧致程度，提高产品美观度。此外，我们采用具备自动识别商品长度功能的枕式包装机，辅以人工输入参数调整，可进一步节省包材耗量。

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	2022/2023 财年	2023/2024 财年
包装材料使用量	吨	33,559.07	25,857.07
包装材料使用密度	吨 / 百万元人民币营收	0.40	0.36
木头 / 纸张纤维包装总重量	吨	3,634.69	4,041.83
塑料包装总重量	吨	21,722.81	19,260.62

¹³ 124 万是指通过活动顾客已经申请了树木种植的金额。

生物多样性与动物福利

生物多样性保护

保护生物多样性对于促进人类与自然和谐共存至关重要，并在维护生态系统稳定中扮演着不可替代的角色。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，但我们坚守对生物多样性保护的承诺，与合作伙

伴并肩合作，不断推进生物多样性保护的相关活动，并积极呼吁消费者参与其中，深化生物多样性保护理念的传播与实践。

案例 | 力士·绿哈达活动

“力士·绿哈达”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，累积在高原科学种植牧草逾 20,000 亩，约合 1,340 万平方米，净吸收二氧化碳超过 8,500 吨。报告期内，大润发继续携手力士，通过门店活动，号召消费者为高原牧草种植贡献力量，此次门店活动帮助西藏自治区拉萨市林周县种植牧草达 500 亩，在青海省海南州贵德县拉西瓦镇种植牧草达 1,000 亩。



案例 | 宝洁 · 塑源计划 - 绿色宝藏就在大润发

2023 年空瓶回收计划再度升级，大润发携手宝洁开启“塑源计划”。活动期内，在全国 484 家大润发门店设置空瓶绿色回收箱，消费者投入的空瓶将通过一系列加工处理成为环保材料，用于制作希望小学的操场。报告期内，由塑料空瓶回收制作的绿色操场正式于河北献县段村镇宝洁研发中心员工希望小学竣工，为希望小学的学生提供了运动的场地，助力少年茁壮成长。



大润发门店空瓶回收装置



大润发门店环保宣传



中国青少年发展基金会颁发“希望工程公益伙伴”荣誉



绿色操场竣工仪式



动物福利

高鑫零售积极引进动物福利商品，在企业价值链中深化动物福利意识，鼓励并支持上游供应商积极探索并实践可行的动物福利方案。

案例 | 澳大利亚天然牧场草饲牛肉

高鑫零售优先选择积极践行动物福利理念的供应商。报告期内，我们引进具有动物福利认证的工厂生产的天然牧场草饲牛肉，引入门店数达 453 家，占大润发牛肉品类业绩的 53.7%。

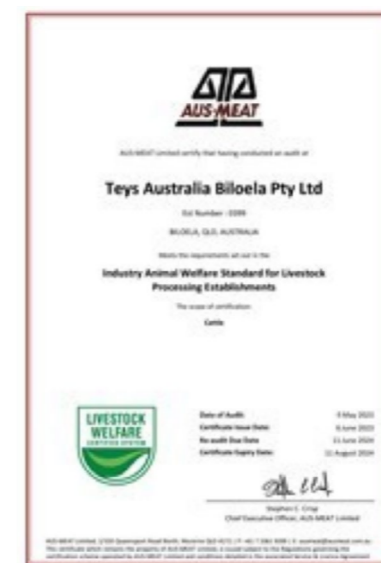
引入门店数达

453 家



占大润发牛肉品类业绩的

53.7%



动物福利认证证书

案例 | 非笼养禽蛋

报告期内，我们引入新进供应商，已累计上架非笼养动物福利蛋产品 17 种，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，大润发非笼养禽蛋总销量达到 3,300,000 元，象征着越来越多的消费者表现出对动物福利产品的关注和接纳。

已累计上架非笼养动物福利蛋产品

17 只单品



大润发非笼养禽蛋总销量达到

3,300,000 元





责任供应 合作共赢

高鑫零售坚信稳定、高质量的供应链是产品质量的基石。我们高度关注采购和供应环节的可持续性发展，致力于与供应商建立共赢的合作伙伴关系，共同履行责任采购使命。

- 坚守可持续采购之道 70
- 保障卓越供应质量 71
- 畅通有效双向交流 76



坚守可持续采购之道

本集团致力于实现产品全生命周期的可追溯能力，积极促进所有供应商加强其供应链可追溯性，优先引进具备 MSC、OFDC、RSPO、FSSC 22000 等资质或认证的产品，以打造完善的可持续采购闭环。

乳制品追溯

100% 的自有品牌乳制品可通过包装上有机追溯码或有机追溯号可追溯至原产地，非自有品牌乳制品有 **56 个** SKU 可实现追溯至原产地，报告期内销售额为 **4.1 亿元**。

牛肉产品追溯

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%**，报告期内销售额为 **3.2 亿元**

海产品追溯

自有品牌中可追溯至原产地的海产品占比达到 **73.7%**，非自有品牌中可追溯至原产地的海产品为 **30%**

棕榈油产品追溯

22% 的休闲食品以及 **7.8%** 的干杂类商品获得棕榈油相关认证（如 RSPO），实现产品可追溯

保障卓越供应质量

高鑫零售倾力构建高水平的供应链管理体系，通过规范化供应商准入流程、标准化日常管理及评估流程，持续优化供应端的风险防控工作。同时，高鑫对供应商的可持续发展表现予以高度关注，包括商业道德、应对气候变换、劳工管理等方面。

供应商准入

我们依据国家相关标准及食品安全质量的国际准则，结合企业实际情况，制定了详尽的供应商准入与审核制度。准入审核覆盖供应商资质、企业风险、运输风险及包材使用等多个维度。公司将要求其填写“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。

自有品牌供应商

- 所有候选供应商必须通过严格的企业初筛、视频审核及现场审核，方能获得准入资格
- 审核重点涵盖工厂现场的质量管理水平、质量体系的规划与设计、环境与社会责任的履行情况，以及是否开展可持续发展的实践举措等

非自有品牌供应商

- 供应商合规：要求供应商填写“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
- 制造商合规：审核实际制造商具有合规资质，确保合规来源
- 商品合规：主要审核商品资质及第三方型式检验报告书
- 访厂合规：对工厂实际生产环境和生产风险管控能力进行实地审核，帮助工厂提升风险管控能力



◎ 高鑫零售供应商准入要求

在所有供应商准入流程中，我们会将其已开展的可持续发展工作作为筛选的重要依据，例如环境管理、气候变化应对、劳工权益等方面表现优异的供应商，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 599 家，获得 ISO 22000 认证的供应商伙伴达到 797 家。同时，对于注册资本大于 500 万元人民币，且已经取得 CGF¹⁴ 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。

报告期内

已获得 HACCP 认证的供应商伙伴达到

599 家



获得 ISO 22000 认证的供应商伙伴达到

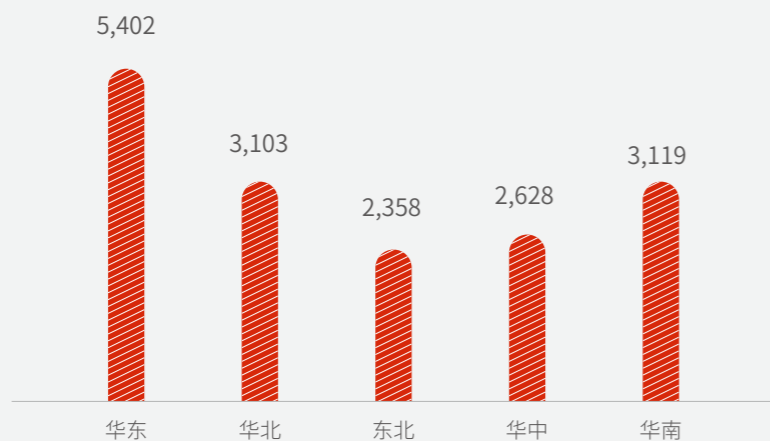
797 家

按供应商地区划分

2023/2024 财年

单位：个

大陆地区供应商数量（不含港澳台）



¹⁴CGF (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

高鑫零售致力于维护供应链稳定，不断完善供应商管理体系，通过定期开展供应商风险审计工作，主动进行本地化采购，为降低运输采购风险、打造可持续供应链夯实基础。

准入后管理

高鑫零售对准入后的供应商实施分类管理，通过事前评估、事中监控和事后跟踪的全流程管控，对供应商的原材料追溯能力、产品合格率以及配送效率等关键指标进行日常管理和评估，以帮助我们 对供应链风险保持密切关注和及时应对。



JBP 供应商 行业领导品牌

战略供应商 战略发展需求的品牌

合同供应商 满足消费者需求的品牌

◎ 高鑫零售供应商类别



为确保供应链的稳定与高效，我们定期安排访厂工作，对既有供应商的实际运营情况进行实地考察，审查范围包括资料更新与合规性、商业道德、劳工权益以及环境管理等多个方面。

车辆匹配、外车承运供应商

- 所有车辆须装 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公开招标，优胜劣汰，淘汰表现欠佳的运输公司。
- 每月进行供应商考核（送货准时率、回单及时率、顾客满意度、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。

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、奖惩事项公开一致，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，并确保及时了解供应商运作情况，以维护供应链稳定。

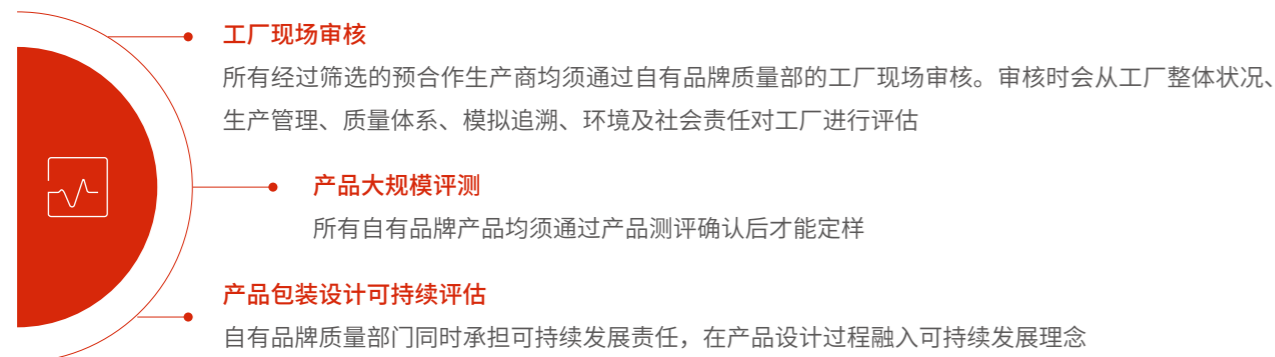
耗材、设备、工程供应商

- 合作厂商须提供各项资质证书，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顾客业绩及占比、员工人数、面积 / 所有权、商品来源等，以确保企业物资可追溯。
- 网站查核厂商提供的信息是否属实，企查查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。

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，如有异常，及时反馈运输公司并要求改善，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。

对于自有品牌的供应商，我们从工厂现场审核、产品大规模评测、产品包装设计可持续评估三大方面进行管理。



◎高鑫零售自有品牌供应商评估

制造商审核

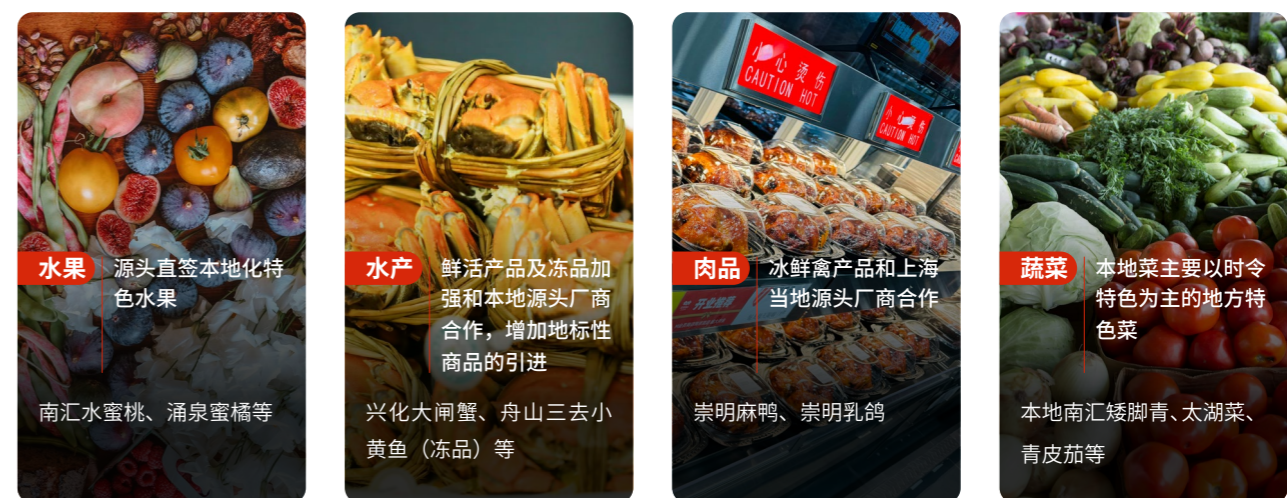
为稳固与供应商的长期合作关系，确保供应链稳定和可持续发展，高鑫零售通过定期开展制造商审核，全面审查和了解合作伙伴的实际生产情况，识别供应链潜在风险，及时开展应对行动。本财年高鑫零售已累计审核制造商 1,049 家。

案例 | 运输供应商风险审计

我们对运输供应商进行了全面的风险审计，重点评估车辆定位技术、电子档案完备性、货物准时送达率、顾客满意度反馈以及运输事故记录。通过系统后台的作业数据分析，我们为各供应商划分了等级评价，并每周召开产销会议，深入探讨物流问题发生的原因，制定针对性的改善策略，并持续跟踪改善效果。

本地化采购

为了进一步降低供应链风险，减少生鲜商品的运输损耗，高鑫零售积极推进本地化采购工作，对运营地当地特色产品直接采购并销售。



◎高鑫零售本地化采购特色产品

供应商商业道德

高鑫零售在规范自身商业行为的同时，也关注供应商的廉洁自律。我们要求供应商在签约合作协议时必须签署“廉洁诚信承诺书”，并附有廉洁诚信问题反馈渠道，明确诚信经营的相关条款。供应商须接受并签署此承诺书，才可与高鑫零售开展后续合作。对于违反承诺、存在失信行为的供应商，我们会将其列入黑名单。报告期内，高鑫零售与所有合作供应商均签署了“廉洁诚信承诺书”，签约率达 100%。对于任何反腐举报案件，高鑫零售承诺在 5 个工作日内受理，并于 7 至 14 个工作日内开展调查，最长调查时间不超过三个月。

畅通有效双向交流

高鑫零售深知在实现可持续发展目标的道路上，与供应商的紧密合作与沟通交流至关重要。为夯实与供应商的合作关系，高鑫零售构建了开放、透明、多元化的供应商沟通机制，通过线上会议、实地考察等多种渠道以确保双方能够及时了解彼此的诉求与反馈，共同解决合作过程中遇到的问题。

供应商交流

高鑫零售每年会定期举办多样化的供应商培训活动，内容涵盖食品安全、新系统操作、物流管理等关键领域。此外，我们还与业内知名第三方企业合作，共同举办供应商交流大会，为双方搭建更广阔交流平台。



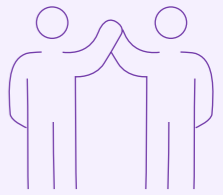
案例 | 物流承运商沟通会议

报告期内，高鑫零售定期开展了月度承运商沟通会议，就运营数据、各承运商 KPI 得分及扣分异常明细、运营情况及改善措施、临时修改的操作标准等内容进行沟通和培训。

供应商赋能

在专注于自身发展的同时，高鑫零售也积极推动零售行业的可持续发展，助力业内供应商品牌的孵化与成长，携手共创零售行业繁荣向好的未来。





以人为本 携手共进

高鑫零售始终秉持以人为本的理念，将人才视为企业核心竞争力的重要构成之一。我们不断完善员工权益保障举措，持续提升员工的幸福感和归属感。我们建立公平的晋升和激励体制，通过形式多样的培训帮助每位员工在多元、平等的工作环境中与高鑫零售共同成长。

- 保障员工权益 80
- 扶持员工发展成长 86
- 滋养人文关怀 92



保障员工权益

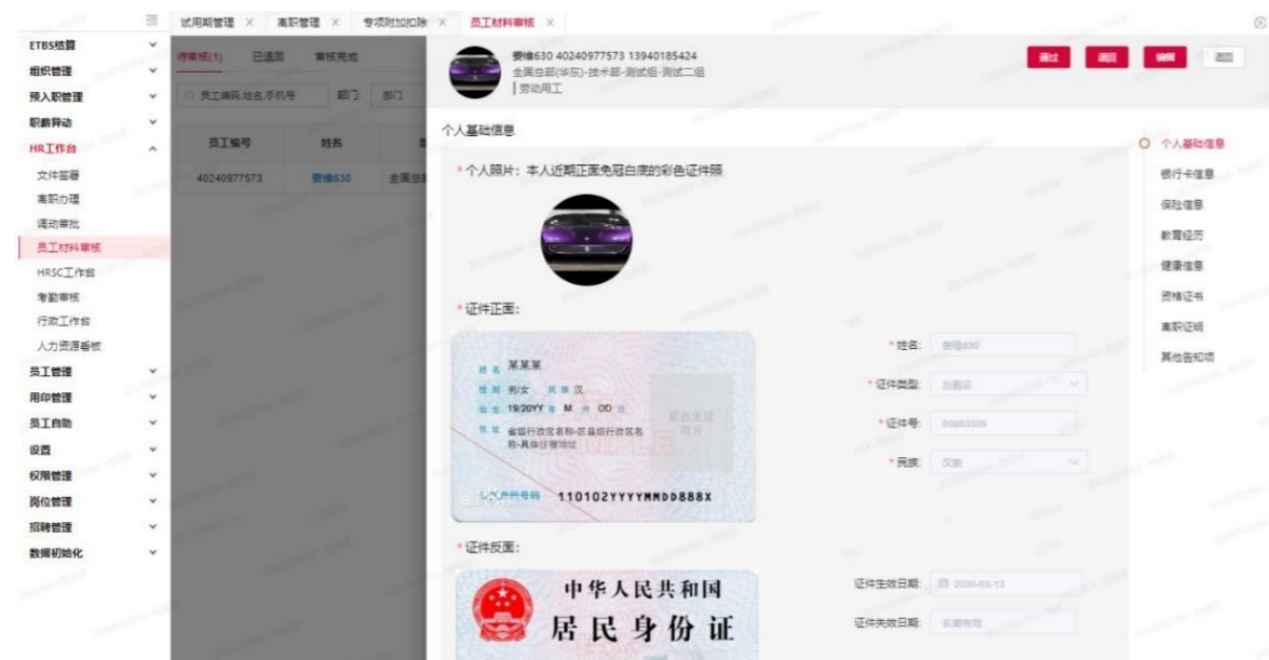
高鑫零售秉承“以人为本”的用工理念，严格遵守《中华人民共和国劳动法》《中华人民共和国劳动合同法》《中华人民共和国社会保险法》《中华人民共和国妇女权益保障法》《工伤保险条例》等有关法律法规，在报告期内，我们更新完善了《员工手册》等内部制度，明确合法用工、尊重人权、保障员工合法利益等基本原则和要求，对招聘雇佣环节的合规性有着严格把控。

员工雇佣

合规雇佣

高鑫零售恪守《禁止使用童工规定》，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。同时，我们制定多重入职认证流程，对潜在违规情况进行拦截。报告期内，高鑫零售推进使用人力资源信息系统（HRIS），

通过对数据口径和管理流程的梳理，重新构建了人资主数据体系，将原本的人员信息的结果录入改造为全流程的线上化管理，提高流程的透明度和整体效率。在新员工雇佣阶段，我们开展远程审核比对员工信息和证明材料，当审核通过后信息生效，进一步确保招聘流程合法合规。



◎ HRSC 远程审核示意图

如发现有童工、未签订劳动合同员工等异常雇佣关系出现，我们将及时深入调查，开展后续处理，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。

此外，高鑫零售提倡合理的工作时间，针对不同岗位员工采用人性化的工时管理制度，最大程度避免员工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向员工支付加班工资并给予调休安排。

多元化招聘

我们坚信高鑫零售将受益于来自不同背景的多元人才。我们致力于建立多元包容的办公环境，尊重各职级每一位员工的人权。在高鑫零售，任何形式的歧视均被明文禁止，不同年龄、种族、宗教信仰、性别、性取向、国籍、身体状况、家庭状况的员工均享有平等的发展机会。报告期内，高鑫零售未接获任何针对歧视骚扰事件的举报。

该平台使用占比大幅上升的背景下提升人岗匹配速度，有效实现了招聘、雇佣和薪酬结算的全流程闭环式管理。此外，我们在第三方用工平台无法及时结算薪资时预先薪资垫付，确保包括派遣员工在内的所有员工享有合法权益。

高鑫零售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，我们进一步优化灵活用工平台，设立 24 小时风险处理团队，升级计时工全风险用工保障。此外，我们在平台上新增可视化排班、碎片化灵活排班、工时上限预警的数据实时监看功能，在



案例 | 亮点招聘活动：校企合作

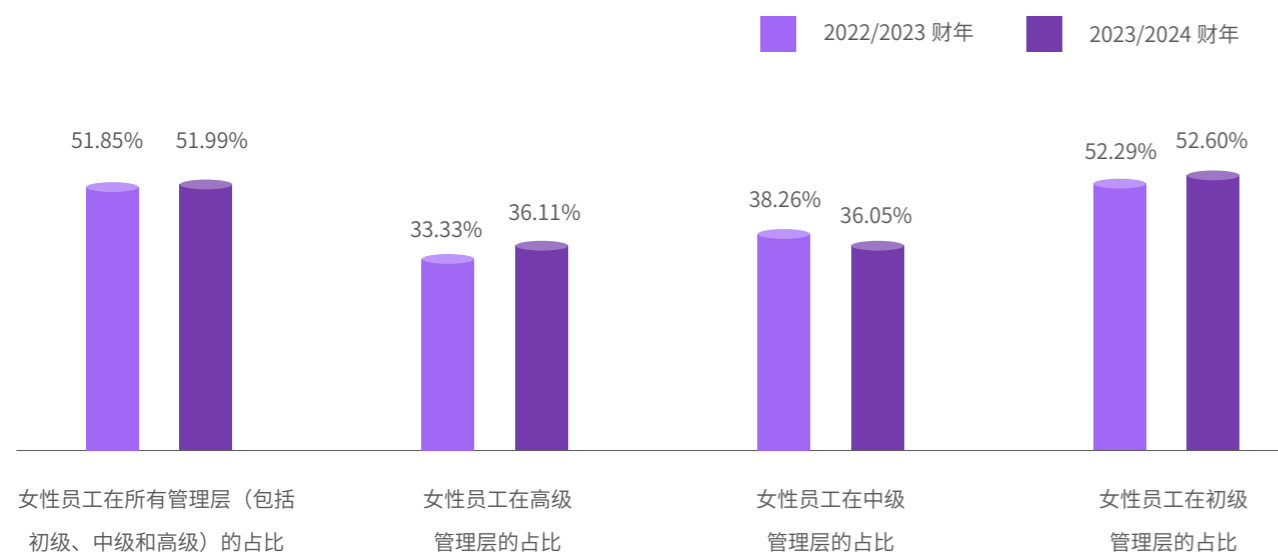
我们持续推进与高校的校企合作，合力推出实用且先进的教学培育项目，打造高水准的人才梯队，为年轻人的职业发展注入力量与信心，助力他们实现职业发展梦想。报告期内，我们新增 4 家校企合作对象，在江苏农牧科技职业学院等高校开展双选会与宣讲会，以线上直播的方式在江苏电子信息职业学院开展线上招聘。我们还与江苏电子信息职业学院、江苏农牧科技职业学院、江苏财会职业学院、扬州市职业大学等高校签订合同，在“6·18”和“双 11”等重要节点，共有 406 名学生支援我们的客服工作，共计接单量 130,641 件，总体顾客满意度达到 95.3%。针对通过灵活用工平台雇佣的优质大学生，我们提供全方位的前置培养与辅导，进一步提升人才队伍专业素养。

职场女性领导力

我们亦长期致力于提升职场中的性别平等水平，坚信优秀人才的能力高低不由性别决定。

我们坚信，性别不应成为衡量人才能力的标准，真正的优秀源于专业素养的深厚、技术能力的精湛以及对工作的热情与专注。我们通过制定完善招聘流程以确保性别中立，加强女性职业发展和领导力培训，以及建立公平的薪酬和晋升机制，力求从根本上消除性别差异对职场机会的影响。我们的目标是构建一个真正以能力和贡献为评价标准的职场环境，让每一位员工，无论性别，都能在专业领域内获得应有的认可与发展机会。

报告期内，高鑫零售各职级员工的性别多元化绩效如下：

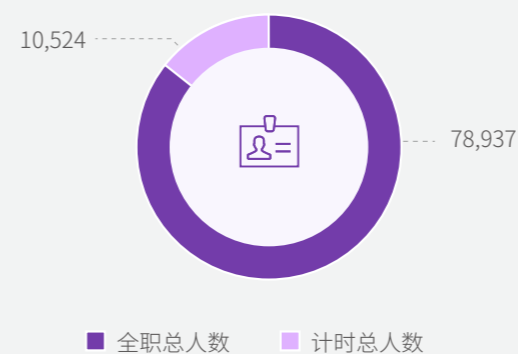


残障人士就业支持

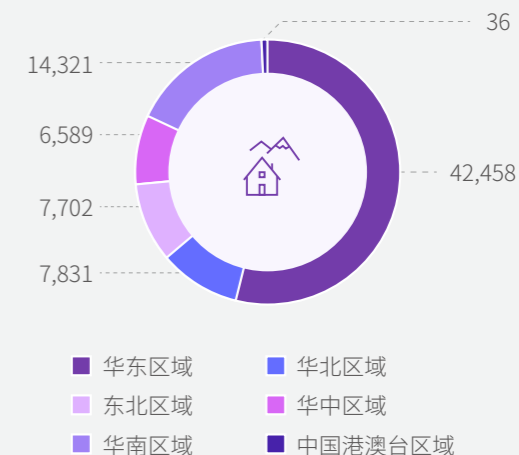
我们持续为残障人士、少数民族等少数群体提供多种就业机会，根据残障人士身体实际情况提供便利的就业岗位，岗位包括美工、收发室、仓管、客服等，保障残障员工受到无差别对待，确保薪资实现同工同酬。

截至报告期末，高鑫零售全职员工总数达 78,937 人，其中特殊人群及残障人士共 1,236 人（占比 1.57%）。

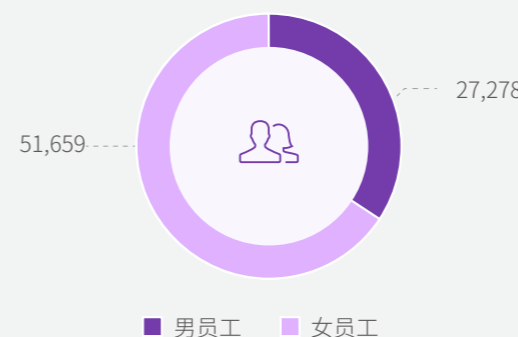
按雇佣类型划分：



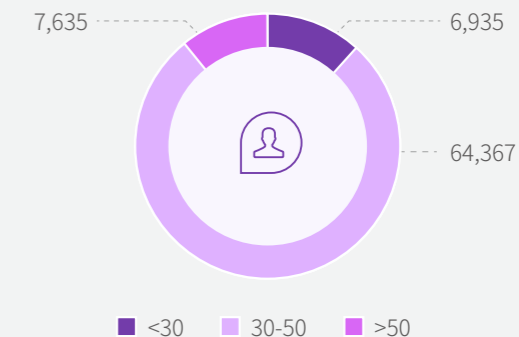
按地区划分：



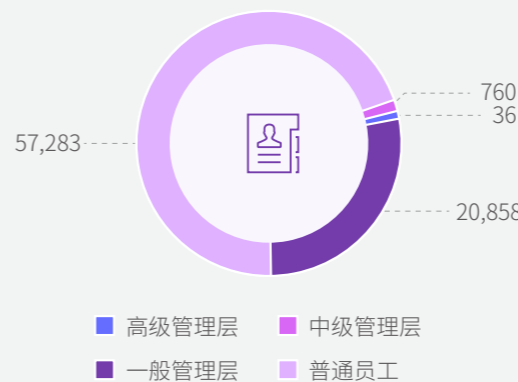
按性别划分：



按年龄划分：



按职级划分：



薪酬福利

高鑫零售严格遵守薪资标准和国家地方薪资管理规定，坚持同工同酬的基本原则，持续完善薪酬与绩效体系。我们确保相同职位、工作表现及经验的男性员工和女性员工获得同等报酬。我们按照岗位制定薪酬政策，确保薪酬标准仅与岗位挂钩。同时，我们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公平薪酬。

薪酬管理

报告期内，我们继续优化薪资管理流程，通过薪资管理系统将各店分散的薪资管理专员整合为由总部统一部门负责，各店需按时提交员工薪资核算数据至总部该门店特定薪资管理专员处，集中进行数据处理和核算。实现薪资统一化、标准化管理，提高工作效率，降低管理成本，为企业的持续发展提供有力保障。



◎ 薪资管理标准化优化维度

高鑫零售薪酬激励组合包括固定薪酬、绩效奖金、股权激励及员工退休福利，短期内绩效优异的员工将以奖金的形式获得额外激励。此外，符合条件的员工除退休储备基金外，还可享受 THE EMPLOYEE TRUST BENEFIT SCHEMES (ETBS) 员工持股计划等长期激励项目。

报告期内，高鑫零售总部和门店针对包括店务管理、业务考核等多方面均推出了激励方案。以《华东区商品部绩效奖金加分项——差异化商品》和《防损奖金激励标准及分配作业规范（2024 版）》为例，前者致力于鼓励员工取得的业绩提升，后者则鼓励员工在日常防损工作中互相监督，减少公司不必要的损失，并获得特定比例的奖励。

员工福利

除提供具有市场竞争力的薪酬组合外，我们也致力于保障员工的合法权益，为员工缴纳养老、医疗、失业、工伤、生育保险以及住房公积金。报告期内，我们在《员工手册》中新增并明确产假、生育假、配偶陪产假和育儿假在内的一系列假期。对地方政府规定享有固定时长育儿假的员工，假期阶段工资按正常出勤应得的工资进行发放。在符合当地法律法规要求的前提下，已婚全职男性员工可因其法定配偶的分娩享受全薪陪产假，陪产假天数按员工所在地地方政府有关规定执行。

在此基础上，我们额外为员工提供丰富的企业福利项目，包括面向全体员工的节日福利、团建、兴趣班、文体活动等。



◎ 高鑫零售员工福利举措

扶持员工发展成长

高鑫零售致力于员工打造一个宽广的成长空间，旨在激发每个人的深层潜能，助力每个员工实现个人成就与追求。我们构建了科学的绩效评估机制，旨在持续改进员工的专业技能，为他们的升迁和职业发展提供清晰的指引。此外，我们还提供了全面的培训方案和多样化的学习资源，以增强员工的业务水平和综合素养，为他们的职业梦想添砖加瓦。

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。公司致力于充分发掘员工潜力，以拓展其工作领域，深化工作内容，进而激发员工热情，提升业务能力，以高效应对业务增长，实现工作效率的整体提升。我们始终坚信，晋升的依据不应仅包括员工在公司内的服务年限，亦应参考员工个人素质与专业技能，同时兼顾其以往绩效评价。

高鑫零售高度重视员工流失情况，我们不断改进企业文化与工作环境，努力为员工提供更舒适的工作氛围、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 29.87%，按不同类别划分如下：

指标名称	单位	2022/2023 财年	2023/2024 财年
总流失率	%	21.02	29.87
按年龄划分			
<30 员工流失率	%	54.70	54.76
30-50 员工流失率	%	16.52	25.88
>50 员工流失率	%	19.61	37.06
按性别划分			
男员工流失率	%	21.60	29.69
女员工流失率	%	20.73	29.96
按地区划分			
华东区域员工流失率	%	18.26	24.45
华北区域员工流失率	%	28.58	32.01
东北区域员工流失率	%	20.75	37.27
华中区域员工流失率	%	25.47	34.47
华南区域员工流失率	%	21.79	37.35
中国港澳台员工流失率	%	16.78	54.37

绩效管理

高鑫零售制定有完善的绩效管理体系，绩效评估结果是员工晋升和职业发展的重要参考依据之一。针对不同岗位，我们有不同的绩效管理机制。我们持续优化现有的绩效管理体系，致力于为员工提供更公平、更透明、更有效的评价标准和反馈机制，从而激发员工的工作动力和创造力，实现员工个人职业发展和企业整体发展的双赢。

报告期内，高鑫零售多部门对现有绩效方案进行优化修订，以更好匹配公司的发展策略。基于此架构，我们设立了店总及以上人员干部砥砺前行奖励基金。

核配基准

当财年利润到达阶段目标时释放对应总奖池，经董事会核准后被考核人年度指标成长率发放激励

核发原则

- 采购总监及以上主管的奖金由业绩成长率和毛利额成长率按特定比例共同决定
- 营运区总的奖金由业绩成长率和净利率成长率按特定比例共同决定
- 店总、综合支持类总监及以上主管的奖金由对应区域业绩成长率决定

◎ 砥砺前行奖励基金



员工培训

高鑫零售高度重视员工的个人学习成长，提供形式多样的培训和发展机会，让员工在工作中不断学习和进步，最大化实现自我价值，最终实现员工与企业共同发展成长。

报告期内，我们对原培训系统 Netterm、欧尚 HRONE 和云课堂进行整合，更新为新版“发哥学堂”，解决了人员数据误差大、数据难整合、培训复杂、场景无法支持的问题，将培训系统统一化、规范化，增强高鑫零售对全阶段培训的管理把控能力，减少培训成本，进一步提升培训效益。

线上学习覆盖

9,738,936 人次

开展线上调研

904 次

覆盖

70,532 人次

举办考试

15,608 场

覆盖

717,824 人次

提供员工面授

28,040 次

“发哥学堂”线上绩效

师资培训

师资培训始终是高鑫零售实现可持续发展的重要一环。每个财年，隶属总部的高鑫零售人才发展部门将开展内训师晋级考核。考核过程中选择符合条件的候选人开展面谈答辩，按不同维度进行打分。

为实现更高效的内部培训制度，我们通过系统化地更新教材，将传统师徒传帮带制度落实到位的同时确保内部培训质量可控。报告期内，高鑫零售各门店共有 150 名员工经过内部筛选后通过认证，成为培训讲师。所有讲师遵循高鑫零售内部晋升制度，满足具体条件后可从准星讲师、三星讲师、四星讲师和五星讲师依次晋升。

准星讲师

- 通过转述审核

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
- 完成 TTT(Training the Trainer to Train) 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，经理员工授课累计 4 小时以上
- 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，总监以上员工授课累计 4 小时以上
- 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

亮点培训举措

高鑫零售的发展与员工的进步息息相关。为了配合集团的整体战略并满足员工在不同阶段和岗位的发展需求，我们精心设计并开发了一系列具有针对性的培训项目。这些项目既重视理论学习，也强调实践应用，旨在帮助员工提升竞争力，助力员工自我发展。

报告期内，我们开展了各类培训：

案例 | 鑫鲤计划

高鑫零售高度重视人才储备计划，为服务于公司未来发展及战略落地，同时让具有培养潜质的储备干部有更好的发展空间，我们在报告期内开展“鑫鲤计划”。在储备干部鑫海人才与门店中选拔具有培养潜质的优秀课级，进行集中提升赋能，通过专业能力培训和管理能力赋能，帮助优秀储备干部快速成长为公司后备理级干部。截至报告期末，我们已完整开展二期鑫鲤计划培训班，共培养 20 名理级和 25 名课级储干。三期培训已完成 14 名成员选拔，即将启动培养。



鑫鲤计划现场



鑫海计划现场

案例 | 承运商培训

各生鲜仓针对承运商均开展每月会议和相关培训。

华东区在每月下旬至次月上旬开展承运商沟通会议，会议主要包括告知各商本月运营数据、KPI 得分及扣分明细，针对本月运营情况探讨承运商的改善路径，并针对具体操作标准进行微调。

华北区济南生鲜仓每月考评外承运商配送时间，生成供应商月度考评表。此外，济南仓针对供货商端物流、司机、厂商、装卸工等人员进行一年两次的培训，培训的内容包含作业流程、安全管理、业务知识、沟通方式等方面。

华南区每逢双月召开供应商培训交流会，单次覆盖 50 家厂商总计约 60-80 人，帮助新厂商了解大润发的交货及退货流程，同时向厂商介绍 DC 仓库的代送及回程车业务。此外，华南区每逢年节等重大档期召开所有承运商会议，对运能提前做好储备规划。



华南区供应商会议

报告期内，员工培训相关数据如下：

指标名称	单位	2022/2023 财年	2023/2024 财年
期末在职人员中的参培人数	人	102,770	78,937
员工人均受训时长	小时 / 人	54.39	43.54
在职人员受训比例	%	100	100
男性员工受训比例	%	100	100
女性员工受训比例	%	100	100
高级管理层受训比例	%	100	100
中级管理层受训比例	%	100	100
一般管理层受训比例	%	100	100
普通员工受训比例	%	100	100
按性别划分			
男性员工	人	34,349	27,278
女性员工	人	68,421	51,659
男性员工受训占比	%	100	100
女性员工受训占比	%	100	100
男性员工人均受训时长	小时 / 人	55	42
女性员工人均受训时长	小时 / 人	54	44
按职级划分			
高级管理层	小时 / 人	148	33
中级管理层	小时 / 人	75	29
一般管理层	小时 / 人	65	47
普通员工	小时 / 人	55	43

案例 | 客服人员培训

高鑫零售开展 100% 覆盖客服中心的客服人员培训，通过线上线下形式相结合，以线上“5 分钟微课”、线下“高潜客服提升课”等多种方式，实现针对新人的企业文化、规章制度、服务礼仪等培训和针对熟练客服的提升培训，如拉铃反馈、消法普及等进阶课程。

滋养人文关怀

我们珍视并感激每一位高鑫零售成员的勤勉付出，竭尽全力使每位同仁都能体会到如家庭般的温暖与关怀。我们重视与员工的交流与慰问，开展形式多样的员工关怀活动，加强团队协作精神，缩减员工间的心理距离，塑造一支具有深厚归属感的高鑫团队。此外，我们始终将同仁的身体健康和职场安全视为企业运营的重中之重，致力于为员工营造一个安全且有益健康的工作环境。

员工沟通与关怀

员工沟通与关怀是高鑫零售价值观的体现。我们开展一系列员工关怀举措，注重员工身心健康发展，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，努力了解员工困难和诉求并提供及时的反馈。

案例 | 特殊关怀慰问补贴

高鑫零售的工会为参加员工提供住院慰问、死亡慰问金，提供员工结婚、生育贺喜金等一系列补助。此外，工会持续关注员工家庭情况，为生活困难的员工及其家庭给予特殊关怀及补贴，为员工家庭解决燃眉之急。

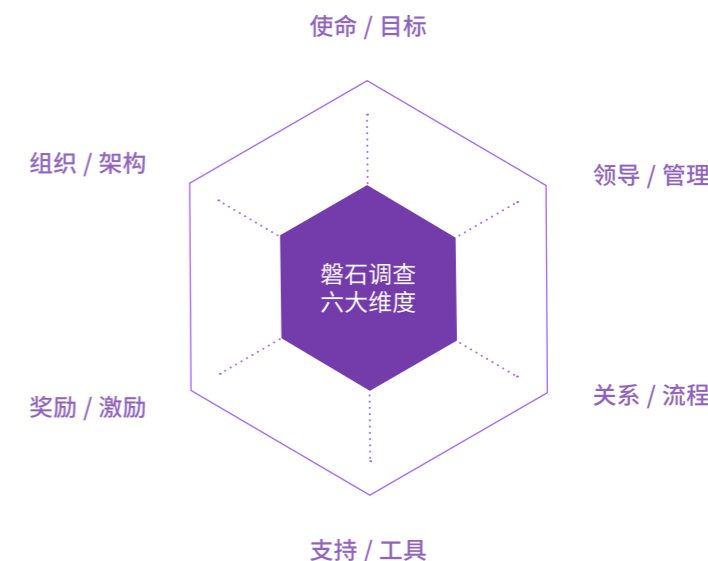
高鑫零售工会

为确保工人结社自由和谈判权利，给予广大员工可靠便捷的沟通渠道，报告期内，高鑫零售将原有的欧尚和大润发工会合并。高鑫零售由独立工会代表，或被纳入集体谈判协议的雇员占比为 100%。在日常运营中，我们邀请双方代表参与，共同讨论和制定工会组织的形式和内容，保障沟通渠道公开透明，确保工人权益得到保障。

我们提供包括定期员工大会、员工座谈会和投诉邮箱在内的一系列沟通渠道，帮助工人提出意见和建议，助力公司及时了解工人的需求和面临的困难，及时提供帮助，并要求负责收集和处理投诉的相关人员不得以任何形式泄露投诉人的个人信息。

磐石调查

报告期内，高鑫零售对原“磐石调查”进行改进，将员工满意度调查并入其中。除向员工发放细化的调查问卷外，还举办了大量单人面谈，涵盖高管会谈、中层管理者圆桌会议和普通职工问卷调查，力图覆盖公司各职级员工。我们将员工满意度问卷与新增的组织诊断相关问卷整合，通过六个维度详细了解员工对公司的感受。本次调查覆盖东北区所有理级（含）以上人员，覆盖所有上海区员工级（含）以上人员。



员工健康与安全

保障员工的身心健康不仅是高鑫零售肩负的法定责任，更是确保集团稳健运营的核心前提和基石。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，建立完善全面的安全培训体系和管理细则，致力于提高全体员工的安全意识，提高全体员工对安全事故的预防能力和对突发事件的应对能力。

高鑫零售在 2023/2024 财年共有 5 例员工工伤死亡事故，2022/2023 财年共有 7 例员工工伤事故（包括 6 例疾病死亡和 1 例交通事故死亡）；2021/2022 财年共有 7 例员工工伤死亡事故。

健康安全管理

高鑫零售围绕“安全第一、违章为零、隐患为零、事故为零”的安全目标，不断对相应的内部规章制度进行完善和修订。在日常生产运营活动中，我们识别出安全风险，加强监督与检查力度。此外，为进一步确保为员工享有安全健康的工作环境，我们在工作场所的设计和安排方面采用了有益于员工身心健康的模式，包括但不限于配备亮度和色温均适中的照明系统、放置绿色植物等一系列举措，有效守护员工的生命安全和身心健康。

报告期内，我们持续推进针对公共安全题库的修订与升级工作，持续优化更新划分为严重、重大和一般三个等级安全检查项目，确保信息更新及时准确，致力于覆盖日常运营的各方面。

安全相关培训

高鑫零售始终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、有针对性的员工安全教育培训流程，全方位宣贯的同时强化安全考核。

安全教育培训

我们每年开展两次涵盖全体员工的线上及线下全国门店安全教育培训。培训内容包括正确使用安全带、登高作业流程操作规范等，力图降低安全风险和员工工伤率。

我们每年开展两次覆盖全体员工和配送骑手的消防培训，涵盖消防器材使用教学、灭火演练和人群疏散演练等知识与实践相结合的培训内容。

消防培训

反恐防暴演练

我们每年开展两次覆盖全体员工的反恐防暴演练。

健康与安全培训举措

针对物流仓储和配送相关工作人员，我们也开展了一系列安全教育培训，力图提升相关员工的安全素养。

华中区

武汉生鲜仓对仓库全体员工进行月度培训。

华东区

针对司机开展月度安全培训，培训覆盖率 100%。

华北区

每月召开驾驶员安全会议，涵盖道路安全、驾驶安全习惯、安全事故警示等维度。

仓储物流人员职业安全健康培训

截至报告期末，高鑫零售在消防安全方面共有 13 家门店获得“消防先进单位”，27 位员工获得“消防先进个人”奖项，6 家门店获得包括“安全生产先进单位”和“消防技能比武第一名”在内的其他奖项。未来，我们将持续强化实际操作的安全防范演练，以确保员工的生命安全和身体健康得到坚实保障。



消防先进单位（海门店）



消防先进个人（永康店）

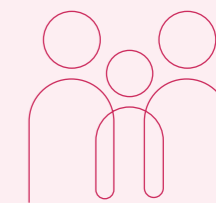


消防比武第一名（龙游店）

报告期内，员工健康与安全相关的数据如下：

指标名称	单位	2022/2023 财年	2023/2024 财年
员工工伤事故数量	件	562	262
员工工伤事故死亡人数	人	7	5
因工伤损失工作日数 - 员工	天	29,568	17,296
每百名员工因公亡故比例 ¹⁵	%	0.006	0.006
每百万工时工伤事故数 - 员工	次 / 百万工时	1.87	1.14
每百万工时职业病患者人数	人 / 百万工时	0	0

¹⁵ 2021/2022 财年共计 7 例员工工伤事故死亡人数，每百名员工因公亡故比率为 0.006%。



善举凝心 美好同行

高鑫零售主动承担社会责任，始终心系群众与社区，持续开展慈善公益事业。依托于本身的产业特点以及优势资源，我们长期在多方面开展公益活动，在能力范围内尽最大努力回馈社会。



传递温暖关怀

高鑫零售依托独特的业态，不断探索赋能品牌，携手进行公益活动的可能。报告期内，我们在多元群体关怀、社会健康以及灾情援助方面积极行动，尽我们所能回馈社会、承担社会责任。报告期内，高鑫零售在爱心公益方面共捐赠资金 36.32 万元人民币。

助力社会健康

高鑫零售关注不同社会群体的健康问题，围绕皮肤健康、口腔健康等方面，携手品牌开展多样化的公益行动，号召消费者关注社会问题，助力公益事业。

案例 | 强生·润护农“皴”，守护成长

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。他们离阳光和风沙很近，与砂石尘土相伴，缺少关心与陪伴，留守儿童作为特殊群体需要更多社会关注。

在此次公益项目中，大润发携手强生婴儿在门店开展买捐活动，活动期间，凡购买强生婴儿任意产品，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，高鑫零售携手强生达成全国业绩 1,346,824 元，捐赠市场价值 2,102,491 元润肤产品，为留守儿童提供了保护肌肤健康的物资。



◎ 门店展台



◎ 大润发春申店路演现场



◎ 活动宣传海报

案例 | 中华·守护中华口腔健康捐赠活动

为助力解决中国民众恒牙患龋率居高不下的社会难题，2023 年大润发继续携手中华品牌开展“口腔健康中华行”全民公益活动。报告期内消费者在大润发全国所有门店购买中华酵素、抗糖儿童系列产品任一件，中华将携手大润发通过上海市慈善基金会向偏远地区儿童捐赠中华牙膏。

活动创造了 872,591 元的营业额，向偏远地区的儿童捐赠 1,377 箱价值 1,000,000 元的牙膏。



◎ 守护中华口腔健康活动宣传海报

多元群体关爱

高鑫零售在多年里坚持对不同群体开展关爱活动，深入了解不同群体的需求，为群体提供长期的帮助。

案例 | 护舒宝·“我就是女生”买一捐一活动

2023 年 2 月，护舒宝携手大润发举办“我就是女生”“买一捐一”活动，消费者在大润发全国门店每购买一包卫生巾，护舒宝将携手大润发向青春期女生捐赠一包。活动期间累计捐赠 544,840 包卫生巾。

同时，护舒宝与大润发一同来到云南省丽江市大东乡建新宝洁希望小学，为女生带来一堂科学的青春课，助力每一位女生了解自己青春期的变化，自信健康成长。



◎ “我就是女生”第一站公益活动现场

案例 | 重阳节——“关爱老人重阳慰问暖人心”

2023年10月24重阳节，大润发华南区斗门店联合斗门大信新都汇并岸镇社会福利中心，为并岸敬老院的老人送去温暖的问候。

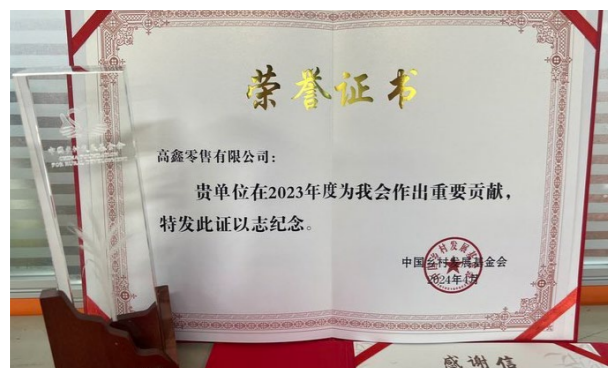


案例 | 善行100·为爱大作战，做孩子们的盖世英雄

善行100活动是由中国乡村发展基金会携手大润发，共同发起的一项全国性大学生公益志愿服务项目。通过大润发、高校、基金会三方强强联合为项目筹集善款，所筹善款用于为乡村地区小学生购买学生型美术包，有助于提升乡村学校美术教育质量，增强乡村儿童美术兴趣，帮助乡村孩子认识美、发现美、表达美。

自2011年启动以来共有75.97万名大学生志愿者参与，累计为70.4万余名欠发达地区小学生送去关爱。2012年至2023年，善行100活动在各大零售线下门店设置的公益体验站已扩及70余家大润发门店，累计筹集884.79万元。

报告期内，项目共有大润发78家门店与70所高校参与，共筹集善款222,347元。



◎ 大学生志愿服务站点

救灾项目

高鑫零售在面对灾难时积极响应，依托于强大的供应生态，为面临灾难的同胞送去援助。

案例 | 河北暴雨——大润发捐赠物资

2023年7月，河北群众遭受涝灾，为帮助灾区人民渡过难关，大润发向河北涿州、涑水捐出两批物资。

涿州：调用12,000瓶饮用水、5,000只卤蛋、10,000包饼干面包、5,000袋榨菜、250箱牛奶等方便食品，于当天凌晨从济南赶往涿州受灾现场。

涑水：筹集2,816包卫生巾、安全裤，400多提卫生纸、湿巾等卫生用品运往同样受灾比较严重的涑水县。



案例 | 甘肃震灾物资援助

2023年12月19日凌晨，甘肃临夏州积石山县发生6.2级地震牵动人心，华中大润发兰州门店第一时间驰援3,000箱价值92,900的生存物资（方便面、饮用水、纯牛奶）送达积石山。



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。	3.3 笃行环保运营之责
	关键绩效指标 A1.1	排放物种类及相关排放数据。	3.3 笃行环保运营之责
	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)。	3.3 笃行环保运营之责
	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)。	3.3 笃行环保运营之责
	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)。	3.3 笃行环保运营之责
	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。	3.3 笃行环保运营之责
	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。	3.3 笃行环保运营之责
	一般披露	有效使用资源(包括能源、水及其他原材料)的政策。	3.3 笃行环保运营之责
	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)。	3.3 笃行环保运营之责
	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)。	3.3 笃行环保运营之责
A2: 资源使用	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。	3.3 笃行环保运营之责
	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。	3.3 笃行环保运营之责
	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。	3.3 笃行环保运营之责

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。	3.3 笃行环保运营之责
	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。	3.3 笃行环保运营之责
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。	3.2 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。	3.2 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。	5.1 保障员工权益
	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。	5.1 保障员工权益
	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。	5.2 扶持员工发展成长
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。	5.3 滋养人文关怀
	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。	5.3 滋养人文关怀
	关键绩效指标 B2.2	因工伤损失工作日数。	5.3 滋养人文关怀
	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。	5.3 滋养人文关怀
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。	5.2 扶持员工发展成长
	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。	5.2 扶持员工发展成长
	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。	5.2 扶持员工发展成长
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。	5.1 保障员工权益
	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。	5.1 保障员工权益
	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。	5.1 保障员工权益

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
一般披露	管理供应链的环境及社会风险政策。	4.2 保障卓越供应质量
关键绩效指标 B5.1	按地区划分的供应商数目。	4.2 保障卓越供应质量
B5: 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。	4.2 保障卓越供应质量
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。	4.2 保障卓越供应质量
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。	4.2 保障卓越供应质量
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。	2.1 强化品质安全 2.2 甄选优质匠心产品 2.3 构筑满意购物环境
B6: 产品责任	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。	2.1 强化品质安全
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。	2.1 强化品质安全
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。	1.4 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。	2.1 强化品质安全
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。	2.3 构筑满意购物环境
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。	1.4 企业治理
B7: 反贪污	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。	1.4 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。	1.4 企业治理
关键绩效指标 B7.3	描述向董事及员工提供的反贪污培训。	1.4 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。	6.1 传递温暖关怀
B8: 社区投资	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）。	6.1 传递温暖关怀
关键绩效指标 B8.2	在专注范畴所动用资源（如金钱或时间）。	6.1 传递温暖关怀

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》	《中华人民共和国食品安全法》
《中华人民共和国证券法》	《中华人民共和国食品安全法实施条例》
《上市公司治理准则》	《预包装食品标签通则》
《上市规则》	《预包装食品营养标签通则》
《环境、社会及管治报告指引》	《食品标识管理规定》
《企业管治守则》	《中华人民共和国消费者权益保护法》
《中华人民共和国劳动法》	《食品召回管理办法》
《中华人民共和国劳动合同法》	《消费品召回管理暂行规定》
《中华人民共和国社会保险法》	《国民营养计划（2017年-2030年）》
《禁止使用童工规定》	《中国防治慢性病中长期规划（2017年-2025年）》
《中华人民共和国妇女权益保障法》	《健康中国行动（2019年-2030年）》
《工伤保险条例》	《中国居民膳食指南（2022）》
《中华人民共和国反不正当竞争法》	《中华人民共和国网络安全法》
《中华人民共和国反洗钱法》	《信息安全技术个人信息安全规范》
《关于禁止商业贿赂行为的暂行规定》	《中华人民共和国环境保护法》
《中华人民共和国专利法》	《中华人民共和国节约能源法》
《中华人民共和国商标法》	《中华人民共和国水污染防治法》
《中华人民共和国安全生产法》	《中华人民共和国固体废物污染环境防治法》
《中华人民共和国职业病防治法》	《SB/T 10814-2012 超市废弃物处理指南》 内部政策制度

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》

《高鑫零售礼品处理条例》

《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》

《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》

《生鲜仓冷链作业规范》

《关于蔬果课包装品效期管理事宜》

《企业食品安全主体责任管理制度》

《商品重大质量异常处理流程（召回）》

《生鲜商品报废作业规范》

《康成投资（中国）有限公司数据安全规范（试用）V1.5》

《康成投资（中国）有限公司研发流程 V2.1》

《康成投资（中国）有限公司产品安全 checklistV1.4》

《康成投资（中国）有限公司小程序产品安全 checklistV1.0》

《康成投资（中国）有限公司供应商产品安全 checklistV1.0》

《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》

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