

永辉超市股份有限公司 2020 年社会责任报告

目录

永辉 2020 社会责任报告	1
走进永辉超市	4
1. 责任治理	5
1.1 公司治理	5
1.2 合规经营	8
1.3 社会责任治理	10
1.4 利益相关方沟通	13
2. 产品和服务	15
2.1 食品安全	15
2.2 保障消费者权益	22
3. 绿色安全运营	26
3.1 绿色产业链	26
3.2 安全运营	29
4. 合作共赢	31
4.1 供应商管理	31
4.2 责任采购	33
5. 雇佣管理	34
5.1 雇佣概况	34
5.2 发展与培训	36
5.3 员工关爱	38
6 社会发展	44
6.1 抗击疫情	44
6.2 扶贫攻坚	46
6.3 助力公益	49
7 2020 年度荣誉和大事记	53
2020 年度荣誉榜	53
2020 年度大事记	54
展望未来	56

关于本报告

报告时间范围 本报告为永辉超市股份有限公司第十份社会责任报告，报告时间范围主要为 2020 年 1 月 1 日至 12 月 31 日，部分信息超出追溯至 2019 年及以前。

报告组织范围 本报告全面阐述了永辉超市股份有限公司及下属机构（以下简称“永辉超市”、“永辉”、“我们”或“公司”）2020 年度在社会责任履责方面的表现及管理举措，集中讨论利益相关方关注事项。

报告发布周期 永辉超市社会责任报告为年度报告。

报告数据说明 本报告所引用的 2020 年数据为最终统计数，财务数据如与年度报告有出入，以年度报告为准。

报告参考标准 本报告基本框架参照上海证券交易所《公司履行社会责任的报告编制指引》、中国社会科学院《中国企业社会责任报告编写指南》（CASS-CSR 2.0）及《ISO26000 社会责任指南》。随着入选 MSCI（明晟指数）成分股之一，永辉超市也积极借鉴 MSCI ESG（环境、社会及管治）评级关注议题以及国际上相关领域的优秀实践，并结合永辉超市现阶段发展水平、履行社会责任实际情况进行编写。

报告联络方式 本报告以纸质印刷版和电子版两种形式发布，欲获取报告电子版，请登录上海证券交易所网站：<http://www.sse.com.cn> 或永辉超市股份有限公司网站：<http://www.yonghui.com.cn>

联系人：黄晓枫

电话：86-591-83787308、83762203

传真：86-591-83787308、83762990

E-MAIL: bod.yh@yonghui.com.cn

地址：中国福建省福州市鼓楼区湖头街 120 号

邮政编码：350002

走进永辉超市

永辉超市成立于 2001 年，2010 年在 A 股上市，股票代码 601933.SH，是中国企业 500 强之一，是国家级“流通”及“农业产业化”双龙头企业。永辉超市是中国大陆首批将生鲜农产品引进现代超市的流通企业之一，被国家七部委誉为中国“农改超”推广的典范，通过农超对接，以生鲜特色经营及物美价廉的商品受到百姓认可，被誉为“民生超市、百姓永辉”。

自创办以来，永辉超市持续高质量发展。目前永辉超市已在全国发展超千家连锁超市，业务覆盖 29 个省份，572 个城市，经营面积超过 750 万平方米，位居 2019 年中国超市百强 3 强、2019 年中国连锁百强 6 强。

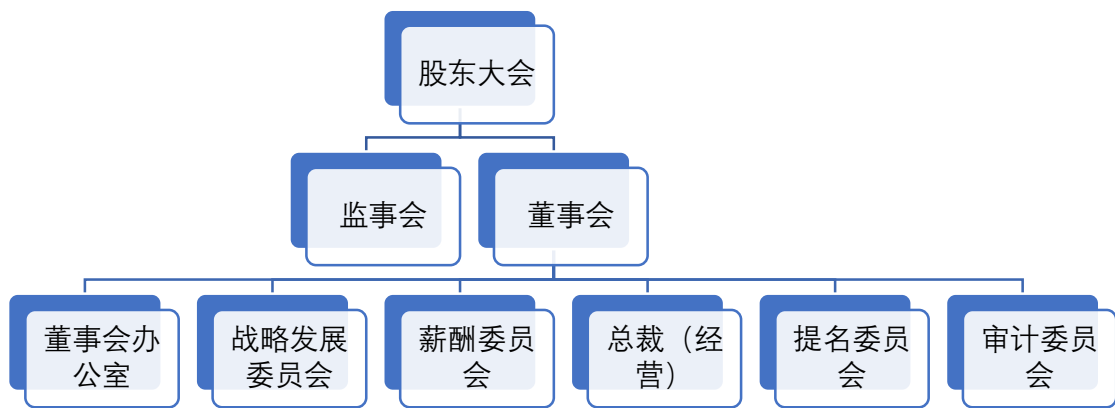
在发展中，永辉超市积极承担企业社会责任，始终在农超对接、稳价保供、应急救灾、助农扶贫、解决“卖难买贵”等行动中努力发挥带头、骨干的示范作用，热心致力于慈善超市、助学支教、扶贫济困、助残助孤、赈灾救难等公益事业，向社会捐赠资金及物资累计逾数亿元。

未来，永辉超市将继续坚守主业、坚守定位、坚守文化，以满足用户多场景消费需求为导向，发力品牌年轻化，营造好逛、好玩的新型门店，并推动线上线下一体化，打造“手机里的永辉”，为用户提供安全、健康、高性价比的生鲜·食品。

1. 责任治理

1.1 公司治理

遵照《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》等相关法律、法规的要求，永辉超市不断健全和完善公司法人治理结构，明确股东大会、董事会、监事会和高级管理人员之间的权责范围和工作程序；着力加强“三会”规范化、法治化建设，健全内部控制体系，进一步实现规范运作。



关于股东大会

股东大会是公司的权力机构。公司建立健全了与股东沟通的有效渠道，确保所有股东享有平等地位及对公司重大事项的知情权、参与权和表决权。2018年12月20日，永辉超市股东大会审议通过《关于公司第三届董事会工作报告的议案》、《关于公司第三届监事会工作报告的议案》等议案，同时选举产生第四届董事会（选举班哲明·凯瑟克(Benjamin William Keswick)、张轩松、张轩宁、麦殷(Ian McLeod)、廖建文、李国为公司董事，选举许萍、方青、刘晓鹏为公司独立董事）；选举产生第四届监事会（选举林振铭、朱文隽、熊厚富为监事，另由公司工会选举推荐陈颖、张建珍为职工代表监事）。

2020年，公司累计召集了两次临时股东大会，并执行股东大会的决议，通过了《关于修改〈公司章程〉分条款的议案》等相关议案。同时，累计召集了10

次董事会、6次监事会、2次战略委员会会议、3次审计委员会会议、2次提名委员会会议、1次薪酬与考核委员会会议。

公司/个人	持股数（股）	占公司总股本（%）
牛奶有限公司	1,913,135,376	20.10
张轩松	1,407,250,222	14.79
张轩宁	743,811,240	7.82
江苏京东邦能投资管理有限公司	736,437,197	7.74
林芝腾讯科技有限公司	478,523,106	5.03
江苏圆周电子商务有限公司	478,523,104	5.03

关于董事和董事会

董事会是公司的决策机构，对股东大会负责。公司于2018年12月20日召开永辉超市股份有限公司第四届董事会第一次会议，选举班哲明·凯瑟克（Benjamin William Keswick）为轮值董事长，选举张轩松为执行董事兼公司法定代表人。具体任职情况参见下表：

类型	姓名	性别	年龄	教育	任期 (届)	隶属委员会	专业擅长
非 独 立 董 事	张轩松	男	50	-	4	战略发展委员会、提名委员会、薪酬委员会	战略、零售运营、管理
	班哲明·凯瑟克（Benjamin William Keswick）	男	48	硕士	2	战略发展委员会	农业、食品、管理
	麦殷（Ian McLeod）	男	62	荣誉博士	2		零售运营、管理
	张轩宁	男	51	-	4	战略发展委员会、审计委员会	战略、业态创新
	廖建文	男	53	博士	2	战略发展委员会	战略、创新和创业领域的跨学科研究、教学和咨询

	李国	男	43	-	1		零售运营
独立 董事	许萍	女	49	博士	2	提名委员会、薪酬委员会、审计委员会	会计、教学和咨询
	方青	女	42	硕士	2	薪酬委员会	法律、咨询
	刘晓鹏	男	41	硕士	2	提名委员会、审计委员会	金融、银行、资本

关于监事和监事会

监事会是公司的监督机构，对公司股东大会负责。2018年12月20日股东大会选举产生第四届监事会（选举林振铭、朱文隽、熊厚富为监事，另由公司工会选举推荐陈颖、张建珍为职工代表监事）。第四届监事会第一次会议选举林振铭任第四届监事会主席。

关于经营高级管理层

经营高级管理层是公司运营管理的执行机构，在董事会领导下，经营高级管理层全面负责日常经营管理。具体职责分管版块参见下图：

●公司总裁、CEO 李国

- 全面主持公司工作，负责公司经营工作，直管供应链业务、到家业务、筹划中心，协助战略发展委员会、薪酬委员会、提名委员会、审计委员会、内控委员会工作

公司执行副总裁 吴光旺

- 在董事会领导下，负责协调各版块业务
- 分管的工作：供应链
- 分管部门：生鲜部、食品用品部、进口部、自有品牌

●公司副总裁 彭华生

- 分管的工作:二战区的经营工作及探索创新业务、新业态发展工作
- 分管的工作:二战区的经营工作及探索创新业务、新业态发展工作

公司副总裁兼 CFO 吴莉敏

- 分管的工作:公司财务、投资与永辉金融工作
- 分管部门:财务中心、永辉金融

公司副总裁 罗雯霞

- 分管的工作:拓展、招商、公共事务工作。
- 分管部门:发展部、招商部、公共事务部

公司副总裁 曾凤荣

- 分管的工作:公司物流业务，含定温物流、常温物流、新零售物流、运输运营、规划设计等工作
- 分管部门:物流中心

公司副总裁 金斌

- 分管的工作：负责公司人力资源业务。
- 分管部门：人力资源部

●公司首席技术官、副总裁 李松峰

- 分管的工作：负责永辉科技战略、数字化转型战略落地
- 分管部门:大科技部

1.2 合规经营

企业守法合规体系

在运营中，永辉超市始终严格遵守法律法规，构建守法合规管理体系，建立法律风险管理制度，完善管理机制；梳理、明确监管红线，分层次开展合规培训，提升合规意识；各部门高效协作，共同合力保证企业经营管理合法合规。



守法合规措施

1. 永辉超市聘请律师按照有关法律法规对股东大会的相关文件进行审查和验证，出具法律意见书，切实做到会议召集程序、参会人员资格、表决结果符合法律法规及公司章程的规定。

2. 永辉超市已设立公共事务部及专职人员负责办理营业执照、税务登记证等证件，在各地工商、税务、卫生等部门的指导下，及时办理开业证件、年检等常规行政审批事务。

3. 永辉超市在采购、店长、收货等关键岗位的办公场所悬挂廉洁警示牌，公开监督电话，预防发生收受或索取贿赂等违法违纪行为。

4. 2017 年集团内控管理委员会通过 OA 等方式发布了《诚信制度》《礼品馈赠政策》《诚信举报和奖励制度》《关于规范商务行为的公开信》，加强内部合规督导。

5. 2019 年永辉超市重新组建“廉政事务办公室”，并制定印发了《永辉超市股份有限公司关于构建廉洁从业长效机制的指导意见(试行)》《永辉超市

股份有限公司廉政工作若干规定(试行)》《永辉超市股份有限公司案件调查工作规则(试行)》和《永辉超市股份有限公司巡视检查工作实施细则(试行)》。

廉洁诚信

永辉超市始终坚持依法经营，始终倡导干部职工讲诚信、守法规，定期邀请公检法人员到公司举办专题讲座，营造了廉洁、守法、敬业的工作氛围。广大干部职工严于律己，在工作和生活中遵守法律法规和公序良俗。

永辉超市 2020 年累计发布廉政通报 18 期。2020 年 10 月到 11 月，永辉超市廉政办组织廉政、内控、审计部，在门店端开展为期一个月的“保障营销专项教育活动”。活动主要以查处违法违规行为、规范经营销售秩序为抓手，进行廉洁、诚信等文化宣传教育，以提升全员的廉洁意识、履职认知和合规理念。活动开展期间，累计查处各类违规行为 43 起，挽回经济损失 29 万；各战区内控先后开展廉政宣导教育 60 场以上，受众上千人。

同时，我们积极在供应商公司张贴《永辉超市诚信公告》，邀请合作伙伴监督公司的诚信工作：



1.3 社会责任治理

永辉超市朝着“规范化、科学化、现代化”的方向，不断加强公司管理制度建设，建立了《永辉超市股份有限公司社会责任制度》《永辉超市股份有限公司投资者关系管理制度》等制度，为履行社会责任确立了基本原则和核心内容，明确了公司董事会应定期检查和评价公司社会责任制度的执行情况 and 存在问题，形

成社会责任报告。同时，公司独立董事、监事会有权对公司履行社会责任的情况提出意见和建议。

社会责任治理架构

企业社会责任理念	
核心事业	<p>为大众百姓提供日常的食品和用品以及购物服务；</p> <p>“农改超”没有改变顾客原有的购买方式，但提高了顾客的购物体验和生活品质；</p> <p>重视企业的社会责任感，不断提升顾客服务和食品安全；</p> <p>为数万名员工提供创业和事业发展的机会；</p> <p>致力并促进了所在商圈的商业繁荣；</p> <p>为所在城市和社区居民的生活水平的提高做出贡献；</p> <p>为中国民族零售业的伟大复兴而努力奋斗</p>
企业使命	<p>引领现代农业，守护百姓健康</p> <p>为满足用户需求，提供安全、健康、高性价比的食品</p>
企业愿景	<p>让用户更喜欢，让创业更容易</p> <p>成为中国农业产业、流通一体化的龙头企业</p> <p>成为中国零售行业中最受尊敬企业及最佳雇主</p>
经营理念	<p>家门口的永辉、新鲜的永辉、放心的永辉</p> <p>绿色永辉、科技永辉、人文永辉</p>
社会承诺	<p>民生超市·百姓永辉：</p> <p>为顾客提供价廉物美的商品和便捷的购物服务；</p> <p>提供和销售与百姓日常生活息息相关的商品；</p> <p>坚持“大众化”路线，把家庭作为目标顾客；</p> <p>坚持薄利多销，做大流量；</p> <p>努力营造良好的购物环境，树立平价超市的社会形象；</p> <p>永辉不仅是创业者的，也是全体员工的，将来是社会公众的公司；</p> <p>永辉门店建在社区，永辉员工来自社区，永辉服务社区顾客；</p> <p>永辉是员工、顾客、供应商和股东共同发展的平台；</p> <p>永辉追求建立良性互动的社会关系，让全社会关心和支持永辉的发展，使永辉通过发展更好地回馈社会</p>
核心价值观	<p>融合共享·成于至善：</p> <p>帮助他人成功，自己才能成功</p> <p>用对待家人的方式对待他人</p> <p>用双手改变命运，为自己、为家人创业</p>

社会责任领导机构

永辉超市股份有限公司董事会是永辉超市履行社会责任的最高领导机构，各战区、门店是社会责任的工作机构，按照“分工协作、各司其职、各尽其责”的

原则承担履行应有的社会责任，各工作机构分别设置专职或兼任的人员负责落实分配的社会责任。



企业社会责任核心领域

<p style="text-align: center;"><u>对股东的责任</u></p> <p>积极保障投资者合法的股东权益，使企业资金安全，获得良好收益，力争给股东以丰厚的投资回报。</p>	<p style="text-align: center;"><u>对政府的责任</u></p> <p>自觉按照有关法律、法规的规定，合法经营、依法纳税。</p>
<p style="text-align: center;"><u>对消费者的责任</u></p> <p>不断提升舒适、整洁的购物环境，打造“家门口的永辉、新鲜的永辉、放心的永辉”，为消费者提供物美价廉、安全、舒适、耐用的商品和服务。</p>	<p style="text-align: center;"><u>对员工的责任</u></p> <p>遵守劳动法规政策，坚持“家”文化，建立合伙人制度，保障员工合法权益，职业健康管理，员工培训与发展，民主管理。</p>
<p style="text-align: center;"><u>对社区的责任</u></p> <p>立足社区、服务社区，本地化运营，为社区提供就业机会，为社区的公益事业提供慈善捐助。</p>	<p style="text-align: center;"><u>对环境和可持续发展的责任</u></p> <p>提倡“绿色永辉”，积极应对气候变化，绿色办公，环保产品销售，环保袋使用，节能建筑和环保店面，仓储物流运输中的能源节约，绿色包装</p>

1.4 利益相关方沟通

永辉超市积极与政府、股东、供应商、消费者、员工等利益相关方保持紧密的联系，听取各利益相关方的诉求、意见建议。

利益相关方	核心期望	回应机制
政府部门	<ul style="list-style-type: none"> ● 依法经营 ● 缴纳税费 ● 精准扶贫 ● 带动商贸繁荣 ● 社会就业 ● 保障供应 ● 食品安全 	<ul style="list-style-type: none"> ● 办理工商、卫生、消防等行政许可，依法开展经营活动依法申报纳税 ● 积极推进产业扶贫 ● 落实城乡商业网点建设项目 ● 开展招聘活动，吸纳毕业生就业 ● 落实索票索证制度 ● 应急保障市场供应 ● 加强食品质量安全检测
行业协会	<ul style="list-style-type: none"> ● 推动行业健康发展 ● 树立行业规范 ● 新经济、新常态、新零售 	<ul style="list-style-type: none"> ● 参与行业会议、论坛 ● 配合同行考察调研 ● 提供经验分享材料 ● 联合采购、资源共享 ● 管理输出、协同发展
股东	<ul style="list-style-type: none"> ● 投资回报预期 ● 行使股东权利 ● 保护中小投资者 	<ul style="list-style-type: none"> ● 股东大会 ● 董事会：独立董事 ● 监事会 ● 信息披露 ● 接受投资者来访调研 ● 实施分红方案
消费者	<ul style="list-style-type: none"> ● 消费分级 ● 提供物美价廉的商品 ● 优化服务 ● 问题商品处置 ● 安全购物 	<ul style="list-style-type: none"> ● 开设新型业态 ● 线上线下融合 ● 提升“到店”、“到家”服务能力 ● 定期投放特价商品 ● 各门店专设客服中心 ● 积分兑换 ● 退换货服务 ● 问题商品召回预案 ● 消防设施、 ● 通道及疏散预案 ● 投保公众责任险
供应商	<ul style="list-style-type: none"> ● 零供公平交易 ● 商品快速销售 ● 货款结算 ● 统一配送 	<ul style="list-style-type: none"> ● 主要负责人会见 ● 签订购销合同 ● 销售平台 ● 超短资金结算周期

	<ul style="list-style-type: none"> ● 市场信息共享 	<ul style="list-style-type: none"> ● 物流配送中心 ● 信息管理系统
农民、农业生产型企业	<ul style="list-style-type: none"> ● 解决农产品“卖难” ● 货款结算 ● 农业技术支持 ● 资金扶持 ● 进城务工 	<ul style="list-style-type: none"> ● 开展农超对接 ● 现金采购 ● 组织专家下乡 ● 垫付资金 ● 免收各种通道费用 ● 吸纳农民就业
员工	<ul style="list-style-type: none"> ● 改善员工薪酬福利 ● 职业发展机会 ● 职业技能培训 ● 困难帮扶 	<ul style="list-style-type: none"> ● 全面实施“合伙人制度” ● 完善薪酬体系及增长计划 ● 制定“管理型”、“技术型”提升路线 ● 开展校企合作 ● 员工重病互助资金 ● 困难职工资助
新闻媒体	<ul style="list-style-type: none"> ● 舆论监督 ● 公司发展新情况 ● 公众关注的消费热点 	<ul style="list-style-type: none"> ● 接受记者采访 ● 组织新闻发布会 ● 传递重大促销活动信息 ● 主动收集有关舆情信息
特困户、青少年	<ul style="list-style-type: none"> ● 寻求基本生活保障 ● 求学 ● 受灾救助 	<ul style="list-style-type: none"> ● 慈善超市 ● 开展助学支教行动 ● 参与救灾行动

2. 产品和服务

2.1 食品安全

体系和制度建设

2020 年，永辉超市根据国家食品安全监管部门对食品安全的管理要求和公司业务发展对食品安全的专业需求，进一步优化了公司食品安全管理体系，明确了以建设“制度化、标准化、专业化、数字化”的食品安全管理体系为目标，食品安全工作围绕目标开展：

核心业务

- 搭建公司各层级食品安全组织机构，确保食品安全工作有序衔接和保持统一，并在原有基础上，优化了平台、战区、省区食品安全机构的岗位职责，聚焦“供应链食安、门店端食安、数字化食安”三大核心业务

标准指引

- 强化内部管理，解读国家法律法规、制定食品安全管理制度、发布食品安全风险提示、拟定食品安全操作指引、建立食品安全标准程序等食品安全管理文件超过30项，主要涉及为疫情防控、高危食品管理、节假日食品安全保障、商品审核流程、供应链源头管理、门店端食品安全标准等

外部协同

- 为加强外部合作，同政府监管部门、行业协会开展多次交流学习，参与了关于“检验检测、食安追溯、验厂评估、打击假冒侵权”等9项合作，积极承担企业社会责任，为食品安全共享共建共治生态环境建设作贡献

报告期内，永辉超市通过了 ISO 22000 食品安全管理体系认证、ISO 9001 质量管理体系、ISO 14001 环境管理体系认证、中国职业健康安全管理体系认证；9 家彩食鲜中央工厂全部通过了 ISO 9001 认证及 ISO 22000 认证，8 家彩食鲜中央工厂通过了 HACCP（危害分析和关键控制点）认证，占比 88.89%，其中 1 家正在认证辅导中。

● 食品安全相关管理制度

1、2020 年在全面执行公司《食品安全管理制度》（V2.0）的前提下，进一步修订和完善了部门食品安全管理制度、操作规范，保障公司的食品安全管理符合国家相关法律法规要求；

2、公司修订了《2020 年度食品安全责任书》并组织在线签订，4411 名主要管理人员完成了签订，全面提升了管理人员食品安全责任意识，落实了食品安全风险防控措施和食品安全主体责任；

3、针对当前存在的食品安全风险，根据国家食品安全法规、食品安全标准，结合实际情况，公司制定了《保健食品标注警示用语指南解读与操作指引》《新型冠状病毒风险提示与操作指引》《门店加工食品索证索票操作指引》《加工食品及原料食品安全管理规范》《食品安全法 136 条解读及操作指引》《冷藏冷冻食品安全标准》《食品销售者食品安全主体责任指南（试行）解读》《食用农产品抽样检验和核查处置规定解读》《最高人民法院关于审理食品安全民事纠纷案件适用法律若干问题的解释》《关于门店塑料购物袋质量安全标准的指引》等超过 30 项标准规范；

4、根据国家食品安全监督管理动态和食品安全风险舆情，公司发布了《节前食品安全迎检工作提示》《2020 年 3·15 期间食品安全工作提示》《夏季食品安全工作提示》《禁止利用“疫情”宣传商品案件的风险提示》《关于中秋、国庆期间食品安全事项的提醒公告》《“长江禁捕 打非断链”的食安风险提示》《春节期间食品安全重点工作指引》等 7 项风险提示，指导人员做好食品安全风险的预防工作；

5、公司修订了《源头检测管理规范》，规范了源头检测的设施设备、检测人员资质、检测操作流程、检测项目、检测样品管理、检测室管理、检测结果管理等，保障源头检测工作有效开展。

食品质量安全管理

● 供应链食品安全管控

2020 年永辉超市重新建立供应链食品安全管控体系，制定了引入审核、验厂评估、检验检测、追溯管理、约谈整改、监测预警、追责问责、行业共建等八大机制，开展食品安全评估验厂 109 家，从产品开发、过程评估、质量管理、售后服务等维度做好供应商及产品的食品安全管理。

2020 年开展高风险供应链飞行检查审核 109 家，完成率 71%；同时开展线上培训学习量 235 万次，线下培训超过 50 万人次。

供应商管理方面，永辉超市依照《食品安全法》的要求，积极履行主体责任，落实进货查验与记录、索证索票等工作，对供应商引入前开展合规审核，查验供应商经营资质、商品合格证明及标识标签合法合规；对供应商开展食安验厂评估，查验供应商质量管理体系运行情况，评估合作风险；指导高风险供应商完善检测追溯和质量管理体系，2020年共对4797家新供应商的经营资质及商品开展了合规审核，对109家供应商开展现场食安评估。

为增强商品审核能力，公司每季度组织审核人员学习并考核专业知识；为提高审核效率，公司开发供零在线证件管理模块，供应商远程自主上传资质证件、商品标识标签，审核人员全部线上审核；为提升供应商管理，审核人员定期对供应商销售商品进行抽查稽核。

为确保所供货商品的质量与安全，所有合作供应商全部签订《产品质量承诺书》，根据国家法规要求和公司管理需要，以《供零合同》形式明确了供应商在有关食品安全、商品质量、资质证件、经营服务等方面的职责、义务和相应违约责任，销售过程中出现不符合国家食品安全标准的产品，会同供应商积极整改、解决问题，共同提升产品质量与安全，融合共享，成于至善。

为履行进货查验与索证索票的主体责任，食品安全部安排专人统筹商品合规审核模块，制定了审核流程与审核标准并有效运行，防止不合格产品或证件资质不合规的产品进入；公司开发供零在线-证件审核系统，全国29个省市已经全部实现在线审核商品，2020年共计审核约5万支新品，针对系统内逾期失效证件更新维护，共计审核超过40万份证件，对在售商品开展了多次专项稽核，防止出现审售不符情形。

● 门店端食品安全管理

为做好对食品安全舆情、客诉等的管理，永辉超市搭建了门店食安风险上报平台，实现了信息上报与分析、例外案件全流程处理、职业打假案件在线分析处理功能。2020年门店全年上传政府抽检商品数据7万条，农业农村部监督抽检合格率97.8%，永辉超市商品抽检合格率98.9%；平台食品安全部、战/省区食品安全管理团队每日跟进、指引门店正确处理食品安全问题，承担企业主体责任，保障消费者的身体健康和合法权益；通过对食品安全风险数据的监测与分析、及

时发布风险预警、普及食品安全案例、科普食品安全专业知识，以问题为导向指引前端加强食品安全管理水平。

为提升门店人员食品安全责任意识，永辉超市组织公司主要管理人员签订《食品安全责任书》，全年开展线上线下食品安全知识培训，加强对食品安全风险排查能力。同时，公司对门店开展食品安全抽查评估 2689 次，组织开展 10 个专项提升工作，主要包含特殊食品销售专区管理、加工食品及原料专项稽核、门店违规企划稽核、三文鱼标识标签专项、冷藏冷冻食品专项、进口冷链食品专项等。

2020 年永辉超市食品安全源头检测合格率 97.97%；商品审核效率 95%，维护证件数量超过 40 万份；同时，完成上半年、下半年两次全国营运标准评估工作，平台抽查评估 428 家门店，战/省区抽查评估门店 2261 次，每家门店平均 2 次以上。

● 临期食品管理及产品召回制度

公司建立了《不合格商品下架制度》，规定了不合格商品的判定、下架处理流程和要求，制定了《不合格商品召回制度》，统一召回商品的定义和类型，区分了问题商品召回等级、召回流程、后续处理，明确了各职能部门主要职责，及相关记录要求，制定了《不合格食品退货报损制度》，对不合格食品要求退回供应商或作报损处理。2020 年公司统一规范了《召回公告》形式，要求门店及时公示召回公告，并对商品召回等级、召回流程、后续处理作了进一步要求；公司在 2020 年未发生食品召回事件。

同时，公司制定了《保质期管理办法》《临期食品管理办法》《门店商品保质期检查作业规范》，规范了食品进销存过程中对保质期管理要求、日常保质期检查作业流程，从排查方式、排查频次、临期标准、临期处理流程、过期管控等作了明确规定，进一步完善商品保质期管理制度和流程，对销售商品保质期执行网格化责任人管理，建立排查记录，独创“防呆”管理方法管控过期商品。

食品安全云网与可追溯体系

● 食品安全“一品一码”建设

永辉超市积极响应国家号召，配合各级政府、部门在食品安全“一品一码”追溯体系上的展开建设与投入，主动承担企业的社会责任，实践“共建、共治、共享”的食品安全治理目标，搭建“层层把关、环环相扣、全流程闭环”的追溯体系。合格证追溯系统项目建设以“前端友好，开发优化，成本降低”的原则开展，农户和供应商可在云网系统录入生产信息，检测信息通过检测设备及物联网技术实时上传，合格的农产品的由云网生成合格证；到达各环节节点时录入物流进销货、门店进货信息；消费者购物时可通过扫码查询商品全过程信息。

可视化管控供应链环节效率：永辉超市作为零售流通市场的重要环节，自2000年开出第一家“农改超”生鲜超市以来，就以“杜绝餐桌污染，建设放心市场”为准则，坚持为消费者提供安全、健康、高性价比的食品。通过“一品一码”追溯体系建设，对农户、供应商、物流各节点信息准确记录，各环节流转周期清晰可视、透明公开；通过沉淀供应链环节数据，分析挖掘各环节效率，为管理提高产业链效率提供支撑。保障农产品质量安全，优化供应链效率，做到环境舒适、品种齐全、品质新鲜、价格实惠，让消费者真正买到“放心农产品”。

监管提升食用农产品质量安全：永辉超市食品安全云网系统与福建“一品一码”追溯系统打通，实现超市食用农产品批次追溯信息、检测信息的共治、共享，实现对农产品质量安全和流通各环节的全方位监管；对当地省市的食用农产品追溯体系建设起到了带头模范作用，得到了各级部门的认可。

● 食品安全云网建设

食品安全云网根据国家及各省市政府监管部门要求，已经接入重庆、福建、上海等11个政府追溯平台，2020年重点完成下列追溯平台的优化和升级：

1. 福建省一品一码追溯平台：实现预包装食品、食用农产品进销货信息上报福建市场监管局追溯平台，全年累计上报进货871.2万批次，销货1599.6万批次；

2. 重庆重要产品追溯平台：配合开发重庆重要产品追溯平台2.0版本，将物流、门店进销货及检测数据同步上传重庆重要产品追溯平台；

3. 上海重要产品追溯平台：配合开发上海重要产品追溯平台2.0版本，将保健食品追溯数据同步上传上海重要产品追溯平台，已接入156家门店(含云创)，

录入保健食品 153 个；2020 年 9 月，食品安全云网协同 CCFA 搭建共享公司食用农产品合格证平台，赋能外部商超参与合格证检测追溯。

食品安全云网系统的搭建以“后端有力支撑，前端友好操作”为原则，在永辉门店，消费者可以在农产品的云屏查看每天农产品检测公示信息，并且可以通过手机扫追溯查询农产品的产地、供应商、检验检测、证件资质、检测室视频、追溯信息等，真正“买的放心、吃得安心”。2020 年，食品安全云网不断推广门店云屏的覆盖运行，云屏覆盖 1024 家 Bravo 门店，共计 1699 块云屏；食品安全云网进一步对接永辉超市自有品牌产品追溯，目前追溯产品数达 434 种，比 2019 年提升了 174.7%。

食品安全云网 2020 年新建检测站点 72 个，现已建成 254 个，同比 2019 年增加 39.56%，覆盖 30 个省市生鲜产地、码头、物流、及供应商，其中 23 个实现远程监控；全年检测食用农产品 156 万批次，同比 2019 年增长 43.58%；检测合格率达 97.97%，同比 2019 年提高 0.41%；2020 年检测总共投入 3376.51 万元。

2020 年开展检测员资质认证与考核，完成 243 个检测站点的培训考核，为 339 位检测人员颁发了检测资格证书，全年为 254 检测站点，383 位检测人员提供专业服务，推送检测站日报表、月报表，便于风险管控。

食品安全云网协同第三方中国连锁经营协会平台（CCFA），搭建食用农产品合格证共享平台，和其他零售商超（大润发、欧尚、家乐福和联华）共同推进食用农产品合格证追溯体系建设，实现农业部要求的“生产经营主体责任落实、快速入市查验、问题商品溯源”的试行目标，目前已接入 17 个企业，开具 953 张合格证。

2020 年通过食品安全云网开发门店保质期数字化排查管理，每组货架建立保质期排查二维码，门店人员每日通过手机扫描商品条码，系统告知商品是否临期、过期，系统记录排查信息，并在商品到期前三天通过手机推送提示消息，大幅度提高了商品保质期管理的准确性。

这些数据说明各地总体食品安全问题在当地政府食药监局的强有力监管下近年有了较大改善，一次性快检合格率稳步提高（公司对检测不合格的商品不予

采购)，重大突出的农药残留问题得到一定控制。同时也说明我们自己的检测工作具有社会意义，不仅基本保证了自身销售商品的安全性，而且可以通过数据指导供应商按照科学要求优化种植、养殖以及上市环节，严格按照要求控制施药量，增加施药期和上市日的间隔。

质量安全培训

● 企业员工培训

企业法人作为公司食品安全第一责任人，对本公司食品安全工作全面负责，各省区总经理、区总、店长、物流、采购负责人分别是本单位食品安全第一责任人，同公司签订《2020 年度食品安全责任书》，组织食品从业人员开展食品安全培训。2020 年针对平台采购、职能部门人员开展《全链路食品安全风险防控-平台》课程培训，线上总学习量 26.8 万人次，针对门店人员开展《全链路食品安全风险防控-门店》课程培训，知云总学习量 206.6 万人次，线上直播门店营运标准&食品安全管理课程，超过 1700 位门店店长和食品安全管理人员听课；全年战区、省区、区域食品安全团队共计培训 45.1 万人次。

● 供应商培训

2020 年本公司还开展了多项提升供应商食品安全与质量管理水平和意识的培训，主要涉及《三品一标指导性课件》《供零在线线上审批教程-中台》《供零在线新品提报教程-供应商》《源头检测管理规范》《门店食品安全快速检测标准与操作指导》《食用农产品标识标签管理规范》《食品安全标准—冷藏冷冻食品》等。

食品安全持续提升

食品安全是零售企业的立身之本，关乎社会大众福祉，历次各地食药监局的食品安全抽查数据表明，公司的部分商品抽检不合格的上榜率很高，造成群体性的食品安全恐慌，引发媒体的强烈关注，说明商品快检检测没有达到全覆盖，实验室检查的共建存在不足，对个别社会流通渠道的采购流程存在优化空间。这些比较集中的问题，说明经营层或采购部门在有意或无意中疏于管理，且整改不力，

各层级的食品安全意识没有达到社会要求，辜负了消费者对我们的期望，是社会责任性不强的表现。

针对现有问题，公司将进一步提高全员社会责任意识，对超市食品安全制度及流程进行全方位核查，完善治理体系建设，严格按照国家食品安全法律法规对超市经营者的相关要求，对采购进货执行查验供货商的合法资质证明及索证索票资料；稳定与供应商或种养殖基地的长期合作关系，共同探讨种养植期如何增加第三方实验室检测机制的建立，强化过程控制；严格管控社会流通渠道的采购数量以及全覆盖社会流通渠道采购商品的检测，提高检测覆盖率；完善责任制、优化业务流程，提高部门责任意识。

保障食品安全是我们的神圣职责，是合法经营的前提。我们需要不断完善自检体系，研究自身生鲜检测指数的建立和内部发布，建立事件处理公示制度，探讨检测能力服务于社会的可行性，提升管理层的社会责任意识，恢复消费者对我们的信任。

为配套食品安全管理体系的发展，解读食品安全法律法规、制定食品安全管理制度、建立食品安全标准程序，全年制定食品安全操作指引超过 30 项，重点涉及落实疫情防控、高危食品管理、商品审核流程、供应链源头管理、进口冷链管理。组织对供应商开展食品安全法规宣导、质量管理培训，全年培训《供零在线系统证件管理培训》《加工部审核》《广告法禁用词》《保健食品审核》《食用农产品审核风险管控》等专业课程 85 次共计 3860 人次，修订《产品质量安全保证书》；针对门店人员开展《全链路食品安全风险防控-门店》在线培训，知云总学习量 206.6 万人次，线上直播门店营运标准&食品安全管理课程，超过 1700 位门店店长和食品安全管理人员学习观看，全年战区、省区、区域食品安全管理人员开展食品安全相关培训共计 45.1 万人次。目前已建成监测点 254 个。

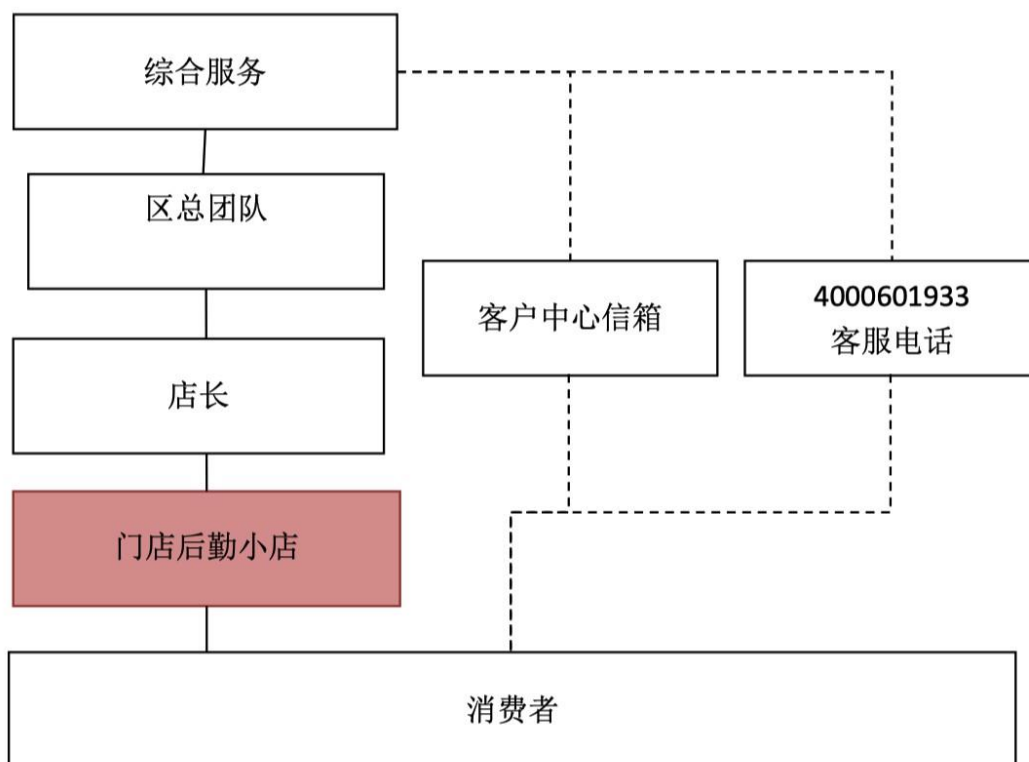
2.2 保障消费者权益

永辉消费者权益理念

“顾客是永辉生意的主顾，是永辉门店在社区的邻居，是永辉超市的朋友，是永辉发展的伙伴，是永辉事业的支持者”，永辉超市一直倡导员工以“阳光、微笑、感恩”的信念服务顾客：

阳光——以阳光的心态为顾客提供优质的服务，关爱、帮助顾客；
 微笑——微笑面对顾客，传递热情，展现企业形象拉近与顾客心的距离；
 感恩——心怀感恩，真诚感谢顾客的光临和对永辉事业的支持。

消费者关系管理体系



畅通消费者沟通渠道

永辉超市积极搭建多元化消费者沟通渠道，倾听客户反馈意见，不断提升产品与服务水平。

客服中心	微信公众号(永辉超市)	官网客服中心	商品售后服务
公司设立平台客服，开通了客服电话： 4000601933 ；同时开通了消费者服务邮箱： 4000601933@yonghui.cn ，并在所有门店设有客服中心，第一时间受理顾客对商品、服务的投诉、意见与建议。	永辉超市借助“微信”开设了企业公众号，为消费者在手机终端便捷处理会员注册、积分查询、电子发票、智能客服等服务。	在永辉超市官方网站 www.yonghui.com.cn 设置了“客户服务”专栏，在线受理顾客咨询、意见、投诉。	由门店、采购部门、厂家共同介入，为顾客妥善解决。

2020年，永辉升级了消费者投诉渠道，通过设立客服中心，将原有线上、线下客户服务渠道打通，为客户提供一站式的咨询、投诉等服务。基于及时有效的沟通机制，我们积极应对客户投诉与其他事故，努力将客户的诉求转化为我们提升的方向。公司平台、区总团队负责指导门店顾客服务工作，设立重要客诉专报制，要求一事一报，立即上报、处理客户投诉，服务客诉问题依据情况，通过工单流转的方式，分别由门店、大区相关管理部、大区总经理进行处理。2020年我们的投诉处理达成率为95%，未发生重大消费者维权事件。

提升消费者体验

2020，永辉超市着力重构“人货场”，以用户为中心，以年轻化、个性化、分层化的消费市场为导向，依托供应链迭代升级，进行商品调整、线下门店升级改造，重塑品牌理念与形象。通过更优的“货”、更具体验感的“场”，以及到店到家服务，辅以精细化的用户运营，更好地挖掘、匹配、满足用户需求给消费者创造更好的购物体验。

●便民服务

- 永辉超市始终以社区作为首要的立足点，把超市开在广大城乡百姓的“家门口”，为现代城市上班族、家庭主妇提供门对门的便捷服务，最大程度满足快速的生活节奏和高品质的生活追求，也使乡镇农村百姓享受城市化的物质生活和购物体验。随着永辉超市的入驻，千家万户在“家门口”就能购买到丰富、优质、实惠的商品，使社区的商业配套服务更加完善。
- 永辉超市坚持以普通家庭为主要消费群体，开展针对低收入者的产品和服务设计，采取薄利多销的定价策略，以价格实惠深得百姓认可和欢迎，并加强商品品类管理，优化商品结构，引进适合中低收入家庭的价格低、品质好的商品。

●线上服务

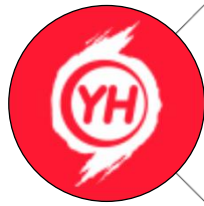
- 2020年以来，永辉超市贯彻“到家+到店”战略，打通了线下门店和永辉生活App，提供当日达、次日达服务，带动顾客互动，增强复购，实现从传统零售向科技零售的转变。通过建立仓端、配送、商品、App体验和用户运营等五大核心能力作为支撑，解决用户线上购买的痛点。

●智能服务

- 永辉超市为提升消费者体验，提供多元化的智能购物方式，例如自助付款、人脸识别、扫码购、电子价签、线上购物等，并持续优化和提升相应服务，致力于不断为顾客提供多元化选择和体验。

●特殊人群服务

永辉超市关注每一位消费者的体验，为方便特殊人群（残疾人、老年人、孕妇等）购物开展了相关措施：



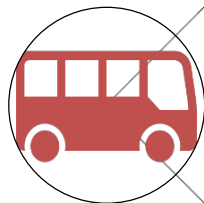
配送服务：为响应政府无接触服务的号召，永辉超市加大配送服务力度，联合多家配送平台，打造企业专送的新模式，同步执行集团配送标准，将商品送到千家万户



无障碍设施标准改造：永辉超市积极落实“无障碍设施标准改造”，在营业场所出入口、通道、电梯、卫生间、停车场等位置设置坡道及无障碍设施，方便特殊消费群体的使用。



电梯运行管理：永辉超市在电梯上、下端口安排专人提醒顾客注意安全，并对特殊人群（老、弱、病、残、孕）提供必要的帮助。



免费购物巴士：永辉超市结合商圈交通条件，在相应的门店开通免费购物巴士，以为消费者到店购物提供便利。

● 客户满意度调查

永辉超市各省区定期会针对线上、线下用户进行满意度调查，并将各区数据统一汇总至平台进行统一分析，并根据分析结果予以改进或优化，2020年，永辉超市消费者满意度进一步提升，尤其线上服务满意度有较大提升。

● 企业社会责任营销

永辉超市坚持通过企业社会责任营销方式树立品牌，采取了一系列举措践行责任营销理念，所有营销活动需经平台、法务等部门审核通过后方可开展、商品促销调价由大区统一进行管控，防止门店虚假调价行为等。

3. 绿色安全运营

永辉超市对环保的关注度逐渐提升，提出“科技永辉、绿色永辉”的新理念，坚持以“节约能源、保护环境、提高效率”为目标，加强企业能源管理，着力降低零售经营中水、电等资源消耗与能耗水平，推动零售业可持续发展。

3.1 绿色产业链

绿色仓储和物流

永辉超市注重在仓储、物流端的节能管理，通过以下措施减少能源消耗：

仓储建设重视节能

- 2020年，公司在四川和重庆新建26,000多方国内节能冷库，采用变频式制冷机组，比传统节能8%；设计模式采用多机头连机组模式，保温库厚度不低于20cm，用电波峰波谷差3倍电费，据不完全统计，每年可节约电费超百万元。在物流仓库设计和建设上，也更加注重采用自然光照明，采光坐落在货架中间高度9-10米处，减少照明能耗。

新能源车引入

- 严格遵照国家法规逐步淘汰高能耗，高排放的车源；结合实际业务场景，在四川、重庆等地试点引入短途物流采用新能源车型配送，以减少排放。

配送路线优化

- 推广节能PMS系统，通过系统管理抓手规范驾驶人员作业，实时监控车况，智能优化配送线路，减少派车次数，降低运输车辆日常运作损耗。

多业态集成运输

- 通过提升单车装载率，从而减少配送车次。

定温园区充电桩引入

- 降低定温车辆装车/卸货时制冷油耗。

优化库内作业流程

- 通过推行配送的标准化、单元化，提升作业效率的同时提高车辆周转效率，以达到对车辆利用率的提升，达到更好的节能效果

绿色包装

绿色可持续经营是永辉超市一直以来的经营理念。永辉超市通过物流标准化建设，致力于减少物流运输过程中的材料使用。我们的循环包装材料主要有折叠周转筐、周转筐、铁筐、标准托盘，以代替纸箱、编织袋、塑料袋、泡沫箱等包装材料。

近几年，我们进行了托盘标准化、托盘回购返租的改革，计划在未来 3 年内加速推动“交换制”和“标准件”运行模式，推动上游厂商带托送货运作模式，利用供应链平台实现交换数据管理，实现交换制提升 40%，标准件达到 20%的提升。物流项目标准化方案如下图所示：

标准化项目推进---托盘设备

100CM*120CM

以租代购形式
第一期：约8000片

铁筐：主要用于定量配送，针对不规则商品，如冬瓜、南瓜、西瓜、菠萝蜜等

租赁形式
月均数量：4万-5万片

100CM*120CM

租赁形式
月均数量：20--25万

100CM*120CM

标准化项目推进---货架类架

巧固式货架
500个

货架：
总投入：286万
货架类型：四入式、三入式
主要用于存储：
干货、蛋品、冻品、蔬果、低温奶制品

报告期内，永辉的可回收折叠筐已应用于整个供应链环节三端：采购（地采供应、直采产地）、物流及门店，月均使用量约 200 万个，并实现“一触式”作业，中途不更换周转筐。可回收折叠筐的应用减少了单次包装成本与污染，提高商品鲜度、降低商品损耗的同时，提升了上下游收货、装卸、理货效率。折叠筐的推广有效降低了木制托盘的使用。以每 30 万个折叠筐节约 1 万公顷森林计算，我们每年利用折叠筐进行 200 万次周转，相当于节约了 6 万多公顷森林。

环保周转箱和可回收折叠筐如下图所示：



永辉 2020 年重点发力的芯片周转箱，内含芯片，方便追踪溯源，加固食品安全，循环利用，周转箱采用租赁式，目前使用量约为 120 万个，推广率 60%，大部分原来在体系内循环使用（物流到门店），目前已逐步推广到产地中，所有洗框池设置在物流中心，能够与其他友商共用。

永辉超市积极响应限塑令，严格遵照当地政府有关部门要求，依法推进政策落实。我们鼓励消费者自备购物袋、购物篮，使用布袋、纸袋等环保用品进行购物，并提倡循环使用。同时，目前公司正在稳步推进对传统塑料袋的更新替代。在 2020 年 10 月永辉 20 周年庆之际，公司率先在部分区域试点推出可降解塑料袋，为消费者提供环保新选择。减塑是场全民运动。永辉超市将继续履行好市场主体责任，向消费者、合作伙伴、供应商宣导绿色理念，促进全行业和谐健康发展。

绿色运营

永辉超市积极推广采用节能产品，开展节能改造项目，降低能耗，致力于降低运营对于环境的影响。

店招节能改造

- 过去门头店招使用内打灯灯箱，灯箱布的透光度非常低，内装置照明灯管多达数十支，不仅耗电量大，而且外观效果不好。永辉超市结合品牌形象提升，对门头店招进行了升级，所有门店都已改为采用新型的绿色节能 LED 灯。

照明系统

- 永辉超市办公场所、经营场所的照明系统采用节能产品目录推荐的T8节能灯具，淘汰高能耗、光效差、寿命短的普通日光灯。

空调系统

- 永辉超市办公场所空调推广采用“节能产品惠民工程”的高效节能产品，能源效率等级为1级或2级。

绿色办公

我们持续推广自动化办公制度并落实相关措施，打造低碳环保的办公环境。

OA 办公系统

- 持续升级OA办公系统，提倡无纸化办公。如2020年8月在全国推广劳动合同电子签章，解决纸质合同痛点，实现了资源节约。

供应商服务系统

- 开发了“供应商服务系统”，实现电子订单、数据分享等在线功能。

发行电子内刊

- 2020年全面停发企业内刊《同道》纸质版，在永辉超市官网上传企业内刊《同道》电子版，方便员工在线阅读。

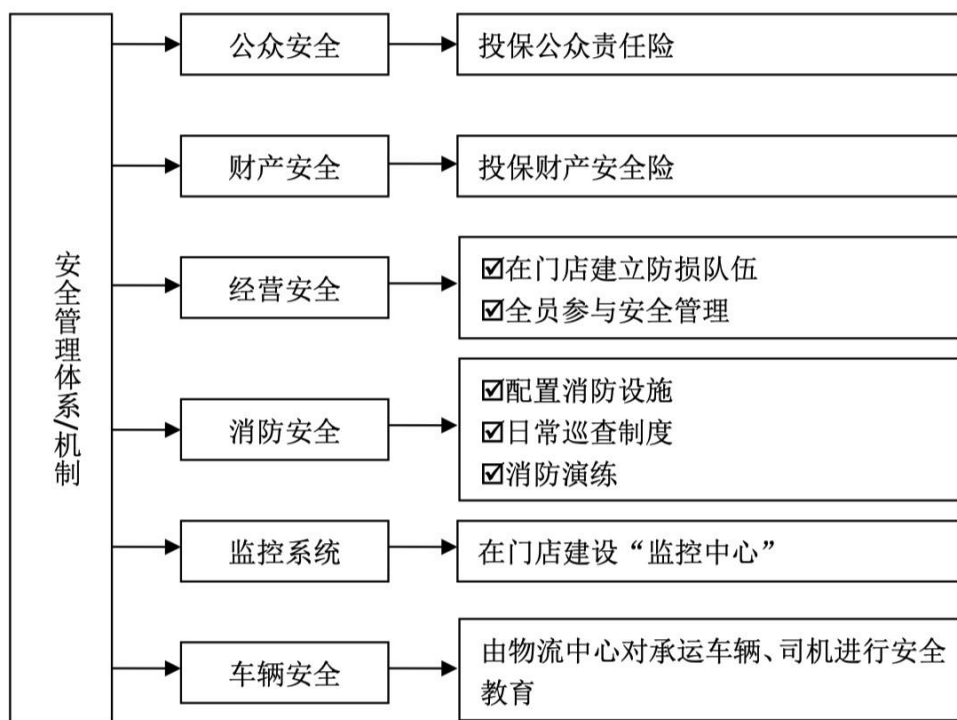
辉腾 2.0 项目

- 2017年以来，永辉超市携手美云智数等相继启动辉腾2.0项目，其中包括IHR、预算、慧共享、慧资产、生产制造项目、供应链与主数据项目等子项目，推进业务流程优化。

3.2 安全运营

永辉超市已通过 ISO 9001/14000/18000 企业质量管理体系认证，通过制定相关的管理制度，搭建安全管理体系，促进超市安全运营。

安全管理体系



安全管理有关措施

针对门店的安全管理，我们采取了覆盖前期立项阶段、布置设计阶段及运营阶段的相应管理手段，包括对办公、经营场所的用电设施设备进行巡视检查，时时警醒员工注意用电安全等。此外，为切实保障顾客人身、企业财产安全，永辉超市投保了公众责任险、财产险。

前期立项	<ul style="list-style-type: none"> ● 前期立项时项目的使用性质、分区规划设计动线，严格报建、合规施工，申报验收合格后开业
布置设计	<ul style="list-style-type: none"> ● 平面布置时考虑楼面荷载：冻库、海鲜池区域楼面荷载评估，必要时进行加固处理 ● 货架的设计及选择满足食用安全，如干货桶安装亚克力盖 ● 要求各设备厂家等对门店员工进行使用培训，减少意外发生 ● 保证柴油发电机房排烟通畅、油库的安全位置、卸货车道足够的消防高度与荷载、压缩机房合理设置 ● 保证加工间插座高度规范，设置空气开关，便于控制的加工间控制箱安装位置

	<ul style="list-style-type: none"> ● 保证天花吊架规范施工，充足间距的吊筋 ● 超市靠墙货架安装时进行稳固处理，防止货架反倒
门店运营	<ul style="list-style-type: none"> ● 卖场中设有安装隐患的提示，例如防撞，消防，地标安装等；扶梯两边空洞防掉落处理 ● 检查海鲜池后场设备安全的漏电风险 ● 拉货斜坡通道坡度调整，防止货物滑落 ● 电梯前地面垫高，防止水倒流进基坑，影响电梯安全 ● 卖场内小坡道地面砖、卖场出入口、电扶梯及步梯的防滑处理

此外，我们定期组织各分、子公司防损队伍进行消防安全演练，提高检查消除火灾隐患的能力、组织扑救初起火灾的能力与组织人员疏散逃生的能力；定期组织司机参加车辆安全教育，并对车辆违章情况进行通报批评，杜绝酒后驾车、超速行车等危险性驾驶行为。

4. 合作共赢

“融合共享、成于止善”是永辉超市的核心价值观——帮助他人成功、自己才能成功；用对待家人的方式对待他人，用双手改变命运，为自己、为家人创业。

4.1 供应商管理

供应链管理原则

永辉作为一家负责任的企业，既需要保证产品的安全和高品质，也需要保证产品的高性价比，以符合永辉超市作为民生超市的使命与责任，为此，保证供应链的安全与高效是管理工作的重中之重。在供应链管理原则上，本着与供应商“融合共享、成于至善”的理念，管理原则制定如下：

打造供应链核心竞争力	永辉超市按照“品质、品牌、源头”核心三原则，做直、做宽、做优、做精供应链，着力打造全球采购垂直供应链，提升供应链的核心竞争力，为国内消费者提供全球安全可靠、价廉物美的生鲜食品和日用品。
组织协同	平台与战区协同，营运与采购协同。

融合共享	与上游供应商融洽合作，共建共享供应链生态圈，形成“你中有我、我中有你”的共享合作关系。
------	---

供应链管理体系

永辉供应链管理体系既合又分，“合”是从公司战略管理出发，在平台设立“大供应链部”，形成了融合、统一的整体；“分”是按照分布式管理架构，将权力下放到战区及战区采购商行团队。我们通过制定《供应链运作机制》，从权、责、利分配（协同、执行、监督）、系统痕迹、权利监督等各个方面，规范供应链体系运作。

供应商评估和管理

永辉超市是国内外知名生产型企业在中国市场的核心销售渠道之一。这些国际性、全国性的知名企业不但具有举足轻重的市场地位，而且在社会责任领域也颇有建树，诸多供应商在其官方网站设立了“社会责任”专栏或定期发布社会责任报告。我们针对自有品牌的供应商建议其通过 ISO 14001、OHSAS18000，以及第三方的 GAP 验厂审核，确保劳工、环境和安全方面符合要求。

在不断深化供零合作关系的同时，永辉超市高度认同上游知名企业推进可持续发展、践行社会责任方面的积极作为。对战略性合作供应商，永辉超市建立了高层领导交流机制、互访机制，就双方合作领域、社会责任展开更加全面、更加深入的有益交流。

供应商考核

永辉超市建立“招标”制度，发布物流配送服务、会员卡片、货架等招标项目公告超 35 批次，本着公开、公平、公正的原则，科学、合理评标选择服务商及供应商。

针对采购过程中的廉洁把控问题，廉政部直接进入采购、供应部门，参与和供应商的沟通、内部会议及公司公开招标等，实现全流程监管。同时，我们要求采购人员在与供应商谈判过程中签署廉政通知书。

此外，我们设立了红黑榜制度，每月生成评估结果。评估结果不完全和绩效KPI挂钩，更多关注过程性指标，明确展示了采购与供应商的过程性指标、结果性指标，改变了过去以人为主要的评价体系；连续进入黑榜的采购人员，公司会与之进行约谈，共同探讨问题、帮助改善。

4.2 责任采购

2020年，永辉提出了构建稳定、柔性、透明、开放的供应链目标：

- **稳定：**与全国各地供应商建立长期稳定的供应链支撑体系。
- **柔性：**在全国性商品选择大供应商的基础上，将地方性的产品也纳入供应商池，建立全国性商品和地方性商品相结合的柔性供应链；同时通过永辉强大的物流能力，让地方性的一些产品能够发送到全国。
- **开放透明：**借助科技平台，让有资源的供应商都能够找到永辉里面来，让好的产品都到平台上。后台机制跑起来，像采购谁去对接、对接结果、如何跟进等事宜通过系统公开透明一目了然，同时便于实时跟进；此外，通过科技平台供应商可以便捷地找到永辉，开放性更强。

公平交易的理念及制度保障

永辉超市一直努力维护零供公平交易，并在货款结算方面为供应商提供了超短结算周期。我们积极落实国家五部委《清理整顿大型零售企业向供应商违规收费工作方案》，响应《中国连锁经营协会零售商供应商公平交易倡议书》，全面展开自查自纠，对合同条款、收费明目进行梳理。永辉超市严格做好清理违规收费工作，公平兼顾供应商、零售商双方的合法权益，维护市场公平交易，并在监管机构的多次工作检查中获得认可。

5. 雇佣管理

在员工培训与成长方面，永辉秉承“传帮带”的理念，践行文化与思想共享的企业文化，帮助员工在培训与实践成长，使员工与企业共同进步。

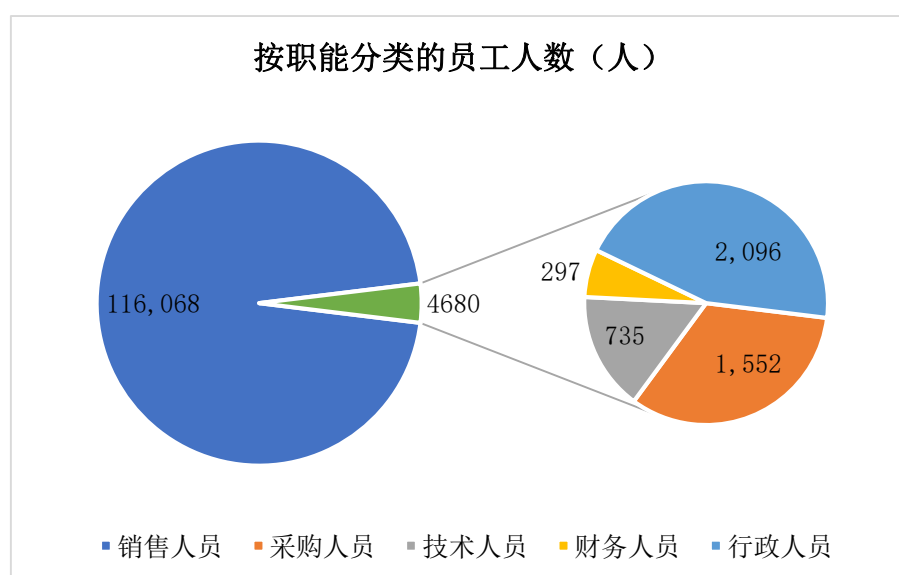
5.1 雇佣概况

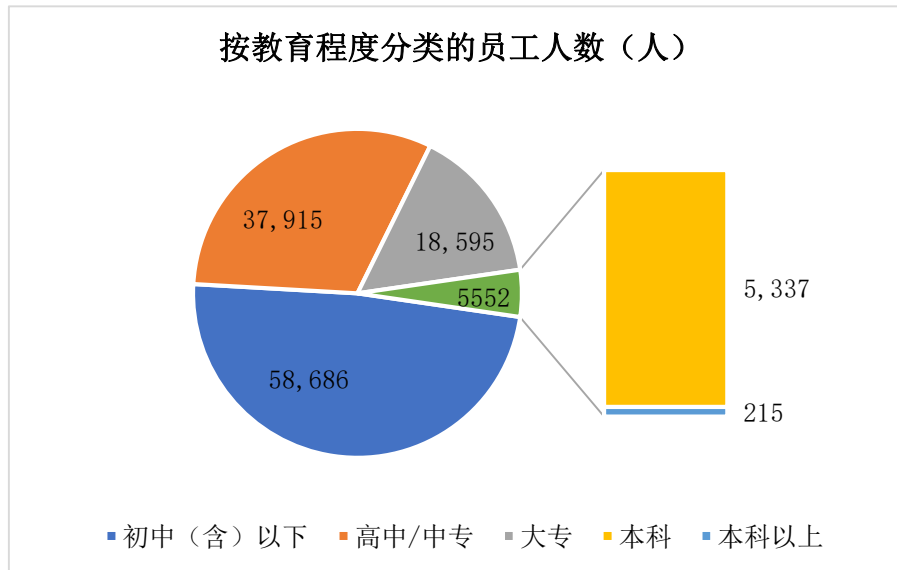
人才招聘

永辉超市在录用职工、选拔干部过程中，始终坚持平等自愿、双向选择的原则，不存在歧视不同民族、性别、种族、地域、血缘等不平等、不公正的情形。我们坚持员工本地化招聘，所有新店开设时即在当地招聘员工。我们在官网设立“人才中心”，为求职人员提供各地招聘信息，包括本地人员在内的应聘者都可根据自身意向的工作地点自愿选择应聘，本地化员工比例达 75%。

● 员工构成情况

公司员工数量（人）	
母公司在职员工的数量	5,765
主要子公司在职员工的数量	114,983
在职员工的数量合计	120,748
母公司及主要子公司需承担费用的离退休职工人数	69





员工权益保障

我们尊重员工享有平等就业和选择职业的权利、取得劳动报酬的权利、休息休假的权利，遵守国家对于女职工、未成年工实行的特殊劳动保护，女职工享有法定的生育产假，且公司从未雇佣童工。

永辉超市严格遵守《中华人民共和国劳动法》、《中华人民共和国劳动合同法》等法律法规，并办理基本养老保险、基本医疗保险、失业保险、生育保险、工伤保险、住房公积金等社保福利。

由于连锁超市的行业特性所限，为确保满足百姓日常生活需要，在法律许可范围内采取排班轮休制，并相应对加班工作给予发放加班工资。员工按照有关规定，享有周末休息日、法定节假日、年假、陪产假、婚假等带薪休假。

亮点招聘案例

1. “1933 零售精英工程”：该项目永辉超市的大学生培养专项项目，旨在顺应公司人才发展战略，引进适合的大学生，搭建学习、创业平台，帮助其成长与成功，满足快速扩张对合伙人的需求。截止目前，我们已经建立系统化、流程化、标准化 1933 大学生培养体系，自项目开展以来，共计引进 5,000 余名大学生，服务全国 29 个省区。2020 年 1933 项目开展集训营培训项目覆盖 1925 名 1933 学员，培训班项目覆盖 625 名 1933 学员，同时，2020 年还为 1933 毕业生举办

了3场大咖见面会，实地走访三省四市，并在省区组织上百场欢迎会、交流会，覆盖了目前在岗的1933毕业生近1350人。

2. 永辉西部高校培养计划：永辉超市和重庆工程学院采取双向选择、师资互派、课程共建、资源共享的方式，组建了“永辉超市订单培养班”。截至目前，已累计培养出200多名学员。这些学员在永辉实习期间，从零售专业角度强化了对行业、企业、岗位群的认知，并结合产业发展趋势、企业业务流程、岗位群能力标准，进一步巩固了专业知识、提升了专业技能、强化了职业素养，在永辉得到长足的锻炼和成长。其中一部分人，更已成功升任永辉超市区总监助理、小店合作人、采购经理等管理岗位。

5.2 发展与培训

员工晋升与发展

永辉超市不断拓宽内部竞聘通道，竞聘选拔的岗位包括了各品类商行采购、店长、小店合伙人等，通过“合伙人制度”、“竞赛机制”为一大批优秀员工创造晋升机会。



员工培训

永辉超市持续开展各类员工技能培训项目，为员工提供职业发展学习机会，并向一线输送优质人才。

培训课程	培训目标	培训对象	课程内容	培训评估	培训人次
------	------	------	------	------	------

生鲜 卖手	成为合格 的生鲜生 意人	生鲜卖手	通用课程：企业文化、沟通类、时间管理； 经营类：一体化报表、内控、薪酬、生意 人；专业类：商品、棚格图、陈列、单品 营销、供零在线、等	理论考核、实操考 核、定岗实战考核	每期 80~140 人
生鲜 经理	会控盘的 生鲜经理	生鲜经理	通用课程：企业文化、沟通类、时间管理、 结构性思维；经营类：一体化报表、内控、 薪酬、生意人、电商运营；专业类：早晚 市经营、商品规划、商品策略、棚格图、 陈列、单品营销、等	理论&实操考核、 定岗实战考核	每期 30~35 人
到家业 务精英 班	一线操盘 手	电商小店 长	通用课程：企业文化、沟通类、时间管理、 结构性思维；经营类：一体化报表、内控、 薪酬、电商运营；专业：仓端补货、拣货、 下单收货、打包复核，用户岗学习：社群、 拉新地推、客户，配送围栏区块划分、等	实操考核、实战考 核	每期 30~35 人
储备店 长班	达到任职 资格的合 格店长	经理级(生 鲜、食用)	《生鲜生意人》《食品用品生意人》《线 上业务模式》《仓端建设与营运》《门店 营销与执行》《财务一体化分析》《领导 力是怎样炼成的》《门店公共事务管理》 《门店收货管理》《收银客服管理》《门 店人事管理》《消防安全与食品安全》《固 定资产管理制制度》《门店内控流程》《店 长一日工作流程》《如何巡店》《结构性 思维》《DISC 性格分析与运用》《绩效改 进》	学分制、理论考核 +门店实操+专项 推广	40 人次/期，全 年共 4 期
中 1933- 集训营	小店合伙 人(生鲜/ 食用)	1933 学员	《职场新人》《不打无准备之仗》《结构 化思维》《安全管理》《诚信文化》《损 耗管理》《线上业务知识分享》《合伙人 分工》《用户思维》《生鲜知识》《食百 知识》《企业文化》《营销思维》	现场提问	1925 人
中 1933- 培训班	小店合伙 人(生鲜/ 食用)	1933 学员	1933 带教大纲	贴身教练+理论+ 实操+答辩	625 人
后 1933	成为 1933 的护航 者、快车 道及校友 会	后 1933	3 场大咖见面会 实地走访三省，四市 省区组织上百场欢迎会、交流会	-	在岗后 1933 近 1350 人

加工区域经理	打造一支全新的有激情、懂业务、会经营的加工区域经理团队	加工区域经理	《加工区域经理工作职责》、《加工简介及经营思路》、《一体化报表》、《DISC》、《结构化思维》、《食品安全》、《巡店》、《参观工厂》	理论考核 巡店考核 结业复盘	104 人
门店基础培训	以客户为中心，提升门店一线	全国门店一线员工	《门店礼仪》《食品安全》《企业文化》 《消防安全》《营运标准》《人事制度》 等	门店实操情况	近 10 万人

员工激励

一方面，永辉超市始终坚持“融合共享”的理念，推进组织变革；另一方面，在总结“合伙人”制度试点经验的基础上，永辉超市在全国所有门店全面推广“合伙人”项目，激励员工充分发挥主人翁的精神，建立绩效挂钩、多劳多得的激励考核制度，通过提升效率、降低成本实现经营业绩增长，合理分配企业、员工的收益比例。公司自 2017 年推出股权激励计划以来，实际向 341 名激励对象授予合计 166,780,900 股限制性股票。



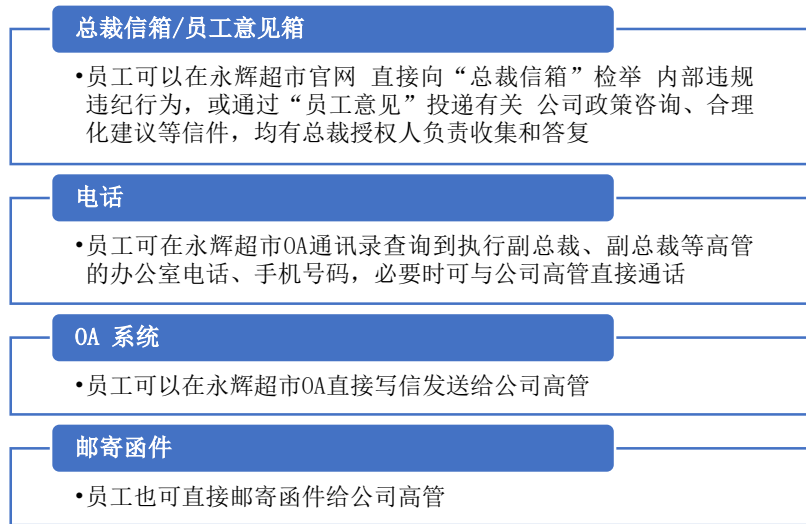
5.3 员工关爱

永辉超市坚持以人为本的理念，大力倡导“家”文化，视同事为家人大力开展形式多样、内容丰富的员工活动，建立了职工之家、图书室，每年举办“年夜饭”、元宵晚会、趣味运动会等活动，让永辉内部员工享受“家”文化的温暖，营造“爱满公司”的氛围；各项活动吸引了永辉广大员工踊跃参与，保持了公司

良好、和谐的工作氛围和生活节奏。永辉超市还为每一位员工提供生日礼金、婚庆礼金、生育礼金及丧事慰问等福利，关切员工的家庭生活。

员工沟通

永辉超市员工可通过以下渠道，畅通反馈意见建议：



员工满意度调查

2020 年，永辉超市各省区开展员工满意度调查，通过系统使用调研、保险等方式，以专项模式调查。摸清员工对公司的满意度和关注点，通过员工反馈的意见进行内部修正改进，例如员工诉求食堂伙食问题，我们提高了餐食标准，员工满意度显著提高。

员工福利

永辉超市积极支持工会组织建设，努力为创建工会提供有力的必要条件。目前，永辉超市员工已先后在福建、重庆、北京、安徽等地建立了基层工会组织，广大干部职工自愿踊跃加入工会，入会员工占比已达 90%以上；同时，部分较小省区会参与当地的联合工会和产业工会进行同步。今后，永辉超市将进一步支持各区域员工在当地创建工会组织，不断提高员工入会率，并进一步加强集团工会对分子机构工会的业务指导和组织管理。

2020 年，永辉超市将针对女性职工的员工关爱工作下沉到门店，除法定福利待遇外，“三八”国际妇女节当天，门店店长会给女员工赠送鲜花和小礼品；

有条件的门店内设置了专门的母婴室；福州等部分区域工会还专门设置了暑期职工子女托管班等活动，帮助女职工更好的平衡工作和生活。

永辉超市成立了特别互助基金会，该基金会是由永辉超市创始人张轩松先生，以首期个人出资 1000 万元于 2017 年 11 月成立，后期将不断注资进行运营的非营利性慈善组织，旨在帮助遭遇重大疾病或意外事故的永辉内部困难员工及直系亲属顺利度过难关，让员工享受“家”文化、“善”文化的温暖。

2020 年 9 月 15 日，永辉超市在四川成都永辉总部启动了全国“金秋助学”项目，为数十名全国各地员工子女颁发永辉超市特别互助基金会的 7,000 至 10,000 元不等的金秋奖学金及礼品，累计送出 46 万余元助学金。



2020 年 11 月 2 日-11 月 5 日，永辉首届“爱在永辉”集体婚礼活动将在福州盛大举行，来自全国各地的 13 对新婚佳人及双方父母，齐聚福州共同见证这一美好而重要的时刻。



2020年，纵使面对新冠疫情的冲击，永辉超市始终努力保障就业，不仅没有进行降薪、裁员，还坚持加强对员工的激励，通过重新构建薪酬制度，提升薪资在行业内的竞争力，并通过将薪酬和销售挂钩，对员工进行一定程度的激励，提升员工活力和获得感。同时，公司为疫情期间坚持工作，保障城市供应的员工，提供了额外的工作补贴，并针对公交停运等情况，给予员工交通补贴。

员工活动

2020年受疫情影响，一些聚集性的员工活动比较受限，但永辉超市仍然坚持开展“员工三会”，在近1,000家门店举办共计数千场员工生日会、座谈会及新员工欢迎会，涉及近10万人次。通过关爱活动让一线员工在永辉切实感受家的温暖。

此外，永辉超市还举行了员工嘉年华、运动会，展现永辉人的青春、阳光与活力，传承“快乐工作、快乐生活”的文化理念，让员工充分感受到企业文化。各省区也开展了丰富多彩的区域比赛。

2020年7月3日，永辉一战区举办了第二届YHBA篮球联赛，共有来自14座城市的17支战队参加；



2020年8月11日，三战区举办的“致敬永辉20载，音你而来，唱响华东”第二届好声音之夜在上海标志性文化设施之一的上海保利大剧院隆重举行，两百多位永辉家人一起在嘹亮歌声中致敬永辉20载。



6 社会发展

2020年，面对突如其来的新冠肺炎疫情，作为全国零售龙头，永辉超市充分发挥供应链优势，筹集物资捐赠至抗疫一线，累计捐赠物资金额超过三百万元。我们积极发挥市场主体作用，保供应稳物价，坚持疫情防控和复工复产两手抓，广泛带动就业，拉动消费，助推消费市场回暖，助力实现防疫情稳经济“双胜利”。同时，永辉坚持通过农超对接、消费扶贫、产业扶贫等方式助力精准扶贫脱贫攻坚，累计从国家级贫困县采购特色产品合计价值超百亿元，为高质量打好打赢脱贫攻坚战，全面建成小康社会做出了积极贡献。

6.1 抗击疫情

2020年初，新冠疫情突如其来，突发环境下，永辉超市作为国内零售龙头企业，第一时间启动应急方案，积极响应号召，发挥居民生活必需品市场供应的主渠道作用，组织广大员工坚守岗位，积极备货，确保重要生活必需品价格稳定，商品供应不脱销、不断档，为打赢疫情防控战做出贡献。我们的系列举措受到了中央、省、市各级部门的高度肯定，商务部致信感谢永辉超市抗疫保供突出贡献，永辉超市一战区总经理陈颖荣获“全国抗疫先进个人”个人荣誉，四川永辉超市总经理王雪飞、重庆永辉超市高级采购经理汤须坤等一批员工也获得了省市各级抗疫先进表彰和荣誉。



疫情发生时，面对物资缺口，永辉超市充分发挥长短半径全国一盘棋的协同采购优势，供应链管理部门做出了快速反应，保障了正常经营。对外，永辉快速满足全国各地民生商品及消毒防疫物资的供应，对支持所在地政府稳定民众的恐慌情绪并平抑各地的物价起到重要作用；对内，我们加强供应各链条的检测检疫与日常消杀工作，确保员工、顾客的安全与健康。

春节期间，永辉超市全国门店、到家服务正常营业，承诺春节不打烊，服务水准不打折；民生商品保供应、不涨价。同时，公司管理层、供应链端、物流端、门店端加大返工力度，陈小花三天徒步 100 公里，只为赶回门店支援；李建平、张久洋临危受命，接单拣货分单一肩扛……从高层到一线员工，公司上下全力战“疫”，积极做好物资调配与商品保供工作。在此过程中，永辉物流作为高速公路网发挥重要作用，为商品配送提供保障。疫情防控期间，公司日均生鲜配送约 7400 吨，蔬菜 5.3 万吨、大米 1.4 万吨。春节期间基本实现门店一日一配，保障“菜篮子”“米袋子”充足。

与此同时，作为人员相对密集的公共场所，永辉超市严格按照相关操作规范，做好疫情防控工作。对卖场、办公场所及购物车、收银机、电子秤、自动扶梯、服务台等设备器具进行每日消毒；要求员工佩戴口罩、勤洗手、使用消毒液等，每日体温检测；同时上线“无接触配送”到家服务，配送箱、购物袋也进行全面消毒。

永辉超市保供稳价的同时，还积极践行企业社会责任，筹集物资捐赠至抗疫一线。据不完全统计，仅疫情初期，永辉超市累计捐赠物资金额已超过三百万元：福州“永辉生活 APP”投放 20 万个 N95 民用口罩；合肥永辉为抗疫一线捐赠 6900 个医用外科口罩和 3050 件防护服；河南永辉捐赠 42 万余元防疫物资；贵州永辉向社区居民捐赠 10 吨爱心蔬菜等等，全国各地的永辉不仅为一线“保卫战”提供坚实后盾，还坚持守护民生，助力基层农户解决农产品滞销困境。

6.2 扶贫攻坚

2020 年是国家扶贫攻坚的收官之年，多年来，永辉超市发挥龙头企业的带动力，帮助贫困地区自力更生，拓宽一条脱贫致富之路。按照“一村一品”、“一村多品”的原则，帮助贫困地区发展农业。

过去的一年，针对疫情导致国内众多产地出现农产品滞销等问题，永辉超市充分发挥产地直采的优势，帮助多地农户农产品打开销路，实现增收。福建永辉蔬菜采购人员深入南平市松溪县官路乡呼窟村包菜产地，采购 9300 公斤新鲜蔬菜；安徽永辉采购 3 吨颍州西湖镇滞销大葱；湖北永辉响应号召推出“爱心蔬菜套餐”，上门收购湖北襄阳本地农户手中积压的蔬菜等“田间现采”的模式，直接把农产品从菜地搬到永辉货架，既解决了农民滞销困境，也确保了老百姓可以购买到新鲜的蔬菜。

采取多种对接模式

从 2001 年起，永辉超市就搭建了“贫困地区+超市门店”的扶贫商品销售直通车，目前永辉在售产品覆盖了上百个国家级贫困县。

为持续推进“农超对接”，更好地带动源头产地发展壮大特色产业，永辉采取了“超市+代办”、“超市+专业合作社”、“超市+农业企业”、“投资入股”等方式发展农超对接基地：

●超市+代办

- 以当地具有一定影响力的种植大户、农村致富带头人、村干部作为代办人，发挥“大户带小户”的桥梁作用，把一家一户分散种植的农产品适时集合起来统一采收，永辉超市坚持把种植环节的收益全部归农民，要求代办人不能从农民手中牟取中间差价，由永辉超市按照合作协议支付代办佣金。如河北省承德市平泉市杨树岭镇耿家沟村设立一个代办点，每年采购香菇2000万元以上，带动农户1500户以上，种植面积1000亩以上。目前永辉正积极引导代办人员组织发起关联农户成立专业合作社。

●超市+专业合作社+农户

- 积极鼓励农户联合成立专业合作社，提高农村经营主体的组织化程度，与专业合作社签订购销合同，事先明确约定种植规模、种植品种、采购价格、质量安全、上市周期等事项，解决种植农户的后顾之忧，使之敢于扩大农产品种植，以长期满足永辉超市单品批量化的采购需求。如湖北省宜昌市白羊镇兴熊柑橘专业合作社拥有农民社员585人，攀枝花市富映种植专业合作社拥有社员600多人等，已成为永辉超市重点对接伙伴。

●超市+农业龙头企业

- 永辉超市不断加强与生产型农业企业的合作，农业企业按照有限公司制度独立经营，在农村承租农业用地建设标准化、规范化的现代农业基地，单个基地一般达到500亩以上，加大农业基地的投资规模，提高农业基地基础建设和硬件设施，采取连片种植、发展设施农业、注重品牌塑造，进一步培育“无公害、绿色、有机”农产品。如与永辉超市对接的长乐雪美、福清绿丰、南平享通等农业企业。

投资入股农业龙头企业

- 永辉超市积极打造垂直供应链，以投资入股方式与上游农业龙头企业合作。如2016年永辉超市出资约6944万元参与福建星源农牧公司定向增发，持有星源农牧公司1240万股股份（占总股本20%）。

提供多元化扶持措施

在“农超对接”中，永辉超市努力为农户、专业合作社及农业企业提供资金、信息、技术、市场、人才等多方面的扶持措施：

●资金支持

- 针对农业种植存在投资大、融资难的问题，永辉以预付采购款方式为合作基地提供资金扶持，用于购买种子、种苗、农具、农药、肥料等农资。

●保底价收购

- 市场保底价是由永辉、农业基地、农业专家共同评估预算种植成本，再加上农业基地固定的收益率。当农产品市场价高于保底价时，按市场价进行收购，当市场价低于保底价时，则按保底价收购。

●技术支持

- 永辉超市与农业部全国农技中心合作，按照产学研、农科教推相结合，着力于组织并培养一支农技辅导员队伍、培育一批核心示范农户；与福建省农科院合作，对接“双百行动”（百名科技人员联系百家农业企业），编写了23种蔬菜的《良好农业规范（GAP）》（第一卷），作为农业基地的工作手册。组织专家到田间地头为农民提供新技术示范、病虫害防治、科学浇水、施肥、喷药等指导服务，推广运用农业现代机械，提升农民农事技能和质量安全意识。

●自然灾害损失补偿

- 农业易受旱涝风雪等自然灾害冲击，收成难以定量评估、投资风险大，不能办理农业保险时，永辉超市则酌情为农户提供自然灾害损失补偿金，如根据受灾严重程度减免回收预先垫付的资金或给予农户一定补助。

●开设绿色销售通道

- 永辉致力解决“农民卖难、市民买贵”，为农户开设绿色销售通道，从不向农户收取“通道费”、“进场费”等费用。

重点扶贫案例



●富平柿饼

- 为积极响应党中央、国务院脱贫攻坚的号召，永辉超市发挥流通主渠道的优势，以商业反哺农业，于2015年11月在陕西省富平县成立“富平永辉现代农业发展有限公司”，投资建设“柿饼产业园”，公司引进了全球最先进的现代化柿子加工设备，将传统工艺与现代技术相结合，做细做精柿子深加工。
- 2017年10月，富平永辉现代农业发展有限公司投资建设的柿子加工产业园建成投产，年可加工柿饼3000吨、柿子醋300吨，同时可加工系列果蔬干制品、坚果等5000吨年产值3.5亿元，成为助推富平农业现代化的强大引擎。公司按照“公司+基地+贫困户+市场”的合作模式，在富平尖柿（源）优生区曹村镇建立了上千亩柿子种植基地。
- 截至2020年底，已与当地10余个合作社开展合作，帮扶贫困人员就业30人次，产业带动贫困户124户，发展带动特色柿子产业发展。仅在2018年，永辉就带动当地新发展柿子园新增1万亩，流转贫困户土地17户，并向扶贫对象发放了固定收益金。
- 如今富平永辉是富平县重点扶贫农副产品供应商，该扶贫项目先后荣获“富平县农业局党组先进单位”、“渭南市农业产业化经营重点龙头企业”、“渭南市科技型中小企业”等荣誉称号。



●岷县蜂蜜

- 为深入推进鼓楼与岷县东西部扶贫协作，永辉超市董事长张轩松先生个人（发起设立“岷县富民基金会”）与子公司富平云商供应链管理有限公司于2019年4月在岷县设立“甘肃岷县永辉现代农业发展有限公司”，并发起“岷县富民基金会”，建设中蜂药蜜生产精深加工等项目，带动岷县贫困劳动力就业，促进群众增产增收，加快贫困家庭脱贫、致富步伐，带动农业产业化、规模化、品牌化发展，促进当地一、二、三产业融合发展。
- 岷县永辉农业发展有限公司位于岷县茶埠镇特色食品产业园区，占地9.4亩，总投资2000万元。2019年12月项目建成投产，年产成熟中蜂药蜜1,000吨，预计可带动当地1万多名蜂农增收致富。
- 在地方政府有关部门的配合下，永辉运营团队已组织人员深入近百个中蜂养殖农民专业合作社调研考察，对接工厂加工蜜源订购事宜。目前，中蜂养殖已成为岷县脱贫攻坚三大主导产业之一、贫困户脱贫致富的“短平快”项目。2020年11月21日，甘肃省人民政府正式批准岷县退出贫困县序列。
- 同时，项目产生盈利后，富民基金会从中分红所得将全部重新投入当地慈善公益，用于岷县设立的专项扶贫教育基金。

6.3 助力公益

在快速变化的社会环境中，永辉超市主动承担企业公民的社会责任，大力开展扶贫济困、助学支教、赈灾救难、尊老爱幼等慈善活动。

2020年，永辉超市连续第九年参与福州市总工会“两节送温暖”系列活动，捐资壹佰万元用于助困、助学、助医、紧急生活救助等，捐资伍拾万元用于组织职工开展就业技能培训、综合素质提升培训等活动。



2020年9月9日，永辉超市自有品牌“永辉优选”二度携手中国扶贫基金会参与“腾讯99公益日”，为中西部贫困山区3-5岁学龄前儿童配捐爱心营养餐，并通过线上复合传播及线下500余家门店同步联动宣传，覆盖主流消费客群，实现粮食公益项目近亿万次的综合曝光。为保证公益活动效果，永辉优选推出了专属爱心接龙，企业加倍配捐，爱心消费券反馈等多重社交玩法，归拢社交、电商、零售等渠道曝光量，促进项目快速传播，短期内将大众关注转化为庞大的善意力量。同时，线下零售阵地也同步发力，在线下门店统一布置公益活动物料，打造“沉浸式”公益氛围，提升活动的参与感。



2020年11月，永辉优选在全国各省区近千家永辉超市线下门店推出自有品牌月狂欢活动。此次活动中，永辉超市自有品牌“永辉优选”携手中国扶贫基金会，开展“温暖多一分，幸福多一点”公益活动，为贫困地区学龄前儿童提供营养餐，改善孩子们的营养状况。11月11日-11月24日期间，消费者每购买一份永辉优选产品，永辉自有品牌都将捐赠1分钱助力贫困地区儿童营养改善。覆盖上百件永辉优选核心单品的9.9元均一价幸福专区，也让更多消费者以低门槛的形式加入其中。依托覆盖全国各省区近千家永辉超市线下门店，及线上多渠道同步宣传，项目圆满成功，实现了近亿次的综合曝光。



选你所爱 爱你所选

永辉优选
YH SELECTION

- 精选源头供应商
- 万次盲测选精品
- 品质升级高性价比

永辉农场
YH FARM

田趣
TIANQU FARM

优颂
SONG

德大野
DEDAIYE

fresh
FRESH

7 2020 年度荣誉和大事记

2020 年度荣誉榜

永辉物流荣获“全国物流行业先进集体”称号

永辉超市荣获人民日报社“2020 年度扶贫企业”奖

永辉超市荣登“2020 年全国农业产业化龙头企业 100 强”

永辉超市荣获中国商报“2020 中国商业企业社会责任典范”、“中国商业发展领军企业”奖

永辉超市荣登“2020 中国农业企业 500 强” Top5

四川永辉超市总经理王雪飞荣获“成都抗疫先进个人”称号

永辉超市荣登全国工商联“2020 中国民营企业 500 强”第 77 位

永辉超市荣登“2020 中国服务业民营企业 100 强”第 29 位

永辉超市荣登中国企业联合会、中国企业家协会发布的“2020 中国企业 500 强”第 248 名

福建永辉超市总经理陈颖荣获“全国抗疫先进个人”称号

福建永辉超市荣获“福建省市场保供示范单位”称号

辽宁永辉超市荣获“辽宁省‘菜篮子’流通重点保供企业”称号

永辉超市荣登中国企业联合会、中国企业家协会公布的 2020 年第一批企业信用评价公示名单，获企业信用 AAA 等级认证

永辉超市荣登福建省工商联“2020 福建省民营企业 100 强” Top4

北京永辉超市荣获北京市商务局“新冠疫情防控工作保供稳价突出贡献单位”称号

永辉超市自有品牌“优颂”荣获 UL 国际环境声明验证，为国内商超首次

百佳永辉超市荣获广州连锁经营协会“广州市防疫保供工作积极单位”称号

广东永辉超市东莞厚街万达店荣获东莞首批“放心消费承诺单位”称号

2020 年度大事记

12 月

永辉超市合营公司彩食鲜获 10 亿元 A 轮投资，中金资本旗下基金和腾讯领投永辉超市第 1000 家门店四川巴中万达店开业，正式迈入“千店时代”

11 月

永辉超市全资子公司间接持有的 Advantage Solution 股份公司已于纳斯达克上市

永辉超市首届“爱在永辉”集体婚礼活动在福州举行，“家”文化、“家”温暖体现企业人文关怀

10 月

永辉超市 20 周年庆启动，福建、重庆、上海举办主题快闪巡展，展示企业的初心、变迁与年轻力量

9 月

国务院扶贫办、国家发展改革委员会同中央宣传部、中央网信办、教育部、财政部、农业农村部、商务部、国务院国资委、中华全国供销合作总社、全国工商联在京启动“万企参与，亿人同行——2020 年全国消费扶贫月活动”。永辉超市作为联合发起单位之一，向全社会联合发起《消费扶贫行动倡议书》

永辉超市联合白犀牛推出无人配送车，无人配送车首次进入大型连锁商超配送体系

永辉超市特别互助基金会“金秋助学”项目，帮助困难员工子女入学圆梦

8 月

永辉超市拉萨万达广场店开业，标志着永辉超市进驻西藏，登陆“世界屋脊”，全国海拔最高的门店诞生

7 月

经第四届董事会审议，永辉超市回购永辉云创 20% 股份，持股 46.6% 重新拥有永辉云创的管理权和经营权，成为永辉云创的控股股东

6 月

永辉超市 20 周年向全员发布《致永辉家人的一封信》，感谢永辉家人的付出，提出“坚守初心，拥抱变化”

永辉超市 400 全国客服中心在重庆启动扩建，提供更专业、高效、贴心的客户服务

5 月

永辉超市春节后全国新开首店落地福州，福州市省府路店开业，助力复工复产

永辉超市 2019 年年度股东大会在上海召开，会上提出将继续坚持全国化布局、线上线下一体化战略

4 月

永辉超市参与“谢谢你为湖北拼单”公益活动，助力湖北经济复苏

经第四届董事会审议，永辉超市对广东百佳永辉超市有限公司增资 35,000 万元，助力永辉超市及百佳永辉在广东区域的业绩发展

3 月

上海市委常委、统战部部长郑钢淼一行走访永辉超市，了解永辉超市疫情期间的保供稳价措施、疫情防控工作

2月

永辉超市发布《致全国供应商合作伙伴的一封信》，万众一心，共克时艰
永辉超市启动“线上助农计划”，“永辉社区GO”开辟助农新通道

中共中央政治局委员、国务院副总理孙春兰率领中央督导组到湖北随州永辉超市视察防疫保供工作

1月

永辉超市春节线上线下不打烊，保供应、稳价格、保民生，做好防疫保供工作

展望未来

2020年，面对突如其来的新型冠状病毒肺炎疫情，永辉超市充分发挥全国零售龙头企业的作用，保供应、稳价格、保民生，保就业，促消费，助力打赢疫情防控阻击战；同时积极在供应链建设、线上服务、商品打造、品质把控、公益营销等多维度思考社会效益，为消费者、为社会创造价值。2021年对于我们来说将会是更加充满挑战的一年，我们将会秉承初心，创新突破，继续推进我们的供应链升级和数字化转型，进一步加强线上线下融合，通过更精细化的运营管理，让我们的消费者拥有更好的消费体验和满意度。

为了实现这一目标，我们将进一步完善内部管理，在公司治理、食品安全、环境保护、健康有机食品、人才发展、供零关系等方面做出系统规划，探索高效的实施路径，持续为我们的股东以及利益相关方创造价值。

公司治理方面：持续提升企业管治水平，完善社会责任治理架构，推进 ESG 实践与公司的战略发展相融合。

食品安全方面：从源头、生产、流通等各个环节，致力于为消费者提供安全、健康、高性价比的产品，满足更高期望。

环境保护方面：在全面符合当地环保相关法律法规的基础上，通过设备升级提升能效效率及减少温室气体排放。此外，扩大推广普通塑料制品替代品和绿色产品以减少产业链碳足迹，践行循环经济。

健康有机食品方面：继续推动健康无添加产品的开发及有机产品的销售，回应消费理念升级需求，引领健康趋势。

人才发展方面：优化人才职级结构，持续打造精干高效的团队，让员工与企业共同发展和成长。

供零关系方面：深入挖掘供应链源头能力，通过加强产地源头管理，保障产品质量。此外，推动供应链的环保和劳工管理，与供应商共同践行社会责任。