

永辉超市股份有限公司
2022 年社会责任报告

目录

永辉超市股份有限公司	1
2022 年社会责任报告	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	9
1.4 利益相关方沟通.....	11
2. 产品和服务	14
2.1 食品安全	14
2.2 保障消费者权益.....	19
3. 绿色安全运营	24
3.1 绿色产业链.....	24
3.2 安全运营	28
4. 合作共赢.....	30
4.1 供应商管理.....	30
4.2 责任采购.....	32
5. 雇佣管理.....	33
5.1 雇佣概况	33
5.2 发展与培训.....	35
5.3 员工关爱	38
6. 社会发展.....	41
6.1 保障供应	41
6.2 乡村振兴	42
6.3 助力公益	44
7. 2022 年度荣誉和大事记.....	46
2022 年度荣誉榜.....	46
2022 年度大事记.....	47
展望未来.....	49

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十一份社会责任报告，报告时间范围 主要为 2022 年 1 月 1 日至 12 月 31 日，部分信息超出追溯至 2020 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”） 2022 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 2022 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 个省份近 600 个城市，经营面积超过 800 万平方米。位居 2021 年中国超市百强第二位、2021 年中国连锁百强第四位。

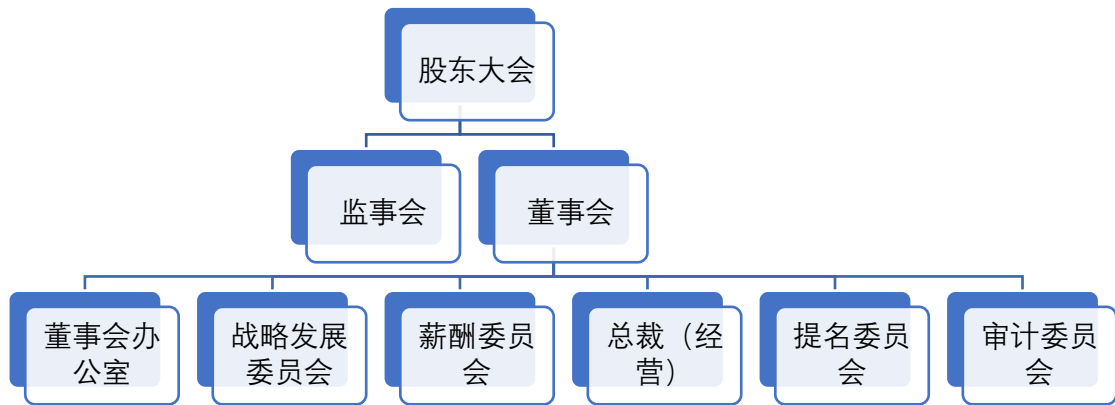
在发展中，永辉超市积极承担企业社会责任，始终在农超对接、稳价保供、应急救灾、助农扶贫、解决“卖难买贵”等行动中努力发挥带头、骨干的示范作用，热心致力于慈善超市、助学支教、扶贫济困、助残助孤、赈灾救难等公益事业，向社会捐赠资金及物资累计逾数亿元。

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。2021年12月22日，永辉超市股份有限公司2021年第二次临时股东大会决议公告选举产生了第五届董事会（选举班哲明·凯瑟克(Benjamin William Keswick)、张轩松、张轩宁、麦殷(Ian McLeod)、徐雷、李松峰为公司董事，选举孙宝文、李绪红、刘琨为公司独立董事）；选举产生第五届监事会（选举熊厚富、朱文隽、罗金燕为监事，另由公司工会选举推荐张建珍、吴丽杰为职工代表监事）。

公司/个人	持股数（股）	占公司总股本（%）
牛奶有限公司	1,913,135,376	21.08
张轩松	881,724,522	9.72

张轩宁	743,811,240	8.20
北京京东世纪贸易有限公司	736,437,197	8.11
林芝腾讯科技有限公司	478,523,106	5.27
宿迁涵邦投资管理有限公司	478,523,104	5.27

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 2021 年 12 月 22 日召开永辉超市股份有限公司)第五届董事会第一次会议,选举名张轩松为公司第五届董事会董事长。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	52	-	5	战略发展委员会	战略、零售运营、管理
	班哲明·凯瑟克 (Benjamin William Keswick)	男	48	硕士	3	战略发展委员会	农业、食品、管理
	麦殷 (Ian McLeod)	男	64	荣誉博 士	3		零售运营、管理
	张轩宁	男	53	-	4	战略发展委员会、审计 委员会	战略、业态创新
	徐雷	男	49	博士	2		战略、管理、零售
	李松峰	男	46	-	1	战略发展委员会、提名 委员会、薪酬委员会	科技、数字化
独 立 董 事	孙宝文	女	59	博士	2	提名委员会、审计委员 会	经济学
	李绪红	女	53	硕士	2	薪酬委员会	人力资源
	刘琨	男	42	博士	2	提名委员会、薪酬委员 会、审计委员会	会计学

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。2021年12月22日2021年第二次临时股东大会选举产生第五届监事会（选举熊厚富、朱文隽、罗金燕为监事，另由公司工会选举推荐张建珍、吴丽杰为职工代表监事）。第五届监事会第一次会议选举熊厚富任第五届监事会主席。

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。具体分工内容参见下图：



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)》；2022 年，永辉超市共发布《廉政简报》七期，加大对公司廉洁从业宣传力度，强化履职教育，促进全员清正廉洁，合规履职。

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和存在问题，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。

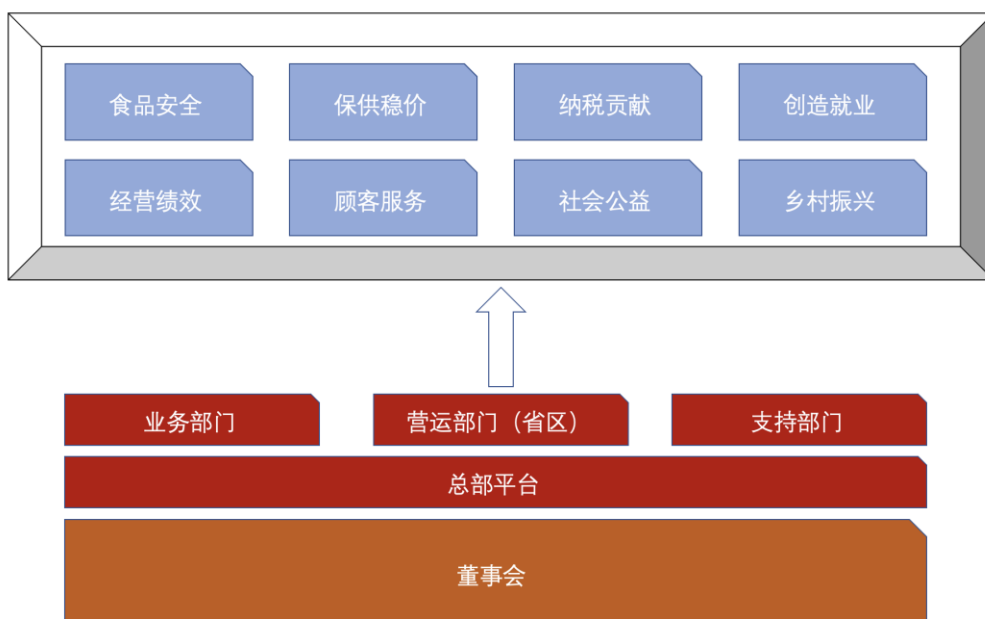
社会责任治理架构

企业社会责任理念	
核心事业	为大众百姓提供日常的食品和用品以及购物服务； “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； 重视企业的社会责任感，不断提升顾客服务和食品安全； 为十余万名员工提供创业和事业发展的机会； 致力并促进了所在商圈的商业繁荣； 为所在城市和社区居民的生活水平的提高做出贡献； 为中国民族零售业的伟大复兴而努力奋斗
企业使命	引领现代农业，守护百姓健康 为满足用户需求，提供安全、健康、高性价比的食品

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>对股东的责任</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>对政府的责任</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>对消费者的责任</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>对员工的责任</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>对社区的责任</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>对环境和可持续发展的责任</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	● 依法经营	● 办理工商、卫生、消防

	<ul style="list-style-type: none"> ● 缴纳税费 ● 乡村振兴 ● 带动商贸繁荣 ● 社会就业 ● 保障供应 ● 食品安全 	<p>等行政许可，依法开展经营活动 依法申报纳税</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 积极推进乡村振兴 ● 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 ● 提升线上线下全渠道服务能力 ● 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 ● 市场信息共享 	<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 ● 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 	<ul style="list-style-type: none"> ● 开展农超对接 ● 现金采购 ● 组织专家下乡

	<ul style="list-style-type: none"> ● 资金扶持 ● 进城务工 	<ul style="list-style-type: none"> ● 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

2022年，永辉超市积极履行企业主体责任，落实食品安全四个最严的要求，通过自建“数字化食安云网”系统不断迭代全链路食品安全品控管理体系能力，为用户提供安全、健康、高性价比的食品。

体系和制度建设

2022年“供应链食安、门店端食安、数字化食安”三大质量管理主线工作持续推进，质量体系建设向“制度化、标准化、专业化、数字化”四个目标快速迈进，全年健全公司食品安全制度、管理标准，修订食品安全规章制度22项，食品安全全管理机制进一步完善，区域性、系统性食品安全事故零发生：

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、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22项，主要涉及为保障供应、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

- 积极致力于农产品从“农田到餐桌”的全流程食品安全治理和法规的完善，受邀参与全国人大常委会法制工作委员会关于《农产品质量法》修订的三审专家评估会议；协同CCFA行业协会探索“检验检测、食安追溯、验厂评估、团体标准制定”等项目合作，参与编写《鲜活水产品购销要求》，《南美白对虾质量管控标准》等团体标准的编写，分享研究课题《鲜活水产品的质量控制与品质提升》。

报告期内，永辉超市已通过了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；同时，积极对接各地政府监管部门对农产品源头种养殖、流通环节的全链路食品安全追溯闭环进行“协同治理”，农兽药残留等问题得到有效控制。

食品质量安全管理

● 供应链食品安全管控

公司自 2021 年由核心管理层主导“食品安全治理”领导小组以来，深抓供应链采购源头的食品安全管理。在此基础上，持续推进供应链源头治理，五措并举深入改善：

一是实施产地高风险产品的专项治理，建立用药评估、减药替代、快检 2+1 等管控措施，改善明显；

二是稳步推进供应商引入验厂评估机制；

三是严格查验供货商资质证明，把好“索证索票”关；

四是风险分级管理，中、高风险供应商及商品全面执行闭环管理；

五是同 SGS(通标标准)、中检、方圆、华测等国内外权威食品安全检测管理机构深入合作，从公司质量体系管理、供应商验厂评估审核、商品检测验证、风险管理咨询方开展了全方位协作，提升了食品安全治理水平。

● 门店端食品安全管理

为保障门店经营商品的质量与安全，省区、区域、门店各层级贯彻公司食品安全管理制度，落实食品安全管理标准与操作规范，做到对食品安全风险管控的全员参与：

一是强化食品安全主体责任与岗位职责，组织关键岗位负责人及主要管理人员在线签订《食品安全责任书》；

二是开设食品安全专业课程，线上学习总量超过 160 万次，线下培训超过 38.8 万人次，增强了防范食品安全风险的专业知识和能力；

三是食品安全“自检自查”与“飞行检查”多级风险排查机制并行，全年检查门店 4259 次，主动消除食品安全风险隐患，推进“节假日食安专项”、“3.15 食安专项”、“夏秋季食安专项”、“即食鲜切果蔬专项”等提升计划，不断更新食品安全操作规范，提高商品质量与安全。

四是创建食品安全示范品牌。自 2021 年以来，福建、四川、湖南等省区门店积极参与了创建“食品安全示范城市”，截止 2022 年，全国各省区共 76 家

门店成功创建“放心肉菜示范超市”，62家门店成功创建“守信超市”或“放心消费示范单位”。

● 建立健全自有品牌品控管理体系

2022年，公司以全流程数字化质量监管工厂体系、全生命周期管理产品质量、风险追踪持续改善为目标，升级了自有品牌品控体系：

一是组织梳理产品标准，全面重新定制、更新标准，通过验厂机制帮助供应商改善生产环境、过程管控、检验检测等质量管理水平，优质供应商占比不断提高；

二是运行常态化货架抽检机制提高产品合格率；

三是监测产品质量、追踪排查质量问题，质量复盘、建立管控措施和跟踪机制，提升产品消费评价与认可。

● 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。随着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2022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、检测信息的共治理、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，截止2022年，已重点完成下列追溯平台的优化和升级：

一、公司“食品安全云网”数字化管理平台持续开发与升级，源头风险检测把关能力不断增强，物流、市场检测站点检测生鲜农产品超过130万批次；

二、“承诺达标合格证”追溯系统稳定运行，开具“承诺达标合格证”超过两千万张；

三、食品安全数字化管理工具运用效率大幅提升，使用食品安全云网小程序完成数字化保质期排查记录 1877 万条、冷链商品排查记录 9277 万条，实现了门店食品安全工作的数字化全方位管理。

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《2022 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。

2022 年，公司继续坚持定期开展食品安全专业知识培训，增强全员食品安全风险防控能力，线上学习总量超过 160 万次，线下培训超过 38.8 万人次。

● 供应商培训

2022 年，公司持续开展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

报告期内，公司始终坚持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。公司将不断完善自检体系，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，打造消费者对我们的信任。

2.2 保障消费者权益

永辉消费者权益理念

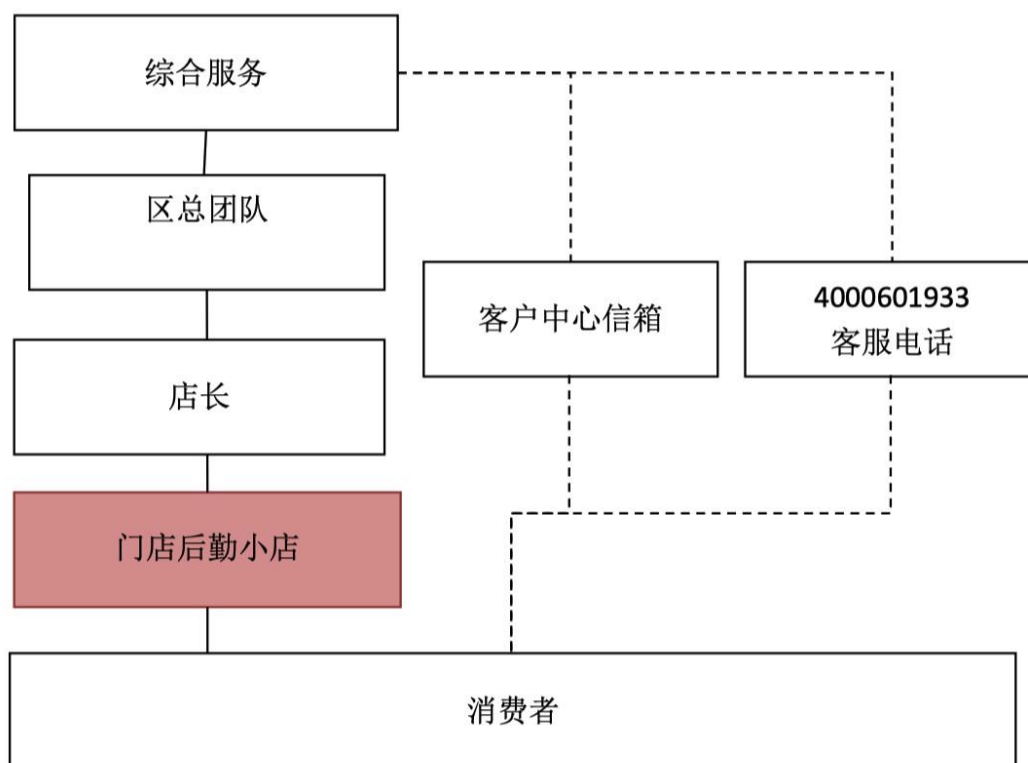
“顾客是永辉生意的主顾，是永辉门店在社区的邻居，是永辉超市的朋友，是永辉发展的伙伴，是永辉事业的支持者”，永辉超市一直倡导员工以“阳光、微笑、感恩”的信念服务顾客：

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。

2022年，公司加大推进客服中心化，通过建立客服流程小组、平台售后流程统一化、系统搭建等举措，将客服中心化服务推广至全国；同时，在门店增加二维码反馈渠道。2022年下半年，公司售后满意度达到**97.1%**，较2021年同期提升**1.9**个百分点，售后审核时效保持在**30**分钟以内，**24**小时客诉完结率较2022年上半年提升**21%**。

提升消费者体验

2022年，公司持续以用户为中心，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、线上服务提升、线下门店改造，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。

同时，为落地公司“以生鲜为基础，以客户为中心，全渠道数字化零售平台”的第三个十年战略，做好线下服务提升，公司在2022年开发门店用户服务提升指引培训课程，制定《服务指导手册》1.0、《门店服务标准 2022版》，在福建**26**家标杆店验证，并在全国门店复制推广。

●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

- 2021年以来，永辉超市持续推进全渠道零售战略，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：



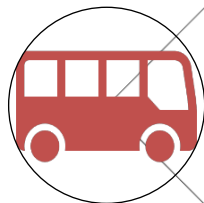
配送服务：为响应政府无接触服务的号召，永辉超市加大配送服务力度，联合多家配送平台，打造企业专送的新模式，同步执行集团配送标准，将商品送到千家万户



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。



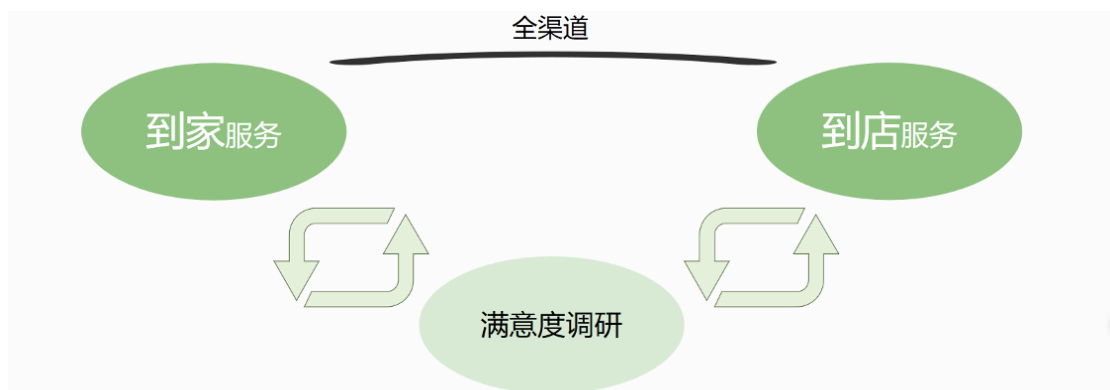
电梯运行管理：永辉超市在电梯上、下端口安排专人提醒顾客注意安全，并对特殊人群（老、弱、病、残、孕）提供必要的帮助。



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

2022 年以来，公司基于全渠道战略，集合到家到店和满意度调研模块定期会针对线上、线下用户进行满意度调查，打通用户反馈、问题定位、问题解决的全链路调研分析，根据分析结果予以改进或优化，2022 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。



基于用户反馈的声音，溯源解决商品、服务、履约等各方面问题，打通用户反馈、问题定位、问题解决的链路

- **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、商品促销调价由省区供应链统一进行管控，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：

数字化建设规范作业流程

- 2021年OTB试点功能升级，围绕订单全程可视、运输在途轨迹、温控实时可视和异常预警等功能建设，可根据公里数为门店推送预计时间，可帮助门店实现计划收货、无人收货作业。物流计费系统建设（BMS），通过合同解读实现自动计划，运输费用透明化，运输车辆与配送订单绑定，从订单拣配、车辆调度、装车、发运、抵达、接收、回单整个作业过程可、数据透明化，通过数据分析，帮助各中心监控管理装载率、路线规划及配送波次等的优化，从而达到降本增效的目的。
- 截止2022年底，已完成中心功能升级，16个物流中心系统切换；围绕订单全程可视、运输在途轨迹、温控实时可视和异常预警等功能建设，为门店推行数字化提供数据支持及提升门店商品品质、作业效率；

加强物流自动化建设提升整体分拣效率

- 2022年四川AGV拆零分拣项目投入运营，目前已完成4个物流中心拆零自动化拣选。实现全渠道拆零订单的多种业务需求。自动化设备随业务体量增加而调整，设备资源灵活调用。当前AGV拣配最高时效可达到210品/时左右，同比人工效率提升2-3倍。同时，通过订单解析规则优化和作业模式动线优化，提升拆零及拣配时效，联动自动化分拣设备，拣配效率提升10%以上。
- 自动化设备的引进，即可覆盖当前业务，也可满足未来业务增长需求，并提升物流的拣配准效率，提升门店订单满足率，降低线上线下门店的库存周转天数，提升门店整体作业效率。

仓储建设重视节能

- 近年来，公司在四川和重庆新建超过26,000多平方国内节能冷库，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，继续在多省试点引入短途物流采用新能源车型配送，以减少排放。

实施循环配送配送路线优化

- 2022年，公司在全国多个省区实行循环配送。结合线上、线下门店的销售时段，循环配送已在安徽、福建、重庆、四川等物流中心推行；通过系统功能优化，推行同店多渠道订单自动解析，提升单据解析速度，以满足营运前端多渠道销售业务需求，实现渠道备货集成配送，提升商品鲜度、库存周转，降低损耗
- 推广节能PMS系统，通过系统管理抓手规范驾驶员作业，实时监控车况，智能优化配送线路，减少派车次，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

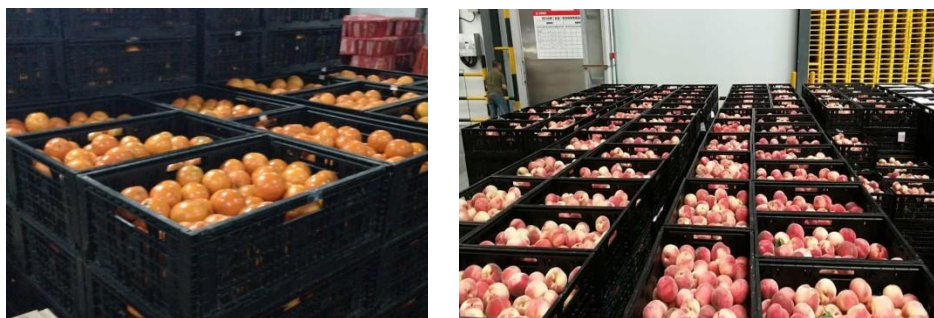
标准化项目推进---货架类架

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：



永辉自 2021 年开始，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。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2021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

- 自2021年全面停发企业内刊《同道》纸质版，通过在永辉超市官网上传企业内刊《同道》电子版，以及采用社交媒体传播等新形势，方便员工在线阅读。

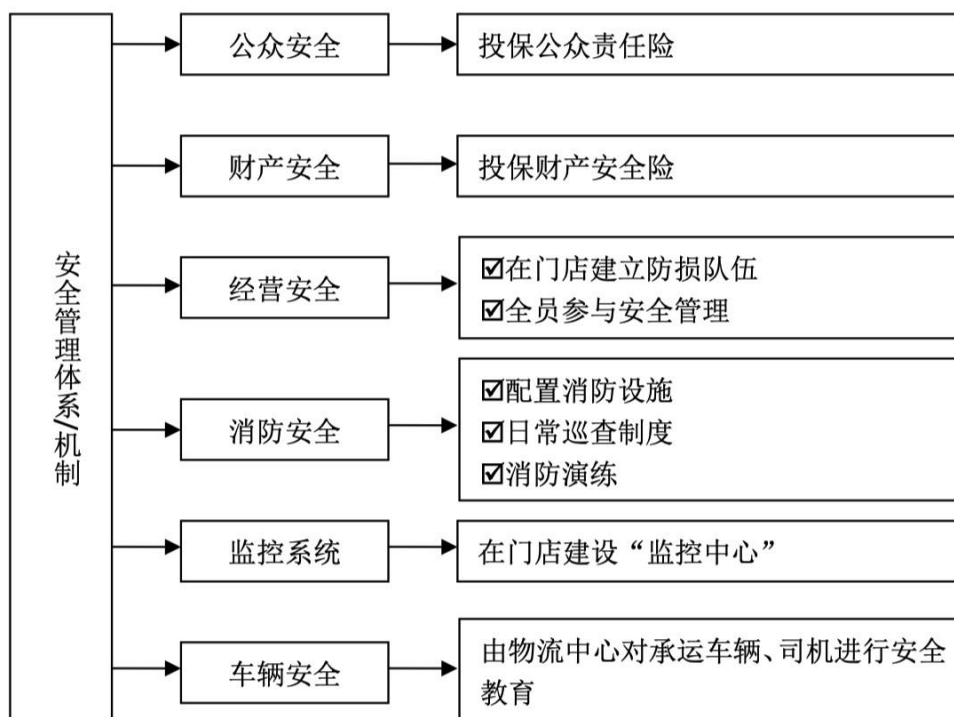
辉腾 2.0 项目

- 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

2022年，公司随着外部客户需求的变化和增加，根据公司制定的战略，持续优化组织结构的设计和调整，调优组织岗位配置，供应链端，公司通过整合提升平台效率，将采购、营运、营销整合进CMO体系，形成合力，共同对经营结果负责，通过科学的流程和健康的机制匹配业务流程效率，打破业务壁垒。

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，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，公司设立了红黑榜制度，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

2022年，永辉持续构建构建稳定、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；2022年的雇佣管理工作，围绕公司“以生鲜为基础，以客户为中心，全渠道数字化零售平台的第三个十年战略”，强化组织、人才、机制和文化建设。

5.1 雇佣概况

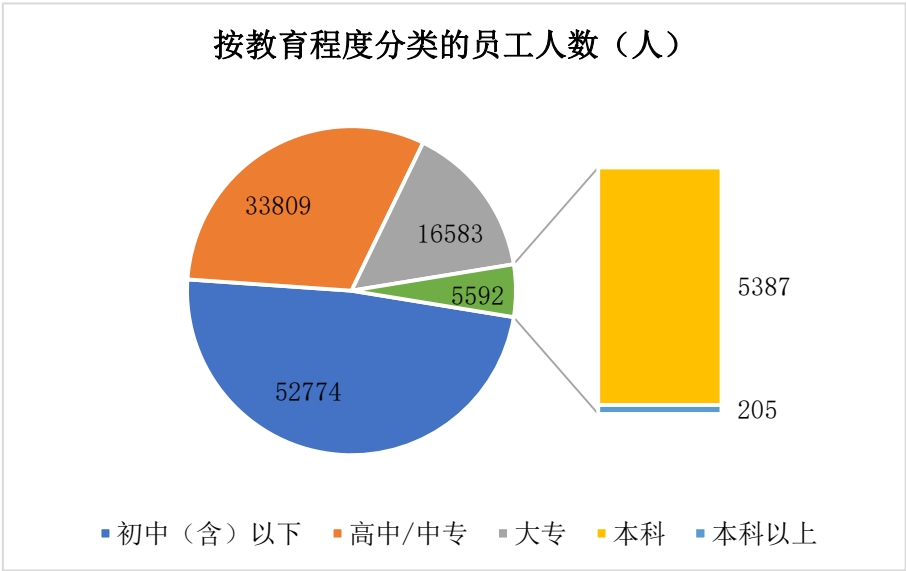
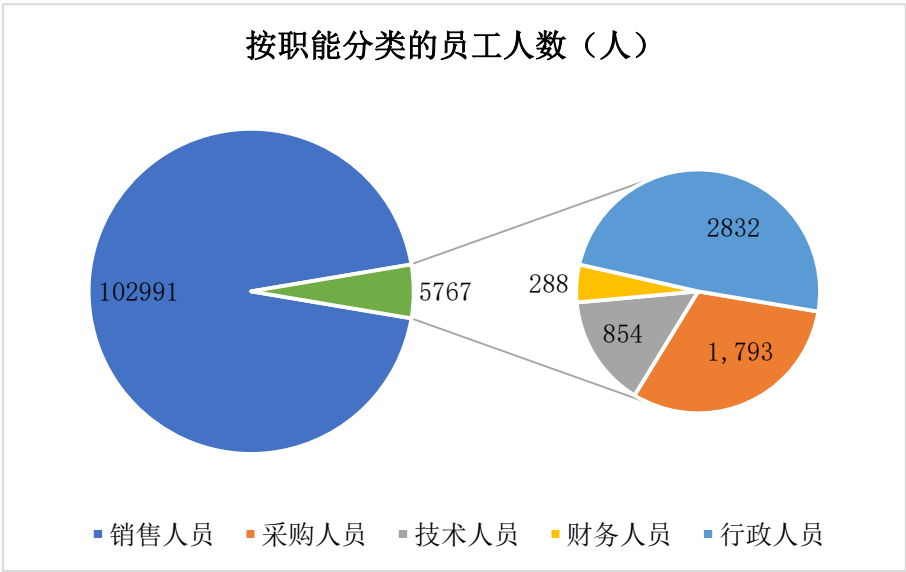
人才招聘

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%。

其中，在2022年，永辉引进大学毕业生2378人，完成培训年保留率达70%以上，帮助大学生成功从校园转身为职场人；2023年，永辉深度合作院校达28所，预计年引进大学生3000人左右，并帮助2000+学生提供集中培训，助力成长。

● 员工构成情况

公司员工数量（人）	
母公司在职员工的数量	6410
主要子公司在职员工的数量	102348
在职员工的数量合计	108758
母公司及主要子公司需承担费用的离退休职工人数	2048



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体制，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。

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。

为拓宽店长职业发展通道，激活店长队伍，提高岗位胜任力，2022年，公司人力资源团队组织开展星级店长认证工作，通过分层分级的宣传动员、报名推荐、资格审核、述职评审等工作，最终落位五星店长7名、四星店长60名，三星店长155名、二星店长616名。



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。以能力为中心，线上+线下多元发展

1、在人才产品上，永辉正在迭代以能力为中心的培训产品，如支持生鲜战略的“生鲜经理班”、“生鲜卖手班”，支持电商的“电商小店长班”，支持新店经营改善的“新店经营改善专项”，以及重点人才可持续发展的大学生项目“1933精英班”等；2022年，在以业务为导向前提下，公司新增科技辉光少年、生鲜管培生和加工管培生等培训专班，满足业务发展需要。

2、在学习平台知云建设上，采用“内容+软件+服务”的建设方案，截止 2022 年，注册用户 12+万，全年知云平台在线学习时长 96 万小时，用户活跃占比 94%，MAU 月活 8 万；培训中心推进国标教材门店侧的梳理，合计 9 条业务线，61 岗位、397 门课程。

培训课程	培训目标	培训对象	课程内容	培训评估
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
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
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
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
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

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
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	-
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
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

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；2022 年，公司结合战略目标，全面梳理和优化薪酬激励机制，进一步激活个人、激活组织，实现多劳多得、鼓励实干，提升激励的有效性，促进绩效改进、绩效提升，实现利益共享，共同成长

此外，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：

<p>总裁信箱/员工意见箱</p> <ul style="list-style-type: none"> 员工可以在永辉超市官网 直接向“总裁信箱”检举 内部违规违纪行为，或通过“员工意见”投递有关 公司政策咨询、合理化建议等信件，均有总裁授权人负责收集和答复
<p>电话</p> <ul style="list-style-type: none"> 员工可在永辉超市OA通讯录查询到执行副总裁、副总裁等高管的办公室电话、手机号码，必要时可与公司高管直接通话
<p>OA 系统</p> <ul style="list-style-type: none"> 员工可以在永辉超市OA直接写信发送给公司高管
<p>邮寄函件</p> <ul style="list-style-type: none"> 员工也可直接邮寄函件给公司高管

员工满意度调查

2022 年，永辉超市人力资源团队在全国各省区持续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，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。

2022 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，省区平台、门店会给女员工赠送电影票、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”化的温暖。

2022 年，永辉超市持续努力保障就业，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。

员工活动

2022 年形势变化影响，一些聚集性的员工活动仍然比较受限，但永辉超市坚持开展“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。

同时，公司优化了员工活动的形式，通过线上活动提升员工参与度，例如在多个省区联动组织开展了新春打卡、女神节、劳动节、七夕节等线上活动，多地员工共同参与互动，关爱员工、提升员工体验感。

6 社会发展

2022年，作为全国连锁零售企业，永辉超市一如既往积极发挥市场主体作用，保供应、稳物价；在复杂多变的经济环境下，努力谋求主动性变革与创新转型，广泛带动就业，拉动消费，助推消费市场回暖，助力实现防稳经济“双胜利”。同时，永辉超市坚持通过农超对接、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，助力乡村振兴战略的实现。

永辉超市坚持民生超市、百姓永辉的定位，坚守初心，积极履行企业社会责任，响应国家就业援助政策，稳定就业总量，提升就业质量，突出抓好重点群体就业工作。2022年为社会提供超11万个就业岗位，其中农村户口占比约62.3%，为促进农民就业增收，助力乡村振兴贡献力量；同时为885名退役军人提供就业机会，助力退役军人再就业；积极响应政府残疾就业号召，为1244名残疾人提供就业机会；提供40-50人员就业机会，为近55000人提供岗位。永辉将持续关注农村群体就业、40-50人员、退役军人再就业、残疾人就业、女性员工就业权利保障；对就业困难人员实行优先扶持和重点帮助。

6.1 保供稳价

2022年，永辉超市作为国内零售龙头企业，及时启动保供稳价预案，为“保供应、稳物价”做出贡献。

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，永辉超市快速满足全国各地民生商品及各类物资的供应，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与日常消杀工作，确保员工、顾客的安全与健康。

永辉超市从当地省区高层到一线员工，公司上下全力做好物资调配与商品保供工作。全力保障各地区物资充足，价格稳定；同时全力保障本土保供人员稳定，以上海为例，2022年4月，永辉从全国抽调近千名骨干员工援驰上海，在宝山月浦仓建立保供物资中央工厂，生产套餐并组织车辆配合政府进行保供工作。

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。

6.2 乡村振兴

2022年是“十四五”承上启下的关键一年，也是持续巩固拓展脱贫攻坚成果、全面推进乡村振兴的重要一年。多年来，永辉超市坚持发挥龙头企业的带动力，帮助落后地区自力更生，拓宽一条具有乡村特色的振兴之路，按照“一村一品”、“一村多品”的原则，在福建、宁夏、甘肃、陕西等多地持续推动培育和推广有市场、有品牌、有效益的特色产品，帮助宁化薏米、清流豆腐皮、宁夏硒砂瓜、陕西洛川苹果等一系列优质农产品打开销路走向全国，带动当地农业产业化、规模化、品牌化发展，为推动当地产业融合发展，推进现代特色农业高质量发展贡献力量。

以水蜜桃为例，2022年，永辉超市以全国线下上千家超市门店和线上永辉生活APP为流通网络，依托源头直采直送的特色，在唐山市乐亭县建立了“企业+农户+合作社”的多赢合作模式，年直采唐山水蜜桃总量达上万吨，带动当地上千家农户增收、上万人次就业，助力加快乡村振兴致富步伐。

同时，为进一步推进“福定协作”深化发展，2019年永辉超市投资2000万元在甘肃岷县设立“甘肃岷县永辉现代农业发展有限公司”，建设中蜂药蜜生产精深加工等项目，带动贫困劳动力就业，促进群众增产增收，2022年该项目在当地收购蜂蜜总量近70吨，价值达650余万元，带动近400户中蜂养殖户增收。

采取多种对接模式

永辉超市2001年起开始搭建“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和各省乡村振兴重点帮扶县。

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。

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。

2022年4月，上海，特殊困难群体的保障牵动人心。对此，永辉积极承担企业责任，在满足日常保供的同时组织特供小队专线保供。在为母婴及老人、农民工群体开通应急保供专线基础上，永辉继续关爱特殊困难群体，积极对接相关机构，通过自主捐赠、联合企业爱心捐赠等方式，为视障人群捐赠物资，提供生活保障。

此外，永辉还联合中华环保基金会，在第53个世界地球日来临之际再次开展环保公益活动，延续“绿色永辉 关爱地球 我们在行动”的主题，除了永辉全渠道发力，还携手伊利、联合利华、乐事、百事、魔爪等20余个品牌，实现一次购物，一次爱心捐赠，消费助力环保。

2022年9月，永辉超市四度参与“爱加餐 一起捐”公益行动，通过线上和线下多渠道，呼吁全社会关注乡村儿童营养状况，支持“爱加餐”项目惠及更多乡村儿

童。作为具备社会责任感的品牌,长期以来,永辉超市始终秉承“融合共享、成于至善”的核心价值观,积极履行社会责任,支持公益事业。本次“爱加餐”项目中,永辉超市围绕改善欠发达地区儿童营养状况这一目标,积极联动社会各界力量,汇聚每一份点滴爱心,助益欠发达地区的儿童营养与身心发展。

2022年10月,河南平顶山汝州、叶县、郟县等地出现蔬菜滞销问题,给当地农户带来不少损失,永辉在第一时间与当地农户取得联系,在了解农户蔬菜滞销情况及运输、销售难等情况后,及时菜农对接,不仅依靠物流及供应链优势短时间内加大了对河南蔬菜的采购量,更依据数字化中台,实时地根据蔬菜销量情况进行动态采购补货,最大程度帮助当地农户解决蔬菜滞销难题,数据显示,10月至11月,仅河南汝州一地,永辉采购蔬菜166吨,包含上海青、小白菜、薄皮椒等各品类,销往永辉河南全省各个门店。

7 2022 年度荣誉和大事记

2022 年度荣誉榜

永辉超市上榜 2022 年度球友喜爱上市公司 100 榜
永辉超市上榜 2022 福建企业 100 强、福建服务业企业 100 强
永辉超市荣获零售商业财经“中国十大人气超市 2022·Top 10”称号
永辉生活荣获“中国十佳社区零售 2022·Top 10”称号
永辉彩食鲜荣获第十一届“中国食品健康年度七星奖”
永辉超市六家门店荣获重庆两江新区“放心门店”称号
永辉超市七家门店荣获河北省 2022 年“放心肉菜示范超市”
永辉超市自有品牌四大产品荣获第六届 PLF 金星奖
永辉超市上榜中国企业联合会 2022 中国企业 500 强
永辉超市上榜 2022 中国民营企业 500 强、中国服务业民营企业 100 强
永辉超市上榜 Brand Finance 《2022 中国品牌价值 500 强》
永辉超市荣获福建省、安徽省、重庆市百强民营企业称号
永辉超市获四川省成都市商务局保供突出贡献感谢信
永辉超市四位店长上榜 CCFA“保供”金牌店长名单
永辉超市五家门店上榜上海 2021 年市级“守信超市”名单
永辉超市荣获联商网 2021 年度零售数字化创新企业奖
永辉超市荣获中国商报“2021-2022 中国商业创新优秀案例”奖
永辉超市上榜德勤“中国卓越管理公司”榜单
永辉超市上榜 2022 中国雇主品牌影响力 100 强榜单
永辉超市福州奥体店荣获 2021 年度中国好门店奖
永辉超市入选上海诚信兴商典型案例
永辉超市获评杭州市新零售示范企业称号
永辉超市上榜 2022 年《财富》中国 500 强企业排行榜
永辉超市上榜《2021 年中国超市 TOP100》，位列榜单第二
永辉超市上榜 CCFA《2021 年中国连锁 Top100》，位列第六位
永辉超市获上海防控指挥部物资保障专班保供突出贡献感谢信
广东百佳永辉超市获评“保供贡献奖”、“爱心贡献奖”
永辉超市上榜全球零售 250 强榜单，位列第 84 位
永辉超市荣登《2021 年胡润中国民营企业可持续发展百强榜》第 93 位
永辉超市荣获福建省、天津市、深圳市等多地商务局保供突出贡献感谢信

2022 年度大事记

12 月

永辉超市助力河南滞销蔬菜销往全国，积极践行企业社会责任
永辉超市自有品牌永辉农场上新丹东草莓系列产品，持续推进产地直采直供
永辉超市科技团队自主研发的全链路零售数字化系统“YHDOS”实现全国门店全覆盖

11 月

永辉超市双十一购物节期间举办“11·11 狂欢盛典”，发放全品类补贴券
永辉超市推出“每一食皆有诗”创意古诗词商品文案，打造“菜市场文学”
永辉超市世界杯期间推出“世界杯主题”商品文案，营造线下“看球”氛围感

10 月

永辉超市开启“好物欢乐颂”自有品牌节，持续强化自有品牌用户心智

9 月

永辉超市入选首批全国商贸物流重点联系企业名单
永辉超市积极参与成都保供，为在岗人员发放特殊补贴
永辉超市与茅台集团合作，成为首个发售茅台冰淇淋的商超渠道
永辉超市全力推进“仓店合一”的业务模式及核心城市的到家业务
永辉超市启动全国用户服务提升专项训练营，以帮助省区建设服务标杆店

8 月

永辉超市拟斥资 4 亿元至 7 亿元回购 A 股股份用于后续激励，彰显长期发展信心

永辉超市举办“开海节”，发挥源头直采优势上新多款属地化海产品

7 月

永辉超市自有品牌馋大狮举办夏季新品发布会，首次发布新品馋大狮芝士蛋糕

永辉超市深化趋势性商品开发战略，积极开发水产、肉禽类“预制菜”

6 月

永辉超市举办第二届“辉凡好物节”，打造数字化零供关系升级
永辉超市举办“宠粉狂欢”购自有品牌节，集结旗下田趣、馋大狮、优颂三大主力品牌打造专属消费 IP

永辉超市开展百家媒体“走进‘数字永辉’”活动，首次公开永辉数字化进程

永辉超市与南非商会签署战略合作协议，持续推进海外生鲜直采布局

5 月

永辉超市自有品牌田趣“种子计划”再进一步，助力保障“中国粮食、中国饭碗”
永辉超市自有品牌优颂探索寝具领域，推出首款床品优颂夏凉被
永辉超市自有品牌永辉农场多款小龙虾预制菜产品上市，持续满足消费者差异化需求

4 月

永辉超市推广门店数字化用工，第一阶段标杆店内人效提升近 50%
永辉超市上线“特需”功能，解决母婴、老人等人群的特别需求
永辉超市开展环保公益活动，携手 20 余品牌践行可持续发展策略
永辉超市自有品牌馋大狮推出馋大狮玉米汁，进军谷物饮品赛道

永辉超市自主研发全链路零售数字化系统“YHDOS”在福建、四川、北京、上海、重庆等地规模性投入使用

3月

永辉超市以“女神新定义”为主题，联合金佰利、宝洁、百威等头部品牌开启全渠道大促

全国人大代表、永辉超市党办主任华晓丽提出《关于巩固脱贫攻坚成果，夯实乡村振兴基础建议》，建议食品产业要积极融入乡村，促进一、二、三产融合助力乡村振兴

永辉超市积极保障吉林民生商品供应，针对社区进行物资集中配送

永辉超市推出“保供套餐”，在上海地区每日可生产配送近10万单

永辉超市在上海，27小时完成10万份福建援沪物资的组织调运

永辉彩食鲜圆满完成冬奥会、冬残奥会食材保供工作

永辉超市开启2022年品牌嘉年华活动，联合伊利、纳爱斯等品牌实现零供关系再升级

2月

永辉超市迎来虎年开门红，春节期间多款生鲜单品日销百万

永辉超市拉萨第三家门店开业，“本地直采”和“自有物流直送”结合的模式丰富消费者餐桌

1月

永辉超市旗下休闲零食品牌“馋大师”推出新型小青柠汁饮料，进军柠檬饮品赛道

永辉超市开启“虎年不马虎”年货节，在全渠道开展全品类全渠道春节大促

永辉超市积极参与杭州保供工作，及时调配人员保障社区食品供应

福建省委书记尹力、省长王宁一行莅临永辉超市，调研春节保供工作

展望未来

2022年是“十四五”承上启下的关键一年，也是持续巩固拓展脱贫攻坚成果、全面推进乡村振兴的重要一年，在这一年里，永辉超市持续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，助力保障供应；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。过去三年改变了很多，以往熟悉的一切重新回归人们的生活，2023年对于我们来说仍会是充满挑战的一年，我们将会秉承行“民生超市，百姓永辉”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，持续为市民百姓提供优质、高性价比、健康的商品，持续提升“永辉生活”线上购物体验，创造线上线下都便捷、安全的购物环境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。