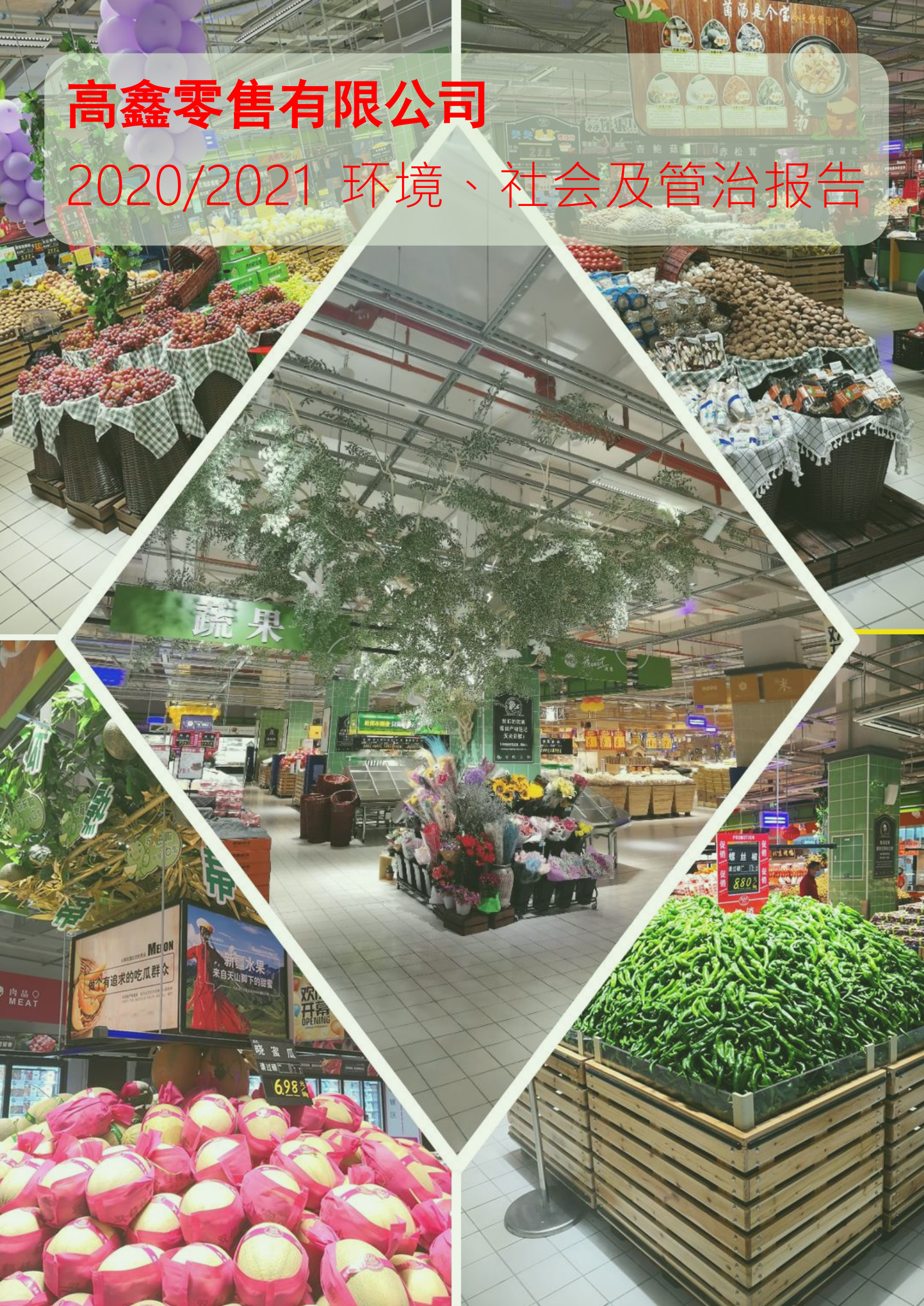


# 高鑫零售有限公司

## 2020/2021 环境、社会及管治报告



# 目录

关于本报告 .....	2
首席执行官致辞 .....	3
走进高鑫零售 .....	4
<b>1. 责任治理 · 永续经营 .....</b>	<b>5</b>
1.1 ESG 管治 .....	5
1.2 利益相关方沟通 .....	5
1.3 重要性评估 .....	6
1.4 企业管治架构 .....	8
1.5 风险管理及内部控制 .....	8
1.6 合规与商业道德 .....	8
<b>2. 产品服务 · 品质为先 .....</b>	<b>10</b>
2.1 质量及安全保证 .....	10
2.2 业务创新 .....	14
2.3 竭诚服务 .....	16
<b>3. 绿色环保 · 美好家园 .....</b>	<b>20</b>
3.1 环境管理体系 .....	20
3.2 绿色运营 .....	22
3.3 合作共绿 .....	27
<b>4. 合作共赢 · 携手共进 .....</b>	<b>30</b>
4.1 供应链管理 .....	30
4.2 行业发展 .....	33
<b>5. 以人为本 · 员工当先 .....</b>	<b>34</b>
5.1 员工概况 .....	34
5.2 发展与培训 .....	36
5.3 关爱员工 .....	38
<b>6. 关怀社区 · 持续回馈 .....</b>	<b>41</b>
6.1 合力抗疫 .....	41
6.2 爱心公益 .....	43
<b>附录 .....</b>	<b>45</b>
香港联交所《环境、社会及管治报告指引》内容索引 .....	45
适用的主要法律法规清单 .....	48

# 关于本报告

## 概览

本报告是高鑫零售有限公司发布的第四份《环境、社会及管治报告》(以下简称“ESG”报告),面向公司各利益相关方,重点披露公司在经济、环境、社会及管治方面的管理、实践与绩效。

## 报告时间范围

本报告覆盖的周期为2020年1月1日至2021年3月31日(简称“报告期”、“本年度”)为增强报告完整性,部分内容适当向前追溯或向后延伸。

## 报告范围及边界

本报告覆盖高鑫零售有限公司及旗下所有运营实体(以下简称“本集团”“高鑫”“高鑫零售”或“我们”)。

## 编制依据

本报告按照香港联合交易所有限公司(以下简称“联交所”)发布的《环境、社会及管治报告指引》的要求进行编制。本报告的编制过程亦参考了联交所于2019年12月公布的《检讨环境、社会及管治报告指引及相关上市规则条文附录二十七(环境、社会及管治报告指引)》。

本报告按照识别和排列重要的利益相关方,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。

## 资料来源及可靠性保证

本报告披露的信息和数据来源于本集团统计报告和正式文件,并通过相关部门审核。本集团承诺本报告不存在任何虚假记载或误导性陈述,并对内容真实性、准确性和完整性负责。

## 报告语言及形式

本报告设有中文和英文版,并以电子版形式供参阅。如想了解更多关于高鑫零售的背景、业务发展和可持续发展理念,欢迎浏览高鑫零售官方网站(<http://www.sunartretail.com/sc/global/home.php>)。

## 确认及批准

本报告经管理层确认后,于2021年8月12日获董事会通过。



## 首席执行官致辞

2020 年对于高鑫零售是一个里程碑式的一年。在这一年中，阿里巴巴集团控股有限公司正式成为高鑫零售的最大控股股东。在达成战略合作的基础上，高鑫零售与阿里巴巴进一步加深了彼此的合作发展关系。高鑫零售广泛吸纳各方资源与技术，成功实践业务与管理的数字化转型，完成了 B2C 业务的转型探索，并引入了众多技术的转型升级，确保我们在发展多业态的同时配备稳定先进的技术支持。面对新零售行业的未知机遇和中国商超转型的关键时点，我们将持续完善新零售战略，为消费者提供更加个性化且优质的购物体验，同时也为新零售行业的发展贡献一份力量。

2020 年对于高鑫零售也是充满挑战的一年。新年伊始，疫情肆虐神州大地。高鑫零售自疫情爆发以来，一直密切关注着国内各地区的疫情发展趋势，同时积极响应政府和社会各界的号召，以多方渠道向各地区伸出援助之手践行了我们“成为社区的好邻居”的使命。面对疫情对零售行业的巨大冲击，在严格遵守当地防疫政策和满足防疫要求的前提下，高鑫零售人坚守岗位，为广大消费者持续获得稳定供给奉献着自己的一份力量。

我们深知，危难时期我们肩负着不容懈怠的责任，而这一份责任也是我们可持续发展的关键支柱。近年来，我们不

断加强与内外部各利益相关方的沟通和交流，积极了解各界对于我们可持续发展表现的期待和反馈，进而做出不断改善和提升。回顾高鑫零售在 2020 年的 ESG 表现，在环境方面，我们不仅在能源使用和排放废弃方面进行持续的绿色提升，同时我们也积极与外部展开合作，引导消费者绿色购物。在治理方面，我们通过完善的企业治理架构确保合规运营，并初步建立 ESG 管治架构，同时，我们恪守商业道德的行为准则，让商业道德深植每个高新人的心中。在社会方面，我们保障产品质量与食品安全，为社会供应放心商品，我们也心系公益事业，通过我们的爱心捐赠和活动为社会带来“高鑫温暖”。

放眼未来，我们与社会各界携手，共同实现彼此的成长和发展，在企业可持续发展的道路上不断前进。最后，我仅代表高鑫零售管理层向全体员工，我们的消费者和合作伙伴以及一直以来关心、帮助高鑫零售的各界朋友表示衷心的感谢。

林小海先生  
首席执行官  
二零二一年八月



## 走进高鑫零售

高鑫零售有限公司是中国零售行业的领军企业，以“大润发”、“中润发”、“小润发”品牌经营大卖场、中型超市及小型超市业务。截至二零二一年三月三十一日，我们的服务已经遍布中国 29 个省市和自治区。本集团在 232 个城市拥有 484 家大卖场、6 家中型超市、32 家小型超市，总建筑面积约为 1,307 万平方米，为众多人民群众提供了生活便利。

高鑫零售以“大中小业态齐头并进、线上线下融合、多业态全渠道发展”为主要发展策略，致力于打造成为“线下体验中心，线上履约中心”，成为实体零售数字化转型的领先者及新零售行业的标杆。阿里巴巴集团控股有限公司作为本集团的控股股东，将与高鑫融合线上及线下的专业

能力，共同探索中国零售行业的新零售发展机遇。

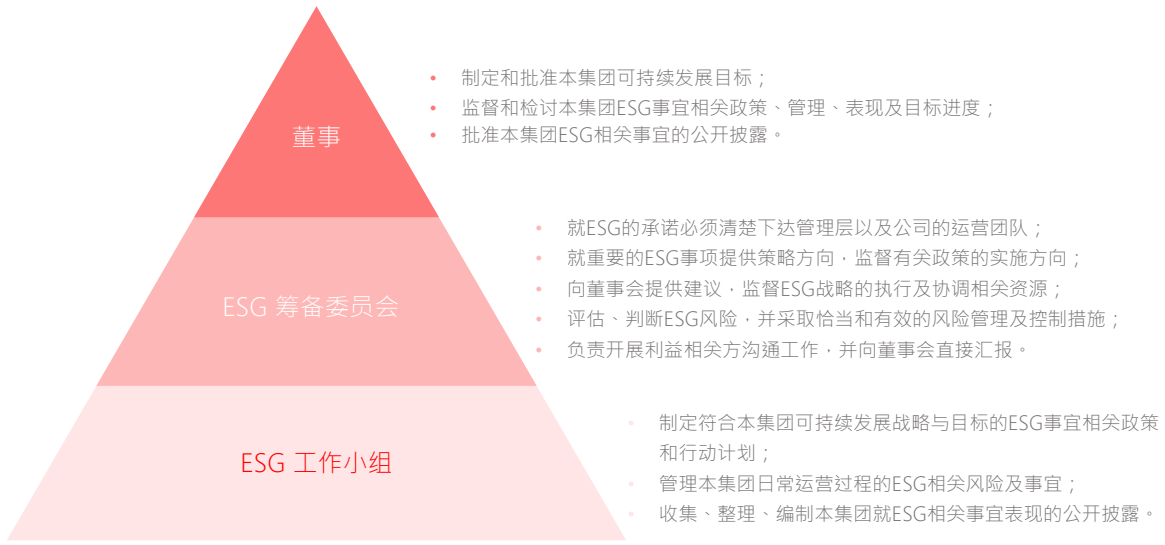
零售行业的每一次变革和进步都会给人们带来生活品质的提高，并为全社会提供生活方式新选择。自始至终，高鑫零售秉持“顾客至上、信任、诚信、卓越、协同工作、开放”的价值观，把以人为本，生活安康及热情服务视为所有行动的中心。高鑫通过独家产品的高品质，精选的产品入选，亲民的价格，及完美的顾客体验成为行业的楷模，并为新零售行业定下基调，开启零售业的美好未来。同时，在履行企业责任方面，高鑫通过关注和回馈社会，不断在追求企业的可持续发展。

# 1. 责任治理，永续经营

## 1.1 ESG 管治

零售行业是国家最重要的行业之一，牵系着千家万户的福祉。高鑫零售作为中国零售行业领军者，深谙可持续发展的重要性，将责任治理的理念深入地融合到日常经营中，通过本集团各部门的协调合作，积极担当社会责任，促进企业和社会的共同发展。

为了更高效地践行企业责任和加强 ESG 管理水平，本集团初步拟定了由高级管理层牵头，中层和基层员工共同参与的企业内部 ESG 管治框架，并设计 ESG 筹备委员会来管理相关事宜，同时初步成立 ESG 工作小组，推进高鑫零售 ESG 管理持续提升。



高鑫零售 ESG 管治架构

## 1.2 利益相关方沟通

高鑫在本集团管理过程中，始终集思广益，不断提高利益相关方的参与度。我们在环境、社会与管治的利益相关者主要包括本集团员工、供应商、客户、股东和投资者、政府和业务所在地区的社区居民。高鑫零售重视并积极与企业内外部利益相关方沟通，通过多样化的沟通渠道，在日常经营管理中深入了解各方诉求，广泛汲取建议，进行有效沟通并作出回应。

利益相关方	沟通期望	沟通方式和渠道	沟通频次
政府及监管部门	依法经营和纳税； 提高社会就业； 保障供应； 保障食品安全	相关负责人沟通； 接受监督检查； 参加相关会议； 咨询法规政策	必要时与政府和监管部门沟通。
行业协会	推动行业健康发展； 推进行业规范； 树立行业楷模；	行业研讨会、论坛； 同行考察调研；	不定期

利益相关方	沟通期望	沟通方式和渠道	沟通频次
股东及投资者	<ul style="list-style-type: none"> <li>保障投资收益；</li> <li>保障股东权益</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>股东大会</li> </ul>	一年一次·另针对特殊议题需召开临时股东大会
		<ul style="list-style-type: none"> <li>董事会</li> </ul>	每季度一次
		<ul style="list-style-type: none"> <li>投资者调研</li> </ul>	不定期（“缄默期”期间不对外沟通）
消费者	<ul style="list-style-type: none"> <li>保障品质和价格；</li> <li>不断优化服务并提升购物体验；</li> <li>满足不同需求；</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>线上线下沟通渠道；</li> <li>售后服务；</li> <li>门店服务中心</li> </ul>	日常工作
供应商	<ul style="list-style-type: none"> <li>公平交易；</li> <li>信息共享；</li> <li>保障销售速度；</li> <li>保障货款结算速度</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>相关负责人沟通；</li> <li>信息管理系统</li> </ul>	不定期
员工	<ul style="list-style-type: none"> <li>提高员工薪酬和福利；</li> <li>提供丰富的职业发展机会和技能培训</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>员工大会；</li> <li>员工活动</li> </ul>	不定期
	<ul style="list-style-type: none"> <li>总结和展望·增进公司和员工间的互动和感情·提升员工士气及共勉</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>年会</li> </ul>	一年一次
新闻媒体	<ul style="list-style-type: none"> <li>公布集团新动态；</li> <li>舆论监督</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>新闻发布会；</li> <li>媒介宣传</li> </ul>	不定期
当地社区居民	<ul style="list-style-type: none"> <li>关怀社区·提供福利；</li> <li>听取社区意见</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>社区参观会；</li> <li>社区人员会谈；</li> <li>志愿服务</li> </ul>	不定期

### 1.3 重要性评估

重要性评估矩阵的绘制基于对各个利益相关方重要性评估结果的分析和汇总，在高鑫零售之后的环境、社会与管治工作中发挥着举足轻重的指导作用。本年度报告的重要性评估主要面向内外部利益相关方，包括集团董事、中高级管理层以及供应商、消费者、股东及投资人、行业分析师、监管部门等。我们综合考虑利益相关方关心的 ESG 相关议题，结合联交所 ESG 指引、MSCI-ESG 评级<sup>1</sup>、CSA 问卷<sup>2</sup>等要求，并融合社会关注热点，制作并发放利益相关方问卷，以了解利益相关方关心的议题。问卷填报涉及运营、劳工、社区、环境、治理等共计 29 项议题，内部利益相关方填报人次达 1,854。我们根据问卷填报结果，对各项议题进行筛选，整理出重大性议题矩阵。

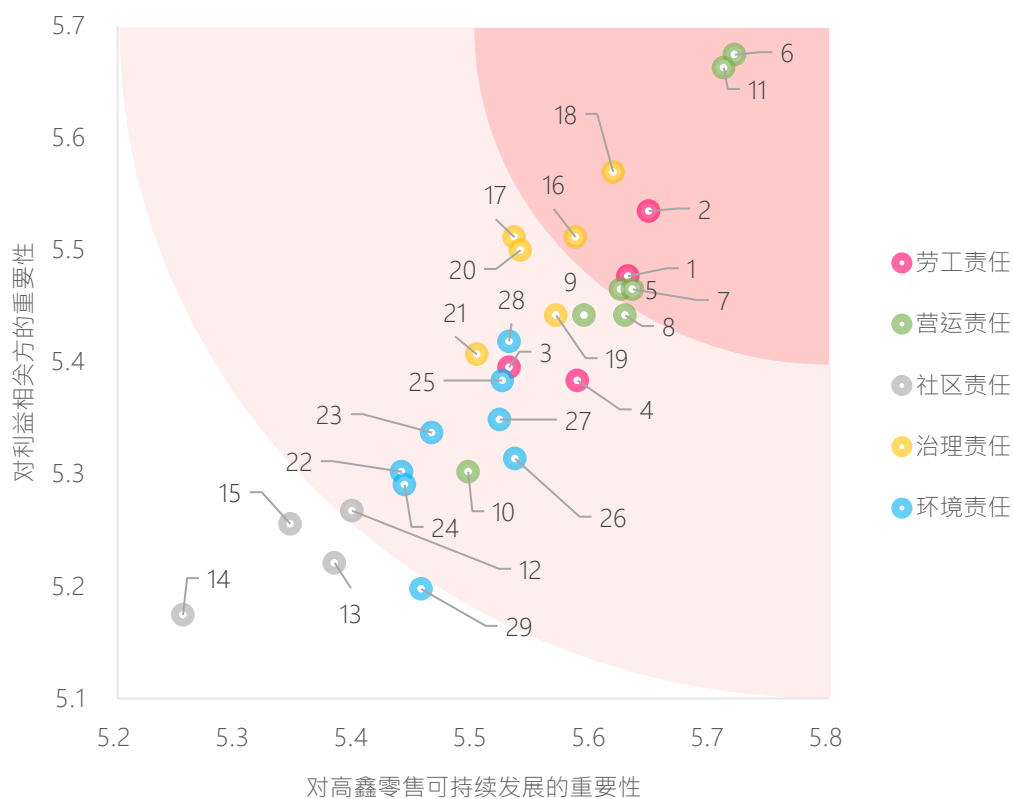


重大性议题识别的流程图

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

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

### 高鑫零售2020/2021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	客户关系管理	营运责任
	6	产品质量与安全	营运责任
	7	责任供应链	营运责任
	11	食品安全	营运责任
	16	反贪污	治理责任
	18	依法经营	治理责任
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
非常重要	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
	23	能源管理	环境责任
	24	温室气体排放	环境责任
	25	污染物排放	环境责任
	26	废弃物管理	环境责任
	27	包装材料管理	环境责任
	28	供应链环境管理	环境责任
	重要	13	推动行业发展
14		参与公益慈善活动	社区责任
15		参与社区贡献	社区责任
29		气候变化	环境责任

高鑫零售重大性议题清单

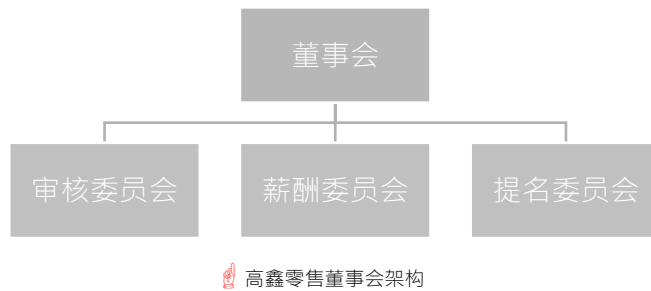


## 1.4 企业管治架构

本集团严格遵守上市规则及法律法规要求，始终致力于维护股东利益，为股东带来持续回报，并以此为企业治理原则，持续完善治理架构。

本集团制定《企业管治及合规手册》，以维持高标准企业管治为目标，定期对组织架构进行检讨，确保营运与良好企业管治常规及最新的发展一致。本集团董事会目前共有七名董事，包括一名执行董事、三名非执行董事及三名独立非执行董事。董事会负责监管本集团业务、策略决策及表现，定期检讨董事履行职责时须做出的贡献，以及董事是否投入足够时间以履行职责等。

董事会下设三个委员会，分别为审核委员会、薪酬委员会及提名委员会，并以书面形式明确各委员会职责。



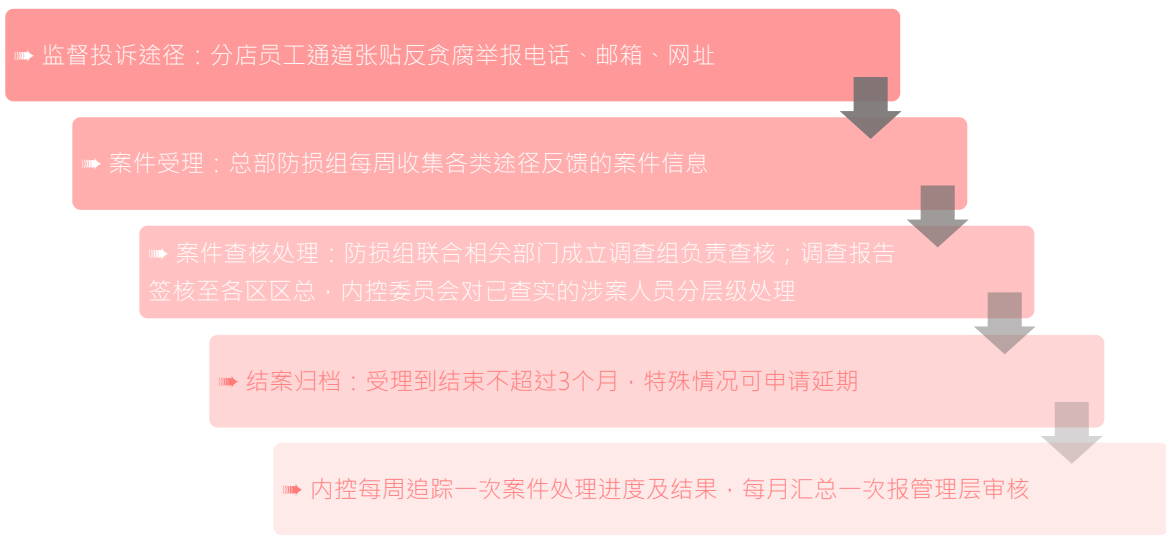
## 1.5 风险管理及内部控制

为了持续提升风险管理水平，落实相关政策和制度，我们定期对风险管理及内部控制有效性进行评估，对发现的风险管理及内部控制缺陷进行检讨，并制定相应的改善措施。其中，本集团内部审计部负责对风险管理及内部控制系统的充足性及成效进行检讨，对关键事项进行审查，并向审核委员会提供审计发现及改进建议；管理层负责风险管理及内部控制评估的监督，并向董事会及审核委员会汇报风险管理及内部控制的成效；审核委员会负责协助董事会对风险管理及内部控制系统进行宏观把控，并向董事会进行汇报。同时，我们正逐步将 ESG 风险纳入本集团的风险管理，在环境、社会及治理多个方面的风险管控开展梳理工作，初步实现 ESG 风险得到有效管控。

## 1.6 合规与商业道德

高鑫零售始终坚持依法合规经营，致力于营造本集团上下廉洁守法的工作氛围，监督管理层和员工遵守法律法规。本集团设立合规组，负责监督企业内部操作规范，纠正违规违纪行为，为企业对抗任何商业活动不正当的行为树立起一道坚定的防线。同时，我们还制定了一系列准则清单来践行企业反贪腐的原则，覆盖高鑫零售旗下所有子公司及全体员工，主要包括《礼品处理条例》《廉洁诚信约定函》《员工手册》。

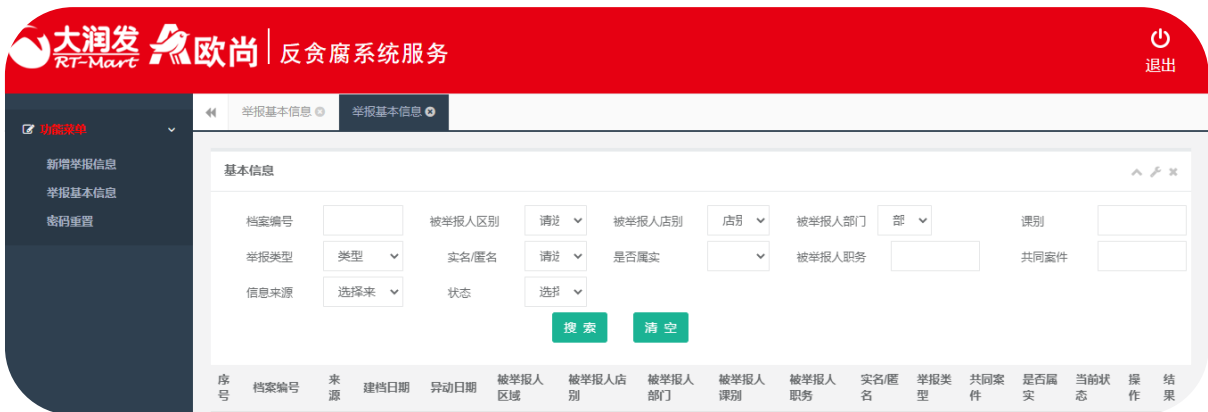
为了贯彻诚信和廉洁的原则，打造更公平和谐的企业环境，高鑫零售设置了完善的贪污腐败举报程序。我们严格遵守《中华人民共和国劳动法》《中华人民共和国不正当竞争法》《中华人民共和国反洗钱法》《关于禁止商业贿赂行为的暂行规定》等国家法律法规，并基于法国萨宾2号法案的相关规定，制定了包括《反贪、腐作业规范》在内的一系列合规经营的内部政策，促进本集团内部的管理和规范。



高鑫零售反贪腐管理框架

人力资源部门采取了线上线下相结合的双渠道反贪腐培训方式，通过钉钉云课堂给全国大润发的在职员工提供培训，内容覆盖了《职业操守准则II》《员工手册修正案》及《职业操守准则II测试》，每位员工的平均培训时长大于45分钟，进一步强化了员工对反贪腐和职业操守准则的了解。除了线上的钉钉云课堂指派学习，高鑫也组织进行了多次线下培训，并让员工签署《承诺书》，签署率在2020年达到了100%，在区总部及门店薪资处存档。截至2020年3月，高鑫零售员工反贪腐的培训完成率已经达到了96.22%。

本集团也为员工提供了多种监督和投诉渠道，如“礼品申报系统”和“反贪腐举报系统”，并定期向董事会和员工提供反贪腐培训，不断强化提升本集团上下的反贪腐意识。同时，我们也在公开渠道设立不同的举报途径，包括电话、邮箱，官网等，在各区域主要门店张贴举报公示板，将举报渠道向社会公众进行公示，与公众协力，持续提升本集团反贪腐管理水平。



高鑫零售反贪腐内部举报系统

举报人：

姓名 (必填)

电话 (必填)  手机  或  电话

公司 (必填)  部门 (必填)

邮箱 (必填)

被举报人：

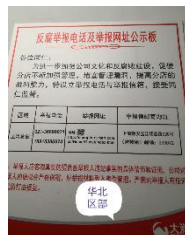
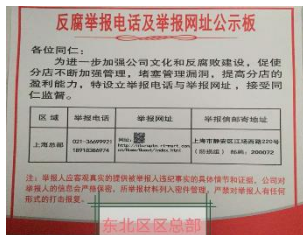
姓名 (必填)  职务 (必填)

区域 (必填)  请选择区域  店别 (必填)  请选择店别

部门 (必填)  请选择部门  课别 (必填)

举报说明 (必填)

高鑫零售官方网站反贪腐公开举报系统 ( <http://ntcryptn.rt-mart.com.cn/Home/Guest/index.html> )



高鑫零售门店举报公示板

报告期内，高鑫未发生任何已审结的贪污诉讼案件。

## 2. 产品服务，品质为先

### 2.1 质量及安全保证

高鑫零售坚信全面提高产品的质量管理水平，对促进企业长远发展起着关键性作用。我们秉承“够安心、购安全、诚信兴商、品质消费”的理念，致力于为消费者提供品质产品及服务。我们严格遵守《中华人民共和国食品安全法》、《中华人民共和国食品安全法实施条例》等法律法规，并制定了包括《食品安全质量管控工作职章》等在内的质量管理及食品安全管理规章制度，持续强化本集团的商品质量及食品安全管理。

#### 2.1.1 系统化质量管理

我们努力建立科学、规范、完善的质量管理体系、食品安全管理体系，将高效的质量管理理念和模式深入应用到产品采购、供应、服务等各个运营环节里。高鑫零售总部已取得 ISO 9001 质量管理体系认证及 ISO 22000 食品安全管理体系认证。同时，我们在认证的基础上，加快提升质量保障及食品安全监管工作标准化、透明化、现代化，实现更高质量、更加安全和更可持续的发展。



ISO 9001 质量管理体系认证



ISO 22000 食品安全管理体系认证

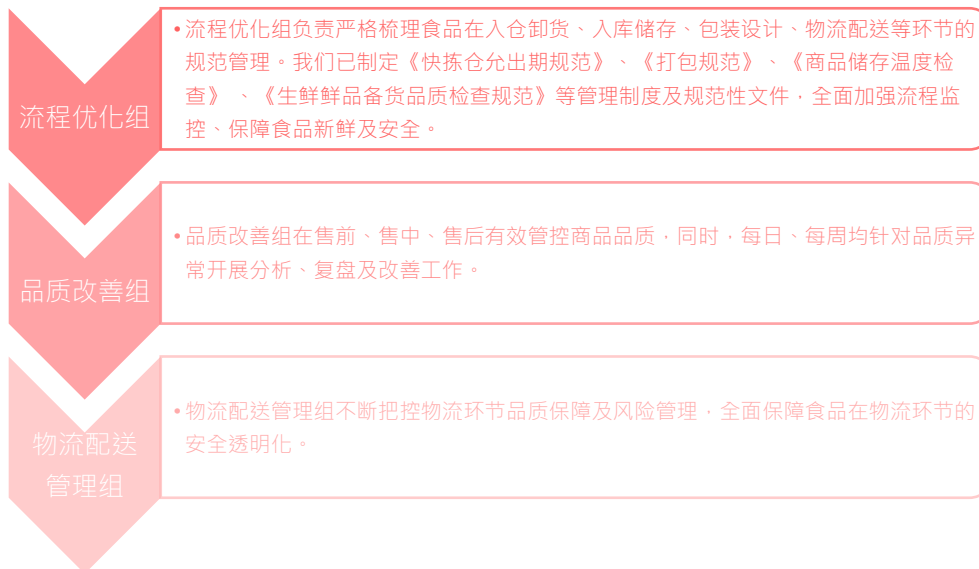
## 供应端管控

供应端是我们进行商品质量及食品安全管控的重要环节。针对供应端管理，我们制定完善的供应链商品质量及食品安全管理体系，严格商品供应标准，通过供应商准入、定期及不定期审核、飞行检查、自动预警系统等机制，对供应商提供的商品进行全面把控。

报告期内，我们针对审核与检查人员开展了 36 次培训，强化相关专业的专业能力，以达到更精准地对质量与安全进行管理的目的。

## 内部综合管理

我们设立了流程优化组、品质改善组、物流配送管理组等，对商品质量与食品安全进行综合管理。



## 高鑫零售通过规范包装保障商品质量

### 保温商品

使用 PDA 进行包装作业，在进行保温商品包装时发出提示，根据系统指示，保证保温商品放入保温箱，并使用干冰、冰利膜确保商品在合适的温度；



保温商品

### 易挤压商品

对于易压易碎商品，在包装时使用单独的灰箱，箱内商品采用“重不压轻”的方式堆放，保证商品不污染、不挤压。



易挤压商品

## 商品检查

为保障商品质量与食品安全，高鑫零售要求各门店针对所有品类商品进行商品名称、产地、规格、执行标准、生产厂家、联系方式、生产日期、保质期等一般信息的检查，并对其他重要品类进行特别信息的检查。针对检查过程中的不合格商品，我们一律进行拒收处理，并将拒收记录上报 WEB 系统。此外，为了持续检验我们收货流程及标准的可靠性和先进性，我们每两个月邀请第三方合作机构对每家门店进行商品收货流程的检测，从而确保商品质量安全。



## 风险预警

在“食品安全无小事”的理念下，高鑫零售始终强化食品质量安全风险预警，努力实现对每一个食品安全和质量控制关键点进行检测、分析、把控和预防，从而有效降低食品安全风险。与此同时，我们重点加强食品安全风险监测网络建设，我们已与阿里巴巴、中国连锁经营协会共建食安中台和商品数据共享平台，实现食品风险管控的一处响铃、处处预警。

## 质量安全文化

在不断提升食品安全管理水平的同时，高鑫零售深知文化的力量。报告期内，我们根据各业务属性以及各部门特色选择开展食品安全相关培训及宣贯活动，不断推动企业食品安全文化理念的渗透。

报告期内，我们定期开展了共计 6 次商品质量与食品安全相关培训，涉及生鲜、快消品及日配部门，共计 83,901 人完成培训，为保障质量与安全奠定了坚实的基础。

## 2.1.2 商品召回与追溯

### 商品召回

我们依据国家《食品召回管理办法》以及《消费品召回管理暂行规定》的要求，制定《大润发重大异常处理流程（召回）》，对产品召回种类、召回等级、召回时限以及召回处置等内容进行规范要求，从而保证在售产品在出现安全或质量问题时能够及时有效地处理。

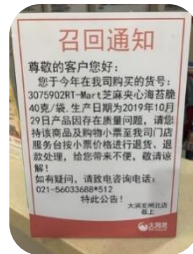
本集团在发现或收到危险/不合规产品时，立即在供应链端实施主动召回流程，并成立专案小组对产品生产时间、产品分销地点以及问题根本原因等步骤开展调查，我们实施公开召回和退款流程，将案件提交给当地监管机构，并在相关法律法规和当地政府组织的指导下开展工作。对于因产品品质所发起的消费者退货情况，我们各门店会及时组织自查，并在第一时间上报总部质检相关部门，按照公司流程开展相关追溯工作。报告期内，高鑫零售由于产品品质，发生退货给供应商共计 16 起。

此外，为了保证并评估召回流程的可操作性，我们每年会组织召回培训及召回演练活动，从而加强高鑫零售应对产品召回突发情况的能力。报告期内，高鑫零售并未发生已售或已运送产品因安全与健康理由而须回收的事件。

#### 高鑫零售组织产品召回演练活动

2020 年 5 月，高鑫零售总部质检组、营运部、采购处等部门联合大润发闸北店，组织了异常模拟召回追溯演练报告，以提高应对突发食品安全事件的处理能力和水平。

模拟召回演练以商品抽检中出现菌落总数超标事件为背景，通过高鑫零售产品召回流程，严格追溯产品流通情况，各部门通力协作，有效实施了产品召回。



### 商品追溯

我们致力于建立完善的商品追溯程序，努力实现产品信息可追溯的全面化、及时化和信息化。我们已推出“食品安全集中平台”，实现了门店所售所有产品从生产到销售整个流程内的跟踪和追踪。此外，我们在商品的货架卡旁张贴货品追溯二维码，消费者通过扫描二维码查询商品的基本信息、生产信息、进货信息以及质量信息等。截至 2021 年 3 月 31 日，本集团已实现上海地区的大润发门店以及欧尚的华东区门店对部分品类的商品的跟踪追溯，主要包括线下的蔬菜、猪肉、冰鲜禽等。

### 临保期商品

对于临保期商品，我们也建立了完善的管理体系。所有的“临保期商品”，我们均在包装上粘贴醒目的“临保期商品”专用标识以提醒顾客，并与出清商品区分；赠品进入临期点时，我们也同样粘贴“临保期商品”专用标识。

我们将“临保期商品”安排在卖场专区进行销售，并在该区域配置醒目的“临保期商品”标识以及设立“临保期商品”检查表，每天安排专人检查商品保质期，要求进入下架点时必须立即下架并按报废流程进行报废处理。

在后仓，我们设置“临保期商品”专门存放料位并配置醒目标识，每天安排专人检查商品保质期并填检查表，进入下架点按报废流程进行报废处理。

对于经检查不影响销售的“临保期商品”，我们采取打折销售，打折幅度根据现售价的5折、再5折，直至于下架点。如当地职能部门关于临保商品的法规与规定的下架点有冲突时，我们将按高于标准下架点的时间操作。

## 2.2 业务创新

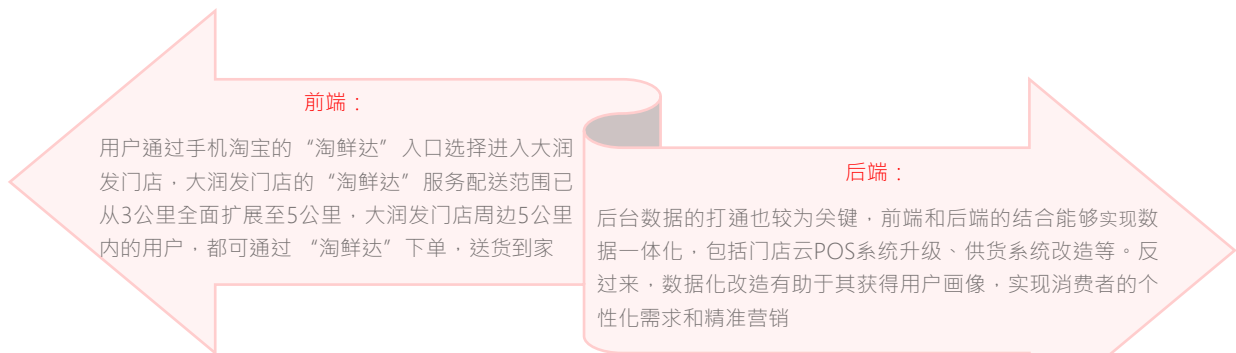
高鑫零售积极推进传统业务创新转型升级，培育发展数字新业务，加速业务体系和业务模式创新，坚持开放合作的价值理念，快速响应，满足和引领市场需求和行业发展。

### 2.2.1 技术转型

高鑫零售始终通过科技驱动商业革新，全面推进数字化转型和线上线下融合，我们致力于通过精细化的运营，为用户提供更多智慧购物感受和更好服务体验。

#### “淘鲜达”-B2C 业务的转型探索

高鑫零售在2018年开始试点接入“淘鲜达”，并于2018年双十一前，实现大润发门店100%接入“淘鲜达”。通过“淘鲜达”项目，实现会员系统、支付、库存、营销、物流及供应链一体化，助力实体门店。通过前端和后台技术及数据的推动下，高鑫零售在提高实体店的效率的同时，不断构建个性化及标准营销生态。



在产品升级的基础上，我们不断探索消费场景的技术转型升级。我们通过建立快检仓、改造悬挂链系统等举措，输出更多技术化零售解决方案，在拉动消费、提升价值链的同时，让顾客感受到行业领先的技术带来的服务体验升级。



### 建立快检仓

- 优势：快拣仓采用集中备货的形式，根据大数据来指导货品种类、摆放位置和库存数量。仓内拣货动线经过精心设计，能减少拣货人员在卖场前端拣货的频次，让仓外前场人员有更多时间为卖场顾客提供服务
- 建立快拣仓门店数：逾 490 家



### 改造悬挂链系统

- 优势：通过设置悬挂链系统，搭配各品类区域的上货口，可满足员工在接到订单后快速配货，将包裹通过悬挂链运往打包处，极大程度上提升运转效率
- 改造悬挂链系统门店数：逾 370 家



### 天猫共享库存

- 优势：天猫共享库存不仅提供“一小时达”，还提供“半日达”服务，覆盖门店周边 5-20 公里范围，将高鑫零售众多门店和供应链能力，与阿里的新技术、到家模式进行有机的结合，提升企业效率，给消费者提供更好的体验，从而获得新的市场增量。
- 半日达门店数：逾 150 家

## 2.2.2 运营转型

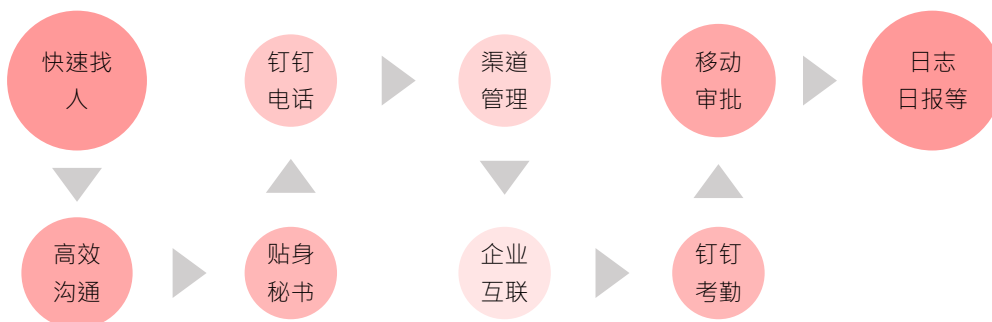
高鑫零售不断加速业务结构和运营模式的变革，注重开发和应用新技术、新工具，通过对自身及行业发展的洞察力和开放性，搭建高效运营场景，全面提升运营效率。

为了改变传统商超业态落伍的情况，大润发在传统业态外积极尝试“中润发”、“小润发”新业态，新业态在顺应社区零售趋势的同时，注重全渠道、数字化以及线下消费体验升级，从而不断引领未来零售运营模式。截至 2021 年 3 月 31 日，高鑫零售共开 6 家中润发和 32 家小润发。



### 借助阿里巴巴数字化能力提升营运效率

高鑫零售在响应数字化管理的浪潮之中，始终注重推行数字化的工作方式。我们引进“钉钉”作为企业员工沟通和协调的平台，钉钉通过 PC 端或手机端，完成企业之间、员工之间，实现业务交流、考勤打卡、签到/审批、日志、公告、钉盘、钉邮等数字化功能，不断提升我们的管理和运营能力。



高鑫零售应用线上管理工具实现数字化运营

## 2.2.3 创新成果保护

创新是企业可持续发展的源泉，完善的知识产权保护体系是保护创新、激发创新的有力保障。在进行先进技术应用、业态转型的过程中，我们同样注重知识产权的保护。我们努力建立健全知识产权保护管理制度和流程管控机制，我们的知识产权管理工作主要包括商标、著作权、专利等的申请与维护，截至 2021 年 3 月 31 日，高鑫零售共拥有 705 件知识产权，其中商标 661 件、著作权 42 件、专利 2 件。

## 2.3 竭诚服务

高鑫零售坚持推动服务升级和体验革新，致力于创造更多元化的业务生态，驱动智慧零售新体验。我们通过建立完善的客户服务反馈渠道，全力保障消费者服务质量水平，用实际行动升级品质生活体验。

### 2.3.1 服务体验升级

在万物互联的时代背景下，高鑫零售秉承科技赋能的理念，开放新渠道、领跑新零售、升级新体验。我们坚持品质消费，通过对大卖场的重构，让“超市”成为消费者线下体验中心；通过对产品的赋能，让传统消费产品构成现代美好生活方式。

### 应用新技术，助力服务体验升级

报告期内，为满足线上及线下顾客购买鲜活商品的充氧需求，提升购物体验及服务，我们的活虾品项采用充氧机/充氧袋等冲氧设备进行包装，最大程度上保证活虾配送至用户过程中的鲜活度。截至 2021 年 3 月 31 日，我们的充氧设备推广共计 495 家门店。



此外，我们大润发 APP “买肉送葱” 和 “在线订购牛奶” 功能的上线，将我们日常的线下购物场景搬到线上，满足更多用户的需求，并不断提升客户体验及客户粘性。



### 2.3.2 顾客安全保障

高鑫零售高度重视运营场所的安全管理，我们已制定《消防设施设备安全检查措施》、《消防安全疏散、停电演练及反恐防暴作业规范》、《安全教育培训及安全检查》等相关管理制度，不断搭建并完善安全管理体系，并通过日常化举措，全面提升门店安全运营水平。

我们在设施、设备、设计等环节，要求各设备必要时进行稳固处理，注意为卸货车道、消防活动等留下足够的活动空间，并要求各设备厂家对门店员工进行使用培训，减少意外发生。我们在门店运营布置环节，设置防撞、防滑、消防等安全隐患提示标识，定期检查生鲜水产区域设备漏电风险，并对拉货斜坡通道进行坡度调整，防止货物滑落，切实保障顾客人身安全。

依据制定的《消防设施设备安全检查措施》，我们对室内消火栓系统、自动喷水灭火系统、火灾自动报警系统、安全疏散设施等进行定期安全检查及维护，制定报修流程并梳理常见仪器及设备故障原因及处理方法，全面提升各门店消防设施设备标准化管理水平。

我们严格明确各分店各类安全教育培训内容，促使通过定期培训加强员工安全意识，规范安全操作。高鑫针对全体员工开展安全培训，其中新进员工入职一周内进行安全教育培训；入职一年以上（含一年）员工每半年进行一次安全教育培训（每年两次）；课级以上每年进行一次安全教育培训。

此外，为提高各门店对突发事件及反恐防暴事件处置和自救能力，保护顾客及员工人身安全，我们将消防疏散、停电应急演练、反恐防暴演练相结合，同步开展（开幕 1 年后的分店每季度 1 次；新店开幕半年内每月 1 次，半年后每 2 月 1 次）演练活动，全面提升员工安全意识，构建安全消费场所。

### 2.3.3 服务满意度提升

高鑫零售始终坚持以客户需求为核心，致力于为客户提供更优质的产品和更贴心的服务。客户需求和客户满意，是高鑫零售从始至终的目标。为了达成这一目标，报告期内，高鑫零售通过持续完善服务体系、提升服务水平、拓宽反馈渠道、开展满意度调查，为满足客户需求提供一体化全方位的服务。

### 卖场服务台意见箱



收集方式：每家卖场在服务台位置台式顾客意见箱

处理机制：统一交店总处理

### 卖场顾客意见箱



收集方式：每家卖场在卖场显著位置设壁挂式顾客意见箱

处理机制：统一交店总处理

### 邀请顾客恳谈会



收集方式：每周六由各店客服部当天派专员在服务台周围等处随机召集3—5位会员参加座谈会

处理机制：各分店自行解决的问题，由客服经理追踪解决；建议总公司采购的问题，知会采购协助进行追踪解决

### 邀请社区参观会谈



收集方式：各店作为社区的好邻居，定期与社区召开社区参观会，并与社区人员座谈

处理机制：通过座谈试听倾听社区的意见或建议，并针对意见或建议进行整改

### 高鑫零售客户反馈渠道

报告期内，我们全面推广贴心服务项目，从消费者的角度出发，通过透明化的管理和前瞻性的服务，全面提升消费体验。

#### 卖场提供查价器、公平秤

为保障顾客利益，让顾客放心、省心，高鑫零售在大润发卖场提供查价器、公平秤，以为有价格查询、称重需求顾客提供更多便利。



#### 卖场增设自助服务站

报告期内，高鑫零售增加了多个自助服务项目，在线下门店里，顾客可以使用自助收银机进行商品条形码扫码、扫码支付结账等功能，一方面，节省了员工协助服务的时间，另一方面，提高顾客自助的体验感。



在疫情期间，为保障居民生活物资供应，大润发采购团队采取一系列措施，部署产地直采工作，力求寻找更优菜品、更优价格，全力确保生活必需品正常供应，满足消费者在疫情期间的需求。

报告期内，高鑫零售各门店每月通过两次神秘顾客检查的形式，对商品、服务、设施、环境卫生等内容进行评价，总部每月对神秘顾客检查结果进行统计和排名，各门店针对反映的问题和建议采取相应的整改举措，并通过设置检查结果的激励奖惩机制，促进各门店始终关注服务质量及水平。在神秘顾客检查的基础上，我们各门店每两周开展顾客恳谈会，了解顾客需求并收集顾客意见和建议，针对顾客提出建议和意见进行后续追踪和解决。

### 2.3.4 信息安全与隐私保护

企业的可持续离不开高安全系数的信息资源管理，高鑫零售高度重视信息安全及与客户隐私信息保护，我们严格遵守《中华人民共和国网络安全法》、《中华人民共和国密码法》等适用于个人数据保护工作的各项法律法规及明文规定，并已制定《大润发隐私权政策》、《高鑫零售数据安全规范(试行)》、《高鑫零售数据脱敏和加密规范》等管理制度，并通过采取一系列信息安全保护举措，全面提升不同产品/服务以及各业务场景的信息安全管控水平。我们格外注重保护客户隐私，针对 APP 和官方网站，我们采取一切合理可行的措施，尽可能减少个人信息的收集，确保不收集无关的个人信息，同时，我们对数据库内的客户敏感数据都进行了加密处理和导出授权设置，目前未发生过客户信息泄露事件。



客户隐私保护举措

高鑫零售努力构建全公司范围的信息安全保护意识的文化氛围。报告期内，我们以线上和线下相结合的形式开展新员工信息安全意识培训，其中线上覆盖公司全体员工，线下覆盖新入职员工。此外，我们不定期推出《员工安全意识培训》云课堂，持续传递国内外信息安全的政策动向和最佳实践，不断拓展公司员工信息安全视野。

### 3. 绿色环保，美好家园

#### 3.1 环境管理体系

在环境问题日趋严峻的当下，高鑫零售始终秉承着“生活得更好”的理念，以身作则，坚持践行环境保护活动并承担企业的环境保护责任。

##### 3.1.1 环境政策

为更规范及更有效的管理环境相关活动，高鑫零售严格遵守运营国家及运营所在地相关的法律法规，包括《中华人民共和国环境保护法》《中华人民共和国节约能源法》《中华人民共和国水污染防治法》《中华人民共和国固体废物污染环境防治法》《SB/T 10814-2012 超市废弃物处理指南》等。

我们制定了内部环境管理相关规章制度，以明确相关人员责任，持续提升环境系统化管理水平，如下表所示：

《环境管理章程》	《废弃物分类回收管理规范》
《能源管理系统作业规范》	《有害生物防治操作规范》
《能源控制管理规范》	《门店废纸板回收流程规范》
《能耗稽核标准》	《纸板箱操作规范》
《卖场污染源处理操作规范》	《纸板箱过磅回收控管规范》

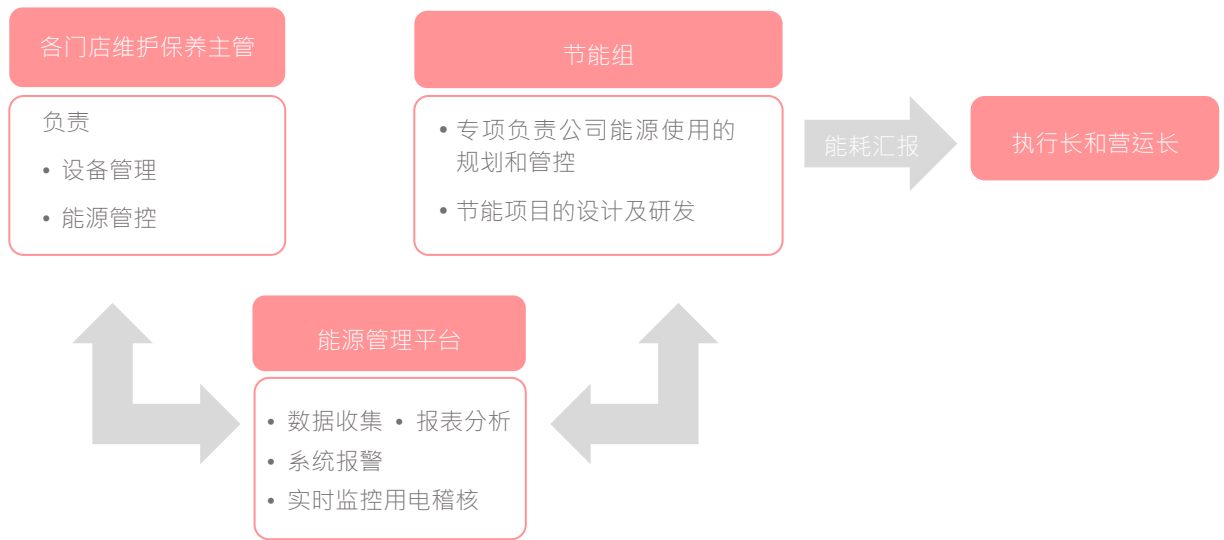
高鑫零售环境相关管理制度

报告期内，高鑫零售未发生重大环境污染事件以及对公司有重大影响的环保违规情况。

##### 3.1.2 管理系统

###### 能源管理系统

为达成高鑫零售“不断提高能源绩效”的使命，我们于2009年建立了能源管理体系。能源管理体系的建立明确了相关管理责任的划分，其中各门店由维护保养主管负责设备管理及能源管控。我们积极推进能源数字化管理，从2011年开始架构并逐渐完善能源管理系统，通过数据收集，报表分析，系统报警，实时监控，用电稽核强化对门店能耗控管。为确保数据完整与准确，门店将数据及票据同时上传至WEB管理系统，系统内部同时设置报错提醒功能。高鑫零售致力于打造能源友好型运营，我们形成了以总部节能组为核心，各门店支持的能源管理模式，通过对公司能源使用统一化规划和管控，从细节到宏观上对数据准确性进行全面把控。



能源管理责任划分

## 排放管理系统

高鑫零售开发和完善了环境数据管理系统，将废弃物相关数据按日录入系统储存后，交由有分类垃圾处理资质的单位进行定期或不定期的回收和有效处理。每月专人会对各门店录入的数据进行稽核，分析异常数据产生原因，并及时整改。对于废水，各门店每日抄表监控水资源使用量，公司节能组每月也会对所有门店的用水情况进行追踪。通过对水资源使用数据的监控，及时发现异常，查明原因，及时处理，并持续改进。针对温室气体排放，高鑫零售主要通过能源以及制冷剂消耗的监控来控制温室气体的排放。为及时了解分店制冷剂消耗及库存状况，建立了制冷剂进、销、存管理分析系统；通过系统分析，总部及门店可以及时了解各店库存及消耗状况，对安全库存及设备运行状况准确分析，针对消耗较大的门店，重点关注并确认原因并及时处理。

### 3.1.3 气候变化风险管理

随着极端气候频发等气候风险水平的逐渐提高，高鑫零售旨在通过对重大的气候风险评估并采取相应的措施以保证自身运营的稳定性。随着国家双碳战略的提出，高鑫零售希望通过在日常运营中采取节能减排等措施以支持国家与地区的双碳政策发展。与此同时，高鑫零售通过建立供应商资源库，结合自身强大的物流网络与丰富的运营地选择以保证其不同气候条件下的运营稳定性。例如，在日常运营中，会根据天气预警、交通状况等条件，提前安排产品入库以满足客户需求。更多关于高鑫零售节能减排以及供应链管理的具体内容，请参考本报告的绿色运营以及供应链管理章节进行查看。

### 3.1.4 可持续农业

高鑫零售日常运营中会涉及到农作物及动物产品的采购与销售，高鑫零售希望通过采取有效行动积极推进自身与供应商可持续农业的发展。因此我们在农作物以及动物产品的采购过程中，严格遵守国家法律法规，在供应商准入以及产品准入环节，对产品的标签以及认证进行严格的审核，保证其符合高鑫零售运营地的相关规定。同时我们通过与其他机构合作形式，推进可持续农业的发展，例如在报告期内，我们与动物福利机构合作，共同推进福利鸡相关政策。具体的案例分析，请参考合作共绿章节。

## 3.2 绿色运营

高鑫零售深刻意识到将可持续发展概念融入到在日常运营中的重要性，公司通过不断的探索，致力于实现资源的有效利用，促进低碳生活，并期待通过自身影响力向高鑫零售的利益相关方传递环保概念，与各方共建生态文明。

### 3.2.1 排放物管理

#### 废水管理

高鑫零售运营过程中主要在顾客和员工如厕、清洁卫生、食品加工及空调系统运行等活动上使用水资源，产生的废水通过市政污水管网进行统一处理。为提高废水利用效率，高鑫零售从 2007 年开始，在纯水设备上安装废水储存、废水循环系统，将纯水系统产生的废水送达指定清洁用水点，作为清洁用水重新使用，每年总节水量约 49 万吨。



高鑫零售在本报告期<sup>3</sup>内通过市政污水管网排放的废水<sup>4</sup>共 19,772,698.36 吨，废水排放密度<sup>5</sup>为 159.03 吨/百万人民币。

#### 废弃物管理

2019 年 7 月 1 日，《上海市生活垃圾管理条例》正式实施，上海在全国率先将生活垃圾进行强制分类。随着垃圾分类立法的实施，以及全国垃圾分类的倡导，高鑫零售积极响应号召，分别在南京、苏州等多地开展垃圾分类行动。以苏州为例，高鑫零售自 2020 年 12 月起，开展垃圾分类的宣传及筹备工作，并计划从 2021 年 6 月 1 日起全面实行垃圾分类行动。高鑫零售日常运营产生的废弃物主要包括纸制品、塑料制品、硬纸板、泡沫塑料、厨余垃圾、废油、金属和少量有害废弃物。高鑫零售秉承“因地制宜”的管理理念，采用门店五大区分类原则，根据户外、购物区、办公区、操作室和仓库废弃物的产生特点设置分类垃圾桶，按日对所有废弃物收集、分类、称重。

#### ● 纸板箱回收再利用

为对各门店纸板箱回收进行统一管理，本集团于 2017 年起将各门店各自签约的不同供应商进行合并，通过官网对外公开招标形式，择优录取一家供应商进行纸板箱的回收，并在总部公司的统一规范下进行管理。同时，本集团根据每月数据的稽核分析，对异常情况进行追踪，并到店指导，保证可回收纸板箱得到适当的处置。报告期内，本集团废纸板回收<sup>3</sup>总重量为 15.73 万吨。

<sup>3</sup> 高鑫零售在本报告期内（即 2020 年 1 月至 2021 年 3 月 31 日）扩大了环境数据范围。与 2019 年 ESG 报告中披露数据相比，本报告扩大了报告期的时间范围，同时新增了物流中心、本报告期新开卖场以及商铺部分的数据，以保证环境数据范围与年报收入数据口径的一致。

<sup>4</sup> 废水排放量按照总用水量 80%进行估算。

<sup>5</sup> 废水排放密度=废水排放量/该财年的总收入。



高鑫零售在本报告期内共产生有害废弃物<sup>3</sup>268.27 吨，有害废弃物排放强度<sup>6</sup>为 2.16 千克/百万人民币；共产生一般固体废弃物<sup>3</sup>684,775.72 吨，其中可回收废弃物 507,255.17 吨，不可回收废弃物 177,520.55 吨。一般固体废弃物排放强度<sup>7</sup>为 5.51 吨/百万人民币，可回收废物强度<sup>8</sup>为 4.08 吨/百万人民币。

### 气体排放物管理

高鑫零售在运营过程中主要的气体排放物来自于燃烧汽油、柴油导致的二氧化硫、氮氧化物和烟尘的排放，燃烧天然气、耗用制冷剂以及公司车辆使用时产生的范围一直接温室气体的排放，以及外购电力所产生的范围二间接温室气体的排放。

#### ● 环保型制冷剂推广

制冷剂的使用对于卖场保证产品质量不可或缺，而其也间接造成了相当数量的温室气体排放。为降低制冷剂对臭氧层的破坏并减少相应的温室气体排放，高鑫零售总部节能组、设备组、工程部联合制冷剂厂商，共同推进环保型制冷剂推广项目。从 2011 年始，要求新开门店使用 R404A 制冷剂替换对臭氧层有破坏性的 R22 制冷剂；而从 2018 年始，我们在新开门店及改造店引入了 GWP（全球变暖潜能）值更低的 R448A 制冷剂（GWP=1.273）替换 R404A（GWP=3.943）制冷剂。截至报告期末，高鑫零售旗下已有 40 家门店完成了环保型制冷剂替换，其中改造店 23 家，新开店 17 家；未来，高鑫零售将持续推广环保型制冷剂。

#### ● 光伏发电

为减少温室气体排放，我们持续开展屋顶光伏发电项目，在门店屋顶和停车场设置太阳能发电系统，通过增加光伏发电的使用量，降低温室气体排放。同时，在光伏发电系统的影响下，卖场建筑热负荷也相应降低，从而间接降低空调负荷。截至 2021 年 3 月 31 日，高鑫零售下属大润发共完成 16 家光伏发电项目，本财年共发电 13,508.95MWh，实现平均每年相较于燃煤发电减少碳排放约 8,241.81<sup>9</sup>吨。



<sup>6</sup> 有害废弃物排放强度=有害废弃物排放量/该财年的总收入。

<sup>7</sup> 一般固体废弃物排放强度=一般固体废弃物排放量/该财年的总收入。

<sup>8</sup> 可回收废弃物排放强度=可回收废弃物/该财年的总收入。

<sup>9</sup> 光伏发电实现的每年平均减排量=光伏发电总量×全国电网平均排放因子。全国电网平均排放因子为 0.610tCO<sub>2</sub>/MWh，来自于生态环境部发布的《企业温室气体排放核算方法与报告指南-发电设施》。



报告期内，高鑫零售因车辆使用<sup>10</sup>产生了 35.47 吨 NOx，0.13 吨 SO<sub>2</sub>，73.55 吨 CO 以及 1.18 吨颗粒物。范围一<sup>11</sup>温室气体排放 120,569.70 吨，范围二温室气体排放<sup>12</sup>2,067,023.17 吨。范围一和范围二总的温室气体排放共 2,187,592.86 吨，温室气体排放密度为 17.59 吨 CO<sub>2</sub>e/百万人民币。

范围一排放来源	单位	2020 年 <sup>13</sup>
* 天然气	吨二氧化碳当量(tCO <sub>2</sub> e)	4,429.37
* 汽油	吨二氧化碳当量(tCO <sub>2</sub> e)	95.21
- 车辆	吨二氧化碳当量(tCO <sub>2</sub> e)	94.69
- 非车辆	吨二氧化碳当量(tCO <sub>2</sub> e)	0.53
* 柴油	吨二氧化碳当量(tCO <sub>2</sub> e)	21,241.31
- 车辆	吨二氧化碳当量(tCO <sub>2</sub> e)	21,227.39
- 非车辆	吨二氧化碳当量(tCO <sub>2</sub> e)	13.93
* 制冷剂	吨二氧化碳当量(tCO <sub>2</sub> e)	94,803.80
总计	吨二氧化碳当量(tCO <sub>2</sub> e)	120,569.70
范围二排放来源	单位	2020 年
* 购买的电力	吨二氧化碳当量(tCO <sub>2</sub> e)	2,067,023.17

### 3.2.2 资源使用

#### 能源使用

高鑫零售多年来一直致力于探索、发现、实施节约减排项目。本集团目前的节能项目涵盖了从照明、空调、排油烟机到光伏发电等多个系统，以共同实现能源的有效利用。

#### ● 照明系统

为达成节约用电的目标,从 2013 年始，高鑫零售旗下卖场将传统的照明系统更新为 LED 照明,至 2018 年全部完成所有老店 LED 光源改造,新开店全部使用 LED 光源,LED 光源比传统光源能耗相比下降 40%以上。

#### ● 空调系统

本集团旗下卖场空调采用高效中央空调机组，于 2018 年完成所有门店空调自动化改造，实现机组、风机、水泵联动控制，同时通过传感、变频及自动化控制技术达到空调系统全自动运行目标，提高能源利用效率，降低能耗强度，自控系统改造后平均每店空调系统能耗下降 30%以上；为了使能效最大化，在过渡季节时，于空调落地机组原始结构功能段加上旁通段，从而在使新风绕过表冷器，直接通过旁通段进入卖场，以达到减少风压、节能降耗的目的。

<sup>10</sup> 车辆使用产生的 NOx、SO<sub>2</sub> 以及颗粒物排放计算参考《香港联交所环境、社会及管治指引文件附录二：环境关键绩效指标汇报指引》。车辆使用产生的 CO 排放因子参考《道路机动车大气污染物排放清单编制技术指南》。

<sup>11</sup> 范围一排放包括燃烧汽油、柴油、天然气产生的温室气体排放。车辆燃烧汽油及柴油温室气体排放因子参考《香港联交所环境、社会及管治指引文件附录二：环境关键绩效指标汇报指引》。运营燃烧的汽油、柴油以及天然气温室气体排放因子参考《工业其他行业企业温室气体排放核算方法与报告指南（试行）》。

<sup>12</sup> 范围二温室气体排放因子参考《2011 年和 2012 年中国区域电网平均二氧化碳排放因子》。

<sup>13</sup> 高鑫零售在本报告期内（即 2020 年 1 月至 2021 年 3 月 31 日）扩大了环境数据范围。与 2019 年 ESG 报告中披露数据相比，本报告扩大了报告期的时间范围，同时新增了物流中心、2020 新开卖场以及商铺部分的数据，以保证环境数据范围与年报收入数据口径的一致。

## ● 排油烟风机自动化控制



自 2019 年起，我们启动了排油烟风机自动化控制改造项目。该项目主要通过自动监测加工负荷的大小，自动调节风机频率，同时根据加工时间自动启停风机，降低能耗。截至 2021 年 3 月 31 日，我们已完成 373 家店排油烟风机自动化控制改造，预计每年每店节约用电 5-6 万 kWh，预计每年共节约用电约 2,000 万 kWh。

报告期内，高鑫零售共消耗了能源<sup>14</sup>3,163,985.34 MWh，其中来自与化石燃料的燃烧产生的直接能源<sup>15</sup>100,325.12 MWh，间接电力使用 3,050,151.27 MWh，光伏发电产生的可再生能源使用量 13,508.95 MWh，能源消耗密度<sup>16</sup>为 25.45 MWh/百万人民币。

## 水资源使用

高鑫零售下所有水资源皆来自于市政管网。为增加水资源的使用效率，减少水资源的浪费，高鑫零售持续采取了积极的行动。

## ● 自动洗地机

随着人工智能技术的不断发展，高鑫零售为响应国家政策与未来趋势，于 2019 年起开始推进无人驾驶洗地机的使用。该洗地机配合独有的四重过滤系统，相比于传统的洗地机，每台机器每年可节省 6.57 万升水资源。目前，本集团共有六家门店已配备该机器，高鑫零售计划在未来继续在其他门店有序推广该机器的使用。



## ● 无水化厕所

为提升洗手间清洁标准，给顾客提供舒适的公共环境，避免水资源的浪费，公司自 2009 年底开始推行无水化小便斗，减少水资源的浪费以及污水排放。目前，高鑫零售共计 268 家门店累计使用无水化小便斗 3,460 只；每只小便斗每年可节省水资源 15 万升。全国每年累计节约水资源 51.9 万立方米。

报告期内，高鑫零售共使用了 24,668,376.75 吨水<sup>17</sup>，全部来自于市政供水，总耗水密度为 198.40 吨/百万人民币。

## 包装材料使用

高鑫零售下物流中心将材料按照缠绕膜、封箱带、封签以及办公用品进行分类并指派专人进行管理，通过制定耗材使用标准，每周对各部门耗材使用汇总，追踪各部门异常的材料使用情况，及时掌握各部门耗材使用情况。物流中心周转箱中的可循环回收再利用纸板箱，则采用统一整理存放以便后续再次使用或回收。

为降低缠绕膜的使用，2021 年初开始，物流中心鼓励供应商自带缠绕膜，旨在通过此项政策促使供应商减少包材浪费。与此同时，

<sup>14</sup> 高鑫零售在本报告期内（即 2020 年 1 月至 2021 年 3 月 31 日）扩大了环境数据范围。与 2019 年 ESG 报告中披露数据相比，本报告扩大了报告期的时间范围，同时新增了物流中心、2020 新开卖场以及商铺部分的数据，以保证环境数据范围与年报收入数据口径的一致。

<sup>15</sup> 高鑫零售化石燃料燃烧主要是汽油、柴油以及天然气的燃烧，化石燃料燃烧产生的能源量参考《综合能耗计算通则》计算所得。

<sup>16</sup> 能源消耗密度=综合能源消耗量（化石燃料燃烧产生的直接能源+购买的电力产生的间接能源+光伏发电产生的可再生能源量）/该财年的总收入。

<sup>17</sup> 高鑫零售在本报告期内（即 2020 年 1 月至 2021 年 3 月 31 日）扩大了环境数据范围。与 2019 年 ESG 报告中披露数据相比，本报告扩大了报告期的时间范围，同时新增了物流中心、2020 新开卖场以及商铺部分的数据，以保证环境数据范围与年报收入数据口径的一致。

高鑫零售鼓励推荐可回收材料的使用，例如使用笼车、物流箱作为载具循环使用；在现场作业允许的情况下，采用可重复使用的包材（如包布）代替缠绕膜的使用；对使用过后无用的塑料膜统一整理存放，并进行回收。为减少标签使用，高鑫零售在可能的情况下，均使用小绿点及手写代替标签纸。在确需标签纸时，我们根据需求为标签纸制定了不同规格，并将开板标签尺寸由原先的10\*11cm减小一半至5.5\*11cm，在满足需求的同时减少材料的浪费。

报告期内，高鑫零售共使用了643,225.53吨包装材料<sup>18</sup>，包装材料的使用强度为5.17吨/百万人民币，其中可回收包装材料使用量为150,469.49吨。

## 减塑行动

2020年1月19日，国家发改委、生态环境部发布了新版限塑令《关于进一步加强塑料污染治理的意见》，要求在2025年，完善塑料制品生产、流通、消费和回收处置等环节的管理制度，对不可降解塑料逐渐禁止、限制使用。之后，随着新版“限塑令”的出台，各省级、地区也陆续公布了适应当地的“禁塑令”。



为积极响应政府禁塑令的要求，高鑫零售已在各门店逐步投入使用可降解马夹袋取代一次性塑料制品。从2020年7月开始，大润发华东地区已有44家门店在销售环节中使用有偿可降解购物袋，上海地区有26家门店在销售环节使用无纺布购物袋。公司根据政府要求，于2021年1月30日在商务部“一次性塑料制品使用、回收报告系统”登记一次性塑料制品使用、回收报告，并将每半年在系统上反馈所有塑料制品相关用量。

与此同时，从2021年1月1日开始，高鑫零售旗下已有156家门店切换使用可降解马夹袋，月均使用量约84万只（单店1,800只/天），对允许使用PE材质马夹袋的门店，对马夹袋的厚度进行调整（即从0.027mm更改成0.03mm），以便马夹袋的循环利用。



### 3.2.3 食物损失和浪费

作为中国零售行业的领军企业，高鑫零售采取全链路控损原则以保证从产品采购，仓储，加工，贩售到及时出新等全供应链食品损失和浪费的降低和控制。高鑫零售在充分考虑成本的前提下，与供应商以及在日常运营中，通过设定不同类别食品损失和浪费的不同目标，严格把控产品质量的同时，将食品控损结合到卖场与仓储端的日常运营中。与此同时，高鑫零售每年也会对食品损失浪费的实际量与目标进行回顾总结，以不断完善高鑫零售的食品控损措施与方案。

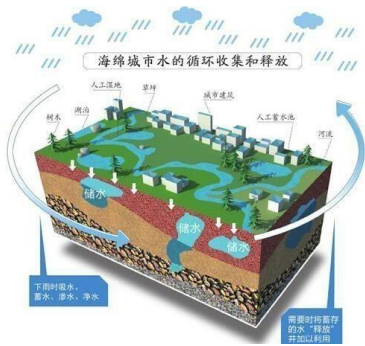
<sup>18</sup> 高鑫零售在本报告期内（即2020年1月至2021年3月31日）扩大了环境数据范围。与2019年ESG报告中披露数据相比，本报告扩大了报告期的时间范围，同时新增了物流中心、2020新开卖场以及商铺部分的数据，以保证环境数据范围与年报收入数据口径的一致。

### 3.2.4 绿色设计

为最大限度的节约资源、保护环境、并为客户提供安全、健康以及舒适的环境，高鑫零售将绿色理念融入到建筑的设计、施工到管理的整个建筑生命周期中。

#### 绿色设计 – 昆山大润发商业广场

高鑫零售下昆山大润发商业广场在设计开发阶段，同时参考绿色建筑设计与海绵城市设计理念，因地制宜，在保留开发场地的自然性的同时，开展绿色设计，例如通过调整围护结构（包括对屋顶、外墙、外窗、门等多方面的改造）实现能源的消耗，增加雨水回收利用系统、加装油烟净化器改善室内空气质量以及选用低噪声设备减少建筑噪音等方法，为顾客、商户以及员工提供安心的生活与工作环境；在项目建设过程中，高鑫零售同时开展绿色施工原则，控制项目全生命周期的碳排放和能耗，做到节能设施建设与项目建设“三同时”。



“海绵城市作为水资源管理策略的一种，遵循生态优先的原则，将自然与人工结合，通过尽量保留开发场地的自然性，减少动土面积，减少不透水面积，尽量将不透水地面相分隔以及采用分散型源头控制技术，旨在设计后提高年径流总量控制率及年径流污染去除率”

### 3.3 合作共绿

一直以来，高鑫零售不仅关注自身绿色运营的努力，同时也在积极推动与多方合作，共同促进绿色环保行为，我们期待通过与我们合作伙伴的共同努力，在环保减塑、生态保护，例如生物多样性保护、植树造林等多方面，共建美丽绿色的生态环境。

#### 3.3.1 合作减碳

为了引导消费者实现减塑、环保和碳减排行为，2020年，高鑫零售开启了与蚂蚁集团下的蚂蚁森林<sup>19</sup>合作，通过在高鑫零售旗下门店的相关活动，积累绿色能量，虚拟“种树”。用户每养成一棵树，就会在荒漠化地区种下一棵真实的树。

高鑫零售目前引导用户在两个场景收集“碳能量”：环保减塑和电子发票。如果用户在门店购物，订单中不使用塑料购物袋可以获得12g蚂蚁森林能量；选择开具电子发票时，可以收集5g蚂蚁森林能量。通过这种方式，高鑫零售鼓励用户减少纸质材料的浪费，并为社会减少碳排放贡献一份力量。



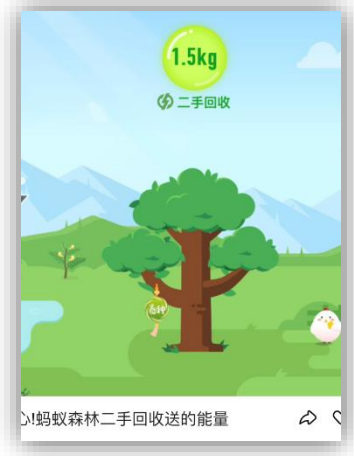
<sup>19</sup> “蚂蚁森林”是由蚂蚁集团于2016年8月在支付宝客户端推出的一款公益小程序：用户通过步行、地铁出行、在线缴纳水电煤气费、网上缴交通罚单、网络挂号、网络购票等减少碳排放的行为，积累相应的绿色能量用以在手机里“种树”；用户每养成一棵树，“蚂蚁森林”和公益伙伴就会在荒漠化地区种下一棵真实的树。截至2020年8月，5.5亿“蚂蚁森林”用户累计碳减排1200万吨，在荒漠化地区种树超过2.2亿棵，开展公益保护地保护超过270平方公里。

在减碳环保上，高鑫零售旗下两大门店大润发和欧尚在 2020 年 11 月 18 日（场景接入时间）至 2021 年 3 月 31 日（本财年截止时间）环保减塑场景下，共有 5,376.1 万人收集了 645 吨蚂蚁森林能量，即实现了 645 吨碳减排量，相应种植了 36,041 棵种植树，覆盖了 493.7 亩沙地<sup>20</sup>，相当于 47 个足球场；平均每日 38 万人通过不使用塑料袋，种下了 255.2 棵梭梭树，对应减少了 4.6 万吨碳排放。

从不同地区使用环保减塑场景来看，东部区域门店共有 3,667.6 万人减少 440.1 吨碳减排量，对应 24,587 棵种植树，覆盖 336.8 亩沙地；中部区域门店共有 753.2 万人减少 90.4 吨碳减排量，对应 5,049 棵种植树，覆盖 69.2 亩沙地；西部区域门店共有 455.5 万人减少 54.7 吨碳减排量，对应 3,053 棵种植树，覆盖 41.8 亩沙地；东北部区域门店共有 481.3 万人减少 57.8 吨碳减排量，对应 3,227 棵种植树，覆盖 44.2 亩沙地。

高鑫零售引导用户购物相关的环保低碳行为，也达到了双赢的效果。通过数据对比，高鑫零售与接入环保减塑场景前一年相比，接入后商户门店日均客户数增长了 17.5%，商户日均交易笔数增长了 19%，日均成交额增长了 3.6%（支付宝端）。

通过此次行动，高鑫零售认识到了商户主动的绿色行为对客户的满意度产生的正面影响，包括提高了客户对企业社会责任感和担当的认同，对企业凝聚力和执行力的肯定，从而转化具体的复购、加购的行为。因此，未来高鑫零售期待与蚂蚁森林开拓更多元化场景，例如节能包装、节能产品、自助买单、绿色物流等，以丰富客户在高鑫零售的环保体验。



### 3.3.2 生物多样性

2012 年，中国正式开启生态文明建设的新篇章。为支持这一国家级的战略决策，也秉承着为我们以及我们的下一代创造一个人与自然和谐相处的生态环境，高鑫零售一直通过自身活动以及与合作伙伴一起，从微至深，努力在生态保护上贡献我们的绵薄之力。在本报告期内，高鑫零售与联合利华合作，在生物多样性保护以及生态环境建设方面，采取了积极行动。

<sup>20</sup> 以蚂蚁森林种植最多的梭梭树为例，平均 73 棵树覆盖一亩地。

## 大润发与联合利华合作促进生物多样性

在 2020 年 4 月 15 日至 2020 年 4 月 28 日期间，大润发与联合利华合作开展了守护濒危花卉的活动。活动期间，消费者在大润发全国门店买花木星球品牌商品，单笔累计消费满 39.9 就可以守护 1 亩天山雪莲栖息地，活动得到了消费者的踊跃参与，共计守护了 15,000 云南天山雪莲栖息地。



在 2020 年 6 月 10 日至 2020 年 8 月 4 日期间，大润发的全国门店联合联合利华，开展了“购力士够环保”活动，消费者每购买力士产品满 28 元，即会捐赠西藏 1 平米草皮。该活动最终在西藏捐赠了 100 万平米的草皮，为西藏生态环境建设贡献了力量。

### 3.3.3 动物福利

高鑫零售除了在学习保护人类赖以生存的自然生态环境外，也在积极推进动物保护与动物福利的倡导与活动。在本报告期内，高鑫零售积极参与到湘佳牧业石门土鸡项目中。该项目作为湘佳牧业响应党中央“精准扶贫”号召的扶贫项目，通过在改良草场、天然林地进行福利鸡养殖。养殖过程中，要求 1000 只鸡必须配置 10 亩地的草场，以便福利鸡在其间觅食虫草，与此同时给予福利鸡宽松的的活动空间，通过早上将鸡放出，并将食桶放在远离鸡舍的运动场，让鸡在大自然中吃到饲料和专门种植的菊苣草。通过此类活动，高鑫零售希望以身作则，增强社会动物保护的意识。

## 4. 合作共赢，携手共进

高鑫零售不仅关注企业自身的成长，同时也十分重视和外界合作方之间的交流与发展。“实现共赢”是我们追求的企业运营模式，我们深知彼此的共同成长是帮助企业获得长期经济效益的支持力之一。因此，高鑫零售积极促进与合作方间达成真诚且信任的合作关系。此外，在与合作伙伴进行友好交流的同时，我们也在关注整个行业的成长与发展。作为零售行业的一员，本集团有责任且有意愿为行业的进步贡献自己的一份积极力量，从而更好地实现高鑫零售的企业价值。

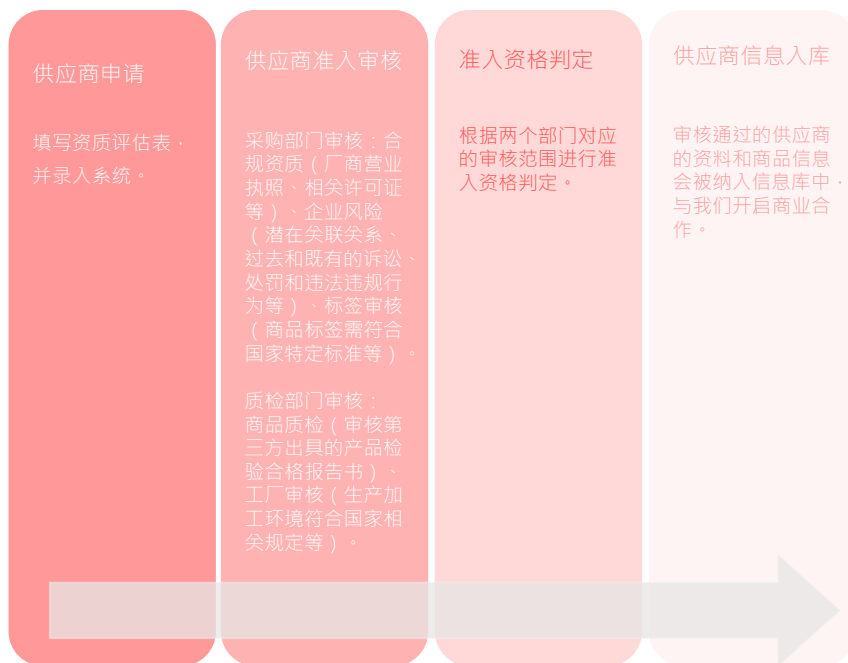
### 4.1 供应链管理

合规、稳定且健康的供应链对企业有着不可替代的经济价值，同时也是帮助我们实现长期发展的决定因素之一。因此，我们建立完备的供应链管理体系，从供应商准入环节伊始，在供应链每一个环节均施以有效的管控，确保供应商符合我们的标准并与我们达成“共赢”。

#### 4.1.1 供应商准入

本集团在供应商准入环节实行严格且全面的管控，对供应链质量安全及合规有着极高要求。我们依据国家制定的相关标准，筛选供应商准入条件，以此制定了供应商准入的审核制度和审核工作流程。供应商准入审核由本集团采购及质量相关部门合作对供应商进行准入评估，从合规资质、企业风险、标签审核等，到商品质检、工厂审核等方面，严格审核。明确的分工不仅提升了我们的审核效率，同时也确保了我们的审核范围的全面性和综合性。

高鑫零售每家申请准入的供应商都必须先填写“资质评估表”并录入系统中，在通过准入审核后该供应商的资料以及商品资料才会被纳入信息库中，从而与我们开启商业合作。供应商资质评估表会每年根据国家设立的相关规定和标准进行更新，以确保我们的审核流程和标准也达到同步更新的状态。



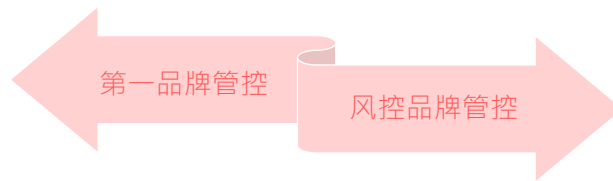
📌 供应商准入流程

## 4.1.2 供应商 ESG 评估

除了供应商资质及质量方面，我们同样关注供应商的绿色运营理念，并希望与供应商在环保理念方面达成共识。在审核环节中，采购与质检相关部门会协同评估供应商的绿色运营情况，包括绿色物流、污染排放物管控、节约能源资源等方面的表现，并以此作为供应商筛选的重要依据。

2020 年高鑫零售开发了线上供应商审核渠道，供应商准入申请可通过系统界面直接提交，相关的资质文件和其他资料可提供电子版提前上传方便审核。相较于先前的审核渠道，线上渠道不仅提高了审核效率，提升了审核的全面性，在疫情时期也帮助减少了人员接触。同时，实地访厂环节也同步转移到线上进行，我们的审核专员会以钉钉视频的方式与厂商代表现场连线对工厂进行审核。

针对既有供应商，我们根据准入审核的结果对其进行风险判断和识别，并实行分级管理。



既有供应商风险分级管理

供应商管控分为第一品牌与风控品牌，管控流程的设计与实施均以遵循相关法律法规为前提。针对两类管控品牌，我们采用“放管服”的管控流程，即事前引进、事中监管和事后追踪为全流程中的三个核心环节。同时，我们也会根据分类的不同调整管控流程以确保其适用性和有效性。

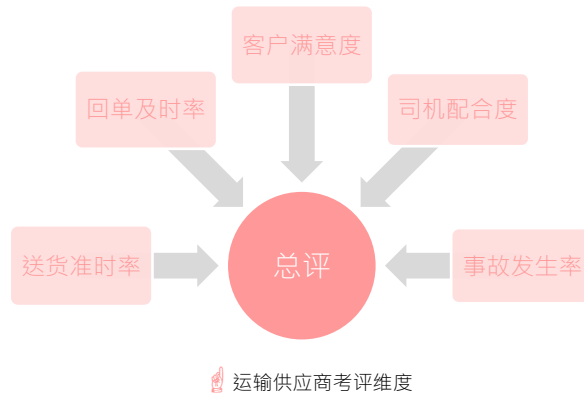
针对既有供应商，我们多维度考量其环境、社会、管治绩效表现，通过供应商 ESG 审查，严格控制供应商库，保障商品、原材料质量稳定、环境友好。我们的审查重点包括对既有供应商资料审查、商业道德审查以及绿色运营审查。



既有供应商审查重点

高鑫零售不仅对商品供应商实施对应的管控，我们也会对运输供应商保持持续的管理和考核以维护我们物流的及时性、稳定性和安全性。每月我们会对各家运输供应商进行多维度考评，从后台系统抓取作业数据为考评依据，对其进行打分并根据分数评出等级，等级包括优、良、尚可和不佳。





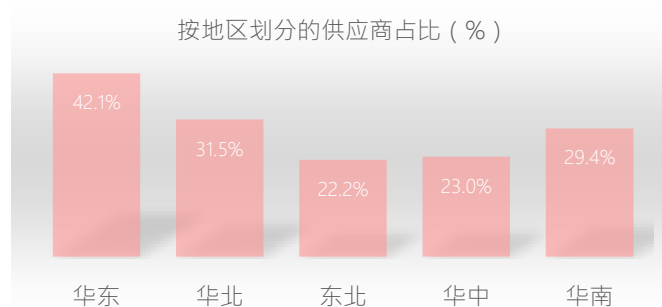
针对各运营地区运输供应商的考评结果，我们会在每周召开的产销会议中进行对比和讨论，分析异常物流情况的发生原因，讨论改善方案并追踪后续的改善情况。

### 4.1.3 供应商商业道德

本集团不仅要求自身严格遵守企业道德准则，对供应商的商业道德也有着同样力度的要求。在与供应商的合同书中，我们清晰地列示了有关商业道德的合同条款来规范供应商行为；此外在合同附件中，我们附有《廉洁诚信约定函》，其中包含了我们对供应商的商业道德要求，供应商需同意并签署该约定函方可与高鑫零售开启正式的商业合作。我们对供应商的约束范围包括反腐败、反不正当竞争、供应商员工权益和环境保护等方面。

<p><b>反腐败：</b></p> <p>我们明确地表明“拒绝一切腐败行为”的态度，严禁供应商对本集团内部员工进行任何形式的商业贿赂，一经发现，我们会立即终止合作关系。</p>	<p><b>环境保护：</b></p> <p>我们要求供应商以严格遵守国家关于保护环境的法律法规为运营前提。</p>
<p><b>供应商员工权益：</b></p> <p>我们要求供应商应严格遵守国家关于劳动者保护法律法规，保障员工基本权益，禁止任何歧视行为。</p>	<p><b>反不正当竞争：</b></p> <p>我们要求供应商主动提报其工作人员是否与本集团内部员工有亲属关系或利益关系，如有类似情况，本集团会先行审核，通过后才可进行合作。</p>

截至 2021 年 3 月 31 日，本集团合作的供应商共计 14,157 家，按地区划分情况如下<sup>21</sup>：



<sup>21</sup> 14,157 为高鑫零售供应商总数，同一供应商可能在多地均设有运营点，各区域供应商占比以供应商在该区域设立的运营点计。

## 4.1.4 供应商交流

为了实现与供应商之间的信息共享以及帮助供应商提升自身能力，我们每年不定期开展供应商培训。培训以线上形式为主，不仅覆盖了更多的供应商，同时也增强了培训的灵活性。在培训内容方面，我们会根据运营需求选择不同的培训主题包括食品安全培训、新上线系统培训、行业热点分享等来丰富培训内容。此外，我们也会与第三方及政府机构合作来共同组织供应商的培训。

### 商品数字化培训

2020年高鑫零售为供应商开展了一场“商品数字化”的培训课程，在课程中我们介绍了商品数字化工作的意义和目标，并向供应商详细讲解了商品数字化工作的具体实施步骤，与供应商分享了商品编码的应用和操作。在培训中，高鑫零售积极和供应商保持互动，面对供应商提出的疑问和不解，我们都耐心地予以回答。同时，我们也邀请供应商围绕“商品数字化”发表了自己的见解。

除供应商培训之外，我们也会不定期进行供应商沟通会，主要以业务近期的发展趋势与对应供应商进行深度探讨，包括对销量呈下滑趋势的商品进行市场分析讨论，对目前热点商品进行更进一步开发，对未来的供应质量、供应稳定性、及时性和供应商达成共识。

## 4.2 行业发展

作为中国连锁经营协会 (CCFA) 及消费品论坛 (CGF) 的一员，我们时刻关注着行业发展动态，积极与同行业公司联动合作参与各类推动行业发展的项目和计划。

### 4.2.1 扶小计划

2017年，中国连锁经营协会 (CCFA) 联合本集团旗下品牌及其他同行提出了“扶持中小生产企业提升市场能力计划” (简称“扶小计划”)。“扶小计划”主要扶持方向之一是帮助国内中小型食品企业降低审核成本，实现“一处审核、处处认可”的市场运行机制。高鑫零售自计划启动以来，积极践行“扶小计划”，对中小厂商实行“扶小计划”的审核标准，通过“扶小计划”审核或认证的生产企业可获得免审厂资格，减少后续被审核次数。2020年，该计划得到了上海市食品安全工作联合会的积极认可，并以此启动了“上海模式”。

### “扶小计划” - 上海模式

2020年7月15日，高鑫零售旗下的大润发、欧尚以及同行共5家超市联合举办了“上海模式”审核标准供应商线上培训会，吸引了365家预包装食品供应商的456人前来参加。该会议主要为供应商介绍了行业制定的“扶持中小生产企业提升市场能力计划”的标准以及采取的“一方审核，多方应用”、“一方预警，多方联动”的协同供应商审核机制。5家超市将共享生产企业的验厂审核报告，从而尽量避免重复性验厂审核，也能加快新品上架的审核流程，让采购、营销等环节对接更加简单、透明。

会议中，我们的品控负责人介绍了高鑫零售的商品采购的标准和流程，同时，也向供应商们传达了我们对“扶小计划”的大力支持，鼓励更多供应商加入该计划，减少审核环节不必要的资源花费。



## 5. 以人为本，员工当先

员工是我们的重要资产，同时也是保障我们实现永续经营的支持力之一。本集团秉承“以人为本”的雇佣理念，积极创建平等、安全的工作环境，实现多元化的员工构成；通过员工培训和晋升激励机制激发员工潜能，实现员工价值。此外，我们十分关注员工的心声，深入了解员工的困难，在关键时刻向员工给予援助和关爱。

### 5.1 员工概况

本集团严格遵守《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》等相关法律法规，切实保障员工的合法权益，积极创建平等尊重、健康安全的工作环境。在遵守国家法律法规的基础上，高鑫零售制定了《劳动手册》和《员工手册》，在其中明确了对雇佣条件的规定，员工的合法权益及员工的行为规范等。

#### 5.1.1 员工权益

为了创建平等的工作环境，保障员工的人格不受侵犯，高鑫零售在《员工手册》中明确表明了我们对任何形式的歧视和骚扰以及侵犯个人尊严的行为零容忍的态度。同时，我们坚持同工同酬的薪酬政策，切实贯彻平等用工原则。针对童工和强制劳工的问题，我们不仅进行了明令禁止，同时也设立了管控举措。我们设立多个投诉和申诉渠道，在发现强制劳工问题时，员工及公众可通过邮件、公开投诉电话、举报信箱等方式向本集团进行投诉。相关管理人员在接收到投诉时，将及时开展调查，保障员工合法权益。

童工	强制劳工
<ul style="list-style-type: none"><li>我们在《劳动手册》的“雇佣条件”章节中明确规定了“未满16周岁不符合录用条件”</li><li>我们的人力系统具有身份证号码识别功能，若不符合年龄标准，系统会发出警报并拦截该身份信息的录入</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>我们在《员工手册》中明确表明以员工自愿为原则</li><li>若员工在工作中受到强迫劳动，可进行投诉，申述来解决问题</li></ul>

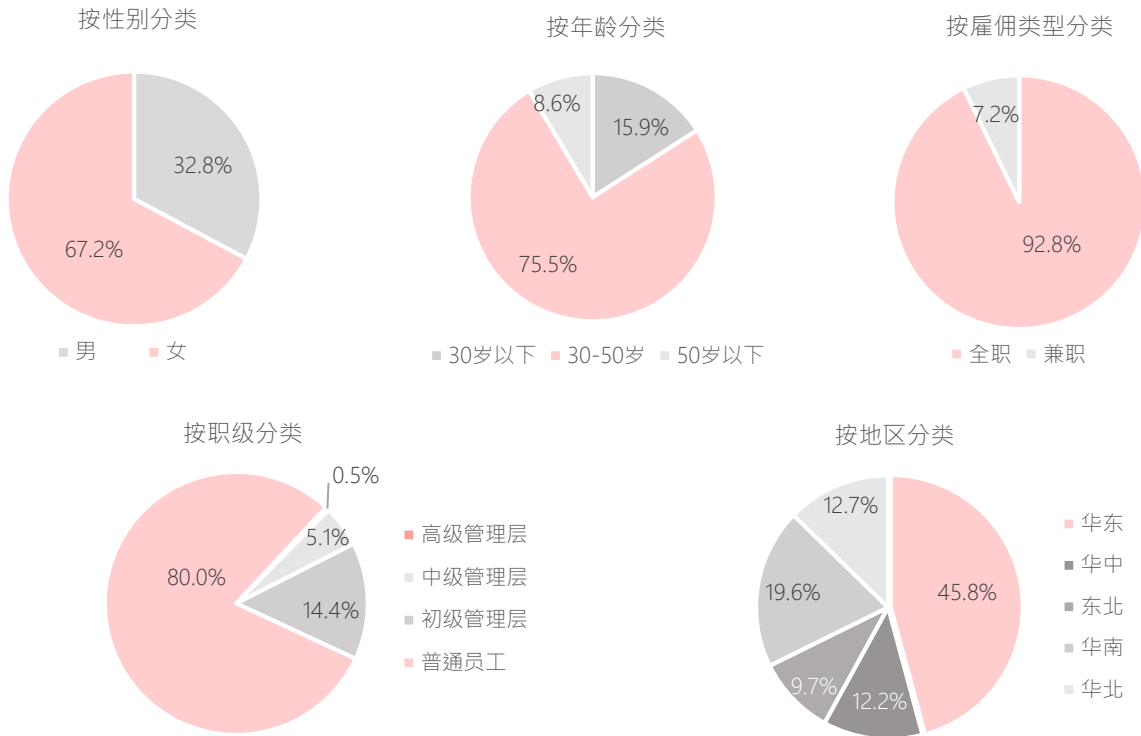
报告期内，高鑫零售未发生骚扰和歧视的事件。

#### 5.1.2 员工多元化

秉承我们对员工多元化构成的追求，高鑫零售欢迎并支持少数群体和弱势群体的加入，包括女性团体、残障人士、少数民族等。为了保障女性员工在雇佣关系中的专项权益，我们根据《中华人民共和国劳动法》、《中华人民共和国妇女权益保障法》等相关法律法规设立并签订了《女职工特殊利益专项集体合同》。面对残障人士，我们在为其匹配岗位时会充分考虑个人情况，做出相应的调整 and 安排以帮助他们安心上岗。报告期内，我们支持了 1,446 残疾人士在高鑫零售上岗工作。

此外，我们也打造了多个人才引进渠道帮助我们进一步实现员工多元化构成的追求。目前我们的招聘渠道包括官网招聘、股东阿里巴巴的外派人才、猎头引进、本地人才招聘会以及校园招聘。

截至 2021 年 3 月 31 日，本集团的员工组成情况如下：



### 5.1.3 薪酬福利

我们的薪资标准以遵守相关的法律法规为前提，以基本工资为员工提供基本生活保障，以岗位津贴针对不同岗位特点实行精细化薪酬管理，以绩效奖金不断激励员工与高鑫零售共同进步。我们每年根据各营运地区政府发布的薪资标准、最新社保基数等相关数据对薪资福利进行调整，确保我们的薪资在保障员工生活水平的同时也具有市场竞争力。

本集团始终致力于为员工持续创造福利。我们积极建设工会组织，依托工会为员工谋求更多福利，员工亦享有自由加入工会的权力。我们关注员工切实需求，在为员工提供基本生活保障的同时，进一步将关怀深入到员工家庭。

#### 工会关爱员工子女

工会会为员工子女开设各类儿童兴趣班，由专业老师授课，包括儿童跆拳道、游泳班、篮球班、少儿中国舞等，帮助员工节省教育开支的同时也激发了孩子们的兴趣和天赋。



截至 2021 年 3 月 31 日，我们的工会覆盖率达到 100%。

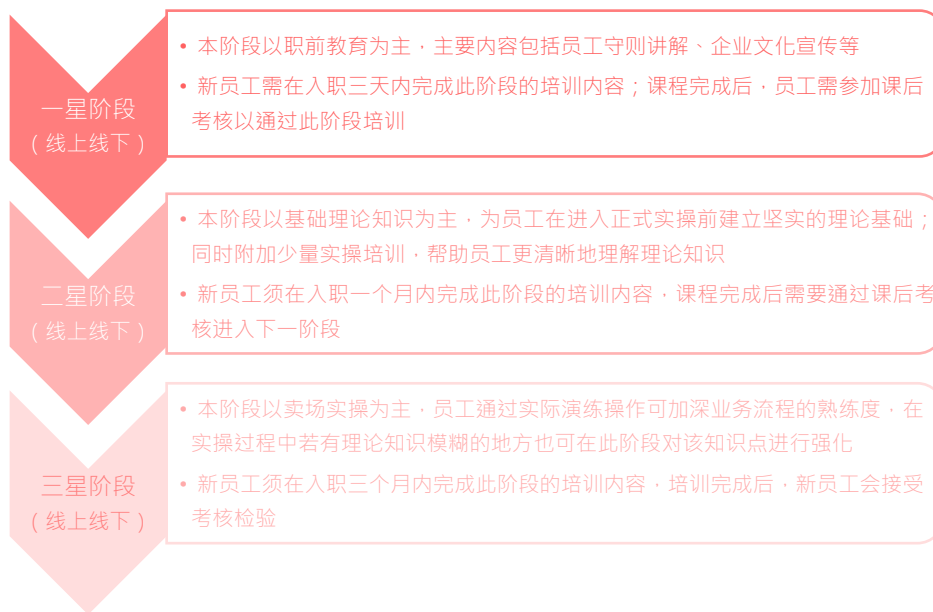
## 5.2 发展与培训

### 5.2.1 员工培训

员工的成长和发展是帮助我们实现正向成长的关键所在。为了持续提升员工自身能力，保障为顾客提供优质的产品与服务，我们建立了完善的培训体系，助力员工成长。员工在加入高鑫零售初始，我们便为其提供入职培训，以理论结合实操的方式来帮助他们全方位了解岗位职能，更专业的为客户服务。针对不同岗位，我们结合自身运营需求和职能特点，整合内外资源，组织并开展对应的员工培训以帮助员工提升职场技能。

#### 新员工培训

当新员工入职时，我们会提供阶段性的培训来帮助他们在短时间内熟悉岗位职能，了解岗位职责。在入职培训中，我们引入了理论+实操，线上+线下的方式帮助新员工更高效地吸收培训知识，提高业务专业度。



#### 专项培训

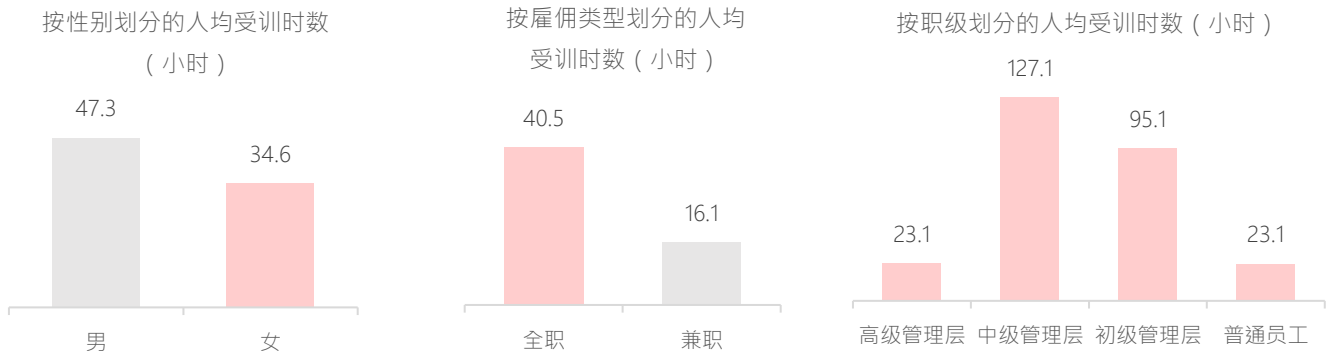
我们对员工培训需求进行充分识别，针对在职员工的岗位核心技能需求，定制化设计培训内容，并调配合适的培训资源。为了保证培训课程的有序开展，我们在开课前下发详细的培训计划，帮助员工充分了解培训流程及内容。培训结束后，我们通过测试检验员工的学习情况以此评估培训效果，并对培训的薄弱项进行持续改善。

#### 华东区烘培大师傅晋升班培训

2020年6月，高鑫零售组织了一场生鲜烘培部的员工培训，参训员工为本集团旗下品牌大润发和欧尚的生鲜烘培部的部分员工。培训中，我们邀请了经验丰富的烘培大师傅为参训员工强化了烘培方面的专业知识，讲解了门店烘培大师傅的工作职责以及烘培操守准则等。培训后，我们对参训员工进行了课后检测以巩固所学知识，同时也收集了员工的培训反馈，以帮助我们提升培训体验。



报告期内，我们组织的员工培训具体情况如下：

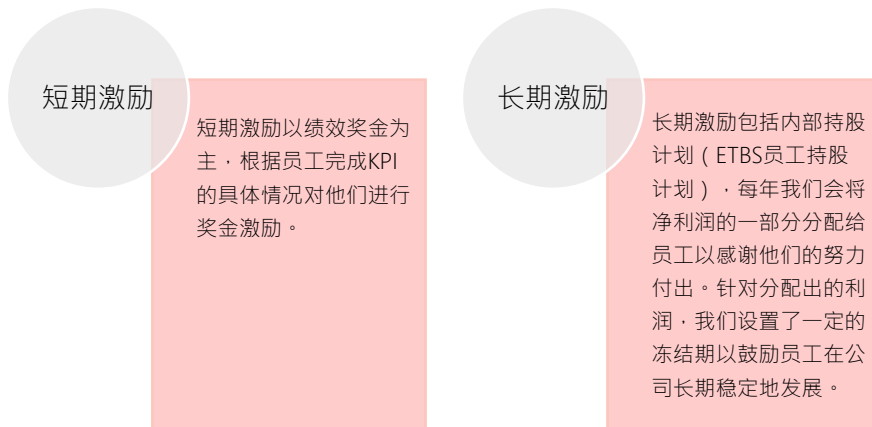


## 5.2.2 员工发展

高鑫零售不仅关注员工的能力提升和潜能激发，同时也在积极完善员工的晋升激励机制，确保员工在得到公平且合理的评估后获得可观的回报和奖励。

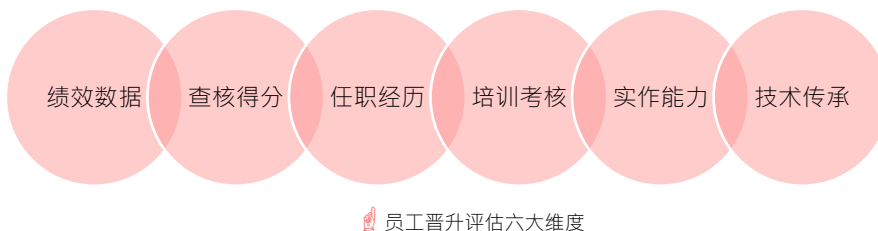
本集团设置了以目标达成或以进步率为导向的绩效考核制度，不同岗位针对岗位特点设置相应的 KPI (Key performance indicator 关键绩效指标)，并由管理层审批后执行。我们对业务部门导出的业绩数据进行严格把控，通过管理层及人力资源部双重审核，确保考核的真实性和公平性。

我们的员工激励机制中包括了短期激励和长期激励，每种激励核算都会在高鑫零售的自研人力系统中进行计算和记录。

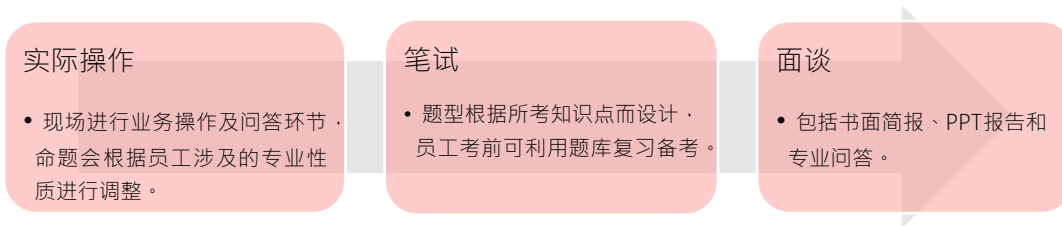


在激励员工的同时，我们也建立了一套公平、公正、公开的员工晋升制度，为员工构建了一条清晰的职业晋升路径。

在晋升制度中，我们明确了晋升条件和要求，设置了六大考核维度，根据每个考核维度对应的标准对员工的晋升资质进行评估。

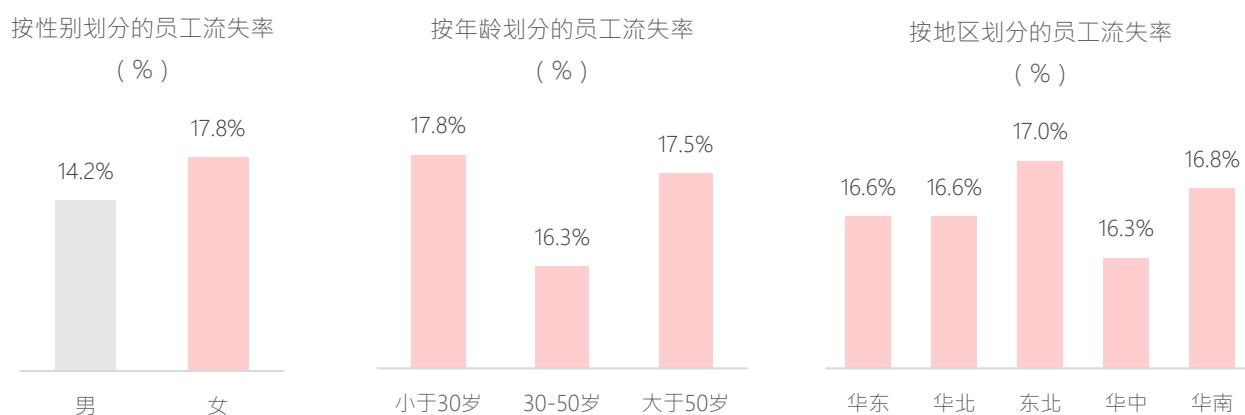


针对不同职级的晋升，我们分配了特定的晋升审核团队以保证员工可以得到公平合理的晋升。晋升审核流程共分为三个阶段，分别是实际操作，笔试和面试，每个阶段的侧重点都各不相同以帮助我们实现综合性的晋升审核评估。



我们设定了明确的职业晋升途径，并积极拓宽职业晋升通道，以合理的绩效考核为基准，为员工提供广阔的职业发展平台。我们的员工在进入本集团时，可依据自身能力特点选择合适的岗位，并通过一系列培训宣导活动，持续提升自身能力。门店一线员工可根据自我评估，选择不同的岗位开启高鑫零售的职业发展道路，并以店员-组长-店长-大店长-区长为目标，在逐步实现自我晋升的同时，也为高鑫零售的持续发展贡献自己的力量。报告期内，我们的多数员工均以优秀的能力和技能通过了晋升评估，平均晋升通过率为 85%。

高鑫零售本年度员工离职率为 14.3%，较 2019 年有明显降低，具体流失情况如下：

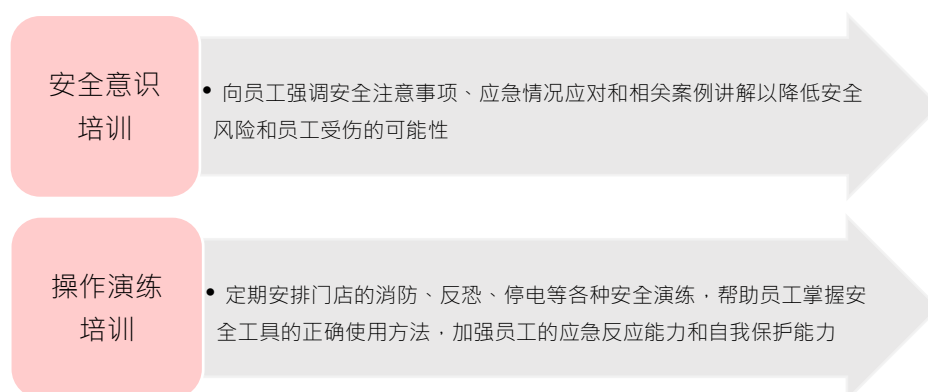


### 5.3 关爱员工

#### 5.3.1 健康与安全

员工的健康安全是高鑫零售高度关注的领域之一。为了创建一个健康安全的工作环境，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，持续完善自身的安全管理系统，落实各项员工安全举措。

我们的安全举措主要分为加强员工安全意识和实际演练操作：



疫情期间，我们时刻关注员工的健康安全，积极为员工提供保障。

### 防疫抗疫-保护员工健康安全

在新冠疫情肆虐期间，我们的门店员工和配送人员依然坚守着岗位，为保障生活必需品的充足供应贡献着自己的一份力量。为了保障员工在疫情期间的安全，我们为员工购买了大量的防疫物资包括口罩、护目镜和手套等，在遇到物资运输困难之时，我们协调了自有的物流车队前往运输，确保所有在岗的门店员工和配送人员都得到防疫物资以实现有效隔离。



### 5.3.2 员工沟通

我们视员工为高鑫零售的重要组成部分，感恩员工为企业发展的用心付出。我们制定了一系列的福利政策并开展了多场员工关怀活动以实际行动表达我们对员工的关爱。我们的福利政策以员工需求为出发点包括高温补贴、节日礼品、工会福利、ETBS 员工持股计划等。为了更深入地了解员工的困难和需求，我们会定期开展员工心声的收集工作，与员工进行近距离交流。

### 防疫抗疫-为员工送上温暖

在疫情爆发期间，我们的员工肩负着保障民众得到稳定供给的重任。特别在春节期间，客户的需求量明显增幅，我们的员工在积极响应国家“原地过年”号召的同时也与高鑫零售一起为满足客户需求贡献着自己的一份力量。为此，我们向每位坚守岗位的员工提供了爱心便当，同时也为留守过年的员工准备了丰盛的年夜饭。向他们送上我们的关怀和感谢。





## 倾听员工心声

我们在每年的年会上会进行员工心声收集环节，对员工提出的疑问进行针对性解答。此外，我们的门店会每月按时召开员工座谈会，近距离与员工交流他们的困难和需求，帮助他们排忧解难。



## 人文关怀-满足员工的兴趣爱好

我们会根据员工的兴趣爱好为他们定期安排相关的学习体验课程，丰富员工的业余生活。例如我们会为员工提供舞蹈、插花等课程，不仅有助于员工的身心健康，同时也帮助员工激发自身潜力和兴趣。



我们提供的学习内容还包括健身、手工等多类课程，所有的老师均为专业的授课老师，保证员工在享受课程的过程中得到正确的引导。

为了帮助高鑫零售实际了解到各分店、各岗位员工对其管理团队、工作环境及其他工作方面的意见和反馈，我们每年都会进行员工满意度和敬业度调查，也称为“磐石调查”。

### 满意度调查

满意度调查结果以各门店分数高低排名，对排名较低的分店，我们会与其店总沟通，协助其管理团队发现问题、调查问题产生原因、制定解决方案从而采取行动。

我们会特别关注薪酬满意度的反馈情况来了解员工对薪资水平的意见和满意情况，在必要时提出相应的解决方案。

### 敬业度调查

敬业度调查以分数制进行，各门店加权汇总不同维度的得分进行排名。

对排名较低的门店，我们会与其店总进行沟通，以不同维度的员工回复情况进行深度探讨，从根本寻找原因，切实帮助员工调动其工作积极性。

磐石调查覆盖了门店的在职全职员工以及店内导购人员（长期）。2020年磐石调查是高鑫零售首次开启的线上调查，我们充分利用线上模式的优点，精简了调查流程，加强了数据的真实性和保密性。2020年度参与调查的门店数高达100%，员工参与率超过98%，导购参与率超过96%。磐石调查满分5分，2020年度磐石调查结果为4.67分。

我们希望通过内部基层满意度和敬业度调查，根据同仁建议及反馈意见，及时提出有效适当的解决方法，进而开展后续的改善提升工作。同时不断提高员工凝聚力，鼓舞团队士气，增强员工的归属感。

## 6. 关怀社区，持续回馈

作为一家肩负社会责任的企业，高鑫零售始终心系社区，致力于持续回馈。在新冠疫情肆虐的特殊时期，高鑫零售与人民同心同行，舍小利，为大家，坚守一线，齐心协力，充分展现了中国商超企业的责任担当。

### 6.1 合力抗疫

疫情期间，各地交通路线封闭停运，本集团自由车队多次辗转各地，派送医疗和民生用品，极大缓解了各门店缺货现象，保障了疫区人民的基本生活。集团自有车队还多次在各地转运口罩等医疗物资，为疫区抗击疫情贡献力量。

#### 共同援助 携手抗疫

2020年初，疫情蔓延神州大地，高鑫零售作为零售行业的中坚力量，积极担负起责任，投身抗疫工作中。

2020年1月，武汉市江汉区109个社区基本生活物资告急。大润发迅速响应，充分发挥供应链优势迅速联系合作厂商，紧急调运生活必需品，为疫区居民生活提供保障。



2020年2月，武汉市开始在江汉区、武昌区、东西湖区建设“方舱医院”，由于天气严寒，急需大量电热毯等取暖设备。位于武汉的大润发江汉店、姑嫂树店和欧尚蔡甸店连夜召回员工，盘点库存，紧急应援，将1900余床电热毯，全部无偿提供给“方舱医院”。

2020年2月，在武汉前线口罩资源紧缺的情况下，高鑫零售快速响应展开口罩募集行动，加紧寻找海外资源，并紧急调拨物流运输车辆，在短短5天多的时间内，从海外进口42万余只口罩，并成功送达武汉，为坚守在江汉区一线的广大公安、交警、环卫工人及13个街道109个社区的工作人员的生命安全保驾护航。



整个疫情期间，高鑫零售全国各地门店持续为社区抗疫工作保驾护航，为居民生活提供保障。截至报告期末，高鑫零售共计捐赠价值逾500万元的物品，为社会安定、居民放心贡献自己的一份力量。

疫情期间，集团旗下商超均保持营业状态，保障了千家万户在特殊时期的基本生活需求。同时，本集团根据国家政策和公司规定制定了一系列防疫抗疫计划，切实保障员工和顾客的安全。

### 疫情期间 安全为先

员工进入仓库前必须佩戴口罩，并每天进行两次体温测量，固定间隔时间内会有专人在现场作业区域进行消毒。



为了保障坚持在一线的工作人员的的安全并保障顾客的健康安全，配送人员每天都需要进行测温。

为了让顾客放心选用，疫情期间本集团所有的配送工具、车辆、商品、人员都会进行严格消毒。



为了最大限度降低疫情传播风险，高鑫零售上线了“无接触式配送服务”新业务，配送员在送货前通过电话和顾客沟通，确认收货地点，避免了直接接触，为配送人员和顾客的健康保驾护航。



疫情期间，为了更有效地推进抗疫工作，我们通过钉钉线上平台，发布抗疫知识文章，并组织线上抗疫培训，全力为员工身心健康保驾护航。



## 6.2 爱心公益

本集团始终奔行在为社会尽责的道路上，致力于打造公益文化。我们鼓励员工参加公益活动，为创建美好社区奉献力量。报告期内，本集团与多个供应商品牌合作，在全国各地开展了多次主题公益活动，获得了社会各界的好评。

报告期内，本集团在社会公益方面的投入共计人民币 0.06 亿元。

### “大润发联手可口可乐开展“纯净好水、爱润未来、净水计划”

2020年4月29日至2020年5月12日期间，在大润发全国门店，消费者购买任意一瓶“纯悦”包装饮用水或“冰露”包装饮用水，本集团都会捐出0.1元为乡村学校购买净水设备。2020年，本集团共计为云南省红河州蒙自市乡村学校捐赠了11台净水设备。



### 大润发携手玛氏箭牌，组织“城市英雄 让爱铭记”十城公益活动

2020年5月27日至2020年8月18日，大润发联合玛氏箭牌和中国扶贫基金会，在上海、宜昌、天津、成都、武汉、北京、沈阳、广州、吉林、济南开展了“十城”公益活动，通过打通“引流-触达-转化”全链路，以购买任意玛氏箭牌产品1件，为城市英雄公益项目助力0.1元，目标助力价值80万的“加油包裹”为主题，鼓励为爱下单。活动取得了丰硕成果，成功助力了10个城市1万份加油包裹。



## 大润发联合益海嘉里、伊利，共同推进敬老关怀活动

在2020年10月17日至2020年10月25日重阳节期间，大润发和欧尚联合益海嘉里和伊利，在上海、苏州等城市的30家大润发和20家欧尚门店周边社区，开展了敬老慰问活动。大润发和欧尚分别带去了1,500份和800份慰问品，一份价值大概200元的慰问品包括一桶5升零反葵籽油、一包10公斤的精选苏软大米，和一箱伊利酸奶。



## 大润发、欧尚、宝洁共建“希望小学跑道”

在2020年5月13日至2020年6月9日期间，大润发和欧尚联合宝洁，开展了共建“希望小学跑道”的活动，共计为位于河北、安徽、四川、云南地区的10所希望小学捐赠了40万元用来建设校园运动跑道，为孩子们快乐成长保驾护航。



省份	学校名称	大润发&欧尚项目年份	资助项目
河北	张北县三号乡宝洁希望小学	2020年	篮球场及跑道
河北	献县段村乡宝洁希望小学	2020年	篮球场及跑道
安徽	潜山县五庙乡宝洁希望小学	2020年	篮球场及跑道
安徽	砀山县官庄中心小学	2020年	篮球场及跑道
安徽	临泉县单桥镇张老庄行政村郑庄小学	2020年	篮球场及跑道
四川	剑阁县普安镇德之善宝洁希望小学	2020年	篮球场及跑道
四川	简阳市平泉镇世纪联华宝洁希望小学	2020年	篮球场及跑道
云南	禄丰县和平镇宝洁全球员工希望小学	2020年	篮球场及跑道
云南	龙陵县龙山镇宝洁博怡希望小学	2020年	篮球场及跑道
云南	梁河县芒东乡镇翁冷宝洁希望小学	2020年	篮球场及跑道

## 大润发消费扶贫

2020年，大润发向贵州茅台茅台民政局捐赠了270万，一部分用于援建道真县食用菌冻库的建设，解决了洛龙镇五一村和平模镇平模社区食用菌项目附属配套设施冻库建设的问题。另一部分捐赠给了道真县工青妇组织，用来解决上坝八一社区“新市民追门桥”综合服务中心建设项目。



## 大润发与李施德林合作推进儿童社会关爱公益活动

为了关爱儿童口腔健康，增强口腔健康管理意识，帮助农村青少年建立和养成良好健康卫生习惯，2020年4月29日-5月12日，全国大润发和欧尚485家门店联合李施德林品牌举办了“守护灿烂微笑—关爱儿童口腔健康”公益活动。通过消费者购买李施德林产品1件，即捐赠1元用于“关爱儿童口腔健康”项目，高鑫零售携手李施德林在此次活动中捐赠漱口水20,000瓶。



此项目落地由中国儿童少年基金会负责落地，截止2021年1月，该项目捐赠物资已全部交付基金会，目前已落地甘肃4个县的农村小学，后续落地工作仍在积极推进中。

## 附录

### 港联交所《环境、社会及管治报告指引》内容索引

主要范畴、层面、一般披露及关键绩效指标		2020/2021 环境、社会与管治报告
<b>A. 环境</b>		
层面 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)遵守对我们有重大影响的相关法律及规例的资料。	绿色环保·美好家园：环境管理体系
关键绩效指标 A1.1	排放物种类及相关排放数据。	绿色环保·美好家园：绿色运营
关键绩效指标 A1.2	直接（范围 1）及能源间接（范围 2）温室气体排放量（以吨计算）及（如适用）密度（如以没产量单位、每项设施计算）。	绿色环保·美好家园：绿色运营
关键绩效指标 A1.3	所产生有害废弃物总量（以吨计算）及（如适用）密度（如以每产量单位、每项设施计算）。	绿色环保·美好家园：绿色运营
关键绩效指标 A1.4	所产生无害废弃物总量（以吨计算）及（如适用）密度（如以每产量单位、每项设施计算）。	绿色环保·美好家园：绿色运营
关键绩效指标 A1.6	描述处理有害及无害废弃物的方法，及描述所订立的减废目标及为达到这些目标所采取的步骤	绿色环保·美好家园：绿色运营
层面 A2	资源使用	
一般披露	有效使用资源（包括能源、水及其他原材料）的政策。资源可用于生产、储存、运输、楼宇、电子设备等。	绿色环保·美好家园：环境管理体系·绿色运营
关键绩效指标 A2.1	按类型划分的直接及/或间接能源（如电、气或油）总耗量（以千个千瓦时计算）及密度（如以每产量单位、每项设施计算）。	绿色环保·美好家园：绿色运营
关键绩效指标 A2.2	总耗水量及密度（如以每产量单位、每项设施计算）。	绿色环保·美好家园：绿色运营
关键绩效指标 A2.5	制成品所用包装材料的总量（以吨计算）及（如适用）每生产单位占量。	绿色环保·美好家园：绿色运营
层面 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。	绿色环保·美好家园：环境管理体系
关键绩效指标 A3.1	描述业务活动对环境及天然资源的重大影响及已采取管理有关影响的行动。	绿色环保·美好家园：合作共绿
层面 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其后相关事宜的政策。	绿色环保·美好家园：环境管理体系
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其后相关事宜，及应对行动	绿色环保·美好家园：环境管理体系·绿色运营·合作共绿
<b>B· 社会</b>		
层面 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)对我们有重大影响的相关法律及规例的资料。	以人为本·员工当先：员工概况

主要范畴、层面、一般披露及关键绩效指标		2020/2021 环境、社会与管治报告
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。	以人为本·员工当先:员工概况
关键绩效指标 B1.2	按性别、年龄组别及地区划分的雇员流失比率。	以人为本·员工当先:发展与培训
层面 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)遵守对我们有重大影响的相关法律及规例的资料。	以人为本·员工当先:关爱员工
关键绩效指标 B2.3	描述所采纳的职业健康与安全措施,以及相关执行及监察方法。	以人为本·员工当先:关爱员工
层面 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。 培训指职业培训,可包括由雇主付费的内外部课程。	以人为本·员工当先:发展与培训
关键绩效指标 B3.2	按性别及雇员类别划分,每名雇员完成受训的平均时数。	以人为本·员工当先:发展与培训
层面 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)遵守对我们有重大影响的相关法律及规例的资料。	以人为本·员工当先:员工概况
关键绩效指标 B4.1	描述检讨招聘惯例的措施以避免童工及强制劳工。	以人为本·员工当先:员工概况
关键绩效指标 B4.2	描述在发现违规情况时消除有关情况所采取的步骤。	以人为本·员工当先:员工概况
层面 B5	供应链管理	
一般披露	管理供应链的环境及社会风险政策。	合作共赢·携手共进:供应链管理
关键绩效指标 B5.1	按地区划分的供应商数目。	合作共赢·携手共进: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、以及有关惯例的执行及监察方法。	合作共赢·携手共进:供应链管理
关键绩效指标 B5.3	描述有关识别供应链每个环节的环境及社会风险的管理,以及相关执行及监察方法。	合作共赢·携手共进:供应链管理
关键绩效指标 B5.4	描述在拣选供应商时促使多用环保产品及服务的管理,以及相关执行及监察方法。	合作共赢·携手共进:供应链管理
层面 B6	产品责任	
一般披露	有关所提供产品和服务的健康与安全、广告、标签、私隐事宜以及补救方法的: (a)政策;及 (b)遵守对我们有重大影响的相关法律及规例的资料。	产品服务·品质为先:质量及安全保证
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。	产品服务·品质为先:质量及安全保证
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。	产品服务·品质为先:业务创新
关键绩效指标 B6.4	描述质量检定过程及产品回收程序。	产品服务·品质为先:质量及安全保证
关键绩效指标 B6.5	描述消费者数据保障及私隐政策,以及相关执行及监察方法。	产品服务·品质为先:竭诚服务

主要范畴、层面、一般披露及关键绩效指标		2020/2021 环境、社会与管治报告
层面 B7	反贪污	
一般披露	有关防止贿赂、勒索、欺诈及洗黑钱的： (a)政策；及 (b)遵守对我们有重大影响的相关法律及规例的资料。	责任治理 · 永续经营 · 合规与商业道德
关键绩效指标 B7.1	于汇报期内对我们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。	责任治理 · 永续经营 · 合规与商业道德
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。	责任治理 · 永续经营 · 合规与商业道德
关键绩效指标 B7.3	描述向董事及员工提供的反贪污培训。	责任治理 · 永续经营 · 合规与商业道德
层面 B8	社区投资	
一般披露	有关以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。	关怀社区 · 持续回馈
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）。	关怀社区 · 持续回馈
关键绩效指标 B8.2	在专注范畴所动用资源（如金钱或时间）。	关怀社区 · 持续回馈



## 适用的主要法律法规清单

法律法规
《中华人民共和国劳动法》
《中华人民共和国不正当竞争法》
《中华人民共和国反洗钱法》
《关于禁止商业贿赂行为的暂行规定》
《中华人民共和国食品安全法》
《中华人民共和国食品安全法实施条例》
《食品召回管理办法》
《消费品召回管理暂行规定》
《中华人民共和国网络安全法》
《中华人民共和国密码法》
《中华人民共和国环境保护法》
《中华人民共和国节约能源法》
《中华人民共和国水污染防治法》
《中华人民共和国固体废物污染环境防治法》
《关于进一步加强塑料污染治理的意见》
《中华人民共和国安全生产法》
《中华人民共和国劳动法》
《未成年人保护法》
《禁止使用童工规定》
《中华人民共和国知识产权法》
《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》
《中华人民共和国职业病防治法》
内部政策
《企业管治及合规手册》
《商业行为准则》
《礼品处理条例》
《廉洁诚信约定函》
《员工手册》
《劳动手册》
《反贪腐制度》
《快拣仓允出期规范》
《打包规范》
《商品储存温度检查》
《生鲜鲜品备货品质检查规范》
《大润发重大异常处理流程（召回）》
《大润发隐私权政策》
《高鑫零售数据安全规范(试行)》
《高鑫零售数据脱敏和加密规范》
《能源管理系统作业规范》
《环境管理章程》

《能源控制管理规范》
《能耗稽核标准》
《卖场污染源处理操作规范》
《废弃物分类回收管理规范》
《有害生物防治操作规范》
《门店废纸板回收流程规》
《纸板箱操作规范》
《纸板箱过磅回收控管规范》