

永辉超市股份有限公司  
**2023** 年社会责任报告

# 目录

1 关于永辉.....	2
1.1 走进永辉超市.....	2
1.2 战略规划.....	4
2 责任治理.....	4
2.1 公司治理.....	4
2.2 合规经营.....	7
2.3 社会责任治理.....	9
2.4 利益相关方沟通.....	11
3 产品和服务.....	14
3.1 食品安全.....	14
3.2 保障消费者权益.....	18
4 绿色安全运营.....	23
4.1 绿色产业链.....	24
4.2 安全运营.....	27
5 合作共赢.....	30
5.1 供应商管理.....	30
5.2 责任采购.....	32
6 雇佣管理.....	33
6.1 雇佣概况.....	34
6.2 发展与培训.....	36
6.3 企业文化管理.....	39
7 社会发展.....	40
7.1 保供稳价.....	40
7.2 乡村振兴.....	41
7.3 坚守岗位.....	44
7.4 助力公益.....	45
8 2023 年度荣誉和大事记.....	45
8.1 2023 年度荣誉榜.....	45
8.2 2023 年度大事记.....	47
9 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十二份社会责任报告，报告时间范围主要为 2023 年 1 月 1 日至 12 月 31 日，部分信息超出追溯至 2021 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”）2023 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 2023 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

E-MAIL：[bod.yh@yonghui.com.cn](mailto: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

# 1 关于永辉

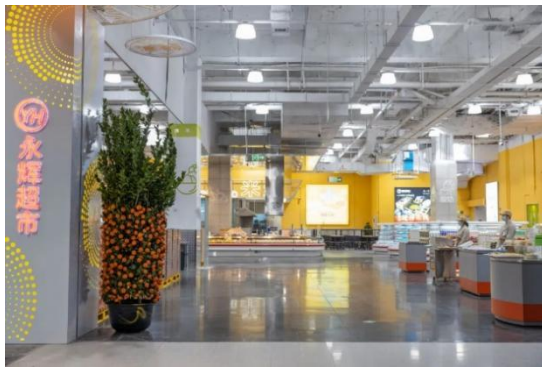
## 1.1 走进永辉超市

永辉超市成立于 2001 年，2010 年于 A 股上市，股票代码 601933.SH，为中国企业 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，经营面积近 800 万平方米。位居 2022 年中国超市百强第二位、2022 年中国连锁百强第四位。

永辉超市以其稳健的经营能力兼顾“精品化服务”与“平价化商品”。积极承担企业社会责任，为农超对接、稳价保供、应急救灾等行动中努力发挥带头、骨干的示范作用。公司致力于慈善超市、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。

### 永辉超市门店





## 1.2 战略规划

未来，永辉超市将继续坚守主业、坚守定位、坚守文化，继续推进门店精细化调优，引领传统线下门店转型，打造品牌年轻化，营造好逛、好玩的新型门店，推动线上线下一体化，以更高标准的服务能力、更细节的服务内容、更全面的服务硬件，助推门店在“场景、商品及服务”方面的全方位升级，满足用户多场景消费需求，为用户提供安全、健康、高性价比的生鲜·食品。

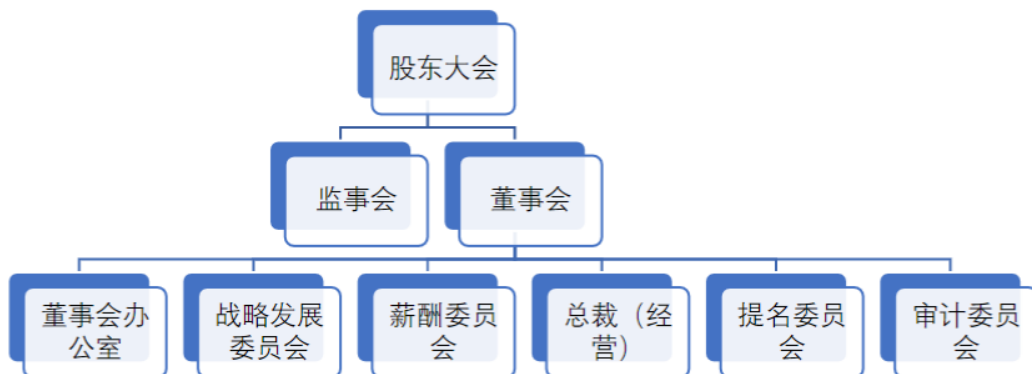
## 2 责任治理

### 2.1 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，持续完善公司治理各项规章制度，切实把现代企业制度优势转化为治理效能。

2023年，公司根据监管法规的最新要求，系统梳理公司相关规章制度，结合公司实际情况，修订《公司章程》《股东大会议事规则》《董事会议事规则》《信息披露制度》等公司治理核心文件，新制定了《独立董事工作制度》《独立董事专门会议工作制度》等专门制度，进一步推进公司规范运作和科学决策，切实维护公司和全体股东的合法权益，保障公司的良好运作和可持续发展。

#### 2.1.1 关于股东大会



股东大会是公司的最高权力机构。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2021年第二次临时股东大会、2023年6月29日2023年第一次临时股东大会、2023年9月19日2023年第二次临时股东大会及2023年12月29日2023年第三次临时股东大会先后选举产生了第五届董事会（选举张轩松、孙燕军、许冉、Scott Anthony PRICE、张轩宁、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、李燊韡、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	791,242,298	8.72
北京京东世纪贸易有限公司	736,437,197	8.11
张轩宁	634,969,840	7.00
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

### 2.1.2 关于董事和董事会

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	53	-	3	战略发展委员会	战略、零售运营、管理
	孙燕军	男	54	硕士	3	-	金融、战略投资
	Scott Anthony PRICE	男	63	硕士	3	-	零售、物流、商业战略
	许冉	女	47		3	-	零售、媒体、经济

	张轩宁	男	54		3	战略发展委员会、审计委员会	战略、业态创新
	李松峰	男	47		3	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	男	60	博士	3	提名委员会、审计委员会	经济学
	李绪红	女	54	硕士	3	薪酬委员会	人力资源
	刘琨	男	43	博士	3	提名委员会、薪酬委员会、审计委员会	会计学

### 2.1.3 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与2023年12月29日2023年第三次临时股东大会先后选举产生第五届监事会（选举熊厚富、李燊韡、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。

### 2.1.4 关于高级管理层

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表：

职务	姓名	职责范围
董事、CEO	李松峰	全面主持公司工作，负责



		公司经营工作，科技部、到家业务、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
副总裁	罗雯霞	分管部门：拓展部、公共事务部、开闭店委员会、公共关系。
副总裁	曾凤荣	分管部门：闽赣省区
副总裁	黄林	分管部门：供应链
财务总监	吴凯之	分管部门：财务中心、永辉金融
董事会秘书	黄晓枫	分管的工作：公司信息披露、投资者关系、三会的安排、监管对接、定向增发、发债等融资项目 分管部门：董事会办公室

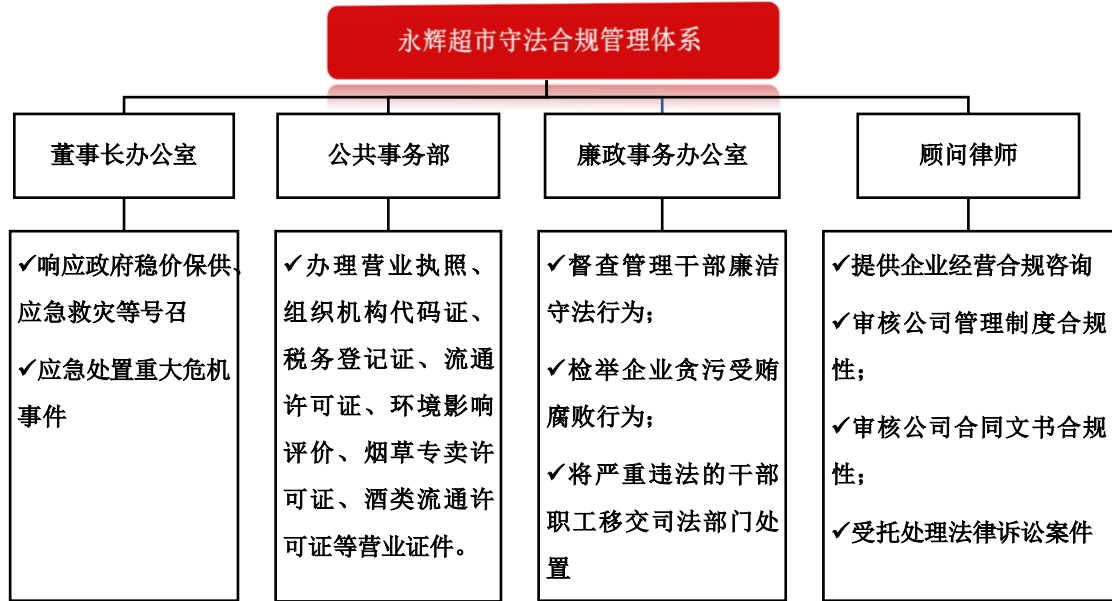
### 2.1.5 关于信息披露与透明

公司指定董事会秘书负责信息披露工作，设立董事会办公室，并指定《中国证券报》《深圳证券时报》《上海证券报》《证券日报》为信息披露的法定媒体和网站。报告期内，公司严格按照有关法律法规和《公司章程》的要求，以公平披露为原则，真实、准确、完整、及时披露法定信息，同时自愿披露有关重要信息，保障投资者的知情权，对重大未公开信息执行严格的保密程序，减少知情人员范围，保证信息处于可控状态。

## 2.2 合规经营

### 2.2.1 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。



### 2.2.2 守法合规措施

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，确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。

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。

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。

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。

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）》；

2023年，廉政合规办公室更新发布《员工礼品收受制度 V1.0》、《永辉举报人、证人保护制度》。同时 2023年，永辉超市共发布《廉政简报》十期，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。

## 2.3 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。

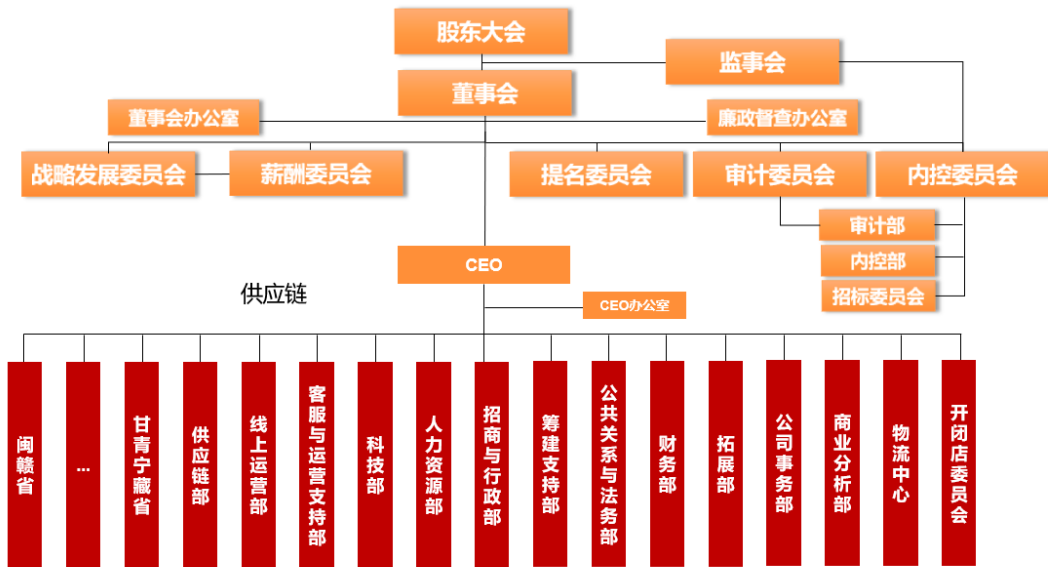
### 2.3.1 社会责任治理架构

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	让用户更喜欢，让创业更容易 成为中国农业产业、流通一体化的龙头企业 成为中国零售行业中最受尊敬企业及最佳雇主

经营理念	家门口的永辉、新鲜的永辉、放心的永辉 绿色永辉、科技永辉、人文永辉
社会承诺	民生超市·百姓永辉： 为顾客提供价廉物美的商品和便捷的购物服务； 提供和销售与百姓日常生活息息相关的商品； 坚持“大众化”路线，把家庭作为目标顾客；坚持薄利多销，做大流量；努力营造良好的购物环境，树立平价超市的社会形象；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；永辉门店建在社区，永辉员工来自社区，永辉服务社区顾客；永辉是员工、顾客、供应商和股东共同发展的平台；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
核心价值观	融合共享·成于至善：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

### 2.3.2 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，各省级、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。



### 2.3.3 企业社会责任核心领域

<p style="text-align: center;"><b>对股东的责任</b></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;"><b>对政府的责任</b></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;"><b>对消费者的责任</b></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;"><b>对员工的责任</b></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;"><b>对社区的责任</b></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;"><b>对环境和可持续发展的责任</b></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>

## 2.4 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"> <li>● 依法经营</li> <li>● 缴纳税费</li> <li>● 乡村振兴</li> <li>● 带动商贸繁荣</li> <li>● 社会就业</li> <li>● 保障供应</li> <li>● 食品安全</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 办理工商、卫生、消防等行政许可，依法开展经营活动</li> <li>● 依法申报纳税</li> <li>● 积极推进乡村振兴</li> <li>● 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</li> <li>● 落实索票索证制度</li> <li>● 应急保障市场供应</li> <li>● 加强食品质量安全检测</li> </ul>
行业协会	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 推动行业健康发展</li> <li>● 树立行业规范</li> <li>● 新经济、新常态、新零售</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 参与行业会议、论坛</li> <li>● 配合同行考察调研</li> <li>● 提供经验分享材料</li> <li>● 联合采购、资源共享</li> <li>● 管理输出、协同发展</li> </ul>
股东	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 投资回报预期</li> <li>● 行使股东权利</li> <li>● 保护中小投资者</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 股东大会</li> <li>● 董事会：独立董事</li> <li>● 监事会</li> <li>● 信息披露</li> <li>● 接受投资者来访调研</li> <li>● 实施分红方案</li> </ul>
消费者	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 消费分级</li> <li>● 提供物美价廉的商品</li> <li>● 优化服务</li> <li>● 问题商品处置</li> <li>● 安全购物</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 开设新型业态</li> <li>● 线上线下融合</li> <li>● 提升线上线下全渠道服务能力</li> <li>● 定期投放特价商品</li> <li>● 各门店专设客服中心</li> <li>● 积分兑换</li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>● 退换货服务</li> <li>● 问题商品召回预案</li> <li>● 消防设施</li> <li>● 通道及疏散预案λ投保公众责任险</li> </ul>
供应商	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 零供公平交易</li> <li>● 商品快速销售</li> <li>● 货款结算</li> <li>● 统一配送</li> <li>● 市场信息共享</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 主要负责人会见</li> <li>● 签订购销合同</li> <li>● 销售平台</li> <li>● 超短资金结算周期</li> <li>● 物流配送中心</li> <li>● 信息管理系统</li> </ul>
农民、农业生产型企业	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 解决农产品“卖难”</li> <li>● 货款结算</li> <li>● 农业技术支持</li> <li>● 资金扶持</li> <li>● 进城务工</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 开展农超对接</li> <li>● 现金采购</li> <li>● 组织专家下乡</li> <li>● 垫付资金</li> <li>● 免收各种通道费用</li> <li>● 吸纳农民就业</li> </ul>
员工	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 改善员工薪酬福利</li> <li>● 职业发展机会</li> <li>● 职业技能培训</li> <li>● 困难帮扶</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 全面实施“合伙人制度”</li> <li>● 完善薪酬体系及增长计划</li> <li>● 制定“管理型”、“技术型”提升路线</li> <li>● 开展校企合作</li> <li>● 员工重病互助资金</li> <li>● 困难职工资助</li> </ul>
新闻媒体	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 舆论监督</li> <li>● 公司发展新情况</li> <li>● 公众关注的消费热点</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 接受记者采访</li> <li>● 组织新闻发布会</li> <li>● 传递重大促销活动信息</li> <li>● 主动收集有关舆情信息</li> </ul>

特困户、青少年	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 寻求基本生活保障</li> <li>● 求学</li> <li>● 受灾救助</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 慈善超市</li> <li>● 开展助学支教行动</li> <li>● 参与救灾行动</li> </ul>
---------	--	--

## 3 产品和服务

### 3.1 食品安全

2023年，永辉超市以“为用户提供安全、健康、高性价比的食品”为使命，公司积极协同监管部门推进“两个责任”中——食品安全管理体系在企业经营端的“经营主体责任”落实工作，积极响应国家法规法规的更新解读，及时完善公司食品安全管理制度，建立公司数字化体系“永辉食品安全云网”，拉通线上线下全渠道经营主体，推进全链路环节的布点管控机制，搭建全品类食品安全预警模型系统，不断降低公司经营过程中的食品安全风险，为用户提供安全、健康、高性价比的食品。

#### 3.1.1 体系和制度建设完善

2023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、流程操作，修订公司食品安全管理制度、流程 24 项：

报告期内公司积极参与食品安全社会治理和监管法律法规的建言完善：

2 月，接待四川省人大法工委、省市场监管局到门店交流永辉超市“永辉食安云网”建设及食品安全追溯体系的建设历程；

3 月，参加 CCFA 连锁经营协会-农产品可持续发展论坛，并发表永辉超市在农产品可持续发展的经验；

5 月，受邀参加国家市场监督管理总局《食用农产品市场销售质量安全监督管理办法》的法规修订，并建言完善经营主体“索证索票、进货查验”的具体可操作标准；

6 月，受邀参加 GLOB,GAP 全球良好农业规范 研讨论坛，发表主题演讲；协同福建省市场局，在全省九地市永辉门店开展“一品一码”食品安全进商超活动；

9 月，受邀福建省市场局全省监管系统干部培训主讲《食品销售企业食品安全管理合法合规体系要求》。



### **3.1.2 食品质量安全管理**

#### **3.1.2.1 供应链食品安全管控**

2023年，公司继续推进供应链源头的食安风险与质量提升治理体系，多举措深入改善提升；在食安风险方面，通过食安云网大数据系统的协同，进行食安风险的“预警识别、分析研判、管控追踪”三步机制管理，在源头产地、工厂端打磨风险控制体系的前置“埋点”，监控“触发”机制，跟进“控制”措施，追踪“改善”质量，同时持续推进五项举措：

一是生鲜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；

二是继续推进多形式的供应商质量审核验厂评估机制；

三是落实进货查验机制的完善，做好“索证索票”工作；

四是供应商风险分级管理，对中、高风险供应商及商品执行闭环追踪管理；

五是外部协力，同 SGS、中检等国内外食品安全机构深入合作，从供应商验厂审核、商品检测验证开展全方位协作，提升食品安全治理水平。

#### **3.1.2.2 门店端食品安全管理**

2023年，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，推进门店管理多样化：

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》；

二是定期开展食品安全专业课程的培训宣导计划，通过“全员食安计划”增强员工食品安全风险的专业知识和能力；

三是总部平台食品安全部门“自检自查”与“飞行检查”多级风险排查机制并行，主动消除食品安全风险隐患。

四是推进“节假日食安专项”、“3.15 食安专项”、“夏秋季食安专项”、“生鲜灯”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。

#### **3.1.2.3 建立健全自有品牌品控管理体系**

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，继续健全自有品牌品控体系：

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。

#### **3.1.2.4 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明确的要求。

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。

#### **3.1.3 食品安全云网与可追溯体系**

##### **3.1.3.1 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。

### **3.1.3.2 食品安全云网建设**

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 110 万批次，“农产品达标合格证追溯系统”稳定运行，食品安全云网小程序赋能门店数字化保质期排查记录、冷链商品排查记录相关工作，大幅减少人工操作，提升门店管理效率。

### **3.1.4 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。

## 3.2 保障消费者权益

### 3.2.1 永辉消费者权益理念

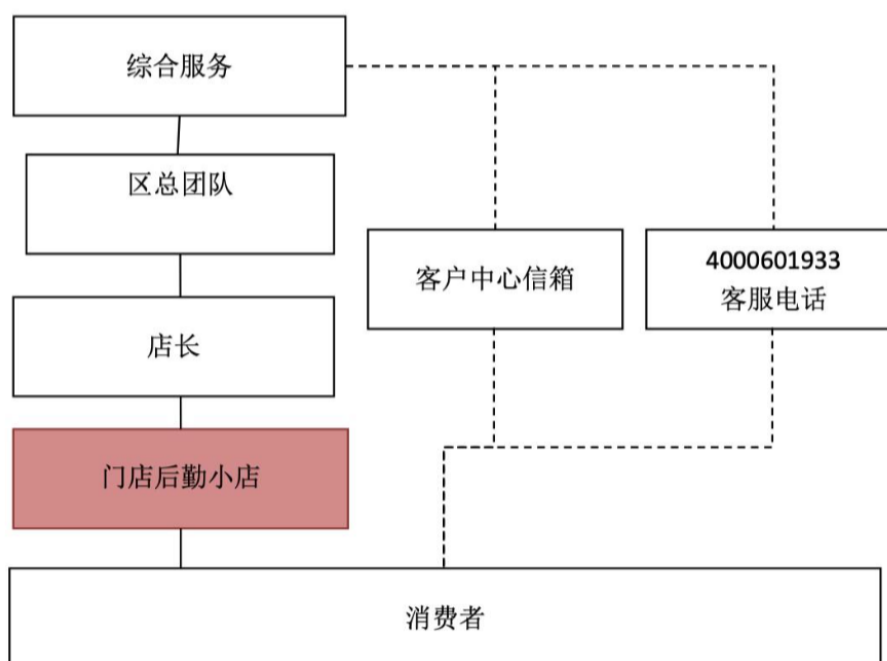
“顾客是永辉生意的主顾，是永辉门店在社区的邻居，是永辉超市的朋友，是永辉发展的伙伴，是永辉事业的支持者”，永辉超市一直倡导员工以“阳光、微笑、感恩”的信念服务顾客：

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。

### 3.2.2 消费者关系管理体系



### 3.2.3 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。

### 3.2.3.1 基础服务保障

2023年，客服中心紧紧围绕顾客需求，以提高顾客满意度为目标，不断优化服务流程，完善服务制度，提高服务质量。通过开展各类培训，提升客服人员业务水平和沟通能力，确保顾客享受到高效、专业的服务。其次通过内部交流、外部引进等途径，不断提升团队整体素质，为客服工作提供了有力保障。对比下半年，客服中心服务满意度保持在97.5%以上水平，售后审核时效提升4分钟，顾客复购率增长2.7%。

### 3.2.3.2 到家服务体验保障

#### (1) 抖音服务

为保障用户体验，帮助公司建立长期的顾客关系，实现抖音业务增量及可持续的发展，客服中心通过快节奏搭建模式，在10天内完成抖音团购人员招聘及培训工作；在20天内完成抖音小时达人员招聘及培训工作。通过从0到1建设抖音售后审核服务流程、梳理飞鸽在线处理流程等近80项服务标准，为抖音顾客提供高效、专业的售后服务体验。在销售方面抖音询单转化率提升至51.84%，询单后72小时销

售转化额 20.59 万元；服务方面整体客诉率下降 8.85%，售后客诉率下降 1.93%，团购购好评率上升 0.72%，团购满意度上升 53.48%。

### 3.2.3.3 门店服务体验保障

#### (1) 快递服务

为了满足顾客“到店购好物，商品随心寄”的服务诉求，提升顾客到店购物体验，客服侧依据服务特色择选 2 家行业领头快递供应商（顺丰&京东）入驻永辉，在永辉每一家线下门店服务台铺设快递邮寄点，顾客到店购物，可以在门店服务台寄件并享受专属寄件优惠，让购物省心、省钱更省力。也让他们在与家人分离的生活中，抽出时间去关爱家人成为可能。这份对商品的“满意”和对家人的“心意”，通过永辉超市+快递服务这座桥梁，得以在千里之外传递。1 月初上线累计快递单量 10,025 单，带动门店销售 211 万元。

#### (2) 客户投诉整改

在客诉方面，涉及门店工作人员服务态度的投诉，通过建设“服务整改通知单”，转换对员工的投诉为对门店店长的投诉，充分引起店长等区域管理的重视。通过公司 400 客服、门店、省区客服、平台客服 4 方联动对“服务整改通知”单共同监管，环比 1-3 季度平均服务投诉量下降 24%，同比 1 月，服务类投诉量下降 4.8%。

#### (3) 线下优先赔付

线下赔付系统上线，规避了资金风险，顾客赔付类业务处理时长由 15 分钟/单，下降至 10 分钟/单，效率提升 33%、通过赔付系统的标签归因，各省区可准确的分析线下赔付的场景及原因，便于门店优化线下服务场景，减少客户投诉。

### 3.2.4 提升消费者体验

2023 年，公司先后对外公布阳光供应链准则及门店调优策略，即围绕“商品、场景、服务”升级的核心逻辑，保留共性的同时根据不同区域特色采取“一店一议”的定制化改造，让门店更有体验感，氛围感和烟火气。

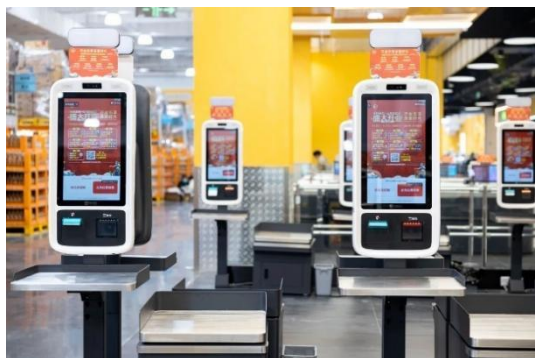
**因地制宜，一店一议，打造当地特色。**在商品力提升环节中，公司通过自建加工仓等方式，提高了生鲜标品的占比，依靠产地直采及长短半径结合的采购模式，为小店引入了更多符合本地消费者偏好的特色区域生鲜、活鲜产品。

以更加年轻化、数字化方式传递品牌形象。公司秉持“更高标准、更人性化、更具体验感”的宗旨，对门店场景进行改造升级，通过增加“烟火气”的烘焙区、加工食品区做到“开门见鲜”，充分调动消费者“视觉、嗅觉、味觉”的感官体验。基于强大的全球供应链能力，同时也打破了“精致感”对商品价格的束缚，提供性价比远高于市场上的同类明星产品，如榴莲千层蛋糕、鲜花饼、法风酥塔等。



公司以更高标准的服务能力、更细节的服务内容，更全面的服务硬件，助推门店在“场景、商品及服务”方面的全方位升级。在新型调优门店中，各类商品的试吃随处可见；生鲜、活鲜产品的精加工、加工食品、海鲜免费烹饪、水果礼盒包装等服务，打破传统商超单一的卖场功能，进一步增加线下消费场景中人与人的情感

链接。在门店中融入智能结算购物车以及顾客休息区、饮水区、充电站等便民服务区，让线下购物场景回归最质朴的“人情味”。



### 3.2.5 特殊人群服务

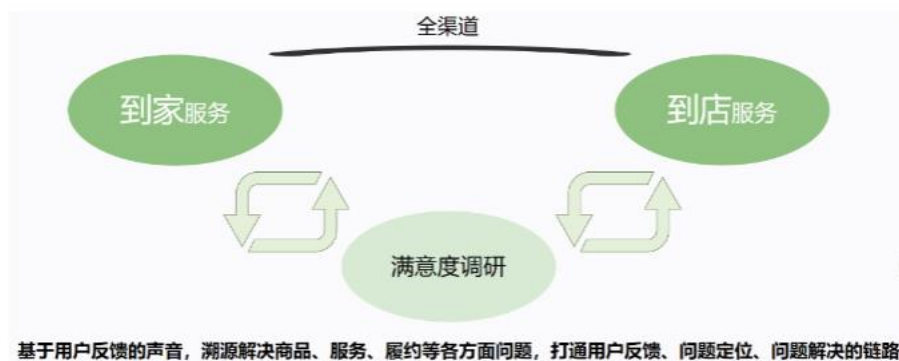
永辉超市关注每一位消费者的体验，为方便特殊人群（残疾人、老年人、孕妇等）购物开展了相关措施：





### 3.2.6 客户满意度调查

2023年，以满意度调研为索引，以切实提升顾客在永辉全渠道购物体验为目标，通过月度满意度调研与体验下探，深入下钻顾客痛点背后的业务根因，构建问题发现、同步拉通、落地检验的自闭环链路，打造永辉购物的极致体验，提升客户到家和到店满意度。



## 4 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。

## **4.1 绿色产业链**

### **4.1.1 供应链优化与管理提升**

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：

### 供应链优化与效率提升

- 通过预约收货模式、生产端到销售端的带托一贯化作业模式、从农产品生产基地到物流到销售端“不倒筐”模式以及“周转箱+托盘”的联接单元包装和无包装模式，永辉物流能够更有效地管理货物流动，准时交货率提高**15%**，库存周转天数缩短至**40天**以内。减少了物流环节中的资源浪费和能源消耗，有助于降低碳排放，可以配合政府做好重点民生物资的储备，在保供稳价、应急救援等行动中发挥企业强大的积极保障作用。

### 自动化物流系统应用：

- 引入AGV机器人和自动分拣线等自动化设备，料箱机器人+输送线+电子标签输送线拣选系统+智能系统多设备对接，实现出入库、补货、盘点、发货全流程自动化，设备随业务体量增加而调整，多作业环节设备资源临时灵活调用，提高作业效率，从而减少了过程资源的消耗和浪费。
- AGV机器人采用智能自主充电系统，实现**24小时**无间断运行，而且采用了大容量电池，减少了能源消耗，也减少了电池更换频率带来的环境压力。

### 空间利用率提升：

- 采用高效的货架设计和灵活的设备调整，**4.8m**搁板货架，同比人工**2.3m**货架和**KIVA2.4m**货架，存储空间利用率提升**2倍**。大大提高了存储空间利用率，减少了占地面积，有利于保护自然环境。

### 供应商激励与奖惩机制

- 建立运输承运商绩效考核模型和供应商劳工奖惩机制，鼓励供应商和员工遵守规范，提高服务质量，同时对不合规行为进行惩罚，有利于维护供应链秩序和社会公平。

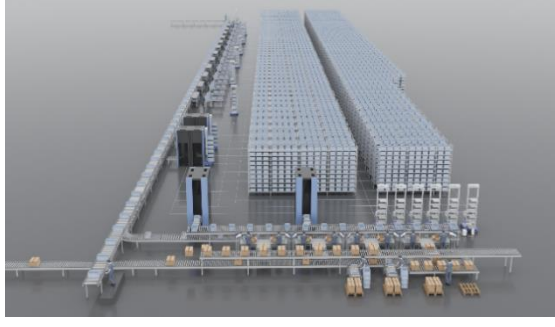
### 员工培训与安全保障

- 建立供应商劳工管理制度，定期培训和规范操作流程，有助于提高员工的安全意识和操作技能，保障员工健康与安全。

### 员工福利与奖励

- 劳工供应商可享受物流园员工福利，通过考核机制和评分制度，为员工提供奖金和奖项，增强员工的归属感和激励，促进员工积极性，提高员工生活质量。

AGV 机器人料箱示图：



#### 4.1.2 推广新能源汽车

绿色发展理念的回归，也对城市交通行为参与各方的节能减排提出了更高的要求，永辉超市也积极推进供应链绿色发展，推广新能源汽车。

(1) 推广清洁高效的交通装备。优化交通装备结构，推广应用新能源和清洁能源，完善加气供电配套设施，提高交通运输装备生产效率和整体能效水平。

(2) 推进新能源和清洁能源应用。运输车辆目前新能源车辆已在陕西、重庆、四川等地区。

#### 4.1.3 绿色能源管理

截止 2023 年 12 月，永辉超市冷链物流累计自建的冷库面积达 60,450 平方米，满足供应链发展需求，提升冷藏、冷冻、保鲜商品存储占比，对于冷库工程从单温层改造为多温层的运作模式，可提高冷库利用率；冷库的扩建有助于集约模式的发展，加速推进实现端到端的全程冷链，从供应端到零售端，不仅从配送中心实现温度管控，拉通上游、下游冷链存储温控的标准。在冷链物流的配套建设及运营管理上，我们采取一些新的措施，实行了一些新的管理方式，不仅进一步强化了规范化的管理，而且在节能减排与降耗方面取得了一定的成效。

第一，在制冷设备的规划选型上，优选“变频式”制冷机组，通常可节能降耗 8%左右；

第二，在冷库库体围护与保温方面，注重优选库体板材，确保提升保温效果。国内一线品牌，其保温厚度均不低 20 厘米。

第三，倡导实行“波谷多用电，波峰少用电”的管理模式。以四川物流为例，波峰电价为0.84元/度；波谷电价为0.28元/度。通过实行合理调控，增加错峰用电量，月均节电达三万多元，节能降耗的效果明显。

第四，全面加强了作业技能培训，进一步落实了节能降耗管理责任制；运用了系统监控方式，对库门开启次数、时长，机组运行耗能状态等进行跟踪统计。

第五，充分利用制冷机组的余热资源，为员工尝试性增建了棉衣类工服及棉鞋的烘烤间。

#### 4.1.4 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。

##### 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、寿命短和普通日光灯。

##### 空调系统

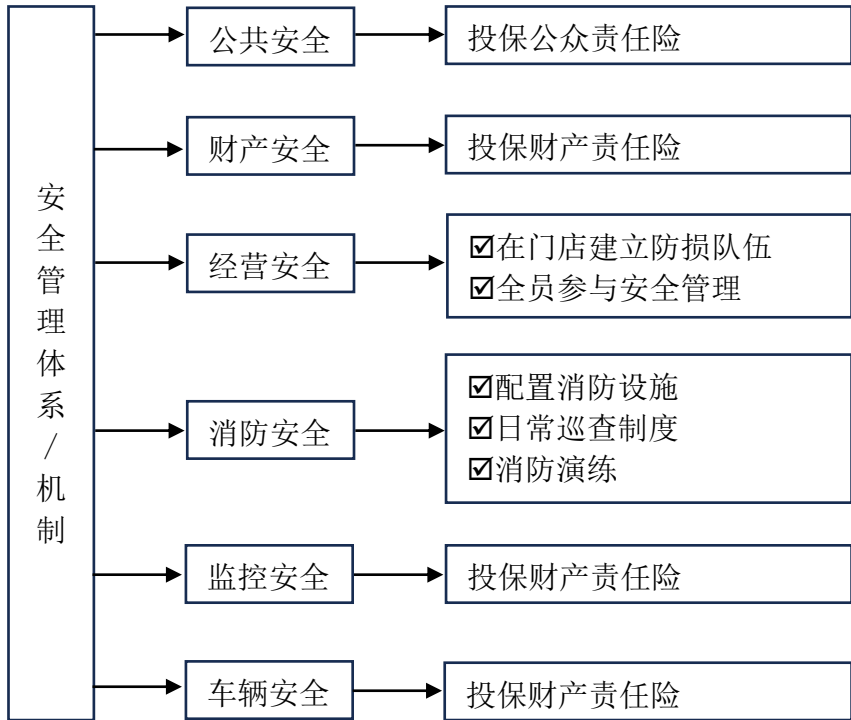
- 永辉超市办公场所空调推广采用“节能产品惠民工程”的高效节能产品，能源效率等级为1级或2级。

## 4.2 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。

- 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。

#### 4.2.1 安全管理体系



#### 4.2.2 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"> <li>● 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</li> </ul>
布置设计	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 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</li> <li>● 货架的设计及选择满足食用安全，如干货桶安装亚克力盖</li> <li>● 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</li> <li>● 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</li> <li>● 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</li> <li>● 保证天花吊架规范施工，充足间距的吊筋</li> <li>● 超市靠墙货架安装时进行稳固处理，防止货架反例</li> </ul>
门店运营	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 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</li> <li>● 检查海鲜池后场设备安全的漏电风险</li> <li>● 拉货斜坡通道坡度调整，防止货物滑落</li> <li>● 电梯前地面垫高，防止水倒流进基坑，影响电梯安全</li> <li>● 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</li> </ul>

此外，公司定期组织各分、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。

## 5 合作共赢

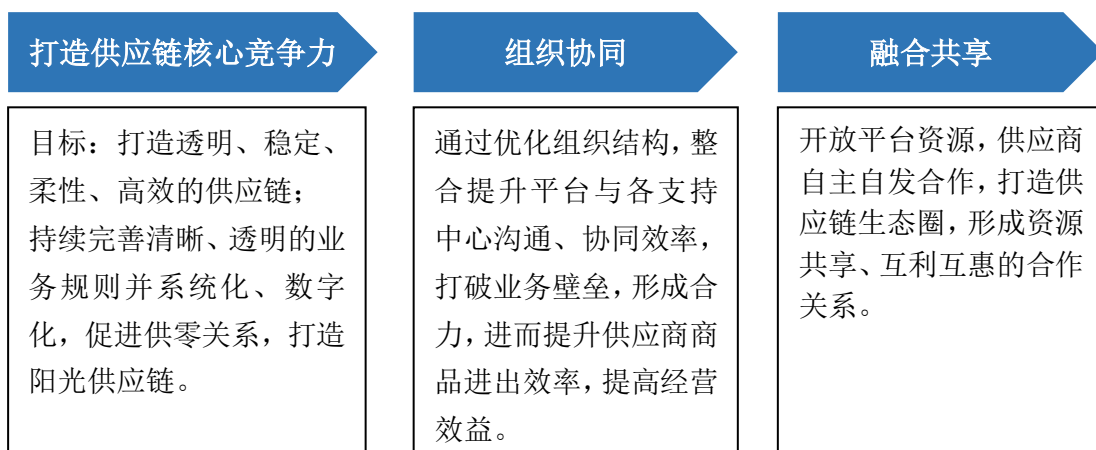
2023年，永辉超市在供零合作中，坚守“融合共享、成于至善”的核心价值观。在经营实践中，我们积极与供应商建立长期稳定的合作关系，通过深入沟通和紧密协作，共同推动产品迭代和服务的优化升级。永辉超市与供应商深度融合、资源共享和相互提升完善的合作模式，使得双方形成紧密的命运共同体。

### 5.1 供应商管理

#### 5.1.1 供应链管理原则

永辉超市供应链采用平台化集中管理模式，确保供应链的顺畅和高效。通过集中管理，可以统一调度资源，优化供应链流程，降低运营成本。同时，平台化管理也有助于加强信息共享和沟通协作，提高供应链的响应速度和灵活性。在集中管理的基础上，永辉超市还采用分布式管理架构，将采购权下放到省区供应链团队。分布式管理让供应链管理更加贴近市场需求，能够快速响应市场变化。同时，分布式管理也有助于激发团队的积极性和创新能力，提升整个供应链的竞争力。

永辉超市注重与供应商之间的深度合作和资源共享，从协同、执行、监督、系统在线等各方面规范供应链系统化、体系化的运作，确保供应链的稳定性和可持续性。制定如下供应链管理原则：





### 5.1.2 供应链管理体系

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。

2023 年，随着市场经济的发展和消费环境的变化，永辉超市供应链管理体系是一个高效、协同且持续优化的系统，旨在提升商品品质、降低供零成本并提高运营效率。首先，永辉超市与供应商建立了长期稳定的合作关系，通过直接采购模式，减少了中间环节，降低了成本。同时，供应商根据永辉超市的需求进行定制化生产，提高了供应链的响应速度和灵活性。这种合作模式确保了商品的质量和供应的稳定性。其次，永辉超市注重供应链的精细化管理。通过引入先进的数据化管理系统，实现了对库存、销售和供应链信息的实时监测。这使得永辉超市能够准确预测市场需求，及时调整采购和库存策略，降低了库存积压和商品损耗的风险。

### 5.1.3 供应商考核

永辉超市对供应商的考核是一个严谨且全面的过程，旨在确保供应商能够提供高质量、符合需求的产品和服务，同时维护供应链的稳定性和高效性。主要包括以下方面：

（1）产品质量与安全：永辉超市严格检查供应商提供的产品质量，确保符合相关标准和规定。对于食品类供应商，特别关注食品安全问题，要求供应商遵守食品安全法规，确保产品无安全隐患。

（2）交货履约能力：考核供应商是否能按时交货，以及其在合同履行过程中的表现。这包括交货准时率、订单完成率等指标，以评估供应商的可靠性和稳定性。

（3）价格与成本：永辉超市会综合考虑供应商的产品价格、成本结构以及市场竞争情况，以确保采购成本的合理性。同时，也会关注供应商是否有降低成本、提高效率的潜力。

(4) 服务与支持：评估供应商在售后服务、技术支持、退换货处理等方面的表现。良好的服务与支持能够提升客户满意度，也是永辉超市选择供应商的重要考量因素。

(5) 合规性与信誉：供应商必须遵守相关法律法规和商业道德规范，不得存在违法违规行为。同时，永辉超市也会关注供应商的信誉度和市场口碑，以确保供应链的长期稳定发展。

在考核过程中，永辉超市采用多种方法，如定期评估、现场审核、样品检测等，以确保评估结果的客观性和准确性。此外，永辉超市还会与供应商建立沟通机制，及时反馈评估结果和改进意见，以促进供应商的持续改进和提升。

此外，公司运用数字化工具，设立了供应商评级管理、供应商绩效改进、供应商末端淘汰。按月度生成评估结果，评估结果除了与绩效挂钩外，还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，运用数字化工具，客观、高效、可追溯的管理体系进行管理。

## 5.2 责任采购

### 5.2.1 供应链建设目标

2023年，公司持续打造透明、稳定、柔性、高效的供应链建设目标：

- **透明**：运用科技的数字化体系，开放永辉供应链平台，吸引更具优势、更具高效、产品质量更好的供应商进驻，让性价比更高、品质更好产品都到永辉的消费者手上；运用科学客观的数字化评估体系，通过业绩等数据表现来评估供应商的优胜劣汰；运用后台机制，每个供应商都能够找到对应的采购负责人，对供应商从未合作到深入合作全链路服务和跟踪并通过系统公开透明；
- **稳定**：通过科学、合理的数字化的考核、评估体系，帮助供应商发现其经营短板，协同资源帮助供应商成长，促进与全国各地供应商建立长期稳定的供应链支撑体系；
- **柔性**：在打造集中供应链平台的同时，将地方性的产品、供应商也纳入资源池，建立全国性商品和地方性商品相结合的柔性供应链；加快源头供应

链全国垂直整合，省区供应链优势互补实现供应链依品类分层经营，提高供应链的柔性和效率；

- **高效：**从经营店群的精细化管理，到商品结构的优化调整，再到供应商进出效率的提升等一些列系统化管理，提高商品进出效率，盘活供应链效率，让整体供应链体系更高效运行。

### 5.2.2 公平交易的理念及制度保障

永辉超市秉承并维护供零公平交易的理念，致力于构建阳光供应链。为了保障公平交易的实现，永辉超市制定了一系列制度措施。

在供应商选择方面，永辉超市坚持公开、公平、公正的原则。通过开放的供应商注册报名平台，确保供应商都可以进入采购意向洽谈合作。永辉超市还建立了严格的供应商评价体系，对供应商的商品质量、订单履约、服务支持等方面进行综合评价，以确保选择到优质的供应商。

永辉超市还注重合同履行和纠纷处理。在与供应商签订合同时，明确双方的权利和义务，确保合同条款的公平性和合法性。在合同履行过程中，如发生纠纷或争议，永辉超市会积极与供应商进行沟通和协商，寻求合理的解决方案，维护双方的合法权益。

为了保障公平交易的实现，公司还加强了内部管理和监督。通过建立完善的内部控制体系，规范员工行为，防止内部腐败和权力滥用，对供应链管理和采购过程进行全程监督，确保公平交易理念的贯彻落实。

公司通过制定公平交易的理念和制度保障措施，努力构建一个公正、透明、互利的商业环境。不仅有助于维护供应商和消费者的权益，也促进了企业的健康发展和市场竞争的良性循环。

## 6 雇佣管理

在员工培训与成长方面，公司秉承“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，2023 年公司

主要围绕组织调优、降本增效、提升线上线下全渠道经营能力，强化组织、人才、机制和文化建设。

## 6.1 雇佣概况

### 6.1.1 组织效能提升

应对公司内外部环境的变化，提升组织效能仍然是组织的核心目标之一，同步围绕战略目标达成，强化相关能力建设。

（1）组织架构持续调优：随着外部客户需求的变化和增加，根据公司制定的战略，通过科学的赋能调优业务流程、工具及机制，打破业务壁垒，持续优化组织结构的设计与岗位配置，进行省区及部门合并，精简编制：

①组建客服与运营支持部：为进一步建立健全公司内控、客服、食品安全管理体系，完善全国运营标准，助力构建合伙人机制及公平经营环境，将客服、内控、食品安全部整合为客服与运营支持部；

②组建筹建支持部：立足实际业务需求，提升组织效能，通过充分发挥筹划、工程、物配的资源综合效益实现降本增效与增强组织活力，提升业务的系统性控制与风险把控，将筹划、工程、物配整合为筹建支持部；

③精简科技部：科技部门店侧为了精简组织、融合降本，减少部门墙和重复建设，上半年拆分质量部、整合产品端、整顿二部等，将科技 11 个部门精简至 6 个，科技二级小组由 76 个整并到 55 个，下半年整合数据部门，进一步将科技二级小组精简至 48 个，实现科技资源统一调度、复用；

④其他整合调优：招商部与行政部合并为招商与行政部，品类管理部合并至商业分析部；

⑤省区合并：随平台能力构建与部门精简进程，对现有省区配置进行合并精简，由 20 个省区调整为 16 个省区管理，进一步精简提效。

（2）组织能力建设：应对客户需求变化，为提升商品力与服务力，进行系列组

织建设工作。

①商品力提升：2023年进一步强化生鲜直采能力、标品能力减少，全国12个省区新增34个市场采购组，11个省区新增28个属地采购组，全面深入市场、码头、田间地头采购优质有性价比的生鲜商品；同步2023年完成10个标品加工厂建设，全面覆盖主力省区需求；

②服务力提升：组建线下服务小组，完成《2023年门店顾客服务标准》、《2023年门店促销员服务六标准及演练模板》及门店服务《问答手册》等门店服务标准及教材的梳理发布，线上点击学习超600万次，线下完成各省区的培训，实现培训及信息全面覆盖；2023年启动神秘顾客项目，每月进行抽检，完成检核825店次，其中标杆店336店次，其余门店489店次。

### 6.1.2 人才吸引

2023年，公司聚焦人才痛点，以数字化人力产品为抓手，大力选拔培养青年干部，全面提升干部队伍能力，提升人才质量。获评2023中国人才管理文化典范奖。

2023年招聘大学生3,542人；召开1933零食精英集训开营10期，覆盖全国各省区及平台部门，满足后备力量储备需求。2023年，省区与门店门店员工的平均年龄39.1岁，组织架构逐步年轻化。

### 6.1.3 人才盘点

2023年，公司落地人才盘点方案，全面诊断洞察人才现状，匹配业务需求，储备年轻优秀干部，为未来做准备，共计覆盖店长及以上，高级经理及以上人员共计2076人次；并就盘点结果开展沟通反馈、人才个人发展规划、调岗调薪应用、盘点结果跟踪管理等结果应用措施，为后续人才任用、晋升、发展、激励等人才管理活动提供人事决策依据。同时完成省区关键岗位梳理及复核，累计覆盖260人，其中省总18人，线上36人，省区生鲜+食用72人，其余岗位134人，并对其中181名前端业务岗位的干部完成过往突出案例、优劣势、工作风格、任职意愿等维度的情况考察，梳理推荐省区总、副总梯队人选约10人，为业务发展提供人才保障。

## 员工构成情况

公司员工数量（人）	
母公司在职员工的数量	6,060
主要子公司在职员工的数量	92,453
在职员工的数量合计	98,513
母公司及主要子公司需承担费用的离退休职工人数	2,666

### 6.1.4 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。

公司严格遵守《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。

## 6.2 发展与培训

### 6.2.1 完善干部选拔任用机制

构建针对性的干部管理体系，有效激励干部、激活干部，设计开发干部履新产品，对干部跟踪赋能，帮扶其全面转身，适应、胜任岗位；启动离职干部管理动作，强化雇主品牌建设，激活人才“后备军”。

（1）干部履新机制：分为4个阶段，聚焦期望实现的关键目标，以终为始规划每个阶段的行动路径，明确干部、上级、人力3个角色在其中的关键分工，给予履新常见挑战的9大应对工具，并以1本履新手册的形式提供给新干部做转身指引，自10月开始落地实践以来，得到10余位总监级履新干部的一致好评；

（2）干部离任管理：盘点2012年至今的离职干部名单约1,495名，以此作为

离职干部管理的基础，协同科技打通短信发送链路，首次试点面向 2023 年 1-12 月期间主动离职及退休的 145 名干部发送元旦主管关怀短信，启动离职人才池第一步激活动作，后续将构思搭建离职人才与公司的双向互动桥梁，持续跟踪离职员工的动态，形成有力地后备人才。

## 6.2.2 员工培训

以客户满意、员工发展为宗旨，通过匹配业务发展的人才培养项目、持续完善的师资队伍建设和强粘性支撑培训落地的数字化平台建设，训战结合、精益运营，让人才在培训学习中锻炼和造就，全面助力企业实现新发展与新跨越。

(1) 在人才培养项目上，产品覆盖高、中、基层关键岗位。基层培训产品有大学生人才专项“1933 零售精英班”，夯实生鲜基础建设的“生鲜卖手创业营”、“生鲜经理训练营”，提升食用竞争力的“食用经理培训班”、支撑到家业务快速发展的“全国全仓仓长班”、“全国到家业务精英班”，培养永辉特种兵的“储备店长人才项目”，中层培训产品有“青年人才发展专项”、“全国区总训练营”、“领导力公开课”等项目。高层培训有“行业先进的管理理念引进”、“领导力提升公开课”、“友商新模式经营访学”等。2023 年，运营中的培训项目 15 个，全年累计开班 62 期，为各级岗位输送人才 2,283 人；其中门店侧培训项目 10 个，培训合伙人、小店长、经理、店长、区总级关键岗位人才累计 1,753 人，平台侧项目 5 个，培训关键岗位人才 504 人。

(2) 在师资发展上，线上+线下全面打造永辉讲师队伍。基于公司业务，开展公司内部讲师的培养、认证、激励等工作（平台+省区），23 年线下开展讲师认证 26 期，1,117 人取得讲师授课资格证书；线上新增 99 位讲师，在线分享知识经验。截止 23 年，永辉线上线下讲师共有 1,741 人，他们发挥着讲师在公司人才培养与发展上的核心作用，落地传帮带、教叫交企业文化。

(3) 在知云学习平台建设上，从课程内容开发-平台系统建设-学习落地运营三个方面。提升员工岗位知识技能，提升培训效率，降低培训成本，推进培训数字化管理。23 年在内容方面，全年上线课程 1153 门，其中，各部类专栏知识库 388 门（含外部引进 21 门），门店标准教材 408 门，物流标准教材 184 门，省区差异化课程 173 门；课程全年累计学习次数 6,403 万，学习时长 72.5 万小时，考试次数 1,391

万次；全年系统版本更新 10 次，上新门店标准教材系统、三方员工学习系统、读好书等 100+ 功能及体验调优；

（4）在培训基础建设上，23 年分层分级建设全国门店标准教材学习体系，统一培训语言，规范员工行为习惯。完成门店序列 9 条业务线、52 岗位、共计 408 门标准教材开发及学习落地。教材已匹配员工任职评估，每月省区新员工学习完成率达 98%，已趋于常态化；同步完成物流序列常温、定温两个业态，184 门教材、43 套技能检核表。23 年底完成各岗位初始化学习。

### 6.2.3 员工激励

结合公司战略目标，匹配相应的激励机制，全面设计门店组织激活计划，同步针对可量化的工作启动计件制，全面激活员工工作积极性，多劳多得。

（1）组织激活计划：通过三分法竞赛（体育精神锦标赛模式）激发前端个体潜能，让头腰部获得更多资源与荣誉，腰部比对·学习·进步，腿部重组。得分不断提升，门店标准自然提升。促进服务员工就业创业，一路培养·服务·陪伴成长，提供员工职位晋升通道，让员工真正实现职位改变，提升自我价值。三分法竞赛指标分为过程指标，目标结果两部分。同时公司更加注重过程标准，建立门店五色卡运营标准规则体系，聚焦行为与过程检核，评估团队员工努力度。全国统一运营标准，全国统一检核。通过五色卡检核聚焦顾客体验，守住食品安全底线，提升商品服务标准，落实数字化基础，提升经营环境。

（2）计件制推行：针对电商仓拣货、打包等岗位全面试行计件制工资，2023 年实现电商小店整体单均成本下降 4.2%，人事费用率下降 1.6%，人均收入上涨 3%；商品管理岗 2023 年 7 月起在福州试点计件制工资，通过半年的试运行，试点仓实现单价成本下降 8%，人事费用率下降 4%，人均收入增长 22%，人均服务单列上涨 37%。计件制的推行实施促使员工通过多劳多得，提升员工工作积极性。

### 6.2.4 绩效管理

2023 年，公司完成 18 个省区重点岗位 100 余个绩效指标的绩效词典更新，实现组织绩效目标的逐级落地；全面推进 PBC 绩效管理，将 16 个省区区域管理本部



员工 600 余人纳入 PBC 绩效管理中，单周期考评 4000 余人次进一步强化绩效管理意识；持续推进绩效管理系统优化，完成系统界面功能三大优化，不断提升用户体验；开展匿名抽样调研问卷完成管理干部及普通员工的意见征集（有效问卷 270 余份），在 PBC 全流程的知晓、落地执行、沟通反馈及结果认可等方面反馈情况均为 90%以上，为接下来 PBC 绩效管理提供改进方向和建议反馈，不断提升 PBC 绩效管理水平。

## 6.3 企业文化管理

2023 年，公司着力在文化管理运营方面加大资源投入，文化方面以价值观为导向更好的推动员工行为习惯的落地，通过沟通，激励，分享，造势，不断推动与激活组织向前，面向员工成长需求，我们寻求关键发力点并实践了诸多文化项目与产品的落实，为全面适用的永辉文化体系化运营奠定必要基础。

（1）理念规范：明确从理念到行为主张的具体标准，通过三个月的资料回顾，沟通讨论与观察等方式，传承历史精华，兼顾未来客户期待，围绕“以客户为中心与文化八词”，融合了永辉人对客户，对伙伴，对责任，对标准，对变化的价值主张，从 0-1 输出了《永辉员工行为规范 1.0》，明确了作为优秀永辉“同道人”的言行举止画像。

（2）恢复技能大赛：为了传承公司文化，挖掘永辉匠人，更好的为客户服务，搭建员工风采展示的舞台，形成“比、学、赶、超”的文化氛围，公司于 2023 年恢复技能大赛，大赛从 2023 年 4 月启动，经过覆盖 18 个省 2 万名技能岗员工的海选训练，于 9 月 20 日在福州举办“能出众 服务出彩”2023 年度全国技能大赛总决赛，全国决赛共 19 支队伍 242 名参与 14 个项目的角逐；1.5 万余人员通过抖音观看全程直播；10 月启动冠军访学之旅，11 月输出冠军手册，12 月上线冠军技能课堂助力 3015。技能大赛实现了一场匠人的盛宴，展示了企业的精神风貌和匠人精神，鼓励优秀的同时实现冠军技能与经验的萃取、分享、复制，助力一线业务技能提升，激发广大员工的工作热情，传播公司的价值观和理念，为企业的发展营造了良好的文化氛围。

（3）完善文化产品建设，助力文化传承与企业氛围打造。

①周年礼：感恩长期贡献的 10 年&20 年，触动成长故事，推动全国颁奖表彰落地，激活零售新能量；

②员工心声：围绕组织沟通的开放，建立完整的员工心声沟通机制，收纳共 600 余条建议与意见，跟进问题关闭及合理化建议的采纳，形成员工对于员工心声产品的认知心智，营造开放创新的文化土壤；

③员工关爱：固化 4.28 食堂服务日，制定六个确保基层员工食堂侧关爱追踪落地；组织落地员工生日会，定期做好员工团建，提升凝聚力；

④专题活动：开展“凝心聚力，共克时艰”系列宣贯、贺年、女神节、端午节、中秋节、1024 程序员节、“她力量”赋能职业素养、世界读书日活动、“红领巾”权益日、3015 专题案例播报等系列专题活动营造良好的企业氛围，传播正能量。

## 7 社会发展

2023 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。2023 年，公司为社会提供超超 13 万个就业岗位（含促销员），其中农村户口占比约 61.6%，为促进农民就业增收，助力乡村振兴贡献力量；同时为 942 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 1,297 名残疾人提供就业机会；为 94,554 名女性员工提供就业机会。公司将持续关注农村群体就业、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。

### 7.1 保供稳价

2023年，永辉超市作为国内零售龙头企业，多次启动保供稳价预案，为“保供、稳物价”做出贡献。面对特殊情况下的物资缺口，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，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，保障全渠道正常经营。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；对内，我们加强供应各链条的生鲜产品检测与日常检测工作，确保员工、顾客的安全与健康。

2023年，“杜苏芮”台风期间福建全省 1.3 万名员工全员参战抗御台风、保供稳价。公司全盘统筹民生物资的调集，以满足永辉福建省各地店仓的供给。台风“海葵”福建暴雨期间，公司第一时间对各区域门店受灾情况作出统计，对供应链保供商品、物流配送、线上运营、员工安全、门店后勤保障方面进行相关布署。同时，永辉根据暴雨实时情况，积极统筹门店和物流的物资调配，提前储备了牛奶、方便面等物资，保证民生商品备货量达平日的 1.5 倍，确保门店、线上仓储能够获得所需的商品和物资，保持价格稳定。

## 7.2 乡村振兴

2023年是实现“十四五”规划目标任务的关键一年，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、贵州、广西、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，帮助福建沙县拌面、贵州杏鲍菇、广西荔枝、陕西大荔冬枣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。

以冬枣为例，2023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，通过产地直采合作商收购的模式，将大荔冬枣运送到永辉位于全国的销售网络。同时，永辉通过与当地果农签订收购协议，给出高于市场平均价的收购价格，带动了周边果农对冬枣的种植兴趣，扩大了种植规模，帮助当地农民增加收入，助力乡村振兴；5月，永辉超市与茅台集团在

贵州建立乡村振兴企业合作示范点，并与当地签订了杏鲍菇直采战略协议，打通直供采购通道，将杏鲍菇直供至永辉超市重庆区域超百家门店，截至年底，该项目采购金额超百万。

### **7.2.1 采取多种对接模式**

永辉超市 2001 年起开始搭建“乡村地区+超市门店”的商品销售直通车，目前永辉在售产品覆盖了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、南平亨通等农业企业。

### 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%）。

## 7.2.2 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。

#### ●开设绿色销售渠道

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

### 7.3 坚守岗位

龙年春节前夕，安徽、江苏、河南、湖北等地出现低温、冻雨、暴雪等极端天气，阻碍外地游子返乡步伐的同时，也给当地居民春节前的年货采购、日常的生活物资购买带来了较多不便。为了应对极端天气，永辉超市第一时间在物资、人员、配送服务等方面进行了积极调配，全力保障线下物资供应及线上配送服务，最大程度满足顾客的购物需求。

## 7.4 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、赈灾救难、尊老爱幼、绿色环保等公益活动。

2023年4月，在第54个世界地球日到来之际，永辉延续“绿色永辉、关爱地球，我们在行动”的主题，联合可口可乐、康师傅、宝洁、海天、三全、妙洁、林德曼等知名消费品品牌开展世界地球日营销活动。

2023年9月，永辉自有品牌田趣携手腾讯公益发布公益流行色——产地助农红，以田趣大米为模板，通过持续深耕源头供应链，从源头对订单农业、智慧农业的创新探索，为消费者提供了更高品质的民生口粮，助力端稳“中国饭碗”，该项目在东北建立的超15万亩的专属种植基地，每年可为当地近百人提供就业岗位，助力当地实现了超1.48亿元的年增收；同月，重庆市三汇镇永和村种植的130亩蜜本南瓜滞销，永辉超市本着“互帮互助、互利共赢”的原则，在了解农户蔬菜滞销情况及运输、销售难等情况后，及时与农户对接，在第一时间与永和村达成了100吨的南瓜采购意向，及时地帮当地农户解决了滞销难题。

2023年12月，甘肃省临夏州积石山保安族东乡族撒拉族自治县发生6.2级地震，永辉超市在了解灾情情况后，在第一时间启动应急救援预案，紧急调拨并组织物流车队运送大量饮用水、应急食品、御寒用品等应急物资，保障灾区群众的基本生活需求。

## 8 2023 年度荣誉和大事记

### 8.1 2023 年度荣誉榜

2月

永辉超市荣获 BOSS 直聘“王者之舟·最爱人才雇主奖”

永辉超市荣获“2022年广州市消费帮扶积极参与单位”称号

永辉超市荣获“2022年度重庆市就业创业成绩突出集体”称号

3月

永辉超市入选 2022 年中国新经济企业 500 强

永辉超市入选德勤 2023 年全球 250 强零售榜单，位列第 93 位

永辉超市入选上海市 2022 年食品安全“守信超市”、“放心肉菜示范超市”名单

永辉超市荣获“2022 年杭州市年度保供先进单位”称号

永辉超市荣获“2023 年杭州市‘菜篮子’重点商品保供企业”称号

永辉超市获评 2022 年度深圳市宝安区诚信经营企业

4 月

永辉超市获评 2023 年上海市松江区优秀商贸企业

5 月

永辉超市上榜 CCFA 2023 年网络零售 TOP100 榜单

永辉超市福建福新店荣获“全国工人先锋号”称号

永辉超市荣获河南省“知识产权示范商超”称号

6 月

永辉超市上榜 2022 年中国超市 TOP100 榜单，位列第二位

永辉超市上榜 2022 年中国连锁 TOP100 榜单，位列第四位

7 月

永辉超市荣获德勤“中国卓越管理公司”称号

永辉超市荣登 2023 年《财富》中国上市公司 500 强榜单

永辉超市荣登 Brand Finance 2023 中国品牌价值 500 强榜单

永辉超市荣登 2022 年中国商业零售 100 强榜单

永辉超市荣登 2022 年度深圳连锁经营 50 强企业榜单

8 月

永辉超市入选安徽省新站高新区放心消费示范单位

9 月

永辉超市入选 2023 年中国民营企业 500 强榜单

永辉超市入选 2023 年全国商贸物流重点联系企业名单

永辉超市获评南京市特殊食品经营优质规范店

10 月

永辉超市入选 2023 年重庆民营企业 100 强榜单

11 月

永辉超市入选 2023 广东连锁超市品牌力 TOP30 榜单



永辉超市入选 2023 年安徽民营企业服务业百强榜

永辉物流入选 2023 年安徽民营企业服务业百强榜

12 月

永辉超市荣获零售圈 2023 年度影响力超市品牌

永辉超市荣登 2023 年度球友喜爱上市公司 100 榜

永辉超市荣获 2023 EDGE 年度消费品牌数字化创新奖

永辉超市荣获抖音生活服务综合行业年度新势力品牌奖

永辉超市自有品牌荣获第七届 PLF 金星奖“卓越商品奖”、“卓越团队奖”、“优秀操盘手奖”

永辉超市荣登 2023 福建企业 100 强、福建服务业企业 100 强

永辉超市荣获“2023 广州市消费扶贫积极参与单位”称号

## 8.2 2023 年度大事记

1 月

永辉自研全链路零售数字化系统 YHDOS 已实现全国门店覆盖

永辉超市以“年货大街”为主题，在全渠道开展一年一度年货促销季

永辉超市自有品牌“辉妈到家”推出“年夜饭”版预制菜，加速品类布局

永辉超市迎兔年开门红，春节期间多个生鲜品类涨幅超 200%

2 月

永辉超市自有品牌推出首届“美好生活节”，倡导用品质“点亮”生活

3 月

永辉超市以“万千宠爱”为主题，联合金佰利、全棉时代、护舒宝等品牌开启全渠道大促

全国政协委员，永辉超市董事长张轩松表示：要为区域协调发展贡献民企力量

永辉超市自有品牌辉妈到家发布春季上新计划，打造多款网红单品

4 月

永辉超市联合 20 余品牌发起世界地球日活动，持续践行可持续发展理念

永辉以“数字永辉，智享生活”微主题，亮相第六届数字中国峰会

5 月

永辉超市首次对外解读阳光供应链准则，携手供应商实现“价值共生”

永辉超市推出 520 “以爱之名，回家吃饭”的感恩活动，回馈消费者  
永辉超市与秘鲁甘博仙公司签署全面深化战略合作协议，持续挖掘“全球好味道”  
永辉超市召开 2022 年年度股东大会，提出阳光供应链、全渠道、员工能力建设三个关键词

## 6 月

永辉超市自有品牌馋大狮举办夏季发布会，重磅发布两款新品  
永辉超市发布到家业务新进展，五大核心城市首批线上全仓改建已完成

## 7 月

永辉超市直采桂味荔枝上新，规范化采购标准带动农户增收增产  
永辉超市自有品牌“永辉农场”推出“福安葡萄”，助力乡村振兴

## 8 月

永辉超市海捕梭子蟹首日采购量超万斤，持续发挥源头直采优势  
永辉发布首批调优门店进展，部分焕新门店的二季度客流量环比增加了近 10%。

## 9 月

永辉超市 99 公益日发布“产地助农红”，助力“黑土地”年增收超 1.48 亿元  
永辉超市举办 2023 年全国技能大赛，重点提升基层员工的能力建设  
永辉超市积极参与福建防汛抗灾，确保民生物资供应充足、物价稳定，

## 10 月

永辉超市计划在全国门店内增设“正品折扣店”，提供高性价比商品  
永辉超市整合自有品牌供应链，推动“永辉农场”直采蜜柚销售额破千万

## 11 月

永辉超市加快推进西南地区物流中心仓建设，有望服务于全国供应链  
永辉超市自有品牌助力富平柿子产业发展，携手“柿子红了”推出“溏心冰柿”  
全国政协委员阎京华、戴东昌一行走访永辉超市

## 12 月

永辉超市发布年底十余家门店开业计划，强化“一店一议”精细化管理能力  
永辉超市积极参与甘肃抗震救灾，紧急调拨应急物资保障灾区民生需求  
永辉超市福州滨江金榕店全新升级，十余种免费服务增加商超“烟火气”  
永辉超市安徽旗舰店落户安徽合肥，以优质商品服务全城消费者

## 9 展望未来

2023年是新冠疫情防控结束的元年，中国零售业经历了前所未有的挑战与变革。在过去三年疫情的影响下，消费者的购物行为和习惯发生了巨大变化，国内市场经济逐步恢复，零售行业环境竞争恶劣，公司持续推进门店优化调整，关闭部分长期亏损门店，主动寻求战略转型升级，迎接零售新态势。2024年，公司将继续秉承“民生超市，百姓永辉”的初心，以创新为动力，通过不断提升供应链升级和数字化转型，全面加强线上线下融合，以更高效的运营管理为市民百姓提供更优质、高性价比、健康的商品。

**供应链升级和数字化转型：**永辉将继续致力于提升供应链的效率和可靠性，通过数字化技术和智能化管理手段，实现全流程的透明化和追溯性，确保商品的质量和安​​全。加强与供应商的合作，共同推动供应链的数字化和智能化升级。

**线上线下融合发展：**在2024年，永辉将进一步深化线上线下融合发展，通过提升“永辉生活”线上购物体验，创造更便捷、安全的购物环境。利用科技手段提高线上服务水平，为消费者提供更多个性化、精准的购物选择。

**社会责任深入践行：**永辉将持续提升企业社会责任水平，加强公司治理，推动ESG实践与公司战略发展的有机融合。在食品安全、环境保护、健康有机食品等方面，积极履行企业的社会责任，满足消费者对高品质、安全、健康产品的需求。

**企业人才高质量发展：**永辉将继续优化人才职级结构，打造高效的团队，为员工提供良好的职业发展环境。通过培训和激励机制，激发员工的各项潜力，使员工与企业共同成长。

**推动绿色可持续发展：**永辉将在环境保护方面进一步加大投入，推动绿色产品的研发和普及，减少塑料制品使用，践行循环经济理念。通过设备升级和能耗效率提升，减少温室气体排放，积极履行企业环保责任。

**深化供应链管理：**充分挖掘供应链源头能力，加强产地源头管理，保障产品质量。在供应链的环保和劳工管理方面与供应商共同努力，实现共赢发展。

2024年，永辉将进一步发挥其在零售行业龙头企业的榜样作用，为社会、消费者、员工以及股东创造更多的价值，为全面推进乡村振兴和构建现代化经济体系贡献更大力量。