

民生超市 百姓永辉

2011年度社会责任报告

履行社会责任 共促持续发展



 永辉超市股份有限公司
YONGHUI SUPERSTORES CO., LTD.

重要提示

本公司及董事会全体成员保证信息披露的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

目录

报告前言 (P)

报告规范.....	4
董事长致辞.....	5
企业简介.....	6
关键绩效表.....	8
荣誉表.....	9

责任管理 (G)

责任战略.....	10
责任治理.....	12
责任绩效.....	14
责任沟通.....	15

市场绩效 (M)

股东权益.....	18
消费者权益.....	20
供应商权益.....	25

社会绩效 (S)

政府责任.....	27
职工权益保护.....	31
安全生产.....	37
社区参与.....	39

环境绩效 (E)

环境管理.....	41
-----------	----

报告后记 (A)

未来展望.....	43
年度大事记.....	44
参考索引.....	45
读者意见反馈.....	47

P1 报告规范

- 报告时间范围** 本报告为永辉超市股份有限公司第二份社会责任报告，报告时间范围为 2011 年 1 月 1 日至 12 月 31 日，部分内容超出上述范围。
- 报告组织范围** 永辉超市股份有限公司及下属机构，为便于表达，在报告的表述中分别使用“永辉超市股份有限公司”、“永辉超市”、“我们”。
- 报告发布周期** 永辉超市股份有限公司 2011 年度社会责任报告为年度报告。
- 报告数据说明** 本报告所引用的 2011 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》及中国社会科学院《中国企业社会责任报告编写指南》(CASS-CSR 2.0)，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：吴乐峰、叶长青
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西二环中路 436 号
邮政编码：350002

P2 董事长致辞



2011 年是中国入世十周年，也是新永辉、新十年、新跨越的开局年，我们既为中国入世十年的繁荣发展倍感自豪，更为民族零售企业的伟大复兴砥砺前行。

2011 年永辉超市加快走向全国的发展步伐，新开业 49 家门店，在全国 16 个省市发展逾 300 家超市，合同面积超过 300 万平方米，经营面积超过 150 万平方米，实现年营业收入逾 177 亿元，归属于上市公司股东的净利润超 50% 增长；按照上市公司法律规章，加强公司治理及“三会”建设、规范信息披露；建立健全绩效考核、财务制度，有效采取节流、开源、增效

措施，努力为股东创造价值；坚持人才“引进”和“培育”并举，壮大经营管理团队；坚持直采，完善全国统采、区域地采、大供应商采购体系，整合优化供应链管理；打好民生战役，带头保供应、控物价、惠民生，取得政府认可、百姓满意；大力开展扶贫济困、抗旱救灾、助学支教、关爱职工等慈善活动，形成和谐社企关系。这一年取得优异的新成果，得益于各界人士关心支持，得益于供应商、地产商等合作伙伴的精诚协作，归功于全体员工的勤劳工作。在此，我向关心支持永辉超市的各界人士、合作伙伴致以衷心的感谢，向兢兢业业的干部职工致以亲切的慰问！

中国已成为世界最大的消费市场，为零售业创造了巨大的发展空间。虽然我国内外资零售企业之间、本土零售企业之间的竞争不断加剧，但对于永辉超市而言，机遇大于挑战。2012 年是承前启后、更进一步的重要一年，我们正紧紧抓住发展机遇，乘势而上，全力推进全国发展步伐，深耕细作重点战略区域，为实现“十二五”跨越发展而不懈努力奋斗！

陈永辉
二〇一二年三月

P3 基本情况

公司简介

永辉超市成立于 2001 年，十年创业，飞跃发展，是中国 500 强企业之一，是福建省、重庆市流通及农业产业化双龙头企业，被国家商务部列为“全国流通重点企业”、“双百市场工程”重点企业，荣获“中国驰名商标”，是上海主板上市企业（股票代码：601933）。

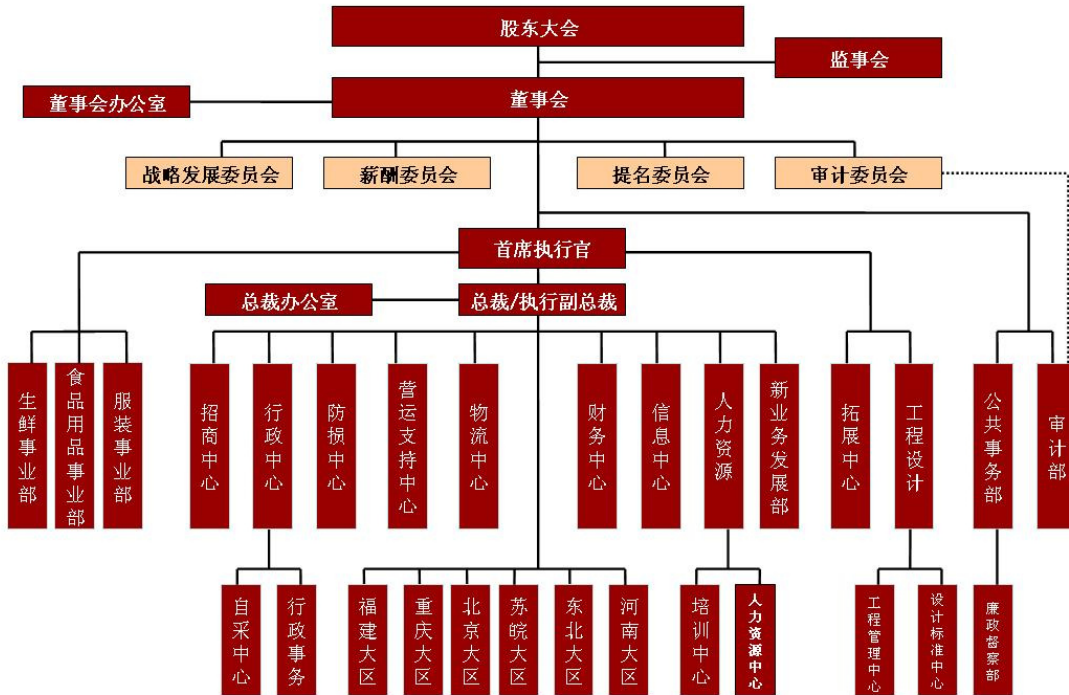
永辉超市是中国大陆首批将生鲜农产品引进现代超市的流通企业之一，被国家七部委誉为中国“农改超”推广的典范，被百姓誉为“民生超市、百姓永辉”。公司已发展成为以零售业为龙头，以现代物流为支撑，以现代农业和食品工业为两翼，以实业开发为基础的大型集团企业。永辉超市坚持“融合共享”、“竞合发展”的理念开创蓝海，与境内外零售企业共同繁荣中国零售市场，在福建、浙江、广东、重庆、贵州、四川、北京、天津、河北、安徽、江苏、河南、陕西、黑龙江、吉林、辽宁等 16 个省市已发展超过 300 家大、中型超市，位居 2010 年中国连锁百强企业 30 强、中国快速消费品连锁百强 10 强。

永辉超市积极承担企业公民的社会责任，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，已向社会捐赠资金及物资累计逾亿元。

未来几年，永辉超市将稳健地向全国多个区域发展，并保持可持续盈利性增长，力争至 2014 年销售总额逾 500 亿元，发展成为全国性生鲜超市龙头企业，跻身中国连锁企业前列。

公司治理

按照《公司法》、《证券法》、《上市公司治理准则》等相关法律、法规，永辉超市不断健全和完善公司法人治理结构，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。进一步明确股东大会、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。



——股东大会。股东大会是公司权力机构。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。

2011 年公司共召开三次股东大会，听取并批准了二十项议案及报告。

——董事会。董事会是公司的决策机构，对股东大会负责，由 9 名董事组成（其中独立董事 3 名）。董事会下设战略委员会、审计委员会、薪酬与考核委员会、提名委员会四个专门委员会，专门委员会依据董事会所制定的职权范围运作。

2011 年，公司共召开董事会全体会议十七次，审议通过议案七十四项。

——监事会。监事会是公司的监督机构，对公司股东大会负责，由 5 名监事组成。

2011 年，公司监事会以现场方式共召开 4 次会议。

——高级管理层。高级管理层是公司的执行机构。高级管理层实行首席执行官负责制，首席执行官受聘于董事会，在董事会领导下全面负责日常经营管理。

P4 关键绩效

关键绩效数据表

绩效指标	单位	2011 年	2010 年	同比
总资产	万元	946,693.48	669,050.51	41.50%
销售收入	万元	1,773,155.57	1,231,819.17	43.95%
净利润	万元	46,692.01	30,533.95	52.92%
资产负债率	%	56.98%	42.35%	14.63%
客户满意度	%	71%	—	—
已缴税费	万元	50,028.98	36,901.84	35.57%
员工人数	人	39,899	27,759	43.73%
捐赠总额	万元	1,336.64	814.23	64.16%

说明：未尽财务指标详见公开披露的《永辉超市股份有限公司 2011 年度报告》

荣誉表

荣誉称号（2011）	评奖机构
永辉超市获“2010 福建经济年度最具影响力品牌”	福建省工商业联合会、福建省企业与企业家协会联合会、福建省工商行政管理局、福建省质量技术监督局、福建省人民政府发展研究中心·区域与企业评价中心等
重庆永辉超市获“2010 年度售后服务先进单位”	重庆市消费者权益保护协会
安徽永辉超市获“2010 年度合肥市新增用工十强企业”	合肥市就业和社会保障工作领导小组
安徽永辉超市获“合肥市绿色零售市场”	合肥市三绿工程领导小组
永辉超市登“2010 福建百强企业第十六强”	福建省企业与企业家协会联合会、福建日报报业集团、福建省区域和企业评价中心
永辉超市获“2010 年度 IPO 大奖”	《亚洲创业投资期刊》（简称 AVCJ）
永辉超市获“2011 最具成长潜力上市公司”	《每日经济新闻》
永辉超市获“中国商业服务业入世十年最具成长力企业”	中国商业联合会指导、中国商报社
张轩松董事长获“2010-2011（第六届）中国零售业年度人物”	中国商业联合会、中国商报社
张轩松董事长获“2011 全国商业优秀企业家”	中国商业企业管理协会、中国财贸轻纺烟草工会

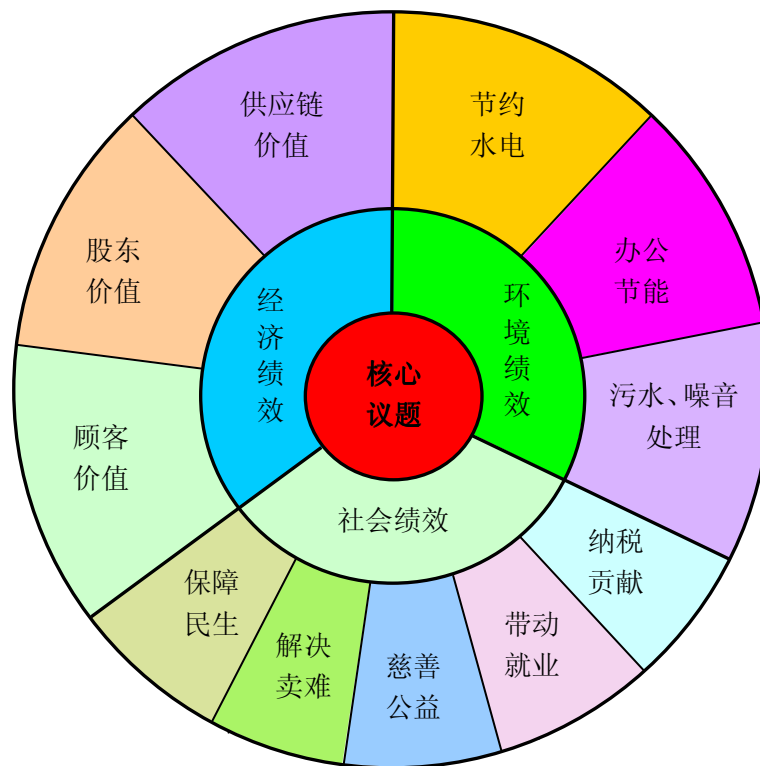
G1 责任战略

企业社会责任理念

核心事业	永辉超市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； 永辉超市重视企业的社会责任感，不断提升顾客服务和食品安全； 永辉超市为数万名员工提供创业和事业发展的机会； 永辉超市致力并促进了所在商圈的商业繁荣； 永辉超市为所在城市和社区居民的生活水平的提高做出贡献 永辉超市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 以更好的服务提供健康的食品 and 实惠的商品
企业愿景	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
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： 永辉是共同创业和共同发展的平台； 来永辉工作是创业，不仅是就业； 以认可融合、以诚信融合、以事业融合； 共享成长、共享收获、共享未来。 服务我们的顾客、照顾我们的员工、善待我们的供应商、回报我们的股东； 精心服务顾客：阳光、微笑、感恩； 精细营运门店：标准、流程、培训、执行、提升； 创新拓展，谦虚好学，与时俱进，不断挑战自我，不断超越自我。

核心社会责任议题

永辉超市积极主动承担企业公民的社会责任，将社会责任贯穿于日常经营过程中，围绕“经济、社会、环境”为核心不断扩展“企业社会责任”的内涵和领域，包括股东价值、顾客权益、供应链价值、慈善公益、保障民生、纳税贡献、节能减排等方面，力求创造更大的经济效益、社会效益、环境效益，实现社会可持续发展。

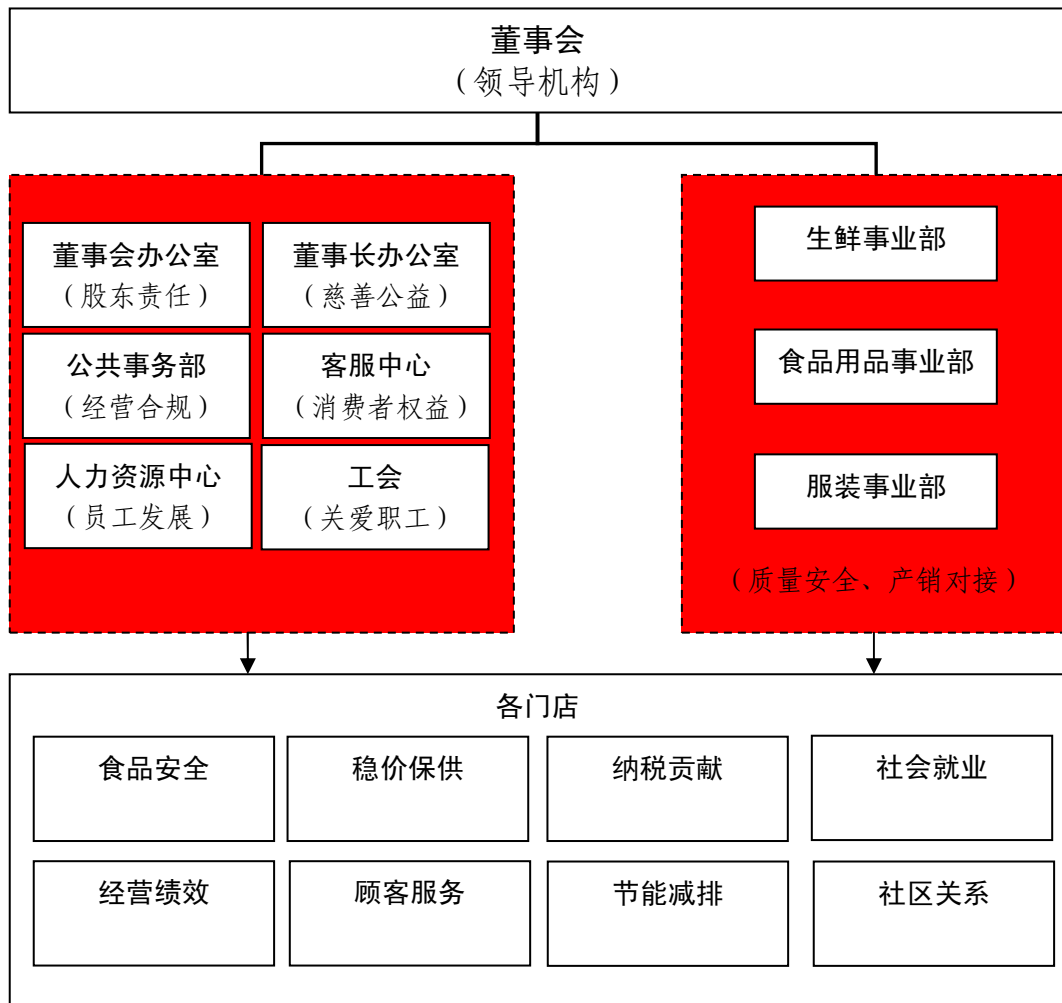


G2 责任治理

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，各职能部门、事业部、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。

社会责任组织体系



社会责任管理制度

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，2011

年7月25日经公司董事会审议通过了《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。

为督促各工作机构确实做好社会责任工作，《社会责任制度》还明确规定：“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”、“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”。

G4 责任绩效

构建企业社会责任指标体系

1、经济绩效指标 2011 年 5 月 18 日，永辉超市在福州召开股东大会，董事会明确向股东承诺了 2011 年度的经营收入、门店扩张、银行授信、融资计划、投资计划等核心目标及重点工作。

通过总裁办公会议、电视电话会议等方式将全年经营绩效细化指标分解下达到各大区及门店，对主要负责人进行绩效考核，并与管理干部、基层员工个人工资挂钩。

永辉超市还通过采购人员与上游供应商共同协商，达成年度销售预期目标、促销活动总体安排，统筹兼顾供应链价值和顾客价值。

2、社会绩效指标 自 2004 年以来，永辉超市每年都设立专项资金持续推广“慈善超市”，明确年度捐赠资金额度、资助区域、资助对象，做到资金及时到位、捐赠流程透明、资助对象明确；2007 年 5 月永辉超市设立 300 万元专项资金参与福州市慈善总会“331 工程”，该项活动持续 10 年；2006 年起永久性向闽侯青口每年捐赠 10 万用于“关怀助学行动”；同时，针对当年突发性自然灾害提供应急救灾捐助。

随着永辉超市的发展壮大，创造了大量的就业岗位，公司着重加强人员定岗编制和人才储备规划。

在税收贡献方面，永辉超市在当地政府及税务机关的支持和指导下，坚持依法纳税，增加地方税源，同时积极推进区域汇总纳税。

3、环境绩效指标 在门店经营、办公场所推广使用 LED 灯、节能照明灯，淘汰高耗低效的照明灯具，向门店下达水、电费用指标；制定垃圾处理专项支出、废纸回收费用指标；因地所需采用减震、降噪设施设备。

G5 责任沟通

利益相关方对企业的期望及企业回应措施

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，虚心听取各方的利益诉求、意见建议，努力促进社会和谐和可持续发展。

利益相关方	核心期望	回应机制
政府部门	<ul style="list-style-type: none"> ✓依法经营 ✓缴纳税费 ✓带动商贸繁荣 ✓社会就业 ✓保障供应 	<ul style="list-style-type: none"> ✓办理工商、卫生、消防等行政许可，依法开展经营活动 ✓依法申报纳税 ✓落实城乡商业网点建设项目 ✓开展招聘活动，吸纳大中专生就业 ✓组织充足货源投放市场
行业协会	<ul style="list-style-type: none"> ✓推动行业健康发展 ✓树立行业规范 	<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
股东	<ul style="list-style-type: none"> ✓投资回报预期 ✓行使股东权利 	<ul style="list-style-type: none"> ✓股东大会 ✓信息披露 ✓接受投资者来访调研
消费者	<ul style="list-style-type: none"> ✓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"> ✓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 ✓资金扶持 ✓进城务工 	<ul style="list-style-type: none"> ✓开展农超对接 ✓现金采购 ✓组织专家下乡 ✓垫付资金 ✓免收各种通道费用 ✓吸纳农民就业
员工	<ul style="list-style-type: none"> ✓改善员工薪酬福利 ✓职业发展机会 	<ul style="list-style-type: none"> ✓完善薪酬体系及增长计划 ✓制定“管理型”、“技术型”提升路线

	<ul style="list-style-type: none"> ✓职业技能培训 ✓困难帮扶 	<ul style="list-style-type: none"> ✓启动 1933 零售精英工程 ✓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
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

企业高层领导参与的内部社会责任沟通活动

永辉超市董事长张轩松等公司高层领导十分关心内部职工的福利待遇、职业成长等工作：

1、慰问困难职工：2011 年 1 月 27 日张董事长亲自参加“2011 春风送暖行动暨慰问困难职工座谈会”，向困难职工赠送年货和慰问金，从生活上、工作上为困难职工提供帮助；

2、团聚“大年三十”：组织员工团聚欢度除夕已成为永辉超市一年一度的“盛会”，各分子公司负责人都精心组织安排节目、菜单，和员工一起过上快乐、平安、祥和的春节；

3、工资平等协商：2011 年 9 月企业方代表与职工方代表进行工资集体协商，并达成一致共识，在永辉超市快速发展的同时有效改善员工福利待遇。

4、出席集训活动：2011 年 7 月张轩松董事长亲自参加永辉超市第一期“零售精英”集训营开训仪式，号召来自全国各大区选拔的 100 多名大学生立足永辉共同创业。

企业高层领导参与的外部社会责任沟通活动

永辉超市一直与各地总工会、慈善总会、共青团等组织保持紧密联系，积极参与技能竞赛、慈善公益、服务青年等社会活动：

1、董事长张轩松担任 YBC 福建工作站创业导师，为创业青年提供创业资金、咨询、市场等支持；

2、副总裁翁海辉担任 YBC 福州工作站创业导师、福州市慈善总会理事，热心社会公益事业；

- 3、2010年12月31日，董事长张轩松参加“春风行动十周年座谈会”，表示永辉超市将更广的范围内承担起应负的社会责任，更好的关注民生事业；
- 4、2011年1月11日，永辉超市副总裁翁海辉、董事会秘书张经仪与福州慈善总会会长方庆云一行座谈，并举行“慈善情暖万家”捐赠仪式；
- 5、2011年1月14日，永辉超市副总裁翁海辉参加“两节·春风送暖”困难职工年货发放仪式；
- 6、2011年1月16日，永辉超市副总裁陈光优参加合肥市“送温暖·献爱心、慈善一日捐”捐赠仪式；
- 7、2011年1月27日，永辉超市副总裁翁海辉在长乐机场参加“福州市优秀农民工平安返乡活动”，为在榕工作的优秀农民朋友提供专机返乡；
- 8、2011年3月3日，永辉超市协助福州市总工会举办“庆祝‘三八’国际劳动妇女节文艺演出”；
- 9、2011年4月2日，北京永辉超市有限公司总经理彭华生参加“凝聚爱心情暖京城”慈善爱心卡发放仪式；
- 10、2011年5月6日，永辉超市副总裁翁海辉与福建省政协副主席李川携福建省政协常委陈新华、赖军、赖应辉等政协领导举行“三农”工作座谈会；
- 11、2011年5月28日，永辉超市董事长张轩松参加“2011（第六届）中国零售商大会暨展会”，并发表主题演讲；
- 12、2011年7月，永辉超市副总裁翁海辉与重庆慈善总会会长程贻举一行人进行深入交流，致力于共同推动慈善公益事业发展；
- 13、2011年8月，永辉超市副总裁陈金成参加贵州旱灾捐赠仪式，并与贵州省慈善总会会长杨序顺座谈；
- 14、2011年11月21日，永辉超市执行副总裁柴敏刚在河南财经政法大学参加专场招聘会，并发表主题演讲；
- 15、2011年12月3日，永辉超市董事会秘书张经仪出席每日经济新闻特别发起的“2011中国上市公司口碑榜”颁奖盛典；
- 16、2011年12月22日，永辉超市副总裁翁海辉参加“福州市工会2012年‘两节’送温暖活动启动仪式”；
- 17、2011年12月29日，永辉超市副总裁翁海辉参加在福州举办的“全国永辉慈善爱心卡”捐赠仪式。

M1 股东权益

投资者关系管理体系

1、加强投资者关系制度化建设：2011 年以来，永辉超市进一步加强投资者关系制度化建设，制定实施了《股东大会议事规则》、《年报信息披露重大差错责任追究制度》、《投资管理制度》等一系列制度，以加强保障投资者的权益。

2、积极开展投资者交流活动：自上市一年来，永辉超市积极做好信息披露工作，依法、客观、公正、及时向投资者披露相关信息；而个体股民、基金公司、证券公司等投资者积极通过股东大会、实地调研、来电咨询等方式关注永辉超市的经营发展情况，公司管理层认真、平等对待每一个投资者，与投资者进行客观、诚恳、友好的沟通与交流，获得绝大多数投资者的高度认同。

3、加强内幕信息保密工作。董事会办公室依照规定建立内幕信息知情人档案，及时向董事、监事、高管传达福建省证监局印发的有关防治内幕交易的警示案例，在公司网站“投资者关系”专栏转载有关内幕交易防控的法规及报道；公司经营管理团队始终保持严谨、公正的工作作风，做到防范于未然，控股股东、实际控制人及其相关人员对其因各种原因知悉的上市公司未披露重大信息自觉承担保密责任，有效防范发生内幕交易，维护信息对称公平。

4、加强董事、监事、高管培训学习。2011 年永辉超市积极组织董事、监事、高管参加福建省证监局、福建省上市公司协会等机构举办的培训。通过强化学习和交流，提高对当前中国宏观经济和资本市场形势、上市公司治理、财务管理、内部控制及内幕交易防控等方面的认识，从而在日常经营中能够提升科学决策、健全管控机制，保持公司持续发展和基业长青。

二、绩效

成长性 永辉超市稳健实施走向全国的发展战略，在新起点上强势推进全国扩张步

伐，2011 年度新开业 49 家门店，已开业门店数（未含便利店业态）突破 200 家，商业网点覆盖全国 16 个省、直辖市。

在大力推进市场扩张的同时，永辉超市着力提升门店综合经营能力，2011 年实现营业收入逾 177 亿元，比上年同期增长 43.95%。

收益性 2011 年 6 月 16 日永辉超市实施了 2010 年度分红派息方案，以 2010 年 12 月 31 日的总股本 767900000 股为基数，向公司全体股东每 10 股派发现金红利 1.00 元人民币（含税），扣税后每股现金红利 0.09 元。

得益于门店内生性增长持续稳定，得益于新开门店销售增长势头良好，2011 年度归属于母公司所有者的净利润比上年同期增长 50%以上。

安全性 永辉超市 2011 年负债率为 56.98%，负债水平与发展速度、融资成本与投资收益总体协调、风险可控。永辉超市统筹推进募投项目及资金投放的节奏，决策层及独立董事对投资风险具有清醒的预见，能够有效保障企业财务、投资安全。

M2 消费者权益

理念

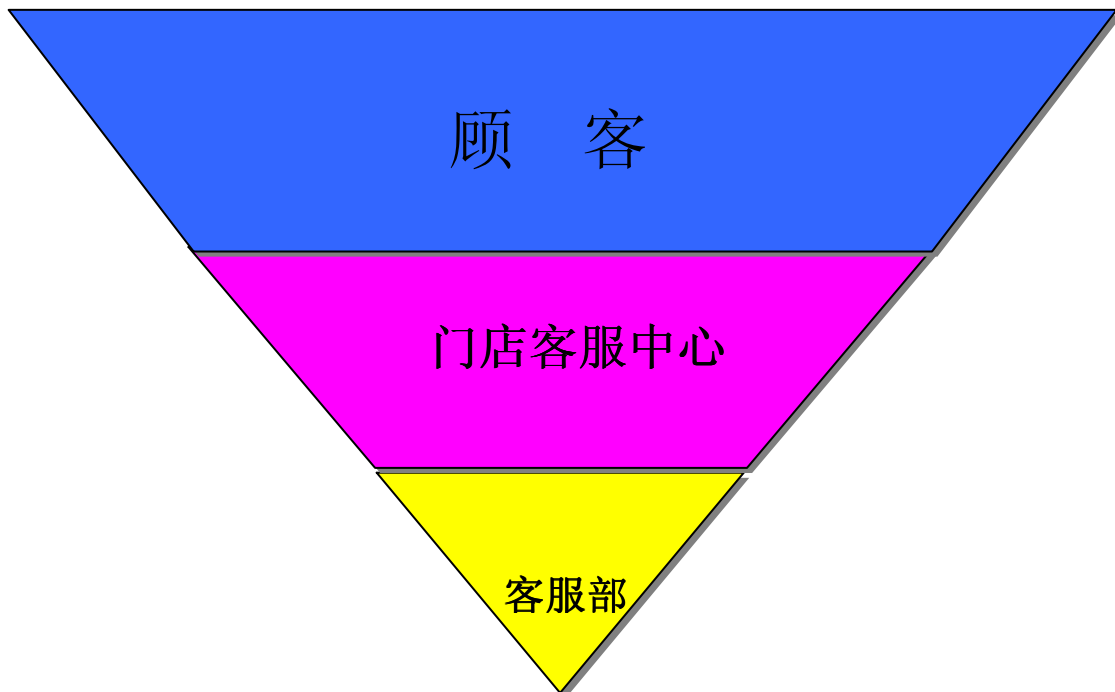
“顾客是永辉生意的主顾，是永辉门店在社区的邻居，是永辉超市的朋友，是永辉发展的伙伴，是永辉事业的支持者”，永辉超市一直倡导员工以“阳光、微笑、感恩”的信念服务顾客：

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



售后服务体系

1、公司设立总部客服部、各大区客服部、所有门店均设有客服中心，第一时间受理顾客对商品、服务的意见与建议；

- 2、商品售后服务由门店、采购部门、厂家共同介入，为顾客妥善解决；
- 3、服务质量问题依据情况分别交由门店、大区相关管理部、大区总经理进行处理。

客户满意度调查

2011 年 5 月永辉超市与 Nielsen 公司共同合作，对 10 家永辉超市展开为期 7 天的顾客购物满意度调查，调查人员与顾客进行一对一现场访谈，重点了解顾客对门店的满意度和忠诚度，收集顾客意见与建议，以顾客的角度完善自身经营管理，从而提高企业的总体竞争能力。调查内容包括顾客背景资料、购物频率、光顾意愿、消费金额、顾客需求等方面。

公司和门店还针对顾客购物行为、积分卡等问题进行专项性、地区性的顾客调查，及时收集顾客意见反馈，对营运活动及时予以整改，提升顾客满意度。

积极应对投诉/事故

1、公司设立总部客服部、各大区客服部、所有门店均设有客服中心，第一时间受理顾客对商品、服务的意见与建议；

2、总部客服部开通 800 免费客服热线、永辉官网留言系统等形式受理顾客对购物感受及售出商品的售后服务。门店客服中心现场直接接待顾客意见反馈，门店也提供意见簿，方便顾客留言反映问题，并及时查阅、跟进解决；

3、客服部和门店客服中心收到顾客意见与建议反映后，报告相关管理部门、采购部门、供应商厂家以及服务门店对情况进行调查及妥善处理；

4、投诉处理结果进行周汇总、月汇总、年度汇总，按时上报公司营运支持中心总监、各大区总经理、大区营运支持中心；

5、设立重要客诉专报制，一事一报，立即上报、处理；

6、对接当地政府 12315 及消协组织处理顾客投诉。

方便特殊人群（残疾人、老年人、孕妇等）购物的制度及措施

1、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”，努力做到进店无障碍。

2、电梯运行管理：2011 年 7 月北京地铁四号线动物园站 A 口上行电扶梯发生事故，引起了永辉超市的关注，立即加强门店电梯的安全管理。2011 年 12 月针对节日营业高峰期客流量巨大的情况，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。

商品配送系统

1、福建南屿日用品配送中心：2011 年 7 月永辉超市福建物流配送中心搬迁至闽侯县南屿镇南井村，仓库面积扩容至 40000 平方米，占地面积 110 亩。

2、西永物流园：位于重庆市沙坪坝区，占地 550 亩，首期建筑面积约 20 万平方米，规划建设食品用品及服装鞋帽配送库、生鲜商品配送库（含冷冻、冷藏库）等，在建中。

3、永辉彭州农产品加工配送中心：位于成都市彭州濛阳镇，占地面积 108 亩，2011 年完成一期工程，二期工程在建中。

4、永辉安徽肥东物流园：位于合肥市肥东县，占地面积 350 亩，于 2011 年 3 月动工。

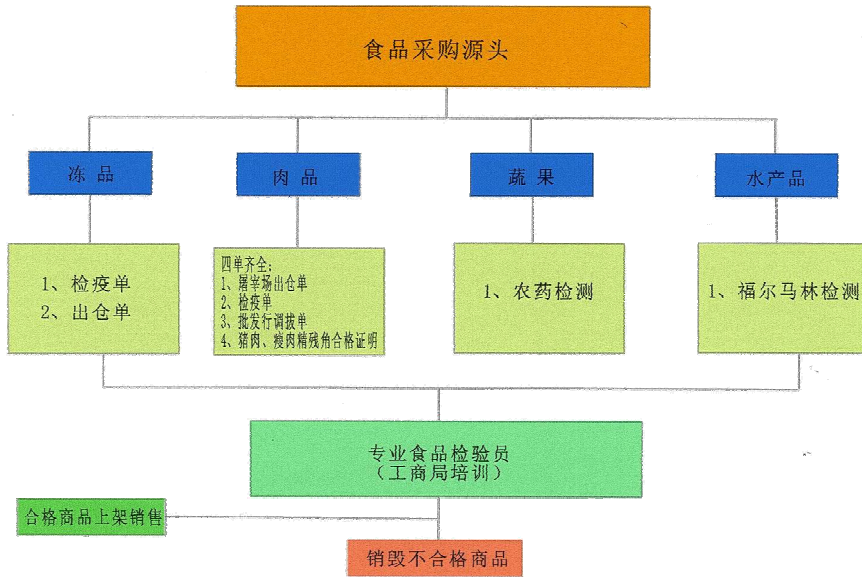
5、永辉东北物流园：永辉已与沈阳市于洪区政府签定投资协议，征用洪区于洪街道和于洪新城地块约 770 亩，其中 720 亩用于建设永辉东北物流交易中心。

在加大物流中心项目建设的同时，2011 年永辉超市不断升级信息化管理系统的功能，以实现在全国范围内实现信息共享。

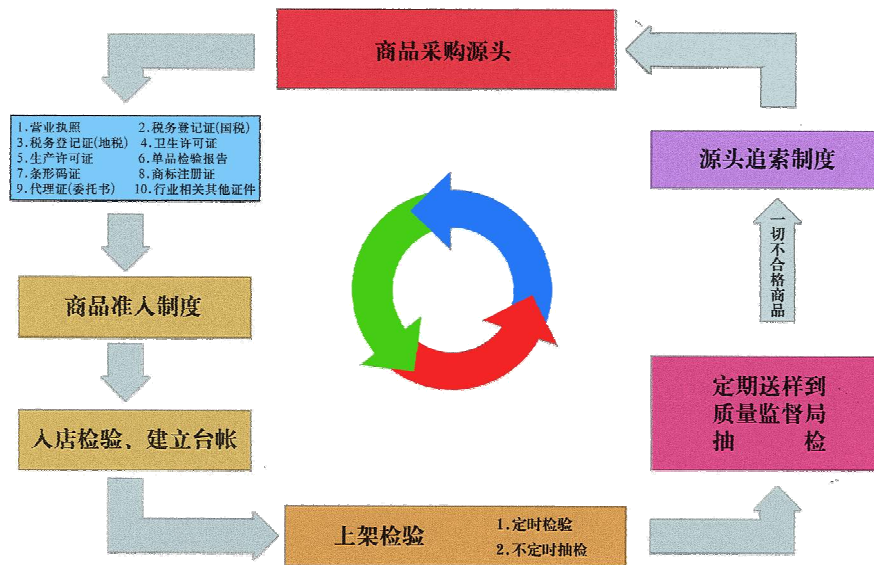
控制所销售产品质量的制度及措施

1、严格落实索票索证制度：按照《国务院关于加强食品等产品安全监督管理的特别规定》，永辉超市进一步完善原有进销存系统管理软件，研发了规范、高效的电子台账，其内容包含有供货商名称、商品名称、商品条码、规格、生产日期、保质期、生产单位、购货单位等事项，具备了查询供应商或生产商证照情况和每批次食品的检验报告功能，方便对预包装食品进行检索，同时对发现的问题食品能够及时予以下架处理。

2、农产品质量控制体系：做好蔬果农残检测、冰鲜福尔马林检测；定点公示生鲜农产品安全检测结果，并做好每日记录表；猪肉“三单”公示：定点屠宰场肉品出仓单、动物产品检疫合格证明单、瘦肉精残留检测合格证明单；农产品检测不合格一律停止上架销售。



3、商品质量控制体系



4、积极推进食品可追溯系统：永辉超市积极配合福建省经贸委先行先试运用“食品安全信息可追溯系统”，试点产品包括猪肉、鸡蛋及品牌蔬菜；配合福建省工商局推广“福建工商行政管理食品流通监督系统”，及时更新食品信息；配合重庆市商贸部门在重庆建设肉类蔬菜流通追溯体系。通过零售终端的查询设备，顾客可随时查阅有关商品的安全信息，如

检测报告、生产日期，以及生产企业的营业执照、生产许可证等相关信息，避免购买到问题食品。

问题产品处理的制度及措施

1、制度建设：永辉超市已建立了《12315 维权服务点消费争议调解制度》、《问题商品召回退市制度》、《不安全食品退市工作流程》。

2、工作机制：门店负责问题商品召回、下架、封存，客服中心负责受理消费者维权诉求，采购部门负责追溯上游责任，信息技术部门负责保存销售、库存等数据，物流中心负责集中封存库存商品。

针对低收入者的产品和服务设计

永辉超市坚持以普通家庭为主要消费群体，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。2011 年国内物价普遍上涨的形势下，永辉超市率先在福建省推出蔬果、猪肉、粮油、奶制品、调味品、生活用纸、日用品等近百种“平价惠民商品”，并承诺将永久性推广下去，同时根据季节转换、市场行情等因素适时调整更加适合中低收入家庭的商品。

绩效

客户满意度 1、据永辉超市与 Nielsen 公司共同合作开展的调查显示，71%的顾客表示满意。

2、对投诉顾客进行回访，顾客对投诉处理结果表示满意的占 96.8%。

顾客不满意的原因有不合理的高价索赔未达成、购物卡丢失要求返还卡内金额经解释仍不理解、对商品质量有疑问但目前政府职能部门尚未有该项目的检测条件等。

客户投诉解决率 1、投诉来源渠道主要有 800 免费客服热线、永辉官网留言、800 邮箱投诉或由政府部门、消协、媒体等部门批转，客服部 2011 年全年共回复各类顾客咨询 15639 人次，全年受理客诉 2400 件，经调查确认 1962 件，已解决 2365 件，处理达成率 98.6%。

未解决的问题主要有：购物卡丢失/克隆卡要求索赔、购买其他商品要求发票不能写成“办公用品”被拒绝、食品安全问题鉴定问题、自行车/电动车丢失要求赔偿等。

M3 供应商权益

供应链社会责任评估和调查

永辉超市已经成为可口可乐、宝洁、康师傅、伊利等国内外知名生产型企业在中国市场的核心销售渠道之一。客观讲，众多国际性、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。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。

战略共享机制及平台



1、建立全国性战略合作平台。2011 年永辉超市大力构建全国采购团队，特别是公司高层加强与重要供应商的交流，如 2011 年 3 月永辉超市食品用品事业部总经理谢香镇、宝洁全国重点零售卖场销售总经理陈愚及其分销商福建五丰大商场公司董事长金涛在永辉总部召开三方合作会议，达成了致力共同推进全国市场销售的战略合作意向。

2、参与全国零售业交流活动。永辉超市坚持“竞合发展”的理念，与国内外零售企业一起繁荣中国零售业，加强交流，分享经验，如 2011 年(第六届)中国零售商大会暨展会在重庆召开，永辉超市董事长张轩松出席了大会，并发表主题演讲。

3、举办区域招商见面会。2011 年永辉超市

分别在南京、郑州、河北等地举办招商见面会，盛情邀请当地上游生产企业、代理商参会洽谈。永辉超市总部采购团队、大区总经理、区域采购在会上与应邀出席的供应商进行开诚布公的交流，详细介绍永辉超市的发展历程、发展战略、采购意向、合作条件，并现场解答供应商关心的问题，既加强商品供销合作关系，更构建了零供公平交易秩序。

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，特别是在货款结算方面为供应商提供了超短结算周期。2011 年 12 月以来，永辉超市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，目前该项工作仍在进行中。同时，永辉超市积极向商务部、中国连锁经营协会就清理整顿违规收费提出意见和建议，力求公平兼顾供应商、零售商双方的合法权益。

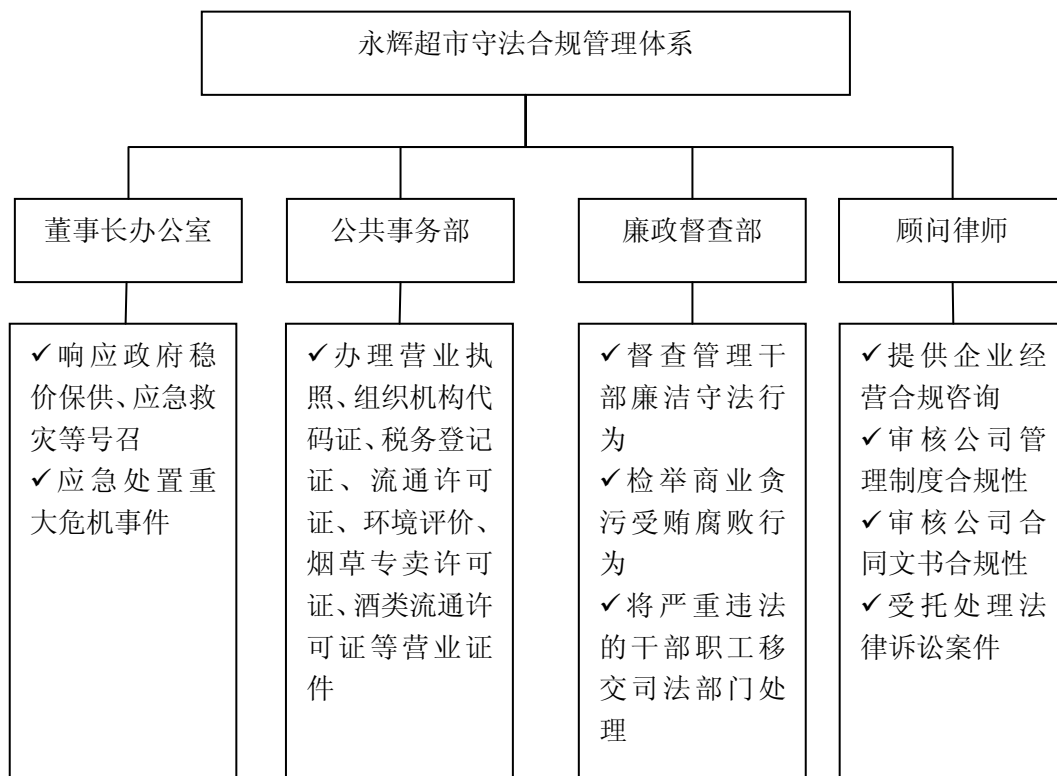
绩效

信用评估等级

据 2011 年 10 月联合资信评估有限公司对永辉超市股份有限公司的评级报告（联合[2011]540 号），主体长期信用等级为 AA。

S1 政府责任

企业守法合规体系



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。

守法合规培训



2011 年 1 月、12 月，永辉超市特邀福州市人民检察院侦监处尹琳检察官在福州（总部）举行两期“永辉全国廉政警示教育讲座”，重庆、北京、苏皖、河南、东北等全国各大区都设立了视频传播分会场。通过典型案例、法律条文的讲解，提高永辉超市中高层管理人员的守法意识，防止干部利用职务之便谋取私利，杜绝损害供应商、企业合法权益的行为。

2、2011 年 5 月 16 日，永辉超市廉政督查部与北京大区召开了北京大区经理级以上干部的廉政警示教育讲座，邀请了北京市第二检查院的三位检查官担任主讲。

3、2011 年 5 月 17 日，永辉超市苏皖大区召开“廉政警示教育讲座”，邀请合肥市中级人民法院刑庭庭长李红法官为与会人员讲解、宣传廉政法律知识。

4、2011 年 6 月、10 月，重庆永辉超市举办两期“2011 年度永辉超市食品安全法律讲座”，此次讲座特别邀请了重庆市工商局食品处副处长彭川执讲，参

加讲座的管理干部达 600 多人次，并每人分发一本《重庆食品安全管理办法》。

重大守法合规负面信息

报告期内不存在重大守法合规负面信息。

响应国家政策

——**稳价保供**：永辉超市是最坚决、最积极响应政府号召的稳价保供企业，历年来充分发挥零售终端主渠道的平台优势，在应急救灾、平抑物价、保障供应等工作中起到带头、骨干作用，千方百计从全国范围内组织货源投放市场，有力满足百姓日常生活需要。2011 年在国内 CPI 不断上升的严峻形势下，永辉超市采取了一系列措施稳价保供：

1、2011 年 3 月份永辉超市积极配合各地商贸及盐务部门，千方百计保障食用盐有序、

均衡、持续供应，缓解居民急购情绪，恢复市场正常秩序。

2、2011年6月永辉超市率先在福州落实“五菜”、“四菜”稳价措施；

3、2011年8月为响应合肥市委、市政府的“惠民菜篮子”政策，永辉超市安徽区域特推出“农超生鲜早市”项目；

4、2011年9月22日，永辉超市南京滨江新城店积极配合南京市平抑物价工作，荣获“南京市农副产品平价直销店”；

5、从2011年11月1日起福建所有门店又推出近百种“平价惠民商品”，努力平抑市场物价，更好满足中低收入家庭生活需求。



——**农超对接**：永辉超市坚持以商业反哺农业，采取“超市+农户”、“超市+专业合作社（农业生产型企业）+农户”、“自建基地”等方式大力推动“农超对接”，致力于解决农民“卖难”问题，带动农业现代化、产业化、品牌化：

1、2011年4月，永辉超市率先响应政府号召，赴山东、河南等地采购滞销蔬菜；

2、2011年5月，永辉超市带头解决厦门翔安蔬菜滞销问题；

3、2011年4-5月，永辉超市向重庆市铜梁县、武隆县等地专业合作社发放“农超对接扶持资金”，用于基地购买农资物品；

4、2011年8月，永辉超市与农业部全国农技中心合作，计划三年内在福建、重庆为核心、辅射江西、湖南、贵州等地建立8个瓜果直供基地，每个基地逾1000亩；

5、2011年8月，永辉超市与福建省农科院启动“农超对接”科技服务计划，为福州市

晋安区、闽侯县、福清市、永泰县、闽清县的12个蔬菜基地提供无公害生产技术支持；

6、2011年9月，永辉超市应邀参加第四届海峡两岸(泉州)农产品采购订货会，引进台湾莲雾、芒果等优质农产品；

7、2011年9月，永辉超市参加福州市秋季农超对接会，与福州郊县专业合作社建立产销对接合作；

8、2011年9月29日，永辉超市参加了重庆市农产品保供基地授牌暨签约大会，与武隆、铜梁、潼南等地专业合作社签订了逾20000吨农产品购销意向协议；

9、2011年11月-12月，永辉超市作为特邀企业全程参与商务部、农业部举办的“农超对接进万村”行动，达成采购协议或意向金额逾5亿元，在全国范围内全面推动“农超对接”；

10、2011年11月，永辉超市带头解决南平柑橘滞销问题；

11、2011年12月，永辉超市与福建省农科院、福清绿叶农业公司等单位建立“农超对接产业链技术战略合作联盟”，加强产、研、学合作，组织发动广大科技人员开展有针对性的技术服务，建设5个较具规模、较具特色的农产品合作基地，种植面积逾5500亩（其中大棚逾800亩）。

绩效

已缴税费 2011年度永辉超市在全国合计缴纳税费为50028.97万元，主要包括增值税、营业税、城市维护建设税、企业所得税及教育费附加、江海堤防维护费、文化事业建设费等。

S2 职工权益保护

遵守国家劳动法律法规

永辉超市认真遵守《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，与公司员工依法签订劳动合同，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。

禁止强迫劳动

1、永辉超市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，从未雇佣童工。

2、永辉超市遵守国家有关退休年龄的规定，对年满法定退休年龄的老龄员工按规定为其及时办理退休（职）手续，公司并会在员工正式退休时向其发放“感谢金”。

每年人均带薪休假天数

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，永辉超市无法完全实行国家标准工时制度，在法律许可范围内采取排班轮休制，并相应对于超时工作给予发放超时工资。2011 年期间永辉超市着力推动每月休息日“4 天向 6 天”转变，以改善员工休息福利，全年人均带薪休假天数为 64.5 天。

平等雇佣制度

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。

职业病防治制度

1、永辉超市十分关注职业病防治问题，但作为连锁零售企业，永辉超市

自身并不存在易于导致职业病的工种和岗位。

2、永辉超市在酷热的夏季，适时由员工食堂免费向员工提供凉茶、绿豆汤等防暑饮品，配备中暑应急药品。

员工培训制度



1、入职培训制度：对新入职员工，将由人事负责发展概况、人事制度、企业文化等方面培训，指定老员工按照“传、帮、带”的方式培养新员工熟悉岗位职责和基本职能，让新员工融入永辉这个大家庭。

2、启动“1933 零售精英工程”：永辉超市分别于 2011 年 7 月、12 月举办“1933 零售精英工程”集训营，从全国各地高校择优选聘逾 1000 名优秀大学生参加了为期六个月的培训。



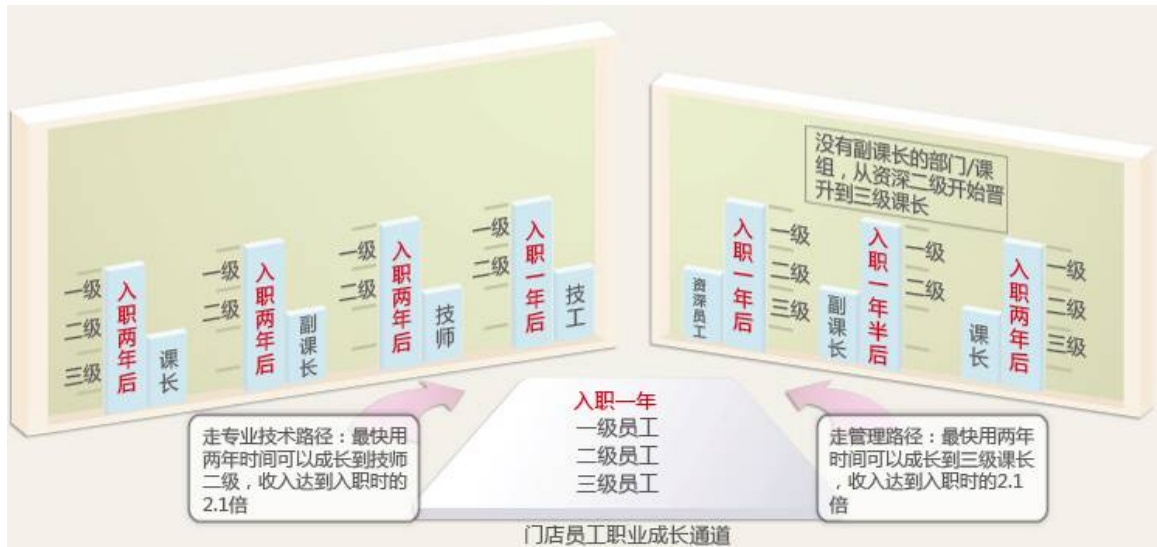
3、中层干部任职培训：每年永辉超市都会安排店长、经理等中层干部参加集训，提升中层干部的管理能力、协调能力、组织能力、经营能力，如 2011 年在福建、重庆多次举办新店长、中层干部集训，并制定了“辉腾行动计划”。

4、举办技能竞赛：2011 年永辉超市举办了多场收银员技能、计量技能、服装技能等竞赛活动，通过寓教于赛的“比学赶超”，提升员工的岗位技能和服务水平。



员工职业发展通道

1、职业成长通道



2、建立内部竞聘制度

永辉超市不断拓宽内部竞聘通道，2011年竞聘选拔的岗位包括了行政经理、采购助理、营销专员、人事经理、品类经理、店长、店部门经理等，通过竞争上岗为一大批优秀员工创造晋升机会。

3、开展评优评先工作

2011年11月起，永辉超市在全国范围内开展首届“永辉之星”的评选，从各分、子机构充分挖掘各岗位上的先进人物、事迹，经过评选委员会严格审核，最终评选出“永辉之星”十大杰出员工、十大创新人物、十大杰出店长、十年荣誉员工以及“永辉之星杰出团队”。

员工意见或建议传达到高层的渠道

1、总裁信箱/员工意见：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。

2、电话：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。

3、OA：员工可以在永辉超市 OA 直接写信发送给公司高管。

4、邮寄函件：员工也可直接邮寄函件给公司高管。

确保工作生活平衡

1、开展文体活动。永辉超市大力开展职工体育运动、文艺晚会等丰富多采的活动，营造充满活力、朝气的文化氛围。

2、举办“年夜饭”。每年农历年三十永辉超市都会举办“年夜饭”，精心组织员工共同欢度祥和、幸福的春节。

3、关爱员工生活。永辉超市在生活上关心员工，如员工生日、结婚、生育或直系亲属重病、丧生等情况，永辉超市即向员工发放礼金或慰问金。



绩效

员工构成情况

在职员工总数	39899
公司需承担费用的离退休职工人数	29
专业构成	
专业构成类别	专业构成人数
采购人员	1471
营运人员	36059
财务人员	408
其他人员	1932
合计	39870
教育程度	
教育程度类别	数量(人)
初中(含)以下	18498
高中/中专	14673
大专	5114
本科	1582
本科以上	32
总计	39899

劳动合同签订率/集体合同覆盖率

永辉超市与员工劳动合同签订率达 100%。

参加工会的员工比例

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。今后,永辉超市将根据河南、河北、辽宁、吉林、黑龙江等省的发展进程和员工队伍壮大情况,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。

男女员工工资比例

男女员工工资比例约为 43: 57

女性管理者比例

经理级(含)以上女性管理者占比为 24%。

残疾人雇佣率或雇佣人数

雇佣残疾人数为 167 人。

困难员工帮扶投入

永辉超市持续做好重病救助、困难帮扶等内部职工关爱行动，2011 年关爱职工合计资金支出 71.8 万元。

员工培训力度

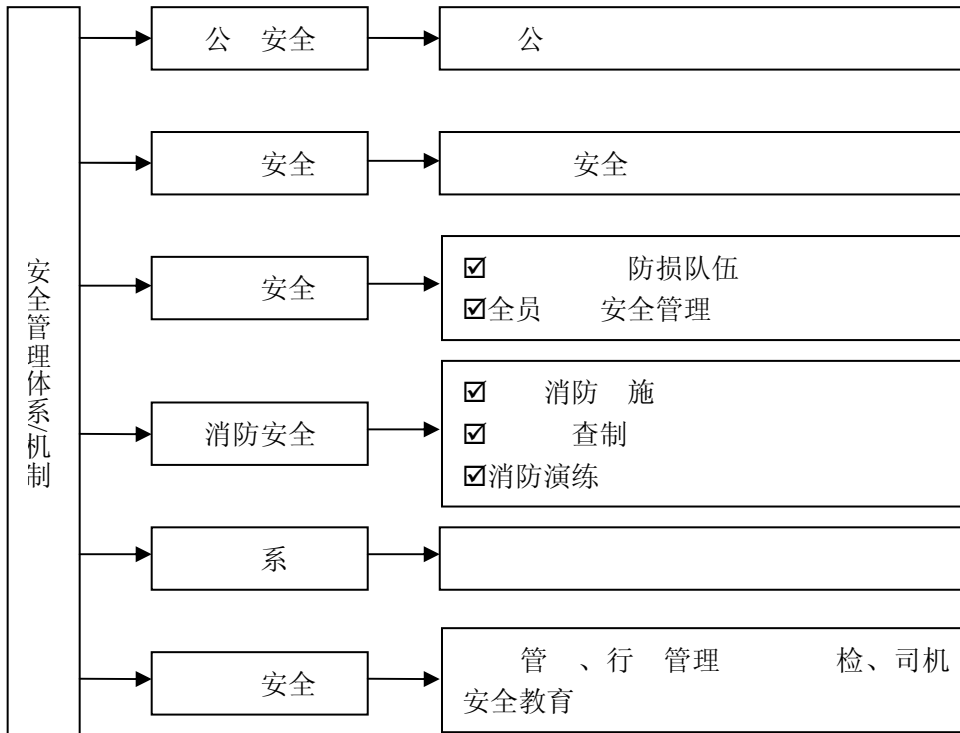
公司高度关注员工的学习成长与发展，始终致力于系统化打造员工的学习平台，在员工培训领域投入了大量的资源和精力。公司培训体系以门店营运、事业部采购营运管理及业务职能支持序列为主线，在受众上覆盖各个新员工、大学生、资深员工、管理干部等各个层级，在内容上涉及企业文化、专业技能、职场素养、领导能力等各个领域，为员工提供了坚实的学习基础与丰富多样的培训项目，帮助员工持续提升和发展，2011 年全年员工人均培训时长为 28.8 小时，全年培训各类员工约一万名。

员工流失率

员工月均离职率约 7%。

S3 安全生产

安全管理体系/机制



安全管理有关措施

1、定期组织消防安全演练：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，提高组织扑救初起火灾的能力，提高组织人员疏散逃生的能力，提高消防宣传教育培训能力。



2、定期组织车辆安全教育：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。

3、巡视检查用电设施设备：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。

4、试点“消防器材进超市”：2011 年永辉超市率先在重庆门店试点设立家用消防器材专柜，既方便市民购买家用消防安全产品，并增强超市自身消防应急能力。今后，永辉将逐步向各区域门店推广“消防器材进超市”。



5、投保公众责任险、财产险：为确实保障顾客人身、企业财产安全，永辉超市并投保了公众责任险、财产险。

S4 社区参与

评估企业运营对社区的影响

1、“家门口的永辉”：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。

2、完善社区配套服务。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。永辉超市已成为保利集团、金源集团、厦门建发、融侨集团、凯德置业等众多国内外知名地产商作为新建城市社区首选的商业合作伙伴。

员工本地化政策

1、坚持员工本地化招聘：永辉超市每开设一家新店即在当地招聘员工，同时在永辉超市官网设立的“人才中心”也可随时查询在全国各地的招聘信息，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。

2、内部“回归”调动机制：随着永辉超市全国发展进程的推进，有的员工希望回到家乡的永辉超市工作，也可以申请内部调动，实现“回归”的愿望。如河南籍员工陈某某先前在福州永辉超市工作，永辉在郑州开设新店时，该员工即申请调到郑州工作。

本地化采购政策

1、长期坚持本地化采购：本地化采购是永辉超市长期坚持的一项基本政策，尤其是鲜活农产品更加注重优先从当地直接采购，而不是“舍近求远”从外地采购，从而增加商品采购成本、流通成本。在县域城关、经济强镇的门店，永辉超市还派驻采购员负责向周边的农民采购鲜活农产品。

2、设立地方特产专柜：永辉超市积极推进“南北通货、东西互补”，努力构建“大市场、大流通”的全国商贸格局，在加快全国商业网点布局的同时，将各地名特优产品推广到全国

的永辉超市销售，在具备条件的门店设立“东北”、“河北”、“四川”等地特产专柜。

企业捐赠方针或捐赠制度

1、基本方针：永辉超市积极参与慈善公益事业，坚持立足民生的方针，努力为政府排忧解难、为百姓解难，把特困户、低保户等弱势群体作为资助对象，帮助提供满足生存所需的基本生活保障。

2、捐赠制度：永辉超市已制定《永辉“慈善爱心卡”发放细则》，明确年度专项捐赠额度、资助标准、捐赠流程、资助对象，并建立了资助对象花名册，做到资金及时到位、流程公开透明、资助对象明确。

绩效

公益捐赠金额



1、慈善爱心卡专项资金：
2011年度慈善爱心卡专项资金捐赠 1000 万元，资助特困户 10000 户。自 2004 年以来，永辉超市已连续 7 年不间断向社会捐赠慈善爱心卡，截至 2011 年专项捐赠累计逾 2400 万元，资助特困户 31000 户。

2、抗旱救灾：2011 年贵州省全省 59 个县区出现了特重干旱情况，受灾人口达 2000 余万人，永辉超市股份有限公司向贵州省慈善总会捐赠人民币 100 万元，用于贵州省抗旱救灾。

3、“两节”送温暖行动：2011 年 12 月 22 日，在“福州市工会 2012 年‘两节’送温暖活动启动仪式”，永辉超市捐赠 100 万元，用于帮扶广大基层职工、困难职工、在榕农民工等顺利过好两节；同时，会上永辉超市和福州市总工会签订了十年定向捐赠协议，自 2012 年起计划未来十年“两节”定向捐赠总价值达到 1500 万元。

E1 环境管理

树立环保理念

永辉超市对环保的关注度越来越高，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、电等能耗水平，推动零售业可持续发展。

环保培训与宣教

1、永辉超市利用超市广播系统、超视 E 频道、POP 海报等渠道宣传环保理念，提倡消费者减少使用塑料袋，鼓励使用无纺布购物袋。

2、因地制宜使用“节约用电、人人有责”、“请为地球节约一片绿色”等环保警示牌，起到良好的警示效果。

节约用电、水制度/措施

1、节能产品推广采用

(1) 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。

(2) 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。

(3) 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。

2、加强管理制度建设

- (1) 用电管理：在营业低峰关闭部分照明线路和空调机组；
- (2) 绩效考核：明确下达门店用水、用电考核指标，纳入店长绩效考核范围。

3、持续落实“限塑令”

永辉超市积极响应国家“限塑令”的号召和部署，努力提倡顾客尽可能不使用塑料购物袋，改用无纺布袋、购物篮等环保产品，严格落实有偿使用塑料购物袋的要求。

节约用纸制度/措施

- 1、OA 办公系统：持续升级 OA 办公系统，提倡无纸化办公。
- 2、供应商服务系统：永辉超市开发了“供应商服务系统”，实现电子订单、数据分享等在线功能。
- 3、发行电子内刊：在永辉超市官网上传企业内刊《同道》电子版，方便员工在线阅读，合理控制纸质版发行量。

废弃物、生活垃圾处理制度/措施

- 1、可再利用：对于菜叶、米饭等可再利用的废弃物，永辉超市联系养殖场负责定时回收利用。
- 2、不可利用：永辉超市与垃圾处理站签署协议，由垃圾处理站定时回收处理。

A1 未来展望



永辉超市正处于快速发展阶段，完全有条件、有能力进行全国性扩张，即在巩固福建、重庆、北京、安徽等重点区域领先地位的同时，并着力拓展河南、河北、东北三省、江苏、贵州等新区域，保持强劲的盈利性可持续发展态势。

在快速发展壮大的同时，永辉超市进一步夯实经济基础，将同步加大力度承担更加广泛意义的社会责任，特别是在繁荣商贸、扩大内需、稳价保供、增加就业、纳缴税费、慈善公益等方面做出新的更大贡献！

A2 年度大事记

时间	大事记
2011 年 1 月	月永辉超市在福州举行“慈善情暖万家”捐赠仪式，向福建、北京、重庆、安徽捐赠总额 1000 万元专项用于发放“慈善爱心卡”
2011 年 3 月	永辉超市荣膺“2010 年中国连锁百强企业 30 强、中国快速消费品连锁百强 10 强”
2011 年 3 月	位于合肥市肥东县的“永辉华东商贸物流园”开工奠基
2011 年 5 月	国家工商总局副局长甘霖副莅临永辉超市福州江南水都店视察
2011 年 8 月	永辉超市江苏首店（南京滨江新城店）盛大开业
2011 年 8 月	永辉超市向贵州省慈善总会捐赠人民币 100 万元，用于贵州省抗旱救灾
2011 年 9 月	永辉超市中原第一店（郑州东太康路店）隆重开业，标志着永辉超市正式拓展中原经济区
2011 年 10 月	石家庄市首家“永辉城市”（石家庄民心广场店）隆重开业，标志着永辉超市在“京津冀都市圈”取得新突破
2011 年 11 月	永辉超市迈出“收购”第一步，成功收购北京一家“易买得”
2011 年 11 月	永辉超市在福州 56 家门店首推“惠民商品”
2011 年 11 月	黑龙江永辉超市（大庆东风路万达广场店）、吉林永辉超市（白山市松江河万达广场店）相继开业，标志着永辉超市正式进军东北三省
2011 年 12 月	永辉超市取得“双突破”，即全国含签约门店突破 300 家、开业店数突破 200 家

A3 参考索引

一级指标	指标名称	披露状态
责任管理	企业社会责任理念	P10
责任管理	核心社会责任议题	P11
责任管理	社会责任领导机构	P12
责任管理	社会责任组织体系	P12
责任管理	社会责任管理制度	P12-13
责任管理	构建企业社会责任指标体系	P14
责任管理	利益相关方对企业的期望以及企业的回应措施	P15
责任管理	企业高层领导参与的内部社会责任沟通与交流活动	P16
责任管理	企业高层领导参与的外部社会责任沟通与交流活动	P16-17
市场绩效	投资者关系管理体系	P18
市场绩效	成长性	P18
市场绩效	收益性	P19
市场绩效	安全性	P19
市场绩效	消费者关系管理体系	P20
市场绩效	售后服务体系	P20
市场绩效	客户满意度调查	P21
市场绩效	积极应对投诉/事故	P21
市场绩效	方便特殊人群（残疾人、老年人、孕妇等）购物的制度及措施	P21
市场绩效	商品配送系统	P22
市场绩效	控制所销售产品质量的制度及措施	P22
市场绩效	问题产品处理的制度及措施	P24
市场绩效	针对低收入者的产品和服务设计	P24
市场绩效	客户满意度	P24
市场绩效	客户投诉解决率	P24
市场绩效	供应链社会责任评估和调查	P25
市场绩效	战略共享机制及平台	P25
市场绩效	公平交易的理念及制度保障	P26
市场绩效	信用评估等级	P26
社会绩效	企业守法合规体系	P27
社会绩效	守法合规措施	P27
社会绩效	守法合规培训	P28
社会绩效	响应国家政策	P28-30
社会绩效	纳税总额	P30

社会绩效	遵守国家劳动法律法规	P31
社会绩效	禁止强迫劳动	P31
社会绩效	每年人均带薪休假天数	P31
社会绩效	平等雇佣制度	P31
社会绩效	职业病防治制度	P31-32
社会绩效	员工培训制度	P32
社会绩效	员工职业发展通道	P33
社会绩效	员工意见或建议传达到高层的渠道	P33
社会绩效	确保工作生活平衡	P33-34
社会绩效	员工构成情况	P35
社会绩效	劳动合同签订率	P35
社会绩效	参加工会的员工比例	P35
社会绩效	男女员工工资比例	P35
社会绩效	女性管理者比例	P35
社会绩效	残疾人雇佣人数	P36
社会绩效	困难员工帮扶投入	P36
社会绩效	员工培训力度	P36
社会绩效	员工流失率	P36
社会绩效	安全管理体系/机制	P37
社会绩效	安全管理有关措施	P37-38
社会绩效	评估企业运营对社区的影响	P39
社会绩效	员工本地化政策	P39
社会绩效	本地化采购政策	P39
社会绩效	企业捐赠方针或捐赠制度	P40
社会绩效	公益捐赠金额	P40
环境绩效	树立环保理念	P41
环境绩效	环保培训与宣教	P41
环境绩效	节约用电、水制度/措施	P41
环境绩效	节约用纸制度/措施	P42
环境绩效	废弃物、生活垃圾处理制度/措施	P42

读者意见反馈

为了不断改进报告编制工作，我们特别希望倾听您的意见和建议。请您协助完成以下反馈意见表中提出的相关问题，并反馈给我们。

选择题（请在相应位置打√）

选项	很好	较好	一般	较差	很差
1 本报告全面，准确地反映了本企业的社会责任工作现状？					
2 本报告对利益相关方所关心的问题进行了回应和披露？					
3 本报告披露的信息数据清查看，准确，完整？					
4 本报告的可读性，即报告的逻辑主线，内容设计，语言文字和版式设计？					

您认为本报告最让您满意的方面是什么？

您认为还有哪些您需要了解的信息在本报告中没有反映？

您对我们今后的社会责任工作及社会责任报告发布有何建议？

如果方便，请您告诉我们关于您的信息

姓名_____ 职业_____

机构_____ 联系地址_____

邮编_____ E-Mail_____

电话_____ 传真_____

我们的联系方式是：

公司：永辉超市股份有限公司 地址：福建省福州市西二环中路 436 号

联系人：吴乐峰、叶长青 邮编：350002

电话：86-591-83787308、83762203 传真：86-591-83787308、83762990

邮件: bod.yh@yonghui.com.cn

衷心感谢您的关注!



永辉超市
YONGHUI SUPERSTORES

地址：中国福建省福州市鼓楼区西二环中路436号

Add: No.436, West Erhuan Middle Road, Gulou District, Fuzhou, Fujian, China

邮政编码(P.C.)：350002

电话(Tel)：(86)591-8376 2200

传真(Fax)：(86)591-8376 2990

全国免费客服电话(Service Tel)：800-858-1030

永辉官方网站(Http)：www.yonghui.com.cn

福建·浙江·广东·重庆·贵州·四川·北京·天津·河北·安徽·江苏·河南·陕西·黑龙江·吉林·辽宁