



地址：成都市二环路西一段逸都路 6 号 9 楼
电话：028-87021111
传真：028-87020447
<http://www.iy-cd.com>



2018

成都伊藤洋华堂 社会责任报告书

SOCIAL RESPONSIBILITY REPORT



报告编制说明



报告声明

本报告旨在向所有利益相关方披露成都伊藤洋华堂有限公司 2018 年在经济、环境和社会方面所采取的行动及达到的成效。发布前所有数据和内容已通过成都伊藤洋华堂有限公司管理层审核，公司承诺不存在任何虚假记载、误导性陈述和重大遗漏，并对报告中的相关数据的客观性和真实性负责。

报告范围

本报告披露范围为 2018 年 1 月 1 日至 2018 年 12 月 31 日，部分信息内容追溯了必要的历史数据。如无特别说明，报告内容覆盖成都伊藤洋华堂有限公司及其下属企业。

发布周期

本报告按年度定期发布，是成都伊藤洋华堂有限

公司自 2015 年起发布的第四份企业社会责任报告，上一份社会责任报告发布于 2018 年 7 月 31 日。

编制依据

本报告依据全球报告倡议组织（Global Reporting Initiative，即 GRI）发布的《可持续发展报告统一标准》（GRI Standards）“核心”方案编制而成。

数据来源

本报告所披露的数据和信息来自成都伊藤洋华堂有限公司实际运营的原始记录、年报、公司正式文件，所有数据真实有效，确保所披露信息的可靠性。

本报告的财务数据以人民币为单位。

指代说明

为便于表达，成都伊藤洋华堂有限公司在报告中的表述使用『伊藤』、『IY』、『伊藤洋华堂』、『公司』和『我们』指代。其他指代如下：

春熙店	指代 公司位于成都市红星路大科甲巷 8 号的店铺
双楠店	指代 公司位于成都市二环路西一段逸都路 6 号的店铺
锦华店	指代 公司位于成都市二环路东五段 29 号万达广场的店铺
建设路店	指代 公司位于成都市成华区二环路东二段 426 号的店铺
高新店	指代 公司位于成都市高新区天府二街 999 号的店铺
温江店	指代 公司位于成都市温江区天宝东街 33 号、77 号的店铺
眉山店	指代 公司位于四川眉山市苏祠街道环湖中路雕像国际广场的店铺
伊藤广场	指代 公司位于成都市锦江区喜树街 35 号的店铺
食品生活馆	指代 公司位于成都市双流区华府大道一段 1 号的伊藤洋华堂食品生活馆

发布形式

本报告以印刷版和电子版两种形式发布，基于环保因素考虑，我们建议您在公司网站（www.iy-cd.com）查阅或下载电子版报告。

目录 CONTENTS

03

管理层致辞

04

关于我们

13

新伊藤 新生活

33

专题：
伊藤电商—商品有故事 服务有温度

39

新生态 新时代

57

新团队 新动能

74

展望 2019

75

附录

管理层致辞



陈如美
成都伊藤洋华总经理

2018 年，是伊藤洋华堂与成都人民一同走过的第 21 年，我们始终心怀感恩，以“企业的真正价值在于对社会的贡献”为指导，夯实基本、创新服务，在经济、社会、环境方面贡献一己之力。

2018 年，公司贯彻商业模式创新、内部构造革新、管理模式革新的“三新”指导思想，迎来了有史以来最大的改革，通过整合原有组织机构、创建新职能部门的并举方式，进一步优化了业务管理流程，推动新事业的拓展，迎接新零售的挑战。

本年度伊藤电商顺利上线，意味着我们在移动互联网时代迈开了一小步，以贴心、人性化的“伊藤到家”服务实现了线上与线下门店互通。同时，更贴近社区、服务市民日常生活的食品生活馆一号店的开业、面向所有顾客的伊+会员制度的启动、智能化设备设施的导入，大大丰富了伊藤服

务广大顾客的形式，推动了商品服务升级。

作为成都地区零售行业的先锋企业，伊藤一直不忘初心，致力促进当地社区、社会的经济繁荣。2018 年，我们有超过半数的供应商来自四川省内，食品类商品占比甚至超过 70%。在人才培养方面，我们以扎实、不断完善的人才教育体系，为成都乃至四川提供源源不断的零售业人才，为经济繁荣注入新生力量。

在为顾客提供安全、放心商品的同时，伊藤同样谨记自身对环境的责任，在所有店铺推行了垃圾分类制度，通过改进卖场照明设施、节水设置、新能源汽车配送、包装物料回收利用等一系列举措实现节能减排，在增开店铺的情况下成功地将能源消耗水平降至 2016 年同一水平。

秉承热心公益、关注教育的传统，伊藤在 2018 年与各级政府、顾客、供应商、社区通力合作，成功开展了各项社区活动，捐助资金改善青少年的教育环境、对贫困家庭进行帮扶和救助，以实际行动反哺社会。

一如既往地，我们将继续恪守伊藤“三个忠诚”的信念，履行“使市民生活更幸福，与地区社会和谐共生”的承诺，继续为顾客、股东、商业伙伴、员工及当地社区创造共享价值，实现自身与社会的可持续发展。

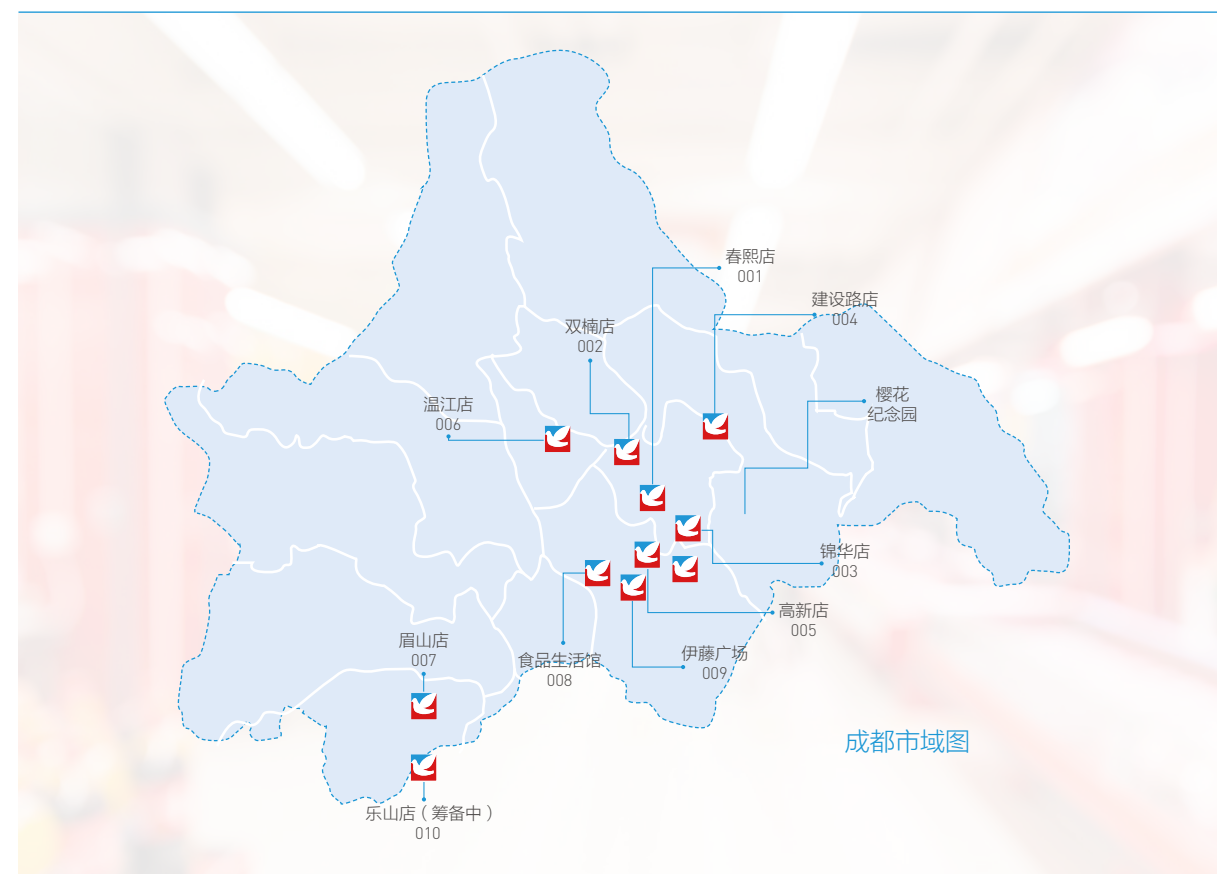
关于我们

公司概况

成都伊藤洋华堂有限公司成立于 1996 年 12 月 25 日，注册资金 2300 万美元，是以柒和伊控股股份有限公司下属的伊藤洋华堂（中国）投资有限公司为主要股东，经原对外经济贸易合作部（现商务部）批准成立的中外合资公司。株式会社伊藤洋华堂为成都伊藤洋华堂有限公司的母公司，公司合作伙伴包括中国糖业酒类集团公司、伊藤忠商事株式会社以及永利都（成都）房产开发有限公司。

公司总部位于四川省成都市，总部办公设在双楠店。截至 2018 年 12 月，成都伊藤洋华堂已经成为拥有 7 家综合超市、1 家食品生活馆、包含多种业态的本土知名零售企业。

成都伊藤洋华堂一直坚守“忠诚于我们的顾客；忠诚于我们的股东、商业伙伴以及各地社区；忠诚于我们的员工”的公司信念，专注顾客需求，深耕企业品质，融入地区社会，引领消费潮流，致力于为广大市民提供“新意、富裕”的生活和差别化、国际化的卖场制作，用富于挑战的创新精神，全面提升成都伊藤洋华堂的品质，赢得了顾客的长期信赖和支持。



伊藤洋华堂店铺分布图

2018 年关键绩效

指标类别	具体指标	单位	2018年	2017年	2016年
经济	总营收	万元	507,285	499,181	474,823
	纳税总额	万元	14,807	14,118	17,108
环境	环保投入	万元	763.22	457.37	758.28
	能耗总量	吨标准煤	10,829	12,010	10,989
	产值耗能	吨标准煤 / 万元	0.021	0.024	0.023
	碳当量排放	吨	44,296	49,247	45,032
	综合能源消耗密度	吨标准煤 / 万元	0.021	0.024	0.023
	温室气体排放密度	吨二氧化碳当量 / 万元	0.087	0.099	0.095
社会	员工总数	人	3,125	3,417	3,251
	女性员工	人	2,119	2,324	2,211
	女性员工比例	%	67.81%	68.01%	68.01%
	高层管理人员女性员工比例	%	30%	20%	20%
	捐赠支出	万元	68.40	173	29.80

上表：公司在经济、环境和社会方面近三年的绩效。2018 年，公司在新开商场、店铺的情形下，综合能源耗量、温室气体排放总量等方面均呈下降趋势，这主要得益于公司在节能降耗方面的一系列管理措施。

2018 年社会荣誉

公司在 2018 年获得的社会荣誉如下：

所获荣誉与称号	颁发者/发布者/认定
2018 四川消费者最喜爱的品牌	2018 首届四川品牌大会组委会
最具爱心企业奖（2017 年度）	四川成都市慈善总会
2018 年 CCFA 绿动奖 - 最佳实践与创新企业	中国连锁经营协会 (CCFA)
AA 级成都市模范劳动关系和谐企业	四川省成都市协调劳动关系第三方委员会

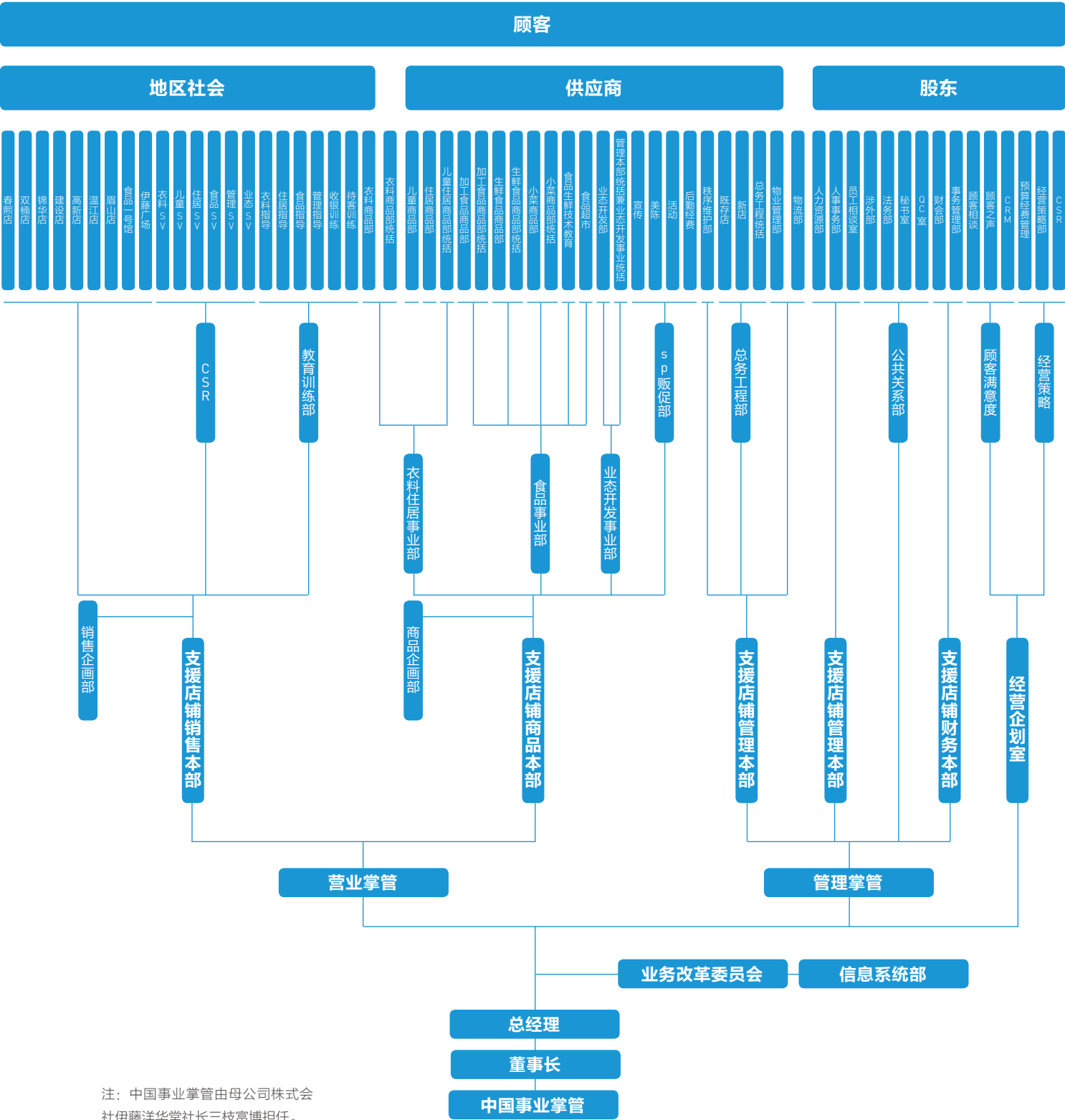
所获荣誉与称号	颁发者/发布者/认定
2017 年四川省外商投资企业营业收入百强（第 15 位）	四川省商务厅
2017 年四川省外商投资企业纳税总额百强（第 28 位）	
2017 年四川省外商投资企业从业人数百强（第 17 位）	四川省成都市总部经济发展领导小组办公室
成都市总部企业（2018）	
“第七届（2017）成都零售业年度总评榜”年度十大零售企业	四川省成都零售商协会
“第七届（2017）成都零售业年度总评榜”便民服务奖	
“2018 年成都百万职工技能大赛暨第三届成都零售业技能大赛”最佳组织奖	2018 年成都百万职工技能大赛暨第三届成都零售业技能大赛总决赛组委会
武侯区 2018 年度“税收贡献过亿元楼宇”	四川省成都市武侯区政府
武侯区 2018 年度“商务商贸业纳税十强企业”	
2017 年度“武侯区纳税大户”	
2017 年度“现代商务商贸纳税十强”	
2017 年重点优势企业	四川省总工会
四川省模范职工之家	
2018 风尚成都商业总评榜行业影响力大奖	2018 风尚成都商业总评榜组委会
2018 风尚成都商业总评榜新零售潜力大奖	
2019 最具期待商业项目（伊藤广场）	

公司治理

2018 年初，株式会社伊藤洋华堂发布新人事任命，成都伊藤洋华堂拉开了组织机构重大改革的序幕。改革后，管理经营团队由一位总经理加三位副总经理组成，营业、商品、销售等大部门由副总经理直接掌管。随后，494 名员工发生岗位变动，其中 192 人升职，合并了 6 个部门，新设总经理直属部门业务改革委员会，创建全新 CRM（即 Customer Relationship Management，顾客关系管理）系统以推进会员制度的落地，重新划分店铺管理部门的职责，实现店铺后场部门的纤细化。

这是成都伊藤 21 年来最大型的一次人事变动，旨在打造面向新社会环境、新零售市场、新顾客需求下的全新的伊藤洋华堂。

组织架构



公司战略

2018 年作为全新伊藤洋华堂的元年，公司构建完成了以 GMS(General Merchandise Store，综合超市)+ 新业态(餐饮与非物贩)+ 线上线下的“三驾马车”为驱动的发展格局，以 5 年内实现销售规模 100 亿、店铺发展规模 20 家为目标，成为稳健、优质、成长型的公司。

2018 年 6 月，成都伊藤洋华堂全新业态启航，以打造中国最棒的零售企业为目标，在深耕既有事业的同时，全力以赴革新组织、挑战新事业。

作为新事业的重要组成部分，伊藤广场、食品生活馆正式开启，并迎来其招商会。

▶ 公司发展的“三驾马车”

GMS 升级

对 GMS 百货全面进行改革，调整商品结构，增强顾客体验，实现 GMS 业态的升级。

新业态模式

以伊藤广场为代表的自主招商运营的 Shopping Mall 和以食品为重点出击的食品生活馆业态成功开店，以此为范本的连锁化经营模式逐步得到验证。

线上 + 线下营销模式

随着伊藤到家以及跨境业务的开启，伊藤电商依托实体店顾客群体，升级实体店的服务外延，架构了线上线下互联的营销模式。



伊藤新事业启动会

公司文化

公司信念：三个忠诚

忠诚于我们的顾客

忠诚于我们的股东、商业伙伴以及各地社区

忠诚于我们的员工

公司目标：做中国最棒的零售企业

公司致力于打造中国最棒的零售企业：

做让顾客信赖和支持，感到幸福和愉悦的公司（店铺）

做有优良品质，并能肩负起社会责任的公司

做让员工有自豪感、归属感、成就感的公司

公司愿景：做美好生活领航者

党建工作

为配合成都市和武侯区两级党委关于在非公有制企业建立党组织的工作要求，公司于 2007 年 6 月成立了党支部，现有党员 42 名，下设 5 个支部。

2018 年，公司党支部把学习贯彻党的十九大精神作为最首要的政治任务，按照“两学一做”的要求，积极实现学习教育常态化、制度化，主要开展了以下工作：

- 2 月，各店铺党支部走进周边社区的敬老院，为老人们带去了慰问品和丰富多彩的活动。
- 4 月，引导党员同志深入学习领会习近平总书记重要讲话的精神实质和核心要义，把思想和行动统一到习近平总书记总要讲话精神上来，树牢“四个意识”、坚定“四个自信”，以落实“中优”部署为主线，以“文创武侯”建设为牵引，助力开启武侯区“三步走”新征程。
- 7 月和 10 月，根据“深入学习贯彻落实党的十九大精神，按照市委‘全面落实年’部署，着力提升党支部书记党务工作能力”的要求，公司党支部书记参加

了武侯区委组织部开展的全区党支部书记全覆盖培训，深入学习了省委、市委、区委全会精神，并与优秀基层党组织书记交流。

2018 年，公司党支部在“成都市武侯区庆祝中国共产党 97 周年”暨表彰大会上获得了“武侯区先进党组织”称号，是武侯区零售外资企业唯一获得该荣誉的企业党组织。



公司党支部获得了“武侯区先进党组织”称号

反贪腐、反舞弊

为确保顾客的合法权益不受侵犯及公司的正常经营，公司制订了《成都伊藤洋华堂场外交易处罚及举报奖励制度》（下称“场外交易处罚制度”），针对场外交易行为进行举报及奖励；在《职员守则》中规定员工不得通过经营行为获取私利。

公司于 2018 年修订执行的场外交易处罚制度规定，伊藤员工或供应商促销员发生下列行为属于场外交易：

- 1 有与伊藤洋华堂商场顾客私下交易，包括收取顾客现金、会员卡、微信、支付宝等其他任何形式不通过伊藤洋华堂收银机的行为。
- 2 直接与顾客发生交易或者介绍顾客到其它营业场所交易或者其它场外交易的行为。
- 3 其它私自收取顾客购物款或者侵吞销售款行为。

若顾客、员工发现上述行为，均可在商场服务台、公司本部顾客相谈室进行举报，亦可拨打举报电话（028-87020164）进行举报。

举报受理初始单位为店铺服务台，之后将递交至店铺店长，并制作《场外交易调查表》，最后提交至公司本部顾客相谈室，行为属实后将依据场外交易处罚制度或《成都伊藤洋华堂有限公司商品联销合同书》中的“禁止场外交易特别条款”进行处理。

伊藤洋华堂与 SDGs

2015 年 9 月，联合国大会通过了 17 项可持续发展目标 (Sustainable Development Goals，简称 SDGs)，SDGs 提出了人类面临的全球挑战，包括与贫困、不平等、气候、环境退化、繁荣以及和平与正义有关的挑战，是实现全人类更美好和更可持续未来的蓝图。SDGs 呼吁社会中的组织、机构、企业及个体以自身的创造力和创新能力来应对挑战。

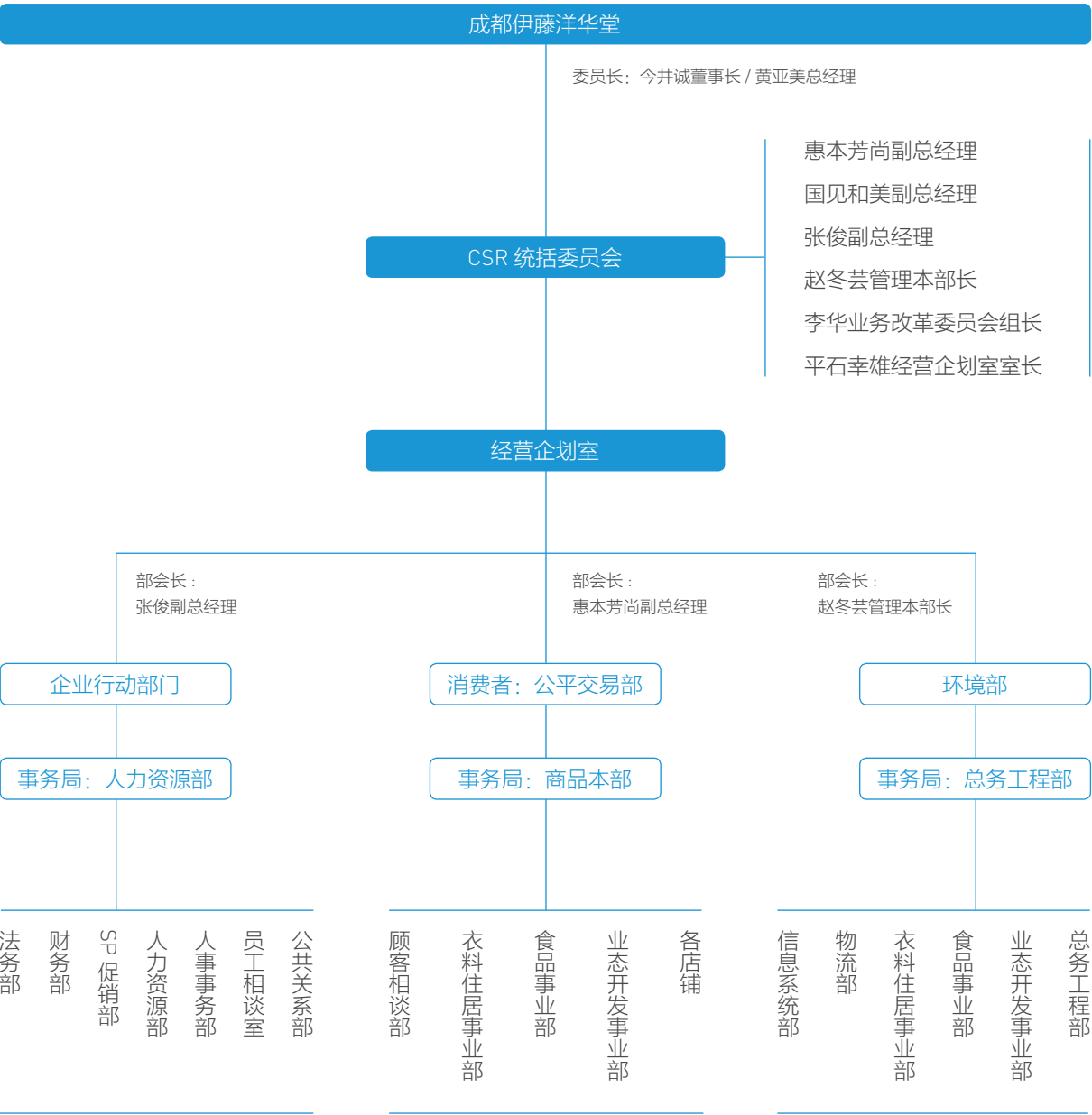
作为一家扎根于当地，成长于社区支持的企业，伊藤积极响应 SDGs，致力于将可持续发展目标深度融入到公司的发展战略中，无论是店铺日常运营还是其他管理工作中，伊藤都以实际行动最大限度地契合 SDGs 的目标要求。

伊藤与 SDGs

SDGs	伊藤的行动	SDGs	伊藤的行动
3 良好健康与福祉 	• 增进员工健康 • 健康食品的开发	4 优质教育 	• 助力员工发展 • 资助青少年儿童教育
5 性别平等 	• 关爱女性员工	6 清洁饮水和卫生设施 	• 改进商场节水装置
7 经济适用的清洁能源 	• 商场改装，使用节能设备	8 体面工作和经济增长 	• 新开店铺，创造就业机会
9 产业、创新和基础设施 	• 为顾客提供全渠道购物服务 • 参与灾后支援工作	10 减少不平等 	• 打造无障碍商场
12 负责任消费和生产 	• 包装物料（塑料等）回收 • 食品废弃物的再生利用（肥料化） • 全面使用可降解塑料袋 • “看得见的放心”商品开发	13 气候行动 	• 提高配送物流效率 • 使用新能源汽车配送 • 本地生产本地销售的“本地化”行动
14 水下生物 	• 完全养殖鱼的销售	17 促进目标实现的伙伴关系 	• 与政府、供应商合作开展活动 • 融入和支持当地社区 • 参与公益活动，资助公益组织

社会责任管理

社会责任治理结构



2018 年，公司的社会责任统括（顾问、导师）委员会由公司董事长、总经理出任委员长，统括由三位副总经理、管理本部长、业务改革委员会组长、经营企划室室长等中高管出任。

公司的社会责任战略及具体事务执行由经营企划室牵头、实施。下设企业行动部门、公平贸易部和环境部。

社会责任战略

公司坚持不懈地践行“使市民生活更幸福，与地区社会和谐共生”的责任承诺，通过各种方式“反哺社会、回馈社会”，在为地区社会发展做出贡献的同时，实现自身的可持续发展。

利益相关方沟通

社会责任沟通矩阵

关键利益相关方	关注议题	主要沟通方式	主要行动与回应
股东	• 股东利益 • 企业管治和风险管理	• 股东大会 • 财务报告 • 业绩报告	• 保障信息披露质量及效率 • 及时发布公告 • 平等对待股东
顾客	• 产品质量 • 服务质量 • 顾客信息保护	• 顾客恳谈会 • 售后服务与投诉 • 走访客户	• 保障产品质量 • 提高生产标准 • 提高服务质量
员工	• 员工权益 • 薪酬制度 • 培训与发展 • 工作环境 • 身心健康	• 工会日常活动 • 员工培训 • 员工活动	• 支持员工加入工会 • 支持员工培训和技能训练 • 员工职业健康体检 • 工作环境监察
政府及监管机构	• 合规经营 • 治理透明 • 足额纳税 • 资源节约 • 环境保护	• 机构考察 • 政策执行 • 信息披露	• 自觉承担纳税义务 • 为行业发展贡献经验 • 保障信息披露质量和时效性 • 提高企业管治水平，保证运营管理合法合规
合作伙伴	• 公平竞争 • 合规经营 • 互惠互利	• 合作谈判	• 供应商说明会 • 供应商考察
社区及公众	• 社会公共利益 • 良好品牌形象	• 信息发布 • 公众问询	• 发布社会责任报告 • 开展环保宣传 • 社区互动 • 参与公益

新伊藤 新生活

- ▶ 新鲜业态 新鲜体验
- ▶ 新鲜每天 新鲜生活
- ▶ 新鲜购物 安心消费



新鲜业态 新鲜体验

为顾客打造高规格的购物环境，是伊藤洋华堂“顾客第一主义”的重要体现之一。

2018 年，公司以“随时随地为顾客提供愉快”为方针对店铺进行了改装，从设计上增加顾客的便利性，从产品种类上扩展多样性，同时扩大利于顾客参加活动、休息的多功能区域，让顾客从购物体验向生活体验转换，实现生活场景向卖场延伸，向顾客提供一个新鲜的伊藤。

以顾客为中心的设计

伊藤的商场设计始终以顾客为中心而进行。在食品生活馆，不再沿用传统美食广场集中坐席的设计，而是将坐席散落在卖场的各个出餐区，让顾客可以方便的随取随用、即买即食；高新店、双楠店的休息区经过改装升级，成为多功能区，顾客既可以在此休息，也可以会客、与朋友小叙。2019 年，以“为顾客提供轻松、愉快会客场所”为方向，春熙店、建设路店等店铺将对休息区改装升级。



伊藤食品生活馆里功能集中的服务台

高新店改装前



高新店改装后



双楠店改装前



双楠店改装后



全新的伊藤美食广场不再使用传统的广场档口式的销售方式，而是采用 100% 透明档位、透明厨房的形式，60% 的商品均可实现可视化的现场料理，让顾客感受看得见的“安全、安心”。



以愉快为核心的体验

在伊藤，我们给予顾客的不仅仅是一个商场，更是一种愉快的生活体验。

伊藤食品生活馆以“日式街景”作为主题场景，设计为生活服务功能区和以生鲜商品、半成品、特色商品构成的卖场，更多强调顾客的体验和愉悦。旨在让顾客体验一种生活态度，实现轻松愉悦的人与人的连结，无论购物与否都能享受快乐、幸福和便捷。



伊藤食品生活馆日式街景

生活服务：功能区包括生活厨房、料理教室等，现场专业指导烹饪教学，顾客可 DIY 各种料理，免费给社区顾客提供交流的场所。



交流体验

产地直送：为了保证鲜度和品质，食品生活馆有很多产品比如蔬菜、水果、杂粮等都是采用“产地直采、产地直送”。



产地直送蔬菜

产地直送健康杂粮

产地直送的水果

现场料理：打造了融入共享的空间，有成都本地小吃，也有和风、西式的名物现场料理，让顾客除了购物以外，可以享受美食、获取信息、相互交流。



和风物语

西式物语

地域名物

便捷便利：依托伊藤的电商和实体店，实现了线上和线下融合。甚至在实体店里面也做了跨境电商的体验店，提供给顾客 3 公里以内 2 小时配达的优质服务，身临其境体验便捷与新鲜。



服务中心

伊藤到家

伊藤电商

智能服务：卖场融入了新的智能概念，设计有很多 IT 和 AI 的智能化自助服务系统，如自助扫码支付系统、智能除味机、人脸识别储物柜等。



人脸识别寄存柜

7 秒智能除味机

为了更好地满足顾客的需求，伊藤致力于提供顾客期待以上、并能感受到愉悦的商品和服务。在 1 年的 52 周里，店铺会根据时间轴、主题轴，结合消费者心理和季节做出差别化的提案、主题，营造有新颖、有故事的主题性卖场。

“新”花路 FUN：蜡笔小新主题展

6 月 12 日至 7 月 15 日，作为打造主题性商场计划的一部分，为期一个多月的“新”花路 FUN 蜡笔小新主题展在多个店铺巡回开启，首次展出在锦华店举行。

主题展现场展示了 20 个按真人比例 1:1 设计的小新雕塑，重现了小新的家、春日部市双叶幼儿园向日葵班等为《蜡笔小新》粉丝所熟知的场景，让成都顾客可以亲身体验小新一家的日常生活，同时参与到有趣的互动游戏中，如 AR 青椒赛跑、小新集印兑礼品、小新眉毛状大赛等活动。蜡笔小新陪伴了大多数 80 后、90 后的童年，这样优质的 IP 落地伊藤，兼顾了商品与顾客的诉求，与顾客进行了更多的联动，提高了顾客满意度，是伊藤“商品有故事”的又一次成功体现。



周全多样的生活体验

从产品的多样性，到服务商的多样性，伊藤致力于为顾客提供不同的、多样的生活体验，从美食到美装，从亲子到游玩，让顾客在任何时候走进商场，均具备不同的选择。同时，还有各种可供顾客参与、能获得新知的活动，让顾客感受到在伊藤不仅仅是购物，更是一次身心愉悦的新鲜体验。

细节服务，舒心到家

为保障顾客安全，在发生意外时第一时间作出响应，伊藤的每个商场均开设有健康管理室。管理室内备有各种常用的急救包与常用安全设备。

与普通的储物柜不同，伊藤在每个商场内为顾客备有冷冻储物柜，为需要冷藏、冷冻保存的食物提供物理环境。



每一天，伊藤的商场会为顾客提供 RO 水（即 Reverses Osmosis 水，一般称作纯净水），顾客可持伊藤专门装载 RO 水的水桶免费领取。



日本商品节

伊藤一直致力于让地区顾客在家里就能体验到国际化的生活。为此，各店铺坚持每年以全世界各地特色商品为主，不定期推出主题商品节，将来自世界各地的优质商品、特色文化呈现给当地顾客，提供新鲜丰富的购物体验。

2018 年 6 月，双楠店举办了“2018 日本商品节”展销活动，为契合主题，创新性的借鉴了久光百货日本物产节货架，增加了卖场的氛围营造、高品质 POP（point of purchase advertising，指媒体广告）以及货柜利用空间，50 多种日本商品集合亮相，顾客可以品尝到纯正的日本美食，还能买到日本全网销售量第一的畅销产品和各种来自日本的美妆产品、日用品，体验纯正日本生活细节。

展销期间，顾客不仅可以在大屏幕上看到相关商品的特点及品牌故事，还可以直观的看到生产厂家的现场管理、车间的标准等生产信息，直观的感受伊藤商品的安全、放心。



日本商品节现场



来自日本的美妆产品

新鲜每天 品质生活

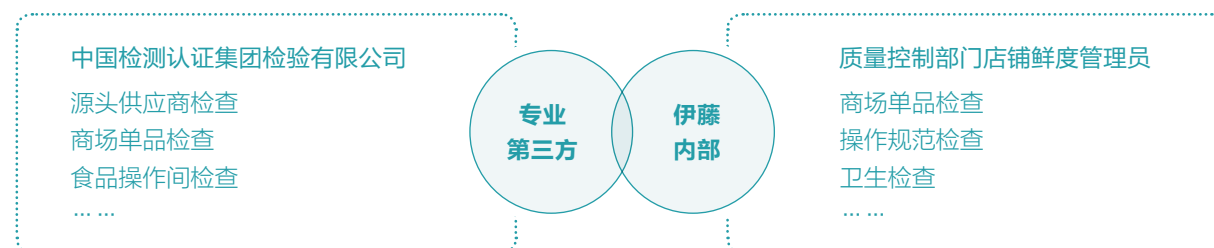
在伊藤已成立的二十多年里、以及可以预见的将来，为顾客打造“安全、放心”的商品是伊藤永恒不变的初心。在此基础上，伊藤从“新鲜”出发，力求在每一个细节上都让顾客感受到生活的新鲜：在伊藤的商场里，有随着时节不同而变化的丰富商品类型，也有每日保持新鲜的食品。

新鲜食品

为了保障食品的安全，让顾客放心食用，伊藤一方面聘请专业的第三方安全检测机构对供应商、商场食品进行定期或不定期的检查与抽查；另一方面，伊藤商场里配有鲜度管理员，定期或不定期对商品进行检查。从供应商的考察开始到食品的保质期管理，实现全程监督、风险细节可控，最终达到食品可追溯性，有效做到品质分阶段管理、安全处处可见。

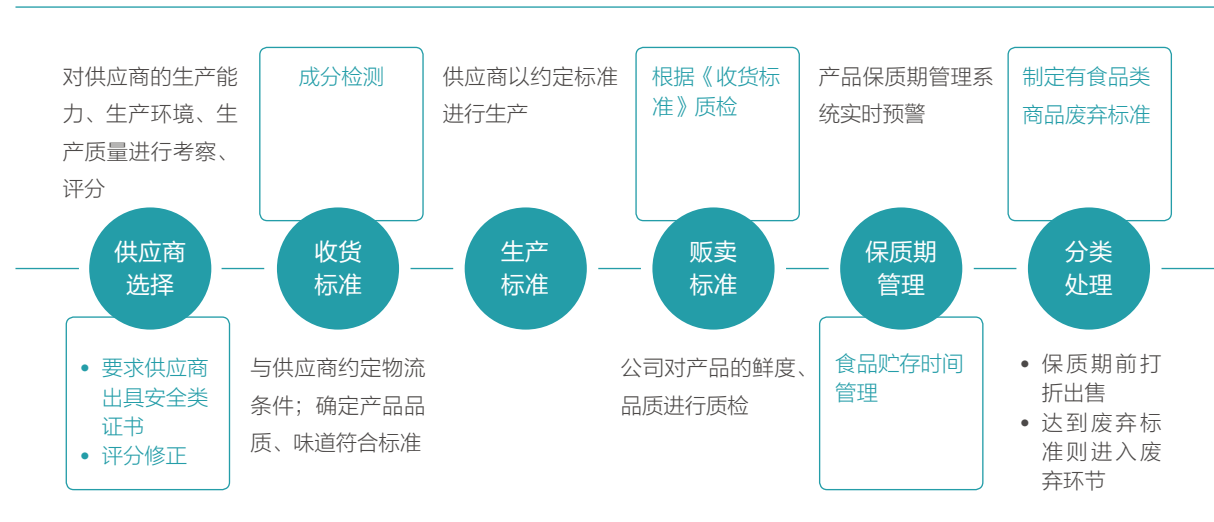
基于扎实、严谨的食品安全管理工作，2018 年伊藤所有的商场均未发生过任何食品安全事故。

► 为保证食品安全，伊藤的双保障



全程监督

► 食品类商品的全程监督部分流程



对于食品类商品，从供应商的选择开始到食品被顾客消费，伊藤以安全为最基本的标准，辅以对食品的味道、成分的严格要求，实现了全程监督管理。

▶ 安全保障 三道把关

从源头到现场，伊藤聘请专业第三方部门对生产环境、卫生情况进行检查。及时发现，及时处理。



在源头和现场把关中，伊藤委托中国检测认证集团检验有限公司（一家已获得国家认证认可监督管理委员会资质认定的检测服务商，下称“中检公司”或 CCIC）对供应商基地、商场内单品进行定期或不定期的检查。

对于新进供应商，伊藤安排第三方专业公司进行事先检查，确保供应商有能力提供符合质量要求的合格产品，并保障产品在生产、运输、销售全过程中的质量安全；对于既存供应商，若在检查中发现问题则需逐项整改，不合格的供应商暂停供应，由第三方专家组复查合格后才能恢复供应。

看得见的放心

为了满足顾客对『安心、安全的食品』的需求，让顾客对食品的生产信息、安全措施有全面细致的了解，伊藤携手生产商共同组成『看得见的放心』项目，项目中所开发的商品均遵循伊藤制定的『六项承诺』。

六项承诺

- | | |
|---|---|
| 01 公开情报
公开由谁、在什么地方、如何进行商品的生产 | 02 安全与品质
对商品的安全及品质（味道和鲜度）制定独有的基准，并实施检查 |
| 03 生产环境
优选致力于良好生产环境的生产者，并一同为优化生产环境而努力 | 04 肥料栽培的管理
与生产者一起，对肥料、农药、医药品进行妥善保管和用量削减 |
| 05 努力改善
与生产者一同继续为改善做努力，并将此活动内容定期作报告 | 06 第三方的监查
为提高透明度，接受第三方专门机构进行的定期检查 |

看得见的放心

▶ 『看得见的放心』商品开发流程



『看得见的放心』项目所开发的商品包装袋上均贴有“看得见的放心”标识，标识下方注明有该商品的生产商、二维码、一串数字组成的商品 ID 和商品名以及项目的网址。任何人均可以通过扫描二维码访问项目网址输入商品 ID 来查询商品的具体信息。

『看得见的放心』项目中，商品具体信息一般包括有商品介绍、产地简介、推荐食用方法、生产者、管理者、负责人等信息。

目前，该项目覆盖蔬菜、水果、鲜鱼、精肉、大米、杂粮等六个品类约 80 多个商品。在未来，伊藤将与更多的生产者合作开发更多的『看得见的放心』商品。

安全管理

在为顾客制作放心、安全食品时，食品生产员工严格遵照伊藤的食品安全政策进行生产制作。

▶ 伊藤的食品安全政策（部分）组成



在对员工进行安全卫生培训教育的同时，伊藤也不忘从内部、外部开展对食品制作、操作间的安全卫生的督查。定期或不定期地，伊藤的鲜度管理员、QC 部门与中检公司联合对各商场内的食品操作间、卫生环境进行检查或抽查，对员工的食品制作、操作规范，环境及商场管理进行打分，发现问题及时通报商场进行整改。



联动“CCIC”卫生检查，为顾客打造安全放心的卖场

5月—7月，伊藤联动“CCIC”对七家店铺展开了为期两个月的卖场安全卫生突击检查，从6:30早间收货开始到23:30晚间废弃结束，参照FDA（Food and Drug Administration，食品药品监督管理局）建立的SSOP（Sanitation Standard Operation Procedures）卫生标准操作程序制定检查项目，从卖场规范性、收货、仓库、冻库等环节入手，现场对店铺管理人员进行提问考核，严格检测整个商品流通全过程的安全卫生情况，为打造顾客安全放心、感动心灵的卖场。



CCIC 突击检查



锦华店业态部荣获 2018 年 CCIC 食品安全规范检查优秀奖

鲜度管理

为保证食品的鲜度，从物流运输、入场质检到贮存管理、食品制作，伊藤依据严格的流程与标准进行管理。

▶ 食品类商品鲜度管理流程（部分）

01

运输过程中的温度管理



02

入场前的产品质量检查



03

贮存管理（温度、环境、鲜活度）



04

按照食品安全政策进行现场制作管理



05

执行食品类商品废弃标准



在完成对食品类商品运输、入库、存储、制作方面的妥善管理之后，为最大限度保证食品的新鲜度，伊藤还制定了严苛的食品类商品废弃标准。对于贮存了一定时间、保质期过半的食品采取打折出售（出售时有明显标识）或按照下列标准进行直接废弃。

▶ 按时间划分，伊藤部分食品类商品的废弃标准。具体信息可咨询店铺内对应工作人员

类别	食品类别	贮存方法	保存时间	废弃标准
加工食品科	加工食品	常温保存	保质期内	过期、变质、胀袋、外包装破损、生产日期或保质日期脱落
精肉科	蛋类	常温保存	7 日	蛋壳破裂
青果科	水果	冷藏 0~5℃	3 日	鲜度下降、变色
青果科	水果沙拉	冷藏 0~5℃	14 小时	每日关店后废弃
	蔬菜		当日	每日晚间废弃
	净菜、方便配菜			每日晚间废弃
精肉科	冷鲜肉			鲜度下降制作肉馅
	肉串			解冻后当日内销售完毕，剩余商品废弃
鲜鱼科	冰鲜鱼类	冷藏 5~8℃		鲜度下降制作半成品
	半成品			当日售完，剩余商品晚间废弃
小菜科	沙拉	冷藏 0~5℃	当日	每日关店后废弃
	拌菜	常温保存		每日关店后废弃
	豆浆			变色、生花
	面点类			每日关店后废弃
面包科	面包、蛋糕			每日关店后废弃
青果科	切片水果	冷藏 0~5℃	7 小时	每日 13:00 及关店后各废弃一次
小菜科	寿司类			每日 13:00 及关店后各废弃一次
	便当	常温保存	3 小时	15:00、20:00 各废弃一次
鲜鱼科	淡水鱼	水温 10℃ 以下	死亡	鲜度下降制作半成品
	虾、贝类	海水		鲜度下降制作半成品

出于对环境负责任的态度，所有废弃食品都进入公司的垃圾分类通道，并交由四川嘉博文环境服务有限公司进行专业处理。

正品品质

针对商场中的其他非食品类商品，伊藤依据《3C 认证认可条例》（即中国强制性产品认证制度）、《化妆品卫生监督条例》《中华人民共和国产品质量法》等质量监督法律法规，在与供应商合作时对其进行事前审查，在合作中则配合市场监管方、质量监督部门进行产品抽查，同时也会对供应商产品进行随机抽查，检查结果纳入供应商考核体系。

▶ 伊藤的正品品质保障



2018 年公司质量控制部门（QC，即 Quality Control，品质管理室）开始使用商品品质资料在线审核存储系统，实现了品质资料审核电子化。对于伊藤开发的、自有的非食品类商品，所有资料在线保存，做到索证索票管理；供应商的营业执照、生产许可、授权书、商标使用、入境货物检验检疫、报关单（如为必须）等均可随查随取，并在到期前实现预警功能。

▶ 伊藤自有商品的质量保障



新鲜购物 安心消费

零售业是让顾客感到幸福的产业，顾客想要的商品、热情的店员、清洁的卖场，虽然这些都不是能改变人生的大事，但正是因为有这些带给人们微笑快乐的事情，才令我们的每一天都变得如此的丰富多彩，面向明天，答案就在顾客之中。

——三枝富博 株式会社伊藤洋华堂社长、中国事业部掌管

自创立之日起，“顾客第一主义”就成为了伊藤所有员工秉持的最重要工作原则之一，以谦虚的态度为顾客提供亲切而优质的服务，是伊藤员工的常态。

公司非常注重倾听顾客的声音，自1997年起开启了“顾客恳谈会”的模式。之后设立了顾客相谈室，聘请品质监督员、成立了“提高顾客满意度委员会”，都深刻体现了伊藤的“顾客第一主义”，也成为顾客安心消费的重要保障之一。

让顾客满意

为了提高顾客的满意度，伊藤于2009年成立了由总经理直接管理，成员包括副总经理、本部长、各店店长及其他负责人的“提高顾客满意度委员会”（下称“委员会”）。委员会定期召开例会，由各店铺及各部门领导对公司现存的问题提出改善方案，经公司决策后进行统一整改，该委员会的做法延续至今。

在倾听顾客声音方面，公司向顾客开放线上和线下的多个沟通渠道，包括微博、微信、电话、意见台、顾客恳谈会、开放日等，让顾客的声音被听到、被记录，让顾客的问题及时得到解决。

▶ 伊藤倾听顾客声音的渠道



伊藤食品生活馆顾客恳谈会

为满足食品生活馆周边社区顾客需求，确保出店商品更加符合社区顾客需要，伊藤食品生活馆华府大道店于7月18日在成都棕榈泉费尔蒙酒店首次召开顾客恳谈会。

恳谈会以座谈结合冷餐会的方式展开，顾客们就食品生活馆的开业献计献策，与以往不同，此次恳谈会将恳谈时间由白天改为工作日的18点以后，大大方便了顾客参与，同时，为了更好地收集每一个参会顾客的意见，现场安排了本部领导一对一与顾客交流，深切了解顾客的想法和意见。

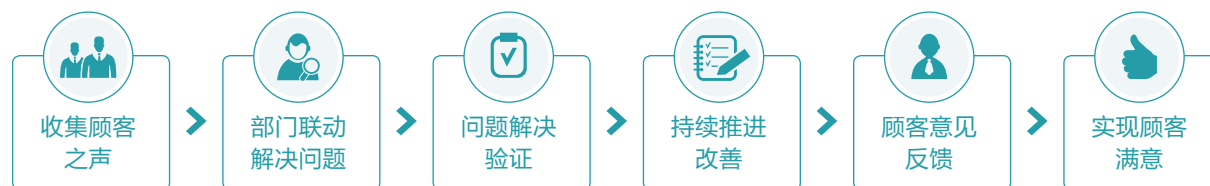


自2007年起，顾客的声音由公司专有部分进行整理、汇总。经过一系列的推进之后，顾客的声音已成为伊藤不断改进的动力。

▶ 对顾客声音的回复

马上能解决的	不能马上解决的
 当日回复 由主管进行回复	 一个月回复 在每个店铺指定位置公示栏公示直至回复
 一周内回复 主管不能马上回复，需通过和商品部等部门沟通后回复	 长期及半年以上 以专项行动的形式，推动问题的解决

▶ 落实顾客声音的流程（部分）



2018 年，公司收到 22,000 多条顾客之声，其中顾客满意的总数是 2017 年的 143%，顾客提供建议的总数是上一年的 173%。



我于 5.19 在服务台包装礼品，不慎将刚购买的价值 1780 元的衣服遗失在该柜台，被你们的员工郑运桂（锦华店服务台员工）拾得。我晚上来询问时将遗失衣物归还于我，这种高尚的品德、诚信的服务令我们受感动，特此表扬。

——锦华店顾客 黄女士 135*****54



今天上午我们到贵店帮几位 90 多岁老同志购买蔬菜，多亏蔬菜组张丽（高新店青果科员工）等几位同志帮忙整理装好，值得表扬。

——高新店顾客 李先生 181*****69



我是伊藤的老顾客，一直喜欢购买雅氏专柜的东西，每次雅氏专柜的员工都非常热情，服务非常棒，特别是他们柜长何丽（高新店服饰科员工），每次路过专柜时都会主动向我打招呼。

——高新店顾客 曾女士



我的老伴是个盲人，在来贵店买鱼的时候，你们有一个高高瘦瘦的男员工（锦华店鲜鱼科员工邓道清），服务态度特别好，很细心地帮我老伴剖鱼，谢谢。

——锦华店顾客 罗女士 028-87****54

让顾客安心

品质监督员

为贯彻公司“忠诚于顾客”的经营理念，伊藤继 2007 年起成立了顾客相谈室之后，次年起面向社会通过公众媒体公开招募了品质监督员，每个店铺设置 10 名品质监督员，所有品质监督员均由公司发放证书，任期以一年为计。

作为店铺的品质监督员，若发现商场商品、质量、环境和服务问题，可直接向店铺领导或业务科反映；对于所提出的意见和建议，品质监督员有权要求获得改善情况的及时回复。店铺的品质监督员每月参加由店铺组织的座谈会或参观体验活动，在商品、质量、环境和服务等方面提出意见和建议。

- ▶ 关于品质监督员的招募、职责、权利和奖励（部分条款）。
详细条款请咨询店铺关于《成都伊藤洋华堂品质监督员管理办法》的具体规定

招募	职责
- 面向社会公众 - 店铺商圈附近 - 发放正式聘书	- 提出意见建议 - 定期参与活动
权利	奖励
- 意见建议直达 - 获得及时进展与回复	- 礼品赠品奖励 - 特别优秀奖励

//

2013 年当全职妈妈，每天坐班车来伊藤购物，顺利当选品质监督员，这段经历很难忘。现在孩子上大学了，伊藤洋华堂对我和我家庭而言，就像是老朋友一样，一路走来，相互陪伴，很温馨，很幸福。

——2013 年双楠店品质监督员 温欣女士

//

伊+会员上线

2018年8月18日，伊藤的会员系统“伊+会员”在双楠店率先上线，随后的9月8日，“伊+会员”系统覆盖了所有伊藤店铺。上线不到半年，伊+会员已超过20万人。顾客通过商场、官方微信公众号注册开通会员之后，在伊藤的任意店铺消费，均可获得一定额度的积分（伊豆），并获得相应的增值服务。



伊+会员上线仪式

▶ 会员部分权益（详情可下载“伊+会员”App或咨询店铺会员服务中心）

权益内容	银卡	金卡	白金卡	黑金卡
免费停车（详情参考各店标准）	★	★	★	★
伊藤配送	★	★	★	★
会员生日礼		★	★	★
精品包装服务		★	★	★
品质基地探寻体验		★	★	★
新品体验会		★	★	★
境内旅行活动			★	★
日本游学活动				★

除了固定的会员权益之外，伊藤还与更多品质商家开展了诸如“专车免费接送”、“音乐节门票赠送”等跨界活动。



伊+会员基地体验活动



伊+会员手工制作活动



伊+生活荟：寿司DIY

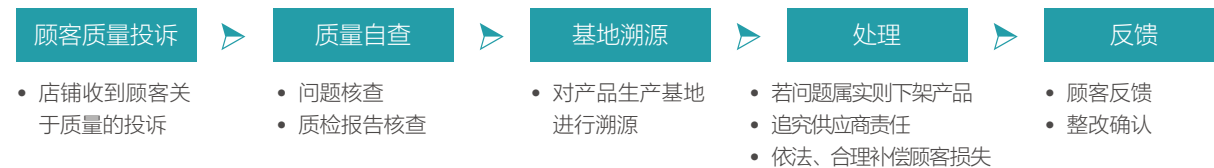


会员预约：曹操专车免费接送活动

顾客投诉处理

公司顾客相谈室负责跟进顾客的投诉事件，积极与成都市工商局12315热线、成都市消费者保护协会协作联系，依据《消费者权益保护法》《产品质量法》等相关法律法规，维护顾客的合法权益。

▶ 商品质量投诉处理流程（适用于伊藤自有商品）



2018年，公司各店铺收到投诉数量环比下降23%，投诉整改率96%。

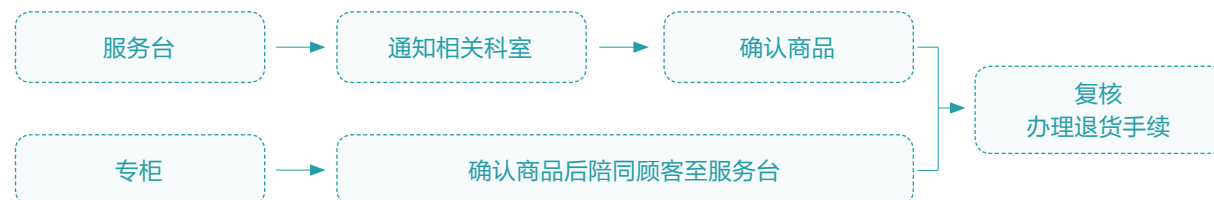
质量管理

在质量管理方面，公司推行的管理制度体系通过了ISO9001：2008版监督审核和ISO9001：2015版转版认证，并于2018年通过复审后获得换版认证。

售后服务

本着“顾客第一主义”的宗旨，公司制定了完善的售后服务体制。顾客可凭购物凭证与完好且不影响再次销售的商品（食品等特殊商品除外，详情可咨询店员或商场服务台），在7天内无理由退换货。

▶ 顾客退换货流程



与此同时，伊藤还为顾客提供免费包装服务。顾客凭当日购物凭证，携当日购买商品（生鲜与大件商品除外）到服务台即可享受免费的包装服务，客服人员可为顾客设计出适用于各种场合的精美包装。

—— 小伊配送 安心到家 ——

小伊配送是成都伊藤洋华堂为顾客提供的免费增值服务，旨在为顾客提供方便、快捷的配送服务。顾客有较重、较大、较多商品不方便拿回家时，可通过小伊实现配送到家服务。

配送规则：服饰类（衣服，箱包，鞋子等）满800元，非服饰类满200元，限30公斤内或长+宽+高≤1.6米）即可享受免费配送到家。

配送范围：各店指定区域内免费配送（常温商品）；骑行距离3公里内（生鲜、冷冻冷藏商品）。

配送商品范围：所有卖场所售商品。禁忌商品及特例商品除外（如黄金珠宝、数码器材、钟表、酒类、药品、易碎商品、肉类、青果蔬菜类、鲜鱼类、熟食类）。

配送时效：根据订单的不同时段及配送范围各异。详情可咨询店铺内店员或服务中心。

小伊配送为顾客
提供免费服务

95,951 次

专题：伊藤电商 一商品有故事 服务有温度

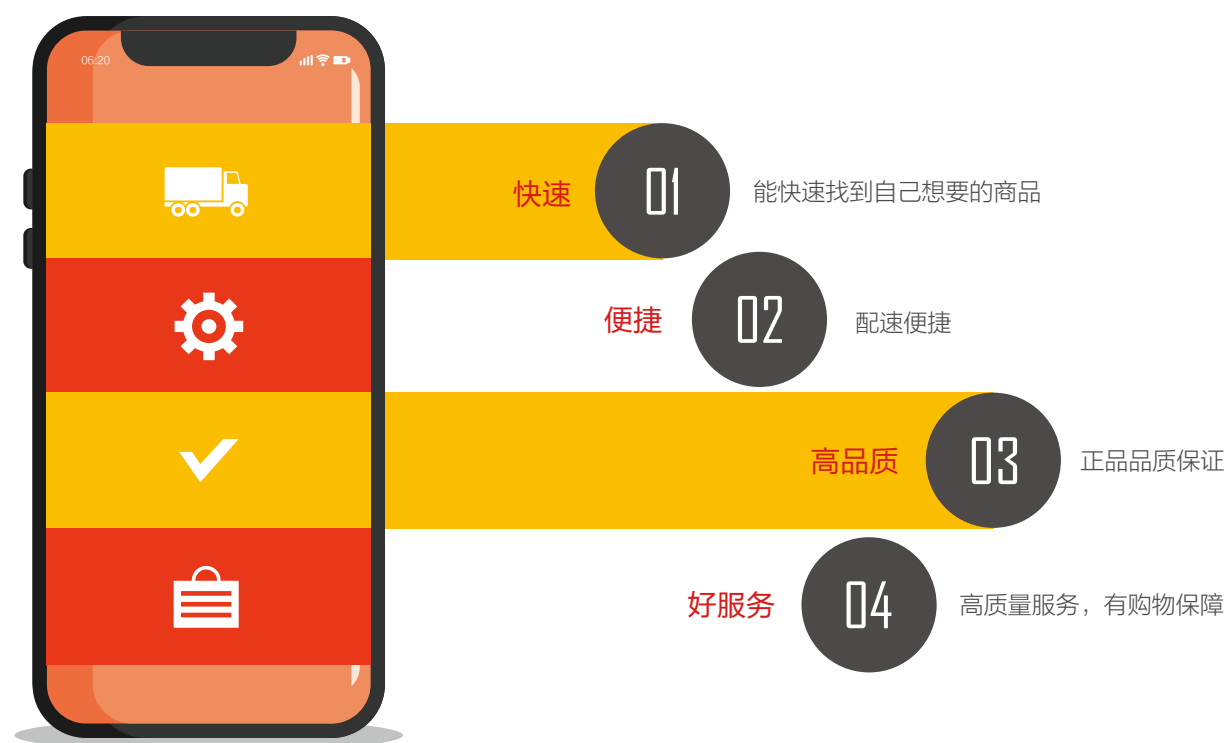
- ▶ 缘起：满足新消费需求
- ▶ 探索：品质与故事得兼
- ▶ 深耕：优质服务 舒心到家



缘起：满足新消费需求

根据中国互联网络信息中心（CNNIC）发布的第43次《中国互联网络发展状况统计报告》显示，截至2018年12月，中国移动互联网使用者规模达8.17亿，使用手机上网的比例由2017年底的97.5%提升至2018年底的98.6%。移动互联网正在成为线下之外的另一个场景，其快速、便捷的特性也直接投射到了人们对电商的需求上。

► 电商时代的顾客需求



顺应时代顾客的需求，伊藤电商应运而生，将购物置入移动互联网这一场景，以不变的服务质量，让顾客快速、便捷地买到高品质的商品。顾客在各大应用商店和微信搜索“伊藤电商”，下载伊藤电商 App 或关注伊藤电商公众号，即可享受方便、快捷、高质量的购物体验。

► 伊藤电商之路

网络超市

2009 年开通线上服务，
后升级为网络超市

电商公司成立

2017 年 8 月，伊藤网络
超市升级为伊藤电商，
电商公司正式成立

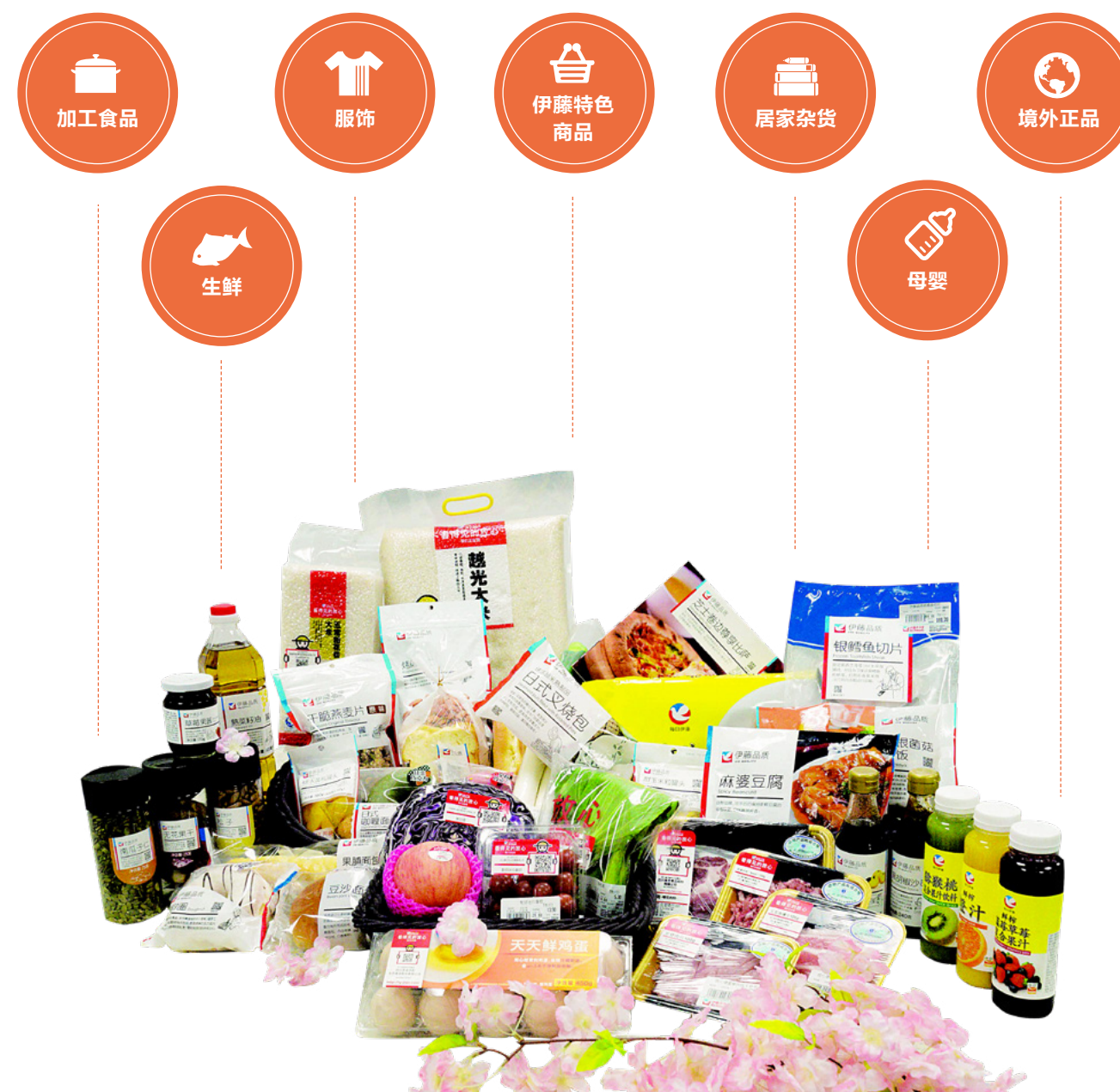
伊藤电商 App 上线

2018 年 4 月，伊藤电商
App 首个版本上线

探索：品质与故事得兼

伊藤电商除了承载大部分线下商场的日常性、高品质商品的销售之外，还开通了伊藤独有的跨境电商，让顾客在国内就能买到伊藤品质保证的境外商品。伊藤电商按照生活日常场景导入各类特色商品，每个特色商品的背后，都兼具品质和故事。

► 伊藤电商为顾客提供的商品类别



在伊藤电商，我们为顾客提供的不仅仅是一件件商品，更是一种对生活体验的体现、一种对生活理念的诠释、一种对生活方式的理解。

- 根据顾客的生活场景，以商品为载体，为顾客提供新的生活方式。
- 为顾客搜罗最新的健康、时尚的生活资讯，并在商品中一一呈现。
- 以丰富、多样化的商品满足顾客身边每一位家庭成员。

依托株式会社伊藤洋华堂在日本的供应链基础，以追求正品品质为基础的跨境电商，是伊藤作为日系企业的一大优势。



“技也而近乎道矣”。匠人文化的盛行使得高质量的日本产品备受推崇。伊藤的跨境电商平台联合日本本土民间组织，集合匠人商品，开发深受日本当地人喜爱、价廉物美的商品，引进在日本生产的高品质的、日常性的、极具特色但又在中国知名度稀缺的“匠文化”商品。在介绍商品的同时，展示品牌的历史故事，呈现最地道的地域文化和生活方式，让顾客感受“品质与故事得兼”的愉悦体验。

▶ 伊藤电商为顾客提供的商品类型



美妆护肤



保健品



生活日用



母婴产品

深耕：优质服务 舒心到家

物流舒心到家

无论消费场景是线上还是线下，“伊藤到家”物流服务承载了商品的及时达业务，通过多门店优势，将看得见的放心的优质商品快速带到顾客身边。

▶ “伊藤到家”服务

伊藤到家	营业时间 9:00-20:00	24 小时可下单
	配送范围：店铺周边 3 公里 2 小时达	物流配送
	手机下单	线上支付微信、支付宝、银行卡

在营业时间内，只要顾客处于店铺周边 3 公里以内，所购商品可在 2 小时内送达，目前该服务已覆盖所有店铺。

▶ 在营业时间内，“伊藤到家”服务详解

Step1	顾客在伊藤电商 App、伊藤电商官方微信公众号商城选购
Step2	“伊藤到家”服务系统配送订单分发
Step3	• 所处位置若距店铺 3 公里以内，2 小时内送达 • 所处位置距最近店铺超出 3 公里，按物流实时送达

商品优质保障

与实体店铺内的所有商品一样，伊藤电商采用同样严格的商品入驻、物流收货审核等质量标准程序。

商品入驻审核方面，主要条款包括：

- 商家基本信息：营业执照等
- 商品生产商的销售授权 / 代理授权等
- 检验报告：商品需条码证书和 CMA 检验（China Metrology Accreditation，即中国计量认证 / 认可）报告；进口商品的报关单，缴款书，检验检疫证明等

物流收货审核方面，部分条款包括：

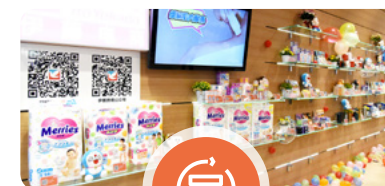
- 国内商品保质期限需大于总保质期的 2/3，进口商品保质期不得超过 1/2。
- 所有单品（包含组合装、定制类商品）入库时，必须

具有唯一且可区分的条形码（或编码）。

- 畜禽类需核对供应商是否提供对应批次的检验检疫合格证明；冷冻冷藏类需检查是否低温保存、有无解冻、变质现象。
- 进口商品类需供应商提供入境货物检验检疫证明和报关单。

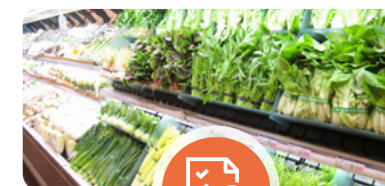
沿用实体店铺的做法，伊藤电商设有由顾客组成的品质监督员 10 名，负责对商品质量和服务进行监督。每月，品质监督员均参加由电商公司组织的座谈会或参观体验活动，并就商品、质量和服务等方面提出意见和建议。每个季度，电商公司均召开顾客恳谈会，听取顾客的声音。

▶ 伊藤电商质量保障部分政策（详情可在“伊藤电商”App/ 微信公众号内咨询客服）



无理由退换货

支持 7 天无理由退换货（生鲜商品除外）



保质期过半折扣

针对保质期过半后进行折扣处理的商品会公示商品有效期



只卖新鲜

针对保质期低于 60 天的加工食品会直接在平台上下架不再售卖给顾客

新生态 新时代

- ▶ 新时代 绿色运营
- ▶ 新生态 共同成长
- ▶ 新公益 责任担当



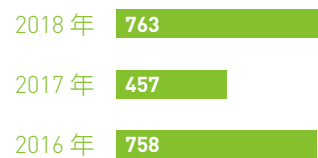
新生态 新时代

新时代 绿色运营

进入新时代发展的新阶段，人类社会与自然环境更加息息相关。伊藤坚持“尊重自然、顺应自然、保护自然”的环境理念，以低碳环保为指导，持续投入资金，建设绿色店铺，推行垃圾分类，以实际行动践行“绿水青山就是金山银山”的国策。近三年来，伊藤累计投入 1,978 万元用于环保事务。

商务部流通业发展司于 2018 年 12 月 11 日发布的《关于 2018 年绿色商场创建单位名单的公示》显示，伊藤双楠店、锦华店被评选为绿色商场。

环保投入统计（单位：万元）



耗水量与天然气用量（单位：立方米）



用电量（单位：万千瓦时）与总能耗（单位：吨标准煤）

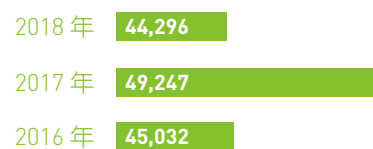


2018 年，在店铺数量和面积均增加的情况下，经过节能减排改造，公司的水、电、天然气三类能源的使用量、温室气体排放总量均低于 2016 年。

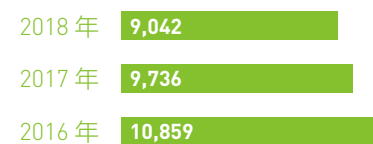
节能减排 绿色运营

合理利用能源，减少能源消耗并降低排放，一方面增进社会的环境效益，另一方面也利于企业经济效益的增长。近年来，伊藤通过对店铺设施的改装、改造以及管理措施的改善，在水、电、天然气、纸张使用量等方面均实现了逐年下降。2018 年，公司节水量达 17 万立方米，节电量达 927 万千瓦时。

温室气体排放量（单位：吨二氧化碳当量）



纸张使用情况统计（单位：包）



注：每包纸为 100 张。

在节能减排方面，公司主要采取了以下措施：

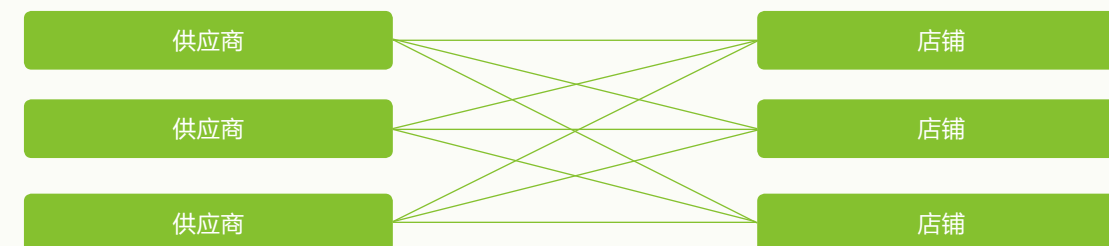
- 2018 年投入约 560 万元，将已有商场的照明灯具更换为节能环保的 LED 灯，新开店铺全部使用 LED 灯具。目前，80% 店铺已完成 LED 灯具更换。
- 新开店铺使用变频空调，由员工根据天气、温度等环境条件进行调节，最大限度减少能耗。
- 在商场卫生间、职工卫生间安装感应水龙头，减少不必要的用水量。
- 积极响应国务院《关于限制生产销售使用塑料购物袋的通知》（即“限塑令”）的要求，推广使用环保购物袋及可降解的牛皮纸、牛皮纸袋和购物袋。预计于 2019 年 2 月，伊藤所有商场将全面投入使用可降解购物袋。
- 办公打印纸张实行定量使用制度，逐步推进实施无纸化办公。统计表明，近三年纸张使用量呈下降趋势。
- 加快供应商加入统一配送中心的步伐，使用新能源汽车进行物流配送。至 2018 年底，已有 80% 的供应商加入统一配送中心，实现了减少拥堵、有效节能。

推行物流集约化 减少碳足迹

当店铺规模较小、供应商数量较少时，一般采用供应商直送店铺。当供应商数量增多，直送模式需要大量的物流成本和管理成本，也容易造成货物丢失，同时车辆过多增加城市的拥堵。

伊藤统一配送中心（下简称“统配中心”）的建立，实现了物流集约化、库存管理规模化。一方面减少了物流成本和人力成本，另一方面易于管理并保证货物的质量。使用统一的新能源货车进行配送，大大减少了碳排放，降低了能源消耗。

▶ 供应商直送店铺示意图



▶ 供应商加入统配中心后配送示意图



据统配中心统计，供应商加入统配中心后，每周配送至店铺的车次减少至未加入配送中心前的 15%。2018 年，已有 80% 的供应商加入统配中心。2019 年，计划所有的供应商加入统配中心。

垃圾分类 守护环境

在节能减排的同时，伊藤积极倡导并推行垃圾分类和矿泉水瓶、纸板等物料的回收，最大限度地减少垃圾处置量，实现资源再利用，降低生产经营对环境的影响，为改善环境质量贡献一己之力。

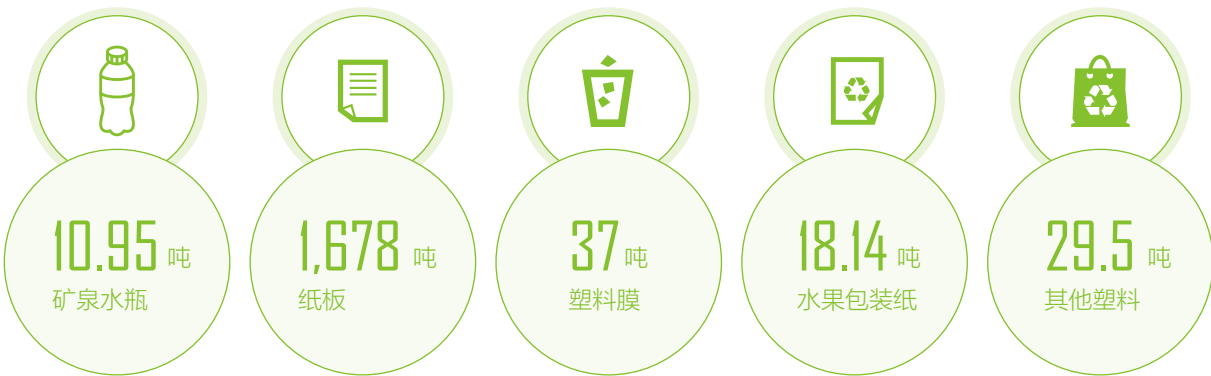
公司在店铺入口、门外（出口）和店铺通道、扶梯与电梯口以及店铺后场，分别设置了不同类别的垃圾回收箱。

伊藤的垃圾分类示意图

 店铺入口 主要针对顾客从家里带来的可回收资源的回收	 店铺门外 主要针对顾客在店内所产生的垃圾	 店铺通道、电梯口 主要针对顾客在卖场所产生的垃圾	 店铺后场 针对员工在工作中产生的垃圾
分类回收箱： • 牛奶纸盒 • 塑料瓶 • 罐 • 食品包装盘	分类回收箱： • 金属 • 纸类 • 塑料	分类回收箱： • 可回收物（纸类、塑料瓶、易拉罐等） • 其他垃圾（瓜果壳、残渣等）	分类回收箱： • 塑料 • 金属 • 纸类

在店铺入口的显眼处和公司本部工作场所，均设置有面向顾客和员工的关于垃圾分类的知识宣传栏。

2018 年内回收的矿泉水瓶等统计



对于所回收的塑料瓶、纸等可再利用的物品，公司交由相应的具有资质的第三方机构进行回收、处置。对于厨余类等易腐垃圾，公司采取定时清理、定时转运的方式交由四川嘉博文环境服务有限公司处理。

易腐垃圾的处理



世界地球日公益活动

2018 年 4 月 22 日是世界地球日，伊藤与华西大学共同发起了“学会垃圾分类，共同保护地球”公益活动。活动中，除了现场布置宣传展板外，还由华西大学的志愿者们向顾客讲解垃圾的危害、如何正确分类处理垃圾等，志愿者们还通过和小朋友互动的方式，提升小朋友的环保意识。

垃圾分类目标

垃圾中很多成分自然降解的时间（易拉罐 80-100 年，塑料 100-200 年）很长，若填埋需长期占用大量土地，并对土地质量造成不可挽回的影响。开展垃圾分类有利于减轻环境压力，还可实现对某些垃圾的二次回收利用。

商场中的垃圾分类

- 1 厨余垃圾经过分类之后可制成环保酵素。
- 2. 对易拉罐、纸板等进行分类后可回收利用。
- 3. 易腐垃圾在专业处理后可用于农业生产。



活动中的西华大学志愿者

新生态 共同成长

与合作伙伴互惠共赢是伊藤一贯坚持的做法。公司建立了共担风险、长久而深入的合作机制，致力于与供应商共同成长，携手为顾客提供高品质的商品与服务。

互通互利 携手共进

伊藤非常重视与供应商的及时、准确、深入、有效的沟通。除了采购部门与供应商日常、必要的沟通之外，每年的供应商说明会是伊藤与供应商沟通的重要渠道。会上，公司表彰有突破、有提升、表现优异的供应商，将他们的成果经验与所有供应商分享，同时，还广泛收集供应商的意见、建议和问题，安排专人跟进、逐一交流。最终实现互通互利、携手共进。



我们与伊藤洋华堂合作了 20 年。除了业绩达成，更希望通过两方团队的沟通，从顾客的视角出发，开拓更大的市场。作为紧密的合作伙伴，在 20 年间我们深刻的感受到伊藤人的行为方式，值得我们企业借鉴学习……在日本研修中了解到伊藤如何服务于大众，服务于合作伙伴和员工，这一切都令我非常感动。

——四川领跑体育用品有限公司总经理 郑兴文



2018 年供应商说明会，来自全国近千家供应商超过 1300 人参会，除了披露去年的店铺销售业绩、利润等各种数据，还发布了关键发展动向、开店计划以及具体举措，“夯实根基、实现公司革新、挑战新事业”成为关键词。

与往年稍有不同的是，公司首次对重点供应商采取了一对一的交流方式，双方就商品、人员、未来合作等多方面畅所欲言，对合作中存在的问题及未来规划提出反馈意见。

本次说明会共汇集 1400 条意见和建议，其中一对一沟通中收集了 300 条意见，问题涉及改装、合作、情报共享等各个方面，公司业务改革委员会作为改善推进部门，对收集的意见进行了整合分类并协调制定改善方案，高效推进解决所有的问题。

数据

300 条
一对一交流

1400 条
在线平台意见收集



与伊藤的管理层亲密交谈，近距离接触，这种促进沟通的做法非常好，希望未来叠加双方的优势，向着更好的前景发展。

——成都英渡贸易有限公司总经理 李越英



2018 年供应商说明会现场



“莓好童年”之旅

2018 年 6 月，伊藤联动优秀供应商佳沃蓝莓一同开展了“莓好同年——伊藤洋华堂佳沃蓝莓夏令营”活动，邀请伊藤的顾客、各店铺的品质监督员溯源商品基地，感受农场直达伊藤的品质好物，现场进行了蓝莓采摘和各种亲子活动，实现与粉丝顾客的亲密互动，增进了各方的沟通交流。



立足本土 扶植地区

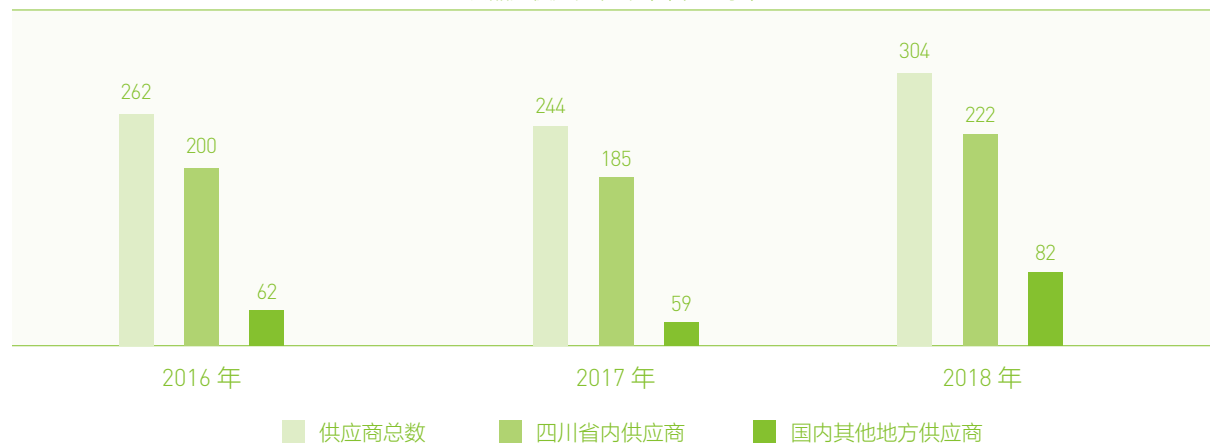
在为顾客提供特色、新鲜产品的同时，伊藤也致力于开发本土产品，扶植本土供应商，回馈所在地区。

服装、居家类产品供应商统计（单位：家）



近三年来，服装、居家类产品供应商总数稳定。其中，来自四川省内供应商占比从 2016 年的 49%，上升到 2017、2018 年 51%。

食品类供应商统计（单位：家）



在食品类供应商中，来自四川省内的供应商在 2016-2018 年均保持在 70% 以上，并在此基础上小有波动；本土食品总量占比则逐年增加，2018 年已超半数。

本土食品占比（%）



新公益 责任担当

“不以善小而不为”，是伊藤对公益的诠释。自成立之日起，伊藤就根植于本土社会中，通过一系列的社区和公益活动，回报社会，传递温暖。十几年来，伊藤对社会公益的无私奉献，全方位地诠释了企业的社会担当。

回馈社区

自 2006 年起，每年的劳动节、端午节、中秋节、重阳节、小寒、春节等节气、假日，公司的各个店铺会进入周边 3-5 公里的社区，对社区贫困家庭、孤寡老人及残障人士等进行慰问。店铺工作人员在慰问时会给居民带去大米、食用油及礼盒或棉被等生活适用品。



端午节慰问

2018 年端午节，伊藤各店铺都开展了慰问走访活动，用实际行动关注关爱社区的老人和家庭，为促进地区和谐共生贡献一己之力。



春熙店为总府社区的老人们送去端午节节日慰问。



双楠店志愿者服务队为永丰老年公寓打扫卫生并送上端午祝福。



锦华店志愿者服务队为永丰老年公寓打扫卫生并送上端午祝福。



建设路店走进培华路社区，给住户代表发放礼品、慰问困难群众。



高新店走进盛兴社区，为当地居民送上端午节的问候及慰问品，并走访了社区因病而导致经济负担重的家庭，把礼物和爱心送到他们家中。



温江店走进光华社区进行端午慰问。

乐跑嘉年华

伊藤自 2011 年起开始举办由顾客代表、员工、商场促销员、供应商、政府嘉宾、业界同行、街道社区代表一同参加的“伊藤洋华堂联合运动会”（下称“运动会”），是伊藤融入当地社区的重要举措和象征。

2018 年，以“推崇环保健康的生活方式，做美好生活的领航者”为出发点，运动会升级为伊藤洋华堂乐跑嘉年华马拉松活动（以下简称“乐跑嘉年华”）。



入场仪式



乐跑嘉年华起跑瞬间



7 月 8 日，2018 伊藤乐跑嘉年华在成都非遗博览园活力开跑。4,800 人参加了此次活动，来自社区的顾客和伊藤相关人员（包括伊藤员工及家属、供应商及家属等）各占 50%，其中包括 10 名轮椅跑者、40 名来自伊藤友爱小学的学生和 30 名四川大学“谢恩育英财团”奖学金（由伊藤出资资助，下称“川大奖学金”）获得者。



伊藤洋华堂筹办的马拉松运动，吸纳了广大顾客和市民朋友参与，这是一次精彩的充满期待的聚会，更是一场贴近地区的积极健康的活动。

——日本国驻重庆总领事馆副总领事 斋藤宪二



伊藤运动会是行业不可错过的盛会，希望零售企业能够更多地举办这样有趣又有意义的活动，为消费者带来更多丰富创新的消费体验，让成都零售市场进一步繁荣。

——四川成都零售商协会秘书长 欧建银

伊藤一直致力于关注青少年的健康成长，此次活动现场，特别进行了成都市关心下一代基金会捐款仪式，伊藤承诺捐赠 250 万元在四川成都关心下一代基金会设立“伊藤关爱基金”，专项用于帮扶青少年儿童的成长发展及教育事业。活动现场还颁发了“川大奖学金”。



伊藤向成都关心下一代基金会捐赠 250 万元

本次活动中，伊藤为参赛者准备了 60,000 份补给品，安排了 210 名安保人员，170 名爱心志愿者，90 名工作人员，6 个补给站，3 辆救护车保驾护航。在现场放置了 60 多个垃圾桶，100 多人现场回收垃圾，19 位清洁人员专职负责。活动最终实现零事故、零垃圾，以实际行动践行了伊藤为顾客提供高质量服务和坚持环保的理念。



由公司运动社团的成员组成志愿者队伍



嘉年华现场



日本游学冬令营

作为贯穿伊藤 20 周年（2017 年）大创业庆的重要活动，自 2017 年 11 月至 2018 年 2 月，公司举行了面向所有顾客的“伊藤日本游学冬令营”活动，通过“天籁童音”、“舞动精灵”、“童心超模”三个项目进行选拔，胜出的孩子获得免费的日本游学机会。时值中日建交 20 周年，孩子们以“友好亲善使者”的身份游学日本，体验日本的科技、文化，并与日本的同龄人进行交流。

在日本，孩子们参观了日本东京未来科技馆、三鹰之森吉卜力美术馆等地，还在拉面博物馆动手制作了拉面，在消防博物馆体验了日本的安全文化；在山梨大学参观研究学院，与山梨小学的小伙伴们一起用餐、游戏、学习和交流。在柒和伊集团总部，曾在成都工作多年的株式会社伊藤洋华堂社长三枝富博先生接待了孩子们，并寄予美好祝愿。

作为伊藤第一次组织顾客参与的海外游学活动，获得了 500 名选手的支持，近 150 万人点击关注。



游学冬令营出发仪式



参观羽田机场 ANA 机体检修中心



游学队伍参观柒和伊集团总部及伊藤昭和店，三枝富博社长亲切的接待了孩子们并寄予美好祝愿

助学扶贫

伊藤将“取之于社会、用之于社会”根植于经营理念中，扎根本土社会，通过一系列的助学和扶贫活动，传递新的希望。

以心助学

“伊藤谢恩育英财团”奖学金

自 1998 年起，伊藤以“伊藤谢恩育英财团”的名义设立奖学金，定向资助四川大学日语系优秀学生。21 年里，伊藤为 570 位学生提供了总额 210 万元的奖学金，助其完成学业和深造。每一年由川大日语系从一、二、三年级中各选出 10 名优秀学生，伊藤为其提供奖励。

奖学金由伊藤的创始人伊藤雅俊设立，其初衷有三点：一是鼓励学生学习；二是答谢川大育英团队；三是回馈社会，鼓励培育了一大批优秀学生，为社会提供了大批优秀人才。

//

选择学习日语这条道路，无悔无憾。而在这不知不觉过去的两年光阴中，因为有父母的支持、老师同学们的帮助、以及伊藤等爱心企业的馈赠，使我更自由、无畏地在这条道路探索。今后，我也将继续深入学习、研究日本文化，在我所热爱的这条道路上越走越远。

——四川大学外国语学院 2016 级日语系 康夏杨

//

伊藤友爱小学

自 2007 年起，时任伊藤总经理三枝富博先生决定捐赠 100 万元用于成都的区、县农村教育项目，先后与成都市的金堂县赵家镇三烈小学、邛崃市道佐乡中心小学、新津县五津镇顺江中心小学、蒲江县寿安镇成雅小学、成华区龙盛小学以及彭州市通济镇蓝天小学建立“友爱小学”关系。

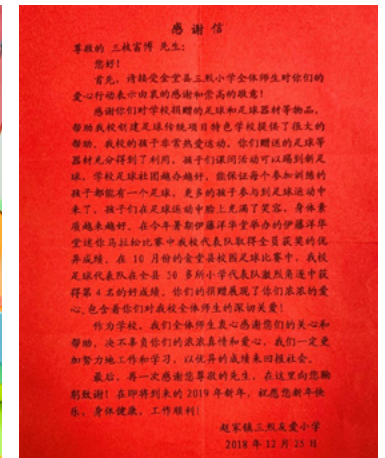
其中新津顺江小学与成华龙盛小学因条件改善不再参与资助，剩余 4 所继续保持友爱小学关系。直至今日，伊藤对其的资助与关怀始终未变。

- 2018 年，在 5.12 汶川地震十周年之际，伊藤对彭州蓝天小学和邛崃道佐小学因地震灾害造成失去主力劳动力或家人残疾的贫困家庭学生等进行了慰问。
- “六一”儿童节前夕，公司为 4 所友爱小学购买所需的文具或体育用品，供学校教学等使用。
- 在 7 月 8 日举行的乐跑嘉年华中，公司组织 4 所友爱小学的师生代表参与了活动，并为学生提供统一的黄色护腕和吸汗巾，为参赛学生赠送了文具套装等。

其中，金堂三烈小学因收到伊藤捐赠的足球和护具、球网等体育用具后，更多学生参与到足球运动中。在 2018 年 10 月的金堂县校园足球比赛中，金堂三烈小学足球代表队在全县 50 多所小学代表队的激烈角逐中获得第 4 名的好成绩。



金堂县三烈小学给伊藤寄来的贺卡



金堂县三烈小学给伊藤寄来的感谢信

关注青少年成长

伊藤一直致力于关注青少年的健康成长，通过与成都市教育基金会、成都市关心下一代基金会等公益组织合作，捐赠改善贫困地区青少年的生活条件和学习环境。

2008 年，伊藤通过成都市教育基金会捐出 100 万元用于改善贫困地区学校教学环境。2014 年起，伊藤向初成立的成都市关心下一代基金会捐助累计 300 万元，用于贫困儿童的教育与生活救助。2017 年，伊藤再次与成都市关心下一代基金会签订捐赠协议及合作协议，捐赠 250 万元设立“伊藤关爱基金”，专项用于帮扶青少年的成长发展及教育环境改善。

250 万元
伊藤关爱基金





捐资助学 助贫困儿童完成学业

2018 年 10 月 31 日，在四川甘孜州道孚县各卡乡，作为“伊藤关爱基金”项目的一部分，20 位家庭贫困的学生收到伊藤共计 8 万元的助学捐赠。在校期间，他们每月将获得 300-500 元的生活补助。

甘孜州道孚县距离成都 600 多公里，各卡乡距离县城 18 公里，全乡地处山地，平均海拔 3444 米，自然条件恶劣、经济落后，属于贫困乡镇。为了减轻道孚县各卡乡在校贫困学生家庭生活负担，让学生安心学习，“伊藤关爱基金”以助学为重点，开展扶贫助学活动，帮助贫困生顺利完成学业。



捐赠仪式



在了解到道孚县各卡乡的具体情况，看到贫困学生的相关资料时，我们内心深受触动，我们做得还很少，需要关注的人还有很多。此次到道孚县各卡乡，为贫困学生家庭尽一点绵薄之力，也希望通过这次的活动让更多的人来关注这里、帮助这里。同时，我们也想通过活动与道孚县进行更多的沟通交流，能为地区做出更多的贡献。

——伊藤洋华堂工会副主席 冯声俊



以商扶贫

2018 年，伊藤积极响应政府和媒体的呼吁，在确保产品质量的前提下，为农户解决农产品滞销问题，既不辜负顾客的厚爱，也承担起自身的社会责任。

3 月初，四川在线等媒体调查报道了四川攀枝花市米易县农户种植的番茄大量滞销，番茄价格仅为往年同期的 1/10 不到，当地大量番茄种植户面临亏损。

3 月 8 日，在成都市商务委员会、成都零售商协会的组织下，公司与攀枝花当地商务部门、农产品市场、农产企业开展了交流对接，并重点考察了米易“石头番茄”种植基地，最后确定米易“石头番茄”的质量和味道符合伊藤的好产品标准，公司随即与米易县绿生农业开发有限公司签订订购合同。秉持“产地直采、品质保证”的质量标准，通过专业完整可靠的分拣、包装、物流，米易“石头番茄”在伊藤卖场顺利上架，受到广大顾客的欢迎，同时也帮助米易番茄种植户们扭亏为盈。



2018 年 6 月，成都崇州市崇平镇农户约 83 万斤的大蒜积压。6 月 25 日，在崇州商务局的陪同下，公司深入农户家中对红七星大蒜品质进行考察及现场订货，6 月 27 日，红七星已经在伊藤各门店卖场上市，解了蒜农燃眉之急。



伊藤助销崇州红七星滞销蒜

在未来，伊藤将继续参与类似活动，在为顾客提供高质量产品的同时，支持当地农业生产，为农户排忧解难。

新团队 新动能

- ▶ 员工概况
- ▶ 新发展：职业化平台
- ▶ 新驱动：CIY 学院



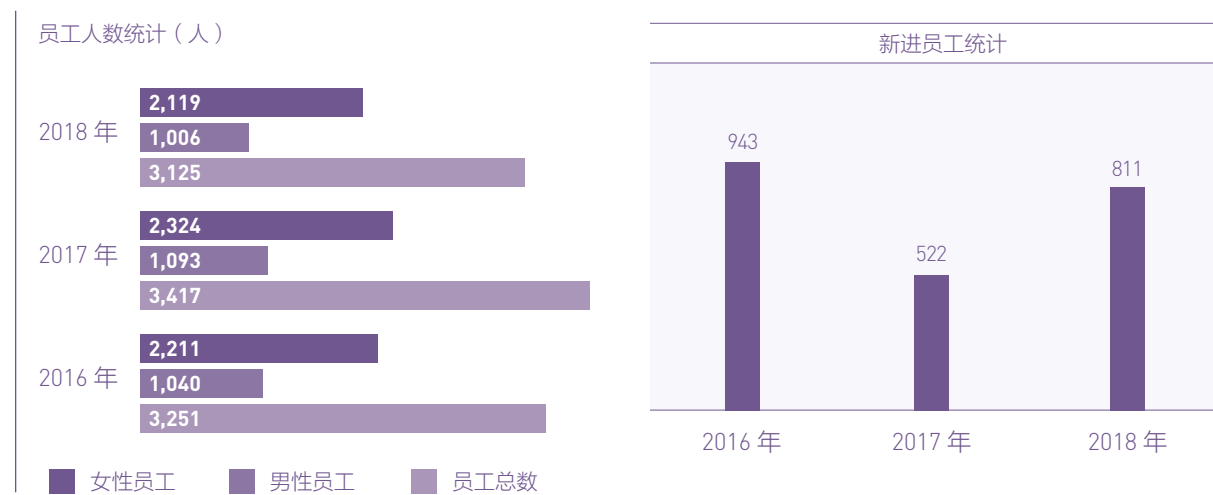
伊藤遵循“忠诚于员工”的人才理念，始终坚持“一人百步不如百人一步”的员工培育和发展策略，为员工创造良好的成长和发展环境。

2018年，公司在推行人事改革的基础上构建了新的团队，494名员工发生岗位变动，其中192人升职，合并了6个部门，形成了持续前进的新动能。截至2018年末，5-10年司龄的员工占总数的38%，10年以上员工占25%。



员工概况

近三年来，伊藤的员工人数未出现异常变动。员工性别比例上，女性员工占68%，男性员工占32%，其比例近三年未有变动。



公司遵守《中华人民共和国劳动法》《中华人民共和国劳动合同法》以及国家、地方等相关用工制度和法律法规，制定了适合公司的人力资源管理制度，依法与员工确立劳动关系。在招聘、任用时，杜绝一切因性别、民族、宗教、年龄、家庭状况或其他因素的就业歧视行为和政策。

报告期内，公司未出现任何就业歧视行为。

员工权益保障

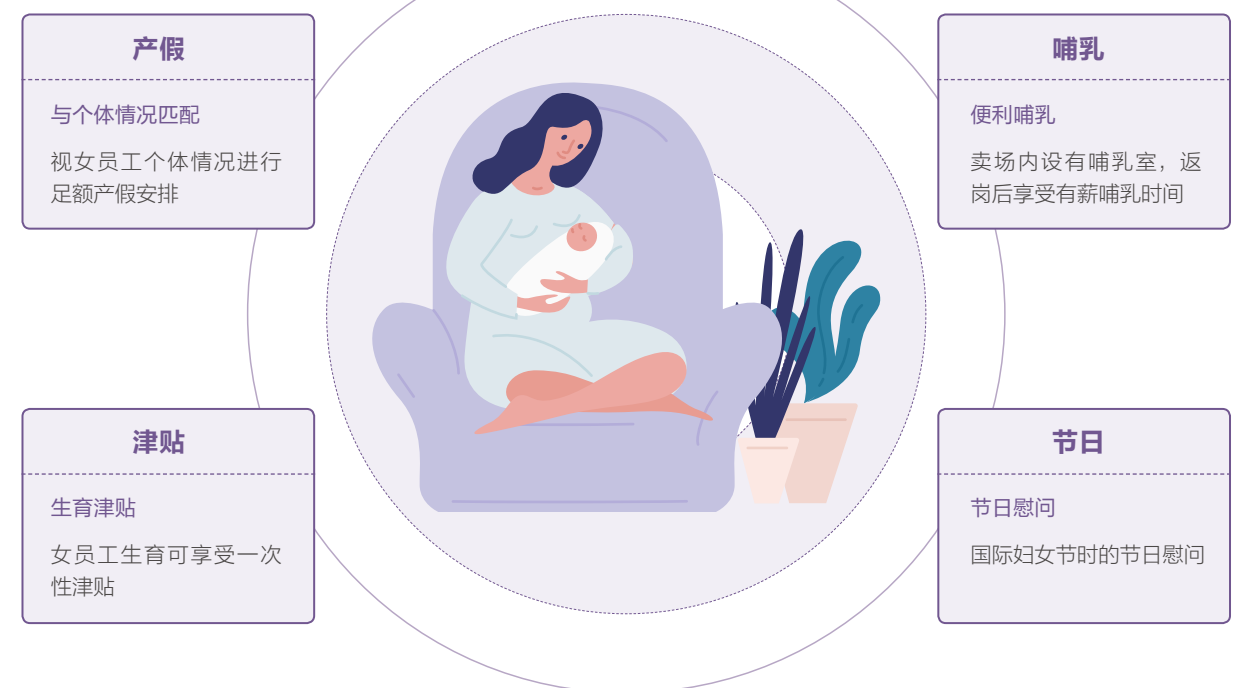
公司在劳动合同中明确规定了员工工作时间、休息休假、劳动保护和工作条件等内容，充分保障员工的合法权益。

根据零售业的特征，公司一般员工工作时间为8小时/天，收银员工作时间为6小时45分/天，后场设有休息室、吸烟室等供员工休息。公司提倡高效工作，不鼓励员工加班，实行《加班事前申报审批制度》，若有加班发生则严格按照劳动法相关规定支付加班工资。

公司禁止聘用童工、禁止强迫劳动，一经发现报予执法部门处理并在公司内部作相应处理。2018年，公司未发生任何强迫劳动及雇佣童工情况。

对于女性员工，公司在产假、哺乳方面予以照顾，并为生育的女员工发放津贴，在国际妇女节时予以节日慰问。

▶ 伊藤关爱女性员工的部分措施



职业健康与安全

伊藤充分重视员工的职业健康与安全，其中温江店获得了由国家安全生产监督管理局颁发的“安全生产标准化三级企业”证书，春熙店、双楠店、锦华店、建设路店、高新店、眉山店等店铺正在申报、验收过程中，预计在2019年完成“安全生产标准化三级企业”验收。

安全生产
事故 0

职业病或
疑似职业病 0

根据国家安全生产监督管理总局《用人单位职业健康监护监督管理办法》《工作场所职业卫生监督管理规定》《劳动防护用品监督管理规定》等法律法规，公司每年均为员工提供健康体检和严格的、必要的安全知识培训和消防演练。

公司所设置的工作岗位、以及员工日常工作环境和业务操作场所中，未包含有《职业病危害因素分类目录》（国家卫生健康委员会、人力资源社会保障部、安全监管总局、全国总工会发布）中的任何职业病危害因素。但为了确保员工的职业安全健康，公司为部分员工提供了必要的工作防护装置：

- 防滑鞋：提供生鲜部门员工使用，防止操作间滑倒。
- 不锈钢手套：提供给使用刀具切割肉类的员工使用，以防割伤。
- 隔热手套：提供给食品超市员工使用，以防烫伤。
- 防爆手套：秩序维护科人员使用。

消除安全隐患 让顾客安心放心

公司非常注重商场的安全，除日常秩序维护外，每周均安排店铺巡查，在节日高峰期前对各店铺进行安全检查，与商场物业公司一同消除安全隐患。

2018 年，公司排查出火情隐患 **2,699** 次，下发整改通知书 **340** 次，整改完成率 **100%**。

根据国家安全生产法、消防法规定，公司按照年度安全教育演练计划，组织实施全员参与的教育演练，提高安全消防技能、以及突发事件应对能力。2018 年，公司对 **5,896** 人（含供应商促销员）进行了消防安全教育；开展了消防演习 **63** 次，覆盖 **6,103** 人次；反恐演练 **42** 次、防盗教育演练 **115** 次，停电演习 **17** 次。



安全演练现场

民主管理 关爱帮扶

公司依据《工会法》设立了员工工会，所有遵守工会规则的伊藤员工均可自由加入。报告期内，工会开展了厂务公开、民主管理标准化建设工作。

2018 年 4 月，公司工会组织召开了成都伊藤洋华堂第二届第二次职工代表大会，大会审议并通过了公司与工会续签的工资集体协议，以及公司 2014 版《职员守则》修改内容。9 月~11 月，公司工会进行了换届选举工作，选举产生了工会第四届委员会领导班子。



职工代表投票

▶ 伊藤员工所享有的部分福利

基本权益

- 依法足额购买社会保险
- 员工健康体检
- 法定节假日
- 带薪年假

专有权益

- 节假日福利
- 员工生日会
- 团建活动
- 员工帮扶

在员工帮扶方面，公司工会通过设立“职工特困专项补助资金”、协助员工购买“在职职工住院医疗综合互助保险”（下称“互助保险”），很好地解决困难员工的燃眉之急。

- 设立“职工特困专项补助资金”。倡导公司全体员工发扬同舟共济、互助互济精神，一方面解决了特困员工的急难问题，另一方面让员工充分感受到企业的温暖，用实际行动践行“忠诚于我们的员工”。2018 年度，公司 4 名员工获得补助金共计 28,000 元。
- 受助类型：员工本人或者本人家庭遭遇突发的变故（如地震、水灾、火灾等天灾人祸）导致其家里比较困难的情况；员工本人或直系亲属生重病导致家里经济贫困的；本人由于生病导致重大医疗费用支出，使个人和家庭经济承担困难的情况。



- 协助员工购买“互助保险”。为鼓励员工购买“互助保险”，工会利用工会经费，出资 70% 来解决“互助保险”的资金问题。在互助保险的一个保险期内，共有 128 位员工报销，金额达 163,346 元。

公司工会出色的工作及成效，在获得员工认可的同时，也在 2018 年获得了由四川省总工会颁发的“四川省模范职工之家”，该奖两年评选一次，是基层工会高级别的综合性集体奖项。

忠诚于员工 倾听心声

伊藤高度重视倾听员工的声音，这一点在 2012 年 2 月成立的员工相谈室上得以体现。该部门沿用至今，已成为公司与员工相互沟通的重要渠道之一。

▶ 员工相谈室组织的员工交流活动（部分）

 总经理交流会 频 率：每月一次 参加者：经理、主管、副主管、储备人才	 专场交流会 频 率：不定期 参加者：根据交流目标而定
 人事调动交流 频 率：人事调动后 参加者：有人事调动的员工	 日常一对一交流 频 率：工作日 参加者：所有员工均可

- 通过员工相谈室，员工可以就工作环境、工作中的沟通交流、个人发展等方面提出自己的意见、建议。员工相谈室形成的对应课题，与相关部门形成联动，能够有效解决员工关注的问题。
- 对于人事调动后的新任干部，员工相谈室在必要时实行一对一沟通交流，协助其更快、更好地适应新岗位。
- 对于新入职的年轻员工，员工相谈室组织专门的交流，了解其学习、工作情况，并在职业规划上提供相应的协助。

2018 年，员工相谈室组织的交流活动有：

- 组织召开 12 次总经理交流会，共计 155 人参加；收集员工意见（建议）200 条，领导现场引导、回复 129 条，会后相关部门追踪、改善 51 条，另有 20 条正在改进和完善中。
- 各店由副店长主导与员工开展交流，共计开展 53 次、与 195 名员工进行了沟通交流。
- 与 137 名新升职干部就其学习、成长情况进行了沟通，协助其更快适应新工作。
- 与 163 名年轻员工进行一对一交流，引导其正确理解公司文化，协助做好职业生涯规划。

平衡工作 幸福生活

为丰富员工的业余生活，公司开展了多种多样的团队活动，同时鼓励员工自发成立、参加各类社团组织，倡导健康生活理念。

CIY（CIY 为成都伊藤洋华堂的英文“Chengdu Ito Yokado”的首字母）企业文化建设运动社团于 2017 年 3 月成立，伊藤员工、家属以及顾客都一同参与到社团中。

- 2018 年 3 月，近 2,000 名员工参加了由工会组织的春游活动，既放松了身心，又增进了员工之间的交流与沟通，增强了团队协作意识。
- 2018 年，以工会组织、员工自发参与等形式，伊藤员工运动社团带动员工、员工家属和顾客 614 人次参与了 32 场活动，如 2018 成都双遗马拉松、龙泉山森林公园徒步登山越野赛等活动。



新发展：职业化平台

伊藤充分信任每一名员工，以“追求顾客的满足”为目标，建立了全面、完备的专业技能培养体系和不拘一格的员工晋升、发展渠道，培养出一代又一代具备自主、自律和专业技能的零售业人才。

人才发展通道

以业务为导向，公司设置有高效、连续的人才培养和开发计划。入职培训贯穿专业技能的学习和理念教育。在专业技能学习方面，由对应的业务部门进行培训。在理念教育方面，由公司副本部长以上及人力、人事资源部门进行宣导。对于供应商促销人员，公司同样提供以“站在顾客立场，以顾客的角度出发”为目标的基本类教育和公司的简介、待客礼仪等方面的培训。

▶ 伊藤的入职培训

专业技能学习

内容：业务操作必备技能

方式：公司新入职员工、实习生由店铺和对应部门进行面授培训

公司理念教育

内容：公司简介及理念、待客知识、店铺规定

方式：公司新入职员工、实习生由公司副本部长及人事、人力部门进行面授宣导；供应商促销人员可通过面授和网络平台进行学习



新入职优秀员工心声



//

来到伊藤后轮岗了收银科、食品部加食科，学习到了日常工作的基本流程以及卖场陈列、媒体物的制作、切换卖场、退货、订货等等。在这段期间感受到了服务的重要性，也通过这一系列工作的学习为以后的管理打下了基础。“革命是块砖，哪里需要哪里搬”，转正之后因为食品部需要，我就继续留在了加食科，这次转正之后觉得自己肩上的责任更重了，也希望自己能积极思考，积极行动，将执行力放在第一位，为门店尽微薄之力。

——锦华店加工食品科 诸静虹

//

从3月22日进入伊藤学习到如今已经3个月零1个星期了。在这段时间里我学习到了很多以前没有学习过的知识，例如IY基本的礼仪和常识、怎么摆展台、怎么做提案、怎么完成周情报等等。现在转正之后在建设路店儿童部婴儿科担任一名担当。在伊藤这3个月中，我有了目标和方向并每天都在进步，希望我能把所学习到的这些知识回馈给公司、回馈给顾客。非常感谢伊藤提供这样好的平台，我会在以后的工作中认真努力，把最好的一面展示出来，争取在技能业务上做到精益求精。最后愿伊藤在成都、四川、全国乃至全世界都可以更好地发展！

——建设路店儿童部 刘勋

//



眉山店储备人才潘飞发表转正感想



为储备人才发放正式工牌和转正通知书

公司鼓励员工在工作中不断挑战和创新，并实行自荐制度：入职满一年、无年度记过的员工均可通过投递自荐信的方式参加新岗位竞聘，经过公司审核合格者，通过实习和公司任命，将转至新岗位。

在人才发展方面，公司为员工设有两个职级序列：

► 公司职位级别序列（不同序列间职位前数字一致并不意味着二者职级同等）

公司本部职位级别	5	本部长、副本部长
	4	部长、副部长
	3	科长
	2	副科长、主事
	1	担当

店铺职位级别	5	店长
	4	副店长
	3	经理
	2	主管、副主管
	1	担当

► 伊藤员工考核模块（部分）

业务态度	- 对公司理念的理解 - 责任心 - 团队协作意识 - 发现问题意识
------	---

业务能力	- 业务操作 - 协调沟通能力 - 业务创新 - 工作效率
------	--

在晋升考核中，伊藤对所有员工一视同仁，对员工的业务态度和业务能力两方面进行考察，根据职级的不同，赋予二者不同的考核权重。

2018年7月10日，本年度第三批储备人才通过在各店铺以及本部进行了四至六个月轮岗实践，学习IY经营理念，掌握提升相关业务技能，共31人转正式。



第三批储备人才转正仪式



员工心声



给我感触最深的是公司对于新晋副主管的高启式教育。我的导师是高新店副店长范红英，通过每月两次的面对面沟通交流，不管从看事情的角度，思考的方式，对于员工的管理，都让我有种茅塞顿开的感觉。导师教我们处理事情的方法，让我们在这个新的岗位上又上了一个新的台阶。

——高新店 杨丹

公司相当重视员工教育，岗前接受公司理念和基本、待客服务、安全等方面，上岗后通过 CY 教育、集体早礼、科室早中礼、营业会议、OJT(On the Job Training, 即技术娴熟者向新手示范, 带现场问答)、演练等多样化教育方式进行培训。特别是对公司基本从刚开始的接触了解、到熟悉再到现在的良好习惯的养成和自身展示出的勇敢、自信、成长，这些变化离不开公司的栽培。

——眉山店 白容娇

公司给员工提供的平台是一样的，公平公正，愿意成长的人会主动的在这些平台锻炼自己，得到成长。上班十年，跟过的领导很多，潜移默化的学习他们不同的工作方式，同时，不同的工作岗位异动也充分的挖掘了自身的潜力，原来我还可以更优秀。

——双楠店 王清

其实在伊藤能学到很多东西，因为在伊藤除了基础业务知识的学习，还有心理建设的培养，其实通过沟通能发觉自己身上的不足，从而去进行弥补。

——高新店 王婷婷



专业技能培养

工作手册载有公司各类业务的基本操作和服务标准，是公司培养员工专业技能的基准和参考，员工的专业技能培养即围绕此手册展开。2018 年，公司编制完成了《女装科工作手册》《青果科工作手册》《收银科工作手册》等 13 种基于业务科室的业务手册。

公司规定，所有新员工参与业务教育后必须考核合格后方可上岗。初次考核未合格者将参加二次教育，并进行二次考核。2018 年，公司开展了以业务科室、业务操作类别为单位的教育培训，包括待客教育、收银教育等 6 个种类，涵盖各级员工及供应商促销人员。

► 2018 年员工业务教育统计

13 本	6 类	30 类	210 次	3,361 人	95 %
业务手册	业务教育	教育内容	教育培训	接受教育	一次合格率

公司的业务教育分为三部分：基准教育、技能考核和优秀推广。通过理论与实践、教育与考核相结合，让员工专业技能水平得到提升。

01

基准教育

基本操作
业务流程

02

技能考核

操作考核
理论考核

03

优秀推广

优秀员工分享
OJT、现场实操



业务教育培训现场



食品业务教育现场

为进一步提升员工的业务水平，促进员工时时“站在顾客立场思考问题”，成为自主、自律型人才，公司定期开展业务技能竞赛、业务改善提案、成果发布会和针对岗位培训的 CIY 学院以及海外研修活动。

▶ 伊藤在员工专业技能培养方面的措施（部分）



业务技能竞赛

针对店铺的日常工作开展业务技能竞赛，类别包含有“待客服务技能”、“收银技能”、“会计技能”、“寿司制作技能”、“精肉分割技能”等。2018 年，伊藤业务技能竞赛已开展至第 23 届（回）。

出于对专业技能不断精进的追求，伊藤员工在“2018 年成都百万职工技能大赛暨第三届成都零售业技能大赛总决赛”上，在 30 多家零售企业 200 多名专业技能选手中获得营业员第一名和第四名、生鲜工第一名、收银员第二名、客户服务管理师第七名、防损员第八名的好成绩。公司也因此获得组委会颁发的“最佳组织奖”。



参赛选手

业务改善提案与成果发布会

公司充分信任并尊重每一名员工的专业精神，认为每一名员工对其工作岗位的可改善之处均有不同程度的认识和见解。公司自 2008 年起向所有员工就公司的经营管理各方面征集改善提案。征集后对这些提案进行评选，定期召开成果发布会，并给予不同程度的奖励，对那些切实可行的提案，立即予以实施。

2018 年，公司开展了以店铺为单位的第 34-36 回成果发布会。以“彻底实施 PDCA（即 Plan, Do, Check, Action）的循环工作方式进行‘三新’挑战和进攻——新商品、新销售方式、新服务，提升顾客满意度”为主题，总经理、副总经理、各部门负责人作为评委，供应商代表亦参与了发布会。

CIY 学院进修

为传承公司信念、培养具有伊藤特色的人才，公司于 2010 年成立了 CIY 学院（下称“学院”）。通过在线教育和面授的方式，培养员工的技术技能和岗位胜任能力。

2018 年，学院为公司提供培训 1,940 人次，不仅满足了公司运营发展的人才需求，也为培育零售新力量做出了重大贡献。

海外研修

针对表现突出的优秀员工，公司不定期组织其到日本、新加坡等地进行研修，学习当地先进的零售经验、精良的商品管理体制以及零售新趋势等，帮助员工开阔眼界、提升水平。

2018 年，公司分别由总经理、副总经理带队，49 人分三批前往泰国、新加坡、日本（大阪、横滨、东京）进行了总共为期 14 天的研修，参观考察了优秀的零售企业以及日本兄弟公司，学习先进零售理念及高水平的卖场制作，快速应对变化的市场和顾客需求，提升市场竞争力。



2018 年 5 月 24-29 日，日本（东京、大阪）研修



7 月 10-15 日，日本（大阪、横滨、东京）研修

研修者心声：



日本 IY 基本的坚持很厉害，各店铺定位精准，特点明确，充分考虑顾客购物习惯及周边市场情况，销售方式的考虑是以顾客视点和需求的商品销售展开的。

——锦华店 陈明



越是发达的地方，越是深耕和彻底追求四项基本原则。中国的新零售改变的是形式，而精髓和精神是深植于企业 DNA 的，给予顾客需求下的四项基本原则永远都不会改变！

——春熙店 董黎莎



约克红丸的基本！把一个简单的事，做到了极致，每一个商品的正面都是向到顾客的，从货架的最里边到最外面都是一样的。

——温江店 干昌文

本土力量发展

本着可持续发展的理念，21 年来伊藤一直致力于实现管理人才本土化。2010 年成立的 CIY 学院更是加速了这一进程。至 2018 年底，公司包括 9 家店店长、部长等各级管理层的中方人员占比已达 90% 以上。



90 %

2018 年末，店长、部长等各级管理层的中方人员占比

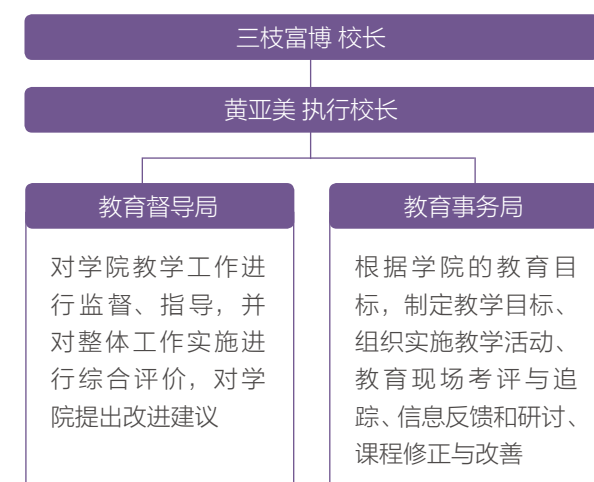
新驱动：CIY 学院

双平台打造内驱力

CIY 学院是伊藤面向所有员工的内部培训单位。学院以“传承公司信念，培养具有伊藤特色的自律型人才；实现百人一步，打造中国最棒的零售企业”为宗旨，以“诚实、自律、团结、创新”作为校训，采用“面授+网络”的形式，打造多层级、多形式、全覆盖、差异化的学院课程体系，为伊藤员工提供自主有效的学习平台。

2015 年 7 月，学院网络学习平台开通，课程时间控制在 5 分钟左右。员工、实习生和供应商促销员均可通过网络进行学习，更加便利便捷。

▶ CIY 学院的组织架构



为保证学院的运转效率，同时能够与时俱进，学院由母公司日本株式会社伊藤洋华堂社长三枝富博担任校长，成都伊藤洋华堂总经理黄亚美担任执行校长，下属分设教育督导局和教育事务局。



多课程扶持新人才

学院所有课程面向全体伊藤员工开设，按照教育类型分为：

- 在职强化培训——对现有各岗位需求进行综合能力的培养；对担当、副主管、主管、经理、店长 / 副店长级别分别进行培训。
- 储备晋升培训——对各职别进行上岗前的扶持培训，以培养出各岗位需求的人才。

根据课程的授课方式，学院的课程又分为面授与网课两种。至 2018 年末，学院共组织开展面授教育 60 批次。

► CIY 学院的面授课程

面授课程				
				
基本回归教育	新升职干部培训	全体干部培训	专业技能培训	主管胜任力培训
强化企业文化、店内守则及待客服务等方面内容	帮助新升职干部快速进行角色转换	公司年度方针战略宣导，达到全体干部目标的共有，思想共通	理论教学 + 实操演练，帮助新人快速掌握工作技能	从主管的岗位职责、销售能力、业务知识、管理能力等各方面培养主管的胜任力

截至 2018 年末，学院网络学习平台开发有企业文化、岗位胜任力、技能教育、促销人员基本教育四大板块，共上线课程 292 节。



CIY 学院教育 硕果累累

自 2010 年以来，学院以扎实的教育方式、务实的工作态度为伊藤的发展乃至成都零售业的发展贡献了大量的优秀人才。2016-2018 年期间，参加 CIY 学院面授课程的人数连年增长，至 2018 年末，接受面授课程的总人数达 5,115 人次，通过网络平台学习的人数达 13,317 人次。

参加 CIY 学院面授课程人数统计（人次）



展望 2019

承蒙顾客厚爱，伊藤洋华堂获得了“2018 四川消费者最喜爱的品牌”称号。这激励着我们从商品、服务和商场环境上不断改进、提高，在坚守高质量的基础上，伊藤将继续推动以顾客为中心的商场设计改装，致力于为顾客“随时随地提供愉悦”。

伴随着已上线的伊藤电商，以及食品生活馆、伊藤广场（于 2019 年 1 月开业）相继与顾客见面，在为顾客提供全方位、多样性的商品、服务方面上，伊藤将不断努力，期待在 2019 年为顾客带来更多的惊喜。

2019 年，在商品开发方面，伊藤将与供应商一道，开发顾客喜爱的、伊藤独有的商品；在食品销售上，保持一贯不变的安全、放心和新鲜，更贴近社区和市民生活。公司还将继续推进人事体制的更新和修正，完善人才培养机制，确立操作标准化流程，提升管理水平和服务水平；在环境保护上，持续推进垃圾分类和包装物料的回收利用，探索循环经济模式，努力实现环境友好；在社区服务、关注青少年儿童教育方面继续保持投入，不断向社会传递企业的正能量，履行作为企业公民的社会责任。

面对未来的新消费时代，伊藤将以全新的面貌持续应对挑战，不断让顾客体会到伊藤为社会做贡献的决心和愿望。

附录 GRI 指标对照表

序号	内容	披露位置或从略说明
GRI 102：一般披露		
组织概况		
102-1	组织名称	01
102-2	活动、品牌、产品与服务	04
102-3	总部位置	04
102-4	运营位置	04
102-5	所有权与法律形式	04
102-6	服务的市场	04
102-7	组织规模	05
102-8	员工与其他工作者的信息	05、59
102-9	供应链	47
102-10	组织与其供应链的重大改变	07
102-11	预警原则或方针	08
102-12	外部倡议	公司未参与外部倡议
102-13	协会的会员资格	公司为中国连锁经营协会、四川成都零售商会协会会员
战略		
102-14	决策者的声明	03
102-15	关键影响、风险及机会	03
道德和诚信		
102-16	价值、原则、标准及行为规范	08
管治		
102-18	治理结构	07
利益相关方参与		
102-40	利益相关方群体列表	12
102-41	集体谈判协议	62
102-42	利益相关方的识别和遴选	12
102-43	利益相关方参与方针	12
102-44	提出的主要议题和关切问题	公司未开展该项工作
报告实践		
102-45	合并财务报表中所涵盖的实体	01、05
102-46	界定报告内容与主题边界	01
102-47	实质性议题列表	公司未开展该项工作

序号	内容	披露位置或从略说明
102-48	信息重述	必要时，在相应图表脚注中对内容进行详细解释
102-49	报告变化	01
102-50	报告期间	01
102-51	上一次报告的日期	01
102-52	报告周期	01
102-53	有关本报告问题的联络人	80
102-54	依循 GRI 准则进行的报告说明	01
102-55	GRI 内容索引	75
102-56	外部鉴定	未进行外部鉴定
GRI 201：经济绩效		
201-1	组织所产生及分配的直接经济价值	05
201-2	气候变化所产生的财务影响及其他风险与机会	-
201-3	义务性固定福利计划和其他退休计划	-
201-4	政府给与的财政补贴	-
GRI 202：市场表现		
202-1	按性别的标准起薪水平工资与当地最低工资之比	-
202-2	从当地社区雇佣高管的比例	71
GRI 203：间接经济影响		
203-1	基础设施的投资与支持服务	-
203-2	重大间接经济影响	-
GRI 204：采购实务		
204-1	来自当地供货商的采购支出比例	47
GRI 205：反贪腐		
205-1	已进行腐败风险评估的运营点	09
205-2	反腐败政策和程序的传达及培训	-
205-3	经确认的腐败事件和采取的行动	-
GRI 206：反竞争行为		
206-1	针对不当竞争行为、反托拉斯和反垄断实践的法律诉讼	-
GRI 301：物料		
301-1	所用物料的重量或体积	商品种类繁多，难以统计
301-2	使用的可再生物料	-

序号	内容	披露位置或从略说明
301-3	回收产品及其包装材料	43
GRI 302：能源		
302-1	组织内部的能源消耗量	05
302-2	组织外部的能源消耗量	-
302-3	能源强度	05
302-4	减少能源消耗	41
302-5	降低产品和服务的能源需求	41
GRI 303：水		
303-1	依来源划分的取水量	公司用水均来自市政自来水
303-2	因取水而受显著影响的水源	-
303-3	水循环及再利用	-
GRI 304：生物多样性		
304-1	组织所拥有、租赁、管理的营运据点或其邻近地区位于环境保护区或其他生物多样性丰富的区域	公司经营活动未涉及
304-2	活动、产品及服务，对生物多样性方面的重大影响	
304-3	受保护或经修复的栖息地	
304-4	受运营影响区域的栖息地中已被列入 IUCN 红色名录及国家保护名册的物种	
GRI 305：排放		
305-1	直接（范畴一）温室气体排放	05
305-2	能源间接（范畴二）温室气体排放	05
305-3	其他间接（范畴三）温室气体排放	公司经营活动未涉及
305-4	温室气体排放强度	05
305-5	温室气体减排量	05
305-6	臭氧消耗物质（ODS）的排放	公司经营活动未涉及
305-7	氮氧化物（NOx）、硫氧化物（SOx），及其他重大的气体排放	
GRI 306：污水和废弃物		
306-1	依水质及排放目的地所划分的排放水量	公司经营活动未涉及
306-2	按类别及处置方法划分的废弃物	
306-3	严重泄漏	
306-4	危险废物运输	
306-5	受排水和 / 或径流影响的水体	
GRI 307：有关环境保护的法规遵循		
307-1	违反环保法规	报告期内公司未违反环保法规

序号	内容	披露位置或从略说明
GRI 308：供货商环境评估		
308-1	采用环境标准筛选新供货商	-
308-2	供应链对环境的负面影响以及所采取的行动	-
GRI 401：雇佣		
401-1	新进员工和离职员工	59
401-2	提供给全职员工（不包括临时或兼职员工）的福利	60、62
401-3	育儿假	-
GRI 402：劳资关系		
402-1	关于运营变更的最短通知期	-
403-1	劳资联合健康安全委员会中的工作者代表	62
403-2	工伤类别，工伤、职业病、损失工作日、缺勤等比率	60-61
403-3	从事职业病高发职业或高职业病风险职业的工作者	60-61
403-4	工会正式协议中的健康与安全议题	62
GRI 404：培训与教育		
103-1	对实质性议题及其边界的说明	64
103-2	管理方法及其组成	68
103-3	管理方法的评估	68
404-1	每名员工每年接受培训的平均时数	-
404-2	员工技能提升方案和过渡协助方案	68-69
404-3	定期接受绩效和职业发展考核的员工百分比	66
GRI 405：多元化与平等机会		
405-1	管治机构与员工多元化	71
405-2	男女基本工资和报酬的比例	-
GRI 406：反歧视		
406-1	歧视事件以及采取的纠正行动	公司未发生任何雇佣歧视事件
GRI 407：结社自由与集体谈判		
407-1	结社自由与集体谈判权利可能面临风险的运营点和供应商	-
GRI 408：童工		
408-1	具有重大童工事件风险的运营点和供应商	公司任何部门与店铺未雇佣有童工
GRI 409：强迫或强制劳动		
409-1	具强迫与强制劳动事件重大风险的运营点和供货商	公司任何部门与店铺未发现强迫与强制劳动
GRI 410：安保实践		

序号	内容	披露位置或从略说明
410-1	接受过人权政策或程序的培训的安保人员	-
GRI 411: 原住民权利		
411-1	涉及侵害原住民权利的事件	-
GRI 412: 人权评估		
412-1	接受人权审查或影响评估的运营点	-
412-2	人权政策或程序方面的员工培训	-
412-3	包含人权条款或已进行人权审查的重要投资协议和合约	-
GRI 413: 当地社区		
413-1	有当地社区参与、影响评估和发展计划的运营点	28
413-2	对当地社区有实际或潜在重大负面影响的运营点	公司所有店铺对当地社区未有实际或潜在的重大负面影响
GRI 414: 供货商社会评估		
414-1	使用社会准则筛选新供货商	20、21、38
414-2	供应链对社会的负面影响以及采取的行动	-
GRI 415: 公共政策		
415-1	政治捐献	-
GRI 416: 顾客健康与安全		
416-1	对产品和服务类别的健康与安全影响的评估	20-25
416-2	涉及产品和服务的健康与安全影响的违规事件	报告期内公司未有产品或服务涉嫌违规事件
GRI 417: 营销与标识		
417-1	对产品和服务信息与标识的要求	22
417-2	涉及产品和服务信息与标识的违规事件	-
417-3	涉及市场营销的违规事件	-
GRI 418: 客户隐私		
418-1	与侵犯客户隐私和丢失客户资料有关的经证实的投诉	-
GRI 419: 社会经济合规		
419-1	违反社会与经济领域的法律和法规	报告期内，公司未违反任何社会与经济领域的法律和法规

读者意见反馈表

尊敬的读者：

您好！

非常感谢您阅读成都伊藤洋华堂有限公司发布的 2018 年社会责任报告。为发挥报告的沟通交流作用，并有效推进伊藤洋华堂的社会责任管理与实践，我们真诚期待您的意见和建议。

1. 您对伊藤洋华堂履行社会责任的总体评价是：

☐ 非常好 ☐ 好 ☐ 一般 ☐ 较差 ☐ 差

2. 您对本报告的总体评价是：

☐ 非常好 ☐ 好 ☐ 一般 ☐ 较差 ☐ 差

3. 您认为伊藤洋华堂在利益相关方沟通方面做得如何？

☐ 非常好 ☐ 好 ☐ 一般 ☐ 较差 ☐ 差

4. 您认为伊藤洋华堂在产品责任方面做得如何？

☐ 非常好 ☐ 好 ☐ 一般 ☐ 较差 ☐ 差

5. 您认为伊藤洋华堂在环境、安全和职业健康方面做得如何？

☐ 非常好 ☐ 好 ☐ 一般 ☐ 较差 ☐ 差

6. 您认为伊藤洋华堂在员工责任方面做得如何？

☐ 非常好 ☐ 好 ☐ 一般 ☐ 较差 ☐ 差

7. 您认为伊藤洋华堂在社会责任方面做得如何？

☐ 非常好 ☐ 好 ☐ 一般 ☐ 较差 ☐ 差

8. 您认为本报告的内容安排和版式设计是否方便阅读？

联系信息

地址：四川省成都市二环路西一段逸都路 6 号 9 楼

联系人：雷宇

电话：028-8702 1111

传真：028-8702 0447

网站：www.iy-cd.com