

2021

成都伊藤洋华堂 可持续发展报告

SUSTAINABILITY REPORT



与利益相关者
共创低碳美好生活

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-cn.cn>



关于本报告

报告声明

本报告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。

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。

本报告的发布形式

报告以印刷版和网络版两种形式。

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」「伊藤洋华堂」「公司」「我们」「IY」(即伊藤洋华堂的英文名称 Ito Yokado 的首字母)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
华府大道店	指代公司位于成都市天府新区华府大道一段1号的伊藤洋华堂食品生活馆
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
乐山店	指代公司位于乐山市市中区鹤翔路8号的店铺
伊藤电商	指代子公司成都伊藤洋华堂电子商务有限公司

报告范围

本报告披露范围为2021年1月1日至2021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门店。

本报告编制参考的指导性原则

本报告编制参考联合国可持续发展目标(SDGs)
全球报告倡议组织(GRI)、ISO26000、ESG

目录

重要议题	01
报告亮点	03
总裁致辞	06

公司概况	07
------	----

07	公司理念与战略
08	2021年公司经营业绩
09	利益相关方
10	实质性议题
11	紧急事件对应联络体制
12	责任治理
13	公司规范
14	企业党建
15	环境宣言

公司荣誉与影响力	53
报告索引	55

忠于我们的顾客	17
---------	----

18	负责任的商品与供应
19	为顾客提供安全安心的产品
21	看的见的放心
25	疫情常态化下的防控体制
27	线上营销·解锁购物新姿势
28	倾听顾客声音·提高顾客满意度
31	顾客之声·让顾客放心
32	会员活动



忠于我们的合作伙伴、地区、社会	33
-----------------	----

34	忠于我们的供应商
34	供应商合同系统化
35	合作交流
36	绿色营运
37	节能减耗
38	环境可持续发展
39	关爱社区
42	疫情帮扶与乡村振兴



忠于我们的员工	43
---------	----

44	员工信息
44	员工概况
45	多元化与平等
47	员工保障
47	倾听员工心声
48	新驱动:CIY学院
50	福利政策
50	疫情防控-对员工的关怀
51	职业健康与安全
51	人权
52	员工之声





重点课题1

通过与顾客的所有接点,与地区和社区共同实现宜居社会

重点课题5

提升承担集团事业的人们的工作价值以及易于工作的环境

重点课题2

提供考虑了安全,安心和健康的商品和服务

重点课题6

通过与顾客的对话和协作实现生态社会

重点课题3

实现一个考虑地球环境,脱碳,循环经济,与自然共存的社会

重点课题7

通过伙伴关系实现可持续发展的社会

重点课题4

实现让更多人群活跃起来的社会

2021可持续发展报告 - 亮点

《成都伊藤洋华堂有限公司2021年可持续发展报告》围绕“顾客、股东、商业伙伴、地区社会 and 员工”等利益相关者和实质性议题展开汇报，报告亮点展示了本年度的重要成果。

01 忠于我们的顾客

- 我们为顾客创造了
安全安心的购物环境
无一疫情案例
- 我们收到顾客之声
22,034 条
整改了
20,654 条
占比
94%
- 年度客流量约为
3100 万人
- 伊藤+会员数
147 万人
- 我们经营了
4个PB自有品牌



忠于我们的合作伙伴、地区、社会 02

2021年我们总营收收入
52.4 亿元
纳税
11,764 万元
连续
14 年过亿元

我们一直与上千家供应商竭诚合作
本地供应商占 70%

金额累计达到
245 万元
伊藤连续二十四年资助了
646 位四川大学日语系学生
同年为社会贡献 (物资按市价换成金额)
695,528 元

伊藤践行2050环境宣言
打造绿色伊藤, 在办公区域取消了一次性纸杯
票据电子化、减少纸张浪费, 2021年节约了
362,500 元

环保投入
498.69 元
回收资源
91.8 吨
垃圾减量
95.53 吨

2021年1月1起
各店全面开始使用生物降解塑料袋

我们也参与乡村振兴, 农产品销售
37,290,000 元

03 忠于我们的员工

2021年,伊藤员工总数			
2918人			
女性员工	男性员工	少数民族员工	残障员工
66%	34%	38人	48人
公司有			38名党员
我们为员工培训投入		培训达	培训覆盖率达
285.8万元		10,234人次	96.8%
我们对员工持续表彰			平均培训时间
今年有19项		共计1214人次	40.17小时
		共计763千元	
在应急安全方面			
消防演练	防爆演练	停电演练	
6838人	3089人	2343人	
防灾减灾专题教育人数	电梯扶梯安全教育	防盗教育	
7111人	2358人	9063人	
店铺联合检查次	全年安全生产隐患治理排查	排查隐患	完成整改率
229次	3600余次	20000余处	100%
无重大安全生产隐患			

所获荣誉及影响

在企业治理、人力资源、经济和环境等方面获得20项荣誉
我们也加入了不同的外部协会8家

致辞

SPEECH



黄亚美

成都伊藤洋华堂董事长

总代表致辞

今年是伊藤洋华堂进入中国发展的第24年,本着柒和伊集团公司“应对变化、贯彻基本”的方针,我们重视每一位顾客的购物体验,并将“为顾客提供高品质的商品和服务”为己任,带着这样的“初心”,不断传承伊藤的“匠心精神”,谋求企业的良性成长。目前,伊藤在中国已经拥有11家门店(GMS综合百货9家、食品生活馆1家、购物中心1家),每年迎来近3千万顾客的光临。

2018年以来,我们通过不断提升商业品质、强化服务能力、创新商业模式、打造新消费场景等行动,展现出“全新伊藤洋华堂”的商业活力与魅力。同时,我们还重视企业与社会协同发展,在集团公司“GREEN CHALLENGE2050”的指引下,我们致力于七大社会课题的解决,与社会各界共享可持续发展。通过与顾客、员工、供应商、地区社会的反复对话,我们加大可持续采购、减少塑料使用和食物浪费;持续对所在城市和地区进行爱心帮扶和公益捐赠;推进食品行业安全、安心与高品质发展,打造环境友好型的“绿色商场”,以建设“绿色伊藤”为目标,为可持续社会做出贡献,创造价值。

在新冠疫情常态化下,在全球经济、社会发展的不确定下,特别是在中国经济进入新发展阶段下,伴随城市消费升级、供应链高质量发展和现代流通体系的不断完善,伊藤洋华堂也将进入打造集“匠心、品质、智慧、快乐、绿色”为一体的发展新阶段。未来,伊藤也将依托RCEP(区域全球经济伙伴关系)加强自身日本IP建设,进一步促进中日经贸往来。以展示新场景、供给新产品、创造新消费、美好新生活为愿景,带给顾客全新的购物体验。

公司概况

COMPANY PROFILE

成都伊藤洋华堂是1996年12月经商务部(原对外经济贸易合作部)批准于成立的中外合资公司,也是日本最大零售集团——柒和伊控股公司(世界500强)下属日本株式会社伊藤洋华堂在海外开设的第一家公司,注册资金为2300万美元,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,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。

经过25年发展,现有11家店,提供1.2万就业岗位,年间纳税超1亿元,已形成集GMS百货、食品馆、购物中心的实体店,以及电子商务有限公司为一体的、线上线下融合发展的、全渠道服务零售商。多次被省委、省政府评为优秀服务企业、对外开放领军企业,连续十年获评中国连锁经营百强企业。

公司理念与战略

公司愿景	做美好生活领航者
经营理念	顾客至上主义、坚持基本、对应变化
基本四原则	整洁、热情友好的服务、丰富的商品、鲜度
公司信念	忠诚于我们的员工 / 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

MD战略

· 强化自主MD—强化IY独有商品/挑战ItoYokado集合店,确立自营店铺的运营

· 正式启动中央厨房—强化食品/构建盈利模式

成长战略

· 导入中台系统—通过重建系统基础,推进新服务,提高业务效率

· 物流改革—构建智能物流体系

· 挑战市内免税店

店铺战略

· 强化卖场编辑力—构建一站式·跨部门型的卖场

· 强化适合二级城市的品牌·商品结构、卖场编辑

· 食品生活馆多店铺化—构建盈利模式

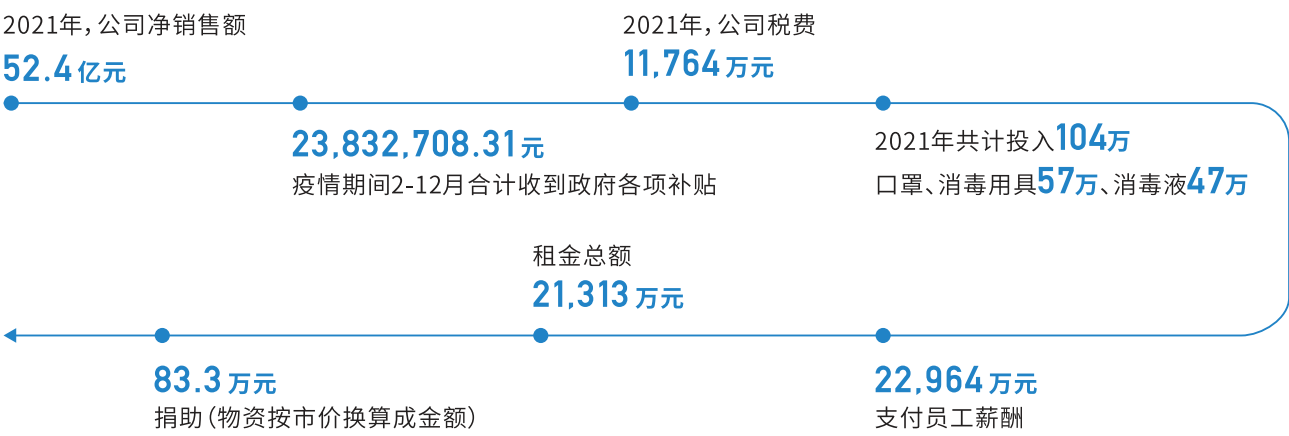
运营战略

· 改善管理效率,生产性

· SDGs举措—以环境保护举措为中心,通过本职工作回报社会

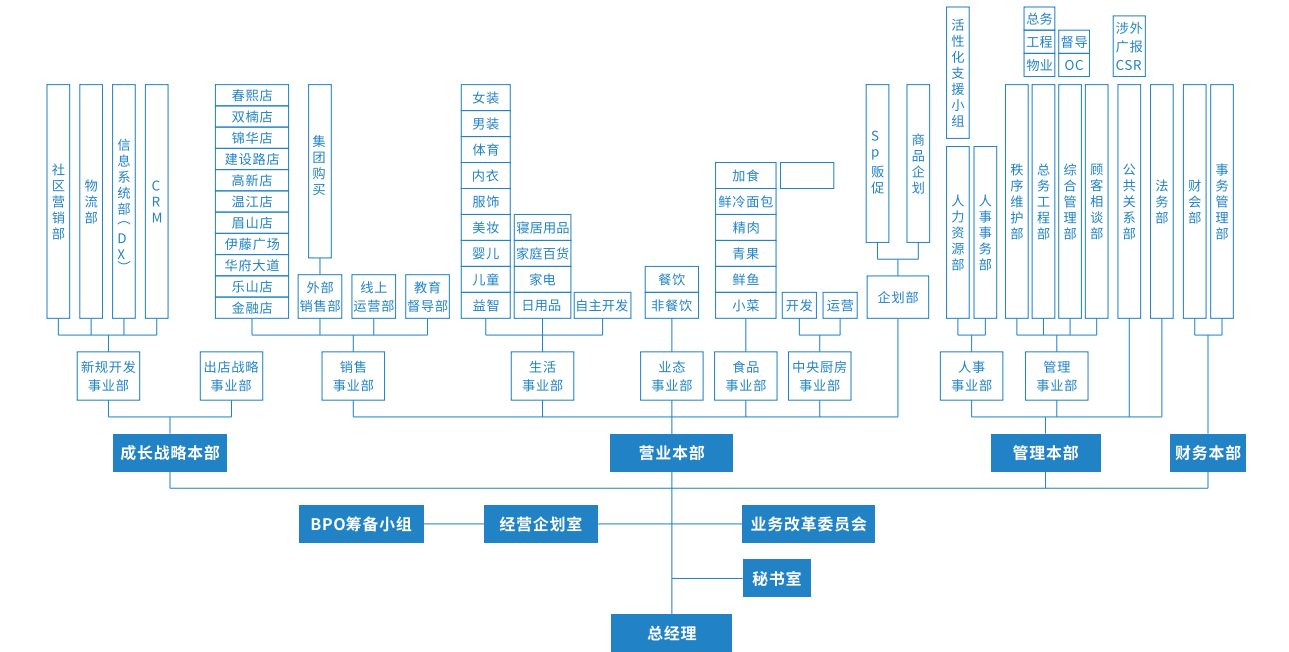
2021年公司经营业绩

新冠疫情对公司的经营产生了极大的影响,但在政府的协助下,伊藤洋华堂所有商超正常营业,并完成了乐山店开业和原有店铺升级改造的相关事宜,为顾客提供安全放心的服务。2021年,公司并未涉及不当竞争行为、反托拉斯和反垄断实践的法律诉讼。



公司治理架构

为更快、更好地满足顾客对商品的需求,适应时代的前进趋势,公司于2021年对原有组织架构进行了调整。



利益相关方

利益相关方是指将受到本报告组织的活动、产品和服务显著影响的实体或个人，或其行为可合理预期会影响组织成功执行策略和达成目标的能力，一般组织的利益相关方包括公民社会、客户、员工、其他非员工的工作者、工会、当地社区、股东和出资人、供应商等。

公司主要利益相关方包括：顾客、供应商、股东、商业伙伴、政府、社区、员工，对于各个利益相关关注的议题，以及伊藤针对这些议题所采取的沟通方式、主要行动与回应分别如下表示：

利益相关方	关注议题	主要沟通方式	主要行动回应
顾客	·疫情中安全安心的购物环境 ·产品质量 ·服务质量 ·顾客信息保护	·顾客之声 ·品质监督员 ·会员活动 ·顾客恳谈会 ·售后服务与投诉 ·走访客户	·加强疫情防控 ·保障产品质量 ·提高生产标准 ·提高服务质量 ·顾客运营会议
供应商	·公平竞争 ·合规经营 ·互惠互利	·合作谈判 ·走访 ·电子邮件 ·微信/电话	·供应商说明会 ·供应商讨论会
股东	·2050宣言 ·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
政府	·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
社区	·社会公共利益 ·良好品牌形象	·信息发布 ·公众问询	·发布可持续发展报告 ·开展环保宣传 ·社区互动 ·参与公益
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

实质性议题

实质性议题即关键性议题，指可以对伊藤长期或短期运营绩效产生重大影响的决策或活动。

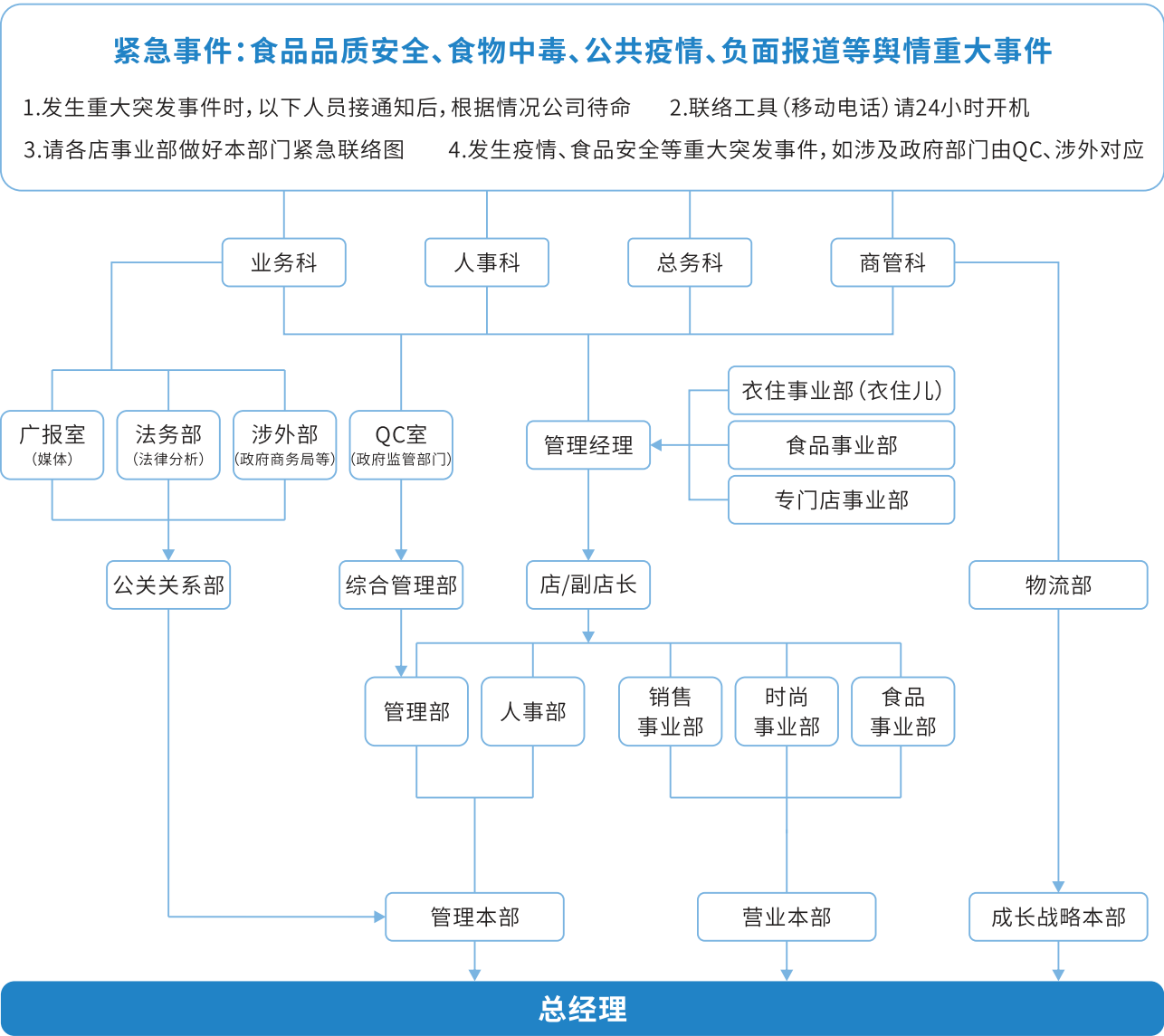


■ 实质性议题

成都伊藤洋华堂有完善的风险管控机制公司每年进行两次风险预估,如财务安全、商超安全、食品安全、人身安全、信息安全等,根据公司经营情况计算风险发生的几率及可能的损失,从而制定相应的解决措施,设置实施该措施所需要的人员、资金。

■ 紧急事件对应联络体制

成都伊藤洋华堂建立了完善的紧急事件对应联络体制。在疫情发生后,公司在该体制指导下快速反应,成立疫情紧急对应小组,有条不紊地应对此次突发的公共卫生事件,将顾客的安全、员工的安全,放在首位,坚持营业确保市场供应,维护社会稳定。



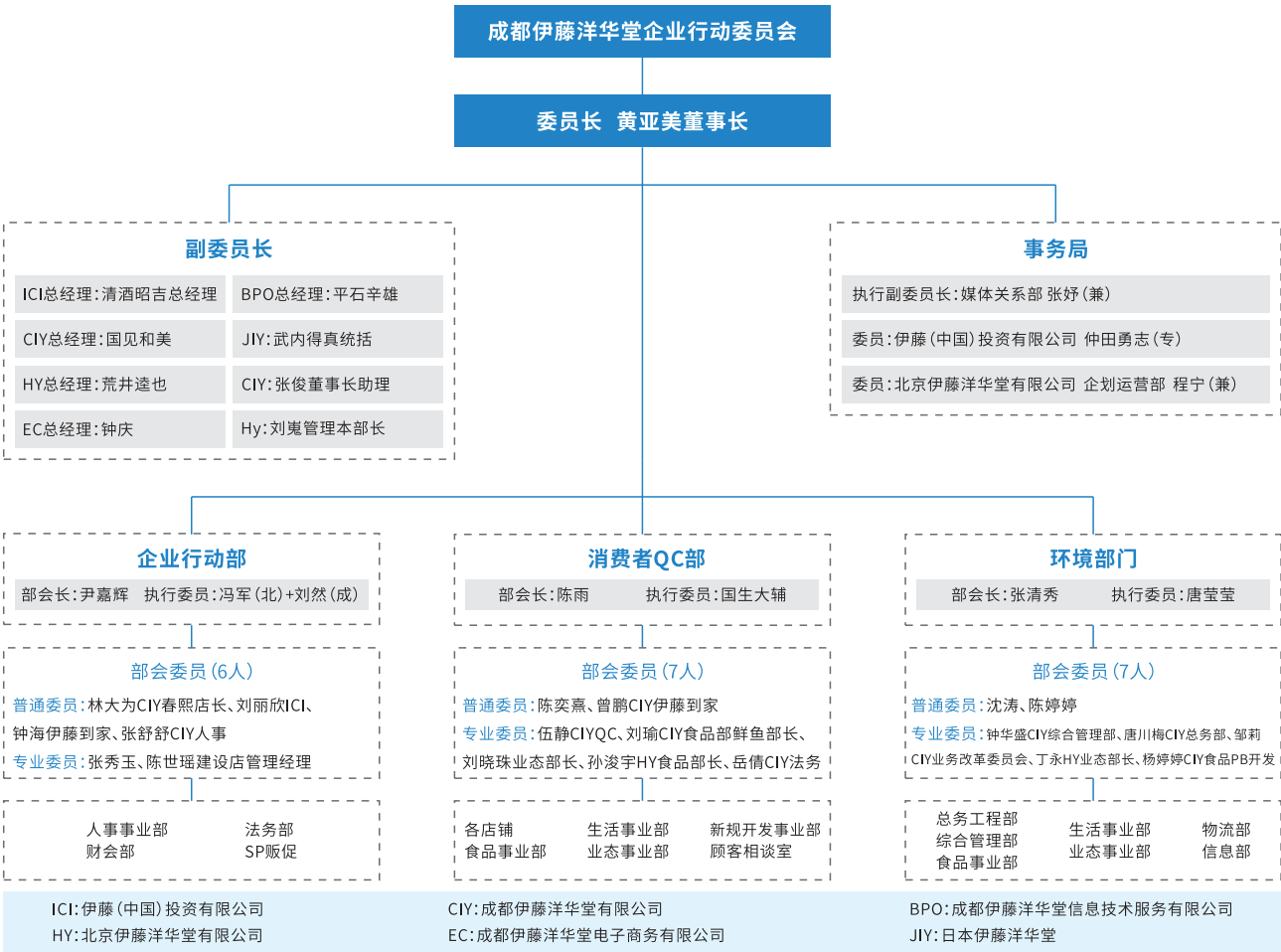
■ 责任治理

1997年,公司成立至今已走过24个年头。随着企业的发展壮大,员工人数和店铺数不断扩大,公司的组织也从单一的架构变为更为复杂兼具多种功能的庞大组织体系。在多年发展过程中,有进步也有弊端,为了适应新发展阶段,需要重新审视我们的组织架构、我们的管理体制。一方面,对内需要通过组织的强化加强公司的内部治理,提质增效。另一方面,对外要让公司时刻呈现健康的、活力的、向上的积极正能量形象,对社会产生价值和贡献,能够被利益相关方所认可,因此,2021年企业行动委员会成立。

企业行动委员会致力于尊重商业道德的企业行为,履行社会所需的企业社会责任,并在此基础上建立一个以企业行动委员会为中心的体系,着眼于整个伊藤中国事业,建立事业公司横向串联的组织架构。

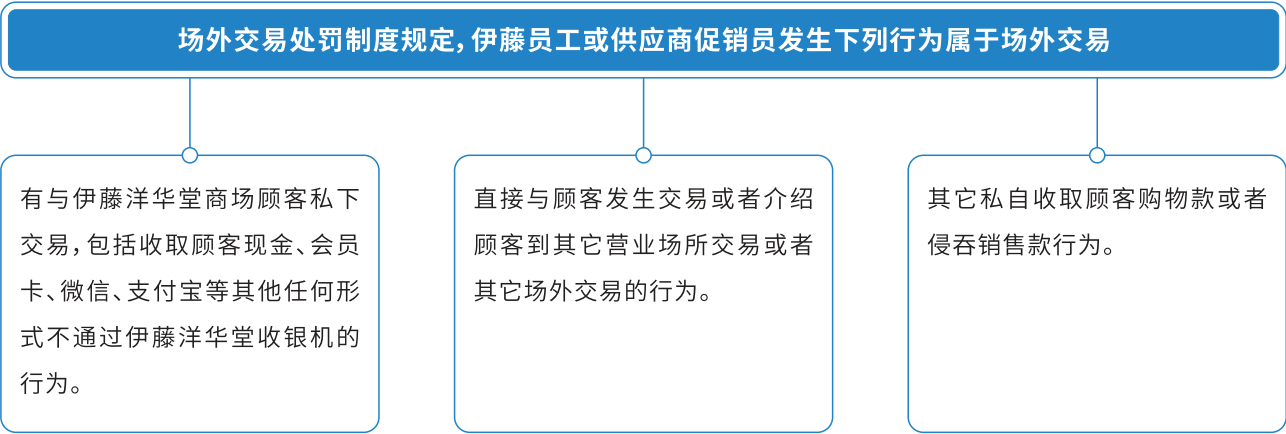
在此次企业行动委员会的任名单中,不仅有成都伊藤、成都伊藤电商公司,也有北京华堂及中国投资公司的人员在各个部会中担任职务。此举是希望以企业行动委员会这个组织为抓手,加深中国事业各个公司之间了解,形成交流和情报共有的渠道,纵深到具体的业务中去,带动中国事业整体的发展和壮大。

此外,企业行动委员会集结各个事业公司中优秀人才,通过组织的运作形成经验的共有,让人才脱颖而出,把合适的人员放在合适的地方、合适的岗位。通过组织的运作,加深对公司的了解,推动公司及个人成长。



■ 公司规范

公司对于防止员工私收银、团购预售等制定了完善的管理制度。将顾客隐私设置在机密范畴，人力资源部门有专门的管理制度。为保护顾客的合法权益并保障公司正常经营，公司制订有《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》中亦规定员工不得通过经营行为获取私利，违者将受到相应处罚。



2021年，公司未发生腐败事件、歧视事件及顾客隐私泄漏事件，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，亦可拨打举报电话进行举报。

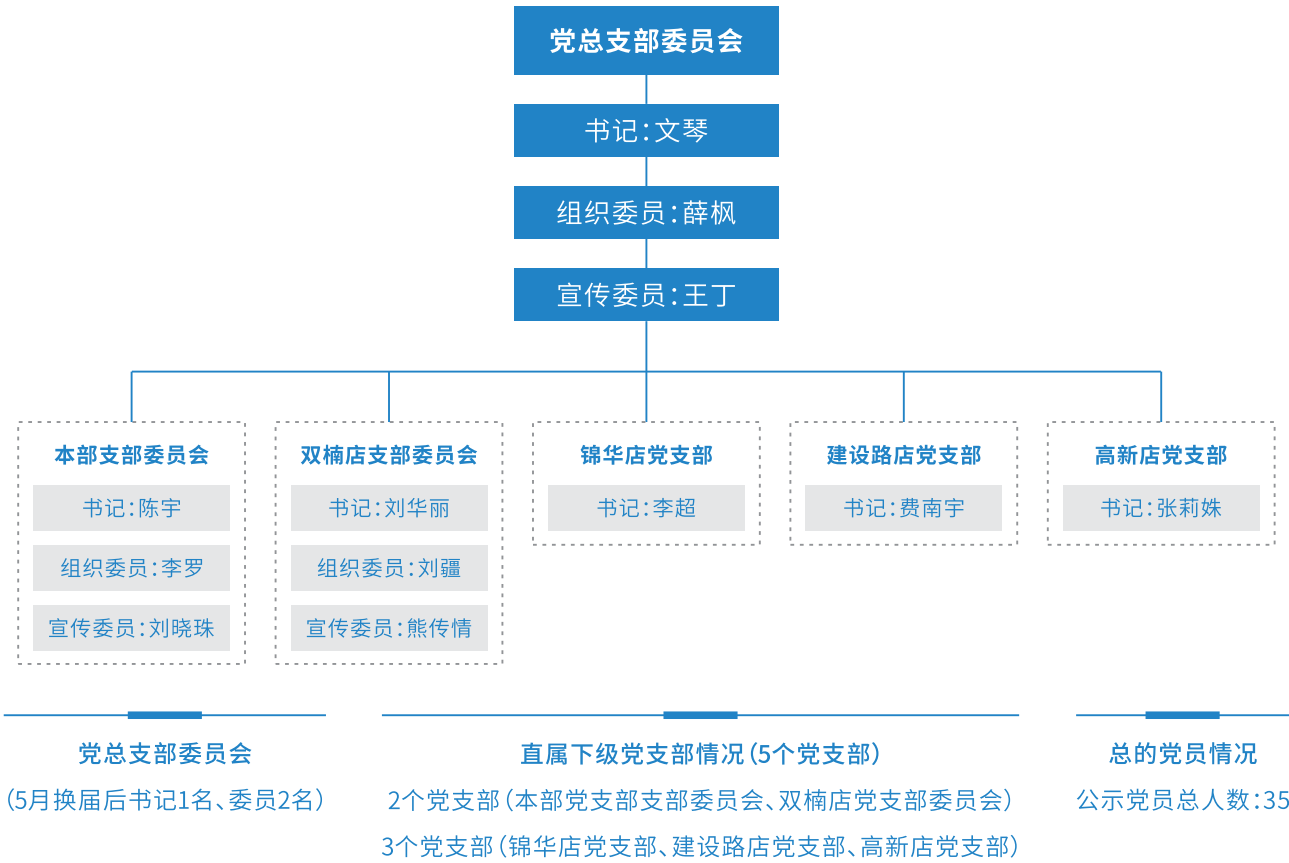
举报电话
028-87021111

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。



■ 企业党建

● 公司党总支部委员会组织架构



● 围绕建党100周年,开展一系列主题党日活动

4月2日为建党100周年,公司党总支部组织组织生活会——“十二桥烈士扫墓活动”

5月18~19日“为爱攀登 重走长征路”用爱致敬建党100周年

10月16日北京党支部-成都党总支部两地党员联合在北京参观香山革命纪念馆,深入学习不同时期我党艰苦奋斗的革命历程和伟大功绩

6月22日伊藤成都、北京公司党员齐聚重庆歌乐山进行主题党日活动

环境宣言

保护资源和环境的行动在环境宣言“GREEN CHALLENGE 2050”中提出了四项2030年、2050年的目标姿态及具体目标。
为了将丰富的地球环境提供给下一代，集团全员齐心协力全力减轻环境负担。



1、消减CO₂排放量

导入LED照明、节能环保设备，倡导环保意识

集团店铺运营产生的排放量(对比2013)

2030年目标

30%消减

2050年目标

0排放



- 导入智能管理系统
- 节能环保设备导入
- 推行无纸化办公
- 绿色环保出勤制度
- 物流车辆减排

减少碳排放≈**435吨**



2、减少食品浪费及回收再利用

对在食用期限内却被废弃的“食品损耗”关注度倍增。
致力于推动食品废弃物的削减及回收再利用

食品废弃物 发生原单位：每销售百万日元的产量(对比2013年度)

2030年目标

50%削减

2050年目标

75%削减

食品废弃物的回收再利用率

2030年目标

70%

2050年目标

100%



- 提升订货精度、推进完售体制
- 加大中央厨房的集约化加工
- 提倡光盘行动

废弃既去比削减≈**5%**



3、解决塑料问题

塑料垃圾导致的海洋污染是当前的重大课题。
我们正在削减塑料袋、塑料容器和一次性塑料制品。

集团店铺运营产生的排放量 (对比2013年度)

2030年目标

0使用量

独有商品使用的容器(含“Scvsn Prcmium”)

生物能源、可降解与回收再利用的原材料和纸等目标数据

2030年目标

50%

2050年目标

100%



- 购物袋生物可降解
- 生鲜包材可降解化
- 堂食餐具可降解化

减少塑料购物袋使用≈**15万枚**
可降解包材使用提升至**33%**



4、可持续发展调配

为向顾客提供安全、放心与便捷且环保的商品，
增加使用可持续发展的食品原材料。

可持续发展的食品原材料的目标数据
独有商品使用的食品原材料(含“Scvsn Prcmium”)

2030年目标

50%

2050年目标

100%



- 有机认证的农产品持续扩大
- 可持续捕捞认证水产品持续扩大
- 植物基商品持续开发
- 高质量有机认证商品扩大

可持续商品开发约≈**100SKU**

SDGs		伊藤的行动	
1 无贫穷  · 乡村振兴 · 职工特困专项救助资金		10 减少不平等  · 乡村振兴 · 打造无障碍商场	
3 良好健康与福祉  · 食品可追溯体系建立 · 品质管理体制 · 第三方专业机构检测 · 增进员工健康 · 健康食品的开发		11 可持续城市和社区  · 服务周边社区 · 环境友好经营	
4 优质教育  · 助学 · 员工培训		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 · 实行垃圾分类 · 供应链管理	
5 性别平等  · 充分发挥女性员工的职场优势 · 关爱女性员工 · 商场设立母婴室		13 气候行动  · 2050 宣言 · 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	
7 经济适用的清洁能源  · 公司 70% 使用水电 · 已有商场改造，使用节能设备		14 水下生物  · 完全养殖鱼的销售 · 开发获得可持续发展认证(ASC1、MSC2 等)的鱼类产品	
8 体面工作和经济增长  · 企业援助，爱心帮扶 · 支持扶贫商品的销售 · 关注特殊群体，提供就业岗位		15 陆地生物  · 完善的家禽采购要求清单	
9 产业、创新和基础设施  · 为偏远小学新建书吧、门窗改造		17 促进目标实现的伙伴关系  · 供应商管理 · 加入外部协会，参加外部倡议 · 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	

01 忠于我们的顾客

全龄友好的服务设施·贴心的消费体验

面对老龄化、少子时代，为他们打造更贴心的基础设施，让伊藤成为幸福美好十大工程的一部分，让孩子、老人、特殊群体的购物、休闲需求，都能在伊藤得到关注和满足。

C 交流
COMMUNICATION

S 共享
SHARE

E 体验
EXPERIENCE



购物之余参与体验，增加愉悦感



满足低龄儿童愉快玩耍的AI互动儿童乐园



多功能女性卫生间



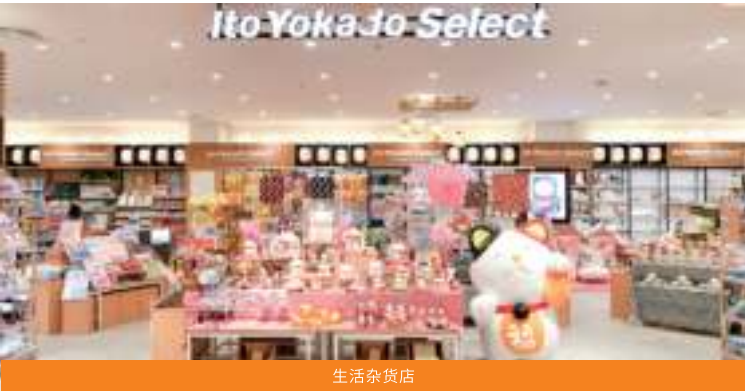
人性化、功能齐全的婴儿休息&哺乳室



方便老年顾客的可歇式购物车

提供日式特色的好物·好生活

成都伊藤洋华堂传承日本百年零售匠心，配合成都建设国际消费中心城市，联合知名名牌，自主开发的只有在伊藤能买到的独有商品。助力打造具有日式特色的新消费场景，满足新经济时代消费新诉求。



生活杂货店



日系美妆专区

■ 负责任的商品与供应

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

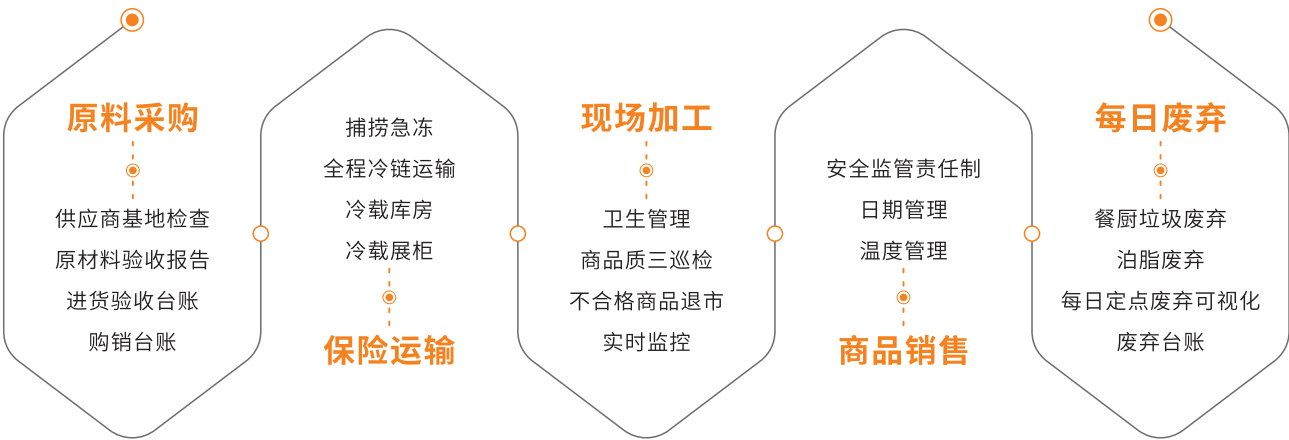
为了保障食品的安全，让顾客放心食用，伊藤一方面聘请专业的第三方安全检测机构对供应商、商场食品进行定期或不定期的检查与抽查；另一方面，伊藤商场里配有鲜度管理员，定期或不定期对商品进行检查。从供应商的考察开始到食品的保质期管理，实现全程监督、风险细节可控，最终达到食品可追溯性，有效做到品质分阶段管理、安全处处可见。

基于扎实、严谨的食品安全管理工作，2021年伊藤所有的商场均未发生过任何食品安全事故。

● 品质管理体系

以食品为中心，从田间到餐桌的全流程管理

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、卫生清况进行检查。及时发现，及时处理。

● IY合作第三方专业机构

CCIC中国检验认证集团四川有限公司

■ 为顾客提供安心安全的产品



● 带来全新价值体验·成为可持续的品牌



中央厨房

中央厨房作为成都伊藤洋华堂2021年的公司重要战略之一,本着为顾客提供高品质、安全安心的商品,中央厨房项目经过多年的准备,将于2022年投产。

中央厨房的意义在于,首先将进一步帮助成都伊藤洋华堂推进食品品质、味道、稳定供给上的标准化建设。其次,将进一步确保原材料的安全安心,大大提高新品开发速度、提升市场差异化。同时,伊藤也将努力通过中央厨房削减食品生产成本和人力成本,从而改变食品价格结构,追求伊藤食品性价比的最大化。

● 负责任的供应链

生鲜商品风险防控体制实施流程

重点商品全过程监管



通过认真落实“全过程”监管,严防疫区产品,不合格产品入场,严把进货渠道,保证进货查验制度落实到位,记录完善,履行好食品安全责任。

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。

● 六项承诺

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]。

01 公开情报

公开由谁、在什么地方、如何进行商品的生产

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

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

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

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

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」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。

2021年扩大看得见的放心: 放心肌肉/放心牛肉/恢复放心猪肉/定额定量, 看得见放心青果类水蜜桃发布。

2022年计划新增67个SKU, 增加杂粮、禽肉、糖心苹果、菠萝、有机柿子、黄桃等10个新品类, 扩大谷物类、葡萄、火龙果、梨、柑橘、蓝莓、季节水果等9个既有品类进化。



看得见放心2021年开发状况			
计划	实施	计划比	更新率
162	84	52%	33%
78个SKU未开发, 产地无法满足, 商品达不到要求			

看得见放心2021年销售情况					
新SKU	销售(万)	去比	食品构成	率	去差
84	2073	110	1.7	33.3	1.0

安全管理

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。

食品安全管理体系

包括对员工的衣着、健康状况与食品环境温度、清洗消毒等进行规定。

· 裱花间卫生制度
· 凉菜制作管理制度
· 面食制作管理制度
· 熟肉(烧烤)制品制作管理制度
· 寿司间管理制度
· 餐具清洗消毒制度
... ..

食品品质管理

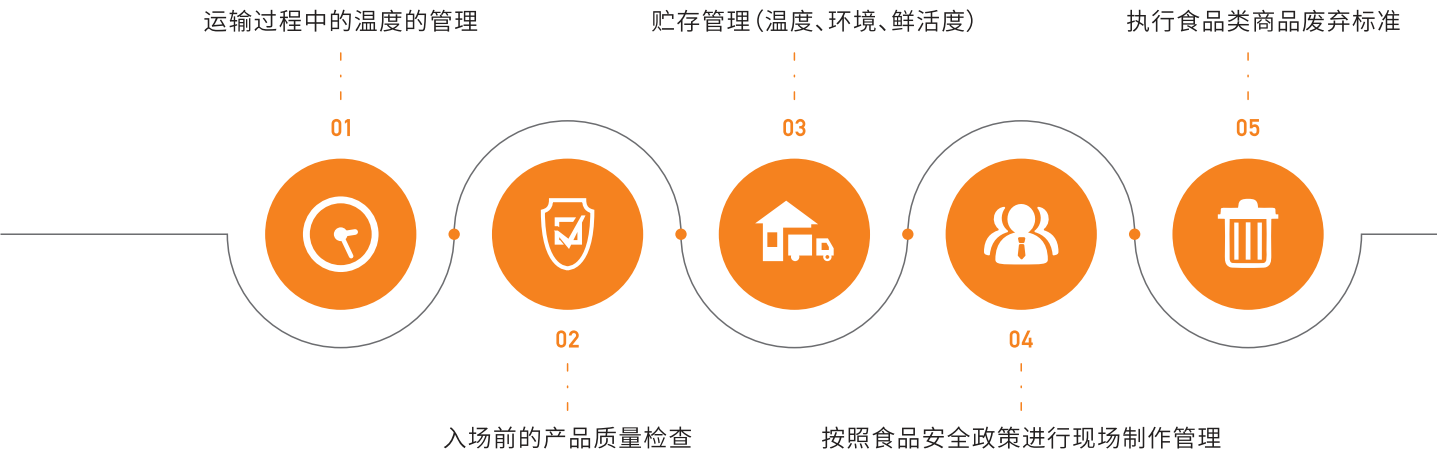
包括对进货商品的品质管理、质量监督职责规定、品质检测流程与办法。

· 商品入场要求
· 商品品质监督职责规定
· 生鲜食品品质检测流程与办法
· 预包装食品品质检测流程与办法
... ..

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)



类别	食新类别	催存方法	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	生类	常温保存	7日	羞壳破裂
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℃		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	冷藏0~5℃	7小时	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、贝壳	海水	死亡	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。

● 正品品质

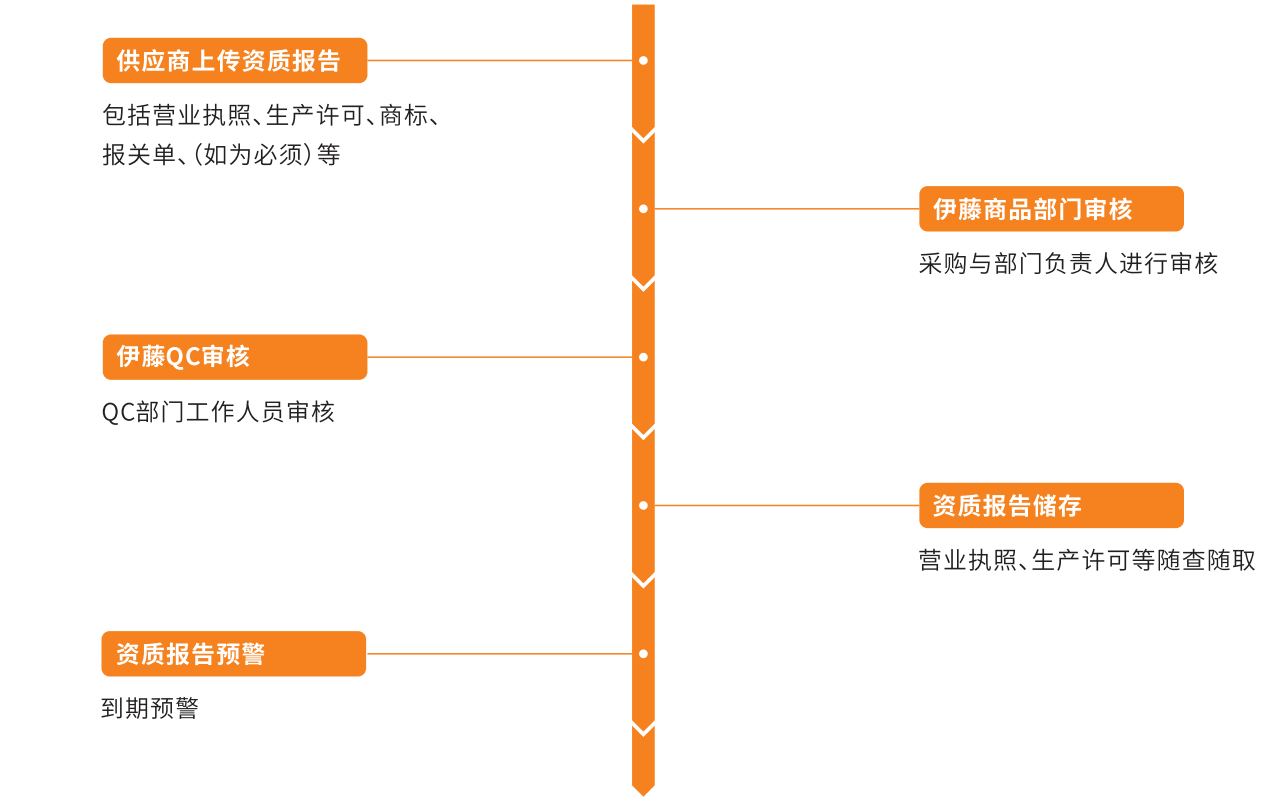
▶ 正品品质保障

针对商场中的其他非食品类商品，伊藤依据《中华人民共和国广告法》，《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督管理部门进行产品抽查，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。

事前审核	商场入驻	顾客监督
与供应商洽谈证照审核	与供应商签订合同配合监管部门、第三方抽检、检查	顾客意见顾客投诉

▶ 自有商品的质量保障

2018年起，公司质量控制部门(QC, 即Quality Control, 品质管理室)开始严格履行索证索票管理;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)产品质检报告等均可随查随取，并在到期前实现预警功能。



疫情常态化下的防控体制

至2021年新冠疫情以来,为给顾客、员工营造安全、放心的环境,伊藤始终坚持贯彻政府防疫要求,做好验码、消毒工作。并建立起内部疫情防控风险管理体系,在疫情反复时第一时间实现“一键切换”保障人身安全,保证市场供应。

疫情防控管理体制

以店铺为主导的防疫保供运营体制

各店铺建立以店长为责任人,以店铺为主导的防疫保供运营体制

- ①疫情风险等级以“省、市疫情防控小组”官方通报为准!分低风险、中风险、高风险所在区域的风险级别进行对应执行
- ②出现密接者或出现员工被隔离等但未停业的店铺,按中风险标准进行对应、执行。(“○”表示实施;“×”表示不实施。)
- ③出现疑似病例、确诊病例,根据店铺所在政府指示和指导下执行闭店(部分/全店)、恢复开店的相关工作
- ④根据疫情的突发情况、发展态势及政府对应标准要求,不同期间、不同店铺疫情对应实施标准风险等级由公司判定后实施。

项目	确认事项
01 顾客来店安全确保	加强防疫管控措施(一、二、三级体制对应体制)
02 正常营业的确保	人员出勤体制的确认和对应
03 商品保供	订货体制、销售体制、物流体制
04 线上销售增长确保	上报、确认,执行
05 政府部门指导疫情对应	配合实施对应体制、上报体制
06 店铺停业(部分区域/全店)	闭店/开店应急对应体制,上报体制

打造安心安全的购物环境



顾客进店测温



增加红外线测温仪



店铺扶梯消毒



严格管理员工健康



无接触配送



卫生间外安排员工为顾客提供消毒服务



收银佩戴手套



电梯内增加牙签和回收桶
避免接触交叉感染



店铺夜间消毒

■ 线上营销·解锁购物新姿势

受疫情的影响，线下“流量”骤减，人们外出购物频率大幅下降，伊藤洋华堂积极适应顾客消费方式的转变，加大了线上营销的力度，网上下单、无接触配送、视频直播带货，为顾客提供了方便、快捷、安全的线上购物体验。

婴童节直播

活动时间

婴童节2021年3月15~21日 直播3月19日

活动内容

满99元成都市主城区包邮

期间配送数据 (单位:单,千元)

付款订单数合计

6429单

付款金额

1200千元

1.4% 88单

61.3% 3943单

37.3% 2398单

自提

配送

快递

活动期间共产生了6429笔订单，其中2486为配送订单，扩大范围（电子围栏外到成都市主城区内采用的快递）共产生了88笔订单，占比1.4%。

直播销售33.68千元，共产生635笔订单，其中扩大范围产生了3笔订单，占比0.5%。直播间订单数占全天的38.6%。

婴童嘉年华

直播预告

直播中

6.18盛典(伊藤好物到家)

活动时间

2021年6月10~20日

活动内容

满99元成都市主城区包邮

期间配送数据 (单位:单,千元)

付款订单数合计

10485单

付款金额

4400千元

28.2% 2961单

41.2% 4316单

30.6% 3208单

自提

配送

快递

通过与品牌的联动，活动得到了顾客的支持

储值活动

海绵宝宝联名系列

活动期间共产生了10485笔订单，其中7524为配送订单，扩大范围至全国（电子围栏外到成都市主城区内采用的快递），因与知名品牌，配送单量大幅上升，共产生了3208笔订单，占比30.6%。

忠于我们的顾客 | 伊藤洋华堂2021可持续发展报告 | 28

■ 倾听顾客声音·提高顾客满意度

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, 倾听顾客声音

学会倾听顾客，是每个新晋伊藤员工的必修课。认真倾听顾客的声音，则是所有伊藤员工的日常。除了在卖场的现场业务部门快速反馈顾客之外，我们还专门设置有“顾客相谈室”这一部门来统一协调公司的其他部门来回应顾客，对顾客提出的问题、意见、建议等进行逐一回应和整改。

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。

自2007年起，顾客的声音由公司专有部门进行整理、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		不能马上能解决的	
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)

收集顾客之声

部门联动解决问题

问题解决验证

持续推进改善

顾客意见反馈

实现顾客满意

2021年1~12月营业店共收集顾客之声22034条，其中已整改20654条，整改率94%，未整改1380条，占比6%；未整改原因：商家撤柜、商品结构原因、店铺商品定位格局、建议等。

● 倾听顾客声音为顾客需求

疫情期间，成都伊藤勇于承担起社会责任，坚持营业，为顾客基本生活提供保障，并采取各种措施，为顾客提供安全安心的购物环境。与此同时，一直以顾客第一为经营理念的伊藤洋华堂，不忘听取顾客声音，为顾客满足需求，不断变化，不懈挑战。

● 让顾客满意 顾客恳谈会

除接受顾客所有的反馈之外，我们也会“主动出击”，举行顾客恳谈会，聘请由顾客组成的质量监督员并邀请他们对卖场的商品品质、服务质量进行监督。通过对顾客声音的汇总和整理，公司召集相关的部门进行集中讨论并进行相应改进。同时，为了更好地收集每一个参会顾客的意见，现场安排本部领导一对一与顾客交流，深切了解顾客的想法和意见。



● 让顾客放心 质量监督员

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质量监督员，每个店铺设置10名质量监督员，所有质量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	权利	奖励
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	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

● 质量监督员

2021年年度新选拔质量监督员95人（10个店铺，其中眉山店、华府大道店5人，乐山店15人，其余店铺均为10人），伊藤的忠实粉丝增加至733人；共收集意见、建议246条。

2021年共组织品质监督员活动34次，到店体验活动及购物达3252人次，收集活动意见如商品、服务、环境、表扬等2005条。

食品部

(1) 主要集中在商品结构欠落、生鲜味道的不稳定及价格活动方面。

(2) 疫情常态下，顾客对安全安心、性价比商品的要求增高，最多不满的就是商品结构的完善度滞后，商品价格高于竞争店，进口商品情报发送菜单提案不足。线上购物的活动力度不足；配套服务不足。

销售事业部

(1) 商品：商品味道不稳定、商品包装不严实、商品份量单一、标价签不规范。

(2) 管理：店内安全性、设备故障检修不及时、停车缴费体验差、店内指示不明显。

(3) 服务：专柜无人接待、业务知识技能不足。

伊藤到家部

下单后商品缺货、价格不统一。

管理部

设备设施/环境/服务项目不满、商品品质不满。

质量监督员访谈收集意见/建议

年轻人潮牌运动品牌太少；建议春熙增加儿童玩具、文具用品种商品；电按摩椅员工（艾力斯特）态度不好；日本酒偏贵；DM单时效性太短；积分抵扣停车时间3小时太短；高新店购物不能免费停车；儿童设备比较好，喜欢带娃来游玩；日式陶瓷商品太少，价格偏贵等。

温江店品质监督员合影

高新店品质监督员合影

锦华店品质监督员合影

● 让顾客放心 投诉处理

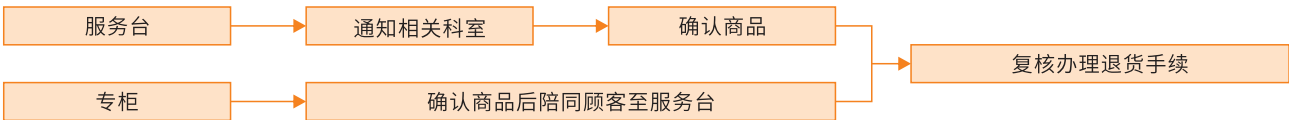
01 顾客质量投诉	02 质量自查	03 基地溯源	04 处理	05 反馈
· 店铺收到顾客关于质量的投诉	· 问题核查 · 质检报告核查	· 对产品生产基地进行溯源	· 若问题属实则下架产品 · 追究供应商责任 · 依法、合理补偿顾客损失	· 顾客反馈 · 整改确认

2021年伊藤共发生投诉数量1090件，去比92%；

► 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。

■ 顾客之声·让顾客放心

为更好的为顾客提供服务,2021年公司更加重视顾客之声,扩宽顾客心声反应渠道,积极解决顾客提出的问题,完善顾客之声运营体制。

● 顾客之声收集对应

为积极多渠道倾听顾客心声,11月开通微信公众号收集顾客声音,包括顾客建议及咨询、商品质量、待客服务投诉、表扬等。



● 顾客之声运营体制·现场沟通联络

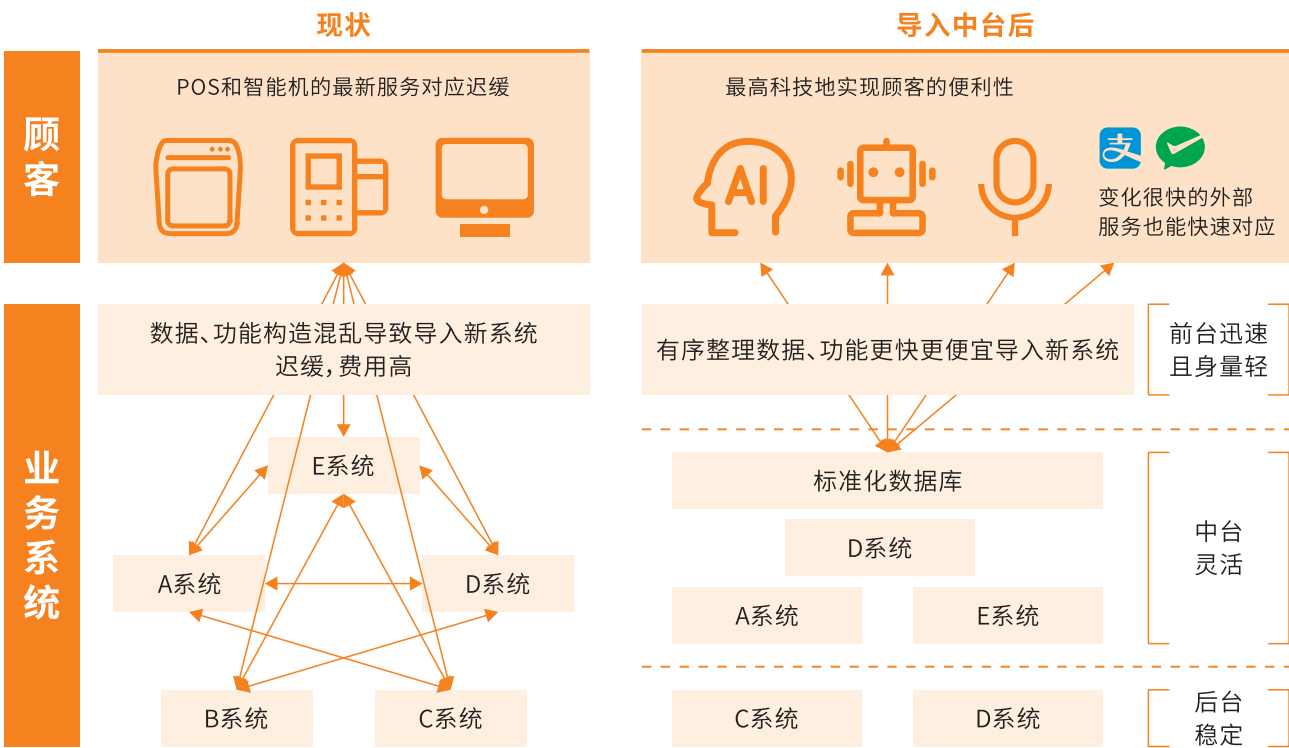


● 顾客投诉预防

日期	2月25日
会议主题	保险知识~险种、理赔
参会人员	营业管理经理 业务科主管 业务科主力担当
会议内容	荒井副总:公司经营理念 顾客之声的重视与对应 3·15维权主题及关键词 投诉相关现场答疑

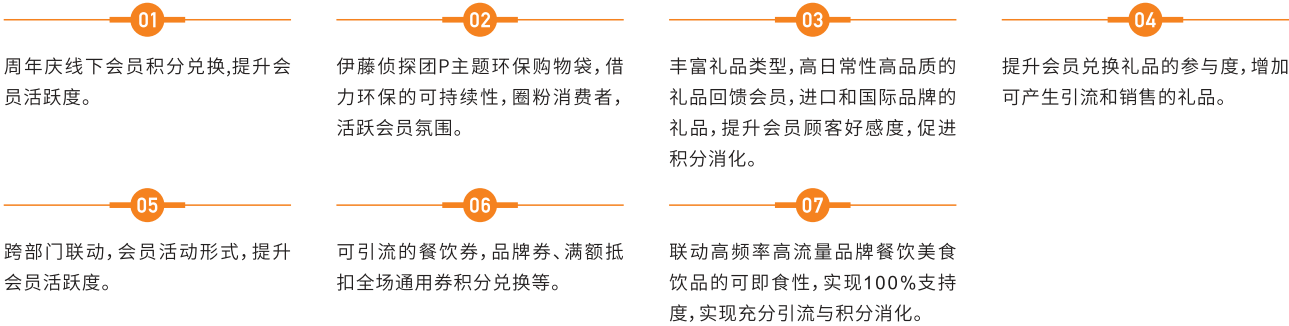


● 数字化服务为顾客提供便利



■ 会员活动

自2018年8月,我们开通了“伊十”会员系统。2019年,对“伊十”会员系统的可用性进行了改进,新增了诸如领取优惠券等25个新功能。同时,针对会员的福利、权益等进行升级和改造。2020年,继续对“伊十”会员系统升级,如签到得积分、积分当钱花、每月8日会员日秒杀等。2021年“伊+”会员系统业务板块更加丰富,极大满足会员需求。



02 忠于我们的合作伙伴、地区、社会



■ 忠于我们的供应商

伊藤认为，供应商是事业的合作伙伴，与合作伙伴风险共担、共同成长、努力为顾客创造更大价值是伊藤一贯的做法，也是伊藤的立足之本。作为价值链上重要的一环，伊藤非常重视与供应商的共融、共通。除了在商品、活动上的紧密合作所需的日常沟通外，伊藤每年均会举行盛大、隆重的供应商说明会。

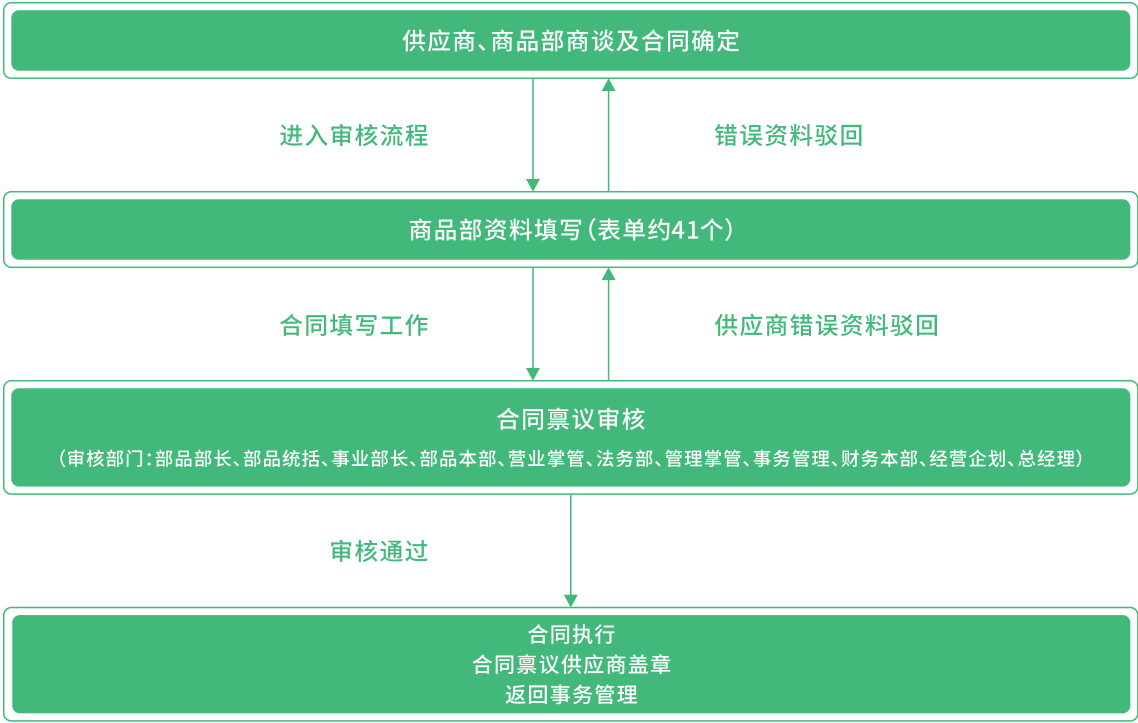
2021年，受到疫情影响，采用线上方式召开。截止到2021年12月31日，上千家的供应商中，本地供应商占70%同时，伊藤定期对供应商进行风险排查，2021年，并未发现存在结社自由和团体协商风险的供应商。

健康是现代人越来越关注的话题，提供有品质保证的商品，提供与开发安全安心的商品是伊藤的使命所在。伊藤在筛选供应商的过程中，非常关注供应商对社会、环境等方面的责任。公司在采购陆地生物和海洋生物时，严格按照养殖基地确认表和海产工厂确认表进行采购。



■ 供应商合同系统化

2020年3月全线导入实施供应商合同系统化，实现供应商合同全线电子化提交及数据系统化管理。提高了工作效率和合同准确率，也提高了供应商满意度，2021年改善后材料费年节约144万元。



■ 合作交流

成都伊藤洋华堂，始终与社会各界，保持开放交流的姿态，如接待第三方同行业来访/组织赛事/倡导健康的生活理念等。



参加中欧日韩时尚产业创新发展峰会



参加中日韩(乐山)经贸交流合作会



拜访河南胖东来 进行行业交流



接待成都粮食集团来访交流



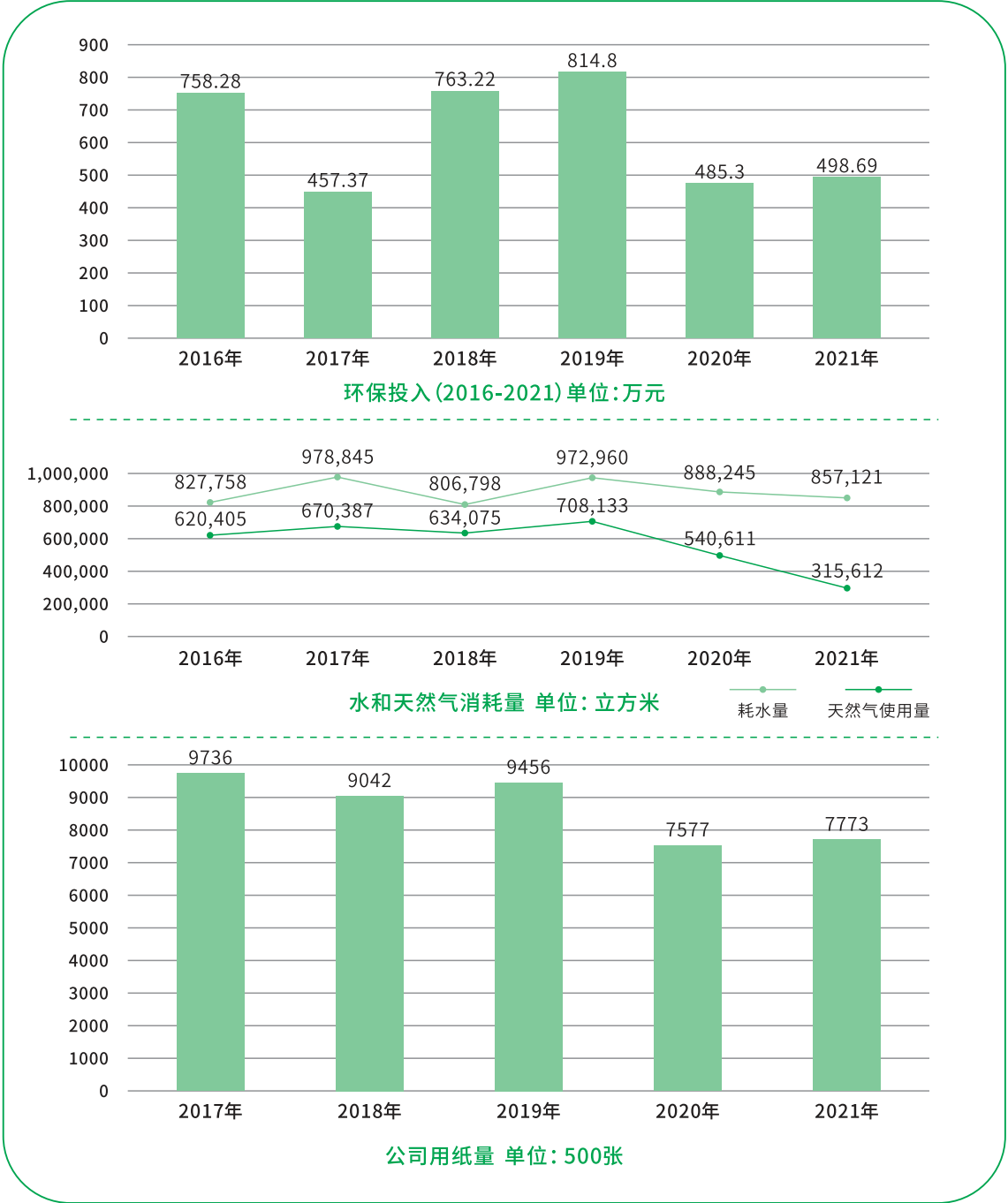
中国连锁经营协会会长参观LOFT



参加“牵手大运会·全员动起来——社区趣味运动会”

■ 绿色经营

以“尊重自然、顺应自然、保护自然”为环境理念，伊藤持续投入资源用于垃圾分类、环保基础设施建设和废弃回收等事业。2021年，由于增加了可降解购物袋、可降解手套、节电技改投入等，公司环保投入较2020年增加。2021年，公司环保总投入498.69万元，21年度垃圾减量总量3349.56吨，2021年碳排放较2020年减少1924.364897吨。



2021年的耗水量和天然气使用量(分别为857,121立方米与315,612立方米)低于2020年(分别为888,245立方米与540,611立方米),表明二者的使用效能正趋于最大化。

■ 节能减耗

在中国,以大气污染问题为首,人们对环境问题的关注度不断提离,政府也提出了环境大国的方针,在加强限制的同时,成都伊藤洋华堂通过引进节能设备等措施,致力于降低环境负荷。

具体措施如下:店铺改装时,变更为节能照明器具,增设节能设备;新店的冷冻冷藏系统采用EMS人工智能,对节能设备进行投资了;制作启发海报,防止后台浪费电。另外,成都伊藤洋华堂引进了可以循环利用热水的洗碗机,致力于节水。2021年,成都伊藤洋华堂对本部及店铺员工进行了特别严格的节电和节能教育和管理,使电力使用量比去年减少了0.45%,资源使用量(天然气、柴油)减少了76.45%。另外,通过在各店铺的洗手间贴节水贴纸,在后备室贴上“节水节电”的海报等措施,用水使用量比去年减少了8.71%。

EMS系统构架

在运营过程中,伊藤通过对能源的有效管理以及采用节能设备,达到节能降耗的目的。在能源有效管理方面,导入EMS系统(冷藏冷冻设备的管理系统)对冷冻机压力的最适化调节、冷凝压力的智能化管理、根据陈列柜内负荷智能调节设定目标温度、陈列柜防露加热丝的智能化管理等措施,实现降低用电消耗约15%的节能效果。目前已推广至8家店铺,年均节电约150.92万KWH。2021年公司没有发生重大泄漏事件、没有运输危险废弃物、排水没有影响水体、没有违反环境法律法规。

主要节能措施

陈列柜温度设定的智能化管

- 节能OFF时:设定目标温度固定值
- 节能ON时:根据柜内负荷,在允许的柜内温度波动范围内,智能调节设定目标温度

主要节能措施

■ 环境可持续发展

二氧化碳排放是直接导致雾霾、气候问题的根源,在日常经营活动中,成都伊藤洋华堂注重消费、生产、流通各个环节中的资源保护,降低对环境的影响,实现企业运营与环境保护协调发展。

成都伊藤洋华堂以打造成值得顾客信赖的、低碳环保的绿色商场为己任,并时刻践行。



● 世界海洋日 | 我们一起做海洋的守护者

伊藤自有品牌—伊藤品质也在探寻品质的道路上,不断探索,积极引进经过MSC认证的可持续海产品,致力千为顾客提供安全、安心的高品质海鲜产品。

生长周期3-4年,生长缓慢,个体紧凑,肉质紧密,捕捞自纯净冰冷的北大西洋及北冰洋海域,味道鲜美

■ 关爱社区

2021年，日本伊藤迎来创业102周年，作为身处世纪节点的领导者，应该将伊藤的未来与社会、人类的发展更紧密地关联起来，实现企业的社会价值。2021年，伊藤秉承柒合伊集团公司方针，带领员工和供应大力推进“SDGS”的落实，协助政府营造更优良的居住环境。我们希望能发挥桥梁的作用，依托伊藤中国事业，促进中日经济往来、促成中日民间文化交流，让伊藤成为市民体验日本文化的窗口，让更多的日本企业选择成都、爱上成都。



针对边远地区贫困儿童失学、留守儿童、人口老龄化、失独家庭等社会问题，以及人民日益增长的物质文化需要，成都伊藤洋华堂竭尽所能的提供物质以及精神层面的文化输入。

● 熟悉掌握店铺周边社区居民情况·提供所需服务

2009年6月成都伊藤洋华堂志愿者服务队成立，吸纳了各个店铺的热心公益人士、优秀员工、优秀党员以及入党积极分子加入，专注公益事业开展。成员们郑重承诺：“尽己所能，不计报酬，帮助他人，服务社会，为传递爱心，弘扬党风、社风贡献自己的力量”。截止目前为止已经有上百名员工加入，累积践行公益数千小时，在养老院、SOS儿童村、聋哑学校、社区等都留下了他们的身影。针对地区生活困难的家庭、残障人士、独居高龄人士，全年进行三次慰问，赠送生活必需品。

	春熙	双楠	锦华	建设	高新	温江	眉山	乐山	华府	金融城
扫街	20*1	30*0.3	20*0.4	20*1	15*0.3	0	8*0.45	18*0.45	10*1	10*1
社区慰问	4*	3*5*1	2*7*1	4*10*1	4*6*1	4*10*1	4*6*1	4*4*1.3	0	0



慰问社区弱势群体



清扫街道



慰问环卫工人

● 用伊藤关爱基金助学扶困

伊藤洋华堂从2007年开始捐赠4所小学，以支持贫困儿童，改善学校设施和设施。

与成都市关心下一代基金会合作成立“伊藤关爱”基金，在友爱小学持续开展“流动少年宫”项目惠及偏远地区师生，旨在将成都市青少年宫的优质资源引入到成都二、三圈层中留守儿童和流动儿童相对集中的农村学校，让他们享受到城市建设和发展中的优质资源的培训。同时，也对在校老师展开同步培训，提升了学生整体素养和乡村教师专业技能。截止2021年成都伊藤洋华堂共计在两所友爱小学开展“流动少年宫”项目，惠及师生千余人。

● 以发展视角勇担社会责任做好中日交流的桥梁
2021年伊藤谢恩育英财团川大奖学金捐赠

伊藤谢恩育英财团是有日本伊藤洋华堂创始人伊藤雅俊先生为回报社会于1994年成立的个人财团。其初衷是将伊藤创业以来从顾客、供应商、社会处得到的支持和帮助，通过支助“修行中的年轻人”，为他们提供更多的学习机会及自我启发的机会，帮助他们成为优秀人才，成为对社会、国家有贡献的人。这一育人计划1997年被伊藤海外首店带到成都，并于1998年正式在四川大学日语系设立奖学金，迄今为止，先后对四川大学日语系646位优秀同学进行了多达254万元的奖学金发放。



● 友爱小学

- 1、四所学校六一节慰问
- 2、帮助部分学校改善硬件环境
- 3、彭州通济镇蓝天小学流动少年宫教学耗材补充10万元



新建跆拳道室帮扶素质教育



六一节慰问



黄亚美董事长慰问彭州蓝天小学

● 驰援郑州水灾关爱受灾青少年

2021年7月，中国河南省郑州市因暴雨引发严重城市内涝，造成严重人身财产损失。7月23日，成都伊藤洋华堂联动成都市关心下一代基金会及其余四家爱心企业捐款100万，用于资助受灾青少年，为他们发放卫生生活用品共计1万份。



● 中外文化交流

2021年，在疫情常态下，展开深受顾客喜爱的日本商品节及文化体验活动。



原汁原味地文化体验活动



日本商品节

■ 疫情帮扶与乡村振兴

● 抗击疫情我们在行动

2021年11月，成都疫情再起，为支援成龙街道办抗击新冠疫情，伊藤广场店特捐助物资1万元协助抗疫。



● 乡村振兴

2021年锦华店·屏山农特产品展示展销活动为了积极响应政府号召、充分发挥零售终端在乡村振兴中的作用，助力农村产业升级，成都伊藤洋华堂联手中共屏山县委屏山县人民政府举办了本次活动。



社会捐献 **695,528元**

2017-2021年，助农产品销售 **372,900,000元**

涉及 **17个基地**, **268个SKU** (库存保有单位)



03 忠于我们的员工

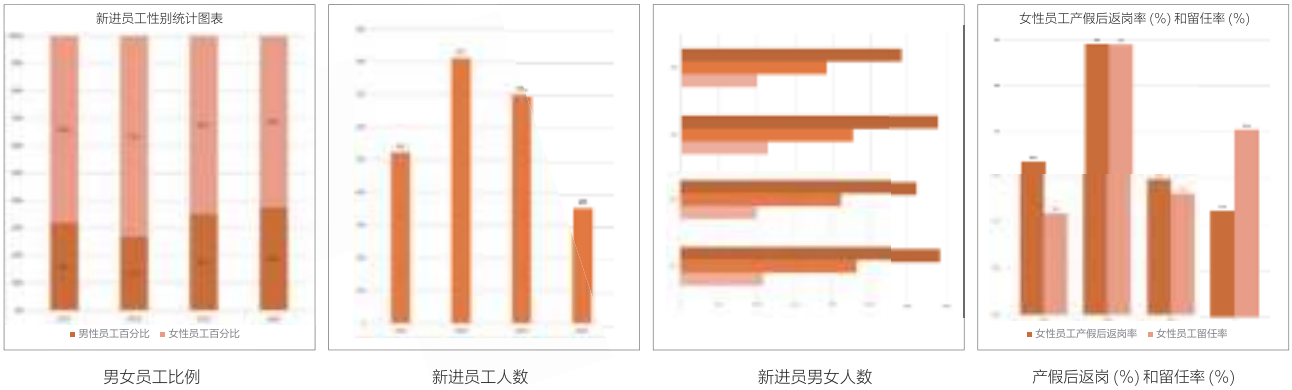


■ 员工信息

员工是伊藤开启和发展事业的主力军。伊藤始终恪守“忠诚于员工”这一原则，尊重每一位员工的劳动，让劳者有所获，能者有所得，为员工搭建一个自由发挥其才能的舞台，最终实现自我超越。

■ 员工概况

2021年伊藤的员工人数比上一年减少了492人，减幅为13.95%。在员工性别比例上，中层管理者(经理以上)女性员工占比59%，整体比例未有大的变动。



近四年来，新进员工方面，男女性别比约为3:7,与年度员工总数性别比相近。

遵从《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、地方等用工相关的制度和法律法规，公司制定了《职员守则》等人力资源相关的管理制度，依法与员工确立劳动关系。

在招聘、任用，公司不因性别、民族、宗教、年龄、家庭状况或其他因素对任何人采取就业歧视行为和政策。

报告期内，公司未发生任何就业歧视行为及劳工纠纷。

根据《残疾人就业条例》(中华人民共和国国务院令488号)、《四川省〈中华人民共和国残疾人保障法〉实施办法》(四川省第十一届人民代表大会常务委员会公告第74号)、《四川省残疾人就业保障金征收使用管理实施办法》等规定，用人单位安排残疾人就业的比例不得低于本单位在职职工总数的1.6%。2021年，公司残障员工48名，占公司员工总数的1.69%。

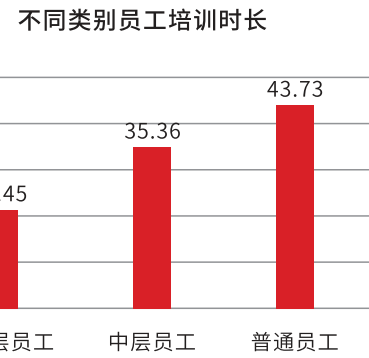
■ 多元化与平等

2021年，公司少数民族员工**38**人，残障员工**48**人

公司培训人次	培训投入	员工培训覆盖率
10234 次	285.8 万元	96.8%

全体员工每年人均接受培训的平均**40.17**小时

在培训性别覆盖率方面	
男性员工培训覆盖率	女性员工培训覆盖率
99.9%	95.1%



除了上述基础培训，伊藤非常重视生鲜员工星级技术的考核和复合。星级技术复核的目的为激励员工学习生鲜制作技术、实现对员工的星级技术评价、培养和选拔生鲜技术人才、巩固星级员工技术水平，也是生鲜星级技术考核体制的关键步骤。

● 关注特殊群体·实行人性化管理

提供残疾人就业岗位48个，其中9人已成长为公司干部。	设立员工相谈室，关注员工心理健康及精神层面追求。	工会设立“职工特困专项救助金”，累积帮助125人，使用救助金48.2万元。
----------------------------	--------------------------	---------------------------------------

● 人才的育成多种类、多层级教育

面向零售新时代所需要的人才，不仅要传承IY信念，还要持续培养具有IY特色的新零售年青、自律型人才、一专多能型人才。多名员工在国家级、市级职业技能比赛中荣获优异名次。

2021年持续沿用“自我推荐制度”基础上，为了创造公开、公正、竞争、择优的工作环境，公司实施了“岗位竞聘制度”大大激发了员工的干劲。



专业技能教育·直播技能



中华总工会颁发的“全国五一巾帼标兵”称号

● 推进人才培养系统化,加速构筑管理者梯队,提升人才品质

1~10月教育实施共**17**项(线下14项、线上2项、线上线下融合1项)，共教育培训**51427**人次

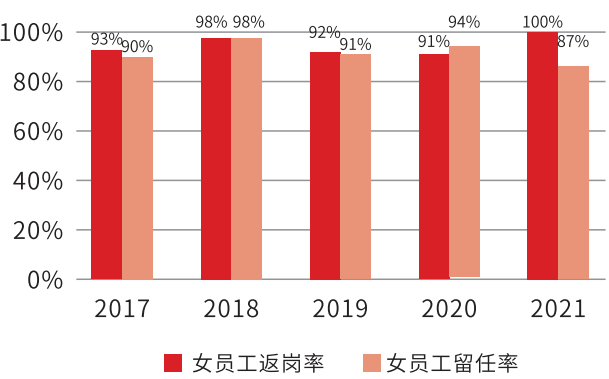
► 企业文化传播 — “基本”传承,覆盖率100% (共9项, 32020人次)

领导新年致辞	全员	全员覆盖、学习率88%
读书会	全员	1821人关注,心得1719条
重拾入社初心	副主管--店长(本部同级对应人员)	36批次, 1060人
《改变的力量》I II	全员	全员覆盖、学习率85%
入社教育(含新店)	新进员工(含促销)	599批次、3758人
春节节前教育	全员	44批次、1304人
待客提升教育	各店 全员	513批次、21887人
周年庆前教育	各店 全员	11批次、345人
匠心伊藤	各店 全员	104批次、3877人

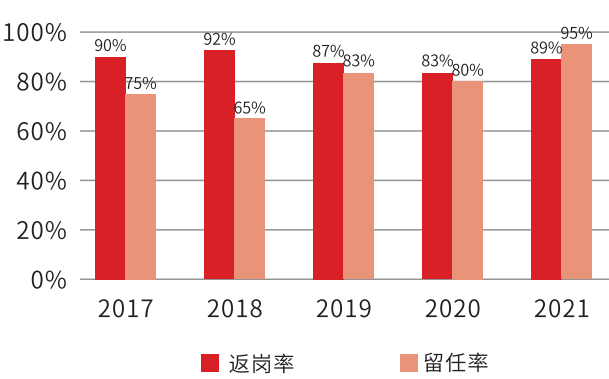
► 人才品质提升 — 中坚力量的“岗位胜任力”提升,覆盖1191人次, 占中基层干部81% (共8项, 19407人次)

开学第一课	新升职干部+梯队人才+储备人才	60人
游学研修	储备人才、梯队人才	10批次、203人
意识共有,服务提升	乐山店干部	58人
店铺“火箭班”教育	梯队人才+新升干部	温江(5批次, 84人), 乐山(1批次, 20人)
人事科内训师教育	人事科干部	1批次、10人
垃圾分类	全员	18216人次
外请讲师授课	梯队人才、新升职干部、中层干部	3批次, 400人
干部技能提升教育	梯队人才	7批次, 11节课, 共356人

女员工产假返岗率(%)和留任率(%)



产假返岗率(%)和留任率(%)



近年来，公司员工产假后返岗率(产假结束后返岗的员工总数/产假结束后应返岗的员工总数)均在90%上下浮动;2021年产假后留任率(产假返岗后12个月仍在岗的员工总数/前一年产假结束后返岗的员工总数)超过了80%。其中，女性员工在产假后的返岗率均超过90%。

■ 员工保障

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，保障员工的合法权益。公司禁止聘用童工，禁止强迫劳动，一经发现将报予执法部门处理并在公司内部作相应处理。报告期内，公司未出现任何强迫劳动及雇佣童工情况。

按五天工作制计算，公司员工每周工作时间为40小时，后场设有休息室、吸烟室等供员工休息。对于加班，公司执行《加班事前申报审批制度》，若有需要加班，将按照劳动法相关规定支付加班工资。

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生育津贴。对处于哺乳期的女性员工，在产假期满后，每个工作日有1小时的哺乳时间。



■ 倾听员工心声

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。在伊藤，员工可以在以下场合与各个层面的管理层进行一对一、多对一等形式的沟通。在沟通过程中，管理层将就员工关注的问题进行解答，随后由员工相谈室对员工心声进行汇总、归类，对于未能即时得到答案或解决方案的员工心声，将形成对应的课题，由员工相谈室协调对应的部门，有效解决员工关注的问题。

● 倾听员工的部分方式



● 2021年具体行动

2021年，公司共和1062位员工谈话，谈话员工包括年轻干部（新升职干部及既有干部）、储备（新入社储备及既往储备）、各店担当（有困惑、情绪的问题员工）。交流方式包括一对一交流、座谈式交流、现场感交流、线上交流：微信、电话等。2021年共收集员工心声14440条，其中一对一交流心声79%，研修学习心声5%，交流会心声16%。



和员工现场交流



座谈会员工交流

■ 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，打造多层次、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。

为保证学院的运转效率，同时能够与时俱进，由母公司日本株式会社伊藤洋华堂社长三枝富博担任名誉校长，成都伊藤洋华堂董事长黄亚美担任校长、总经理国见和美担任执行校长，下属分设教导督导和教育事务局。

● 多课程扶持创新人才

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

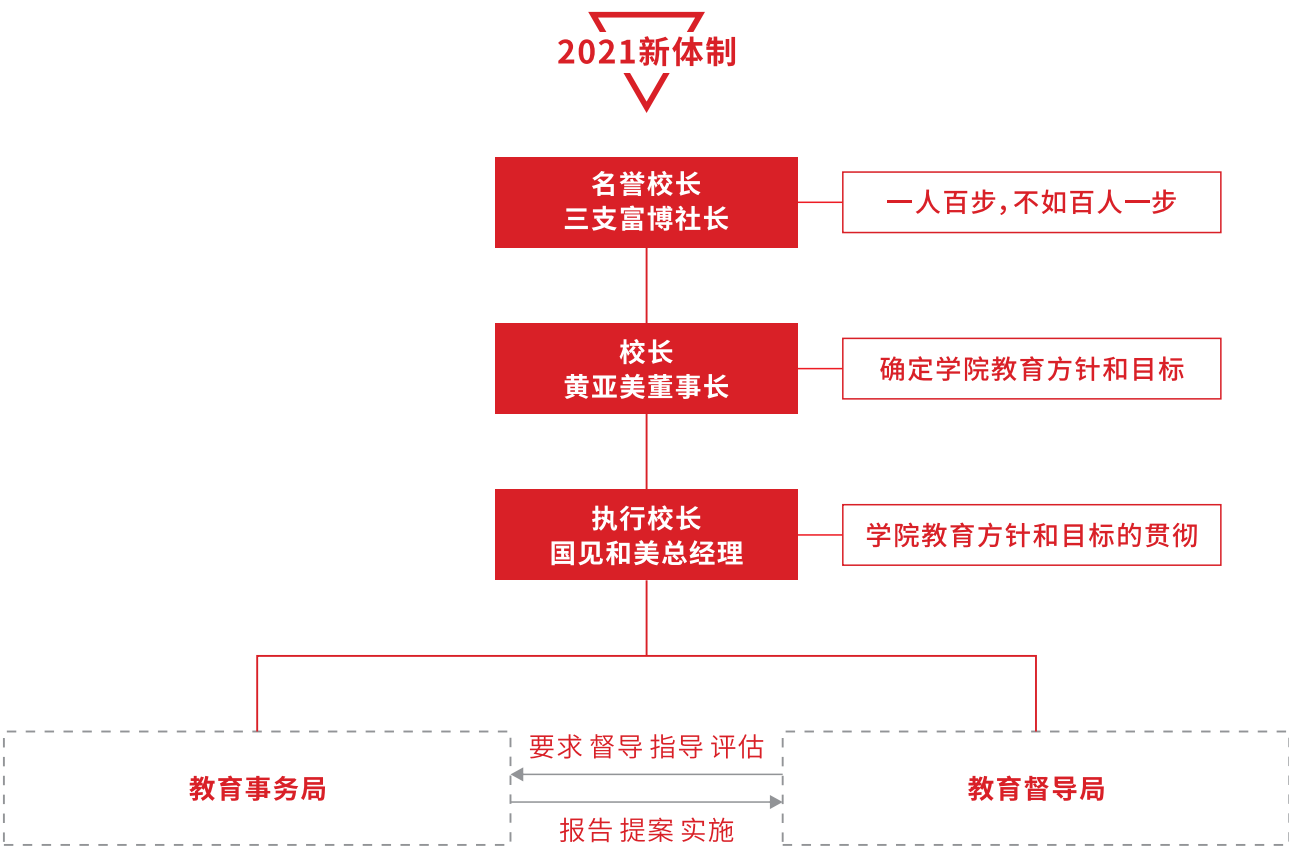
对各职别进行上面扶持培训，以培养出各而位需求的人才。

根据课程的授课方式，学院的课程又分为面授与网课两种。

● 面授课程



● CIY职业教育学院组织架构



■ 福利政策

人性化的管理与人文关怀

人性化的管理,为每位员工提供平等、和谐的工作环境。更注重对员工心理健康以及精神层面追求的满足。公司特设员工相谈室定期开展交流,各店铺均设立健康管理室,举办员工交流会、员工春游、健康讲座等活动,使员工身心得到舒缓。

企业援助爱心帮扶

2008年公司工会成立,职工特困专项救助资金、定期走访调查,与员工展开沟通与交流,针对家庭有困难的员工、发生重大意外的员工家庭予以关爱与资金支持,截止2021年,共帮助125名员工家庭走出困境,救助金达48.2万元。

关爱员工绝不是靠“说”,而是靠“做”

疫情就像是一面镜子,更清楚地映射出了每个企业的企业文化,伊藤,用强有力的干劲和优秀的社风在感染着每一个员工,在危难时刻始终将员工自身的健康放在了首位,做了很多感动员工的切实举措。“忠诚于员工”绝不是靠“说”,而是靠“做”,用行动为员工的安全保驾护航。

■ 疫情防控——对员工的关怀



办公室每日3次消毒



为员工发放口罩



基情严重期间
开展线上应急会议



员工心理互助



员工填写健康表



食堂隔空就餐

职业健康与安全

全年开展安全教育培训及演练

新入店教育人数	早礼、营业会议教育人数	
3522人	18592人	
防暴反恐教育演练	重点岗位人员教育人数	
3089人	5239人	
电梯扶梯安全	防灾减灾专题教育人数	
2358人	7111人	
防盗教育	消防演练	停电演练
9063人	6838人	2343人

店铺联合检查次:229次

全年安全生产隐患排查治理排查3600余次,排查隐患20000余处

完成整改率100%,无重大安全生产隐患



人权

人权是人人享有的基本权利。广义的人权分为两类:第一类是公民权利和政治权利,包括生存权、自由、法律面前人人平等和言论自由;第二类是经济、社会和文化权利,包括劳动权、食物权、最大程度获取健康的权利、教育权和社会保障等权利。

公司聘请第三方安保公司进行日常卖场的安全管理工作,秩序维护科员工负责日常的业务担当工作(防火、防盗、责任区域内的人身安全)。

安保人员经过充分的遵循人权标准培训,不向任何实体提供用来侵犯人权的物品和服务;严格审查供应商是否存在侵犯人权情况,如有,终止合作;了解和关注采购的产品和服务的社会和环境条件;在生产经营中,遵守和人权相关的法律法规。

公司确保不歧视雇员、伙伴、顾客、利益相关方等。公司要求秩序维护岗位员工使用普通话,并进行专门的培训。在疫情期间,公司对公司员工和供应商员工公平对待,实施一致的营养工作餐及补贴,一视同仁。



员工之声

尝试·挑战·成长——“差生”在伊藤的逆袭



秦婷 高新店女装兼内衣科副主管

2016年9月 入社

2018年1月 女装兼专门店 副主管

2020年5月 女装兼内衣 副主管

“上学时候的差生,在学校都没有得到什么奖,却在伊藤获了很多奖。”秦婷说,伊藤给与的归属感和价值感,让她心怀感激,“如果公司需要我进行直播销售,我一定义不容辞”。会计专业的秦婷在刚刚进入伊藤时,并没有想到有天会参加成都市的零售业直播比赛。从会计到卖场到零售直播,一直在“跨界”,不停地发掘自身潜力。“公司组织我们进行了近3个星期的系统培训,让我对直播销售员有了更多的认识,比赛时,更有底气和信心了。”并非没有迷茫的时期,“周围人的鼓励,自己也积极调整。”即使嘴上说着不行,但还是全力以赴,获得的肯定也让她更加充满了干劲,“继续努力,不断提升自己。”



书房里陈列着在伊藤获得的奖状和荣誉证书:

2021年成都百万职工技能大赛第六届成都零售业技能大赛零售业直播销售员一等奖

2021年全国行业职业技能竞赛——第二届全国连锁经营行业职业技能竞赛·四川选拔赛一等奖

公司荣誉和影响力

企业所获荣誉

四川省开放发展领军企业先进个人
四川省开放发展领军企业外商投资企业
2021年成都建设全面体现新发展理念城市改革创新先进集体
2021年度“碳惠天府”机制建设先进单位
2021年度市场监测统计工作先进单位
2021年成都建设全面体现新发展理念的城市改革创新奖
2021年度金商业评选最佳消费者口碑商业
第十届(2021)成都商业年度总评榜
2021年度十大领军企业
2021年度社会价值贡献奖
2021年度卓越供应商
2021年度成都商业优秀招商总监
2021成渝地区双域经济圈企业社会责任百强榜
2021成渝地区双域经济圈企业社会责任先锋奖



外部影响力

公司加入的外部协会

四川省外商投资企业协会	四川省商业连锁协会	成都市外商投资企业协会
成都零售商协会	锦江区春熙商会	成都楼宇经济促进会
成都体育商会	锦江区商业联合会费	

公司参加的外部倡议

参与成都市“碳惠天府”低碳场景创建	公筷联盟	倡导厉行节约反对食品浪费
-------------------	------	--------------



附录

报告索引

成都伊藤洋华堂2021年可持续发展报告，根据全球报告倡议组织 (GRI) 的《可持续发展报告编写标准》(GRI Standards) 汇编而成，同时参考了联合国可持续发展目标 (SDGs)，并披露了一定数量的附加指标。



GRI 对照表

序号	内容	状态	披露位置或说明
102-1	组织名称	●	封面
102-2	活动、品牌、产品与服务	●	7
102-3	总部位置	●	7
102-4	经营位置	●	7
102-5	所有权与法律形式	●	7
102-6	服务的市场	●	7
102-7	组织规模	●	7
102-8	关于员工和其他工作者的信息	●	44-45
102-9	供应链	●	18-20,35
102-10	组织及其供应链的重大变化	●	20,35
102-11	预警原则或方针	●	11
102-12	外部倡议	●	54
102-13	协会成员资格	●	54
102-14	高级决策者的声明	●	6
102-15	关键影响、风险和机遇	●	6
102-16	价值观、原则、标准和行为规范	●	7, 13
102-17	关于道德的建议和关切问题的机制	●	13
102-18	管治架构	●	8
102-19	授予	●	8
102-20	行政管理层对经济、环境和社会主题的责任	●	12
102-21	就经济、环境和社会议题与利益相关方进行的磋商	●	12
102-22	最高管治机构及其委员会的组成	●	12
102-23	最高管治机构主席	●	12
102-24	最高管治机构的提名和甄选	●	12
102-25	利益冲突	○	未披露相关信息
102-26	最高管治机构在制定宗旨、价值观及战略方面的作用	●	12
102-27	最高管治机构的集体认识	●	8
102-28	最高管治机构的绩效评估	●	8, 11-12

● 报告中已包括

◐ 报告中部分包括

○ 报告中未包括

序号	内容	状态	披露位置或说明
102-29	经济、环境和社会影响的识别和管理	●	8, 11-12
102-30	风险管理流程的效果	●	8, 11-12
102-31	经济、环境和社会议题的评审	●	12
102-32	最高管治机构在可持续发展报告方面的作用	●	12
102-33	重要关切问题的沟通	●	10, 12
102-34	重要关切问题的性质和总数	●	10
102-35	报酬政策	○	未披露相关信息
102-36	决定报酬的过程	○	未披露相关信息
102-37	利益相关方对报酬决定过程的参与	○	未披露相关信息
102-38	年度总薪酬比率	○	未披露相关信息
102-39	年度总薪酬增幅比率	○	未披露相关信息
102-40	利益相关方群体列表	●	9
102-41	集体谈判协议	○	未披露相关信息
102-42	识别和遴选利益相关方	●	9
102-43	利益相关方参与方针	●	9
102-44	提出的主要议题和关切问题	●	10
102-45	合并财务报表中所包含的实体	●	关于本报告
102-46	界定报告内容与议题边界	●	关于本报告
102-47	实质性议题列表	●	关于本报告
102-48	信息重述	●	关于本报告
102-49	报告变化	●	关于本报告
102-50	报告期	●	关于本报告
102-51	最近报告的日期	●	关于本报告
102-52	报告周期	●	关于本报告
102-53	可回答报告相关的问题的联系人信息	●	封底
102-54	符合GRI标准进行报告的声明	●	关于本报告
102-55	GRI内容索引	●	56-60
102-56	外部鉴证	●	64
103-1	对实质性议题及其边界的说明	●	10
103-2	管理方法及其组成部分	●	10

序号	内容	状态	披露位置或从略说明
103-3	管理方法的评估	●	10
201-1	直接产生和分配的经济价值	●	7-9
201-2	气候变化带来的财务影响以及其它风险和机遇	○	未披露相关信息
201-3	义务性固定福利计划和其它退休计划	●	45, 47
201-4	政府给予的财政补贴	●	8
202-1	按性别的标准起薪水平工资与当地最低工资比	○	未披露相关信息
202-2	从当地社区雇佣高管的比例	○	未披露相关信息
203-1	基础设施投资和支持性服务	●	39-41
203-2	重大间接经济影响	●	8
204-1	向当地供货商的采购支出的比例	●	34
205-1	已进行腐败风险评估的运营点	●	13
205-2	反腐败政策和程序的传达及培训	●	13
205-3	经确认的腐败事件和采取的行动	●	13
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	●	8
207-1	税务管理方法	○	未披露相关信息
207-2	税务治理、管控及风险管理	○	未披露相关信息
207-3	利益相关方的参与以及涉税问题管理	○	未披露相关信息
207-4	国别报告	●	关于本报告
301-1	所用物料的重量或体积	●	36
301-2	所使用的回收进料	●	36
301-3	回收产品及其包装材料	●	36
302-1	组织内部的能源消耗量	●	36
302-2	组织外部的能源消耗量	○	未披露相关信息
302-3	能源强度	○	未披露相关信息
302-4	减少能源消耗量	●	37
302-5	降低产品和服务的能源需求	●	37
303-1	组织与水（作为共有资源）的相互影响	●	所有用水都取自程度自来水 未涉及水资源相互影响事件
303-2	管理与排水相关的影响	◐	符合成都市政排污标准
303-3	取水	◐	36-37
303-4	排水	●	36-37

序号	内容	状态	披露位置或说明
303-5	耗水	●	36-37
304-1	组织所拥有、租赁、管理的营运据点或其邻近土区位于环境保护区或其它高生物多样性价值的地区	○	未涉及生物多样性的营运点
304-2	活动、产品和服务对生物多样的重大影响	○	未披露相关信息
304-3	受保护或经修复的栖息地	○	未披露相关信息
304-4	受营运影响的栖息地中, 已被列入IUCN红色名录及国家保育名录的物种	○	未披露相关信息
305-1	直接(范畴1)温室气体排放	●	36-37
305-2	能源间接(范畴2)温室气体排放	○	未披露相关信息
305-3	其它间接(范畴3)温室气体排放	○	未披露相关信息
305-4	温室气体排放强度	○	未披露相关信息
305-5	温室气体减排量	●	36
305-6	臭氧消耗物质(ODS)的排放	○	未披露相关信息
305-7	氮氧化物(NOX)、硫氧化物(SOX)、和其他重大气体排放	○	未披露相关信息
306-1	按水质及排放目的地分类的排水总量	○	未披露相关信息
306-2	按类别及处置方法分类的废弃物总量	●	36
306-3	重大泄漏	●	37
306-4	危险物运输	●	37
306-5	受排水和/或径流影响的水体	●	37
307-1	违反环境法律法规	●	37
308-1	使用环境标准筛选新供货商	●	34
308-2	供应链对环境的负面影响以及采取的行动	●	34
401-1	新进员工和员工流动率	●	44
401-2	提供给全职员工(不包含临时或兼职员工)的福利	●	45-50
401-3	育儿假	●	47
402-1	有关营运变更的最短通知期	○	未披露相关信息
403-1	职业健康安全管理体系	●	47-51
403-2	危害识别、风险评估和事件调查	●	11
403-3	职业健康服务	●	51
403-4	职业健康安全事务:工作者的参与、协商和沟通	◐	51
403-5	工作者职业健康安全培训	●	51
403-6	促进工作者健康	●	50-51

● 报告中已包括

◐ 报告中部分包括

○ 报告中未包括

序号	内容	状态	披露位置或说明
403-7	预防和减轻与商业关系直接相关的职业健康安全影响	●	50-51
403-8	职业健康安全体系覆盖的工作者	●	51
403-9	工伤	○	未披露相关信息
403-10	工作相关的健康问题	●	51
404-1	每名员工每年接受培训的平均小时数	●	45
404-2	员工技能提升方案和过渡协助方案	◐	45-49
404-3	定期接受绩效及职业发展考核的员工百分比	○	未披露相关信息
405-1	管治机构与员工的多元化	●	44-45
405-2	男女基本工资和报酬的比例	○	未披露相关信息
406-1	歧视事件及采取的纠正行动	●	报告期内未发生歧视事件
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	●	34
408-1	具有重大童工事件风险的运营点和供应商	●	34
409-1	具强迫或强制劳动事件重大风险的运营点和供货商	●	34
410-1	接受过人权政策或程序的培训的安保人员	●	51
411-1	涉及侵犯原住民权利的事件	○	报告期内未发生侵犯原住民权利的事件
412-1	接受人权审查或影响评估的运营点	●	无
412-2	人权政策或程序方面的员工培训	●	51
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	○	未披露相关信息
413-1	有当地社区参与、影响评估和发展计划的运营点	●	39-42
413-2	对当地社区有实际或潜在重大负面影响的运营点	○	未披露相关信息
414-1	使用社会标准筛选新的供应商	●	34
414-2	供应链对社会的负面影响以及采取的行动	○	未披露相关信息
415-1	政治捐赠	○	无
416-1	对产品和服务类别的健康与安全影响的评估	○	18-24
416-2	涉及产品和服务的健康与安全影响的违规事件	○	未披露相关信息
417-1	对产品和服务信息与标识的要求	●	18, 24
417-2	涉及产品和服务信息与标识的违规事件	○	未披露相关信息
417-3	涉及市场营销的违规事件	○	未披露相关信息
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	○	未披露相关信息
419-1	违反社会与经济领域的法律和法规	○	未披露相关信息

● 报告中已包括

◐ 报告中部分包括

○ 报告中未包括

ESG对照表

主要范畴、层面、一般披露及关键绩效指标		状态	披露位置或从略说明
A.环境			
层面 A1:排放物			
一般披露	有关废气及温室气体排放、向水及土地的排污、有害及无害废弃物的产生等的： (a) 政策；及 (b) 遵守对发行人有重大影响的相关法律及规例的资料。 注： 气体排放包括氮氧化物、硫氧化物及其他受国家法规及规例规管的污染物。 温室气体包括二氧化碳、甲烷、氧化亚氮、氢氟碳化合物、全氟化碳及六氟化硫有害废弃物指国家规例所界定者。		36-37
关键绩效指标 A1.1	排放物种类及相关排放数据		36-37
关键绩效指标 A1.2	直接(范围 1) 及能源间接(范围 2) 温室气体排放量(以吨计算) 及(如适用) 密度(如以每产量单位、每项设施计算)。		36-37
关键绩效指标 A1.3	所产生有害废弃物总量(以吨计算) 及(如适用) 密度(如以每产量单位、每项设施计算)。		未披露相关信息
关键绩效指标 A1.4	所产生无害废弃物总量(以吨计算) 及(如适用) 密度(如以每产量单位、每项设施计算)。		未披露相关信息
关键绩效指标 A1.5	描述所订立的排放量目标及为达到这些目标所采取的步骤。		15
关键绩效指标 A1.6	描述处理有害及无害废弃物的方法, 及描述所订立的减废目标及为达到这些目标所采取的步骤。		未披露相关信息
层面 A2:资源使用			
一般披露	有效使用资源(包括能源、水及其他原材料) 的政策。 注： 资源可用于生产、储存、运输、楼宇、电子设备等。		未披露相关信息
关键绩效指标 A2.1	按类型划分的直接及/或间接能源(如电、气或油) 总耗量(以千个千瓦时计算) 及密度(如以每产量单位、每项设施计算)。		36-37
关键绩效指标 A2.2	总耗水量及密度(如以每产量单位、每项设施计算)。		36-37
关键绩效指标 A2.3	描述所订立的能源使用效益目标及为达到这些目标所采取的步骤。		15
关键绩效指标 A2.4	描述求取适用水源上可有任何问题, 以及所订立的用水效益目标及为达到这些目标所采取的步骤。		15
关键绩效指标 A2.5	制成品所用包装材料的总量(以吨计算) 及(如适用) 每生产单位占量。		36-37
层面 A3:环境及天然资源			
一般披露	减低发行人对环境及天然资源造成重大影响的政策。		36-37
关键绩效指标 A3.1	描述业务活动对环境及天然资源的重大影响及已采取管理有关影响的行动。		未披露相关信息

主要范畴、层面、一般披露及关键绩效指标		状态	披露位置或从略说明
层面 A4:气候变化			
一般披露	识别及应对已经及可能会对发行人产生影响的重大气候相关事宜的政策。		未披露相关信息
关键绩效指标 A4.1	描述已经及可能会对发行人产生影响的重大气候相关事宜, 及应对行动。		未披露相关信息
B.社会			
雇佣及劳工常规			
层面 B1:雇佣			
一般披露	有关薪酬及解雇、招聘及晋升、工作时数、假期、平等机会、多元化、反歧视以及其他待遇及福利的政策；及遵守对发行人有重大影响的相关法律及规例的资料。		44-50
关键绩效指标 B1.1	按性别、雇佣类型(如全职或兼职)、年龄组别及地区划分的雇员总数。		44
关键绩效指标 B1.2	按性别、年龄组别及地区划分的雇员流失比率。		44
层面 B2:健康与安全			
一般披露	有关提供安全工作环境及保障雇员避免职业性危害的： (a) 政策；及 (b) 遵守对发行人有重大影响的相关法律及规例的资料。		47,51
关键绩效指标 B2.1	过去三年(包括汇报年度) 每年因工亡故的人数及比率。		未披露相关信息
关键绩效指标 B2.2	因工伤损失工作日数。		未披露相关信息
关键绩效指标 B2.3	描述所采纳的职业健康与安全措施, 以及相关执行及监察方法。		47,51
层面 B3:发展与培训			
一般披露	有关提升雇员履行工作职责的知识及技能的政策。 描述培训活动。 注： 培训指职业培训, 可包括由雇主付费的内外部课程。		45-49
关键绩效指标 B3.1	按性别及雇员类别(如高级管理层、中级管理层) 划分的受训雇员百分比。		45
关键绩效指标 B3.2	按性别及雇员类别划分, 每名雇员完成受训的平均时数。		45
层面 B4:劳工准则			
一般披露	有关防止童工或强制劳工的： (a) 政策；及 (b) 遵守对发行人有重大影响的相关法律及规例的资料。		51
关键绩效指标 B4.1	描述检讨招聘惯例的措施以避免童工及强制劳工。		51
关键绩效指标 B4.2	描述在发现违规情况时消除有关情况所采取的步骤。		未披露相关信息
层面 B5:供应链管理			
一般披露	管理供应链的环境及社会风险政策。		24, 35

主要范畴、层面、一般披露及关键绩效指标		状态	披露位置或从略说明
关键绩效指标 B5.1	按地区划分的供应商数目。	●	35
关键绩效指标 B5.2	描述有关聘用供应商的惯例,向其执行有关惯例的供应商数目,以及相关执行及监察方法。	●	24, 35
关键绩效指标 B5.3	描述有关识别供应链每个环节的环境及社会风险的惯例,以及相关执行及监察方法。	●	18-22
关键绩效指标 B5.4	描述在挑选供应商时促使多用环保产品及服务的惯例,以及相关执行及监察方法。	●	18-22
层面 B6:产品责任			
一般披露	有关所提供产品和服务的健康与安全、广告、标签及私隐事宜以及补救方法的:(a) 政策;(b) 及遵守对发行人有重大影响的相关法律及规例的资料。	●	24
关键绩效指标 B6.1	已售或已运送产品总数中因安全与健康理由而须回收的百分比。	○	未披露相关信息
关键绩效指标 B6.2	接获关于产品及服务的投诉数目以及应对方法。	○	未披露相关信息
关键绩效指标 B6.3	描述与维护及保障知识产权有关的惯例。	○	未披露相关信息
关键绩效指标 B6.4	描述质量检定过程及产品回收程序。	●	24
关键绩效指标 B6.5	描述消费者资料保障及私隐政策,以及相关执行及监察方法。	●	28-32
层面 B7:反贪污			
一般披露	有关防止贿赂、勒索、欺诈及洗黑钱的:(a) 政策;及遵守对发行人有重大影响的相关法律及规例的资料。	●	13
关键绩效指标 B7.1	于汇报期内对发行人或其雇员提出并已审结的贪污诉讼案件的数目及诉讼结果。	○	未披露相关信息
关键绩效指标 B7.2	描述防范措施及举报程序,以及相关执行及监察方法。	●	13
关键绩效指标 B7.3	描述向董事及员工提供的反贪污培训。	●	13
社区			
层面 B8:社区投资			
一般披露	有关以社区参与来了解营运所在社区需要和确保其业务活动会考虑社区利益的政策。	●	39-42
关键绩效指标 B8.1	专注贡献范畴(如教育、环境事宜、劳工需求、健康、文化、体育)。	●	39-42
关键绩效指标 B8.2	在专注范畴所动用资源(如金钱或时间)。	●	39-42

● 报告中已包括

◐ 报告中部分包括

○ 报告中未包括

电子科技大学经济与管理学院 可持续发展研究中心

可持续发展研究中心是一个传播公益慈善知识、倡导企业社会责任、专注社会创新研究和人才培养的国际化智库。中心团队由国际知名教授、中青年骨干教师、访问学者及硕博研究生组成,持续深入地就公司慈善、企业社会责任、社会企业与社会创新等重点领域开展基础性、前瞻性研究。中心积极与海内外知名研究机构合作,定期举办高水平国际学术会议和暑期青年学者工作坊,全力培养青年学者、慈善家、社会企业家、企业社会责任官和慈善组织高级管理人才;为政府提供战略规划与建议,共同引领社会创新与促进社会发展。

使命 MISSION

传播公益慈善知识、倡导企业社会责任、专注学术研究和人才培养,促进社会创新和社会发展。

工作重点 FOCUS OF WORK

学术研究

注重国际视野与本土实践相结合,理论研究与应用研究并重,多层次跨学科对公司慈善、企业社会责任和社会企业相关领域进行研究。

人才培养

致力于培养一批优秀的硕博士研究生、青年学者以及相关从业人员。在可持续发展领域内以造就一批真知灼见的思想家、参谋者、建言人为目标,孕育中国未来慈善、社会企业界精英领袖。

平台建设

定期举办高水平国际学术会议、暑期青年学者工作坊及相关业界会议,邀请国内外知名学者、慈善家、社会企业家到中心交流,搭建国际慈善交流平台。

政策咨询

研究政府、企业和社会组织面对的复杂问题,为政府、企业和社会组织提供战略规划与对策建议,促进社会公正和慈善生态的建设与发展。