



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>



2022

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



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:

- | | |
|---------|----------------------------------|
| 1.春熙店 | 指代公司位于成都市红星路大科甲巷8号的店铺 |
| 2.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 |
| 3.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 |
| 4.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 |
| 5.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 |
| 6.高新店 | 指代公司位于成都市高新区天府二街999号的店铺 |
| 7.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 |
| 8.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 |
| 9.伊藤广场 | 指代公司位于成都市锦江区喜树街35号的店铺 |
| 10.乐山店 | 指代公司位于乐山市市中区鹤翔路8号的店铺 |
| 11.金融城店 | 指位于成都市交子大道33号华商金融贸易中心负一楼B122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 |
| ● 伊藤BPO | 指代子公司成都伊藤洋华堂信息技术服务有限公司 |

报告范围

本报告披露范围为2022年1月1日至2022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	2022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 47

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	看得见的放心
25	倾听顾客声音·提高顾客满意度
27	疫情常态化下的防控体制
28	数字化服务和会员服务,提升顾客体验



忠于我们的合作伙伴、地区、社会 29

30	忠于地区社会
30	忠于我们的供应商
31	合作交流
32	绿色营运
33	环境可持续发展
35	共建可持续社会
37	助力乡村振兴
38	促进社会可持续



忠于我们的员工 39

40	员工概况
41	多元化与平等
44	员工保障
45	倾听员工心声
46	职业健康与安全
46	人权



7&i集团 7个重点课题



重点课题1

通过与顾客的所有触点,与地区和社区共同实现宜居社会

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4

实现让更多人群活跃起来的社会

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6

通过与顾客的对话和协作实现生态社会

重点课题7

通过伙伴关系实现可持续发展的社会

2022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、地区社会和员工”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
24228 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

2022年我们总营收收入 **42.9** 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 **254.2** 万元
伊藤连续二十五年资助了 **676** 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) **342,000** 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, 2022年节约了 **362,500** 元

环保投入 **428** 万元
回收资源 **91.8** 吨
垃圾减量 **834** 吨

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

2022年, 伊藤员工总数

2726人

女性员工

65%

男性员工

35%

少数民族员工

33人

残障员工

52人

公司有

34名党员

我们为员工培训投入

238.8万元

培训达

11785人次

培训覆盖率达

97.2%

平均培训时间

38.51小时

我们对员工持续表彰

今年有**19项**

共计**1214人次**

共计**763千元**

在应急安全方面

消防演练

3769人

防爆演练

2213人

停电演练

1241人

防灾减灾专题教育人数

3616人

电梯扶梯安全教育

3301人

防盗教育

3837人

店铺联合检查次

141次

全年安全生产隐患治理排查

2300余次

排查隐患

9600余处

完成整改率

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**6项荣誉**

我们也加入了不同的外部协会**8家**

致辞

SPEECH



黄亚英

成都伊藤洋华堂董事长

总代表致辞

至1997年在中国开设春熙店以来, 作为7&i集团的一员, 我们始终以“应对变化, 贯彻基本”为宗旨“为顾客提供更高品质的商品和服务”, 重视每一位顾客的购物体验, 将伊藤洋华堂的“匠心独运”不断地在国内传承, 致力于企业的健康发展。通过2018年开始的建设“全新伊藤洋华堂”战略, 我们创新商业模式, 构建新的消费格局, 现已形成集线下11家实体店、线上跨境到家服务为一体的, 多业态全渠道零售服务商。

新冠疫情期间, 我们积极发挥“城市生命线”功能, 保障市民日常生活所需, 持续加强自身供应链能力建设, 为顾客开发新消费场景, 展现了“崭新伊藤洋华堂”的魅力, 赢得了利益相关方的信赖和支持。同时, 我们重视企业和社会的共同发展, 努力实现集团公司“GREEN CHALLENGE 2050”的目标, 致力于解决社会的7个重要课题, 为社会的可持续发展做出贡献。通过与客户, 客户, 股东, 社区, 员工等利益相关者反复对话。

后疫情时代, 可持续发展成为世界的共同话题, 中国也提出了“30、60”的双碳计划, 我们也将以建设“绿色伊藤洋华堂”为目标, 为实现可持续发展的社会做贡献。为此, 我们将投入更多关注和力量致力于实现可持续发展的社会, 例如提供安全和环保, 使用塑料和减少食品损失。还将继续为社区发展提供公益捐赠, 致力于提供顾客最关心的食品安全、安心和更高质量的商品和服务, 创建环保的“绿色商场”, 探索零售新的价值。

今后, 我们将继续迎合顾客需求变化, 强化日资企业的特点, 促进中日经济贸易的扩大, 创造新的生活场景、商品、消费方式, 为顾客提供“超越期待以上的购物体验”。

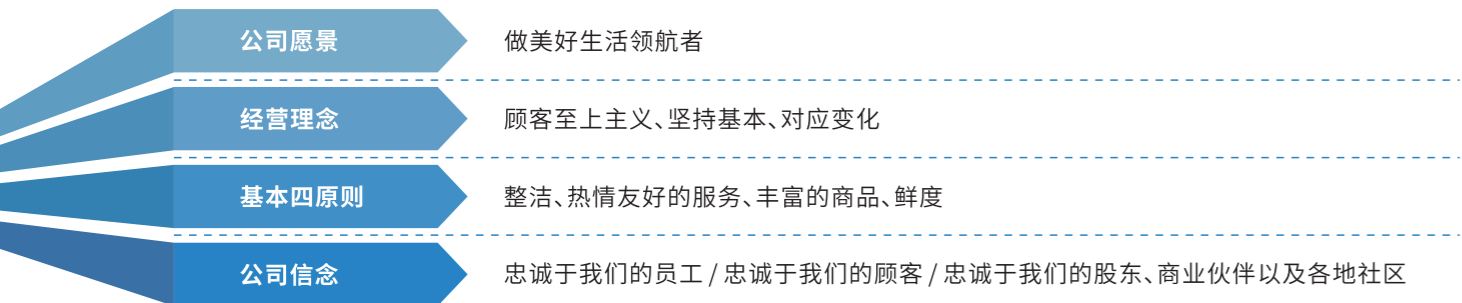
公司概况

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



MD战略

- 强化自营,扩大pb商品,制作令人感动的卖场,增强体验感
- 中央厨房研发速度和品质,完善生产销售一体化

出店战略

以食品为中心的生活便利性的提升

店铺战略

- 基本四原则的彻底强化执行
- 线上线下进一步融合
- 既存店利润构造改革

SDG战略

- 削减CO₂排放量
- 减少食品损耗,增加旧循环利用

生存战略

- DX推进
- 跨境EC的联动

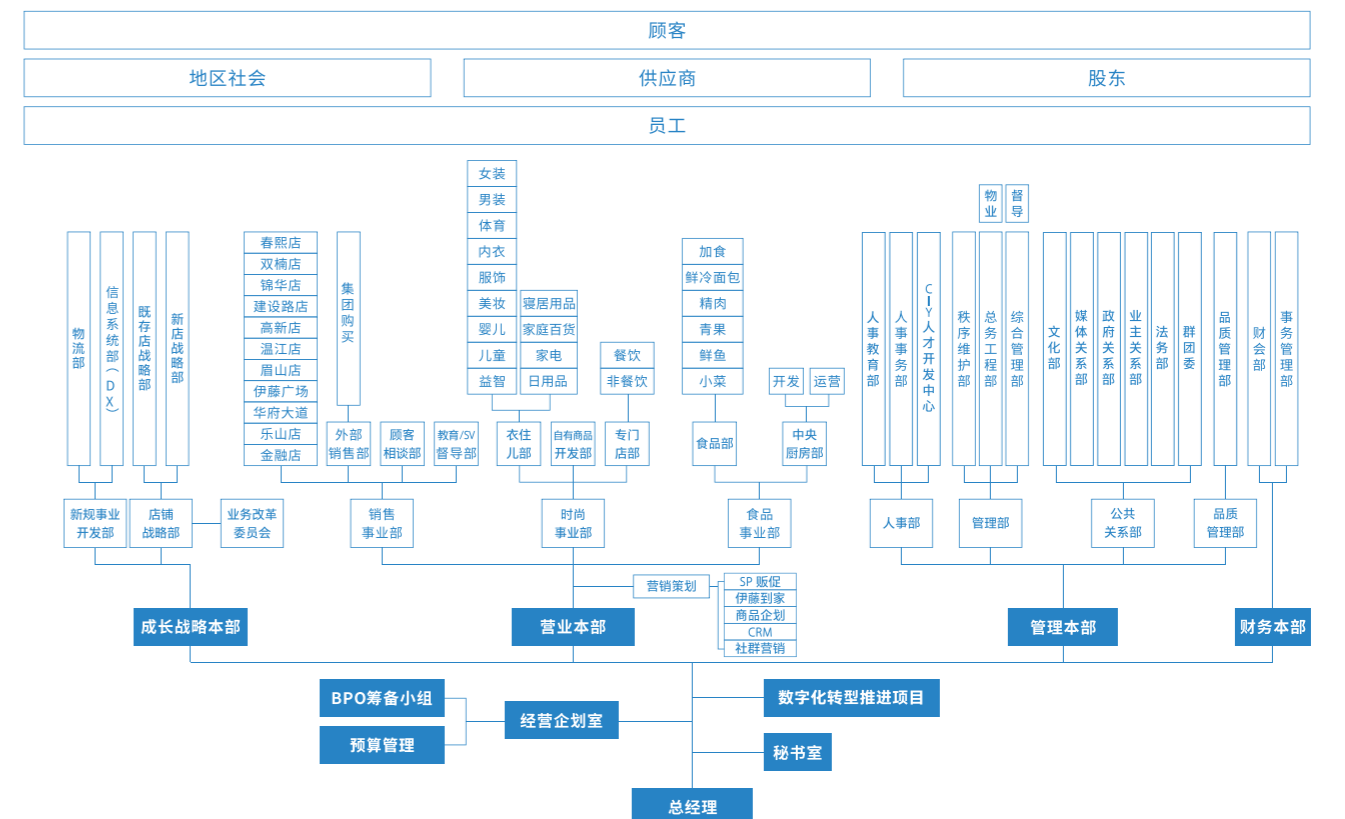
2022年公司经营业绩

2022年是新冠疫情的第三年,在多次区域封控和全城静默的影响下,伊藤洋华堂全力确保民生供应,顺利开启了食品生活馆2号店——金融城店,完成原有店铺升级改造,始终为顾客提供安全安心的服务。2022年公司并未涉及不正当竞争行为、反托拉斯和反垄断实践的法律诉讼。



公司治理架构

为更快、更好的满足顾客的需求,适应时代的前进趋势,公司于2022年3月对原有组织架构进行调整。一方面强化CRM和社群营销,提升顾客触点,另一方面新成立CIY人才开发中心和文化部强化员工教育和企业文化的传承。



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。

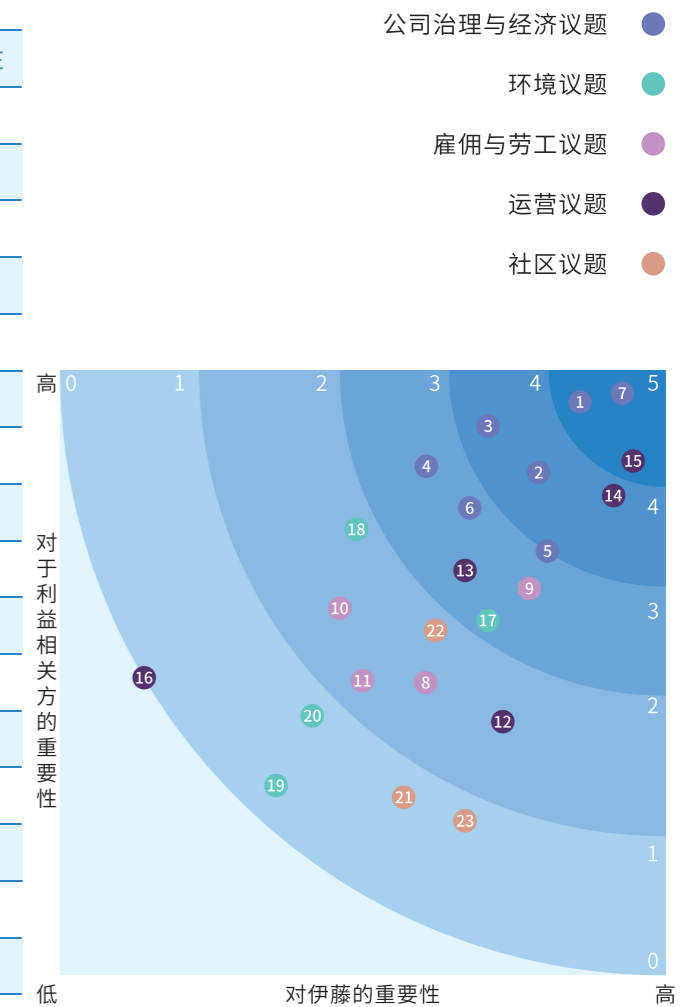
公司主要利益相关方包括：顾客、供应商、股东、商业伙伴、政府、社区、员工，对于各个利益相关关注的议题，以及伊藤针对这些议题所采取的沟通方式、主要行动与回应分别如下表示：

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	编号
公司治理与经济议题	1 公司治理
	2 2050 GREEN CHALLENGE
	3 企业社会责任治理
	4 企业党建
	5 新店筹备
	6 股东权益
	7 疫情防控
雇佣与劳工议题	8 员工职业发展与培训
	9 员工健康与安全
	10 多元与包容
	11 员工福利
运营议题	12 PB自有品牌
	13 供应商管理
	14 产品责任
	15 顾客服务
	16 行业
环境议题	17 节能减耗
	18 减塑
	19 系统电子化
	20 垃圾分类
社区议题	21 慈善捐赠
	22 精准扶贫
	23 教育资助

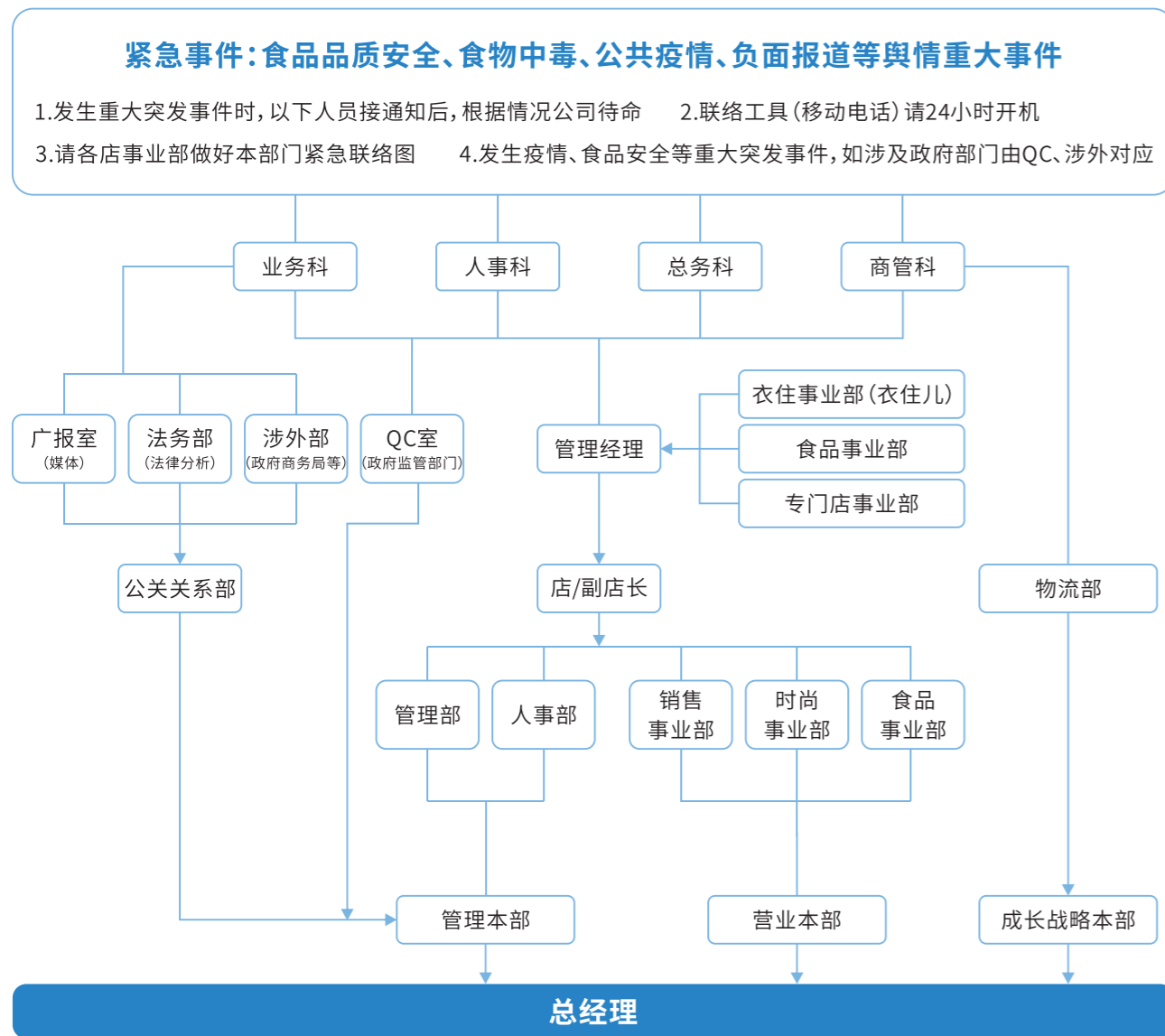


■ 实质性议题

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。



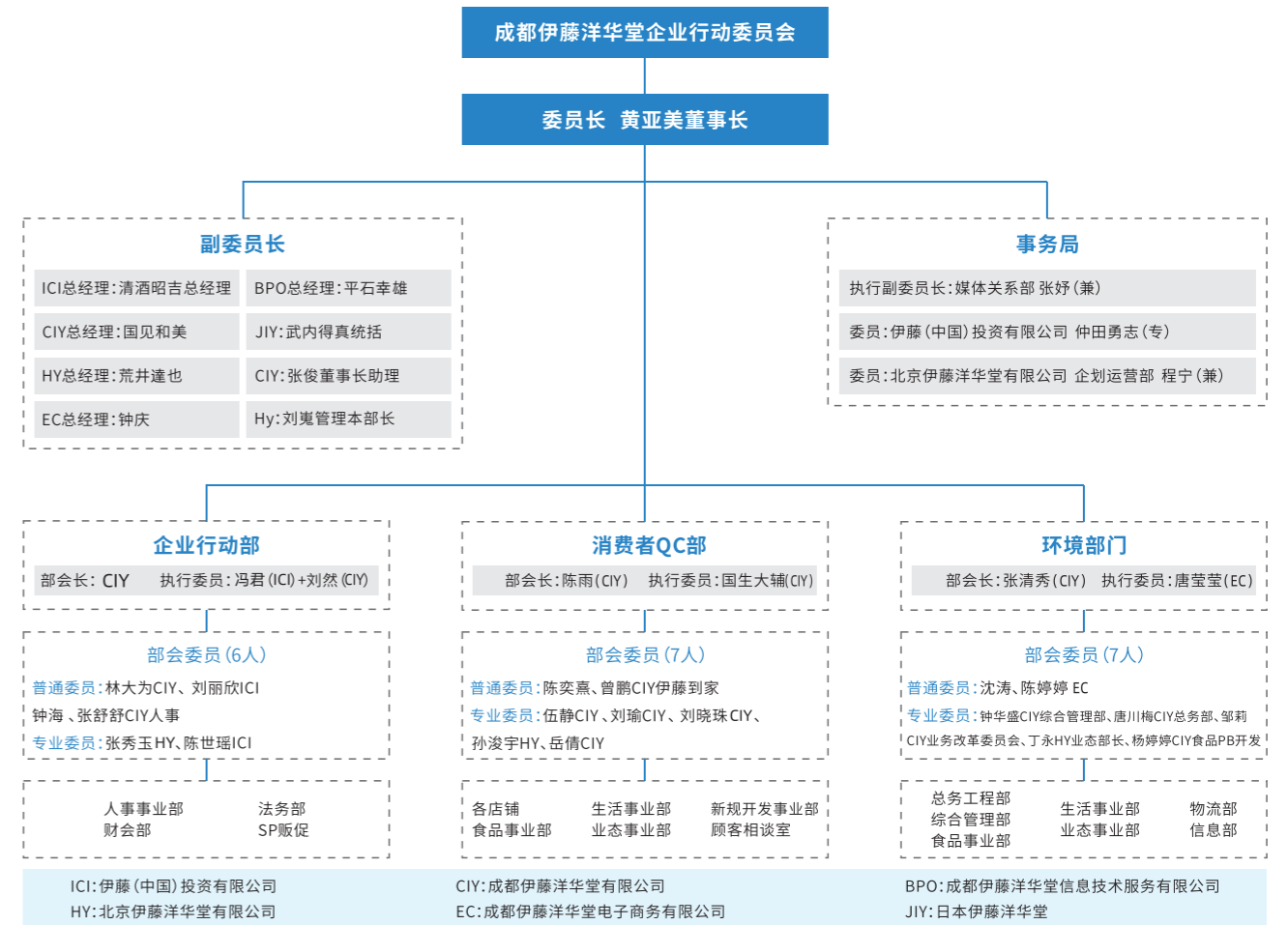
■ 责任治理

伊藤洋华堂中国投资公司自2021年起综合成都伊藤洋华堂、华糖洋华堂,成立了更全面推进CSR的企业行动委员会。2022年,成都伊藤洋华堂的企业行动委员会通过线上、线下的沟通会议共有了集团公司的七大课题,并通过联动供应商开展了一系列与顾客之间的互动活动,向供应商和顾客充分传递了伊藤可持续发展的决心和新的企业价值观。

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。

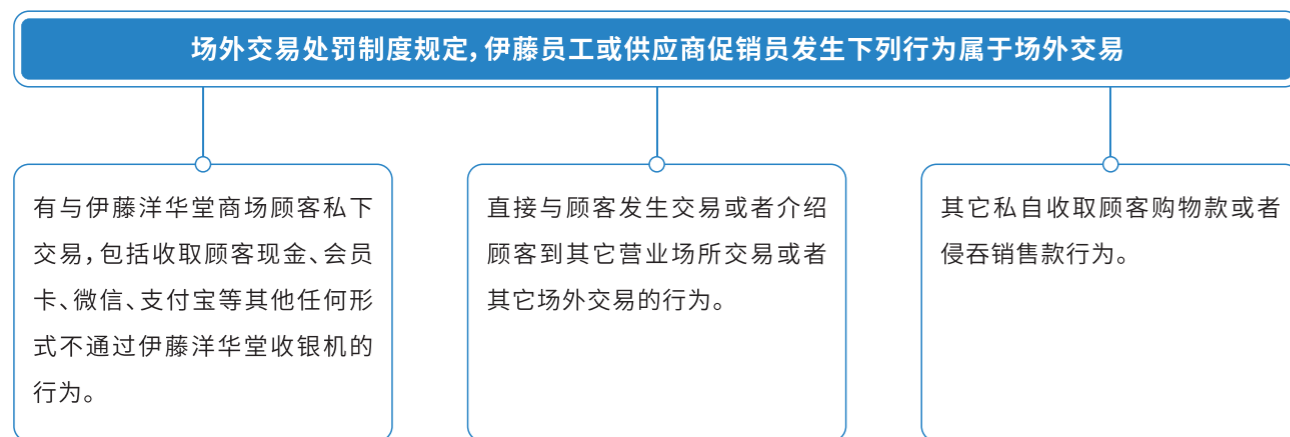
在此次企业行动委员会的任名单中,不仅有成都伊藤、成都伊藤电商公司,也有北京华堂及中国投资公司的人员在各个部会中担任职务。此举是希望以企业行动委员会这个组织为抓手,加深中国事业各个公司之间了解,形成交流和情报共有的渠道,纵深到具体的业务中去,带动中国事业整体的发展和壮大。

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。



2022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

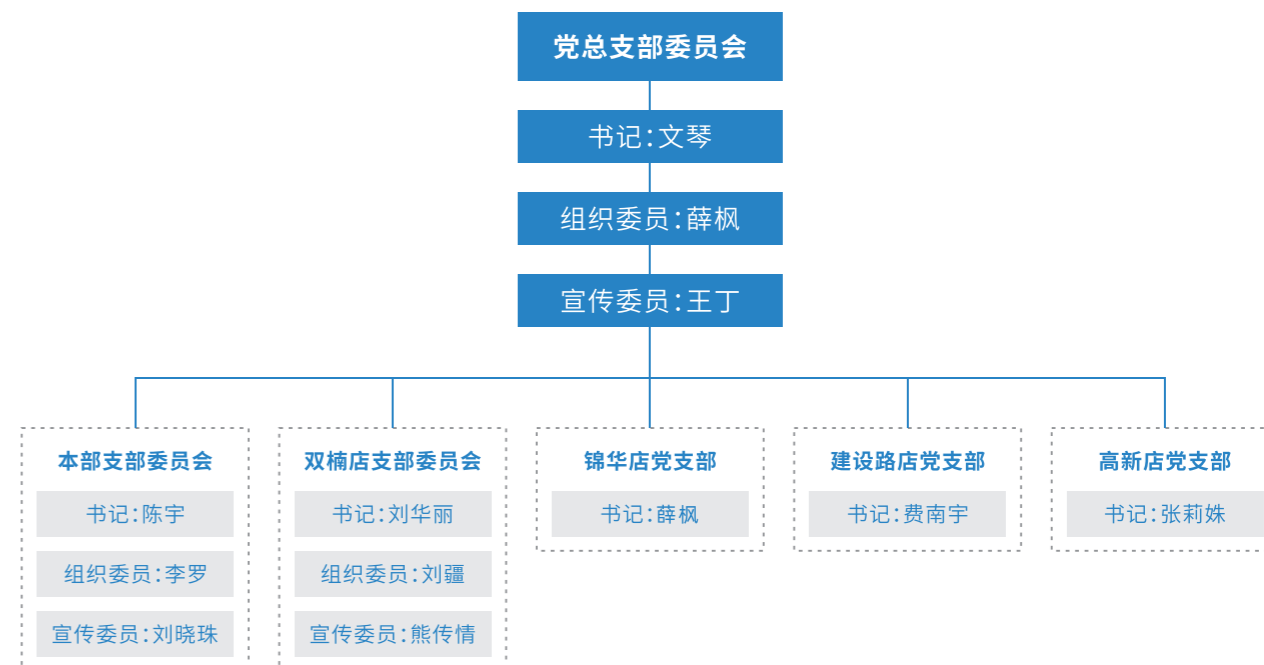
028-87021111

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



党总支部委员会
(书记1名、委员2名)

直属下级党支部情况(5个党支部)
本部党支部委员会、双楠店党支部委员会
锦华店党支部、建设路店党支部、高新店党支部

总的党员情况
公示党员总人数:35

● 学习新思想 推进系列基层党建活动

4月1日缅怀英烈凝聚力量公司党总支组织组织生活会——成都市烈士陵园扫墓活动。



7月1日公司党总支部委员会表彰了10位2021年度优秀共产党员。



8月15日开展：“我为文明典范城市创建作贡献；学习贯彻习近平总书记来川视察重要指示精神和省市党代会精



10月1日组织快闪“我和我的祖国”、“歌唱祖国”歌曲，表达对祖国的祝福和热爱之情。



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



- 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
- 指定节能标准

减少碳排放≈5739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



- 提升订货精度、推进零售体制
- 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。

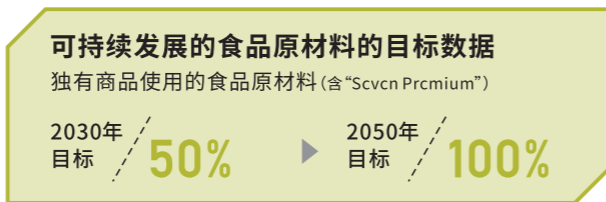


- 购物袋生物可降解
- 生鲜包材可降解化
- 堂食餐具可降解化

减少塑料购物袋使用≈79万枚
可降解包材使用提升至35.4%

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。



- 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≈140SKU

数据统计截止：2022年12月31日

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

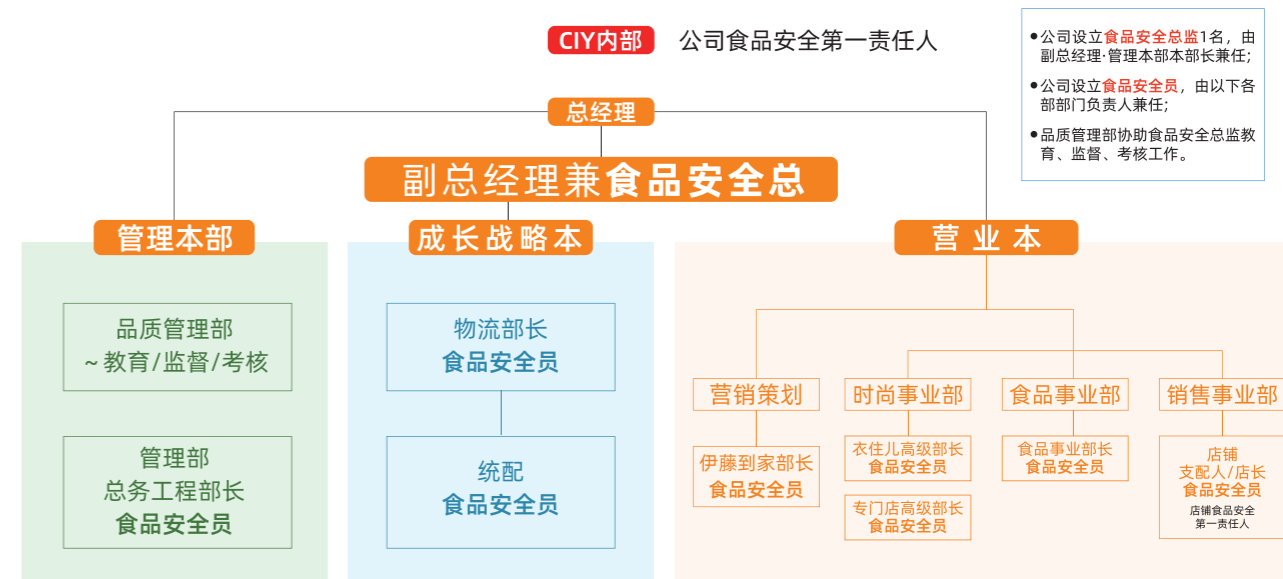
■ 负责任的商品与供应

在伊藤成立的 25 年间以及将来，为顾客打造“安全、安心”的商品是伊藤永恒不变的初心。为了保障食品安全，伊藤不仅坚持聘请专业的第三方安全检测机构对供应商、商场食品进行定期和不定期的检查与抽查。基于扎实、严谨的食品安全管理工作，2022 年伊藤所有商场均未发生任何食品安全事故。

建立食品安全总监体

2022 年开始，伊藤严格按国家法规，履行了企业主体责任“食品安全总监体制”，落实店铺与本部“日管控、周排查、月调度”的食品安全专项管理工作。强化现场管理和自检机制，实现全覆盖、责任制的管理体制，尽可能避免发生食品风险事件。

● 质量管理体系

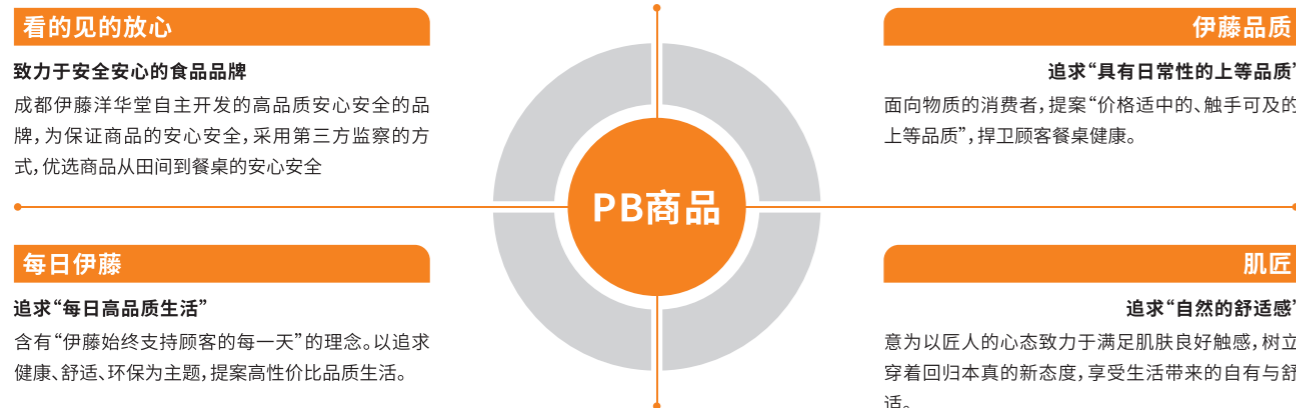


食品安全员	食品安全总监	企业主要负责人
<p>•日管控</p> <p>是指由食品安全员每日根据风险管控清单进行检查，形成《每日食品安全检查记录》。</p>	<p>•周排查</p> <p>是指由食品安全总监或者食品安全员每周排查风险，分析研判、解决问题，形成《每周食品安全排查治理报告》。</p>	<p>•月调度</p> <p>是指由企业主要负责人每月听取工作汇报，对当月情况进行总结，对下月工作调度安排，形成《每周食品安全调度会议纪要》。</p>

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MD战略的重要一环,意在提升伊藤食品品质和生产效率。进一步确保原材料的安心安全,大大提高新产品开发速度、提升市场差异化,满足顾客多样化的饮食需求。

● 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
- 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」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，建设基地共35个(五常、丹东、新疆、海南、陕西大荔、鄯善县、成都、红河、山东、汉源县、会理县、漳州、彭州市、郫都区、遂宁、温宿县等)截止2022年“看得见的放心”共348个SKU，2022年新开发113个SKU，新品更新率32%。



计划	实施	计划比	更新率
280	113	40%	32%
78个SKU未开发，产地无法满足，商品达不到要求			

新SKU	销售(万)	去比	率
113	2584万元	124%	33.3%

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)制品制作管理制度刺身、寿司间管理制度
- 餐具清洗消毒制度
- ...

食品品质管理

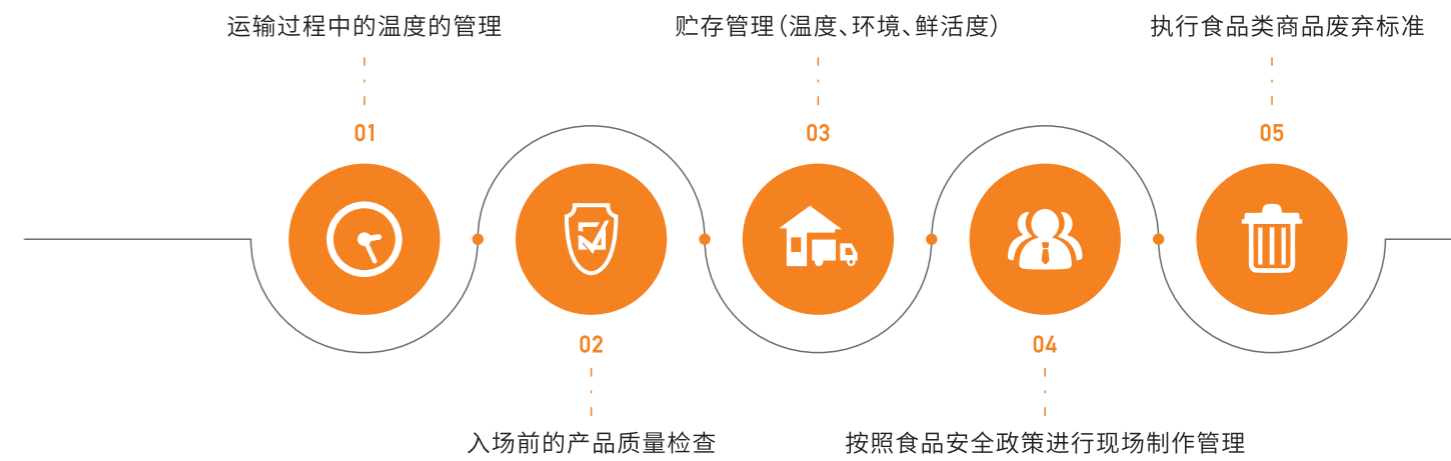
包括对进货商品的品质管理、质量监督职责规定、品质检测流程与办法。

- 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	外壳破裂	
青果科	水果	冷藏0~5°C	3日	鲜度下降、变色	
青果科	水果沙拉	冷藏0~5°C	14小时	每日关店后废弃	
	蔬菜			每日晚间废弃	
	净菜、方便配菜			每日晚间废弃	
精肉科	冷鲜肉		当日	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°C	当日
	半成品	当日售完, 剩余商品晚间废弃			
小菜科	沙拉	冷藏0~5°C		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		常温保存	每日关店后废弃	
青果科	切片水果	冷藏0~5°C	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°C	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°C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

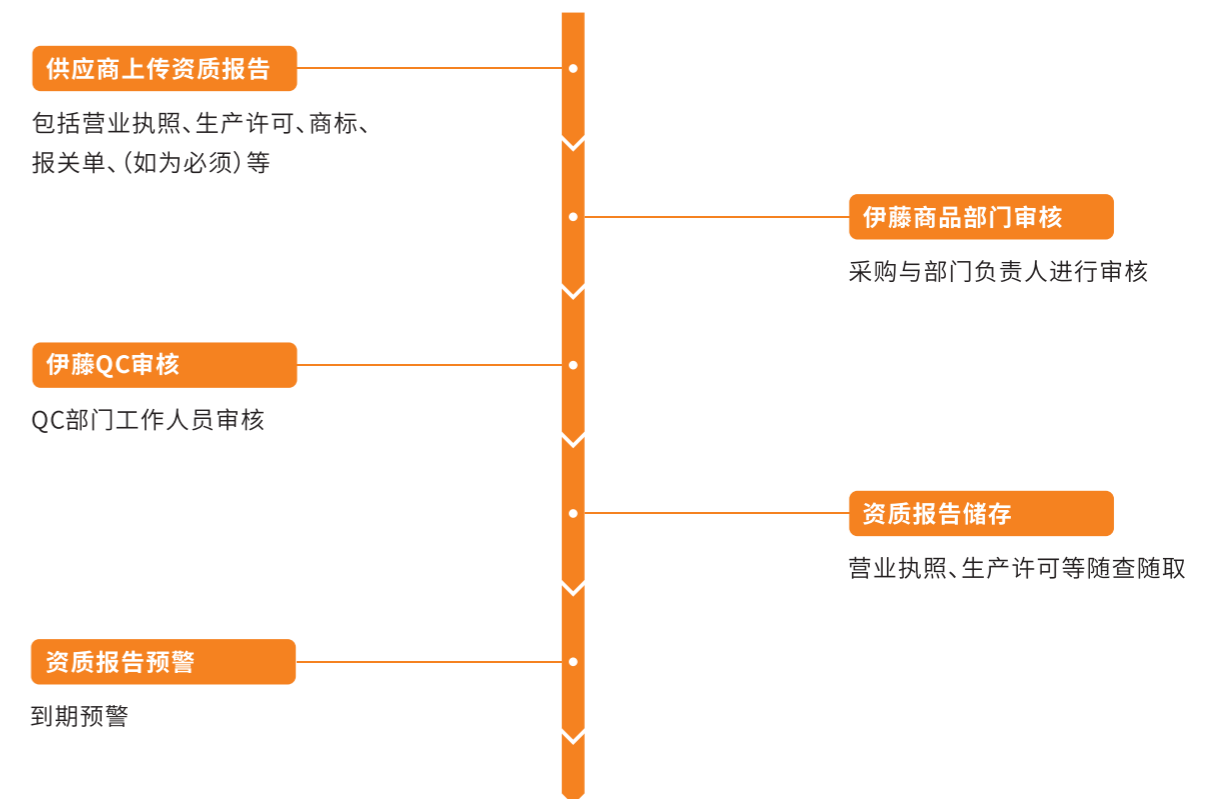
▶ 正品品质保障

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。



供应商上传资质报告

包括营业执照、生产许可、商标、报关单、(如为必须) 等

伊藤QC审核

QC部门工作人员审核

伊藤商品部门审核

采购与部门负责人进行审核

资质报告储存

营业执照、生产许可等随查随取

资质报告预警

到期预警

■ 倾听顾客声音·提高顾客满意

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，聘请顾客成为伊藤的品质监督员，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。

多渠道收集顾客之声		
主要渠道	数量	占比
微信公众号		
周年庆收集	560	



利用周年庆对顾客进行意见收集

● 对顾客声音的回复

马上能解决的	
当日回复	由主管进行回复
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

不能马上能解决的	
一个月回复	在每个店铺指定位置公示栏公示直至回复
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)



2022年1~12月营业店共收集顾客之声24228条，其中已整改22298条，整改率98%、未整改411条，占比2%。未整改原因未整改原因：商家撤柜、商品结构原因、店铺商品定位格局、建议等。

● 与顾客互动 接受顾客监督

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，聘请由顾客组成的品质监督员并邀请他们对卖场的商品品质、服务质量进行监督。2022年，受新冠疫情的影响，以上两项活动暂停。

● 让顾客放心 负责任的投诉处理

- 01 顾客质量投诉
 - 店铺收到顾客关于质量的投诉
- 02 质量自查
 - 问题核查
 - 质检报告核查
- 03 基地溯源
 - 对产品生产基地进行溯源
- 04 处理
 - 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
- 05 反馈
 - 顾客反馈
 - 整改确认

2022年伊藤共发生投诉1467件，已完结1440件，未完结27件。
未完结原因：安全事故、打假投诉

积极开展投诉预防教育，传承服务理念，学习法律法规，提升服务品质。

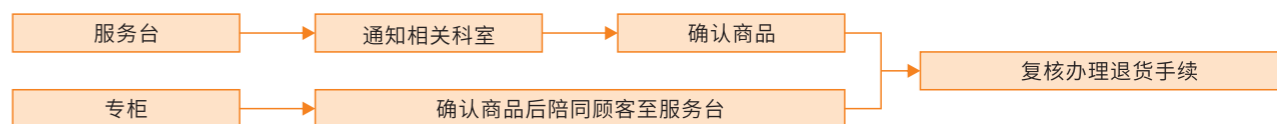


2022年开展投诉预防教育192次

● 让顾客舒心 负责任的售后服务

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），7天内无理由退换货。

● 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。

疫情常态化下的防控体制

至2020年新冠疫情以来，为顾客、员工营造安全、放心的购物环境，伊藤始终贯彻政府防疫要求，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。

● 打造安全、安心的购物环境

● 成为城市生命线 全力保障居民生活所需

2022年，伊藤先后经历了成华区和成都市的两次静默管理。作为市级重点保供单位之一，员工们通力合作，奋战在保供的各个岗位，承担起周边居民日常生活供应，日配近90吨物资。还帮助政府采购、打包、配送中秋爱心礼包共计18465份。在伊藤的陪伴下，市民朋友们平稳地渡过了封控期，高品质的商品与服务再次赢得了社会的认可与信赖。



确保丰富的商品



深夜与供应商在批发市场确认商品调运



封控支援



响应政府号召设置便民服务站



提升线上运力水平 满足顾客所需

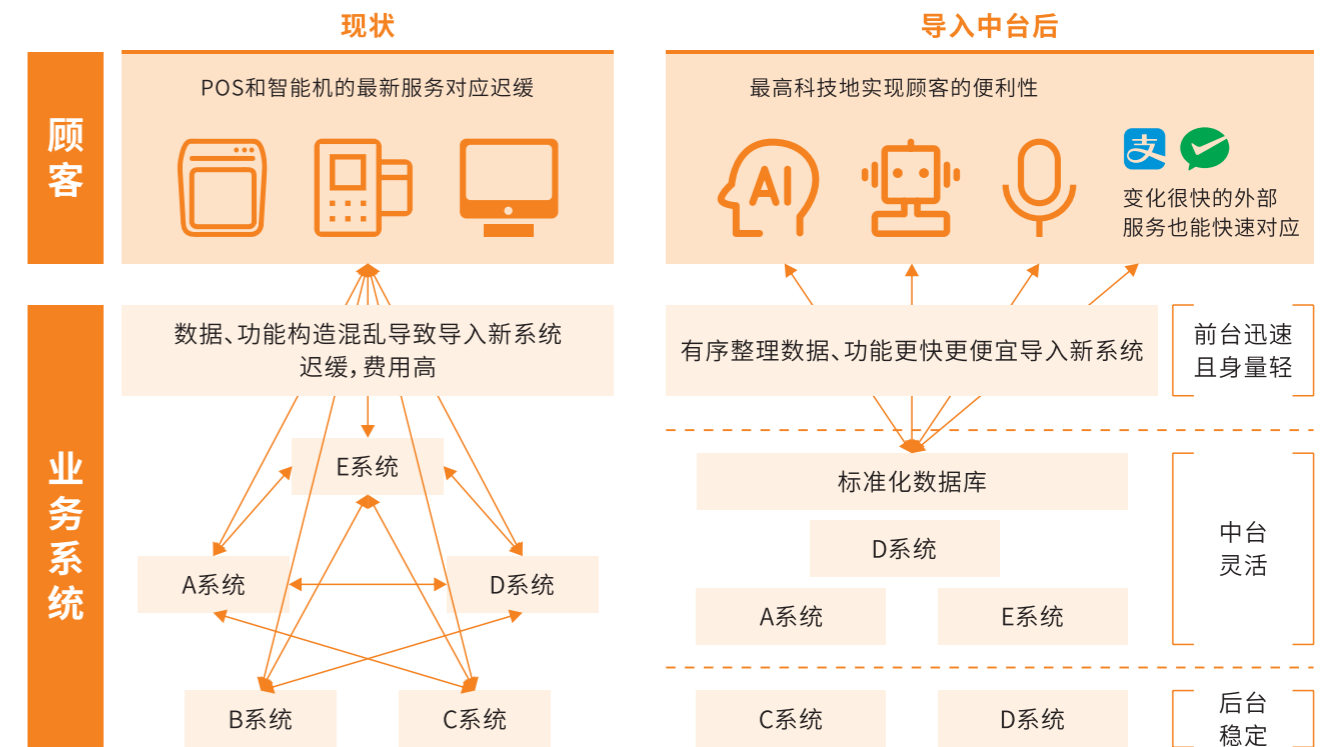


全力以赴支援居民生活



为顾客提案蔬菜包营养菜单

数字化服务 提升工作效率与购物体验



以“单品管理系统”为代表的旧系统，其单体式架构带来的封闭性，无法充分满足全方位精细化管理的要求：既不能扩展也不能提供决策支撑。更重要的，它无法完成对“人”的分析运营乃至管理。旧有系统不能支撑的情况越来越多。从2022年12月京东零售云系统全面导入，运营到现在，比较明显的变化是：商品在库日数下降，在库金额得到有效管控，陈列更加灵活。另外，依靠CRM系统上线之后的精准营销和会员运营等功能，会员的复购率和客单价都得到明显提升，能够更容易触达优质用户，同时提升会员转化率。

会员服务（CRM） 丰富购物场景提升顾客体验

2022年，伊藤对原有会员系统进行了全面的改革，新系统（i伊藤）2022年11月上线，新增电子券，会员标签功能，大大提升了精准会员营销企划的效率。同时，在会员APP及微信小程序上扩大了对伊藤到家的曝光率，优化和实现了伊藤到家跳转链接后的支付功能，为提升伊藤到家销售搭建了平台。



截至12月31日，会员总数：**1551992**人，其中新增会员**10441**人 APP整体使用量、日均浏览量均提升**3**倍以上.....

● 一对一精准服务



2022年9月1日起，成都实施疫情防控下的全城静默管理，为了解、解决会员居家生活的烦恼。9月6日—10日期间，各店通过电话联系了125名VIP会员，为其提供了90次一对一服务，大大提升了会员满意度。

会员之声：

- 目前虽然在静默管理中，但是在伊藤线上买到食品，感觉很安心。
- 商品的鲜度还是可以保证，伊藤很不错！

02 忠于我们的合作伙伴、地区、社会



■ 忠诚于地区

2022年，在疫情影响下，伊藤洋华堂遵守约定，如期开设新店。1月2日，成都伊藤第二家食品生活馆——金融城店将正式开门迎客，为商业新秀的交子商圈增添一丝烟火味。



金融城食品生活馆位于成都市高新区交子大道33号中国华商金融中心负一层，约4000平的卖场承载着周边3公里内65万人日常饮食生活所需。由生鲜、加工食品、非生鲜食品、面包、酒和餐饮六大区域构成，近1万个SKU，主攻以日本为主的进口商品生活提案，力求为交子商圈周边顾客带来高品质、国际化的生活方式。

● 伊藤天府店签约

11月25日，带着对成都大都市圈建设的信心，紧跟成都南北城市轴“双核”发展的规划，伊藤历经5年调研、考察、评估和深度的交流，最终选择与世界知名地产开发商万华地产一同在麓湖板块开设代表伊藤全新生活方式的旗舰店。



麓湖签约仪式

麓湖店意向图

■ 忠诚于供应商

2022年，因《反不正当竞争》、《实体店退货指引》及《网络消费法律》等法律法规的公布与实施，为了强化自身与供应商的合规经营、提升与供应商间的业务效率，由QC部牵头，邀请专家老师对供应商及内部员工进行专题教育共计47次，完善了内部标准体系、完成了与供应商间的品质安全承诺保证签订100%，大大提升了伊藤的食品安全。



专家老师开展伊藤内部员工教育



供应商食品安全教育

■ 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，如接待第三方同行来访、组织赛事、参加论坛等，活跃在社会的各个领域，传递着做美好生活领航者的信念。2022年，受疫情影响，大部门交流改为线上。



宜宾市副市长率队来访进行招商洽谈



宜宾市副市长率队来访进行招商洽谈



参与“三品”全国行暨预制川菜推广月活动 推广预制菜



参加第十八全国连锁商业战略发展论坛并做主题演讲



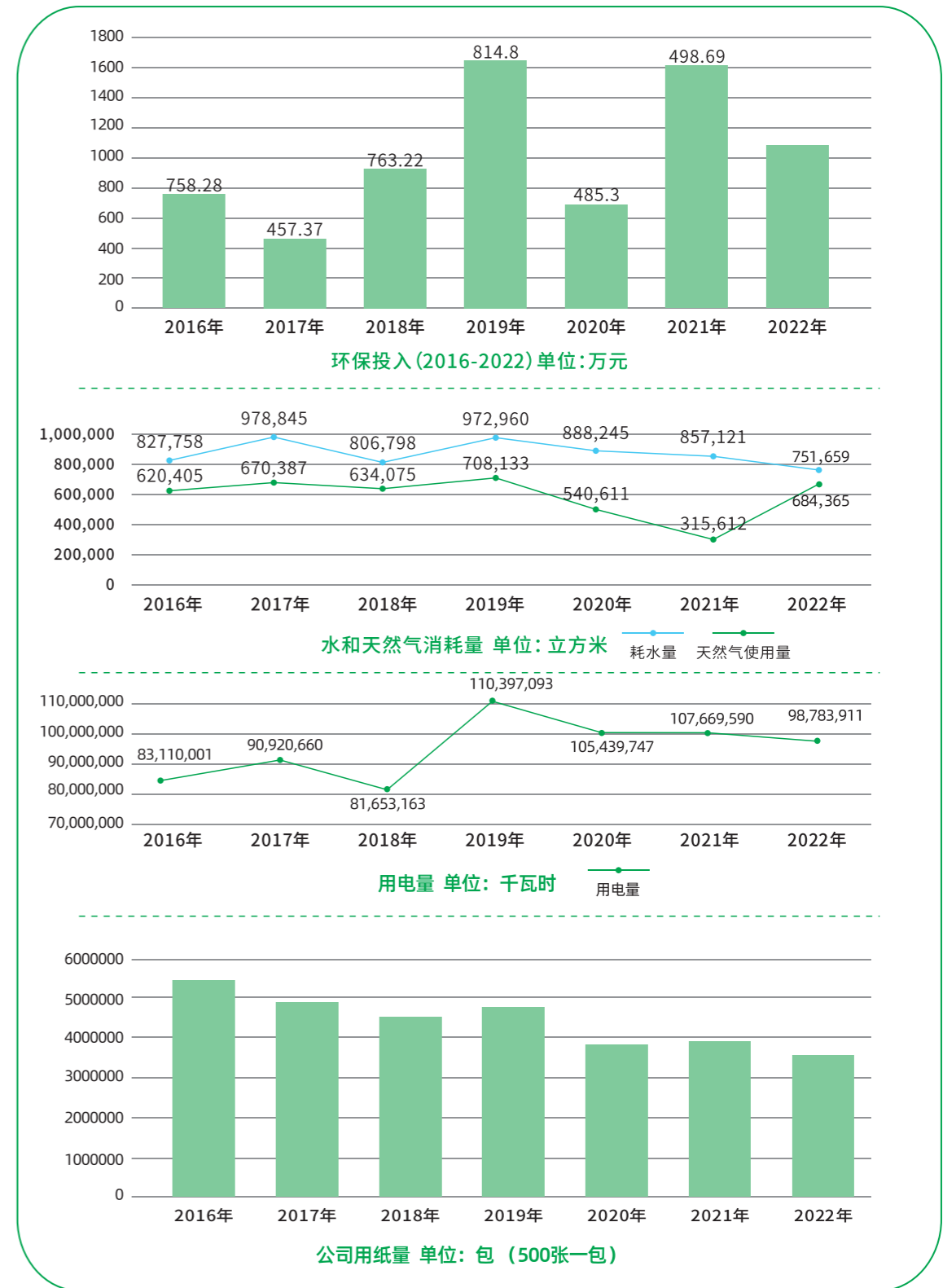
参加2022年四川企业社会责任论坛交流



参加2022年中国企业社会责任与可持续发展创新论坛

■ 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。2022年，公司环保总投入1074万元，减少厨余垃圾和生活垃圾共计171吨，可回收垃圾减量20吨，年度减少碳排放量5739吨。



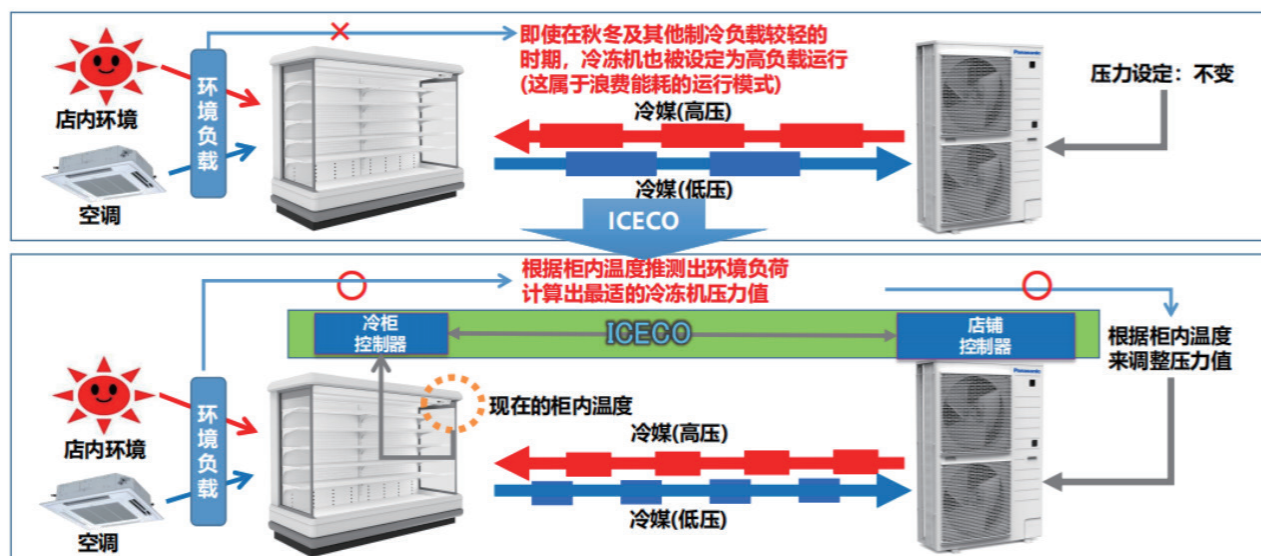
■ 环境可持续发展

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。

伊藤在经营过程中，不断更新自身能源设备和管理手段。比如：更大范围使用LED灯照明；建立店内中水系统，对水资源进行循环利用；持续对节能设备进行投资等行为。2022年，公司投入102万元对建设路店和金融城店进行了LED照明的改造和新增，每年可减碳132.4T。同时，公司还进一步强化了管理的精细化程度，叠加8月政府限电措施，用电数量呈大幅下降趋势。

● 节能减耗

2022年，导入ICECO 智控节能系统，打造安全、高效、智能、低成本的冷链设备物联网，实现对零售冷链基础设施进行监测、分析、诊断和远程控制。



优势：增加了对门框及玻璃的除雾控制，更为智能的控制电加热丝的工作。对冷媒流量控制的更为精确，对电磁阀开关时间控制更精确。增加了手机客户端可视化管理、增加了每日能耗显示。

依托四川水电资源，伊藤已有四家大型综合百货店积极响应政府号召使用绿电等清洁能源，获得《清洁能源消纳凭证》，减少碳排放。此外，结合2022年夏季持续高温，政府发出让电于民的号召，伊藤主动细化节电措施，在保证基本营业需求的基础上精细化管理方式，做好顾客解释工作，尽可能做到节电与顾客的体验的平衡。

每天节水约6吨，全年节水2160余吨。



● 循环利用

根据2021年12月国家发改委等四部门联合印发的《关于加强城市节水工作的指导意见》，双楠店于立即着手升级了节水行动，投入2万余元，建成废水回收，中水处理系统。将RO机过滤水、中央空调冷凝水接入中水池，用于清洁垃圾房、冲洗垃圾桶、浇灌绿植等。



● 绿色采购

引进生态标签的产品，让中国的消费者容易识别和采购可持续的产品，并通过发起可持续消费周活动来推动可追溯、可持续的认证产品与市场对接，引导消费者用正确的消费行为支持环保工作。



开发MSC蓝色生态标签的海产品
贴有MSC蓝色标签的海产品意味着可追溯、可持续的野生捕捞生态系统 购买这类产品就是保护海洋环境



开发有机食材



■ 共建可持续社会

2022年，是成都伊藤植根成都发展的第25年，除了做好自身的企业经营，伊藤也时刻将自身发展与人类的发展更紧密地关联起来。为了迎合时代的变化，实现企业新的社会价值，2022年，伊藤持续秉承染合伊集团方针，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。



2022年，在面对巨大经营压力下，伊藤仍信守承诺，坚持每年向成都市关心下一代基金会捐款50万元，用于乡村教育及帮扶社会弱势群体。

● 服务社区

为了更好地服务地区社会，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。”



2022年受疫情反复影响，志愿者们坚持清扫街道。在9月疫情全城静默管理期间，各店为所在社区工作者送上月饼，感谢他们为维持社会正常运转所作出的贡献，也表达了伊藤与社区“同心抗疫、全力保供”的决心。

● 关心教育

在成都伊藤进入成都之初，其创始人伊藤雅俊就通过“伊藤谢恩育英财团”支助成都本地赴日留学生。1997年开业以后，也一直将爱心倾注在青少年儿童教育上。2007年，在成都伊藤成立十周年之际，又捐资100万帮助周边4所乡村小学改善学校设施和设施，并与之结缘为“伊藤友爱小学”至今。

2015年伊藤与成都市关心下一代基金会合作成立“伊藤关爱基金”，通过“伊藤关爱基金”持续对乡村留守儿童及在校优秀大学生进行爱心捐助。截止2022年，已通过“四川大学日语系奖学金”、“流动少年宫”等项目捐助资金。

以发展视角勇担社会责任 做好中日交流的桥梁

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604位优秀同学进行了多达226万元的奖学金发放。

推动村小素质教育发展 帮助留守儿童筑梦未来

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。

2022年受疫情影响下校园管治要求，“第二十四届四川大学日语系捐赠仪式”未有举行，彭州蓝天小学“流动少年宫”项目在防疫要求指导下进行。

情系泸定地震灾区 关爱受灾青少年儿童

2022年9月5日，甘孜州泸定县发生6.8级地震，造成11万余人受灾，5万余间房屋损坏，当地人民生命财产遭受巨大损失。成都伊藤洋华堂第一时间联络成都市关工委、成都市关心下一代基金会，了解地震中青少年儿童的受灾情况，希望能够伸出援手提供帮助。

在泸定县当地政府的帮助下，经过前期的情况排查，将受灾最严重的得妥镇雅场村、湾东村、联合村3个村的247名青少年儿童作为重点资助对象。10月15日，伊藤与关心下一代基金会一同来到得妥镇地震灾民临时安置点慰问受灾居民、举行捐助仪式，尽企业绵薄之力，助力震后重建。

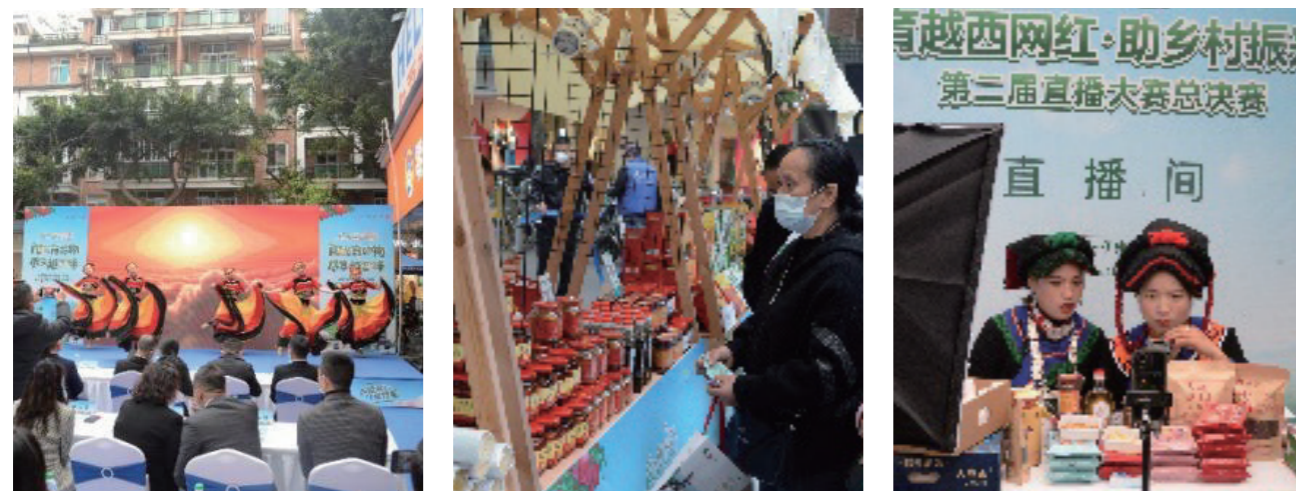


■ 助力乡村振兴

为了助力乡村振兴，2022年，成都伊藤洋华堂联合成都市广播电视台“了不起的乡村”，公益带货助农，将简阳市老龙村的青脆李带到了成都伊藤洋华堂双楠店。



11月8日，伊藤还携手大凉山越西县展开“越西特产携手伊藤洋华堂助力乡村振兴消费季启动仪式”，将以越西苹果为代表更优质，更放心的特色农产品带给广大成都市民。活动现场，精心设置了商品展示区，为顾客展示越西县特色商品，并开展试吃活动，赠送苹果等活动，让顾客更加了解越西商品特色。越西县第二届直播大赛总决赛也在现场如茶展开。



■ 促进可持续社会

2022年，伊藤一如既往地积极投身于企业社会责任的践行和交流。这一年，我们通过与不同社会机构和公益组织的交流，伊藤为市民创造美好生活的企业理念，和成为对社会有价值企业价值观持续向社会输出。

● 参与可持续交流



11月23日在“成都特教·百年表达”残疾人职业教育与安置论坛上，成都伊藤分享了“如何创造残疾人也能发挥力量的环境”话题，展示了伊藤如何营造公平职场的行动。

2022年成都伊藤安置残疾员工52人，占比1.96%，超出国家安置要求。其中，肢体残疾占70%，视力、听力残疾占26%，智力、语言占4%。



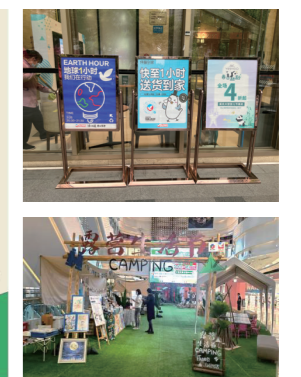
参与“四川企业社会责任论坛” 共探新时代下企业ESG发展之路



参与“企业社会责任与可持续发展创新周” 分享伊藤从主业出发解决社会课题创造企业新价值

● 营造和宣传可持生活、消费

伊藤致力于营造一个绿色的消费空间，结合环保节日通过卖场、企业宣传平台，倡导市民一起开启低碳生活，保护地球未来。



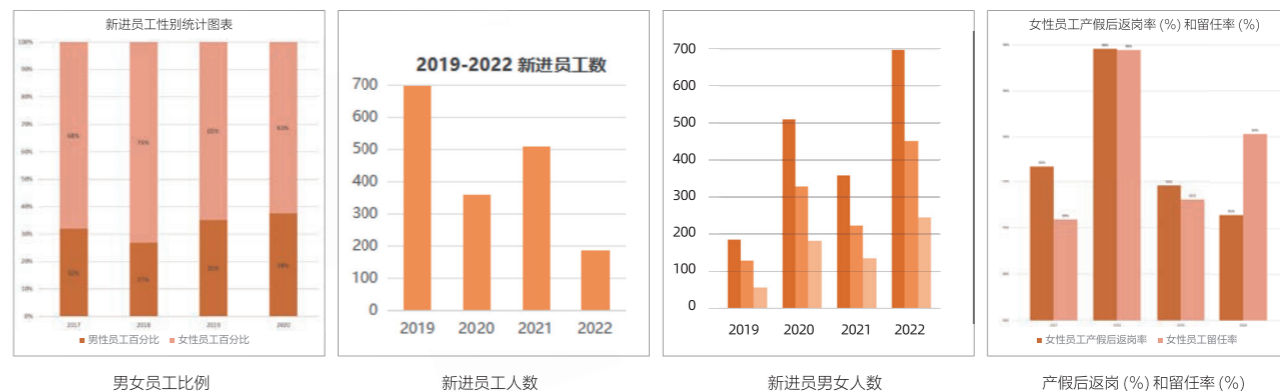
03 忠于我们的员工



■ 员工概况

员工是伊藤的财富，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，努力营造公平公正的职场，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，最终实现员工与企业的共同成长。

2022年伊藤的员工人数比上一年减少了205人，减幅为7.2%。在员工性别比例上，中层管理者（经理以上）女性员工占比58.9%，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、任用时，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%。2022年，公司残障员工52名，占公司员工总数的1.96%。

■ 多元化与平等就业

2022年,公司少数民族员工**33**人,残障员工**52**人

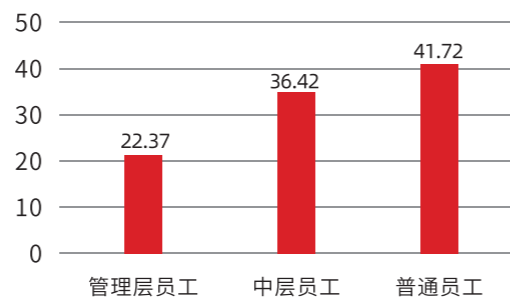
公司培训人次 培训投入 员工培训覆盖率
11785次 **238.8**万元 **97.2%**

全体员工每年人均接受培训的平均**38.51**小时

在培训性别覆盖率方面
 男性员工培训覆盖率 **99.8%**
 女性员工培训覆盖率 **95.8%**



不同类别员工培训时长



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。

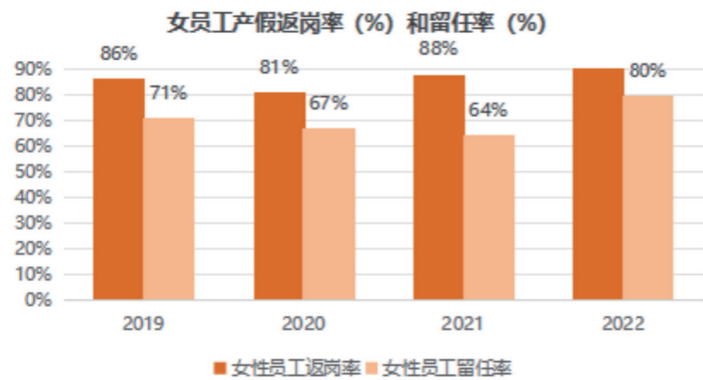
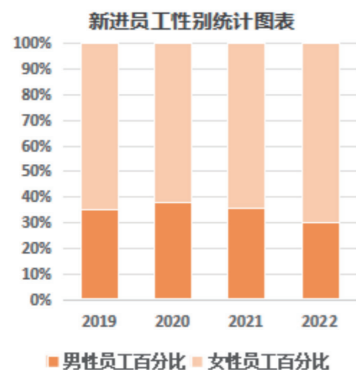
● 关注特殊群体·实行人性化管理

提供残疾人就业岗位**52**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。

● 给予女性员工更多关怀



在伊藤,女性员工的占比达70%以上,委女性员工创造一个公平、多元、稳定的就业环境,使她们能在不同岗位发挥自己的特长是伊藤一贯的坚持。

● 推进人才培养系统化

为了传承伊藤洋华堂企业文化理念,发现人才,并培养独有的,高专业性的技术,把技术活用于今后的开发当中,于2022年2月新成立CIY人才开发中心。



人才开发中心将作为重要平台,梳理25年以来沉淀下来的特色与经验,集合人才、育成人才,经过体系化架构,重塑成都伊藤洋华堂独有的、标准化、规模化的企业精神内核,实现人才可持续,助力企业长足发展。

● 人才开发中心组织架构



人才开发中心亮点

本次人才开发中心，新建内训师体制，提升内训师专业力进行 TTT 培训，让员工讲师登台授课，并匹配人才成长路径和岗位需求，分层级开展培训方案，实现层级标准化、规模化培养体制。成为行业资源互动平台、零售人才培训基地



首批内训师团队



基层导师带教制

多元化教学方式

除了传统的面授，为了适应信息时代开发网络教学，同时辅以实践演练和以赛代训，在实践中检验教学成果。



学员宣誓仪式 铭记服务使命



开展直播技能专项教学



拥抱新时代 储备新人才



参加百万职工技能大赛 荣获优秀组织奖

员工保障

营造健康、舒心的工作环境

2022年是疫情的第三年，为促进提升企业员工健康管理水平，健全完善新冠肺炎疫情群防群控机制和平战结合的政企联系服务，慎终如始做好疫情防控工作，有效应对突发疫情，及时精准落实防控措施，3月，成都高新区构建企业首席健康官制度实施方案。伊藤洋华堂高新店因健全的员工防疫制度和措施，获得全区首批“健康管理优秀企业”称号。



建立公平、民主的职场环境

作为发掘人才、甄选人才的新体制，公司建立公开、平等、竞争、择优的选拔机制，促进和鼓励员工自我提升和自我挑战意识，确保把有才能、实绩突出、大家公认的优秀人才选到合适的岗位上。自1月份首次试行，截止10月已经举办7场。自荐竞聘人数达109人，其中竞聘成功6人、后期晋升达26人。



个人风采展示



认真评分



竞聘会后的帮扶交流

员工福利

伊藤制定了完善的员工福利体系，覆盖员工整个职业生涯，并且坚持与时俱进，充分保障员工权益。

关爱员工																			
(3大类, 10大项, 75小项)																			
关怀类 (3大项, 45小项)										福利类 (3大项, 18小项)					慰问类 (4大项, 12小项)				
职业关怀					个人关怀					员工活动	节日福利	休假福利	其他福利	庆吊慰问	退休慰问	疫情慰问	其它慰问		
入职关怀	培训提升	荣誉表彰	发展渠道	沟通交流	离职关怀	社会保障	权益保障	节日祝福	健康关怀										
入职关怀	业务培训	评优评先	晋升通道	沟通机制	离职关怀	五险一金	节日福利	生日祝福	健康体检	员工活动	节日福利	休假福利	其他福利	庆吊慰问	退休慰问	疫情慰问	其它慰问		
入职关怀	业务技能提升	年度评优	内部竞聘	新员工培训	离职关怀	社会保险	节日福利	生日祝福	健康体检	员工活动	节日福利	休假福利	其他福利	庆吊慰问	退休慰问	疫情慰问	其它慰问		
入职关怀	职业技能培训	年度评优	内部竞聘	新员工培训	离职关怀	五险一金	节日福利	生日祝福	健康体检	员工活动	节日福利	休假福利	其他福利	庆吊慰问	退休慰问	疫情慰问	其它慰问		
入职关怀	业务技能提升	年度评优	内部竞聘	新员工培训	离职关怀	社会保险	节日福利	生日祝福	健康体检	员工活动	节日福利	休假福利	其他福利	庆吊慰问	退休慰问	疫情慰问	其它慰问		

■ 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。

倾听员工的部分方式



2022年，在原有面对面相谈的基础上，拓展线上微信渠道及线下座谈方式。

分类	数量	占比	主要内容
表扬	38	10%	<ul style="list-style-type: none"> 企业文化让人如沐春风 女更衣室调整后更加方便、私密 疫情的关心关怀
困惑	23	6%	<ul style="list-style-type: none"> 管理者姿态不满 工作重复、职能科室分工不明确
意见建议	257	72%	<ul style="list-style-type: none"> 央厨无促销人员 营业时间调整 设施设备/工作环境改善
其他	45	12%	<ul style="list-style-type: none"> 员工福利方面咨询 无效22条(查无此人)

类别	实施状况
青年交流会	<ul style="list-style-type: none"> 32人 3次 了解年轻人新思维 激活年轻工作激情
中坚力量	<ul style="list-style-type: none"> 33人 11次 店铺中坚力量(年轻干部) 给予指导与规划职业方向
关心关怀	<ul style="list-style-type: none"> 1481人 261次 日常关心、了解员工动态、给予帮助 答疑解惑、情绪疏导、职业引导
职务层级交流	<ul style="list-style-type: none"> 178人 12次 激发一线干部与员工交流 了解工作中的困难给予指导、帮助

2022年，公司共和3037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。

2022年共收集员工心声1776条，其中一对一交流心声80%，研修学习心声5%，交流会心声15%。

■ 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	
2213人	5239人	
电梯扶梯安全	防灾减灾专题教育人数	
3301人	3616人	
防盗教育	消防演练	停电演练
3837人	3769人	1241人

店铺联合检查次：**141**次

全年安全生产隐患治理排查**2300**余次，排查隐患**9600**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。



■ 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

2022年度十大领军企业

2022年度社会价值贡献奖

2022年度新锐商业项目-食品生活馆金融城店

2022年度一刻钟便民生活服务引领奖-双楠店食品超市

2022年度风尚成都商业总评榜-行业推动力大奖

2022榜样中国·年度金商业最佳消费者口碑奖

■ 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

● 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



碳惠天府低碳场景创建签约仪式



公筷联盟