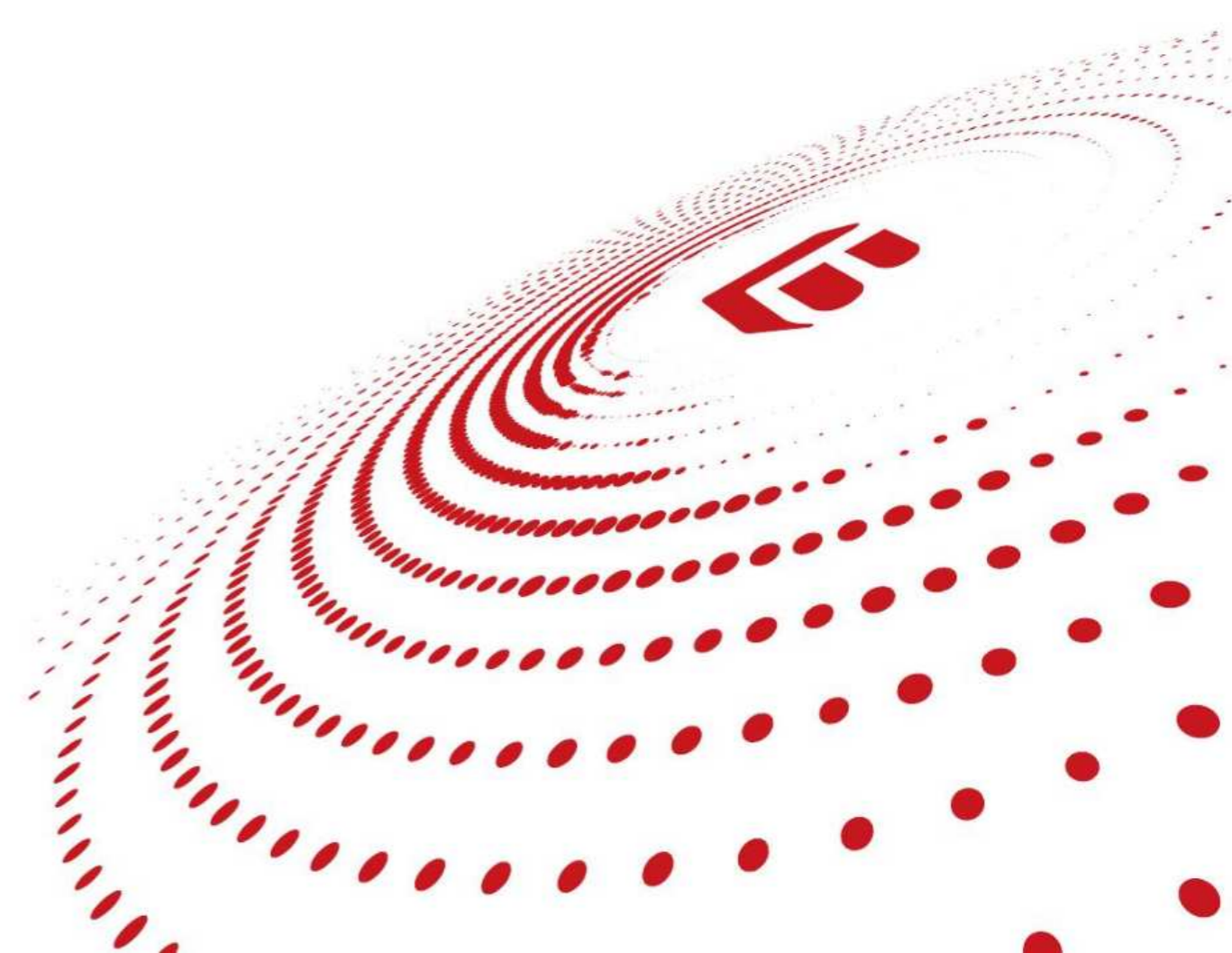


2022 | 环境、社会及治理 (ESG) 报告

ENVIRONMENTAL, SOCIAL AND GOVERNANCE
(ESG) REPORT 2022



前言

百联集团沐改革春风而生、立时代潮头而进。2003年4月，原上海一百集团、华联集团、友谊集团、物资集团合并重组成立百联集团。在市委、市政府的坚强领导和市国资委党委、市国资委的指导支持下，集团全体党员干部职工精诚团结、栉风沐雨、砥砺前行，推进百联各项事业取得长足发展，为上海商业繁荣繁华作出了新贡献，为商贸流通变革探索了新路径。

近年来，百联集团深入学习党的十九大及十九届二中、三中、四中、五中和六中全会精神，围绕服务国家战略、上海战略，结合市委市政府对百联集团的工作要求，践行集团在国资国企改革中的使命和任务，通过规划引领未来发展。进入“十四五”，百联重点围绕集团产业的整体转型，打造成为以商业零售为核心，以商业金融、商业资产、商业投资为支柱的“一核三柱”的商业产业集团，成为消费升级的引领者、商业模式的创新者、国企改革的探路者，以实际行动弘扬“让消费者更喜爱我们”的公司愿景和“乐享美好生活”品牌内涵。

集团积极履行国企社会责任担当，承担起保民生、促消费、稳增长的企业责任，努力在上海国际消费中心城市建设中发挥好“主力军”作用；持续助力美好生活建设，将绿色低碳融入企业发展；完善公司治理，强化风险防范，夯实可持续发展能力；进一步弘扬百联文化，呈现百联精彩、分享创新成果，持续践行“创领消费时代、创新客户体验、创造员工价值”的企业使命。



目录

- 前言 02
- 目录 03
- 报告编制说明 05
- 高管致辞 07
- 责任聚焦 08
 - 利益相关方沟通 08
- 走进百联集团 09

01 多措并举 推进公司治理

- 1、党建引领 12
 - ①坚持铸魂固本，思想政治引领力有新提升 12
 - ②夯实“三基”建设，基层组织组织力有新提升 12
 - ③坚持严字当头，纪律制度约束力有新提升 12
- 2、公司治理 13
 - ①建章立制，完善治理结构 13
 - ②层层落实，加强内部控制 14
 - ③赋能业务，推进信息公开与合规建设 14
- 3、深化改革 16
 - ①在形成更加成熟更加定型的中国现代企业制度上取得明显成效 16
 - ②在推动业务布局优化和产业结构调整上取得明显成效 16
 - ③在提高企业整体活力和效率上取得明显成效 16

02 以人为本 助力美好生活

- 1、乡村振兴 18
 - ①结对帮扶，强化责任担当 18
 - ②消费帮扶，助力农业发展 18
 - ③产业帮扶，培育地方特色 19
 - ④教育帮扶，助力多维赋能 20
- 2、一刻钟生活圈建设 22
 - ①调查研究，制定解决方案 22
 - ②业态实践，打造便民生活圈 23
- 3、绿色低碳 24
 - ①绿色运营 25
 - ②绿色消费 25
 - ③绿色金融 26
- 4、社区服务 26
 - ①青少年教育 26
 - ②适老改造 28
 - ③服务一线工作人员 29

03 提质增效 构建一核三柱

- 1、业务发展 31
 - ①核心主业持续提质增效 31
 - ②三柱业务持续发展融入 32
- 2、创新加速 33
 - ①全力推进创新，形成创新亮点 33
 - ②健全创新体系，构建管理闭环 34
 - ③完善创新支持，促进业态创新 34
- 3、数字化转型 34
 - ①完善蓝图规划，深入数字化转型 34
 - ②试水元宇宙，探索商业新可能 34
 - ③上线数字平台，赋能零售新发展 34
- 4、安全建设 35
 - ①食品安全和供应商管理 35
 - ②生产安全 37
 - ③信息安全 39

04 协同共进 提升员工发展

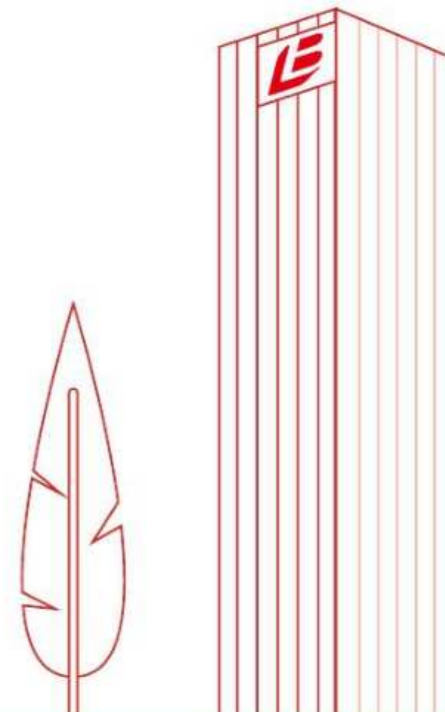
- 1、总体概况 41
 - ①数据概览 41
 - ②持续推广市场化契约化职业经理人制度 41
 - ③外引内培、梯队储备“十四五”规划人才 43
- 2、员工发展 43
 - ①高潜力人才培养 43
 - ②劳模引领带教 43
 - ③技能人才提质扩容 44
- 3、营造良好工作环境 44
 - ①丰富员工生活 45
 - ②提倡平等就业 46

展望 48

附录 49

- 2022年度百联集团获奖情况
- 绩效索引 51
 - 1、响应联合国可持续发展目标（SDGs）
 - 2、《中国企业社会责任报告指南（CASS-ESG5.0）》内容索引
- 读者意见反馈 53

附件：责任专题——疫情防控“百联二十四小时”



报告编制说明

报告体系：本报告为百联集团有限公司（以下简称“百联集团”“集团”）自2013年以来对外公开发布的第十份报告，描述企业在环境、社会、公司治理等领域的实践与成效。

质量保证：本报告披露的信息和数据来源于公司统计报告和正式文件，并经过相关部门审核。公司承诺本报告不存在任何虚假记载或误导性陈述并对内容的真实性、准确性和完整性负责。

编制原则：本报告参照以下标准，并充分考虑利益相关方的愿望和关切，同时结合百联集团对社会责任的理解和具体实践进行编写。

- 联合国2030年可持续发展目标（SDGs）
- 《中国企业社会责任报告指南（CASS-ESG 5.0）》
- 《社会责任指南》（ISO26000:2010,MOD）
- GB/T36001-2015《社会责任报告编写指南》
- GB/T36002-2015《社会责任绩效分类指引》

报告范围：除有特殊说明，本报告主要描述2022年1月1日至2022年12月31日期间，百联集团在环境、社会、公司治理等方面履行社会责任的工作及绩效，报告内容涵盖商业零售、商业金融、商业资产、商业投资等产业。

报告涵盖百联集团有限公司及其附属公司。除非特殊说明，与百联集团同期合并财务报表范围一致。



公司全称	本报告简称
百联集团有限公司	百联集团、集团
联华超市股份有限公司	联华股份
上海百联集团股份有限公司	百联股份
上海证券有限责任公司	上海证券
上海物资贸易股份有限公司	物贸股份
上海第一医药股份有限公司	第一医药
百联全渠道电子商务有限公司	全渠道
上海市商业投资（集团）有限公司	商投公司
百联金融服务有限公司	百联金服
百联集团财务有限责任公司	财务公司
上海现代物流投资发展有限公司	现代物流
百联集团置业有限公司	百联置业
上海百联资产控股有限公司	百联资控
上海百联集团资产经营管理有限公司	百联资产
上海三联（集团）有限公司	三联公司
百联集团有限公司教育培训中心	教培中心
百联集团有限公司人力资源管理中心	人力中心

发布形式：本报告以印刷品、电子文档形式发布，其中电子文档可在百联集团网站（<http://www.bailiangroup.cn/>）下载阅读。为减少印刷对环境产生的影响，我们倡导读者尽可能下载阅读电子文档。

高管致辞

2022年是极不寻常、极不平凡的一年。

“大上海保卫战”期间，集团干部员工闻令而动、逆行保供，用坚守岗位和倾情奉献书写了大写的“百联人”。2022年末，随着全国、上海疫情防控进入新阶段，百联人迅速响应、跨前担当。集团上下深入贯彻习近平总书记关于疫情防控的重要讲话指示精神，按照市委“抓住窗口期、打好主动仗”的部署要求，坚定抗疫必胜信念，坚守百联职责使命，突出保基本、保基层、保重点，切实发挥市场保供主力军主渠道作用。集团超商业业态充分做好应急预案，民生物资保供稳价；医药大健康业态全力以赴做好社会面防疫物资和药品保供；各成员企业关心关爱员工，做好必备药品和防疫物资储备，确保一线员工和困难家庭的供给。各级党组织推动资源下沉、力量下沉，想方设法帮助基层一线解决困难，更好保持队伍整体战斗力，确保工作不断不乱。百联全体干部员工主动担当、冲锋在前，奏响最强音、弘扬正能量，以实际行动弘扬“爱岗敬业、勇担责任、甘于奉献、众志成城”的百联抗疫精神。

百联集团始终把企业的发展方位放在服务国家战略、服务城市发展的大局中思考谋划，始终坚守“引领消费时代、创新客户体验、创造员工价值”的企业使命，百联大家庭和衷共济、奋力拼搏。今天的百联，已基本构建“商业零售为核心，商业金融、商业资产、商业投资为支柱”的新产业体系，形成“核心业务立足上海、发展长三角，优势业务布局全国”的战略格局，确立线上线下融合发展的新零售模式。当下，集团上下正在认真学习贯彻党的二十大精神，深

入开展学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想主题教育，全面落实市委、市政度推进高质量发展的决策部署，坚持深化改革增长创新发展工作主线，朝着建设具有核心竞争力的“一核三柱”商业产业集团的战略目标而奋斗，努力成为消费升级的引领者、商业模式创新者、国企改革的探路者和美好生活的创造者。

尽管三年的疫情给经济增长带来了诸多不确定性，集团始终坚持“疫情要防住、经济要稳住、发展要安全”，把集团“十四五”战略实施和高质量发展作为重中之重，积极应对各种困难和挑战，不等不靠、不推不拖，凝心聚力、笃行破局。我们要危中寻机、保持韧性，前瞻研判消费市场的新趋势新动向，深化推进商业数字化转型升级，形成线上线下叠加效应，以最大力度激活市场消费，促进重振商业繁荣。同时，安全生产重于一切，我们要以“时时放心不下”的责任感，合力织牢织密集团的安全屏障。积极践行国企社会责任，彰显百联作为国有商业大集团的企业价值，切实把百联“让消费者更喜爱我们”的企业愿景和“乐享美好生活”的品牌主张具体体现到创造城市高品质生活上。

2023年恰逢集团成立20周年，我们要充分发挥各二级公司市场主体责任，以“敢为天下先”的勇气，保持“会当凌绝顶”的自信，涵养“滴水能穿石”的定力，踔厉奋发、勇毅前行，加快推进年度各项重点工作，深化改革增长创新发展，谋求集团高质量发展和可持续增长！献礼集团成立20周年！

责任聚焦

利益相关方沟通

集团高度重视与各利益相关方的有效沟通，深入了解各利益相关方的诉求和期望，推动企业可持续发展。

利益相关方	期望与诉求	沟通及回应	利益相关方	期望与诉求	沟通及回应
监管者	国有资产保值增值	高质量完成预算	供应商及合作伙伴	推动行业进步	开展行业交流
	依法规范经营	认真落实国资委考核指标和各项要求		营造良好商业环境	开展责任采购，推动供应链履责
	信息披露	及时、准确报送企业信息		拓展产品及服务领域	代表行业反映意见建议
遵守守法	配合国家宏观调控政策，遵守法律法规、规范经营	平等合作、互利、共赢			
地方政府	安全环保	采取有效措施，杜绝重特大安全事故，使各项环保指标达到国家要求	客户及消费者	提供优质产品与服务	提升服务可及性
	促进本地经济发展	通过“一核三柱”产业体系推进高质量发展		确保产品与服务的质量及安全	建立食品、药品等的质量安全标准
	创造税收、就业			维护消费者权益	加强客户管理体系建设，提升客户满意度
				加快服务创新	加快业态创新
投资者	依法合规经营	加强诚信合规文化建设	媒体、非政府组织	信息披露与传播	及时主动提供外宣资料，邀请媒体访问，多渠道披露信息
	完善公司治理	持续规范公司建设		媒体互动	搭建产学研合作平台
	持续创造价值	规范决策、执行和监督机制		产学研合作	积极参与行业交流活动，分享经验，树立品牌形象
	提升管理水平	提升内控和风险管理能力	社区公众	环境保护	加强环保管理，发展循环经济，提倡绿色办公
	防范经营风险	完善商业模式，打造“一核三柱”产业协同		和谐社区	积极参与社区事务
员工权益	依法签订劳动合同	公益事业		开展扶贫及其他慈善公益项目	
薪酬福利	完善员工薪酬福利制度	安全稳定		强化安全生产管理	
员工	职业成长	建立完善培训体系	疫情防控	承担食品、防疫物资与药品保供责任	
	培训制度	推行职业健康计划			
	健康安全及工作环境	建立多层次、全覆盖的员工互助关爱机制			
	员工关爱				

走进百联集团

ENVIRONMENTAL, SOCIAL AND GOVERNANCE (ESG) REPORT 2022



百联集团有限公司是由原上海一百集团、华联集团、友谊集团、物资集团合并重组的大型国有商贸流通产业集团，挂牌成立于2003年4月，注册资本10亿元。主要业务涵盖综合百货、购物中心、奥特莱斯，大型卖场、标准超市、便利店，专业专卖等零售业态，经营涉及电子商务、仓储物流、消费服务、电子信息等领域，汇聚了众多享誉沪上、闻名全国的商贸企业，拥有第一百货商业中心、永安百货、上海第一八佰伴、东方商厦（连锁）、上海时装公司、上海妇女用品商店、百联青浦奥特莱斯、百联无锡奥特莱斯、联华超市、世纪联华、亨

得利、亨达利、茂昌、吴良材、第一医药和百联等知名品牌。2021年1月，百联集团正式获批成为上海证券有限责任公司控股股东。

百联集团目前拥有以上海为中心、辐射长三角、连接全国20多个省、自治区、直辖市4000余家经营网点，在册员工3.1万余人，控股上海百联集团股份有限公司、联华超市股份有限公司、上海物资贸易股份有限公司、上海第一医药股份有限公司等境内外上市公司。

百联集团以“让消费者更喜爱我们”为愿景，以“创领消费时代、创新客户体验、创造员工价值”为使命，以“乐享美好生活”为品牌理念，积极与消费者建立“美·好新关系”，满足消费者对于美好生活的全方位需求。

愿景——让消费者更喜爱我们：让消费者喜欢我们呈献给他们的全方位要素，包括商品、服务、体验、形象、模式等；让每一次接触都增加消费者的好感，从而不断强化与消费者的情感沟通，让百联成为消费者的首选。

使命——创领消费时代、创新客户体验、创造员工价值：引领新零售的发展，开拓消费新时代；为顾客、合作方、供应商等相关方带来新体验和新价值；企业与员工共同成长，实现员工和企业的共建、共享、共赢。

价值观——学习创新、攻坚担当、活力高效、团结协作、诚信阳光：鼓励员工不断学习新知识、在业务上大胆创新探索开拓；激发员工奋斗进取的士气，努力与创新转型发展做贡献；积极上进的心态，提高工作专业性，保持高效的工作状态；让部门之间，员工之间突破边界，目标一致、合作共赢；心态乐观、胸怀宽广，诚信正直地对待他人，事透明坦荡、开放自信。

01 品牌文化传播



百联 BAILIAN | 乐享美好生活 Brilliant Life

2022年，集团携手新闻晨报，发起“美好生活乐享官”招募活动，持续打造“美好生活乐享官”IP，吸引更多顾客参与，强化百联“乐享美好生活”品牌理念。其中，媒体资源涵盖新闻晨报全

媒体矩阵，全网总曝光量达到2323万次。通过百联美好生活乐享官的推广，共有6000多名顾客参与，在抖音、视频号、小红书等官方矩阵平台传播，借助媒体自带流量扩大传播影响力，全方位展现百联集团的各业态致力于让消费者“乐享美好生活”的品牌理念，与市民共同感受上海这座城市的美好。



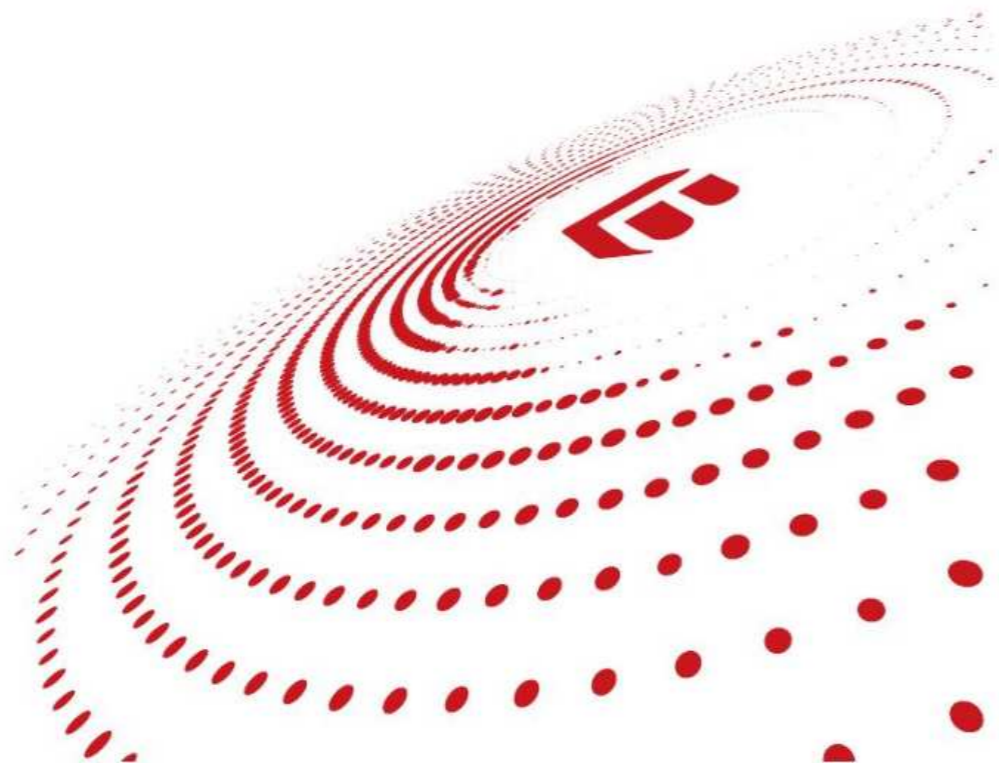
02 IP发布

6月16日，百联集团发布具有集团原创著作权的IP形象——联联。外观上，联联的设计灵感是以传统中国龙结合肉嘟嘟萌宝宝的形象展开的。IP形象的主体色调使用了百联CI系统标准色——中国红，昭示了与百联文化的一脉相承，寓意百联集团红红火火，如日中天；龙角的造型是百联首字母B的形状，同时配以金色，象征百联耳聪目明，善于倾听，从善如流，财源广进；头顶上闪闪发光的明珠代表着消费者，象征着将消费者举过头顶，诠释着“让消费者更喜爱我们”的企业愿景；祥云似的眉毛则是代表了云端网络科技的意涵。龙作为中华民族传统文化五瑞兽之首，能够润泽大地、带来吉祥安康，是中国人的精神图腾，代表了百联集团给消费者带来更多福祉。同时，龙还象征龙马精神，预示着百联集团创领消费时代，创新客户体验，创造员工价值，打造“一核三柱”的企业使命，成为商业巨龙的美好希冀和憧憬。

第一章 多措并举 推进公司治理

ENVIRONMENTAL, SOCIAL AND GOVERNANCE
(ESG) REPORT 2022

2022年是党的二十大和市第十二次党代会胜利召开之年，是打赢大上海保卫战之年，也是百联集团上下共克时艰实现稳增长之年。百联集团党委坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，深入学习贯彻党的二十大精神和市第十二次党代会精神，认真贯彻市委、市政府的工作部署，持续推动全面从严治党向纵深发展，党建工作质量和水平实现新提升。同时，集团通过深化董事会建设、建立健全风险防控体制机制、加强信息公开与合规建设，全方位深化国资国企改革，推动企业高质量发展。



01 党建引领

百联集团党委坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，深入学习贯彻党的二十大精神和市第十二次党代会精神，认真贯彻市委、市政府的工作部署，突出把方向、管大局、保落实，为企业坚定发展方向、履行社会责任提供了稳固支撑，为加快建设“一核三柱”商业产业集团提供了坚强保证。

（一）坚持铸魂固本，思想政治引领力有新提升

集团党委坚持把政治建设放在首位，不断推进学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想走深走实，着力在全面学习、全面把握、全面落实党的二十大精神上下功夫。一是持续巩固拓展党史学习教育成果，着力在全面学习、全面把握、全面落实党的二十大精神上下功夫，制定下发《百联集团系统学习贯彻党的二十大精神实施方案》，邀请市委宣讲团成员作专题辅导，开展“书记话发展”大讨论。二是发挥百联集团党委中心组领学促学作用，广泛运用“学习强国”、百联党校、百联大讲堂、百联i学等线上线下载体，采取专家辅导、集中学习、联组交流、在线学习等形式，百联集团党委中心组集中学习共计20次，各级党组织围绕第一议题制度落实共计开展1048次学习。

（二）夯实“三基”建设，基层组织组织力有新提升

集团党委深入学习贯彻习近平总书记全国国有企业党的建设工作会议重要讲话精神，以抓基本组织、基本队伍、基本制度建设为着力点，着力增强基层党组织政治功能和组织功能。一是强化基层党建工作责任制。由百联集团和二级公司（中心）两级党组织制定实施党建工作五年规划，修订完善集团基层党建工作责任制考核办法和评价体系。集团全年举办3期党组织书记培训班，党员线上培

训覆盖3762人，发展党员84名。二是积极探索基层党建新载体、新途径、新方法。

“百联集团党建工作平台2.0”正式上线，开发6个一级功能模块和30个二级功能模块，运用信息化手段提升党建规范化、体系化、数字化水平。三是开展百联党建品牌创建评选。命名11个“百联集团特色党建品牌”，联华股份党委“红色训练营”、永安百货党委“绮云红旗飘”、第一医药党委“依心·到家”、教育培训中心党委“百·联·红”、人力中心党委“金手杖工作站”等6个品牌获评第二轮“上海国企党建品牌”。四是发挥党建引领基层治理作用。多措并举推进基层党的组织和工作双覆盖，推动从有形覆盖到有效覆盖。集团党委深入开展“三聚三先”党建主题活动，联华股份党委积极探索“双结对”办法，百联股份党委组建覆盖36家成员企业的区域党建联合会，上海证券党委构建立体党建工作门户，现代物流党委组建党员先锋队力保保供物流畅通。

（三）坚持严字当头，纪律制度约束力有新提升

集团党委聚焦清单化明责、常态化履责、精准化督责，将全面从严治党与集团改革发展紧密结合、协同推进，切实增强党风廉政建设针对性和实效性。一是层层扣紧管党治党主体责任链条。深化实施《百联集

团全面从严治党“四责协同”责任清单》，层层签订《党风廉政建设责任书》，形成“一级抓一级、层层抓落实”的责任落实机制。二是探索构建党风廉政“零基管理”模式。制定下发《关于进一步加强党风廉政建设开展“零基管理”的实施意见》，提出“始终坚持零起点、获取信息零距离、宣传教育零盲区、问题查纠零容忍”的“四零”管理原则。三是着力构建“不敢腐、不能腐、不想腐”长效机制。紧盯权力集中、资金密集、资源富集的重点领域，加大查信办案力度，推进正风肃纪反腐。



02 公司治理

百联集团积极推动党的领导与公司治理有机融合，建立健全制度体系，保障董事会规范高效运作；高度重视风险防控体系机制的建立健全工作，并认真贯彻上海市国资委的风险防控工作要求；加强信息公开与合规建设，促进企业良性发展。

（一）建章立制，完善治理结构

一是推进党的领导与公司治理有机融合。落实“两个一以贯之”，制定下发《百联集团党委关于在完善公司治理中加强党的领导的实施意见》，集团和16家二级企业100%完成“党建入章程”，并向三级企业延伸覆盖，推进把企业党组织内嵌到公司治理结构之中。扎实推进“双向进入、交叉任职”，二级公司党组织书记均按程序进入董事会。二是探索党委发挥领导作用的有效路径。规范落实“三重一大”制度和前置程序，集团系统党委建制的26家企业和具有人财物重大事项决策权的独立法人企业党支部（党总支）均建立了“前置清单”。建立跟进督办制度和 workflows，加强对中央、市委以及市国资委党委的重点工作、重要会议、重要文件精神落实情况的督办，切实把上级决策部署体现到集团谋划重大战略、部署重大任务、推进重大工作的实际行动中来。三是建立健全保障董事会规范高效运作的“1+M+N”制度体系。“1”是《公司章程》，是集团各治理主体运作的根本法则；“M”包括《董事会议事规则》《董事会专门委员会工作细则》《总裁办公会议事规则》，尤其

集团结合运行实际，修订完善了董事会下设金融工作委员会及经营层金融与投资工作会议的议事规则，进一步优化了专业决策程序；“N”包括《董事会决议事项督办制度》《董事会审议事项提报流程规范》等，各项制度相互衔接对应，为董事会科学、有效履职提供制度保障。四是持续推动子公司董事会规范运作。根据市国资委关于国有企业加强子公司董事会建设的有关要求，经过排查与梳理，到2022年集团及下属企业99家应建董事会已全面完成，“外部董事应占多数”88家企业已全部实现。

（二）层层落实，加强内部控制

集团高度重视风险防控体系机制的建立健全工作，并认真贯彻上海市国资委的风险防控工作要求。集团系统各单位坚持一级抓一级、层层抓落实，多措并举，共同推动集团风险研判、预警应对、防控化解等工作的有效落实。

一是进一步强化集团风险防控组织体系建设。集团进一步强化顶层设计，压实风控“三道防线”主体责任。二是探索应用统一的风险识别条件及量化评估标准。通过明确统一风险识别条件、量化评估标准，进一步提升集团风险研判精准度并聚焦重点，增强工作指导性及可操作性；建立“载体、时间及后果”三维风险识别条件，明确风险事项动态管理要素标准，探索风险量化评估标准。三是稳步提升集团风控能效及信息化管理能级，切实落实“三张清单”机制，预警提示集团层面、所属14家二级企业层面关注风险事项，要求二级公司着重对清单涉及事项进行防控助推集团上下提高风险防范和化解能力；积极推进信息化赋能，将“风险防范化解管理清单报送表单和流程信息化”作为第一阶段工作，制定风控工作信息化实施

方案。四是认真落实常态化风险防控工作机制，根据集团风控“三道防线”职责分工，建立相关工作机制，并通过设计并逐年优化《风险防范化解管理清单》，要求各二级公司按月上报风险管理清单、按季度报送风控工作报告，促进动态监管、确保管理留痕、强化后续持续跟踪。五是切实开展重点领域风险排查工作。根据市国资委工作部署，推进、协调、指导各二级公司实施“八大领域+民企挂靠”风险大排查工作并报送工作报告，进一步完善业务流程和内控体系；根据《市国资委关于开展境外领域五个专项整治工作的通知》要求，牵头集团专题会议落实，并组织集团总部及各直属二级公司对照各项整治要求开展自查排摸。六是助推集团内控长效机制运行。组建商业金融板块检查组，通过“自评+复评”方式，协助金融板块二级公司梳理自评内控制度的制定、执行情况并针对自查发现的内控“缺陷”制定整改计划；同时，通过听取书面汇报、现场座谈、工作底稿抽查、检查打分等方式，督促相关二级公司发现漏洞短板与优化整改，建立健全内控长效机制，进一步提升集团金融板块二级公司的内控水平。

（三）赋能业务，推进信息公开与合规建设

在信息公开方面，截至2022年末，百联集团及下属独立法人单位，均执行信息公开，一是建章立制，各公司均编制了信息公开相关制度，指导和督促信息公开工作，明确公开信息的范围和管理模式；二是逐步通过官网、公众号等渠道对外公开信息，包括：企业组织架构、主营业务、员工构成等重要信息；三是形成定期沟通、更新机制，结合企业经营发展，逐步优化完善信息公开系统化、规范



化工作。

在合规建设方面，集团根据企业实际情况及具体需求，形成了集团合规管理工作的总体考虑及工作目标，并为推进依法合规管理，保障集团战略目标实现开展了以下工作：一是积极参与重大项目审核与谈判，切实防范风险。在集团人工智能先导区平台建设项目、数字化转型项目等重大项目实施过程中，协助集团职能部门开展项目相关合同的谈判沟通，负责重大项目合同及相关法律文书的起草和审核，提供法律意见，确保集团重大项目依法合规顺利推进；二是建立健全制度体系，根据法律法规、国资监管要求及管理实际，修订完善了合同管理实施办法、商标管理办法、中介机构管理制度等

多项规章制度，并对集团职能部门、下属企业报审的制度及材料进行合规审核并提出完善建议；三是加强百联集团知识产权能力建设，保障企业高质量发展。2022年集团成功申请建立中国（上海）知识产权保护中心百联集团维权援助工作站，组建了“集团+二级单位”工作站人才队伍，打造百联特色知识产权维权阵地；四是完善法务综合信息系统建设，力争实现合同管理、案件管理、中介机构管理全面信息化，充分提升集团管理效能。

03 深化改革

百联集团把握市场化改革方向、践行新发展理念，全方位深化国资国企改革并实现高质量发展，决战决胜国企改革三年行动实现圆满收官。

（一）在形成更加成熟更加定型的中国特色现代企业制度上取得明显成效

通过贯彻“两个一以贯之”集团，落实并提升党组织在公司治理结构中的法定地位，党的领导与公司治理融合更加紧密。在对经营管理层予以充分获授权的同时，厘清职责边界，建立党委、董事会、经理层各司其职、各负其责、协调运转、有效制衡的公司治理机制，各治理主体作用显著加强，履职更加规范高效。

（二）在推动业务布局优化和产业结构调整上取得明显成效

一是通过传统商业改造提升、国际供应链建设打造、老品牌振兴新品牌培养等，实现主营布局优化、业务能级提升、品牌优势发扬。二是把握市场动向，持续探索终端零售业态的调整优化，迭代出新，实现新型业态不断提升。三是在通过压缩管理层次、加速清理退出低效无效资

产的同时，积极推进“三柱”业务布局发展，2022年，“三柱”板块对集团整体贡献稳步提升，全面形成“一核三柱”产业新格局。

（三）在提高企业整体活力和效率上取得明显成效

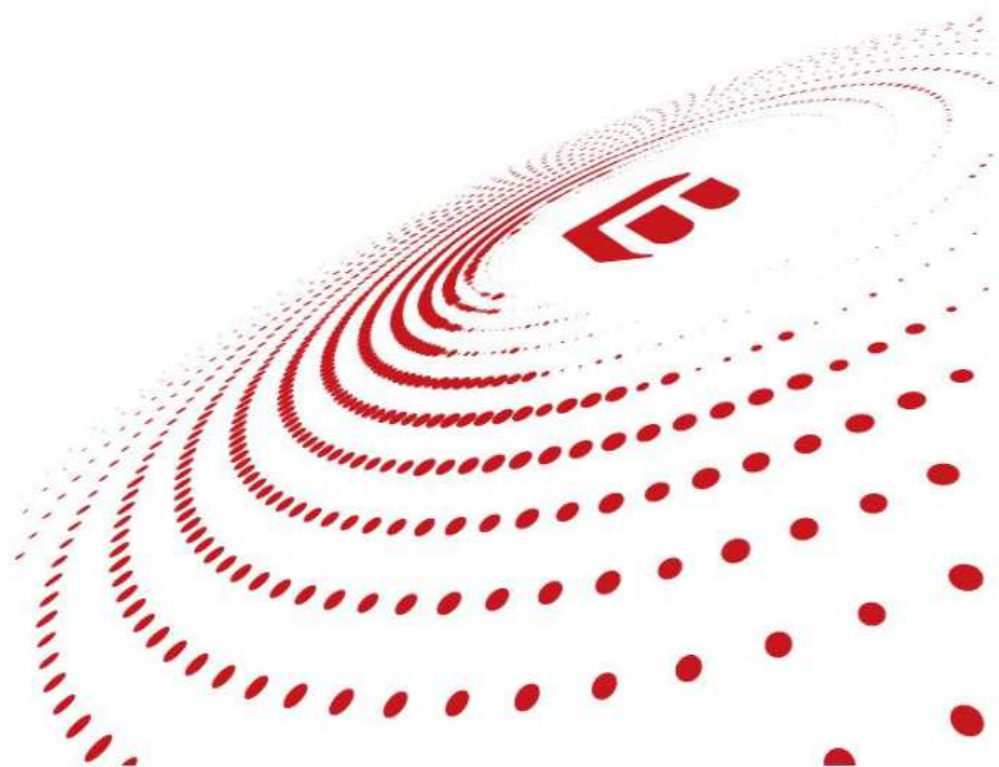
一是运用包括职业经理人、任期制契约化管理、差异化薪酬等市场化人力机制，同时探索推进多层次、广覆盖、各类型的长效激励约束机制，如期权、员工持股、门店合伙人、超额利润分配等，激发员工主动性和积极性。二是以市场化为核心，积极稳妥分层分类深化混合所有制改革，包括上市公司的开放性市场化联合重组，“三柱”领域的创新混改探索，如：运用新型资本市场工具推进的商业资产证券化，联动多元资本组建的股权投资基金，通过吸收整合、合资合作等方式开展的新金融业务布局等。



第二章 | 以人为本 助力美好生活

ENVIRONMENTAL, SOCIAL AND GOVERNANCE
(ESG) REPORT 2022

百联集团持续探索美好新关系，服务人民美好生活需求。集团积极响应乡村振兴战略，综合发挥渠道、教育资源等优势，赋能乡村振兴发展；对接一刻钟生活圈建设要求，开展调研与试点，服务市民生活需要；响应国家“双碳”战略，通过节能减排、倡导绿色消费、试点绿色金融等方式，助力绿色环境建设；服务社区，构建百联公益形象，为市民美好生活提案。



01 乡村振兴

习近平总书记多次强调全面实施乡村振兴战略，实现巩固拓展脱贫攻坚成果同乡村振兴有效衔接。2022年，百联集团党委按照市国资委党委关于东西部协作框架协议和《上海市深化消费扶贫行动助力决胜脱贫攻坚的实施方案》（沪合组办〔2020〕19号）的文件要求，强化大型商业国有集团的政治担当，充分发挥集团旗下联华股份、百联股份等渠道优势，上海证券、商投公司等产业优势，教育培训中心等教育资源优势，认真落实东西部协作和本市农村综合帮扶工作，赋能乡村振兴发展。

（一）结对帮扶，强化责任担当

根据“百企帮百村”村企结对精准帮扶工作要求，百联集团下属三家企业党委（联华股份、第一医药、百联股份旗下第一八佰伴）与云南省楚雄州永仁县三个村（中和镇支那村、永兴乡灰坝村、中和镇他的苴村），先后签订2018-2020（第一轮）、2021-2022（续签）两轮结对帮扶协议。截至2022年10月底，已累计提供150万元专项扶助资金。此外，集团旗下上海证券2022年与云南省临沧市耿马傣族佤族自治县建立结对帮扶关系，帮扶内容涵盖金融、招商、消费、生态等10个方面。

在本市农村综合帮扶方面，2022年度集团划拨金山区农村综合帮扶专项捐赠资金500万元，以增强“造血”功能为目标，支持相关项目建设。

（二）消费帮扶，助力农业发展

2022年，百联集团充分发挥旗下商业网点规模优势，选取帮扶地区特色优势资源，广泛开展农产品产销对接活动，促进当地农业产业化标准化发展和提升产品知名度，为探索农业发展的可持续之路与助力乡



联华爱心助农帮扶车

乡村振兴积累经验。

一是举办农产品展销会。1月24日至2月6日，“杭阿情深—阿克苏好礼”年货节活动在杭州的60家联华股份门店举办。联华股份联动新疆果掌门农业、阿克苏枣花蜂业等十余家阿克苏本地电商企业，在线上对阿克苏产品进行统一展示促销，将更多的阿克苏好产品带给消费者，促进“疆果东送”。

二是通过采购，解决受疫情影响的滞销农产品。百联集团工会动员下属各级工会组织通过“以购代捐”“以买代帮”等方式，多批次采购永仁县水果、菌菇等农副产品，力促困难群众稳固脱贫增收；针对上半年上海疫情期间金山区农产品滞销问题，集团推进旗下联华超市与金山区属地加强农超对接，统筹全区334家蔬菜生产规模化基地、种植大户等资源，通过统一价格、统一质量、统一配送，兼顾速度、食品安全、防疫安全等方面，用最短时间将新鲜蔬菜送上市民餐桌；河南商丘市永城市陈集镇数千吨蔬菜因疫情无法运出，在河南各级政府的协调帮助下，联华股份分批收购商丘市永城市陈集镇的8000吨蔬菜，帮助农户解决滞销问题。

（三）产业帮扶，培育地方特色

集团根据支援地区产业特点，发挥旗下企业产业优势，搭建平台，积极开展对口产业项目援建。为助力云南省永仁县实现“加强劳务协作和稳岗就业”任务目标，集团旗下百联股份启动“一针一线”公益项目，通过免费提供场地，为“滇绣入沪”搭建推广展示平台。3月8日，合作签约暨启动仪式在南京路步行街上的第一百货商业中心举行，现场展出近百幅云南绣娘的滇绣作品并提供销售；此外，百联股份积极探索构建贯通下游零售端到上游本土原创设计的全产业链，为“滇绣”产品走出大山开辟“销”的通路，让云南绣娘不离土不离乡实现脱贫致富。



第一百货滇绣展

集团旗下上海证券作为持牌金融机构，将乡村振兴工作与服务绿色发展国家战略相结合。公司开展绿色发展理念培训，为耿马县全域绿色发展提供理论指导；为绿赛可新材料（云南）有限公司等企业提供绿色投融资规划服务；发动客户网络、股东资源和社会媒体渠道，通过互动小游戏等方式，对耿马县珍贵树种——国家一级保护植物铁力木保护区开展生态帮扶。同时，主动搭台，协助耿马县开展招商引资；探索推动白糖交割仓库建设，做精做深耿马县核心产业甘蔗产业链；开展“保险+期货”帮扶模式，助力农户抵御市场价格波动风险。



疫情期间上海证券携上海市黄浦区、崇明区青商会与耿马县企业家开展线上沪滇企业家培训交流活动



上海证券指e通APP上的种树小游戏，完成游戏种植将获得奖品并以客户名义种下一棵珍稀铁力木树苗

此外，集团下属全渠道助力县电商公司通过i百联平台上线销售产品，拓展新的销售渠道。同时，商投公司党总支对接云南省永仁县开展产业项目援建工作，包括：2020年支援永仁县永兴乡灰坝村黑山羊养殖项目10万元；2021年支援芒果交易市场建设项目10万元；2022年支援永兴乡灰坝村委会机耕路桥梁建设项目10万元。

（四）教育帮扶，助力多维赋能

集团教培中心发挥职业技能培训资源优势，产教融合开展教育帮扶。近几年，下属上海市现代流通学校不断优化职业技术专业人才培养方案，针对沪滇两地在教育模式、教学程度上存在的差异，专门开设“云南班”，并配有专门的老师进行课程授课，帮助学生把基础打好，更快地跟上教学进度，在学习上实现“无缝连接”。除了免除学费外，学校还为云南学生提供生活用品（床上用品、个人洗漱用品）、书本费、体检费、保险费、校服费、医保费、活动费、个别特殊贫困学生的资助费用。



云南学生参观英雄英雄纪念碑

同时，教培中心利用新型电商直播短视频等数字化全链路方式，有的放矢，服务电商从业人员和云南学子。坚持“直播+电商+公益+扶贫”人才培养模式，力推电商运营、新媒体运营、短视频编



上海证券捐建勐简、勐撒两镇幼儿园活动场地及文体活动设施

导、摄影剪辑、线上直播和实操实战等数字化项目，以“实训+实战+双创”为人才培养体系主线，从渠道、营销、供应链到课程、师资、项目等多个维度赋能，融“教”“学”“练”“赛”为一体，整合校企合作优势，精准对接企业岗位技能要求进行实训实战，解决行业企业用人需求和转型赋能需求。

此外，上海证券针对耿马县地处边陲、少数民族多、文化差异大、学校基础设施较差的情况，通过红十字会开展公益捐赠，援建勐简中心幼儿园和勐撒中心幼儿园户外活动场地建设及文体设备购置，提升教学条件，解决了440名幼儿一直以来无户外活动场地、设施的难题，有效提高了耿马学前教育办学水平，让孩子们能够开心上学，家长可以放心工作。

在消费帮扶方面，截至2022年底，集团系统企业通过各种渠道开展永仁水果采购金额共计349.7万元，其中与对口地区直接联系采购达到348.5万元；上半年上海疫情期间，联华股份共计采购36.1吨左右的金山青菜、韭菜、杭白菜等14个蔬菜品种，采购青浦练塘茭白36.6吨，采购南汇玉菇甜瓜、南汇西瓜270吨左右。联华股份分批收购商丘市永城市陈集镇的8,000吨蔬菜，在上海400多家世纪联华及联华超市直营门店进行销售。

在产业帮扶方面，百联股份借助本土原创设计力量，为滇绣嫁接更多的时尚元素和现代审美意境，并持续探索非遗文化融入时尚产业的可持续发展机制。上海证券面对疫情等不利因素，积极开展线上培训，面向耿马县当地企业家共57人次开展培训，帮助他们了解绿色发展相关知识和经济趋势，分析未来发展机会；通过向耿马县企业普及绿色发展知识，提供绿色投融资规划，提高当地绿色发展水平；在保护铁力木树种的活动中，共有6,800余名上海证券APP活跃用户参与（截至2023年4月2日），有效提升社会对珍稀树种及生态环境的保护意识，树立云南绿色品牌。

在教育帮扶方面，上海市现代流通学校先后招收近500名云南学生就读物流服务与管理专业（上海市示范品牌专业）和电子商务专业（上海市品牌专业）。同时，对资助的学生减免各项学习和生活费用，提供实习就业机会，助力实现“职教一人、就业一个、脱贫一家”。2022年上半年，集团下属教育培训中心、上海市现代流通学校、上海百联职业技术学校主动与云南楚雄州永仁县和云南保山市沟通联系，制定了以“滇货名品 直播带货 技能立身 振兴乡村”为主题的电商人员直播技能培训方案，根据学员需求和农



帮助云南学员“云品出滇”

产品特点，设计课程、选定货源，为当地近100名电商从业人员开展为期20天的电商直播带货技能专题培训，助力巩固脱贫成果、实现乡村振兴。参加培训的学员纷纷表示，通过此次线上线下相结合的数字化全链路技能培训，学到了系统化的直播业务基础知识，学会了直播运营策划文案的撰写，掌握了直播运营的技能，了解了直播运营的数据分析。云南省楚雄州永仁县县委常委、副县长张剑表示，百联职教举办的数字化电商直播带货专题培训，破解了因疫情影响而导致的农产品滞销难题、促进了永仁县乡村经济依托数字化转型升级、赋能了农村电商产生积极影响，助力实现了永仁的“云品出滇”，为乡村振兴提供了有效衔接。

百联集团依托自身产业优势认真落实东西部协作和本市农村综合帮扶工作，在此过程中积累了宝贵经验，也取得了一定的成效。今后，百联集团将继续以高度的政治担当和强烈的社会责任感持续推进各类帮扶工作，探索创新优化方案，构建多样帮扶模式，提升帮扶工作的针对性、持续性、创新性，形成百联特色；同时，集团也将继续利用产业优势搭建沟通合作的桥梁纽带，并通过政策互通、资源共享、平台共用，优势互补、互惠共赢，构建起全方位、多领域、深层次产业协作的新格局，推动乡村振兴高质量发展。

02 一刻钟生活圈建设

一刻钟社区生活圈以满足居民日常生活基本消费和品质消费为目标，形成多业态集聚的社区商圈，助力畅通城市经济微循环，是满足人民群众日益增长的美好生活需要的重要举措。2021年，商务部等部门印发《城市一刻钟便民生活圈建设指南》，提出“推动科学优化布局、补齐设施短板、丰富商业业态、壮大市场主体、创新服务能力、引导规范经营，提高城市便民生活圈服务便利化、标准化、智慧化、品质化水平”。2022年，上海市发布了《上海市15分钟社区生活圈规划导则（试行）》文件，明确了15分钟社区生活圈标准，聚焦居民日常“衣食住行”，形成社区生活圈规划和建设标准。

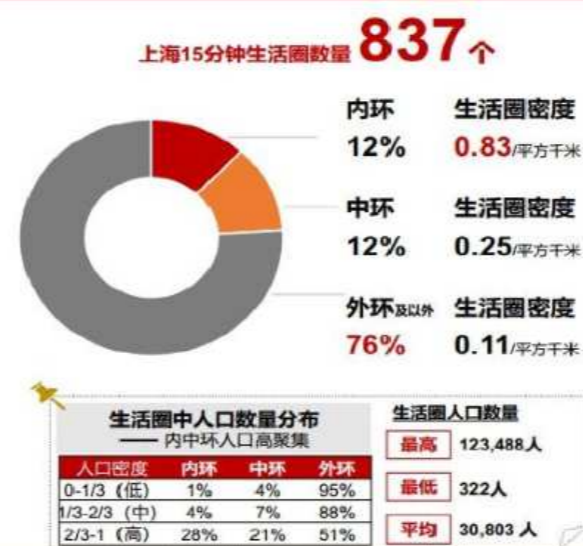
（一）调查研究，制定解决方案

2022年，百联集团、上海市商务发展研究中心联合发布《2022年一刻钟便民生活圈社区商业发展报

告》，通过对社区商业发展环境与政策进行研究、分析未来社区商业趋势方向，分析对标国内外先进企业、梳理潜在发展机会点，研究11大社区业态、2大标杆社区并实地走访等方式，构建大数据生活圈模型，将上海地区划分为837个碎石型一刻钟生活圈，其中，中内环数量99个，占比12%，生活圈密度约0.83个/平方千米；中环98个，占比12%，生活圈密度约0.25个/平方千米；外环及以外640个，占比76%，生活圈数量最多但密度最为稀疏，约0.11个/平方千米。

其中，百联在上海约2400家零售门店，线下门店已覆盖超80%生活圈，为构建民生保供网络提供了重要支撑。基于百联的基因，百联将与居民共创和谐友好的便民生活圈，让消费者共享美好生活，包括：具有“人情味”的人文型社区购物中心/邻里生活中心，“利于民”的结合商务与政务的OMO多元服务融合本地生活APP，充满

上海15分钟生活圈数量与分布



注：各环线区生活圈密度 = 各环线区生活圈数量/环线区面积

上海15分钟生活圈

“烟火气”的生鲜加强型超市，“新奇特”的国潮新型便利店，以“大健康”为概念的新型药店、“老字号”专业眼镜店等，成为社区发展中的“组织者”与“参与者”，与当地居民和商家共创美好社区生活。

（二）业态实践，打造便民生活圈

从2019年开始，联华超市开始升级转型，定位于以社区家庭为核心客群，主要满足社区家庭的日常消费需求；围绕社区周边进行门店选址，主打中端社区超市市场，拓展中高端社区超市市场，打造更年轻化、高品质、数字化的新型标超。2022年，联华进一步围绕15分钟生活圈，加码近场业态，兼顾消费者民生及个性化的近场需求进行布局。9月，以新闻店为代表的社区生鲜店3.0（精选版）上线。3.0门店进一步提升生鲜深加工经营能力，增进品牌焕新更新迭代，体现出生鲜标品化、商品精选化的特点，新品占42%，进口商品占30%。重视关联商品，并形成门店小生态经营。迎合年轻群体喜好升级商品品质、场景设置和格调，得到更多消费者认可。

作为距离消费者最近的超市渠道，联华不断加

快新型生鲜超市的拓展和传统超市的转型，提供更优质的商品和服务，满足市民的日常品质生活及便捷补给，进一步扩大“15分钟社区生活圈”覆盖规模。

百联股份则丰富十五分钟便民生活圈外延内涵，打造社交可持续空间。为建设十五分钟便民生活圈，专设“商业+社区”产品线，以百联曲阳“邻文化”和百联西郊“超级能量场”标杆店项目为抓手，重点关注社区消费。

百联曲阳致力于带给消费者“真实邻里”的互动感，围绕社区生活多元化特点，打造“邻”品牌系列，推动商艺、平台、党群多元融合。“邻剧场”以文化演艺为导向，缔造“一张戏票，逗留一天，吃喝玩乐一站式体验”的生活方式。“邻空间”将“五星会客厅”“呈康体育”“大众书局”“红星电影”“邻剧场”融合，形成共创共享的文化空间。党群“邻聚里”以家庭概念凝结社区组织发展合力，为居民提供家门口的暖心服务、社交体验和组织共建。同时，门店不断优化业态布局，构建打造“社区+文化、亲子、运动”等多元功能，并通过“绿化小景”“阅读加油站”“社区会客厅”等强调社区融合，提升体验。



邻空间生活圈

百联西郊于2022年6月闭店改造，将通过“健康、活力、可持续”的消费文化、品牌业态组合和主题空间场景的深度运营，为消费者构筑聚合理想生活、缤纷购物、多元体验的“超级能量场”。公司将生态优先、绿色低碳的高质量发展理念融入“规划-设计-建设-运营”全生命周期中：一方面，建设数字化能源管理平台，实现数据采集分析、优化策略的功能，达成节能降本、人效提升、管理规范的目标；另一方面，从社区营造、开放空间打造、可持续建筑材料使用、高效机房应用、环保步行生活圈、邻里关爱等多维度出发，通过建筑、室内、景观、服务功能一体化的规划策略，实现消费可持续。



百联西郊购物中心开放式社交空间效果图



联华新型生鲜超市试点门店



百联曲阳购物中心“邻空间”

03 绿色低碳

百联集团深入贯彻绿色环保理念，积极践行绿色可持续发展战略，创造更美好的生活环境。

（一）绿色运营

2022年，百联集团完成市商务委下达的年度节能降碳考核目标，加强对重点用能单位的双控目标考核。旗下联华股份 2022年耗电量同比2021年下降9.5%，单位营业面积温室气体排放量同比2020年下降6.5%，单位营业面积耗水量同比2020年下降10%。在节能方面，联华采用智能化控制系统控制冷链系统压缩机、冷柜防露系统、三相电力负荷平衡性、试点低功率高光效的线槽灯管、改造冷冻系统等；在垃圾回收方面，实现100%门店垃圾分类，确保可回收材料100%被回收利用；在绿色物流建设方面，采用节能型制冷压缩机组、主动节能模式的自动分拣流水线、照明采用LED节能灯具、测试使用新型保温箱等；在门店端提倡电子DM海报。百联股份积极创建绿色商场，包括：一百商业中心、西郊购物中心、金山购物中心、滨江购物中心、世博源、青浦奥莱、南方购物中心等。

此外，为提高用能效率，同时响应市政府各区对能耗监测的鼓励，2016年以来百联物业进行了企业级建筑能耗监测平台建设，目前已接入7个物业的能耗数据，共计1243个计量点位，通过能耗监测平台可对设备信息深度分析，反映设备即时使用性能，大幅提高设备寿命，降低设备运维成本，同时通过数据分析和平台数据的价值，挖掘建筑的节能潜力，完善节能管理模式，达到智能化管理、节约能源的目的。本项目得到市政府及专业单位的高度认可和评价，获得上海市信息发展专项资金（智慧城市和大数据发展）支持单位，获得专项资金140万元，其中两个物业的数据和分析等被上海建科院的“十三五”国家重点研发计划项目纳入全国绿色建筑大数据管理平台。

参与浦东商务委商业行业节能专项资金申报，两购物中心获得10万元定额奖励。

百联集团鼓励员工增强责任意识和环保意识，从细节入手，节约用电，用水，并推行无纸化办公，加强节能环保宣传，同时在员工食堂，开展“光盘行动”，通过用餐公约，提升节约意识，杜绝粮食浪费，培养员工低碳的办公、生活习惯。

（二）绿色消费

在绿色供应链建设方面，联华超市深耕基地直采，探索更精、更细的供应链体系，提高农产品品质。致力于提供绿色服务，包括但不限于在商场设立绿色产品专区或专柜，为消费者购买绿色产品提供方便。对于商品品质，从最初的源头产地，到最后的上架销售，联华都会进行层层环节把控。从基地直采供应商的选择和检验上，要求基地具备种植、生产、加工及营销能力外，种植规模达标，生产也需形成一定标准化、规模化，商品符合联华采购要求。

2020年，百联集团与崇明区政府签署战略合作框架协议。在集团战略部署下，联华和崇明区共同打造“崇明优品”农产品品牌，已对接 20余家位于崇明的基地，进行商品直供，品类涉及蔬菜、水果、肉禽蛋、水产、大米，为消费者的一日三餐准备周到。联华推出的“联华质造”崇明老农菜，坚持“当天采、不隔夜”的理念，提供给消费者严选的自有品牌商品，深获消费者信赖。



“联华质造”崇明老农菜自有品牌商品



好美家参与绿色家电示例

此外，百联积极开展“绿色、环保”公益主题活动。与商户定期开展“废品利用DIY课堂”等，倡导市民保护环境、低碳环保等理念。同时，联合商户积极传播绿色消费、环保节能的理念，引导科学、适度、可持续的消费行为。上海29家世纪联华门店共同响应“地球一小时”全球节能活动，晚上20:30在不影响顾客购物和确保安全的前提下，各部门默契配合，伴随着熄灯倒计时，卖场关闭了非必要光源及店内外非主要招牌光源；同时邀请顾客一同参与熄灯一小时活动。

集团旗下好美家装潢建材有限公司通过工业化、标准化、智能化、数字化改造优化工序流程，使用低碳低耗装饰材料和可回收再生材料，采用“装配式”施工模式等，以更明确的实施路径，更专业化和规范化的管理流程，践行ESG行动目标及气候变化相关的管理实践，助力“双碳”目标的实现。

（三）绿色金融

2021年上海证券债券主承销项目“临沂城市发展集团有限公司2021年非公开发行绿色公司债券”顺利发行18亿元，在中证协公布的年度绿色公司债券总承销发行金额榜中，名列第18位。

04 社区服务

百联秉持社会责任理念，致力于为社区的可持续发展 and 居民的福祉做出贡献，联合旗下公司，聚焦人民需要，开展多样化社会责任项目，助力人民美好生活。

（一）青少年教育

百联股份构建以青少年教育为主线的公益体系，为增进市民幸福感和推进消费可持续贡献力量。在已打造“南京路青少年行走课堂”、建设上海市青少年社会实践基地的基础上，2022年，百联股份进一步推出“百联小红车”公益品牌：在大流量门店搭建“百联小红车爱心小屋”，以交互打卡的形式展示多项青少年成长公益项目，提升宣传曝光；携手上海自然博物馆、非遗传承人及中国航天ASES，开展百联自然趣玩屋、花漾剪纸体验课与太空梦想家线下公益课程。未来，公司将继续聚焦青少年知识分享主题，开展“百联小红车漂流图书馆”公益项目，已策划近40场/年的商场图书交换流转活动。

案例：“小红车公益计划”

7月，百联股份“小红车公益计划”在第一八佰伴正式启动。上海市精神文明办、百联股份、上海联劝公益基金会、公益项目代表等多方人士共同参与启



百联小红车联动联动公益平台发起互动捐款

动仪式。现场温情涌动，不少小朋友主动带路，兴奋地拉着家长一起捐献爱心，并合照留念。

长期以来，拥有多元优质商业资源的百联股份，积极推动公益事业发展，践行企业社会责任。“小红车公益计划”以商业空间作为连接消费者、公益机构等多方公益力量的平台载体，携手开展“零距离”“可交互”“有趣味”的公益展示与体验，打造沉浸式的公益场景。以公益小红车作为爱心载具，使其成为承载着爱与希望的灵魂推手，引发公众对“身边公益”的关注、体验、信任和参与。小红车爱心小屋已落位于第一八佰伴、百联又一城、百联南方购物中心三家门店首层的流量点位，可定期与公益平台合作，更新捐助项目，顾客可在小屋内了解并现场参与募捐。

本次“小红车公益计划”所得善款将悉数汇集成公益暖流，汇入“雀亦锵锵”项目。这些款项将用于协助14-28岁热爱绘画的残障青年们开发和销售画作衍生品，在带来持续性收入的同时，帮助他们更好地融入社会生活，托举对未来的希望和梦想。

小红车的公益之心并不拘泥于爱心小屋的形式，在第一八佰伴一层，由奥地利多学科设计师、艺术家Jan Dornig设计的“爱·万花筒”化妆品回收艺术装置也吸引了许多爱美、环保公益人士的目光。携带任意品牌化妆品塑料包装即可投入回收箱，为公益环保行动助力。

（二）适老改造

好美家积极服务“旧区改造、存量提升”为核心的城市更新项目，进驻曹杨社区、广灵一村等，针对改造后的整体装修升级，前置渗透提供陪同验房、预设方案、定制套餐、专属工程等服务，开发定制精准小户型产品，推出专项优惠套餐；开展“帮帮忙-红帽子便民服务”，提供即日送装、快修到家等舒心服务，对适老化改造需求，提供免费设

计、维修保养升级等项目，并针对银发一族需求，优化产品功能组合；携手科技助老志愿者总队“老小孩”俱乐部，联合第一医药、吴良材眼镜提供公益服务，为银发一族打造高品质生活；同时，参与上海人民广播电台《民生访谈》节目，分享设计理念和施工规范，普及装修知识和避坑攻略，服务响应社群听众。



好美家参与曹杨新村改造项目



好美家参与广灵一村改造项目



好美家“劳模服务创新工作室”学雷锋办实事





百联集团与美团启动“同舟守护1m²”活动

（三）服务一线工作人员

2022年，百联集团与美团集团携手在杨浦区百联又一城购物中心南广场启动“同舟守护1m²”骑手抗疫补给驿站首个站点。

面对新冠疫情和寒潮的双重考验，上海的外卖骑手群体受到了较大的影响。为积极响应市委市政府决策部署，积极贯彻关于相关行业稳岗留工有序运行的要求，让骑手们感受到社会各界的更多关心与支持，鼓励更多骑手留沪过年，保障一线骑手的配送安全，帮助骑手们强化个人健康管理，提升防护能力，百联与美团（上海）携手策划“同舟守护1m²”骑手抗疫补给驿站，在重点商圈等骑手集中的地方，免费为他们提供中药汤包、抗原试剂盒、N95口罩等抗疫物品以及牛奶、面包、方便面、火腿肠、饮料、护膝等生活物资，用融融暖意，拳拳爱心，传递正能量，体现

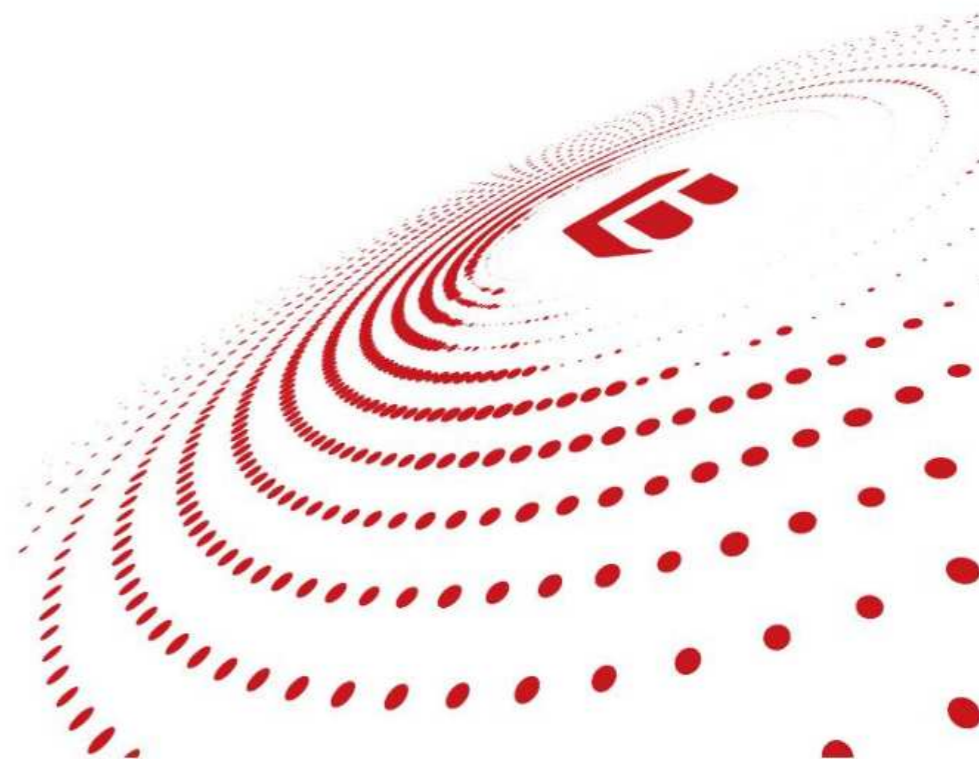
上海海纳百川、大气谦和的城市品格。活动现场，骑手们领取慰问品后绽开笑颜，纷纷表示有了补给驿站的保驾护航，他们能更好地奋战在岗，为上海的发展贡献力量。

此外，联华股份标超部分门店于2022年开始设立户外职爱心接力站，向户外职工提供休息，饮用水，餐饭加热等一些基本服务，2022年7月开展向户外职工夏季送清凉活动，赠送纯净水、盐汽水合计1350箱。

第三章 | 提质增效 构建一核三柱

ENVIRONMENTAL, SOCIAL AND GOVERNANCE
(ESG) REPORT 2022

百联集团以“让消费者更喜爱我们”为企业愿景，注重消费者反馈，始终将群众满意度放在首位，思考如何与时俱进地改革创新、转型发展，从民生需求中寻求挖掘新的增长点，满足新时代消费者品质化、个性化的消费需求，阐释“乐享美好生活”的品牌内涵。



01 业务发展

集团旗下商业零售企业抢抓疫情冲击过后的消费回补和重要节庆假期机遇，通过整合营销，吸引客流促进销售，强化线上业务，全面推广应用社群营销工具；三柱板块企业加大与商业零售的产业协同，洞察疫后市场契机，推动业务发展。

（一）核心主业持续提质增效

2022年疫情后，集团督促零售企业抢抓疫后消费回补契机，尤其是在三、四季度疫情仍持续波动、平均每日至少新增10家门店因涉疫暂停、最多时达30家的情况下，以集团系列整合营销活动为引领，带动零售业绩持续增长且增速超过社零，在疫后率先步入复苏。

第一，整合营销拉动销售。制订“十亿红包大拜年”等季度主题，按照“月月有重点”要求组织专项活动。不仅完成一季度开门红目标，而且在6月复工复产后，实现三、四季度连续增长。从实施举措来看，一是通过消费券，拉动销售。8家零售企业超1,000家网点积极参与“爱购上海”电子消费券活动，带动销售2.6亿元；集团自6月开展“18亿百联消费券”活动，带动销售4.55亿元（核销率（金额）5.6%）。消费券的领取率、核销率均较以往有所提升。二是探索事件营销，提升行业影响力。2档纳入全市特色活动（“百联之夜”“百联股份夜生活节”）；2档纳入各区精品活动（TX淮海“地壳活动”、第一百货商业中心“好市IN一百集市”）。同时，加强多业态异业联动，举办百联股份中法时尚之约等；联华第三季“点亮梦想晚餐”也获得更多目标客群认同。此外，TX淮海外广场巨型DISEL人偶首秀，也以争议性话题触发热议，开辟

另类话题营销新玩法。

第二，品牌推广带动流量。2022年共传播新闻报道3.7万篇、总曝光量超34亿次、触达人群超18亿人次，均创新高。从渠道来看，集团抓住新民晚报等纸媒和电视媒体，利用小程序直播、短视频等新媒体渠道以及KOL，并首次尝试在消费者中聘任“百联乐享官”参与探店、打卡，全方位做好品牌宣传。

第三，会员运营提升黏性。2022年末，百联有效会员超2,200万，全年消费会员766万，其中近70%（473万）为年内消费超过3次的活跃会员（同比增长13%）。此外，会员消费占比逐步提升（接近集团整体销售的50%），客单价持续增长（联华、i百联均有30%以上涨幅）。同时，社群快速增长，疫后规模较疫前增长近300%，兜荟团导购数超2.8万人（同比增长229%），社群私域会员54.4万（同比增长31%）。

第四，降本增效抵御风险。对照年初（0+12）预算，全年预计实现降本增效9.2亿元。其中，通过优化人员结构，推广灵活用工形式，动态推进聘用计划，节约人工成本4.8亿元。

案例：线下七日无理由退货承诺让消费者购物无忧

在上海全力打响“上海购物”品牌，推进国际消费中心城市建设的政策引导下，2019年以来，百联集团积极落实《关于进一步推动本市线下零售企业开展“七日无理由退货”服务承诺试点工作的通知》（沪商秩序〔2019〕230号）要求，结合自身的渠道优势和供应链资源在集团内大力推进线下“七日无理由退货”服务承诺。



七日无理由退货门店示例

截至2022年7月，百联集团在上海市内已有465家门店网点参与“七日无理由退货”服务承诺，覆盖了南京路、淮海路、陆家嘴等上海中心城区重点商圈和松江新城、嘉定新城等郊区新城。在上海市外，公司借鉴市内门店网点服务承诺的运营经验进行了有序拓展，如百联股份在南京、无锡、杭州、武汉、济南、长沙等城市的7家奥特莱斯门店也都率先提出了线下“七日无理由退货”服务承诺服务，具有引领性和示范性。

百联集团高度重视，将“推进线下‘七日无理由退货’服务承诺”作为集团提升服务质量的重点工作之一，建立集团联席工作会议机制推动相关工作落地落实。一是内容传达及时，百联集团第一时间将“七日无理由退货”服务承诺的内容及要求传达到集团成

员企业，引导旗下企业积极参与。二是责任归属明确，明确成员企业负责人是推动“七日无理由退货”服务承诺的第一责任人，务必加大工作推进力度，及时跟踪工作推进进度。三是坚持优化调整，百联集团指导各成员企业在原本的售后服务体系内，根据“七日无理由退货”服务承诺的内容，结合不同企业的经营实际和消费者行为特性，优化调整相关退货制度，简化服务受理流程，提升“七日无理由退货”服务承诺的可执行性，并根据消费者反馈

（二）三柱业务持续发展融入

第一，财富管理型券商稳健推进。上海证券财富、资管等业务持续拓展新渠道；自营、投行等业务优化资产配置和行业布局，实现组合收益率7%，远超市场基准；与23家金融机构签署SAC协议（注：期权类金融衍生品交易确认书），成功实现量化机构和资产落地。

第二，资产资本化证券化取得突破。从发行产品来看，百联金山、百联川沙发行上海市首单国企商贸零售行业权益型类Reits产品，发行规模21.06亿元，票面利率3.1%，刷新全国地方国企、商业不动产作为底层物业资产的类Reits项目的最低利率；北宝兴路624号类Reits产品已完成立项审批程序，报上海证券交易所并推进投资人路演募集；2021年发行的首期城市更新CMBS项目也在存续期管理中。

第三，基金规模持续扩大。百联新零售产业基金、中小企业发展基金完成实缴出资3亿元（规模超26亿元），年内投资12个项目、超3亿元；长沙乐和城项目并购基金、城市更新基金启动前期架构研究和预立项；新设华润大消费产业

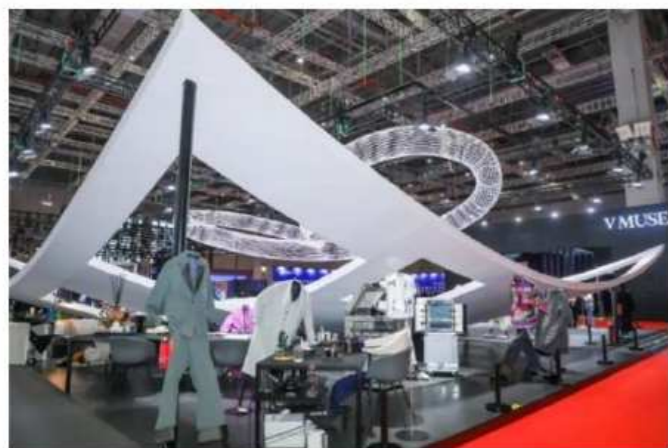
基金（规模超50亿元），主要聚焦时尚消费领域。

案例：百联首驻进博会消费品展区，呈现“城市-自然-商业-人”平衡进行态

第五届中国国际进口博览会上，百联集团首次在建博会5.2H场馆(消费品展区)亮相。此次百联Best-Links展台的创想空间，由百联集团整合供应链优势，呈献别具一格的艺术展陈创想空间，融合荟聚了来自百联国际供应链的全球好物，集中展现了百联进口商品供应链的建设成果。

“精英聚场”“十字街头”“森林秘境”与“海滩暖阳”四个主题艺术时尚场景，紧密呼应当下都市人自我选择、自如切换的心声。展台之上漂浮着一条“无限之环”，以灵动的姿态贯穿了都市生活的核心界面，呈现出一种微妙的视觉流动感；代表着城市生活动态平衡，体现着动态圆融的过程感与永续的探索状态。

展品选择上，the balancing拓展全球视野，汲取古今灵感，精选了20多个国家和地区的50余个进口品牌、近500个特色单品。百联旗下三联公司也将携老字号品牌吴良材、茂昌以及焕新品牌高择亮相“Best-Links”进博展台，带来自主研发的吴良材风格镜架、茂昌百年限定眼镜链、高择创新钟表和腕



百联Best-Links展台首驻进博会消费品展区

带等展品，在全球风尚的视野中，加入摩登海派元素。

百联旗下业态将在线下商业空间和线上渠道中，继续塑造具有生活气息以及灵感品味的消费场景，承载国际供应链资源带来的全球精选商品集合，成为“平衡进行态”生活方式的倡导者和引领者，让美好生活伴随消费者居家出行每一刻。

02 创新加速

百联集团围绕业态创新、模式创新、技术创新以及管理创新四大创新类型，全力推进创新工作加速发展，全面落地集团创新各项配套机制。

（一）全力推进创新，形成创新亮点

集团近年聚焦年轻消费客群，在存量百货的转型调改中充分践行商业空间策展化和主题空间延展化，充分赋能潮流风向标打造和消费高地建设。其中，TX淮海|年轻力中心聚焦“年轻力”，开创策展型零售空间，定义“年轻力中心”；百联ZX创趣场聚焦“次元文化”，专注Z时代圈层社交需求，上控动漫IP头部资源。此外，集团不断探索业态模式创新与迭代，先后推出新型社区生鲜超市、新型社区购物中心、新型药店健康小站、新型便利店，持续优化商品及环境，丰富线上线下购物体验。同时，围绕不断变化的消费者需求以及市场趋势，打造一系列特色商品和特色服务。

（二）健全创新体系，构建管理闭环

进一步完善创新全过程管理体系，总体把握发展方向、防范创新风险、构建创新管理闭环。

创新规划方面，构建创新责任传导机制，跟踪评价集团69项重点举措、52个项目的投入完成情况；阶段性评估方面，进一步明确和强调市场化评价，构建创新项目评估决策模型，细化21条评价内容指引；考核激励中，使用BSC工具完成创新项目跟踪体系搭建。同时，对存量创新项目开展再评估，明确后续实施路径。

（三）完善创新支持，促进业态创新

完善创新支持体系，形成基金孵化机制、跟投机制、赛马机制、容错机制、退出机制、创新评奖机制等，充分发挥机制创新对业态创新的促进作用。创新协作机制上，深化科创中心科技对业态赋能作用，深化商投资本对创新孵化项目赋能；创新孵化机制上，结合评估结果完善创新退出机制；创新人才培养机制上，开展创新理念培训、应用领域创新前沿课，明确“高精尖缺”创新人才引进培养与投入目标。

03 数字化转型

百联集团持续推进数字化战略，通过深化数字化商业系统的建设，深度推进商业零售行业的数字化转型升级和零售数字化科技创新研发、孵化和应用，致力打造一个面向未来、高质量可持续发展的数字商业体，赋能行业，促进共同发展。

（一）完善蓝图规划，深入数字化转型

2022年，集团完成“1+2+N”数字化蓝图规划，厘清了未来数字化转型蓝图和实施路径，并于9月进入实施阶段。联华股份围绕“一体、两翼、三线、四化”，与阿里、多点共同探讨全面数字化转型的规划方案，与唯智、安吉物流等行业头部企业研究物流数字化的规划方案，并初步形成蓝图及实施举措。百联股份聚焦“消费

者运营、数字化门店、商品数字化、数字化平台与底座以及应用迭代优化”等5个方面，制订项目分解目标和转型路线图，有序推进数字化转型。百联全渠道与华为团队共同研究科技服务型企业转型战略规划以及数据中台、数据治理、数据应用实施方案；设计基础设施上云迁移方案、云基础设施配置以及云平台方案。

（二）试水元宇宙，探索商业新可能

7月28日，“魔都激浪·百联cool夏潮流节”元宇宙活动在百联科创中心展开，与会嘉宾通过VR眼镜登录“元宇宙”虚拟场景，以“元宇宙”形象参与沉浸式体验。此外，百联集团联动旗下多业态推出系列主题活动，如：Meta联联数字藏品、联联云逛展厅、联华联藕抓抓乐等“元宇宙”创新内容，“世博源XR造梦空间”融合场景和数字，结合主题市集与展览演出，打造一场沉浸式“元宇宙”夜生活盛宴。

（三）上线数字平台，赋能零售新发展

全渠道正式上线“i百联‘Bigital’数字平台”，并联合上海数据交易所发行同款数字资产。“i百联‘Bigital’数字平台”是百联集团致力于让消费者乐享美好生活的数字科技平台品牌，经过近年聚力打造，已累积超过200T数据资产，包括400种用户标签画像（共计4,000多个标签细项）、超过15种机器学习算法；同时建设了覆盖会员、商品、供应链、停车、支付、线下触点等各种业务场景模型，可支撑各业务线的实时市场洞察、智能精准营销、个性化推荐和搜索

等，充分利用云计算、大数据、人工智能、元宇宙等新兴技术，打造拥有自主知识产权的共享业务中台和大数据平台品牌。



【i百联“Bigital”数字平台】数字资产示意图

04 安全建设

2022年，百联集团严格落实“疫情要防住、经济要稳住、发展要安全”的要求，紧紧围绕为党的二十大胜利召开营造良好安全环境，扎实推进防范化解重大安全风险工作，以生产安全、食品药品安全、信息安全为抓手，保持安全生产工作总体平稳可控。

（一）食品安全和供应商管理

集团和相关成员企业深入学习贯彻习近平总书记关于食品药品安全工作的重要指示精神和党的二十大精神，坚决落实市委市政府、市食品药品安全委员会、市市场监管局、市药品监管局、市国

资委及有关部门关于食品药品安全的要求，将集团安委会和食品药品安全委员会总体部署落到实处，坚持“四个最严”要求，坚决落实食品药品安全主体责任，不断提升食品药品安全治理能力和治理水平，攻坚克难，在全力保障防疫保供和复工复产的同时，持之以恒抓好食品药品安全工作，牢牢守住食品药品安全底线，保障消费者“舌尖上的安全”。

2022年，集团认真推进各项工作，风险预防能力进一步加强，全年未发生食品药品安全事故。一是强化了源头管理，完成供应商工厂审核96家，对5家不合格厂商采取了不予合作、整改复审的处置措施。二是加强内部管控，集团对包括门店、工厂、物流中心等在内的141家单位开展食药安审核，其中A级优秀单位占89%，同比提高了5个百分点，同时各级企业开展门店食药安检查合计2484店次，门店整体食品药品安全管理水平进一步提升。三是加大食品安全抽检力度，2022年政府监管机构监督抽检集团成员企业食品药品2536批次，集团委托第三方机构开展食品安全预防性抽检254批次，集团成员企业内部实验室检测和委托第三方抽样检测食品超10万批次。

集团旗下大卖场、标超、便利店继续将“守信超市”标准要求作为强化门店管理的抓手，加强日常管理，形成常态化管理机制，不断提升食品安全管理水平。2022年集团成员企业获市级“守信超市”6店（全市79家），市级“放心肉菜示范超市”1店（全市7家），2017至2022已累计创建市级“守信超市”145店（全市706家），“放心肉菜示范超市”27店（全市109家）。

2022年“3.15消费者权益日”期间，集团成员企业积极与市场监管局、相关协会联合，通过现场活动、海报、广播等形式，在经营场所开展消费者权益保护、

食品安全等科普宣传活动，提升消费者食品安全知识和维权意识。

案例：联华股份“3·15”活动

2022年“3·15消费者权益日”圆满落幕。活动期间，联华股份贯彻《中华人民共和国消费者权益保护法》《上海市消费者权益保护条例》等法律法规，严格落实门店经营者主体责任制定。各业态积极响应“共促消费公平”的消费维权主题，营造良好消费环境。

一是进行“3·15”主题宣传。各业态均制作了印有2022年“3·15”主题的海报和宣传板，在“3·15”活动期间布置于门店醒目位置。



位于联华门店醒目位置的“3·15”主题的海报和宣传板

二是通过线上线下进行“3·15”知识培训。联华股份安全质量部于百联i学APP上发布“3·15”主题宣传教育微课，对历年“3·15”案例进行归类分析并解析2022年“3·15”核心主题内容。截止三月中旬，共计3134名员工通过培训考试，促进全员都对《上海市消费者权益保护条例》等法律法规的认知和了解，同时加强疫情的防治工作，强化疫情防控工作期间销售食品的安全。



联华股份线下“3·15”知识培训，同时强化疫情防控工作期间销售食品的安全

三是进行“3·15”消费保障工作门店自查、各业态督查、安全质量部稽查。各业态门店在3月初自主开展相关的商品质量、卖场标识自查，对门店商品、标识和自包装商品重量进行“拉网式”检查，避免出现商品质量、标识等不

规范的问题出现。加强门店食品安全的监查力度，落实在售商品的安全销售及问题商品的及时处理。

四是做好门店消毒防疫及冷链防控工作。为确保消费者环境的安全，各业态于“3·15”前对所有门店和物流仓库进行了全面消毒清洁。



联华股份做好门店消毒防疫工作

全国各门店自主巩固加强疫情的防治工作，强化疫情防控工作期间销售食品的安全，保障全体员工和消费者健康安全，采取张贴抗疫宣传海报，严格落实从业人员防疫管理措施。坚持每日对招商区员工、门店内员工及入店顾客进店进行扫码，测温，口罩佩戴的提醒和督促，加强对门店环境、购物车、购物篮的消毒工作。做好每日记录工作人员的健康状况和核酸情况，更新门店消毒记录表及每日消毒POP日期员工防护用品佩戴检查。



联华股份全国各门店自主巩固加强疫情防治工作

总部对于“3·15”晚会曝光的老坛酸菜包在土坑腌制、禹州粉条木薯加玉米淀粉做成粉条问题，立即通知各店排查，对于被曝光企业生产的商品及时下架。同时，加强收货关的管理，把控好商品质量关。在联系供应商及生产公司，确认门店进货的商品生产地并非曝光生产厂家，并及时送检确认商品合格后，再发通知重新上架。

2022年“3·15”消费者权益周所有活动现已正式落幕，但日常维护商品安全工作依旧不可松懈。联华股份将在门店自主巩固检查和总部安全质量部抽查管理基础上，继续增加对门店和员工相关安全操作相关培训，进一步提高广大消费者的法律意识和法治观念，全力维护消费者合法权益，努力营造更为良好的消费环境。

（二）生产安全

按照市国资委2022年安全生产工作指导意见，百联集团切实构建“党政同责、一岗双责、齐抓共管、失职追责”的安全生产责任体系和领导干部安全生产责任机制，严格落实安全生产主体责任和全员安全生产责任制，推动制定各级党政领导班子安全生产“职责清单”和年度“工作清单”。

一是健全组织体系，强化责任机制。集团党政主

要领导对于安全生产工作高度重视，年初对集团安全生产工作提出了重要指示和具体要求，并在集团安委会扩大会议上，下达各项重要工作任务，要求创造良好的安全环境，确保集团高质量发展。年初，集团与下属16家二级公司、中心签订了《百联集团2022年度安全生产工作责任书》，明确了企业安全管理主体责任和全年目标任务，作为各个领导班子年末安全履职绩效考核的重要内容。

二是加大综合整治，着力风险防控。在克服全市疫情封控影响后，集团深入源头治理和风险控制，强化重要时段安全保障，集中开展隐患排查和问题整治，按照“四不两直”要求，深入商业网点、出租场所、施工现场等重点区域，开展春节安全检查、复工复产安全检查、工程建设安全检查、房屋安全隐患排查、五一时段安全风险防范检查、防台防汛安全检查、中秋国庆假期安全生产和疫情防控检查、二级企业三年安全生产工作巡查、“回头看”复查等常规检查、专项排查数十次，未发生包括人员伤亡和较大财产损失在内的安全生产责任事故。同时，严格消防安全管理，推进今冬明春火灾防控、夏季高温消防安全检查、燃气安全检查整治、电气火灾综合整治等。启动防台防汛安全工作。

三是深入推进《安全生产专项整治三年行动》巩固提升。按照《全国安全生产专项整治三年行动计划》和《百联集团安全生产专项整治三年行动方案》各阶段部署，2022年是集团深入开展安全生产专项整治三年行动巩固提升阶段和最后收官之年，集团持续动态更新问题隐患和制度措施“两个清单”，指导各成员企业巩固提升既有成效，深入攻坚破解难题，推动集团系统5个专项整治行动向纵深领域持续延伸、取得了一系列防范化解治理实际成效。

四是注重宣传教育培训，启动安全文化建设。

2022年，集团安全部和教培中心共同策划，确定了企业负责人安全生产专题培训、党政领导干部安全生产领导责任培训、安全管理人员复训换证等专题项目，推动了特种岗位作业人员持证上岗考核、新进员工安全岗位三级培训等岗位培训，严格坚守“持证上岗”和“先培训后上岗”原则。同时安全部制定了集团年度应急演练计划，推动企业开展一系列应急预案实战化演练。同时，启动集团安全文化建设，组织各成员企业推出标杆试点单位，通过安全文化的宣传、参与、教育和引导，把安全文化建设与安全生产标准化建设、专项整治三年行动、风险分级管控等专项工作置于同等重要位置，作为企业当前重点推进安全任务，探索构建以全员性安全价值观和安全理念、制度、行为、物质为核心的百联安全文化，进一步提高职工安全文化素质，健全企业安全管理制度，培养良好安全行为规范，形成特色鲜明的安全文化环境。

五是强化复工复产安全生产保障。按照市委市政府复工复产文件要求，集团统筹推进生产经营和疫情防控，集团安全部指导各成员企业落实疫情防控责任，强化复工复产安全保障，包括：加强员工健康监测管理，确保出入口健康检验全覆盖；加强生产机械、电气设施、特种设备、运输车辆等启用前的安全检测和维护保养，加强工程项目、出租场所、有限空间等重点区域和部位的安全检查；加强生产经营、办公楼宇等场所的安全消杀工作，做好24小时防疫安全监控；加强全体员工复工复产安全教育培训，落实岗位操作、特种作业人员技能审核，开展防疫、消防、用电安全宣传教育；加强服务保障工作，提升应急处置能力，确保口罩、手套等员工防护用品足额发

放到位。

(三) 信息安全

2022年，百联集团在网络信息安全方面良好履行国企社会责任，根据网络安全法律法规和上级监管部门要求，结合集团数字化转型实践，完成了一系列网络安全工作。

一是加强个人信息保护，落实法律法规要求。百联集团制定了系列数据安全规范，旗下全渠道公司针对一千多万“百联通”会员信息保护的主体责任，建设了加密、脱敏、审批和行为监测等一整套个人信息保护体系，应对来自内部和外部的安全威胁。

二是根据监管部门的要求，进行IPv6支持改造。集团官网和重要app完成了IPv6支持改造，包括百联、OK支付、指e通等。

三是规范互联网暴漏面管理，减小攻击面。集团对互联网暴漏面进行了梳理和从严管理，建立了

总部和下属单位互联网暴漏面管理和监控体系，形成了资产排查、漏洞扫描、安全通报、整改落实的全流程闭环管理工作机制。

四是加强应急演练和值班值守，保障关键节点网络安全。2023年党和国家重大活动频繁，春节、冬奥、两会，二十大和进博期间，互联网部根据监管部门要求，组织各二级单位，对网络环境、应用系统、敏感数据进行了排查，按照要求值班值守，保证了活动期间网络和应用系统安全平稳运行和信息安全。

五是疫情期间克服困难，保障信息系统平稳运行。旗下公司上海证券在疫情实施封闭期间，信息技术总部7名员工持续驻守机房长达60天以上，在特殊时期全力保障了公司信息系统的平稳运行，全年核心业务系统可靠性达99.99%。

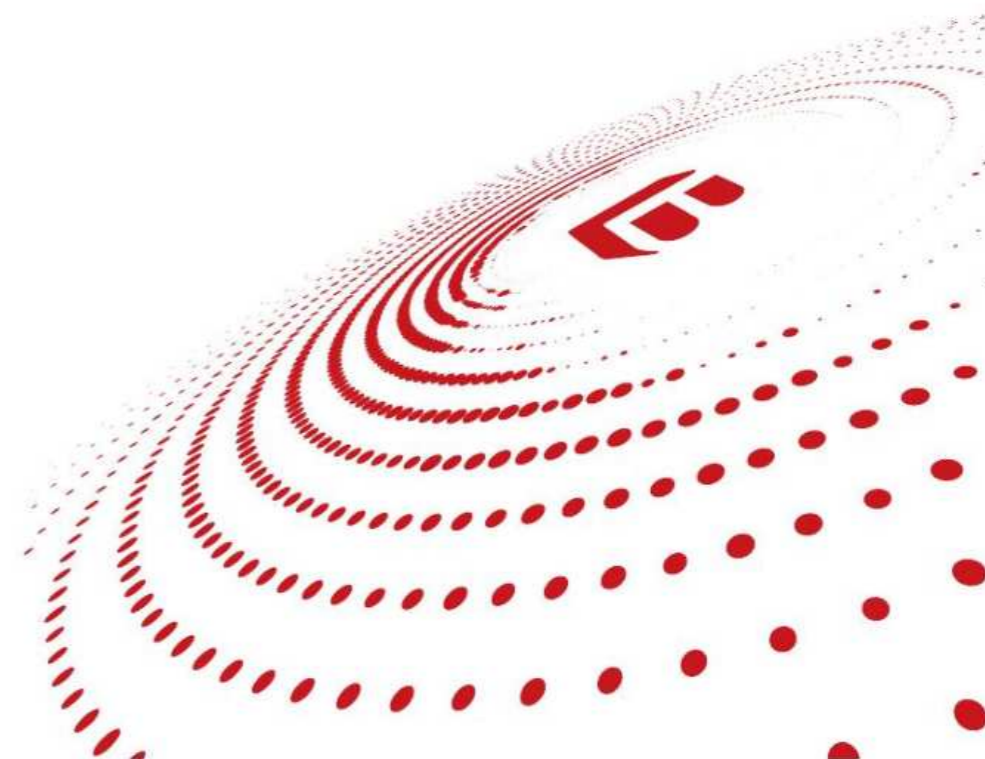
第四章 | 协同共进 提升员工发展

ENVIRONMENTAL, SOCIAL AND GOVERNANCE
(ESG) REPORT 2022

百联集团深入学习贯彻党的二十大报告对新时代人才工作提出的一系列新思路、新要求、新举措，重视人才培育发展，坚持人才第一资源，深化人才机制及人才队伍建设，干部人才担当力有新提升；坚持以文育人、以文化人，构筑共同信念；坚持为员工办实事、办好事。通过全面提高人才培养数量和质量，推动集团在深化改革增长创新发展的新征程上实现新的跨越。



2022百联集团安康杯安全技能比赛



01 总体概况

集团聚焦转型创新需要的核心能力，持续提升高级管理人员队伍的综合素质，初步建立起能适应完全市场竞争的组织体系。

（一）数据概览

至2022年底，集团在册员工数3.1万人，劳动合同全签订、社会保险全覆盖。

（二）持续推广市场化契约化职业经理人制度

集团深入贯彻落实国有企业“三能机制”改

革，坚持按市场规律对中层干部实行任期制和契约化管理。一是持续推进职业经理人制度。2022年新增4家二级公司，累计达11家（覆盖率85%），应纳入公司经理层任期制契约化管理范围的三级企业已实现任期制契约化100%全覆盖。二是持续推广合伙人制，联华股份在全国范围已覆盖557家标超门店，合伙人工超2400人，用更灵活的分配机制和培训赋能，帮助员工树立生意人理念，提升经营能力，门店员工统一以推动业绩为主导，形成更加积极、团结、高效的工作氛围，销售、人效、

指标	单位	2021年	2022年
在册员工数	人	3.4万+	3.1万+
劳动合同签订率	%	100	100
社会保险覆盖率	%	100	100
劳动合同占比情况	%	固定期限48.1 无固定期限51.9	固定期限45.6 无固定期限54.4
地区分布情况	%	上海市内55.1 市外44.9	上海市内56.4 市外43.6
性别分布情况	%	女性59.3 男性40.7	女性58.9 男性41.1
年龄分布情况	%	35周岁及以下21.5 36-50周岁63.8 51周岁及以上14.7	35周岁及以下20.8 36-50周岁64.6 51周岁及以上14.6
学历分布情况	%	硕士研究生及以上2.9 本科17.8 大专21.6 中专及以下57.7	硕士研究生及以上3.5 本科19.9 大专22.3 中专及以下54.3
员工培训投入	万元	1,486.88	1,194.55
累计培训人次	人次	超31.74万	超28.44万
人均培训时长	学时	线上11.18 线下15.49	线上23.89 线下8.08
参训员工占比	%	98.07	98.63

至2022年底，集团在册员工数据概览

利润均有15%以上的增长；第一医药年内启动合伙人门店试点，4家试点门店利润增长近20%，2.0升级门店年内拓展至20家。

案例：合伙人制，撬动联华超市改革转型的支点

2019年，国资委关于印发《中央企业混合所有制改革操作指引》。2020年，国企改革三年行动启幕。2021年1月19日，国务院国有企业改革领导小组办公室印发《“双百企业”和“科改示范企业”超额利润分享机制操作指引》——鼓励商业一类国有企业以价值创造为导向，聚焦关键岗位及核心人才，建立超额利润分享机制。在国家一系列的政策引导下，在百联集团党政班子支持下，2019年，联华正式上马“一把手”工程，即联华门店合伙人项目。

“联华不会让我吃亏的，公司让我做第一个吃螃蟹的人，我还是党员，那我去做就是了！”上海联华平阳店店长陈岚回忆当时联华领导找到她谈改革时的反

应，斩钉截铁地说。立下军令状，自己当“老板”，成为联华的合伙人，释放出联华“改革转型”的初始动力。2019年的一个春日，为了用心过好生活，联华平阳店的陈岚、沧源店的梁霆、景谷店的李文斌、航北店的黄永炜4个店长作为首批合伙人在联华总部会议室，紧张又激动地一一签下了“合伙”契约。

世界上没有两片一模一样的树叶，也没有完全一样的门店。为了让每一家合伙门店成功，联华开展了多样式的培训、传帮带、“手把手”辅导模式。例如萃取头部门店经验，引入外部讲师传授专业技能，打磨业绩提升方法论，以此树立榜样门店。又如，总部推出主打周末爆品样板推荐的“每周生意经”、树立优秀店长经验分享“每月业绩星”、主推四季大小区样板店的“每季大比拼”等强基础手



联华超市“合伙人制”改革转型

段。并辅以快速的沟通反馈机制和不断优化的考核体系，为每一家门店对症下药。

4年的改革实践，联华门店合伙人项目经历了推进初期的“简单相信”而加入，推进中期的“看见相信”而加入、推进后期的“业绩相信”而加入阶段，现在进入迭代创新阶段；建立了一个赋能、赋权、赋利的体系；建立了准入、退出、暂停机制，培训机制，沟通反馈机制三大机制；实现了员工认同、“绩效”文化、老板思维、转型增效、人才发展、数字化管控等多项初步成果。

（三）外引内培、梯队储备“十四五”规划人才

在2022年积极稳妥推进七项人才重点工程—5000人才目标。一是外引内培，及时补足核心岗位需求。聚焦“八大领域、37个核心专业岗位”，以外部引进和内部培育双轮驱动，岗位空缺率下降10个百分点。二是注入活力，培育高潜力梯队人才。针对往届雏鹰、高潜人才，组织实战岗位历练，跟踪绩效和留用动态。选育优秀年轻人才，印发《关于加快年轻干部培养使用实施办法》；针对2022届优秀毕业生，组织入职导航培训。启动集团首届管培生“星耀计划”，关注“数字化技术、数字化运营、创意与多元营销、商品与供应链和综合职能”等方向，通过制定专属培养计划，打造一支综合素养高、可塑性强的复合型管理人才队伍。

同时，组织开展技能大师工作室及首席技师资助申报，三联公司1名获评“首席技师”资助项目。自主开展职业技能等级认定，年内新增营销系列高技能人才1200余人。针对一线技能岗位需求缺口，发挥各二级公司技能人才培养分基地的主力作用，补足技能岗位需求缺口256名。

02 员工发展

百联集团通过梯队发展有序推进，持续夯实集团人才队伍建设；同时，加强劳模先进队伍建设，激励职工岗位建功；激励更多青年立足岗位、培育技能、发展成才。

（一）高潜力人才培养

根据“雏鹰——高潜——新秀”三支梯队体系，推进雏鹰、高潜学员“一人一方案”实战岗位历练，落实各期培育项目历练期满考核，全方位考察学员历练成效，通过学员职业动态跟踪，及时把握人才动向，完善人才库台账管理；针对集团系统招募引进的2022届优秀毕业生，组织开展入职培训，依托“集团总部+二级公司+三级企业”统分结合的多级培养模式，系统规划其引进、培育、职业发展的入职导航路径。

同时，启动集团首届“星耀”管培生项目：聚焦战略目标、赋能核心领域、注入新生力量，通过专属招聘、培养计划，致力打造一支综合素养高、可塑性强、定位于未来领导者的复合型管理人才队伍。

（二）劳模引领带教

百联集团积极发挥群团作用，员工队伍凝聚力有新提升。一是落实集团劳模先进队伍建设五年规划。二是发挥劳模先进队伍引领作用，开展劳动竞赛，激发广大职工劳动热情和创造活力，实现创新增效，促进经营管理。开展“开门红”“争当金牌团长·争创五星团队”“人人惠”等主题劳动竞赛，吸引近2万名职工参与，传播营销信息80余万条，完成订单数140余万笔，完成销售额超过4亿元。三是修

订出台《百联集团员工手册总则》。四是深入开展“为职工办实事优秀项目”评选活动，获得优秀项目奖12个。2022年，集团荣获全国工人先锋号1个，上海市五一劳动奖状2个，奖章4名，工人先锋号4个。

（三）技能人才提质扩容

三联公司王施平获评上海市首席技师资助，进一步发挥高技能领军人才引领示范作用；高技能人才培养基地落实用人单位技能人才评价主体责任，开展营销员（二级）培训3期、实施商品营业员（三级）直接认定1298人、试点企业人力资源管理师（一级）直接认定7人、参加“上海市第三届企业人力资源管理师（三级）职业技能竞赛”取证7人；二级公司发挥技能人才培养分基地主力作用，外引内培补足技能岗位需求缺口300余个。

案例：集团青年荣获第二届上海市青年技能大赛多个奖项

“奋斗杯”上海市青年技能大赛是紧密依托“号、手、队、岗、赛”五位一体的青年岗位建功行动体系架构，引领全市职业青年立足本职岗位、钻研业务攻坚、掌握综合技能、练就过硬本领、锻造过硬作风，展现上海职业青年建功新时代担当作为的一项全市性重要赛事。

自2021年7月大赛启动以来，百联青年乘风破浪、披荆斩棘，共有3位青年在网络直播大赛和国有企业新媒体创新大赛中站上决赛的领奖台，收获奖项。

在“闪亮星主播”——网络直播技能大赛中，来自全渠道的朱琼虹、宁梅一路过关斩将勇获佳绩。此次直播大赛分为线上海选、线下小组赛及决赛三场，共有百余名来自不同行业的选手参加。值得一提的是，线下赛与大家熟知的网络直播有所不同，选手提前一天通过抽签决定直播商品后，需在无观众互动的情况下，面对专家评委与大众评审，还原直播带货

的情形，且每位选手限时只有5分钟。有着丰富经验的两位选手在严苛的比赛条件下，展现出了良好的心理素质和扎实的专业能力。朱琼虹在现场连连“抛梗”，好不热闹。宁梅更是化身“助农大使”，以优美的歌声收获高分。两位主播的精彩表现在获得现场评委及观众认可的同时，更体现了全渠道在直播领域丰富的人员储备。

在国有企业新媒体创新大赛中，集团共选送了联华股份、全渠道、教培中心的5位选手报名参赛。经过初赛、复赛的层层筛选与激烈角逐，来自全渠道的范本思从120余名参赛选手中脱颖而出，闯入决赛并取得佳绩。决赛现场，范本思以《新媒体创新与电商》为主题，进行了5分钟的演讲。他以智能生活场景如何为消费者打造美好生活为切入点，阐述了新媒体改变了传统电商和用户的交流模式、新媒体消解了传统的空间观念等自身对于新媒体创新的理解，并向现场评委和观众展示了“i百联”平台如何通过新媒体创新，展现消费者生活之美的无限可能。

03 营造良好工作环境

百联集团坚信，提供一个积极、健康和充满活力的工作环境，对员工和企业的可持续发展都具有重要意义。集团倡导公平和尊重的工作文化，严格禁止任何形式的歧视和骚扰，并致力于推动多样性和包容性。集团鼓励员工发表意见和建议，建立积极的沟通与反馈机制。集团提倡团队合作和相互支持，建立彼此信任和理解的良好关系。集团将持续激励员工的工作热情和创造力，提高员工的满意度和忠诚

度，在实现企业可持续发展的同时，为社会贡献更多的价值。

（一）丰富员工生活

2022年，集团积极践行百联文化，使命价值感召力有新提升。制定《关于新时代加强和改进思想政治工作的实施意见》，深入开展“2022年集团文化年”活动，打造百联IP形象“联联”，开展“2022年集团职工文化定向赛”，推出“文化地标焕新之旅、摩登消费迭代之旅、滨江时空穿越之旅”3条百联文化之旅路线，在澎湃新闻形成620多万次点击量，有效提升百联品牌声量和品牌效应。

案例：开启文化之旅 踏上奋进之路 追寻城市之光

——2022百联集团职工文化定向赛开幕

根据“2022企业文化年”总体部署，集团联合澎湃新闻共同推出“魔都漫步：打卡商业新空间”活动，以职工文化定向赛的方式率先启动。11月18日下午，“文化之旅——2022百联集团职工文化定向赛开幕式”在有着“外滩第二立面”之称的百空间卜内门洋行拉开帷幕。

时空的穿越、空间的呈现、商业的魅力、品牌的主张……本届文化定向赛亮点纷呈。首先是文化线路精彩：用“文化地标焕新之旅、摩登消费迭代之旅、滨江时空穿越之旅”三条线路，汇集“一江一河两商街”沿线20家百联特色企业和20个海派文化景点，展现“老建筑、新功能，老商场、新业态，老码头、新未来”的独特魅力；其次是宣传推广多元：借助“澎湃新闻”平台打造线上线下、视频传播、音频导览、影像展览的多元化互动体系，实现数字化融媒体的应用创新；再次是职工参与踊跃：定向赛项目先后吸引了56支队伍报名参赛，结合市总工会“看上海、品上海、爱上海”主题活动，丰富了职工精神文化生活。

在工作人员的指引下，参赛队分批出发，沿着黄浦江畔苏州河边，伴随着悠扬浑厚的《东方红》钟声，参赛队员打卡了百空间、第一百货商业中心、联华超市、四行天地等一系列集团创新转型项目，感受百联新商业的魅力，进一步增进对集团创新转型成果的了解，增强建设“让消费者更喜爱我们”的文化自信，激发在竞争中勇于争先、敢于担当的昂扬斗志。



文化之旅——2022百联集团职工文化定向赛开幕式



文化之旅——2022百联集团职工文化定向赛开幕式

（二）提倡平等就业

百联集团积极践行企业社会责任，提供平等就业机会和待遇，其中一个重要措施是雇佣残疾人。2022年，百联共雇佣残疾人104人，其中：联华股份83人。2021年度，百联集团旗下：联华超市股份有限公司、上海联华超市嘉定有限公司、上海联华超市南汇有限公司、上海联华快客便利有限公司、上海联华永昌超市有限公司、上海世纪联华超市宝山有限公司、上海世纪联华超市宝山月浦有限公司、上海世纪联华超市虹口有限公司水电路店、上海世纪联华超市卢湾有限公司、上海世纪联华超市南汇有限公司、上海世纪联华超市杨浦有限公司、上海世纪联华淞南超市有限公司、上海世纪联华外高桥购物有限公司、上海世纪

联华西部商业有限公司宜川店、上海世纪联华西部商业有限公司中环路店、上海世纪联华御桥购物广场有限公司、上海百联百货经营有限公司、上海百联百货经营有限公司上海妇女用品商店、上海百联百货经营有限公司上海时装商店、上海百联百货经营有限公司中百贸易分公司、上海百联东郊购物中心有限公司、上海百联人力资源有限公司、上海百联食百鲜商业经营管理有限公司、上海百联西郊购物中心有限公司、上海协通百联汽车销售服务有限公司、百联集团置业有限公司、好美家装潢建材有限公司、上海好美家装饰工程有限公司、上海逸刻新零售网络科技有限公司等多家企业超比例安排残疾人就业。

同时，集团积极举措支持雇佣残疾人。一是创

建无障碍工作环境，提供适应残疾人需求的工作设施和技术，确保残疾人员工能够顺利开展。二是提供必要的培训和支持，帮助残疾人员工融入到工作中，并提升他们的技能和职业发展机会。此外，集团还密切关注员工福利，改善他们的生活质量。

案例：逸刻无声咖啡师项目



逸刻无声咖啡师项目

工作日早上，位于百联大厦一楼的逸培咖啡，一位顾客用手语点了一杯咖啡。很快，咖啡师安迪便制作出温热浓郁的拿铁，上面还有漂亮的拉花。类似的“无声场景”几乎每天都在这里上演，逸刻通过逸培咖啡为听障人士搭建圆梦平台，传递温情与正能量。

安迪是逸培咖啡聘请的首位“无声咖啡师”，国庆长假后正式上岗。在另外两位咖啡师的帮助下，她很快进入状态，每天制作近百杯咖啡。为了方便消费者与安迪沟通，逸培咖啡还专门在柜台放置了一个画有简单手语的示意图，上面描绘着“咖啡”“拿铁”等词汇的手语画面。消费者对安迪的手艺赞赏有加，双方的“无声互动”让逸培咖啡洋溢着醇香与温馨。

“我第一次来逸培咖啡店工作，感觉不错，和同事们合作很开心。”安迪用手语表示。据介绍，安迪几年前对咖啡产生浓厚兴趣，经过努力拿到国际精品咖啡协会SCA颁发的证书，成为一名专业咖啡师。她擅长拉花，“会做叶子、爱心、郁金香，目前正在努力学习做动物图案，希望可以带给顾客更好的体验。”

大爱无声，咖啡成为无声咖啡师与消费者交流的语言。逸刻一直倡导商业向善，开展公益，传递健康、可持续发展理念，首位无声咖啡师顺利上岗迈出了重要一步，未来将有越来越多无声咖啡师加入逸刻。

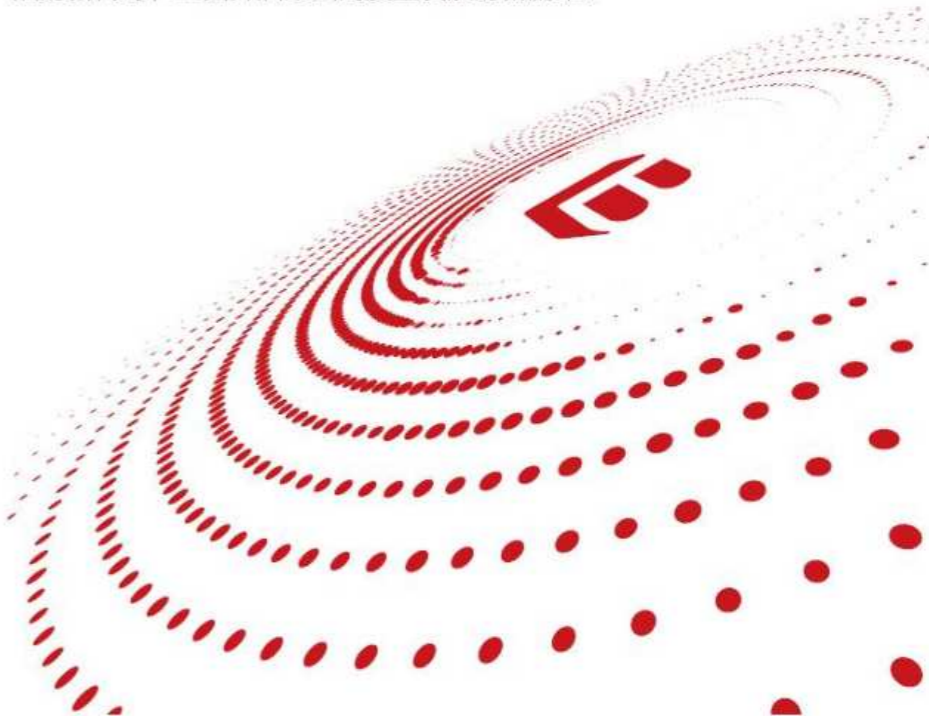
逸刻携手燕麦奶品牌OATLY发起无声咖啡师项目，分阶段对无声咖啡师进行培训，安排他们到试点门店实践，通过考核的优秀毕业生将根据实际情况安排到门店担任咖啡师、饮品师等工作，让逸刻成为传递温情与正能量的治愈空间，为听障人士提供更多培训及就业机会，为更多怀有咖啡师理想的无声咖啡师圆梦，为上海这座“咖啡之城”再添公益色彩。

展望 ZHAN WANG

百联的昨天，承载着厚重的红色历史，见证了上海的商业发展；百联的今天，正在全力以赴稳增长、疾蹄步稳促改革、聚力集团高质量发展和可持续发展的道路上勇毅前行；百联的明天，将朝着“创领消费时代、创新客户体验与创造员工价值，做优做强一核三柱商业产业集团”的目标阔步前进。

光荣与梦想，属于全体奋斗者，奋进新征程，百联正青春。2023年，是百联成立的第二十年。二十年砥砺前行，铸就了百联人与时俱进、改革创新的坚定与坚守；二十年风雨兼程，彰显了百联人攻坚克难、转型发展的事务与担当；二十年命运与共，凝结了百联人坚守使命、同心筑梦的信念与情怀；二十周年既是见证百联发展历程的里程碑，更实百联奋进新征程的新起点。百联人将不断展现新担当实现新作为，在更好融入、服务国家战略和城市大局中，特别在落实上海国际消费中心城市、一刻钟社区生活圈打造、民生保供等重大任务中切实彰显百联作为国有商业大集团的企业价值；百联人将始终以锚定做强做优的战略定力，不断构筑新动能构建新优势，夯实和增强高质量增长和持续发展的动能和后劲；百联人将始终以坚持实干争先的昂扬斗志，不断创造新业绩做出新贡献，着力在商业布局、产融协同、人才发展、能力构建、治理体系等方面实现新的优化和提升。

新时代的百联人，将接续奋斗、勇毅前行，以实干书写商业创造美好生活的新传奇，全面开启集团高质量发展的新篇章。



2022年度 百联集团获奖情况



《2022年一刻钟便民生活圈社区商业发展报告》

★ **6月**，百联集团与上海市商务发展研究中心联合发布《2022年一刻钟便民生活圈社区商业发展报告》。该课题已作为上海国资委优秀课题评选十强之一，荣获“2021年国资委系统企业优秀课题成果奖”。

★ **9月27日**，上海市“人民满意的公务员”、五一劳动奖表彰大会在上海展览中心隆重举行，大会以视频方式在全市各区设分会场，集团五一劳动将获奖集体代表和个人分别在主会场和丰汇行参会。集团获奖情况如下：

- 全国工人先锋号：上海百联沪通汽车销售有限公司销售部
- 上海市五一劳动奖状：上海百联金山购物中心有限公司、百联集团财务有限责任公司
- 上海市五一劳动奖章：李坚 上海世纪联华外高桥购物有限公司（世纪联华外高桥店）店长
- 茹煜晟 上海百联沪东汽车销售服务有限公司飞凡品牌站站长、车间经理
- 陈国亮 上海第一医药汇丰大药房有限公司天钥店店长
- 王如意 百联全渠道电子商务有限公司产品部

高级产品专家

- 上海市工人先锋号：联华股份营运中心（上海）卖场营运二区“浦东保供”团队
- 上海百联新邻购物中心有限公司（百联曲阳购物中心）社群营运部营销组
- 上海逸刻新零售网络科技有限公司逸刻市场营销创意团队
- 上海河岸商业开发有限公司四行天地共享客厅服务团队

★ **10月10日**，市国资委系统第二轮国企党建品牌发布会在上海展览中心召开，会上发布了“市国资委系统第二轮国企党建品牌”，包含100个“上海国企党建工作品牌”和100个“上海国企党建文化品牌”。

集团申报的6个党建品牌上榜。其中，上海第一医药股份有限公司党委“依心·到家”获评“上海国企党建工作品牌”荣誉称号；百联集团有限公司教育培训中心党委“百·联·红”、百联全渠道电子商务有限公司党委“企文共创坊”、百联集团有限公司人力资源管理中心党委“金手杖工作站”、永安百货有限公司党委“绮云红旗飘”、联华超市股份有限公司

党委“红色训练营”获评“上海国企党建文化品牌”荣誉称号。

★ **11月**，在上海国资企业思想政治工作研究会（上海国资企业文化促进会）开展的“2022年上海国企好新闻”评选活动中，集团宣传部积极组织选品推荐报送，经过专家综合评审，集团两部作品荣获“2022年上海国企好新闻”奖-集团宣传部采写的《百联TX淮海“野蛮生长”，年轻力请尽情DRAMA!》荣获文字作品类优秀奖，百联股份制作的《百联零售看百联》荣获影音作品类优秀奖。

★ **12月20日**，国务院国资委首次发布“地方国有企业社会责任·先锋100指数”，百联集团成功入选地方国有企业社会责任先锋100指数。

★ **12月**，《财富》杂志（中文版）发布2022年最受赞赏的中国公司榜单，百联集团有限公司荣登全明星榜。

绩效索引

(一) 响应联合国可持续发展目标 (SDGs)

联合国193个成员国于2015年正式通过《2030年可持续发展议程》，包括17个可持续发展目标 (SDGs) 以及169个具体目标。这些目标兼顾了可持续发展中经济、社会和环境三个方面，致力消除贫困、饥饿和不平等，提倡增强妇女和女童权力和能力，建立和平、公正和包容的社会，以及保护地球及其天然资源等。

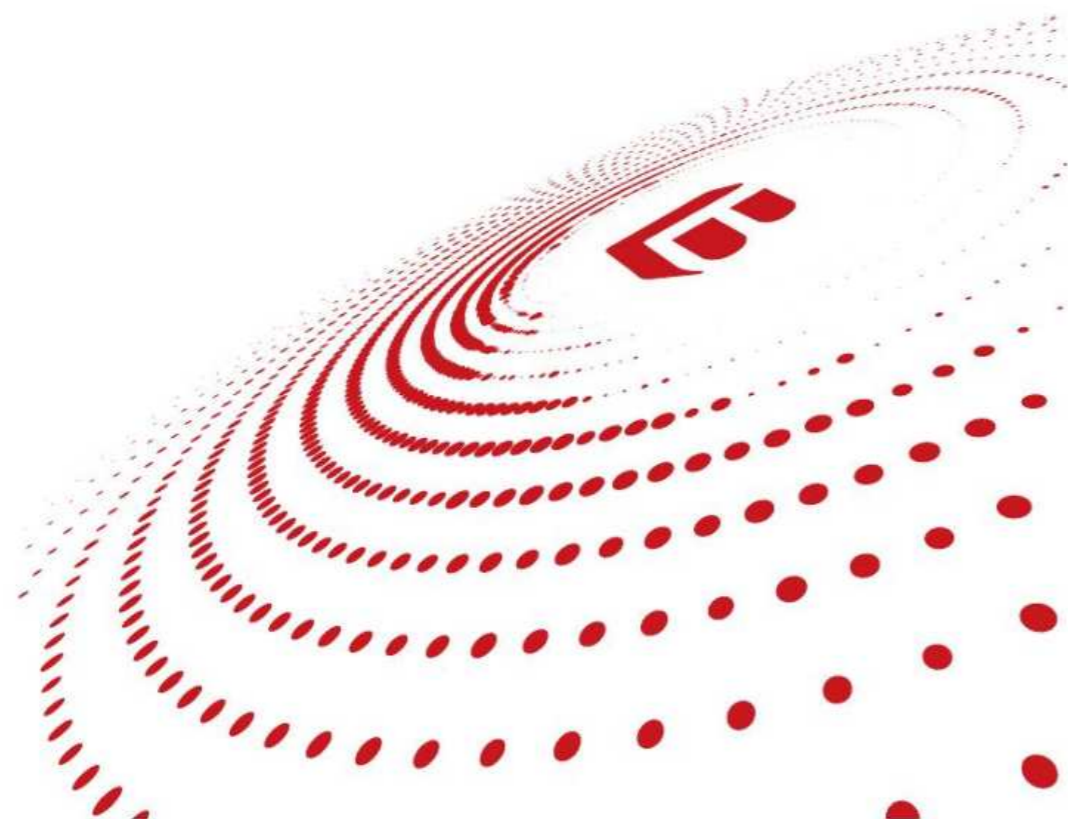
章节	响应的SDGs目标	目前进展
多措并举，推进公司治理		以党建为引领，坚持廉洁文化建设，保障公司合规运作，重视利益相关方的权益与诉求，聚焦重点任务，加强企业能力建设，完善战略保障体系
以人为本，助力美好生活		关注社区诉求，通过社会责任项目等助力美好生活，促进利益相关方与公司共同发展
提质增效，构建一核三柱		做强主业、优化结构，实现集团高质量发展和可持续增长，成为有市场竞争力的“一核三柱”商业产业集团
协同共进，提升员工发展		营造共筑信念、共聚力量、共促发展的良好氛围，增强公司凝聚力和向心力，与企业共成长、同发展

(二) 《中国企业社会责任报告指南 (CASS-ESG5.0)》内容索引

章节标题	对应CASS-ESG 5.0 指标
报告编制说明	P1.1-1.3、G3.7
高管致辞	P2.1-2.2
责任聚焦	G2.1-2.4、G3.2、G3.5-3.6
责任专题——疫情防控“百联二十四小时”	P3.1
走进百联集团	P4.1-4.3
第一章 多措并举，推进公	一、党建引领 G1.1、G1.3-1.4、G1.6-1.9
司治理	二、公司治理 G1.1-1.5、G1.10
	三、深化改革 G1.5
第二章 以人为本， 助力美好生活	一、乡村振兴 E4.1-4.3、V1.1-1.4、V3.1、V3.3
	二、一刻钟生活圈建设 V1.1-1.4
	三、绿色低碳 E1.1-1.5、E1.7-1.8、E2.1-2.3、E2.6、E2.14、V4.3-4.5
	四、社区服务 V3.4-3.7
第三章 提质增效， 构建一核三柱	一、业务发展 S4.3、S4.5、S4.7-4.8
	二、创新加速 V2.1-2.2、V2.5-2.8
	三、数字化转型 V2.1-2.2、V2.4-2.8
	四、安全建设 S3.1、S3.4-3.7、S3.9、S4.1-4.2、S4.6、S5.1-5.7
第四章 协同共进， 提升员工发展	一、总体概况 S1.1、S1.3-1.4、S1.8、S2.1-2.4
	二、员工发展 S2.1-2.2
	三、营造良好工作环境 S1.2、S1.6、S1.10-1.11
展望	A1
附录	2022年度百联集团获奖情况 G3.11
	绩效索引 A4
	读者意见反馈 A5

读者 意见反馈

ENVIRONMENTAL, SOCIAL AND GOVERNANCE
(ESG) REPORT 2022



尊敬的读者：

感谢您阅读《百联集团有限公司2022年环境、社会及治理（ESG）报告》。为提高百联集团社会责任履责能力和管理水平，持续改进社会责任管理工作及社会责任报告编制工作，我们诚挚希望您能够针对本报告提出相关意见和建议，帮助我们持续改进。

- 1、您对本报告的总体评价：很好 较好 一般 较差 很差
- 2、您认为本报告结构安排：很合理 较合理 一般 较差 很差
- 3、您认为本报告版式设计：很合理 较合理 一般 较差 很差
- 4、您认为本报告可读性：很好 较好 一般 较差 很差
- 5、您认为本报告是否提供了您想要了解的信息：是 一般 否
- 6、您认为本报告是否全面反映了百联集团在经济、社会、环境方面的表现：
是 一般 否

7、您对百联集团社会责任工作和本报告，还有哪些意见或建议？

.....
.....
.....
.....

联系方式：

百联集团有限公司

地址：上海市中山南路315号

邮政编码：200010

电话：021-63323636