

20
23

环境、社会及治理 (ESG) 报告

ENVIRONMENTAL, SOCIAL AND GOVERNANCE
(ESG) REPORT 2023





前言

Introduction

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，百联集团深入学习贯彻党的十九大及十九届二中、三中、四中和六中全会精神，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。

2023年，集团在经济逐步曲折复苏、实体零售持续承压、消费及投资信心仍待进一步提振的环境下，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。在战略发展方面，百联积极联动区政府，深化推进重点地标性项目及重点商圈内项目的更新开发工作。在经营增长方面，百联围绕细分客群需求，针对二次元群体打造了百联ZX创趣场成为主题商业样板；同时，各业态持续推进终端转型，如百联西郊升级打造社区商业标杆、大卖场转型社区邻里中心；着力引进全国首店27家和上海市首店26家，并开展新品首发活动359场；积极参与第六届进博会，打造可持续环保主题展台，牵头大型零售采购商联盟集中采购签约，合计金额约35亿元。在营销传播方面，围绕“季季有主题、月月有重点、周周有亮点”，把握百联集团20周年庆、第一医药70周年庆、三联结合茂昌100周年庆及永安百货105周年庆等节庆契机，结合文化、艺术、科技、City Walk等市场热点，由集团统筹规划、搭台造势，二级企业为市场主体，合力推进“1+5+6+N”全年整合营销计划，全力参与市级促特色消费、重点标杆IP组织活动，全年共计组织营销活动800+场，进一步丰富上海市民生活，助力上海经济增长！

目录

Table of contents

前言	02	第二章 聚焦人民城市, 构建服务美好生活
目录	03	一、赋能乡村振兴
报告编制说明	05	1. 强化责任担当, 深化结对帮扶
高管致辞	07	2. 助力农业创收, 开拓消费帮扶
责任聚焦	08	3. 弘扬地方特色, 推进产业帮扶
利益相关方沟通	08	4. 保障绿色发展, 全面生态帮扶
		5. 赋能人才建设, 强化教育帮扶
走进百联集团	09	二、构建一刻钟便民生活圈
一、企业文化体系	10	1. 点面结合, 深入一线调研
二、品牌传播		2. 内外结合, 形成百联方案
1. 品牌CSR项目传播	11	3. 试点落地, 逐步推广复制
2. 第二季“美好生活乐享官”招募	11	4. 服务提升, 丰富居民需求
3. 品牌公众号&视频号“上海的摩登与市井”	11	5. 便民惠民, 交出百联答卷
4. 联联IP系列视频及表情包	12	6. 网点覆盖, 基本形成百联生活圈
三、2023年大事记	13	7. 构建平台, 打造百联“15LIFE”品牌
第一章 坚持党建引领, 提升公司治理效能		8. 服务社区, 践行百联社会责任
一、党建引领		三、助力国际消费中心城市
1. 聚焦政治引领, 主题教育取得扎实成效	23	1. 商业空间焕新, 首店首发升级消费场景
2. 聚焦强根铸魂, 党组织领导作用不断发挥	23	2. 商业技术赋能, 打造数智美好生活
3. 聚焦“零基管理”, 党风廉政建设不断深化	24	3. 老字号焕新, 跨界联名加速破圈
二、公司治理		4. 水岸联动, 构建复合型艺术生态圈
1. 聚焦“三基”建设, 基层党建工作实		5. 商业与城市功能融合互促
现新提升	24	
2. 层层落实, 加强内部控制	25	
3. 赋能业务, 推进信息公开与合规建设	25	

第三章 深化产业发展,协同“一核三柱”体系	
一、加速业务发展	
1. 商业零售持续保持增长	37
2. 三柱业务深化协同发展	38
二、加速数字化建设	
1. 夯实数字化地基,推进集团数据治理	39
2. 破局科技化转型,规划商业操作系统	39
三、深化安全管理	
1. 食品药品安全	40
2. 生产安全	42
3. 网络安全	43
第四章 团结凝聚力量,助力员工共同发展	
一、总体概况	
二、员工发展	
1. 持续深化“雏鹰项目”,储备条线骨干人才	45
2. 逐步细化入职导航,关心应届毕业生成长	46
3. 培训竞赛技能扩容,助力员工转型提升	46
三、平等就业	
展望	
附录	

2023年度
百联集团获奖情况

绩效索引	
1. 响应联合国可持续发展目标(SDGs)	48
2. 《中国企业社会责任报告指南(CASS-ESG5.0)》	
内容索引	50
读者意见反馈	51

报告编制说明

A description of the preparation
of the report

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十一份报告,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独特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》
- T/SAQ0006-2023《社会责任报告编写通则》
- T/SAQ0007-2023《社会责任报告评审指南》

报告范围：

除有特殊说明,本报告主要描述2023年1月1日至2023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	本报告简称
百联集团有限公司百联集团、集团	百联集团、集团
联华超市股份有限公司联华股份	联华股份
上海百联集团股份有限公司百联股份	百联股份
上海证券有限责任公司上海证券	上海证券
上海物资贸易股份有限公司物资股份	物资股份
上海第一医药股份有限公司第一医药	第一医药
百联全渠道电子商务有限公司全渠道	全渠道
上海市商业投资(集团)有限公司商投公司	商投公司
百联金融服务有限公司百联金服	百联金服
百联集团财务有限责任公司财务公司	财务公司
上海现代物流投资发展有限公司现代物流	现代物流
百联集团置业有限公司百联置业	百联置业
上海百联资产控股有限公司百联资控	百联资控
上海百联集团资产经营管理有限公司百联资产	百联资产
上海三联(集团)有限公司三联公司	三联公司
百联集团有限公司教育培训中心教培中心	教培中心
百联集团有限公司人力资源管理中心人力中心	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

Speeches by senior executives

2023年,是极不平凡、极其难忘的一年。我们满怀对历史的敬意和未来的憧憬,深情礼赞百联集团成立20年来的光荣历程,全面开启“点亮未来、向新而行”的新新篇章。面对经济曲折复苏、实体零售承压、消费及投资信心不足的环境,集团上下扛住压力、克难奋进,全力以赴引流促销、千方百计降本增效,预计全年营业收入和利润总额同比2021年、2022年均实现双增长,国有资本保值增值能力和企业核心竞争力进一步提升。

一年来的成绩可圈可点。我们聚焦战略发展,坚持政企联动、资本助力,积极联动徐汇、静安、黄浦和三亚等地政府,推进重点地标性项目及片区的更新开发,与国泰君安、国盛集团等企业携手合作,探索以并购基金等资本模式助力核心零售发展,全方位构建发展生态圈、朋友圈。我们聚焦经营增长,围绕细分客群需求,推进业态终端转型创新,优化渠道布局补齐空白点,着力引进首店首发提升品牌能级,持续推动老字号升级焕新,构建大健康跨境购供应链,积极参与第六届进博会,加快实现高质量发展。我们聚焦营销传播,突出“季季有主题、月月有重点、周周有亮点”,把握节庆契机,统筹规划、搭台造势,开展“1+5+6+N”整合营销,并通过多元传播触达更多消费者,率先助推消费复苏。

栉风沐雨二十载,勠力同心续华章。2024年,面对深刻变化的国内外形势,我们要在市委、市政府的坚强领导下,增强战略定力、保持清醒头脑,紧扣“深化改革增长高质量创新发展”的主线,围绕聚焦重中之重打造现代国企、产融全面提升赋能零售发展、优化公司治理提升核心能力、经营提质增效做好降本控费、强化项目执行确保达成目标、加强风险把控筑牢企业底线等六大方面,全力以赴开好局,铆足干劲再出发,加快打造“一核三柱”现代商业产业集团,以实干实绩不断推动集团高质量发展迈上新台阶!

新的一年,我们要在竞争中勇于搏击。百年变局全方位、深层次加速演进。面对日益上升的不确定性,在瞬息万变、不进则退的市场竞争中,行动是最好的确定性。我们要始终保持“奋力一跳”的冲劲闯劲,敢于同最强者比拼、与最优者同行,努力在竞争中抢占先机、赢得未来。

新的一年,我们要在奋进中提振信心。中央经济工作会议和十二届市委四次全会都明确提出了扩大内需、繁荣消费的政策导向。我们要充分认识集团自身的优势和潜力,顺应大局大势,增强底气和决心,抢抓政策的“窗口期”,确保在新一轮发展中掌握主动、走在前列。

新的一年,我们要在创新中谋求增长。以自我加压、自我超越的勇气和决心,深化自驱敏捷市场主体建设,强化增量思维、破局意识,敏锐感知、深刻洞察行业发展动向和消费需求变化,善于发现机遇、用好机遇,精心谋划、提前布局,不断创造增长机会、拓展增长空间。

新的一年,我们要在发展中深化协同。“上下同欲者胜,风雨同舟者兴。”只有统筹兼顾、协同联动,企业发展之路才能走稳、走实、走宽阔。各部门、各企业、各产业板块都要从集团的全局和整体出发,合心、合力、合拍,在高度的协同协作中找到实现企业发展壮大的最大公约数。

新的一年,我们要在共行中传递关爱。员工是企业最宝贵的财富。我们要把关心爱护员工落到实处,营造同心同向、共建共享的组织氛围。积极探索人文关怀与商业运营的有机融合,用温度和责任诠释百联的使命和价值,进一步以“乐享美好生活”的品牌主张触达人心。

龙腾盛世,欣欣百联。我坚信,只要我们始终保持奋斗的姿态,永不停歇前进的脚步,就一定能够朝着打造充满生机与活力的现代商业产业集团的目标乘风破浪、阔步前行,以新作为创造新业绩、交出新答卷!

责任聚焦

Responsibility focus

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
监管者	国有资产保值增值	高质量完成预算
	依法规范经营	认真落实国资委考核指标和各项要求
	信息披露	及时、准确报送企业信息
地方政府	遵章守法	配合国家宏观调控政策,遵守法律法规、规范经营
	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
	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
	创造税收、就业	
投资者	依法合规经营	加强诚信合规文化建设
	完善公司治理	持续规范公司治理
	持续创造价值	规范决策、执行和监督机制
	提升管理水平	提升内控和风险管理能力
	防范经营风险	完善商业模式,打造“一核三柱”产业协同
员工	员工权益	依法签订劳动合同
	薪酬福利	完善员工薪酬福利制度
	职业成长	建立完善培训体系
	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	

利益相关方	期望与诉求	沟通及回应
供应商及合作伙伴	推动行业进步	开展行业交流
	营造良好商业环境	开展责任采购,推动供应链履责
	拓展产品及服务领域	代表行业反映意见建议
	平等合作、互利共赢	
客户及消费者	提供优质产品与服务	提升服务可及性
	确保产品与服务质量和安全	建立食品、药品等的质量安全标准
	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
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
	媒体互动	搭建产学研合作平台
	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
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
	和谐社区	积极参与社区事务
	公益事业	开展扶贫及其他慈善公益项目
	安全稳定	强化安全生产管理

走进百联集团

Into the Bailian Group



百联集团有限公司成立于2003年4月,由原一百集团、华联集团、友谊集团、物资集团合并组成。2009年,百联集团成为上海第一批试行外部董事制度的国有企业,也是上海市首批践行国企改革的企业之一。集团经营规模超千亿,总资产超1700亿元,净资产近470亿元,2023年集团实现收入473.66亿元,利润29.47亿元。商业零售面积约530万平方米,在岗职工近3.3万人,下属企业近350家,控股百联股份(600827.SH、900923)、联华超市(0980.HK)、上海物贸(600822.SH、900927)和第一医药(600833.SH)等4家境内外上市公司。

百联核心业务深耕上海、发展长三角,优势业务布局全国,涵盖主题百货、购物中心、大型卖场、标准超市、便利店、专业专卖等零售业态,经营汽车贸易、电子商务、仓储物流、消费服务、电子信息等领域。截至2023年底,全国零售网点近4700家,长三角零售网点占比超80%,上海零售网点占比约50%。其中,百货、购物中心、奥特莱斯门店数与总面积以及超商门店数均为上海第一,青浦奥特莱斯销售额连续多年蝉联全国第一。

集团商业资源丰富,旗下汇聚了第一百货商业中心、第一八佰伴、永安百货、西郊购物中心、又一城购物中心、青浦奥特莱斯、联华超市、世纪联华、逸刻便利、有色金属交易中心、第一医药、亨得利亨达利钟表、冠龙照相器材、茂昌眼镜、吴良材眼镜等一大批享誉沪上、闻名全国的知名商号 and 品牌。

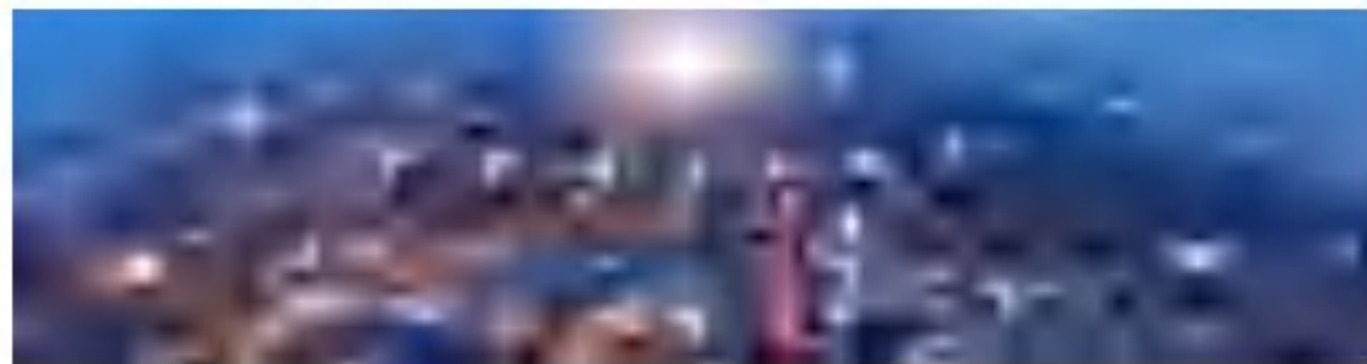
“十四五”以来,集团积极把握国家战略机遇,围绕市国资委认定的主责主业,加快构建“以商业零售为核心,商业金融、商业资产、商业投资为支柱”的“一核三柱”产业体系。其中,商业零售涵盖百货、商超、大健康、专业专卖、百联科技、汽车零售、商业物流;商业金融涵盖财富证券、支付金融、财务公司;商业资产涵盖存量开发、地产开发、资产证券化;商业投资包括产业投资、财务投资、基金管理。

一、企业文化体系

Corporate culture system



百联集团贯彻“人民城市”重要理念,坚持“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,倡导“创领消费时代、创新客户体验、创造员工价值,打造‘一核三柱’现代新型商业产业集团”的企业使命,着力推进“年轻化、品牌化、数字化、社区化”,积极践行国企社会责任,朝着打造充满生机与活力的现代新型商业产业集团的目标迈进。



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,打造“一核三柱”现代新型商业产业集团: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。

品牌主张

乐享美好生活:围绕满足人民对美好生活的向往目的,不断创新迭代,创造新的消费场景、消费理念、消费体验,探索发展次元文化商业体、“一刻钟生活圈”消费新方式;着力推动跨界融合,打造商业新空间、新模式、新业态,焕新历史老建筑,打造商业和艺术、文化、旅游相融合的新载体;全力推进数字化转型战略,强化社交属性,打造面向未来的数字化商业体,为消费者带来全方位的美好生活体验。

价 值 观

学习创新、攻坚克难、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,努力为企业转型发展做贡献;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,透明坦荡、开放自信。

二、品牌传播

Brand communication

(一) 品牌CSR项目传播

2023年CSR项目主要有“百联暖春行动·点亮心灯”项目、百联与残联合作的“百联谱梦”项目。通过活动组织和整合传播，强化品牌声誉，彰显企业责任感，传递品牌温度。其中，“百联暖春行动·点亮心灯”活动，曝光量达2024万次，触达人群达1104万人次，获得劳动报纸媒头版报道以及核心党政新闻媒体的广泛报道。

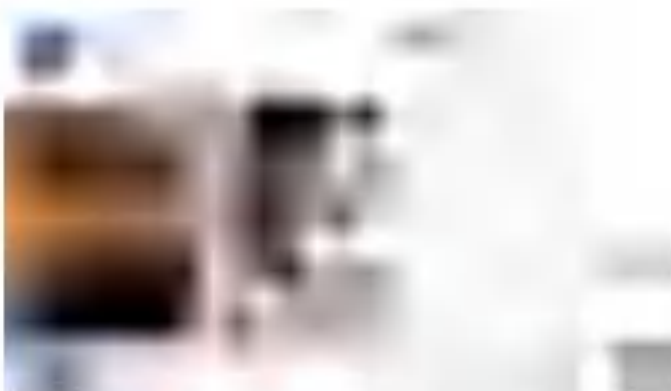
百联和残联合作的“百联谱梦”公益品牌揭幕仪式及活动延续期传播共计获得报道301篇，总曝光量达6184万次，触达人群达3351万人次。核心媒体方面，《青年报》生活周刊头版导读加内页整版报道。新媒体方面，中国新闻周刊旗下微信大号“壹读”从努力打破对残障人士的偏见，展示自己的独特才能和价值的角度进行报导，在鼓励大家创造更包容和理解的社会同时，增强百联谱梦公益品牌和第一百货谱梦空间的影响力；微博2020十大影响力情感大V“笙南”，“百联谱梦”视频总观看量达148万次，互动量超1.36万次。

(二) 第二季“美好生活乐享官”招募

9月至10月间，与新闻晨报合作开展第二季“美好生活乐享官”打卡挑战赛招募活动。相较于第一季，第二季活动历时更短，目标人群更垂直，聚焦潮酷人群开展针对性招募。在招募渠道上，增加了朋友圈广告、微信大号KOL投放、线下门店招募及学校招募，丰富了招募渠道。此次活动在精准短平快的范围内做到了较大的曝光，借助晨报媒体自带流量，及参与者自发二次传播，扩大传播影响力，总曝光量达2037.81万次。通过招募活动，延续了百联“美好生活乐享官”IP，沉淀了一批百联会员KOC，让消费者通过微观视角展现百联品牌，促进用户与内容交互破圈，展现百联品牌年轻化形象。

(三) 品牌公众号&视频号“上海的摩登与市井”

四季度开设了集团品牌公众号及同名视频号“上海的摩登与市井”。新号将以传递生活方式、呈现品牌态度、讲述品牌故事为主，持续与受众进行品牌沟通，加强半熟人社交沟通，增强消费者的品牌好感度。品牌公众号通过品牌故事与本地生活方式与受众产生联结，形成品牌档案，提升品牌影响力。内容上分为两大版块：一是“百时间”，以城市文化为核心延展内容深度，将百联品牌故事，融入上海城市时代背景，让品牌更鲜活，使得消费者通过品牌故事能够更加了解、认可品牌内涵；二是“联生活”，以海派生活为契机拓宽内容广度，以行家视角输出本地生活知识，结合丰富的业态资源，进行高品质文化输出。



“上海的摩登与市井”品牌视频号与公众号



(四) 联联IP系列视频及表情包

兔年新年之际，再次对“联联”IP进行社交化形象塑造，打造新春系列IP表情包，在微信及飞书两大平台同步上线。表情包强化了联联社交属性，讲联联形象与新春吉祥话结合，适用于交友祝福场景，增强受众对于联联的熟悉度，同时有助于加强企业文化建设，增强内部成员沟通与情感联系。

集团成立二十周年之际，联动各主要零售业态IP形象，推出联联IP系列动画《百联家族大联“萌”》，通过IP联动提升受众对于百联集团“一核三柱”体系的认知。联联与联华、i百联、第一医药、三联、好美家、逸刻等多业态IP联合响应，以口播旁白的形式，向观众介绍集团及旗下业态，让观众加深对百联家族IP的印象。同时卡通可爱形象让品牌形象更为生动，加深与受众的情感链接。其中，官方自媒体播放总量约达播放量超2800次，达到500余次。

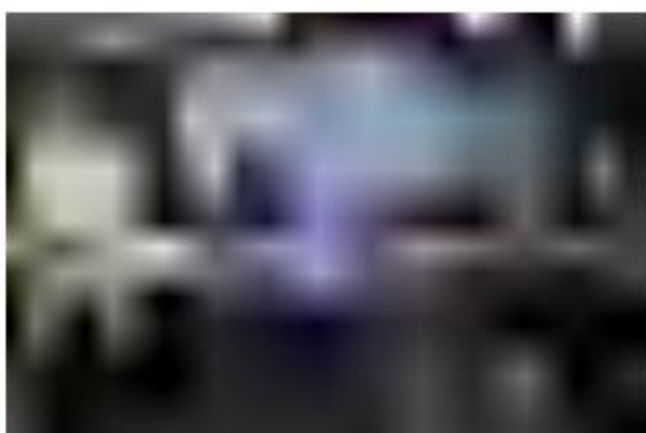


三、2023年大事记

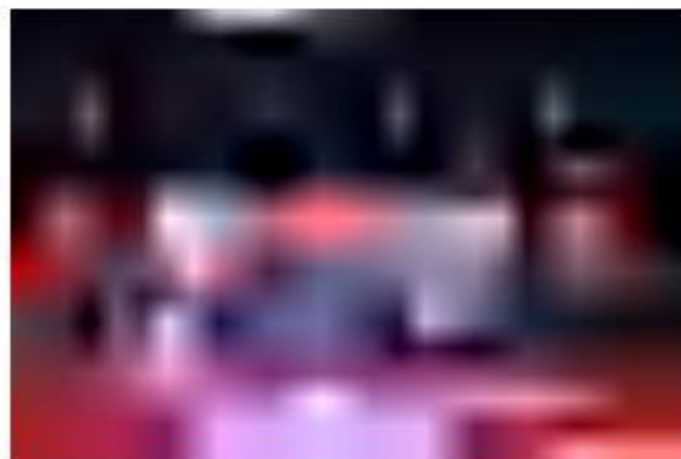
Big 2023



1 1月15日,国内首个聚焦次元文化的商业体——百联ZX创意场在南京路步行街揭幕亮相



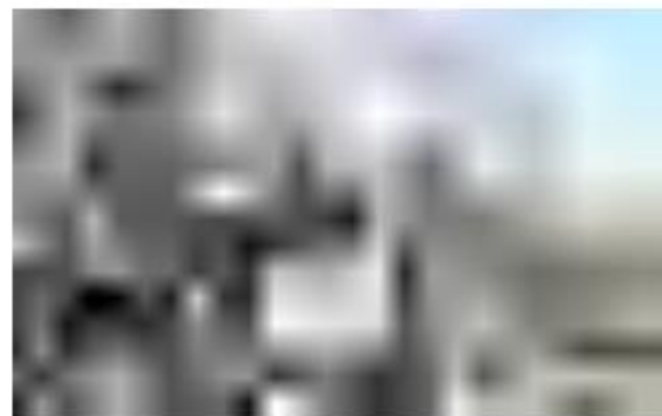
2 1月20日,茂昌品牌旗舰店“茂昌一九二三视界”概念店焕新亮相



3 2月23日至24日,百联科创中心成功举办首届“百联HERO创造营”



4 3月6日,百联集团与上海建科集团缔结战略合作



5 3月16日,“国潮四季美好生活”促消费行动“暖春焕新季”在百联正式启动



6 2月22日,第一医药9家新店齐开,覆盖浦东、闵行、长宁、宝山、虹口、普陀等区域



7 4月3日,由百联资控投建的静安区重大项目登市北百联创新科技产业中心项目开工



8 4月11日至15日,百联集团参加第三届中国国际消费品博览会



9 4月14日,百联集团党委召开学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想主题教育动员大会



10 4月17日,百联集团携手上海市职工帮困基金会,面向全市共同发起“百联暖春行动·点亮心灯”项目



11

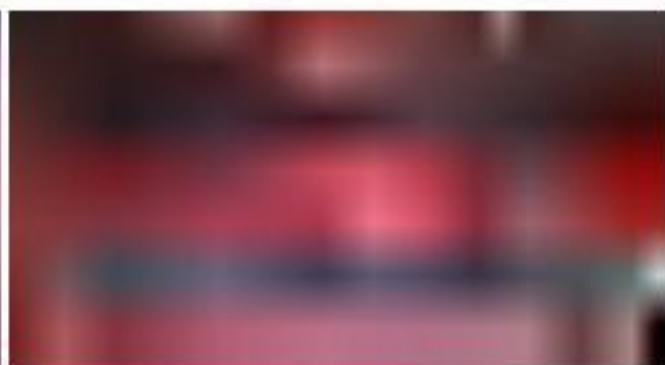
4月21日，“55购物节·环球美食节”暨国潮食尚in百联系列活动在第一百货商业中心首发

12

4月23日，“百联二十周年庆时光专列”在“中华商业第一街”南京路步行街亮相，铛铛车讲述百联20年的时光故事



13 4月24日，2023年五五购物节“百联美好生活季”正式启动

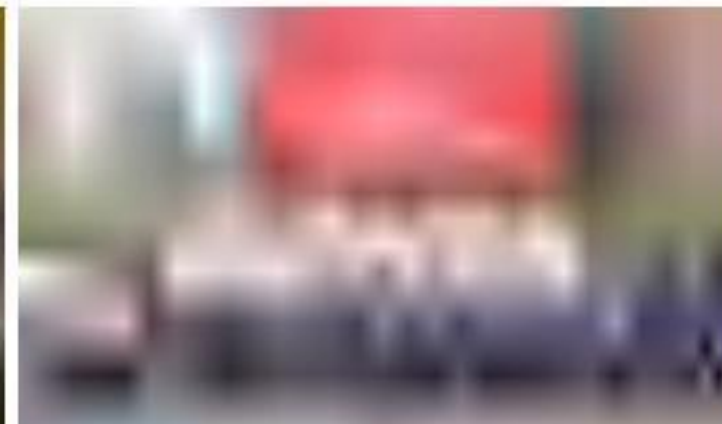


14 4月24日，百联集团举办“乐享美好向新而行”庆祝百联集团成立二十周年主题活动



15

4月28日，国内首个商场类沉浸式集合演艺空间——第一百货商业中心“百乐潮都”演艺新空间亮相



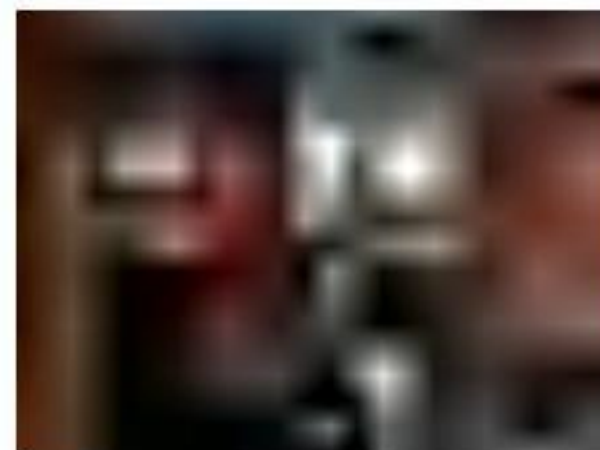
16

5月4日，百联集团第一期“强瓯”中青年干部培训班正式开班



17

5月7日，百联股份携手Ontimeshow在苏州河畔推出“THE BANK MARKET”弄堂里的时装秀



18

5月10日至14日，百联集团亮相“2023中国品牌日”活动



19

5月21日，“百联筑梦”公益品牌揭幕，图为位于六合路口的百联逸刻“茶咖车”



20 5月29日,百联集团党委与华虹集团党委开展主题教育联组学习



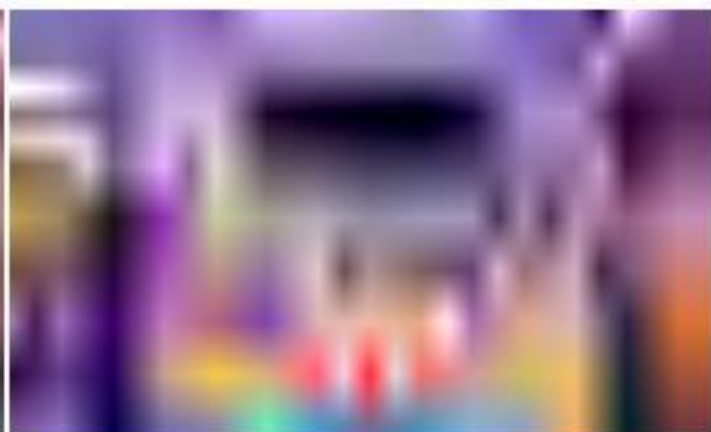
21 6月8日,百联集团与复旦大学附属中山医院缔结战略合作



22 6月13日,百联集团与黄浦区举行联组学习,共商共研推进上海国际消费中心城市



23 6月28日,国内首家产融结合投资教育基地——上海证券投资者教育基地正式揭幕



24 6月30日,2023上海夜生活节正式拉开帷幕,百联之夜打造新潮流,焕发消费新活力



25 7月3日,百联集团与国泰君安签署战略合作协议



26 7月24日,浙江联华召开亚运保障誓师大会,成立亚运专会攻坚临时党支部及五支专项攻坚突击队



27 7月28日,“2023百联COOL夏潮流节”暨百联数字时尚首发仪式在百联时尚中心衍庆里启动



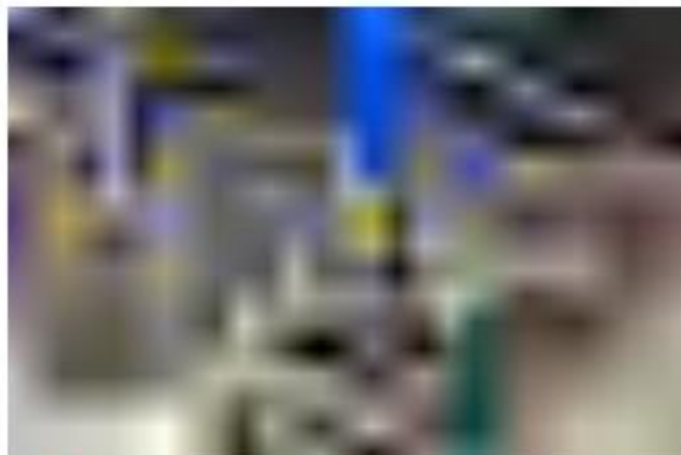
28 8月9日,百联财务公司举办成立十周年庆祝活动



29 8月16日,i百联业务中台系统成功上云



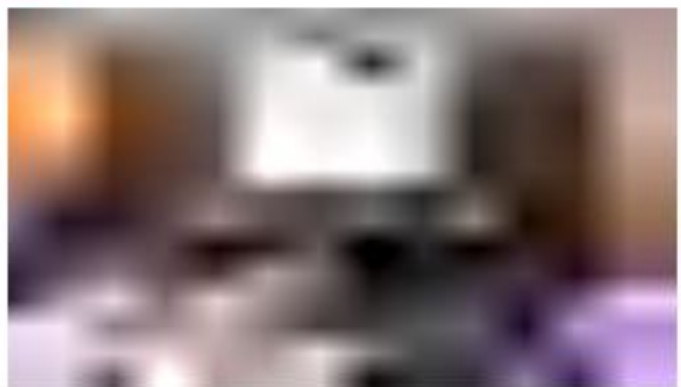
30 9月22日至24日,集团旗下10家老字号老品牌亮相第十七届中华老字号博览会



31 2023年国庆佳节来临之际,联华33家门店转型升级新献礼



32 9月23日,第二届联华燃动节开幕,启动“百联金秋购物季”



33 9月25日,百联集团党委召开学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想主题教育总结会

35 10月21日,第一医药启动第二十届膏方节,10家新店同步开业

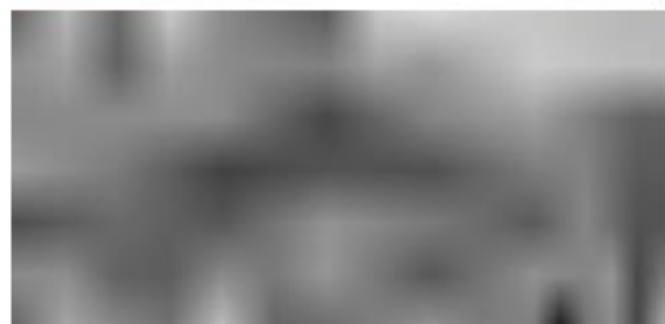


36 10月24日,三联公司旗下茂昌眼镜举办100周年品牌庆典活动暨茂昌精灵IP发布会

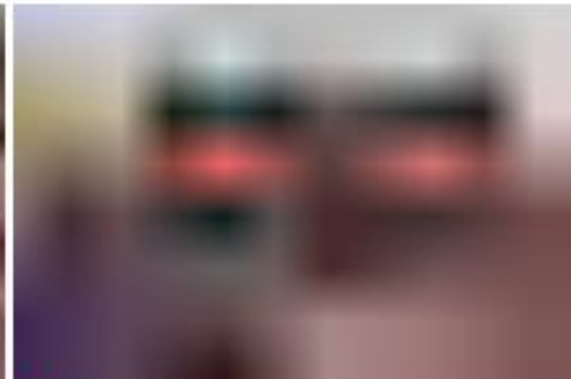
37 10月27日,百联食百鲜RISO第三店落户百联西郊购物中心



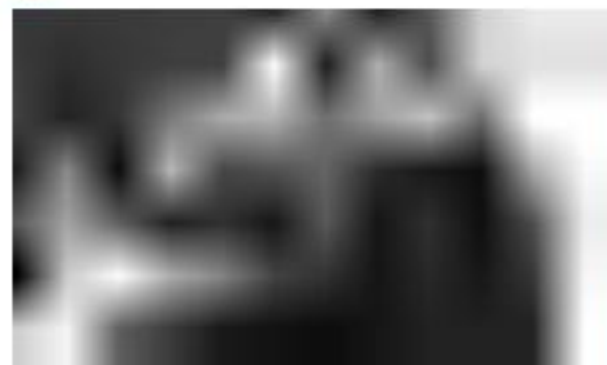
34 10月16日,上海证券EaseFund上线首月,交易量突破1亿元



38 10月30日,2023年上海市早餐工程示范名单出炉,百联逸刻新增10个



39 10月31日,共青团百联集团有限公司第四次代表大会顺利召开



40 11月5日至10日,百联集聚全球好物亮相第六届进博会消费品展区,描绘可持续生活美学场景



41 11月7日至8日,百联集团举办党群人才“示范营”培训班

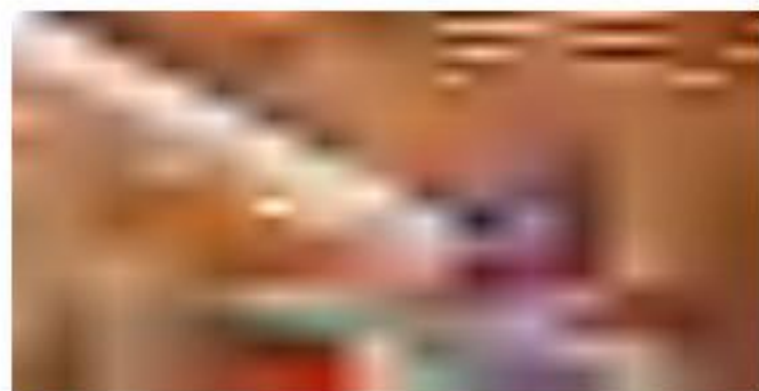


42 11月8日,百联集团率大型零售采购商联盟集中签约第六届进博会



43

11月8日,联华旗下创新业态CITY LIFE生活超市正式开业



44 双11大促期间,i百联线上线下多业态联动发力,双食衣多项销售数据创新高



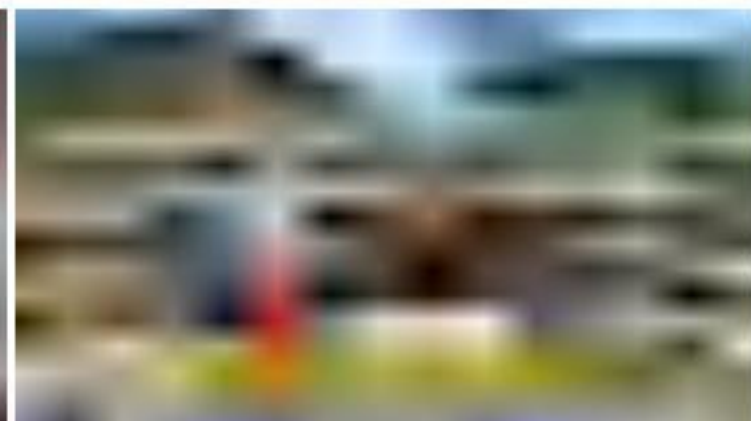
45 11月13日,百联集团与徐汇区政府签署战略合作协议,推进徐家汇东方商厦重建项目



46 11月21日,第一医药举办主题为“不负期待·领跑未来”70周年庆典



47 12月6日,百联集团与静安区政府签署深化合作协议



48 12月16日,百联西郊“超级社区能量场”正式焕新开业



49 12月16日,百联曲阳一刻钟便民生活圈2.0揭幕



50 12月23日,物贸股份旗下第一家汽车新能源集合店开业



51

12月27日,第一医药再添10店,完成全市16区全覆盖布局

第一章

坚持党建引领,提升公司治理效能

2023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。

一、党建引领

百联集团党委全面贯彻党的二十大精神,聚焦深入开展习近平新时代中国特色社会主义思想主题教育,按照“大抓党建、力抓基层、重抓落实”的总体要求,以集团成立二十周年为契机,认真落实市委巡视整改要求,积极构建党建工作体系,着力发挥党建优势作用,助力集团高质量发展迈上新台阶。

(一)聚焦政治引领,主题教育取得扎实成效

牢牢把握“学思想、强党性、重实践、建新功”的总要求,突出“实”的导向,运用“联”的方法,贯彻“严”的要求,推动主题教育走深走实,圆满完成各项既定任务。一是理论学习在“联”字上下功夫。各级党组织书记上党课共377次,充分运用联组学习机制,在学思想中找准工作开展的结合点、切入点、发力点。二是调查研究在“实”字上下功夫。集团和二级公司领导班子围绕市委、市政府交办的重大任务,聚焦集团“重中之重”,主动认领88个调研课题,累计调研645次,点位达850个。三是推动发展在“干”字上下功夫。主动参与上海国际消费中心城市建设和,线上线下协同推进一刻钟社区生活圈,为消费者打造更多家门口的“幸福圈”。四是检视整改在“效”字上下功夫。聚焦6个问题清单,深查细照、真改实改,按照节点全部完成,推动制定10余项集团制度,把务实管用的举措以制度形式固化下来。

(二)聚焦强根铸魂,党组织领导作用不断发挥

深入学习贯彻党的二十大和新一轮国有企业深化改革新部署新要求,坚持把加强党的领导和党的建设贯穿始终,切实发挥好把方向、管大局、保落实作用。一是坚持不懈强化理论武装。制定实施集团党委中心组理论学习制度、“第一议题”制度,第一时间传达学习习近平总书记考察上海重要讲话精神,全年集团党委中心组学习27次,各级党组织开展“第一议题”学习近1300次。开设“宣贯二十大、书记话发展”“宣贯二十大、老总谈运营”等专题专栏,编印《笃学深悟 行稳致远——百联集团领导干部学习贯彻党的二十大精神文集》,推动党的二十大精神在百联落地生根。二是谋深做实巡视整改“后半篇文章”。切实把落实市委巡视整改作为重大政治任务抓紧抓好,成立集团巡视整改领导小组和四个专项组,组建工作专班,将巡视反馈的14个方面内容分解为45项问题140项整改举措,压实压紧责任,全部整改完成。同时,坚持“当下改”与“长久立”相结合,持续深化整改、推进建章立制。三是深入开展巡察工作。完成对人力中心、百联金服、百联资管、财务公司、上海证券等5家二级公司(中心)党组织驻点巡察和全渠道、第一医药、三联公司的整改评估。百联股份党委试点对下级企业党组织开展巡查,推动党内监督向基层延伸。

(三)聚焦“零基管理”,党风廉政建设不断深化

坚持“严”的主基调,推进党风廉政建设和反腐败工作防线前移,融入企业经营管理和干部日常教育监督管理,加快构建全流程监督体系。一是压紧压实责任传导。召开全面从严治党工作会议、警示教育会议,深化全面从严治党“四责协同”机制建设,层层签订《党风廉政建设责任书》,把廉政风险点纳入“一岗双责”重点内容,确保全面从严治党主体责任落实落地。建立健全党委、纪委工作例会制度,推动纪检监察、审计风控、信访、巡察等有效联动,推动目标任务落地见效。二是突出超前防范和“治未病”。以“廉政教育、检查表单、制度建设”为抓手,深入查找分析廉政风险点。编写近三年来集团违纪违法典型案例剖析,建立健全常态化制度化警示教育机制,用好党建工作2.0平台和《今日百联报》“说纪话廉”专栏等载体,以全员化教育和预防性管理防患未然。三是持之以恒强化正风肃纪。构建问题线索全链条管理机制,充分发挥查办案件的穿透和震慑作用,持续释放有案必查、知止知畏的强烈信号。持续纠治“四风”,开展年度集团系统“七个不得”抽查,不断加固中央八项规定堤坝。四是深化纪检监察组织队伍建设。落实集团专职纪检监察干部配备,配齐配强纪委书记,深入开展纪检监察干部队伍教育整顿,持续提升队伍履职水平和斗争能力。发挥纪检监察建议作用,围绕经营管理、流程管控方面的薄弱环节,提出纪检监察建议,推动问题化解、堵塞建制。

二、公司治理

集团积极推进党的领导与企业治理有机融合。全力推动各级党组织规范落实议事决策程序、“三重一大”制度和前置程序要求,将解决基层多元投资企业党建入章问题作为专项工作积极推进,确保“应入尽入”。建立完善集团党委督查督办工作制度,加强对重点工作、重要会议、重要文件精神落实情况的督办,着力保障各项重点工作落实落地。

(一)聚焦“三基”建设,基层党建工作实现新提升

着眼增强政治功能和组织功能,不断严密上下贯通、执行有力的组织体系。一是强化基层党建责任制落实。落实党组织书记例会制度,层层签订党建责任书,推动各级班子成员履行好“一岗双责”。结合三年任期考核,首次组建集团党建专项考核组,对二级公司(中心)党组织进行党建工作考核评价,加强考核结果运用,确保履职尽责。二是完善党建网格赋能基层治理。出台加强基层党组织建设全覆盖工作实施办法,通过推动总部与基层一线党支部结对、基层党支部与“党员空白点”门店结对、探索创建百联商业体党建联合空间等举措让组织在基层“扎根”、让党员在基层“领头”。建立党组织换届工作“提醒”机制,财务公司、百联资管党支部完成换届选举,联华股份等10个党组织启动换届程序。下发“党支部工作手册”和统一格式模版,为基层党组织标准化、规范化建设提供指引。三是推广运用党建工作2.0平台。加快平台主要功能开发和完善,形成覆盖集团党委、16家二级公司(中心)党组织以及280个基层党支部的三级组织体系,涵盖党的建设六大模块,初步构建了集团系统党建信息采集、发布、更新、共享的有效载体。四是持续创新党建载体方式。深入开展“学贯二十大,争创双一流”党建主题活动和“党建品牌提升年”活动,联华股份全面启动党建品牌三年创建规划,百联股份制定党建品牌创建指导手册和工作机制,百联金服“鑫先锋”以“党建+”带动“支付+”,现代物流“万友荟·心物业”激发楼宇党建新活力,人力中心“金手杖青年人才荟”为年轻人才搭建成长成才平台,教培中心“南京路红色记忆行走党课”成为党性现场教育新地标。认真开展“一个支部一件实事活动”,全年办好群众身边的好事实事460件。



(二) 层层落实, 加强内部控制

集团认真完成市国资委各项风险防控工作安排, 多措并举推动集团风险防范工作协同机制有效运作, 并全面推进集团风控信息化赋能工作。

一是集团完成各项市国资委部署的风控专项工作。集团高度重视, 有效落实, 认真排查、研判及核实风险预警事项, 逐项制定风险事项的化解处置举措, 并对相关风险事项阶段性压降情况“回头看”。此外, 集团根据市国资委风控总结工作部署, 组织集团系统总结年度风控主要工作、亮点经验, 剖析不足、分析原因, 明确进一步完善方向。

二是集团各级风险责任主体凝聚合力, 推进集团上下提高风险识别、化解、处置能力。集团对照市国资委2023年风控工作方案要求, 结合实际, 新增“风险化解及处置措施”管理要求、动态完善风险事项管理要素标准, 优化形成集团2023年防范化解经济领域重大风险工作方案; 建立联合处置机制, 通过专题会议分析研判复杂、疑难事项, 明确措施方案, 强化风险化解处置的实际成效。

三是全面推进集团风控信息化赋能工作。2023年, 集团将“风险防范化解管理清单报送表单和流程信息化”作为年度风控重点工作, 并将线上提报流程推广至14家二级公司“全覆盖”, 以实现“各风控主体责任夯实、风险要素准确完整、工作机制运行规范有效、操作流程便捷高效、数据留痕易查可追溯”的工作目标。

(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2023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, 集团以机制建设为依托, 深化集团法治体系构建; 以依法合规为目标, 注重法律风险防范效能, 具体举措如下:

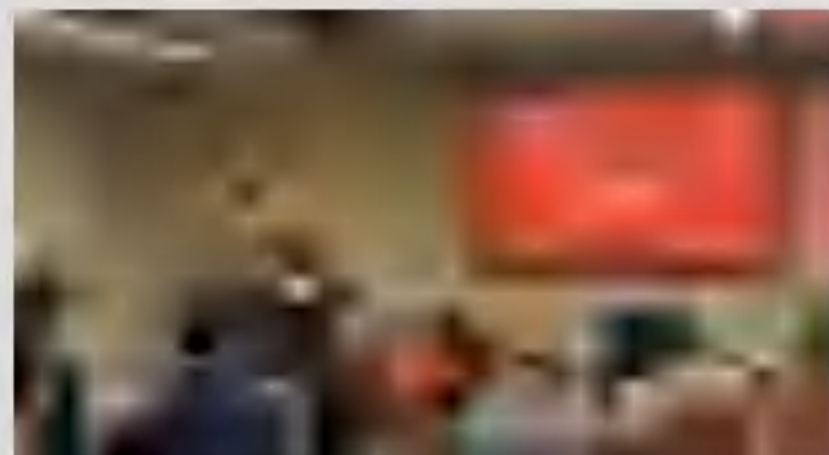
一是强化依法合规, 构建集团法务体系顶层设计。集团根据市国资委《关于进一步深化上海法治国企建设的意见》等文件要求, 制定发布了《关于全面推进百联集团法治国企建设工作的实施意见》。实施意见设立了到2025年底集团的法治建设工作目标, 并提出了全面提升依法治企能力、加强依法治理合规经营、全面加强法律风险管控、加强法治队伍建设等主要工作任务, 通过推动落实包括建立党委及董事会定期听取法治工作机制, 推进全面建设合规管理体系, 加强二级公司法务体系构建等在内的多项重点内容持续提升企业依法治理水平。实施意见发布后, 及时组织二级公司开展宣贯培训, 要求各二级单位根据《实施意见》明确的各项要求, 结合企业实际, 制定法治国企建设具体实施方案, 保障企业法治建设工作有效落实。

二是推进集团合规管理体系建设。明确了合规管理建设方案, 结合实际, 扎实研究推进集团合规管理体系建设工作, 制定了推进集团合规管理建设的总体计划。会同第三方机构开展集团合规管理课题研究工作, 组织相关部门和二级公司合规访谈, 科学厘清合规工作职责、认真梳理合规管理重点领域, 形成集团合规管理体系建设的整体规划方案, 有序构建了合规管理顶层设计。强化了合规组织保障, 集团成立合规领导小组、合规工作小组, 建立主要负责人领导, 法务分管领导牵头, 相关部门协同运作的工作机制, 为有序开展合规建设提供组织保障。推进了合规制度体系建设, 集团制定发布了合规管理办法及合规手册, 为企业依法经营、合规管理、规范化运作提供了制度依据和合规行为规范, 充分保障合规工作开展“有规可依、有章可循”, 推动集团初步形成“合规有依据、推进有计划、实施有保障”的合规管理建设格局。培育了企业合规文化, 集团在合规管理体系建设之初, 就把强化领导干部的法治思维和合规意识作为首要任务。2023年, 集团分别组织了两次合规管理培训会, 邀请合规专家对合规建设整体规划及合规性中的出血点、薄弱点开展针对性培训, 为领导层、管理层、操作层的合规管理工作提供专业支撑, 逐步在企业滋养合规管理、合规经营的文化氛围。

三是全面落实依法决策程序以及合法合规性审核机制要求。严格落实集重大项目管理及合同管理要求, 在重大事项的可行性分析、立项决策等重要环节要求提供法律论证与风险提示, 并提出法律风险防范措施和处置建议。例如, 在百股收购济南百联股权、商股转让西部污水股权、百股申报发行消费基础设施公募REITs及资控发起设立百联国泰君安商业Pre-REITs基金等重大项目实施过程中, 集团法务部认真审核, 提出法律意见和建议, 为集团决策提供支撑; 协助集团相关部门完善合同订立、履行及争议解决的相关程序, 保障集团重大项目依法合规顺利推进。

四是完善示范合同文本库及法律意见书出具工作。强化合同风险防范, 提高合同订立效率, 集团持续推进示范合同文本库建设工作, 更新了包括物业管理服务合同、增资协议、采购合同、专业技术服务合同等在内的多个示范合同文本, 目前已有30多个合同示范文本完成了入库上线工作。此外, 集团也制定发布了《法律意见书制作工作指引》, 进一步规范法律意见书制作工作。

五是以百联集团工作站建设为抓手, 培养知识产权专业人才。9月13日, 百联集团工作站特派员做组织《企业知识产权保护与风险防范》专题培训分享, 以知识产权保护为核心, 围绕企业商标权、专利权、著作权的管理要点和侵权风险展开了详细的阐述, 提升集团各单位法务人员和知识产权相关业务人员管理能力。



案例: 知识产权建设

4月26日世界知识产权日, 中国(上海)知识产权保护中心百联集团维权援助工作站开展了“知识产权护航企业发展”主题研讨会。集团分管领导及市国资委政策法规处钟可慰处长、市知识产权局、市贸仲、相关区市场监管局、法院的领导, 高校教授及专业律师等受邀参加主题研讨。集团法务部、集团业务部门代表、二级单位法务负责人共40余人参加了本次活动。

会上, 与会人员聚焦“老字号品牌保护”和“零售行业商标管理和保护”两个主题开展了详细的研讨, 为进一步提升集团企业知识产权保护提供了新的启发持续的理论支撑和途径供给。

2023年, 集团持续做好商标注册申请和维护工作, 提交了“第二舞台”等商标注册申请, 应对“吉买盛”商标撤三案件、处理集团BL标识维权事项等, 不断提高知识产权管理和保护能力, 维护好集团合法权益。

第二章

聚焦人民城市,构建服务美好生活

百联集团贯彻“人民城市”重要理念,坚持“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,以服务人民美好生活需求为己任。集团积极响应乡村振兴战略,通过结对帮扶、消费帮扶、产业帮扶、生态帮扶、教育帮扶等形式赋能乡村振兴发展;践行一刻钟生活圈建设要求,深入一线调研、形成百联方案并逐步推广复制,为丰富居民需求交出百联答卷;响应国际消费中心城市建设号召,通过商业空间与老字号焕新、商业技术赋能等形式打造城市活力新名片。

一、赋能乡村振兴

习近平总书记多次强调“推进中国式现代化,必须坚持不懈夯实农业基础,推进乡村全面振兴”。2023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,《关于有力有序有效推广浙江“千万工程”经验的指导意见》(中财办发〔2023〕6号)的文件要求,学习“千村示范、万村整治”工程经验,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超市股份有限公司(以下简称“联华超市”)等渠道优势,上海证券有限责任公司(以下简称“上海证券”)、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农村综合帮扶工作,赋能乡村振兴发展。

(一) 强化责任担当,深化结对帮扶

根据“百企帮百村”村企结对精准帮扶工作要求,百联集团旗下联华股份与阿克苏市人民政府、杭州市援疆指挥部签署“十城百店”战略合作协议,在农产品种植、加工、物流、品牌建设与采购、销售、市场培育推广、订单农业等多个领域开展合作,实现资源共享、优势互补、信息互通、品牌共建。此外,集团旗下上海证券自2022年至今,已先后与云南4个县(耿马傣族佤族自治县、景谷傣族彝族自治县、勐海县、永仁县),以及内蒙古察右中旗开展结对帮扶,并积极联系上海市慈善基金会、各县红十字会等社会组织,共同开展乡村振兴工作。

(二) 助力农业创收,开拓消费帮扶

2023年,百联集团强化思想保障、人员保障、商品保障,充分发挥旗下商业网点规模优势,切实打通乡村产品与城市消费终端的高速通道。集团结合线上线下,多渠道开展农产品产销对接活动。线下层面,百联集团对接各地政府,利用旗下商业网点规模优势,设立消费帮扶门店、专柜,将山区特色产品引入市场,促进农产品销售,包括:贵州黔东南、湖北恩施、四川广元/甘孜、安徽宿州农产品帮扶,援疆援藏,浙江26县区山海合作等省市重点帮扶项目。

线上层面,联华股份自有线上平台“联华甄选”创建消费帮扶店铺专区,集中展销推广帮扶产品,并冠以统一消费帮扶标识;针对农户缺少销售渠道,不熟悉网络销售的情况,联华股份积极行动,与“冯姐助农”对接开展嘉兴滞销农产品助销,在旗下联华超市门店展示区进行助农直播宣传,也推动本地商户通过百联平台上线销售产品,拓展新的销售渠道。



“冯姐助农”对接开展嘉兴滞销农产品助销

(三) 弘扬地方特色,推进产业帮扶

百联集团务实推进产业发展,协助改造生产链、畅通流通链、提升价值链打造,以产业振兴为导向,扶持对口地区发展特色产业,大力发展农产品加工和营销设施。如集团旗下联华促进供应链、生产端等环节形成完整消费帮扶产业链条,全力搭建消费帮扶产业联动体系,巩固拓展脱贫攻坚成果、促进乡村全面振兴;与临岐镇达成“蔬菜订单农业”合作协议,开展定向种植订单助农,建立技术结对帮扶机制,特邀农技专家制定种植方案,进行技术指导和品质把控,帮助实现农产品生产标准化、规模化。推进阿克苏农产品“西果东送”,大单投资库存,收货季节进行大单囤货模式,采用基地整车发货降低成本。

(四) 保障绿色发展,全面生态帮扶

百联集团将推动乡村振兴工作与服务绿色发展国家战略结合,宣传并落实绿色发展理论。理论宣传方面,集团旗下上海证券组织专家为耿马等4县开展以“认识破金融,走好绿色路”、“地方政府化债复盘”等主题的绿色金融知识和投融资培训,为全域绿色发展提供理论指导,帮助当地提升金融知识水平。

实践方面,上海证券为耿马县孟定镇铁力木国家重点生态公益林制定铁力木生态帮扶项目,在公司APP上开展爱心种树公益活动,通过网络广泛宣传当地珍稀保护树种“铁力木”“中国铁力木之乡”孟定镇,向社会积极宣传云南的绿色发展形象和绿色生态价值,并发动员工和客户共同参与,助力保护铁力木资源。



景谷、勐海、永仁、耿马4县金融培训现场



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



上海证券爱心生态保护林,已完成树苗种植

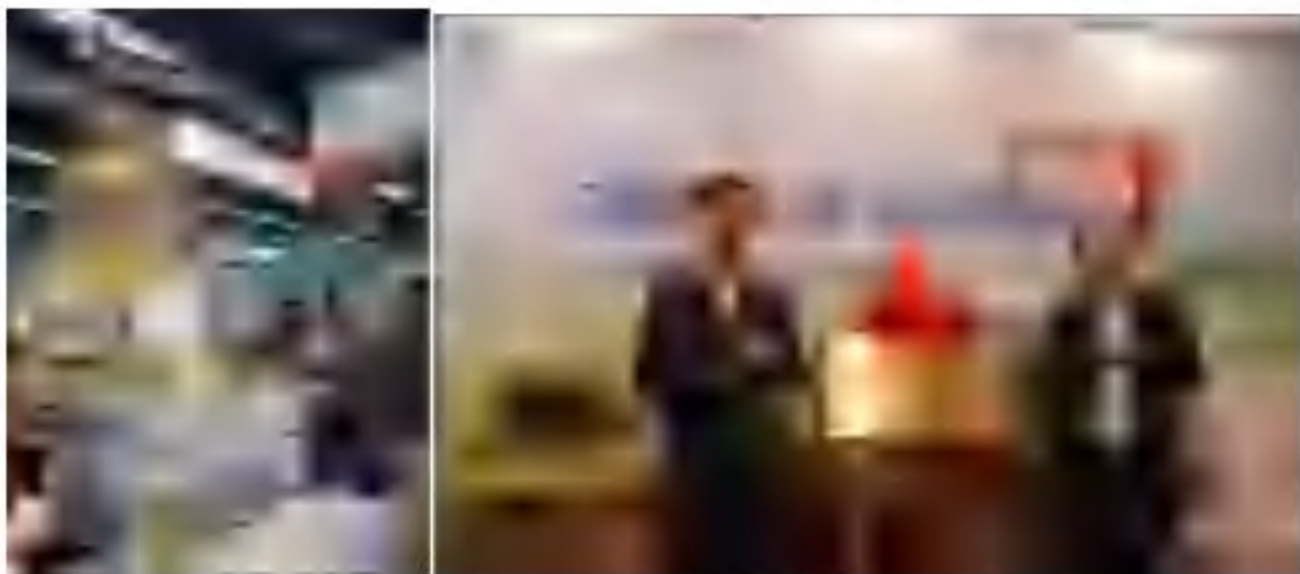
(五) 赋能人才建设, 强化教育帮扶

百联集团立足帮扶地区县域经济, 进一步发挥旗下企业的专业力量, 产教融合开展教育帮扶。上海证券与上海百联职业技术学校合作, 赴内蒙古察右中旗开展电子商务培训, 切实帮助学员深刻理解和掌握新媒体和电商运营的全流程, 以“实训+实战+双创”为培养主线, 加强当地电商人才队伍建设, 提高致富增收的能力和水平。同时, 为了加强上海百联职业技术学校与云南学生及其家庭的沟通, 赴昆明市、昭通大关县、楚雄职高、楚雄州大姚县和大理等地举办多场家长会, 介绍资助政策, 传递育人理念。在电商专业开展电子商务模拟公司营销综合实训; 参与1+X网络直播运营初级考证, 获证率最高达100%。



百联集团赴内蒙古察右中旗电商培训现场

在消费帮扶方面, 联华股份设立三家消费帮扶馆并在15家门店内设置消费帮扶专柜, 确定90家消费帮扶销售门店。

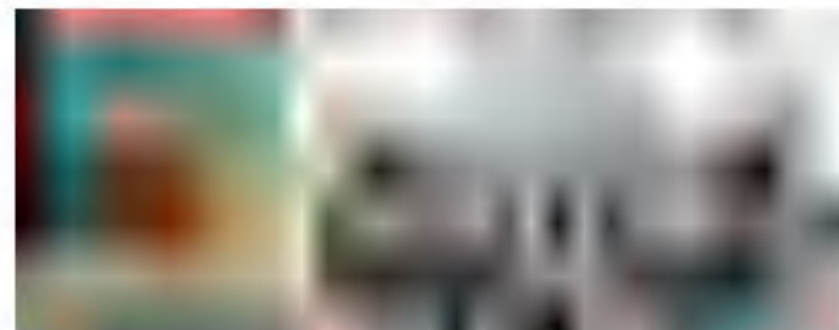


百联集团旗下联华超市消费帮扶馆授牌

2013年至2023年底, 集团旗下联华共引进扶贫产品1900余种, 涵盖蔬菜、肉禽、水果、南北货等品类, 助销数量16.29万吨, 助销金额16.64亿元, 初步形成以中西部地区为中心向外围辐射, 遍布全国20个省、市、自治区, 72个县市的消费帮扶产业区, 惠农160余万户。其中: 2023年助销商品183种, 金额9113万元, 黔东南黄蛋、贵州黄牛肉及贵州薏米仁等商品达600余万元; 春见蜜柑、丑八怪、丑苹果等四川特色水果也登陆集团旗下世纪联华超市各门店。2023年新疆农产品助销金额超1400万元。

在产业帮扶方面, 联华与临岐镇通过“蔬菜订单农业”合作协议, 全年订单作物种植面积近300亩, 种植品种涉及苏州青、长茄子、小尖椒、贝贝南瓜等。

在生态帮扶方面, 集团组织专家为耿马、景谷、勐海、永仁四县开展知识培训, 各县人民政府领导、县相关部门领导及工作人员、县企业家代表合计123人次参加培训; 同时, 通过开发APP小游戏大力宣传“铁力木之乡”孟定镇, 共吸引8000余人参与活动; 并捐资建立上海证券爱心生态保护林, 项目占地20亩, 种植718棵树苗, 帮助铁力木增加种群数量, 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。



耿马爱心物资捐赠现场

在教育帮扶方面, 百联集团开展教育公益项目并进行学习用品捐助。集团旗下上海证券员工为耿马县勐撒和勐简镇幼儿园捐赠3万余元的学习物资; 与耿马县红十字会协作援建河外完小爱心浴室, 保障该校1083名师生的生理健康, 提升心理健康水平; 在察右中旗与教体局开展孤儿和困难学生的助学金项目, 可帮助孤儿和贫困生618人。

二、构建一刻钟便民生活圈

实现人民幸福安康是推动高质量发展的最终目的。党的二十大报告中强调, “采取更多惠民生、暖民心举措, 着力解决好人民群众急难愁盼问题”。同时, 习近平总书记考察上海时, 提出了“人民城市人民建, 人民城市为人民”的重要理念。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”; 上海市商务委会同市发改委、市住建委和市规划资源局在全市范围启动了市级“一刻钟便民生活圈”示范社区建设试点工作。2023年4月, 上海市政府召开本市全面推进“15分钟社区生活圈”行动部署会, 全面启动推进“15分钟社区生活圈”十项行动; 7月, 商务部、发改委、财政部等13部门办公厅(室)发布《全面推进城市一刻钟便民生活圈建设三年行动计划(2023—2025)》, 在全国范围内开展一刻钟便民生活圈建设三年行动。

从上海的市场需求和供给来看, 线下社区商业配置水平整体较充分, 但不同行政区分布不均衡; 同时, 消费者对品质要求比例在逐步提升, 更便捷、精准、丰富的社区商业、服务仍然缺乏。作为深耕上海的国有商业产业集团, 百联集团覆盖广泛、业态综合, 并已形成会员基数充足的线上平台, 具备零售应用技术以及整合线上线下的综合性运营能力, 2023年, 百联集团聚焦社区需求与痛点, 全面推进一刻钟社区生活圈建设, 尽力满足上海人民群众日益增长的美好生活需要。

(一) 点面结合, 深入一线调研

百联集团通过对标研究11大社区业态、2大标杆社区, 访谈近50名内外部专家, 召开4场消费者座谈会、收集有效问卷600余份, 构建了基于商业逻辑的社区生活圈模型, 为百联一刻钟便民生活圈建设打下基础。2023年3月至7月, 由集团领导牵头, 围绕“百联一刻钟便民生活圈建设”开展13次专题调研, 范围涵盖百联股份旗下多家社区型购物中心、联华股份各类门店、存量待更新资产及潜在项目机会, 分析现状; 同时, 与区、街镇展开直接沟通与对接, 范围覆盖长宁、崇明、青浦、松江、金山等, 洞察需求; 并结合调研中发现的问题与形成的思路, 召集相关业态公司针对性的开展会商会议, 形成百联特色解决方案。在研究及实施过程中, 百联集团重点聚焦3个问题: 如何将百联的各类优势形成合力; 如何在落地执行层面找到切入点; 如何实现社会效益与经济效益的平衡。

(二) 内外结合, 形成百联方案

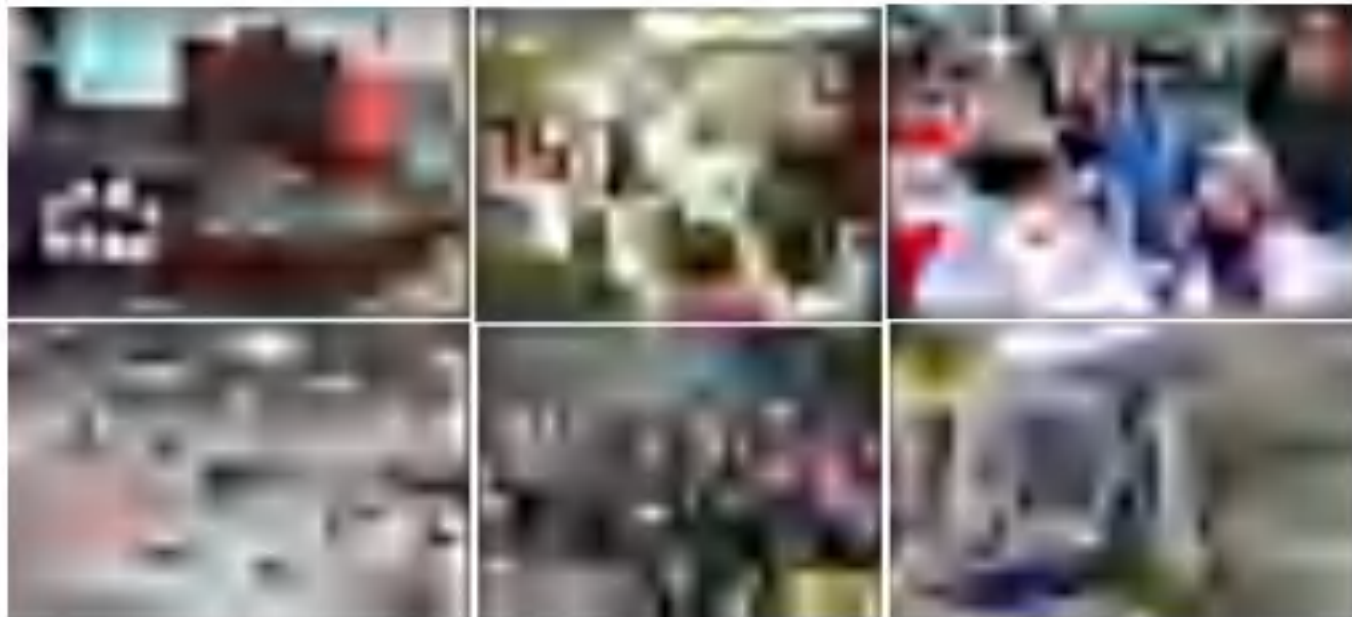
基于不同区域的需求, 结合百联的业态布局, 因地制宜, 针对区、街镇情况, 组合形成有针对性的城区、城郊两套解决方案。在城区方案方面, 因其建成度高、老龄化程度高的特点, 判断其基础服务基本满足, 但有能级提升和智能化需求; 在城郊方案方面, 因其以增量发展、人口导入为主, 同时网点密度不高, 判断存在服务空白点、基础服务待补足, 有规划利好。具体实施方案包括“两个模式、一个平台”, 即: “纵向模式”: 以百联社区购物中心、邻里中心(卖场转型) 为圆心, 结合所在社区需求与自身数字化门店转型, 整合体内商户资源及周边资源, 打造一刻钟社区生活圈; “横向模式”: 以i百联为平台, 串联内外部资源; “一个平台”: 围绕社区需求, 整合商品与商户, 打造社区商业与生活服务统一平台系统。

(三) 试点落地, 逐步推广复制

经过综合研判, 百联集团以长宁新华路街道、新泾镇为试点街道, 以联华香花店、百联西郊购物中心为实体支点, 推进长宁区战略合作。结合“两个模式、一个平台”实施方案, 打造两类标杆, 即百联曲阳、百联西郊等百联社区标杆门店, 升级、联动生活所需业态, 加快推广复制; 以新华路街道为样板的标杆街道, 进一步提炼村级店样板; 一刻钟生活圈平台在新华路街道试点上线, 后续将持续扩展本地特色内容。同时, 结合商超、便利、药店等, 重点区域加密、空白区域补缺, 逐步推广复制, 并优化网点布局。

(四) 服务提升, 丰富居民需求

在建设过程中, 百联集团不仅满足居民的消费需求, 更关注社区的情感联结, 增强社区居民的幸福感和获得感。如: 百联曲阳由“邻”出发, 构建“文体娱艺”多个主题“子空间”以及各类消费业态, 形成满足居民生活体验的“邻空间”; 世纪联华黄浦新苑店融入社区, 打造“居民楼下的菜篮子”, 并加强社区服务功能, 烘托烟火气息与社会使命, 引进餐饮、休闲、亲子游乐、社区服务、轻食、熟食等, 满足周边居民多元化需求; 第一医药将核酸亭改造成健康驿站——健康小屋, 并定期有第一医药的志愿服务团队驻点, 为周边居民提供专业药学咨询、常规健康检测、新品体验等服务, 打通了社区健康服务的最后一公里。



百联旗下世纪联华黄浦新苑店、曲阳购物中心、第一医药等 一刻钟便民服务项目

(五) 便民惠民, 交出百联答卷

依托百联零售主业和资源优势, 百联集团深度对接生活圈需求, 一刻钟便民生活圈从“家门口的好去处”定位延展到多业态融合的未来社区商业模式, 以“便民”与“惠民”为切入点, 融合业态内外部资源, 整合线上线下的空间、商品、内容、服务, 涵盖居民日常生活的系列场景, 以全渠道、全业态、全时段、全品类的整合商业形态。

(六) 网点覆盖, 基本形成百联生活圈

目前, 百联集团商业网点超2,000家, 已覆盖全市16个区县, 215个街镇已覆盖97%, 同时, 根据自建一刻钟生活圈大数据模型显示, 上海837个生活圈已覆盖近84%, 为构建民生保供网络提供了重要支撑。

以崇明区为例, 百联集团旗下联华超市以核心镇大店为核心, 联结各村镇, 以点带面, 以面成片, 网络式布局全区, 目前已覆盖16个乡镇, 网点超130家; 同时, 结合周边居民需求持续提升、焕新门店, 持续加大村级店、村中店覆盖。



百联梳理上海一刻钟便民生活圈布局

(七) 构建平台, 打造百联“15LIFE”品牌

2023年9月23日, i百联平台正式在新华路街道上线一刻钟生活圈, 并揭幕百联“15LIFE”品牌。平台将围绕社区的本地化属性, 从“实体一群楼”出发, 整合街道、百联及合作商户资源, 围绕“一店一早”“一菜一修”“一老一小”等服务场景, 串联起一刻钟生活圈商户联盟, 提升线下服务能力; 按“一街一策”建设“线上一街道”, 为居民提供全面的服务指南和街道特色展示; 构建“私域一社群”, 以公域作承接, 用互动形式链接街道、商业和消费者, 拉近彼此距离, 让居民更直观感受到一刻钟生活圈的服务价值。上述一刻钟生活圈模式, 以“生活圈”“人文新华”“好物商城”等特色频道, 打造特色街道名片, 吸引了首批“一刻钟便民生活圈”联盟商户的加入, 已覆盖商场购物、餐饮、医药健康、丽人等多个行业店铺, 助力“家门口消费”持续升温, 促进区域“商居共融”建设, 获评“上海市数字商圈十大优秀案例”。



百联梳理上海一刻钟便民生活圈布局

(八) 服务社区, 践行百联社会责任

百联集团全面贯彻“让消费者乐享美好生活”的品牌理念, 以实际行动为社区居民带去便利, 助力提升居民幸福感和获得感。第一医药聚焦社区服务, 2023年开展服务活动约400场, 线上线下公益讲座直播超60场, 此外, 还携手徐家汇街道、斜土路街道等, 开展“上海慈善周”“家庭健康日”等主题活动, 累计服务人次超过4万, 真正做到进入社区、深入居民、成为居民身边的家庭小药箱。好美家聚焦“银发一族”, 推出了一系列适老化改造装修项目, 提升老年人居家养老的生活品质。2023年“适老化改造项目”入选“乐龄申城·早上海”金子点设计榜, 联合百联旗下第一医药、吴良材眼镜、百联电器、华联典当等单位提供公益服务, 为“银发一族”打造高品质生活。百联曲阳购物中心以数字化为破局点, 充分链接线上和线下, 从商场深入街道社区, 通过数智门店将商场、商户、社区进一步联通, 成功打造“一刻钟便民生活圈”2.0版, 进一步提升了服务便利化、标准化、智慧化、品质化水平, 为消费者带来了更多元化的购物体验。

三、助力国际消费中心城市建设

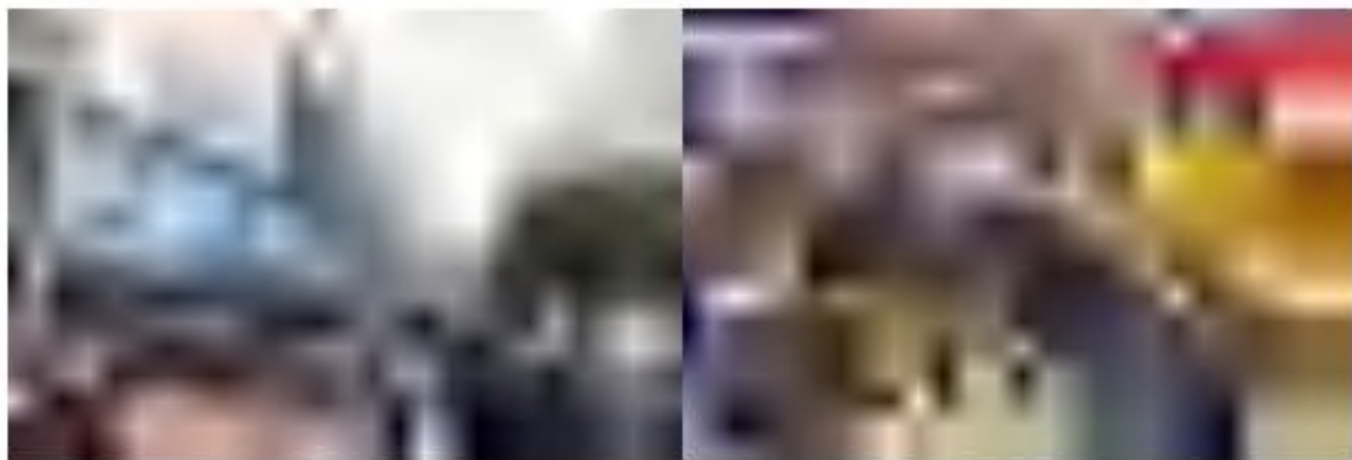
百联集团深入贯彻绿色环保理念,积极践行绿色可持续发展战略,创造更美好的生活环境。“十二五”期间,上海启动研究“国际消费中心”,多次开展促进消费、提升内需等方面调研,提出的打响“上海购物”品牌、“建设世界级消费城市”等目标。2021年7月,商务部印发《关于开展国际消费中心城市培育建设工作的通知》,上海成为首批培育城市之一。国际消费中心城市的建设,有助于加快消费提质升级,促进形成强大国内市场,畅通国内大循环;也有助于推进高水平对外开放,促进国内国际双循环,对推动经济高质量发展、构建新发展格局具有重要意义。作为深耕上海的商业产业集团,百联始终坚持并倡导“创领消费时代、创新客户体验、创造员工价值”的企业使命,全力以赴在上海国际消费中心城市建设中发挥好主力军作用,形成四大方面12项重点举措的实施方案,包括:建设全球有影响力的商业地标、创新丰富多彩的商业模式、打造国际知名的商业品牌等,持续推出特色商品、升级特色服务、创新消费场景。



(一) 点面结合,深入一线调研

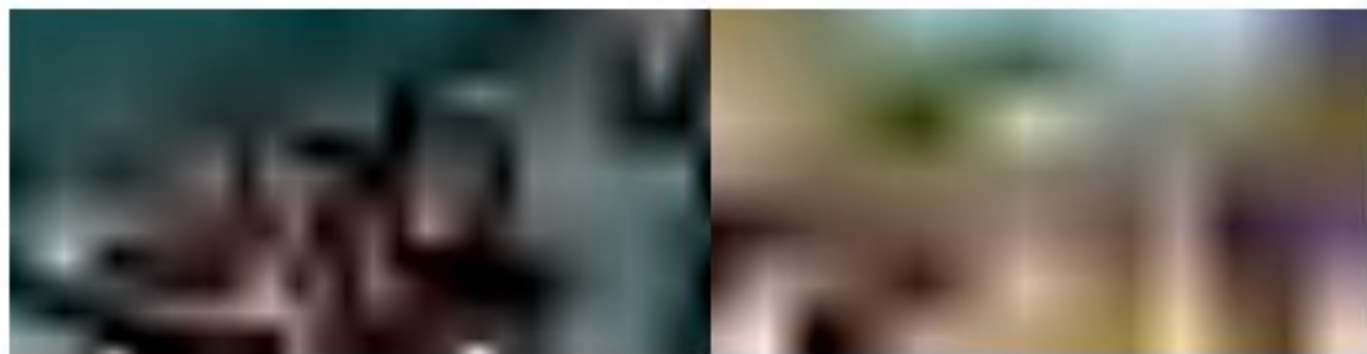
“百年零售看百联”,“中华商业第一街”南京路上的“四大百货”中,三家就在百联。但百联并不止于此,作为发源于上海本土的商业零售企业,百联以独有的区位优势、在地文化优势、品牌优势,在开放型世界经济格局下,守正创新,融入对城市的理解打造自己的空间产品,并创新升级旗下商业空间,实现了多元而独特的承接载体,从而持续为城市更新助力,为消费者美好生活提案。

聚焦Z世代消费者,以次元文化为出发点,将老牌百货华联商厦改造成为国内首座聚焦次元文化的商业体——百联ZX创趣场,于2023年1月试营业。已开业店铺首店占比超65%,引入了日本之外全球首家万代魂TAMASHII NATIONS旗舰店、中国首家MegaHouse、上海首家万代VRZONE体验店、首次开出线下商场店铺的模玩熊等品牌首店,共计引进海内外300多个次元IP。组织宝可梦、初音未来、哆啦A梦等IP主题快闪、互动活动以及限定新品发售活动近百场,成为上海二次元活动首选地。



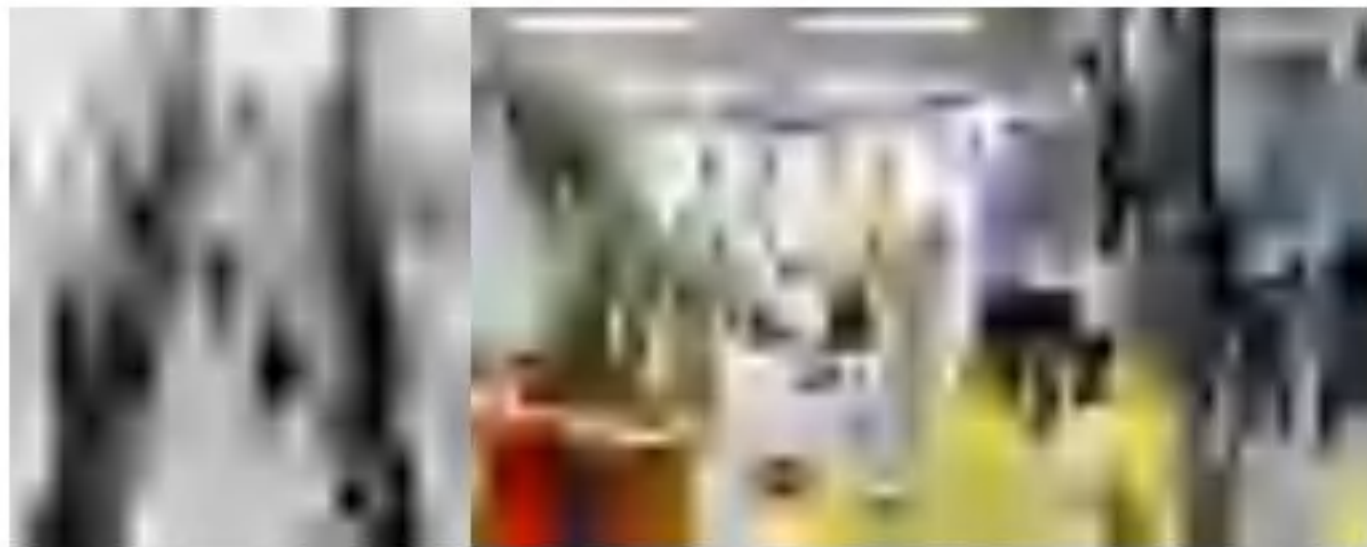
百联ZX创趣场1月试营业及宝可梦IP主题活动

聚焦社区便民生活,升级打造社区能量场,以提质“一刻钟便民生活圈”为目标,重塑商业空间百联西郊购物中心。2023年,百联西郊购物中心实现焕新升级,以“健康、活力、可持续”的创新理念,全新塑造空间格局、新业态范式和新内容场景,重构消费生态,实现商场与社区双向联结,全面展现百联“超级社区能量场”的业态融合创新图景。引进近200个品牌中全国、上海以及长宁区首店达50家,包括超级鸟居、RE而意、集吉woo!、Meland、云庐等,融入友宠、亲子、运动、夜生活等内容,试营业期间推出宠物主题展、瑜伽护肤礼遇、粉红跑道打卡等趣味活动。



百联西郊上海首家宠物露营综合体、宠友观影体验

聚焦潮流时尚文化,持续深化百联时尚中心建设,举办“The Bank Market”活动,联合youngtalents品牌、the balancing百联买手店以及设计师工作室突破性尝试里弄时装秀,组织新品首发和露台市集;时装周期间,举办XIAOLI筱李2024春夏新品发布秀、Louis Shengtao Chan 2024春夏新品发布秀等时尚活动,进一步深耕时尚产业,丰富百联时尚孵化场内涵。

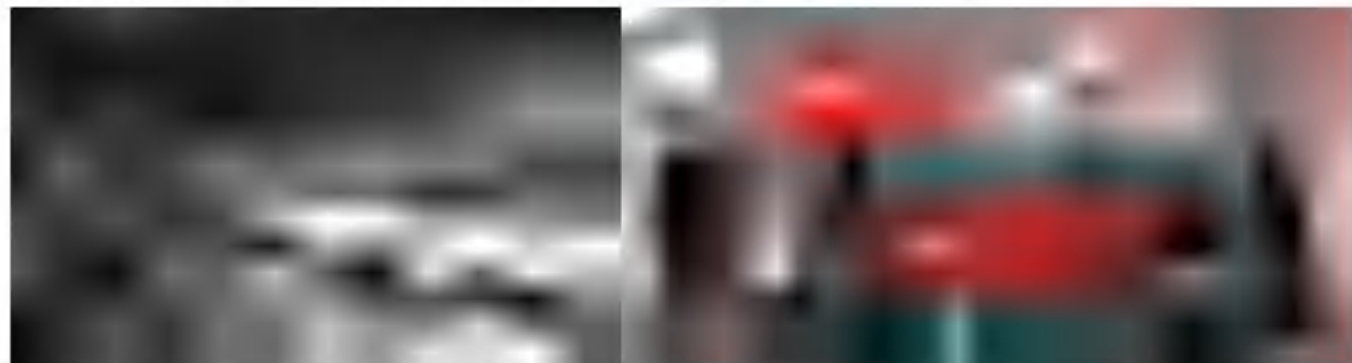


百联时尚中心“The Bank Market”里弄时装秀、买手店活动

(二) 商业技术赋能, 打造数智美好生活

商业创新要实现绿色续航,则需要不断提升数字化水平,为消费者带来更好的服务体验。百联提升打造全业务链数字化的能力,多年来坚持自主规划、自主开发、自主集成、自主运营,通过对商品、员工、用户、场景的数字化建设和迭代优化,构建未来商业生态的数智基因。百联已形成“1+2+N”数字化转型整体方案,以“前瞻性研发,数字化赋能,示范零售业”为目标,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,赋能行业,促进零售发展。

其中,百联曲阳购物中心运用系列数字化工具,通过百联云店小程序,整合租户和门店资源,促成购物中心应用场景新的转变,达成“到店”;通过顺丰物流、商户和商场三方协作,促成曲阳3公里内一小时达业务,实现“到家”;通过和第一百货商业中心、RISO全食市集等兄弟企业合作,建立“虚拟专柜”,同时供销系统达成商品同步上新,吸引有需求的消费者。此外,百联曲阳运用“社群小二”“媒体矩阵”等多种消费场景和触达方式,结合业态组合+跨渠道合作的模式,构建“15分钟社区生活圈”,将消费者与商品、服务、体验进行精准、智慧、温馨的勾连,让美好生活“零距离”。



百联曲阳购物中心“邻剧场”、社区党建服务活动

此外,杭州百联奥莱也依托自身积淀的数字化基底,加速数智化连接与拓展,率先打造“数智奥莱”行业样板。通过引入数字化的管理技术和智能化的管理终端,成功打造了体验、消费、管控三心合一的智慧运营中心。

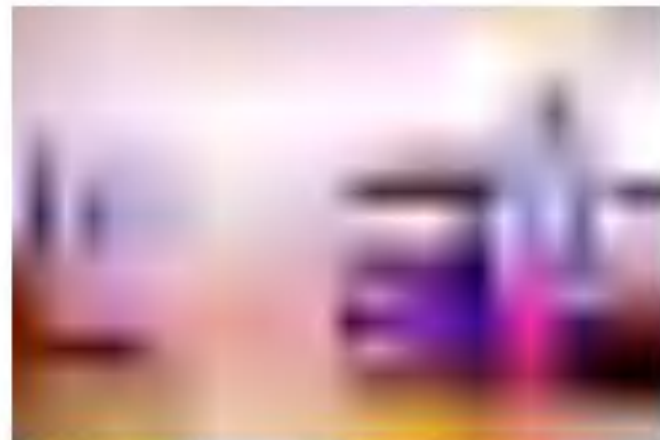
(三) 老字号焕新, 跨界联名加速破圈

老字号承载着几代人的记忆,代表着经得起时间考验的品质,凝聚着精益求精的匠人精神。近年来,百联通过与潮流、文化等品牌跨界联名合作,加速老字号焕新破圈。其中,转型升级眼镜文化主题店--“茂昌一九二三镜界”,把传统的眼镜门店改造成时尚眼镜的秀场。店内与跨界潮流艺术组局,集合高端眼镜品牌、插画艺术家、装置艺术家,共同营造海派空间的艺术氛围。同时,与上海咖啡合作,进一步将“摩登海派眼镜文化”与“上海咖啡文化”结合,演绎海派镜界的新尝试。此外,茂昌眼镜百年诞辰之际,致“镜”百年,“镜”接未来,联合一大会址推出了“致镜”礼盒,包括经典馆藏复刻眼镜与极致摩登复刻眼镜。吴良材与敦煌合作以三兔共耳为视觉元素,推出联名新年红包、丝巾,诠释中国传统文化魅力。



茂昌一九二三镜界概念眼镜首发、与一大会址联名“致镜”礼盒

作为百联集团旗下著名的中华老字号,第一医药商店曾享有“医药样品间”和“远东第一大药房”之称,并以其“新特齐全”的健康产品和服务享誉全国,近70年来深受广大上海市民信赖。2023年,第一医药创新模式探索,成为医药行业第一家拥有跨境业务的药房,在B2B、B2C、线下2C业务模式上多渠道覆盖,致力于在跨境业务领域做“医药零售里最懂跨境、跨境医药里最懂零售”的健康服务商。带来“足不出户,享全球好物”的大健康购物体验,与常规药品、保健品实现品种互补,进一步夯实了“名、特、优、新、全”的产品经营定位。同时,2023年8月,健康小镇首家复制门店“徐汇旗舰店”开业,结合附近医疗康养及商圈资源优势,引进热门咖啡品牌,打造“喝着咖啡逛药店”的线下消费场景,并通过融合中医养生、头皮滋养、母婴跨境购等多元化健康服务,提供一站式健康消费体验,探索创新店型模式。



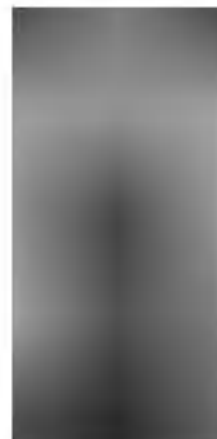
第一医药“跨境GO”医药行业第一家有跨境业务药房

(四) 水岸联动, 构建复合型艺术生态圈

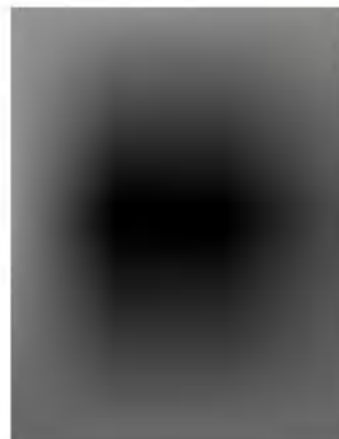
基于上海市“一江一河”发展规划和静安区“一轴三带”发展战略,百联集团基于自身“一核三柱”产业体系,联动水岸,运用苏河湾地区“水脉、文脉、绿脉、人脉”四脉合一的鲜明特征,打造、赋能园区带街区。光复路127号四行仓库光三分库引入瑞典的Fotografiska全球最大影像艺术中心,于2023年10月21日起试营业,LV(路易威登)同步开启主题为“依好,上海”的限时空间。集团将四行天地一期、四行仓库、四行195、光复路127号四幢苏州河沿岸建筑串珠成链为开放而整体的“四行街区”吸引了一批顶级艺术机构入驻,正式打响静安区“艺术苏河”的品牌,集团发挥独特的区位优势、优质的营商环境、亲切宜人的滨水环境、深厚的文化底蕴,助力街区形成复合型艺术生态圈。

(五) 商业与城市功能融合互促

百联西郊焕新升级打造的超级社区能量场,通过场景和模式的创新,赋能实体门店,拓展服务半径,不仅仅是满足周边居民的基础生活需求,而是推动一刻钟便民生活圈与文化休闲圈、运动潮流圈、互动社交圈等“圈圈相融”。以创新为动力,提升社区生活消费的便利化,在惠民生,扩内需,促消费,畅通城市经济“微循环”方面发挥更大作用。焕新开业后,荣获2023年度城市焕新力新地标、2024年度最具期待回归地标、长宁区城市更新重点项目、第十二届“上海零售风云榜”城市更新标杆、长宁区一刻钟便民生活圈品质点位、商体TOP20行·味等荣誉称号。从10月底试运营以来,客流量、销售额以及客户满意度、复购率,均超过了预期的目标,也印证了“超级社区能量场”的价值创造力和强聚客能力。



荣获2023年度城市焕新力新地标



2024年度最具期待回归地标



第十二届“上海零售风云榜”城市更新标杆



长宁区一刻钟便民生活圈品质点位



商体TOP20行·味等荣誉称号

第三章

深化产业发展,协同“一核三柱”体系

百联集团持续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。在心理上,“顶住压力,守住信心,坚定方向,砥砺前行”;在发展上,“聚焦‘重中之重’,深化产融协同,自驱敏捷提升核心能力”;在经营上,“聚力经营提质增效,确保项目落地,降本控费加强风险把控”,持续以“深化改革增长创新高质量发展”为指导思想,以打造“一核三柱”现代商业产业集团为目标,对标国内外一流企业,培育“专精特新”,谋求高质量发展与可持续增长,既要稳中求进,也要奋力一跳,全力以赴开好局,积极进取保增长。

一、加速业务发展

2023年是全面贯彻党的二十大精神开局之年,是三年新冠疫情防控转段后经济恢复发展的一年,也是百联集团成立二十周年,更是实施“十四五”规划的关键之年。

在集团党委和董事会的领导下,全体干部职工面对经济不确定性增多、复杂性加大,努力认清“定”与“不定”、“变”与“不变”趋势中蕴含的“危与机”,聚焦国家和上海战略发展机遇,抢抓疫后市场,通过新媒体、新渠道、新模式、新技术,激发拉动市场消费,确保实现经营增长;聚焦战略与经营的重中之重,不断提升核心竞争力,深化改革增长创新发展,助力集团高质量发展和可持续增长。

(一) 商业零售持续保持增长

2023是三年新冠疫情防控转段后经济恢复发展的一年,集团聚焦国家和上海战略发展机遇,抢抓疫后市场,通过新媒体、新渠道、新模式、新技术,激发拉动市场消费,确保实现经营增长。

一是整合营销助推销售增长。集团制定“1+5+6+N”全年促消费工作方案,1至11月,集团零售企业累计实现商品销售570.17亿元,从业态来看,12个零售业态中10个实现增长,7个业态增速好于行业,集团零售各业态疫后复苏和增长态势总体好于行业平均水平。从具体措施,结合集团20周年庆,合力推进整合营销,实现季季有主题、月月有重点、周周有亮点,率先助推消费复苏;抢抓市场热点,拉动销售形成增量;聚焦社交体验,打造市集吸引客流。百联股份围绕品质生活、运动生活、艺术生活、绿色公益生活等多重主题,举办“FunCity! 玩动一夏-2023百联潮流运动季”、“LoveColoring 爱上色-2023百联股份秋季化妆节”等活动,为线下门店创造话题、社交氛围、市集概念。四是整合传播助力销售增长。2023年集团组织各二级公司落实整合营销传播相关工作,产生新闻报道4.1万篇,总曝光量40亿次,触达人群22亿人次。

二是线上持续增长,私域初具规模。i百联平台销售持续增长;探索本地生活模式,拉通线上线下客流;社群工具持续迭代,销售转化助力业务增长。优化“品牌出佣,导购分享”的社群模式,提升品牌导购积极性,兜荟团社群导购突破3.3万人,全年预计实现销售超6,000万,同比增长50%。四是与品牌联合会员,扩充私域高净值客户。百联股份云店与雅诗兰黛打通会员权益,联动双方会员超4,500人,其中,导入新会员2,200人,到店消费率近90%。

三是供应链体系建设逐步完善。集团管理模式进一步优化,由“主导拉动”转向“督导推动”;各二级公司聚焦JBP、自有品牌、进口商品等工作推进供应链建设。深度开展JBP合作,改善客户心智,拉动整体销售;深化自有品牌建设,提升综收水平。联华股份通过优化价格策略,提升消费者感知,自有品牌销售占比6.6%,超行业平均水平;加强品牌联名合作,如:真老大房x联华联名苏式月饼简装4款销售突破100万;顺应市场消费趋势,抢抓新品、网红单品吸引客流。联华股份优化新品引入机制,引入新品10,578个SKU,新品销售额占比7.2%;加强生鲜基地建设,直采销售占比47%,引进地标产品近600个SKU,销售增量超2,000万元。

四是推进网点转型与拓展,提升规模和门店效益。转型门店社区化、主题化,经营业绩均有提升。联华股份持续探索大卖场向社区生活中心转型,打造小而美、全品类、有烟火气的2.0社区生活中心。黄浦新苑店5月转型后,日均销售、毛利率均达成预期目标;3.0社区生活中心南汇店自9月转型后,日均销售近30万,实现预期目标。新开门店探索新商业模式,提升品类、服务、市场形象。联华股份探索社区型商超,市内首家CityLife古北店于11月8日开业,定位为“环保、健康、品味、生活”,满足中上层家庭和上班族的品质生活需求。开业后,日均销售超3万,生鲜销售占比超40%,线上占比近18%。三是丰富拓展模式,助推经营规模扩张。联华股份优化紧密型加盟模式,聚焦网点拓展、供应链、管理赋能3个维度,强化加盟店资金、进货、营销以及线上线下一体化管控模式,累计拓展近百家。

五是创新项目持续获得突破。2023年,百联集团持续推进创新项目评估、评奖,开展6个存量创新项目评估,其中:曲阳数字化一刻钟便民生活圈、百联i学线上教育平台2个创新项目达到预期成效,确认创新成功;数智奥莱(杭州奥莱)、时尚中心、科创中心、本地生活平台4个创新项目继续改善发展模式后加速发展。

(二) 三柱业务深化协同发展

三柱业务2023年三柱板块企业进一步加强与集团零售主业协同,发挥专业资源、市场优势,助力集团实现增长。

一是商业金融推进财富管理型券商建设。强化财富管理客群综合服务能力,提升大财富协同能力和整体效能;深化产融结合,推动合作发展。发挥专业领域优势,助力“百联又一城公募REITs”项目前期立项论证和申报发行工作以及“百联资管类REITs”发行工作;加强与物贸在有色金属及黑色金属、与联华在苹果品种的合作,探索期现业务发展新模式;加强外部合作,探索机会项目。集团与国泰君安战略合作,百联资管与百联股份积极推动设立首期Pre-REITs基金,为集团公募REITs平台后续扩容、储备优质项目。上海证券与财联社战略合作,通过互补资源禀赋,共同建设证券、基金一体化的C端+B端+企业客户服务并举的生态圈。

二是商业投资扩大基金规模。强化基金投后管理,优化管理机制;启动消费产业母基金。与国泰君安共同谋划设立消费产业母基金,打造消费全产业链基金矩阵,共同服务于上海国际消费中心城市建设,9月完成母基金方案论证工作,10月完成母基金募资说明书的编制,签订合作备忘录;助力产业协同。推进基金及已投资项目与集团产业的对接与联动,组织嘉御资本、华润资本、瑞力文化基金及海望资本等4次项目合作交流,推荐项目20余个。

三是商业资产加快去化,提升效率。聚焦“一房一策”,加快招商去化。商业资产板块企业实施多渠道组合营销策略,加大信息发布力度,上线联交所平台。标杆项目提升租户品质,巩固市场地位。百空间香港路维持“外滩新锐艺术聚集地”的定位,获评上海市文创优秀楼宇称号,出租率维持90%。

二、加速数字化建设

2023年,百联集团根据“1+2+N”的数字化蓝图规划,全面推进数字化转型战略。与战略伙伴合力打造数字零售“新基建”,为行业提供数字化领先实践,帮助优化产品服务,实现降本增效。依托会员、商品和消费数据沉淀,增强数据价值变现,持续丰富“人货场”零售运营场景,构建百联核心竞争力。深度推进商业零售行业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。

(一) 夯实数字化地基,推进集团数据治理

2023年,按照统一部署,多个业态开始推进数字化基础设施的云转型。集团总部、百联股份、联华超市、百联全渠道、第一医药、三联公司等结合自身业务场景,设计云转型技术路线并开始实施。其中百联全渠道与华为团队共同研究大型商业零售电商平台云转型的技术路线,紧密协同,齐心协力,克服了系统复杂程度高、业务可靠性要求高、停机窗口短暂等种种困难,在2023年8月15日,一举将“百联业务中台”系统全量切换上云。成为大型商业零售电商平台云转型行业最佳实践之一,也为集团下一步数字化转型积累了宝贵的经验。同时,百联还从集团层面推进数据治理和数据中台建设,形成了《百联集团数据管理办法》,为下一步的集团数据资产管理、开发、应用、共享和安全建设明确了制度基础。



(二) 破局科技化转型,规划商业操作系统

百联集团将全面的数字化转型升级作为十四五战略五大战略重点任务之一,商业零售操作系统建设作为数字化转型过程中最重要的内容之一。2023年,百联集团协同旗下全渠道公司、百联股份共同规划商业零售操作系统,探索借力数字化科技生态打造一个面向未来的数字商业体,实现科技驱动业务增长,探索零售行业新的发展机会。百联规划打造的商业操作系统名为BLOS,既“源于百联”,以服务好百联各业态发展为前提;又“不止百联”,立志引领整个零售行业数字化转型浪潮。BLOS凭借灵活的架构和丰富的应用可满足不同体量、不同种类的客户需求,通过数据驱动和人工智能,帮助客户实现业务增长和赋能管理提升。BLOS的本质是以数据为本,基于零售核心数据要素,打造的“一个基础管理平台、N个数据应用模型、一个应用共创生态”。BLOS的规划和设计,既是对百联既有商业零售业务经验积累和知识沉淀,又是在百联近十年来数字化探索成果基础上的完善和升华。百联依托20年的发展和沉淀,秉持国有企业的使命和责任,结合自身专业累积,规划打造“国字号”商业零售操作系统——BLOS,拥抱商业零售数字化转型。不忘初心、奋勇前行,为国筑基,与全行业共创、共建、共享,共襄数字零售盛举。

三、深化安全管理

(一) 食品药品安全

集团和相关成员企业深入学习贯彻党的二十大精神 and 习近平总书记关于食品药品安全的重要指示批示精神,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、市药品监督管理局、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,牢牢守住食品药品安全底线,保障消费者“舌尖上的安全”。

2023年,集团认真推进各项工作,风险防范能力进一步加强,全年未发生食品药品安全事故。一是强化了源头管理,对149家供应商工厂开展食品安全审核,赋能指导企业提升食品安全管理水平。二是加强内部管控,集团对包括门店、工厂、物流中心在内的142家单位开展食药安审核,各级企业开展门店食药安检查合计3393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,2023年政府监管机构监督抽检集团成员企业食品药品4008批次,集团委托第三方机构开展食品安全预防性抽检467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12万批次,保障食品安全。

集团赋能业态提高食品安全标准化管理水平,固化“守信超市”创建成果,编制《百联集团食品经营企业食品安全标准化手册》,开展食品安全标准化“达标单位”创建,筑牢标准化管理基础,形成常态化管理机制,不断提升食品安全管理水平。集团成员企业积极参与市级“守信超市”创建,2023年集团成员企业门店获市级“守信超市”24店(全市157家),市级“放心肉菜示范超市”1店(全市8家),2017至2023已累计创建市级“守信超市”169店(全市863家),“放心肉菜示范超市”28店(全市117家)。

2023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:维权益,安心购,食安科普进商超——联华股份3·15食品安全科普活动

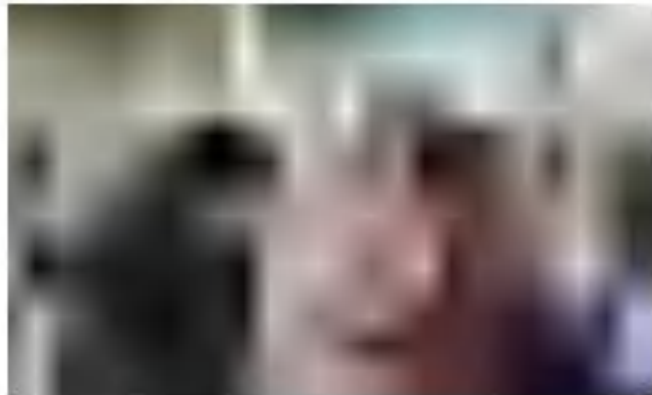
联华超市股份有限公司、上海百联中环购物广场等单位,在上海市食品安全工作联合会、普陀区食品药品安全委员会办公室、普陀区长征镇食品药品安全委员会指导下,于2023年3月15日下午在上海中环百联购物广场举办了食品安全科普进商超宣传活动。

本次活动围绕“维权益,安心购,食安科普进商超”和“文明用餐”的主题,开展食品安全科普进商超宣传活动,活动共分为“专家咨询”“科普宣传”“你点我检”“有奖答题”等四大板块。



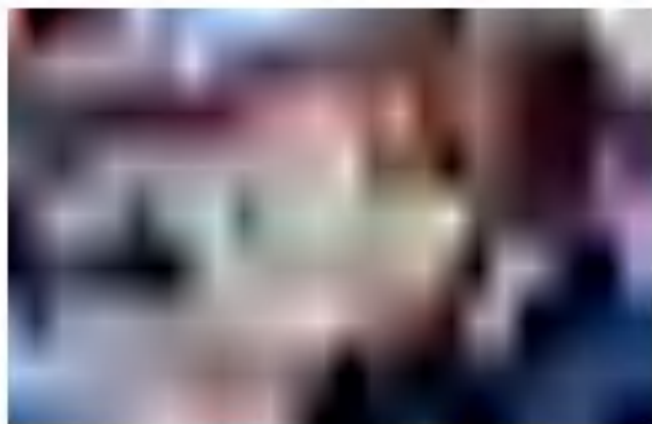
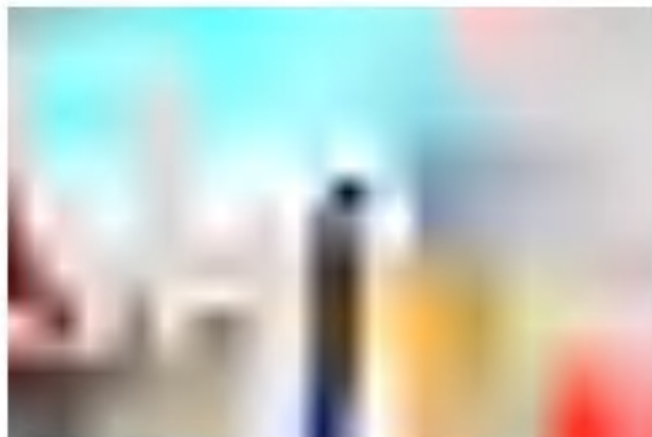
一是专家咨询

邀请市食安联秘书长姜培珍、市食安联专家顾问侯建星为市民进行食品安全咨询服务,并解答食品安全相关问题。



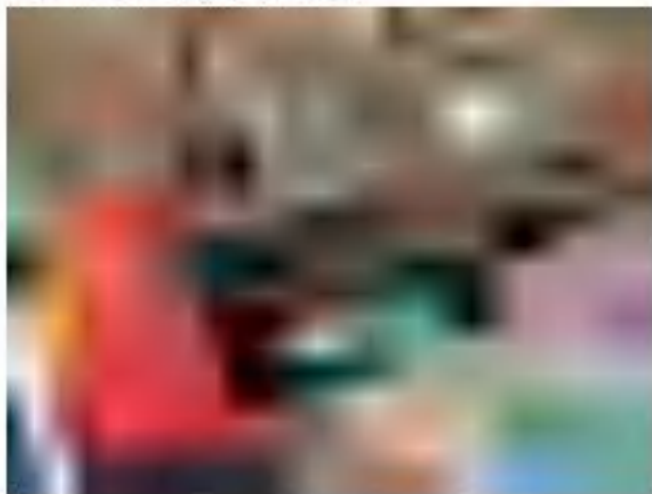
二是科普宣传

设立宣传咨询台、悬挂醒目标语、发放宣传单页等形式,向市民科普《消费者权益保护法》《食品安全法》《反食品浪费法》、食品选购等有关知识,提振消费信心,引导市民自觉抵制和远离“假冒伪劣”商品,同时向顾客和居民宣传厉行节约、反对浪费的食品安全、粮食安全理念。



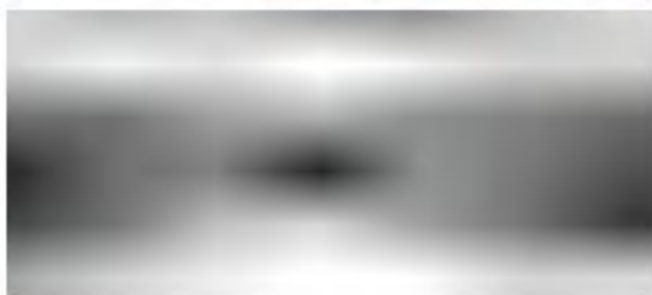
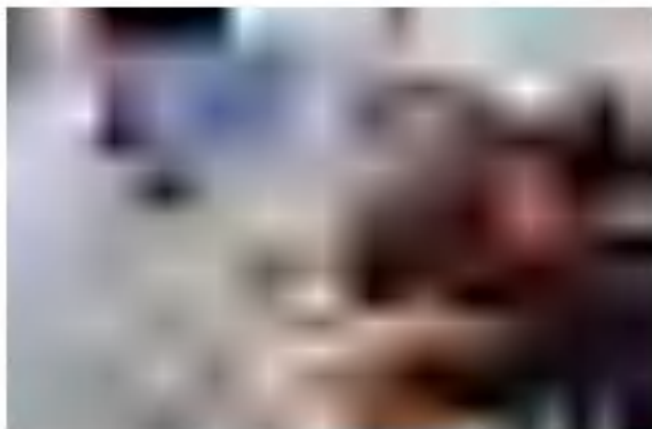
三是你点我检

志愿者在活动现场随机选定抽检对象,由食品安全志愿者、市场监管所执法干部及第三方检测机构对商场内的青团、大米、蔬菜等食品进行监督抽检。



四是有奖问题

市民在活动现场随机从30道食品科普题目中抽取1题进行答题,答对即可现场获得小礼品。活动现场约有100余位市民踊跃参与本次食品安全科普互动问答,并获得小礼品,参与率高,气氛热烈,起到了良好的宣传效果。



(二)生产安全

按照市国资委2023年安全生产工作指导意见,百联集团坚持“党政同责、一岗双责”和“三管三必须”原则,严格落实安全生产主体责任和全员安全生产责任制,以保障企业安全发展和员工生命安全为目标,以强化安全生产责任担当和提升集团本质安全水平为核心,全方位加强系统治理,为集团高质量发展,营造安全平稳的经营环境。

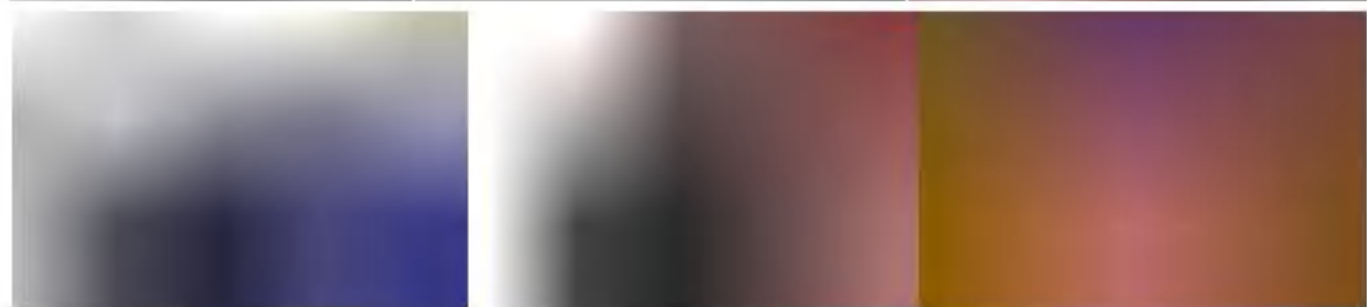
一是健全组织体系,强化责任机制。集团党政主要领导对于安全生产工作高度重视,上半年在集团安委会扩大会议上,对安全生产工作提出了重要指示和具体要求,要求创建良好的安全环境,确保集团高质量发展。年初,集团与下属16家二级公司、中心签订了《百联集团2023年度安全生产工作责任书》,明确了企业安全管理主体责任和全年目标任务,作为各个领导班子年末安全履职绩效考核的重要内容。全年,集团开展本部室和二级公司新任9名领导的安全约谈工作,明确新任党政主要领导必须切实承担起安全生产工作第一责任人的领导责任和“促发展、保平安”的政治责任。

二是加大综合整治,着力风险防控。年初随着疫情困扰的彻底消除,集团深入源头治理和风险防范,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、施工现场、厂房仓库等重点区域,开展了常规、专项、夜间排查整治近百次,包括:春节安全检查、市应急管理局执法检查企业自检、市外企业监督巡查、五一节前大排查大整治、二级企业三年安全生产工作巡查、中秋国庆假期安全检查、“回头看”复查等综合安全检查;今冬明春火灾防控、厂房仓库安全整治、燃气安全检查整治、电气火灾综合整治等消防安全治理;以及防汛防汛安全防范工作。全年,集团未发生包括人员伤亡和较大财产损失在内的安全责任事故。

三是推进重大隐患专项整治2023行动。集团落实落细安全生产十五条硬措施和“本市78条工作措施”,助推重大事故隐患专项排查整治,按照明确重大事故隐患判定标准、落实重点检查事项、建立重大事故隐患台账、加强督导检查 and 定期考核评价等流程顺利开展,着力消除可能导致群死群伤的设施设备故障、违法违规行为、安全管理缺陷等重大事故隐患。

四是深化厂房仓库安全整治。集团以建筑面积1000m²以上厂房仓库和30人以上生产经营场所空间为重点区域,以老旧建筑场所、装修改建项目和对外出租场所为重点目标,集中开展生产安全消防责任、建筑使用性质用途、厂房仓库平面布局、生产安全设施管理、生产作业现场管理等各方面安全隐患检查整治,全力遏制厂房仓库各类生产安全事故多发势头。

五是注重宣传教育培训,开展安全生产月活动。2023年,集团相关部门相互合作,在充分利用现有培训师资和实训资源的基础上,扩大安全培训项目和培训规模,推动各级企业开展企业负责人安全生产专题培训、党政领导干部安全生产责任培训、安全管理人员复训等专题培训,以及特种岗位作业人员持证上岗考核、全员安全培训、新进员工安全三级培训等岗位培训。6月份“安全生产月”活动期间,集团各级企业围绕活动主题和集团安全发展布局,开展各类主题宣讲、警示教育、宣传咨询、知识竞赛、排查整治、应急演练等群体性活动,有效提升员工安全素质意识和企业应急处置能力。



(三) 网络安全

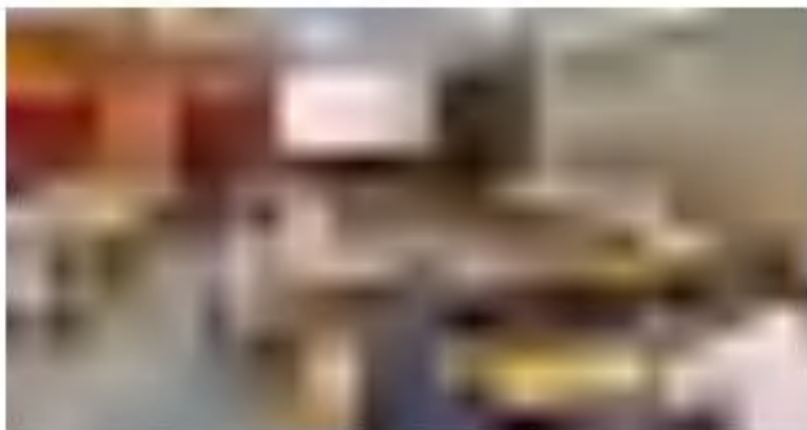
2023年,百联集团在网络安全方面践行社会责任,主动作为,加强网络安全的建设和投入,保障集团数字化转型的顺利进行。

一是加强个人信息保护,践行社会责任。2023年,百联集团积极配合监管部门开展的“亮剑浦江”个人信息保护专项行动,围绕“八大消费场景”进行全面自查自纠。对可能存在过度收集、频繁诱导甚至强制索取消费者非必要个人信息的违法违规行为及时整改。百联集团还构建APP合规检测平台,有效强化了APP及小程序的合规管理,加强了对个人信息收集、存储和使用的合法合规合理性,为用户打造了安全、放心的购物环境。

二是严格落实《网络安全法》,加强等保建设。集团要求各个二级单位负责人,都签署了网络安全承诺书,纵向到底、横向到边,层层落实网络安全责任。按照网络安全等级保护的要求,百联集团所属各级单位,共有15个应用系统完成三级等保测评,40个系统完成二级等保测评。全面提升整个集团的网络安全水平。

三是加强制度建设和统筹规划,建立健全网络安全管理体系。集团将网络安全建设提升到战略高度,统筹规划企业及下属子企业的网络安全体系建设,坚持数字化转型与网络安全保障“同步规划、同步建设、同步使用”的原则。立足企业实际,结合未来发展趋势,做好网络安全顶层规划和设计。集团和下级单位各个层面,都根据自身业务特点制定网络安全制度和配套的落地细则,包括数据安全管理办法、个人信息保护办法,信息化供应商安全管理办法等,形成闭环管理制度体系。

四是加强值班值守和应急演练,保障关键节点网络安全。集团根据法律法规和监管部门要求,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,关基单位建立24小时值班制度,保证了重大活动和节假日期间网络和应用系统安全平稳运行和信息安全。建立扁平化的网络安全预警信息通知体系,减少通知传达层级,确保网络安全预警信息传达及时、准确。集团还加强应急演练的组织和建设,参加监管部门组织的网络安全攻防演练,从桌面演练到实战演练,模拟处置突发网络安全事件,演练应急决策处置程序和操作流程,提高网络安全事件应对效率。



第四章

团结凝聚力量,助力员工共同发展

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。

一、总体概况

至2023年底,集团在册员工数2.8万人,劳动合同全签订、社会保险全覆盖。

指 标	单位	2022年	2023年
在册员工数	人	3.1万+	2.8万+
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45.6 无固定期限54.4上	固定期限45.2 无固定期限54.8上
地区分布情况	%	海市内56.4 市外43.6	海市内56.7 市外43.3
性别分布情况	%	女性58.9 男性41.1	女性58.7 男性41.3
年龄分布情况	%	35周岁及以下20.8 36-50周岁64.6 51周岁及以上14.6	35周岁及以下21.3 36-50周岁64.7 51周岁及以上14.0
学历分布情况	%	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	硕士研究生及以上4.5 本科21.5 大专22.2 中专及以下51.7
员工培训投入	万元	1,194.55	1,753.66
累计培训人次	人次	28.44万+	15.78万+
人均培训时长	学时	线上23.89 线下8.08	线上15.53 线下11.88
受训员工占比	%	98.63	98.80

二、员工发展

2023年度,人力资源部围绕核心能力建设,扎实有序、积极稳妥推进“十四五”人力资源规划既定的“5000人才工程”,推动人才队伍量质齐升。在促进员工发展方面:

(一)持续深化“雏鹰项目”,储备条线骨干人才

围绕集团“一核三柱”产业体系规划与人才队伍建设目标,解码人才储备核心能力要求,2023年聚焦“市场营销与传播”、“创新项目管理”、“党群工作”主题,储备通用专业/职能条线骨干136名。分步实施雏鹰人才甄选、培育两阶段:严格选拔雏鹰人才,开展七天集中强化培训;一人一方案,设计人才发展计划IDP,启动两年岗位历练,助力员工纵向深耕专业素养、横向拓宽综合素能。

市场营销与传播(MC)雏鹰班

聚焦市场营销、公关传播双条线,甄选出54名MC骨干人才,通过二十大精神解读、城市走访、内部参访学习标杆案例、沉浸式体验翻转课堂等形式,创新培训载体,提高育用效能。



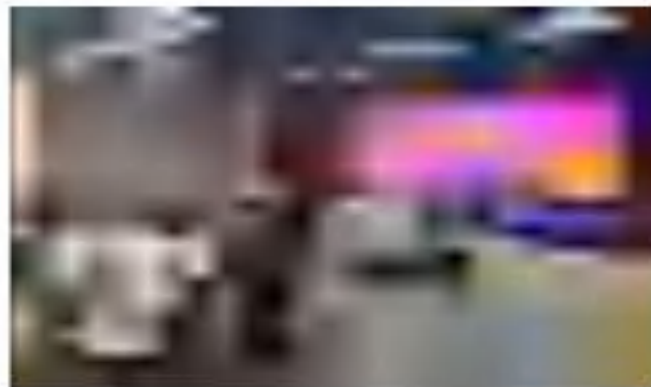
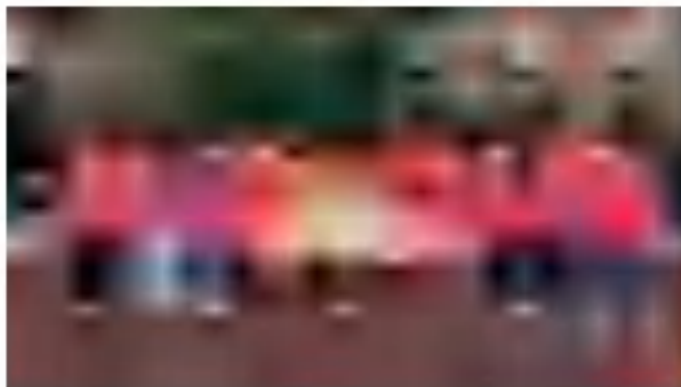
党群工作(PMW)雏鹰班

PMW雏鹰班辐射党群工作各条线后备力量,承接集团百名党务人才建设目标。对甄选出的45名PMW骨干人才,通过多元化课程,带领学员进一步学深悟透党的思想体系、熟练掌握科学方法。



创新项目管理(IPM)雏鹰班

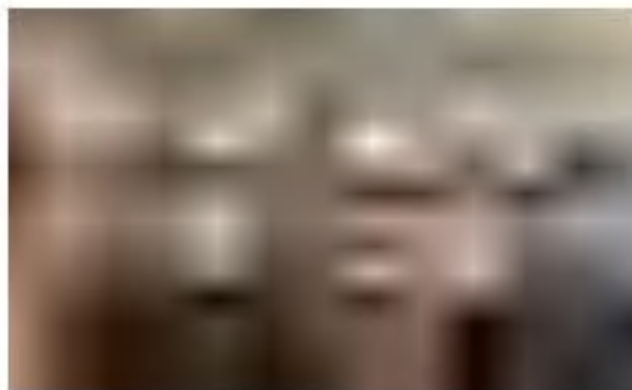
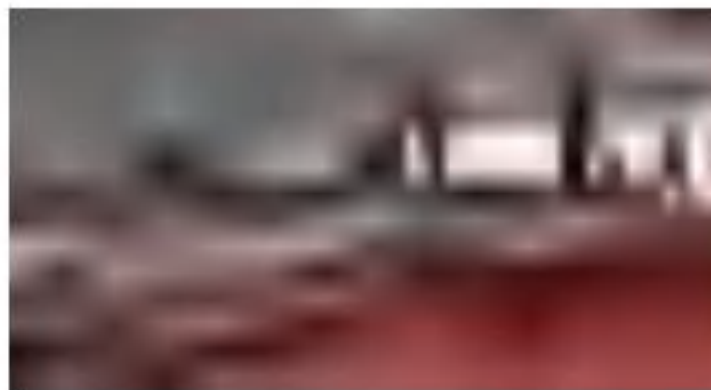
对甄选出37名IPM骨干人才,采取多元化、立体型、沉浸式学习形式组合拳,链接行业标杆,深入探访人工智能与元宇宙的商业创新应用,助力学员拓宽视野格局,提高创新工作的站位和谋略。



(二)逐步细化入职导航,关心应届毕业生长

针对集团系统招募引进的近200名优秀应届毕业生,组织开展2023年“新秀计划”入职导航培训。通过三天集中授课+三个月线上研修+一年期自主学习,营造浓厚自驱氛围。同时,依据统分结合的多级培养模式,指导二级公司和所在企业对大学生开展岗前培训和轮岗培训,制定大学生培育方案,帮助学员全面了解业务流程和岗位职能,快速适应工作要求,并建立大学生引进培育全过程档案,记录成长轨迹。

同时,针对集团首届“星耀计划”招募的10余名管培生,根据招募条线与培养重点,结合学员特质与工作实际,设计“一人一策”个性方案,以循序渐进的进阶举措,多元化的培养形式,重点规划三年内培育路径,开展专属培养计划。同时,建立全过程跟踪与分阶段考察评价机制,予以全方位关注,记录星耀全周期成长档案。通过实施该培育项目,打磨星耀品牌,持续加码卓越新生力量培育力度。



(三)培训竞赛技能扩容,助力员工转型提升

组织下属企业申报高技能人才资助项目,三联公司闵光华获评2023年度上海市首席技师资助;组织集团系统条线骨干通过国资委通道,报名参加上海市第四届企业人力资源管理师职业技能竞赛,2名选手参赛并获奖取证(二级);聚焦核心业态,由集团高技能人才培训基地实施技能培训与考评鉴定,新增储备71名营销员(二级)高技能人才;外引内培结合,补足技能岗位缺口人才300余名;统筹开设低压电工(操作证)赋能培训,助力基层员工转型成长,30余名学员取得上岗资格。

三、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。2023年,百联共雇佣残疾人121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、上海联华快餐便利有限公司、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有限公司海江路店、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工作。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。

展望

look to the future

2024年是新三年任期的开启之年,是“十四五”规划实施推进的攻坚之年,是数字化转型建设的关键之年,也是集团产融业务协同的深化之年。在经济恢复离预期有差距,不确定因素仍然较多的形势下,全体干部将应在心理上,“顶住压力,守住信心,坚定方向,砥砺前行”;在行动上,“聚焦‘重中之重’,深化产融协同,自驱敏捷提升核心能力”;在经营上,“聚力经营提质增效,确保项目落地,降本控费加强风险把控”,持续以“深化改革增长创新高质量发展”为指导思想,以打造“一核三柱”现代商业产业集团为目标,对标国内外一流企业,培育“专精特新”,谋求高质量发展与可持续增长,既要稳中求进,也要奋力一跳,全力以赴开新局,积极进取保增长,推进以下六大方面重点工作:

在战略发展方面,一是要聚焦重中之重,打造现代国企。要聚焦上海国际消费中心城市建设,提升一核三柱的产融协同的效应,结合业务加快数字化转型显成效。二是要产融全面提升,赋能零售发展。要加快金融牌照获取提升金融能力,加强Pre-REITs全产业链的能力打造,借助母基金产业投资来赋能零售。三是要优化公司治理,提升核心能力。要深化自驱敏捷主体建设提升核心能力,加强人才队伍建设深化业绩评价。

在经营增长方面,一是要经营提质增效,做好降本控费。要继续加强整合营销并提升线上占比增收增效,优化大单品供应链建设提升毛利,亏损业务深化改革降本控费扭亏。二是要确保项目执行,达成规划目标。要结合一刻钟生活圈建设拓展渠道,加强五类投资与重大项目的管理,聚焦规划落实强化对标产出评估。三是要加强风险把控,筑牢企业底线。要夯实现金流管理降低流动性风险,健全企业合规风控体系筑牢底线。

集团将积极履行国企社会责任担当,继续承担保民生、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;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。

附录

Appendix

2023年度百联集团获奖情况

- 2月,百联集团荣获上海市第二轮新编地方志书编纂工作优秀组织单位;
- 2月,《日用消费品商业卷》编纂室荣获上海市第二轮新编地方志书编纂工作优秀编纂集体;
- 2月,百联集团荣获2022年度市国资委系统信息工作先进单位;
- 2月,百联集团荣获“2022年度上海采购经理调查先进企业”荣誉证书;
- 9月,百联集团有限公司荣获“2023上海企业100强”;
- 12月,百联集团有限公司荣获“2022长三角品牌影响力百强企业”荣誉证书。

绩效索引

Performance Index

(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,以及保护地球及其自然资源等。

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
走进百联集团	P4.1-4.3
第一章 坚持党建引领，提升 公司治理效能	一、党建引领 G1.1、G1.3-1.4、G1.6-1.9 二、公司治理 G1.1-1.5、G1.10
第二章 聚焦人民城市，构建 服务美好生活	一、赋能乡村振兴 E4.1-4.3、V1.1-1.4、V3.1、V3.3 二、构建一刻钟便民生活圈 V1.1-1.4 三、助力国际消费中心城市 E1.1-1.5、E1.7-1.8、E2.1-2.3、E2.6
第三章 深化产业发展，协同 “一核三柱”体系	一、加速业务发展 S4.3、S4.5、S4.7-4.8 二、加速数字化建设 V2.1-2.2、V2.4-2.8 三、深化安全管理 S3.1、S3.4-3.7、S3.9、S4.1-4.2、S4.6、S5.1-5.7
第四章 团结凝聚力量，助力 员工共同发展	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、平等就业 S1.2、S1.6、S1.10-1.11
展望	A1
附录	2023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



尊敬的读者：

感谢您阅读《百联集团有限公司2023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?

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:63323636

2023

环境、社会及治理 (ESG) 报告

ENVIRONMENTAL, SOCIAL AND GOVERNANCE
(ESG) REPORT 2023