

永辉超市股份有限公司  
**2025** 年社会责任报告

# 目录

1 关于永辉 .....	2
1.1 走进永辉超市 .....	2
2 责任治理 .....	4
2.1 公司治理 .....	4
2.2 合规经营 .....	7
2.3 社会责任治理 .....	8
2.4 利益相关方沟通 .....	10
3 产品和服务 .....	12
3.1 食品安全 .....	12
3.2 品质认证 .....	16
3.3 保障消费者权益 .....	18
4 绿色安全运营 .....	23
4.1 绿色产业链 .....	24
4.2 安全运营 .....	28
5 合作共赢 .....	31
5.1 供应商管理 .....	32
5.2 责任采购 .....	34
6 雇佣管理 .....	36
6.1 雇佣概况 .....	36
6.2 发展与培训 .....	37
6.3 企业文化管理 .....	40
7 社会发展 .....	42
7.1 保供稳价 .....	42
7.2 乡村振兴 .....	43
7.3 助力公益 .....	45
8 2025 年度荣誉和大事记 .....	47
8.1 2025 年度荣誉榜 .....	47
8.2 2025 年度大事记 .....	47
9 展望未来 .....	50

## 关于本报告

**报告时间范围** 本报告为永辉超市股份有限公司第十四份社会责任报告，报告时间范围主要为 2025 年 1 月 1 日至 12 月 31 日，部分信息超出追溯至 2023 年及以前。

**报告组织范围** 本报告全面阐述了永辉超市股份有限公司及下属机构（以下简称“永辉超市”、“永辉”、“我们”或“公司”）2025 年度在社会责任履责方面的表现及管理举措，集中讨论利益相关方关注事项。

**报告发布周期** 永辉超市社会责任报告为年度报告。报告数据说明本报告所引用的 2025 年数据为最终统计数，财务数据如与年度报告有出入，以年度报告为准。

**报告参考标准** 本报告基本框架参照上海证券交易所《公司履行社会责任的报告编制指引》、中国社会科学院《中国企业社会责任报告编写指南》（CASS-CSR 2.0）及《ISO26000 社会责任指南》。随着入选 MSCI（明晟指数）成分股之一，永辉超市也积极借鉴 MSCI、ESG（环境、社会及管治）评级关注议题以及国际上相关领域的优秀实践，并结合永辉超市现阶段发展水平、履行社会责任实际情况进行编写。

**报告联络方式** 本报告以纸质印刷版和电子版两种形式发布，欲获取报告电子版，请登录上海证券交易所网站：<http://www.sse.com.cn> 或永辉超市股份有限公司网站：<http://www.yonghui.com.cn>

联系人：黄晓枫

电话：0591-83962802

E-MAIL：[bod.yh@yonghui.com.cn](mailto:bod.yh@yonghui.com.cn)

地址：中国福建省福州市鼓楼区湖头街 120 号

邮政编码：350002

# 1 关于永辉

## 1.1 走进永辉超市

永辉超市成立于 2001 年，2010 年在 A 股上市，股票代码 601933.SH，是中国企业 500 强之一，是国家级“流通”及“农业产业化”双龙头企业。永辉超市是中国大陆首批将生鲜农产品引进现代超市的流通企业之一，被国家七部委誉为中国“农改超”推广的典范，通过农超对接，以生鲜特色经营及物美价廉的商品受到百姓认可，被誉为“民生超市、百姓永辉”。

自创办以来，永辉超市持续高质量发展。截至 2025 年 12 月 31 日，永辉超市在全国共计 403 家门店，业务覆盖 24 个省市。位居 2024 年中国超市百强第四位、2024 年中国连锁百强第六位。

立足当下，永辉正开启新的发展篇章。致力于在坚实的民生根基之上，建设更受国民信赖的“国民超市”，并坚定迈向以品质为核心的“品质永辉”新时代。从农超对接的初心，到品质零售的征程，永辉始终不忘企业社会责任，在保供稳价、应急救灾、促进就业中发挥骨干作用。员工是企业最宝贵的财富，我们将以人为本，通过多元化培养机制及福利保障体系，推动员工与企业共同成长，共筑幸福商业的美好图景。

面向未来，永辉超市将持续聚焦战略核心，以“国民超市·品质永辉”为愿景和定位，恪守“真诚、善良、品质、安全”的价值观，践行“让员工更开心、让顾客更幸福、让社会更美好”的企业使命，坚定走品质零售路线，传播美好生活理念，为员工、顾客和社会持续创造价值。

永辉超市门店





## 1.2 战略规划

公司坚定品质零售的战略方向始终不变，打造更适合中国主流家庭的国民超市。

公司面对行业变革，坚定理念，全面推动调改变革，让公司恢复健康经营。自 2024 年 5 月起始，公司快速完成门店网络优化，采购模式调整、卖场空间升级、文化福利完善等工作，调改效果初步显现。基于这一进展，公司于 2026 年将重心由“快速整改”向“精细化深耕”与“专业能力夯实”过渡，以“文化提级、组织提效、商品提质、场景提销”四大战略支柱，全面启动覆盖全员的第二阶段调改工作；聚焦提升商品力与场景打造能力、提升现场运营效率、顾客满意度的提升。

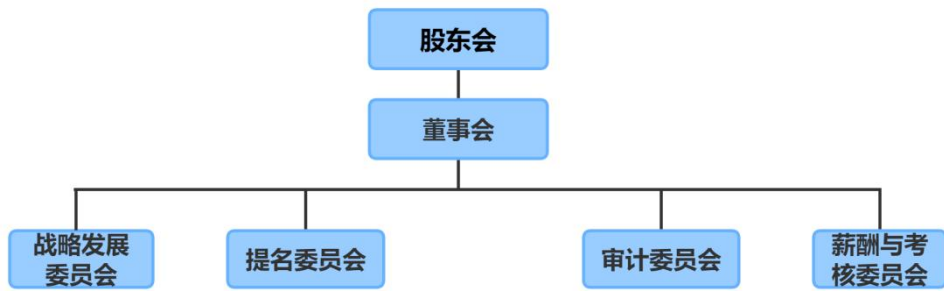
## **2 责任治理**

### **2.1 公司治理**

遵照《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国证券法》《上市公司治理准则》等相关法律、法规的要求，永辉超市不断健全和完善公司法人治理结构，明确股东会、董事会和高级管理人员之间的权责范围和工作程序；着力加强规范化、法治化建设，持续完善公司治理各项规章制度，切实把现代企业制度优势转化为治理效能。

2025 年，公司根据监管法规的最新要求，系统梳理公司相关规章制度，结合公司实际情况进行治理结构优化调整。原由监事会履行的监督职责依法由董事会审计委员会承接，持续完善公司内控与监督机制，保障公司规范运作。期间，修订了《公司章程》《董事会审计委员会工作细则》等公司治理核心文件，进一步推进公司规范运作和科学决策，切实维护公司和全体股东的合法权益，保障公司的良好运作和可持续发展。

#### **2.1.1 关于股东会**



股东会是公司的权力机构。公司建立健全了与股东沟通的有效渠道，确保所有股东享有平等地位及对公司重大事项的知情权、参与权和表决权。2021年12月22日2021年第二次临时股东大会、2023年6月29日2023年第一次临时股东大会、2023年9月19日2023年第二次临时股东大会、2023年12月29日2023年第三次临时股东大会、2024年5月20日年度股东大会及2024年8月12日2024年第一次临时股东大会先后选举产生了第五届董事会（选举张轩松、孙燕军、周晔、Scott Anthony PRICE、张轩宁、李松峰为公司董事，选举孙宝文、李绪红、刘琨为公司独立董事）；2025年3月17日2025年第一次临时股东大会、2024年年度股东大会先后选举产生了第六届董事会（选举张轩松、叶国富、张轩宁、张靖京、王永平、王守诚为公司董事，选举刘琨、柏涛、谢贞发为公司独立董事）；2025年10月29日，公司召开第六届职工代表大会第八次会议，由公司工会选举推荐王守诚为职工代表董事。

公司/个人（2025/12/31）	持股数（股）	占公司总股本（%）
广东骏才国际商贸有限公司	2,668,135,376	29.40
张轩松及其一致行动人	1,184,237,806	13.05
张轩宁	634,969,840	7.00
林芝腾讯科技有限公司	478,523,106	5.27

### 2.1.2 关于董事和董事会

类型	姓名	性别	年龄	教育	任期（届）	隶属委员会	专业擅长
非独立董事	张轩松	男	55	-	3	战略发展委员会	战略、零售运营、管理
	叶国富	男	49	-	3	战略发展委员会、提名委员会	战略、零售运营、管理
	张轩宁	男	56	-	3	战略发展委员会	战略、业态创新

	张靖京	男	40	-	3	审计委员会、薪酬与考核委员会	金融、战略投资
	王永平	男	58	-	3	-	商业战略
	王守诚	男	35	硕士	3	-	运营、人力资源
独立董事	柏涛	男	53	-	3	提名委员会、薪酬与考核委员会	法学
	谢贞发	男	50	博士	3	审计委员会、薪酬与考核委员会	会计学
	刘琨	男	45	博士	3	提名委员会、审计委员会	会计学

### 2.1.3 关于公司高级管理人员

公司高级管理人员负责日常经营与合规管理。具体分工内容参见下表：

职务	姓名	职责范围
职工董事、CEO	王守诚	负责公司全盘经营工作。
副总裁	罗雯霞	分管版块：拓展部、法务部。
副总裁	余咸平	分管版块：商品中心
副总裁	林红东	分管版块：到家事业部
副总裁	甘旺亨	分管版块：北京大区、客户服务部
副总裁、财务总监	吴凯之 (已离任)	分管版块：财务中心
董事会秘书	黄晓枫	分管的工作：公司信息披露、投资者关系、三会的安排、监管对接、投资、定向增发、发债等融资项目 分管部门：董事会办公室

### 2.1.4 关于信息披露与透明

公司指定董事会秘书负责信息披露工作，设立董事会办公室，并指定《中国证券报》《上海证券报》《证券时报》《证券日报》及上海证券交易所网站（<http://www.sse.com.cn>）为信息披露的法定媒体和网站。报告期内，公司严格按照有关法律法规和《公司章程》的要求，以公平披露为原则，真实、准确、完整、及时披露法定信息，同时自愿披露有关重要信息，保障投资者的知情权，对重大未公开信息执行严格的保密程序，减少知情人员范围，保证信息处于可控状态。

## 2.2 合规经营

### 2.2.1 企业守法合规体系

在运营中，永辉超市始终严格遵守法律法规，构建守法合规管理体系，建立法律风险管理制度，完善管理机制；梳理、明确监管红线，分层次开展合规培训，提升合规意识；各部门高效协作，共同合力保证企业经营管理合法合规。



### 2.2.2 守法合规措施

永辉超市聘请律师按照有关法律法规对股东会的相关文件进行审查和验证，出具法律意见书，切实做到会议召集程序、参会人员资格、表决结果符合法律法规及公司章程的规定。

永辉超市已设立公共事务部及专职人员负责办理营业执照、税务登记证等证件，在各地工商、税务、卫生等部门的指导下，及时办理开业证件、年检等常规行政审批事务。

永辉超市在采购、店长、收货等关键岗位的办公场所悬挂廉洁警示牌，公开监督电话，预防发生收受或索取贿赂等违法违纪行为。

2017年集团内控管理委员会通过OA等方式发布了《诚信制度》《礼品馈赠政策》《诚信举报和奖励制度》《关于规范商务行为的公开信》，加强内部合规督导。

2019年永辉超市重新组建“廉政事务办公室”，并制定印发了《永辉超市股份有限公司关于构建廉洁从业长效机制的指导意见（试行）》《永辉超市股份有限公司廉政工作若干规定（试行）》《永辉超市股份有限公司案件调查工作规则（试行）》和《永辉超市股份有限公司巡视检查工作实施细则（试行）》。

2023年，廉政合规办公室更新发布《员工礼品收受制度 V1.0》、《永辉举报人、证人保护制度》。2024年，永辉超市公示《廉政协议》并作为供零合作合同的附件进行签署；期间共发布《廉政简报》六期，加大对公司廉洁从业宣传力度，强化履职教育，促进全员清正廉洁，合规履职。

2025年3月，为适配公司战略发展，整合内控、审计、监察等合规管理与风险防控职能，搭建事前预防、事中处置、事后追责的全链路一体化廉政审计内控体系，公司成立“廉政审计内控部”。期间共发布《廉政简报》七期，更新发布《采购人员廉洁管理办法 V2.0》、《流程制度管理办法 V4.0》、《永辉举报人、证人保护制度 V2.0》、《员工礼品收受制度 V2.0》、《非商品供应商黑名单管理办法 V1.0》等规范制度。迭代发布《质量管理部廉政合规管理办法》，组织全国廉政合规培训4场，推动区域开展各层级廉政培训600余场。针对品控廉政合规表现每季度开展一次供应商调研，并在2025年双节期间组织“廉政文化宣传月”专项活动，筑牢部门廉政合规根基。

## 2.3 社会责任治理

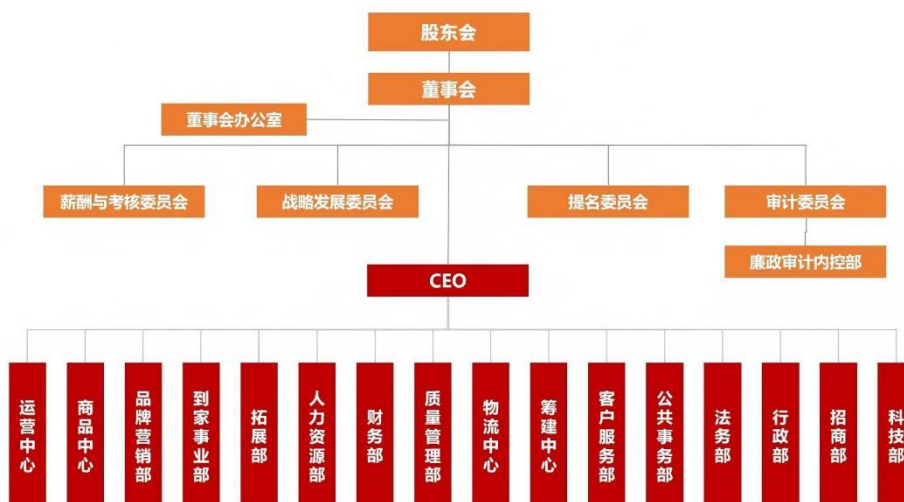
永辉超市朝着“规范化、科学化、现代化”的方向，不断加强公司管理制度建设，建立了《永辉超市股份有限公司社会责任制度》、《永辉超市股份有限公司投资者关系管理制度》等制度，为履行社会责任确立了基本原则和核心内容，明确了公司董事会应定期检查和评价公司社会责任制度的执行情况和存在问题，形成社会责任报告。同时，公司独立董事、审计委员会有权对公司履行社会责任的情况提出意见和建议。

### 2.3.1 社会责任治理架构

企业社会责任理念	
核心事业	为大众百姓提供日常的食品和用品以及购物服务；“农改超”没有改变顾客原有的购买方式，但提高了顾客的购物体验和生活品质；重视企业的社会责任感，不断提升顾客服务和食品安全；为数万名员工提供创业和事业发展的机会；致力并促进了所在商圈的商业繁荣；为所在城市和社区居民的生活水平的提高做出贡献；为中国民族零售业的伟大复兴而努力奋斗
企业使命	让员工更开心、让顾客更幸福、让社会更美好
企业愿景	国民超市·品质永辉
经营理念	坚信真诚和善良 坚定品质和安全；坚定走品质与幸福的商业模式
核心价值观	真诚、善良、品质、安全

### 2.3.2 社会责任领导机构

永辉超市股份有限公司董事会是永辉超市履行社会责任的最高领导机构，各大区、门店是社会责任的工作机构，按照“分工协作、各司其职、各尽其责”的原则承担履行应有的社会责任，各工作机构分别设置专职或兼任的人员负责落实分配的社会责任。



### 2.3.3 企业社会责任核心领域

<p style="text-align: center;"><b>对股东的责任</b></p> <p>积极保障投资者合法的股东权益，使企业资金安全，获得良好收益，力争给股东以丰厚的投资回报。</p>	<p style="text-align: center;"><b>对政府的责任</b></p> <p>自觉按照有关法律、法规的规定，合法经营、依法纳税。</p>
<p style="text-align: center;"><b>对消费者的责任</b></p> <p>不断提升舒适、整洁的购物环境，打造“家门口的永辉、新鲜的永辉、放心的永辉”，为消费者提供物美价廉、安全、舒适、耐用的商品和服务。</p>	<p style="text-align: center;"><b>对员工的责任</b></p> <p>遵守劳动法规政策，坚持“家”文化，建立合伙人制度，保障员工合法权益，职业健康管理，员工培训与发展，民主管理。</p>
<p style="text-align: center;"><b>对社区的责任</b></p> <p>立足社区、服务社区，本地化运营，为社区提供就业机会，为社区的公益事业提供慈善捐助。</p>	<p style="text-align: center;"><b>对环境 and 可持续发展的责任</b></p> <p>提倡“绿色永辉”，积极应对气候变化，绿色办公，环保产品销售，环保袋使用，节能建筑和环保店面，仓储物流运输中的能源节约，绿色包装</p>

## 2.4 利益相关方沟通

永辉超市积极与政府、股东、供应商、消费者、员工等利益相关方保持紧密的联系，听取各利益相关方的诉求、意见建议。

利益相关方	核心期望	回应机制
政府部门	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 依法经营</li> <li>● 缴纳税费</li> <li>● 乡村振兴</li> <li>● 带动商贸繁荣</li> <li>● 社会就业</li> <li>● 保障供应</li> <li>● 食品安全</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 办理工商、卫生、消防等行政许可，依法开展经营活动</li> <li>● 依法申报纳税</li> <li>● 积极推进乡村振兴</li> <li>● 落实城乡商业网点建设项目开展招聘活动，吸纳毕业生就业</li> <li>● 落实索票索证制度</li> <li>● 应急保障市场供应</li> <li>● 加强食品质量安全检测</li> </ul>
行业协会	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 推动行业健康发展</li> <li>● 树立行业规范</li> <li>● 新经济、新常态、新零售</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 参与行业会议、论坛</li> <li>● 配合同行考察调研</li> <li>● 提供经验分享材料</li> <li>● 联合采购、资源共享</li> <li>● 管理输出、协同发展</li> </ul>
股东	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 投资回报预期</li> <li>● 行使股东权利</li> <li>● 保护中小投资者</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 股东会</li> <li>● 董事会：独立董事</li> <li>● 审计委员会</li> <li>● 信息披露</li> <li>● 接受投资者来访调研</li> <li>● 实施分红方案</li> </ul>
消费者	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 消费分级</li> <li>● 提供物美价廉的商品</li> <li>● 优化服务</li> <li>● 问题商品处置</li> <li>● 安全购物</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 开设新型业态</li> <li>● 线上线下融合</li> <li>● 提升线上线下全渠道服务能力</li> <li>● 定期投放特价商品</li> <li>● 各门店专设客服中心</li> <li>● 积分兑换</li> <li>● 退换货服务</li> <li>● 问题商品召回预案</li> <li>● 消防设施</li> <li>● 通道及疏散预案</li> <li>● 投保公众责任险</li> </ul>
供应商	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 零供公平交易</li> <li>● 商品快速销售</li> <li>● 货款结算</li> <li>● 统一配送</li> <li>● 市场信息共享</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 主要负责人会见</li> <li>● 签订购销合同</li> <li>● 销售平台</li> <li>● 超短资金结算周期</li> <li>● 物流配送中心</li> <li>● 信息管理系统</li> </ul>
农民、农业生产企业	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 解决农产品“卖难”</li> <li>● 货款结算</li> <li>● 农业技术支持</li> <li>● 资金扶持</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 开展农超对接</li> <li>● 现金采购</li> <li>● 组织专家下乡</li> <li>● 垫付资金</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 进城务工</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 免收各种通道费用</li> <li>● 吸纳农民就业</li> </ul>
员工	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 改善员工薪酬福利</li> <li>● 职业发展机会</li> <li>● 职业技能培训</li> <li>● 困难帮扶</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 全面实施“合伙人制度”</li> <li>● 完善薪酬体系及增长计划</li> <li>● 制定“管理型”、“技术型”提升路线</li> <li>● 开展校企合作</li> <li>● 员工重病互助资金</li> <li>● 困难职工资助</li> </ul>
新闻媒体	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 舆论监督</li> <li>● 公司发展新情况</li> <li>● 公众关注的消费热点</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 接受记者采访</li> <li>● 组织新闻发布会</li> <li>● 传递重大促销活动信息</li> <li>● 主动收集有关舆情信息</li> </ul>
特困户、青少年	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 寻求基本生活保障</li> <li>● 求学</li> <li>● 受灾救助</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 慈善超市</li> <li>● 开展助学支教行动</li> <li>● 参与救灾行动</li> </ul>

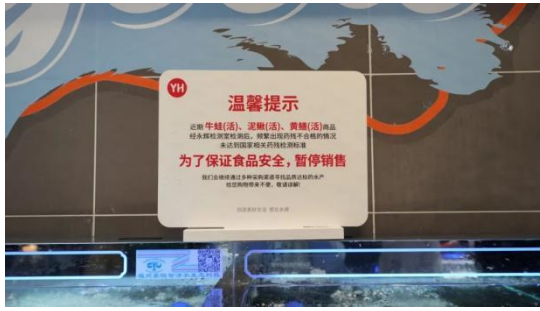
### 3 产品和服务

#### 3.1 食品安全

2025年，质量管理部紧紧围绕公司战略转型与消费升级趋势下的顾客需求，以管理组织重构为抓手，持续搭建并完善全链路食品安全与质量管理体系，深化数字化赋能与精细化专项治理，推动公司质量战略稳步落地，为守护公司品牌声誉与消费者信任筑牢坚实屏障。

依托数字化体系“永辉食品安全云网”，质量管理部打通线上线下全渠道经营主体，构建全链路布点管控机制，搭建全品类食品安全预警模型，持续降低经营全过程中的食品安全风险，为广大消费者提供安全、健康、高性价比的食品。





### 3.1.1 体系和制度建设完善

为严格贯彻落实国家市场监督管理总局令第 97 号《食品生产经营企业落实食品安全主体责任监督管理规定》（2025 年 4 月 15 日起施行）要求，自 2025 年 4 月起，质量管理部牵头启动“永辉超市食品安全体系搭建专项”，系统推进各项工作落地：进一步健全完善总部平台、大区、物流园和门店的各级食品安全管理组织架构；结合法律法规要求和永辉实际场景，进行全链路食品安全管理制度和管理体系搭建和完善；新建、修订发布《食品经营许可证管理规定》、《食品安全主体责任自查工作制度》、《门店食安工单处理操作指引》、《食品安全“日管控、周排查、月调度”操作指引》、《食品从业人员食品安全培训管理制度》、《门店从业人员健康卫生管理制度》等共 47 项制度文件，形成完整的全链路食品安全体系。

2025 年，公司围绕供应商、物流园、水产越库仓、加工厂、门店食安合规与操作规范补充完善，共发布 145 份体系文件。其中包括《供应商现场审核管理办法》、《商品全链路效期管理办法》、《商品召回管理办法》、《自有品牌商品质量管理程序》等 17 份公司级制度，发布《水产越库仓品控作业标准程序》、《物流中心巡检作业标准程序》等链路规范 65 份，印发《果蔬、鲜蛋类商品冬季防冻害程序》等流程规范 12 份，并根据实际运营需求及业务变化，迭代更新《入库商品质检抽样通用技术标准》、《供应商及商品资质合规管理办法》等体系文件 25 份。

### 3.1.2 食品质量安全管理体系

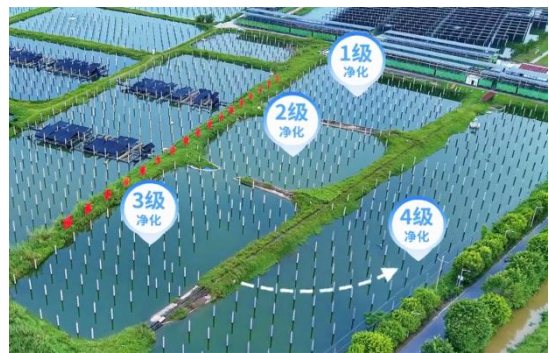
永辉超市依托全链路品控团队，严格落实公司制定的食品安全、质量与合规管理体系要求，实现从体系搭建到运营执行的完整闭环，构筑起坚实的全链路食安、质量与合规防线，推动商品品质与食品安全水平提升。

### 3.1.2.1 供应链食品安全管控

2025年，永辉超市持续强化供应商食品安全和品质管理，严格供应商准入标准，推动优胜劣汰，逐步由单向监管向“监管+赋能+协同”的生态模式转型。

年内，公司迭代发布《供应商及商品合规管理办法》，全面提升供应商准入门槛；修订《供零合作合同》，全面加严食安、质量和合规问题条款处罚力度；更新《供应商计分考核机制》，针对供应商食品安全与质量履约表现进行监控和计分；修订《食品供应商审核表》，聚焦关键风险项，突出对供应商现场管理能力的考察。通过标准聚焦与审核从严，推动供应商体系从“合规检查”向“管理能力评估”升级。

同时，公司建立供应商帮扶与培育机制，推动供应链能力整体提升。2025年，公司对11家食品供应商开展现场专项帮扶，推动现场管理改善与食品安全管理体系落地。对20个定向种植蔬菜、吊水鱼、大闸蟹等核心产地供应商完成实地验厂、巡检和现场指导帮扶；针对蔬菜、水果、水产等高风险品类供应商，开展胶体金快速检测、种养殖环节投入品管控、监管及企业处罚规则、入库质量标准与验收流程等8场专项培训；针对食品供应商，组织食品欺诈、异物控制、危害分析与关键控制点（HACCP）、食品添加剂使用等19场供应商专项培训。通过“审核+培训+帮扶”组合机制，助力供应商更好的理解和执行永辉食品安全、质量和合规要求。



### 3.1.2.2 门店端食品安全管理

为切实落实门店食品安全主体责任落地，公司全面升级了永辉食品安全云网系统。为提升顾客体验，增强顾客满意度，确保所有食安投诉和食安舆情能实现闭环管理，2025年3月，公司启动开发“食安工单系统”，2025年9月正式投入使用。2025年9月-12月，门店食安管理人员累计完成食品安全日管控、周排查、月调度4万个工单任务。公司对食安客诉实现快速响应、及时排查整改，有效控制食安风险，推动食安管理从事后应对转向主动预防与闭环管控。

### 3.1.2.3 全链路食安品质专项巡检和问题闭环

2025年，公司将品控防线延伸至种植养殖源头，通过体系搭建、产地巡检与供应商培训三位一体的系统化动作，夯实产地食品安全与质量管理能力，实现从“到货验收”向“前置管控”的升级。公司聚焦定向种植养殖基地及永辉定制基地，全面规范全链路管理流程，涵盖供应商基地准入审核、种植养殖环节农业投入品合规使用、采收与仓储条件管控、加工与冷链运输标准执行、品质分级质检与农兽残快速检测、包装标识合规化管理等核心环节，构建形成标准化、可追溯的全链路食品安全与质量管理体系。针对年度应季大单品开展专项产地治理，完成20个核心产地供应商的实地巡检；协助标准组输出全链路质量管理作业程序，明确各环节操作规范，将质量要求前置到源头。

同年，公司顺利完成公司生鲜食安快检实验室升级项目，从无到有搭建起食安快检实验室运行体系，新建9个食安快检实验室，改扩建10个食安快检实验室。食安快检实验室运行质量、检验准确度和现场环境得到显著提升。

2025年，全国食安快检实验室检测生鲜商品55.95万批次。同时，每月对潜在高风险商品主动识别，开展货架抽检，涉及农药残留、兽药残留、微生物、食品添加剂、真菌毒素、污染物、食品掺假等共计32个系列专项检查，通过对不合格商品闭环治理，持续改进在售商品质量，为“品质永辉”保驾护航。

质量管理部围绕永辉物流园、加工厂、水产越库仓和门店等内部链路，对商品到货质检、冷链设备运行、商品效期和温层管理、分拣分拨作业、物流配送等全环节，组织跨部门联合排查。2025年10月质量管理部开发上线了品控巡检系

统，系统上线后，公司累计开展专项巡检 19 轮次，针对发现的问题与运营中心、商品中心和物流中心开展协同治理，提升全链条质量管控效能。

#### **3.1.2.4 临期食品管理及产品召回制度**

公司建立了《不合格商品下架制度》，规定了不合格商品的判定、下架处理流程和要求，制定了《不合格商品召回制度》，统一召回商品的定义和类型，区分了问题商品召回等级、召回流程、后续处理，明确了各职能部门主要职责，及相关记录要求，制定了《不合格食品退货报损制度》，对不合格食品要求退回供应商或作报损处理。随着 2020 年公司统一规范了《召回公告》形式，要求门店及时公示召回公告，并对商品召回等级、召回流程、后续处理作了进一步明确的要求。

同时，公司制定了《保质期管理办法》、《临期食品管理办法》、《门店商品保质期检查作业规范》，规范了食品进销存过程中对保质期管理要求、日常保质期检查作业流程，从排查方式、排查频次、临期标准、临期处理流程、过期管控等作了明确规定，进一步完善商品保质期管理制度和流程。

#### **3.1.3 食品安全云网与可追溯体系**

永辉超市积极响应号召，在食品安全“一品一码”追溯体系上的展开建设与投入，主动承担企业的社会责任，实践“共建、共治、共享”的食品安全治理目标，搭建“层层把关、环环相扣、全流程闭环”的追溯体系。消费者购物时可通过扫码查询商品全过程信息。

2025 年，公司“食品安全云网”数字化管理平台持续开发与升级，源头风险检测把关能力不断增强。保障食品安全是我们的神圣职责，是合法经营的前提。公司将不断完善自检体系，研究自身生鲜检测指数的建立和内部发布，建立事件处理公示制度，探讨检测能力服务于社会的可行性，提升管理层的社会责任意识。

### **3.2 品质认证**

#### **3.2.1 食安质量培训常态化，促进一线员工专业度提升**

为提高员工专业度和食安质量意识，2025年，公司持续推进食安质量人才梯队建设和专业培训，依托永辉知云平台建立食品安全与质量管理专属学习板块，聚焦一线食安、品控和门店收货等质量管理关键岗位需求，围绕法律法规标准、不同品类商品食安质量标准、抽样质检操作、全链路品质巡检、门店食品安全、系统数据应用等核心内容，全年定制开发专业课程45门、课节278课，形成岗位定制化培训体系。通过系统化课程设计与教学，实现对一线团队专业赋能与工作效率提升。在线上课程建设之外，我们同步强化线下及跨部门培训赋能。

全年共组织食安品控、商品中心、物流中心、客服、门店等各方培训284场，参加人次约4.8万人次，累计培训时长228小时，培训内容紧密贴合业务场景，强化食安和质量管控理论与实操结合，通过高频次、广覆盖的培训活动，将食安质量和合规要求从部门内部延伸至供应链上下游及相关协作部门，有效提升全员质量意识与专业能力。

### **3.2.2 坚持品质零售，提升服务质量**

为适配公司发展战略，深入践行品质与幸福零售理念，公司不断健全运营标准体系，确保门店运营工作的规范化、标准化、专业化，同时围绕着“国民超市，品质永辉”的愿景，建立员工技能标准认证体系和岗位胜任标准认证体系，坚持品质、强化技能、巩固标准、提升服务质量。

一是围绕员工关爱，改善员工工作环境。调改门店制定员工食堂、员工更衣室、员工洗手间的标准。涵盖配齐员工独立的餐碗、水杯、储物柜、休息沙发、员工饮料、仪容仪表镜、吹风机、发夹、头梳、皮筋、挂烫机、护手霜等员工所需。为员工创造一个舒适的工作环境，让员工工作获得尊重，获得归属感。

二是制定39项便民服务。调改店增设39条便民服务，包含不满意就退货、上门退换货、自助宠物寄存、易碎品打包、鲜活打氧服务、暖心茶饮、礼品包装、爱心糖果、直饮水、免费菜谱、各类熟食/肉禽/水产/水果加工服务、身高体重测量仪、血压测量仪、视力测量表、非机动车免费充气、汽车轮胎应急充气、汽车应急启动电源等。

三是引入和优化顾客服务耗材。引入100余支顾客服务耗材，如剥橙器、置物台、湿手器、防冻手套、防扎手套、宠物笼、纸巾盒、手机置物盒、西瓜勺、

老年人购物车、轮椅购物车等，方便顾客在购物过程中更便捷。同时在使用过程中优化不足的耗材，迭代质量和功能。

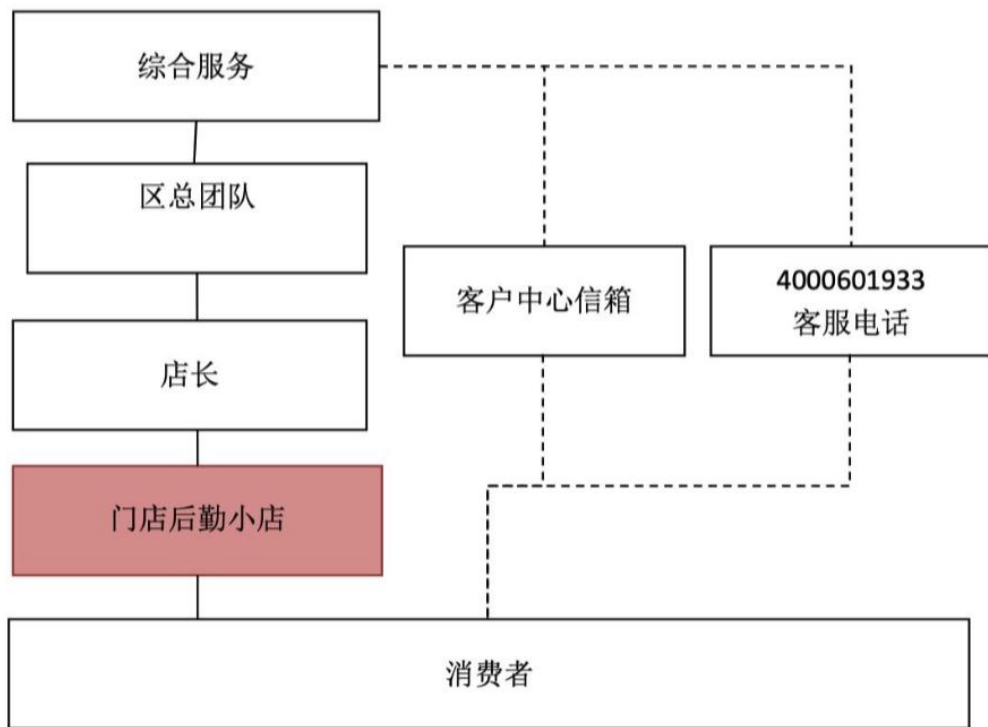
### 3.3 保障消费者权益

#### 3.3.1 永辉消费者权益理念

“顾客是永辉生意的主顾，是永辉门店在社区的邻居，是永辉超市的朋友，是永辉发展的伙伴，是永辉事业的支持者”，永辉超市一直倡导员工以“阳光、微笑、感恩”的信念服务顾客。



#### 3.3.2 消费者关系管理体系



### 3.3.3 畅通消费者沟通渠道

永辉超市积极搭建多元化消费者沟通渠道，倾听客户反馈意见，不断提升产品与服务水平。

客服中心	微信公众号 (永辉超市)	官网客服中心	商品售后服务
公司设立平台客服，开通了客服电话：4000601933；同时开通了消费者服务邮箱：4000601933@yonghui.cn，并在所有门店设有客服中心，第一时间受理顾客对商品、服务的投诉、意见与建议。	永辉超市借助“微信”开设了企业公众号，为消费者在手机终端便捷处理会员注册、积分查询、电子发票、智能客服等服务。	在永辉超市官方网站 <a href="http://www.yonghui.com.cn">www.yonghui.com.cn</a> 设置了“客户服务”专栏，在线受理顾客咨询、意见、投诉。	由门店、采购部门、厂家共同介入，为顾客妥善解决。

### 3.3.3.1 基础服务保障

2025年，公司以顾客原声为核心抓手，构建“主动倾听 + 精准治理”双轮驱动的体验升级体系。

一方面，通过“线上双周培训+线下帮扶+专项攻坚”三维赋能，持续夯实一线服务专业能力；同步建立“贬损顾客专项回访+顾客座谈会+问题跟进记录表”三位一体机制，系统拆解全国净推荐值（NPS）反馈，围绕商品、价格、服务、环境与设施四大维度，推动40余项重点体验问题闭环整改。

### 3.3.3.2 到家服务体验保障

#### （1）售后闭环服务

为缩短售后处理时长、提升整体服务能力，客服中心于2025年对系统、流程及自动化能力进行全面升级。整体售后闭环率较2024年提升约2%，新增线下订单售后支持流程，覆盖约60%线下场景，客户可通过400热线直接办理。

#### （2）美团服务

2025年，客户服务部直接承接美团平台上永辉到家服务的售后体系，完成了全国门店100%承接，支撑平台全域拓展。优化IM服务流程与系统，三分钟回复率从86.09%提升至98.90%，一分钟回复率从75.21%提升至86.88%。

### 3.3.3.3 门店服务体验保障

#### （1）客服收银人效及服务体验

通过优化收银排班、开展飞鹰计划、员工技能专项培训方式，极大缩短了顾客结账等待时间，提升了门店高峰时段的运营流转效率。

同时，公司加强专业响应，闭环提效。2025年以“线上双周培训+线下现场帮扶+专项攻坚培训”三维赋能，持续强化客服自闭环能力与专业度，全年顾客通过锦旗、书面表扬100余例，问题处理效率与顾客满意度同步提升。

#### （2）客诉问题闭环

为了让舆情问题可追溯可分析，公司开发了舆情系统线上化，让门店客服将原有的舆情问题通过手工及线下表格记录转为线上化看板，方便问题的追踪，同

时可以进行全面多维度分析，截止目前全国门店舆情问题均可通过系统进行统计，将集中问题反馈给质量管理部等各部门，联动解决问题，从而实现问题的高效闭环。

### 3.3.4 提升消费者体验

（1）环境升级，打造更舒适的购物空间：在动线上，调改门店取消了过往的强制动线，拓宽了购物通道，顾客可以根据喜好自由流动；视觉上，随处可见设计精巧的小型美陈，商品陈列也更加注重色彩搭配和“堆头艺术”，整体氛围更显年轻和清新。同时，原有的日光灯改为了更加柔和的射灯，灯光聚焦商品，更好地展示商品的面貌。店内还加装了大型的新风系统，并且对部分“重口味”干货进行了包装加冷藏的处理，现场几乎闻不到一丝异味。

（2）商品优质优价标准更高 推行“15天退换模式”：调改门店营业后，门店没有任何价格上的促销活动，回归商品本身价值，去除相应营销费用，不做高低价，不玩“套路”，给到顾客真诚的价格和服务，让顾客真正享受优质优价的好产品。对于商品的销售时限和食品安全，超市也有了更高标准。面包产品都是配料干净简单无添加的，鲜切水果超过4小时开始折价，8小时全部下架报损，自营的卤味全部日清，不卖隔夜产品，螃蟹现场加工后发现不饱满的，可以退换。超市还推行非特殊产品不影响销售的凭购物凭证15天可以退换。新的退换货标准让顾客可以消费得更放心，通过顾客的售后反馈，帮助超市进一步优化商品结构。

（3）商品革新，全新单品主打品质生活：公司供应链重新梳理了商品结构，淘汰了大量原有单品，新更换的单品主打品质、健康、年轻，更加吸引年轻消费群体。同时，各地调改门店结合当地消费特色，推出地域特色商品。

（4）提升便民服务 让超市更“真诚”：调改门店增设了免费自助测量血压、身高、体重的设施，休息区也提供自助饮水机、暖心茶、常用药和爱心糖果，还有宠物寄存、现场加热、免费冰块、冰袋等服务。人工收银台和自助收银机也随之增加，让大家可以减少排队的时间，更便捷的消费。另外，为了让员工更好地做好服务，门店采取教学和鼓励的方式。一方面让老员工把先进的服务模式手把

手地教给新员工，另一方面每天评选门店的优秀员工，给予表扬和奖励。这种正向引导，也让门店的服务氛围日益高涨。



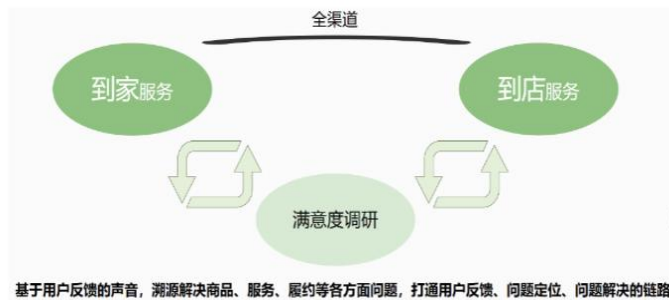
### 3.3.5 特殊人群服务

永辉超市关注每一位消费者的体验，为方便特殊人群（残疾人、老年人、孕妇等）购物开展了相关措施：



### 3.3.6 客户满意度调查

2025年，以满意度调研为索引，以切实提升顾客在永辉全渠道购物体验为目标，通过月度满意度调研与体验下探，深入下钻顾客痛点背后的业务根因，构建问题发现、同步拉通、落地检验的自闭环链路，打造永辉购物的极致体验，提升客户到家和到店满意度。



## 4 绿色安全运营

永辉超市对环保的关注度逐渐提升，提出“绿色永辉、人文永辉、科技永辉”的新理念。公司将“食品安全”视为生存之本、发展之道，引领生鲜绿色消费，朝着“绿色、低碳”的方向前进，构建企业、社会、自然可持续性发展，积极引

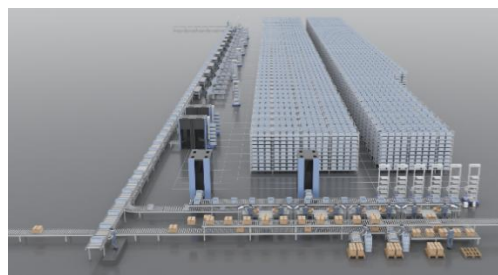
进和培育绿色商品，引用低排放、高能效的建筑材料及经营装备，向消费者、供应商倡导绿色理念。

## 4.1 绿色产业链

### 4.1.1 自动化物流系统应用

永辉超市引入 AGV 机器人和自动分拣线等自动化设备，料箱机器人+输送线+电子标签输送线拣选系统+智能系统多设备对接，实现出入库、补货、盘点、发货全流程自动化，设备随业务体量增加而调整，多作业环节设备资源临时灵活调用。自动化物流系统的应用大大提高了作业效率，从而减少了过程资源的消耗和浪费。

AGV 机器人采用智能自主充电系统，实现 24 小时不间断运行，而且采用了大容量电池，减少了能源消耗，也减少了电池更换频率带来的环境压力。



(AGV 机器人料箱示图)

### 4.1.2 供应链优化与管理提升

永辉超市注重在仓储、物流端的节能管理，通过以下措施减少能源消耗：

### 供应链优化与效率提升

- 全国推行预约收货模式，根据供应商预约时间，结合现有实际资源配套，对80%资源开放预约，系统自动通过审核；按需灵活调配收货资源；预约时间规则，按商品属性、时间段、码头、装卸人员排班。
- 在物流运输环节主要用托盘、周转箱、折叠筐、铁筐等工具，从生产端到销售端的带托一贯化作业模式、从农产品生产基地到物流到销售端“不倒筐”模式以及“周转箱+托盘”的联接单元包装和无包装模式。本项目实施后将充分发挥永辉超市的供应链资源优势，配合政府做好重点民生物资的储备，在节假日保供稳价、应急救援等行动中发挥带头示范作用。

### 人工劳动强度降低：

- 通过使用标准托盘装配商品，并配合自动分拣线、电动叉车等设备，一方面减少搬运人工成本，另一方面减少物流、门店装卸工人的劳动强度。

### 空间利用率提升：

- 采用高效的货架设计和灵活的设备调整，4.8m搁板货架，同比人工2.3m货架和KIVA2.4m货架，存储空间利用率提升2倍。大大提高了存储空间利用率，减少了占地面积，有利于保护自然环境。

### 供应商激励与奖惩机制

- 建立运输承运商绩效考核模型和供应商劳工奖惩机制，鼓励供应商和员工遵守规范，提高服务质量，同时对不合规行为进行惩罚，有利于维护供应链秩序和社会公平。

### 员工培训与安全保障

- 建立供应商劳工管理制度，定期培训和规范操作流程，有助于提高员工的安全意识和操作技能，保障员工健康与安全。

### 员工福利与奖励

- 劳工供应商可享受物流园员工福利，通过考核机制和评分制度，为员工提供奖金和奖项，增强员工的归属感和激励，促进员工积极性，提高员工生活质量。

#### 4.1.3 推广新能源汽车

绿色发展理念的回归，也对城市交通行为参与各方的节能减排提出了更高的要求，永辉超市也积极推进供应链绿色发展，推广新能源汽车。

(1) 推广清洁高效的交通装备。优化交通装备结构，推广应用新能源和清洁能源，完善加气供电配套设施，提高交通运输装备生产效率和整体能效水平。

(2) 推进新能源和清洁能源应用。运输车辆目前新能源汽车已在陕西、重庆、四川等地区。

(3) 推进交通智能化发展。充分利用物联网、云计算、大数据等新一代信息技术，推动交通与相关产业融合发展，培育物流新动能。加快设施网、运输网、传感网、通信网、能源网的融合，基础设施数字化融合发展，促进互联互通和多级联动共享。深化国家交通运输物流公共信息平台建设，加强多部门物流相关信息交换共享。

(4) 推动货运经营整合升级。无车承运人试点工作，完善相关法规制度及标准规范，制定出台相关配套措施，利用移动互联网手段，实现对中小物流企业和个体运输业户的集约整合和资源高效配置。共享租赁、多式联运、共同配送等集约高效的运输组织模式发展，促进运力资源的有效整合，发挥规模化、网络化运营优势。

#### **4.1.4 绿色能源管理**

2025年，永辉超市提升运营能力、保证商品品质，三个自建物流园定温仓进行整改，扩大冷藏冷冻区域，其中安徽整改区域面积 4,183.6 m<sup>2</sup>，四川整改区域面积 6,219 m<sup>2</sup>，重庆整改区域 5,577 m<sup>2</sup>，整改内容主要将常温区、中温区改为冷藏或冷冻区，以满足供应链发展需求，提升冷藏、冷冻、保鲜商品存储占比。对于冷库工程从单温层改造为多温层的运作模式，可提高冷库利用率；冷库的扩建有助于集约模式的发展，加速推进实现端到端的全程冷链，从供应端到零售端，不仅从配送中心实现温度管控，拉通上游、下游冷链存储温控的标准。

第一，在制冷设备的规划选型上，优选“变频式”制冷机组，通常可节能降耗 8%左右；

第二，在冷库库体围护与保温方面，我们注重优选库体板材，确保提升保温效果。国内一线品牌，其保温厚度均不低 20CM；

第三，倡导实行了“波谷多用电，波峰少用电”的管理模式。通过实行合理调控，增加错峰用电量，月均节电达三万多元，节能降耗的效果明显；

第四，全面加强了作业技能培训，进一步落实了节能降耗管理责任制；运用了系统监控方式，对库门开启次数、时长，机组运行耗能状态等进行跟踪统计；

第五，充分利用制冷机组的余热资源，为员工尝试性增建了棉衣类工服及棉鞋的烘烤间。

在冷链物流的配套建设及运营管理上，公司也采取一些新的措施，实行了一些新的管理方式，不仅进一步强化了规范化的管理，而且在节能减排与降耗方面取得了一定的成效。据不完全统计，全年仅电费一项，预计减少支出达 80 余万元。

#### **4.1.5 数字化追踪**

**门店营运数字化：**通过推行自用品的数字化管理，实时追踪耗材库存动态，有效预防过度库存导致的资源浪费。

**商品数字化：**实现商品全生命周期分层分级管理，结合消费属性标签与商品属性标签，构建店货匹配货盘模型，模型已在广东、浙沪省区试点中。搭建多维度品控体系标准中心，支持生鲜、标品、3R 等全品类商品灵活适配不同场景，质检流程效率与质量问题解决时效均显著提升。

**订单数字化：**通过拉通订单、品控、收货全链路，在全国实施收货质检强制阻断机制，系统自动生成扣损费用单，进一步提升门店生鲜商品的质量保障能力，降低损耗率。

#### **4.1.6 绿色办公**

公司持续推广自动化办公制度并落实相关措施，打造低碳环保的办公环境。

#### 店招节能改造

- 永辉超市结合品牌形象提升，对门头店招进行了升级，所有调改门店都已采用新型的绿色节能LED灯。

#### 照明系统

- 永辉超市办公场所、经营场所的照明系统采用节能产品目录推荐的T8节能灯具，淘汰高能耗、光效差、寿命短和普通日光灯。

#### 空调系统

- 永辉超市办公场所空调推广采用”节能产品惠民工程”的高效节能产品，能源效率等级为1级或2级。

## 4.2 安全运营

永辉超市已通过 ISO 9001/14000/18000 企业质量管理体系认证，通过制定相关的管理制度，搭建安全管理体系，促进超市安全运营。

### OA 办公系统

- 持续升级OA办公系统，提倡无纸化办公。如2021年8月在全国推广劳动合同电子签章，解决纸质合同痛点，实现了资源节约。

### 供应商服务系统

- 开发了” 供应商服务系统”，实现电子订单、数据分享等在线功能。

### 发行电子内刊

- 自2021年全面停发企业内刊《同道》纸质版，通过在永辉超市官网上传企业内刊《同道》电子版，以及采用社交媒体传播等新形势，方便员工在线阅读。

### 辉腾2.0 项目

- 2017年以来，永辉超市携手美云智数等相继启动辉腾2.0项目，其中包括IHR、预算、慧共享、慧资产、生产制造项目、供应链与主数据项目等子项目，推进业务流程优化。

### 上线全国运营标准五色卡

- 红卡代表食品安全、绿卡代表商品产品、白卡代表数据准确、黄卡代表顾客服务、蓝卡代表卫生设备，共计30个大类、86个小类，涵盖门店生鲜、食用、加工、行政、内控等各岗位日常经营中的关键控制点，标准聚焦顾客体验，守住食品安全底线，提升商品服务标准，落实数字化基础，提升经营环境，为门店的日常运营工作提供了标准指引、评判依据。

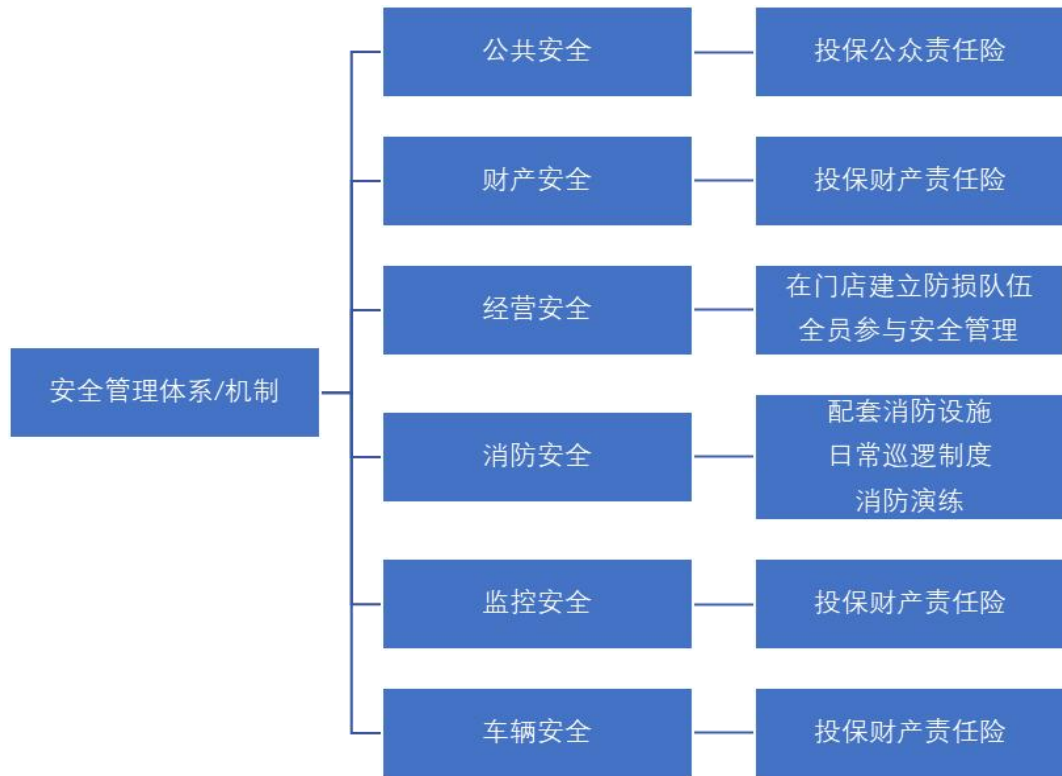
### 迭代运营标准

- 2024年5月公司推进“初心计划”，编撰《门店基础运营标准指导手册》，通过对人员行为习惯的规范和运营管理方式的修正，帮助各层级运营团队，特别是门店运营团队熟练掌握和贯彻公司运营标准，帮助员工快速提升岗位技能；在此基础上，配套制定《五色卡联合巡检机制》、更新《组织激活绩效方案》，并发布《五色卡品质店认证标准》，品质认证标准旨在帮助和培养员工成长，让所有行为标准有据可依，保障企业有质量的高效运营。

### 启动飞书

- 为响应企业智能化转型战略，提升决策执行效率，公司于2025年12月引入飞书，2026年3月公司所有人员正式启动飞书。作为集成AI智能化能力的新一代协作工具，以技术赋能组织，重构工作流程，助力公司实现高效协同与创新发展。

#### 4.2.1 安全管理体系



#### 4.2.2 安全管理有关措施

针对门店的安全管理，我们采取了覆盖前期立项阶段、布置设计阶段及运营阶段的相应管理手段，包括对办公、经营场所的用电设施设备进行巡视检查，时时警醒员工注意用电安全等。此外，为切实保障顾客人身、企业财产安全，永辉超市投保了公众责任险、财产险。

前期立项	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 前期立项时项目的使用性质、分区规划设计动线，严格报建、合规施工，申报验收合格后开业</li> </ul>
布置设计	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 平面布置时考虑楼面荷载：冻库、海鲜池区域楼面荷载评估，必要时进行加固处理</li> <li>● 货架的设计及选择满足食用安全，如干货桶安装亚克力盖</li> <li>● 要求各设备厂家等对门店员工进行使用培训，减少意外发生</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 保证柴油发电机房排烟通畅、油库的安全位置、卸货车道足够的消防高度与荷载、压缩机房合理设置</li> <li>● 保证加工间插座高度规范，设置空气开关，便于控制的加工间控制箱安装位置</li> <li>● 保证天花吊架规范施工，充足间距的吊筋</li> <li>● 超市靠墙货架安装时进行稳固处理，防止货架反倒</li> </ul>
门店运营	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 卖场中设有安装隐患的提示，例如防撞，消防，地标安装等；扶梯两边空洞防掉落处理</li> <li>● 检查海鲜池后场设备安全的漏电风险</li> <li>● 拉货斜坡通道坡度调整，防止货物滑落</li> <li>● 电梯前地面垫高，防止水倒流进基坑，影响电梯安全</li> <li>● 卖场内小坡道地面砖、卖场出入口、电扶梯及步梯的防滑处理</li> </ul>

此外，公司定期组织各分、子公司防损队伍进行消防安全演练，提高检查消除火灾隐患的能力、组织扑救初起火灾的能力与组织人员疏散逃生的能力；定期组织司机参加车辆安全教育，并对车辆违章情况进行通报批评，杜绝酒后驾车、超速行车等危险性驾驶行为。

## 5 合作共赢

永辉超市在供零合作中，坚守着“真诚、善良、品质、安全”的核心价值观，坚信“帮助他人成功，自己才能成功”的共赢理念。在经营实践中，我们积极与供应商建立长期稳定的合作关系，通过深入沟通和紧密协作，共同推动产品和服务的优化升级。永辉超市与供应商深度融合、资源共享和相互提升完善的合作模式，使得双方形成紧密的命运共同体。

2025年，公司持续推动裸价直采，去掉中间商，保持合理毛利，简化合同，与供应商建立清爽合作关系。公司通过资源共享和优势互补，拓展3PL业务服务模式，包括仓配运一体化、仓储租赁、装卸业务等服务类型。

## 5.1 供应商管理

### 5.1.1 供应链管理原则

永辉超市供应链采用平台化集中管理模式，确保供应链的顺畅和高效。通过集中管理，可以统一调度资源，优化供应链流程，降低运营成本。同时，平台化管理也有助于加强信息共享和沟通协作，提高供应链的响应速度和灵活性。在集中管理的基础上，永辉超市还采用分布式管理架构，将采购权下放到省区供应链团队。分布式管理让供应链管理更加贴近市场需求，能够快速响应市场变化。同时，分布式管理也有助于激发团队的积极性和创新能力，提升整个供应链的竞争力。

永辉超市注重与供应商之间的深度合作和资源共享，从协同、执行、监督、系统在线等各方面规范供应链系统化、体系化的运作，确保供应链的稳定性和可持续性。制定如下供应链管理原则

#### 打造供应链核心竞争力

- 目标：打造透明、稳定、柔性、高效的供应链；
- 持续完善清晰、透明的业务规则并系统化、数字化，促进供零关系，打造阳光供应链。

#### 组织协同

- 通过优化组织结构，整合提升平台与各支持中心沟通、协同效率，打破业务壁垒，形成合力，进而提升供应商商品进出效率，提高经营效益。

#### 融合共享

- 开放平台资源，供应商自主自发合作，打造供应链生态圈，形成资源共享、互利互惠的合作关系。

### 5.1.2 供应链管理体系

永辉超市是国内外知名生产型企业在中国市场的核心销售渠道之一。这些国际性、全国性的知名企业不但具有举足轻重的市场地位，而且在社会责任领域也

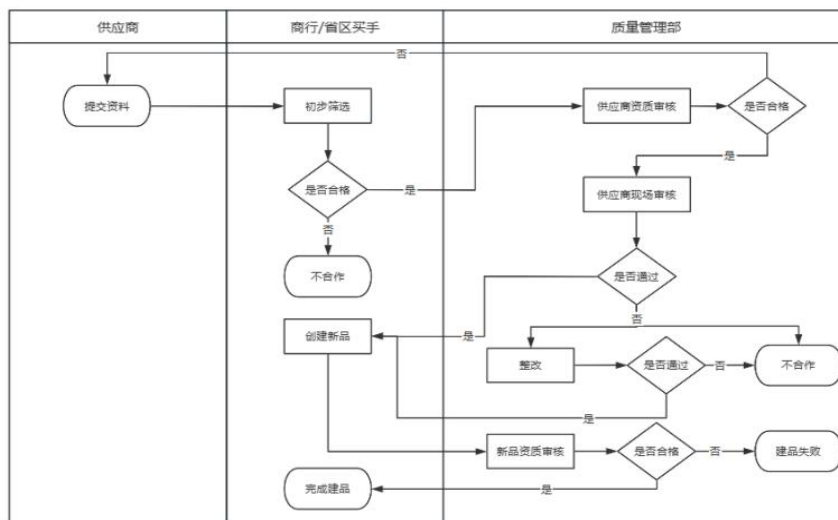
颇有建树，诸多供应商在其官方网站设立了“社会责任”专栏或定期发布社会责任报告。我们针对自有品牌的供应商建议其通过 ISO 14001、OHSAS18000，以及第三方的 GAP 验厂审核，确保劳工、环境和安全方面符合要求。

永辉超市供应链管理体系是一个高效、协同且持续优化的系统，旨在提升商品品质、降低供零成本并提高运营效率。首先，永辉超市与供应商建立了长期稳定的合作关系，通过直接采购模式，减少了中间环节，降低了成本。同时，供应商根据永辉超市的需求进行定制化生产，提高了供应链的响应速度和灵活性。这种合作模式确保了商品的质量和供应的稳定性。其次，永辉超市注重供应链的精细化管理。通过引入先进的数据化管理系统，实现了对库存、销售和供应链信息的实时监测。这使得永辉超市能够准确预测市场需求，及时调整采购和库存策略，降低了库存积压和商品损耗的风险。

### 5.1.3 供应商考核

永辉超市对供应商的考核是一个严谨且全面的过程，旨在确保供应商能够提供高质量、符合需求的产品和服务，同时维护供应链的稳定性和高效性。2025年，在供应商治理上，公司完善准入标准与管理机制，将合作供应商从 8,000 家优化至 5,000 家，并重点培育 200 家核心 JBP 供应商，确保供应链的安全与稳定。为进一步强化双方在商品品质、合规管理及服务能力等版块的合作规范，完善《供应商现场审核管理办法》、《供应商及商品资质合规管理办法》。

供应商准入审核流程图



主要包括以下方面：

（1）产品质量与安全：永辉超市严格检查供应商提供的产品质量，确保符合相关标准和规定。对于食品类供应商，特别关注食品安全问题，要求供应商遵守食品安全法规，确保产品无安全隐患。

（2）交货履约能力：考核供应商是否能按时交货，以及其在合同履行过程中的表现。这包括交货准时率、订单完成率等指标，以评估供应商的可靠性和稳定性。

（3）价格与成本：永辉超市会综合考虑供应商的产品价格、成本结构以及市场竞争情况，以确保采购成本的合理性。同时，也会关注供应商是否有降低成本、提高效率的潜力。

（4）服务与支持：评估供应商在售后服务、技术支持、退换货处理等方面的表现。良好的服务与支持能够提升客户满意度，也是永辉超市选择供应商的重要考量因素。

（5）合规性与信誉：供应商必须遵守相关法律法规和商业道德规范，不得存在违法违规行为。同时，永辉超市也会关注供应商的信誉度和市场口碑，以确保供应链的长期稳定发展。

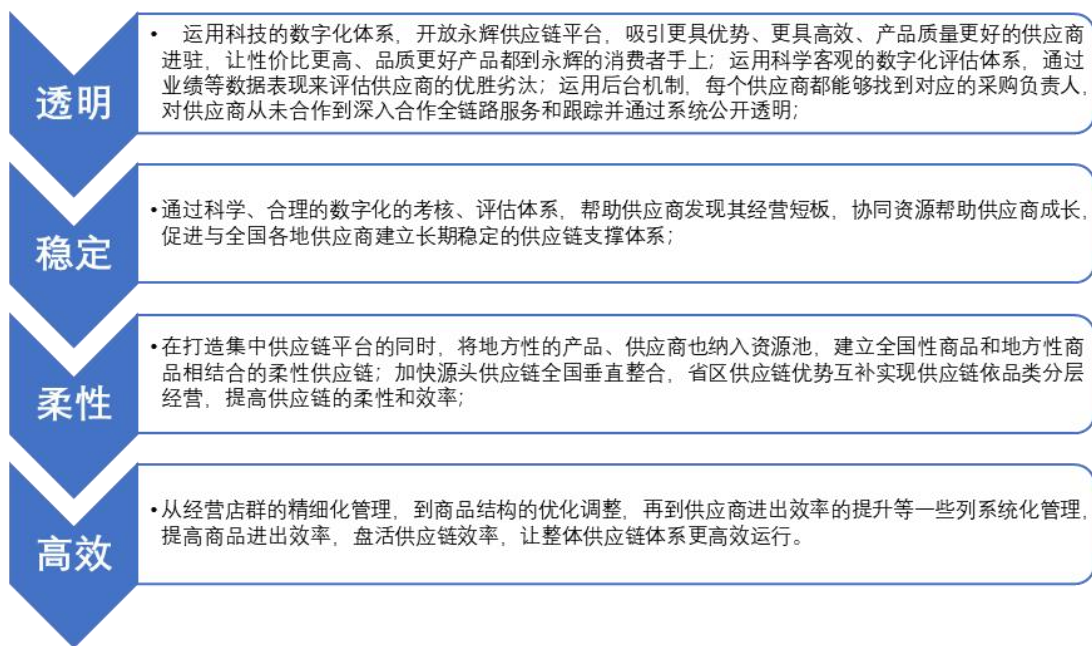
在考核过程中，永辉超市采用多种方法，如定期评估、现场审核、样品检测等，以确保评估结果的客观性和准确性。此外，永辉超市还会与供应商建立沟通机制，及时反馈评估结果和改进意见，以促进供应商的持续改进和提升。

此外，公司运用数字化工具，设立了供应商评级管理、供应商绩效改进、供应商末端淘汰。按月度生成评估结果，评估结果除了与绩效挂钩外，还明确展示了采购与供应商的过程性指标、结果性指标，改变了过去以人为主要的评价，运用数字化工具，客观、高效、可追溯的管理体系进行管理。

## **5.2 责任采购**

### **5.2.1 供应链建设目标**

永辉持续打造透明、稳定、柔性、高效的供应链建设目标：



### 5.2.2 公平交易的理念及制度保障

永辉超市秉承并维护供零公平交易的理念，致力于构建阳光供应链。为了保障公平交易的实现，永辉超市制定了一系列制度措施。

在供应商选择方面，永辉超市坚持公开、公平、公正的原则。通过开放的供应商注册报名平台，确保供应商都可以进入采购意向洽谈合作。永辉超市还建立了严格的供应商评价体系，对供应商的商品质量、订单履约、服务支持等方面进行综合评价，以确保选择到优质的供应商。

永辉超市还注重合同履行和纠纷处理。在与供应商签订合同时，明确双方的权利和义务，确保合同条款的公平性和合法性。在合同履行过程中，如发生纠纷或争议，永辉超市会积极与供应商进行沟通和协商，寻求合理的解决方案，维护双方的合法权益。

为了保障公平交易的实现，公司还加强了内部管理和监督。通过建立完善的内部控制体系，规范员工行为，防止内部腐败和权力滥用，对供应链管理和采购过程进行全程监督，确保公平交易理念的贯彻落实。

公司通过制定公平交易的理念和制度保障措施，努力构建一个公正、透明、互利的商业环境。不仅有助于维护供应商和消费者的权益，也促进了企业的健康发展和市场竞争的良性循环。

## 6 雇佣管理

在员工培训与成长方面，永辉秉承“传帮带”的理念，践行文化与思想共享的企业文化，帮助员工在培训与实践成长，使员工与企业共同进步，2025年公司围绕“国民超市·品质永辉”的愿景，完善人力产品矩阵，聚焦“推文化、促人才、提效能”等主线开展人力工作，强化调改店人力资源选育用留产品建设，助力门店调改，推进“三提两降”。

### 6.1 雇佣概况

#### 6.1.1 组织效能提升

(1) 精简组织架构，提升组织效能：

为适配公司战略发展，集中资源能力助力调改，2025年2月启动公司组织变革。构建总部-大区-门店三层管理体系，撤销原省区层级，将原有区域划分为28个大区，同步组建大区运营团队，重塑教练文化赋能一线。通过扁平化架构改革，减少管理层级，缩短决策链路，赋予大区更多经营自主权，助力大区市场快速响应。平台持续优化商品中心、运营中心、到家事业部和品牌营销部等部门；大区推动整合提升组织效能，2025年公司完成5个大区的合并整合。

#### 6.1.2 人员质量优化

2025年，公司持续优化干部选拔任用，推动干部队伍年轻化。加强大学生人才储备，做好外部人才引进。坚守合规底线，完善三方及派遣管理的标准化外包流程，优化成本。同时，开发零工简历同城共享的功能上线，搭建零工看板，拉通零工基石检核数据，完善零工选育用留退的机制和指引，助力零工运用。

其中，在2025年，全国招聘录用1933大学生共1,978人，并于2025年9月正式启动“辉聚热爱，共赴美好”2026届校园招聘。2025年组织开展1933零售精英工程共开展8期，培训人数779人。



### 员工构成情况

公司员工数量（人）	
母公司在职员工的数量	3,487
主要子公司在职员工的数量	45,940
在职员工的数量合计	49,427
母公司及主要子公司需承担费用的离退休职工人数	2,034

#### 6.1.3 员工权益保障

我们尊重员工享有平等就业和选择职业的权利、取得劳动报酬的权利、休息休假的权利，遵守国家对于女职工、未成年工实行的特殊劳动保护，女职工享有法定的生育产假，且公司从未雇佣童工。

永辉超市严格遵守《中华人民共和国劳动法》、《中华人民共和国劳动合同法》等法律法规，并办理基本养老保险、基本医疗保险、失业保险、生育保险、工伤保险、住房公积金等社保福利。

由于连锁超市的行业特性所限，为确保满足百姓日常生活需要，在法律许可范围内采取排班轮休制，并相应对加班工作给予发放加班工资。员工按照有关规定，享有周末休息日、法定节假日、年假、陪产假、婚假等带薪休假。

## 6.2 发展与培训

### 6.2.1 强化人才梯队建设，完善人才管理机制

(1) 落地企业文化与调改理念，助力门店调改，开展关键岗位的内部竞聘

与选拔。2025年平台各部门累计发布119则竞聘，推送780+个岗位需求，成功竞聘近384人。开展外部专业人才招募，适配业务发展，强化专业能力建设，主要集中在到家事业部、商品中心、运营中心和品牌营销部等部门的关键岗位外部招募。

(2) 通过项目制推进人力资源产品化建设，梳理优化人力资源机制流程指引。并开展人力团队专业能力提升项目，2025年按季度开展《人力资源规划》、《员工关系》和《人效提升》等主题研讨与培训。借助AI技术赋能，构建人力资源招聘与HRSSC（人力资源共享服务中心）专属智能问答助手，提升人力资源管理效能。编排内部分享与外部交流。结合各大区人力关键指标的达成情况，进行红黄绿灯通晒，拉通信息，由绿灯大区分享案例，红灯大区分享复盘反思材料。为加强人力团队的优秀经验分享，组织人力周会分享人力重点工作复盘和优秀案例。

### 6.2.2 员工培训

(1) 启动技能项目、工匠计划：2025年启动以“万元技工，万名技工”为愿景的工匠计划，明确了7个技工的技能标准，输出技工的培训与认证标准，统一技工的技能等级与技术补贴标准，制定《永辉超市技工管理办法V1.0》，规范技工管理。开展了教练与技工培训与认证，通过认证的运营教练与技工教练360人；培训与认证通过技工4,637人。依托培训中心设立福州市商贸流通行业工匠学院，举行实训基地授牌仪式。同时，福州奥体中心店、永辉中央厨房烘焙工厂获授“福州市商贸流通行业工匠学院实训基地”称号。

(2) 开展职业技能等级认定：职业技能等级证书纳入人社部全国职业技能等级证书联网查询系统，与国家职业资格证具备同等效力。培训中心可对商品营业员、糕点面包烘焙师、水产品原料处理工、畜禽屠宰加工工、食品安全管理师、物流仓储管理员、物流叉车工7个职业自主开展职业技能等级认定，经考核合格

颁发的职业技能等级证书。2025 年开展 11 期职业技能等级认定。同时，职业技能等级认证标准与公司技工技能等级标准对齐，标准统一。

(3) 推进基石培训：为支持 2025 年至 2026 年调改店快速复制，通过标准化的在岗训练计划，确保新员工快速上岗，支持门店店标准化复制。2025 年完成员工、技工、零工全岗位的基石内容开发。

(4) 开展人才项目与培训：组织线下集训，运营分层分类的人才项目 20 个，举办关键岗位培训班 65 期，合计培训 3,324 人。开展线上知云学习，上新课程 743 门，打造基石计划等学习专栏，累计学习人数 12.23 万人，学习人次 833.42 万。为助力新员工快速融入，开展平台新员工培训，结合线上学习+线下参观、拓展、课程，增强参与感与团队凝聚力。

(5) 优化讲师认证与管理体系：适配组织业务发展需求，重点关注门店店长、大区运营教练等群体，对讲师管理项目进行产品优化。积极推进讲师认证工作，2025 年新增认证讲师 707 人，截止 2025 年 12 月 31 日，认证讲师合计 1,570 人。结合调改培训中挖掘的讲师痛点，对讲师 TTT（培训师培训）课程进行二次迭代，并上线知云调改专区。持续推进优秀讲师评选，2025 年评选优秀讲师 33 人。



### 6.2.3 员工激励

优化绩效激励机制：围绕公司战略导向与业务发展需求，聚焦核心队伍建设与运营效能提升，平台实施“共赴美好”专项激励计划，覆盖平台核心干部，有

效驱动核心干部聚焦关键经营目标。同时，结合平台部门的具体情况，探索差异化的薪酬激励政策。

门店端全面推进门店组织激活更新迭代，深化组织激活机制与五色卡巡检体系的融合。迭代升级门店员工薪酬 3.0 政策，助力效能提升。优化与推广门店激励机制，公司下半年对调改店激励方案进行了优化升级，在调改店试点成功基础上，公司于 11 月正式推出覆盖全量门店的激励方案，提升员工获得感，激发员工积极性，建立“人员+过程+结果”的绩效考核与绩效辅导机制，助力门店经营改善。

## 6.3 企业文化管理

2025 年，通过吸收外部先进企业理念，积极推动企业文化更新迭代，梳理企业文化产品，做好落地运营，为适配调改工作做好文化土壤建设。

### 6.3.1 更新企业文化

适配公司发展，更新完善企业文化内容，通过调研、访谈和复盘等举措，更新发布《企业文化 0606 版》、《企业文化 1010 版》，组织企业文化分享会等，开展文化理念与技能学习。通过永辉微资讯、“永辉文化”公众号、OA 宣传栏、知云 APP、文化海报（生日、入职周年、荣誉奖励、壁纸等）和文化公告栏等多渠道开展企业文化传播。开通“每日心语”文化频道，累计推送 50 期。完善文化荣誉建设，设立日常 5 类 10 个奖项。组织平台及大区开展“美好之路 笃信前行”拆书会，设计开展多元化企业文化活动，将企业文化融入拓展游戏中，梳理相关指引，助力企业文化落地。



### 6.3.2 举办年会盛典暨年度表彰会

为践行“让员工更开心、让顾客更幸福、让社会更美好”的使命，树立榜样，充分表彰年度优秀个人、团队及其先进事迹，用榜样力量激发全体伙伴力争向上的激情与活力，共建美好新永辉，12月19日在福州奥体中心举办“新永辉 新品质”永辉超市2025年会盛典暨年度表彰会，从文化、人员、商品、运营四个方面设置13个奖项，表彰“星光闪耀时”80人/团队。



### 6.3.3 举办技能大赛

为传承企业文化，培育受尊敬的技能型员工，以赛代训强化技能，搭建展示舞台，塑造永辉工匠文化，以技赋能创新升级，在2025年5月启动“品质零售技能铸就”全国技能大赛，通过技能训练/认证、大区海选、多轮晋级，累计吸引全国超万名员工参与。比赛设置教练组与员工组，新增牛肉分割、维修、熟食等项目，共计13个比赛项目。12月19日在福州奥体中心举办技能大赛总决赛。最终产生教练组7个项目的28名获奖选手，员工组13个项目的78名获奖选手及3个最佳团队。



## 7 社会发展

2025年，作为全国连锁零售企业，永辉超市一如既往积极发挥市场主体作用，保供应、稳物价；在复杂多变的经济环境下，努力谋求主动性变革与创新转型，广泛带动就业，拉动消费，助推消费市场回暖，助力实现防稳经济“双胜利”。同时，永辉超市坚持通过农超对接、消费扶贫、产业扶贫等方式助力精准扶贫脱贫攻坚，累计从国家级贫困县采购特色产品合计价值超百亿元，助力乡村振兴战略的实现。

永辉超市坚持民生超市、百姓永辉的定位，坚守初心，积极履行企业社会责任，响应国家就业援助政策，稳定就业总量，提升就业质量，突出抓好重点群体就业工作。2025年，永辉为社会提供超9万个就业岗位（含促销员），其中农村户口占比约70.59%，为促进农民就业增收，助力乡村振兴贡献力量；同时为1,031名退役军人提供就业机会，助力退役军人再就业；积极响应政府残疾就业号召，为735名残疾人提供就业机会；为6.79万名女性员工提供就业机会。永辉将持续关注农村群体就业、退役军人再就业、残疾人就业、女性员工就业权利保障。对就业困难人员实行优先扶持和重点帮助。

### 7.1 保供稳价

2025年，永辉超市作为国内零售龙头企业，多次启动保供稳价预案，为“保供应、稳物价”做出贡献。面对特殊情况下的物资缺口，永辉超市从当地省区高层到一线员工，公司上下全力做好物资调配与商品保供工作，充分发挥长短半径全国一盘棋的协同采购优势，供应链管理部门做出了快速反应，保障了全渠道正常经营。对外，永辉超市快速满足全国各地民生商品及各类物资的供应，对支持所在地政府稳定民众的恐慌情绪并平抑各地的物价起到重要作用；对内，我们加强供应各链条的生鲜产品检测与日常检测工作，确保员工、顾客的安全与健康。

在应对恶劣天气期间，永辉第一时间对各区域门店受灾情况作出统计，对供应链保供商品、物流配送、线上运营、员工安全、门店后勤保障方面进行相关部署。同时，积极统筹门店和物流的物资调配，提前储备了牛奶、方便面等物资，

稳定供给保证民生商品备货量，确保门店、线上仓储能够及时获得所需的商品和物资，保持价格稳定。

## 7.2 乡村振兴

为积极贯彻落实党中央巩固拓展脱贫攻坚号召，2025年，公司积极开展产销对接助农活动，如2025年4月，得知平潭君山片区大坪村村民土豆滞销，公司第一时间到现场考察土豆的质量、种植规模，向当地农民采购土豆达20吨直供福州门店销售，为农民大大减轻了土豆滞销的压力。2025年5月，公司于广东省湛江市启动“辉映岭南 香约荔枝”2025永辉荔枝季助农活动，以产地直采的形式精准对接湛江合作社，在上市销售周期内采购广东荔枝超5,000吨，构建最快24小时从田间到门店的高效流通链路，让全国消费者第一时间品尝到正宗的岭南佳味。2025年9月，永辉超市在北京鲁谷店举办“同芯京津冀 共栗新未来”——永辉开心栗新品上市发布会，永辉超市与河北省迁西县人民政府携手，以“小栗子”推动“大产业”，永辉超市通过合作企业采购约2,500吨板栗，深化区域协作，助力乡村振兴。



### 7.2.1 采取多种对接模式

公司于2001年起搭建“乡村地区+超市门店”的商品销售直通车，目前在售产品覆盖了各省乡村振兴重点帮扶县。

为持续推进“农超对接”，更好地带动源头产地发展壮大特色产业，永辉采取了“超市+代办”、“超市+专业合作社”、“超市+农业企业”、“投资入股”等方式发展农超对接基地：

### ● 源头合作

- 以当地具有一定影响力的种植大户、农村致富带头人、村干部作为代办人，发挥“大户带小户”的桥梁作用，把一家一户分散种植的农产品适时集合起来统一采收，永辉超市坚持把种植环节的收益全部归农民，要求代办人不能从农民手中牟取中间差价，由永辉超市按照合作协议支付代办佣金。

### 超市+专业合作社+农户

- 积极鼓励农户联合成立专业合作社，提高农村经营主体的组织化程度，与专业合作社签订购销合同，事先明确约定种植规模、种植品种、采购价格、质量安全、上市周期等事项，解决种植农户的后顾之忧，使之敢于扩大农产品种植，以长期满足永辉超市单品批量化的采购需求。

### ● 超市+农业龙头企业

- 永辉超市不断加强与生产型农业企业的合作，农业企业按照有限公司制度独立经营，在农村承租农业用地建设标准化、规范化的现代农业基地，单个基地一般达到500亩以上，加大农业基地的投资规模，提高农业基地基础建设和硬件设施，采取连片种植、发展设施农业、注重品牌塑造，进一步培育“无公害、绿色、有机”农产品。

### 投资入股农业龙头企业

- 永辉超市积极打造垂直供应链，以投资入股方式与上游农业龙头企业合作。

## 7.2.2 提供多元化扶持措施

在“农超对接”中，永辉超市努力为农户、专业合作社及农业企业提供资金、信息、技术、市场、人才等多方面的扶持措施：

#### ● 资金支持

- 针对农业种植存在投资大、融资难的问题，永辉以预付采购款方式为合作基地提供资金扶持，用于购买种子、种苗、农具、农药、肥料等农资。

#### ● 最低价收购

- 市场最低价是由永辉、农业基地、农业专家共同评估预算种植成本，再加上农业基地固定的收益率。当农产品市场价高于最低价时，按市场价进行收购，当市场价低于最低价时，则按最低价收购。

#### ● 技术支持

- 永辉超市与农业部全国农技中心合作，按照产学研、农科教推相结合，着力于组织并培养一支农技辅导员队伍、培育一批核心示范农户；与福建省农科院合作，对接“双百行动”（百名科技人员联系百家农业企业），编写了23种蔬菜的《良好农业规范（GAP）》（第一卷），作为农业基地的工作手册。组织专家到田间地头为农民提供新技术示范、病虫害防治、科学浇水、施肥、喷药等指导服务，推广运用农业现代机械，提升农民农事技能和质量安全意识。

#### ● 自然灾害损失补偿

- 农业易受旱涝风雪等自然灾害冲击，收成难以定量评估、投资风险大，不能办理农业保险时，永辉超市则酌情为农户提供自然灾害损失补偿金，如根据受灾严重程度减免回收预先垫付的资金或给予农户一定补助。

#### ● 开设绿色销售渠道

- 永辉致力解决“农民卖难、市民买贵”，为农户开设绿色销售渠道，从不向农户收取“通道费”、“进场费”等费用。

### 7.3 助力公益

在快速变化的社会环境中，永辉超市主动承担企业公民的社会责任，大力开展扶贫济困、赈灾救难、尊老爱幼、绿色环保等公益活动。

2025年1月，西藏日喀则市定日县发生6.8级地震，在此危难时刻，永辉超市启动紧急救援行动，迅速成立救灾应急小组，从就近的拉萨市门店紧急调拨了大量矿泉水、方便面等救灾物资，与拉萨市应急管理局的救灾车队一同奔赴受灾地区，为灾民提供及时的援助。

2025年7月，北京永辉超市积极落实北京市东西部协作工作行动方案和支援合作工作要求，向有关扶贫单位提供专项慈善资金10万元，用于开展助学、助困、敬老等慈善公益活动，助力推进对口协作各项工作落地见效，扎实推进共同富裕。

2025年8月，福建永辉超市积极响应福州市委文明办、市总工会、市城管委、福州晚报联合主办的“爱心茶摊”送清凉活动，永辉超市是最早响应“爱心茶摊”公益活动的企业之一，在参与活动中累计捐赠水量已超10万瓶。除了集中派送瓶装水，永辉超市在福州门店常年设置“爱心茶摊”自取点，市民和户外劳动者可随时进店免费取水。



## 8 2025 年度荣誉和大事记

### 8.1 2025 年度荣誉榜

#### 6月

- 中国连锁经营协会(CCFA)“2024 年中国连锁 Top100”，永辉超市位列第 6 位

#### 7月

- 2025 年《财富》中国 500 强排行榜，永辉超市位列第 260 位

#### 8月

- 8 月 28 日，全国工商联发布《2025 年中国民营企业 500 强榜单》，永辉超市排名第 168 位

#### 9月

- 中国企业联合会、中国企业家协会发布“2025 中国企业 500 强”和“2025 中国服务业企业 500 强”双榜，永辉超市分别位列第 360 位和第 123 位
- 9 月 28 日，福建省工商联发布“2025 福建省民营企业 100 强”和“2025 福建省服务业民营企业 100 强”，永辉超市分别位列第 9 位和第 1 位

#### 11月

- 11 月 27 日，永辉超市股份有限公司荣获 2025 福建企业 100 强第 20 位、2025 福建服务业企业 100 强第 6 位
- 南方周末年度盛典 2025 品牌大会，永辉超市荣膺“年度人气品牌”

#### 12月

- 12 月 12 日，在 2025（第三届）央广财经年度对话活动上，永辉超市获评为“央广财经 2025 年度‘金顶’案例——消费提质扩容实践·金顶优秀案例”

### 8.2 2025 年度大事记

#### 1月

- 永辉超市抗震救灾为西藏日喀则震区输送物质
- 永辉上海金山万达广场店、天津东丽区 SM 广场店、重庆渝北吾悦店、深圳宝安大仟里店、成都滨江龙湖店，五家调改店同日开业

- 商务部党组成员、副部长盛秋平带队调研北京永辉超市喜隆多店
- 永辉首批全国调改教练认证培训圆满结训
- 中央政治局委员、天津市委书记陈敏尔，市委副书记、市长张工，市委副书记陈辐宽调研永辉超市 SM 天津滨海城市广场店

## 2月

- 永辉超市发布了乙巳蛇年首批调改门店名单，共计 20 家门店，涉及 15 个城市
- 永辉超市 2025 年首期全国调改店长专项培训圆满落幕

## 3月

- 住闽全国政协委员、永辉超市董事长张轩松赴京参加全国两会并发言
- 永辉超市发布 2025 年第二批调改门店共 24 家门店，分布于 19 个城市
- 永辉超市东莞厚街万达店、南宁吾悦广场店、温州龙湾万达店、北京鸿坤广场店、兰州金城中心店五店同日开业
- “产品力驱动 品质共赢 ” 永辉 2025 年度供应商大会许昌圆满举行

## 4月

- 永辉超市发布《致中国优质供应链的一封信》
- 永辉超市正式发布 2025 年全国第三批自主调改门店名单，涉及门店数量达 41 家

## 5月

- 永辉超市发布 2025 年全国第四批自主调改门店名单，涵盖 32 家门店，标志着品质零售战略进入纵深实施阶段
- 永辉超市作为全国头部商超企业，加入“2025 首届美好生活博览会”，成为合作采购商
- 永辉超市 2025 年度“717 好吃节”全国选品会在福州召开，以“100+”战略开启品质消费新时代

## 6月

- 永辉超市覆盖全国 28 个大区的 252 位精英完成运营教练及技工教练技能认证。
- 永辉超市调改完成全国 100 店，江南京江宁万达广场店正式开业
- 永辉超市核心人才培养项目——“全国调改店长精英班”在河南郑州正式开班

- 6月26日至28日，全国15家调改门店集中焕新开业，永辉超市全国28个大区完成了首店落地

## 7月

- 永辉超市发布致供应商伙伴的一封公开信，携手共建阳光供应链，向腐败和潜规则宣战

- 2025年度重磅品牌活动—“717好吃节”开启。通过“好好逛、好品牌、好品质、好好吃”四大维度，全方位重构超市购物体验，打造中国家庭品质生活消费新范式

- “永辉工匠计划”首批2904名技工持证上岗，第二轮技能认证启动，预计500名员工参与角逐

- 第六批调改门店清单，共涉及34家门店，预计将于今年9月底前全部完成调改并开业，覆盖75座城市

## 8月

- 源头直采，鲜捕直供，永辉2025开海季品质启幕

- 永辉超市2025年全国技能大赛教练组总决赛及永辉好声音赛事成功举办

- 全国工商联正式发布《2025中国民营企业500强榜单》，永辉超市位列第168位，同时在《2025中国服务业民营企业100强榜单》中排名第39名

## 9月

- 永辉烘焙新品“山茶花山泉吐司”全国上市

- 永辉超市联手“中国板栗之乡”迁西，推出“开心栗”助力乡村振兴

- 深度产地直采合作，永辉超市175吨盘锦河蟹品质上市

- 中国企业联合会、中国企业家协会发布“2025中国企业500强”和“2025中国服务业企业500强”双榜，永辉超市分别位列第360位和第123位

- 溯源阳澄湖，永辉超市开启2025金秋品蟹季

## 10月

- “双节同庆 幸福团圆”，永辉调改店双节客流提升超80%，16支爆款单品销售增长超10倍

- “国民品质 人间烟火”永辉超市2025新品发布会顺利举办

- 永辉超市奥体店与永辉超市中央厨房烘焙加工厂被授予“福州市商贸流通行业工匠学院实训基地”称号

## 12月

- 永辉超市于深圳星河 WORLD · COCO Park 门店隆重举办“智利车厘子海运首发盛典”，正式拉开新产季智利车厘子上市序幕

- 永辉超市获评为“央广财经 2025 年度‘金顶’案例——消费提质扩容实践·金顶优秀案例”

- 永辉超市举办全国技能大赛总决赛在福州举办，300 名技工激烈竞技服务国民品质

## 9 展望未来

2026 年是永辉从深耕已久的传统零售模式向幸福品质零售跨越的关键之年，我们聚焦经营质量提升和专业能力夯实两大主线，在商品力、服务力和场景体验上持续打磨，从满足基础需求到创造幸福体验，使永辉成为让员工更开心、让顾客更幸福、让社会更美好的国民超市。

### （一）运营场景打造

基于顾客需求的深度洞察，2026 年将全面推进多场景打造计划，将碎片化需求转化为可感知、可触达的消费场景。围绕家庭日常做饭、休闲放松、节日氛围等不同主题，系统构建场景化运营体系。全年将以场景为引擎，通过精准的场景运营带动关联商品渗透率持续提升，通过高频次的场景渗透强化品牌存在感，逐步建立顾客心智并自然驱动顾客复购行为，最终完成从场景流量到销售转化的闭环，实现商品力与经营业绩的双重突破。

### （二）商品提质升级

围绕商品竞争力提升，公司将从店货匹配、口碑重塑与体验焕新三个维度协同发力。首先，依托全国商品池明确商品角色定位，并根据城市级别、店型大小及商圈特征制定差异化配置规则，确保商品结构与区域需求高度契合。其次，以品质与价格双轮驱动口碑提升，聚焦生鲜品类设立严格的内部管控体系，让安全成为可感知的购买理由；同时精选高频刚需的核心商品，在品质升级的同时保持

亲民定价，重塑价格信任。此外，通过新鲜感计划激活消费体验，全链路鲜度管控，让新鲜可感知、可品尝以激发购买欲，并保持商品迭代节奏，以常换常新的体验构建差异化的顾客心智。

### （三）组织效率提升

为实现战略落地，需持续完善健全服务型组织架构，主动应用智能工具提升组织效率，同步强化预算与绩效管理，提升组织结果的确定性。结合业务发展需要，补强生意计划、品类规划、库存及订单管理等专业能力，通过夯实专业内功，全面增强平台的精细化经营水平。同时，打造精简高效的总部平台，重点整合冗余职能，明确产出标准，优化岗位体系，降低沟通成本，实现高效协同。在机制上，运行品质导向的激励机制，使员工考核指标与公司整体目标精准匹配，牵引业务品质的提升。

### （四）企业文化落地

2026年，企业文化落地即最高战略，从底层构建“员工开心-服务真诚-顾客幸福-业绩增长”的成长飞轮。一是将文化理念转化为可执行的行为准则，更新文化手册并使之融入各项政策制度中，让文化成为可感知的管理语言。二是将文化嵌入培训体系与核心业务场景，在顾客服务、商品运营、员工培育、团队协作等关键环节持续渗透。三是通过文化关联绩效，强化文化约束力与引导力，同时开展绩效辅导，推动文化从理念转化为全员的行为习惯与管理逻辑。

未来，永辉超市将坚定深化品质零售路线，不断精进专业能力，以商品力与场景力驱动门店体验升级，全面提升经营质量。同时，强化精细化管理体系，优化成本结构与运营流程，以系统化能力夯实发展根基，保障企业在复杂的市场中保持韧性，实现长期健康、可持续的价值增长。