辛选

辛选集团2024年度

企业社会责任报告

严选平价好物 创造品质生活

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

目录 CONTENTS

前言

01 高管致辞
03 责任聚焦
05 年度荣誉
07 年度大事

附录

91 CSR关键指标项索引
94 报告说明及意见反馈



拉动消费 普惠民生

12 四大节点
12 “618”大促
13 辛选“818”
14 “双11”大促
15 辛选年货节
16 大牌平价
16 食品生鲜
16 一线国货
16 母婴用品
17 非遗老字号
18 帮助非遗老字号带货
18 助力非遗老字号产业
19 以旧换新

合规发展 行业标杆

22 机制升级
22 加强利益相关管理
24 持续提升合规能力
24 强化辛选廉洁建设
25 品控升级
25 辛选品控3.0
25 严品控、高标准
25 产品质量把控
28 品控能力建设
30 业务合规赋能
30 年度品控成果
31 服务升级
31 价格保障
34 售后保障
35 物流保障
36 技术升级
36 全力强化信息安全
40 全面升级供应链系统
41 持续提升大数据能力

辛满益满 大爱人间

46 普惠公益
46 公益基金会
55 主播担当
66 辛火助农
66 吉林专场
67 丰收节专场
68 山西专场
69 产业助农
69 投建内蒙古农牧业
70 扩建通河农业基地
71 人才为本
72 课程研发
73 人才培养
77 行业大赛

公司治理 价值指引

80 员工发展
80 聚才兴业，育贤酬志
81 “狮系”人才，双线赋能
83 企业文化
83 呵护辛选女性
84 关爱员工活动
84 节日文化活动
85 团队文化活动
86 开放文化活动
87 业务文化活动
88 员工关怀
88 持续推行特色休假制度
88 辛选宝妈享受专属宠爱
88 构筑多重生活风险保障
88 坚决守护员工身体健康

致辞



辛有志
辛选集团创始人、董事长

世界向前 我们向善

每个改变世界的宏愿，
都应以推动社会进步为出发点。

2017年，辛选怀着改变消费的梦想成立。我们以**“让消费更平等、让生活更简单”**为使命，致力于构建**“高端品质、亲民价格”**的新商业业态。同时，我们始终希望以人文关怀，创造不一样的社会价值。

特别是在当下，科技突飞猛进，AI重构生活，虚拟与现实、线上与线下已经难分难解，我们越来越意识到电商解决的除了效率问题，还应该有那么一些包容、理解、共情的“人情味儿”。就像我之前常说的那样，如果消费者向辛选小助理倾诉自己的沮丧，那么，我们一定要送出一朵玫瑰、一些关心。

美好的想法总会吸引美好的人和事。2024年，我们辛选人为推动社会进步又作出了一些努力。

在普惠零售方面，我们精心打造**“四大节点”**营销活动，热热闹闹的年货节被消费者评价为**“最有新年气氛的直播”**。我们推出**“大牌平价”**商品，助力**“非遗老字号”**焕发新生，创新**“以旧换新”**模式，为消费者带来实实在在的优惠和便利，也为经济发展注入新的活力。

在合规发展方面，我们以**“行业标杆”**的高准则要求自己，**发布“守护者1号”计划，出资1亿元专项基金为售后服务做保障**。同时，我们持续加强品控体系建设，升级服务体验，保障用户安全，严格遵守法律法规，积极推动行业自律，构建消费者安心、放心的购物体验。

在社会责任方面，我们坚持**“向善而行、步履不停”**的基本原则，积极呼应国之所需、民之所需和社会所需。2024年，辛选更多主播参与了公益，公益范围从抗疫、救灾、助农、助学，拓展到环保、暖军等板块，用行动传递温暖。

同时，随着业务增长、团队扩张，我们也意识到进一步升级管理团队和公司治理结构的紧迫性。希望辛选的爱心下午茶、特色假期、超多年货、新年红包等福利，可以让每一位辛选人在这里有荣光、也有温暖。

最后，感谢每一位合作伙伴和用户坚定不移的支持和信任。我们深知，辛选的成功与社会的支持是交织在一起的。

世界向前，我们向善。我们将继续积极践行创始使命，回馈社会，力求商业进步的好处惠及每一个人。



责任聚焦

红色辛选

2024年，辛选在上级组织的关心和支持下，在“直播先锋，红色辛选”党建品牌的引领下，进一步加强队伍建设，不断完善组织建设。全年新增多位高管党员和主播党员，包括集团联合创始人、超头部主播、部门负责人等，为辛选党建注入新活力，有效发挥模范带头作用，带动党建工作与业务发展双促双融。

下半年，辛选先后成立妇联、团支部等组织，至2024年9月，集团已形成党建引领工、青、妇的“1+X”模式，组织建设不断完善，为企业文化建设和团队凝聚力提升做出积极贡献，更积极推动行业创新和社会公益，助力企业高质量发展与社会责任履行进一步和谐统一。

CSR数据

全年

共合作**8206**个品牌，**7134**家工厂(供应商)

合作品牌和供应商覆盖全国**32**个省(含香港)，**267**个市

新增合作品牌**3872**个，合作工厂(供应商)**3270**家

累计

合作品牌超**17000**个

帮助超**380**个品牌销售额破亿

其中**310**个为国货品牌

帮助合作伙伴销售超**28.8**亿件商品

助力非遗

达成销售额近**2**亿元，销售近**150**万单

合作**62**个非遗老字号(品牌)，涵盖**58**个子类目

助农直播

全年共组织**3**场，销售额近**5**亿元

累计组织**34**场，销售额累计超**20**亿元

基金会

全年完成近**50**次公益捐赠，金额超**1400**万元

覆盖**14**个省或地区的**28**家组织或机构

累计捐赠超**4**亿元，累计帮助超**100**万人次

主播

辛选主播全年完成近**20**次公益捐赠

共捐赠金额近**200**万元

覆盖十多个省或地区的**17**家组织或机构

全年

辛选用户人均消费**2826**元，复购率达**71%**

体验保障金与先行赔付应用约**20**万笔

提供约**22**万次特色“暖洋洋”服务，服务满意度达**98%**

客服体系服务用户约**3000**万人次，全渠道消费者服务满意度达**90%**

累计

服务粉丝超**6**亿人(去重后)

辛选用户已超**9000**万人

全年

为员工新增购买补充商业保险，升级原有年度福利体检，员工覆盖率**100%**

累计为数十位员工家庭提供救助，累计救助金额超三十万元

累计向数十位“辛选妈妈”提供了生育资金支持，自该福利金推出以来，累计发放金额已超百万元

累计组织义诊**12**场，守护员工健康

全年

新增就业岗位超**800**个，新增就业超**1000**人次

新增**1**名粉丝破亿女主播

新增委任**1**名女主播担任公司妇联主席

新增**4**名女性员工担任公司团组织执委

新增委任**6**名女性高管和员工担任公司妇联执委

正式员工中，少数民族占比**4%**，女性员工占比超半数

搭建"自主选学+精准派学"双轨培训制度

“辛星学院”年度学习活跃率超**60%**

课程总量**10,302.8**份，涵盖**13**类专题

平台年度总学习时长**16315.6**小时

人均学习时长**6.9**小时，自主学习占**50.3%**

开展专题培训累计近**百**场次

全年

参与起草发布**3**项行业标准，辛选品控进入**3.0**时代，形成**“一品一标”**模式

共查处供应商违约问题**500**余起，累计对超过**1**万家商家店铺实施监管，商家覆盖率**100%**

新增价格管理标准**13**份，共完成核价直播场次达**1600**余场，成功保障超**90000**款商品价格合规

年度荣誉

1月

山东省商务厅授予辛选 **“2023山东电商十佳服务机构”** 称号

杭州市直播电商协会授予辛选 **“第一届理事会副会长单位”** 称号

2月

辛选集团荣获由杭州市高新区（滨江）党工委、杭州市高新区（滨江）管委会、中共杭州市高新区（滨江）区委、杭州市高新区（滨江）政府等联合颁发的 **“2023年度优秀贡献企业”** 称号。

“2024浙江网上年货节”成功举办，辛选集团积极参与和支持，受省商务厅好评并收到**感谢信**。

4月

浙江省公益直播联盟授予辛选 **“公益直播成员单位”** 称号。

5月

杭州高新区（滨江）党委统战部授予辛选 **“寻美滨江 · 同心共富最美推荐官”** 称号。

6月

在第二十六届“西湖博览会”中，辛选集团荣获组委会颁发的 **“直播电商领军企业奖”**，集团主播“十三”荣获 **“年度影响力主播团队奖”** 称号。

浙江省商务厅授予辛选集团 **“浙江省电子商务示范企业”** 称号。

在全国优质食品农产品夏季展销大会中，辛选集团主播“赵梦澈”荣获 **“中国食品安全报食品安全大使”** 称号。

“共建责任新未来——2024（第八届）南方公益品牌年会”在广州举行，《辛选集团“辛火计划”之黑龙江玉米基地助农项目》荣获 **“2024南方公益传播奖 · 创新奖”**。

8月

集团主播“蛋蛋”和“时大漂亮”上榜福布斯中国和硬糖科技共同推出的 **“2024福布斯中国新媒体意见领袖50人评选”**。

9月

杭州市电子商务协会数字贸易人才专业委员会授予辛选 **“杭州市电子商务协会 · 副主任单位”**。

杭州市商务局特授予辛选 **“丝路云品推介合作机构”** 称号。

吉林省商务厅集团主播“蛋蛋” **“吉林好品推荐官”** 称号。

10月

中国民营文化产业商会聘请辛选为 **“中国民营文化产业商会新媒体直播专业委员会顾问单位”**。

辛选集团黑龙江有态度农业有限公司和主播“蛋蛋”分别荣获哈尔滨市 **“2023年人才新政30条电商政策”** 拟奖励企业和个人。

11月

广州市委统战部、市工信局、市工商联等授予辛选 **“2023年广州市税收突出贡献民营企业”** 称号。



12月

山西省商务厅、市监局等授予集团主播“蛋蛋” **“辛火计划 · 三晋优品推荐达人”** 称号；山西省电子商务商会授予 **“‘好品出晋’推广大使”** 称号。

“致敬绣花精神——羊城晚报2024新时代榜样致敬盛典”组委会授予辛选 **“2024‘绣花精神’新时代榜样CSR创新先锋项目奖”**。

荣获辛选杭州市高新区（滨江）第三届“互联网小镇杯足球赛” **“最佳组织奖”**。

广州报业文化中心授予辛选 **“经济发展贡献伙伴”** 称号。

在浙江省市场监督管理局组织的2024年度直播合规评审中，辛选获评审结果 **“优秀”** 等级。

辛选荣获全国纺织品标准化技术委员会针织品分会、全国体育用品标准化技术委员会运动服饰分会联合颁发的 **“标准化工作优秀平台奖”**。

年度大事



1月

◎ 1月5日“同心同频·辛选五周年嘉年华”在杭州奥体博览中心主体育场“大莲花”成功举办。辛选员工、品牌和用户共同参加。当晚，辛选创始人辛有志向9999万+“云老板”述职。

◎ 1月6-29日，辛选开启2024超级年货节直播，带货总GMV66.37亿元，同比增长66.74%，总销量超1.31亿件。

3月

◎ 3月15日，辛选集团加入杭州直播电商行业合规联盟。

4月

◎ 4月12日，全球母婴行业安全标准高峰论坛在江苏昆山正式举办。好孩子集团创始人宋郑还、辛选集团创始人辛有志等出席活动并就母婴安全标准问题参与了探讨。

◎ 4月15日，辛选集团创始人辛有志受邀出席科尔沁沙地歼灭战兴安盟科右中旗南三苏木治理区防沙治沙工程建设活动，宣布认领1000亩沙地绿化任务，为内蒙古增添一片绿色。

◎ 4月15日，辛选集团与内蒙古兴安盟科右中旗政府联合投资建设的鲜食玉米基地正式开工。

◎ 4月18日，广东省市场监督管理局指导、白云区市场监督管理局和广东省网商协会联合主办的“健康发展合规大讲堂”在辛选集团举办。

5月

◎ 5月25日，辛选创始人辛有志开启“618”首播，整场直播总带货销量超过850万件。截至6月18日，辛选“618”总带货商品数量近4000万单，直播间总人气4.28亿。

6月

◎ 6月17日，浙江省市场监管局在全省启动实施平台经济“百名创业导师计划”，辛选集团导师受聘为“浙江首批平台经济创业导师”。

7月

◎ 7月4日，在浙江省市场监管局的指导下，由中国工商出版社、浙江省网商协会等联合主办的“直播合规的多重思考与建议”实务交流活动在辛选集团举行。

◎ 7月21日，辛选集团成立董事长审查监管办公室，对集团行使经营管理及审查监管相关权限，执行相关决策。

◎ 7月25日，泰国商务部副部长PUNTIL JONGJITTRAKOON（潘廷·忠吉达功）一行来到辛选集团考察交流，并与辛选集团创始人辛有志先生等进行了友好座谈，深入探讨中泰在电商、供应链领域的合作蓝图。

8月

◎ 8月18日，辛选创始人辛有志开启“818电商节”专场直播，整场总人气达6840万人次，总销量超1096万件商品，掀起又一个消费热潮。

9月

◎ 9月1日，辛选集团与蓝润集团战略合作暨出海启动仪式在荣成石岛海成渔港隆重举行，赋能海洋渔业走向更宽广的市场。

◎ 9月5日，辛选集团向广州市有志公益基金会捐款100万元，启动“百万助困”帮扶计划。

◎ 9月6日，强台风“摩羯”袭击海南。辛选集团第一时间采购了应急灯、发电机、饮用水等价值198.86万元的救灾物资驰援海南省文昌市。

◎ 9月19日，辛选集团主播“蛋蛋”宣布其快手平台粉丝破亿，成为全网唯一一位粉丝破亿的直播带货女主播。

◎ 9月25日，俄中实业家理事会执行主任马尔金来到辛选集团考察交流，并与辛选集团创始人辛有志、辛选集团合伙人青海等进行了友好座谈，双方围绕如何共同推进中俄贸易发展进行了深入探讨。

10月

◎ 10月2日，辛选集团创始人辛有志带队到河南许昌胖东来超市参观学习，与胖东来董事长于东来深入交流。

◎ 10月13日-11月11日，辛选集团举行了一年一度的“双十一”大促活动，共安排200多场直播，上线品牌2600多个，总sku近3万个，总销量达6800多万单，总GMV同比去年增长61.9%，共20多个品牌在辛选直播间破亿。其中，10月19日，辛选集团创始人“辛巴”开播，单场GMV超64亿元。

◎ 10月26日，辛选集团助力内蒙古自治区兴安盟科尔沁右翼中旗沙地治理工程捐赠仪式在杭州举行。辛选集团CEO宋铁牛向科右中旗副旗长胡晗递交了人民币100万元的捐赠支票，该笔资金将全部用于科右中旗沙地治理工程。

11月

◎ 11月1日，辛选集团参加由广州市委统战部、市工信局、市工商联主办的“2024年广州市民营企业服务周”启动仪式。
◎ 11月13日，辛选集团创始人辛有志受邀参加于珠海举行的“航空文创”中国航展直播活动，推介航空文创产品，讲述飞机背后的故事，传播中国航空文化。当晚，辛巴还参加了著名主持人张泉灵主持的“全民共筑航空梦想”主题对话。
◎ 11月22日，“孩子王”与辛选集团成立合资公司，开展新家庭电商直播零售业务，探索母婴领域线上线下融合的新模式，打造引领母婴领域生活方式的“山姆”。
◎ 11月25日，辛选集团发布了《关于启动“守卫者1号计划”及相关消费者权益保护的公告》，设立自查自纠特别专项组和专项基金，以建立全方位的消费者保障体系。

12月

◎ 12月4日，辛选集团创始人辛有志赴南京考察“孩子王”线下门店，并与五星控股集团董事长、孩子王股份公司董事长汪建国就具体合作事宜进行座谈交流。双方合作的落地意味着辛选真正意义上进军线下，开启线上线下融合之路。
◎ 12月17日-21日，辛选集团受邀参加第二届“广州国际美妆周”，集团主播“时大漂亮”于12月23日开启美妆节专场直播。

下半年，在上级组织的关心和支持下，辛选集团在杭州先后成立妇联和团支部，形成党建引领工、青、妇的“1+X”模式，组织建设不断完善。

全年，辛选集团扎实推进信息安全工程建设，成为直播电商行业年度第一家也是唯一一家建立企业信息安全标准和电子电器类产品信息安全质检流程的企业。

使命
让消费更平等
让生活更简单

愿景
成为消费者最信赖
的新零售企业

价值观
感恩、正直、开放
革新、担当

辛选以新质生产力助推内需消费持续扩大

2024年是新中国成立75周年，是实现“十四五”规划目标任务的关键之年。习近平总书记指出，新质生产力已经在实践中形成并展示出对高质量发展的强劲推动力、支撑力，发展新质生产力是推动高质量发展的内在要求和重要着力点。随着总书记的指引，各地正因地制宜，不断显现新质生产力发展的新成效。依托通信、互联网等技术创新和突破，直播电商将生产要素进行创新性配置，有效促进传统商业模式的颠覆性转变和相关产业深度转型升级，成为新质生产力的重要组成部分和表现形式，成为疫后内需恢复并持续扩大、推动经济回升向好的重要引擎和动能。

作为一家以直播电商为核心业务的数字新零售企业，辛选集团2024年度GMV与去年同期相比，保持稳步增长态势，全年总带货商品数量超5亿件，直播间单场总人气最高突破超6.9亿，帮助105个品牌销售额破亿元，帮助667个品牌销售额破千万元。当直播经济进入存量时代，辛选用户依然展现出对辛选的强大信任力量。这得益于集团坚持以新质生产力引领企业高质量发展、助力高质量发展大局的“长期主义”策略。



拉动消费 普惠民生

消费是推动经济增长的持久动力，是培育国内需求市场、畅通国内大循环的重要引擎。2024年是“消费促进年”，国务院先后出台《推动大规模设备更新和消费品以旧换新行动方案》《关于促进服务消费高质量发展的意见》等政策，以提振消费为重点扩大国内需求。这一年，辛选围绕民生、非遗老字号、“以旧换新”等重点选品领域和方向，以四大消费大促为抓手，持续强化集团供应链能力和资源整合能力，全年策划各类主题和体量的直播超千场。其中，单场销售额破亿元的直播共93场，单场销售额破千万元的直播达327场，年度单场最高销售额超64亿元。以辛选为代表的直播带货模式发展动力强劲，拉动消费增长作用明显，已成为行业共识。

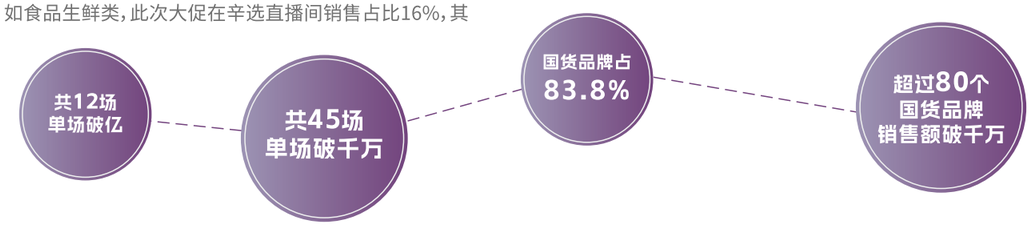
四大节点

“618”大促

“618”是“2024消费促进年”统筹推进的重要节点。据统计，辛选“618”期间共安排直播200余场，总带货商品数量近5000万单，直播间总人气近6亿。共4位主播单场销售额破亿，破亿直播场次共12场；共19位主播单场销售额突破1000万元，破千万场次达45场。其中，5月25日，辛选创始人“辛巴”开启“618”首播，单场销售额14.27亿元；6月29-30日，辛选主播“蛋蛋”代表辛选出战快手年中大促收官之战，总销售额超27亿元。

此次“618”，辛选合作品牌数达2844家，同比增长17%。其中，国货品牌占比83.8%，超过80个国货品牌销售额破千万，其背后聚集了大量中小企业和供应链工厂。如食品生鲜类，此次大促在辛选直播间销售占比16%，其中应季的水果生鲜带货销售额达2.3亿元，助力多地乡村振兴和传统食品产业转型。

辛选是较早搭建自营供应链的直播电商企业之一，近年在美妆、日化、服装、食品等领域已孵化了近20个销售额破亿的自营品牌。辛选在销售助力、合规经营、转型升级等方面，助力这些品牌及其上下游中小企业发展。大促期间，自营品牌“吾双”推出一款碳板减震跑鞋，在“蛋蛋”直播间上架几分钟，销量就已突破30万单。集团自营高端食品品牌“尖锋食客”在全国多地进行溯源，选取牛肉、面条、蜂蜜等多个农副产品达成合作。本次大促，“尖锋食客”共达成销售额近8000万元。







辛选“818”





8月18日，辛选创始人“辛巴”开启“818电商节”专场直播，整场总人气达6840万人次，总销量超1096万件商品，掀起这个夏天又一个消费热潮。“辛巴”在直播间表示，要把“818”作为新的电商大促节日，像“双十一”、“618”一样。快手平台也正式把“快手818上新季”年中大促提上日程，可谓双向奔赴。

此次“818”是“辛巴”直播带货6周年。“辛巴”在视频中表示，这6年，辛选飞速发展，很多用户从中学到大学毕业、从未婚到已婚生子，很多人把生活中重要的衣食住行所需都托付给辛选，这份信任和情感，已经超越了电商。

18日上午10点，万众期待之下，“辛巴”如约开播，直播间一分钟涌进80多万用户，随后直播间最高在线人数超过300万。手机数码是开学季最受欢迎的产品，“小米”一款手机在“辛巴”直播间几分钟便成交超13.7万台，销售额超过2亿元。来自“荣耀”的一款折叠屏手机因为价格足够惊喜，成交额超2.2亿元。据了解，本场直播共有8个爆款单品销售额破亿元。

让民生产品更具性价比、服务民生一向是“辛巴”直播的初心之一。本场直播中，一款“威露士”洗衣液共带货89.2万件，销售额超1.1亿元。辛选自营的“棉密码”卫生巾共带货54.9万件，销售额超1亿元。“辛巴”告诉用户，“棉密码”已经全面升级，达到了医护级认证，可以更放心选购，他希望给更多女性用户带来健康。

这个夏天，万千用户对家电等领域的需求让“辛巴”下了大功夫选品、谈价格，各大品牌也诚意十足。其中功能顶配的10公斤“TCL”洗衣机、对开门的“海信”冰箱价格都仅为2000多元，引发抢购潮，两款产品销售额均超过7000万元。全场家电品类总销售额超1.6亿元，家居建材品类销售额超1.3亿元，极大满足了装修新家的用户的需求。

本场直播覆盖了个护美妆、服饰、手机数码、日用百货、食品生鲜、家用电器、母婴用品等多个品类，共近300款商品。“辛巴”幽默轻松的带货风格和极致性价比带来的脉冲式下单让直播间无数次上演“库存消失术”，用户在拼手速中快乐购物，收获自己心仪的商品。

“双11”大促

超6800万单
总销量

破64亿元
单场销售额

破亿元
21个品牌

破10亿元
4个品牌





“双十一”期间，辛选厚植绿色合规，联合多方资源，众志成城，全力助推“消费促进年”再攀高峰。10月13日至11月11日，辛选集团共安排了200多场直播，上线品牌2600多个，总SKU近3万个，总销量超6800万单，销售总额突破150亿元，比去年同期增长61.9%，总人气超6.5亿人次。其中，16场直播单场销售额破亿元，47场直播单场销售额破千万元；21个品牌销售额破亿元，4个品牌销售额破10亿元。

此次“双十一”，单价1200元以上的订单销售额占比达53.8%。用户对珠宝首饰类商品的热情持续高涨，呼声不断，下单不停。家居家电类大宗商品非快消品，尤其是高端家居家电品牌，线下售价较高，增长难度更大、更替周期更长。尤其是去年“双十一”期间辛选已创造了“慕思”真皮床单品单场销售额破16亿元的记录，已提前抢占了部分市场。然而，今年辛选家居家电类销售额依然达成近15亿元，再创佳绩。个护美妆领域，国产品牌持续稳健增长，国际大牌也强势回归，大促期间该品类销售额比去年同期增长86.3%。其中，在“辛巴”10月19日的直播中，“后·天气丹”套盒单场销售额超10亿元，成为超级单品。

在数码领域，“荣耀”、“小米”、“vivo”等品牌销售额均超过1亿元。其中，在“辛巴”10月19日的直播中，“荣耀”X60手机销售额超3亿元，“小米”MIX Fold3手机销售额超2亿元。在食品生鲜领域，辛选用户对辛选自营高端食品品牌“尖锋食客”的热情更胜从前，单场销售额超2亿元，比去年同期增长1倍。其中，精酿啤酒、厚汁米线等新品以更优质的食材和配方吸引用户纷纷下单，分别销售14.3万单、45.6万单。截至此次“双十一”收官，“尖锋食客”总销售额已超过6亿元。

辛选年货节



2024年横跨2024-2025年度两届年货节。年初，辛选2024年货节共举办122场直播，破亿场次达到12场，带货总GMV超66.37亿元，同比增长66.74%，总销量超1.31亿件，同比增长超1倍。直播观看总人气超6.9亿，同比增长2.5倍。其中，食品生鲜类年货最受欢迎，累计带货9300万件，销售额超35.5亿元，占比53.5%。辛选为应对年货节期间的大批量订单，在品控、仓储、售后等方面做了升级，集结了超1400人的选品和品控团队，以及2000多人的客服团队，为带货产品和服务护航。在1月13日的辛选年货节首场直播中，“辛巴”引导生鲜产品销售近350万单，销售额超4.1亿元，年货销售额破16.85亿元。

2024年12月28日至31日期间，辛选“超级年货节”共安排12场直播，4场直播销售额破亿元。其中，12月28日“辛巴”的直播中，在线观看人数峰值达400万人，新增粉丝超52万，累计销售订单超900万单，总带货金额超42亿元。该场直播共合作了279家供应商的285个品牌，上架SKU达496个，90%以上均为国货品牌。其中，食品生鲜品类占比达37.37%，单酒类销售额就达6.52亿元，纯牛奶单品类销量达60.43万单，坚果礼盒单品类销量达109.58万单，各类生鲜销售额近4亿元。“洋河”、“尖锋食客”、“习酒”、“三只松鼠”、“西凤酒”、“汇源”等大受辛选用户喜爱和追捧。“三只松鼠”、“良品铺子”等年货坚果礼盒产品一经上线，销量瞬间冲破20万单，成为爆款。12月28日至31日期间，“蛋蛋”共安排两场直播，总销售额超11亿元，总销量958万单，共合作品牌434个，上架SKU近1200个；“时大漂亮”安排一场直播，总销售额超1亿元，总销量超100万单。

辛选年货节不仅是一场销售盛宴，也是辛选对粉丝的回馈和对国货品牌的支持，为国货品牌提供了更广阔的展示和销售平台。

观看总人气 超6.9亿

单场带货金额 超42亿元



大牌平价

辛选一直秉持“做消费者最信赖的零售企业”理念，促进民生发展，致力于“让消费更平等，让生活更简单”。2024年，集团专业资深商务选品团队聚焦食品、美妆、个护、服饰等民生领域，总合作品牌数超8000个，合作品牌、商家和产品主要集中于用户的吃、穿、用等方面。从品类销售表现来看，2024年，食品生鲜大类年度GMV比去年同期增长10%；美妆个护大类年度GMV比去年同期增长14.8%；手机数码大类年度GMV比去年同期增长12.4%；服饰箱包大类在年度总GMV中占比近15%。

2024年，辛选选取多个国内外一线主体品牌合作，同时将其性价比做到极致，通过直播让利+品牌折扣+平台补贴等方式相结合，让用户以最大程度的优惠享受大牌高品质商品，享受消费升级价格却不升级的满足感。辛选大牌低价的高性价比机制吸引了无数用户下单，多次创造了直播电商新记录，而这正是消费者选择直播电商、信任辛选的核心所在。

食品生鲜

辛选全年合作近3000个食品生鲜品牌，合作供应商近2500家，上架SKU超43000个，涵盖食品、冲饮、果蔬、生鲜、农特产、粮油等全类别。其中，22个品牌在辛选年度销售额破亿元，224个品牌在辛选年度销售额破千万元。辛选全年销售乳制品近13亿元，仅纯牛奶在辛选年度销售额就近8亿元；坚果礼盒等单一品类在辛选年度销售额近8亿元；新鲜水果类在辛选年度销售额近6亿元。“尖锋食客”、“三只松鼠”、“认养一头牛”、“特仑苏”、“洋河”、“吴丽妍”、“西凤酒”、“汇源”、“露露”和“闲草堂”等成为2024年度辛选用户喜爱的食品生鲜品牌TOP10。

全年合作近3000个品牌

一线国货

在辛选，国货品牌占比超80%以上，常年深受辛选用户欢迎。“荣耀”、“VIVO”、“小米”、“OPPO”、“红米”等多个品牌在辛选直播间完成新标准、新型号手机的全球首发。例如2024年“618”期间，手机数码比去年同期销售额增长6.13%，“荣耀”新款折叠屏、直面屏等销售额突破1.43亿元；“小米”Civi3手机上架即销超过3.6万单，带货销售额高达7200万元。家居领域，曾荣获“中国品牌500强”称号的“芝华仕”新款床和床垫组合在“辛巴”直播间销售近2亿元，总销量近3万单。个护美妆领域，国产品牌持续稳健增长，“欧诗漫”、“凌博士”、“博创”等国货产品抢购非常火爆。服饰箱包领域，老牌国货“红蜻蜓”在辛选直播间开启“上架秒空”模式；新兴潮牌“SIINSIIN”仅凭一款鲨鱼裤单品在单场直播中便达成破亿销售额，累计销量近200万条。

国货品牌占比超80%

母婴用品

集团一直关注和支持母婴领域发展。2024年，辛选与“好孩子”、“孩子王”等母婴行业引领品牌建立了深度合作，从行业峰会、直播专场到合资公司，辛选期望发挥自身优势，与母婴头部企业一道共同助力该行业发展，共谋未来新格局。据统计，母婴用品在辛选直播间的年度总GMV比去年同期增长20%以上。辛选全年组织多场母婴专场，超头部主播“辛巴”和“蛋蛋”、母婴垂类头部主播“茹小洛”等，严选各类安全食品、辅食、饮品、服装、玩具、文具等，为辛选用户家庭带去了更加安全健康且具性价比的母婴产品。

年度GMV增长20%以上

非遗老字号

非遗老字号是传统文化与现代经济相结合的重要领域，我国不同地区拥有丰富的非遗技艺技法、匠人、文化、产业及品牌资源，涵盖中医药、酒水饮料、纺织服饰、食品加工、餐饮、手工艺等多个行业和领域。随着近年新兴品牌不断涌现，非遗老字号在技艺传承、品牌创新、营销等方面面临着较大压力。

近年来，辛选响应总书记的号召，持续关注非遗文化和非遗老字号的发展。2024年，辛选与黑龙江、广东、浙江、吉林、四川、山西等地的多个非遗老字号进行了合作。如“秋林里道斯”、“哈肉联”、“敖东”、“绳药师”、“平遥牛肉”、“五粮液”、“泸州老窖”、“广州酒家”、“陶陶居”、“胡庆余堂”、“张小泉”等。辛选对非遗老字号的助力不仅在于直播带货，更在于利用自身优势，助力非遗产业转型发展。













帮助非遗老字号带货

2024年，辛选累计与62个非遗老字号（品牌）合作，累计达成销售额近2亿元，累计销售近150万单，合作品类涵盖健康养生、传统中式糕点、茶叶等58个子类目。

在“辛火计划”吉林助农专场，吉林“敖东”的鹿血/胎膏、鹿心丸等多款鹿制品大受欢迎，共达成销售额2,983.10万元，销量21.23万单；吉林老字号“绳药师”的“红花足浴丸”、“筋骨通液”等达成销售额444.32万元，销量5.62万单；中华老字号“鹤年堂”的玫瑰膏单品销售额达443.23万元，销量5.4万单。

在央视与辛选共同举办的第七个“中国农民丰收节”直播间，全国各地的地标产品、非遗产品成为直播间爆品。天津“狗不理”包子、“广州酒家”盐焗鸡、安徽“黄山”烧饼、四川花生酥、河南“怀山堂”铁棍山药粉等万众期待的非遗老字号好物汇聚一堂，极大地满足了用户的味蕾，直播间洋溢着节日氛围，用户消费热情高涨。

在“辛火计划”山西助农专场，中华老字号“广誉远”共上架10个连接，达成销售额2,735.14万元，销量13.25万单；“泽榆”叫花子鸡仅单品就达成销售额912.92万元，销量12.80万单；还有“汾阳王”的地道山西好酒及“云青”平遥牛肉、“永祥和”闻喜煮饼、“荣欣堂”的鸡蛋糕、“赵氏四味坊”的非遗麻花等等一大批中华老字号、各级非遗好物在直播间爆单，山西人小时候的味道在直播间和辛选用户们共同来了一场“回忆杀”。



助力非遗老字号产业

辛选在促进非遗老字号年度销售额增长的同时，更在促进非遗老字号产业发展和品牌传播、帮助非遗老字号加快产业转型升级等方面发挥了重要作用。

以辛选“辛火计划”山西助农专场为例，直播中销售的老陈醋、平遥牛肉等产品销量火爆，直接带动了当地相关生产企业扩大生产规模，同时也促进了原材料种植、加工、包装、物流等上下游产业的协同发展。辛选主播在每场专场直播前发布的预热视频中，展示各地“活着”的非遗瑰宝，让用户了解到了更多非遗老字号背后的文化故事，吸引了全国消费者的关注，极大提升了品牌影响力。除此之外，辛选在与非遗老字号合作过程中，还手把手传递关于线上开店、账号运营、营销环节和品牌传播等相关经验，培训相关人员，帮助老字号企业线上线下共同发展。

以旧换新

国务院关于印发《推动大规模设备更新和消费品以旧换新行动方案》的通知

国发〔2024〕7号

商务部等14部门关于印发《推动消费品以旧换新行动方案》的通知

商消费发〔2024〕58号



为推动设备和消费品更新换代，2024年，国务院统筹部署了“1+N”政策体系。国家发展改革委、财政部联合印发《关于加力支持大规模设备更新和消费品以旧换新的若干措施》，并统筹安排3000亿元左右超长期特别国债资金，大力支持“两新”工作落实。各地积极响应，推出资金补贴、税收优惠、发放消费券、优化服务流程等一系列配套措施，进一步激发了消费者的购买热情，成为促进投资和消费，助力产业更新换代，推动百姓美好生活品质提升的重要举措，更是加快构建新发展格局、推动高质量发展的重要举措。

加快消费品以旧换新，政策引导、标准引领、金融支持等是前提，而以直播电商为代表的新质生产力则是完成以旧换新的关键环节和重要推手。

2024年，辛选在“以旧换新”政策的助推下，销售家电产品近700万单，销售额近30亿元。“618”期间，“海尔”新能耗标准洗衣机共达成销售额6000万元；“追觅”全新一代智能技术的洗地机和扫地机器人在辛选直播间进行首发，达成销售额超7200万元，售出近4万台；“极萌”新国标家用美容仪，在辛选直播间销售额突破1亿元，总销量超4万单。“双十一”期间，辛选在广东、浙江、四川等省“以旧换新”政策的引导和支持下，家居家电共销售243.52万单，达成销售额14.78亿元。“顾家家居”、“欧派”、“TCL”等品牌销售纷纷破亿，其中，“顾家家居”的头层牛皮储物大床及沙发组合，仅11月9日单场销售额已超4亿元；“欧派”的一款智能床组合，仅10月19日单场销售额便超1.22亿元；“TCL”以量取胜，上架了智能电视、变频空调、洗烘一体机等多个系列不同规格的产品，仅10月19日单场销售额便超1.1亿元。同时，“海信”、“林氏家居”、“美的”、“小天鹅”、“海尔”等国货品牌销售额均超5000万元。

品类销量近 **700万单**

销量

销售额

品类GMV近 **30亿元**



合规发展 行业标杆

合规是直播电商可持续发展的基石。在属地指引下，集团始终以维护和保障消费者权益为核心，持续根据属地要求加强和完善自身绿色合规机制，率先构建了选品、营销、合规、服务等完整的业务链条，并以企业发展引领行业发展，真正建立“以用户为核心”的企业价值导向，集团发展及直播电商业务已进入高质量发展阶段。

2024年，辛选持续加强资源统筹，围绕顶层设计、标准及流程制定、架构调整、合规效能升级等方面，进一步强化和完善合规体系建设，将辛选合规真正做到一盘棋、一体化，继续维护行业绿色生态。

机制升级

加强利益相关管理

2024年，集团持续强化供应商管理，不断完善供应商管理体制机制，维护集团供应链稳定和业务运行高效，保障消费者权益。集团将原有供应商管理制度进行细化梳理，形成涉及资产采购、后勤服务、工程服务、活动策划、供应商管理等全需求流程的规章制度体系，全年输出《辛选集团监察案例汇编》、《企业反舞弊相关法律法规汇编》、《辛选集团供应商违约问题及处理规则》、《辛选集团供应商违约问题处理情况总结分析报告》、《辛选集团知识产权合规指引》等系列合规指引文件，规范处理行为、指导监察办案。





在机制引领下，集团围绕业务流程、涉及领域及具体需求，对供应商管理系统和直播业务管理系统两大数字体系运营管理规则进行升级完善，以制度保障绿色合规。针对供应商管理系统，集团将原系统细化至四级科目的三大类21项供应商品类库，依据五大维度对供应商进行分级识别与管理，促进双方共同成长。针对直播业务管理系统，将原业务流程细化升级为覆盖供应商进出业务全流程相配套的规则体系，优化了保证金缴纳、变更、退还、供应商进出、履约监管等相关制度，从供应商入驻、合作商品创建、合同创建、变更、管理到供应商退出全流程线上可视化管理与服务，进一步保障集团各项业务开展更加合规、高效，更有效避免潜在风险发生。

同时，集团以常规管理和专项治理相结合的方式，进一步管控供应商行为，并在集团各次选品会现场，坚持发放宣传册、设置宣传展板，向业务合作方宣传常见的供应商违约问题并提出防范建议，为供应商在业务合作中采取有效措施防范问题提供指引。2024年全年，集团共查处供应商违约问题500余起，根据问题具体情况，集团对200余起轻微问题给予警告；对近200起较严重问题，要求供应商按照合同支付相应违约金；对100余起情节严重且造成不良影响的问题，集团已暂停或终止与对应供应商的业务合作。



供应商违约问题处理情况



持续提升合规能力

2024年7月，为持续提升集团业务效率与合规能力，集团将运营管理审查监管权限提升至最高优先级，并进一步升级集团组织架构。经集团决议及审批，成立董事长审查监管办公室（简称：董事长审管办），对集团行使经营管理及审查监管相关权限，执行相关决策。

在此基础上，集团围绕用工流程合规、采购与成本管理、产品质量监控、口播宣传合规、知识产权管理、风险防范意识等各项经营管理、业务开展等相关流程进行自检及完善，构筑内控内审体系，持续完善管理制度和规范，常态化开展风险摸排。同时，集团组织编制答疑手册、制度手册、案例汇编等，并采用线上线下相结合的方式加强培训与宣导，围绕业务全链路，全面持续提升业务人员合规能力。集团还积极参与属地监管部门举办的合规交流研讨活动，积极配合政府部门开展企业自检，积极落实政府部门的行政指导政策，并为属地相关法律法规的修订建言献策，全方位提高自身合规能力。







强化辛选廉洁建设

多年来，集团持续强化廉洁建设，采取多项举措加强廉洁前置预防，常态化敲响反腐警钟、厚植廉洁文化。为此，集团制定廉洁必修课程和考试体系、畅通多种投诉举报渠道、升级优化举报机制等，持续强化提升预防监察水平。同时，为更有效防止集团内部违法违纪事件发生，辛选通过海报宣传、员工培训、典型案例通报等形式，不断丰富廉洁文化传播方式，营造崇廉拒腐良好风尚，多维构建诚信、廉洁的企业文化。

在加强预防的基础上，集团制定并完善《辛选集团反舞弊制度》等系列廉洁查处规则和办法，保障企业廉洁运营和廉洁发展。集团对内部腐败问题坚持“零容忍”态度，一经查实，均严肃处理。2024年，集团合计查办近10起包括员工偷窃样品、虚假报销等方面的廉洁问题，并在集团内部进行全员通报，有力肃清了企业运营环境，营造了风清气正的工作氛围。



品控升级

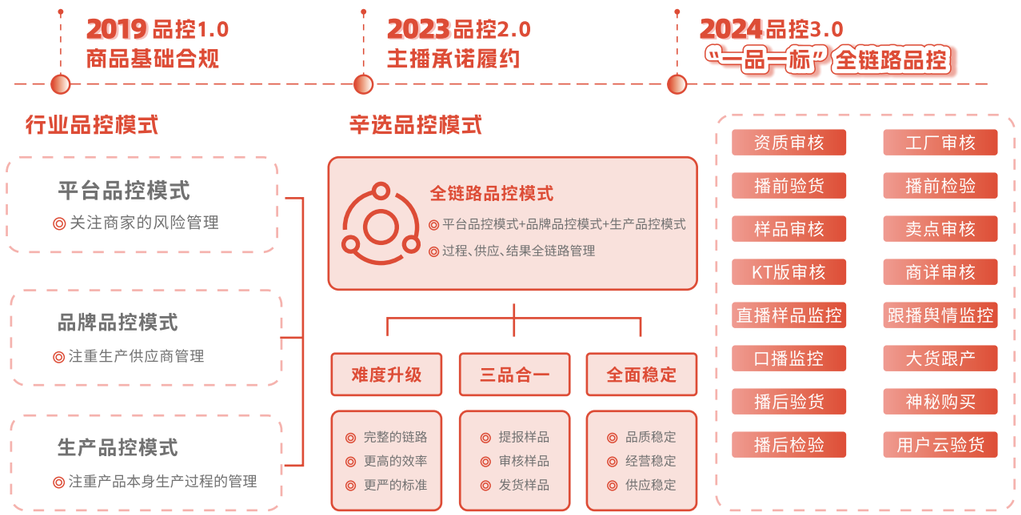
辛选品控3.0

随着集团直播业务持续扩大，辛选率先建立品控体系，并逐年强化完善。2023年，辛选形成全链路品控模式，涵盖直播前、直播中、直播后三大环节的十一个品控节点，包括风险排除、标准制定、商品封样、供应商审核、跟播、神秘采买、大货跟进等关键维度，更延申至方案解决、售后Q&A等，引领行业标准及发展水平。

在此基础上，2024年，辛选品控再次升级，针对每个产品从原料、工艺、执行标准、质检要求等全维度制定品控标准，形成“一品一标”模式。同时，辛选品控体系更整合供应链、广告、售后乃至大众传播及社会责任等相关利益体系职责不断进行完善，仅供应商审核就包含42个评定项目，细分为111项具体规范，采用三种评分方法和五级评级标准，确保评价体系科学严谨。至此，辛选品控已进入3.0时代，标志着辛选质量已进化至“next level”。

辛选的品控模式

掌握全链路的风险信息是辛选品控模式成立的基础



严品控、高标准

辛选品控标准的严格程度素来让业内商家和供应链“头疼”。这是因为辛选率先制定了高于行业通用标准的品控标准体系，构建了深入业务全链路的合规审核流程。

标准体系

2024年，辛选从行业标准和内部标准两个方向，内外双向全力构筑“一品一标”标准体系。

在行业标准维度，辛选与中华全国供销合作总社济南果品研究所合作，共同参与起草发布《果蔬脆片加工技术规范》、《果蔬粉》、《冷冻果蔬汁（浆）加工技术规程》等3项行业标准，为果蔬类产品的深加工工艺及技术提供了标准和规范。同时，辛选参与起草发布国家推荐标准《直播电商服务质量的信息监测与评价规范》，为行业服务质量信息监测和服务质量评价提供相应标准，规范相应行为，引领直播电商服务质量提升。

在内部标准维度，集团带领自营产品各类供应商根据辛选技术规格、准入标准等，对自身技术、工艺、生产线、产能等进行全面升级，共同努力提升绿色合规水平，更在用户需求、大众期待、集团长期发展、供应商利益等方面实现全面共赢。

合规审核

随着近年国内直播电商迅速发展，行业上下已构筑较为完善的监管体系，行业规范化程度逐年提升，对从业者的商品质量和服务水平都提出了更高的要求。尤其是食品生鲜等特定品类，更加考验从业者的专业度。2024年，为更好地帮助特定品类供应商顺利完成直播带货各环节，辛选将合规审核体系进一步拓展和升级，采用三种评价方法、五类评级标准，涵盖资质审查、原料控制、环境卫生控制、生产过程控制、员工健康安全、清洁消毒、设备维护管理、虫害和鼠害防治、仓储管理以及售后服务系统等十大评价板块，形成一套兼具系统性和独立性的查验、评估策略，持续保障商品质量，守护辛选用户权益。

产品质量把控

辛选坚持深入六大环节十一个品控节点



筑牢品控防护墙，全面保障商品质量与服务

封样质检

辛选针对部分特定样品，依据商品特性，深入生产运输环节对其进行封存后开展全方位审核，根据审核标准确定标准样品，以管控后续系列环节，保障消费者权益。审核过程中，辛选利用自身实验室、移动检测设备等设施进行初步检测，同时引入权威第三方机构进行全面核实，并记录相关数据和属性用于后续检验、比对等。此类做法不仅需要深入源头打通质检渠道和环节，更需投入大量的人力、物力、资金，成本高、难度大。但辛选始终以满足辛选用户需求、保障商品和服务质量为核心，坚持做难而正确的事。





大货质检

为确保消费者购买后收到的客单商品与封样样品各项参数和指标一致，辛选品控对商家销售和发送的大货进行质检。一方面，辛选派驻自身品控人员到工厂一线进行生产驻厂监督及发货质量监督；另一方面，辛选持续开展供应商赋能项目，助力核心供应商强化质量管理。2024年，辛选优选近百家核心供应商，进行线下培训及产品售后讲解，帮助他们构建质量管理体系，同步法律法规条款、直播电商行业监管要求和动态等。此系列赋能策略成为帮助供应商提升商品和服务质量、保障大货商品和服务质量稳固的关键环节。

检



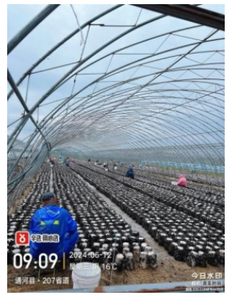


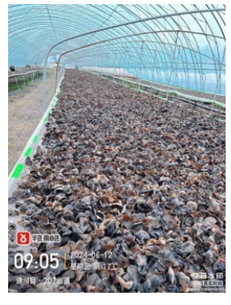
品控能力建设

业务能力

大促保障

辛选全年销量上亿单，大促期间日均销量上千万单。大促期间的品控支撑能力是直播电商行业的年度大考。针对大促需求，辛选制定了从产品研发、生产、检测、验货、售后等环节的全链路品控机制，全力保驾护航。以食品生鲜为例，辛选在大促前专项制定上百个品控标准，核验上百家供应厂商的近万款商品资质，对直播商品进行近千次封样监测。“辛选品控”、“辛选质检”已成为辛选用户放心的保障和信心的来源。





专业技术

技术资源类型	数量
三方检测机构	25
直播购买机构	3
监管部门	7
行业协会	8
标准化技术委员会	8
共计	51

随着近年直播电商行业监管体系不断完善，品控专业技术成为行业核心竞争力之一。为持续保障辛选品控能力的先进性和引领性，集团坚持强化自身专业技能建设。2024年，辛选积极参加行业交流会，邀请权威第三方机构SGS、监管部门专家等到公司进行技能培训，仅食品类就开展《直播合规的多重思考与建议》、《国内外食品标签发展趋势及变化 》、《中国预包装食品标签及营养标签合规性解读》及消费品类知识等多项课程学习，不断提升团队专业能力，追踪行业动态，并及时深入了解业务相关法律法规变化及监管要求。

除此之外，辛选持续不断拓展商品和服务质量保障的外部资源，引入监管部门、行业协会、标准委员会、相关权威三方检测机构和外部专家等行业资源，构建协作或协同机制，进一步提升辛选品控能力和水平。2024年度，辛选合作的外部机构如下：

智能品控

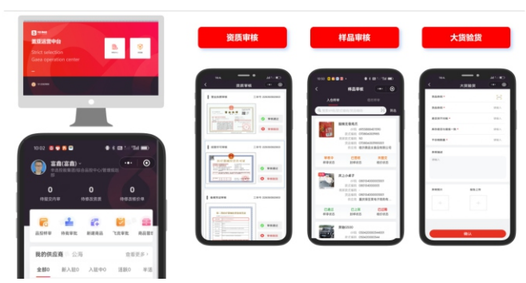
辛选快检

2024年，辛选品控针对羽绒、羊毛服装等品类，分析国家、行业标准中规定的检测方法及其要求设备和工具的技术参数，对快检设备和工具进行轻量化定制选型，实现了快速移动式检测，羽绒和纤维成分分析及质检能力得以快速提升，更好地保障了用户权益。经过能力升级，辛选可在20分钟内确定羽绒服装里填充的是否是真鹅绒，1个小时内可确定是否填充符合新国标的鸭绒。通过近红外光谱纤维成分检测仪，辛选可在3分钟之内快速验证高比例羊毛、棉等纤维成分检测结果，检测精确度在98%左右。

智能体系

依托辛选数字化、智能化直播电商系统的全面升级，2024年，辛选验货系统、三方检测系统接连上线，资质审核、样品审核系统页同步升级完成。在此基础上，辛选更新发布了验货制度，优化了验货团队，完善了验货流程，升级了验货设备，辛选品控能力、风险识别能力、商家商品管理覆盖率、快速响应能力等方面进一步提升，可实现24小时内到达工厂，48小时内完成400批次大货的验货任务，不仅能更好地满足庞大订单体量的质检需求，能够对更多品质细节进行更好地管控，而且围绕智能品控系统构建了涵盖供应商、辛选品控、三方检测机构、辛选法务、辛选售后等内外多个相关方的工作协同机制，极大提升了品控效能，进一步筑牢了保障消费者权益的防火墙。







业务合规赋能

2024年，辛选进一步整合品控、业务、合规、职能、监管等内外资源，围绕专业技术与知识、工具、资源和业务支持等维度，构建协作机制，赋能直播业务和供应商管理，推进绿色合规水平持续提升。

合规知识培训

2024年，辛选紧密跟进、持续梳理国家和行业相关法律法规、各类标准等，形成相关手册和资料，如针对《食品安全国家标准食品添加剂使用标准》（GB 2760 - 2024）进行专项输出与差异对比等。同时，邀请内、外部相关专家资源，在公司内部和供应商范围进行合规赋能，累计举办近30场相关培训。



合规流程建设

2024年，集团联合多个部门共同编制《直播业务品控管理方法》，对资质审核、样品审核、卖点审核、直播购买、播后验货、播后检测等关键合规环节的工作流程和要求进行进一步规范。同时，集团为验货监发人员全员配备执法记录仪，方便验货工程师在进行产品抽样、质检、廉洁签署、结果确认等过程中，均能实时上传影音资料，并一键与公司对接人进行联系。

年度品控成果

直播电商行业的绿色合规和长效发展早已不再是单个直播间的职责，业务链路的相关方早已是利益共同体。在辛选成长的过程中，得以有契机率先构建全链路品控体系，并以自身业务标准引领行业标准。2024年，辛选更加以身作则，联合内外多方资源共同开展绿色合规工作，提升绿色合规水平，共同为直播电商行业绿色合规发展贡献自身力量，更加有力地保障了消费者权益和用户体验。12月，辛选荣获全国纺织品标准化技术委员会针织品分会、全国体育用品标准化技术委员会运动服饰分会联合颁发的“标准化工作优秀平台奖”。

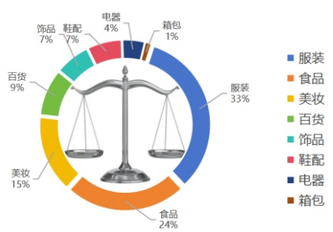


服务升级

“价格+品质”的双重优势是辛选的核心竞争力之一，其出发点和基石是“满足用户真实需求”的“精打细算”，让用户在辛选能够花更少的钱，享受到更好品质的商品。

价格保障

核价品类占比



2024年，辛选围绕人才、机制、能力等维度，持续提升核价效率和效果，保障用户权益，开启了辛选商品价格保障体系的新篇章，进一步提升用户体验。全年累计完成核价直播场次达1600余场，成功保障了超过90000款商品价格的合理性，其中，服装类核价占全年核价的33%，食品类占24%，美妆类占15%，百货类占9%，其他品类总计占19%。仅“618”大促期间，就为超20000款链接商品提供价格保障服务，有效维护了市场价格秩序，助力企业在激烈的市场竞争中稳固价格优势，更为消费者提供了价格合理、品质可靠的商品。

行业领先的价格管理体系

辛选核价员工均是在各品类深耕多年的资深专家，拥有丰富的工作经验及社会资源，使集团率先构建了行业领先的标准化SOP流程及价格管理体系；随后建立对应类目的核价标准，规范核价流程，输出各类目核价表单，报价单结构化拆解BOM，从核价产品相应的材料、辅料、工艺、工费等，使核价有据可查、有差可论。

2023

核价标准文件43份

2024

新增标准文件13份

优化标准文件15份

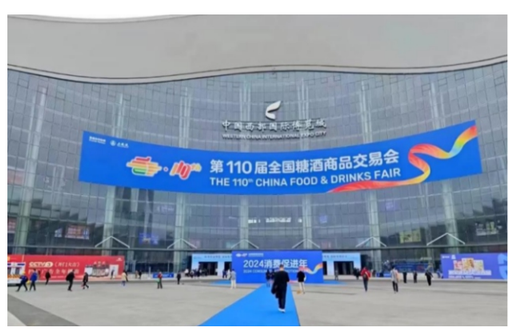
标准类文件达到56份

序号	核价标准强化升级	版本
1	《商品原材料成本核算标准》	V1.0-V2.0
2	《商品辅助材料成本核算标准》	
3	《商品用量核算标准》	
4	《商品损耗核算标准》	
5	《商品特殊工艺核算标准》	
6	《商品制造成本核算标准》	
7	《内外包装物料核算标准》	
8	《商品运输及物流成本核算标准》	
9	《商品利润率核算标准》	
10	《商品合同税率核算标准》	
11	《商品季节性促销折扣核价标准》	

2024年，集团深度复盘过往价格环节，修订核价流程，实现各环节紧密衔接、高效流转；更着力升级核价体系与标准，从原材料成本剖析到市场动态追踪，全方位覆盖，以严谨态度与专业精神确保每一次核价精准无误，切实经得起市场与消费者的严苛检验，为企业价格管控筑牢坚实壁垒。全年新增整体核价标准文件13份，现行核价执行标准56份，涵盖了服装、鞋类、箱包、食品、美妆、百货、电器、饰品等多个核心品类。

深入市场锤炼核价能力

2024年，辛选进一步扎根市场，不断锤炼提升自身专业能力，全方位保障消费者权益。在价格管控方面，辛选积极参与多地行业展会，深度调研核心品类供应商，从源头追溯原材料价格，细致分析各品类的成本构成，全力挤掉价格“水分”，让消费者不花一分冤枉钱，切实让消费者以实惠的价格买到心仪商品。同时，团队深入各大生产工厂，对生产工序和配方等进行严格审查，识别可能存在的品质隐患与价格风险，不仅为集团降低成本，帮助提升竞争优势，更凭借专业硬核实力，在每一次消费抉择中为消费者“站岗放哨”，捍卫公平交易底线，为真正实现“让消费更平等，让生活更简单”，“成为消费者最信赖的新零售企业”而努力。





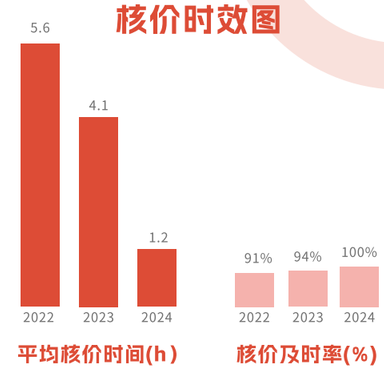
辛选参与行业展会，开展市场调研

智能核价系统精准赋能

2024年，集团在以往核价大数据库的基础上，全力提升智能化水准，升级打造智能核价体系。该体系结合充分的市场调研、供应商考察，实时更新市场动态，确保价格管理符合市场情况，并持续对产品成本结构进行全方位分析，一方面根据业务需求和进度持续输出成本优化及整合方案，让直播商品性价比持续提升，报价公正透明，为辛选用户筑牢价格保障防线；另一方面不断迭代完善核价标准，依标准工时、SOP流程，结合季节因素、原材料价格走向、市场供需变化等多源变量，拆解报价BOM表，确保核价的准确性和落地性。除此之外，系统还基于各维度和环节的数据表现及市场变化为供应商输出成本优化策略，支持供应链下游供应商资源整合实现全链路成本优化。

在辛选智能核价体系的赋能下，用户、供应商、辛选三方的权益得到更好的保障，实现共赢，更进一步有效提升了业务效能。从2022年到2024年，辛选平均核价时间从5.6小时大幅缩短至1.2小时，显著提升了服务效率。同时，核价及时率从91%稳步提升至100%，切实履行对用户、供应商及社会的责任，助力行业高效健康发展。

核价时效图



年度精准核价典型案例

2024年，部分垂类消费市场动荡，导致商品价格波动较大。辛选精准洞察，以专业、公正和担当为准绳，做好质量与价格的双重保障，守护消费者权益，保障消费者体验。

案例一



“双十一”期间，辛选审核直播的一款冲锋衣时，核价师横跨多个主流电商平台展开调查，发现同款商品存在价格乱象，遂立即联动供应商深入溯源。经核价师采样、专业比对，证实市面上该同款低价产品的面料质感、做工细节、功能特性等关键指标与正品差异显著，确属伪劣仿冒。核价、直播、品控、供应商多团队联动，保障上播款商品确为正品的前提下，进一步保障商品品质和价格两方面的组合优势，筑牢防线，保障用户、供应商和辛选三方权益。

辛选核价师在核查比对冲锋衣关键指标

案例二

“双十二“之际，辛选针对一款爆款羽绒服，深度剖析成本，向供应商呈详尽核价报告。遭质疑后，核价师即刻“亮剑”，如剥茧抽丝般拆解成本，从面料辅料到隐形成本无一遗漏，与供应商现场激烈“交锋”、深度沟通。最终，供应商认可了辛选价格方案，让利 22%，直播售价顺势调整。价格打折但品质不打折。辛选让消费者的每一次下单都满载安心与超值，真正践行双赢承诺，筑牢消费信赖根基。



辛选核价师与供应商现场谈判价格方案

售后保障

2024年，辛选持续聚焦消费者权益保障，优化服务渠道，致力于打造“更有效”的用户体验，根据用户需求推行一岗多能模式，结合800个“数字员工”，进一步强化保障消费者权益，为用户提供全年无休的24小时贴心服务。

信任消费保障体系

辛选从消费全链条出发，建立了“大用户防控体系”、“大权益保障体系”和“大履约权益体系”，形成了特色的“信任消费玄武盾”。

售前 —— 通过“大用户防控体系”对交易履约进行合规管理，监控商家服务质量、物流体验及售后保障，前置风险防控，明确消费者权益。

售中 —— 通过“大权益保障体系”，提供食品试吃、商品试用、先试后付、无效退换等多项权益保障，确保消费者体验。

售后 —— 通过“大用户履约体系”，全渠道7*24小时服务，“1亿元消费体验保障金”“差评不过夜”、“退换无条件包运费”、打通“最后一公里”、“暖洋洋服务热线”。联动品控团队提供专业售后服务，定位问题原因，同时整理咨询案例输出常用售后问题Q&A，以更好地服务辛选用户。

服务专项

2024年11月25日，辛选集团发布《关于启动“守卫者1号计划”及相关消费者权益保护的公告》，成立自查自纠特别专项组，并设立专项基金，旨在建立全方位的消费者保障体系。

通过发布 “守卫者1号计划”，辛选进一步强化了对消费者权益的保护和对直播电商业务的规范管理。依托该计划，辛选对近期自身和同行直播产品介绍存在争议的商品主动担当，给出售后服务方案，并集中履行了售后约定，切实保障了消费者权益，维护了自身和行业信誉。该计划也表明了辛选坚持为消费者提供更加优质、安全、可靠的购物体验的服务宗旨和价值导向，更坚持践行了对商品质量的严格把控、对虚假宣传的零容忍、对售后服务的优化提升等系列举措。

服务数据



物流保障

仓储物流“2+N”

随着消费者和用户对直播电商服务品质要求的不断提升，辛选以高效、准确、安全为原则，不断优化仓储物流管理流程，提高服务水平。辛选在广州和杭州以轻资产、重合作、广覆盖为宗旨分别部署了云仓，以数字化、智能化、可视化等技术驱动服务效能提升，构建了一整套数智仓储物流管理体系，库存准确率达99.99%。云仓对供应商进行数字化集中管理，能够打通上下游数据，智能识别分销订单，根据不同的商品编码等信息将订单推送给相应供应商进行发货，并可实时检测发货情况及物流速度。目前，辛选物流体系已连结近700个市级供应链网络，覆盖全国超7万个村级网点，覆盖率连年倍数增长。同时，辛选还高标准设立了仓储物流供应商管理条例，实施清退机制。








2024年，辛选运单量持续提升，辛选云仓在原合作模式基础上，增加冷链仓、华北仓、顺丰全国仓等多元仓合作，形成仓储物流“2+N“模式。新模式采取就近配送方式和渠道，进一步缩短运输时长，提升用户体验。其中，辛选广州仓全年客诉率低至十万分之九。





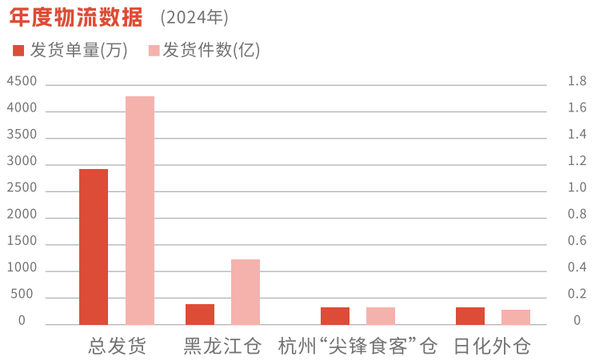

年度物流数据

总发货 2902万单

累计1.7亿件货品

单均货品 5.8件

月均吞吐 263万笔订单



技术升级

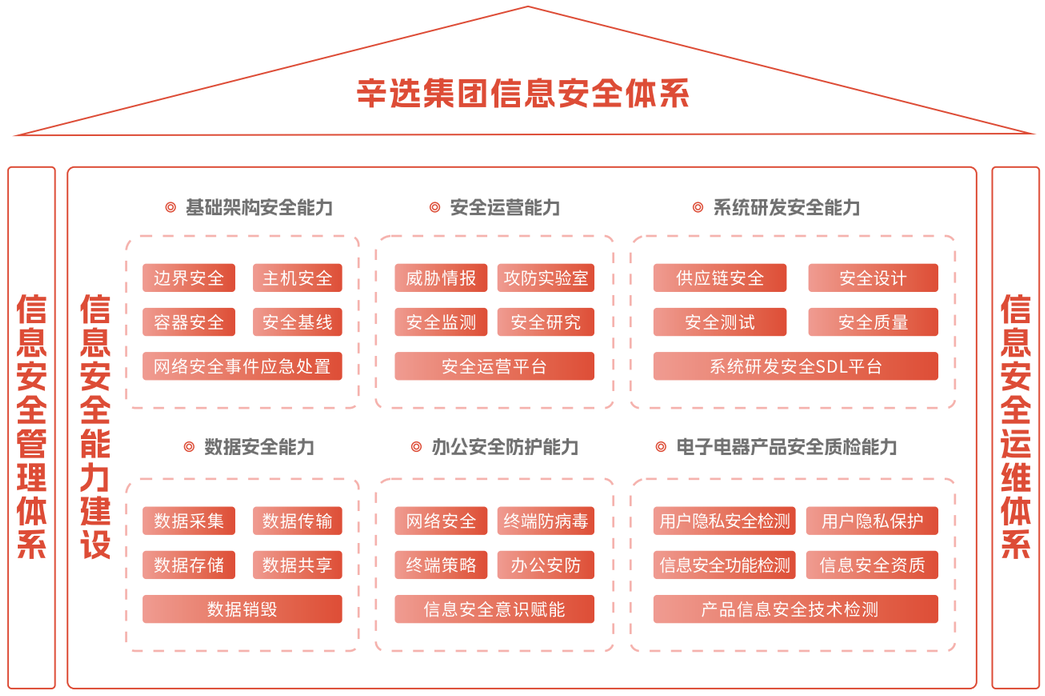
辛选集团依托5G、大数据、流媒体等技术突破而成长。至今，辛选通过数据化驱动、数字化管理、智能化直播和数智化运营等四个方面，以用户需求为核心，从消费场景、直播合规，到质量监测、供应商管理、服务反馈等，全链路以技术创新指引业务发展。

全力强化信息安全

随着信息技术的迅猛发展，国家对网络安全的法律法规不断完善与加强。党的十八以来，习近平总书记高度重视网络安全和信息化工作，机构信息安全和个人信息安全已成为企业社会责任中不可或缺的重要组成部分。

为强化集团信息安全，辛选成立了信息安全管理委员会（以下简称“委员会”），由集团CEO牵头统筹相关工作。2024年，集团在委员会的带领下，从管理制度、软硬件、数据管理、培训学习等方面，全面筑牢信息安全网，保障集团经营安全和消费者信息安全。截至2024年底，辛选集团是直播电商行业中的第一家也是唯一一家建立企业信息安全标准和电子电器类产品信息安全质检流程的企业。

辛选集团信息安全体系

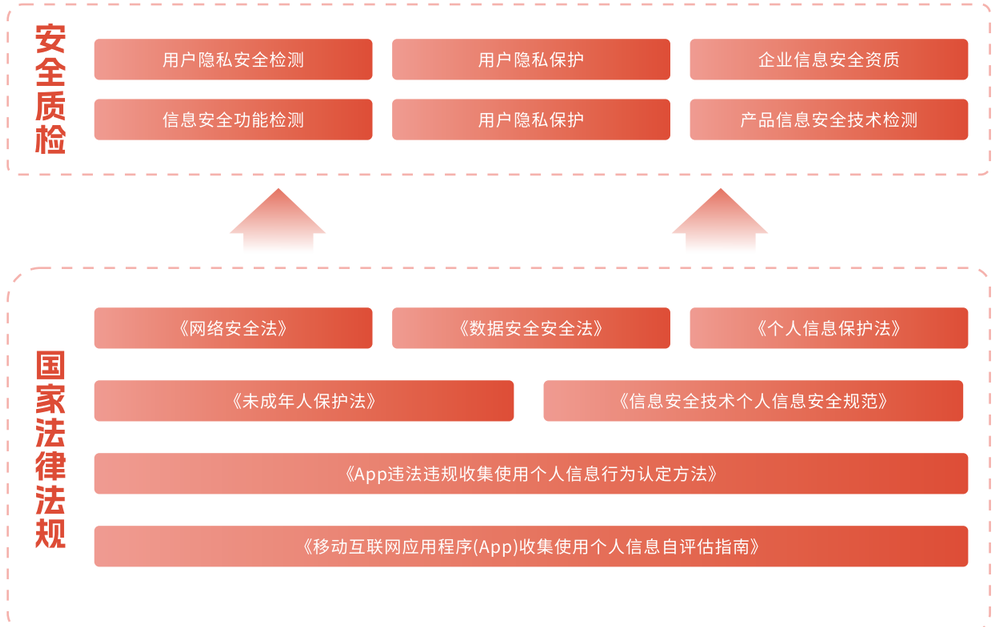


持续完善信息安全管理制度

2024年，在委员会的带领下，集团出台并发布《保密信息安全管理制度》及《信息安全奖惩管理办法》，明确各部门职责及其管理办法，同时升级集团信息系统，全方位提升员工信息安全意识与防范技能，严守公司核心信息安全关卡，助力企业稳健前行。

建立重点产品安全质检标准

近年，中国消费品数字化、智能化水平和普及程度不断提升，信息安全隐患也逐年攀升。电子电器是辛选年度销售核心品类之一，年销售额近70亿元。辛选在帮助消费者选购物美价廉的电子电器商品的同时，需联合产业链合作方防范信息安全风险，共同提升信息安全能力，为产品用户隐私安全保驾护航。



2024年，集团引入信息安全质检标准与流程，覆盖智能家居设备、可穿戴设备、综合型电子设备、智能安防设备、学习辅助类电子产品等各品类，全面保护消费者数据安全和个人隐私安全。辛选集团成为直播电商行业中的年度第一家也是唯一一家建立企业信息安全标准和电子电器类产品信息安全质检流程的企业。

企业信息安全能力建设



在机制和标准引领下，辛选不断强化自身信息安全能力建设。2024年，集团围绕基础安全、数据安全、办公安全等方面，全面加强和完善各项建设，顺利通过公安部审核，获得《系统安全等级保护认证证书》，保障用户的个人隐私数据与集团信息安全。

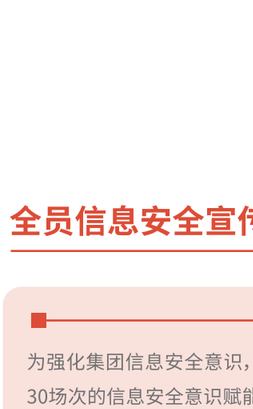
同时，辛选率先搭建综合安全态势大屏，从流量检测、终端杀毒、入侵检测、漏洞修复等层面进行集团安全态势感知，通过大屏实现威胁事件可视，快速完成安全决策，提升安全防护。成为2024年度直播电商行业第一家也是唯一一家内部建设综合安全智能管理体系和可视化看板的企业，在保障信息安全方面作出表率。

全员信息安全宣传培训

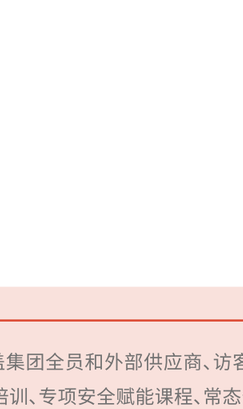
为强化集团信息安全意识，将信息安全融入日常工作，并覆盖集团全员和外部供应商、访客等。2024年，集团共开展近30场次的信息安全意识赋能课程，通过新员工信息安全意识培训、专项安全赋能课程、常态化信息安全科普知识宣传等多样化方式，线上、线下相结合强化集团内外信息安全意识。











2024年9月，辛选集团积极参与国家网络安全宣传周相关活动，主播“五五”、“陈小硕”、“徐捷”等在直播间向粉丝开展信息安全科普。同时，辛选也在集团内部广泛开展全员信息安全宣传周活动，寓教于乐，提升员工信息安全意识。

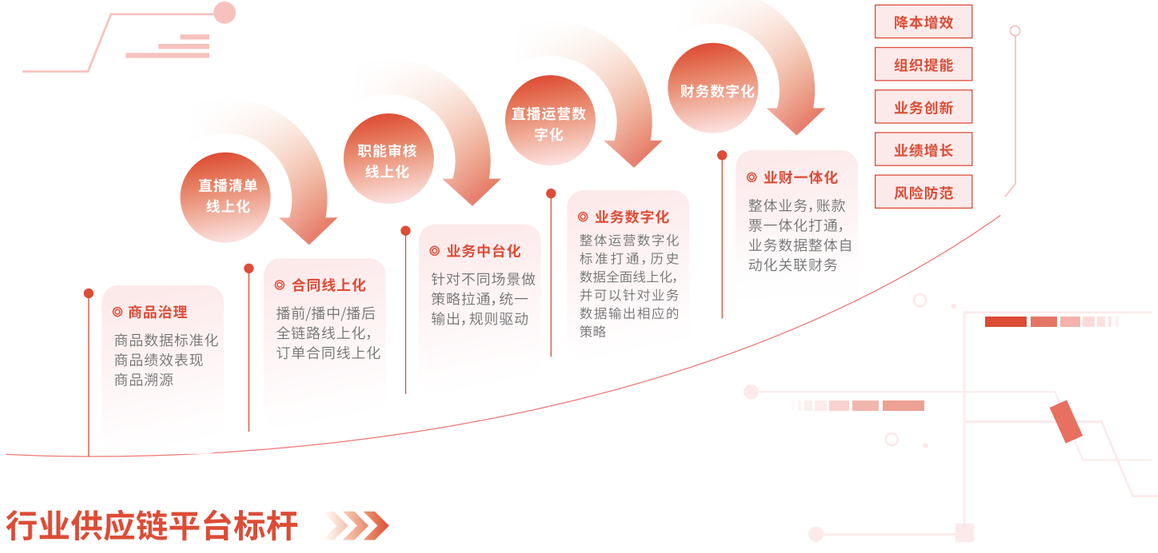






全面升级供应链系统

辛选业务涉及直播业务、自营生产及加工、商品与服务管理、销售管理、用户管理与售后服务、仓储物流、集团经营管理等方面，同时涉及各类利益相关方，要想实现信息无缝对接和直播高效流转，系统建设能力是关键。为此，辛选自研供应链中台盖亚系统，为供应商、服务商搭建直播供应链平台，支持十万多家供应商和近百万商品的直播全链路供应链服务。2024年，集团持续投入研发经费，加强人力、物力支持，供应链管理体系建设已逐步实现从线上化、数字化到智能化转变，打造行业供应链管理新标准，将管理能力提升至新高度，以技术提升驱动直播电商业务进一步发展。



行业供应链平台标杆

辛选自研供应链智能平台打造了一体化管理体系，连接供应商、生产商、分销商、物流商以及终端消费者，不断打破传统供应链中的信息孤岛，使得各环节能够基于统一的信息平台进行决策和操作，不仅避免了重复劳动和信息不对称带来的资源浪费，还使得工厂端能够直接了解消费者需求，进行精准生产和定制化服务。同时，消费者也能通过供应链中台实时了解产品的生产进度、物流信息等，增强了购物的透明度和信任感。



辛选商品管理系统模块（模拟图）

辛选通过数据整合、业务协同和智能预测，极大地提升了供需两端的运行效率，显著提升了直播电商的运营效率和市场竞争力，为用户带来更优质的购物体验，成为供应链平台标杆。



辛选合作品牌词云图

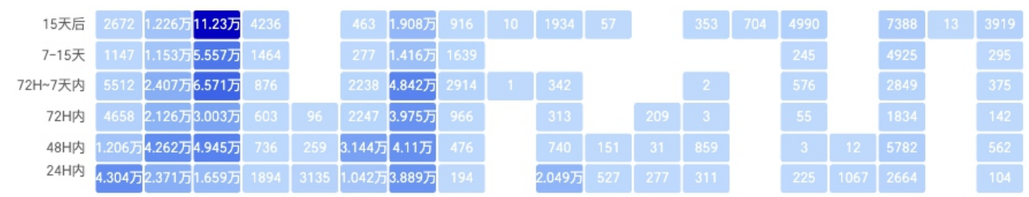
高效直播供应链管理

在直播业务中，各地、各品类等标准体系存在差异。辛选基于海量商品数据，采用“大数据+AI技术”进行归一处理，实现商品数据标准化，并将商品的历次核价记录、品控记录、销售表现、售后表现、履约表现等一体化呈现，打通选品链路，为主播选品和商品汰换提供决策依据，提升消费者满意度。同时依托直播供应链管理体系助力品控标准升级和实施，不仅提升了供应链的透明度和可追溯性，还为消费者提供了更加安全、可靠的商品选择。不仅解决了行业痛点问题，更推动行业不断标准化、规范化发展。



辛选商品动态监测系统

2024年，辛选持续完善直播链路建设，强化商品创建、商品提报、商品初选、播前定品、播中监控、播后修改等全链路数字化、可视化管理，降低或避免因数据不一致带来的信息重复和信息错误，提升管理效能，降低非必要人工干预风险，进一步增强了辛选在直播业务中的用户信任和行业竞争力。

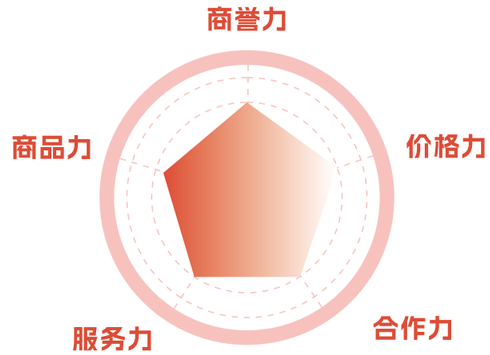


15天后	2672	1.226万	11.23万	4236		463	1.908万	916	10	1934	57		353	704	4990		7388	13	3919
7-15天	1147	1.153万	5.557万	1464		277	1.416万	1639							245		4925		295
72H~7天内	5512	2.407万	6.571万	876		2238	4.842万	2914	1	342			2		576		2849		375
72H内	4658	2.126万	3.003万	603	96	2247	3.975万	966		313		209	3		55		1834		142
48H内	1.206万	4.262万	4.945万	736	259	3.144万	4.11万	476		740	151	31	859		3	12	5782		562
24H内	4.304万	2.371万	1.659万	1894	3135	1.042万	3.889万	194		2.049万	527	277	311		225	1067	2664		104

辛选商品动态监测系统

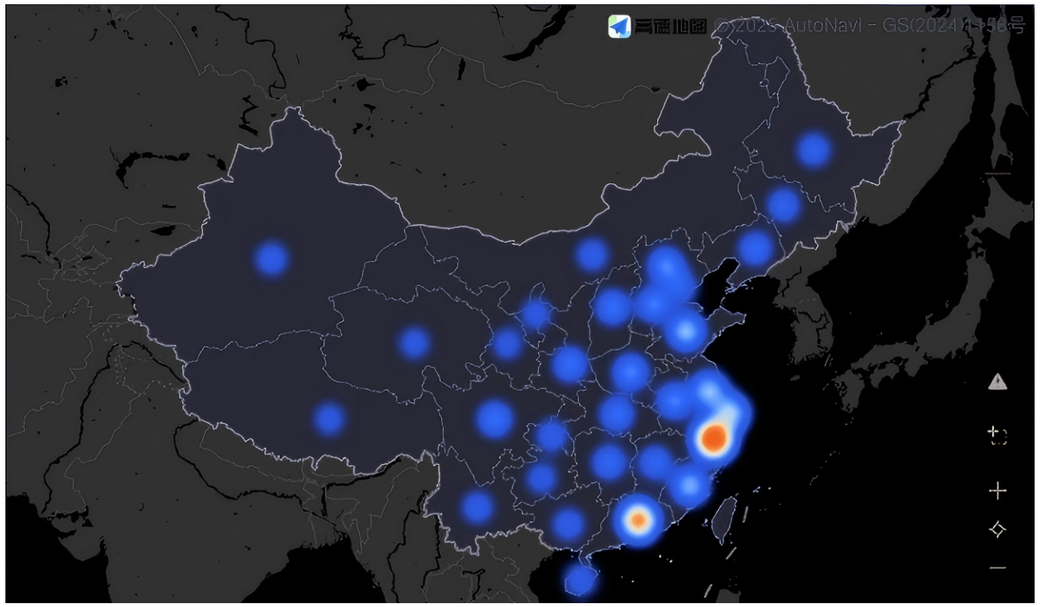
供应商智能评级管理

2024年，集团将供应商管理平台全面升级，从商誉力、商品力、价格力、服务力、合作力五个方面对供应商进行评级，并将供应商各方面的过程表现和数据结果应用到业务链路相关部门的决策体系中，提供合作决策依据，推动供应商提供更好的商品和更好的服务。



辛选供应商评价体系

同时，辛选供应商管理平台根据市场需求和库存情况，智能调整生产计划、采购计划和物流安排，确保供应链运行顺畅，提高了供应链的响应速度，降低了运营成本，提升了整体产业链的协作效率。



辛选供应商分布热力图

持续提升大数据能力

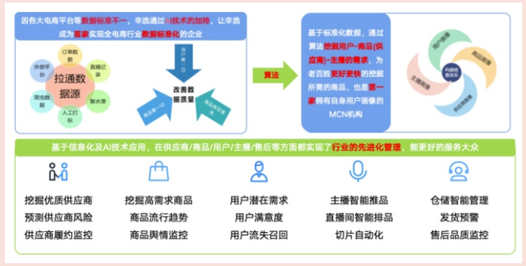
辛选大数据平台是集团业务的重要支撑平台，为辛选的运营和决策提供了实时、全面的数据支持。平台以大数据驱动为核心，整合上下游资源，通过智能分析与实时数据支持，为供应链的各个环节提供高效、精准的服务。通过对海量数据的精准分析，平台不仅可以快速筛选出符合用户需求的优质商品，还能够为供应链履约提供全面的数据保障，为消费者带来更加高效和可靠的购物体验。帮助企业提升运营效率、优化资源配置的同时，为履行社会责任和促进行业发展提供了坚实的数字化基础。



辛选直播数据移动端

2024年，辛选大数据平台在原体系的基础上升级构建了不同类别的移动端应用，让员工无论身处何地，都可以通过手机随时获取直播、销售等关键业务数据，提升了工作效率和灵活性。同时优化了数据的可视化呈现，使员工可以轻松理解复杂的业务数据，为优化运营决策提供支持。

数据驱动柔性商品管理

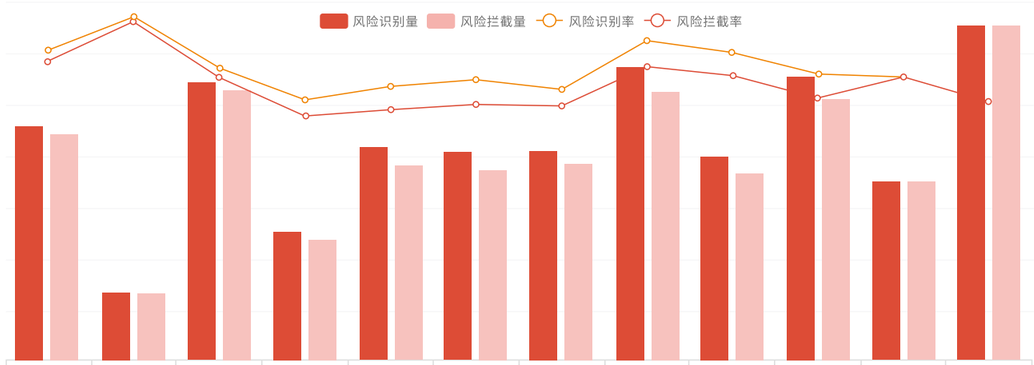


辛选大数据体系

辛选大数据平台依托智能算法和实时大数据分析，提供高效的商品洞察，在全网主流电商平台数亿商品池中精准筛选出符合消费者需求的优质商品，将更多高性价比商品带到消费者面前。同时，通过实时观测直播数据，平台能快速识别消费者的偏好与诉求，并为商家提供销售趋势分析和市场预测支持，一方面帮助他们更好地定位目标市场，提升选品效率与经营能力，另一方面驱动柔性商品管理得以实现，供应链资源配置和用户需求实现双向高效响应。

数据驱动物流效率提升

直播过程中，辛选大数据平台实时同步进行订单智能化分析，为消费者提供高效、便捷且极具前瞻性的配送服务，全面提升物流环节的管理效率和消费者体验。在订单数量远超行业平均水平的情况下，依然能够精准识别快递潜在的积压风险并提前预警，将异常情况自动推送给相关团队，由专人快速响应，确保物流环节的顺畅运行和消费者体验的稳定提升。



辛选直播销售风险控制运营数据

同时，平台通过大数据分析预测消费者需求和地理分布，动态优化快递选择方案，为消费者匹配最优物流服务，还可基于订单的地域分布及商品属性，进一步优化包装方案，为用户提供更优化更安全的物流体验。

数据驱动售后服务优化

辛选大数据平台深度整合用户评价与售后反馈数据，通过大数据技术实现售后服务的智能化、个性化和主动跟进，从而提升整体用户体验。平台实时收集从商品交付到售后反馈的全链路数据，通过大数据分析模型识别关键问题环节，如退换货高频原因、物流延迟与用户评价波动，构建针对性的解决方案。系统利用自然语言处理技术对用户评价进行情感分析和智能分类，快速提炼出高频问题和改进方向，为服务优化提供科学决策依据。同时，平台能提前预判和识别潜在问题，例如包装损坏或配送不及时，提前主动联系用户并给出解决方案，真正提升商品质量和服务水平，增强用户信任与品牌忠诚度。



辛满益满 大爱人间

在创始人辛有志的带领下，辛选将公益融入企业价值观，积极参与抗疫、赈灾、助学、拥军、救困、帮扶、环保等多项公益事业，多维度持续为社会公益贡献自身力量，履行企业社会责任。2024年，集团累计捐款捐物近1700万元。截至2024年底，集团累计捐赠总额已突破4.2亿元，直接或间接帮助超过100万人次，公益足迹遍布全国多个偏远地区的相关群体或社区。

普惠公益

公益基金会

集团于2022年7月成立“广州市有志公益基金会”（以下简称“基金会”），参与各类公益事业，先后设立多个公益项目。2024年，基金会累计完成公益捐赠项目近50次，累计捐赠金额超1400万元，覆盖全国16个省（自治区、直辖市）的35家公益组织、学校及其他机构。

公益捐赠 近50次

捐赠金额超 1400万元

覆盖全国 16个 （自治区、直辖市）

35家 公益组织 学校及其他机构

助力绿色环保

科尔沁沙地歼灭战是我国“三北”工程攻坚战的三大标志性战役之一，科右中旗是兴安盟科尔沁沙地歼灭战的主战场。2024年4月15日，辛选集团创始人辛有志受邀出席科尔沁沙地歼灭战兴安盟科右中旗南三苏木治理区防沙治沙工程建设活动，并宣布辛选将在当地认领1000亩沙地绿化任务，为内蒙古增添一片绿色。





辛有志先生在内蒙古自治区兴安盟科右中旗沙地治理工程现场

10月26日，辛选集团助力内蒙古自治区兴安盟科尔沁右翼中旗（以下简称科右中旗）沙地治理工程捐赠仪式在杭州举行。中宣部派驻挂职科右中旗副旗长胡晗、北京市海淀区派驻挂职科右中旗农牧局副局长夏宇、科右中旗扶农投资公司董事长韩军等出席。捐赠仪式现场，辛选集团CEO宋铁牛向科右中旗副旗长胡晗递交了人民币100万元的捐赠支票。该笔资金将全部用于科右中旗沙地治理工程，将由科右中旗政府指定单位进行落地执行。



辛选集团CEO宋铁牛（右）向科右中旗递交捐赠支票

有志青年，红星暖军

基金会始终秉持公益初心，持续开展拥军相关活动，关注红色群体。2024年，基金会走进西藏、新疆等地，开展多场主题公益慰问活动，关爱边疆官兵。

走进西藏系列公益

2024年1月30日至31日，基金会联合四川省玉阶文化基金会、四川省文化和旅游行业党委、辽宁省红十字基金会等组成慰问团，赴西藏开展了一系列慰问活动。

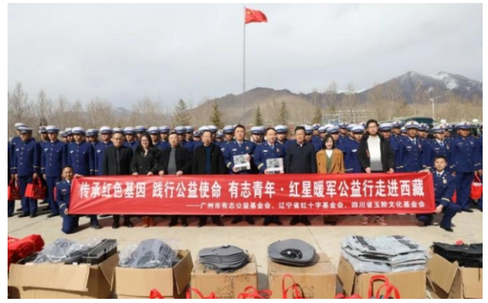
2024年1月30日，基金会向西藏某消防总队的指战员们送上了新春祝福和慰问礼包。双方进行了亲切的座谈，一起写春联，听主题党课，参加文艺联欢，军民联动、鱼水情深。





2024年春节前夕，基金会在广州市社会组织管理局的组织下，前往中国人民解放军某部队开展走访慰问活动，为部队官兵送去温暖和关爱，建立了深厚的军民情谊。

2024年1月31日，基金会走进林芝市某消防支队，慰问支队机关、中队和驻防分队的指战员，并为他们送上节日慰问品。





走进新疆系列公益

2024年7月至8月，辛选集团创始人辛有志前往新疆，拜访新疆疏勒县英尔力克乡托万克霍依拉村民委员会、新疆某消防支队、新疆某总队干部处、喀什地区疏勒县巴合齐乡中心小学等，向他们捐赠总价值366,817.57元的物资。









在阿克苏地区，基金会慰问某连队全体官兵、公安干警、消防指战员和退役老兵。大家欢聚一堂，一起聆听老兵故事，感受红色传承的力量与爱心的绵延传递。

辛选助学

“818助跑少年梦”公益计划

基金会“818助跑少年梦”公益计划，由集团董事长辛有志先生发起，旨在通过捐赠运动器材、建设运动场地、提供专业培训等方式，让更多的孩子享受到运动的快乐，培养他们的健康生活方式与健康的体魄、坚韧的意志。2024年，基金会向四川、西藏、甘肃等多个地区的26所学校的体育、活动相关设施设备及场地进行了捐赠。

“818助跑少年梦”公益计划2024年捐赠情况

序号	地点	学校	捐赠修建项目
1	甘肃省	宕昌县哈达铺小学	篮球场、排球场、足球场
2		东乡族自治县中报希望学校	篮球场、足球场
3		环县习仲勋红军小学	篮球场、羽毛球场
4		会宁县红军小学	篮球场、教学一体机
5	贵州省	关岭布依族苗族自治县永宁镇永宁中学	足球场、足球鞋、足球队服、电子记分牌
6	河北省	涿州市码头学校	运动场
7	湖南省	彭德怀红军学校	羽毛球场
8	江西省	井冈山毛泽东红军学校	阶梯教室
9		康克清红军小学（万安县罗塘中心小学）	篮球场
10		萍乡市湘东区东桥镇界头小学	篮球场
11	四川省	甘孜县罗布林第一完全小学	篮球场、羽毛球场
12		乐至县高寺镇永胜小学	活动室、教学一体机、校服
13		炉霍县中学(教师进修校)	网球场
14		若尔盖县包座乡中心校	运动场、跑道、观礼区
15		若尔盖县求吉乡中心校	室外阳光房、游乐设施、运动场改造
16		色达县九年一贯制学校	多功能运动场(排球、网球、乒乓球场)、校服、足球队服
17	新疆省	温宿县博孜墩柯尔克孜民族乡第一中学	篮球场、羽毛球场、足球场

“818点亮满天星”公益计划

“818点亮满天星”公益计划是由基金会发起的一项公益计划，旨在为孤独症儿童提供帮助和支持。该计划通过捐赠资金和物资，改善孤独症儿童的康复环境和教育条件。此外，该计划还通过组织各种活动，提高社会对孤独症儿童的关注和理解。

2024年1月22日，基金会向宝鸡市南山幼儿园捐赠60,000.00元，用于悬浮地板篮球场和采购非洲鼓、器械架、儿童三轮车、投影仪等教学设施设备建设。





“布谷鸟”公益计划

“布谷鸟”公益计划由基金会发起，致力于推动乡村振兴和教育发展。该项目通过多种方式支持乡村教育和经济发展，包括为乡村学校提供教育资源、改善教学设施，以及开展各类培训和实践活动，帮助当地居民提升技能和知识水平等。此外，该计划还注重培养乡村儿童的综合素质，为他们提供更多的学习和成长机会。

2024年1月22日，基金会向陕西省宝鸡市儿童福利院的孩子们送去了“心愿”礼物，包括服装、运动器材和书籍等，帮助他们学习知识、增强体魄。



2024年4月12日，基金会向贵州大方县元宝小学捐赠爱心厕所一座，价值105,000.00元。爱心厕所采用了集装箱式水箱设计，既环保又实用，为孩子们提供了一个安全、卫生的如厕环境，不仅极大改善了孩子们的学习和生活条件，更有助于培养他们良好的卫生习惯和公共卫生意识，也希望引起更多人关注乡村教育和卫生问题。



2024年4月17日，基金会分别向西藏波密县第一、第二幼儿园捐赠儿童滑梯、实木积木、摇摇乐、跷跷板、室外攀爬架、跳马、套圈等总价值104,519.95元的系列大型儿童玩具，并举行捐赠仪式。





“818点亮满天星”公益项目

序号	受赠方	项目捐赠内容	捐赠价值（元）
1	西藏省波密县第一、第二幼儿园	捐赠儿童体能适能运动设施一批	104,519.95
2	宝鸡市儿童福利院	服装、运动器材和书籍	4,318.80
3	波密县民政局	捐赠学习物资	1,996.83
4	毕节市七星关区岔河镇草坪小学	捐赠学习物资	41,950.00
5	隆安县特殊教育学校	捐赠学习物资	48,938.00
6	忻城县妇幼保健院	捐赠学习物资	49,996.00
7	温宿县博孜墩柯尔克孜民族乡第一中学	捐赠学习物资	82,159.80
8	贵州大方县元宝小学	爱心厕所	105,000.00

一对一助学

“一对一助学”公益项目由集团董事长辛有志先生发起，旨在帮助困难家庭的孩子顺利完成学业、度过重大困难。通过各地各级单位筛查引荐，基金会实际入户走访调研，对符合基金会资助标准的对象提供每月学习补助，按月对资助对象进行打款。同时，基金会针对部分困难家庭，发放了大病慰问金，帮助他们渡过难关，缓解困难。

通河县浓河中学

基金会向通河县浓河中学校捐赠了食堂、宿舍楼，总建筑面积约994.76平方米，捐赠价值达3,000,000.00元，帮助改善该县教育设施，鼓励教师更好的投身教育工作，激励学生勤奋学习，资助品学兼优贫困学生完成学业。该项目自2023年9月启动并完成了部分捐赠，现持续进行中。

2024年基金会向通河县浓河中学捐赠情况

受赠方	项目捐赠内容	捐赠价值（元）
通河县浓河中学校	捐赠食堂、宿舍楼	3,000,000.00



◤2023年9月，基金会向浓河中学爱心捐赠仪式

困难帮扶

集团心系社会特殊群体，先后委托基金会进行多次帮扶：

“困难帮扶”项目2024年捐赠情况

序号	项目名称	项目捐赠内容	捐赠价值（元）
1	“吾双·互助爱”项目	捐赠物资	743,228.30
2	黑龙江省哈尔滨市通河县凤山镇“士心亭”修建项目	捐赠款项	20,000.00
3	广东省广州市民政局少数民族村落保护传承帮扶项目	捐赠款项	50,000.00
4	广东省广州市民政局“荔波红船管家”项目	捐赠款项	50,000.00
5	广东省广州市民政局癌症家庭帮扶项目	捐赠款项	35,000.00
6	“百万助困”项目	捐赠款项	88,000.00
7	东西部协作农村留守儿童关爱服务项目	捐赠物资	150,000.00
8	四川省喜德县文翰小学&有为幼儿园项目	捐赠物资	196,486.13
9	山西省右玉县困难群众慰问项目	捐赠物资	203,082.00
10	困难家庭帮扶	捐赠款项	40,400.00

2024年1月，基金会联合通河县红十字会，爱心捐赠112,800.00元，为劳动者送去冬日里的温暖与关怀。这笔资金精准用于慰问坚守在一线的劳动者们，通过购置御寒衣物、保暖物资，组织慰问活动、提供生活补助等方式，全方位帮助劳动者抵御严寒，保障他们安心工作、温暖过冬。





2024年8月，辛选集团旗下杭州鑫怡品牌管理有限公司委托基金会向定西市安定区妇女联合会、甘肃省积石山县关家川乡宁家村村民委员会、马边彝族自治县高卓营小学、松潘县镇江九年一贯制学校、通渭县义岗川镇八井川学校、中共宕昌县委社会工作部、中国共产主义青年团洛浦县委员会等单位进行爱心捐助，总价值743,228.30元。

应急救灾

2024年9月，台风“摩羯”侵袭海南文昌期间，辛选集团委托基金会向文昌市慈善总会捐赠价值1,988,560.40元的救灾物资，用于支持当地受灾群众的紧急救援及灾后重建工作。此次捐赠是辛选集团响应灾害救援的又一公益行动，体现了企业面对自然灾害时的快速反应与社会责任感。



台风“摩羯”于2024年9月上旬登陆海南，对文昌等地造成严重破坏，当地政府及慈善机构紧急发起募捐倡议。集团迅速调配资源，捐赠物资涵盖食品、日用品、应急装备等，以缓解受灾群众的燃眉之急。文昌市慈善总会在接收物资后表示，这批捐赠将优先用于安置点物资补给及受灾家庭的基本生活保障。

项目点	物资	捐赠价值（元）
海南省文昌市	矿泉水、纯牛奶、面包、方便面、大米、成人救生衣、雨鞋雨衣、反光救生绳、手电筒、毛毯、数字对讲机、应急装备	1,988,560.40





◤基金会理事长辛库先生（中）带队查看文昌受灾情况

主播担当

主播“辛巴”（辛有志）

心系教育

“辛巴”出生在黑龙江的一个村庄，他始终不忘初心，坚持践行“生于农民、馈于百姓”。作为集团创始人，辛有志先生带领辛选持续致力于社会公益事业，帮扶困难人群。2020年1月，辛有志先生带领辛选向武汉市慈善总会捐赠1亿元现金，另出资5000万元现金设立抗疫物资救助基金，并紧急采购、募集医疗物资，送至武汉各区县。2020年4月，辛有志个人向四川省凉山州昭觉县全资捐建“辛有志爱心小学”，总捐资106.6万元，帮助改善当地教育基础设施落后的现状，助力教育扶贫及乡村振兴；9月，该小学正式投入使用。

2024年3月8日，辛有志依然心系昭觉的孩子们，委托基金会前往凉山州昭觉县，看望当地的孩子们。在昭觉县县委统战部的带领下，基金会一行向昭觉县庆恒乡幼儿园捐赠定制校服148套、军大衣148套，帮助孩子们温暖过冬，让他们安心地学习、更好地生活。





关爱老人

“有志幸福互助养老食堂”项目2024年捐赠情况

项目名称	项目捐赠内容	捐赠价值（元）
有志幸福互助养老食堂	慈善款项	183,235.00

辛有志先生一直心系乡村老人的生活，希望能帮助他们安度万年。在他的发起和推动下，委托基金会帮助部分农村建设爱心食堂，关爱老人生活，让他们老有所依。

2024年4月7日，首个“有志幸福互助养老食堂”揭牌仪式在甘肃通渭县碧玉镇陈家山村举行，在陈家山村政府、民政等部门的支持下，该项目帮助强化了基层组织老年助餐供给保障能力，让老年人从“吃得到”“吃得起”再到“吃得好”，持续帮助当地老人实现“幸福养老”。





致敬劳动者

2024年1月，辛有志先生委托基金会在通渭县向阳社会公益服务中心、宝鸡市陈仓慧心康复培智中学、峨眉山市农业农村局、凉山州越西县林沟村等地举办“致敬劳动者-暖冬行动”系列捐赠仪式，为当地基层一线工作者、特殊学校的少年等群体定向捐赠爱心羽绒服（由基金会代发），为他们送去温暖，体现了青年企业家对基层工作者和特殊群体的关心，表达了数字经济行业对社区治理的支持。





主播“蛋蛋”（杨润心）

爱心捐赠杭州市儿童福利院

2024年2月17日，正值正月初八，“蛋蛋”以“童心同护 筑梦成长”为主题，在杭州市儿童福利院开展了一场爱心捐赠活动。“蛋蛋”向福利院捐赠了包括儿童习惯绘本、小学经典名著阅读、手工DIY龙灯、各类马克笔、宝宝馋了钙片以及卡拉羊书包等物资，总价值超10万元。福利院院长代表福利院接受了捐赠，并向杨润心颁发了捐赠证书，以示感谢。





设立“润心奖学金”

作为吉林女儿，杨润心一直心系家乡发展。2024年9月8日，“蛋蛋”在长春举办了“吉品出山·心归故乡”助农直播专场，让吉林各类特色农产品走向千家万户的同时，也打造系列短视频，推动吉林当地文旅IP发展，传播吉林文化，展示吉林大好河山和风土人情。

完成专场直播后，杨润心回到母校长春师范大学，回馈母校教育事业和人才培养。2024年9月7日，杨润心向母校教育基金会捐赠 100万元，成立“润心奖学金”，鼓励学弟学妹努力学习。杨润心也荣获母校颁发的“优秀校友”称号，并受聘为母校文旅与电影学院客座教授，共同促进学院未来的电商专业发展，为行业培养更多优秀人才，持续为母校教育事业贡献自己的力量。





爱心助学四川喜德县

2024年9月27日，央广总台财经节目中心联合辛选在四川省凉山州喜德县举办了一场主题为“喜迎丰收 德天独厚”的公益直播带货活动，庆祝第七个中国农民丰收节，让全国丰收的各类特色农产品走向千家万户的同时，也打造系列短视频，推动喜德当地文旅IP发展。

2024年9月28日，辛选主播杨润心完成助农直播专场后，和央广总台在喜德县中坝社区文瀚小学举行捐赠活动，为学校送去多媒体设备、画板教具、学习用品和图书等物资，并开展“新新向融”公益课堂，讲述袁隆平的故事，激励孩子们树立远大理想。辛选集团已连续两年和央广总台联合助力当地乡村振兴和教育发展，为喜德县铸就了爱的铠甲，让这片土地焕发出勃勃生机，朝着美好未来迈进。该捐赠由杨润心委托广州市有志公益基金会完成。



杨润心爱心图书室

2024年10月9日，在杨润心的感召下，其粉丝团的粉丝们积极响应，自发投身公益，以“蛋蛋”及粉丝团的名义，携手新浪扬帆公益基金，共同为云南省保山市龙陵县老满坡完全小学捐赠了一座“杨润心爱心图书室”，表达对“蛋蛋”的支持和对乡村教育的关爱，为乡村孩子们送去知识的甘霖，点亮他们的阅读梦想。“杨润心爱心图书室”配备了丰富的图书资源，涵盖文学、科普、历史等多个领域，能够满足不同年龄段学生的阅读需求。同时，图书馆还配备了舒适的阅读桌椅和现代化的多媒体设备，为孩子们营造了一个温馨、舒适的阅读环境。





爱心捐赠山西右玉县

2024年12月9日至10日，辛选集团在太原市京东百源直播云仓举办了“晋心协力·三晋相约”助农直播专场。完成直播之后，经省厅电子商务和信息化处田昕处长联系带队，在右玉县人民政府、县民政和人力资源社会保障局、县农业农村和水利局、县残联理事会、县发改工信和科技商务局、县慈善总会等相关部门和领导的协调支持下，“蛋蛋”带着山西的粮油米面、水果、御寒冬衣冬被等价值超20万元的物资，向右玉县进行爱心捐赠，并走访和慰问特困家庭老人和孩子，详细交流了解他们的生活来源，询问他们的生活情况，关心他们的健康状况，现场给他们送去爱心资金，帮助他们温暖过冬。

捐赠过程中，右玉县相关领导表示，此次捐赠“是辛选集团对于慈善事业的极大关怀和支持，更是辛选人对于右玉人民的深切厚爱”。该捐赠由杨润心委托广州市有志公益基金会完成。





主播“赵梦澈”（赵格慧）

爱心捐赠河南桐柏山区

2024年10月26日，“赵梦澈”团队携现金、学习和生活用品前往河南桐柏山区，再次看望此前获得捐助并以优异成绩考上重点高中的女孩，向她带去冬日的关怀与温暖。村干部介绍，在“赵梦澈”的帮助下，女孩的生活环境与家庭状况得到了改善，女孩也如愿迈入理想校园。“赵梦澈”及其团队深感欣慰，并鼓励女孩继续努力学习，奋发向上。





赵梦澈第四爱心小学

2024年10月30日，“赵梦澈”及其团队再次去往他捐赠的赵梦澈第四爱心小学，为孩子们送去一批关爱物资。这所小学是“赵梦澈”发起并出资捐建的爱心学校，他为孩子们建造了爱心图书馆和明亮的教学楼，配备了现代化的教学设施设备，定期为孩子们送去学习和生活物资，点亮了他们未来的希望，温暖了一颗颗童心。“赵梦澈”说，未来他还会继续为教育助力。





宁海县培智学校

2024年12月8日“赵梦澈”及其团队驱车数百里，携手品牌方向宁海县培智学校捐赠爱心暖冬物资。“赵梦澈”及品牌方一行带去的一份份米面粮油帮助孩子们提升生活质量，也温暖了培智学校全体师生的心。





近年来，“赵梦澈”积极投身公益，发起多项公益项目，持续开展助学、助农、抗疫等公益活动。其中，在助学方面，“赵梦澈”先后捐建多座爱心学校，并持续支持爱心学校的教育、运维情况及孩子们的生活状况。在他的他的爱心举动，在青少年心中播撒下美好的种子，同时为境况艰难的青少年提供帮助，为他们创造更好的学习和生活环境，激励他们更加积极地面对生活的困难。





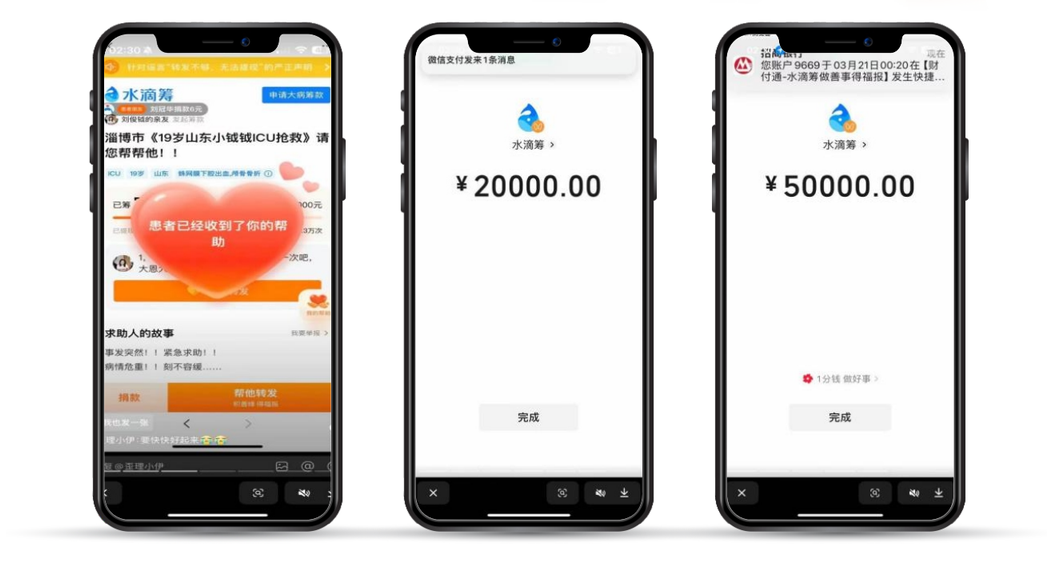
主播“时大漂亮”（时诗）

作为集团青年主播的杰出代表，“时大漂亮”始终以行动诠释新时代主播的社会担当，积极践行公益，热心帮扶困难群体。从深入偏远乡村助力农产品直播“出圈”，到为贫困学子捐资助学点亮希望，“时大漂亮”以公益为纽带，将直播间的影响力转化为推动社会向善的力量。镜头前，“时大漂亮”是传递美好生活的“带货达人”；镜头后，时诗是心怀大爱的公益践行者，用青春能量书写“流量向善”的新篇章，展现了新时代青年主播的榜样力量与责任温度！

2023年9月，“时大漂亮”在济南开启“辛火计划”山东助农专场直播，面向千万全国用户，推荐山东优质农产品及特色产品，助力山东乡村振兴。



2024年3月，山东艺考生刘俊铖遭遇重伤害事件引发社会广泛关注。刘俊铖原计划报考中央戏剧学院，却不幸脑部严重受伤。由于家庭经济困难，无法支付手术费用。其家人通过水滴筹平台发起筹款，但仍未凑齐所需款项。“时大漂亮”得知情况后，迅速慷慨捐助7万元，帮助刘俊铖补齐了手术所需资金。“时大漂亮”的善举不仅体现了个人的爱心与担当，为刘俊铖及其家庭带来了希望，更传播了青年主播群体的正能量，体现了来自社会的温暖与关怀。



主播“徐婕”（徐婕）

徐婕是深受年轻人喜爱的青年主播，她一直以身作则，坚持投身社会公益事业。2023年，她走进四川省凉山州昭觉县日哈乡，为当地的小朋友们举办了一场充满爱心的夏令营捐助活动，精心准备了书包、文具袋等实用的文具用品，为孩子们的学习之路增添了一份温暖与力量。

2024年，她依然坚守初心，书写着公益路上的温暖篇章。2月，徐婕携手品牌“摇滚动物园”，以城市“手”护计划公益形象大使的身份，为一线环卫工人送去冬日温暖。此次公益活动联合了西湖区城管局、西湖环境集团以及杭州市环卫固废中心，共同为城市守护者们提供贴心关怀。活动期间，徐婕与爱心企业杭州声喧科技有限公司共同发起“城市‘手’护计划”，向一线环卫工人捐赠了750份护手霜礼盒，并贴心准备了姜茶、暖宝宝等防寒保暖物资。徐婕希望通过自己的行动，呼吁更多人关注城市守护者的辛勤付出，共同为社会贡献一份力量。







主播“茹小洛”（茹廷廷）

2023年3月，辛选主播茹廷廷（“茹小洛”）发起“茹愿公益项目：大山里的图书馆”，为大山里的学子、困难学校以及贫困家庭提供帮助。2024年，该项目委托基金会捐赠超20万元。截至2024年底，该项目已经完成总价值超过44万元的捐赠。

关爱乡村学子

2024年，“大山里的图书馆”公益项目在多个贫困地区开展捐赠活动，惠及包括甘肃东乡、河北涿州、甘肃通渭、广西马山、河南西华、贵州七星关等地区的乡村学校,显著改善了受助学校的教育条件,帮助孩子们在更好的环境中学习成长。主要捐赠情况如下:

序号	受赠方	项目捐赠内容	捐赠价值（元）
1	河北省保定市涿州市码头学校	捐赠图书、牛奶、文具等物资	35,691.00
2	甘肃省通渭县华家岭教育学区	捐赠图书3342本、衣物、文具等物资	49,911.73
3	广西省南宁市马山县古零镇中心小学	捐赠桌椅和图书等物资	49,882.00
4	贵州省毕节市岔河镇草坪小学	捐赠图书598本等物资	10,000.00
5	河南省西华县聂堆镇卫那小学	捐赠空调、办公桌、校服等物资	55,486.00



关爱弱势群体

“茹愿公益”不仅积极助学，还关爱社会弱势群体。2024年，该项目为部分困难家庭提供温暖与帮助，缓解了贫困家庭的困难，也带去了爱和希望。

序号	受赠方	提供帮助内容	捐赠价值（元）
1	广西南宁残疾人康复中心	残疾人康复治疗捐赠	15,000.00
2	贵州毕节岔河镇草坪小学	贫困学生家庭援助	23,000.00













辛火助农

吉林专场

9月8日，“吉品出山·心归故乡”辛选集团主播杨润心（“蛋蛋”）走遍中国助农直播·吉林站正式开播。本次活动在吉林省商务厅、吉林省人民政府驻北京办事处、共青团吉林省委等的指导下，由北京吉林企业商会、中国农产品流通经纪人协会吉林联络处和辛选集团共同承办，旨在发挥头部直播电商企业辛选集团供应链、主播矩阵和流量的优势，助力吉林好物走向全国，促进吉林消费升级，服务乡村振兴。





这次专场也是吉林98消费节和第四届中国新电商大会的重要预热活动。主播“蛋蛋”共带货256万单，总销售额破1.6亿。长白山人参、松子、延边大米、通化葡萄酒等百余款吉林特产，吉林特色的高性价比产品吸引了无数用户下单，多款产品一上架即被抢空。

近三年来，辛选累计帮助吉林企业或品牌达成销售额12.36亿元，销售2707万件吉林产品。辛选集团凭借其强大的供应链管理和庞大的用户基础，成为推动吉林农林业发展的重要力量。未来，辛选将继续发挥其流量优势，与吉林农林产业开展深入合作，推动产业的提质增效和品牌化发展，助力吉林农林业走向更高质量的发展道路。

销售额
破1.6亿

吉林专场

带货
256万单

销售额
12.36亿元

近三年

带货
2707万件

丰收节专场

9月27日，为庆祝第七个中国农民丰收节，辛选主播“蛋蛋”携手中央广播电视总台主持人朱广权、郭若天等走进四川凉山彝族自治州喜德县，开启了中国农民丰收节专场公益直播带货活动，全场GMV超1.2亿元，助力285万单全国各地特产“出山”。其中，来自喜德县的产品总销售额近325万元，来自四川凉山彝族自治州的产品总销售额近1700万元。





本次活动由辛选集团联合中央广播电视总台财经节目中心、总经理室特别打造。活动严选了全国各省市、自治区的好物140多款，有大家耳熟能详的各地地标产品、老字号非遗产品、丰收好物和以及大凉山和喜德特产，旨在助力乡村振兴，展现大美中国。在直播间，全国各地的地标产品、非遗产品成为直播间爆品。天津“狗不理”包子、“广州酒家”盐焗鸡、安徽黄山烧饼、四川花生酥、河南“怀山堂”铁棍山药粉等万众期待的全国好物汇聚一堂，极大地满足了广大用户的味蕾，直播间洋溢着节日氛围，用户消费热情高涨。



山西专场

12月9日至10日，主题为“晋心协力·三晋相约”的助农直播山西专场在太原市京东百源直播云仓举行，辛选主播“蛋蛋”在直播间上架了100多款正宗山西好物，将党参、黄芪、小果沙棘原浆、刀削面、土炒馍、老陈醋、平遥牛肉、汾酒、古城酸奶等一大批知名老字号、非遗好物、特色农产品成功买爆，共吸引超4200万人次观看，山西好物总销量367万件，销售额超1.8亿元，火爆程度正如山西省商务厅党委书记所说，“以直播电商、即时零售等为代表的消费新业态新模式正在蓬勃发展，成为推动山西省经济发展的重要引擎之一”。







本次专场得到山西省商务厅、省市场监督管理局、省农业农村厅、省电子商务商会、省老字号协会、省零售商行业协会等的倾情指导和帮助，高规格支持专场发布。直播期间，省商务厅领导带领全省所有地市商务局相关领导30多人亲临现场“办公”，与品牌方协调为一款黄芪产品“加库存”，直播间人气瞬间到达顶峰，留言区用户对山西的热情也到达顶峰。





产业助农

投建内蒙古农牧业

近年来，辛选持续关注内蒙古乡村振兴事业。2023年，集团与内蒙古围绕农业、牧业等相关项目洽谈合作，签订了合作协议。据统计，近三年，辛选累计带货内蒙古产品总销售额达16.6亿元，合计2800万件商品。

2024年，辛选集团与内蒙古科右中旗开展多元化合作，助力科右中旗高质量发展。自2023年9月初辛选集团“辛火计划”内蒙古站助农专场直播开始，至2024年底，内蒙古科右中旗某鲜肉供应商在辛选直播间成交超60万单，销售额超8000万元。在此基础上，辛选与该供应商进一步深入合作，一方面，辛选利用自身优势，帮助其搭建线上运营团队，将销售模式从传统线下转变为线上线下同步布局，其品牌知名度和传播效率得到极大提升；另一方面，辛选与该供应商在冰鲜牛肉、调理牛排、牛仔骨等品类共同开发合作，进一步提升绿色农畜产品附加值，积极引导科右中旗畜牧业加快转型。在辛选的帮助下，科右中旗冰鲜牛肉产品首次实现大规模直播销售，让内蒙草原的牛肉最快3天内就能到达全国老百姓的餐桌。





◤鲜食玉米产业基地开工仪式现场

与此同时，根据科右中旗的资源禀赋和辛选用户需求，2024年，辛选与科右中旗政府在当地联合投资建设鲜食玉米加工基地，计划年产5000万棒鲜食玉米，年产值1.5亿元以上，预计带动当地农户种植2万亩鲜食玉米，亩均增收500元。该项目将于2025年全面投产。未来，辛选还计划通过自己的流量和经验优势，孵化当地主播、发展文旅产业。

扩建通河农业基地

辛选集团始终心系东北，持续为东北全面振兴与高质量发展做出积极贡献。在黑龙江，辛选以投建农业基地、举办助农专场、落地公司、开展直播电商人才培训等方式助力经济发展。近年，辛选在黑龙江先后成立黑龙江有态度农业有限公司、哈尔滨库升电子商务有限公司、大兴安岭森林白桦科技发展有限公司等，开展辛选自营农产品种植、加工与销售，线上客服与售后，大兴安岭林下产品加工与销售等相关业务。2023年8月26日，辛选集团黑龙江省投资项目签约仪式在哈尔滨举行，省人大常委会党组书记、副主任王永康，副省长韩圣健见证签约，标志着辛选与黑龙江的合作再上新的台阶。









◤辛选自营的鲜食玉米、黑木耳、五常大米

其中，黑龙江有态度农业有限公司在哈尔滨市通河县建立玉米、黑木耳、大米等农产品营销加工基地，开展常态化直播营销等。截至2024年12月，辛选已对该公司及其相关农业基地和项目投资近1亿元，其中部分产业效益如下：

鲜食玉米

2023年种植6000亩，总玉米产量1400万穗，合作82家种植农户，加工厂带动了830人就业；**2024**年种植16500亩，总玉米产量3000万穗，合作203家种植农户，加工厂带动了952人就业。

黑木耳

2023年种植20000平米，木耳总产量49万斤，带动用工300人；**2024**年种植40000平米，木耳总产量100万斤，带动用工500人。

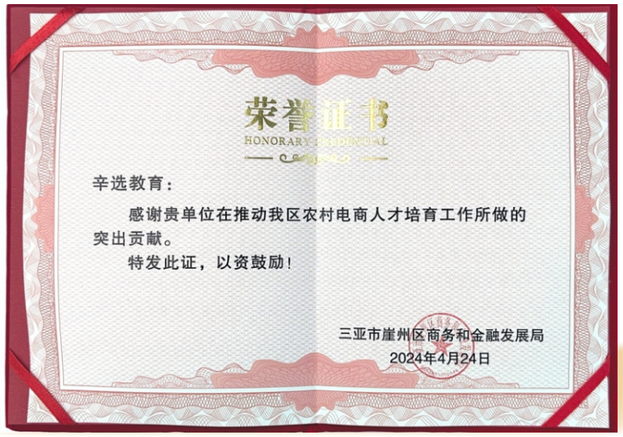
大米

在五常市，辛选与2000户农民形成订单农业合作，每年固定采购大米9万吨，并委派农业专家进行全程指导和监控，确保产品品质。

人才为本

当前，直播电商已成为助力乡村振兴的重要力量。“授人以鱼，不如授人以渔”。近年，辛选响应关于“乡村全面振兴”的有关号召，发挥自身优势，率先开启了直播电商公益培训事业，一方面帮助农民更好地共享时代和技术红利，帮助他们利用自媒体和电商平台切实增收；另一方面专注行业人才培养，形成了一整套人才培养体系，成为行业人才培养的重要力量。







课程研发

课程体系升级

2024年，辛选进一步深入调研乡村电商人才储备情况与农产品销售现状，基于学员真实需求，结合自身优势和资源储备研发了一套专门面向农户的定制化地域特色助农电商培训课程体系，帮助各地在乡村电商人才培养、产品质量、品牌建设等方面提质增效。课程内容针对乡村直播电商多岗位需求，涵盖主播培养、运营流程、短视频制作与传播、直播策划、货品策略及客服与售后等行业全链路。



辛选教育课程研发路径

参与商务部直播电商视频课程建设

2024年8月6日，为贯彻落实党的二十届三中全会精神和党中央、国务院关于促进数字经济发展的重要部署，商务部电子商务和信息化司开展了电商培训系列工作，邀请辛选集团参与直播电商视频课程研发及建设工作。其中，辛选集团独立研发、录制、后期制作《直播脚本策划与主播话术技巧》等视频课程，并上传至全国电子商务公共服务平台，面向公众免费提供课程资源。



辛选集团独立研发课程上线全国电子商务公共服务平台

高校创新创业公益培训

2024年3月24日，辛选集团受中国计量大学邀请，开展“创新创业管理”微专业《初识创新创业》训练营公益培训。来自中国计量大学各专业的200名在校学子参加培训，通过知识分享、现场答疑，辛选为学校提供直播电商师资人才培养及学生创业、就业指导等专业课程服务，帮助学子更好地成长。



◤中国计量大学培训宣传海报



◤辛选教育讲师在中国计量大学培训现场

两岸电商青年人才公益培训

近年来，我国直播电商已成为带动产业发展、拉动经济循环的重要动能之一，国内直播电商发展更引领全球风尚。为助力两岸文化交流，2024年6月14日，辛选集团为台湾青年同胞开展了一场别开生面的特别培训。这场培训是两岸企业家峰会现代服务业及文创小组举办的“‘中华好主播’首届两岸青年主播培训营”中的重要课程组成部分，以游学的方式开展直播电商主播培训，近30名台湾同胞参训。该训练营是国台办指导的两岸系列文化交流活动中的重要成果。



◤“中华好主播”首届两岸青年主播培训营参训学员



◤“中华好主播”首届两岸青年主播培训营 辛选集团授课现场

三亚农村电商人才公益培训

2023年初，辛选在三亚市崖州区落地了集团农业总部。落地以来，辛选与市、区两级政府在产业、人才、就业、税收、乡村振兴等方面多次开展良好合作。2024年4月至10月，辛选集团先后四次在海南省三亚市崖州区为当地农户、农村电商人、农村致富带头人开展直播电商公益助农培训，推动崖州区农村电商主播培育，为崖州乡村全面振兴贡献了自身力量。









◤“辛火计划·公益助农培训”三亚崖州站培训现场

广州农村电商人才公益培训

2024年10月17日至19日，为高质量推进乡村振兴“百千万工程”，促进农村经济发展，激发农村资源要素活力。辛选集团受邀在广州市白云区供销合作联社、白云区科工商信局、白云区人力资源和社会保障局等联合举办的白云区农村电商培训及直播系列活动中进行公益培训，100 余名农户、在校大学生、涉农商户报名参训。



“辛火计划·公益助农培训”广东广州站培训现场



“辛火计划·公益助农培训”广东广州站培训合影

青海农村电商人才公益培训

2024年10月29日，为增强青海省直播电商应用能力，培育“新农人”，助力企业、电商从业者提升运用新媒体新模式开展产品营销、市场开拓的能力水平，积极服务乡村振兴深入发展，青海省商务厅举办了“2024年青海省‘新农人’直播电商技能培训班”，邀请辛选集团资深讲师，为参训学员培训赋能。



2024年青海省“新农人”直播电商技能培训班



2024年青海省“新农人”直播电商技能培训班 辛选集团培训现场

浙江农村电商人才公益培训

2024年11月28日，辛选集团受中共杭州市滨江区委统战部邀请，共赴遂昌县妙高街道北门村开展“同心共富·百村结对”的帮扶工作，结合北门村经济发展情况、直播电商发展现状，进行直播电商从业人员技能培训及交流，为合作帮扶项目贡献力量。



“辛火计划·公益助农培训”浙江丽水站培训现场

2024浙江省直播电商大赛

浙江是国内直播电商行业发展及人才培养的高地。为助力浙江地区电商行业及电商人才高质量发展，贡献“辛”力量，2024年7月31日，在浙江省商务厅、浙江省农业农村厅、浙江省网络社会组织联合会和义乌市人民政府等组织的指导下，辛选集团受邀参与“2024浙江省直播电商大赛”担任比赛评委、实训指导及课程讲授，帮助来自浙江省内各地近200名学员完成赛前培训及指导。





◤浙江省直播电商大赛培训及实训指导现场

2024中国电商主播大赛乡村振兴赛道（福建赛区）

2024年9月12日，为进一步推动福建省农产品电商高质量发展，商务部中国国际电子商务中心、福建省商务厅、福建省农业农村厅、福建省广播影视集团于罗源共同举办“2024中国电商主播大赛乡村振兴赛道（福建赛区）”，并邀请辛选集团讲师担任大赛评审，同时为参赛晋级选手进行赛前培训指导。



◤浙江省直播电商大赛培训及实训指导现场

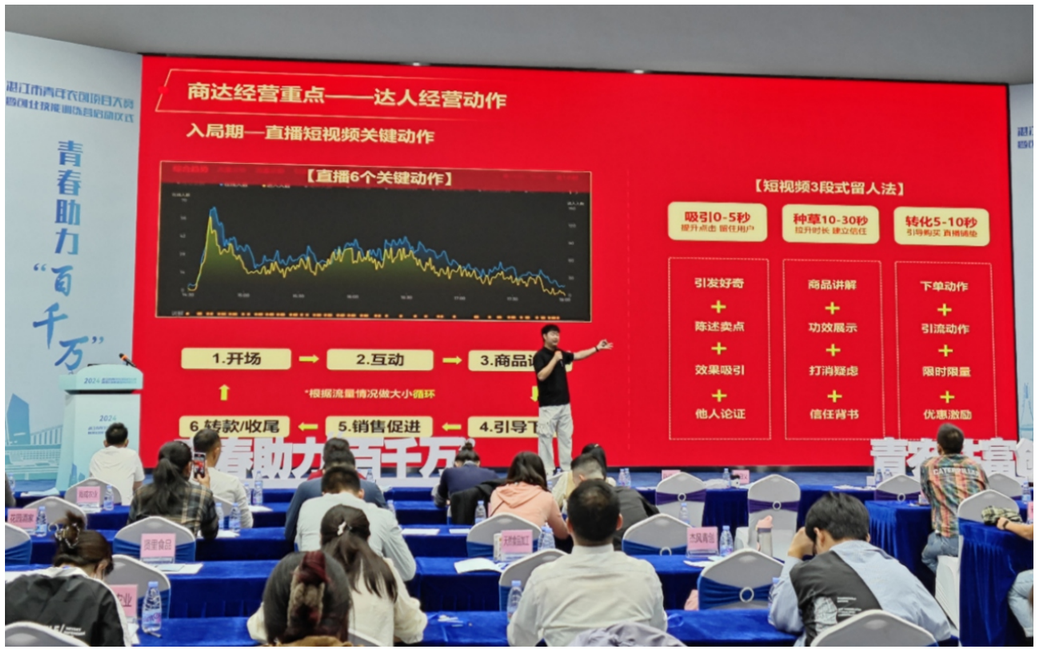


◤2024CECSC中国电商主播大赛颁奖现场

2024湛江青年农创项目大赛

为以赛促创，吸引一批理念新、模式好、成效佳的农村创业优质项目和优秀人才，为“百千万工程”贡献力量，在共青团湛江市委指导下，湛江市人才驿站主办了以“青春助力‘百千万工程’，青农共富创未来”为主题的“2024年湛江市青年农创项目大赛”。2024年11月21日，辛选集团受邀为大赛赋能，开展直播电商技能技巧的公益培训，100余名大赛参赛选手参加。





◤“辛火计划·公益助农培训”广东湛江站培训现场

未来，辛选将继续响应国家全面推进乡村振兴号召，围绕各地农村电商人才培育需求和集团“辛火计划”规划，持续提供教育兴农服务，通过培育乡村直播人才、打造乡村特色品牌、拓展农产品销售渠道和推动产业融合发展等实践路径，充分发挥直播电商优势，促进乡村产业兴旺、农民增收致富。

公司治理 价值指引

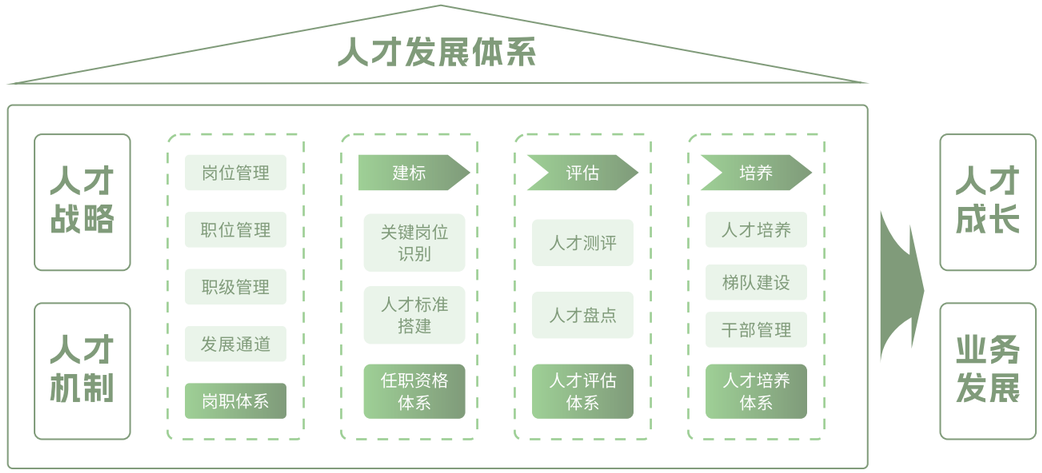
“人人为辛选，辛选为人人”。每一位员工都是推动集团前行的关键力量，辛选也始终将提高员工福祉、促进员工发展作为集团经营管理的核心目标之一。自2017年成立以来，辛选先后在多个城市或地区设立相应业务部门。七年来，集团逐步构筑了多维度就业体系，不断完善员工关怀体系，持续为员工搭建清晰完整的职业发展路径。

2024年，集团组织效能持续提升，员工发展路径更加多元，企业文化及活动更加丰富，办公环境更加温馨，尤其在提升员工福祉上大步迈进，福利体系持续完善升级。辛选人与集团同呼吸、共成长，凝聚力和向心力进一步增强。

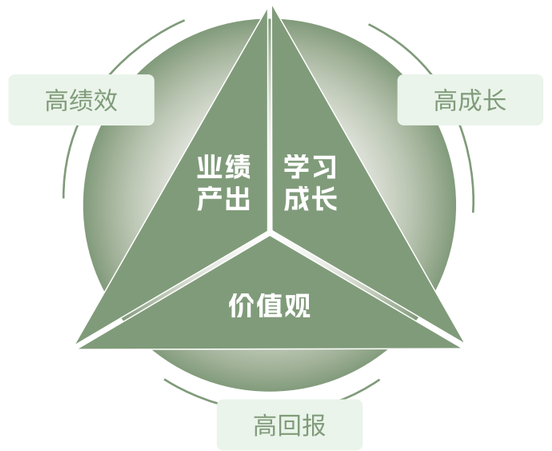
员工发展

聚才兴业，育贤酬志

2024年，集团全年累计新增就业岗位800+个，新增就业人次1000+。同时，针对品控类核心专业技能岗位，集团与中国计量大学、浙江经贸职业技术学院等高校建立深度的合作，通过校园招聘和校企项目，为学生提供了实践平台，也为企业人才发掘和培养提供了更加专深、稳定的通道。



2024年，秉承“感恩、正直、开放、革新、担当”的价值观，为员工提供多元化的成长方案，设计清晰畅通的职业发展路径，为员工实现自我发展助力。集团进一步优化及完善岗职体系、任职资格体系、人才评估体系及人才培养体系，逐步实现关键岗位角色定位清晰化、人才培养精准化、员工发展通道可视化，积极推动人才成长及业务发展。同时，集团实施了新的绩效管理体系，通过业绩产出、学习成长和价值观的三维绩效评估模式，打造“高绩效、高成长、高回报”的正向激励机制。



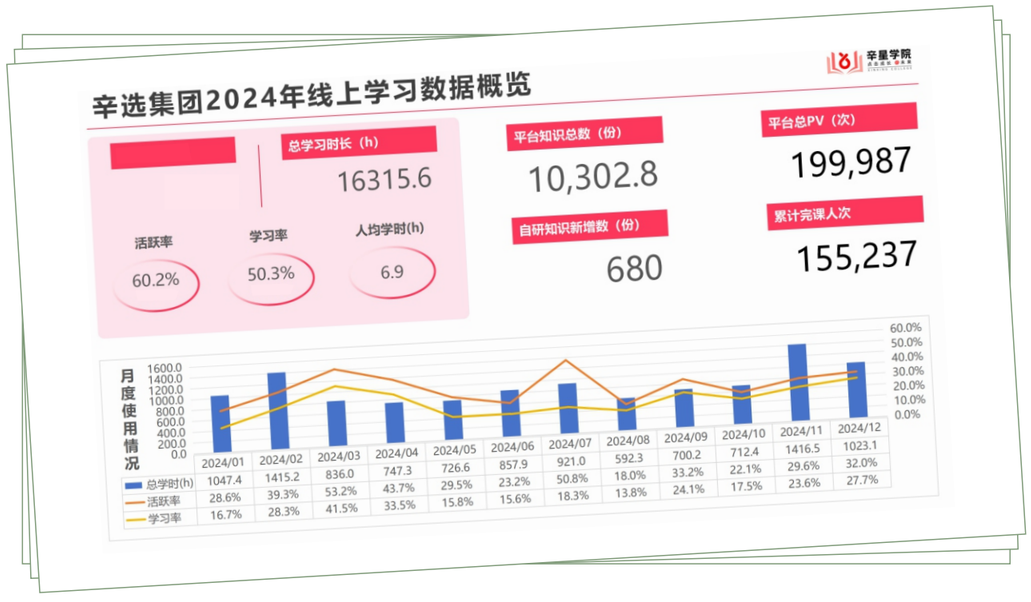
“狮系”人才，双线赋能

作为新零售行业领军企业，辛选始终将员工能力提升视为企业发展的核心引擎。2024年，我们通过"狮系"人才发展计划构建了"线上+线下"融合的立体培训体系，全年累计开展线下培训活动近百场，参与培训员工超1200人次，为业务发展持续输送高质量人才，也实现了个人成长与企业发展的同频共振。

“辛星学院”：数字化学习平台

集团为员工搭建了线上学习平台“辛星学院”，成为员工随时随地增长知识、强化技能的好帮手。2024年，“辛星学院”课程与学习情况如下：

- **课程建设：** 课程总量为10,302.8份，涵盖职场技能、职业素养、新零售等13类专题；
- **学习实效：** 平台年度总学习时长16315.6小时，人均学习时长6.9小时，自主学习占比达50.3%；
- **全员参与：** 课程覆盖及员工参与度100%；年度学习活跃率超60%；
- **模式创新：** 通过"自主选学+精准派学"双轨制，既满足个性化发展需求，又保障关键岗位技能提升；



线下实训：场景化能力提升

辛选构建了“狮系”人才发展计划，覆盖员工岗前、岗后、专题等环节，并积极引入外部资源强化赋能，充分激发了辛选人的革新思维，培养了辛选人跨界融合的能力，坚定了辛选人携手共进的信念，有效提升了辛选人的职业竞争力。2024年，集团全年累计开展线下培训近百场，参加培训人数超1200人次。

1 岗前文化熔炼

《奶狮计划》新人入职培训100%覆盖新员工，通过企业使命探寻、业务流程揭秘等特色内容，帮助新人快速建立企业认同。2024年累计开展新员工培训9期。

2 岗后实战赋能

开展沟通能力、业务专项培训等6场，破解职场沟通、选品优化等多类业务难题，创新"理论授课+角色演练"教学模式。

3 专业权威培训

定期引进国家相关权威机构专业学习机制，并且通过国家相关认证资质考核，严格按照国家标准，甚至超过国家标准建立服务标准，坚定不移的践行辛选使命和愿景，全体辛选人因此不断革新突破。







企业文化

辛选文化不仅是辛选精神的象征，更是辛选持续发展的基石。作为一家有责任感的企业，文化传播不仅是我们的使命，更是辛选对用户和员工最庄重的承诺。2024年，辛选定期举办丰富多彩的文体活动，持续丰富员工的精神文化生活。

呵护辛选女性

至2024年底，辛选女性员工占比超半数，女性主播占比超八成。2024年下半年，经民主选举，杭州辛选妇联获批成立，辛选主播杨润心（“蛋蛋”）任职妇联主席。辛选在更好地保障女性权益、关爱女性需求、发挥女性价值上，迈上新的台阶。



杭州市、高新区（滨江）妇联为辛选妇联授牌

母婴室

2024年，集团分别在杭州和广州为辛选妈妈和宝宝贴心打造了温馨的母婴室，帮助辛选妈妈们减少后顾之忧，让她们在辛选能够更好地扮演好自己不同的人生角色。



“三八”妇女节

2024年“三八”妇女节，集团为女性员工准备了节日礼物和专属福利假期，让辛选的每个“她”在这一天都更好地享受属于自己的节日时光。

员工关怀活动

2024年，集团延续优良传统，每季度为员工组织集体生日会，发放相应福利，为员工送去生日祝福；集团还联合属地街道、妇联、团委等组织，积极举办或邀约联谊活动，丰富员工业余生活；同时，集团积极联动属地商圈和商家，为员工争取折扣福利，将员工关怀深入员工生活的每一天。







节日文化活动

每逢传统佳节和重点节气，公司通过定制化节日福利礼包（涵盖特色食品、文化纪念品及弹性假期等）传递温暖，同时组织各类游园会等主题文化活动，增强团队凝聚力，共同传承中华民族文化。这些举措彰显了辛选文化内核，也推动员工幸福与社会价值共创共赢。





团队文化活动

2024年，集团成功举办了第二届“辛·BA篮球赛”、趣味运动会等文体活动；积极参加由杭州市体育局、杭州市商务局和杭州市文化广电旅游局指导，杭州高新区（滨江）互联网产业园发展服务中心、杭州高新区（滨江）文广旅体局主办，杭州市滨江区直播产业联合会承办的第三届滨江互联网小镇杯足球赛，并荣获“最佳组织奖”；积极组织员工参与杭州市委宣传部《里斯本丸沉没》福利观影。系列举措增强了员工凝聚力，丰富了员工的文体生活。













开放文化活动

2024年，集团围绕“六一”儿童节、教师节、国庆节等，组织开展“辛歌会”（红歌会）、儿童节亲子开放日、辛选“辛光团”教师慰问等主题日活动。辛选人的成就感和幸福感不仅来自本职工作，也来自集团对辛选人家庭的关怀，来自自身的才华和天赋。







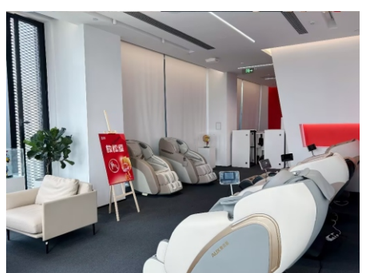
业务文化活动

2024年，集团围绕公司大促、重大战略或庆典，开展了丰富多彩的启动会、动员会等，极大增强了员工凝聚力。同时，辛选在大促期间为员工开设“充电小站”，组织健康义诊等，贴心照料员工身体，满足员工生活需求，更将辛选“感恩、正直、开放、革新、担当”的价值观根植在每个共同奋斗的日夜。









员工关怀

直播电商行业工作压力较大。为更好地关怀员工需求，帮助员工更好地平衡好工作与生活，2024年，持续持续不断构建和完善集团福利体系，筑牢辛选员工幸福感和获得感基石，在业内广受好评。

1 持续推行特色休假制度

直播电商行业特性鲜明，普遍面临工作周期长、作息时间较晚的现状。为促进员工劳逸结合，集团持续推行特色双休制度，结合五天八小时工作制和弹性灵活考勤，既确保了业务的正常进行，又为员工营造了充裕的休憩时光，使他们得以充分蓄能，再攀高峰。2024年春节之际，集团释放超长假期，让员工与家人尽享团聚时光，放松身心，迎接新的一年。

2 辛选宝妈享受专属宠爱

为响应国家“三孩政策”，辛选集团特别为女性员工设计妈咪宝贝福利金项目，每一位辛选宝宝降生均可按规定获得3万元的福利金。2024年，集团累计向数十位幸福妈妈提供了专项资金支持；至2024年底，该专项福利金累计发放金额超百万元，帮助辛选宝妈更好地迎接人生新阶段，彰显了辛选对女性群体的深切关怀，助力她们与孩子携手共绘美好蓝图。

3 构筑多重生活风险保障

2024年，辛选集团为员工新增购买补充商业保险，现已覆盖员工超3000人，保障涉及意外、医疗、寿险、重疾等方面。这份额外的保障，既是对员工忠诚与奉献的赞誉和回馈，也是辛选保障员工生活幸福的不变承诺。

同时，集团调整了原有重疾救助机制，从保障员工个人扩大到保障员工家庭，以更好地帮助员工及其家庭渡过艰难时刻。2024年，集团累计为数十位员工家庭提供了保护伞，累计救助金额超三十万元。

4 坚决守护员工身体健康

2024年，集团福利体检体系和机制全面升级，体检套餐和项目优化，并将体检城市扩展至全国，方便员工及家人享受更加温馨便捷的体检服务。同时，集团积极联系属地名医院、名专家，全年先后组织12次义诊，提升员工健康意识和身体素质，做好大促保障，受到员工的广泛好评。除此之外，公司在前台常备各类常用药品、医疗器械等，贴心保障员工日常健康。







xinxuan
辛选

未来

2024年，是辛选集团在激荡中淬炼成长的一年。面对直播电商行业竞争加剧、消费者需求分化等挑战，我们以刀刃向内的勇气直面，持续在合规机制、质量和服务保障能力、技术基建、主播信用等方面进行自我革新。道阻且长，行则将至。辛选坚信，企业的价值不仅在于创造财富，更在于困境中坚守底线、争议中传递善意、发展中反哺社会。

面向未来，我们将始终不忘初心，怀抱着伟大又质朴的愿景，坚持践行数字新零售高质量发展的“辛选模式”，坚持企业社会责任，不断提升企业社会责任担当能力。我们将继续以“笨功夫”筑牢品质根基，以“真开放”凝聚行业共识，以“共富心”践行社会责任，持续为行业和属地高质量发展贡献自身力量，努力让直播电商红利转化为更多可持续的民生福祉，在新质生产力的指引和数字经济浪潮中书写属于辛选的硬核担当与温暖答案。



附录

CSR关键指标项索引

	目录	国企业社会责任报告指南 CASS-ESG5.0	页码
前　言	(一) 高管致辞	P2.1-2.2	01
	(二) 责任聚焦	P3	03
	(1) 红色辛选	P4	03
	(2) CSR数据	V3.2	03
	(三) 年度荣誉	P4.4	05
	(四) 年度大事	P4.4	07
拉动消费 普惠民生	(一) 四大节点		12
	(1) “618”大促		12
	(2) 辛选“818”		13
	(3) “双11”大促		14
	(4) 辛选年货节		15
	(二) 大牌平价		16
	(1) 食品生鲜		16
	(2) 一线国货		16
	(3) 母婴用品		16
	(三) 非遗老字号		17
	(1) 帮助非遗老字号带货		18
	(2) 助力非遗老字号产业		18
	(四) 以旧换新		19
合规发展 行业标杆	(一) 机制升级	P3.1, V1.1-1.4	22
	(1) 加强利益相关方管理		22
	(2) 持续提升合规能力	G1.3-1.4	24
	(3) 强化辛选廉洁建设	G1.6-1.11, S5.3-5.4	24
	(二) 品控升级	V2.7, S4.1, S4.4-4.5, S4.7	25
	(1) 辛选品控3.0		25
	(2) 严品控、高标准		25
	(3)产品质量把控		25
	(4) 品控能力建设		28
	(5) 业务合规赋能		30
	(6) 年度品控成果		30
	(三) 服务升级	V2.7, S4.1, S4.4-4.5, S4.7	31
	(1) 价格保障		31
	(2) 售后保障		34
	(3) 物流保障		35
	(四) 技术升级	V1.1-1.4	36
	(1) 全力强化信息安全		36
	(2) 全面升级供应链系统	S5.1-5.7	40
	(3) 持续提升大数据能力	V2.1	41

	目录	国企业社会责任报告指南 CASS-ESG5.0	页码
辛满益满 大爱人间	(一) 普惠公益	V3.4	46
	(1) 公益基金会	V3.5-3.7	46
	(2) 主播担当	V3.5-3.7	55
	(二) 辛火助农	P3.1, V1.1-1.4	66
	(1) 吉林专场		66
	(2) 丰收节专场		67
	(3) 山西专场		68
	(三) 产业助农	P3.1, V1.1-1.4 , E4.2	69
	(1) 投建内蒙古农牧业		69
	(2) 扩建通河农业基地		70
	(四) 人才为本		71
	(1) 课程研发		72
	(2) 人才培养	V2.7	73
	(3) 行业大赛	P3.1, V1.2-1.4	77
公司治理 价值指引	(一) 员工发展	S1	80
	(1) 聚才兴业，育贤酬志	S1.7, S1.9-1.10	80
	(2) “狮系”人才，双线赋能	S2.1-2.2, S1.7	81
	(二) 企业文化	S2.4	83
	(1) 呵护辛选女性		83
	(2) 员工关怀活动	S1.10	84
	(3) 节日文化活动		84
	(4) 团队文化活动		85
	(5) 开放文化活动		86
	(6) 业务文化活动		87
	(三) 员工关怀	S2.4	88
	(1) 持续推行特色休假制度		88
	(2) 辛选宝妈享受专属宠爱		88
	(3) 构筑多重生活风险保障		88
	(4) 坚决守护员工身体健康	S3	88
附录	(一) CSR关键指标项索引		91
	(二) 报告说明及意见反馈		94

(注：截至本报告完稿，《中国企业社会责任报告指南(CASS-ESG 6.0)》暂未公开发布全文。故此索引仍参考《中国企业社会责任报告指南(CASS-ESG 5.0)》进行对照。)



辛有志先生和员工在一起

报告说明及意见反馈

报告时间范围

本报告时间范围为2024年1月1日至12月31日。同时，为确保报告内容的延续性，部分案例涉及以往年份。

报告组织范围

本报告所阐述事项，涉及广东辛选控股有限公司及下属相关机构（报告中简称“辛选集团”、“辛选”、“集团”、“我们”或“公司”）2024年度在履行社会责任方面的表现及管理举措。

报告发布周期

辛选集团社会责任报告为年度报告。

报告数据说明

本报告中所使用数据均来自辛选正式文件、统计报告、大数据系统或有关公开资料。

报告参考标准

本报告基本框架参照《中国企业社会责任报告指南(CASS-ESG 5.0)》、《可持续发展报告指南（GRI Standards）》、《ISO 26000 社会责任指南》、《SDG企业行动指南》。同时，积极借鉴《中国企业社会责任报告指南(CASS-ESG 6.0)》已公开的更新指标、MSCI ESG（环境、社会及管治）评级关注议题以及国内外相关领域的优秀实践，结合集团现阶段发展水平、履行社会责任实际情况进行编写。

意见反馈途径

感谢您阅读本报告！欲获取电子版报告及更多信息，请登录辛选集团网站：https://www.xinxuan.net/。关于本报告，如果您有任何意见与建议，欢迎反馈，我们将根据您的反馈持续完善。

联系人：陈亮、陈芳
E-MAIL：CSR@xinxuan.net
地址：中国浙江省杭州市滨江区滨康路101号海威中心3号楼辛选集团
邮政编码：310051