

# 天虹商场股份有限公司 2015 年度社会责任报告

## 报告的对象与组织：

本报告中的报告对象为天虹商场股份有限公司。

## 报告时间范围：

本报告内容涵盖 2015 年 1 月 1 日-12 月 31 日天虹商场开展的社会责任相关工作。

## 报告时间：

2016 年 3 月

## 预计下次报告时间：

2017 年第二季度前

## 前言

践行社会公益，履行企业公民责任，我们一直未曾缺席。刚刚过去的一年，不仅是天虹战略迈向全渠道零售商的關鍵一年，也是公司坚持回馈社会、投身公益的丰硕一年。

尽管，2015 年的零售行业面临了经济下滑、电商冲击的影响，不过公司也紧紧依靠经销商和客户完成了战略转型，建立了“天虹微信+天虹微品+虹领巾”以及“实体店+PC 端+移动端”的立体电商模式，实现了从提供商品逐渐转型为顾客提供优质生活解决方案，从一个传统零售商转变为一家更有效率、更加人本的全渠道零售商。

作为一名“企业公民”，公司深知企业发展的源泉根植于社会，患难与共，才能实现“共赢”、“共生”。2015 年 6 月福建果农 3 万吨荔枝滞销，欲哭无泪，公司成立紧急救助团队，96 小时完成生鲜采购、冷链配送，守护了果农一年心血；9 月，第六、七间“梦想飞屋”在江西赣州落成，将天虹捐建“儿童爱心书屋”的公益项目推向偏远地区；12 月，公司将价值 23 万元的爱心羽绒服和保暖内衣第一时间送到了昼夜奋战在光明恒泰工业区救援一线官兵手中，这样的爱心不胜枚举。一整年，公司公益的脚步未曾停歇，全国分店数十场的关注特殊群体的公益活动，努力让我们的社会更加温暖和谐。

企业和社会发展是共生的，而企业和员工同样如此。在去年的战略转型中，

公司始终“以人为本”，与员工共创宽阔的成长平台；充分让员工实现自我价值，为企业和社会创造价值。

反哺社会，为富有仁；扎根土壤，方能百年老店。回馈社会始终是作为公司长期的发展目标，而 2016 年公司还将不懈地努力，继续前行，共同缔造更加美好的生活。

## 一、公司情况综述

### （一）企业简介

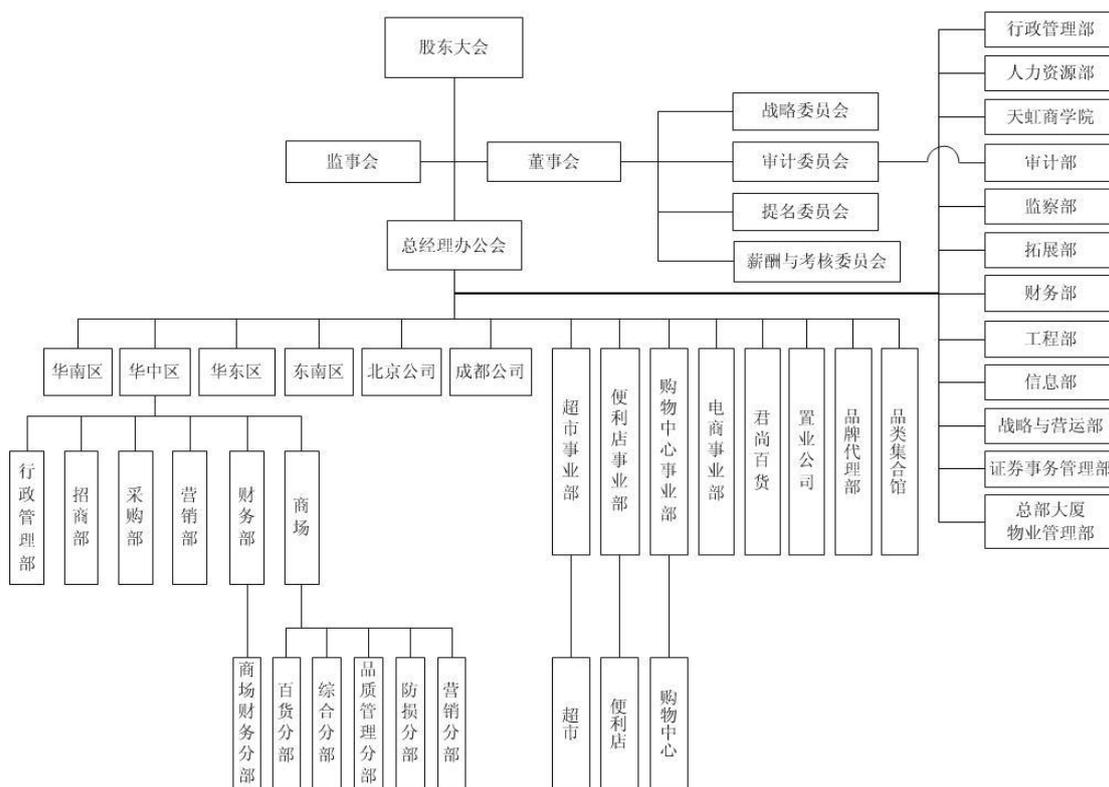
天虹商场股份有限公司（股票简称：天虹商场，股票代码：002419）是中外合资的连锁零售企业，其控股股东是中国航空工业集团公司下属的中国航空技术深圳有限公司。

1984 年成立以来，通过人本、科学的管理，专业、高效的运营，公司取得了卓越的业绩，已连续多年入围中国连锁百强企业。公司根据目标顾客需求的不同，以综合百货、购物中心、便利店的实体零售业态，打造以“亲和、信赖、享受生活”为核心价值的品牌，旗下拥有“天虹”、“君尚”两大零售品牌。截至 2015 年 12 月 31 日，公司已进驻广东、江西、湖南、福建、江苏、浙江、北京、四川共计 8 省/市的 18 个城市。公司拥有综合百货 61 家，营业面积约 175 万平方米，特许经营门店 1 家；拥有购物中心 3 家，营业面积约 22 万平方米；拥有便利店 166 家。

公司在行业内率先突破传统百货购物模式，从实体店走向线上线下融合的全渠道，率先打造出全国首家拥有“自定义菜单”的零售微信服务号“天虹”，随后逐步创新，现已形成实体店、PC 网店、移动端（微信、微品、虹领巾）的全渠道零售生活平台。

公司将始终坚持“有效益扩张”和“可持续发展”的原则，立志将公司塑造成全国一流的零售企业，与顾客分享生活之美。

### （二）公司组织架构图



### (三) 财务概况与纳税

单位：万元

年度	2013 年	2014 年	2015 年
销售额	2,202,249	2,338,992	2,459,246
营业收入	1,603,248	1,699,796	1,739,606
利润总额	87,650	77,268	167,103

自成立以来，公司始终坚持依法诚信纳税，尽企业应尽的社会责任。2015年，公司年度纳税额 9.05 亿元。

## 二、完善法人治理，维护股东权益

公司始终坚持可持续发展与有效益扩张的原则，努力提升经营业绩、规范运作，不断完善公司治理，严格防范风险，持续回报股东信任并为股东创造价值。

### (一) 确保股东利益

报告期内，公司实现营业收入 173.96 亿元，同比增长 2.34%；实现利润总额 16.71 亿元，同比增长 116.26%；实现归属股东净利润额 12.08 亿元，同比上升 124.44%。2015 年度公司拟向全体股东每 10 股派发现金 5.5 元（含税），本次权益分配事宜需经公司股东大会审议通过后实施。

## （二）健全法人治理结构

公司严格按照《公司法》、《证券法》、《上市公司治理准则》等法律、行政法规、部门规章的要求，设置了股东大会、董事会、监事会和管理层的“三会一层”法人治理结构，董事会还设立了战略委员会、审计委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会四个专门委员会，各权力机构权责分明、各司其职、相互制衡。同时，公司不断建立和完善涵盖管理、经营、财务、信息披露、内部审计等各个方面的治理制度，确保公司的规范运作与健康发展，使公司股东的权益得到切实保护。

## （三）重视中小投资者权益

2015年，公司共召开了1次年度股东大会、5次临时股东大会，出席的股东代表共29人次，共审议通过26项议案。公司根据相关规定，上述股东大会均采用现场投票与网络投票相结合的方式，充分保障了公司股东尤其是中小投资者享有平等权益，使股东较好地履行了自己的合法权利及义务。

## （四）信息披露

公司严格按照《公司法》、《证券法》、《深圳证券交易所股票上市规则》、《上市公司信息披露管理办法》、《深圳证券交易所中小企业板上市公司规范运作指引》、公司《章程》、《信息披露事务管理制度》、《重大信息内部报告制度》等有关规定，及时、准确、完整、公平地进行信息披露，积极主动履行信息披露义务。

2015年7月，经深圳证券交易所考核，公司2014年度信息披露工作获“A”评级，已连续四年被评为“A”。随着信息披露直通车业务范围不断扩大，公司持续规范内部重大信息报告及信息披露，严格执行信息披露双人复核制，有效提高了信息披露质量。

## （五）投资者关系管理

公司严格按照《投资者关系管理制度》、《信息披露管理制度》的要求，认真做好投资者关系管理工作。通过合理策划及组织各类交流活动及管理沟通渠道，积极与投资者及潜在投资者建立良好的互动关系。

公司积极开展投资者交流活动：2015年度举行1次年度业绩网上交流会，公司董事总经理、独立董事、副总经理兼总会计师、董事会秘书、保荐代表人出

席了公司 2014 年度业绩网上说明会，就投资者关注的公司战略、经营情况、业务转型等方面的提问进行充分、深入、详细的分析、说明和答复。公司管理层与投资者面对面交流活动 6 次，接待 52 人次。回复深交所互动易平台投资者提问 88 个，答复率 100%。基金机构、证券公司等投资者积极通过股东大会、实地调研、来电咨询等方式关注公司的经营发展情况，公司管理层认真、平等对待每一个投资者，与投资者进行客观、诚恳、友好的沟通与交流，获得绝大多数投资者的高度认同。

公司历来重视对投资者的合理回报，积极构建与股东和投资者的和谐关系。公司根据实际情况，制定了相对稳健的利润分配政策，积极回报股东。

## **(六) 防范风险**

公司建立和实施了安全、法律、保密等一系列风险管理制度，秉承预防为主的原则，采取自下而上、纵横整合的风险管理模式，围绕公司的发展战略对风险进行识别、分析、评价，制定和实施防范措施，形成年度风险清单。

公司履行重大风险管理定期报告制度，每季度对安全风险、法律风险、内控风险等各方面进行评估报告，拟制具体应对措施，降低和规避风险；各级职能部门定期对日常风险管理工作的实施及效果进行专业检查、督导，公司审计部通过各项审计，对各部门和业务单位风险管理效果进行监督评价。

### **1、反商业贿赂**

(1) 公司遵照《反不正当竞争法》、《关于禁止商业贿赂行为的暂行规定》等相关法律法规，将反商业贿赂内容纳入合同条款中，明确反商业贿赂的要求和义务，与供应商共同构建公平、公正、公开的商业环境；将廉洁承诺书纳入招标文件中，明确共同遵守廉洁合作的行为准则。

(2) 公司严格按照“五部委联合通知”发布的零售商规范收取促销服务费、禁止各种违规收费等通知要求，开展年度与供应商合同签订工作。

### **2、预防腐败**

- (1) 开展领导干部廉洁从业谈话、组织管理干部签定廉洁责任承诺书；
- (2) 开展廉洁从业执行情况检查和关键业务廉洁从业调查；
- (3) 定期梳理操作流程，及时发现监控盲点；
- (4) 利用举报制度，加强员工间的互相监督；

(5) 加强廉洁教育和宣传。

### 3、内部控制

公司结合内部控制设计与运行的实际情况，进一步梳理各业务流程的内部控制制度，评估和确定关键控制活动及控制风险，制定了应对策略；组织各部门、各区域、各门店开展自评价工作，识别内部控制缺陷，并依据相应的整改机制进行整改。

报告期内，公司已建立了完善的法人治理结构，公司现行的内部控制制度较为完整、合理和健全有效，各项制度得到了有效的实施，为公司经营管理的合法合规、资产安全、财务报告及相关信息的真实、完整提供了合理保障。

### 三、做最好的全渠道零售商，为顾客提供生活方式解决方案

2015 年，公司紧紧把握零售本质，在人本和效率两个方面同时发力，以互联网为翅膀，重塑价值，经过不断地转型，呈现出“不一样”的天虹。

#### (一) 不一样的购物场景

公司完全形成了“天虹微信+天虹微品+虹领巾”以及“实体店+PC 端+移动端”立体电商模式。公司全渠道的顾客购物场景，不仅仅满足顾客纯线上、纯线下的消费，还满足了顾客“线上查询-线下购物”、“线上下单-线下自提”、“线上购买-线下退货”的 O2O 购物场景；实体店推广移动支付，实现专柜 PAD 收银，缩短顾客买单等待的时间；跨境电商体验店，将线上商品搬到线下，实现互联网+零售，顾客可直接在店内看到、摸到、体验到商品实物，更精准放心地购买全球好产品，截至 12 月底，公司在深圳、东莞、惠州、厦门、福州、成都、长沙、株洲、南昌、吉安、赣州、苏州、杭州等地设立了 25 家跨境电商体验店；门店的虚拟货架购物，让顾客有更多的商品选择，供应商也能够在有限的面积展示更多的商品；“天虹到家”业务精选超市商品，满足顾客一站式生活需求，按需预约配送，最快 2 小时内送达，同时通过“天虹到家”购物的顾客与门店顾客享受一样的优质售后服务，为顾客创造更多价值。

#### (二) 不一样的购物渠道

公司在近两年推出的“天虹微信”和“天虹微品”是业内实践的标杆：天虹微信每月都会与品牌商合作，按照顾客生活方式推出主题活动，帮助品牌商在短

短几天内实现实体店单个专柜一个月的销售。天虹微品是天虹社交购物的利器，采取 B2C2C 的销售模式，主推精选单品分享和送礼功能，天虹负责商品的组织、配送和售后服务，极大免除店主和消费者的后顾之忧。天虹微品全年精挑细选了天虹系统内近 3000 款性价比高的好商品提供给顾客。此外，天虹微品还面向社会招募店主，使顾客既能在天虹微品购买到好商品，也能当店主销售好商品获得佣金，增加收入。

10 月 26 日，天虹官方 APP “虹领巾” 作为天虹全渠道战略的统领角色，正式对外发布并进行重点推介。“虹领巾” 定位于本地化生活消费服务平台，根据用户的不同场景消除本地生活消费痛点，连接社区生活服务，为本地顾客提供更便利、更懂生活的解决方案。它一边连接顾客，一边连接后台，统领会员中心、营销中心、大数据中心、全渠道销售中心、流量中心，导出 4 大核心功能——购物平台、营销中心、会员联盟、本地生活。

此外，在百货业态转型的同时，公司还新增一大一小业态——购物中心和便利店。购物中心是公司未来的主要拓展业态之一，截至 2015 年底已经开设 3 家，并在江苏苏州、江西鹰潭、江西南昌、广东佛山、广东深圳等地筹备新项目，将为公司现有供应商打开新的合作局面。公司便利店是“社区最后一公里”的智慧管家，采取“便利店+”的经营模式为顾客提供便利，目前公司在深圳、厦门、南昌、东莞等地共拥有便利店 166 家。

### （三）不一样的实体门店

公司重点推进深化转型，围绕顾客生活方式实施实体百货“三化”转型，即购物中心化、门店互联网化和生活方式主题编辑化，专注于顾客需求满足和商品优化，以适应和满足现代顾客新的生活方式。

**购物中心化：**随着消费者对体验的愈加注重，公司通过增加体验业态和体验营销迎合顾客需求的变化。在标准化的框架下公司给予各门店充分的自主权，鼓励门店，特别是新店勇于尝试和创新，不断优化业态组合。截至 12 月底，公司门店即时消费业态面积平均占比超 20%，而新开业门店的即时消费业态面积占比已达 40%，增加儿童成长、小剧场、体验厨房、健康驿站、快乐驿站等现场体验项目，极大的丰富了商圈顾客的购物体验。

**门店互联网化：**以互联网思维和方法开展营销、服务、销售，形成自己的竞

争优势，既较纯电商更快、交付服务更好，又较实体店购物效率更高，让顾客不用排队，不用拎重物即可轻松实现购物。截至 12 月底，共计 27 家门店上线天虹到家业务；3 月组织各门店设置门店移动客服专员岗位，对门店移动客服专员进行接待服务和投诉处理技巧培训，提升线上服务水平；专柜内实现多种方式支付（微信、支付宝、天虹购物卡、银行卡），满足顾客便捷收银服务需求。

生活方式主题编辑化：提供给顾客生活方式解决方案，满足顾客的情感需求。简单说，就是按照顾客的生活方式对商品进行编辑，让顾客的购物体验超越商品本身的价值，与顾客产生情感共鸣。目前公司尝试“主题买手店+品牌专柜”的主题编辑，利用主题买手店商品效率更高、更替更加灵活快速的特点，推出情境式生活提案关联陈列，逐步满足顾客对精致、美好生活的向往与需求。

#### （四）不一样的服务体验

公司通过顾客意见单平台、门店顾客购物痛点调研、扫码“给店总打小报告”等方式，从顾客诉求与实际购物行为出发，寻找公司业务的痛点和机会点，指导其发展方向；通过持续优化服务体系，实现了天虹线上线下的服务协同，进一步提升顾客满意度。

#### 1、提高顾客满意度

##### （1）顾客意见单，倾听顾客的声音

公司通过门店顾客意见单、网天客服、微信客服小天、门店访谈顾客意见、论坛、微博、贴吧等顾客意见单平台，收集及分析公司顾客的声音。根据公司要求，门店接待的顾客纸质意见单、网天和小天客服接待的跨部门意见、其他渠道的顾客投诉均需要转入意见单平台，所有意见 24 小时内回复顾客。截至 12 月底，公司共收集到顾客意见 2456 单，表扬单占比 85%，投诉单占比 11%。

##### （2）扫码“给店总打小报告”

为了增加顾客的投诉渠道，提升顾客对天虹服务的感知，2015 年 7 月公司增加二维码顾客意见反馈平台。门店摆放宣传品“给店长打个小报告！”，顾客通过扫描二维码，快速进入移动端顾客意见单平台，手机提交意见，处理流程与顾客意见单相同。自 7 月份上线后，共接到顾客意见 390 条，门店第一时间跟进，并回复顾客表示感谢，投诉渠道更为便利。

##### （3）门店顾客购物痛点调研

公司对顾客在门店购物过程中的痛点进行了调研，识别顾客实际购物的体验需求。针对顾客痛点，围绕为顾客创造价值，让顾客有更好的购物体验制定改进措施。此次调研采取“一对一陪同购物”和“小组式访谈”两种方式展开，共62家门店参与调研，参加到该调研项目顾客的数量达到2652人，其中参与小组式访谈的顾客数为1183人，陪同购物顾客数1469人。

通过顾客意见单平台、门店顾客购物痛点调研、扫码“给店总打小报告”等方式，公司根据顾客购物场景定制服务，消除顾客购物痛点。告别以前到店才能获知商品、折扣信息的时代，“虹领巾”APP、天虹微信、天虹微品，随时随地推送商品、折扣信息；顾客再也不用为排长队买单而困扰，在天虹可以移动支付或专柜PAD收银的方式快速埋单；挑选商品也不再耗时耗力，在天虹顾客可以轻松扫码详尽获知商品信息帮助其决策；以前，购粮油提重物很痛苦，送货到家范围窄、时间长，现在，顾客可以在家逛天虹超市，订制送货时间，最快两小时送到家；走进天虹，这里有森林剧场、儿童乐园、体验厨房、健康驿站，有小吃一条街，也汇集知名餐饮，更有丰富多彩的体验活动。

## 2、优化服务体系

为进一步巩固员工真诚待客、诚实推荐，公司对一线员工编制《天虹各岗位服务手册》，并组织区域/事业部及门店培训学习；利用手机测试平台组织员工考核《亲切便捷专业服务指标库》，合格率在90%以上；同时，公司制定了《售中服务接待规范》，增加了品牌宣导、顾客建档、搭配推荐、可视化销售等服务项目，运用视频教学、晨会分享、场景演练等方式宣导诚信待客理念。

公司持续优化服务体系，持续推行个性化服务，并且优化愉悦基金的报销流程和制定愉悦基金激励措施，充分发挥员工的主观能动性，给顾客制造意外惊喜。2015年度，公司共为顾客提供28936次愉悦服务。自《愉悦基金激励方案》实施以来，愉悦基金的使用单数三、四季度环比一、二季度上升了425.25%。

为了让顾客放心购物，公司推行“便捷退换”的贴心服务，同时也推出了《天虹全渠道售后服务处理规范》，实现了天虹线上线下的服务协同，为顾客提供随时随地、方便快捷的售后服务，满足公司顾客的全渠道售后服务需求，提升顾客满意度。

### （五）不一样的供应链

供应链管理一直是百货零售业的核心问题，随着公司提供专业化服务的定位，公司大力推进供应链升级工作，通过“源头采购”和“战略合作”打造领先的面向全球的供应链体系，为顾客提供丰富、实惠的选择。

### 1、源头采购，降低成本

通过源头采购，公司参与到供应链上游的市场，提升了供应商及商品开发能力、成本控制能力；生鲜依托在新疆、山东、云南、海南、四川等地设立的生鲜采购办事处，加大特色单品、地标商品引进力度，进一步夯实了国内蔬果源采基础；从采摘加工到物流配送，全程冷链运输，截至12月底，公司建立源采基地50个。

关于生鲜商品采购，公司还制定了《国产果蔬采购管理程序》文件，明确了源头采购和本地市场采购的原则和流程；强化源采商品的品质控制，源采商品需第三方专业检测机构评审通过后方能引入，新增源采核价制度，确保源采商品的价格优势；调整驻地采购办事处行政管理部门，统一按品类进行管理，同时规范驻地采购办事处工作流程，制定了《驻地采购办事处工作规范》，增加驻地采购办事处人员编制，确保源头采购业务稳步发展。

此外，6月底华南区31家天虹超市完成所有蔬菜专柜转自营，进一步降低采购成本，畅销品种进价降低20%以上；实现云南、湖北蔬菜源头采购，源采蔬菜品种达63个，源采单品进价成本降低25%以上，进一步惠及顾客。

### 2、国际采购，买遍全球

公司摒弃传统的平台模式，大力发展直采和自营，上游直接对接工厂，下游直接对接顾客，大大缩短原来进口商品层层代理商合作的供应链，为顾客提供高性价比的进口商品，提高顾客满意度，另一方面提升了超市的盈利能力。

公司搭建了属于自己的全球采购网络，买手团队深入欧洲、美加、澳新、日韩、东南亚实地考察厂家，开拓欧洲、美洲、澳洲、东南亚等20多个国家的直采渠道，直采商品达600多种，共实现一级客户80个，重点客户27家，12家海外工厂直采。

### 3、打造品类集合馆

为更好地满足顾客的需求，增强公司百货商品的差异化竞争能力，提升商品的自主编辑能力，公司于2013年开始百货品类集合店的打造，截止12月底，公司

累计开设10家家居馆，10家女杂馆，整体业绩及市场口碑较好。

#### 4、推进品牌代理

公司的品牌代理业务既面向一线城市，提供国际性的品牌，满足顾客在服饰潮流和面料等方面与国际化接轨的需求，同时也在三四线城市通过代理品牌的模式，为当地顾客提供国内知名品牌服装。截止12月底，实现代理品牌13个，经营25个专柜，分布在广东深圳、江西等省市。

其中，公司代理法国快时尚女装品牌CACHE CACHE。该品牌进入深圳市场，丰富了热爱时尚潮流女装顾客的商品选择，并为顾客提供更多超性价比个性服饰的选择。

#### （六）不一样的食品安全管理体系

##### 1、全面推广 ISO22000 食品安全管理体系

公司持续推进 ISO22000 食品安全管理体系，在全国范围开展老店布局、设备改造，用于完善门店的冷链、清洁消毒等食品安全设备设施。通过一店一议、区域专项督导、定期跟进等方式，在设备设施改造方面有较大进展，截止12月底，累计投入922.6万元，近一半的门店完成了改造；尤其在冷冻冷藏库和清洗消毒设备方面进行了较大改善，为进一步推行体系执行打好基础。

2015年，公司所有新开、新改造商场均按 ISO22000 食品安全管理体系的相关标准进行建设，确保基础设施配置能够满足食品安全要求，为 ISO22000 食品安全管理体系的有效运营提供良好前提，进一步对食品安全管理工作进行规范，确保食品安全。

在确保商品质量安全方面，公司通过保持与政府部门及相关行业协会密切配合及紧密联系，以及引入第三方有资质的评审机构，促进公司商品质量安全管理水平。2015年，公司进行了大量的数据分析和持续整改，食品安全水平稳步提升，第三方机构审核得分较2014年提升25%。

2015年，公司深圳地区有12家商场被评为“深圳市食品安全规范管理店”，其中3家获得五星级门店，至此深圳地区“食品安全规范管理店”五星级门店达到8家。

##### 2、全程监控商品质量

在商品的源头控制方面，公司对于引进的每一个高质量风险品类商品，都会

委托第三方机构对供应商的资质进行评估,同时对商品的生产厂家及基地进行实地考察,对于不符合标准的企业,不予引进或淘汰,同时通过索票索证,确保食品在流转过程中的安全性及有效追溯,从源头上确保商品质量。

在售中质量监控方面,公司建立比较完善的质量控制体系及管理制度,通过推行全员质量管理及质量检查责任制,确保售中质量合格。对于食品质量层层检查,充分地调动人力,有效监督。

商品的日常检查,对于生鲜、熟食商品,公司员工每天都会坚持质量自查,管理员及质量监督部门每天都会实时监督检查员工的自检、自查工作,监督员工是否按相应的操作技术和卫生规范进行加工操作,抽查相关的人员、设备设施、工器具、环境等卫生、清洁、消毒、维护等操作是否符合规范。对于货架预包装食品,公司会根据商品的保质期及品类制定相应的检查频次及要求,每月覆盖检查所有的商品,而对于保质期短的如保质期在7天之内的,都是要求每天都覆盖检查。

商品检测方面,为确保食品安全,公司每年投入百万元委托第三方检测机构对商场销售的商品如熟食、水产、鲜肉、蔬菜及预包装食品等进行抽样检测,除此之外,每个门店都设有专门的食物检测室,各门店每天都会对蔬菜进行检测,并将检测的结果予以公布,对于第三方抽检及自检不合格的商品,公司都会按照不合格商品处理程序要求进行处理,追溯问题的根源,对问题进行分析及整改,通过对流程的优化、设备设施的改进及不合格商品及供应商的淘汰,确保商品质量合格。

### **3、加强食品安全知识的沟通学习**

公司更主动地参与行业协会的活动,加强与同行的沟通学习。公司借助于政府部门、行业协会及合作机构平台,及时获取商品质量安全相关信息,通过沟通交流,了解更多的行业动态及国家最新的法律法规及相关政策,不断地规范和改进自身工作。2015年参加CCFA年食品安全年会,公司作为食品安全优秀案例进行参展,展示了公司近年来在食品安全方面做出的改变和突破。

### **4、稳定物价,保障民生**

公司严格遵守国家价格法律法规,所有商品实行明码标价,并有完善的监督检查机制及顾客投诉处理机制纠正问题;制定了完善的价格策略,保证民生商品

的价格稳定，其中东莞市黄江、虎门、长安三家门店设立了“平价超市示范区”，启动了政府差价补贴模式销售平价农副产品，商品范围包括肉、米、油、菜等等，价格低于同类市场 15%以上，此举既响应政府惠民举措，稳定了副食品价格，也切实保障了民生，减轻了群众负担。

采购方面，公司设立了新疆、山东、云南、海南等采购办事处，深入生产基地采购水果、蔬菜、干货等，缩短供应链环节，降低采购成本，真正让顾客感觉到实惠。

#### **四、与合作伙伴创建共赢平台**

##### **（一）“互联网+”战略转型沟通会，搭建合作平台**

10月26日，“新天虹，新零售，新体验”，天虹“互联网+”战略转型沟通会在深圳华侨城洲际大酒店举办，近600名国内外供应商、合作伙伴参会。

经过31年的发展，公司更清晰自己的未来发展之路——“线上线下融合的全渠道、提供优质生活解决方案”是公司未来的两大战略方向，而公司一直在积极推进这两项战略的实施。沟通会上，除了公司业务发展的回顾，公司还向合作伙伴们详细阐述了公司在“互联网+”浪潮下进行的战略转型实践的认识和在商业模式、组织模式上的开拓创新，努力为顾客、供应商及合作伙伴消除痛点，创造价值。

会上，公司还就O2O业务及大数据、联营供应商、供应链、商业地产、便利店五个版块业务的发展，分别与百度、中兴通讯、宝洁、百胜、绫致、百丽等43个国内外知名品牌签订全渠道战略合作协议，通过业务协同、资源共享、优势互补，共同发展。

##### **（二）供应链金融服务，扶持中小微企业发展**

公司庞大的供应链系统中，中小微企业占比极高，据调研发现70%以上的中小微供应商都有短期融资需求。为了扶持中小微企业的发展，与其共同成长，实现多赢，公司于11月25日成立深圳市天虹小额贷款有限公司，为部分中小供应商切实解决融资难的问题。

##### **（三）提升收货服务，降低供应商送货成本**

###### **1、送货频次减少，提升收货效率**

通过统计公司供应商送货的平均箱数及全年送货频次，公司调整送货频次高平均送货量小的供应商送货次数，增加送货箱数，从而降低供应商的送货成本、提升公司物流的收货效率。

## **2、网上送货预约，提升预约效率**

6月，公司陆续实施供应商网上送货预约服务，极大的提升了供应商的预约效率以及供应商满意度，同时减少公司内部工作量、提升预约的工作效率。

## **3、生鲜系统升级，提升验收效率**

7月，公司完成了生鲜系统升级工作，实现了平板电脑验收、系统管控验收标准功能。通过系统验收后，员工作业效率明显提高，极大地减少了供应商的送货等待时间、降低供应商送货成本。

## **五、以人为本，搭建员工发展平台**

2015年，公司坚持“以人为本”的管理，严格遵守国家的劳动法律法规，持续搭建和完善人才梯队及员工培养路径，员工敬业度调研总体得分为74%，较2013年上升3%，公司敬业度继续保持在“最佳雇主”区域。

### **（一）拓宽职业通道，提供更多发展机会**

公司积极实施职能部门扁平化，管理层级不超过三级；倡导结果导向，从管理驱动变为任务驱动；建立平等，尊重专业价值和权威的氛围；推行任务团队工作模式，通过任务团队构筑无边界组织，推动跨部门攻坚克难的公司级项目；实施竞聘制，变相马为赛马，对部分管理岗位实施了竞聘。打破了传统的任职时间、层级界限，突出评估过往业绩和潜力，以项目形成做陈述和点评、选拔。

### **（二）营造创新氛围、挖掘创新能力**

公司以“打造公司全方位创新平台”的目标，努力激发并挖掘创新点子，推动创新点子实施及推广，营造浓厚的企业内部创新氛围。

3月，公司启动“第二届天虹创新大赛”，并以“微创新”和“公司级创新”作为重点收集方向。截至11月20日，已完成落地实施的创新项目共103个，创新点子涉及商场经营、营销变革、服务提升、职能流程改善等方向，为公司的前台经营和后台职能工作都提供了新的灵感和突破口。

此外，公司还自主开发了两项创新活动。一为“cheers演讲”，邀请公司内

部某一领域表现突出的同事，就指定话题进行20-30分钟的短时演讲，分享知识，传播经验。cheers演讲全年共举办了7期。二为“智慧碰撞活动”，每期设置一个话题，邀请指定嘉宾与观众一起就这个话题进行线上或线下的讨论，通过平等、开放的讨论，来碰撞灵感，激发新思路与新方法。智慧碰撞活动全年共举办了2期。

### **（三）不断完善绩效薪酬制度，促进业务发展**

公司在全国拓展的过程中，始终遵照当地法律法规，让员工获得最佳的综合回报。同时，公司不断地完善绩效薪酬制度，简化日常绩效管理程序，优化年度考核制度，取消360评分、加强与KPI挂钩；在部分生鲜熟品类推行超额利润分享，激发了员工的积极性；年度薪酬采用“调薪包”，由部门主管领导依据员工个人业绩及潜力自主分配，增强调薪灵活性，在提高员工薪酬满意度的同时，更为公司保留高绩效、高潜力人才。

### **（四）打造开放、愉悦的企业文化交流平台**

公司通过“虹人圈”、《天虹》月刊平台，线上线下互动分享积极健康的工作生活方式和主张，以开放、愉悦的方式和内容诠释天虹“诚信、分享、开放、创新”的核心价值观。

公司着力打造企业文化微信公众号“虹人圈”，面向全体内部员工，每周推送，讲述企业文化故事，诠释企业文化内涵，营造文化氛围。截至12月底，发布主题图文96期，虹人圈粉丝已达6390余人。

《天虹》月刊以“凝聚、学习、沟通”为立刊理念，创刊20余年，不断探索如何为员工打造一个有趣味、有意思、有价值的精神交流空间、挖掘天虹人的岗位价值、搭建公司与员工、顾客、市场沟通的桥梁、创造与传播公司企业文化和品牌价值。

### **（五）创新培训体系，促进员工能力提升**

公司致力于为每位员工提供“学习地图”，从员工发展进入基层管理者，再晋升中层管理者，直至成为高层管理者，每一个发展阶段都有清晰的学习发展方案。公司将岗位能力、学习资源和职业发展有机整合在一起形成了完善的学习地图。透过学习地图方法，可以将公司的战略地图转化为能力地图，再将能力地图转化为学习地图，从而把公司战略发展和员工能力提升紧密关联。保证每位员工

在每次的职责变换和职业发展时都有配套的学习和发展的机会。

2015年，公司整体开展员工培训时数共1800余小时，培训员工人数近2000名，包括梯队人才培养与关键人才特训营两大系列，其中针对中基层人员的培训占总培训时数的90%以上，提升专业能力培训课程占总培训中的比例约为60%。

### **1、强化基层人员技能提升**

根据公司业务发展的需要，公司开展生鲜品类经营特训营、营销业务特训营、百货业务特训营、主题编辑出国考察等项目，提升战略转型关键业务部门人员的专业能力。与此同时，进行基层人员技能清单的梳理，完成了21个岗位的关键技能的界定和标准的梳理，并安排了两次覆盖式的技能盘点，并针对盘点出的28个弱项进行了技能提升手册的制作，全面提升基层员工的岗位技能。

### **2、梯队人才培养为公司发展输送合格人才**

2015年为公司各层级培养储备人才近1000名。通过对培训需求的有效识别，培训更聚焦到实际业务技能的提升，加强实操训练与培训效果的验证。同时基于互联网时代的学员特点和培训变化，将部分课程采用线上授课的形式。

### **3、持续打造中高管领导力发展，推动公司变革管理**

针对公司中高管进行《变革管理》的沙盘模拟培训课程，帮助公司管理人员统一变革思想，明确变革推动方向；邀请外部专家资源，并组织相关培训分享。此外针对提升一年内的助总级人员持续进行培训支持，除常规理论培训外，着重于公司战略方向的落地，通过经营沙盘的演练、全渠道及体验营销的深入探讨加深对于公司变革方向的理解。

#### **（六）平等用工，承担社会就业责任**

公司严格遵守国家劳动法律法规和企业所在地政策要求，尊重并保护员工的合法权益，保障员工工资、社会保险、各项福利待遇全面落实。截至12月底，公司建立正式劳动合同关系的在职员工劳动合同签订率为100%；在薪酬制度设计中，始终遵循按劳分配及同工同酬的规定，按照相关政策及公司制度向员工支付薪酬，各类别男女员工基本薪酬比例均为1:1。

此外，公司积极推进残疾人就业工作，为残疾人就业提供机会及平台的同时，还努力营造了更加温馨及人性化的就业环境。截止12月底，公司共招录用残疾人员90人。其中，华中区解决残疾人就业人数35人，华南区解决残疾人就业人

数 28 人，华东区解决残疾人就业人数 9 人；成都天虹解决残疾人就业人数 9 人。

截至 12 月底，公司进驻区域（或城市）解决当地人口就业，在全国雇佣人口总数为 16,445 人。

公司员工性别构成如下：

性别	人数	占员工总数比例（%）
男性	5,759	35.02
女性	10,686	64.98
合计	16,445	100.00

公司员工年龄构成如下：

年龄	人数（人）	占员工总数比例（%）
45 岁以上	626	3.81
36-45 岁	4,302	26.16
35 岁以下	11,517	70.03
合计	16,445	100.00

## （七）和谐劳动关系

### 1、关爱员工

公司构筑了健全的困难员工帮扶体系，积极为员工排忧解难，对困难员工实施爱心救助，帮助其解决燃眉之急，使员工切实感受到来自企业的爱心关怀和企业大家庭的温暖。

公司成立以公司工会主管、基层工会委员、主席为主的职工关爱联络团队，第一时间掌握职工困难情况，尽快给予困难职工救助或申报中航爱心基金救助等救助、补助金，并帮助其树立度过难关的信心。2015 年帮助 12 名困难职工申请到重大疾病及家庭困难救助 20 余万元，为 17 名深户特困职工申请总工会春节慰问金 42500 元，为 3 名困难职工申请到子女就学补助 1500 元，为 5 名患重大疾病和困难职工发放特困补助 10000 元。

为了进一步保障员工的身体健康，有效预防疾病的发生和传播，保证员工以最饱满的精神状态投入到工作中，公司每年组织员工体检。2015 年度共组织 1121 名 40 岁以上职工进行年度身体检查、1186 名已婚育龄女职工进行妇女生理健康检

查。

## 2、提升员工福利

自2013年起，公司为符合深圳政府“人才安居工程”住房补贴申请条件的深圳员工申请住房补贴，截至12月底，公司已为538人成功申报住房补贴。2015年，公司申请了深圳市公共租赁住房63套，根据深圳市住建局的相关要求将公共租赁住房分配给符合条件的80名员工承租，并在公司内建立了公共租赁住房的日常轮候库进行轮候。

公司在深圳地区建立了企业年金制度，并委托企业年金管理机构对企业年金进行管理，员工按照制度规定的条件享受企业年金待遇。截止12月底，深圳已有3326名员工参加企业年金计划。

此外，针对搬迁到天虹大厦后的员工就餐困难问题，公司设置了职工配餐处，招进了专业餐饮公司，专门为职工提供质优价廉的快餐，并不断增加新品，丰富餐饮品种。

## 3、丰富员工多彩文化

公司工会定期组织开展职工趣味运动会、羽毛球赛、篮球赛，棋牌争霸赛、才艺大赛等多项丰富多彩的文体活动，既丰富了员工文化生活，又促进了各部门各单位之间的相互交流，增强企业凝聚力和团队精神的同时，也激发了广大员工工作热情。

8月，公司举行2015年职工趣味运动会比赛，共51支队伍参赛，最终，公司信息部成功卫冕冠军，横岗天虹、公司财务部、公明天虹分列二、三、四名。

10月至11月，公司2015年职工男子篮球争霸在全国范围内同期举行，共有40支球队分9个赛区进行选拔赛。经过激烈的角逐，厦门天虹成功卫冕，双龙天虹获得亚军，东莞物流、南昌天虹分别获得季军和第四名。

11月，以“谁与争锋”为主题的公司2015年员工才艺大赛落下帷幕。历时一个多月，经过海选赛、淘汰赛后，来自厦门大西洋天虹的徐杨扬凭借专业的唱功，大气的台风一举摘得声乐组桂冠；来自北京宣武天虹的柴瞳飞舞艺精湛，获得了舞蹈组冠军。

## 六、投身公益回馈社会

公司多年来一直践行企业公民责任，积极投身于社会公益事业，不仅以助学、捐赠、社区服务、环保等活动来资助儿童、弱势群体、贫困地区，更鼓励和支持员工发掘、推荐、参与公益项目，将企业行为的公益文化转换为企业和员工个人的价值观。

### **（一）爱心采购，暖心助农**

3月17日，厦门晚报报道翔安新店镇滞销沙土土豆后，厦门天虹第一时间赶赴现场了解情况。因市场供大于求，土豆的收购价格比去年降了一大半，导致土豆滞销。为保证农户收益，厦门天虹决定按照市场价购入，零毛利让利消费者，为农户打开销售渠道。在汇腾天虹、大西洋天虹、海沧天虹搭建爱心售卖堆头，联合当地媒体，通过线上线下宣传，推广爱心土豆。截止至4月6日，厦门天虹售卖爱心土豆23.16吨。

6月底，天虹收到福建诏安3万吨黑叶荔枝大量滞销的消息，为解决果农的难题，公司火速成立联合采购队远赴诏安，现场收购果农荔枝，并快速进行预冷包装，冷链配送，连夜发往公司各门店。从启动救助到抵达门店只用了96小时。本次紧急救援果农行动，是对公司生鲜采购、冷链配送的一次考验，也体现天虹人的快速反应、紧密协作的能力；同时，通过天虹线上、线下全渠道宣传，本次公益活动快速传递，让更多的市民参与进来，成为一次全民公益行动。

11月21日、22日，杭州金鸡湖天虹举行拯救西山果农橘子义卖活动，帮助产品滞销的农户销售农产品。

### **（二）少儿公益援建**

8月8日，公司携手中航国际、爱飞客公益基金会开展的“航空科普”公益行动——“小小飞行侠”在前海天虹启动，60多位小朋友在接下来的三个周末分别在深圳前海天虹以及宝安天虹购物中心开始学习“小小飞行侠”的趣味互动课程。精彩的航模表演、真人版“航空科普”游戏棋、木板飞机制作以及互动趣味实验，将各种航空知识寓于孩子们的游戏以及互动中。“小小飞行侠”不仅让孩子们学习航空科普知识，锻炼动手能力，也让孩子们在课堂上认识更多小伙伴，过一个快乐的暑假。

9月，经过多方联系、确认与考察后，公司最终选择在江西省赣州市定南县天九镇东山小学、龙塘镇长富小学进行“梦想飞屋”项目的援建，这是天虹自

2013 年开展捐建“儿童爱心书屋”公益项目以来，所捐建的第 6 间和第 7 间“梦想飞屋”阅读室。

### （三）关注特殊群体儿童

5 月，柯桥天虹与狮子会联手开展公益热卖，所得款项全部捐助贫困儿童。

5 月 17 日（全国助残日），岳阳天虹携带牛奶、食品等物来到岳阳残疾人学校慰问残疾人小朋友。

6 月 1 日，北京宣武天虹组织开展捐赠活动，为北京市顺义区太阳村儿童福利院捐赠图书 100 本、玩具活动 50 个。

6 月 11 日，吉安天虹购物中心与吉安晚报为“吉安父亲突患白血病，11 岁儿子郭云柯捐骨髓办画展筹款”，用爱心为生命加油，现场共募集到善款 5 万多元，爱心账号在活动期间收到善款 1 万多元。

6 月 26 日，南山常兴天虹与深圳市仁和社会工作服务中心共同携手举办首届“益跑而虹·荧动星空”荧光夜跑活动，呼吁社会大众关注自闭症人士的就业问题。

7 月 18 日，南昌丽景天虹开展“与爱同行，爱心义卖”活动，小朋友可以将家中闲置的物品拿到商场进行售卖，并将所得善款全部捐赠给“太阳村东方书院儿童救济中心”。此次活动，总共募捐爱心款 1500 元左右。

7 月 29 日至 31 日，常兴天虹与深圳市仁和社会工作服务中心联手举办自闭症儿童职业体验活动，关爱自闭症儿童，帮助他们融入社会成长。

8 月 22 日，吉安天虹购物中心与福彩为考上大学的贫困家庭提供助学基金，保障弱势群体学习权益。

8 月 29 日，深南天虹携手自闭症儿童公益组织举办“你从不孤单”为主题的关爱自闭症儿童慈善义卖。13 位小小志愿者参与现场陈列和义卖，不到 3 小时现场义卖商品售空，所筹善款全部捐给深圳市自闭症儿童基金会。

9 月 20 日，北京新奥天虹和北京妈妈芽文化传播有限公司一起，组织公益跳蚤市场，当日筹集到的善款，购买米面油及生活用品，捐献给北京光爱学校。

10 月 17 日，南山常兴天虹、创业天虹、前海天虹、沙河天虹、前进天虹、后海天虹和西丽天虹七家门店共同展开第十二届“天虹杯”登山节活动。本次登山节特别联合了深圳晚报，开展了“情系西南，关爱山区儿童的衣物捐赠活动”，

每位参赛选手在报名时带上爱心衣物进行捐赠，最后由天虹商场统一邮寄给西南山区的贫困儿童。

10月31日至11月1日，杭州天虹购物中心工会联合五福社区工会、杭州滴水公益举办的慈善嘉年华，通过“爱心义卖”、“公益互动”两种形式开展。小物品，大爱心，爱心商家捐献商品义卖，爱心家庭将家中的闲置物品拿到现场义卖，小小志愿者现场参与陈列、开单、售卖，为慈善行动贡献自己的力量；“公益互动”，通过开展环保DIY的活动，让顾客一起参与进来，体验废旧物品变身工艺品的快乐。本次活动现场共筹集善款10363元，由杭州滴水公益方定向捐赠用于彩虹盒子助学项目。

11月14日，北京新奥天虹与亿天使俱乐部，组织孩子们公益卖报，筹得善款949.5元捐给太阳村儿童中心。

11月20日，株洲天虹联合株洲青盟、株洲大同社工、明日星、星起点模特学校等机构联合开展爱心筹款义演，通过晚会表演的形式为15岁白血病患者杨凯筹集医药费用，活动共计筹集善款1万余元。

12月27日、28日，南昌江大天虹携手仁爱之家残疾人中心开展“爱心义卖”的活动，售卖商品均为残疾人中心残障人士制作的精美串珠工艺品，活动最终募集善款625元。

#### **（四）赞助、协办或参与社会性文体活动**

2月7日，吉安天虹购物中心为吉安市西苑社区辖区内孤寡老人、困难低保户、留守儿童和困难党员等特殊群体送上春节慰问品，并给为他们送上精彩纷呈的文艺演出。

3月8日，2015中国（深圳）女子马拉松在罗湖区举办，共国内外3000名女性参赛。君尚百货作为该赛事的战略合作伙伴，自赛事筹备阶段起便一直积极提供支持。3月4日协助组委会举办赛前训练营，为各位参赛者提供赛前指导；3月5日至7日协助组委会派发赛事物料；3月6日协助组委会举办摄影志愿者培训讲座，为志愿者们提供专业的赛事摄影指导。另外，君尚悦跑团还招募了50位男性组成志愿者团，在终点送上君尚精心准备的3000份花束。

4月17日，中山路天虹举办江西省内首届荧光夜跑，500人的年轻队伍点亮整个南昌抚河观光带，向市民传递健康、快乐的生活理念。

6月27日，君尚百货助力壹基金“百里健行活动”，号召80位热心公益、热爱运动的人士组成20个团队参与活动，为爱行走，为壹基金儿童公益奉献自己的一份力量。君尚百货在比赛途中设立补给站，组成13人的“小黄帽”支援团队，为参与者提供饮用水、食物、休息处、拍照留念等服务。最后，君尚团队80人中58人走完全程52.2公里，11个队以团队形式完赛。本次活动君尚百货荣获壹基金“众行山益奖”。

9月20日，2015“君尚·团圆跑”在深圳湾绿道启程，有200余运动爱好者参与，向顾客及公众传递热爱生活、锐意进取的运动精神。本次首次品牌供应商合作，共同为参赛者提供服装、奖品等相关物料，为参赛者提供能量补给、休息保健、路线指引等服务。

10月23日，为庆祝广东省第22届环卫工人节，感谢环卫工对龙华新区市容环境贡献的心血和汗水，倡导社会各界关心关爱环卫工人，东环天虹积极协办了以“美丽龙华双提升，携手关爱环卫工”为主题的大型关爱环卫工活动，并赠送关爱礼品，表达了对环卫工亲切的问候和衷心的感谢。

11月7日，华南区天虹携手曼妮芬开展以“LOVE IS POWER 乐享受能量”为主题的公益慢跑活动，关爱乳腺健康。本次活动共吸引1500名公益人士参加，所收取报名费用所得金额全部捐给深圳市心衣公益基金会，并向20位乳腺术后女性免费捐赠20套价值千元的术后内衣及配套义乳。

12月5日，君尚百货连续三年助力深圳国际马拉松赛，并组织160人方队参赛。赛前，君尚通过“君尚·悦跑群”协助深马有序组织赛事宣传、线上报名、统一抽签，让乐跑者有更多渠道了解赛事情况，同时也为乐跑者提供交流和交友的平台。为了给参赛者提供后勤保障，君尚召集45名“小黄帽”志愿者，设立补给区和理疗区，提供专业的能量补给及赛后理疗修复服务。

#### **（五）责任公民，共建温暖社会**

4月18日，前进天虹联合南方都市报在外广场开展了“我是小小卖报童”活动，让孩子们学会一些社交技巧，提高他们的心理承受能力和抗挫折能力。

5月4日，公司团委主办“虹蚂蚁”环保挑战赛，73名来自不同门店的环保志愿者组成10支队伍，参与环保比拼。本次环保挑战赛以定向竞速为基础，在深圳湾公园沿着日出剧场—红树林—火炬广场的路线进行20公里环保徒步。沿

途，队员们捡拾路面垃圾、宣传环保理念、倡导市民绿色出行，用行动践行绿色环保的城市理念，为深圳的天更蓝、水更清贡献自己的一份绵薄之力。

6月7日至8日（一年一度高考），厦门大西洋天虹、汇腾天虹、海沧天虹三店联合组成“天虹爱心团”，开展“助力高考，免费送清凉”活动，高考两天爱心团为考生及家长共送出5100多支纯净水。

12月30日、31日，公司联合深圳市关爱行动公益基金，分别将总价值23万元的爱心羽绒服和保暖内衣送到昼夜奋战在光明恒泰工业区救援一线的官兵手上。此外，为配合市总工会的受灾群众返乡爱心包采购计划，公明天虹主动让利销售，连夜备货打包2000多份“爱心返乡包”，并及时将物资送达指定发放地点。

2015年全年，株洲天虹配合株洲市开展“创文明城市”，将商场外墙最大广告位免费提供给株洲市城市管理和行政执法局，并自己制作并安装相关公益广告，总计宣传位制作的成本费为11750元。

## 七、缔造可持续生态环境

### （一）开发低碳环保产品

天虹超市自有品牌商品目前已开发“天优”、“菲尔芙”、“奥百思”、“天口味”4个品牌，涉及食品、日用品、生鲜三个品类近千种商品。2015年，在原有产品开发的基础上，公司对新自有品牌产品的开发更注重绿色、环保、健康的概念，推出的PSM环保系列产品都是使用PSM生物基材料，减少使用塑料颗粒，低碳环保。新开发产品菲尔芙洗衣吸色片，染色和不染色的衣物无需分类清洗，这不仅减少了使用洗衣机机洗次数，还省水省电省人力。

### （二）推进节能减排，建设绿色商场

公司在新店建设、老店改造等方面重视节能技术的研究和引入，结合公司商场的实际用能情况，加大对节能设备的投入。据统计，2015年公司节能技术投入费用约2239.75万，在所有新开门店使用LED灯具，同时推行变频中央空调，年度碳减排量为956吨标煤。公司在基础建设及经营实践中，实现经济效益、社会效益和环境效益的统一，最大限度地节约资源（节能、节地、节水、节材）、保护环境和减少污染，提供健康、适用和高效的使用空间。

### **(三) 绿色办公，履行环境责任**

公司推行减少使用独立办公室，实施开放式办公环境，增加办公面积使用率。

天虹人长期坚持低碳节能的工作方式，有效降低能源消耗，合理利用能源，养成并推行良好的绿色环保办公理念，减少对环境的污染，履行环境责任。公司实施电子化办公，降减纸张消耗：坚持推行电子化办公理念，对办公用纸采用节约使用、重复使用、循环使用的措施；针对办公区域纸能消耗较大的打印机，采取默认双面打印；提倡废纸再利用于草稿及发票粘贴。

全体总动员，节约办公用电：坚持在办公区域内全员推行节约用电，要求下班后关闭电脑主机、显示器、饮水机、打印机、电脑主机、显示器、办公室空调、照明等设备电源；办公室空调温度限制在 26 度以上；通过在办公区域内张贴节约用电小贴士，在温馨提示和潜移默化中传递、普及节约用电理念。

### **(四) 为市民表达、参与环保提供平台**

公司不仅自身履行环保职责，更积极携手社会资源，为市民表达、参与环保提供平台。

7 月，柯桥天虹联合柯桥区城市管理委员会开展禁止车窗抛物公益活动，呼吁民众自觉提升行车安全，从小养成文明习惯。

12 月 12 日，杭州影视频道与杭州天虹购物中心合作开展虎哥回收活动，该活动为解决顾客旧物的难题，上门回收旧家电、旧衣物。

9 月到 12 月，杭州天虹购物中心与杭州九贝壳公司联手合作了二手品回收，采用线上线下协作的方式，直接上门收取旧衣服。

## **八、年度主要奖项**

4 月，公司被深圳广播电影电视集团授予“最佳连锁超市”称号。

6 月，广东省连锁经营协会发布“广东连锁五十强企业”榜单，公司名列第 4 名。

9 月，在南方都市报联合中购联、奥一网共同举办的国内年度商业盛事“南都 2015 中国商业高峰论坛”上，公司被评为“深圳特区 35 周年功勋零售企业”，同时公司总经理高书林被授予“深圳特区 35 周年功勋商业人物”称号。

11 月 5 日至 7 日，在中国连锁经营协会主办的第十七届中国连锁业会议、第十

七届中国零售业博览会上，公司连摘大奖：“天虹全渠道谋变布局移动端”案例摘得“2015年度零售创新大奖”，公司获“员工最喜爱公司”称号，公司董事总经理高书林荣获“CCFA2015中国连锁年度人物”奖项，深圳常兴天虹商场总经理耿静芝、嘉兴天虹商场总经理张亚萍获得“零售业金牌店长”。

11月9日，公司被举荐参评第八届“中国管理模式杰出奖”，经过两个多月的专家调研和公众投票环节，公司凭借近年在“线上线下融合的全渠道、提供优质解决方案”方面的战略实践，尤其是公司在移动互联网产品方面的突破，如微信、微品、虹领巾等产品，为顾客、供应商创造了更大的价值，获得“中国管理模式杰出奖”。

12月，公司被深圳市经济贸易和信息化委员会授予“商务部商贸流通行业统计工作深圳市典型企业”称号。

12月，《天虹》月刊获深圳市出版业协会颁发的“2015年度深圳内刊奖牌——十优企业刊”，这是《天虹》连续六届获此殊荣。

## 九、展望 2016

2016年，公司在做好常规社会责任的基础上，将集中致力于推进如下社会责任行动：

- **提升服务体验，满足客户需求：** 公司将对全渠道的7种购物场景的顾客体验逐一针对性改进提升，包括线上用户界面平台、用户操作体验、物流配送服务等，线下顾客触点体验、店内逗留时间的愉悦度、质量和服务领先等，满足顾客个性、情感、知识等需求，创造感动和惊喜，进而提升顾客满意度。在开拓新店和调整老店的过程中，根据客户需求进一步调整规划设计、创新业态。

- **加强质量管控，持续超越：** 公司将持续深入推进ISO22000食品安全管理体系，强化和完善质量培训，保障食品安全；为促进公司新业务发展，梳理百货转型、便利店、跨境电商等质量控制流程和要求，为顾客提供更安全更可靠的商品。

- **聚焦儿童成长，放飞梦想：** 公司将秉承支持偏远地区教育、为社会献爱心的原则，用更多的渠道去关心偏远地区孩子们的学习与成长。对公司已挂牌援建“梦想飞屋”的七家小学进行持续关注，筹备瑞金贫困小学的“梦想飞屋”建设；为了让贫困山区的孩子们有更好的学习设施，将在偏远山区推行“爱心课桌椅”

项目；运用公司区域规模优势，开展“小小营业员”、“小小收银员”等活动，让山区儿童走出大山，参与社会实践活动。

• **供应链重塑，让利惠民：**公司将推进超市变革，实现超市商品结构和服务升级换代；大幅提升全球采购和生鲜直采，实现供应链适度垂直；推动大数据采集应用和小数据分享，挖掘消费者需求，实现精准供应和精准营销。

天虹商场股份有限公司

二〇一六年三月九日