

天虹数科商业股份有限公司 2020 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数科商业股份有限公司

报告时间范围：

本报告内容涵盖 2020 年 1 月 1 日-12 月 31 日天虹股份开展的社会责任相关工作

报告时间：

2021 年 3 月

预计下次报告时间：

2022 年第二季度前

目录

一. 企业情况综述	1
(一) 企业简介	1
(二) 企业组织架构图.....	2
(三) 财务概况与纳税.....	2
二. 完善法人治理，维护股东权益.....	3
(一) 公司治理	3
(二) 投资者权益保护.....	3
(三) 信息披露	4
(四) 投资者关系管理.....	5
(五) 防范风险	5
三. 快速突破智能零售创新，赋能美好生活.....	7
(一) 通过数字化优化顾客服务 提升零售效率 共建共创生态.....	7
(二) 持续通过业态升级提升实体店体验	10
(三) 大力优化供应链，为顾客提供更高性价比的优质商品	12
(四) 持续完善流程管理体系提升运营能力	13
(五) 稳定物价，保障民生.....	15
(六) 多渠道收集顾客声音，促进顾客满意	16
(七) 抗疫情，逆势而上.....	16
(八) 安全生产，保障可持续发展.....	18
(九) 伙伴携手，齐心共赢.....	18
四. 以人为本，携手员工成长.....	20
(一) 提升组织效能，拓宽员工发展空间	20
(二) 加大人才培养投入，强化创新影响力	23
(三) 平等用工	23
(四) 倾听员工声音、保障员工权益.....	25
(五) 创造活力环境，促进员工身心健康.....	26
五. 积极投身公益，回馈社会.....	27

(一) 聚力精准扶贫.....	27
(二) “梦想飞屋”携手“梦想课堂”，为山区孩子插上梦想的翅膀.....	28
(三) 抗击长江洪水.....	29
(四) 参与社区建设.....	30
(五) 关爱特殊群体.....	31
(六) 致敬城市医务人员与城市劳动者.....	31
六. 践行绿色运营，助力生态文明.....	32
(一) 节能减排.....	32
(二) 节能项目推进.....	33
(三) 绿色办公及运营.....	33
七. 年度主要奖项.....	34
八. 展望 2021.....	36
(一) 快速发展同时积极探索新的发展模式，确保稳健经营发展.....	36
(二) 继续推进三大业务战略，强化核心竞争力.....	37
(三) 组织机能升级，推进行业进步.....	37
(四) 深度精准扶贫，积极承担社会公益.....	38

前言

2020年，面对席卷全球的新冠疫情，行业遭遇了前所未有的巨大的挑战与动荡，天虹在困境面前力保自身稳健发展的同时，更加充分地肩负起助力市场与行业发展、共克时艰的时代重任。同时秉承着“源于社会，回报社会”的社会责任理念，深化社会责任实践，努力实现经济价值与社会价值、环境价值的和谐统一。

身处复杂的经营环境，天虹始终坚定信心，继续深耕“数字化、体验式、供应链”三大战略，不断给顾客带来更好的消费体验、更便利更高效的消费服务、更高性价比的优质商品。

2020年，公司治理运作规范，不断健全和完善公司法人治理结构，制定符合自身发展要求的各项治理制度，提升公司治理水平，严格防范风险，在稳步提升业绩同时努力为投资者创造更高的回报。

2020年天虹快速拓店，改变店型结构创造更多就业岗位。通过员工敬业度评价、星级员工评定、季度超额激励等举措激发员工活力；同时，构建及运行三级培训体系、构建线上教学平台，支持员工自主学习；通过创新工具，创新评比、项目推进，强化创新影响力，打造创新基因……不断提升员工满意度，让员工伴随着天虹的发展而实现个人发展，携手共创美好未来。

我们在为股东、顾客、员工等利益相关方创造价值的同时，积极响应社会诉求，投身社会公益。2020年，天虹持续贯彻落实党中央、国务院扶贫办、国务院国资委关于“精准扶贫”的精神和要求，对贵州省安顺市结对帮扶，加大帮扶资源投入，利用自身资源以及联合外部社会组织帮助安顺市的贫困县打开农产品的销售渠道进行产业扶贫、为陕西省汉中市山区的贫困小学捐建“梦想飞屋”爱心阅读室展开教育扶贫，被“深圳市扶贫协作和合作交流办公室”评为“消费扶贫爱心单位”企业。为打赢2020脱贫攻坚战，扭转贫困山村面貌，建设社会主义新农村注入了生机和活力。

践行绿色发展。我们主动承担企业在应对环境变化方面的社会责任，2020年大力推进具有节能潜力的节能项目，十三五期间均完成政府节能目标，并最终由商务部确定为“省级示范性较突出的商务部重点联系零售企业”。

在2020年全社会抗疫保增长战役中，我们勇于担当、追求共赢，疫情期间天虹超市坚持营业，做好生活物资供给保障。订货量是同期的3-5倍，高峰期10倍供货；对消杀等重点防疫用品，积极寻求进货渠道保供给，全力解决顾客需求；坚决执行政府的指导精神，疫情期间保供稳价，商品售价不高于同期。为了与供应商朋友共克时艰，我们提供支持与优惠，全年共计减免供应商租金、管理费约2.67亿；启动特殊结算流程，提前预结部分供应商货款；充分运用数

字化工具服务顾客，顾客无需到店便可选购衣食住行用的各类商品，满足顾客生活所需，重塑消费者信心……

借问瘟君欲何往，纸船明烛照天烧。2020年我们抵挡住疫情带来的冲击，2021年我们将牢记自身的责任和使命，始终站在“顾客”的立场，携手各利益相关方潜心共创，深入推进转型发展和服务升级，把握后疫情时代的机遇，直面全新挑战，发挥创新潜能，为繁荣市场经济，激发消费活力贡献一份力量，不断“创造与分享生活之美”！

一.企业情况综述

(一) 企业简介

天虹数科商业股份有限公司(原“天虹商场股份有限公司”),成立于1984年,是国有控股的上市公司,2010年上市。(股票简称:天虹股份,股票代码:002419)。

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。截至2020年12月31日,天虹在北京、广东、福建、江西、湖南、江苏、浙江、四川等8省29市开设了购物中心和综合百货98家(含加盟、管理输出7家)、超市业态门店114家(含独立超市29家)、便利店201家。

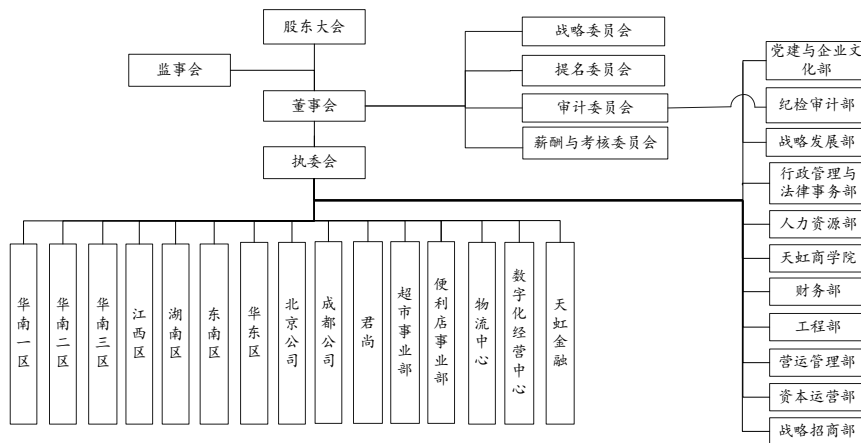
天虹在行业内率先转型,突破传统购物模式,践行数字化、体验式、供应链三大业务战略,大力发展线上线下一体化的智慧零售商业模式。天虹数字化已实现全门店、全业态、全流程覆盖,形成“到店+到家”的融合零售,并推进技术服务输出,成为科技零售的领先者;围绕家庭购物、顾客亲密和生活美学,天虹每个门店弹性定制百货、超市和体验配套的业态组合及主题设计,并不断迭代主题街区,欢乐体验项目创造生活方式体验;为了给顾客提供优质商品,天虹持续整合供应链,在全国建立众多生鲜基地,开拓了三十多个国家的直采渠道,引进全球好货。

公司目前已确立百货、超市、购物中心、便利店四大业

态线上线下融合的数字化、体验式新零售，拥有“天虹”、“君尚”、“sp@ce”、“微喔”四大品牌。天虹 APP 作为天虹数字化的统领，是天虹的会员中心、商品中心、营销中心、大数据中心和流量共享中心。

公司四大业态有平台与垂直两类业务，平台型业务主要是百货、购物中心，以联营、租赁等合作模式为主。垂直型业务主要为超市、便利店，超市主要是自营模式，便利店主要为加盟模式。

（二）企业组织架构图



备注：企业组织架构图为 2021 年 2 月公司组织架构调整后最新版。

（三）财务概况与纳税

单位：亿元

年度	2018 年	2019 年	2020 年
营业收入	191.38	193.93	118
利润总额	11.69	11.05	3.71

说明：2020 年营业收入下降主要受公司自 2020 年 1 月 1 日执行新收入准则影响，按照新收入准则口径计算，同比增长 5.20%；利润总额下降主要受新冠肺炎疫情影响。

自成立以来，天虹始终坚持依法诚信纳税，尽企业应尽的社会责任。2020年公司实现销售额近300亿，公司年度纳税额4.83亿元。

二.完善法人治理，维护股东权益

公司始终坚持有效益扩张和可持续发展的原则，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。报告期内，公司荣获深圳市公司治理研究会“2020年深圳上市公司治理十佳”、“2020年深圳上市公司绿色治理十佳”称号。

（一）公司治理

公司按照相关法律法规的规定，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，董事会下设战略委员会、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，各机构权责分明、各司其职、相互制衡、科学决策、协调运作。

2020年，公司治理运作规范，不断健全和完善公司法人治理结构，制定符合自身发展要求的各项治理制度，提升公司治理水平。公司根据相关法律法规，完成《公司章程》、《财务管理制度》的修订，为公司的规范运作与健康发展提供了良好的制度保障。

（二）投资者权益保护

公司坚持以现金分红为主的分配政策回报股东，在稳步提升业绩时努力为投资者创造更高价值。年内公司实施了2019年度利润分配方案，向全体股东每10股派发现金红利4.2元(含税)。公司自上市以来已累计现金分红金额约33.95亿元，近三年累计现金分红额占最近三年年均归属于上市公司股东的净利润的162.5%。

公司坚持规范运作、合法经营，持续提升公司治理水平，在合规披露的前提下适当进行自愿性披露，股东大会采用现场投票与网络投票相结合的方式为股东参与决策提供便利等，充分保障了公司股东尤其是中小股东的知情权、参与权和表决权等，以切实行动维护中小投资者合法权益。

此外，基于对公司业务转型前景的信心和对公司价值的高度认可，为维护公司和股东利益，增强投资者信心，公司于2021年1月启动回购公司股份，以推进公司股票市场价格与内在价值相匹配。

(三) 信息披露

公司严格按照相关法律法规及《公司信息披露事务管理制度》的规定，真实、准确、及时、公平、完整地披露公司信息，切实保障全体股东的合法权益。公司主动在定期报告中增加自愿性披露内容，使投资者更全面地、多层次地理解公司战略、经营状况以及未来发展方向。同时，公司严格执行有关内幕信息管理制度，加强对公司内幕信息的管理，按

相关规定进行内幕信息保密及内幕信息知情人登记备案等管理工作，不存在内幕交易等违法行为。

报告期内，公司共发布定期报告和临时报告 111 份。经深圳证券交易所考核，2019 年信息披露工作获得“A”评级，为公司连续第九年获得“A”评级。

（四）投资者关系管理

公司主动与投资者沟通，拓宽交流方式，增加交流频率，使投资者深入了解公司战略、业务及经营管理情况，有效获得投资者理解、认同和支持，维护了投资者和公司之间的长期信任关系。同时，公司虚心汲取投资者合理建议，积极组织探讨改进，以更好地推动公司发展，树立了公司在资本市场的良好形象。

公司共组织了 17 场现场、线上交流及门店实地调研的投资者活动，参加 3 场券商机构策略会，共接待国内外近百家机构投资者超 200 人次，有效传递了公司价值，并引导投资者正确理解公司价值。公司还通过股东大会、网上业绩说明会、深交所互动易、投资者电话、IR 邮箱等多种形式广泛与中小投资者互动交流，及时解答各项疑问。

（五）防范风险

公司高度重视风险管理，围绕公司的发展战略，建立了有效的全面风险管理及其监督评价体系，通过在公司管理的各个环节和经营过程中执行风险管理的基本流程，防范、控

制和化解公司在复杂多变的经营环境中可能发生或出现的风险与危机，保障公司战略目标的实现和公司经营的持续、稳定、健康发展。

1. 反商业贿赂

公司遵照《中华人民共和国反不正当竞争法》、《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. 预防腐败

（1）加强制度建设，定期梳理和规范业务流程，强化岗位廉洁风险防控。

（2）加强廉洁从业教育和宣传，提高员工廉洁从业意识。

（3）开展廉洁从业执行情况检查和信访举报问题线索调查，促进员工廉洁从业。

（4）加强管理干部落实廉洁从业责任制的管理与考核，促进各级管理干部落实反腐败相关工作。

3. 内部控制

2020年，公司按照《企业内部控制基本规范》及其配套指引的规定，持续健全有效的内部控制体系，评估和确定关键控制活动及控制风险，制定了应对策略，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.快速突破智能零售创新，赋能美好生活

2020年初，受到新冠疫情的影响，零售业整体遭遇寒冬。疫情下，基于良好的数字化基础，天虹快速加码在线经营，发挥好天虹 APP、小程序的平台价值，把与线下一体化的线上业务作为核心业务来发展，加速推广专柜到家，进一步优化超市到家。不断加强面向终端顾客的在线化零售运营以及面向同行/品牌商的数字化技术服务，同步推进数字化、体验式、供应链三大业务发展战略。

（一）通过数字化优化顾客服务 提升零售效率 共建共创生态

2020年，基于原有数字化能力的积累和面向市场变化不断的创新求变，天虹数字化一边连接顾客，一边连接中后台，根据顾客不同购物习惯及购物场景，线上线下相融合，借助数字化手段，赋能实体门店，逐步实现超市数字化及百货数字化，并开始赋能行业，实现价值升华。

1. 加速推进到家业务，开启线上第二增长曲线

超市到家：疫情之前，天虹超市在线经营已呈快速发展趋势，疫情下，春节期间天虹全国100家超市门店的到家销售占比比平时提升了1倍以上，部分门店达到40-50%。广东地区超市到家订单量增加近3倍，销售增长超2.5倍，很好

地保障并满足了消费者在疫情环境下的日常生活需求。基于到家需求的不断发展，天虹着手改变传统超市到家仅仅满足周边商圈 3 公里内及时消费的需求，打造立体化的超市到家：商圈周边极速达、同城次日达、严选优品全国配，以此来满足顾客不同层次的消费服务需求。1-2 小时极速达主要满足核心商圈内家庭型顾客日常所需，同城次日达满足及时性要求略低的配送，全国配业务满足年节送礼、特色商品的需求，填补了天虹超市没有覆盖到的市场空白。2020 年线上销售同比增长 283%。其中超市到家销售同比增长 1 倍。

专柜到家：2018 年底以来，基于企业微信与微信互通，通过对接企业微信和微信 300 多个接口，天虹自主研发了 100 多项百货数字化功能。2020 年初的疫情对实体零售影响巨大。通过快速推进百货专柜到家，数字化助力每一个门店、每一个品牌都实现专柜到家，让顾客足不出户，就能线上逛品牌，商品快递到家，无接触配送。尤其在疫情期间，基于百货实体门店的同城发货，很好地满足顾客的消费需求。同时，通过深化导购朋友圈、企业微信群运营、在线直播等能力的打造，让在线销售场景更为丰满而立体。2020 年，专柜到家销售同比增长 23 倍。截至目前，天虹 5 万导购链接了近千万顾客。

2. 中后台能力不断提升，实现降本增效

移动拣货：后台缩短交付流程：超市到家进一步提速。

为缓解原有拣货设备的不足，疫情期间天虹紧急开发了移动拣货 APP，不仅不限量，更为重要的是，由于流程优化、拣货更加精准高效、库存记录实时更新，手机拣货相较传统拣货方式效率提升 50%以上。目前，全国 100 多家超市均已用上了移动拣货 APP，日常有超过 5000 名员工使用（包括专门的拣货人员和在波峰时段参与拣货的其他岗位工作人员），全国日均使用拣货 APP 完成拣货 1.4 万单以上，极大地缓解了门店拣货的压力。让消费者可以更快更好地收到购买商品。

灵活用工：为解决超市人力不足，尤其存在“波峰波谷”动态化用工需求的难题，天虹开发了零售行业首个自主研发的用工系统智能用工 APP。通过计件/计时/抢单派单的用工模式，实现超市用工的“削峰平谷”，无缝连接用工需求方和劳动力供给方，实现人力资源的供需平衡。目前超市智能用工平台中，60%为小时工（没有和天虹签订劳动合同的社会闲置人力）。长期缺编的拣货、打包等岗位，自 8 月中旬上线以来，累计完成超 5000 单的到家拣货打包任务，不仅补足了到家用工需求，同时也很好地吸纳了社会闲置人力。

3. 生态共建与行业赋能，实现价值升华

生态共建：天虹重构零售平台价值，为品牌赋能。天虹在推进专柜到家的过程中，提出了“生态私域流量”的概念，很好地解决了生态模式下各种利益方的需求——当平台和

品牌商、供应商成为一个整体，共同运营顾客的时候，所创造的集合价值，远远大于任何单一品牌所创造的价值。2020年，天虹的商品销售到除港澳台外的全国各省/直辖市，部分品牌实现单日在线销售超过100万，更有兰蔻、欧莱雅、斐乐、周大福、联合利华等标杆品牌通过直播等在线活动，实现单日销售超过200万。

行业赋能：2019年，公司成立深圳市灵智数字科技有限公司（以下简称“灵智数科”）子公司。灵智数科是一家专业的全零售数字化解决方案与技术、知识服务公司，2020年，灵智数科的技术产品项目制合作和SaaS产品输出均取得突破性进展，并逐步形成数字化战略咨询顾问、成熟产品项目集成输出、知识服务培训落地的一站式企业数字化转型升级服务体系，灵智正成为实体转型的数字化全案专家。灵智数科打造包括SCRM，智慧中台，连锁门店，购物中心等核心产品线，形成具有灵智差异化价值的零售实战及全案数字化解决方案。2020年，成功签约多家KA客户，并着力打造高价值行业标杆，助力零售企业更好地转型升级，形成行业共进。

（二）持续通过业态升级提升实体店体验

2020年，天虹百货门店持续试行一楼街区化、其他楼层主题编辑化调整，极大带动整体人气；通过打造空间美学、VMD主题陈列、专柜PAD搭配推荐、培训商场搭配师/品牌搭配师，开展生活美学服务；通过亲子亲密、大客户亲密、社

群亲密、智能互动体验项目等推进顾客亲密服务；通过欢乐体验项目、欢乐文化营销、欢乐服务实现顾客愉悦体验；积极推进百货的购物中心化转型、时尚升级等方向，门店体验业态面积增大，更好的满足顾客一站式消费的需求。

购物中心持续打造畅享欢乐时光的时尚生活中心，聚焦欢乐时光与家庭生活。通过购物中心 IP 形象、欢乐营销及欢乐服务打造欢乐文化 IP，完成欢乐文化服务体系建立及推行。天虹购物中心门店打造特色主题街区、开发上百个免费欢乐项目设备及欢乐巡游等特色活动，持续打造家庭欢乐时光，积极探索“线上线下联动，欢乐营销体验”的营销模式，通过关注社会热点、分析公司系统数据、听取顾客声音、调动营销资源等方式，创新打造了多个城市首发活动，欢乐大巡游、办办桌、517 吃货节、逛吃逛吃等创新活动形式，为城市顾客增加新的购物体验，共享美好生活。

超市持续进行 3R 及明星商品打造，开发天虹独有的大师小菜便捷料理，净菜和果切实现华南市场销售第一；围绕顾客生活场景需求开展多种互动体验活动，如：红酒品鉴活动、品尝腊八粥、中秋月饼、灯笼 DIY。每月至少开展一次小小营业员活动等。

持续推广生活美学，通过组织主题编辑营销，为顾客打造静态的美学空间及春夏秋冬搭配方案，线上线下一体化提高购买吸引力；响应年轻族群潮流，拍摄原创时尚搭配视频

并在社群中推广传播，提升公司“时尚百货”核心价值；推进服饰搭配服务，为高端客户提供个性化搭配指导，以“美”为触点，提高客户黏性。

从“点、线、面、体”维度构建社区生活中心运营体系，为社区生活中心门店新店筹备及老店运营提供有力支持；引导 16 家门店进行框架项目打造，包括儿童街区、邻里广场、邻里会客厅、小 YES!街、生活+等，给社区顾客提供更好的社交、打卡、休闲场所，为门店引流转化赋能。

（三）大力优化供应链，为顾客提供更高性价比的优质商品

2020 年天虹持续推进品类管理，打造战略核心商品群，包括国内外直采、自有品牌、生鲜基地、3R 商品（Ready to Cook&Ready to Eat&Ready to Heat）等具有市场竞争力的高销售/高毛利商品。

生鲜基地 91 个，增加 21 个；2020 年新增海外合作厂家 5 个，累计实现 148 个海外厂家直接合作。新增狮王（日本口腔第一品牌）、纽麦福（新西兰奶制品第一品牌）、澳牧（进口儿童奶领导品牌）、妈咪（马来西亚第一大快消品品牌）等大品牌直采合作；自有品牌 2020 年全年新开发 SKU 数 540 个，新进入调味料、酱菜、牛奶、红酒、电动牙刷等类别，进一步强化食用油、果酒、麦片、纸巾、日化等优势品类。大力推进全国供应链整合，截至报告期末共签订全国供应商

协议 72 家。

（四）持续完善流程管理体系提升运营能力，强化服务领先、质量领先

1. 持续完善流程管理体系，提升运营能力

根据公司业务发展迭代优化业务流程，2020 年新发布流程文件 280 份。

对公司授权矩阵进行了全面梳理优化，优化后 88%的授权矩阵审批节点不超过 5 个，合计删减 653 个流程审批节点，其中串行改会审占 82%，合并删除流程分支 163 个。2020 年上线运行 10.4 万条流程，流程平均运行时间比优化前加快 3 天，效率提升 25%。

建立三级流程审核机制，全年共审核 171 个流程，发现 127 项改进空间并及时进行了改进。

2. 夯实质量工作，恪守承诺

天虹始终将“质量”放在首位，时刻审视和把关质量体系，快速地学习与变革，持续给顾客提供安全保障，致力于成为他们最为信赖的生活伙伴。

商品质量管理流程梳理。完成 ISO22000: 2018 版公司各相关部门内审员培训及公司质量体系文件差距评估工作，重新编写并发布了 100 份商品质量管理流程文件，在强化自营、联营商品管理的同时，加强了租赁商户的质量管控力度。

供应商管理。供应商管理是零售业质量管理的重点，

2020 年天虹进行供应商实地审核 217 次，确保供应链的质量可控，源头可溯。天虹不断强化对已合作供应商的管理，2020 年抽查供应商资质 4023 家，因质量问题下发供应商质量不良单 629 单、淘汰 6 家，督促其改善商品质量问题。

门店监督。2020 年疫情稍微缓解后天虹便委托第三方专业机构对所有门店进行了 387 店次覆盖检查，审核餐饮商户 1679 家；同时，天虹依然强调内部的质量自查，品类经理、质量经理每天对卖场、后厨进行覆盖检查，门店总经理按计划进行抽查，最大程度地确保商品质量安全。

商品检测。2020 年全国各区域送至专业检测机构商品检测共 5385 批次，累计投入检测费用 589 万元。

荣获的荣誉：

——天虹荣获第九届“中国食品健康七星奖一品质卓越奖”，天虹已连续 6 年荣获该奖项；

——组织打造“食品安全小卫士”活动，从孩子开始引领家庭健康生活，天虹获得“CCFA 健康消费实践优秀案例”奖；

——4 家门店获得广东省放心肉菜超市，17 家门店分别获取深圳、东莞、珠海、佛山等市级放心肉菜示范超市；

——10 家门店荣获 2020 年深圳市食品安全规范化管理示范店。

3. 持续提升服务品质，增强顾客亲密

全员推广五项服务准则提升服务品质。邀请第三方机构对全国各门点进行服务、环境审核，服务 1600+店次，环境 800+店次，覆盖岗位 20 个，检查人次 10000+人。

疫情期间，为给顾客提供更安心的消费场所，各门店每日严格按防疫要求进行清洁及消毒，对顾客及员工做好测温、发放口罩等防护工作，同时还推出一系列暖心服务，如提供免洗手消毒液、眼镜擦拭消毒湿巾、餐饮店铺提供公勺公筷、口罩密封袋等。

购物中心持续推行虹冰箱公益活动，关注外卖小哥打造专属休息区，欢乐迎宾和欢乐礼品包装服务及雨天服务、冬姜茶夏凉茶服务、梅雨季节干衣等贴心服务。

超市持续推进天虹七项品质保证，保障顾客的售后体验。2020 年，推出数字化宅送，日均使用 5000+人次。推广实施虹宝乐园、虹宝零玩站、虹宝花车游等儿童体验项目，提升家庭顾客的购物乐趣。推出“宝妈能量补给站”、提供温奶器及尿不湿等贴心服务；持续提升优化售后服务，深圳消委会会同深圳新闻网 1 月 8 日公布天虹超市在深圳超市行业消费评价指数排名第一。

百货推出租赁店铺不低于 7 天无理由退换货及专柜到家跨城跨店退换货。618 期间“无理由退换货”服务，天虹官方微博平台发布互动话题，创官微史上最高点击量 120 万。

（五）稳定物价，保障民生

严格遵守价格法律法规，遵循公开、公平、诚信的原则，制定并监督各商场严格执行公司价格规章制度，所有商品实行明码标价，杜绝价格欺诈的行为，并设立专门的监督部门进行检查并对发现的问题及时纠正解决；

目前大部分生鲜商品已经通过产地直采或者农超对接，减少中间流通环节，严格控制了商品成本，同时紧密关注市场动态，根据市场价格水平进行参考定价，重点采集民生商品的市场价格，保证民生商品整体价格水平不高于同类商场且具备一定的优势，并保证货源，稳价惠民。

（六）多渠道收集顾客声音，促进顾客满意

通过全渠道客服、神秘顾客、顾客点评、全流程体验等方式收集顾客声音，识别顾客的乐点、痛点并及时针对性改进，提升顾客体验。

2020年优化顾客满意度调研方式，摒弃传统的线下问卷调研方式，通过移动端调研平台渠道收集顾客意见，提升调研效率、扩大调研范围，促进顾客及时向天虹反馈意见。每月开展调研，已形成常态化的满意度调研机制。2020年收集8.3万份问卷，总体顾客满意度得分92.2分，各业态得分分别为百货91.5、购物中心93.7、超市92.4、便利店90.6，均处于行业中上水平。

（七）抗疫情，逆势而上

1. 保供给，稳物价，护安全

面对突如其来的新冠肺炎疫情，天虹超市坚持营业，为周边的顾客提供方便，做好生活物资供给保障。加大蔬菜肉蛋的备货，订货量是同期的 3-5 倍，高峰期按 10 倍供货；对消杀等重点防疫用品，积极寻求进货渠道保供给，全力解决顾客需求；坚决执行政府的指导精神，疫情期间不仅保供稳价，部分商品还优惠给顾客；疫情期间，现场客流减少，天虹到家线上爆单，订单量是平时 2-3 倍，天虹超市集中力量做好人员调配，完成所有的订单任务；为满足社区大量采购需求，及时推出社区接龙下单、设立社区自提点，最大限度的服务顾客。

2. 打造安全的公共环境

从疫情爆发起，天虹便着力做好每一项防疫工作。门店重点区域每小时消毒一次，如超市购物车、自助收银机按键、扶梯、直梯按键、洗手间等，其他区域每两小时一次；联系专业公司合作完成对卖场、仓库、办公区等场所全面空间消毒工作；在人员管理方面，所有员工每天上岗前均进行健康检查，体温测试，合格后才安排上岗，按要求穿着工作服、佩戴口罩；对进入商场的顾客进行体温测试，在商场入口，儿童区，餐饮区全部放置免洗消毒凝胶供顾客使用；顾客如未佩戴口罩或需要口罩将免费给顾客提供。

3. 与合作伙伴共克时艰

面对危机，天虹积极与品牌商并肩作战，共克难关，及

时出台对商户租金减免的方案，全年共计减免供应商租金、管理费约 2.67 亿；为了配合生鲜农产品供应商正常供货及资金周转，天虹启动特殊结算流程，提前预结部分供应商货款；为兑现承诺，在国家法定节假日延长情况下，天虹积极调动资源、克服困难按原定时间支付供应商结算货款。

（八）安全生产，保障可持续发展

2020 年，天虹持续完善安全管理体系，强化风险管控和隐患排查治理。全年梳理安全管理体系文件 33 个，其中新增 13 个，修订 20 个；完成对所有区域、事业部和城市公司的安全生产标准化审核；在华南一区、江西区设立了独立安全管理机构；在华南二区、华南三区、超市事业部和物流中心分别配置了专职安全管理人员；在君尚、便利店事业部和商学院等明确了兼职安全管理人员；完成了两个创新项目《天虹目视化安全管理建设》和《安全管理信息平台》的阶段性目标；完成 20 家十年以上老店设施设备专项安全检查和封问题隐患的治理；组织各单位全面辨识安全风险，梳理出《安全风险清单》，分别明确管控策略。建立《安全隐患台账》制度；组织区域安全主任及以上人员国家注册安全工程师培训和考试 22 人，全员安全教育约 5 万人次，覆盖率 100%。

（九）伙伴携手，齐心共赢

天虹致力于实现与各方伙伴的共存共荣，通过体系化的

管理及专业化的支持，汇聚伙伴智慧，构建“命运共同体”和“责任价值链”，携手合作伙伴共同成长，贡献行业发展。

2020年天虹通过供应商结算共享中心，建立了服务于全国供应商的“结算对账、服务咨询、投诉处理”流程和机制；通过数字化建设，进一步提升了供应商在线自主对账及结算系统处理能力；通过全国供应商结算业务整合，解决了同一供应商多区域经营多头对账的难题，提高了公司与供应商双方的工作效率，降低了彼此的运营成本；通过结算系统升级，成功实现供应商T+N灵活结算，保障了供应商资金快速回笼；通过合同一体化和合同电子化的流程改造，提升了供应商合同流转时效并降低流转成本。供应商结算共享中心的成立，为建立公平、公正、透明的供应商合作关系，兑现“健康合作&开放共赢”的合作主旨进一步打下了坚实的基础。

2020年，天虹金融主要围绕零售领域供应链金融与个人信贷两大领域展开业务，主要切实解决中小微零售生态圈企业的融资难题，为天虹股份的合作伙伴提供融资服务，助力彼此的业务发展，实现共赢。同时，也为集团的员工解决个人或家庭资金短缺的需求。

1. 截至2020年12月31日，累计放贷金额超38亿元；2020年当年累计放贷金额超7.8亿元，2020年累计服务中小微供应商客户约270家、个人信贷约60户。

2. 为贯彻落实政府与监督部门关于金融支持防控疫情

精神，2020 年天虹金融先后发布多次支持政策：对于受疫情影响经营暂时困难的供应商适当延期还款，不盲目抽贷、断贷、压贷，并适度减免期间的利息费用；自主下调部分产品的贷款利率。竭力做到与供应商共克时艰，携手前行，2020 年因金融支持防控疫情政策而减免利息费用累计约 100 万元、因自主下调利率而相应少向贷款户收取的金额累计约 200 万元。

四.以人为本，携手员工成长

天虹将员工发展作为企业基业长青的先决条件，为每一位员工提供广阔的发展平台、构建畅通的职业发展通道、提供多层次多元化的培训资源，让员工在与天虹携手同行的道路上，尽情施展才能，实现事业理想。

（一）提升组织效能，拓宽员工发展空间

1、优化人才结构，加速人才储备与发展

加大本科管培生的引进与保留，以满足公司快速拓店对人才的诉求，提高本科学历员工占比，专业技术岗位及管理岗位员工本科及以上占比达 43%；深入开展大中专校企合作，优化一线员工学历结构。通过以上举措完善“内部造血”机制，保证高质量团队供给。

聚焦关键岗位，通过人才盘点，全面立体评估梯队，输出内部人才池及梯队地图，持续评估与优化人才培养机制，推动人才发展，保障关键干部岗位的充足供给。2020 年年度

提升高级及以上人员 260 人，并根据个体的学历、经历、能力长短板识别，有针对性的匹配培养路径，如轮岗、开新店等，推动员工快速成长。

2、优化营业员星级评定体系

2020 年持续优化营业员星级评定体系，进一步横向拓宽参与评定的岗位，由 2019 年公司 12 个直接面对顾客的岗位扩充至一线 16 个岗位，新增文员、洗车员、录入员、验货员 4 个岗位，使得更多员工参与评定；进一步梳理各星级员工的职责与任职标准，使得选拔与晋升的标准更加规范，有迹可循；进一步强化各星级优秀员工最佳实践案例宣传，让优秀员工带动更多员工迈向优秀。

从员工个人价值层面，营业员星级评定拓宽了营业员的发展空间，给优秀的基层员工提供纵向的发展通道，从而激励越来越多的基层员工走向优秀，走向专业；从组织价值层面看，全公司根据工作标准及任职资格进行选拔与筛选，树立了全公司标杆与榜样，促进公司整体服务水平提升与顾客满意度提升。

3、申报并成为“深圳市第一批企业职业技能等级认定资格”的企业

根据《人力资源和社会保障部办公厅关于开展职业技能等级认定试点工作通知》和《关于深圳市开展企业职业技能等级认定工作的通知》等文件的最新政策，符合条件的企业

可以申请参与“企业职业技能等级认定”的评审备案。公司以“营业员星级评定”为雏形，积极参与了深圳市第一批企业职业技能等级认定评审，经过材料初审、专家评审、实地考察、复审，历时2个月顺利通过备案。

公司营业员、理货员、收银员三个工种的员工，通过公司内部营业员星级评定出的等级，可直接对应国家职业技能等级，并核发职业技能等级证书，职业等级信息将统一获得国家职业资格证书。进一步强化员工在公司任职后的价值创造。

4、疫情期间始终坚持保民生、促就业、稳收入、不裁员，并积极推进灵活用工，提供更多就业机会

作为保障民生供应的行业，疫情期间天虹超市和便利店持续营业。疫情高峰期，员工复工率达97%，因疫情原因不能返岗的员工天虹正常发薪。为了保障门店经营的有序开展，党员、干部带头冲上一线，助力到家业务；公司第一时间对奋战一线的基层员工发放慰问补贴近800万。

同时，天虹积极响应国家“六稳六保”精神，在保障内部自营员工合法权益的同时，大力探索共享与灵活用工模式。积极联合餐饮、酒店共享用工，保障民生、解决就业；并通过自主研发的“灵活用工系统”在全国上百家超市的启用，实现了内外部人力资源的有效整合与调配，链接了注册用户超万人，为灵活就业提供更多机会。

（二）加大人才培养投入，强化创新影响力

在公司培养人才工作中，将培训工作深入到业务中，开展组织学习项目 12 个班，从梯队人才培养到专题培训，涉及中高层 459 人，梯队人员 663 人，关键岗位 2939 人；累计培训时长达到 133.5 课时，学员满意度得分为 4.83 分。新开发课程 66 门。为公司快速发展培养合格的储备人次，年度职工教育经费支出达到 347 万元。

天虹商学院承接人才培养及创新孵化工作。2020 年，受疫情影响，加快对线上培训平台的应用和推广，结合政府推动适岗培训工作，全年平台新上线 466 门，截止 12 月，平台共上线 806 门课。全年共组织平台开展 120+ 以上直播，学习总人数达到 1.8 万人，总时长约为 36 万小时，人均学习时长为 2.54 小时，人员覆盖率达到 97%。

强化创新影响力，通过创新工具，创新评比、项目推进等，共收集微创新项目 348 个，同比增长 202%，创造历年数量最多；另职能、业务协同开展 5 个专项，72 个最佳实践，多平台多渠道扩大影响力。管理创新项目 36 个，在管理创新项目中共获得 10 个集团奖项。创造收益同比增长 78.56%。

（三）平等用工

2020 年，天虹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。截至报告期末，天虹建立

正式合同劳动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。截至报告期末，公司共招录用残疾人员 126 人，积极承担应尽的社会责任。

截至报告期末，天虹进驻区域（或城市）解决当地人口就业，在全国雇佣人口的总数，各区域雇佣人口分布比例如下：

区域	当地雇用员工比例	外派人员比例	当地就业人口数
华南地区	99.60%	0.40%	10196
华中地区	98.82%	1.18%	4588
东南地区	99.23%	0.77%	1162
华东地区	98.60%	1.40%	785
北京地区	99.15%	0.85%	355
成都地区	98.60%	1.40%	143

公司员工性别构成如下：

性别	人数	占员工总数比例
男性	6380	37.03%
女性	10849	62.97%

合计	17229	100.00%
----	-------	---------

公司员工年龄构成如下：

年龄	人数	占员工总数比例
41 岁以上	5093	29.56%
31-40 岁	6652	38.61%
30 岁以下	5484	31.83%
合计	17229	100.00%

备注：1) 统计人数不含兼职工、临时工；2) 统计地区为天虹内部划分的区域。

（四）倾听员工声音、保障员工权益

公司工会定期组织召开职代会/工代会，让员工充分行使民主权利、参与公司管理，并持续组织开展一系列员工关爱活动，为员工及其家属提供保障和力所能及的帮助，持续营造有特色的企业文化氛围。

2020年3月采用线上会签形式召开职代会/工代会，审议通过了关于《工会经费管理规定》和《天虹商场股份有限公司企业年金方案》的修订。12月中旬召开职代会/工代会，与会代表听取了公司董事总经理关于2020年度公司经营工作的报告，审议通过了《员工奖惩管理规范》、《薪酬福利管理制度》和《企业年金方案》的修订内容，并听取了公司工会2020年度工作情况的汇报。

重视员工心声，积极组织高层领导与基层员工直接对

话，听取员工意见/建议，切实解决员工困难。2020 年度内共开展 3 次员工线上交流会，累计已开展 8 期交流会，共计 570 位员工代表参会，提出 450 余个问题/建议，相关领导及板块负责人均已在会上回复并在会后推进解决落实，全方位提升员工满意度和归属感。

春节新冠疫情期间，公司工会向 4737 名坚守一线的员工发放了专项慰问金，总金额达 228 万元；在春节、端午、中秋等法定节假日，公司工会均发放慰问品，在员工生日、生育、生病住院、退休、直系亲属离世等特殊时间节点都依据《工会经费管理规定》标准进行慰问；上下半年分别向分工会发放一次活动费，支持分工会开展文体活动；全年累计协助 15 位因本人或家庭成员重大疾病导致贫困的员工申请中航国际爱心基金，合计救助金额达 21 万元；协助 33 名员工申请深圳市总工会 1000 元母婴爱心津贴，合计 3.3 万元；合计申请到来自广东省总工会、深圳市总工会 15 万元的爱心妈妈小屋建设经费奖励。此外，全年还开展多起异业合作为员工带来学车、租房、酒店订房优惠、心理辅导及 PR 视频剪辑课程资源等。

（五）创造活力环境，促进员工身心健康

开放、平等、愉悦的工作环境是构建和谐职场的重要内容，天虹珍视每一位员工，努力创造积极向上的集体氛围，促进员工身心健康。

2020年，因疫情防控需要，公司取消了原计划开展的部分线下聚集性集体活动，以线上线下融合的方式创新开展各类文体活动，如：“世界地球日”低碳打卡活动，“虹人运动日记”运动比拼，五四“青春好 YOUNG”短视频大赛，六一“晒出虹孩儿”云晒娃活动，“SPECIAL PERSON”员工才艺大赛抖音赛，“我和我的祖国、我和我的家乡”摄影大赛，“印象 2020”主题图文征集，“中航国际”云上运动会等活动，增添职工业余生活的乐趣，营造良好的企业文化氛围。

五.积极投身公益，回馈社会

（一）聚力精准扶贫

天虹高度重视扶贫工作，成立扶贫工作领导小组，每年制定扶贫销售目标，将扶贫工作列入重要议事日程，定期召开会议研究部署落实扶贫工作，每年多次深入扶贫产地了解产地情况及困难，并进行产地种植、销售扶贫工作指导，确保扶贫工作高标准实施，扶贫目标高质量完成。

集团扶贫 2 省 5 县中，天虹 2017 年-2020 年直接采购扶贫县商品销售金额 377 万元。其中直接采购普定县扶贫农产品金额 24.7 万元，关岭县扶贫农产品采购金额 128.9 万元，紫云县扶贫农产品采购金额 3.4 万，陕西汉中西乡县扶贫农产品采购金额 2 万。

赣州天虹响应政府号召，扶贫助农赣州本地农户企业——赣州本地阳埠脐橙：商户上线本地化平台 20 天内左右共

计产生 579 笔订单，销售共计 1 万余斤脐橙，累计销售 4.83 万销售额，发往全国数十个省份地区，远至新疆、东北辽宁等地。

（二）“梦想飞屋”携手“梦想课堂”，为山区孩子插上梦想的翅膀

2020 年，天虹“梦想飞屋”阅览室分别在陕西省西乡县两河口镇黎家庙小学、西乡县高川镇庙坪小学落地，这两所学校都在陕西省西乡县，是陕西省重度经济欠发达，教育资源贫乏的贫困地区。

今年的“梦想飞屋”项目启动初期，就得到了天虹全国共计近百家顾客和天虹员工的热情参与。在项目启动初期，天虹呼吁顾客朋友，特别是家庭型顾客，带领孩子一起参与到关注山区孩子教育的公益活动中来，让孩子感受付出关怀和爱，捐出自己的图书给到山里孩子。在这次爱心助学活动中，除了天虹统一采购的 1000 多本童书外，顾客和天虹员工也为山区孩子捐献了一些图书和文具。除此之外，天虹更为每间阅览室装置了电脑、投影等多媒体教学工具，以及彩色的桌椅、窗帘等，为孩子们打造了色彩明亮、温馨的阅读学习空间。“梦想飞屋”公益活动自 2013 年启动以来，已累计在 17 所贫困地区小学捐建图书阅览室，捐赠图书、课桌椅、电教工具、学习用品等，已成为天虹的品牌性公益项目，随着全国脱贫攻坚战全面胜利，“梦想飞屋”也将从 2021 年

开始探索新模式，更好地响应国家政策号召。

宜春天虹购物中心走进宜春市南庙镇梅花小学“梦想飞屋”，为在校学生送上阅读书本、篮球、羽毛球、乒乓球、文具套盒及第三届“天虹杯”迷你马拉松公益金。梦想飞屋”为孩子们带去知识的分享，深受孩子们的喜爱。

（三）抗击长江洪水

2020年7月，长江中下游流域遭遇特大洪水，沿岸地区军民纷纷投身抗洪抢险的工作当中，江西作为此次洪水主要受灾地区之一，天虹江西区也积极为抗洪抢险贡献自己的力量。

2020年7月15日，天虹公益志愿组到达新建区联圩镇二十四联圩管理局，与在前线抗洪的新建区委副书记盛炜，共同将价值近30万元的赈灾物资装车，送给受灾群众和救援官兵抗灾。

2020年8月14日奥体天虹为前线抗洪救灾捐献物资，送至昌东政府，由政府统一捐，物资含矿泉水42箱、手撕面包30箱。

因进贤地区受洪灾波及，多处乡镇受洪灾危害，进贤天虹助力进贤县三里乡抗洪救灾工作，为抗洪人员提供抗洪救灾物资纯净水100箱、方便面15箱、面包40箱。

共青天虹党支部成立党员突击队。在党员的号召下，入党积极分子、各分部管理人员纷纷申请要到防洪第一线。防

洪期间，商场派人上提巡查共 60 人次，24 小时不间断巡查，保证了巡查段没有出现大的险情。

（四）参与社区建设

作为企业市民，天虹将回馈所在社区作为应尽的责任，发挥企业所长及资源优势，持续开展公益志愿活动、宣传环保公益、人道援助等，分享经营成果，共同参与社区建设，助力实现美好生活。

华南一区社区深耕，幸福邻里：各门店设置邻里广场，创建小区社群，定期开展邻里日、邻里节、承办儿童生日趴、相亲会等活动，持续联合外部商户提供丰富的便民活动，与周边社区亲密互动，增进邻里亲密。

南昌象湖天虹携手南昌市八月湖街道办联合开展“志愿我先行，文明再出发”主题新时代文明实践演出，象湖周边 18 个社区+南昌县文广艺术团组合节目打造，18 个社区通知居民到场，南昌市电视台、南昌县电视台进行转播，倡导“做文明南昌人，创文明南昌城”志愿主义活动。

杭州购物中心联合五福社区、四季青街道、区总工会等组织联合开展环保、垃圾分类、公勺公筷相关的营销宣传活动，提高市民的环保意识；同时在特殊的日子给特殊的群体开展送温暖的活动。

苏州相城天虹购物中心与元和高新区党政办公室、总工会、社会事业局、团工委共同为即将开学的学生代表开展开

学第一课主题课程，宣讲内容主要结合开学季返校安全、卫生防疫和个人学习状态进行讲解。

（五）关爱特殊群体

南昌丽景天虹为响应国家“地摊经济”的号召，丽景天虹根据社区门店特色在暑期开展亲子夜市活动；以夜市摆摊的形式，和南昌小蜜蜂志工协会、南昌慈善义工协会联合开展红谷滩最温暖的“亲子爱心公益夜市”。通过爱心义卖的方式筹集资金，助力困境学子圆求学梦；本次爱心义卖共筹集到资金约 2.2 万元，现场发放了 12 名学生学费，圆了孩子们的求学梦。

2020 年 6 月深圳龙华天虹购物中心开展紫金孩子：应龙华团区委、紫金团县委的邀请，为龙华区对口帮扶地区紫金的孩子开展以“寻找更好的自己”为主题的线上心理课程。

2020 年 11 月-12 月，东莞虎门天虹连续 4 周联合虎门镇妇联、白玉兰家庭服务小组开展“让爱流动”亲密关系探索活动，引导探索家庭亲密关系，帮助女性维护家庭关系。

（六）致敬城市医务人员与城市劳动者

2020 年 3-5 月，华南一区、二区主导开展深圳“献礼最美逆行者”活动，致敬援驰湖北医护人员，尊享天虹铂金卡会员权益；东莞虎门天虹为参与湖北抗疫的医护人员提供了到店免费吃饭、观影、拍写真等福利活动。

2020 年 3-12 月，深圳、东莞、杭州、南昌、北京等城

市的天虹门店设置爱心小站，为疫情期防疫抗疫和服务社会的一线劳动人员（医护人员、义工、快递小哥、警察同志、环卫工人和外卖小哥等）提供饮用水、爱心早餐、节日礼物等，感谢疫情期间他们对城市的辛苦付出。

江西区门店在五一劳动节对城市环卫工人赠送物资（大米、食用油等），中高考期间在考点外摆放爱心助考加油点，配备文具、矿泉水、防暑药品等助力考生应战考试；八一建军节为城管大队、交警大队、消防大队赠送抗暑物资（矿泉水/凉茶等）。

厦门天虹门店走进社区关爱孤寡老人，与老人一起玩套圈、炸爆米花，并提供免费护理皮鞋衣物、清理眼镜等便民服务。

北京天虹门店开展走进社区活动，为社区志愿者、孤寡老人派送大米，活动共送出大米 1300 份。

六.践行绿色运营，助力生态文明

天虹始终心怀对自然的敬畏之心，在运营的各个环节持续开展更有力的绿色行动，同时，积极影响和带动各利益相关方共同解决环境问题，为建设绿色、清洁、可持续的美好生活贡献力量。

（一）节能减排

节能评审及认证：2020 年完成 2019 年度能耗目标自查与市级“双控”评审。我司十三五期间均完成政府节能目标，

并最终由商务部确定我司为省级示范性较突出的商务部重点联系零售企业；

2020 完成能源管理体系认证第二年年审：天虹在节能减排工作中注重能源管理体系的完善和提升，于 2018 年取得能源管理体系认证，于 2019 年 9 月完成能源管理体系认证证书第一年年审，2020 年 10 月完成能源管理体系认证证书第二年年审；

能源审计：能效定额考核是天虹商场能源管理的重要组成部分之一。天虹坚持科学合理、鼓励先进、能源合理利用的原则，实施能耗对标定额管理。每个季度进行公司能源审计，考核并检查门店实际耗能水平与预先确定的定额差距，评价门店节能降耗工作的成绩。定额完成的好坏与物质奖励挂钩，实际能源消耗低于用能配额，公司对其予以奖励，对管理不善、耗能过高、超过定额的门店实行经济制裁，调动被考核门店员工节能的积极性。

（二）节能项目推进

十三五期间完成多家门店综合节能改造：海沧天虹、福州王庄天虹，坂田天虹、宝安购物中心等，其中，今年成功申请深圳市住建局颁发的坂田天虹公共建筑节能提升示范项目、公共建筑宝安购物中心节能提升示范项目，共计获得补贴 178 万元。

（三）绿色办公及运营

在日常工作中，天虹积极倡导“绿色办公”，鼓励员工树立绿色低碳环保健康生活理念，养成爱护环境、勤俭节约、物尽其用、减少废弃的文明习惯。

实施办公用品领用制度，提倡修旧利废，避免浪费；尽量使用投影仪等电子设备的无纸化办公、无纸化会议，降低会议成本；充分发挥内部局域网、QA 办公系统等作用，把相关文件、材料上传到共享文件夹中，实现无纸化传输和信息的及时公布；做到办公场所无人时不开空调、不开灯，杜绝“长明灯”“白昼灯”等现象；计算机、复印机等其他电子办公设备不用时要设置睡眠状态或关机；引导员工在下班时将各种用电设备拔下电源插头；在办公室及会议室禁止吸烟，可以在指定的地方吸烟，健康文明工作；为净化室内空气，办公室里放置多盆绿色植物。

各单位也基于工作，在流程及功能上进行“绿色”创新，如：2019 年天虹金融创新推出了零售供结算单贷款，主要产品逻辑是零售供应商凭据在核心企业的未付款结算账单，通过各系统平台数据接口，全流程在线申请资格、额度测算、在线审批、在线签署电子合同等操作，最后通过借款人无需操作银行还款。此依托多平台和系统交互，实现无纸化、自助完成、自动测算、闭环还款功能等创新。

七.年度主要奖项

2020 年 4 月，天虹股份入选第十一届中国人才发展菁英

奖，被“培训杂志”授予“创新成长奖”称号。

2020年6月，天虹股份被“中国连锁经营协会”评为“2019年中国连锁百强”企业。

2020年7月，天虹股份被“上海市商业经济学会、WRE World Retail Elite”授予2020年度“最佳零售数字化转型与创新奖”称号。

2020年9月，天虹股份被“第一财经、艺康集团”评为“第九届中国食品健康七星奖”企业。

2020年9月，天虹股份被“广东省连锁经营协会”评为“2019年度广东连锁50强”企业，并授予“2020广东商业社会责任突出贡献奖”称号。

2020年10月，天虹微喔被“广东便利店发展研讨会”评为“2019年度广东连锁便利店价值品牌榜TOP30”企业。

2020年10月，天虹股份被“HR Tech China”授予“2020数字人力资源科技奖（企业奖）”和“2020年度中国人力资源科技创新奖（企业实践奖）”称号。

2020年10月，天虹股份被“哈佛商业评论”评为拉姆·查兰管理实践奖的“抗疫行动奖”和“优秀奖”企业。

（注：抗疫行动奖获奖案例-疫情下加速推进专柜到家业务，获奖人-高书林；优秀奖获奖案例-实施以提升组织能力为目标的人力资源管理，获奖人-徐楠）

2020年11月，天虹股份被“中国连锁经营协会”评为

“2020 年度 CCFA 零售创新优秀案例”和“CCFA 健康消费实践优秀案例”企业。

2020 年 11 月，天虹股份被“深圳市深圳标准促进会”评为“2020 年度优秀‘圳品’销售企业”。

2020 年 11 月，天虹股份蝉联三年“深圳上市公司治理十佳”，并被评为“深圳上市公司 TOP10 绿色治理”企业。

2020 年 12 月，天虹微喔被“广东省连锁经营协会、广东广播电视台珠江经济台”评为“2020 年度广东连锁品牌投资价值 100 强”企业。

2020 年 12 月，天虹股份被“深圳市扶贫协作和合作交流办公室”评为“消费扶贫爱心单位”企业。

2020 年 12 月，天虹股份被“深圳特区报”评为“2020 年度深圳大消费 二十大贡献力品牌”企业。

八.展望 2021

（一）快速发展同时积极探索新的发展模式，确保稳健经营发展

2021 年，天虹将继续加快拓展步伐，主要业态将在华南、华中、华东、东南等天虹的优势区域进一步夯实基础，并伺机拓展华北、西北等新区域，重点拓展购物中心和超市门店，大力发展便利店加盟店。通过布局全国市场，促进当地经济的发展，创造更多的就业机会；促进当地的商贸物流、生产制造等产业的发展，提升税收收入，为各区域的经济增长提

供动力；进一步加快公司数字化能力建设，适应并引领智慧零售时代的到来。天虹将积极应对后疫情时代的机遇与挑战，在低速增长的宏观环境下做好经营规划与管控，确保企业的稳健经营和员工的就业，承担繁荣市场环境、复苏消费信心、助力经济社会发展的时代重任。

（二）继续推进三大业务战略，强化核心竞争力

2021年，天虹将继续深入推进“数字化、体验式、供应链”三大业务战略，实现零售升级，为顾客带来智慧零售、愉悦体验、品质消费。

利用全国领先的零售数字化技术研发与运营能力，将门店转型为智能化门店，为本地顾客提供到店体验购买与到家销售服务，通过数字化平台实现跨区域、跨业态的网络化协同；沉淀数据资产，锤炼数字化技术能力，向供应链与同行输出先进的零售数字化技术服务，走向科技零售公司。

天虹将运用品类管理思想升级零售与消费体验的内容，不断迭代主题街区/馆，创新打造场景零售，顺应消费升级。同时天虹将致力于打造品质更好、价格更低、速度更快的优质供应链，加大对全球采购网、生鲜直采基地、打造自有品牌及3R商品等方面的投入与建设，整合全国供应链，全流程质量管控，为顾客严选国内外优质商品、满足顾客健康快速便利的生活需求。

（三）组织机能升级，推进行业进步

2021年，天虹将继续通过数字化技术提升组织的智能化程度，打造高效低碳的智慧企业；持续提升内部管理能力，培养员工数字化能力，推行“智慧用工”，将员工的能力和现代化管理水平相互结合，从而让企业能够适应时代快速发展的步伐，为维护社会生活必需品的供给提供保障，更推动行业的进步。

（四）深度精准扶贫，积极承担社会公益

天虹将充分发挥自身行业与平台优势，深化与结对帮扶地区的精准扶贫工作，不断挖掘有当地特色的农产品进行产业扶贫，在扶贫农产品采购的基础上，为贫困地区输入先进的种植、养殖、加工、包装、仓储、物流等技术，提升当地农业生产与商超对接的能力，从“授人以鱼”到“授人以渔”；继续落地“梦想飞屋”阅读室及“梦想课堂”教育扶贫工作，帮助当地改善教学与生活设施条件，尝试将零售行业从业技能培训带入当地职业技术学校中，通过网络课程、直播教学等方式培养零售业从业者，增加其求职就业机会。

同时公司也将把应急救援、公益、环保、等社会责任工作纳入到各部门、业务单位的日常工作中，发挥企业的资源优势和社会影响力，支持公共事业、鼓励志愿活动、倡导公益生活。

天虹数科商业股份有限公司

二〇二一年三月十一日