

天虹商场股份有限公司 2017 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 2017 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:

2018 年 3 月

预计下次报告时间:

2019 年第二季度前

前言

践行企业社会责任,我们一直在路上。2017 年,天虹不仅大步突破创新,升级传统百货业态,打造智慧零售的超便捷体验,还积极参与地方扶贫、持续贯彻执行残疾人安置、联手公益组织共同举办活动、承接政府与社区公益活动等,实现了经济效益和社会效益同步发展。

天虹始终将“商品质量”视为企业的生命线,时刻警觉地审视自身,不断深化食品安全管理体系。在 2017 年 6 月 30 日,天虹荣获“中国食品健康七星奖——品质卓越奖”,这是天虹第三次获此殊荣。

2017 年 7 月,湖南连续暴雨导致洪水决堤,天虹华中区迅速组织抗洪赈灾队伍,在 48 小时内集结了 85 吨物资送往灾害现场,为保障受灾群众的基本生活贡献力量。同月,天虹华中区为余干县乌泥村进行莲藕爱心代售,卖出共计 18 吨滞销莲藕,解决了当地农户的燃眉之急。11 月,天虹华南区 32 家门店开展“旧衣捐赠”活动,并将物资捐赠灾区;2017 年 12 月,天虹收购 2.5 万千克鲟鱼,助力湖北省通山县解决水产品滞销问题等。

天虹深知企业的成功必根植于社会、服务于社会、回报于社会。2018 年是天虹新一轮厚积薄发的开始之年,在开拓创新的同时,天虹也将继续热心公益、反哺社会,以自己的实际行动践行社会主义核心价值观。社会责任,永远是

天虹不可分割的内在基因。

一、企业情况综述

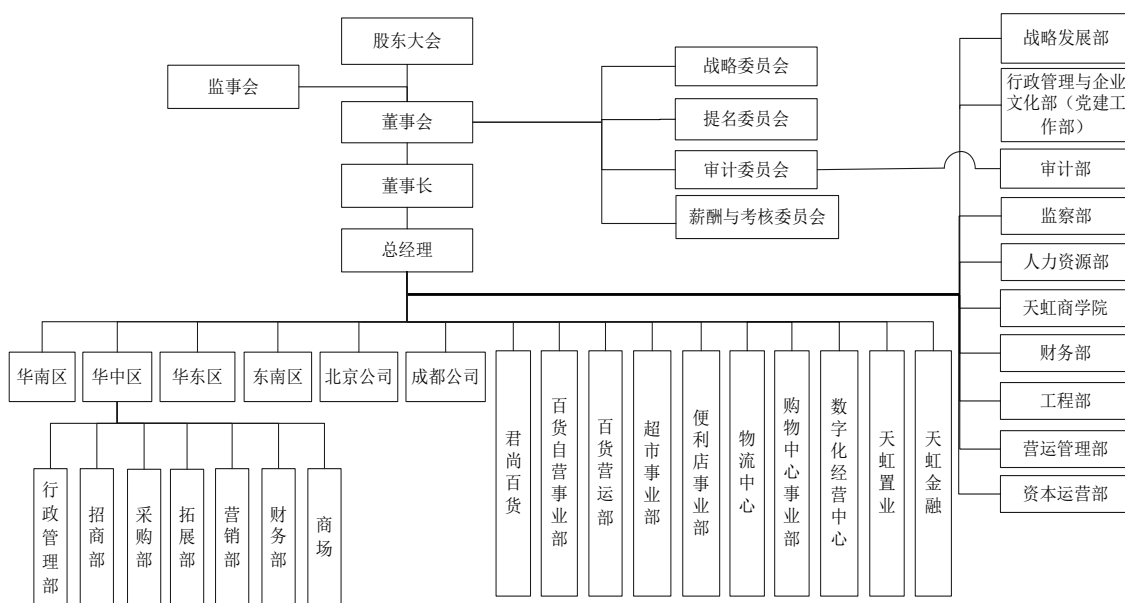
（一）企业简介 天虹商场股份有限公司（股票简称：天虹股份，股票代码：002419）是中外合资的连锁零售企业，其控股股东是中国航空工业集团下属的中国航空技术深圳有限公司。

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。天虹坚持为城市中产消费者提供品质生活服务，根据目标顾客不同消费场景下的需求，以百货店、大型购物中心、超市、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、Sp@ce、微喔四大零售品牌。截至 2017 年 12 月，天虹在北京、广东、福建、江西、湖南、江苏、浙江、四川等 8 省 21 市开设了 67 家综合百货、2 家独立超市、7 家购物中心、148 家便利店。

天虹在行业内率先突破传统购物模式，通过官方 APP“虹领巾”形成线上线下融合的数字化、智能化新型零售。并与商品供应商、地产开发商、周边商家、零售同行开展灵活多样的战略合作，创新发展共生体。

天虹将始终坚持“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）企业组织架构图



（三）财务概况与纳税

单位：万元

年度	2015 年	2016 年	2017 年
销售额	2,459,246	2,515,060	2,648,196
营业收入	1,739,606	1,727,296	1,853,628
利润总额	167,103	71,529	93,126

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。2017年，公司年度纳税额 5.22 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）公司治理 1. 规范、健全的公司治理结构

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。

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。

2. 规范、透明的信息披露

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》积极主动履行信息披露义务，通过《证券时报》和深圳证券交易所指定网站巨潮资讯网披露公司信息，保证及时、准确、真实、完整、公平地披露信息。公司不断加强

信息披露内部控制，设立信息披露委员会，由董事长、总经理、副总经理（含财务负责人）及董事会秘书担任委员，构建以投资者需求为导向的信息披露体系，提高公司信息披露质量。

2017年，经深圳证券交易所考核，公司2016年信息披露工作获得“A”评级，公司已连续六年获得“A”评级。

（二）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，不断了解投资者需求，组织各类交流活动，参加各大机构举办的策略会，并通过深交所互动易平台、电话、邮箱等沟通渠道，积极与投资者及潜在投资者建立良好的互动关系。

2017年，公司接待投资者来访192人次，举办1次网上业绩说明会、4次股东大会，回复深交所互动易平台投资者提问111条。基金、证券公司等投资者通过股东大会、实地调研、来电咨询等方式关注公司的经营业绩、发展现状与未来规划等情况。公司管理层给予充分重视，认真、平等对待每一位投资者，与投资者进行深入、有效的沟通与交流，获得绝大多数投资者的高度认同。同时，公司管理层主动走访投资者，参加不同机构组织的策略会共7场，与投资者深度交流公司战略、经营情况、业务发展等内容，解答投资者疑虑，接受投资者建议。

（三）维护股东权益 公司制定了《股东回报规划》，建立对投资者持续、稳定、科学的回报机制，重视对投资者的合理投资回报，积极开展现金分红。2017年，公司拟向全体股东以2017年末公司总股本800,200,000股为基数，向全体股东每10股派发现金4.5元（含税），本次利润分配合计360,090,000.00元；同时以资本公积金向全体股东每10股转增5股，转增后，公司总股本由800,200,000股增加至1,200,300,000股。本次权益分配事宜需经公司股东大会审议通过后实施。

公司近三年利润分配情况：

分红年度	分红金额（万元）	净利润（万元）	比率
2016年	28,807	52,411	54.96%

2015 年	44,011	120,841	36.42%
2014 年	26,624	53,842	49.45%

（四）防范风险 公司高度重视风险管理，围绕公司的发展战略对风险进行识别、分析、评价，制定和实施了防控措施，建立了有效的全面风险管理及其监督评价体系，在经营过程中防范、控制和化解可能发生或出现的经营风险与危机，保障公司战略目标的实现和经营的持续健康发展。

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从业责任书。
- （2）开展廉洁教育宣传和警示教育。
- （3）开展业务操作流程检查，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。

3. 内部控制

公司按照《企业内部控制基本规范》及其配套指引的规定，建立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；报告期内，公司已建立了完善的法人治理结构，并及时进行内部控制体系的补充和完善；现行的内部控制制度较为完整、合理和健全有效，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、领跑零售升级，让城市生活更美好

（一）业态创新，领跑零售升级 2017 年，天虹持续进行零售业态创新，推动零售行业的变革和发展。

1. 百货业态持续转型创新

持续进行业态转型和创新，通过增加体验业态、主题编辑向购物中心化转型，百货开始呈现不同的形态。2017 年，天虹百货业态根据更精准的顾客细分，新开了天虹 CC.Mall，定位于面对年轻家庭的有主题的多彩城市乐园，以及重新升级后亮相的深南天虹，定位于为 80 后年轻力量女性量身定制时尚。通过打造新产品，天虹提升了品牌的影响力，受到行业认可。

2. 超市业态提升供应链效率，创新体验业态

超市通过持续发展自有品牌、源头采购、海外直采等方式，深入供应链源头，提升供应链掌控能力。在不断深度挖掘顾客需求的基础上，超市提供质量安全可溯源的优质商品；增加水果鲜切、加工烹饪、“三无”退货等个性服务，手机自助买单、智慧停车等数字化服务，为居民提供生活解决方案。

2017 年 1 月 21 日，天虹在国内首创的都会生活超市品牌——sp@ce 正式于天虹深南店华丽亮相。sp@ce 将超市和餐饮紧密结合，根据顾客的生活方式需求，打造了“都会生活空间”；12 月 22 日，天虹 sp@ce 首家独立超市在深圳市宝安区石岩宏发世纪城开业，这是天虹超市首次在天虹自有百货和购物中心以外的商业物业开店。

3. 便利店多店型规模化发展

2017 年 8 月 8 日，Well Go 首家无人值守便利店开业，成为深圳首家无人值守便利店，在零售业奠定了无人技术行业的基础。10 月 8 日在 1.0 版本上升级至 2.0 版本对购物流程、消费体验等多方面进行了升级迭代，“无感购物的体验”让人惊艳。

至此，天虹的便利店业态共开发出微喔便利店、微喔生活店、无人值守便利店三种店型，并形成 100 多家店的规模。

（二）数字化赋能实体零售，提升购物效率

1. 开发多项数字化功能并有效快速落地运用

在 2016 年产品的基础上，2017 年对已有的 O2O 业务进行了多层次的迭代优化，包括超市数字化的“天虹到家”、“手机自助买单”、“超市优惠营销系统”、“跨境电商体验店”等，百货数字化的“数字化专柜”、“专柜自收银”、“专柜优惠营销系统”等，营销数字化的“优惠券系统”、“全渠道会员系统”、“购物卡在线支付系统”、“大数据精准营销”等，服务数字化的

“智慧停车”、“全渠道客服”、“虹领巾 WIFI”等均完成了多次的更新迭代，让顾客使用功能更加友好方便的同时，提升了运营效率；同时新开发了多项产品业务，包括积分支付、无人便利店、小程序、拍小票积分等，链接了超市、百货、购物中心和便利店各业态的业务。基于移动互联网技术，连接、重构和再造优化各类实体业务，既为实体业务带来体验升级和效率的提升，也在这过程中聚集线下流量，为在线销售做自然导流，形成一个良性循环的生态圈。

2. 商品迭代升级，精细化运营能力大幅提升

新业务探索迭代：海淘业务进入 2.0 时代，在保税+实体新零售政策推进下，全国首家创新体验店—全球 in 选于 2017 年 8 月 4 日在后海天虹落地，开在家门口的全球好物集合馆，为顾客提供了更丰富的品质好物、更便捷的购物体验；

数字化专柜方面，2017 年共实现数字化专柜合作供应商 37 家，完成全年引进挑战值，覆盖线下 512 个专柜（深圳区）。

精细化运营能力提升：将传统的 1.0 价格营销与 2.0 内容营销相结合，筛选出既有口碑又有高性价比的真正爆款好物；另外更针对虹领巾女性顾客占比约 80%的特征，打造更符合女性消费心理的 app 内容主题编辑模式，打造以“逛”为核心的主题编辑模式；通过细分顾客标签实现精准化推送以及内容主题推荐，提升转化率；并结合数据做销售，运用背后的数据支持来更新活动、主推爆款等。

（三）体验升级，满足不同消费需求，让购物更愉悦 百货：2017 年度，天虹围绕精准定位，通过商品、服务、营销、环境的升级，实现传统百货向“新天虹、新零售、新体验”的转型。

开发并运用精准定位技术助力门店锁定目标顾客，针对其生活方式进行深入研究。围绕顾客生活方式，百货实施不同程度的主题编辑，从而满足顾客在不同场景下的购物需求，如深南天虹的旅行馆，将箱包、水壶、收纳化妆包、护颈枕、卡包、充电宝、耳机、转换器等旅行需要用到的商品，在同一区域空间进行编辑展示，满足顾客在旅行场景中的需求；家居馆则将洗护用品、厨房用品、家居床品、皮具定制、书房用品等进行整体编辑，通过场景化的陈列让

顾客更加能够身临其境的体验家居生活场景。

运用流线型的动线和适度软装，通过基础编辑（女装带动女杂）、非基础编辑（品类集合馆、特色集合馆、市集等）、情景任务编辑打破传统百货品牌独立设柜的方式，采取统装、半统装设计和临时任务编辑，打破品类和品牌之间的限制，快速解决顾客任务。让卖场形成从视觉到内容上的差异化，提升顾客购物体验 and 效率。如深南天虹鞋履馆将众多知名品牌收纳其中，打通专门的购鞋区域，可满足顾客多样化试穿需求，体验高效的购物感受。

超市：2017 年，天虹超市业态深化变革，打造新零售时代下智能化、体验式的生活超市，全面满足了用户消费升级、服务升级、使用升级的一站式需求。

消费升级。为迎合顾客生活方式和生活节奏的变化，天虹超市把 2R 商品 (Ready to eat—即食、Ready to cook—加工半成品) 发展成重要类别。

服务升级。2017 年天虹不断完善超市售后服务，在新店、升级店中开辟了便民服务区，为顾客提供免费纸箱打包、饮水机、制冰机、微波加热等服务功能项目。还开展了《客诉急速处理》及《天虹水果不好吃“三无退货”》的售后方案，顾客对购买商品不满意，商品价值 500 元以内 7 天内无条件退换货（烟、酒除外），顾客对水果不满意可以“无实物，无小票，无理由”门槛退货，为顾客免去后顾之忧。

使用升级。天虹到家，是天虹超市业态“新零售”转型的重要举措，依托实体超市商品资源，通过互联网完成渠道融合，为顾客提供线上线下无缝链接的购物体验，消除实体门店时空的购买壁垒；手机自助买单的推广和应用，一方面大幅降低顾客买单排队的时长，为顾客带来全新的购物体验，另一方面将有效推动天虹会员数字化进程，更精准地与顾客进行营销互动，为顾客提供更加便捷、周到的服务。

购物中心：2017 年，购物中心围绕着“畅享欢乐时光的生活中心”的核心定位，聚焦于生活和欢乐两方面，品类要务求丰富，主要包括生活零售、儿童成长、吃喝玩乐、便利生活四大板块。

儿童成长方面打造的畅享欢乐时光的亲子主题街区——Kids Republic，结合零售与儿童教育、娱乐、餐饮等诸多体验项目于一体，使之成为成为儿童家与学校之外的第三成长空间（如 5 月 24 日开街的宝购英伦小镇及 12 月 29 日

开业的相城埃及小镇）；便利生活方面引入美容美发、培训教育、健身等诸多生活类商户，自主打造生活+，提供完整的解决方案，高效、集中解决顾客针头线脑的日常所需（如维修、洗衣改衣、美发、家政等）；举办生活课堂，为顾客提供生活小知识，解决生活中的小困扰（如生活美学小课堂、儿童课堂等）。为顾客提供更有品质保证、更集中便利的生活服务区，让生活更美好。

欢乐时光主题则自行打造具有标志性意义、贯穿全场的欢乐项目，使整个购物中心成为一个整体的室内乐园，力争极大地增加消费者到店频率以及停留时间，营造整体的欢乐体验（如新沙、相城室内魔性大滑梯；新沙娱乐休闲天台——天空之城；夜景风景线——相城灯光广场）。

便利店：2017 年度天虹便利店的体验升级，通过多元化、年轻化、智能化发展服务项目的创新，为本土便利店行业增值服务树立标杆。

引进彩票及彩票自助售卖机项目，该项目引进为便利店连锁行业首次进驻并打破彩票行业垄断；偏向年轻化的苹果卡预售项目，紧跟国内游戏市场发展，解决年轻客群的个人信息安全；引进腾讯与联通推出的腾讯王卡项目，使便利店服务项目增加了互联网元素……这些项目的引进旨在为顾客提供智能化的便利，给顾客传递温暖。

同时，2017 年是天虹便利店数字化业务的元年，通过广泛搭建各种平台，为便利店开展线上业务打下了坚实的基础：搭建泛外卖平台饿了么、美团外卖等，拓宽了便利店的线上销售渠道、外宣渠道。

（四）供应链升级，为顾客提供品质更优、价格更低、速度更快的商品

1. 百货供应链

2017年，天虹百货自营品牌Rain&Co.、Rain&Color、Rain&Home，在掌握顾客需求和商品数据的基础上，持续聚焦供应链上游，优化产品结构，精准定位采买商品；并逐步完善VIP体系。如Rain&Co.分析高端女装销售商品数据，联合品牌设计师开发贴合目标顾客的爆款服装产品；Rain&Color已实现针对天虹顾客需求，结合潮流趋势，自行设计开发服装配饰商品样板；Rain&Home为天虹家庭顾客提供了居家方案的搭配，汇集国内外知名的生活类品牌产品，联合品

牌生产商，用产品与健康引导新的生活。为行业内百货自营实践出突破口；同时为顾客提供更有性价比的商品体系。

同时，天虹品牌代理业务发挥规模化快速复制优势，成为全国知名的深圳区域代理商，并依托多维度代理模式发展，有效益扩张。代理国内潮流女装 KBNE、新兴休闲女装苑草壹，实现该品牌在华南区首家代理引进。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，并为顾客提供超性价比的个性服饰更多选择；代理西班牙品牌 SPRINGFIELD 并成为该品牌在全国的代理商，缩短供应链环节，为顾客创造更多物美价廉的优质商品。

2. 超市供应链

2017 年 8 月，为了更好的打造天虹特有的优势供应链，天虹重新定义了以国际直采、自有品牌、基地直采（生鲜）为主、具备自主定价能力的战略核心商品群，计划到 2022 年，SKU 数达 3500 个，截止到 2017 年 12 月 31 日，SKU 数达 896（目标 800）。

全球直采，打造面向全球的供应链体系：为了让顾客享受到更多、品质更好、价格更实惠的世界级好商品，天虹通过“源头采购”和“战略合作”打造领先的面向全球的供应链体系。目前，已初步搭建东南亚、日韩、欧洲、美洲、澳洲五大区域直采网络；尤其在冷冻水产方面引进了国际直采品种越南永环巴沙鱼；泰国 GSI 黑虎虾、白虾；恒兴银鳕、真鳕、北极鳕、罗非鱼片、多春鱼等优势单品；截止到 2017 年 12 月底在销单品 186 个。

整体提升生鲜直采商品比例：2017 年实现全国性供应链 14 个，新开发基地 22 个，生鲜整体直采商品销售占比达到 75%。水果品类持续开发源采基地和最优产区的商品，缩短供应链，源采商品销售占比达到 92%；蔬菜品类开发近郊惠州最大供港种植基地——合利农场及水培菜基地，目前订单种植原农残高危大单品，具备行业竞争优势与进价优势；畜肉淘汰一家猪肉 C 级供应商，引进两家牛肉供应商（内蒙古、新疆天莱香有机牛肉）；水产品类引进了阳江永兴供港基地（亨得利）、湖北洪湖小龙虾直采基地等。

加速自有品牌发展，启动生鲜品类商品：2017 年天虹自有品牌继续践行“在全国范围内寻找最优产地最优产品”：山东花生、山东花生油、吉林木耳、长白山红松子、宁夏枸杞、云南中华蜂蜜、吐鲁番葡萄干等等，开发商品 150 个，天优品牌以好吃、好看又不贵的亲民形象，一点一点的在建立其影响

力，培养了不少忠实粉丝。2017 年度还重新启动生鲜自有品牌天口味，天口味苹果、梨、每日鲜蔬菜、每日鲜猪肉、冷冻水产品等，以天口味霜降烟台苹果为代表，建立了天口味烟台红富士基地，并全程可以监控苹果基地的种植情况，做到全程追溯，为顾客提供安全放心的商品。

3. 便利店供应链

便利店商品差异化供应链基于便利店“便捷、品质、健康、温暖”的核心定位来构建。

2017 年，天虹便利店根据商务、商业、社区、学校、交通枢纽不同类型店，极大丰富便利性商品，如颈枕、国际通用转换插头、基础消毒应急包、家居小五金、电子产品配件，最新、有趣、好玩的文创类商品等；不断引进好吃有品质的地标性鲜食小吃，满足顾客的一日三餐。2017 年达成了跟知名餐饮或知名餐饮的源头供应链的合作，实现了深圳知名品牌红荔村、成都知名品牌棒棒鸡、香港知名品牌稻香集团、香港美心的合作，商品丰富了红荔村肠粉/意粉/粥、棒棒鸡冷锅串串/低温零食、万好包点、金城包点、西贝源头供应商凉皮/肉夹馍；同时，还打造健康日配商品组合，如做一顿简单的饭所需要的基本快熟商品豆制品、鸡蛋、冷藏面制品快熟商品、面点引进包点、水饺、儿童面制品，实现了万好、金城广式茶点、避风塘餐饮商品等。

（五）构建新服务体系，创造新的服务能力 2017 年，天虹在夯实基础服务的基础上不断创新，为顾客打造更加暖心的服务体验——搭建了服务评价体系，实现了顾客对体验到的服务进行点评的目标，真正让顾客的声音敦促我们进步；同时，天虹升级了礼品包装服务，让生活再增加一点小确幸、贴心暖茶服务的推出，让顾客在天虹的每时每刻都舒心自在……此外，天虹超市更推出贴近顾客的消费服务 2R 项目（即 ready to cook and ready to eat）、水果切配及三无退货等服务为顾客提供更加专业的服务和无忧的售后，天虹一步一步实现口碑服务的全面推广。

1. 构建新的服务管理体系

顾客评价：开发顾客即时服务评价系统，全年收集顾客评价声音 642.4 万单，其中差评 1.11 万，针对顾客反馈的问题进行原因分析及整改，帮助供应商提升员工服务，为顾客提供更好的服务体验。

全渠道客服：全年服务顾客 360312 次，为顾客解疑答惑，顾客评价中非常满意度 85.82，获得顾客表扬单 108 单，一次性解决率 90%，服务全程数字化，对门店服务和 BBC 商户服务进行有效监督和数字化结果输出，整体服务满意度提升近 20%。在线客服实现 10 秒以内接入，快速响应。建立服务信息共享平台和知识库，双十一高峰期间，人效整体提升 30%。业务涵盖便利店、购物中心、百货店、超市、线上平台、BBC 商户等各业态。

2. 打造新的服务体验

智慧停车：上线门店 36 家，顾客绑定车牌可自动识别车牌、自动缴费，全年共 400 万单使用了该功能，停车缴费方便快捷。

智慧收银：全国门店上线专柜 PAD 收银，专柜上线率 94%，百货销售客单占比 88.5%，全国超市上线手机自助买单，销售占比 14.25%，58 家门店上线自助收银机 237 台，大大减少顾客排队买单的等待时间，带给顾客便利。

3. 培养新的服务能力

专业服务：在全国百货门店推行有仪式感的礼品包装服务，取得较好的顾客口碑；全国百货门店推行大客户服务，全年共维护 2850 名大客户。

消费服务：超市事业部重点推行水果切配及三无退货服务，顾客无需到店就能进行退货处理，让顾客购物无后顾之忧。

（六）坚定落实基于风险评估的天虹食品安全管理体系，守护顾客餐桌

2017 年天虹持续加大对食品安全的投入，与专业机构合作建立了食品快检实验室，对蔬菜、水产品等高风险商品进行验收前的农残、药残检测；同时，天虹持续扩大 ISO22000 体系认证门店，各天虹定期举办食品安全月活动，开放后厨、现场商品检测等活动，接受消费者监督……天虹始终坚持质量领先战略，为消费者守住从农田到餐桌的最后一环，确保舌尖上的安全。

1. 夯实质量基础

天虹在全国范围持续提高第三方门店质量审核标准，增加了审核时对产品的抽样检测，不仅关注过程的每一个细节，也注重提供给顾客的产品结果。2017 年天虹委托第三方权威机构 SGS 共检查门店 210 次。与此同时，天虹强调内部的质量自查，除了每天对超市进行覆盖检查，我们还检查餐厅后厨达

25550 次，最大范围的确保顾客的餐桌安全。

在 2017 年，天虹与专业检测机构合作建立生鲜食品快检实验室，可检测果蔬、水产品以及养殖运输用水的农药、兽药残留，每日检测量超过 200 批次；累计全年快检 50613 批次。此外其他商品持续增加送检频率和数量，全年送至专业检测机构共 5707 批次，累计投入检测 560 万元，拒收不合格商品 5744 个批次 13 万件，下架退货不合格商品 3283 个批次。

2. 持续推行ISO22000食品安全管理体系

2017 年公司持续推行 ISO22000 食品安全管理体系，新增新沙、三环、公明三店进行 ISO22000 食品安全管理体系认证，并于 12 月顺利通过了 SGS（通标标准技术服务有限公司）进行的体系认证现场审核。

3. 强化消费者监督和体验

天虹在餐饮商户中大力推行明厨亮灶，每年开放天虹超市后厨，每日商品检测信息在天虹官网、虹领巾上公示，接受社会监督；每年开放“食品安全讲堂”进行食品安全知识宣传教育，门店设置体验厨房增强顾客参与体验，持续开展消费者监督和体验活动。2017 年天虹累计组织商品质量顾客活动 642 次，直接参与人数 4322 人次。

2017 年，天虹再次荣获第六届中国食品健康七星奖“品质卓越奖”。天虹始终坚持质量领先战略，仍将持续完善和执行商品质量管理体系，更开放的与更多专业机构合作，持续向消费者传递健康的商品质量理念，始终向顾客提供安全、高品质的商品。

（七）稳定物价，保障民生 天虹严格遵守法律法规，遵循公开、公平、诚信的原则，规范各岗位价格行为，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。

紧密关注市场动态，确保商品价格水平不高于市场，重点关注民生商品价格，升级供应链，大部分生鲜商品已完成直采或者农超对接，减少中间流通环节，控制商品成本，提供给顾客性价比最高的商品。同时为了传递给顾客已为您比价请放心购物的良好价格形象，天虹向顾客承诺价格高于同类商场则双倍奉还差价，由顾客共同参与监督价格。东莞门店更是承接政府《稳价惠民》工程设立平价商品专区，菜、米、油、肉等三十多个品种定价低于市场价 5%-15%

销售，并保证货源，稳价惠民。

（八）携手合作伙伴，开拓共赢平台

2017 年基于天虹的战略、商业模式发生转变，整个共生体也发生了变化：虹领巾定位于移动生活消费者服务平台，通过连接实体百货、购物中心、超市、微喔便利店等实体门店，与技术公司、新兴品牌商、服务商等周边生活商户合作，构成数字化多业态平台。

百货、购物中心通过与设计师、买手团队、制造商合作，提升商品能力；通过与餐饮、休闲娱乐、教育培训等体验业态公司合作，提升体验；通过与服务、设计公司合作，提升为顾客的专业服务能力。

超市通过与种植户、养殖户、加工厂、体验业态等新型供应商合作，抓住核心商品资源，构建天虹的供应链能力。

便利店通过与外部技术供应、新型供应商合作，推出无人便利店产品。

2. 轻资产输出，助力合作伙伴发展

2017 年，天虹与国内领导性地产商展开更深入、多元的合作，灵活组合购物中心、百货、超市、便利店等业态，综合运用合作开发、租赁、加盟、管理输出、联合经营等多种合作模式，为地产商提供更多元的解决方案，与合作伙伴实现强强联手、优势互补。

2017 年 7 月 6 日，天虹商场股份有限公司与碧桂园签署战略合作框架协议，就碧桂园在上海、江苏地区的物业内开设天虹股份下属之品牌结成战略合作，双方未来将在商业开发、管理、运营等多个方面展开深度合作；12 月 15 日，天虹与深圳市中集产城发展集团签约，以“顾问服务”模式就扬州中集文昌商业中心项目进行合作，天虹将凭借丰富且专业的零售管理及运营经验，为该项目输出商业定位、提供招商咨询及建立管理制度体系等服务，此外，天虹还将对项目的营销推广提供专业指导意见，并对相关团队提供培训服务。

3. 供应链金融服务，解决中小微等弱势群体融资难

天虹金融业务围绕供应链金融与员工金融两大主题开展，切实解决了中小微等弱势群体融资难的问题。2017 年 6 月 22 日，天虹金融与前海电商供应链管理有限公司（e 码头）签署协议，双方将在前海跨境电商供应链领域合作开展融资服务，帮助跨境电商企业解决融资难题。

天虹金融业务与天虹主业的供应链战略呼应，真正形成了招商、护商、助

商的共赢态势，也为公司稳定员工团队助力。截止 2017 年底，天虹金融共计为近 200 名企业客户，提供了超过 11 亿元规模的短期贷款，沉淀余额近 3.5 亿；共计为 100 多名员工，提供了超过 2000 万规模的短期贷款，沉淀余额近 800 万。

4. 改进流程、技术，提升供应商效率

天虹物流中心在生鲜商品配送方面推广循环使用标准周转筐进行商品分拣配送作业，改变供应商原来多单品共用一次性纸箱配送再投入人工进行二次分拣的作业模式；降低供应商在一次性纸箱上的长期投入，同时实现一筐一单品配送降低商品损耗、提高商品分拣效率及分拣准确性；项目实施后供应商送货商品分拣效率提升了 19.7%、配送装载率提升 10%。

物流中心在常温商品配送方面推广越库配送作业（供应商直送多门店转集中送仓后再统一配送到门店），2017 年全年完成 1089 个直上柜商品转入仓集中验收配送，供应商由原来需多门店多次配送改变为仅需单次入仓配送即可完成商品越库配送大幅降低供应商配送成本，同时通过集中验收提高公司整体验收效率、使得门店验货组人员平均减少 1.5 人/店。

四、以人为本，搭建员工发展平台

（一）动力机制全覆盖 2017 年推进薪酬体系改革，简化薪酬结构，对标市场，实现为业绩与能力付薪。推进 KPI 考核与 OKR 考核并举，注重长短期结合与新老业务的考核差异化。

为了让核心层级员工与企业成为风险共担、利益共享的命运共同体，充分调动中高层管理人员和核心业务及技术骨干的积极性、创造性，2017 年公司推行了主要管理人员及业务骨干的市场化股票增持计划。未来公司将根据有关法律法规的规定，结合公司实际情况，适时推进限制性股票激励。

为了让创造价值的员工参与价值分享，公司全面推行门店超额利润分享机制，通过超额利润分享与奖金二次分配，激励高业绩高潜力员工。2017 年公司在超额利润分享机制的基础上，在门店试行划小品类单元小组，以品类经营为小组，共同制定目标与分配机制，与每一位员工共创共享。

（二）拓宽职业通道 2017 年，天虹通过校园招聘引进了 416 名大学生，

储备未来发展的人才种子。公司结合大学生自身实际制定了完善的人才发展通道机制，实施前后台轮岗发展计划，多方面多维度发展大学生能力，为稳步推进人才成长通道建设打牢基础。在转正考核之后，关注大学生心态变化，针对性安排前辈答疑会与线上专家分享。

推进华南区商场架构扁平化，公司拓宽经营线条品类经理职级，将品类经理职级由 4 级拓宽为 4-7 级，强化经营管理的角色认知，完善职位绩效考核体系，加大考核力度，建立并形成完善的动态管理、能上能下的良性运行机制。

公司实施关键岗位高潜人才轮岗机制，加速人才储备与供给，优化人员结构，为业务快速扩张提供有竞争力的人才队伍，支持公司战略发展。

（三）人才培养 梯队人才培养项目制定相应培训的主题，不同层级的培训

围绕管理思维与专业运营设计课程，强化运营管理。在人才培养项目中加强场景化学习，配合业务部门在培训班嵌入业务重点，如助理总经理后备班中以“全渠道专柜打造”为题设计学习项目，学员结合学习进行讨论，制定推广方案，在门店进行创新性实践，真正实现从“知道”到“做到”，更好地理解业务。

培训项目采用闭环的学习圈运营，除理论课程外，还会安排教练辅导、在岗实习、挑战性任务，个人能力提升计划等，通过多种学习手段、多样化的培养方式提升储备人才培养的有效性。如商学院在分部经理班后备班中以小组为单位团队策划业务创新，小组成员通过头脑风暴，识别业务痛点，创新性的提出解决方案，并以项目汇报的形式验证，提高学员的创新能力。

完善大学生培养机制，帮助大学生快速且稳健的成长。在第一阶段邀请公司高管讲授公司战略、业务发展及自身的职业成长，让新进大学生迅速融入公司文化与转变角色；在现场实习阶段，不断推送适宜的专业课提升大学生技能，密切关注大学生的考核结果，及时进行辅导。17 年增加 11 门专业课程，共 26 门。在转正考核之后，关注大学生心态变化，针对性安排前辈答疑会与线上专家分享。

（四）营造创新氛围、挖掘创新能力 天虹商学院创新中心于 3 月启动

了“第四届天虹创新大赛”，以“微创新”为重点收集方向，并完善创新月赛的评审制度，建立了相对固定的月赛评审班底，增加会审讨论机制，以确保获奖创新点子的含金量。全年共举办 7

次月赛，截止 12 月 25 日，共挖掘已落地实施的创新项目 108 个。与此同时，新增了专项创新赛，共征集数字化有效创新点子 16 个。所征集的创新项目涉及了商场经营、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提供了新的灵感和突破口。公司积极参加中航国际集团微创新大赛，全年共投稿 25 个项目，获月度钻石奖 2 个，金奖 2 个，银奖 5 个。在中航国际第三届微创新总决赛上，天虹获优秀组织奖、创新市集奖以及两个一等奖。

（五）平等用工 2017 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 2016 年底，天虹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 95 人，积极承担应尽的社会责任。

截至 12 月底，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	当地就业人口数
华南区	99.54%	8662
东南区	99.53%	1266
华东区	99.39%	816
华中区	98.36%	3775
北京公司	98.59%	419
成都公司	98.95%	189

公司员工性别构成如下：

性别	人数	占员工总数比例
男性	5303	34.78%
女性	9946	65.22%

合计	15249	100%
----	-------	------

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	3327	21.81%
31-40 岁	6047	39.66%
30 岁以下	5875	38.53%
合计	15249	100%

备注：统计人数不含兼职工、临时工

五、和谐劳动关系

（一）以人为本，保障员工权益 为推进企业民主管理，进一步保障了职工的基本权益，天虹在 2017 年召开了职工代表大会，审议通过了《员工奖惩管理规范》、《公司市场化股票增持计划管理办法》。并一致同意将《天虹商场股份有限公司职工代表大会议事规则》更改为《天虹商场股份有限公司职工代表大会制度》。

（二）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。

2017 年，对于身患重大疾病的 12 位职工，深圳、北京、成都、厦门及苏州等地工会及时给每人特殊困难补助 2000 元，工会还通过中航爱心基金会爱心救助快车给予每人 5000 元救济，并为 2 位治疗费用较大、家庭特别困难的职工争取到救助金 125000 元。

此外，工会为 2 名困难职工子女成功争取到市总工会金秋助学补助金 7500 元；为 7 名困难职工争取到市总工会元旦春节慰问金 21000 元；在湖南发生重大水灾后，为 13 名家住湖南的职工及时向中航爱心基金会申请到爱心救助金 65000 元。

（三）关注员工职业健康 关爱员工身体健康方面，天虹每年组织职工进行体检，以加强员工对健康管理问题的重视，及时

发现并治疗病症。2017年,天虹共组织1140名40岁以上职工参加了年度体检,组织1211名已婚育龄女职工进行了妇科检查。在关心女职工方面,天虹部分商场及天虹大厦在2017年新增爱心妈妈小屋11个,为女职工哺乳提供方便。

为关爱职工心理健康,公司工会邀请深圳总工会讲师团,巡回16个商场(点)进行了《幸福心理》《舞动治疗》、《情绪与压力》、《情商管理在沟通中的应用》、《人际沟通》等培训,参训人数近千人。

此外,为丰富职工业余文体生活,天虹先后组织了职工趣味运动会、职工羽毛球争霸赛、职工篮球争霸赛、职工才艺大赛、职工棋牌争霸赛等。

(四) 提升员工福利 自2013年起,天虹为符合深圳政府“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,截止至2017年12月公司已为938人成功申报住房补贴;公司申请了深圳市公共租赁住房152套,按照深圳市住建局的相关要求将住房分配给符合条件的171名员工承租,公司内建立了公共租赁住房的日常轮候库进行日常轮候;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。截至2017年底,深圳已有4029名员工参加企业年金计划。

六、积极投身公益,回馈社会

肩负社会责任、践行企业公民理念,天虹多年来一直积极响应国家政策号召,用实实在在的行动做公益,如助学、捐赠、社区服务、环保行动……不仅助力解决弱势群体的困难,更提供了多样的平台,让社会大众能够共同参与公益事业。

(一) 爱心扶贫,挖掘特色商品 为响应航空工业集团号召,对接国家级贫困县湖北房县的精准扶贫,天虹团队通过实地考察,选择了将当地特色产品——房县黄芽杆引入天虹超市销售,使地方特色产品走出大山。房县黄芽杆于2017年8月份进入深圳市场,2017年12月份进入北京市场;

2017年7月,余干县乌泥村党支部委员种藕大户吴国才贷款百万带领贫困户种藕脱贫,结果面临200多万斤藕滞销的困境,天虹华中区协助余干县乌泥村

进行莲藕爱心代售。共计卖出 18 吨爱心莲藕，解决了当地农户的滞销问题；2017 年 9 月 8 日，天虹超市采购和营销团队前往贵州偏远山区贫困村水井村进行实地考察，为贫困村的莲藕打开销路。通过短短一个星期的努力，采购团队快速引入商品，截止 2018 年 1 月 22 日，爱心莲藕共售出 27 万元。此外，天虹还配合航空工业集团开展莲藕团购工作，为集团配送共计 53660 千克莲藕，团购金额达 40.78 万元；

12 月份，湖北通山市因实行环境整治，导致大量鲢鱼滞销，渔民万般无奈，向社会各界苦求销路。为帮助渔民解决困扰，同时支持国家环保事业，天虹进行通山鲢鱼爱心善卖活动，售卖鲢鱼共计 2.5 万千克，助力当地渔民解决问题。

（二）积极捐助，温暖地方 2017 年 6 月 9 日，“援疆关爱行动爱心物资发车仪式”在天虹华南区物流配送中心举行，天虹作为物资主要捐赠方，发送了 6000 份的爱心物资，包括课桌椅、体育器材、服装、床上用品、生活用品等；

2017 年 7 月，湖南暴雨导致“洪水穿洲”，隶属于长沙的宁乡市交通瘫痪，26 个乡镇，逾 50 万人受灾。天虹迅速行动，将共计 85 吨的救灾物资，包括矿泉水、八宝粥、方便面、消毒液、蜡烛、蚊香等连夜装车，48 小时到达宁乡救援民众；

2017 年 8 月 23 日，台风“天鸽”在珠海金湾区沿海地区登陆，珠海大面积停电，珠海天虹也毫无征兆地陷入一片黑暗中，当时超市内部仍有一百多名顾客，包含老人和孕妇。考虑到天气炎热等问题，珠海超市管理员立即为顾客提供充足的水、食品和小扇子。由于对恶劣天气预计不足，许多顾客家中停水停电，且没有提前准备食物和饮用水，而周边市场、商店都已停止营业，珠海片区总潘瑞章立即决定在门口“摆摊”，为顾客提供基本所需，一起度过这场天灾。丰富的食物和较低的价格让顾客抢购一空，很多顾客对珠海超市此举赞不绝口。翌日，珠海天虹立即召集志愿者团队，深入各个受灾严重的街道和社区中，帮助清理被台风连根拔起的大树和被摧毁的建筑残骸。25 日，珠海天虹超市熟食专柜开启“抗灾人员免费餐”公益活动，为抗灾清障劳动人员提供 300 份炒粉面、500 个面包、500 份糖水以及不限量的快餐、煎饼果子和咖啡。26 日，珠海天虹建立义工小组，迅速筹集了 500 箱矿泉水、50 箱沙琪玛、500 组

面包以及爱心快餐送往 24 个社区站点，为那些还原美丽珠海的辛劳的环卫、交警、武警、志愿者等一线工作人员提供补给。

（三）携手公益组织，共建爱心社会

2017 年 1 月腊八节，绍兴杭州柯桥天虹联合狮子会在天虹外广场派粥祈福；

2017 年 2 月，华东区天虹联合苏州小动物保护协会开展现场义卖、捐助等活动；

2017 年 3 月 25 日-26 日，北京宣武天虹商场联合北京仁爱慈善机构共同举办了旧衣捐赠活动；

2017 年 5 月，新沙天虹购物中心联合义工联虹冰箱，将爱心餐派发给流浪者；

2017 年 7 月 8 日，新沙天虹购物中心联合义工联举行留守儿童活动，捐赠书包等物资给到留守儿童，并邀请留守儿童现场观影。

2017 年 7 月起，杭州天虹购物中心与杭州滴水公益共同举办了滴水公益彩虹学堂、乐善小铺项目启动、给山区孩子的艺术课堂以及 99 公益日活动 4 场大型公益活动；

2017 年 6 月 3 日娄底天虹携手蒲公英幼儿园走进社会福利院，为福利院的孩子和职工们送去月饼、水果等爱心物资；10 月 28 日，娄底天虹亲子园 30 组亲子走进社会福利院，和老人们一起包饺子，吃饺子，为老人们送去节日祝福；

2017 年 8 月是君尚 3019 的公益月，君尚 3019 联合深圳关爱基金会举办了爱心油画、爱心义卖等多场公益活动，对塔克拉玛干沙漠爱心变绿洲公益项目进行公益支持。2 场体验式公益活动募集资金全额捐献至“爱心变绿洲，塔克拉玛干沙漠”公益项目；

北京新奥天虹 2017 年与亿天使公益组织联合举办如公益卖报、生日会、职场体验、家庭徒步等多场活动，为公益活动免费提供场地；

2017 年 12 月 6 日，后海天虹协同狮子会，开展“爱无声”助残帮扶活动，被授予狮子会 2017-2018 年度爱心企业。

2017 年 12 月 9 日新沙天虹购物中心联合爱心社举办冬季公益接力跑，50 组家庭参与，并将费用转换为冬衣，捐赠至贫困山区。

（四）搭建公益平台，集聚社会力量 2017年1月1日，嘉兴天虹联合自闭症天才演奏家张俊林举行慈善演奏会。海盐妇联的相关领导到场助演，嘉兴妇联红帆模特队登台献艺；

2017年3月，苏州金鸡湖天虹服务台倡导极简生活方式，鼓励顾客捐赠闲置物品，并将回收的近千件衣物衣物捐赠给偏远山区；

2017年4月及11月，君尚3019与深圳猫网联合，共举办包括第51届深圳领养日在内的2场大型现场公益领养活动；

2017年6月，嘉兴天虹外联新城实验幼儿园的师生举行童乐街活动，小朋友们将闲置不用的书本、玩具进行爱心义卖，所得善款全部捐赠给红十字会；

2017年6月，东南区天虹组织开展长达半年的“天虹之星”系列亲子公益活动，举办了多场不同形式的亲子互动活动。活动所得报名费全部捐赠给厦门市特殊教育学校；

2017年7-8月，华南区32家天虹门店开展“关爱留守儿童”活动，举办了近500场DIY、文汇报表演，为深圳留守儿童提供丰富的暑期娱乐节目；

2017年9月，华南区32家天虹门店开展“梦想飞屋”活动，共募集近万本书籍捐赠给贫穷山区小学；

2017年10月15日，成都天虹举办“虹爱为眸，用爱聆听”国际盲人节快闪活动。盲人乐队，盲人歌手用动听的歌曲深深打动现场观众；

2017年11月，华南区32家天虹门店开展“旧衣捐赠”活动，并给予每位捐赠的顾客虹领巾奖励金；

2017年12月，君尚东莞店开展《圣诞萌宠秀》活动，为13只狗狗找到了属于自己温馨的家。

2017年全年，杭州天虹购物中心“虹冰箱”累计发放食物上千份。

（五）传播正能量，关怀一线劳动群体 2017年3月开始，嘉兴天虹结合商家APPLE 203推出了公益爱心早餐，为当地的清洁工送上一份温暖；

2017年5月，东南区天虹微喔便利店开展五一慰问环卫工人活动，劳动节期间，环卫工人可至微喔便利店领取爱心早餐；

2017年7月，成都天虹为工作在酷暑下的交警同志送去矿泉水、消暑饮料等物品。为战斗在一线岗位的交警同志送去关怀；

2017 年 11 月，苏州相城天虹开展移动爱心厨房为清洁环卫工送餐。

（六）开展多种公益活动，将惠民活动推进社区 2017 年 3 月，成都天虹与桂溪社区联合开展爱心义卖活动，所得款项全部用于社区残疾人购买生活用品；

2017 年 9 月，北京宣武天虹在湾子街社区举办老年人月饼制作睦邻活动。并在年度进社区活动中，帮助社区老年人理发、熨烫衣服、皮鞋皮具护理、首饰眼镜清洗、手表维修等；

2017 年 10 月 14 日，深圳常兴天虹、创业天虹等七店联合南山区文教科、跑步者协会举办南山、宝安区第十四届“天虹杯登山节”，吸引超过 400 名顾客参与重阳登山公益活动。

（七）助力生态文明建设，倡导居民低碳生活 2017 年 3 月，君尚东莞店开展《旧物改造的创意生活》活动，旨在让顾客提高环保意识，感受环保的乐趣，使身边的旧物变废为宝；

2017 年 3 月 25 日，苏州金鸡湖天虹响应世界自然基金会（WWF）地球一小时活动，在 20:30 关闭商场的主照明及外部灯箱广告等照明设备。活动当天还开展现场快闪巡游，强化顾客的环保意识；

2017 年 4 月 2 日清明节，新沙天虹购物中心联合义工联在沙井片区环保骑行，宣导活动；

2017 年 5 月 1 日，东莞君尚百货与 OFO 共享单车携手开展以“荣光焕发”为主题的百人公益骑行活动；

2017 年 9.17 世界骑行日，厦门君尚携手共青团思明区委、摩拜单车、厦门航空开展公益骑行活动，倡导绿色出行；

2017 年 11 月 8 日，公明天虹联合该街道办，借助维密秀官方装饰资源，改造灯饰，举办环保科技灯光展。

七、践行节能环保理念 推进门店环境升级

（一）设备设施整体更“绿色” 2017 年天虹在节能减排投入资金超过 3000 万元（主要用于中央空调、LED 照明、

变频高效机电设备电梯、冷链等节能设备），同时推动能源智能化管理。

公司持续推进节能减排，在新店及老店调整中推广成熟的节能设备应用（变频中央空调、LED 照明）及加强日常管理工作，2017 年公司单位面积耗电量 234.7kw.h/平方米/年，2017 年可比店比 2016 年电费减少用电量 351 万度，折算节约 431.37 吨标煤。

相应深圳区域电网移峰填谷号召，建设中央空调储能设备。公司在深圳共建设君尚 3019、沙井、横岗松柏等 5 个门店蓄冰中央空调；为平衡电网谷差，转移高峰用电做出积极举措，同时也为公司带来节电效益。

（二）倡导绿色办公 在日常工作中，天虹积极倡导“绿色办公”，要求员工从点滴做起，事无巨细地践行节能低碳生活方式。

为增加办公面积使用率而减少独立办公室的使用，实施开放式办公环境；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；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；办公室空调温度限制在 26 度以上……此外，天虹还动员全体员工节约办公用电，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。

八、年度主要奖项

2017 年 1 月 21 日，深圳知名品牌评价委员会授予天虹商场“深圳知名品牌”称号。

2017 年 2 月 23 日，北京公司受邀参加“2016 年度北京十大商业品牌评选”颁奖活动。天虹商场股份有限公司（北京公司）荣获“2016 北京十大外埠和跨国商业品牌”称号。

2017 年 3 月 29 日，由联商网主办的 2016 年度中国好门店大赛，天虹民治店、天虹微喔生活超市，共计 2 家天虹门店荣获“2016 年度中国好门店”称号。

2017 年 6 月，由《证券时报》、《中国基金报》联合主办，中国上市公司

发展联盟承办的“天马奖第八届中国上市公司投资者关系评选”颁奖典礼在贵阳举行，天虹荣获“最佳新媒体运营奖”。

2017年6月30日，天虹荣获第六届中国食品健康七星奖“品质卓越奖”。

2017年7月，在深圳市零售商业行业协会20周年颁奖晚会上，天虹股份获得由深圳市零售商业协会/深圳市连锁经营协会/深圳市智慧零售协会颁发的“行业发展特别贡献奖”。

2017年8月，宝安天虹购物中心“Kids Republic 英伦小镇”亲子主题街区荣获由中国建筑装饰协会主办的2017年第十二届中国国际建筑装饰及设计艺术博览会暨2016-2017年度国际环艺创新设计作品大赛华鼎奖商业空间类金奖。

2017年9月3日，商务部发布2017-2018年度电子商务示范企业名单的公告，天虹获评“2017国家电子商务示范企业”。

2017年9月，广东省连锁经营协会授予天虹股份“2016年度广东连锁50强”企业。

2017年11月29日，在上海举行的首届“中国零售自有品牌评选”颁奖典礼上，天虹自有品牌一举斩获五项重量级大奖。

2017年11月2-4日，“2017中国全零售大会暨第十九届中国零售业博览会”在重庆举办。天虹股份荣获“2017 CCFA 中国连锁业员工最喜爱公司”；天虹数字化经营中心团队获“2017年度中国零售优秀创新团队”奖；《天虹无人零售背后的精细化运营》获“2017 CCFA 零售创新奖”；天虹百货业态创新则被评为“2017零售十大创新业态”；天虹商学院获2017CCFA 优秀企业大学人才发展体系奖。

2017年11月苏州金鸡湖天虹被国家商务部评为“绿色商场”。

2017年12月，第六届中国人力资源管理论坛暨中国好雇主颁奖盛典上，天虹股份荣膺“2017中国好雇主人力资源管理创新奖”。

2017年12月，深圳市南山区人民政府授予天虹股份“南山区GDP贡献20强企业”称号。

九、展望 2018

（一）深入推进三大战略，让城市生活更美好 2018年，天虹将继续

深入推进“数字化、体验化、供应链”三大业务战略的执行，运用上千万的会员数据、数百家门店的大数据不断挖掘客户痛点及需求；从需求出发定制品类规划及商品主题编辑，提升顾客体验；深入源头、缩短供应链，提升供应链掌控能力。天虹通过数字化技术的研发与应用，更好地提高顾客体验与服务效率，致力于让城市生活更美好。

（二）加快发展步伐，创造更多就业机会 2018年，天虹将开出有史以来最多的新店。为响应十九大号召，天虹各业态将在华中、东南、华南三大区域全线推进扩张，以点带面促进区域协调发展。天虹不仅为顾客提供高品质的购物体验，也为各区域人民创造更多的工作和收入机会，增加当地税收，增进社会互动和当地社会互信。

（三）不断加强全流程品质管理，强化质量保证 2018年，天虹将对日常检查和投诉出现的重点质量问题，进行系统追溯；全面推行“不卖隔夜肉”“不卖隔夜菜”，大力推进餐饮“明厨亮灶”，持续优化供应链，强化源头到验收管理，为顾客提供更安全更可靠的商品。

（四）当优秀企业公民，传递“崇德向善”正能量 2018年，天虹将秉持与顾客分享生活之美的理念，履行企业社会责任，继续重点关注爱心扶贫、关爱儿童、救助灾区、回馈社区以及环境可持续发展，不断夯实、提升“梦想飞屋”等活动的公益效应。利用科技手段及新媒体渠道放大自身的资源优势，搭建公益平台汇聚社会爱心，为困难、弱势群体争取更多的社会关注，促进社会和谐发展。

（五）弹性定制业态，拥抱可持续的多赢合作 2018年，天虹与商业物业主的合作方式将更加多样化，灵活运用租赁、加盟、管理输出、合作经营等多种方式。弹性定制业态，让门店能更加灵活地适应市场要求，提高门店的智能化、体验化程度。此外，本着能力资源互补，共同创造更大价值的理念，天虹将广泛开展与外部合作方的战略合作，与海内外商品供应商的合作将变得更加紧密，与周边商户、零售同行、技术合作方等展开合作。

天虹商场股份有限公司
二〇一八年三月十四日