

# 天虹商场股份有限公司 2016 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 2016 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:

2017 年 3 月

## 预计下次报告时间:

2018 年第二季度前

## 前言

自 1984 年从深圳迈出第一步，以人为本的企业社会责任战略贯穿于天虹价值链的每一环节，其中消费者更是始终处于日常经营活动的核心位置，经过 32 年的深耕细作，如今已深植于企业的 DNA 之中。同时，有赖于消费者的一贯信任以及所有员工的至诚热情，一直保持着非凡活力。

2016 年 4 月 21 日，全国人大常委会副委员长、全国妇联主席沈跃跃率队的食品安全执法检查组、深圳市委书记马兴瑞领导班子一行莅临沙河天虹，对天虹在新食品安全法颁布之后的食品安全工作情况进行检查。检查组一行，认真听取了天虹关于食品安全工作的历程及开展情况，详细了解了天虹的蔬菜检测工作，重点询问了水产品质量控制、现制面包质量要求等情况，检查组一行对天虹建立食品安全管理体系表示肯定和期许。公司董事总经理高书林向全公司强调及倡导：商品质量作为天虹的核心竞争力，应继续提高全员专业性，继续加大老旧设备设施问题识别和改造，确保满足食品安全基础条件，持续提高采购能力，加强供应链建设，精简集中供应商资源和 SKU 数，各超市要提高重视度，扎扎实实做好食品安全基础工作，做到质量领先。

2016 年 7 月 6 日，台风“尼伯特”正面登陆，福建各地普受灾害，其中福州闽清、永泰等地山洪暴发，发生严重洪涝灾害，溪口大桥坍塌，坂东、金沙等乡镇水漫街道，通讯中断，造成了人员伤亡和巨大的经济损失。天虹时刻关注着

闽清灾情，并在第一时间行动起来，在最短时间内与万山电力、宏闽电力公司集结了救灾捐赠团，将救灾捐赠物资运往闽清灾区前线。7月11日午时，满载着赈灾物资的货车抵达闽清，将物资送到了坂东镇和三溪乡政府，这批物资中包括饮用水和方便食品、面包、牛奶等灾区群众急需的生活食品。

.....

作为一家在成立之初就立志成为百年品牌的公司，我们履行企业社会责任的千里之行永远在路上。在即将开启的新的征程里，天虹将持续兼顾企业商业价值、社会责任、环境责任等多重目标，向“将天虹塑造成全国一流的零售企业”的愿景夯实每一个脚步，以行践诺，分享生活之美。

## 一、企业情况综述

### （一）企业简介

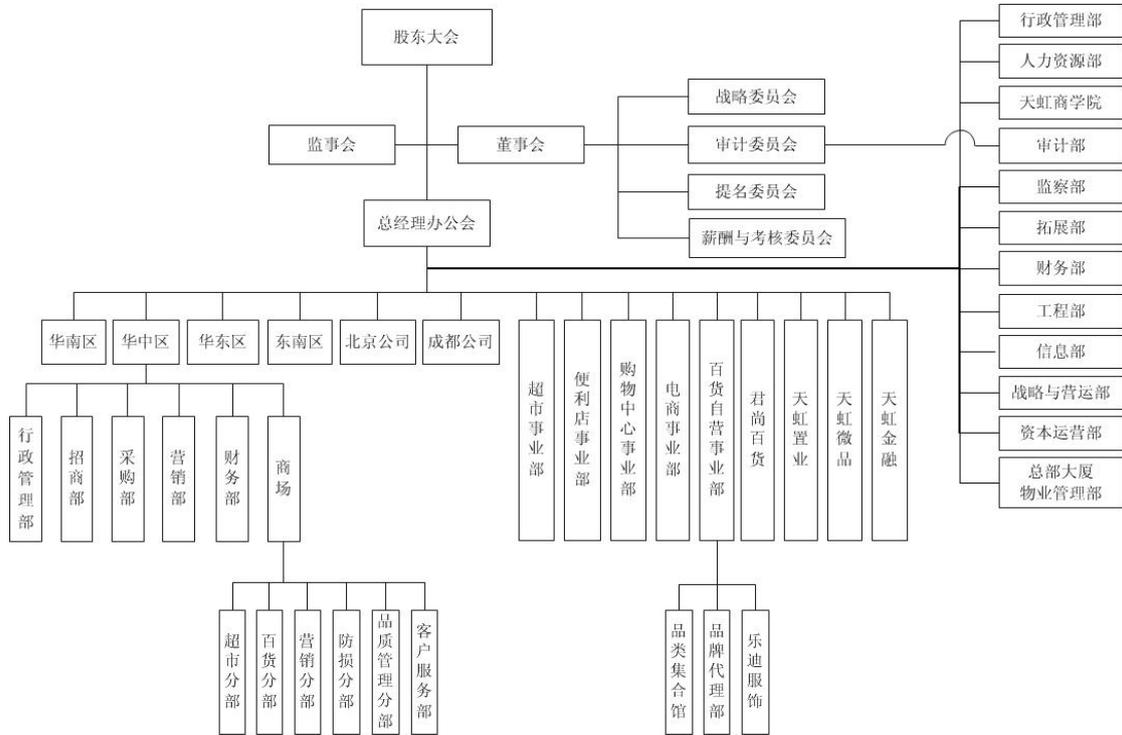
天虹商场股份有限公司（股票简称：天虹商场，股票代码：002419）是中外合资的连锁零售企业，其控股股东是中国航空工业集团下属的中国航空技术深圳有限公司。

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，以百货店、大型购物中心、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2016年底，天虹品牌在北京、广东、福建、江西、湖南、江苏、浙江、四川等8省21市开设了65家直营分店及以特许经营方式管理2家分店，君尚品牌在深圳、东莞、惠州共开设了4家直营分店；便利店在深圳、厦门、东莞等地共开设了157家；天虹跨境电商体验店在深圳、东莞、惠州、厦门、福州、成都、长沙、株洲、吉安、赣州、杭州、苏州等地开店42家。

天虹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，在实体门店的基础上增加了购物中心与便利店的一大一小业态，并通过官方APP虹领巾、天虹微信、天虹微品形成线上线下融合的全渠道、多业态战略发展格局。

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	2014年	2015年	2016年
销售额	2,338,992	2,459,246	2,515,060
营业收入	1,699,796	1,739,606	1,727,296
利润总额	77,268	167,103	71,529

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。2016年，公司年度纳税额 8.96 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 172.73 亿元，同比下降 0.71%；实现利润总额 7.15 亿元，同比下降 57.19%；实现归属于股东净利润 5.24 亿元，同比下降 56.63%。2016 年度公司拟向全体股东每 10 股派发现金 3.6 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**

2016 年，公司共召开了 1 次年度股东大会、3 次临时股东大会，出席的股东代表共 32 人次，共审议通过 20 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、真实、完整、公平地进行信息披露，积极主动履行信息披露义务。

2016 年 6 月，经深圳证券交易所考核，公司 2015 年度信息披露工作获“A”评级，已连续五年被评为“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：2016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2015年度业绩网上说明会，就投资者关注的公司发展战略、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13次，接待52人次。回复深交所互动易平台投资者提问94个。基金、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、平等对待每一位投资者，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**

（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

2016年，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、卓越运营，让顾客生活更美好

2016年，天虹突破传统的思维框架和业务模式，以消费者为中心，积极推动理性和科学创新，不断创造零售之美，提升顾客满意度。一方面，不懈推进线上线下融合的数字化转型，应用移动互联等信息技术改造零售价值创造的各个环节，打破基于店面的物理局限，致力于构建一个较纯电商和纯实体都更先进的零售模式；另一方面，进行零售内容的升级，将体验业态和零售业态进行融合，按生活主题编辑商品，进行源头直采提升供应链效率，导入ISO22000管控食品安全等。

2016年，天虹的顾客满意度得分为85.6分，得分较2014年度同比上升0.22分，持续呈上升趋势。

#### (一) 数字化转型，引领零售变革

具体而言即商品数字化、顾客数字化和门店数字化。

商品数字化：百货的全渠道专柜是天虹“互联网+”战略转型的一个重要部分，也是天虹打造全渠道零售商、为消费者提供优质生活解决方案的重要举措。全渠道专柜通过专柜虚拟货架销售更多款式和规格的商品，并通过到家服务、线上主题编辑为顾客提供解决方案。全渠道专柜使得实体店的经营突破空间和时间的限制，打通线上和线下的销售关系，提升品牌的经营业绩，实现专柜供应商的库存共享，并且进行精准营销、引客到店。从实施情况来看，全渠道专柜帮助了大多数品牌专柜在零售市场整体低迷的环境下逆势提升。

顾客数字化：2016年天虹在自身的数据平台整合了所有渠道的会员，构建

了顾客统一身份的平台，建立起差异化会员体验；2016年5月，微信支付团队推出“支付+会员”模式，通过“支付即会员”、“会员服务”、“会员标签”、“会员识别”、“行业扩展”五大商业能力，将顾客消费身份与微信身份挂钩，帮助商家进一步将粉丝转化为商业业绩。

门店数字化：门店数字化主要体现在“智慧停车”、“导购查询”、“iPad收银”、“小天服务”等方面，通过连接周边的各类生活元素给顾客带来便利。

“智慧停车”通过改造全国商场停车场出入口系统，通过车牌识别技术实现无卡化的进出停车场，实现APP停车引导、缴费，提升线下用户的体验。“导购查询”能够让顾客在商场内部进行品牌和地点查询，便于顾客迅速找到自己喜欢的商品。“iPad收银”令顾客无需到楼层收银台排队，而是在店内试穿的同时就能完成付款。“小天服务”让顾客能够通过微信或虹领巾在线上与小天服务人员沟通，小天能够及时解答顾客的相关疑惑。连接周边生活，让天虹商场周边的服务项目入驻到虹领巾APP当中，顾客能够通过虹领巾APP完成周边的电影票预定、餐饮排号、洗衣洗鞋、家电清洗等服务。同时，超市的数字化转型除继续推进、发展“天虹到家”、“跨境电商体验店”外，2016年，在行业内率先实现“手机自助收银”服务：顾客通过虹领巾APP“免排队收银”模块扫描商品条形码并加入购物车，提交订单并完成支付，同时系统自动生成用于校验的二维码，随后顾客可携带商品并出示二维码校验完成购物，让购物场景不再局限于卖场内和收银台，免去买单排队的痛苦。

## （二）顺应消费升级，门店体验化转型

天虹的体验化转型主要通过两种方式进行：一是体验业态与零售业态融合，二是围绕不同生活方式打造主题体验。

体验经济的兴起给天虹的实体店转型带来了启示，天虹通过逐步提升体验业态在百货和购物中心的比例，实现体验业态和零售业态的融合。如2016年12月9日开业的“君尚3019”，将“文化·创意·生活”作为理念，以“70%体验+30%零售”组合，引进极具文艺生活调的书吧、插花、绘画、烹饪、蓝染、木艺、皮雕、影院、健身等体验业态，配合市场少见的设计师品牌、时尚新颖的集合馆、提供定制服务的品牌、跨界生活馆等特色零售……商场通过各种业态的配置给顾客提供整体的消费服务解决方案；2016年10月1日，天虹“微喔”便利店在深

圳市龙岗区坂田万科里新开了一家便利生活超市——顺应当下体验式消费的购物理念，超市以社区居民生活需求为导向进行动线规划，并以生鲜商品陈列空间精心划分，打造出凸显“生、鲜、便捷”的经营理念。超市不仅将“小餐厅”纳入，提供包点、现制豆浆饮品、关东煮、现烤面包、蛋挞、水果等健康、新鲜的美食商品，同时，设置时尚舒适的就餐休息区，满足顾客便捷、新鲜的美食追求，更进驻 ATM 机、微管家体验区、预购体验区、及城市生活新概念——租生活等体验服务，无论是购物、约会、等待，这里都成为了居民感受现代生活情趣的场所。

当前随着现代社会逐步进入物质极大丰富甚至是过剩的时代，人们的消费方式正在发生潜移默化的改变，逐步从目的消费向场景消费、主题消费升级。为此，天虹围绕主题进行系统性设计、定价，细分、聚焦顾客，让体验内容紧紧围绕主题进行组合。环境按主题进行设计，如 2016 年 9 月 23 日开业的南昌“天虹 COOL+”就是专为 90 后有梦想、有情趣的年轻一族定制的“潮酷、有趣、多变”的生活空间，围绕商圈内大学生为主体的年轻客群，兼顾年轻家庭客群，致力于打造一个集“酷趣、体验、购物、潮玩”于一体的酷玩集中营。其精心雕琢的 6 层空间从恋物派、生活家、豆蔻族、型酷帮、都食客再到娱乐圈，每一层都主题突出，鲜明的特色跃然而出……

同时，日常营销活动围绕体验营销流程设计并实施。与顾客互动的体验营销活动全年开展了 218 场，运用了新传播手段，如直播、朋友圈等，不仅给顾客带来好的体验感受，更向顾客传递分享生活之美的理念。

### **（三）生活方式主题编辑化，为顾客提供美好生活解决方案**

为适应消费理念的升级变化，2016 年，天虹实体门店开始发力提升顾客体验，转型为生活方式场景零售。

天虹百货，通过深度解读顾客需求，将符合不同生活方式的商品进行整合，通过统装设计，突出百货主题编辑方面的差异性，打破原有品类的边界，根据顾客的生活方式和需求进行组合编辑，如：12 月 10 日开业的珠海天虹，定位于青春潮流百货，通过对“东西市”、“风尚廊”、“花语间”、“同乐园”、“潮热社”、“嗨聚里”六大主题的打造，展现了潮流、青春与生活的完美结合；12 月 24 日，改造升级后的民治天虹正式亮相，全新亮相的民治天虹，首次将花园概念引入到商场，通过元素植入，成为一个花园主题商场，每个楼层都有各种景

点映射主题，同时，商场通过楼层划分出“乐淘铺、乐活族、乐尚街、乐想家”四个区域，按照顾客生活方式进行品类布局，并通过楼层的品牌组合，进行生活场景的编辑，让顾客在购买礼服的同时，手包、项链、鞋、耳环一次收纳齐全。

天虹超市以供应链变革实现消费内容主题编辑化，2016年筹备天虹全新超市品牌 sp@ce。sp@ce 从零售逻辑上打破超市以“商品群”为导向的售卖思维，以顾客生活需求为导向打造消费者“生活区块场景”：从“冰箱→厨房→餐桌→客厅→浴室→卧室”等不同生活顺序的场景打造柴、米、油、盐、酱、醋、茶到咖啡、红酒、烘焙、旅行、文创等主题专区，并引入了包括烘焙、咖啡、牛排、料理等在内的大量即时消费业态，通过零售商品和即时消费的融合，让顾客在购物的过程中进行商品的体验，做到能够边吃边逛边买的场景。

天虹微喔便利店 2016 年快速拓展业务，成功与中国邮政联姻，开设了三家微喔+邮政门店，首次将政务服务引入便利店，实现粤通卡、公积金查询等项目，打造社会生活基础设施的极致便利，真正体现最后一公里的社会功能，扮演好社会生活基础设施的重要角色。

#### **（四）供应链升级，为顾客提供全世界优质商品**

##### **1、百货供应链**

天虹百货供应链，搭建 Rain 系列买手制百货自营平台，以“向上向美”为价值创造，进行品牌和商品的引进、采买、主题编辑、陈列。已经发展形成了 Rain Life 系列品牌，旗下包含 Rain&Co.、Rain&Color、Rain&Home、Rain&Kids 四个系列，分别提供服装、女性、家居、亲子品类的集合商品，深入时尚品牌前沿精选商品，优化百货自营供应链及商品格调编辑能力，为顾客提供精准、精选、精致的商品服务与体验。

##### **2、超市供应链**

**全球直采：**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；2016 年新增海外厂家 36 个，累计实现 44 个；其中欧洲 14 个、美洲 2 个、澳洲 2 个、日韩台 12 个、东南亚 14 个。一方面为顾客提供更多质量可追溯、性价比高的进口商品；另一方面尝试引入目前国内尚未面市的高品质进口商品，让进口商品进入越

来越多普通老百姓的日常消费。

重点打造优质源头采购供应链的同时，天虹重视全球采购供应链在实体门店的落地，天虹跨境电商体验店应运而生，截至 2016 年底，天虹跨境电商体验店已扩张至 6 个省 14 个城市，累计开店 42 家。

**生鲜源头直采：**天虹致力于积极开发生鲜商品直采，2016 年加速商品升级和供应链精简。其中水果品类年初车厘子通过智利考察锁定货源及价格，在采购模式上实现突破，新开发云南、宁夏、四川等多家直采基地；蔬菜源头基地已达到 14 家，源采销售占比达 45%；水产品类新引进活鱼养殖基地和气调包装鱼并推广，急冻水产也引进了多家直采供应商；禽蛋品类实现了禽蛋类全部直采和统一配送；并于 8 月建立了果蔬和肉品 PC 厂，实现了果蔬加工和畜肉统仓统配统一分割，大大加速了直采进程。

**升级自有品牌：**天虹旗下自有品牌“天优”、“菲尔芙”、“天口味”、“奥百思”，在全国范围内寻找最优产地最优产品，用最优秀的供应链，打造性价比最高的商品，不断深耕“健康、品质、安全、环保”的品牌价值。2016 年度共开发新品 100 多个：新疆系列红枣、五常大米、随州菇类、黄山矿泉水等等。同时，捍卫食品安全，建立自有品牌红枣基地，并尝试完成了第一个全程可追溯单品，为顾客提供安全放心的商品。2016 年还对品牌形象进行升级优化，要求“包装要简约、卖点要鲜明、形式要统一”、“把产品真正的品质和故事传递给顾客”，新的品牌包装标版于 2016 年 8 月份正式搭建起来。

#### **（五）推进全渠道服务，给顾客创造便捷和惊喜**

2016 年通过年度顾客满意度调研，顾客意见单平台及顾客即时服务点评，从顾客的诉求及实际购物行为出发，识别了 7 种购物场景下的顾客体验的问题。通过持续优化服务体系，提升顾客 O2O 体验顺畅率，优化员工接待礼仪，进一步提升了顾客满意度。

#### **1、多渠道倾听顾客的声音**

**顾客年度满意度调研：**2016 年天虹对顾客在门店购物过程中环境、商品及服务进行了调研，服务方面重点对店员接待服务、收银服务、售后及会员服务进行调研，此次调研新增移动端调研渠道，实现短信、虹领巾 APP、移动+PC 端（官网、邮箱）四种调研形式，共计 60 家天虹门店参与调研，参加到该调研项目顾

客的数量达到 1.5 万人。

**顾客意见单：**全年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、贴吧等顾客意见平台，收集及分析 2016 年天虹顾客的声音，并规范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。

**顾客即时服务点评：**2016 年 11 月天虹上线顾客即时服务点评系统，顾客可对本单接触到的收银员、专柜员工、超市接待人员的服务进行评分，同时可以通过该系统给天虹提交意见，上线以来，共接到顾客点评数达 5000 条，日均点评达 200 条，天虹商场管理员每天会对前一天顾客提交的意见进行识别，及时了解顾客反馈的问题，顾客的反馈渠道也更为便利。

**实现全国统一客服热线：**2016 年 9 月，天虹推出全国统一客服热线 4008 295 295，并在主流搜索引擎正式公示，开通了客服热线门店线下业务 IVR 专线，为顾客提供更快捷、更周到的服务。

## 2、优化服务体系

**提升 O2O 体验：**以季度为单位组织全渠道体验验证，重点验证全渠道售后及全渠道的客服，解决顾客对于全渠道交互体验中的关键痛点，2016 年 O2O 体验顺畅率为 75%，顺畅率整体呈上升趋势。

**员工服务技能培训：**为进一步巩固员工接待礼仪，公司完善了礼仪、话术要求，制定“礼仪手册”并组织区域/事业部及门店培训学习，在商学院组织天虹接待员进行礼仪培训并由门店自行开展服务礼仪竞赛，通过服务礼仪竞赛，员工的整体服务水平得到了较大的提高。

**鼓励愉悦基金使用：**以“顾客行为”为核心优化“亲切、便捷、专业”指标，持续推行个性化服务，提高愉悦基金应用效果，充分发挥员工的主观能动性，给顾客制造惊喜。

### （六）继续深化 ISO22000 食品安全管理体系的坚定承诺

2016 年，天虹再次荣获第五届中国食品健康七星奖“品质卓越奖”。在食品安全的道路上，天虹制定了“打造商品质量领先”的发展战略，把食品安全贯穿到各相关部门、岗位中，严格执行《食品安全法》等法规和标准，不断总结、改善食品安全工作，不断探索和完善食品安全管理体系，持续追求品质卓越，为

顾客提供安全、健康的商品，不断创新和超越自我，引导顾客健康消费。

### 1、进一步推广 ISO22000 食品安全管理体系

2016 年公司进一步推进 ISO22000 食品安全管理体系，新增松柏、坂田、沙河、坪山四店进行 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。

### 2、夯实质量基础，树立行业标杆

天虹在全国范围持续提高第三方商品质量审核标准，推动所有门店的食品安全水平不断提升。在餐饮业比例快速增加的情况下，天虹将商场内的餐饮柜台一并纳入商场的质量审核中，督促并监督租赁商户的食品安全管理，发自内心为每一名消费者负责。

2016 年，为进一步确保食品安全及商品质量，天虹除持续数十年做好每日蔬菜快速农残检测，还大幅增加了商品的送检比例和数量，增加了商品高风险项目的测试，全年共投入检测近 400 万元，累计送检超过 5500 批次商品。

同时，强化质量培训，将食品安全要求落实到每一个岗位中。天虹在 2016 年制定了《食品安全课程人员上岗培训要求及课程设置》，并对各区域质量人员进行了集中的专业培训，快速提升并推进每一个区域、门店的食品安全管理。

### 3、食品安全价值营销

在强化自身管理同时，天虹强化食品安全价值营销，强化消费者教育。2016 年 6 月 13 日-7 月 15 日，天虹响应国务院食品安全委员会办公室的“全国食品安全宣传周”活动，在全国 59 家门店开展为期一个月的食品安全宣传月活动，活动不局限于往年的活动形式，更强调活动的互动性和顾客参与，将食品安全知识和正确消费理念传达给顾客，让越来越多的顾客深入天虹的后厨、供应商基地，了解天虹的食品安全管理体系。包括播放国家食药总局制作的食品安全系列宣传片，张贴食品安全普及知识二维码及食品安全价值营销标识等，首次开展“开放后厨”、“食品安全讲堂”、“参观供应商”、“科学实验室”、“食品安全知识竞赛”等顾客体验活动……全国门店共组织超过 45 场食品安全顾客体验活动，直接参与顾客超过 2000 人。

#### （七）稳定物价，保障民生

天虹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。

紧密关注市场动态，根据市场价格水平进行商品定价，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；同时除少部分以外的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，控制商品成本，让利顾客。东莞门店承接政府《稳价惠民》工作设立平价商品专区，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。

#### **四、携手伙伴，创建共赢平台**

##### **1、供应链金融服务，扶持中小微企业发展**

为切实解决中小微企业融资难的问题，同时扶持中小微企业的发展。天虹商场股份有限公司于2015年11月26日成立了深圳市天虹小额贷款有限公司（简称天虹金融）。2016年度，天虹金融为近百户天虹的供应链客户提供短期贷款超3.5亿元。天虹金融便捷的方式、公道的价格以及优质的服务，一直为贷款客户津津乐道。

##### **2、推进全渠道专柜，提升店铺经营效率**

为帮助合作伙伴提升实体零售店铺的经营效率，促进销售业绩的增长，2016年初，天虹正式向合作伙伴推出了基于虹领巾平台的全渠道专柜业务，通过虹领巾平台的虚拟店铺，与实体零售店铺有机的组合在一起，展示更丰富的商品、共享更深厚的库存、延展营业时间、拓展销售渠道。全渠道专柜业务的开展，是实体零售业态数字化经营的一项大胆尝试，在零售行业中、尤其是百货商场业态中，处于领先地位。

#### **五、以人为本，搭建员工发展平台**

2016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。

##### **（一）优化组织模式，拓宽职业通道，提供更多发展机会**

实施百货组织架构试调整，从传统的管理品牌、专柜，按行政层级划分职责，变革为管理商品、人员、环境，以经营职责为核心。打通员工在经营线专业发展的职业通道，推动员工聚集专业能力提升，实现组织效率提升和个人职业发展的

双赢。

## **（二）积极推动技术变革，解放员工双手**

积极推进公司专柜自收银项目、超市移动终端机等使用，及时调整员工工作职责，通过高效的信息设备，解放员工双手，让员工拥有更多的自主工作、思考空间。

## **（三）营造创新氛围、挖掘创新能力**

2016年里，天虹创新中心以“创新氛围营造、创新项目挖掘、公司级创新项目孵化”为工作主线，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。5月，创新中心启动了“第三届天虹创新大赛”，以“微创新”为重点收集方向，并新增了创新大赛月赛，来实现创新的及时激励，更好地激发员工的创新热情。全年共举办6次月赛，截至12月15日，共挖掘已落地实施的创新项目114个。与此同时，新增并推广了创新基金，共11家门店，46次使用创新基金。全年所收集到的创新点子，都涉及到了商场经营、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。同时，创新中心组织并发动全员，参加中航国际微创新大赛，全年共投稿25个项目，获月度钻石奖1个，金奖2个，银奖1个，天虹商场获得优秀组织奖。

2016年，创新中心继续举办“cheers 演讲”，全年共举办6期，选题均紧扣公司业务转型方向，受到大家的好评。

## **（四）不断完善绩效薪酬制度，让员工获得最佳的综合回报**

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，不断地完善公司的绩效薪酬制度，针对多样化的业务，设置个性化、灵活的考核激励方案，推动业务发展及员工进步。将个人所得更多的与业绩结果相挂钩，适时进行利润分享，建设有主人翁意识的团队，推动员工奋进和业务发展。

## **（五）打造开放、愉悦的企业文化交流平台**

公司通过微信公众号“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，其中：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7390余人。

《天虹》杂志以“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、搭建天虹与员工、顾客、市场沟通的桥梁、创造与传播天虹企业文化和品牌价值。2016年12月，获深圳市出版业协会颁发的“2016年度深圳内刊奖牌——十优企业刊”，这是《天虹》连续七届获此殊荣。

## **（六）创新培养模式，打造专业人才，支持业务转型**

2016年，天虹的培训工作重点体现在梯队人才培养优化、关键人才特训营实施及中高层管理者领导力打造三个方面，通过革新人才培养形式，紧跟战略转型，支持业务需要，助力战略落地。

### **1、革新梯队人才培养形式，加大实操及专业类课程比例，提升培养效果**

2016年梯队人才培养班中行动学习项目的设计，更好地推进了公司业务的发展，如分部经理培养班中行动学习项目“天虹到家”与助理总经理培养班中行动学习项目“主题编辑 O2O 实验室”，通过与公司现阶段业务推进相融的方式，让学员在培养中可以充分与实际业务相结合，并进行实际操作。

此外，在梯队人才培养项目上也进行了突破与创新，基于对各层级人员岗位能力要求的梳理，合并了值班经理级与柜长级培养，整合形成基层管理员储备班，同时增设专业方向（如超市货架、超市生鲜、百货、防损及其他），以小班方式授课，不仅使讲师更加及时全面地了解学员学习进度，而且专业化课程配置，可以让学员更加有针对性地进行学习与讨论。

为了让新进大学生更快速了解公司业务，迅速融入公司文化，2016年大学生的培养改进了课程培养形式，全新采用TED主题方式，分享公司的各关键业务内容，并将企业文化的传递从纯理论的课堂，转变成实地参观加拍照留念方式进行，这项改进得到大学生的一致认可。

### **2、支持公司业务，供给新型合格人才**

针对中高层管理团队组织开展的《创新与有机增长》、《价值创新与体验经济》课程，及时有效地贴近公司战略转型的需要，在中高层管理团队中引起了极大反响，并直接促成了体验经济打造和超市咨询业务的实现。

此外，2016 年培训工作致力于识别转型过程中对一线管理员的能力要求，并因需分别开设了百货经理、营销经理特训营，其中《服务礼仪》、《VMD 视觉营销》尤其具有针对性，并迅速在组织内形成二次培训，加以落地实施。

2016 年组织了一系列出国考察和管理团队审美能力提升的活动，尤其泰国考察项目，给公司发现了一个新的参考标杆——SIAM DISCOVERY，先后组织 36 名公司中高管进行实地考察，给转型门店及体验经济落地带来极大的参考价值。

### 3、积极打造移动端学习平台，开辟线上学习新方式

为了深入打造学习型组织，向公司全体员工提供一个随时随地、想学就学的线上学习环境，2016 年商学院引进了平安“知鸟”移动学习平台，开辟移动学习新纪元。截止到 12 月，该平台已导入 15969 名员工，完成 150 多门线上课程配备。此外，平台的直播功能，更是打破了培训分享的空间壁垒，大大减低培训的成本投入。

#### （七）平等用工，承担社会就业责任

2016 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。截至 12 月底，公司共招录用残疾人员 103 人，其中华南 27 人，东南 6 人，华东 5 人，华中 47 人，北京 10 人，成都 7 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
华南区	99.66%	0.34%	9667
东南区	99.64%	0.36%	1398
华东区	99.25%	0.75%	795

华中区	99.50%	0.50%	3612
北京公司	98.71%	1.29%	465
成都公司	98.74%	1.26%	239

公司员工性别构成如下：

性别	人数	占员工总数比例
男性	5582	34.51%
女性	10594	65.49%
合计	16176	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	2889	17.86%
31-40 岁	6090	37.65%
30 岁以下	7197	44.49%
合计	16176	100%

## （八）和谐劳动关系

### 1、以人为本，保障员工权益

公司工会推进企业民主管理，对涉及职工切身利益的公司文件，如《员工奖惩管理规范》、《考勤管理细则》、《薪酬福利制度实施办法》等通过职工代表大会民主讨论通过。修改后的文件，更加关注员工基本权益的保障，体现了公司以人为本的管理思想。

### 2、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。

公司工会关心重大疾病职工及家庭困难职工。2016 年度，得知 3 名职工患重大疾病后，公司工会第一时间为他们送去了特殊困难补助 6000 元；通过中航爱心基金会、深圳慈善会为 9 名重大疾病职工申请爱心救助款 70000 元，3 名家庭特困职工申请爱心救助 35600 万元。通过深圳市总工会为 12 名深户特殊困难职工申请元旦、春节慰问金 30000 元；为 3 名深户特困职工申请子女就学补助金

10500 元。

关心女职工方面，在部分商场及天虹大厦设立爱心妈妈小屋 12 个，为女职工哺乳提供了方便；关爱员工身体健康方面，每年会组织职工进行体检，以加强员工对健康管理问题的重视，及时发现并治疗病症，公司于 2016 年度共组织 1019 名 40 岁以上职工参加了年度体检，组织 1175 名已婚育龄女职工进行了妇科检查。

### 3、提升员工福利

自 2013 年起为符合深圳政府“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 2016 年 12 月公司已为 538 人成功申报住房补贴；公司申请了深圳市公共租赁住房 113 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 80 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 2016 年底，深圳已有 3430 名员工参加企业年金计划。

## 六、积极投身公益，回馈社会

天虹不仅为社会创造丰硕的财富，更始终把自己定位成一位社会公民，积极履行公民责任，从关怀贫困地区到关注儿童梦想，再到关心受灾难影响的弱势群体……天虹授人以鱼，更授人以渔。

### (一)天灾无情，天虹有爱

2016 年 7 月 6 日，受台风“尼伯特”正面登陆带来的严重影响，福建各地普受灾害，其中福州闽清、永泰等地山洪暴发，发生严重洪涝灾害，溪口大桥坍塌，坂东、金沙等乡镇水漫街道，通讯中断，造成了人员伤亡和巨大的经济损失。天虹时刻关注着闽清灾情，并在第一时间行动起来，在最短时间内与万山电力、宏闽电力公司集结了救灾捐赠团，将救灾捐赠物资运往闽清灾区前线。7 月 11 日午时，满载着赈灾物资的货车抵达闽清，将物资送到了坂东镇和三溪乡政府，这批物资中包括饮用水和方便食品、面包、牛奶等灾区群众急需的生活食品；

2016 年 9 月 16 日凌晨 3 点，最强台风“莫兰蒂”正面登陆厦门，强风暴雨后的厦门满目疮痍，造成全市大面积停水停电。9 月 20 日，厦门天虹公益送水行动助力厦门灾后重建工作，送水大军来到厦门同安村庄，将 600 箱水送到村民

与人民子弟兵手中，解决了燃眉之急，为重灾范围的同安社区群众和奋战在一线的人民子弟兵送去“及时雨”；

2016年8月，深圳最强台风“妮妲”正面袭击深圳，全市停课停产，为保障社区居民在台风期间的正常生活，天虹微喔便利店的所有24小时门店均坚守在第一线，门店准备了大量应急物资、餐食、开水、水果、蔬菜等一日五餐的食材，确保台风期间市民的日常生活不受干扰，微喔在危机时刻，肩负着社会责任。

## **（二）持续关注儿童成长，守护梦想**

2016年9月27日，天虹“梦想飞屋”阅读室落成交接仪式在江西省瑞金市日东乡湖陂小学开展。经过考察与评估后，天虹最终选择在江西省瑞金市日东乡湖陂小学进行“梦想飞屋”项目的援建。该校现有教学班6个，学前班1个，学生120余人，其中大部分学生家庭为贫困户以及留守儿童，师生课桌椅老旧破损严重，下课铃仍靠人工敲钟。根据该学校的实际困难及需求，天虹为学生及教师更换了破损老旧课桌椅、添置校园广播系统。“梦想飞屋”悦读室则使用彩色课桌椅及书柜，精心挑选适合儿童成长及筑造梦想的课外读物近千本，让学生们在彩色空间内乐于阅读，通过阅读了解自己、了解科学、了解社会、拓宽视野，用知识构建梦想，为梦想插上飞翔的翅膀。

这是天虹自2013年起连续开展为贫困地区学校捐建“爱心书屋”公益项目以来，所捐建的全国第7所、江西第3所“梦想飞屋”阅读室。

## **（三）社区共建，和谐社会**

3月4日，北京宣武天虹举办学习雷锋，“益路同行”服务居民活动，组织志愿者进入荣丰2008社区免费为特殊人群提供理发、体检等服务，共有50余人参与活动；

6月1日，深圳东环天虹联合松和社区党委、社区服务中心和瓦窑排居委会，在松和社区开展“留下希望，守住幸福——关爱留守儿童大型义卖活动”，倡导更多社会各界人士关注留守儿童这个群体，为他们奉献自己的一份力量；

10月9日，北京宣武天虹举办重阳节老人便民互动，在红居街居委会旁为40位老人提供免费检查咨询服务；

12月，北京国展天虹组织“爱在天虹不会孤单”公益活动，活动期间招募顾客200余人，并向左北里社区温馨家园（残疾人康复活动中心）捐款；

2016年，惠州君尚连续开展三档公益筹款活动，救助水口街道联合村中心村的一户杨氏智障家庭，杨氏家庭是一户5口之家，3个孩子一级智障，全家的生活来源仅仅为当清洁工的妻子，生活困难，受到社会爱心人士的关注。惠州君尚在关注到杨氏一家的困难后，组织爱心公益活动，为困难家庭筹款。寒假期间开展“赚压岁钱献爱心”公益活动；3.8当天开展“一元起，献爱心”募捐筹款活动；3月20至26日开展“爱心同行”订制爱心环保袋义卖筹款。

#### **（四）关注特殊群体**

深圳梅林天虹2016年持续录用深圳市就业困难失业人员6人、安排残疾人就业1人；成都公司目前在岗且户籍为高新区的员工共计65人，其中，持就业失业登记证（就业困难）4人，此外，在岗残疾员工7名，并根据岗位提供教育培训，从一定程度上缓解了社会就业压力，减轻政府负担……

3月26日惠阳天虹参与广东狮子会太阳分会主办、惠州市惠阳区惠心社会工作服务中心承办、惠阳区青年志愿者服务队协办的“用爱走出星世界”为主题的关爱自闭症公益徒步活动，旨在借助公益性的爱心徒步开启社会之门，在徒步过程中宣传倡导社会对自闭症的关注和关爱，在途中公益售卖爱心笑脸、爱心花，售卖的钱用关爱自闭症儿童；

7月，福州万象天虹水产区员工不幸被确诊为非小细胞癌，治疗费用庞大让员工家庭越来越无力承受，福州天虹工会行动起来，号召大家为该名员工献爱心捐款，最终筹得善款25366.57元，为患者送去一份爱的希望；

9月10日，沙河天虹超市体验厨房团队一行来到宝安区“童心同力”特殊儿童康复中心服务机构，为这群特殊儿童举办中秋月饼DIY活动。

#### **（五）持续向市民传播运动的快乐**

3月5日，惠州君尚联合《南方都市报》共同开展“粉红跑”大型公益活动，倡导女性通过运动来减压、调理、健身的概念；

3月26日上午，惠阳天虹组织了近百名顾客及员工前往大亚湾滨海绿道踏青徒步，享“瘦”春光；

5月7日，福州万象天虹组织员工、天虹VIP、供应商等500余人进行有氧登山活动，倡导健康，能量的生活方式，并将最后报名费3200元购买乐高玩具赠与厦门特殊教育学校的自闭症儿童们；

8月20日17:00,千名荧光夜跑爱好者齐聚苏州金鸡湖天虹参加8KM的趣味荧光跑活动。

#### **(六) 公益行动, 传播正能量**

2016年1月10日,深圳宝安天虹购物中心助力深圳狮子会、深圳血液中心举办第6届“红色行动”,爱心人士齐聚宝安天虹购物中心外广场,行善举,救生命。“红色行动”大型公益献血活动得到了300多位广大爱心人士的支持和参与,宝安天虹购物中心也成立了献血志愿队,有序组织员工积极爱心献血,同时也为每一位献血的爱心人士提供了牛奶、面包等能量补食品。

### **七、关注环境, 践行可持续发展**

#### **(一) 节能降耗, 建设绿色商场**

持续推进公司节能减排,在新店中规范节能设备应用(变频中央空调、LED照明),2016年公司门店单位面积耗电量248.84kw.h/平方米,比同期下降约7kw.h/平方米,按我司门店建筑面积68.9478万平方米计算,节约电费约482.63万。同时利用政府资源及与深圳能源集团合作,实现深圳区域部分门店能源在线监控,推进能源智能化管理工作,预计2017年可在深圳区域全面实现能源智能管理。

#### **(二) 倡导绿色办公**

减少独立办公室的使用,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。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。

## 八、年度主要奖项

2016年4月12日，由艺康集团和第一财经联合主办、中国食品科学技术学会提供技术支持，中国连锁经营协会担任行业合作伙伴的第五届“中国食品健康七星奖”在北京揭晓，本届七星奖共评选出29家标杆企业，天虹荣获2015年第五届“中国食品健康七星奖-品质卓越奖”。

2016年5月，公司获得由“广东省连锁经营协会”颁发的“1996-2016广东连锁二十年卓越贡献企业”和“1996-2016广东连锁二十年金牌会员企业”两项大奖。

2016年5月18日，由中国连锁经营协会主办的“2016中国便利店大会”在广东东莞召开，来自海内外便利店行业的近千名高管参加了会议。大会上颁发了中国便利店系列奖项，天虹微喔分别荣获了“2015年度CCFA中国便利店创新奖”以及“2015年度CCFA中国便利店新锐奖”两项大奖。

2016年6月22日，“荔乐南山—2016深圳南山荔枝文化旅游节开幕仪式暨南山区2015年纳税百强企业表彰”在前海企业公馆特区馆举行。会上，南山区人民政府表彰了纳税百强企业，天虹获得“2015年南山区纳税百强企业”荣誉称号。

2016年10月10日，“第十三届中国国际中小企业博览会（中博会）”在广州开幕。中博会是亚太地区与“广交会”并列的规格最高、规模最大、影响最广的国际盛会。作为中博会重要活动之一的“中国跨境电商领袖峰会”，于10月12日在广州举办，峰会期间隆重颁发了“中国跨境电商凤鸣奖”。天虹从去年开始重点布局的虹领巾—天虹跨境电商体验店业务凭着在中国跨境电商领域中所取得的突出成就，获得“中国跨境电商凤鸣奖——十佳卓越零售商”荣誉称号。

2016年11月4日，由中国连锁经营协会主办的2016中国全零售大会（第十八届中国连锁业会议）在苏州召开，天虹“智慧新零售”项目斩获2016CCFA零售创新-客户体验创新奖，深圳坂田天虹商场总经理陈新霞、长沙芙蓉天虹商场总经理刘勤英获得“零售业金牌店长”称号。

## 九、展望 2017

2017 年，天虹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：

**卓越运营，持续创造零售之美：**围绕“新门店、好商品、全柜道专柜”三个主题词，以消费者为中心，积极推动理性和科学创新，不断创造“零售”之美，为顾客提供美好生活解决方案。

**向善向美，传递社会正能量：**积极履行公民责任，以助学、捐赠、社区服务、环保等活动形式，汇集更多力量来资助儿童、弱势群体、贫困地区，并通过活动的组织搭建平台，让公益融入普通人的日常生活。

**深度联营，提升品牌经营效率：**形成专柜为其品牌商的线上销售提供服务的方式，让天虹专柜成为品牌商全渠道中的重要一环，延展专柜价值，分享增值收益；与供应商分享数据，共享合作，共创共赢。

天虹商场股份有限公司

二〇一七年三月九日