

# 天虹商场股份有限公司 2012 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 2012 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:

2013 年 2 月

## 预计下次报告时间:

2014 年第二季度前

## 前言

2012 年对天虹而言充满挑战。近十年的连续高速增长趋势遭遇经济寒风，中国经历着增长模式的转型，环境正在发生诸多变化。在此背景下，天虹更加专注于修炼内功，着眼更为长远的目标，致力于可持续发展。

可持续发展，是天虹二十余年来始终坚持的经营理念之一。

2012 年，天虹开展了广泛的社会公益活动，襄助中国建设更加美好的未来，这些活动涵盖贫困地区帮扶，偏远地区儿童教育等。

另一方面，天虹的商业投资将进一步促进所在区域的经济及人力资源发展。通过本土化这一核心要素，来更加灵活地适应本土需求，同时降低供应链成本。在员工管理和培训方面，天虹不遗余力地支持员工的自身成长，并促进可持续的管理实践。

只有遵从商业道德才能使企业获得长久成功，天虹在经营活动中正是以此为信念，遵守法律法规是天虹人的基本原则，并在所有的员工和合作伙伴身上得到贯彻实施，每个参与其中的人都在遵从同一个价值体系。通过共同的价值观，与伙伴共创社会价值。

天虹见证了自上世纪八十年代以年来中国零售行业的高速发展和不断蜕变。如何能继续融入并推动零售发展，这既是挑战也是责任。正因为如此，天虹一直

将实现清晰可见的社会效益并不断扩大自身对社会的回馈作为长期的发展目标，并借此报告与内外部各利益相关方分享天虹始终践行的社会责任行为准则。

## 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，实现了跨越式的发展。公司旗下拥有“天虹”与“君尚”两大零售品牌。截至 2012 年 12 月底，天虹品牌在北京、广东、福建、江西、湖南、江苏、浙江、山东、四川等省市开设了 53 家直营分店及以特许经营方式管理 4 家分店，君尚品牌在深圳、东莞共开设了 2 家直营分店。公司已连续 11 年入围中国连锁百强企业，是国内最早引入精益六西格玛、平衡计分卡、卓越绩效管理模式的零售企业。

公司在国内首创“百货+超市+X”的业态组合模式，在此基础上根据目标顾客的不同，以城市中心店和社区购物中心两种模式经营百货商场，打造以“亲和、信赖、享受生活”为核心价值的品牌。多年的潜心经营获得了消费者和利益相关各方以及社会各界的广泛赞誉，顾客满意度、供应商满意度、员工敬业度始终保持在优良水平，分别获得了“深圳市市长质量奖”、“全球战略执行明星组织”、“中国零售业员工最喜爱的公司”、“中国人才发展最佳企业”……

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）财务概况与纳税

（单位：万元）

年度	2010 年	2011 年	2012 年
销售额	1470516	1894385	2037346
营业收入	1017436.14	1303563.72	1437701.01
利润总额	64108.15	80405.44	83626.73

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。2012年，公司年度纳税额 9.57 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，努力提升经营绩效，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。公司自 2010 年上市以来连续两年荣获“中国中小板上市公司价值五十强”的称号，公司优秀的经营业绩、严谨的治理结构、一流的管理团队、品牌及战略、持续为股东创造价值的的能力获得了投资者的认可与肯定。

### （一）股东权益

2012 年，面对行业市场低迷的挑战，公司一如既往地坚持既定的发展战略，围绕“溯源、精简、高效”的年度经营主题，大力推进品类管理，加强基于满足顾客需求的营采融合协同运作，提高商品有效性和营销有效性；加大内部流程变革，梳理优化部门职责和分工，努力提高人效，并取得了良好的经营业绩，充分保护保障了股东的权益。2012 年，公司实现营业总收入 143.77 亿元，同比增长 10.29%；实现利润总额 8.36 亿元，同比增长 4.01%；实现归属于上市公司股东的净利润 5.88 亿元，同比增长 2.40%。2012 年度公司拟向全体股东每 10 股派发现金 3.3 元（含税），本次权益分配事宜须经公司股东大会审议通过后实施。

### （二）定期沟通

公司严格按照《投资者关系管理制度》、《投资者接待和推广制度》、《信息披露管理制度》的要求，认真做好投资者关系管理工作。公司通过现场交流、网上互动交流平台、公司投资者电话、邮箱、网站等不同的有效沟通渠道，增进了投资者对于公司的深入了解。

公司共举行与投资者面对面交流活动 7 次，接待 101 人次，对每次来访投资者的信息以及发布研究报告情况及时进行了记录，定时更新《投资者信息数据库》，并按照监管机构的相关要求及时披露调研内容。

公司举行了网上业绩说明会，公司总经理、独立董事、副总经理兼总会计师、董事会秘书、保荐代表人就公司发展战略、经营情况、财务状况、治理运作、投资者管理等方面与投资者进行了坦诚交流，解答问题约 150 个。

公司已设专人维护“投资者互动关系平台”、“深交所互动易”，及时回复了投资者的问题。

公司严格按照内部的制度规范，热情、耐心地接听及回答了投资者近两百通有效电话询问，并及时登记了电话来访及回复情况。

公司已设专人管理 IR 邮箱，及时跟进处理重要邮件，有效回复了投资者邮件，加强了与投资者尤其是潜在投资者的沟通与交流。

公司已设专人管理公司网站“投资者关系”栏目，并相应增加了“股东回报”和“宣传与保护”两个子栏目，使得投资者较好地了解公司的动态，促使投资者树立理性投资的观念。公司通过公司官网、各区域门店现场宣传展板的形式，宣传理性投资、长期投资的重要性，加强了投资者教育和保护工作。

### （三）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、监事会和高级管理层的“三会一层”法人治理结构，董事会还设立战略委员会、提名、薪酬与考核委员会、审计委员会等三个专门委员会。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。

2012 年，公司共召开了 1 次年度股东大会（2011 年度）、2 次临时股东大会，审议通过 14 项议案。股东大会作为公司的权力机构，充分保障了股东对于公司相关重大事项的表决权。公司根据相关规定，组织了 2 次现场投票、1 次现场投票与网络投票相结合的股东大会，广大股东尤其是中小股东较好地履行了自己的合法权利及义务。

2012 年，公司修订了《内幕信息及知情人登记和报备制度》、制定了《财务负责人管理制度》、《理财产品管理制度》，进一步完善了公司治理、加强了规范运作。

2012年，公司根据中国证监会的有关规定要求，制定了《未来三年（2012-2014年）股东回报规划》，对回报投资者进行了较好的规范。

#### （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，真实、准确、完整、及时、公平地进行信息披露，积极主动履行信息披露义务。

公司不断规范内部重大信息报告及信息披露工作，严格执行信息披露双人复核制，有效提高了信息披露质量。2012年7月，经深圳证券交易所考核，公司2011年度信息披露工作获“A”评级，并列为信息披露直通车的企业单位。

#### （五）风险控制

2012年，公司建立了《全面风险管理及其监督评价》文件，结合《安全风险管理制度》、《法律风险管理制度》、《保密风险管理制度》等程序文件，形成了一系列风险管理制度。

公司秉承预防为主的原则，根据风险类别实行职能归口管理，通过收集、汇总、整理和分析运作中存在的风险因素，识别和评估风险点，形成年度风险清单，同时制定了相应的防范措施，组织实施并纳入日常监督检查工作中。

##### 1. 反商业贿赂

（1）公司高度重视“五部委联合通知”发布的要求零售商规范收取促销服务费、禁止各种违规收费等通知，组织法务及业务部门对公司已签定的合同进行了全面自查，2012年7月完成清查工作和收费条款审批，严格执行国家的规定和要求。

（2）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，明确反商业贿赂要求和义务，与供应商共同构建公平、公正、公开的商业环境。

（3）节前向相关业务单位发送《廉洁告知函》，表明公司反商业贿赂坚定立场

和共同营造廉洁从业环境的要求。

## 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。
  - a. 开展警示教育活动。
  - b. 编写《廉洁从业，健康人生》课件，对中高层管理干部进行宣讲。
  - c. 向供应商和相关业务单位发送《廉洁告知函》，共同营造廉洁从业环境。
  - d. 创建廉洁网页开展廉洁从业宣导工作，营造廉洁从业环境。

## 3. 改进内部控制系统

2012 年初，公司成立了以总经理为组长的内部控制规范领导小组和工作小组，在全公司开展组织内控建设和自我评价，以源头治理和过程控制为核心，以防范风险和提高效率为重点，对现有管理制度、机构设置、职责分工和业务流程进行全面的梳理，并按方案完成了各阶段的梳理工作。

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，能够适应公司现行管理和发展的需要，保证公司经营活动的有序开展，促进公司发展战略的顺利实现。

## 三、立足以人为本，建设员工成长与分享的平台

公司始终秉持“以人为本”的理念，建设员工成长与分享的平台。在 2012 年，通过人效提升项目强化职业规划与引导，鼓励员工参与公司管理，提升管理人员的管理水平，通过筹建天虹商学院，通过“学习地图”全方位管理人才素质，进而优化员工职业发展路径，通过对企业文化的梳理和更新，提升对不同年龄、不同背景员工的包容度，同时加强员工关爱，使人才和企业的发展相互促进、互相提升。2012 全年，公司投资于雇员个人知识和技能提高以提升雇员职业发展

能力的投入逾 800 万元。在两年一度（2011 年）的员工敬业度调查中，位列“高绩效最佳雇主”地带，并获得“中国人才发展创新企业”称号。

### （一）平等用工

在全国拓展的过程中，天虹不断提升雇佣当地员工的比例，通过人才本土化积极解决就业问题；始终遵照当地法律法规，提供当地同行业中上水平（均高于最低工资水平）的薪酬待遇。

天虹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，雇佣的女性员工超过员工总数的 60%。员工性别构成情况如下：

性别	人数	占员工总数比例
男性	5774	39.19%
女性	8960	60.81%
合计	14734	100%

### （二）员工成长及成立天虹商学院

#### 1. 企业提供的员工培训时数

2012 年，公司为员工提供培训总时数为 9616.5 小时；其中，专门针对基层员工提供培训的时数为 2626 小时，占总培训中时数的 27.31%；针对专业技术人员提供培训的时数为 1427.5 小时，占总培训时数的 14.84%。

#### 2. 成立天虹商学院

2012 年 8 月，公司成立天虹商学院，年底完成筹建（2013 年 1 月 24 日正式挂牌）。学院占地面积 15000 平方米，包含理论课程教室、多功能训练厅、评鉴中心测评室、电教室、图书阅览室等设施。学院可同时为千余人提供培训，为企业、行业、社会贡献力量。

天虹商学院是支持天虹实现“十二五”战略目标的组成部分，是天虹战略人力资源发展的重要举措。学院立足于零售行业，秉承服务于天虹战略的理念，紧

密依托人力资源管理系统，以“培养零售人才、推动公司持续发展”为己任，致力于将知识转化为公司价值，将人才培养打造成为公司核心竞争力，为公司战略的实现奠定牢固的基础、提供源源不断的动力，较为完善的人才培养体系，及时培养和输送优秀的人才，以推动组织能力提升。商学院定位“人才培养中心、领导力发展中心、零售技术研发中心、变革推动中心”，不仅为公司内部员工提供了学习发展资源，同时以本企业优势的品牌影响力、课程开发能力和专业的讲师队伍服务于零售行业与社会，面向院校毕业生、客户、合作伙伴分享成功管理经验，达到企业与社会的双赢。天虹商学院本着这样的理念积极拓展外部资源，先后与同济大学、深圳职业技术学院、时刻计咨询有限公司等签订战略合作协议。商学院将以承办国家重点高校 MBA 教学管理、与大中专院校合作“前置培养”、编订行业教材并开展行业资质认证培训等方式，为行业乃至社会的人才培养作出贡献。

天虹商学院亦是资源整合的平台、文化传播的平台、知识管理的平台，倡导行动反思，推动思维创新。其致力于知识管理体系的建设，通过推动知识的沉淀、分享、学习、应用与更新，实现个人与组织之间的知识循环，保证知识为企业创造价值。其致力于持续推进企业管理创新，通过提供专业的咨询、培训，支持各部门优化流程，降本增效，从而提升员工创新思维能力，实现持续创新的文化氛围。

天虹商学院被中国企业商学院院长联合会授予 2012 年度企业商学院“最佳成长奖”。

### 3. 员工培养路径

天虹商学院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。我们将岗位能力、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涯发展时都有配套的学习和发展的机会。

(1) 新店培训：策划并整合资源实施 9 家新店共 8000 人次的开业员工挂职学习。

(2) 营业员体系培训：优化入职培训课程，并逐步规范各区域教练管理，推动教练文化的执行；覆盖式梳理营业员级岗位工作流程，完成十大关键岗位标准工作教学光盘的拍摄，推动员工实践学习。

(3) 育才计划：组织各区域完成基层管理者合计 1000 余人次的培养；针对新进大学生实施“新秀动力营”，通过理论培训+体验式训练+一对一天使计划推动大学生迅速完成职业角色转换。

(4) 慧才计划：为新任经理提供专业技能、团队管理等课程培训。

(5) 英才计划：为各区域、各部门中层经理储备人才提供系统化的培养。培养方式包含理论培训、体验式培训、行动学习、个人能力提升的培养。

(6) 优才计划与考察：为公司商场助理总经理储备人才提供个性化培养方案，同时为名部门总监级管理者提供零售行业的考察机会。

### （三）人效提升

公司始终视员工为企业最重要的资产，2012年，“我的天虹-人效提升”项目小组自组建以来，致力于提升公司人力资本效益，推进“我的天虹”计划的各项实施，重点完成以下四方面的工作：

第一，职责梳理与编制优化。跨部门人效提升项目组紧密围绕公司战略，梳理和明确了总部、区域、门店三者的角色定位和主要职责，优化组织结构和内部岗位分工。

第二，推进“集中收银”和“防损编制优化”工作。通过合理设计编制测算方法和岗位配置原则，优化百货收银员和防损员的工作模式。

第三，最佳实践案例收集与推广。通过收集、评估各门店可自主推进的人效提升措施（“最佳实践”案例），形成《人效最佳实践库》并在全公司范围内推广。

第四，奖金二/三次分配方案制定与推广。基于品类管理思想，在公司成熟门店推行奖金二/三次分配方案。同时，优化了薪酬结构，进一步激发了员工源动力。

### （四）企业文化更新

通过总办访谈、各层级问卷调研、OA论坛了解变革方向及企业文化修订建议，确认需要改变的行为；通过人力资源简报、员工敬业度调研资料、离职员工面谈记录深入分析了人员结构，了解企业文化存在的问题及改进方向；同时借鉴权威咨询公司关于《2012年中国企业文化建设调查报告》的输出结果以及优秀标杆企业的共同之处，最终完成了对企业文化（愿景、使命、核心价值观、行为准则）的重新解读，丰富其内涵，在2012年11月初举行的战略研讨会上正式发布；并创办企业文化内刊《我们》。

#### **企业使命：致力于创造与分享生活之美。**

我们从事零售行业，贴近生活脉搏，与生活息息相关。

我们主张并致力于创造亲和、信赖和享受生活的价值，分享真善美、分享知识与能力、分享共同创造的成果。

**企业愿景：成为全国一流的零售企业。**

“一流”从员工、目标顾客、股东、供应商和社会五个方面来体现。

——让员工获得当地同行业中上水平的劳动报酬和最佳的实现自我价值的舞台。

——成为当地目标顾客消费的首选商场。

——为股东提供稳定的、超过同行平均水平的投资回报。

——我们与供应商成为良好的合作伙伴，信守合约，友好合作，可持续共赢发展。

——卓越运营、创新求索、促进行业发展；保护环境、服务社区、乐善好施、维护社会和谐。

## **（五）和谐劳动关系**

公司积极构建和谐劳动关系，维护员工的身心健康、畅通员工诉求表达渠道、帮助员工解决具体问题，全方位提升员工的幸福指数。

### **1. 员工利益计划**

公司为员工提供丰富多样的工资与福利项目，除月度发放的基本工资、工龄工资、生活补贴及按业绩发放的奖金外，另设有双薪和春节过节费。公司依法为员工缴纳养老保险、医疗保险、工伤保险、失业保险、生育保险等，并根据各城市当地政策规定缴交住房公积金。员工依法享有法定节假日、年休假、婚假、产假、丧假、节育假、看护假、工伤假、探亲假、哺乳假等各类假期。此外，公司还为员工提供劳保费、饮料/高温补助费、生日费、夜班津贴、节日费、员工活动费用等福利，并在各城市逐步推广企业年金计划等补充养老福利。

#### **（1）社会保障制度**

天虹按国家和地方的有关规定，实行劳动合同制，员工按照与天虹签订的合同承担义务和享受权利。为保障员工享有福利和劳动保护，天虹按规定办理了基本养老保险、失业保险、工伤保险、生育保险、医疗保险。

#### **（2）员工住房制度**

天虹根据各城市当地政策规定为员工缴交住房公积金。截止至2012年12月，公司已开业商场均按所在城市政策规定为员工缴交住房公积金。

### (3) 企业年金制度

天虹在深圳地区建立了企业年金制度。参加企业年金制度的员工须由本人提出申请、且满足在天虹连续服务3年以上(含3年)、与天虹签订劳动合同和参加了基本养老保险的条件。企业年金缴费由公司和员工共同承担，采用个人账户方式进行管理。公司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2012年底，深圳已有2846名员工参加企业年金计划。并将逐步向各城市推广该计划。

## 2. 员工合法权益保护

2012年度，天虹与员工的雇佣关系均基于双方自愿前提下建立。天虹严格按照国家和地区规定，与年满18岁的劳动者自用工当日即签订劳动合同，签订劳动合同签收备案表；大中专学生到天虹实习，天虹与实习学生所在学校签订《校企合作协议书》，并按月发放实习补贴，购买工伤保险。

天虹根据国家以及各城市相关规定制定员工考勤制度、薪酬福利制度、员工申诉程序等，保证员工每周工作不超过40小时，并享有带薪年假和法定节假日休息权利；天虹依法发放加班工资，并每年为员工提供劳保费、降温费等补贴；员工认为不合理不合法的行为，可通过员工意见/建议收集平台、OA论坛、员工申诉程序、总经理邮箱等直接反馈意见至天虹，天虹均及时给予处理和回复。

## 3. 员工关系管理体系优化

通过文件修订、操作指引编制、培训帮带、人力风险评估等提升管理干部和人力资源系统人员的劳动关系管理能力。完善激励体系，强化正向激励，修订《员工奖惩管理规范》文件，并启动专业技术人员职业发展路径的优化。

## 4. 员工关爱

### (1) 打造人本和谐的管理模式

天虹在管理模式上坚持以人为本，尊重员工个性，鼓励坦诚友善地沟通，强

调规范透明，实现参与式管理，注重团队建设，为员工营造一个和谐、富有激情的职业环境。

天虹尊重员工意见和建议，提倡员工参与式管理。2012 年公司修改《员工奖惩管理规范》、《考勤管理细则》、《薪酬福利制度实施办法》等涉及员工利益的规章制度时，均由员工代表对制度内容进行讨论与修改，并最终由员工代表会议、工会会员代表大会表决通过，员工参与规章制度的制定工作，进一步提升了员工的主人翁意识，强化了公司民主、开放、人本的管理氛围。

公司每年定期召开基层员工代表与公司高层沟通的“对话·心声”员工座谈会，员工代表将来自基层的意见与声音直接向公司高层倾诉，公司高层将现场答复或处理员工反映的问题，会上无法立即处理的问题，将由有关部门会后答复或处理，公司会持续跟进并向员工公布处理进度。如今座谈会的形式在天虹已得到广泛应用，在各区域、商场、部门均有开展，已成为公司收集和处理员工意见的重要平台，2012 年“对话·心声”基层员工座谈会每年可收集员工意见与建议 100 余项，处理完成率达 100%。

## (2) 营造健康快乐的工作环境

2012 年，公司启动“筑心行动”——员工 EAP 心理援助项目，项目意在提升员工心理资本，缓解员工因工作、生活等原因造成的心理压力，帮助员工建立健康、乐观、向上的人生态度，营造公司快乐工作、快乐生活的工作环境。如今项目已建立面向深圳地区的专业心理咨询热线，为员工提供免费心理咨询与辅导，开展多次心理健康专题活动，对基层管理人员的员工心理管理技巧进行培训，收到了良好的效果。

公司每年组织 40 岁以上的员工进行身体健康检查，组织已婚妇女进行妇科检查，引进“恋爱婚姻”及“亲子”类的专题讲座。为解决公司大龄员工婚恋问题，公司每年与深圳大型企业开展青年员工联谊相亲活动，为员工搭建了安全、有效的社交平台。

为丰富员工业余文化生活，公司工会每年组织开展了如拔河比赛、羽毛球赛、篮球争霸赛、棋牌争霸赛、员工歌手大赛、迎春文艺晚会、员工征文摄影比赛等文体活动，为员工提供了一个展现特长的舞台，2012 年又创新性的开展了“虹蚂蚁”绿色环保徒步活动、员工才艺大赛、员工“愿望盒子”生日愿望活动等适

应时代潮流的新活动，如今这些文体活动已成为天虹的文化招牌活动，每年涌现出大量员工文体明星，同时也提升了员工的凝聚力和团队精神，荣誉的激励更提升了员工的工作热情与忠诚度。

### （3）困难员工救助

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。通过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。

2012 年，公司先后为重大疾病员工和家庭困难员工申请深中航爱心基金合计 19 余万；为特困员工申请市总工会节日慰问金 37500 元；同时，根据困难员工的学习需求申请相应的助学救助金。时至今日，爱心帮扶基本实现了经常化、制度化，规范化，成为企业关心员工特别是困难员工的重要窗口。

## 四、完善顾客体验，分享生活之美

天虹时时刻刻保持着对顾客体验的敏感，在经历的每一个发展蜕变中，天虹都用实际行动在证明自己，始终致力于与顾客“分享生活之美”。从行业提倡的打造顾客满意，上升到自身要求的打造顾客信任和顾客忠诚。

2012 年，天虹的顾客满意度得分为 83.1 分，领先于行业水平，得分较上一年度同比上升 1 分，持续四年呈上升趋势。“商品”和“价格”两个指标分别同比上升 0.6 分和 0.4 分；“服务”仍是顾客最满意的指标，得分高达 87.8 分，树立了行业标杆。

2012 年底，天虹的 VIP 顾客已突破 370 万人，顾客忠诚度的不断提高。顾客的长期信任和坚定选择，是天虹持续增长和能力提升的保证。

### （一）严控食品质量，构筑安全防线

2012 年，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 体系的有效运营提供良好前提。

同时，加强了针对食品安全的相关商品抽样送检和处理，尤其根据市场动向（如出口茶叶农残风波、蜜饯类商品滥用添加剂事件）采取针对性的全面排查，

食品类检测费用投入较上一年度增加逾百万，更全面、更有效的监控食品质量，保障顾客的餐桌安全。

同时，天虹还将食品安全工作向供应链的上游延伸，对产地直采食品的供应商加强宣导和监控。2012 年，天虹对产地供应商不定期进行食品安全知识的宣导，从产品生产、加工源头进行食品安全监控，帮助供应商树立并加强对食品安全工作的认识。

2012 年，深圳区共五家商场被评为深圳市“食品安全示范店”，苏州金鸡湖天虹获得了 2012 年“苏州市正版正货示范单位”称号。

2013 年，将继续推动 ISO22000 体系的完善和运营：全面引入第 3 方门店审核制度，有效推进食品安全相关标准的执行、提高员工意识；加强供应商准入审核的管控和动态管理，提高审核标准，并将准入审核、过程审核委托给专业机构实施。进一步完善前提方案以提高建店标准，推进基础设施设施建设、配置的标准化，为操作、管理相关流程、规范的标准化提供前提保障；完善各品类 HACCP 计划，以更有效的保证食品安全。

## **（二）稳控物价，改善民生**

在遵守国家价格法律法规的基础上，将稳控物价提升到惠及民生的高度之上，关注市场动态，完善价格策略。为稳定物价，通过产地直采和农超对接，从基地直接供应到超市，减少了流通环节，控制了商品成本。

### **1. 打造平价商店示范店**

为夯实价格工作基础，提高价格工作水平，在东莞厚街天虹超市内建立了“平价超市示范区”。每天早上 6 点，厚街天虹的采价专员在周边的几个农产品批发市场进行采价，并在 8 点前回到商场对平价商品进行价格评估，根据与市场平均价格比对，以低于市场平均价格至少 15% 的价格进行调整，开业前在平价商品价格公示牌上进行公示。

2012 年 12 月 25 日，厚街天虹“平价商店示范店”荣获 2012 年度“广东省平价商品示范店”称号。

## 2. 缩短供应链，让利于顾客

2012年，天虹在山东、江西等地对直采水果进行驻人采购，完成山东自存富士和江西脐橙的采购计划，缩短了农产品供应链，降低采购成本，让利于顾客。

### （三）优质服务，打造购物乐趣

“服务领先”是天虹的一张名片，也是公司的重要战略之一，旨在将顾客简单的购物行为，打造为全方位的、体验购物乐趣的过程。

#### 1. 有快乐的员工才有快乐的顾客

为提升员工的服务态度，天虹更有针对性地提炼了服务中的要点，方便员工掌握后为顾客提供亲切而愉悦的服务过程；同时，运用快乐晨会、光盘教学等灵活多样的培训方式，活跃员工的上班氛围，宣导诚信待客理念。

同时，通过服务明星评选、服务优秀组织商场评选等活动，提高全体服务热情，从而提高整体服务水平。

天虹始终相信，有快乐的员工才有快乐的顾客，由心态阳光的员工通过热情、真诚、自然、耐心、快捷、准确、无干扰服务，才能将购物过程的乐趣准确传递给顾客。

#### 2. 让顾客轻松购物

2012年，在进行了行业调研的基础上，天虹结合顾客需求整理了《服务项目库》，为顾客新增以下新颖而贴心的服务：在超市购物的顾客，如果购买了大量且不便于用购物袋提拎的商品，可向商场租借带轮子的拉杆购物篮；雨天到店的顾客，如果鞋袜已经打湿，可到商场服务台换取鞋套；顾客穿着的皮鞋和随身皮具，可在来到商场时，在指定品牌柜台享受皮鞋皮具护理……诸多细节的完善，体贴地照顾到了顾客在天虹购物时的需求，让顾客在购物之余体验一份惊喜。

同时，运用情感曲线工具识别出顾客关注的关键环节，推出“亲切招呼”、“贴心试穿/用”、“便捷退换”、“快速收银”、“雨天打伞”五大口碑服务，提升顾客在购物过程中的愉悦体验。

### 3. 售后服务

为了让顾客放心购物，公司为顾客提供“便捷退换”的贴心服务，凡顾客购买 30 天内，在不影响再次销售且外观及包装完好的非重点商品（金银珠宝、定做/剪裁商品、化妆品、内衣等品类除外），可根据顾客要求予以退换货处理。

为了满足顾客异地送货的需求，公司还与多个品牌合作，推出了免费邮寄服务，方便顾客为异地购物。

在华南区，首次试行同品牌同供应商的“跨店退换货”处理，为顾客退换货提供更大程度的便利。

#### （四）开发自有品牌，给顾客提供更多选择

定位于“高品质、高性价比、新概念、新技术”的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、生鲜品类共 500 个单品。

专业的生产过程监控，权威的质量检测保证，确保自有品牌商品在质量上等同或超越全国性品牌的同类商品。此外，自有品牌商品的价格比同类商品低 10%-20%。

2012 年，天虹开始打造“最优产地、最优产品”系列自有品牌商品，已经成功开发“新疆若羌灰枣”、“新疆和田骏枣”、“山东龙口粉丝”、“福建古田香菇”、“辽宁建平杂粮”等高品质高性价比特色商品，给消费者提供丰富商品同时，确保品质保证和价格实惠。

### 五、和谐零供，成为供应商的最佳伙伴

天虹在 2012 年度合作专柜供应商约 4800 家，其中跨区域供应商 1235 家。合作的专柜品牌共 3808 个，专柜数量近 20000 家。

与此同时，天虹共与来自全国近 100 家优秀的农产品供应商建立了生鲜农产品合作关系。天虹作为全国大型的连锁零售企业，直接或间接地为全国各地的农户、农产品种植基地、供应商提供了公平、共赢的农产品市场供需平台，同时也积极配合各地政府对农产品惠民政策的落实和推广，获得了中国连锁经营协会 2012 年授予的“农超对接示范项目”称号。

天虹每年开展供应商满意度调查，根据意见持续改进，建立了和谐的零供关系。2012年，天虹的重点供应商满意度调查综合得分81.25分，其中结算服务和合同履行是供应商满意度最高的项目，分别高达84.66和84.12分。

### （一）品类管理助推百货商品优化

通过公司品类管理的推行，百货专柜2012年销售保持较快的增长。2012年引进新品牌288家，商品配置更加丰富。

1. 打造全国战略合作体系。为进一步与专柜供应商的合作，增强在各自领域中的竞争力与影响力，与重点客户推行，2012年共签订战略合作协议35家，与供应商共同发展。
2. 推行联合生意计划。紧密关注客户的发展及合作机会点，2012年共与52家重点供应商进行了联合生意计划，梳理合作情况及发展前景，与客户携手共赢。

### （二）生鲜直采

2012年，天虹尝试在山东、江西等地对直采水果进行驻人采购，提升了生鲜商品的新鲜度和口感。2012年在新疆乌鲁木齐建立生鲜产地办事处，整合产地、农产品资源。2013年拟增设海南和山东农产品办事处。产地办事机构的相继成立，将对新品开发、产品和产地资源整合起到推动作用，将有助于提高双方的生意额，共同将市场做大做强。

天虹商品中心生鲜直采项目通过整合农产品资源、利用公司内部配送优势、结合华中区、东南区的市场需求，顺利的建立了外区配送模式，全年完成外区生鲜配送量达880吨。总部配送网络的构建，通过从田头到餐桌的对接，让顾客体验到优惠的价格和更新鲜的商品，同时由于供应链的缩短，让农户更加贴近市场，能够有效经营，从供应链条中更多地受惠，也扶持了当地的农业发展。

## 六、行业价值创造

维护行业健康发展是企业的责任。作为零售企业绝不应该仅仅着眼于自身，积极促进供应链中每一个环节的良性发展，追求行业价值创造，是支持行业可持续发展的最佳路径，也是社会责任与企业战略的融合之道。

## （一）为行业提供知识和经验

天虹不断提升自身的管理水平，成为零售行业的先行者。自创建以来，公司一直将管理创新作为持续进步的手段，不断追求卓越。公司在业界率先引进 ISO9000 质量管理体系、平衡计分卡（BSC）、精益六西格玛（LSS）、卓越绩效管理模式等先进的管理工具，并以卓越绩效管理模式为核心框架，将这些管理工具系统整合后用于推动整个组织的持续改进。

公司一边吸纳先进经验，使企业由优秀走向卓越，一边将自身积累的知识和经验输出给行业和社会，以自身发展促进零售行业的整体发展。

2012 年 9 月 6 日，天虹董事总经理高书林当选深圳市零售商业行业协会第四届会长，在就职演说中，提出将“继续搭建更广阔的平台、建立更多的桥梁和渠道”、“做好行业维权和自律，保障行业健康发展”、“做好政府社会管理的“助手”，建立良好的行业发展环境”、“制定行业标准、规则，促进行业规范发展”和“做好行业研究和调查，助力企业快速发展”。通过更多地参与行业协会的相关工作，将公司积累的经验和管理模式提供给更多的企业，为行业发展贡献更多力量。

公司积极参与到行业规则的制定和各种经验知识的修编当中，无私地将自身经验与其他企业分享：2012 年 3 月至 2012 年 11 月，天虹应深圳市零售商业行业协会推行零售行业标准化的邀请，作为主要编撰单位，为实施编写《零售业基层岗位技能要求-营业员》标准宣贯教材提供了行业标准知识的支持、图片支持。

## （二）先进技术的引进

信息技术的开发与引进是天虹不断提高连锁运营管理效率的关键支撑要素之一。多年来，天虹商场持续投入商业智能系统、二维码（短、彩信）、供应商交互平台、ESL 电子标价签（试点）、企业信息门户等技术的开发、引进与升级改造，已经初步建立符合自身特点和需要的信息系统，提高了业务运营效率，利用科技创新引领零售的发展。

## 七、投身公益回馈社会

一个真正优秀的企业，不仅要为社会创造丰硕的财富，推动经济快速发展；更应该深怀良知、正义和感恩，热心公益事业，积极履行企业公民责任。2012年，天虹全年为社会公益事业投入60万元，但不再限于直接的捐资捐物；而是通过开展相关活动真正帮助到有需要的群体，推动社区进步，向社会传递正能量。

## （一）助推区域发展

### 1. 公益采购，从“授人以鱼”到“授人以渔”

2012年9月7日，天虹定点扶贫的爱心红薯公益采购活动启动，采购自深圳对口扶贫单位——湛江市遂溪县草潭镇天德村的“下六红薯”在深圳地区20家天虹及网上天虹售卖。此次爱心采购，公司共从产地直采红薯33吨，给当地农民带去了近10万元的收入。

与往年不同的是，今年的采购过程中，天虹派驻了专业的商品人员到贫困地区，亲自向当地农民指导采收、挑选、包装、以及销售渠道开发技术。在以往解决了当地农民的辛苦种植的后顾之忧，带去稳定收入的基础上，更给他们带去了先进的市场理念，让他们有把握和创造自身未来的能力。为贫困农民带去更有尊严的生活方式，这才是更加长久的保障。



左、右：爱心红薯在天虹受到了顾客欢迎，很快就抢购一空

### 2. 关注社会阅读，传递阅读正能量

#### （1）设立爱心书屋，为了偏远地区孩子们的明天

2012年10月23日，天虹与爱心书屋发起人尹庆华老师一起到新疆喀什，实地走访了民族双语教学学校——喀什市夏马勒八格镇中心小学。看到孩子们拿着捐赠的图书在认真的上着名著导读课，积极的发言。

学期末，一个以前从来不看课外书籍的阿迪力江说：“在有了爱心书屋后，我一学期已经看了40本书，还被评选为‘读书好少年’。”校园里平时的课余打闹和争吵，转眼就形成了安静的书香氛围。这一切，让作为捐赠者的我们，深深体会到此次捐赠的这10个爱心书屋的真正价值。



上左：捐赠现场

上右、下左、下右：教室里朗朗读书声和孩子们的笑容

## （2）赠送书籍，供书报亭图书漂流

2012年3月，天虹联合一米阳光书报亭开展图书漂流活动。天虹在深圳20多家商场向顾客征集将近3000本图书，集中赠送给一米阳光书报亭，供其免费借阅给深圳20个社区居民，让书籍和阅读影响更多的人群。

## （二）关怀特殊群体，共享生活之美

### 1. 关注自闭症儿童群体

2012年9月，君尚百货将携手自闭症研究会、小燕画院开展“关爱如海洋，自闭不孤独”大型公益环保绘画活动，为自闭症儿童提供展示内心诉求及才艺的平台，呼吁全社会共同关注这部分特殊群体。一个自闭症孩子看着自己绘画的空瓶陈列在光明亮丽的玻璃柜内，露出了满意高兴的笑容。

2012年11月，君尚百货联合深圳市龙岗区颐乐综合服务发展中心、深圳市龙岗智康特殊儿童发展中心，共同开展“君尚爱心小天使”公益捐助活动。君尚百货为活动捐赠价值近3万元的文具、图书、玩具、被褥等物资；同时活动还号召

顾客及社会各界爱心人士为他们伸出援助之手。



左:自闭症大孩子的表演

右: 参与绘画活动的自闭症儿童合影

## 2. 关注福利院老人

2012年,苏州金鸡湖天虹、厦门汇腾天虹、厦门大西洋天虹、厦门海沧天虹、泉州天虹、南昌红谷丽景天虹等商场均组织员工,前往当地社会福利院、颐老院等机构慰问,捐献食品、生活用品等物资,陪伴老年人聊天,并带去欢乐的节目表演。

## 3. 关注学子

2012年5月27日下午,天虹联合深圳市市关爱办、深圳市市慈善会等机构在后海天虹开展“雏鹰展翅 青春飞扬”——深圳大学生参与风筝制作义卖公益活动,利用大运会及亚运会过期旗帜景观布作为原料,制作风筝进行售卖,款项捐赠到市慈善会“雏鹰展翅”计划,用于资助贫困大学生。

2012年6月7日高考期间,厦门大西洋天虹、威海天虹于学校门口为考生及家长免费送水,为高考学子加油助威。



设立于高考考场外的天虹爱心服务站

### （三）共建和谐社区

天虹在开拓的同时植根于当地，深入社区，为当地居民带去关怀和便利。

#### 1. 募师支教吉安革命老区

2012年9月，天虹再次参与募师支教活动，在得知吉安地区部分乡村学校老师短缺后，争取联系了4名募师支教志愿者到吉安两所希望小学进行支教，并给学校孩子捐赠文具500余件。



上左：捐赠现场

上右：获赠文具后孩子们的雀跃

#### 2. 举办实践活动，提供免费便民服务

2012年，天虹在各地区分别举行绘画比赛、沙画比赛、儿童才艺大赛等活动，邀请社区儿童参加，陪伴儿童一起成长。

同时，全国共有45家商场先后开展社区便民活动，为社区居民提供免费清洁电器，首饰及眼镜护理等多项免费便民服务。

### （四）资助深中航爱心基金

自“深圳市慈善会·深中航爱心基金”成立之日起，天虹就作为五家理事成员单位之一，积极参与到爱心行列当中。

2012年，中航爱心基金向困难群体共资助411600元，帮助32个家庭缓解困境，重拾笑容。

2012年，中航爱心基金坚持对外开展“募师支教”和“蓝粉笔”乡村教师培训公益行动，将知识带到贫困地区。其中，“募师支教”公益行动全年共招募56名老师分赴贵州织金县、龙里县，江西莲花县、吉安、安义、九江以及广东湛江等贫困地区，滋润了渴盼知识的孩子们的心田，将改变未来的钥匙交到他们手中。

## 八、低碳环保

2012年天虹在新店建设、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，2012年度公司在新店建设及老店改造中节能技术、设备共投入超过2000万元，实现节约用电737.32万kw.h，相当于减少7351.08吨二氧化碳排放量。

与此同时，天虹全年在环保宣教上的投入约为180万元，通过丰富多彩的活动，将环保理念植入更多民众的心中。

2012年，天虹苏州金鸡湖店、西丽店、君尚中心店获全国连锁经营协会颁发的“低碳示范店”，天虹获“深圳市福田区节能先进集体”，横岗天虹和沙井天虹分别获得“鹏城减废”卓越企业、“清洁生产审核”企业称号。

### （一）积极推广的节能措施

2012年公司在新店建设、老店改造中主动应用节能产品。结合公司的主营业务，甄别出主要用能设备为中央空调设备，照明灯具和超市冷链设备（其中中央空调设备约占公司总用电比例为40%，照明灯具约为35%，冷链设备约占10%），相应进行节能改造。

1. 中央空调设备。为提高中央空调系统的效率，在系统设计时考虑了很多代表行业领先技术的设备引用。

（1）蓄能技术（冰蓄冷）。公司沙井、横岗和南昌红谷店运用了冰蓄冷空调。冰蓄冷空调系统通过对电的移峰填谷，利用夜间谷值的蓄冰电价，达到节约电费的效果。通过以上门店的实施情况，对比普通空调系统，年节约电量约370万度，相当于减少3688.90吨二氧化碳排放量。

（2）冷水机组、水泵、末端风柜的变频技术。深圳福民店改造项目采用了当时还没得到广泛使用的 YORK 变频离心主机（该主机曾获得“美国环保署气候保护奖”），全年综合能效对比一般离心主机高出30%。水泵、风柜变频技术在公司运用覆盖率达到60%，每年可减少1200吨以上的二氧化碳排放量。

（3）BA 自控系统。新增 BA 空调控制系统、空调设备能源监控系统，对商场内空调系统温度、湿度、CO2浓度进行自行调节，对空调系统的主要设备能耗状况、运

行效率进行监管与分析。BA 自控系统已作为新店常规配置在公司门店广泛运用。

(4) 过渡季节全新风。秋冬过渡季节室外温度较低，尤其华南区，室外空气达到适合人体的标准。通过室外冷源的免费运用，可以降低主机的开机时间，达到节能效果。此项技术在华南区门店覆盖率达到85%，每年可减少960吨以上的二氧化碳排放量。

2. 照明灯具。第三大照明光源 LED（发光二极管）在2012年技术上有进一步的突破，公司在评估和引进 LED 灯具加大了力度，通过评估，试用合格后，已部分门店推广使用了部分成熟的 LED 产品。

(1) LED 筒灯替换传统荧光筒灯。在不降低商场照明效果需求的情况，运用 LED 筒灯替换传统荧光筒灯有非常显著的节能效果，节电率达46%，而且 LED 寿命更长，故障率更低，投资回报期约为2年。公司东环、坪山、沙井、西丽已大面积推广使用 LED 筒灯，在新店中已作为常规配置实施。

(2) LED 生鲜替换传统的金卤生鲜灯。传统金卤生鲜灯发热量高，对生鲜商品损耗严重，LED 为冷光源，非常符合生鲜商品特点，运用 LED 生鲜对比传统金卤灯节电率达42%。公司前海、株洲、坪山等新店均采用 LED 生鲜灯，节约用电量12万千瓦时，每年可减少119.6吨二氧化碳排放量。

(3) LED 灯具替换石英卤素灯。传统石英卤素灯发热量大，光效低，运用6.5瓦 LED 小射灯可以替换50瓦石英灯，节电率达87%。公司在2012年新店基本全部采用 LED 灯具替换石英灯，每年可减少319吨二氧化碳排放量。

(4) 广告招牌全部采用 LED 光源。

(5) 采用 EHF 高频 T8节能灯管。

3. 冷链设备。冷链系统节能技术应用包括：压缩机组变频，大并联机组，丹佛斯控制系统，采用环保冷媒 R404a，冷柜柜体照明采用 LED 灯，并且采用制冷余热化霜技术，全面控制能耗。以上技术均作为常规配置在公司新店中应用。

## (二) 耗水量控制

天虹各分店在运营过程中采取能效对标的管理模式，严格控制公司的水电消

耗。对水资源的循环再利用非常重视。目前，空调冷凝水的回收再利用技术已在部分分店引用，如厦门大西洋天虹、福民天虹、东莞君尚百货等。据统计，2012年天虹已实现的空调冷凝水的回收再利用量达到约2.2万吨。随着空调冷凝水回收再利用技术在全公司范围内推广应用，循环再利用水量将会进一步提高。

### **（三）减少有害气体排放**

“打造绿色商场、实现可持续发展”是公司的战略目标之一。公司严格执行国家环保节能的方针政策 and 法律法规，注重能源管理体系的完善和提升，积极推进各项节能减排工作，通过管理节能、技术创新、充分应用政府节能政策等一系列措施，开展积极有效的工作并取得了预期效果。2012年全年实现节约用电737.32万千瓦时，相当于减少CO<sub>2</sub>排放量7351.08吨。

### **（四）使用再生或环保原材料**

中央空调系统使用环保冷媒R134a，超市冷链设备使用环保冷媒R404a，通过环保冷媒杜绝了冷媒泄露对大气臭氧层的破坏。

### **（五）减少包装浪费**

来货纸箱再利用。通过对商品来货纸箱的再利用，减少订单包装纸箱的使用量：2012年3月12日起网上天虹以“环保”为主题给顾客进行了纸箱再利用的倡导，以可利用、无污染的废旧纸箱代替新的包装纸箱，张贴环保低碳标贴，减少纸箱的使用量，年度减少约72000个纸箱的使用，减少了树木砍伐，支持了环保事业。

### **（六）宣教低碳环保，倡导绿色生活**

天虹不仅注重自身的环保投入，更不遗余力地通过门店向顾客宣教环保理念。2012年，与“绿色经济”这一环保主题融合，从日常的生活如出行、物品循环使用等入手，倡导绿色低碳生活，为顾客提供表达、参与环保的平台。全年环保宣教总投入约180万元。

### 1. “绿分享” 儿童旧物易货活动

向儿童、家庭传递环保理念，开展儿童的旧物易货活动，共计 778 名儿童参加。该活动倡导孩子在旧物交换中学会分享、支持环保、获得快乐。



上左：“闲置物品”格子铺，供展示和交换孩子们的旧物

上右：孩子们正在现场进行旧物交换

下左、下右：环保宣教展示

### 2. “虹蚂蚁” 绿色环保行城市穿越

2012 年上半年，天虹华南区、东南区、华中区岳阳天虹策划组织员工以徒步和骑行的形式完成城市穿越。400 余名青年员工分别穿越在深圳、厦门、岳阳三个城市，沿途积极清除路面垃圾，宣传“爱我城市、停用少用、绿色出行”口号。倡导市民绿色出行，用行动践行绿色环保的城市理念，为地球的天更蓝、水更清贡献自己一份绵薄之力。



左、右：天虹员工一路骑行，一路宣传绿色环保的出行方式

### 3. “大运福袋” 旧物改造大赛

2012年5月13日母亲节当天，由天虹和深圳市关爱办、深圳市慈善会等联合开展的“大运福袋”旧物改造大赛的新闻发布会在沙河天虹举行，倡导市民可以利用身边任何的闲置、废旧物资，倡导动手制作，变废为宝，加工成具有可再生价值和意义、为筹备中的“大运博物馆”收集具有纪念意义的物品。并通过举办大型互动展览、义卖、拍卖等形式，以制作者的名义将所得捐助到公益机构，传递爱心的同时，也传递一份珍惜资源的理念。



左、中、右：市民们积极动手、踊跃参与，将旧物变废为宝

#### 4. “衣物捐赠箱”提供循环利用平台

2012年6月14日下午，天虹向深圳市捐助中心捐赠8个“衣物捐赠箱”，倡导“循环利用、支持公益”的理念，为衣物的捐赠回收、循环利用提供平台。天虹代表在衣物捐赠箱前接受采访



#### 九、年度主要奖项

2012年1月10日，由HRoot旗下《人力资本管理》杂志主办的“2011-2012中国人才管理奖项评选 — China Talent Management Awards 2011—2012”中，天虹商场股份有限公司荣膺“2011-2012中国人才管理奖”。

2012年4月20日，第八届“中国企业培训与发展年会”在北京国际会议中心召开，天虹荣获“2011年度中国人才发展最佳企业”。

2012年7月25日，由证券时报社主办、《新财富》杂志社联合主办、中国上市公司协会联合授予“2011中国中小板上市公司价值五十强”称号。

2012年8月2日，获“2011年度深圳连锁经营50强企业”。

2012年12月，荣膺 CCH（被业内誉为人力资源领域“奥斯卡”）第十五届“中国人才”年度最佳组织变革奖。

2012年12月，“天虹商学院”被中国企业商学院院长联合会授予“2012年度中国企业商学院最佳成长奖”。

## 十、展望 2013

2013 年，天虹在做好常规社会责任的基础上，还将汇集资源，从行业特质的角度出发，侧重以下三方面社会责任的践行。

**种子计划：**将天虹企业文化中的社会责任意识形态，通过企业行为的传导和企业文化的渗透，与员工价值观融合，形成社会利益为先的价值判断，让每名员工成为一粒践行社会责任的种子，在日常工作中自觉做对社会有益的事情，将更多的正能量扩散和传递出去。

**成就计划：**通过自身努力，成就一个可持续的行业链条。向供应链上游的供应商提供良好的销售渠道，与供应商一道开发更加广阔的市场，成就供应商的开拓与发展，甚至继续将触角延伸至农户，通过提供渠道技术帮助他们更加了解市场，成就农民的脱贫梦想；为供应链下游的顾客提供安全、可信赖的商品和服务，成就顾客获得美好生活的愿望；在自身的经营行为中，节能减碳，成就良好环境；与行业共享知识和成果，成就行业的进步。

**天使行动：**数年来，天虹长期致力于家庭、儿童和弱势群体的帮助，2013年，天虹的公益事业将更多聚焦儿童，通过天使行动关注不同儿童群体的成长、教育以及身心健康，帮助儿童群体营造健康、快乐的成长环境。

天虹商场股份有限公司  
二〇一三年二月二十七日