

# 责任与梦想同行

## 天虹商场股份有限公司社会责任报告

1984-2010

### 引言

再过二十五年，你希望社会、环境怎样记得你？

### 目录

总裁寄语

关于天虹

我们有一个梦想

红色行动：零售对经济的责任

一、商业表现与经济影响

- (一) 稳定的业绩
- (二) 依法纳税
- (三) 稳定物价

二、高效的公司治理

- (一) “三会”运作情况
- (二) 健全的内控制度与监管体系
- (三) 组织架构变革

三、创新推动发展

- (一) 管理创新
- (二) 技术创新

## 蓝色承诺：零售对社会的责任

### 一、员工

- (一) 员工构成
- (二) 劳动安全
- (三) 员工沟通机制
- (四) 社会保障及福利情况
- (五) 人才储备与人才梯队

### 二、顾客

- (一) 亲切、便捷、专业的服务
- (二) 质量与产品责任
- (三) VIP抓牢忠诚顾客
- (四) 服务社区赢得口碑

### 三、供应商

- (一) 诚实守信，携手供应商
- (二) 并肩全国扩展
- (三) 供应链融资共克时艰
- (四) 创新合作提升利润空间

### 四、股东

- (一) 股东权益的保护与行使
- (二) 股东回报及利润分配

### 五、区域共赢

- (一) 人力资源
- (二) 产地资源

### 六、公益慈善

## 绿色梦想：零售对环境的责任

### 一、低碳零售

- (一) 电子商务
- (二) 节能减排
- (三) 包装运输
- (四) 低碳商品
- (五) 绿色商场
- (六) 把节约融入习惯

### 二、低碳足迹

## 总裁寄语

1985年1月18日，第一家天虹在深圳的深南大道旁诞生。那时，商场以西还是一片葱绿的农田。天虹的出发，就是源于要为生活提供更多幸福的梦想。

在追逐梦想的探索过程中，我们又对零售的内涵和意义有了更深刻和更全面的理解。

什么是零售？在我看来，零售就是一种始终关怀他人、不断超越自我、引领时尚生活方式的过程。

专注零售二十余载，我们始终致力于做一个有社会责任感的公司。

我们视提高顾客生活品质、提升人们的幸福感为己任。在今天，我们单店单日的客单量已经超过8000人次，“天虹”和“君尚”两个品牌的四十余家分店，就承载了数十万顾客及其家庭的民生与福祉。我们一直努力通过顾客的消费行为去探究他们的消费心理，通过顾客满意度调查来了解他们的需求……一点一滴的关怀，一点一滴地改进，使我们越来越多顾客的青睐。

与此同时，我们也在用实际行动为员工打造实现价值的舞台、与合作伙伴互利共赢、为每一位股东负责：我们为股东提供了稳定、超过同行平均水平的投资回报；让天虹的广大员工获得了当地同行业中上水平的劳动报酬，以及实现自我价值的舞台；与供应商成为了良好的合作伙伴，始终信守合约，友好合作。同时，我们还尽己所能地回报社会，通过卓越运营、遵纪守法、照章纳税、保护环境、解决就业、不搞恶性竞争、服务社区、乐善好施等方法来为社会创造价值，维护社会和谐，自觉承担社会责任。

我们肩负着为人类生活增添美好元素的重任，必须不断提升公司的组织能力，完善自身的管理水平，以期推动零售行业朝着更加健康、高效的方向前进。

今天，我们以社会责任白皮书的形式，与您共同回顾和分享这些点滴历程。我们试图还原一个心怀梦想的企业在奋斗中付出的努力，并以此彰显梦想与责任的力量。

天虹商场股份有限公司董事总经理 赖伟宣

## \*关于天虹

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2010年12月底，天虹品牌在北京、广东、福建、江西、湖南、江苏、浙江等省市开设了39家直营分店及以特许经营方式管理3家分店，君尚品牌在广东开设了1家直营分店。公司已连续9年进入中国连锁百强企业，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，2007年和2008年还分别获得了“深圳市市长质量奖”和“全球战略执行明星组织”……

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连锁零售企业，与顾客分享生活之美。

## **\*我们有一个梦想**

长期以来，本着高度的社会责任感，我们积极回报顾客、股东、员工、供应商和社会。在追求经济效益、保护股东利益的同时，积极维护员工的合法权益，诚信对待供应商和顾客，积极参与文化和公益活动，公益事业涉及领域广至体育、教育、文化艺术等，从而促进天虹本身与全社会的协调、和谐发展。在经营活动中，遵循自愿、公平、等价有偿、诚实信用的原则，自觉遵守社会公德、商业道德，接受政府和社会公众的监督。

企业愿景：将天虹塑造成全国一流的连锁零售企业

企业使命：自始至终地为顾客倾注一点一滴的关怀

企业核心价值观：真、诚、情、信

## **\*红色行动：零售对经济的责任**

零售业承担着生产与消费的媒介和传导作用，在整个国民经济中发挥着承上（生产）启下（消费）的重要功能，是市场经济发展的重要环节。

零售是经济的晴雨表，零售业的高景气可以带动和提升整个经济的景气程度。因此，零售企业的发展，不仅是扩大内需的现实需要，而且是拉动经济的主要动力之一，同时也是安排就业的载体和增加财政收入的重要渠道之一。

在区域经济、内需经济增长的时代，始终保持稳健而快速的发展，是零售企业理应承担的责任。

## **一、商业表现与经济影响**

### **（一）业绩增长**

基于“有效益扩张”和“可持续发展”的原则，天虹的总体业绩实现了高速增长；深圳本地商场业绩稳步上升的同时，随着外埠商场的持续开设及其业绩的快速成长，外埠市场的收入占比逐渐增大，天虹的跨区域发展也已取得良好的成效。

近三年，同店营业收入保持稳定增长，且保持了较快增幅；随着新开设商场逐渐减亏、扭亏，为天虹持续补充新鲜血液，天虹业绩呈现了持续快速增长的态势。

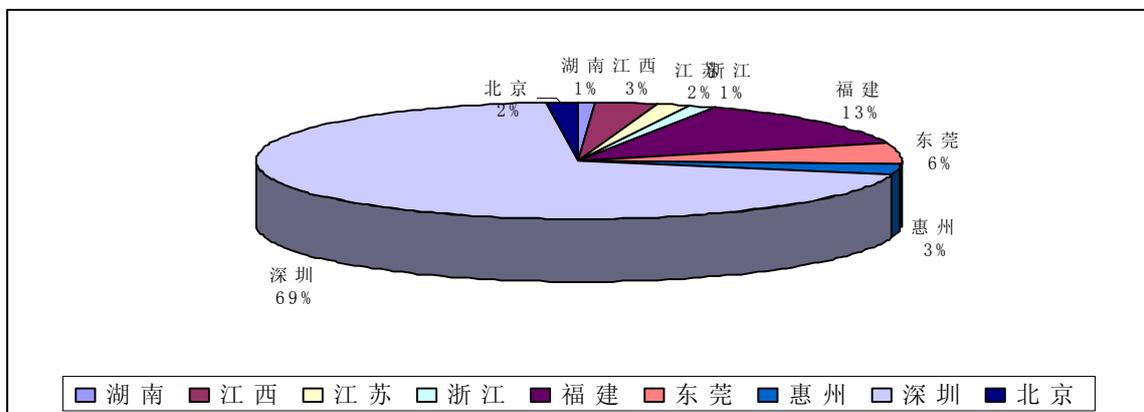
## 营业收入、利润的年度增长情况

单位：万元

年度	2008年	2009年	2010年	三年年均增长率
销售额	<b>946,650</b>	<b>1,161,990</b>	<b>1,470,557</b>	<b>25.32%</b>
营业收入	<b>686,262</b>	<b>805,727</b>	<b>1,017,436</b>	<b>22.52%</b>
利润总额	<b>39,323</b>	<b>47,061</b>	<b>64,108</b>	<b>19.34%</b>

## (二) 依法纳税

自天虹成立至今一直依法诚信纳税，2010年度纳税6.35亿元（占利润总额的99.06%），为所在地区更好更快发展贡献了一份力量。



2010年天虹在各城市纳税百分比

## (三) 稳定物价

天虹建立了完善的价格监督机制和管理部门，严格遵循价格方面法律法规的内容及标准制定天虹的管理指导性文件，并积极执行。

对商品的定价，严格遵循公平、合法和诚实信用的原则；对市场价格进行定期调查，根据市场价格水平调整商品的售价；对所有商品实行明码标价，有专门的监督部门进行检查并对发现的问题及时纠正解决。

为了保证市场价格的稳定，在物价波动的时期，天虹积极组织热点商品投放市场，保障了市场的及时供应和商品价格稳定，主动牺牲部分商品的利润，让商品销售价的涨幅远低于进价的上涨幅度，以使社会的物价水平运行在一个合理而多赢的水平，达到平抑物价的目的。2003年“非典”肆虐，2008年南方大面积雪灾等非常时期，天虹均积极保持民生商品价格稳定和货源充足，屡获政府表彰。

## 二、高效的公司治理

天虹致力于法人治理结构的建立和完善。公司建立了包括《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》、《董事会战略委员会工作细则》、《审计委员会工作细则》、《提名薪酬与考核委员会工作细则》、《信息披露事务管理制度》、《关联交易决策制度》、《独立董事工作制度》、《内部审计管理制度》、《董事会审计委员会年报工作规程》、《年报信息披露重大差错责任追究制度》、《投资者关系管理制度》、《募集资金管理制度》、《子公司规范治理制度》、《对外担保管理办法》、《公司对外投资决策程序与规则》、《董事会秘书工作制度》、《总经理工作细则》、《重大信息内部报告制度》、《防止大股东占用上市公司资金管理办法》、《会计师事务所选聘制度》、《内幕信息及知情人登记和报备制度》、《外部信息使用人管理制度》、《董事、监事和高级管理人员所持公司股份及其变动管理制度》、《敏感信息排查管理制度》、《高管人员薪酬及考核管理办法》、《财务管理制度》等在内的公司治理制度及重大决策的程序和机制，公司董事会、监事会、董事会各专门委员会依法履行的职责完备、明确。天虹严格按照各项规章制度规范运行，相关机构和人员依法履行相应职责。

### （一）“三会”运作情况

#### 1.股东大会制度建立健全及运行情况

2007年6月22日，召开公司创立大会审议并通过了《公司章程》、《股东大会议事规则》。

公司一直都严格按照《公司章程》、《股东大会议事规则》及其它相关法律法规的要求召集、召开股东大会。股东大会严格遵守表决事项和表决程序的有关规定，维护天虹股东的合法权益。

#### 2.董事会制度建立健全及运行情况

2007年6月22日，公司创立大会召开并审议通过了《董事会议事规则》，选举产生了第一届董事会成员，共9人，其中独立董事3人。董事人数及构成符合法律规定。2007年6月22日，天虹第一届董事会召开第一次会议，全体董事一致选举吴光权担任天虹董事长，黄俊康担任天虹副董事长，并审议通过了《总经理工作细则》和《董事会秘书工作制度》等制度。

2010年7月31日，召开的2010年第四次临时股东大会，选举产生了第二届董事会成员，共9人，其中独立董事3人，董事人数及构成符合法律规定。2010年7月31日，天虹第二届董事会召开第一次会议，全体董事一致选举吴光权担任天虹董事长，黄俊康担任天虹副董事长。

公司董事会严格按照《公司章程》、《董事会议事规则》及其它相关法律法规的要求召集、召开会议，严格按照相关规定进行表决，维护了天虹和股东的合法权益。天虹全体董事遵守有关法律法规、《公司章程》及《董事会议事规则》的规定，勤勉尽责，独立履行其相应的权力、义务和责任。董事会运行规范、有效。

### **3.监事会建立健全及运行情况**

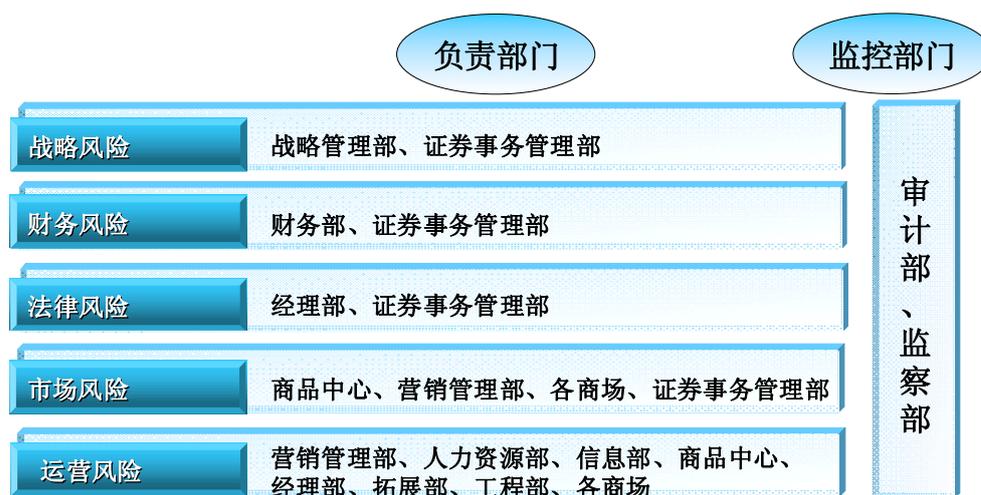
根据《证券法》及《公司章程》的规定，设立了监事会，监事会由3名成员组成，分别为2名股东代表和1名天虹职工代表。2007年6月22日，天虹召开创立大会并审议通过了《监事会议事规则》。同日，天虹第一届监事会召开第一次会议，选举了监事会主席。

天虹监事会的召开、表决等事项严格按照《公司章程》、《监事会议事规则》及其它相关法律法规的要求进行。天虹全体监事能够遵守有关法律法规、《公司章程》及《监事会议事规则》的规定，勤勉尽责，独立履行其相应的权力、义务和责任。监事会运行规范、有效。

#### **（二）健全的内控制度与监管体系**

天虹始终以法律法规、诚实信用的商业道德来规范自己的经营行为，强化内部管理，加强自律。为了提高风险管理水平，天虹严格执行风险管理流程。天虹应对风险管理的总体原则是：逐步建立全面风险管理体系，建立动态的自我运行、自我完善、自我提升的风险管理平台，形成风险管理长效机制，从根本上提升风险管理水平。

天虹现有的内部控制制度覆盖了公司运营的各层面和各环节，形成了规范的管理体系，能够预防和及时发现、纠正公司运营过程可能出现的重要错误和舞弊，保护公司资产的安全和完整，保证会计记录和会计信息的真实性、准确性和及时性。



### (三) 组织架构变革

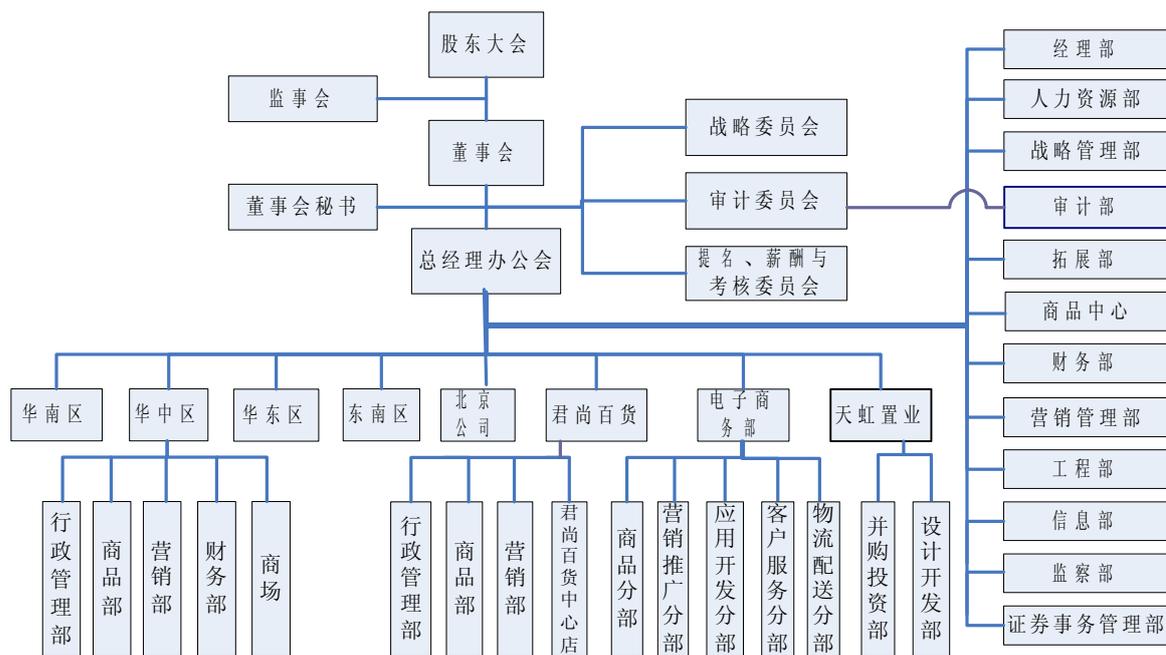
天虹始终以外部环境、行业动态、顾客需求以及自身发展为依据，及时调整和变革自身的组织架构，以适应内部条件和外部环境的变化。

2007年，股份制改造后的天虹实行董事会领导下的总经理负责制，股东大会是天虹的权力机构，董事会是天虹的决策机构，监事会是天虹的内部监督机构。

2009年底，天虹进行了组织架构调整：设立了区域管理总部，经营权下放至各区域，提高市场反应速度和区域运营管理能力。

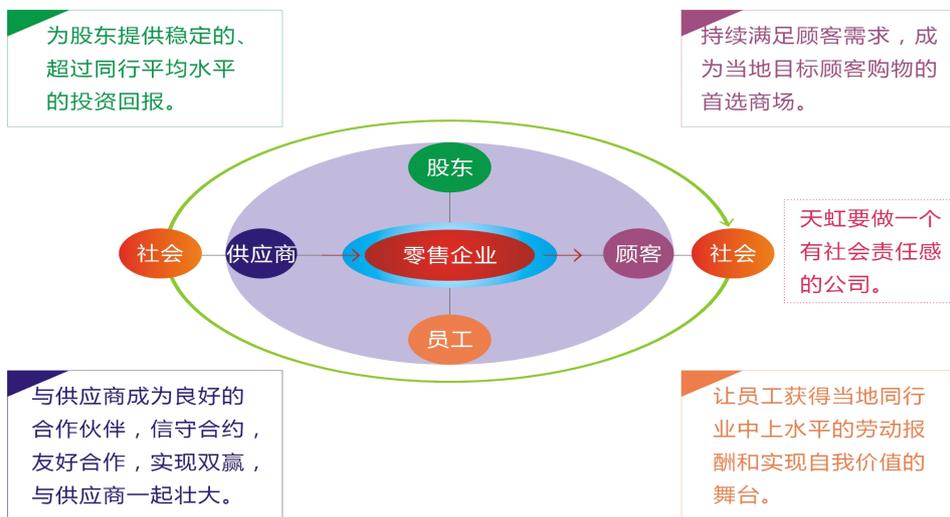
公司下设12个职能部门、4个区域总部（华南区、华东区、华中区、东南区）、1个城市公司（北京公司）及君尚百货。从设立后的运行情况来看，各部门、区域、城市公司职能分工明确，确保了天虹对经营进行有效管理和控制。

## 组织架构图



### 三、创新推动发展

零售业是市场稳定的重要因素，同时也是消费品产业链的终端，零售行业的发展，在一定程度上影响着国家的经济发展和民生安定。



#### (一) 管理创新

自创建以来，天虹一直将管理创新作为推动天虹持续进步的基础，不断追求卓越。天虹在业界率先引进 ISO9000 质量管理体系、平衡计分卡（BSC）、精益六西格玛

(LSS)、卓越绩效管理模式的先进的管理工具，并以卓越绩效管理模式的为统领，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。

名称	引进时间	成果
ISO9000 质量管理体系	1999 年	累计培养内审员 444 人；运用 PDCA 方法，通过内审及日常工作中的检查，持续改进流程的有效性；每年均通过了认证机构的外审。
绩效管理	2004 年	从态度绩效、管理绩效和任务绩效三个维度建立员工绩效考评体系，通过绩效计划制定、执行、评价与沟通全过程将员工的需求转化为动力，帮助员工改善业绩，提升员工对公司的满意度，进而高效达成组织目标，实现企业业绩和员工技能的双赢。
卓越绩效模式	2005 年	2007 年获得深圳市市长质量奖，成为获得“深圳市市长质量奖”的唯一零售企业；4 人被聘为深圳市市长质量奖评审员，参与深圳市各级政府组织的质量奖评审工作。
精益六西格玛	2005 年	2008 年黑带项目《缩短新店施工准备周期》获第三届国际精益六西格玛大会优秀项目奖；累计培养领航员 4 人，黑带 12 人、绿带 129 人，黄带 120 人；累计完成项目 229 个，实现经济效益超过 4000 万元。
品类管理	2005 年	2005 年完成战略经营品类划分并实现品类独立核算，2007 年开展品类经营分析工作，2008 年实现生鲜品类的减亏，2010 年 9 月完成宝宝中心及个人护理中心的品类管理项目在超市的试点实施，2010 年实现皮鞋品类的扭亏。
平衡计分卡	2006 年	2008 年获得“全球战略执行明星组织”和“中国战略执行明星组织”奖项。
R3-天虹零售经营综合信息系统	2010 年	通过梳理优化业务流程，引入行业内先进平台固化流程，兼具灵活性与标准化，满足集团化管控和授权经营的要求，实现业务流程自动化、可视化。



## (二) 技术创新

### 1. 信息技术

先进信息技术的开发与运用是不断提高连锁运营管理效率的关键支撑要素之一。多年来，持续投入信息技术系统的开发与升级改造，已经初步建立符合自身特点和经营需要的零售经营信息系统，提高了业务运营效率、降低了经营成本。

早在 1998 年就建立了门户网站，为供应商和顾客提供了网上服务平台，同时推出的在线支付网上商城，顾客可以使用银行网上支付业务进行网上购物付款，在当时属国内首创。

2003 年引进办公自动化平台，2005 年建立视频会议系统，之后又引进“HR 系统”用于绩效管理。

2006 年，引进一卡通模式的 VIP 卡系统，建立了顾客自助服务平台。

2009 年，天虹开始建设前瞻性、系统性、实时性、开放的综合信息平台，兼具灵活性与标准化，满足集团化管控和授权经营的要求，实现业务流程自动化、可视化。同时构建信息数据聚合展示平台，协同工作平台（通过流程重整、项目管理），整合的供应链协同平台，快速应用发布平台。

2010 年 3 月，响应深圳市“大力发展电子商务”号召，网上天虹 [www.myrainbow.cn](http://www.myrainbow.cn) 全面上线试运行，缔造全新传统百货业的大型综合性 B2C 网站，属深圳首例。网上天虹将“便捷、可靠、丰富、实惠”作为经营核心价值，运用网络科技为消费者提供更多实惠、便捷与关怀……

持续完善科学的、适应企业信息应用特色的信息安全评估体系，通过信息治理计划，公司知识管理、保密管理进入到信息识别、涉密评估、保密控制、效果审计等各个环节。以确保信息系统的安全、持续、平稳运行。

## 2.运营技术

天虹在诚信经营的同时，一直致力于行业的技术创新，在“接待服务”、“品牌拓展”、“收银技能”等方面的创新都取得了行业的认可。

运用情感曲线工具，清晰呈现顾客在商场购物过程中的乐点与痛点，使服务改进更具有针对性；运用服务蓝图工具，从顾客任务出发，识别每个环节上顾客的需求及存在问题，有助于全面地识别问题，提升改进措施的有效性。

三级指标	四级指标
接待服务	接待服务态度
	接待服务水平
收银服务	收银服务态度
	收银速度
	款项、积分计算准确
	用卡安全
送货/安装	及时、可靠
	服务态度
售后服务	投诉处理人员态度
	投诉方便
	处理投诉快捷性
	处理退换快捷性
VIP服务	办卡方便
	VIP卡吸引

顾客满意度服务测量指标体系

## 3.商品质量

自上世纪 80 年代起，天虹始终信奉“质量是企业的生存之本”的经营及管理理念，将航空工业的质量意识运用到商品管理中来，首开零售企业质量管理的先河，成为了国内零售行业的先行者：

1987 年，刚开放不久的市场尚缺乏良好的经济秩序，全国假冒伪劣商品泛滥成灾之际，天虹在全国商业界率先提出了“反假、打假、不售假”的口号并付诸行动，在社会上引起了热烈的反响；

1988 年下半年，树立起“质量第一，信誉第一、服务第一”的大旗；

1994 年 1 月，制定了“质量第一、用户至上”的经营方针，坚持“商品质量上乘、品种齐全、价格合理、服务快捷”的经营特色；

1994年3月，天虹在国家提出亿元以上大型商业企业先行赔付的号召下，在深圳商界率先实行“商品质量先行赔付制”，出巨资作为先行赔付准备金，受到市民的拥护；

1996年3月，为积极配合“全国百城万店无假货活动”，深圳先行一步，积极把好质量关，开展“顾客检举假冒伪劣商品有奖活动”；

1998年，提出并开始实施全面顾客满意战略……

2000年以来，随着天虹迈开连锁经营的步伐，天虹通过顾客满意度调查等形式，始终以顾客声音为依据，在质量管理上不断提升，同时也以一己之力推动了零售行业在商品质量上朝着健康和规范的方向发展，服务越来越多的顾客。

#### **4.品类管理**

天虹的品类管理通过为各个品类设定不同的品类角色与策略，协调各品类间的关系，形成商场整体的定位与竞争优势；再通过针对性的品类营销，有效提升各品类的业绩，落实赋予它们的角色与定位，提升天虹整体业绩，提高企业的整体经营效益。

2005年，完成品类划分及品类定义。

2006年，完成品类角色及品类单独核算。

2007年，完成与供应商共同合作超市内饮料、洗衣粉品类管理项目。

2008年，完成与供应商共同合作超市内女性用品品类管理项目。

2009年，完成与供应商共同合作超市内口腔护理用品品类管理项目。

2010年，完成品类管理在百货类别皮鞋的试行，并取得良好效果。

#### **\*蓝色承诺：零售对社会的责任**

作为服务行业和第三产业，零售企业的良好发展可以一定程度地解决就业问题；作为最接近消费者的行业，零售企业要服务好每一位顾客，使他们生活得更加美好；作为流通业重要组成部分，零售企业要与供应商一起发展互惠互利的可持续发展业务模式，共同为社会创造价值。

#### **一、员工**

## （一）员工构成

截至2010年12月31日，天虹正式合同员工构成分布如下：

### 1.教育程度构成

文化程度	人数	占员工总数比例
硕士以上	72	0.58%
大学本科	1625	13.18%
大专	1783	14.47%
中专/高中	8846	71.77%
合计	12326	100%

### 2.性别与薪酬

现有员工中，从性别构成来看，男女比例为 41.28% : 58.71%；

公司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，各类别员工男女基本薪酬比例均为 1: 1。

## （二）劳动安全

### 1.员工录用

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；大中专实习学生到天虹实习，天虹与实习学生所在学校签订《校企合作协议》，并按月发放实习补贴，购买工伤保险。天虹根据国家及地区相关规定未录用未满 16 岁人员。

### 2.提倡快乐工作

截至 2010 年底，公司未出现过具有强制与强迫劳动事件风险的经营活动。

公司根据国家各城市相关规定制定员工考勤制度、申诉程序、薪酬福利制度等，保证员工每周工作不超过 40 小时，享有带薪年假和法定节假日休息权利；对加班员工依法发放加班工资；公司每年为员工提供劳保费、降温费等补贴；对于员工认为存在违法、违规问题的行为，员工可以通过员工意见/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公司，公司会及时给予处理和回复。

### **（三）员工沟通机制**

为了更好地实现员工参与式管理，更快了解员工意见和建议，天虹于 2009 年正式上线运行了员工意见/建议收集系统，同时，设立了多种渠道与员工进行沟通交流、答疑解惑，如员工座谈会、总经理信箱、员工论坛、总经理接待日、绩效面谈、人才盘点面谈等。各部门、商场每年至少组织一次的团队拓展活动，增加彼此的了解和熟识度，加强日常工作中的协作；每年至少组织两次员工座谈会，对员工进入公司之后的一些工作、生活中的困惑与高层领导进行面对面的交流。

为帮助公司部门经理（含助理）级管理干部有效提升系统思维能力、解决问题能力，开阔战略视野及经营思路，培训中心在 2010 年起推出两期“总办恳谈会”项目，通过加强部门经理级管理干部与总办成员对公司当前核心战略、领导力提升等关键问题的交流，促进部门经理级管理干部的全面提升。

此外，自 2007 年起，公司与第三方（翰威特咨询公司）合作开展员工敬业度调查，采用问卷与访谈相结合的方式收集数据和相关信息。2007 年至 2010 年，公司员工敬业度始终保持优良水平。并在调研报告的基础上完成次年员工关系改善计划/敬业度提升计划的制定与执行。

### **（四）社会保障及福利情况**

为员工提供丰富多样的工资与福利项目，工资除按月度业绩发放的工资外，另设有双薪和春节过节费。企业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或住房补贴；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、哺乳假等各类假期。此外，企业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、生育保险及医疗保险。

#### **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或住房补贴。截至2010年12月，天虹已在北京、厦门、福州、苏州、嘉兴、萧山、溧阳、湖州、南昌等城市按规定为员工缴纳住房公积金，在未缴纳的地区为员工发放住房补贴。

### 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。

2008年4月，天虹获得深圳市劳动局和社会保障局颁发的企业年金计划管理合同登记号，2008年7月16日，天虹企业年金计划建立与缴费处理工作顺利完成，并正式开始投资运作。作为企业为员工提供的一项重要的补充性养老福利。截至2010年底，已有近3400人/次参加企业年金计划，并有18名员工领取了企业年金待遇。

#### （五）人才储备与人才梯队

至2010年底，天虹完成了公司中长期人力资源规划，拟订了相关人力资源战略目标，并以此为指引开展相关人力资源计划及项目工作。

针对关键人才，启动“优才计划”。通过人力资源需求预测，发现人才缺口；通过人才盘点，找出战略需求与供给现状在数量与质量上的差距；通过完善关键岗位素质模型，建立科学的测评参考依据；通过建设评价中心，变主管面试为多维度的评价手段，从而保证人才供给的信度与效度；通过针对性的开发各类培训班，使关键人才培养模式更加丰富；通过实施导师制与个性辅导，实现教学相长，帮助每位员工快速成长为公司需要的关键合格人才。

在中高端人才获取方面，通过与猎头公司的合作，积极开发人才引进渠道，满足公司快速发展对人才多元化的需求，打造包容的企业文化与高素质的员工队伍。

优化基于战略的员工培训体系，研发并开展了不同岗位的专业技术培训、不同职级能力的提升培训，以帮助员工更好的胜任现任岗位及在天虹的职业发展所需能力，形成了从一线员工、基层管理人员、中层管理人员到高级管理人才的人才梯队培养模型。此外，通过E-learning平台的搭建，实现了员工在线学习和公司知识资源的最大共享，编订员工职业生涯发展指南手册，为其提供职业发展和规划的指导。

## 二、顾客

天虹在发展中一直以满足顾客的需求为目标，始终坚持以顾客需求为导向，以“自始至终地为顾客倾注一点一滴的关怀”为全体员工的共同使命。

### （一）亲切、便捷、专业的服务

天虹从选址、建店到运营等各流程的设计和改进行中均充分体现以顾客为核心的理念，并通过不断优化商品和品牌组合，优化服务流程，动态地满足顾客的需求。“十一五”期间，在服务的推进方面，天虹通过推广店长责任制、整理汇编服务案例集等，提升全员服务意识；通过对“亲切、便捷、专业”指标的动态与分级管理，规范和提升基础服务；通过 FAB、提高女装成交率等专业项目的研究及推广，提升接待的专业水平；通过推行“免费邮寄、投诉基金、雨天打伞”等，打造口碑服务；通过组织公司首届服务创新大赛，践行“人无我有”、“人有我优”的服务理念。

天虹制定了完善的服务制度和评价标准，规范员工服务质量、提高员工服务水平。同时，天虹十分重视对员工的培训，通过内部讲师和外聘讲师相结合的方式，定期组织培训班，对员工进行规范培训，提高员工的业务素质 and 技能水平，以改善服务质量、提高工作绩效。

### （二）质量与产品责任

天虹秉承“真、诚、情、信”的企业核心价值观，始终坚持为顾客提供货真价实、品种丰富的商品，为顾客严把质量关，持续满足顾客的需求。

质量管理体系是质量控制的基础。天虹较早建立了完整的商品和服务质量管理体系，并严格按照质量管理体系的标准和流程运作，有效促进了天虹服务质量和品牌建设的建设，降低了经营成本和风险。1999 年，天虹通过了 ISO9000 质量认证，成为深圳首家通过质量认证的商业企业；2003 年天虹通过了 ISO9001:2000 版的认证。

天虹依据《产品质量法》、《食品安全法》、《散装食品卫生管理规范》、《消费者权益保护法》等相关法律法规，结合天虹实际经营情况，制定了《商品质量管理规定》、《自营商品采购控制程序》、《商品引进质量评审管理规范》、《供应商实地考察规范和要求》、《散装食品引进验收、加工销售管理规范》、《商品检测规范》、《药品、保健食品经营管理规定》等一系列制度和标准，从采购到销售整个业务流程中确保对全部商品的质量有效管理和控制。

天虹对农产品的生产采取溯源管理制度，对环境保护和可持续发展有很大贡献。一是对产地环境考察和评估（生产环境污染的产地不合作），二是对生产种植过程管理，如对剧毒农药等禁止使用等。

始终视产品质量为生命，天虹通过严格的过程控制落实质量管理的各个环节，使顾客始终能购买到安全可靠的高质量的食品。

### （三）VIP 体系吸引忠诚顾客

为了实现顾客亲密，维护顾客忠诚度，天虹始终致力于客户关系的维护 and 建设。

随着各个领域的发展变化，顾客的要求也在不断提升，洞察到顾客日趋变高的期望，天虹以 VIP 体系运营精益化为目标，不断完善自身的 VIP 管理体系。

天虹致力于为 VIP 顾客提供更多的附加值，优化会员专享服务。通过构建亲密的顾客关系，天虹有效提高了顾客对天虹品牌和服务的认知度，扩大了市场份额。截至 2010 年底，天虹的 VIP 顾客逾 200 万人，顾客忠诚度的不断提高，为天虹带来了市场份额的持续增长和获利能力的持续提升。

### （四）服务社区赢得口碑

在经营过程中，天虹积极参与社区社会公益事业，以文化活动和便民服务为主，将天虹的服务带入社区、带入顾客家中，融入社区、服务社区，增强社区对天虹的认同感，以认真、热情的态度和真诚的关怀主动积极地开发和维护顾客，从而赢得了良好的口碑。

## 三、供应商

天虹与供应商共同成长、并肩开拓，一直把供应商视为战略合作伙伴，也一直受到供应商的高度认可。

### （一）诚实守信，携手供应商

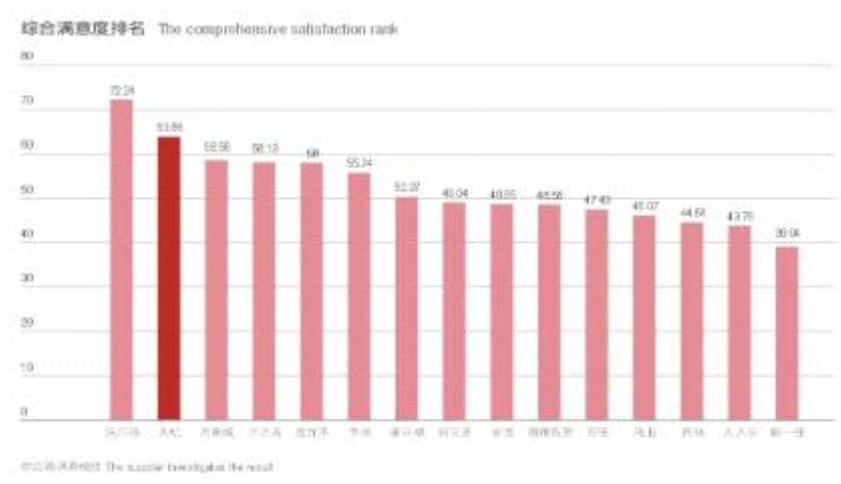
天虹在与供应商合作的过程中，重信守诺，保证供应商货款结算，建立了和谐的零供关系。

- 天虹重视供应商关系的管理，规定了采购审批程序、审批标准及工作流程。

- 天虹与供应商约定了付款期限。天虹严格按合同约定，履行承诺，定期对帐并结算货款。

- 协助供应商对供应链进行改造，推动产业链和谐发展，与供应商共同成长。

- 截至 2010 年 12 月 31 日，与天虹有业务往来的专柜供应商超过 4000 家，其中 1075 家供应商与天虹保持了超过 5 年的稳定合作关系。



数据来源：2006 年《南方都市报》

### 天虹供应商满意度

2007 年	81.77 分
2008 年	82.24 分
2009 年	81.83 分
2010 年	82.56 分

### (二) 并肩全国扩展

与天虹合作的供应商中，一半以上供应商在全国各区进行合作；天虹把区域供应商资源发展到各个区域，2010 年全年跨区域合作供应商销售超过 50 亿元，共同实现跨区域发展成长。

### (三) 供应链融资共克时艰

2009 年，面对全球经济转冷，天虹联手银行为供应商提供资金支持，举行供应链融资推介会。这是以天虹为核心企业平台，银行基于天虹与供应商的应收账款，给

予天虹上游供应商完全信用贷款的重大创新举措。天虹、银行、供应商合力打造天虹供应链的竞争实力，实现多方共赢。

在天虹发展壮大的同时，也在思考如何与供应商更好地发挥供应链价值，更好地为供应商服务，共同把生意做大做强。

#### **（四）创新合作提升利润空间**

##### **1. 电器**

2005年，天虹连锁经营步伐加快，分店数量增多。由于市场行业竞争的激烈，家电品牌均已出现部分低价位商品，低价品和高额的单台配送费制约了供应商发展。由此，2006年开始，天虹对供应商美的、松下、东芝、万家乐、海尔、西门子、格力、康佳、创维等十几个品牌的部分低价机采用了中央配送方式，整合了中央配送的优势，降低了供应商压力，同时将分店要货满足率提高至95%以上。

##### **2. 饮料**

2007年，供应商广东太古可口可乐公司与天虹合作物流中心配送模式，在供应链上由可口可乐配送天虹物流中心，由天虹物流中心配送各分店。2007年底，由于由供应商与天虹原先构建的“消费者需求—分店销售表现—分店需求—物流中心需求总量—向供应商发出需求”的链条，无法适应饮料这种快速消费品在奥运前后销售的特殊性。可口可乐公司提出在2008年奥运年和天虹合作改为可口可乐物流直接配送分店，第一时间满足分店销售，保证满足刺激性购买带来的庞大需求量。2008年，双方达成直上柜协议。2008年，可口可乐在天虹生意额从2007年1000万增长到1442万元。

#### **四、股东**

##### **（一）股东权益的保护与行使**

天虹按照公司法及公司章程，每年召开定期及临时的股东大会，审议重大事项，由股东充分发表意见。

##### **（二）股东回报及利润分配**

天虹实行积极的利润分配政策，在现金能够满足正常发展经营需要的前提下，积极实施现金分红。天虹《章程》规定：连续三年以现金方式累计分配的利润不少于该三年实现的年均可分配利润的百分之三十。

## 附：近年利润分配情况

### 1.2007 年利润分配情况

#### （1）中期利润分配情况

2007 年 1-6 月，母公司共实现净利润 194,692,246.68 元，截至 2007 年 6 月 30 日止的未分配利润为 132,224,548.37 元。根据天虹 2007 年第二次临时股东大会决议，2007 年中期天虹向全体股东每 10 股派送 1.6 元现金(含税)，共分配现金 40,000,000.00 元。

#### （2）年度利润分配情况

2007 年，母公司共实现净利润 313,542,830.60 元，截至 2007 年 12 月 31 日止的未分配利润为 199,190,073.89 元。根据天虹 2007 年年度股东大会决议，决定以天虹总股本 250,000,000 股为基数向全体股东每 10 股派送 6.08 元现金(含税)，共分配现金 152,000,000.00 元，同时以利润向全体股东每 10 股派送红股 1.68 股，共计派送红股 42,000,000 股。

### 2.2008 年度利润分配情况

#### （1）中期利润分配情况

2008 年 1-6 月，母公司共实现净利润 170,866,643.93 元，期末未分配利润 158,970,053.43 元。根据天虹 2008 年第六次临时股东大会决议，2008 年中期天虹向全体股东每 10 股派送 1.71 元现金(含税)，共分配现金 60,000,000.00 元。

#### （2）年度利润分配情况

天虹商场 2009 年 10 月 30 日召开的 2009 年第三次临时股东大会会议通过如下决议：截至 2008 年 12 月 31 日，天虹商场可供股东分配利润 216,036,096.25 元（母公司数），同意天虹商场 2008 年度利润分配方案，向全体股东每股派发现金股利 0.4 元(含税)，共计派送现金股利 140,000,000.00 元。本次利润分配已经于 2009 年 11 月 24 日实施完毕。经保荐机构核查，本次分配基于回报股东的目的，经过了董事会、股东大会审批，未对天虹商场的业务经营和财务状况构成重大影响。

### **3.2009 年度利润分配情况**

根据 2010 年 1 月 18 日召开的第一届董事会第三十八次会议决议，以及 2009 年 10 月 30 日召开的 2009 年第三次临时股东大会会议决议,2009 年度利润不予分配，与截至天虹首次公开发行股票前产生的全部滚存未分配利润，由发行后的新老股东共享。

### **4.2010 年度利润分配预案**

根据 2011 年 2 月 25 日召开的第二届董事会第十二次会议决议，截至 2010 年 12 月 31 日，天虹商场可供股东分配利润 467,226,289.43 元(母公司数)，同意公司以 2010 年末总股本 400,100,000 股为基数，向全体股东每 10 股派发现金 6 元并送 5 股(含税)，同时以资本公积金向全体股东每 10 股转增 5 股。该利润分配方案尚需公司 2010 年年度股东大会审批。

## **五、区域共赢**

### **(一) 人力资源**

#### **1.人才本地化**

天虹在重要经营地点从当地社区雇用员工的程序是：天虹各区域行政管理部通过当地人才市场、网络、大中专学校、海报、政府及劳动部门等渠道发布招聘启事，收集简历，进行初试与复试，通知面试合格人员，办理岗前培训及上岗手续。

天虹在重要经营地点从当地社区聘用的管理干部比例为 60%，其中华南区(深圳、东莞、惠州)及东南区(厦门、福州)从当地社区聘用的管理干部比例达 70%以上。

#### **2.工资比率范围**

公司始终遵循国家法律法规，并根据各地 2010 年最低工资标准，保证员工享有当地同行业中上水平的薪酬待遇，我司一线员工入职最低工资基本上为当地最低工资标准的 1.6—1.8 倍之间。

### **(二) 产地资源**

#### **1.水果产地直采**

通过开拓产地直采，一方面，解决了产地农产品销售难的问题，增加了农民收入，促进农村社会稳定，使得一批优质的农产品做强做大，快速实现“品牌化、规模化”；

另一方面，稳定产地的收购价格，打击了收购商恶意压价，避免“果贱伤农”，维护农产品正常生产经营秩序。

早在 2005 年，天虹便从江西脐橙单品的产地直采开始，尝试利用“农超对接”的方式压缩供应链，积极参与构件新型农产品流通体系。

而今，天虹的产地直采单品已由脐橙，扩展到了苹果、梨、樱桃、车厘子、木瓜、哈密瓜、水蜜桃、蜜柚、西瓜等众多品种，而进行产地直采的地区也逐步扩展到山东、海南、新疆、江西、福建、广东、广西等地，部分进口水果甚至采购自越南。

产地直采率由 2008 年 12%，增加到 2010 年 70%，年销售额也由 1600 万增加到超过亿元。

这一新型农产品流通体系不仅响应了国家“农超对接”政策，使得产品流通更高效迅速，保证市民能买到最新鲜最低价的农产品，平均缩短周转时间约 2 天。同时，使消费者可以在天虹购买到更为新鲜、口感更佳的水果，也享受到价格更低的实惠。

## **2.食品非食品直采**

目前天虹的食品非食品直采属于直接到供应链“源头或上游”以贸易的形式进行采购，由最初的将各城市公司的特色特产类产品引进深圳大本营，变成目前扩展到根据卖场需求与市场环境，有针对性地引进全国各地特色特产类产品，能够成为一定区域内我司独家经营的产品，继而根据我司卖场在当地的规模优势进一步打造差异化经营。

同时因直采商品多数属于产地直采或与厂家直营，省去经销商的中间环节，从成本、品质、价格、运输等相关环节实现相互对接，无中间商环节，保证顾客买到的产品价格更低，品质更好，产品的可追溯性更强。同时多数与我司合作的直采供应商，也借此机会借助天虹在当地的规模效应及影响力，打造其品牌在新市场或南方市场的认知度，也从中为一些有意战略性品牌推广的厂家提供一个实现目标的平台和契机。

## **六、公益慈善**

天虹致力于社会公益事业，积极参与社会各界文化和公益活动，涉及领域广至体育、教育、文化艺术，以及社会上需要关注的人与事，从全国首个由零售企业捐建的希望小学，到各种大型回馈顾客与社会的活动。

1993年，在“深圳（中国）文稿竞价活动”上，天虹以88万元的高价竞得报告文学《深圳传奇》、以17万元的竞价竞得《荒原的种子》两著作的版权，支持国家文化建设。

1994年，天虹作为中国零售行业第一家捐建希望小学的企业，在广东省梅县大埔破土动工建造“天虹希望小学”，于1995年正式落成。

2000年，天虹资助深圳高等职业技术学院价值15万元电脑教学设备及配套软件。

2003年，天虹举办捐助听力障碍儿童的“爱心大行动”，资助听力障碍儿童进行听力康复治疗。

2003年，天虹倡议全社会将整洁、无破损的旧衣服交至深圳各分店设置的旧衣捐赠处，并通过深圳市民政局将捐赠衣物11万件全部捐赠西部贫困地区。

2003年，天虹通过深圳市红十字会将100台格力电风扇捐赠给非典防治的主战场——深圳市东湖医院，表达了对奋战在“非典”一线的医护人员的崇高敬意。

2004年，天虹号召员工参加云南省孟连县勐马镇的贫困儿童助学活动，资助99位小学生完成小学课业。

2005年，天虹在“海啸无情，深圳有爱”大型赈灾义演现场捐款。

2007年，“天虹爱心支教队”从深圳出发，开赴江西井冈山支教。

2008年，在第一时间向汶川地震灾区捐款后，天虹再次追加300万元赈灾款作为深圳慈善会“汶川儿童救助专项基金”。

2009年，“5·12”一周年之际，天虹帮助映秀幼儿园的小朋友圆梦。

2010年，天虹携手深圳慈善会，捐款给甲流重症患儿陈秀添；天虹爱心水抵贵州，“远水解近渴”，为贵州平塘县捐赠10万支爱心纯净水；情系玉树，天虹捐款57万元；旱灾无情人有情，天虹人为西南旱灾地区捐款22万；为重大疾病和家庭困难职工申请中航爱心救助93964元。

……

#### \*绿色梦想：零售对环境的责任

环保理念正被越来越多的零售商认同，并采取措施将低碳思路融入到企业战略之中：综合节能新技术，提高能源效率，发挥零售业的窗口作用，向消费者进行绿色低碳的消费理念引导，与社会各界共同倡导环境可持续发展……既是对我们共同“家园”采取的负责任的态度，也是企业向“低碳经济”转型的动力引擎。

## 一、低碳零售

### （一）电子商务

2010年天虹全面升级网上购物平台——网上天虹 [www.myrainbow.cn](http://www.myrainbow.cn)。消费者可登录网站或拨打网购热线 4008-295-295 进行购物，享受商品送货上门的服务。减少了消费者外出乘车的次数、交通工具的废气排放，节省了购物袋、结算打印条等材料耗费。免去消费者在恶劣天气下奔走、交通拥堵、停车位紧缺、排队结账等担忧。为需要节省时间、工作忙碌无暇前往商场的消费者提供了低碳、便捷的购物方式。

### （二）节能减排

天虹严格执行国家环境保护标准和排放标准，积极推进各项节能措施，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，截至 2010 年 12 月，天虹开业两年以上的老店水、电的用量实现同比下降 2.3%，在降低各种能源消耗的同时，实现同期对比节约 430 万元，对比考核预算节约 3770 万元。

#### 1.总耗水量

天虹各分店在运营过程中重视水资源的循环再利用，已经在部分分店采取空调冷凝水的回收再利用技术，并正在逐步推广应用，2009 年天虹已实现的空调冷凝水的回收再利用量达到约 5000 吨，2009 年天虹所有分店用水量约 150 万吨，其中循环再利用水约占 0.3%。2010 年，随着空调冷凝水回收再利用技术在公司范围内推广应用，该部分占总用水量的比例已提高至 0.5%。

#### 2.减少温室气体排放

在不降低商场购物环境的前提下，对电梯、空调等重要能耗设备采取节能管理措施，在过渡季节空调多利用新风，设定电梯、空调等的开启时间，倡导顾客提高环境保护意识；对商场各种能耗设备进行节能改良，在商场中引进节能灯等先进的设施设备，空调系统采取变频控制系统，有效提高能源的利用效率，从而减少温室气体的排放。

#### 3 技术与投入

天虹在设备采购、新店建设等方面重视新技术的研究和引入，以达到提高效率，减少环境破坏的目的。其中超市冷柜系统采用不破坏臭氧层的环保制冷剂，对环境几乎没有破坏；厨房排烟气体在排放前均经过静电或水幕处理，排放气体达到国家检测合格标准，另外，在设计时，厨房排烟气体基本设计成高空排放，将对周边环境影响降到较低水平。

中央空调系统运行能耗一直是商场运营里最重要的能耗项目，为提高系统的效率，在系统设计时考虑了很多代表行业领先技术的设备引用。早在 2007 年，深圳福民天虹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%。除主机外，还采用了高效率的水泵，风柜、新风全热交换等输送设备，以及变频技术、控制技术、过渡季节全新风的使用，精密的二氧化碳浓度控制、冷凝水回收等都得到了推广，运行能耗相对一般系统节省 35%左右。2010 年，公司对深圳沙井天虹、厦门大西洋天虹等老店以及新开分店深圳横岗天虹等，进行了全面的空调系统节能升级。采用蓄冰空调系统，利用晚上谷期电价制冷蓄冰，在白天营业高峰电价进行放冷；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、CO<sub>2</sub> 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，同时对末端系统进行变频改造。

冷链系统在天虹各门店也进行了相应的节能改造，部分分店采用水冷系统；使用丹佛斯控制系统，增加展柜的盖板，照明采用 LED 灯，并且采用制冷余热化霜技术，全面控制能耗。

其次，广告招牌使用 165W 无极灯替代户外原 1000W 广告灯，经过在相同条件下对原有的广告射灯（金属卤化物灯）和无极灯的照度对比，保证原照度效果的前提下，大大降低了广告招牌用电量。

### （三）包装运输

#### 1.商品包装

在商品包装方面，一是选择环保可回收包装材料（如尽可能使用周转筐），二是尽可能选择简装，限制过度包装，对环境保护工作有一定贡献。同时，运用精益六西格玛的方法推动分析、减少包装材料的用量。例如在分店配送环节，原采用塑料薄膜打包配送门店商品，每年此项包装成本约 80 万，同时产生大量废弃塑料。为节约成

本，减少废弃包装塑料的产生，目前天虹配送中心已逐步推广用可回收帆布替代塑料薄膜，预计每年可减少数十吨废弃塑料的产生。

## **2.运输周转**

减少运输周转环节，实现产地与仓库“点对点”式的发货，已在山东、江西、福建等多地建立直采基地，减少中间环节，节省运输成本约 20%，有利于保护环境。

## **3、仓库配送**

为减少配送环节，将供应商直送门店改为仓库集中配送，减少供应商送货里程，降低供应链配送总成本 30%，同时使用大货车集中配送，提高能源使用率，降低碳排放。

### **（四）低碳商品**

#### **1.节能产品**

为了响应节能产品理念的传递，天虹 2009 年推出节能环保系列 LED、节能液晶彩电，该系列产品相比非节能型电视，每台同比可节省 100 瓦/小时，2010 年 LED 彩电及节能型液晶合计销售数千台，一年可节省电力约为数十万度。

#### **2.低碳产品**

天虹目前经营的自营低碳系列产品约有 40 多个，主要集中在与人们生活息息相关的竹炭除味、防潮系列日用品。

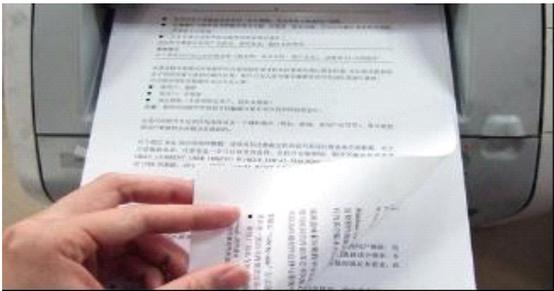
其中，自 2003 年 10 月就开始引进销售活性炭商品，经过六年多的发展，低碳、活性炭系列产品已基本成型，销售已初具规模。为了强化低碳节能的理念，我司于 2010 年 1 月将所有低碳、活性炭系列产品集中陈列推广，结合特价、品类折扣促销推出了低碳产品推广周，不仅让天虹的顾客广泛接触了低碳、活性炭类产品的环保理念、更通过超低折扣让顾客亲身体会到了低碳、活性炭系列产品的节能环保优势，真正将低碳、活性炭系列产品以环保理念推向市场，引起良好的市场反响。

### **（五）绿色商场**

天虹对“绿色商场”的积极探索与实践，获得了政府的认同。2003年3月，深圳启动绿色商场评选，东门天虹成为深圳首个获得“绿色商场”称号的单位。截至2010年底，天虹已有12家店被深圳市环保局授予“绿色商场”称号。

## （六）把节约融入习惯

企业文化即是习惯和氛围，天虹始终强调把节约的意识和行动融入日常工作中。



纸张双面打印



信息系统无纸化办公



6S 管理



减少多余灯光、随手关灯

## 二、低碳足迹

在多年的发展中，天虹持续将绿色的理念渗透到经营的细节之中。在企业内部推行“减碳文化”，在外部向我们的顾客传播“低碳文化”，并将“低碳”打造成为天虹持续倡导的环保理念。

天虹一直致力于环保事业：2003年至2009年，天虹8年来每年组织开展大型环保公益活动：2003年至2007年举办的“我为环保出份力，请节约一个塑料袋”活动在社会上反响强烈，五年向顾客发放环保购物袋逾35万个；组织万人签名支持环保、开展少儿环保绘画、表演环保自制时装秀、展览环保手工艺品、让小朋友走进天虹学

习环保知识、员工环保队赴大梅沙捡垃圾、响应“地球熄灯一小时”……天虹每年以形式多样的活动倡导低碳环保的理念，从影响顾客的行为到影响顾客的习惯，取得了良好的社会反响。

- 首个实行环保用袋理念

1995年10月13日，天虹开始使用可降解的环保型塑料袋，成为深圳第一家使用环保型塑料袋的商场。

- 倡导废旧电池回收

2002年6月，联合国环境规划署主办、中国政府承办的世界环境日国际纪念活动在深圳举行。为支持这一活动，天虹于6月15日举办“环保新纪元”废旧电池回收活动，在深圳的深南天虹、东门天虹、福民天虹、宝安创业天虹门口设置废旧电池回收箱，市民将平时不易处理的废旧电池放进回收箱内，从一点一滴做起，共同维护环境。

- 创建“天虹爱心林”

2005年3月13日，一场惊天烈焰无情地吞噬了深圳市大南山25公顷的绿色外衣，留下的是满目疮痍、碳黑四溢。深圳南山常兴天虹得知消息后，第一时间联系大南山公园管理处表示要献树建林。最终，南山常兴天虹出资20000元，捐献树苗1000株，由100多个员工在烧焦的土地上建立了还绿面积达10亩的“天虹爱心林”。

在多年的发展中，天虹已经将绿色的理念渗透到经营的细节之处：在不破坏商场环境协调、舒适、整洁的前提下，在标识、卫生、灯光、空气、噪声等方面制定措施，力求环保、节能；严格管理进货关，制定完善的进货手续，杜绝销售假冒伪劣商品，并通过进货规定等规章制度限定了一次性发泡餐具等环境能耗、环境污染大的相关产品，大力提倡绿色食品、无公害食品的销售等，努力构建和谐零售、绿色零售。

## 社会认同

2002年至2010年，天虹连续进入中国连锁百强企业；连续三年被评为“中国企业信息化500强”；历年被深圳市政府评为“纳税大户”、“信誉好商店”称号。

1994年，获评“广东省市场商品专项监督检查商品质量可靠经销企业”；

1996年，获评深圳市“食品卫生先进单位”、“中外名酒信得过零售点”；  
1997年，获“全国亿元商场企业柜台商品质量检查”表彰；  
1999年，入选广东省“百城万店无假货”示范点；  
2000年，成为“全国内贸质量保证示范企业”；  
2000年至2002年，被中国商业联合会连续三次授予“全国商业质量管理小组活动优秀企业”称号；  
2003年，在“诚信企业/喜爱的品牌”评选活动中，荣登商业类企业榜首；  
2004年，荣获“最具公信度商场”；  
2007年，获得“深圳市市长质量奖”；  
2008年，获得“中国战略执行明星组织”；  
2009年，福民天虹荣获深圳市节能示范企业，成为深圳市零售业唯一一家入选单位，并获得政府奖励；  
2009年，福州万象天虹、厦门汇腾天虹、南山常兴天虹、宝安创业天虹、天虹购物广场（目前已升级为君尚百货）被商务部评定为“金鼎百货店”；  
2010年，荣获中国连锁经营协会颁发的“2010年度中国零售业员工最喜爱的公司”大奖。  
.....

## 可持续发展战略

### \*我们还能做些什么？

#### 1.从合格的企业公民到优秀的企业公民

在过去的日子里，天虹始终积极履行各种社会责任；

在未来的日子里，天虹将以更高的标准要求自己，在践行企业公民责任的路途上，力争从“优秀”迈向“卓越”。

#### 2.行业领跑者，由改变自己到带动他人

在承担企业责任的同时，天虹要从“实践者”逐渐转向“领头人”的作用，带动整个零售行业，积极投身到企业责任中来。

#### 3.持续关怀，多“造血”少“输血”

对经济、文化和环境的贡献，不能仅仅着眼于一时一事的改变，要更加强调整体环境的改造，天虹将为行业或地区开展更多“造血”的工作，从而使之达到可持续地和谐发展。

#### **\*目前存在的不足**

- 1.百货商场的节能减排，目前较多地依赖于人工记录能源情况，数据准确性和使用效率方面仍然存在提升的空间。
- 2.“优才计划”刚刚启动，人才挖掘有待进一步加强。

#### **\*2011 年拟改进项目**

- 1.引入能源管理系统，实现能源的信息化管理，在由手工记录转变到电子化记录，提高效率的同时，提升数据的准确性，运用更加精确的数据，更加快捷地查找分析方式，科学指导相关改进工作，有针对性地对节能减排工作进行提升。
- 2.进一步实施“优才计划”，建立中高端人才的培养发展体系，为提升员工职业技能，提高企业绩效，乃至于推动零售行业的创新、发展提供保障。

天虹商场股份有限公司

2011 年 2 月 25 日

### 第三方评价

和谐社会需要所有组织和个人来共同分担社会责任，尤其是有影响力的企业，肩负着更加重要的责任。

在过往的数年中，天虹在企业社会责任履行方面表现非常积极。尤其值得一提的是，在 2008 年我国南部大面积冰雪灾害，“5·12”汶川大地震和 2010 年我国西南地区干旱时，天虹充分展示了其作为全国百强连锁企业的实力和影响力，与慈善会携手进行很多卓有成效的救灾援助以及灾后关怀工作，也让社会进一步深入了解到其强烈的社会责任感和高效的执行能力。

而今天，我们能够通过这份企业社会责任报告清晰地看到天虹二十余年在企业社会责任方面的持续经营，更能看到这家极具社会责任感的企业正在进行更加深远的思考，这对整个零售行业直至整个社会的发展，都有着深远的借鉴意义。

真诚希望在不久之后，能够涌现出越来越多像天虹一样的企业，共同把慈善的力量发扬光大，让我们的社会更加和谐，生活更加美好！

深圳市慈善会秘书长 房涛

### 结语

欲改变世界，先改变自己。

**Be the change you want to see in the world.**

——与有志于践行社会责任的“企业公民”共勉