

天虹商场股份有限公司 2011 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 2011 年天虹商场开展的社会责任相关工作。

报告时间：

2012 年 2 月

预计下次报告时间：

2013 年第二季度

前言

2011 年 3 月，一条天虹免费送盐的微博引发热议，这条没有任何炒作动机的记录，当日引发了上千人的自动转发和热评。

这条信息最感人之处在于，在关键时刻，天虹人发自内心，自发自动地作出了这样有社会责任感的决策，践行了天虹一直以来奉行的“做一个有社会责任感的公司”的承诺。

有人将 2011 年称之为“微公益元年”，这条信息的备受关注，也是舆论多元化与的自媒体时代到来，企业公民形象生态变化的投影和映射。正是这种企业公民体现出的“慎独”，以及在此基础上的发自内心践行社会责任的真实和诚意，得到社会的共鸣和认可。

“抢盐潮”下企业如何作为？是抬价还是稳定价格？免费送盐的决策如何产生？这些看似表面的议题，实际上也应该是零售企业对于社会责任承担的自我拷问。这样的思考，也让我们对社会责任，以及如何将社会责任承担与企业文化建设紧密结合，有了更多的想法和更深的理解。

我们认为，社会责任不仅仅是公益慈善，更为重要的是应当最大限度地创造经济、社会和环境的综合价值，最大化自身对可持续发展的贡献。

天虹要做一个有社会责任感的公司，体现在通过卓越运营、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；此外，身处与民众生活息息相关的零售业，我们应该维护行业健康发展，积极促进供应链中各环节的良性发展，追求行业价值创造，为顾客提供高质量的商品，优质的服务，安全舒适的环境；以人为本，关爱员工的生活、关怀员工的思想、关注员工的工作、关心员工的进步；深怀良知、正义和感恩，热心公益事业，回馈社会……

天虹的核心价值观是“真、诚、情、信”，而要做一家有社会责任感的公司，“道”之所在，就是这种看似朴素的真善美的价值观。只有将两者融汇到企业的血液当中，这种“道”才能真正落地为组织行为。对外，我们将“企业公民”的自我要求贯穿在经营思路中；对内，我们将“真、诚、情、信”渗透到员工的工作生活中，把社会责任感融入到员工培养和企业文化建设当中。通过整体的氛围的营造和良性循环，将正确的价值观渗透到公司的各个方面，让社会责任落实到天虹人身上。

从这个角度而言，2011年仍然是我们身体力行，努力成为零售行业中社会责任建设的实践者、倡导者与推动者的路上的一个片段，而我们还将继续前行。

让我们继续前行，因为这是我们的责任！

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2011年底，天虹品牌在北京、广东、福建、江西、湖南、江苏、浙江、山东等省市开设了45家直营分店及以特许经营方式管理4家分店，君尚品牌在深圳市开设了1家直营分店。公司已连续10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顾客、利益相关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、2008年和2010年分别获得了“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”……

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，与顾客享受生活之美。

（二）财务概况

（单位：万元）

年度	2009年	2010年	2011年
销售额	1146949	1470516	1894385
主营业务收入	791693.27	998721.2	1280223.54
利润总额	47061.47	64108.15	80405.44

（三）投资者关系

上市以来，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，工作受到认可与肯定。2011年，公司荣获“中国中小板上市公司价值五十强”、“第七届新财富优秀董秘”等奖项。

1. 股东权益

公司以良好的经营业绩回报股东，股东权益得到充分保护。公司2011年实现营业收入13,035,637,206.59元，同比增长28.12%；利润总额804,054,439.54元，同比增长25.42%；实现净利润573,905,429.76元，同比增长18.33%。2011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2011年年度股东大会审议通过后实施。

2. 定期沟通

公司通过现场交流、网上互动交流平台、公司电话、邮箱、网站等不同的有效沟通渠道，加强与投资者的交流。2011年，公司共召开了1次年度股东大会

(2010 年度)、2 次临时股东大会，股东参加共 134 人次，审议通过 26 项议案；开展了与投资者现场交流活动 16 次，接待 194 人次；组织了 2 次现场投票与网络投票相结合的股东大会，网络投票表决的方式为中小投资者参加股东大会提供了便利，保障了中小股东对公司经营决策事项的参与权和表决权。

3. 法人治理结构

公司完善的法人治理结构、较为健全的股东大会、董事会、监事会制度，以及较为完整的内部控制体系，为公司持续、稳定发展以及风险控制提供了保证。

2011 年，公司修订了公司《章程》、《关联交易决策制度》、《对外投资决策程序与规则》、《投资者关系管理制度》、《投资者接待和推广制度》、《高管人员薪酬及考核管理办法》，进一步完善了公司治理，加强了规范运作。

4. 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》等相关规定，建立了公司《信息披露事务管理制度》、《重大信息内部报告制度》，并严格执行。

2011 年，公司严格按照相关规定履行信息披露义务，及时、准确、完整、公平地进行信息披露，积极主动做好信息披露工作。

5. 风险控制

公司遵循“预防为主”的原则，根据风险类别实行职能归口管理。收集、汇总、整理和分析公司运作各个方面存在的风险因素，识别风险点、查找风险原因、确定风险指数、制订风险应对策略及防范措施，组织实施并监督检查。

为预防腐败现象，公司建立了《天虹商场领导干部廉洁从业若干规定》、《新聘任管理干部廉洁从业谈话制度》、《举报处理程序》、《信访举报管理规范》等文件制度，进行廉洁从业宣传，开展关键业务廉洁从业调查，组织管理干部签订廉洁责任承诺书、检查诺言履行状况并推进新任主要领导干部廉洁从业谈话。

公司内部控制体现了完整性、合理性、有效性，符合当前公司实际经营情况，

在企业管理各个过程、重大投资、重大风险等方面发挥了较好的控制与防范作用，保证了公司内部控制系统完整、有效，保证了公司规范、安全、顺畅的运行。

二、以人为本

公司始终秉持“以人为本”的理念，关爱员工的生活、关怀员工的思想、关注员工的工作、关心员工的进步，使员工爱企如家，努力实现企业员工“双满意”。

（一）建设雇主品牌

树立人力资源是第一资源的观念，尊重劳动、尊重知识、尊重人才、尊重创造，提高人员的综合素质（教育水平、文化品位、精神追求和道德修养），建立健全人力资源管理机制，真正做到以人为本。

2011年，天虹与翰威特咨询公司合作，共抽样了5180份的有效敬业度调研问卷，分析结果显示：天虹2011年员工敬业度得分为66%，比零售行业的敬业度高6%，同比2010年敬业度调研结果上升6%。天虹敬业度已经连续三年稳步增长，从“稳定地带”上升到“高绩效最佳雇主”地带。

1. 平等用工

公司始终遵循按劳分配、同工同酬的原则，男女员工用工比例为41：59，各类别员工男女基本薪酬比例均为1：1。在全国拓展的过程中，公司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，入职最低工资比率的范围均高于130%。

公司为员工提供了丰富多样的薪酬福利项目：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工资外，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或住房补贴（截至2011年底，公司已开业商场所在城市均按政策规定为员工缴交住房公积金）。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（截至2011年底，已有近3850人/次参加企业年金计划，并有22名员工领取了企业年金）。

2011 年，公司组织了年度薪酬调查。在调研结果基础上，本着关爱员工的思想，公司进一步加大对人力成本的投入，适当提高了 2011 年统一调薪的幅度，提高薪酬福利的竞争力。通过为员工提供当地同行中上水平薪酬，与员工分享成果，让员工工作更有动力。

2. 素质提升

公司始终视员工为企业最重要的资产，帮助员工提升工作技能，鼓励员工参与公司管理，提高管理人员管理技巧，让员工在工作中获得更多的成就感。

2011 年，围绕公司战略发展、员工职业发展需求，公司为不同层级、岗位的员工设置了系列的综合素质和专业技能提升培训。通过“优化梯队人才培养方案，实施各层级梯队人才培养”，“组织实施专题培训，针对性开阔经营思路，提升专业技能”和“营业员培训体系的标准化和推广”完善企业人才素质的全面提升。2011 年，公司部门经理级员工年平均培训时数不少于 90 小时，分部经理级员工年平均培训时数不少于 120 小时，值班经理、柜长级员工年平均培训时数不少于 150 小时，营业员年平均培训时数不少于 100 小时。

在公司统一组织的技能和能力提升培训项目外，公司鼓励员工在职期间进行学历教育和职业技能培训。公司制定了《员工外出学习管理规范》，具备一定条件的员工根据公司的要求和安排参加相应的培训，学成后公司给予学费一定比例的报销。此外，各部门根据工作岗位要求，不定期外派员工参加社会专业机构的技能培训，持续提升员工专业技能和综合素质。

在理论学习和技能培训之余，公司广泛发动了基层职工参加职工劳动竞赛和争先创优的“岗位练兵”，通过“大脑激荡”辩论赛、讲师技能大赛、收银员专业技能大赛、推介技巧大赛、信息技能竞赛、品类分析大赛、电工技能大赛等，不断提高员工的综合素质、劳动技能和创新能力，不断提升员工的成就感、荣誉感和主人翁意识。

公司着力于健全奖励机制，切实推动职工素质提升。2011 年公司为 78 名取得个人技能等级证书的职工申请职业技能等级升级补贴，涉及证书 91 册，费用 32400 元。

(1) 天使计划

为帮助 2011 年新进大学生快速完成角色转变，调节其在实习过程中遇到的心理困难，配合制定在天虹的个人职业发展规划，2011 年公司进一步完善新进大学生系列培训，除了常规的理论培训+拓展训练+在岗帮带外，2011 年 7 月启动天使计划（招募天使 200 余名），由各部门优秀的员工对新进大学生进行一对一的辅导和帮带；建立各商场教练库，由优秀教练对大学生在岗工作提供帮带和指导、天使和教练贯穿大学生试用期的整个过程，帮助其疏导压力、答疑解惑，提升专业技能，共同成长。

（2）英才计划

2010年开始实施的英才计划（助理经理班、分部经理班）是基于公司战略需要对于人才的需求，通过系统的人才培养模式，持续不断地为公司输送中基层管理人员的有效方式。2011年，在原有理论课程+行动学习培养模式的基础上，启动个人能力提升计划，由学员结合课程学习收获和目标岗位胜任能力要求，进行能力剖析，与直接上级共同确定个人能力提升目标并制定三个月的行动计划，针对性提升学员综合能力，全年二期英才计划共培养学员600余人。

（3）优才计划

基于公司快速发展对于商场总经理级中高端人才的需求，2011 年 4 月，公司启动了“优才计划”，依据“对标商场总经理建模—评价中心测评—个人培养计划定制—配套培养项目（理论课程+情景模拟训练+岗位实践+导师辅导+标杆学习）实施”的思路，先后对公司内部近百名名储备人选进行了系统性培养，从数量和质量上满足了对于商场总经理级人才储备的需求。

由于“率先探索具有零售特色的中高端人才领导力开发与培养模式，从而建立企业核心人才竞争优势，具备很高的借鉴意义”（评审团专家评价），该计划获得了哈佛《商业评论》2011 年“管理行动奖”。随后，又获得 HROOT“中国人才管理奖”、2011 中国企业商学院论坛创新奖等奖项。



图 1：公司副总经理吴建琼（中）代表天虹领取奖牌（左为奖牌）

（4）导师制

导师辅导是储备中高端人才培养的一种重要方式，通过公司富有经验的、有良好管理技能的管理者与储备人员建立良师益友型关系，实现教学相长。自 2011 年 6 月份启动以来，共聘任导师 27 人，辅导学员 41 人，导师与储备人员形成一对一的辅导关系，导师通过有效的询问、倾听、引导和适当的建议，以轻松交流的方式，给储备人员进行有效的心理疏导和启发，在公司范围内形成了一种良性、轻松的沟通机制。

（二）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. 权益维护和诉求表达

通过制定和不断完善员工考勤制度、申诉程序、薪酬福利制度等，公司保障员工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；每年为员工提供劳保费、降温费等补贴；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，将认为存在的问题直接反馈意见至公司，公司会及时给予处理和回复。

公司严格遵照国家和地区规定，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《校企合作协议书》，并按月发放实习补贴，购买工伤保险。

2. 关爱员工

(1) 困难员工救助

公司一直以来都在积极探索和构筑更加健全的困难员工帮扶体系，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。

2011年，公司工会帮扶工作领域更加广泛，内容更加丰富：全年为11名深户困难员工申请市总工会春节慰问金2.75万元，为1名员工申请金秋助学款项3000元，为1名困难党员申请市党委救助款2500元，为7名员工申请爱心救助6.4万元，4名深户特困职工申请救助4万余元，共计13.7万元。基本实现了经常化、制度化，成为企业关心职工特别是困难职工的窗口。

(2) 单身青年联谊

公司关注员工的内心需求，结合公司女性青年员工数量众多的实际情况，创新性地开展单身青年联谊活动，拓宽企业内单身员工的沟通渠道，搭建平等友好、真诚交往的平台，解决单身员工的婚姻问题。组织3届7批联谊活动，共有156名天虹员工参与，分别与华为、腾讯、中集、清华同方、金蝶、思科等知名企业进行联谊。最终有55名天虹员工现场成功牵手，成功率35%。

3. 提供展示才艺的舞台

着眼员工的精神需求，搭建企业文化的平台，找到员工对企业情感认同的突破口，提升员工成就感。2011年，以员工喜闻乐见的方式组织了拔河比赛、羽毛球争霸赛、篮球争霸赛、棋牌争霸赛，使员工从情感上更高程度地认同企业文化，促使员工持续保持主人翁心态、自动自发、追求卓越的内在驱动力。

三、追求行业价值创造

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）、卓越绩效管理模式的先进管理工具，并以卓越绩效管理模式的核心理念为核心框架，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。2011 年，公司继续引进先进工具，促进企业效率的不断提升：2011 年 2 月，引进平衡计分卡 IT 系统，目前已完成系统的开发与测试。2011 年 4 月，进一步深化精益管理。2011 年 5 月，引进 ISO22000 系统，目前已完成文件体系的搭建和四家试点门店现场设备设施的改造。2011 年 5 月，引进 ERP（R3）系统，目前已全面正式投入使用。

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。

通过会议交流和介绍经验的形式，公司将自身积累的经验和管理模式提供给更多的企业和个人。2010 年 10 月 25 日—27 日，被誉为“零售业的达沃斯”的世界零售大会在德国柏林举行，在这次世界范围内最高级别的零售业会议中，公司董事、常务副总经理高书林作为中国零售企业代表在大会主会场作了《后金融危机时期的中国百货业发展》演讲，成为大会非常关注的话题之一；2011 年 11 月 15 日晚，应清华大学经管学院邀请，公司董事总经理赖伟宣为 MBA 班的莘莘学子讲授了一堂题为《运用 BSC 打造动态》的精彩课程，将天虹在平衡计分卡方面积累的经验进行了较为全面的传授……公司还多次参加政府或协会组织的经验交流活动。

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：2010 年，受深圳市零售商业行业协会委托，公司作为主编单位参与制定了“全国零售业基层岗位技能要求行业标准”中收银员、营业员岗位系列标准的拟定，并获得国家商务部批准，成为行业认证的通用教材，率先在深圳零售业试点，并计划推向全国，促进行业标准化优秀技术人才培养；2011 年，公司参与了连锁经营协会组织的零售企业能耗标准的制定，统计和分析我司各商场的能耗状况，提供作为百货商场能耗指标参照……开业至今二十余年，从先行赔付到价格承诺、从神秘顾客到全面顾客满意，从 POS 机到卡系统，天虹率先探索和率先使用的工具和方法，一次又一次地为业内广泛使用，产生了激活行

业发展的“鲶鱼效应”。

（二）提升顾客的生活品质

天虹始终致力于顾客关系的维护，多维度、全方位打造顾客满意、顾客信任和顾客忠诚。

2011年4月开始、10月结束的天虹顾客满意度调研，从调研方式、样本量、指标设定及问卷等方面均有所创新。2011年顾客满意度得分为81.80分，同比略升0.31分，持续三年呈上升趋势。可比的“商品”和“服务”指两个标分别同比上升1.34分和3.56分；“服务”仍是顾客最满意的指标，得分高达87.98分。

2011年底，天虹的VIP顾客已突破300万人，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。

1. 物美价平，打造美好生活

（1）严控质量，构筑安全防线

2011年，为打造从农田到餐桌的全食品链安全管理，天虹与全球领先的检验、鉴定、测试和认证公司建立全面合作，导入ISO22000食品安全管理体系；向国际、国内行业标杆企业先进的管理方法和标准看齐，委托第三方专业机构，开展门店食品安全审核，进行食品生产种植、养殖、生产企业的二方审厂。极大的提高食品安全管理的标准和专业水平，更有效地保障了食品安全。

（2）稳定价格，平价惠民

天虹遵守国家价格法律法规，不断完善公司价格政策，时时关注市场动态，严格根据市场变化调整商品价格。为稳定物价，从新疆、青海、山东等地直采各类生鲜商品，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。

通过在商品价格方面的一系列工作，2011年，苏州金鸡湖天虹获“2011年度价格监督服务示范单位”，泉州天虹获“2011年度明码标价先进（示范）单位”，东莞厚街天虹积极参与政府组织的平抑物价的项目——“平价商店”正式挂牌，保障商品价格稳定和市场及时供应。

2. 优质服务，分享购物乐趣

“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，打造为立体的、体验购物乐趣的过程。

(1) 服务创新

创新是天虹的习惯，为进一步提升服务，2011年3月至7月，公司组织了“第二届商场服务创新项目大赛”，通过群策群力，挖掘出创新性的服务项目。赛后，公司对最终选拔出的12个公司级优秀创新项目进行综合评估，制定了“服务创新项目推广计划”，确定了5个公司推广级项目，7个共享级项目，于9月开始陆续推广。《推动服务创新 实现服务领先》项目在年度评选中获“中航工业管理创新成果三等奖”。



图2：生动的项目展示

(2) 绘制情感曲线，更新“亲切、便捷、专业”指标库

2011年，天虹通过绘制顾客满意度四级指标“服务”情感曲线，结合“服务”痛点组织各区域/商场进行“亲切便捷专业”指标调研。2011年9月，再次更新了“亲切便捷专业”指标库，在公司全面推行，规范与提升基础服务。

(3) 提炼和打造口碑服务

2011年7月，天虹通过对服务项目库及实施计划进行修改完善，形成《2011年度天虹服务项目库实施计划》及《2011年度天虹新店开业服务项目库实施计划》，并从中选择了11项服务（自助取款机、便利支付服务、礼品包装、室外

停车场帮助顾客打伞、免费邮寄商品、提供裤脚套服务、免费购物车篮租借、免费冰块提供、超市便捷服务铃、免费菜单、送货服务)作为口碑服务进行重点打造。

2011年继续推进“百货退换货即时回访”工作，通过顾客对退换货过程中的“态度满意度”、“处理时间满意度”和“平均时间”得分，及时了解顾客需求及对服务的评价，快速做出反应并改进。持续实施“投诉处理基金”和“将售后服务纳入区域季度检查”等，在区域推进了符合区域定位的售后服务项目，如华南区跨店退换货、超市投诉基金的推广使用等。

(三) 与供应商携手共赢

天虹目前合作的自营供应商约 2680 家，其中跨区域供应商约 100 家；专柜供应商约 4580 家，其中跨区域供应商近 480 家。合作的专柜品牌共约 2500 个，专柜数量达 17840 家。销售额最高的供应商 2011 年销售额达 6 亿。天虹在合同履行、营运管理、销售成长和结算方面，赢得了供应商的一致认同。

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。2011 年，天虹的重点供应商满意度调查综合得分 83.21 分，实现了连续三年增长。

1. 大力推行产地直采，以降低采购成本，让利顾客

截至 2011 年底，天虹销售的水果近 80%来自产地直采，此外，蔬菜、特色牛羊肉及南北干货等民生商品也已部分实现产地直采。



图3：特色商品采购，丰富了顾客的餐桌

2. 积极开展农超对接基地建设，提升生鲜食品质量

2011 年 6 月，“天虹山东直采果蔬基地”项目获得“中国连锁经营协会首批

农超对接示范项目”，天虹在农超对接方面的发展获得行业肯定。

至 2011 年底，天虹已拥有山东果蔬、福建蜜柚、有机蓝莓、山东脆桃、四川猕猴桃等 13 个农超对接基地，保证食品安全的同时，确保了近 20 个主力单品的基地直供。



图4：农超对接，更加新鲜

四、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。

（一）助推区域发展

1. 解决就业

在跨越式的发展中，天虹在各区域（华南区、华中区、东南区、华东区）、各城市公司（北京公司、山东公司、成都公司）当地雇用员工的比例均超过 90%，为当地居民就业提供了大量岗位。

区域	当地雇用员工比例	外派人员比例
华南区	100.00%	0.00%
东南区	99.53%	0.47%
华东区	98.30%	1.70%
华中区	98.96%	1.04%
北京公司	98.78%	1.22%
山东公司	94.54%	5.46%
成都公司	96.13%	3.87%

2. 诚信纳税

自成立以来，天虹终坚持依法诚信纳税，尽企业应尽的责任。2011年，公司纳税额 6.95 亿元，占利润总额的 86.45%。

（二）环境保护

1. 节能减排，打造绿色商场

公司通过引入节能新技术、日常管理节能和充分应用政府节能政策等一系列措施，节能减排工作取得有效的成果：2011年公司水、电总费用对比考核预算节约 11%。单是部分门店的高耗能机电设备节能技术改造，就使使全年耗能费用同比节约了 343 万。

2011年，公司各门店分别获得了“全国零售百家低碳示范商店”（深圳沙井天虹、南昌红谷天虹）、“深圳市‘鹏城减废行动’卓越企业”、“深圳市节能示范店”（深圳沙井天虹、松岗天虹）“、厦门市低碳示范工程”（厦门大西洋天虹空调整能技术改造工程）等荣誉，在行业内起到了节能低碳示范作用。

（1）节能技术、设备的运用和投入

天虹在新店建设、设备采购等方面重视节能技术的研究和引入，结合各商场的实际用能情况，从源头加大对节能设备的投入。

中央空调系统是商场的耗能大户，天虹从新店设计起就开始充分考虑节能技术的应用。天虹采购的中央空调压缩机组达到国家能效二级以上，并设置变频功能。除主机外，中央空调末端设备、水泵均作变频装置，在中央空调系统中建设增加 BA 空调控制系统、空调能源监控系统和空调全新风应用装置。深圳横岗天虹、沙井天虹利用深圳区域空调蓄冰电价优惠政策，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，实现国家倡导的火煤发电“移峰平谷”。沙井天虹改造蓄冰空调系统后空调电费实现了同比下降 47%。

照明灯具同样是商场的耗能大户，天虹重视对节能照明灯具的研究和引入。天虹与中和中（北京）光电科技有限公司签订了节能灯具采购战略合作协议，双方将按照能源管理服务模式针对天虹部分商场的基础照明进行 LED 灯具替换。在确保营运环境效果的前提下，使用 LED 灯具节电率大约能达到 50%。此外，天虹新店采购中超市灯具中采用了高频节能灯具，对比传统灯管，高频灯具节电率达到 23.81%。

超市冷链设备引入行业领先的节能技术。在新店冷链设备采购中采用了丹佛斯智能控制系统、系统制冷余热融霜技术、低温陈列冷柜安装玻璃盖板和冷柜照明 LED 灯具等节能技术。此外，深圳国贸天虹、东莞常平天虹等 7 个店冷链设备进行节能改造，改造后冷链设备电费实现了同比下降 24%。

(2) 耗水量控制

公司各分店在运营过程中采取能效对标的管理模式，严格控制水电消耗，非常重视水资源的循环再利用。目前，空调冷凝水的回收再利用技术已在部分分店（厦门大西洋天虹、深圳福民天虹等）引用。据统计，2011 年天虹已实现的空调冷凝水的回收再利用量达到约 21000 吨，所有分店用水总量约 2329669 吨，其中循环再利用水约占 0.9%，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，循环再利用水量的比例将会进一步提高。

(3) 减少有害气体排放

2011 年天虹始终秉承“打造绿色商场”的战略思想，在老店改造和新店建设中，积极引用各种有效的节能技术，通过空调、冷链以及照明节能改造，全年实现节约用电 400 万度，相当于减少 CO₂ 排放量 3988 吨。2011 年 8 月，公司新成立能源管理分部，以节能降耗为理念，搭建节能管理体系，梳理公司能源现状，通过管理节能、技术创新相结合，实现 2011 年水电费比考核预算节约 11%。

2. 电子商务助力低碳经济

早在 1998 年，公司就开设了全国第一个可实现在线支付的网络购物平台（<http://www.rainbow.cn>），迈出了传统零售企业进军电子商务的第一步，并密切关注电子商务环境及业务模式的发展趋势变化。随着电子商务市场环境的成熟，2009 年公司设立了的商品、营销、物流、技术、客服团队，并于 2010 年 3 月推出了新版电子商务购物平台——网上天虹（<http://www.myrainbow.cn>）。

网上天虹上线后，公司不断完善其商品丰富度、购物体验、配送服务、线上线下资源整合等，2011 年，网上天虹又重点提升了物流配送速度，丰富了商品数量并扩大网站知名度，以便利顾客。

顾客可登录网上天虹或拨打网购热线（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。免去顾客在恶劣天气下奔走、交通拥堵、停车位紧缺、排队结账等担忧。网上天虹全年 365 天、全天 24 小时在线营业，顾客可随时登录购物，为需要节省时间、工作忙碌无暇前往商场的顾客提供了低碳、节能的购物方式。

网上天虹质量管理体系依附天虹系统，所售商品均为正规渠道进货的商品，供应商资质证件齐全，严格遵循国家三包法规，针对相关商品履行更换和退货的责任与义务。在网站运营的过程中，网上天虹用实际行动成为了顾客心中的可靠保证。在仓商品每天安排专人检查质量，所售商品除网上天虹外还能够在深圳 21 家实体门店享受售后服务，实实在在的保护了顾客的权益。

2011 年，网上天虹的经营取得了较好的成绩，业务范围覆盖全深圳区域，注册会员数达 77 万，通过整合线下已有会员资源，线上线下实现了协同营销运营。

3. 物流效率提升，打造绿色推动力

2011 年，天虹在东莞大朗的物流中心投入使用，提高了作业效率、降低了劳动作业强度。此外，在信息系统方面，对原有仓储管理系统进行了升级，在验收入库、盘点工作上实现了无纸化操作，利用手持终端进行现场作业数据的采集和监控。通过对系统的升级和流程改进，整体物流运作更加顺畅可控，物流服务质量明显提高（配送差错率下降 50%），形成了节能、环保的绿色推动力。

4. 环保行动和环保理念传递

（1）“快闪”活动

为了响应世界环境日“共建生态文明，共享绿色未来”的中国主题，2011 年 5 月 27 日至 6 月 13 日，天虹环保快闪活动在全国 7 省 14 市展开。



图 5：天虹“闪客”摆出创意 POSE，高调传递环保理念

(2) “我本是一棵大树”环保展

2011 年 10 月 21 日，环保创意作品“我本是一棵大树”在苏州天虹展出。来自北京和苏州的志愿者们收集了约 10 万双一次性筷子，在艺术工作者徐银海的带领下组合成了一幅《没有绿叶的大树，没有绿色的地球》的画面，通过艺术的形式让大家听到被丢弃的筷子的心声，倡导更多的人停止使用一次性筷子。



图 6：环保展示《没有绿叶的大树，没有绿色的地球》

(3) “给地球添一抹绿”植树活动

植树节当天，天虹特邀 VIP 顾客及子女前往深圳大南山天虹林开展除草、浇水、拾垃圾等绿色环保活动。并将此次公益活动的照片进行整理汇总和加工，制作成环保宣传手册。



图 7：大运环保宣传册

2011 年 4 月 23 日，天虹在深圳市的龙城公园捐赠树苗 50 棵，并组织 40 余名义工参与植树。



图 8：天虹义工植树造林

（三）公益慈善

1. 定点采购扶贫

2011 年 6 月起，天虹定点扶贫广东湛江遂溪县天德贫困村，直接从贫困村农民手中采购冬瓜、紫薯、红薯近 100 吨。除帮助农民解决卖菜难的困境，天虹还多次驻扎产地，教会当地农民如何和超市对接，如何在加工、包装、运输等环节降低损耗、提高收益。



图 9：“爱心冬瓜”专卖，扶持贫困地区

2. 免费派盐

2011年3月，日本海啸引发核泄漏，受谣言影响，多地出现“抢盐潮”。

3月17日，面对突如其来的抢购食盐高峰，常平天虹立即做出每人限购1包的决定，并立即广播辟谣，承诺不涨价以稳定民心。为了保障顾客的安全，商场各职能部门都派人员来维持售盐处的秩序。下午2点，为稳定顾客情绪，满足顾客的正常需求，商场紧急决定将库存食盐全部免费派发，急需用盐的家庭可免费领取一份，并对有需求的顾客进行电话登记，承诺来货后立即通知。此举稳定了抢购碘盐的局面，赢得了媒体和顾客的一致好评。

同期，东莞黄江天虹也在超市为急需用盐的顾客免费派盐，为粉碎谣言、稳定市场做出了突出贡献。



图 10：免费派盐现场

3. 深圳大运会系列公益活动

(1) “大运家庭火炬手选拔”

2011年5月中旬—6月中旬，天虹获得“大运家庭火炬手选拔”活动5场海选的举办权（国贸、双龙、横岗、宝安创业天虹，君尚百货），助力全民大运。



图 11：通过海选入围的“大运”家庭

（2）大运火炬巡展暨助威大运创意祝福语征集

2011年7月5日—8月26日，大运执行局授予天虹10支大运火炬，在深圳21家天虹及君尚百货巡展，天虹同时启动了“虹动全城 激情喝彩”助威大运创意祝福语征集活动。

（3）服务大运“U站”

大运期间，10个大运U站落地深圳国贸天虹、龙新天虹、常兴天虹、西丽天虹、福民天虹、前进天虹、东门天虹、深南天虹、松岗天虹、双龙天虹等门店。天虹借助U站平台各门店组织200多名义工参与U站服务、文明交通指导等公益服务，大力宣传天虹服务于市民、服务于来自世界各地的宾客、服务于城市，展现大运东道主的良好服务形象。



图 12：天虹志愿者服务大运 U 站

（4）大运义工课程培训

2011年7月6日，龙新天虹作为龙岗赛区B类U站点，开展了大运义工的课程培训，此次培训共开展6节课程，12个学时，主要为大运义工们培训《志愿者精神与志愿者素养》、《大运实用英语》、《消防突发事件处理》等一系列的规范培训课程。

（5）大运交通文明劝导

2011年3月12日，龙新天虹义工积极参与龙岗区义工连开展的“行动，让城市更美好——大运交通文明劝导”活动。

4. 地铁开通“微晨行动”

2011年5月中旬—6月中旬，天虹志愿者身着可爱人偶服饰化身微晨族在地铁站，以轻松活跃的方式向乘坐地铁的广大市民派发积极健康的小礼品，制作平静生活中的小惊喜，希望在清晨能给大家带来开心、快乐和幸福，同时在深圳地铁大范围开通之际号召市民乘坐地铁文明出行、倡导低碳环保优雅欢快的地铁新时代生活。



图 13：“微晨族”地铁送惊喜

5. 慈善募捐与义卖

(1) 2011年5月6日，北京国展天虹联合左家庄街道办事处计卫办举办红十字“博爱在京城，博爱在朝阳”主题募捐活动。

(2) 2011年7月17日，南方都市报联合深圳深南天虹、东门天虹开展“为留守儿童圆梦行动”。

(3) 2011年11月24日，深圳创业天虹携手新安街道办驻龙川扶贫工作组，开展了“感动十年，爱心起点站——龙川助学行”活动捐赠会。

(4) 深圳松岗天虹、苏州金鸡湖天虹、湖州天虹、厦门大西洋天虹等多家分店举行慈善拍卖、义卖活动筹集善款数万元，捐献给各地慈善基金会。

五、年度主要奖项

“中国中小板上市公司价值五十强”

哈佛《商业评论》第五届“管理行动奖”

中国零售商大会组委会评选的“金牌商家”

“2010年度鹏城减废卓越企业”

“2010年度广东连锁五十强企业”

六、展望 2012

※ 进一步优化公司人才培养，尝试将“优才计划”的整体思路复制并延伸到公司其它核心业务岗位的人才培养工作，全面提升公司人才队伍的素质。

※ 进一步深化品类管理，通过对品类经营背后的问题进行深入挖掘，提升公司的经营能力。

※ 继续加大商品质量管理相关资源的合理投入：进一步推行食品安全管理体系；加强商品流转环节关键点的监控，提高商品质量的管控标准；加强售中监督检查，增加针对商品质量的检测费用投入，更全面地开展门店食品安全审核，加强供应商二方审厂，更有效的保证商品质量，持续满足顾客需求。

※ 整合天虹公益活动，以“横三竖三”（横向：持续的环保活动、公司采购公益整合、儿童公益；竖向：跟随深圳中航、公司组织、区域组织）的思路持续打造天虹公益营销的口碑。

.....

天虹商场股份有限公司
二〇一二年二月二十七日