

天虹商场股份有限公司 2013 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 2013 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:

2014 年 2 月

预计下次报告时间:

2015 年第二季度前

前言

寒假终于到了，四川雅安雨城区合江镇塘坝小学的“梦想飞屋”里瞬间挤满了来看书的学生。6 岁的杨红玲背着 2 岁的弟弟，步行来到学校，成为了“梦想飞屋”的第一个读者。几年前，妈妈带着她改嫁到这里，生下弟弟后，妈妈出外打工，家里常年由不识字的奶奶照顾两位留守儿童。老师说她的性格非常内向，但在梦想飞屋开放这天，杨红玲一直围着天虹的志愿者们问拼音、识字、找书，纯真的笑容始终挂在孩子脸上。对贫困地区的孩子们而言，图书不仅给他们带来知识，更点亮梦想，这也是天虹建“梦想飞屋”的初衷。在四川省雅安地区，和塘坝小学同样接受“梦想飞屋”项目援建的还有灵关镇中心小学、新庙乡中心小学和新添乡中心小学。此次“梦想飞屋”在以往单纯捐助书籍的基础上进行改进，捐助了集电视、电脑、音响、教学投影仪、少儿读物以及活动桌椅为一体的现代化少儿图书室，希望通过阅读帮助贫困地区的孩子们拓宽视野，激发想象力，为梦想插上飞翔的翅膀。

天虹对慈善的坚持源自企业的使命和愿景，而企业自身的稳扎稳打为企业从“有心向善”到“有力向善”提供了坚实的保障。天虹伴随着零售大变局和宏观经济结构性减速步入 2013 年。对每个天虹人来说，2013 年是经历着心灵和思维的碰撞、进行着组织和个人知识的更替、探索着模式与方法的创新、着手业务的

转型与突破的一年。

天虹确定并推进全渠道战略，率先以“深度体验”的姿态与顾客亲密接触。线下以购物中心、百货店，线上以 PC 端“网上天虹”、移动端“天虹微店”和“天虹微信”，融合线上线下无缝链接，构成完整的全渠道服务。

天虹开展了业务创新，和谐零供，成为供应商的最佳伙伴。同时优化供应链，强化直采，既帮扶了贫困地区，让农民受益，又给消费者以实惠。

天虹立足以人为本，建设员工成长与分享的平台。实施伙伴计划，提供专业化培训，平等用工，救助生活遇到困境的员工，与员工建立了和谐劳动关系。

天虹一如既往肩负着社会责任，完善法人治理结构，加强信息披露管理，定期与股东有效沟通，治理预防腐败，加强内部控制，从源头上防范风险，从而有力地保护了投资者的利益。

多年来，天虹一直将实现清晰可见的社会效益并不断完善自身对社会的回馈作为长期的发展目标，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 2013 年 12 月底，天虹品牌在北京、广东、福建、江西、湖南、江苏、浙江、四川等省市开设了 58 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、东莞共开设了 2 家直营分店。线下以购物中心、百货店，线上以 PC 端“网上天虹”、移动端“天虹微店”和“天虹微信”，为顾客提供全渠道服务。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	2011年	2012年	2013年
销售额	1894385	2037346	2202249
营业收入	1303564	1437701	1603248
利润总额	80405	83627	87650

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。2013年，公司年度纳税额 8.84 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

2013年，面对零售市场竞争日趋激烈等挑战，公司紧紧围绕“夯实、开拓、融合”的年度经营主题，通过ISO22000的逐步导入和重点商品的质量管控前移，进一步提高商品质量；进一步完善门店价格策略及执行规范，提高了顾客价格满意度和门店收益；大力推进了培育的减亏、扭亏工作；推进全渠道战略，推出了“天虹微信”和“天虹微店”，实现了天虹在移动端的营销、服务、购物功能；公司首家购物中心宝安天虹购物中心10月26日全面开业，标志着公司开始了购物

中心的发展历程。先后新开南昌红谷中心天虹，宝安中心区购物中心，成都红牌楼天虹，南昌京东天虹，惠州三环天虹5家门店。东纵天虹扩容升级为公司第二家君尚店；继续简化流程、优化授权体系、风控体系以及约束激励机制，推进企业文化建设；全面推进品类管理，实现营采融合，加强与供应商的合作。充分利用各种资源和商业机会提升经营业绩，充分保护保障了股东的权益。

年内，公司实现营业收入1,603,248.31万元，同比增长11.51%；利润总额87,650.18万元，同比增长4.81%；实现净利润61,544.31万元，同比增长4.73%。2013年度公司拟向全体股东每10股派发现金3.6元（含税），本次权益分配事宜须经公司2013年年度股东大会审议通过后实施。

（二）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。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。

2013年，公司制定了《董事会提名委员会工作细则》、《董事会薪酬与考核委员会工作细则》，修订了《章程》、《股东大会议事规则》、《独立董事工作制度》、《募集资金管理制度》、《对外投资决策程序与规则》、《关联交易决策制度》、《投资者关系管理制度》、《总经理工作细则》，废止了《投资者接待和推广工作制度》、《董事会提名、薪酬与考核委员会工作细则》，进一步完善了公司治理、加强了规范运作。

2013年，公司共召开了1次年度股东大会、2次临时股东大会，出席的股东代表共30人次，共审议通过36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1次现场投票、2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。

（三）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、完整、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，严格执行信息披露双人复核制，有效提高了信息披露质量。2013年7月，经深圳证券交易所考核，公司2012年度信息披露工作获“A”评级，已连续两年被列为信息披露直通车的企业单位。

（四）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4次，接待76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。

公司共举行2次网上交流会（1次业绩说明会、1次上市公司网上集体接待会）。公司总经理、独立董事、副总经理兼总会计师、董事会秘书、保荐代表人出席了公司2012年度业绩网上说明会，并就公司发展战略、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50个；根据深圳证监局《关于举办的深圳上市公司网上集体接待日活动》的通知要求，公司总经理、副总经理兼总会计师、董事会秘书参加了上市公司网上集体接待日活动，为在线投资者解答提问约50个。

公司已设专人维护“深交所互动易”，及时回复投资者的问题。

公司按照内部的制度规范，热情、耐心地接听及回答了投资者近300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。

2013年，公司的投资者关系管理工作受到广大投资者的认可与肯定，公司

董事会秘书万颖获“2012年度中国上市公司百佳董秘、优秀董秘”称号。

（五）防范风险

2013年，公司以全面风险管理制度为基础，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，并通过检查、督导活动，定期对风险管理工作的实施及效果进行检查；并分别就宏观经济、政策变化、行业发展、质量控制、安全风险、法律风险、财务风险、人力资源状况、内控风险等进行评估报告，及时总结和分析内外部案例，对风险事件进行事前、事中、事后管理，拟制具体应对措施，跟进执行情况效果，降低或规避风险，维护公司利益。

1、反商业贿赂

在2012年对所有业务合同进行收费清查的基础上，2013年，公司按照“五部委联合通知”中规范收取促销服务费、禁止各种违规收费等要求，开展合同续签和新供应商引进工作。此外，重新梳理了公司文件《供应商合同管理规范》，优化了信息系统合同管理功能，将信息系统的合同执行与合同条款进行了匹配，实现与供应商的合作合同谈判、审批、签订、执行一体化，防止操作环节脱节出现舞弊。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。

2、预防腐败

- (1) 开展领导干部廉洁从业谈话、组织签定廉洁责任承诺书。
- (2) 开展廉洁从业执行情况检查。
- (3) 定期梳理操作流程，及时发现监控盲点。
- (4) 畅通举报渠道，开展举报调查，加强内、外部监督。
- (5) 加强廉洁教育和宣传：
 - a. 利用公司门户网廉洁从业各模块开展廉洁从业宣传；
 - b. 开展警示教育活动；

- c. 对部分关键岗位宣讲《廉洁从业，健康人生》课件；
- d. 开展纪律教育月活动，组织人员观看、讨论廉洁教育碟片《诱惑》。

3、内部控制

2013 年，公司基本完成了总部及各区域的内控梳理与体系建设工作。建立了公司自身的企业内部控制缺陷认定标准，识别了自身的内控控制缺陷，并建立了内部控制缺陷的整改机制，进一步梳理公司在财务管理、招标采购、电子商务、工程管理、资产管理、风险识别等方面的内部控制制度，形成了内部控制应用手册，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、立足以人为本，建设员工成长与分享的平台

2013 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，实施“新”伙伴计划，帮助新人快速成长，提供专业化培训，打造更广阔专业人才职业发展平台，推动了公司新文化的传播，收集并快速解决员工意见和建议。2013 年公司员工敬业度比 2011 年提升 5%，公司敬业度继续保持在“最佳雇主”区域。

（一）实施伙伴计划

“新”伙伴支持：随着公司的快速发展，越来越多的应届大学生以“管理培训生”的身份加入到公司大家庭，为帮助其更快适应“职场人”角色、加强企业认同感，2013 年公司首次实现全国“管理培训生”统一拓展培训。与此同时，为满足对于“新”管理人员梯队培养储备需求，天虹商学院对中基层人才培养全面实施英才、慧才、育才计划，实现储备培养人才 798 人。

“新”业务伙伴支持：为有效支持公司新业务板块如电子商务事业部、购物中心事业部、创新业务部、天虹置业发展，公司搭建人力资源专属负责团队，为新业务招聘专业人才，研发设计“买手特训营”、“采购总监特训营”、“商业地产开发”、“购物中心策划运营”、“电子商务”等专业课程，同时开设了多条商业考察线路。

区域伙伴支持：持续盘点、梳理公司区域及各门店人效指标，提升岗位工作

有效性及关键绩效产出；重点把握区域亏损店人员结构及使用情况，及时给予业务帮带及人员支持；同时，针对扭亏门店收集“最佳实践案例”，组织编订公司“扭亏店案例集”，助推业务成长。

（二）提供专业化培训

为帮助员工快速成长、提升自我价值、奠定职业生涯专业知识基础，天虹商学院不断提升培训专业化。2013年，商学院以“超市”和“采购”岗位为试点，建立学习路径图；组织中、高管 EDP 培训、商场总经理特训营，提升了管理干部的领导力和业务能力。推进管理创新，开展管理创新项目 9 个及黑绿带项目 12 个，通过项目实施共计实现财务节余 502 万元。

（三）打造广阔专业人才职业发展平台

为适应公司发展对于专业人才发展的需求，2013 年，公司通过拓展向上发展空间、增加专业人员小步晋升机制，完善了专业技术岗位任职资格体系。新体系为专业人员提供快速发展平台及明确的职业发展路径，实现及时激励，有效提升了外部专业人才招聘效果，并可引导专业人才不断学习发展，成为支持公司战略发展的业务带头人。

（四）完善员工考核及激励体系

为加强对员工的正激励，提升工作激情，公司调整了绩效等级的评定比例，并增加了绩效等级评定弹性。

在薪酬管理方面，组织开展薪酬调查、完善调薪模型，结合调查结果对关键岗位进行了职级及薪酬调整，加大了对于关键核心岗位人员的激励与保留。

（五）平等用工

公司坚持“以人为本”的管理，严格遵守国家的劳动法律法规，规范劳动用工，不使用童工。公司建立了全员劳动合同制度，劳动合同内容全面、合法，合同签订、续订、解除和终止等各个环节程序严谨、规范，管理完善。在合同签订过程中，会让员工清晰了解自己的权利及义务，以预防劳动争议现象的发生。

针对公司女员工多，且比较分散的特点，公司实施了“三八”节当日女员工可享受领取三八节活动费等福利政策。在实际工作中，公司遵守国家关于女员工特殊劳动保护规定，杜绝出现侵害女员工权益的现象。

天虹用工性别构成：

性别	人数	占员工总数比例
男性	5771	37.39%
女性	9662	62.61%
合计	15433	100.00%

（六）和谐劳动关系

1、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。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。

2013年4月，雅安地震发生后，公司工会和深圳中航爱心基金会（天虹为基金会理事单位之一）为成都、深圳等17名受灾职工发放重大灾难救助金100000元。同时协助困难员工获得174600元救助金。

2013年3月和9月，公司分别组织了寿星登梧桐山及抽取2012年下半年和2013年上半年员工生日“愿望盒子”活动，为300余位寿星实现生日愿望。

2013年公司组织已婚育龄妇女978人进行妇检，组织40岁以上职工701人进行体检。向总部80余名女工进行了“三优”知识讲座，并会同中航国际进行筑爱行动下基层，向60余名职工进行了“和谐家庭、缓释压力”讲座。

2、重视与员工交流

天虹尊重员工意见和建议，提倡员工参与式管理。通过“员工座谈会”、“员工意见建议平台”、“回音壁”等形式对公司现有的员工企业沟通渠道进行推广与宣传，并对员工意见建议进行快速回复；通过“员工就餐区环境改善”，“新增商

场员工冬装工作服”等项目的实施，让员工真切感受到员工关爱。2013年10月至11月公司分别在华南、华东区域举办了11场“对话·心声”基层员工座谈会，对于了解员工心声，提高员工的管理参与，起到了推动作用。

2013年7月，公司召开了天虹第四届职工代表大会，审议通过了公司《员工奖惩管理规范》、《员工绩效管理规范》、《考勤管理细则》、《薪酬福利制度实施办法》等文件。从制度上明确了员工的责任、义务和权利，为保护员工利益建立了依据。

四、完善顾客体验，分享生活之美

天虹一直重视顾客感受和体验，并在实践中不断改进和完善。2013年，天虹的顾客满意度得分为84.67分，得分较上一年度同比上升1.5分，持续五年呈上升趋势。

（一）率先推出“天虹微信”和“天虹微店”

天虹于2013年10月推出了“天虹微信”和“天虹微店”，完成了全渠道的布局。自此，天虹实体门店、网上天虹、天虹微信和天虹微店，共同构成一个完整的全渠道零售平台。无论是“线上下单+线下提货（或送货）”，还是“线上预约+线下消费”，顾客可依据自己的购买习惯和便利程度自行选择，购物可以从一个渠道开始，而过程可以横跨另外一个或多个渠道完成。

“天虹微信”作为以自定义公众账号方式打造的首个零售行业标杆，实现了会员移动化服务、在线逛商场、微信在线支付购物、消息定向推送、个性化订阅、会员活动预约等功能。“天虹微店”是全国零售行业首个实体百货店移动化的标杆，首次实现订阅式一人一店、全渠道购物、多维度互动营销、全员在线客服等多种功能集一体的移动平台。天虹全渠道的布局成功，将全面提升顾客的购物体验，重构与顾客之间的亲密关系。

（二）建立基于ISO22000标准的食品安全管理体系

2013年，公司按ISO22000（食品安全管理体系）标准建立、完善了天虹食品安全管理体系，并且选取了深圳宝安购物中心店作为认证店试运营，2013年

11 月份已通过第一轮认证审核。预计 2014 年 5 月前通过认证审核。

为了保证、强化食品链源头、前端的管理，2013 年，公司邀请内外部专业机构或人员对食品、生鲜生产企业进行了源头审核：委托专业机构负责审核了 27 家自有品牌高风险品类的生产商，67 个高风险的生鲜商品的种植、养殖基地，屠宰场，生鲜加工物流中心和生产企业；由公司内部经过专业培训、具有审核经验的商品质量监督管理人员，对风险稍低的其它认证品类范围内的 27 家加工食品企业进行审核。

2013 年，所有新开、新改造商场均按 ISO22000 体系文件标准进行建设，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基础。

此外，2013 年深圳地区有五家商场被评为“深圳市食品安全示范店”。

（三）重新修订价格管理体系

2013 年公司重新修订了价格管理体系：首先，严格遵循价格管理相关法律法规的内容及标准，所有商品实行明码标价，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；其次，为保证市场价格的稳定，针对民生用品，各商场每周对市场价格进行调查，根据市场价格水平严格调整商品的售价。

此外，各区域/门店根据地区实际情况，启动价格管理相关措施。如厦门三家天虹，启动了政府差价补贴模式销售平价农副产品，补贴销售的范围为包括肉、蛋、菜三类十多个品种，平价蔬菜低于同类市场均价 20%，猪肉、蛋类价格低于同类市场均价 5%，并且严格把关平价副食品质量，低于政府指导价销售。此举既响应政府惠民举措，稳定了副食品价格，也切实保障了民生，减轻了群众负担。

（四）开展服务创新，提供便利、惊喜服务

2013 年公司持续优化服务体系，开展了一系列服务创新举措。2013 年 7 月，华东区、华南区实现顾客现场报手机号即可积分的服务体验，为顾客带来了积分便利。营造全体人员“顾客为先”的服务氛围，推出了免费配扣和牛奶购物袋服务项目，帮顾客解决无法找到合适纽扣和购买大支牛奶携带不方便的烦恼。推行了愉悦顾客服务项目，培养员工自主服务的意识，给顾客制造意外惊喜，如为

身体不适的顾客买药、为流汗的顾客递纸巾，为口渴的顾客送水等贴心服务，给顾客带来便利和感动。

为了让顾客放心购物，方便顾客就近处理退换货，2013 年公司推出了网上天虹与实体店之间的退换货服务，华南区还推出了实体店与实体店之间的退换货服务，给顾客带来更多便利。

（五）发展自有品牌产品，为顾客提供实惠选择

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，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%，质优价廉的商品给顾客带来更多实惠。

2013 年，自有品牌按照“高品质、高性价比、新概念、新技术”的定位开发新品：和田骏枣，辽西杂粮，中宁枸杞，龙口粉丝，莆田桂圆，吐鲁番葡萄干等特色产品，让顾客的健康品质生活有更多种选择。

五、和谐零供，成为供应商的最佳伙伴

至 2013 年底，在全国范围内，天虹已建立合作的百货供应商有 5021 家，超市供应商有 4200 多家。其中百货战略合作客户 38 家，超市战略合作客户 29 家，协助战略品牌新开店 178 家。

作为全国大型的连锁零售企业，天虹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，积极配合各地政府“以农产品平抑社区物价，让利惠民”政策的落实。2013，天虹全年生鲜商品销售额突破 11.69 亿元，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，其中直接向基地和农户合作采购的生鲜商品销售额达 3 亿元，帮助更多的农民走上致富道路。

（一）业务创新、优化供应链

逐步改变现有驻扎总部的采购模式为深入市场的买手采购模式。生鲜品类已

设立新疆、山东、云南、海南采购办事处，深入生产基地采购水果、蔬菜、冻品、干货，缩短了农产品供应链，降低采购成本，让顾客享用到更新鲜商品的同时，让利于顾客。此外，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，增加了针对华中区、东南区的全国配送，扩大了外区配送规模，有效降低了各区域生鲜经营成本，显著地提升了区域的生鲜经营能力。女杂、家居等品类尝试发展买手制，推进统装方式的自主编辑，打造了 2 个品类集合馆，悠乐生活家居馆和百斯缇女杂馆，以支持商品差异化和盈利能力的提升。服装品类进一步发展品牌代理业务，已实现 8 个国际品牌的代理和数十家国内品牌的代理。

推行联合生意计划，紧密关注客户的发展及合作机会点。通过与重点供应商的深度合作，大力开展全国性厂商周等销售推广活动，使全国性供应商的销售同比增长近 30%，年销售额过亿的供应商达到 17 家，实现双赢。

（二）提高服务，成为供应商好伙伴

1、推进数据同步系统

2013 年，天虹与宝洁公司携手，积极推进数据池系统和全球注册中心组成的数据同步信息系统网络使用，实现商品信息的全球同步，即时更新。

大力推进 EDI 订单平台完善，使供应商的订单交互及数据交互无缝对接。同时，简化大客户对账流程，改进大客户供应商的管理，优化供应商对账渠道，降低了系统错误率，保证了供应商及时结算货款。

2、缩短结算周期

天虹对产地直采商品实行批量采购、灵活结算制度，为产地供应商的供货提供合理、便捷的结算方式，解决了供应商融资困难的后顾之忧，供应商能更专注开发更优质、更丰富的生鲜商品，在保障供应商的合理利益同时，天虹的诚信合作也吸引了更多优秀的合作伙伴。

六、投身公益回馈社会

天虹多年来一直践行企业公民责任，积极投身于社会公益事业，不仅以助学、

捐赠、社区服务、环保等活动来资助青少年、弱势群体、贫困地区，更鼓励和支持员工发掘、推荐、参与公益项目，将企业行为的公益文化转换成为员工个人的价值观。

（一）爱心善捐

“4.20”四川雅安强烈地震发生后，天虹心系灾区、快速反应，一方面第一时间以离灾区最近的成都天虹百货为基地，迅速集齐 1000 箱矿泉水、300 箱方便面捐助灾区；一方面，公司组织广大员工踊跃捐款近 30 万元。

随后，公司又专项捐出 50 万元用于雅安灾后的重建工作。

（二）少儿公益援建

“4.20”雅安地震，让部分当地人民在一夕间失去了赖以生存的家园，房屋的倒塌，让学童失去了学习场所，给他们幼小的心灵带来了深深地创伤。天虹不仅在第一时间为灾区捐物捐款，更加关注灾后儿童心理的抚慰及重建。

为了帮助灾区的孩子们抚平在地震中受伤的心灵，激发他们的想象力，培育梦想，天虹在雅安地区的灵关镇中心校、雨城区合江镇塘坝小学、新庙乡中心小学、新添乡中心小学四所学校捐助了“梦想飞屋”——集电视、电脑、音响、教学投影仪、1000 多册少儿读物及活动桌椅为一体的现代化少儿图书室，以支持雅安灾后的重建。未来，天虹还会从更多的渠道去关心雅安地区学校孩子们的学习与成长，帮助孩子们用知识构建梦想，实现梦想。

（三）关注特殊群体儿童

天虹长期以来坚持关注特殊群体儿童。2013 年 3 月，君尚百货邀请自闭症儿童和深圳市小燕画院一起参加“绘出美丽”活动，并组织向自闭症机构捐款，以各种形式帮助自闭症儿童摆脱阴影，重归正常人世界；8 月，天虹看望了深圳天使家园特殊儿童关爱中心脑瘫儿童，以义卖捐赠的形式向脑瘫儿童献出一份浓浓的爱心。

（四）赞助、协办或参与社会性文体活动

12 月，君尚百货作为赞助商之一，赞助并参与了深圳首届国际马拉松赛，

向顾客及公众传递热爱生活、锐意进取的运动精神。除赛前邀请前奥运选手在商场内开展“运动科普讲堂”，比赛当天，君尚百货在赛场外设服务专区并组织由公司员工及VIP顾客组成的32人参赛队亮相赛道。比赛结束后，君尚百货协助深圳国际马拉松赛组委会、中国民俗摄影杂志社、深圳市民俗摄影学会在君尚百货场内举办了深圳首届国际马拉松赛摄影展。

10月-12月，君尚百货东莞店先后协助东莞市委外宣办、教育局、体育局等部门在君尚百货场内举办了东莞市第五届英语口语大赛初赛、全国青少年斯诺克系列赛东莞公开赛以及东莞市第五届少儿拉丁舞武林争霸赛，为青少年对梦想的追求以及锻炼自我、展现风采搭建平台。

（五）关爱老年人群体

2月2日，新年伊始，一支由厦门天虹员工与顾客组成的23人志愿者队走进厦门市社会福利院，向老人们送上了节日礼品和新年祝福。

6月9日，厦门汇腾天虹携手屿后西社区，举办了“爱在粽香，情系端午”走进社区关爱空巢老人包粽子公益活动。在一片和乐的气氛下，天虹员工与老人们聊天包粽子，用自己的方式表达对空巢老人的关爱。

9月17日，中秋来临之际，沙井天虹17人一行来到沙井敬老院，和老人们一起过节。将月饼送到老人们面前，陪老人们聊天，温暖老人的心房。

（六）捐款义卖

11月22日，湖州天虹组织员工向徒手接住轻生女子而被砸成高位截瘫的湖州保安李迎福捐款，用天虹的真情为爱心接力，将筹得的3077元爱心款交到李师傅的手中。

11月23日，一场由厦门天虹发起的“虹情暖人心·感恩义卖”活动在中山路温情开展，厦门天虹用爱心和善款在冬天降临之际将温暖送给需要帮助的人们。

七、低碳环保

2013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，结合商场的实际用能情况，加大对节能设备的投入。据统计，2013年度公司在

新店建设及老店改造中对节能技术、设备共投入超过 3400 万元，实现节约用电 1125.36 万 kwh，相当于减少 10678.54 吨二氧化碳排放。

（一）推广节能措施

2013 年，公司在新店建设、老店改造中大力推广新的节能技术和环保产品。深圳沙井店、横岗店、前海店、总部大厦和南昌江大店、红谷店运用冰蓄冷空调，通过对电的移峰填谷，年单位面积节约电费约 46 元/平方米。新店建设全面推广使用 LED 灯具，其中基础照明 LED 灯具已经成为新店建设中的标配灯具，LED 灯具替换传统灯具节电率达到 50%。

（二）耗水量控制

天虹对水资源的循环再利用非常重视。各分店在运营过程中采取能效对标的管理模式，严格控制公司的能源消耗。据统计，2013 年天虹已实现的空调冷凝水的回收再利用量达到约 3.19 万吨，所有分店用水总量约 211.03 万吨，其中循环再利用水约占 1.51%，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。

（三）环保宣传

天虹积极宣传引导绿色环保的生活方式，2013 年举办了各种形式活动进行环保宣传。

1、“微行动、绿能量”

天虹华南区联合深圳人居委、深圳晚报共同举办征集 100 个环保“微行动”活动，鼓励社会各界晒出自己的绿色行动。此外，发起“微行动”倡议及小记者现场采访等活动，用微博的形式传播环保理念。

2、“打开车尾箱”换物活动

天虹华南区联合深圳私家车 942 及交通频率 1062 两个电台开展打开后尾箱换物活动，借力政府和媒体的资源及平台来开展环保活动，并及时组织电视报纸等媒体进行报道，有效传递了绿色环保的公益理念。

3、保护海洋环境宣传

天虹华南区联合深圳海事局展示海洋稀有照片，呼吁人们提高保护海洋的意识，联合慢时间展示环保小知识，提高人们环保生活理念，多渠道呼吁环保概念，较广泛推行环保行动，实现互赢。

4、节约用水宣传

3月22日世界水日，成都高新天虹发起倡导节约水资源的公益活动，号召顾客参与日常节水。参与者表示愿在以后的生活中节约用水，比如关紧用过的水龙头，收集家庭废水冲洗手间，洗澡时抓紧时间，坚持两三件衣服用手洗等等。

八、年度主要奖项

2013年2月18日，被中国连锁经营协会选为“中国连锁经营协会理事单位”。

2013年2月28日，在北京日报报业集团和北京市商业联合会主办的2012年度十大商业品牌揭晓”活动中，荣获“2012年度北京十大外埠及跨国商业品牌”奖项，这也是天虹商场连续三年荣获此殊荣。

2013年5月11日，由深圳知名品牌评价委员会主办、深圳工业总会、深圳广播电影电视集团执行主办的“第十届深圳知名品牌颁奖典礼暨十年品牌建设高端论坛”上天虹荣获“品牌建设卓越贡献奖”。

2013年6月11日，广东省连锁经营协会将天虹评为“2012年度广东连锁五十强”。

2013年7月2日，被中国连锁经营协会评为“2012年度中国连锁百强”。

2013年7月17日，在深圳市连锁经营协会、深圳市零售行业协会主办的“2012年度深圳连锁经营50强企业”颁牌仪式上，天虹荣获“2012年度深圳连锁经营50强企业”称号。

2013年11月19日，天虹凭借“天虹商学院助推天虹迈向战略型人才管理”最佳实践案例，从众多参评企业中脱颖而出，荣获首届“人本中国”创新奖。

2013年12月21日，广东省经济和信息化委员会授予网上天虹“2013-2014年度广东省电子商务示范企业”荣誉称号。

2013年12月28日，由深圳市出版业协会主办的“深圳内刊界2012年度年

终总结大会暨内刊传媒奖颁奖大会”，向《天虹》月刊颁发了“2012年度深圳内刊奖牌——十优企业刊”，这是《天虹》月刊连接三年获此殊荣。

九、展望 2014

2014年，天虹在做好常规社会责任的基础上，还将延续并做深做透“种子计划”、“成就计划”和“天使行动”。

种子计划：让每名员工成为一粒践行社会责任的种子，在日常工作中自觉自主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：成就供应商的开拓与发展，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：聚焦更多儿童，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
二〇一四年二月二十七日