

天虹数科商业股份有限公司 2022 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数科商业股份有限公司

报告时间范围：

本报告内容涵盖 2022 年 1 月 1 日-12 月 31 日天虹股份开展的社会责任相关工作

报告时间：

2023 年 3 月

预计下次报告时间：

2024 年第二季度前

目录

前言.....	4
一、 企业情况综述.....	1
(一) 企业简介.....	1
(二) 企业组织架构图.....	2
(三) 财务概况与纳税.....	3
二、 完善法人治理，维护股东权益.....	3
(一) 公司治理.....	3
(二) 投资者权益保护.....	4
(三) 信息披露.....	5
(四) 投资者关系管理.....	5
(五) 防范风险.....	6
三、 引领智能零售创新，赋能大众美好生活.....	7
(一) 数字化创造价值，共建共创行业生态.....	7
(二) 优化顾客体验，助力释放消费潜能.....	10
(三) 深耕供应链，效率效益双上升.....	11
(四) 强化运营管理，保持服务质量领先.....	13
四、 以人为本，携手员工成长.....	15
(一) 提升组织效能，拓宽员工发展空间.....	16
(二) 加大人才培养投入，强化创新影响力.....	17
(三) 保障平等就业权利，推进公共就业均等化.....	19
(四) 保障员工权益，落实员工关爱.....	21

(五) 创造活力环境, 促进员工身心健康	22
五、 伙伴携手, 齐心共赢	22
六、 聚力战“疫”, 保障民生	23
七、 投身公益, 回馈社会	25
(一) 聚力乡村振兴	25
(二) 助力山区教育	25
(三) 参与社区建设	27
(四) 关爱特殊群体	28
(五) 致敬城市建设者	29
(六) 救助流浪动物	30
八、 绿色低碳运营, 助力生态文明	30
(一) 建设节能管理体系	30
(二) 推进节能项目落地	31
(三) 创建绿色商场	32
(四) 引领环保生活	32
(五) 助力行业发展	33
(六) 倡导绿色办公	33
九、 2022 年度天虹获评主要奖项	34
十、 展望 2023	35

前言

2022年是商业零售行业极不平凡的一年。面对复杂性、严峻性、不确定性上升的经济发展环境，天虹在确保自身稳健发展的同时，也比以往更积极坚定地体现央企担当，履行社会责任，在落实经济发展任务的同时，也结合时代要求及行业特性，强化服务双碳目标、衔接乡村振兴工作，让天虹发展切实助力社会的绿色可持续发展。

高质量发展。在我国经济转向高质量发展、全球经济不确定性增大的背景下，天虹深耕零售行业本质，深化“数字化、体验式、供应链”三大业务战略，由高速发展促进消费增长、助力行业发展，以数字增长统筹推进公司及行业高质量发展。

乡村振兴。2022年，党的二十大报告提出全面推进乡村振兴。天虹统筹零售行业资源，持续完善乡村振兴工作机制，通过丰富的支援手段开展产业帮扶，帮助偏远地区农产品“商品化”，建立其对接市场能力，形成可持续产业链，促进产业帮扶共同富裕；关注山区儿童成长，为贵州省安顺市的山区小学捐建“梦想飞屋”爱心阅览室，为乡村教育注入爱心和活力。

社会和谐。天虹作为央企一员，始终发挥稳健保供守护民生的稳定器作用，在保障防疫物资生产、统筹城市生活供应等方面彰显国企担当；同时，天虹立足商圈顾客需求，组织开展丰富多彩的社区活动，举办邻里节，为周边福利院、特殊群体、城市建设者在节假日送去关爱和慰问，为建设和谐社会献智出力。

绿色发展。生态文明建设关乎人民福祉，天虹积极响应“双碳战

略”，持续完善绿色环保体系，不断加强环保科技创新与应用，单位产出能耗持续下降，积极推动公司绿色转型，助力行业协同发展。

矢志于为全社会创造与分享生活之美，天虹一直把履行社会责任与顾客价值、企业价值有机结合，以数字化战略创新驱动业务的转型中，打造百年品牌。2023年，天虹以顾客为中心，携手各利益相关方潜心共创，抢抓市场机遇，进一步落实社会责任工作，不断优化 ESG 体系，创造经济、社会和环境的综合价值，与时代同呼吸共命运，促进高质量可持续发展。

一、企业情况综述

（一）企业简介

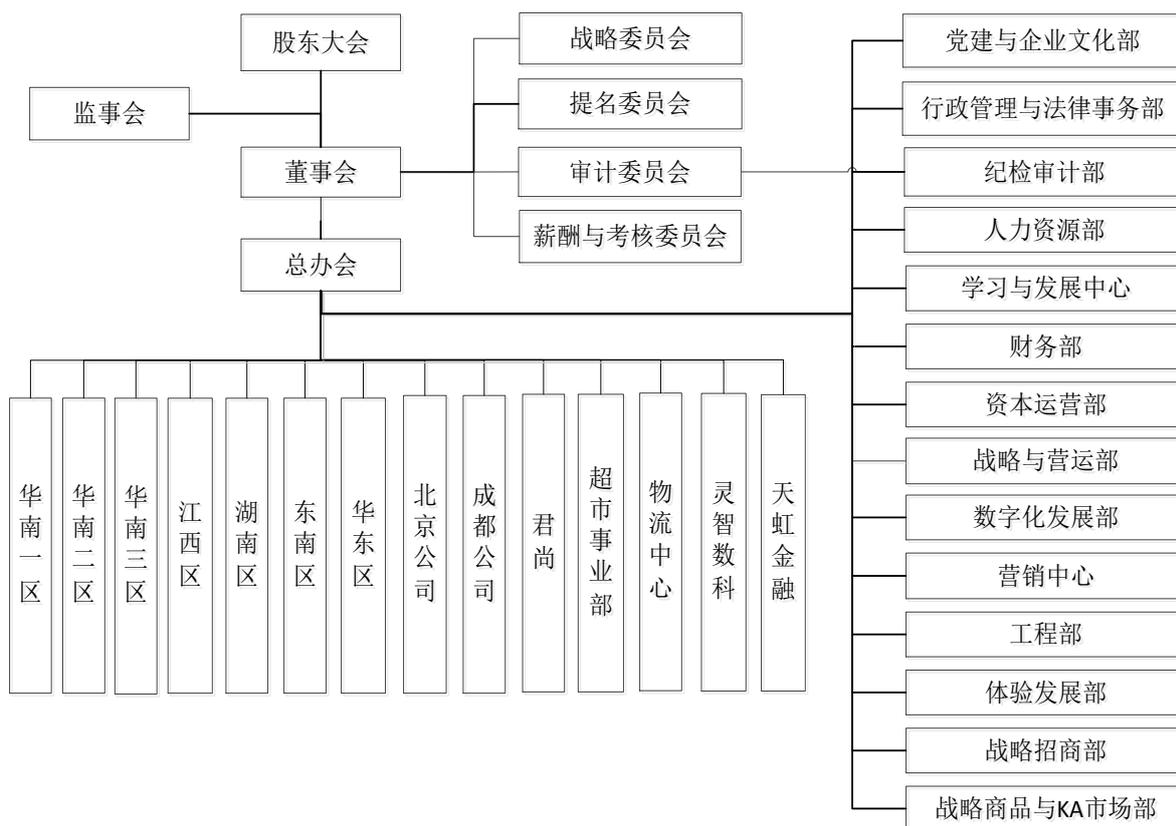
天虹数科商业股份有限公司(原“天虹商场股份有限公司”),成立于1984年,2010年上市,是国有控股的上市公司,(股票简称:天虹股份,股票代码:002419)。

通过人本、科学的管理,专业、高效的运营,公司取得了优异的经营业绩,已连续多年入围中国连锁百强企业,拥有全国领先的零售技术研发和运营能力。天虹为满足目标顾客的差异化需求,以百货、购物中心、超市三大业态线上线下融合的数字化、体验式新零售,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”、“sp@ce”、三大品牌。截至2022年12月31日,天虹共经营购百102家、超市门店119家,经营面积逾466万平方米。

天虹在行业内率先践行数字化转型,突破传统购物模式,践行数字化、体验式、供应链三大业务战略,大力发展线上线下一体化的智慧零售商业模式。天虹数字化已实现全门店、全业态、全流程覆盖,形成“到店+到家”的融合零售,并推进零售数字技术服务输出,成为科技零售的领先者;围绕家庭购物、顾客亲密和生活美学,天虹每个门店弹性定制百货、超市、体验配套的业态组合,并不断迭代主题街区、欢乐体验项目创造更多体验打造欢乐本地生活;为了给顾客提供优质商品,天虹持续整合供应链,在全国建立众多生鲜基地,开拓了三十多个国家的直采渠道,引进全球好商品。

天虹将始终坚持“有效益扩张”和“可持续发展”的原则，立志将公司塑造成为全国一流的零售企业，智能零售的引领者，与顾客分享生活之美。

(二) 企业组织架构图



备注：企业组织架构图为 2023 年 2 月公司组织架构调整后最新版。

（三）财务概况与纳税

单位：亿元

年度	2020 年	2021 年	2022 年
销售额	295.97	347.53	335.12
营业收入	117.99	122.68	121.25
利润总额	3.71	3.32	2.02

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。2022 年公司实现销售额 335.12 亿，公司年度纳税额 5.11 亿元。

二、完善法人治理，维护股东权益

天虹始终坚持有效益扩张和可持续发展的原则，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）公司治理

天虹依据相关法律法规的规定，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，董事会下设战略委员会、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，各机构权责分明、各司其职、相互制衡、科学决策、协调运作。

2022 年度公司召开 3 次股东大会、34 次董事会(含专门委员会)、5 次监事会，确保各重大决策合法、合规、真实、有效。

2022 年，天虹治理运作规范，不断健全和完善公司法人治理结

构，制定符合自身发展要求的各项治理制度，提升公司治理水平。公司根据相关法律法规，制定了《董事会授权管理制度》、《董事会向股东大会报告制度》、《经理层成员任期制和契约化管理工作方案》、《经理层成员经营业绩考核管理办法》、《经理层成员薪酬管理办法》等制度，修订了《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会审计委员会工作细则》、《独立董事工作制度》、《董事会秘书工作制度》、《公司董事、监事和高级管理人员所持公司股份及其变动管理制度》、《董事会向总经理授权管理办法》、《对外投资决策程序与规则》、《公司关联交易决策制度》、《会计师事务所选聘制度》、《财务管理制度》、《现金管理制度》、《财务负责人管理制度》、《内幕信息知情人登记管理制度》、《投资者关系管理制度》等制度文件，进一步完善了公司内部控制制度。目前，公司各项制度已涵盖经营管理、财务管理、信息披露、内部审计、风险控制等方面，为公司的规范运作与健康发展提供了良好的制度保障。

（二）投资者权益保护

天虹坚持以现金分红为主的分配政策回报股东，在稳步提升业绩时努力为投资者创造更高价值。2022 年天虹实施了 2021 年度利润分配方案，向全体股东每 10 股派发现金红利 1.6 元（含税）。天虹自上市以来已累计现金分红金额（含回购股份）达 40.34 亿元，近三年累计现金分红金额（含回购股份）占最近三年年均归属于上市公司股东的净利润的 255.09%。

基于对公司业务转型前景的信心和对公司价值的高度认可，为维护公司和股东利益，增强投资者信心，公司推出了股份回购方案。截至 2022 年 1 月 31 日，公司以集中竞价方式回购公司股份 3,145 万股，占公司总股本的比例为 2.62%，使用资金总额 2.01 亿元（不含交易费用），回购方案已实施完毕。本次回购股份已于 2022 年 2 月 14 日通过中国证券结算公司深圳分公司依法予以注销。

天虹坚持规范运作、合法经营，持续提升公司治理水平，股东大会采用现场投票与网络投票相结合的方式，鼓励中小投资者参与公司决策，充分保障了公司股东尤其是中小股东的知情权、参与权和表决权等，以切实行动维护中小投资者合法权益。

（三）信息披露

天虹严格按照相关法律法规及《公司信息披露事务管理制度》的规定，真实、准确、及时、公平、完整地披露公司信息，切实保障全体股东的合法权益。公司主动在定期报告中增加自愿性披露内容，使投资者更全面地、多层次地理解公司战略、经营状况以及未来发展方向。同时，公司严格执行有关内幕信息管理制度，加强对公司内幕信息的管理，按相关规定进行内幕信息保密及内幕信息知情人登记备案等管理工作，不存在被监管部门处罚的情形。

报告期内，天虹共发布定期报告和临时公告 141 份。同时公司召集相关人员展开相关培训，提高从业人员业务能力，打造公司内的信息披露交流平台。

（四）投资者关系管理

天虹积极与投资者沟通，拓宽交流方式，使投资者深入了解公

司战略、业务及经营管理情况，有效获得投资者理解、认同和支持，维护了投资者和公司之间的长期信任关系。同时，天虹虚心汲取投资者合理建议，积极组织探讨改进，以更好地推动公司发展，树立了公司在资本市场的良好形象。

天虹共组织了 8 场现场及线上交流的投资者活动，参加 2 场券商机构策略会，共接待国内外逾 40 家机构投资者超 140 人次，接听投资者电话超 210 次，互动易答复超 500 条（回复率 100%）。有效传递了公司价值，并引导投资者正确理解公司价值。天虹还通过股东大会、网上业绩说明会、深交所互动易、投资者电话、IR 邮箱等多种形式广泛与中小投资者互动交流，及时解答各项疑问。年内荣获全景网组织评选的中小投资者关系互动奖、杰出 IR 企业和最佳新媒体运营奖。

（五）防范风险

1. 反商业贿赂

公司遵照《中华人民共和国反不正当竞争法》、《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，明确我司员工应遵守的廉洁合作行为准则。

2. 预防腐败

开展廉洁从业执行情况检查和信访举报问题线索调查，促进员工廉洁从业。

加强制度建设，定期梳理和完善业务流程，强化岗位廉洁风险防控。

开展廉洁从业教育和宣传，提高员工廉洁从业意识。

加强管理干部落实“一岗双责”的管理与考核，促进各级管理干部落实反腐败相关工作。

3. 内部控制

2022年，公司按照《企业内部控制基本规范》及其配套指引的规定，持续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，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、引领智能零售创新，赋能大众美好生活

作为智慧零售的倡导者和先行者，天虹凭借数字化技术的先行优势及深耕线下的网络优势，通过消费者洞察、模式创新、数字技术研发及深度应用、供应链管理和场景升级等维度，持续进行线上线下融合的数智零售探索，助力消费品质与用户体验的升级，赋能消费与零售生态，为行业发展贡献力量。

（一）数字化创造价值，共建共创行业生态

天虹数字化基于原有的能力积累，根据顾客不同购物习惯及购物场景，面向市场变化不断创新创造，一边连接顾客，一边优化中后台，推进线上线下融合发展；借助数字化手段，赋能实体门店，同时赋能行业，实现价值和提能跃升。

1. 开启第二增长曲线

精耕私域，深挖顾客消费潜力。2022 年天虹数字化会员逾 4200 万，天虹通过为会员细分标签实现精准人群分层，加深会员精细化管理，打通线上线下全渠道用户触点，追踪单个会员行为，实现实时、自动、精准的顾客全生命周期节点营销服务。线上平台针对产品、内容、视觉等进行了全面的迭代优化，带动平台流量同比增长 35%，平台销售同比增长 32%。

为满足顾客多场景的购物诉求，天虹为超市、百货业态新增线上送礼、接龙、商家直发等多种消费触点；百货专柜到家通过全国统筹推广等方式，在线销售贡献值不断提升，活动期销售同比增长最高超 50%，跨区销售占比近 60%，分销线上销售贡献值超 1.9 亿，高效赋能经营，保持行业领先的经营贡献。

探索公域，初战告捷未来可期。天虹积极拓展公域市场，探索抖音、支付宝销售渠道，双渠道销售规模突破 1.6 亿元，曝光量近 7 亿次；超市到家业务上线京东到家；购物中心门店在公域平台打造本地化生活页面，在业内率先开启餐饮抖音公域推广，2022 年餐饮线上销售同比提升 300%。与此同时，天虹已构建起品牌推广、公域营销新阵地，并具备几何增长的趋势，2023 年将逐步实现外部生态的进一步完善。

技术赋能，降本增效。公司通过多样化手段合理控制人工成本，采用技术替代人工并全面推进灵活用工，购百、超市灵活用工占比大幅提升；推进能源的数字化管理，提升能源利用效率；数字信息推

进门店运营及顾客服务无纸化，年节约成本上百万元。

2. 提升顾客购物体验

以优化顾客体验为核心，天虹超市到家全面提升时效，实现全国门店1小时极速达，更高效、更准时，并且可按需提供生鲜加工服务、实时查看配送轨迹等；购物中心深度推广快速积分，让顾客在会员权益和服务方面更便捷；线上平台结合新消费趋势新增送礼、奥莱、宠物、特产、户外和逛一逛等特色场景与内容主题专区，为顾客提供更高效的生活场景解决方案；千人千面智能推荐系统优化升级搜索功能，更精准、更高效、更快速地为顾客匹配心仪的商品。此外，天虹为会员打造如年货节、女神节、超6会员日等系列口碑活动，并且通过APP小程序、私域社群、企微1V1与会员建立深度互动，给顾客提供优质体验和服务。

3. 赋能行业

灵智数科（以下简称“灵智”）是天虹践行数字产业化的运营平台，为泛零售企业提供专业的数字化零售技术及数字化顾问咨询服务。2022年，灵智深耕两大核心产品：灵智·智能化客户资产管理系统——为泛零售企业提供一站式客户资产管理解决方案；小活儿·智能化用工平台——为企业提供全流程、全场景的数字化用工解决方案，助力企业降本增效。

另一方面，灵智开发并上线了新产品灵智·小任务：“导购游戏式玩转私域运营”。灵智·小任务作为企微私域自运营工具，从产品赋能的维度来推动企业进行私域流量运营，除了基础的客户连

接、离职继承等企业微信基础功能外，小任务通过新手任务、生命周期任务、社群任务、营销任务 4 大任务体系和打怪升级式导购激励体系，助力导购游戏式玩转私域运营，帮助企业实现从“用户增长”到“留存、转化”，有效沉淀顾客资产。

2022 年，智能化客户资产管理系统服务于购百、商超、餐饮、专门店、品牌门店等多种零售业态的企业超 2 万家门店，助力其实现高效转型升级。小活儿平台的注册用户已超过 18 万，包括 3000 多家商家都在使用小活儿进行企业劳动力的有效补给。

智数科凭借在技术创新、科技研发与成果转化等方面的突出表现，成为深圳市“专精特新”企业；获得三级网络安全等级保护认证，确保网络安全落到实处。

（二）优化顾客体验，助力释放消费潜能

2022 年，天虹聚力打造高品质消费体验，购百门店立足本地商圈，持续通过业态升级、品牌迭代、文化体验等，更好地满足顾客的消费需求。

首批大店升级阶段性完成。天虹从形象定位、软硬件设施、品类结构、商品配置等方面一店一策，着力打造中航城君尚购物中心、东莞君尚、龙华天虹购物中心、五缘湾天虹购物中心、相城天虹购物中心、吉安天虹购物中心、中山天虹、朝阳洲天虹购物中心 8 家城市级中心店，为门店稳固商圈地位、引领顾客消费体验。

增强商场休闲体验。天虹大力推进门店业态品牌升级，全年各区域涉及调整专柜店铺总数达 5000 余个，汰换品牌超千家，提升品

牌量级,强化优势品类,丰富休闲娱乐业态,并且迎合市场需求引入众多新生活场景品类品牌,如为各地商圈注入新活力。

超 40 家门店对场内硬件进行升级,创建多项极具观赏性、互动性美陈打卡点,对母婴室、卫生间、残障人士设施、停车场改造,为顾客提供更优质的环境,让商场不但更有温度,而且更加好看、好玩、好逛,焕新顾客购物体验之旅。

打造沉浸式文化活动。通过聚焦社会热点、注重提升活动体验感与互动感,打造户外、亲子、宠物、运动、音乐等主题的文化体验活动,如城市露营、露天电影、音乐节、后备箱市集、科普互动展、萌宠嘉年华……全面满足不同年龄客群交友聚会畅享欢乐的需求。

满足疫情下变化的消费需求。天虹各区推出如奥莱专场、大牌促销、政府消费券天虹加倍补贴、会员月专场补贴等系列活动,满足全客层高品质高性价比的消费需求,并且通过微信、抖音、小红书、大众点评等平台精准触达顾客,丰富消费渠道选择。

(三) 深耕供应链,效率效益双上升

1. 深入挖掘及引进全球优质商品

2022 年,天虹超市业态持续深耕供应链,大力推进全国供应链整合,发挥规模优势,截至报告期末共签订全国供应商协议 124 家,全国供应链年度总实收同比增长 9.1%。持续推进品类管理,打造战略核心商品群,包括国内外直采、自有品牌、生鲜基地、3R(Ready to Cook&Ready to Eat&Ready to Heat)等具有市场竞争力的商品。

天虹超市业态围绕家庭顾客需求，持续进行商品升级，针对特色商品开展订单种植模式，生鲜基地突破 100 个。新增上百种国家地理标志认证、地域特色的生鲜农产品（如单果超 40g 的融安脆蜜金柑、仙居杨梅、九寨沟藏香猪、香格里拉松茸等），将各地特色商品从农场带到顾客餐桌；汇聚全球的高端生鲜食材（如 5J 智利车厘子、马来黑刺榴莲、法国吉娜朵生蚝、和牛礼盒、鹿肉礼盒等）满足顾客对生活品质的更高要求。在直采方面持续开发海外供应链，重点开发全球知名品牌及最优原产地商品，包括奔富新品零售系统全国首发，全球牛奶最优产地之一新西兰工厂的自有品牌开发，德运定制独家奶粉礼盒等；自有品牌通过基地订单种植、锁货锁价打造了高性价比的米油系列民生商品，多个单品年销售额突破千万；针对顾客迅速增长的保健养生需求，新开发花旗参、燕窝等一系列高性价比的保健品，获得了顾客的青睐。从产地直采、国际直采、自有品牌三个渠道，天虹的超市为顾客提供更多新鲜优质、高性价比的商品。

2. 智能仓储数智物流

2022 年 3 月 28 日，天虹首个自动化仓——大朗自动化仓库正式运营。该自动化仓库建筑面积 7.1 万平方米，仓库采用 AS/RS 自动化立库、穿层箱式输送线、DPS 电子标签拣选、高速分拣机及自动贴标机等先进技术，自动化设备采用了德国丹巴赫、霍尼韦尔等国际知名品牌，分拣线效率达 1 万件/小时，日均吞吐量达 20 万件，使大朗仓库的存储能力和作业效率提高 2 倍以上，配送作业能力增加

到原来的 4 倍以上。该仓一直是天虹保障广东省近 80 家超市所在十多个城市的应急物资储备仓，自动仓投入使用后既具备存储更多应急储备物资的能力又具备快速响应能力，为天虹服务社会，承担社会责任提供了坚实的物流“后盾”。

（四）强化运营管理，保持服务质量领先

1. 推进核心流程数字化及智能决策进程

2022 年，天虹以战略需求、业务发展需要推动核心流程数字化及智能决策进程，推进业务流程持续优化。

设计、开发、上线流程绩效指标看板 1.0，共监测 35 个关键流程绩效指标，涉及 8 大模块；每月更新数据，实现了流程绩效管理的可视化。

2022 年流程数字化程度 84.6%，相比 2021 年 79.1% 上升 5.5%；实现 46 项智能决策。

新建流程文件 81 个，迭代优化 142 个，合计 223 个，更新优化率 17.1%，有效提升流程运作效率并防范风险。

2. 持续提升服务品质，增强顾客亲密

2022 年，天虹通过线上线下各渠道处理顾客通过全渠道客服、神秘顾客、全流程体验等方式共收集 16 万单顾客声音，识别顾客的乐点、痛点并及时针对性改进，提升顾客体验。此外，天虹基于目标顾客主要消费场景，持续开展服务创新，迭代升级场景服务，满

足顾客需求。

玩转各式时尚穿搭,足不出户试新装。天虹时尚穿搭团队联合上百家品牌开展 20 场穿搭直播,为顾客送上时尚潮流新风向,直播期间全渠道销售 685 万元。与此同时,全国 47 家门店推广试衣到家服务,近 600 家服饰品牌资源为顾客送货上门试穿,让顾客足不出户就能试穿新装,方便省心。

家门口遛娃圣地,打造家庭第三空间。2022 年天虹持续深化亲子玩乐理念,商场持续提升软、硬件覆盖率,并且举办多样亲子活动,为亲子家庭提供一个安全、舒适、强互动性的亲子玩乐环境。

私人管家带来尊享服务体验。天虹持续为大客户提供 1V1 专属服务,并在三家重点门店试点大客户付费权益包,结合核心权益,服务特权,消费增值三大方面推出“特权会员包”,让顾客在精致时尚的环境和服务里,体验个性化时尚生活。

大力拥抱“宠物友好”,人宠共享生活。为满足养宠人群的生活,天虹新增宠物友好服务,各门店已有超 2500 家商户加入到宠物友好服务中,商户允许宠物进入商铺/柜台;各门店客服中心为养宠顾客提供宠物一次性用品,为顾客提供便利服务。

天虹关注顾客需求变化,不断探索创新服务,建立顾客亲密关系,持续提升顾客体验。

3. 夯实质量工作,恪守承诺

天虹始终将“质量”放在首位,时刻审视和把控质量体系,快

速地学习与变革，持续给顾客提供质量保障，致力于成为顾客最信赖的生活伙伴。

2022年，天虹完成ISO22000年度审核并新增水产品类别；抽查复核供应商资质11381次；审核超市355店次、购百290店次和物流中心16店次，审核租赁餐饮商户共计2900家；商品检测共8408批次，专业检测机构检测超市生鲜36085余批次……公司食品安全体系运行平稳、有效，全年未发生食品安全相关事故，持续为顾客食品安全保驾护航。

4. 安全生产，保障可持续发展

2022年，天虹积极落实航空工业和中航国际关于安全生产的各项通知要求，推进安全生产专项整治三年行动方案，组织开展“安全生产大检查”、“十五条硬措施”等10余项专项检查，对各区域和门店进行安全生产标准化审核，跟进A级隐患的治理等。2022年公司各项安全目标均已完成，其中，实现了全年无重特大安全事故，安全事件数量同比下降39%，特别是通过强化对火险和电气安全事件的考核管控，这两类事件同比下降了71%。

天虹各门店和职能部门，均按公司要求落实关于安全生产及疫情防控等的相关要求，特别是积极开展火灾专项、电气安全专项及电动自行车管理等专项风险隐患治理活动，效果显著，有力保障了公司的运营安全。

四、以人为本，携手员工成长

天虹始终坚持“尊重人、发展人、共同成长、彼此成就”的人

才发展理念，通过完善人才考聘与培训体系，持续优化人才梯队，将学习发展作为承接业务与策略变革的助推器，为员工提供广阔的发展平台，助力员工内部成长，实现个人价值。

（一）提升组织效能，拓宽员工发展空间

1. 优化人才结构，加速人才储备与发展

公司在各层级的选人用人工作中，自上而下推进“三能”机制改革，实施公平公正的人才评价体系，健全完善“能上能下、能进能出、能高能低”的市场化管理机制，在推动公司高质量发展的同时，帮助 664 名核心干部及资深专业人才前置细化业绩责任目标，助力组织目标与个人价值的高度融合与实现；同时在一线员工星级评定增加保级制度，2022 年升星 446 人，降星 933 人，保星成功 497 人，进一步激发员工活力。

2022 年度，结合战略需要与业务发展，实施干部深度盘点，公司共提升任用干部 36 人，为各业务版块提供了充足的干部供给；推进 131 名干部跨业态/跨部门轮岗，提升干部的多视角和团队的多样化；开展首届“新青班”，选拔 41 名青年高潜，聚焦“商业洞察、带领团队、创新突破”，通过“理论学习+岗位锻炼”互补模式，以新业务场景、攻坚项目、转型业务等为抓手，让年轻人在战场上磨砺锤炼，快速成长。新提升人员平均年龄整体低于现任，高级 31.2 岁，助总 33.8 岁，店总 38 岁；新提升人员学历素质整体高于现任，本科及以上学历高级 72%，助总及以上 93%。

2. 优化组织结构，助力新业务孵化，为员工提供成长机会

为匹配业务变革诉求，公司动态调整组织结构，成立“战略商品与 KA 市场部”，一方面提升公司垂直供应链自有品牌、国际直采以及 3R 战略商品开发能力，另一方面开辟机构客户业务增长模式；成立“户外、宠物、送礼、特产、奥莱”五大专区和“直播业务”团队，探索零售细分市场增长机会。大胆任用内部年轻高潜，挖掘外部行业精英人才，为公司利润增长第二曲线破局。

3. 优化用工模式，提高组织运作效率

面对复杂的外部环境、疫情反复现状和各方面的不确定性，释放员工精力，聚焦高价值工作，加速业绩提升迫在眉睫。2022 年，通过推进“灵活用工”、“新店筹备店看板管理”、“深度共享”、“工时管理”、“门店低成本运营模式”、“职能成本包”这六大核心引擎，同时，借助持续升级的数智化能力，让公司内部不同发展情形下的部门/业务，挖掘多元化的用工模式，与自营员工组合协作，一方面实现业务的低成本调控，另一方面发挥员工斜杠特质，同时解决部分社会化用工工作难、机会少的问题，促进全方位的效率提升。

通过多样化用工调控机制的构建、推进和落实，2022 年实现了公司自营员工人数同比减少约 2000 人；月度社会化用工活跃人数超 7000 人，同时公司人效达成年度考核目标，实现公司效率的全面提升，解决社会部分就业压力。

（二）加大人才培养投入，强化创新影响力

天虹围绕提升组织的培训效率，聚焦业务需求、夯实梯队培养、充分利用线上平台赋能门店。

1. 加大人才培养投入

2022 年，天虹继续推进培训工作向业务端贴近，导入行动学习的方法，以“超市减亏扭亏”“大店打造”等业务课题为学习项目主题，年度扭亏减亏目标达成 135%，开发并沉淀内部优质课程，也推动了购物中心运营体系文件更新和培训工作。

夯实梯队供给，选拔优秀高潜，助推青年干部成长，开展“新青班”项目，选拔公司青年高潜，聚焦“商业洞察、带领团队、创新突破”，合理配置内外部优秀学习资源，目前完成第一年高浓度培养；开展“新秀动力营”项目，为 2022 年新入司管培生讲好天虹第一课，实现迅速职业化转身。

天虹同时展开公司、区域/事业部、门店三个层面的专题培训；持续运维内部学习平台“彩虹直播间”，年内上线新课程 164 门，开设直播 55 场，覆盖总人次超 4 万，为门店端的培训和员工的自学，提供丰富的资源和便捷的渠道。实现了自营员工入职培训的 100%线上化、标准化，2022 年内的实习期员工学习完成率达 100%。

2. 强化创新影响力

天虹结合公司 BSC 年度工作重点、业务流程体系优化、重点难点项目，开展创新项目。

在创新思维上，坚持培养人才创新思维，提升中高层的业务创新力和中基层的系统化思考能力，开发和导入《盒内思考》、《问题根源分析》等创新工具课程，并应用于各层级人才培养项目；

在创新行动上，以赛代练强化创新实践，围绕战略经营重点，或业绩攻坚方向，开展各类公司级专项创新赛，包括“创新人才挑战赛”、“微创新大赛”、“降本增效最佳实践”等，实现降本创收目标超 1600 万元，各类攻坚或改善项目超 600 个，参与人数超 1000 人，持续扩大创新影响力；

在创新成果上，深化创新学习与迭代，强化创新项目结果追踪与应用，2022 年共输出优秀管理创新项目 10 个，航空工业获奖 1 个，中航国际获奖 7 个，输出最佳实践微项目超 200 个，其中区域/事业部应用推广 158 个，输出人才挑战赛项目 212 个，其中 5 个优秀项目纳入 2023 年公司管理创新项目持续滚动和推进。

（三）保障平等就业权利，推进公共就业均等化

2022 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。截至报告期末，天虹建立正式劳动合同关系的在职员工合同签订率为 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，联同中国残联，公司积极探索残疾人就业新举措，针对残疾等级、残疾状况匹配合适的岗位，同时做好岗前培训、“一对

一”教练帮带，打造充满爱和温暖的工作氛围，切实为残疾人就业提供平等机会、人性化工作环境，截至报告期末，公司共招录用残疾同事 135 人，积极承担应尽的社会责任。

截至报告期末，天虹进驻区域（或城市）解决当地人口就业，在全国雇佣人口的总数，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
华南地区	98.96%	1.04%	8732
华中地区	98.16%	1.84%	4132
东南地区	98.98%	1.02%	880
华东地区	98.04%	1.96%	968
北京地区	99.25%	0.75%	267
成都地区	99.07%	0.93%	107

公司员工性别构成如下：

性别	人数	占员工总数比例
男性	5564	36.88%
女性	9522	63.12%
合计	15086	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	5455	36.16%
31-40 岁	6041	40.04%

30 岁以下	3590	23.80%
合计	15086	100.00%

备注：

- 1) 统计人数不含兼职工、临时工；
- 2) 统计地区为天虹内部划分的区域。

（四）保障员工权益，落实员工关爱

天虹非常重视员工心声，为更加贴近员工，了解员工思想动态及工作和生活上的诉求，先后面向青年员工及基层员工组织两期员工交流会，让高层领导与员工直接对话，听取员工意见建议，为员工答疑解惑、解决实际困难，并对合理化建议快速推进落实。

在春节、端午、中秋等法定节假日，公司工会均发放慰问品，在员工生日、生育、生病住院、退休、直系亲属离世等特殊时间节点开展慰问，半年发放一次集体活动费用，供各分工会组织集体活动。春节期间，慰问困难职工 47 人、重疾职工 28 人。全年累计共协助 29 位因本人或家庭成员重大疾病导致贫困的员工申请救助，合计救助金额达 46 万元。此外，还协助多名员工申请母婴爱心津贴、学历教育帮扶等。持续开展多起异业合作为员工带来学车、租房等优惠，提升员工幸福感。

天虹在本年度持续做好疫情下的员工关怀，制定“2022 年度新冠疫情防控机动性支出预算方案”，为因工作场所有确诊病例轨迹关联，导致员工集中隔离，且防疫物资及生活用品短缺的员工购买所需物资，及时给予支持和帮助；关心慰问疫情期间抗疫保供重点

门店员工，为坚守岗位的员工和前往一线支援的职能员工发放慰问品，合计发放金额约 237 万元；根据 12 月防疫政策的变化，天虹股份工会为所有会员发放“爱心防疫包”与慰问品，内含抗原、感冒药等紧缺物资及营养健康的补给，为员工送去及时雨。

（五）创造活力环境，促进员工身心健康

为了丰富员工的业余活动，增强员工坚持强身健体的健康意识，营造团结协助、和谐发展的团队精神，天虹股份本年度重点打造健康运动月，于 8 月开展了线上健康运动打卡活动，同时给各部门/门店划拨运动活动经费，鼓励各部门/门店开展各项运动活动，本次线上运动打卡活动共有 3000 余人参与，累计线上运动打卡 4 万余次；11 月联合中航国际工委会开展“喜迎二十大·奋进新征程”——“最美挑战者”线上主题运动活动，我司共 700 余名员工参与，同时，天虹股份在本次活动中获评优秀集体，充分展现了我司员工良好的精神风貌。

除运动活动外，天虹股份还开展了员工摄影作品大奖赛、线上 K 歌比赛、“书香航空”阅读打卡等活动；组织开展“一线服务日”，在特殊时期及节假日，党员及职能员工积极前往重点岗位支援，与一线的伙伴们并肩作战，保障周边社区居民民生供应和顾客需要。

五、伙伴携手，齐心共赢

天虹致力于实现与各方伙伴的共存共荣，通过体系化的管理及专业化的支持，携手合作伙伴共同成长，贡献行业价值。

2022 年，天虹积极响应国家号召、宣贯国家减免政策，争取港资股东及中小股东的理解和支持，履行国有控股上市公司的社会责任，切实帮扶小微企业及个体工商户恢复发展，共渡难关。疫情期间持续关注租赁商户的经营情况，结合同等规模和市场影响力的国有企业同行的减免政策及行业情况，及时调整和优化减免租方案，对确有经营困难的租赁商户包括小微企业、个体工商户等提供切实可行的支持。2022 年结合实际情况对符合条件商户减免租金 1.3 亿元，帮助商户克服困难、共渡难关；同时，积极配合国有房屋业主方落实相关减免租政策要求，推动实际承租的小微企业和个体工商户减租约 0.65 亿元。

天虹金融专注于零售生态圈的供应链金融，围绕供应链金融和消费金融两大主题开展业务。截至 2022 年四季度末，天虹金融累计放贷额度超过 52 亿元，在途贷款余额超过 2.5 亿元，服务在途客户约 170 家。为天虹股份供应链上游的中小微企业解决融资难题，同时为天虹股份的会员提供融资增值服务。

六、聚力战“疫”，保障民生

三年疫情深刻影响着顾客的生活，也影响着包括天虹在内的各行各业。2022 年，受疫情影响，公司全国门店在疫情期间累计停业超 1000 天，部分餐饮、影院等体验业态根据当地疫情防控要求更是

长期处于停业状态。面对如此状况，天虹不忘初心，坚守使命，继续以美好的姿态呈现在大家面前，为消费者服务，为合作伙伴、行业赋能，为社会稳定、发展做贡献。

面对全国疫情多点爆发，天虹直面困难与挑战，秉承保供企业责任，集合全公司资源全力抗疫保供。天虹积极响应政府号召：保供应、稳价格。通过强化物资供应保障，保持供货渠道畅通，价格平稳，满足广大居民日常生活需求。

当天虹物流仓所在城市均出现区域性封闭的情况时，天虹做到封区不封仓，不计成本、不计回报、最快速度保障人民群众的生活所需。超市到家克服人员、运力的重重困难，为累计 145 万家庭顾客提供超 380 万次的服务；在同行停止线上服务的情况下，天虹超市仍坚持提供线上下单、配送到家的服务，并提供超过 30 万份的防疫物资包，保障顾客的日常生活所需，赢得政府口碑和顾客认可。

疫情期间，天虹不少超市的线上订单量甚至飙涨到平时的 10 倍。天虹子公司灵智数科开发的互联网兼职用工平台——“小活儿”一方面快速助力企业精准招工、用工；另一方面快速将社会可用劳动力资源链接到企微社群中，通过数字化技术支持更多民生企业基本运营。

天虹各区门店也纷纷贡献人力物力，积极加入抗疫一线志愿者队伍，为抗疫人员支援饮用水、食品、帐篷、卡板等物资。联合商户开展致敬抗疫英雄主题活动，邀请防疫工作者免费看电影、享受

免费餐饮。天虹与抗疫一线工作人员守望相助, 齐心抗疫, 为疫情防控狙击战的后勤保障作出应有贡献。

七、投身公益，回馈社会

天虹立足零售经营本身, 长期、务实地开展“乡村振兴、儿童关爱、社区关爱、绿色环保”四个主要方向的公益活动; 基于门店分布广、贴合消费者生活所需的实际情况, 长期开展对弱势群体、特殊人群的关爱行动。

(一) 聚力乡村振兴

天虹高度重视乡村振兴工作, 成立专项工作小组, 每年制定销售目标, 定期召开会议部署落实帮扶工作, 多次深入产地了解情况及困难, 并就产地种植、销售等进行指导, 为偏远地区的农产品销售提供帮助。

2022 年助农, 对接市消费帮扶产品销售 1.53 亿, 执行集团扶贫销售年累计完成销售 330 万。引进贵州省普定的蔬果、包装肉制品、汉中市西乡猕猴桃等爱心农产品近 20 种。主要增加了地域特色、地标类商品如: 白旗韭黄、蜂糖李、贵州辣椒粉、汉中猕猴桃等。2022 年开始双方将发展重心调整为“地标好物”、“产地直播+一件代发”, 真正实现有效带动乡村产业振兴。

(二) 助力山区教育

2022年7-9月，天虹在贵州安顺市关岭县、镇宁县两所山区小学落地“梦想飞屋”阅览室项目。投入费用8万元。至此，累计为偏远山区筹建“梦想飞屋”阅览室共计21所。

天虹“梦想飞屋”公益项目始于2013年6月，通过为山区小学配备儿童图书、书桌椅、电脑、投影仪，丰富山区孩子们的课外阅读、开拓视野，播撒梦想的种子，是天虹联合全体员工参与，并且邀约全国门店顾客、外部机构共同参与的公益共建项目。

2022年的“梦想飞屋”项目在暑期启动，天虹全国共计近百家门店一起广泛宣传。同时也在门店举办多种阅读启蒙活动，培养孩子们的阅读习惯。在这次活动中，除了天虹统一采购的1000多本童书外，顾客和天虹员工也为山区孩子捐献了部分图书和文具。除此之外，天虹总部工会在内部发起全员参与的环保与运动打卡活动，让员工在践行环保的同时，通过打卡积分为山区孩子兑换礼物，助力乡村教育。

除“梦想飞屋”之外，天虹门店还通过各种活动，呼吁顾客关注儿童成长，参与关爱行动。如江西朝阳洲天虹购物中心以邀请顾客参与爱心义卖等形式，积极争取社会爱心资源，为品学兼优的学子筹集爱心助学金超3.5万元；湖南吉首天虹联合红十字会机构为200名贫困学子们送上天虹定制行李箱及“爱心礼包”，合计36800元；厦门会展北天虹组织爱心图书角义卖活动，为厦门集美乡村学校建立爱心图书角；东莞常平天虹购物中心鼓励小朋友出售闲置杂物、爱心手作，市集义卖所得捐助给贫困区小朋友助学。

（三）参与社区建设

天虹一直将回馈社会作为企业应尽的责任和义务，基于行业特色及资源优势，助力周边社区共同实现美好生活。

2022年4月，天虹联合中国连锁经营协会(CCFA)在全国开展以“绿色社区 健康生活”为主题的系列邻里节社区活动，社区门店推出便民利民服务如免费剪发、美甲、品茶会、膳食讲座等，同时还举办熄灯音乐会、环保DIY、公益领养小动物、春季蔬菜认养种植、售卖二手读物与闲置玩具等活动，助力大家践行绿色生活。天虹的超市组织开展小小营业员体验活动，并向市民提供无纺布袋，倡导减少一次性塑料制品使用。

日常里，天虹通过因地制宜地打造邻里广场、创建小区社群，与周边社区亲密互动，定期为顾客提供丰富的便民活动，增进邻里亲密。

积极推进社区服务。天虹面向社区开展社会化服务，同时推出多项便民利民服务。北京宣武天虹参与文明城区红绿灯值守志愿活动；东莞塘厦天虹义警队伍服务顾客和周边居民，助人为乐，义务、无偿、自愿的用自己的时间、技能、资源等为社会提供服务和开展公益活动，多次受到顾客和公安分局的赞许和局长嘉奖。

厦门大西洋天虹、苏州木渎天虹、北京宣武天虹等门店，走进社区开展便民服务如皮鞋护理、眼镜清洗、血压测量、牙科义诊等；厦门海沧天虹与周边社区开展包饺子、包青团等活动，并且组织邻里广场舞比赛、开展文艺汇演活动，丰富社区和谐邻里。厦门汇腾天

虹每月定期进入周边小区清除并整理小区内杂物、垃圾，为提升小区环保、垃圾分类相关知识普及做出积极贡献。

助力社区文化建设。为助力城市文明，丰富居民精神生活，天虹各店开展面向社区的文化、教育、体育、科普活动：东莞常平天虹购物中心开展“国际家庭日”活动，宣讲男女平等、关爱儿童相关教育；江苏泰州天虹购物中心联合区妇联，区政协组织开展反家暴主题宣传日活动；福州万象天虹、浙江嘉兴天虹助力“文明城市”建设，全年积极推广城市文明宣传，提倡员工及顾客都做城市文明一员；苏州木渎天虹：开展“杜绝餐饮浪费 共建文明餐桌”文化实践活动。

浙江杭州天虹购物中心入驻“智能亚运一站通城市体验点”，为杭州儿童提供亚运体验活动。厦门五缘湾天虹购物中心开展厦门市争创全国文明典范城市大型骑行宣传活动，和骑行志愿者一同见证城市美好；苏州石路天虹落地国民体质免费检测活动，并为顾客准备活动奖品。泰州天虹开展“九九重阳 亲子健步走”活动，为老年朋友争取难得家庭时光。

（四）关爱特殊群体

天虹一直持续关注社会各界弱势群体，通过开展义卖、慰问关怀等活动，为山区儿童、孤寡老人、残疾人员送去关爱，让特殊群体的生活更安心更暖心。

天虹湖南区联合粉红丝带，向山区青春期女生开展健康帮扶行动，捐赠爱心善款 3 万余，为困难群众及弱势群体捐赠 10000 元；

湘西州吉首天虹购物中心为百名留守老人送上物资关怀；深圳新沙天虹购物中心邀约暑期来深的“留守儿童”、“空巢老人”与亲人免费观影，参与家庭数超 150 家；惠州博罗天虹购物中心探访社区残疾人和空巢高龄老人，捐赠爱心礼包；南昌天虹党支部帮扶特困老党员；鹰潭天虹购物中心为当地留守儿童捐赠书包+文具大礼包；厦门会展北天虹携手厦门市聋人协会举办公益博饼大会；苏州石路天虹开展残疾儿童爱心展卖。

（五）致敬城市建设者

天虹全国多家门店为商场周边的城市建设者送上关爱，酷暑、寒冬不停歇。

天虹广东地区的惠阳天虹、三环天虹、揭阳天虹购物中心、博罗天虹购物中心设立虹冰箱，为快递小哥、外卖骑手、环卫工人、医护工作者等免费提供饮用水、饮品等。

厦门大西洋天虹为快递小哥送夏季清凉饮品；汇腾天虹服务台、门口长期供应免费茶水，户外劳动者皆可免费不限量领取。

苏州相城天虹购物中心打造外卖骑手专属休息区，添置防疫消毒用品、公共饮用水、迷你风扇，为穿梭于烈日下的户外工作者提供一处纳凉休息地。

浙江嘉兴天虹，江苏常熟美城天虹、金鸡湖天虹、木渎天虹、石路天虹、相城天虹购物中心开展清凉补给公益活动，为防疫人员、环卫工人、公安民警、外卖骑手等群体免费提供冰镇酸梅汁、矿泉水，为在高温下坚守岗位的他们送去一份夏日慰问。

天虹江西区为环卫工人送上暖冬慰问礼。

湘西州吉首天虹购物中心为百名环卫工人们送上防寒套装；娄底天虹腊八节慰问环卫工人并为其发放防疫物质。

杭州天虹购物中心开展腊八粥派发、新春福袋、盲盒派送活动，场内商户为环卫工人、外卖骑手、留杭人员派送物资。

（六）救助流浪动物

深圳、南昌、厦门、苏州、成都等地的门店，全年多次开展主题公益领养活动，向顾客传递“领养代替买卖”的思想，为百余只流浪动物找到温暖归属。

八、绿色低碳运营，助力生态文明

为贯彻党的二十大精神，天虹加快绿色低碳转型和高质量发展，持续降低能源资源消耗和碳排放。通过强化顶层设计，构建公司主责部门牵头，各业务部门协同支撑，各区域落实推进的体系化推进方式，完善体系搭建、推进标准化建设、稳步实施节能改造、强化监督考核，并且持续推进公司内部与外部绿色低碳理念，多措并举积极践行低碳减排，确保工作实效。

（一）建设节能管理体系

1. 体系认证：2022年7月完成ISO14001&ISO45001环境管理体系认证。天虹2022年平均单位营业面积建筑能耗为210.3kwh/m²，低于《商场建筑能耗限额标准》平均能耗约束值。

2. 设施配置与管理：天虹依据《GB 17167-2006 用能单位能源计量器具配备和管理通则》制定了《天虹商场能源计量管理制度》。在各门店均配备能源计量表，由各当班工程人员负责使用、记录和日常维护。

3. 碳排放核查：根据《深圳经济特区碳排放管理若干规定》《深圳市碳排放权交易管理暂行办法》有关规定，为加强温室气体排放控制，天虹积极配合相关政府部门，按期保质保量地完成碳排放自查、核查及评审等相关工作。

4. 搭建自动化能源监控系统：天虹依据 GB/T23331-2009《能源管理体系要求》的标准，建立自动化能源监控系统，并通过制定门店个性化能源监控点，实现门店多功能、信息化，专业化需求管理。目前深圳地区已重新搭建 14 家门店能源监测系统，并建立了总部能源监控中心。未来将继续扩大能源管理平台监测范围，实现大店、主力店以及新店的能耗监测的全覆盖。

5. 能源内部审查：能效定额考核是天虹能源管理的重要组成部分之一。天虹坚持科学合理、鼓励先进、能源合理利用的原则，实施能耗对标定额管理。每个季度进行公司能源审计，考核并检查门店实际耗能水平与预先确定的定额差距，评价门店节能降耗工作的成绩。定额完成的好坏与物质奖励挂钩，实际能源消耗低于用能配额，公司对其予以奖励，对管理不善、耗能过高、超过定额的门店通报警示并监督及时纠正，调动被考核门店员工节能的积极性。

（二）推进节能项目落地

截止 2022 年，天虹在深圳的新店建设和老店改造中大力推广节能技术，主要针对空调系统、冷链系统、照明系统三大用能设备进行成熟节能技术的应用以及新型节能技术的试用评估。

2022 全年，天虹完成了多家门店综合节能改造：公司保留传统灯具专项替换；民治天虹、坪山天虹、观澜天虹、创业天虹、双龙天虹等店的空调改造。同时，天虹开展多个地区新能源、新技术建设应用：东莞大朗光伏发电、江西吉安等多个屋顶光伏发电、江西穹顶降温技术、布吉天虹储能等优化用能结构项目，赋能公司绿色低碳转型、助力行业绿色经济可持续发展。

（三）创建绿色商场

在“碳达峰·碳中和”国家战略指引下，天虹积极创建绿色商场，践行绿色可持续发展理念。截至 2022 年已有 41 家天虹商场通过绿色商场认证，其中：国家级绿色商场认证 13 家（娄底天虹、沙湾天虹、吉安购物中心等）；市级绿色商场认证 28 家（海沧天虹、会展北天虹、沙井天虹等），5 家天虹商场市级绿色商场预认证（新沙天虹购物中心、龙坪天虹、横岗天虹等）。

（四）引领环保生活

天虹基于自身经营资源和优势，宣传和贯彻环保理念，开展形式多样的环保活动。从“低碳生活、保护环境、关爱动物”等多个角度，倡导顾客绿色生活。

推行低碳生活理念。2022 年 3 月 26 日，天虹全国各区近百家门店共同参与“地球一小时”活动，装饰性照明都同时关闭，并且邀

约顾客一同参与熄灯一小时活动。

全年中，深圳龙坪天虹为社区亲子家庭提供环保教育和旧物改造技能培训，鼓励其成为环保家庭志愿者；厦门会展北天虹召集亲子家庭参与跳蚤市集，进行旧物交换、低价售卖，将旧物利用的环保理念灌输给小朋友，从小养成爱环境、不浪费、绿色消费的意识；东莞、珠海、厦门、上饶等地门店纷纷发起旧衣回收活动。

开展保护环境活动。厦门会展北天虹每季度招募小朋友开展环保公益植树活动，五缘湾天虹组织“千人环保纸鸢节”；江苏柯桥天虹组织环保地球百米画卷涂鸦；吉安城南天虹购物中心开展公益荧光跑；上饶天虹购物中心开展环保时装秀；惠州惠阳天虹开展百人登山捡垃圾活动，多种形式邀约顾客一同成为公益活动的践行者。

（五）助力行业发展

天虹积极配合行业协会，与协会共同优化和完善行业节能减排体系，助力行业发展。天虹协助中国连锁经营协会开展零售业低碳发展路径研究、参与《零售企业碳管理体系实施指南》团标评审会议并讨论反馈意见、提供分享连锁企业绿色发展实践案例、参与零售业低碳运营专题交流会议并分享低碳运营工作成果等多项卓有成效的工作，获协会高度认同和评价。

（六）倡导绿色办公

勤俭节约是中华民族的传统美德，也是天虹一直倡导的企业文化，为保障公司的高效运转和每一位员工的切身利益，公司向所有伙伴发起了“极简办公”的倡议，提出无纸化高效办公、节约用水

用电、避免“长流水，长明灯”、减少不必要的办公配置，旗帜鲜明地反对铺张浪费等倡议，也得到了广大员工的行动支持。

九、2022 年度天虹获评主要奖项

- 天虹股份 2022 年被“中国连锁经营协会”评为“2021 年中国连锁百强”企业，位列十五
- 天虹股份被“中国连锁经营协会”评为“2021 年中国超市百强”企业，位列十九
- 天虹股份获得由深圳市连锁经营协会、深圳市智慧零售协会、深圳市零售商业行业协会联合颁发的“2021-2022 年度支持行业发展特别贡献奖”
- 天虹股份获得由深圳市连锁经营协会、深圳市智慧零售协会、深圳市零售商业行业协会联合颁发的“抗疫爱心贡献奖”“抗疫保障供应贡献奖”
- 天虹股份在赢商网百强榜评获 2022 年度零售商业地产企业综合实力 TOP24
- 天虹股份被 2022 联商网大会组委会评为“2021 年度零售数字化创新企业”
- 灵智数科在中国百货商业协会评获“2022 年度零售业典型数字化解决方案奖”
- 灵智数科获得由深圳市科技创新委员会、深圳市财政局、国家税务总局深圳市税务局联合颁发的“高新技术企业证书”
- “肯耐珂萨”授予天虹股份“2022 肯耐珂萨星跃奖人力资本管理实践大赛——数智化人才发展优秀案例奖”。

- “第一资源”授予天虹股份“2021 中国人力资源先锋 HR 团队”奖项。
- “环球人力资源”授予天虹股份“2022GHR 年度人力资源最佳实践”奖项。

十、展望 2023

2023 年是全面贯彻党的二十大精神开局之年，消费的回暖也被市场寄予厚望。天虹立足新发展格局，坚持战略引领创新驱动，始终聚焦高质量发展，将“数字化、体验式、供应链”三大业务战略稳扎稳打推向前进，创新消费场景，满足顾客随时随地生活需求，助力恢复和扩大消费，满怀信心开新局。

天虹将通过多维度迭代组织能力，进一步推进商业模式转变，强化中后台建设与数字资产经营，构建线上线下一体化的体验管理体系，提升招商全流程体系等举措提升组织效率。此外，天虹将建设低碳、环保节能型运营门店，持续推进能源的数字化管理，通过节能改造提升能源利用效率，积极探索光伏、双碳、储能等能源商业化应用。

新的一年，天虹将持续深入到偏远山区，挖掘当地特色的优质农产品，提供包装、仓储、物流等技术指导，深化产品合作，加强全渠道经营模式，夯实线上“产地直播+一件代发”业务，持续不断地开发区域优质农产品，提升其市场化能力、共创双赢的良性合作。

天虹持续落地“梦想飞屋”爱心助学项目，通过坚持甄选优质

图书、坚持指导山区学校开展多样化的阅读推广活动、坚持联合更多内部组织和外部机构共同参与，提升山区教师的阅读指导能力，带动孩子们快乐阅读，从根本助力乡村教学，推动并实现公益共建。各区域/各门店基于商圈特色和顾客需求，积极与政企连接互动，开展市民易参与的旧物交换、义务献血、植树造林、环保宣传等社区关爱活动，并且积极参与关爱孤寡老人、自闭症儿童等特殊人群活动。

天虹将矢志践行“创造与分享生活之美”的使命，致力协同生态各方共创共享，以优质商品、卓越服务、领先技术创造美好生活。

天虹数科商业股份有限公司

二〇二三年三月十七日