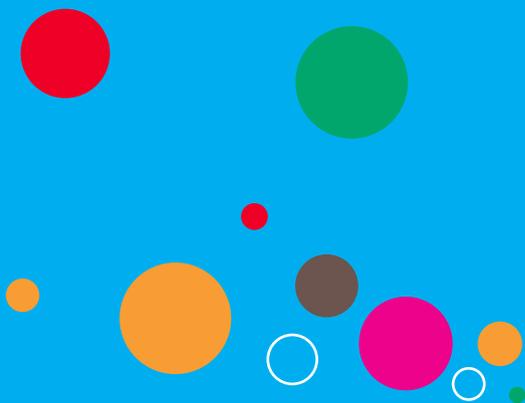
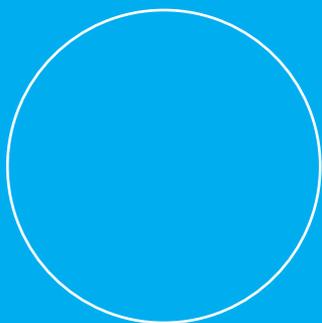


Vanguard\*  
华润万家

# 行 走 的 责 任

Better  
Life  
Together

华润万家  
2016年社会责任报告



CONTENTS  
目/录

走进万家 ----- 02

壹

诚信合规 稳健经营 ----- 05

贰

关怀员工 幸福万家 ----- 13

叁

戮力同行 伙伴共赢 ----- 22

肆

携手顾客 改变生活 ----- 34

伍

保障安全 共筑和谐 ----- 39

陆

环保节能 绿色运营 ----- 53

附录 ----- 60



## | 公司介绍 |



华润万家是中央直属的国有控股企业集团、世界500强企业——华润集团旗下优秀零售连锁企业集团。旗下拥有华润万家、苏果、Ole'、blt、V+、乐购express、V>nGO、欢乐颂、乐都汇、Voi\_la!、e万家等多个著名品牌。

华润万家创立于1984年，30年来，华润万家始终在可持续发展、企业社会责任以及提供就业机会等领域担任表率作用。2016年，华润万家全国自营门店实现销售1035亿元，自营门店总数达到3224家。截至目前，华润万家已进入全国29个省、自治区、直辖市和特别行政区，241个城市，员工人数超过25万。

华润万家作为优秀的企业公民，长期坚持并积极参与品质改善、民生保障、环保节能等对社会及生态环境有利的事业，努力成为友善、亲和的社区一员，致力于建立互利共赢的战略合作伙伴关系，竭力实现员工价值最大化和股东价值合理化。

华润万家秉承着“与您携手 改变生活”的企业理念，通过持续的优化与发展，致力成为改善大众生活品质的卓越零售企业。



## | 业务版图 |

华润万家已进入全国 **29** 个省、自治区、  
直辖市和特别行政区, **241** 个城市

● 进入区域      ● 待进入区域

## | 旗下品牌 |

<b>Vanguard*</b> 华润万家	<b>SG 苏果</b>	<b>Ole'</b>	<b>bit</b> better life together	<b>v+</b>	<b>乐购</b> express
<b>VnGO</b>	<b>Fun²</b> 欢乐颂	<b>LIFESPACE</b> 乐都汇	<b>voi.la!</b>	<b>ewj</b> 万家 .com	



## 2016年 | 公司荣誉 |

4月

第五届“中国食品健康七星奖”颁奖典礼在北京举行。华润万家荣膺“社会责任奖”，这已是华润万家连续四年获得该奖项。

5月

华润万家苏果业务单元“好的”第三代便利店荣获“2015年度CCFA中国便利店创新奖”。

华润万家荣膺广东省“卓越贡献企业”、“金牌会员企业”和“副会长单位”荣誉称号，并连续六年蝉联“广东省连锁五十强”榜首。

中国连锁经营协会发布，华润万家荣获“2015年中国连锁百强”第三名，并连续六年获得“中国快速消费品连锁百强”冠军。

6月

华润万家荣膺中国物品编码中心、中国 ECR 委员会颁发的 2015 年中国 ECR 优秀案例“供应链优化方向”金奖。

9月

华润万家荣获国家商务部流通司、中国仓储配送协会颁发的“2016 中国商贸物流标准化成效突出企业”称号。

华润万家荣膺中国连锁经营协会颁发的 2015 零售创新奖、2015 年度员工最喜爱公司。

11月

华润万家荣获南方都市报、中购联、奥一网联合颁发的“2016 年度卓越零售品牌”称号。

# One 壹

诚信合规 稳健经营

## 一、依法治企，诚信运营

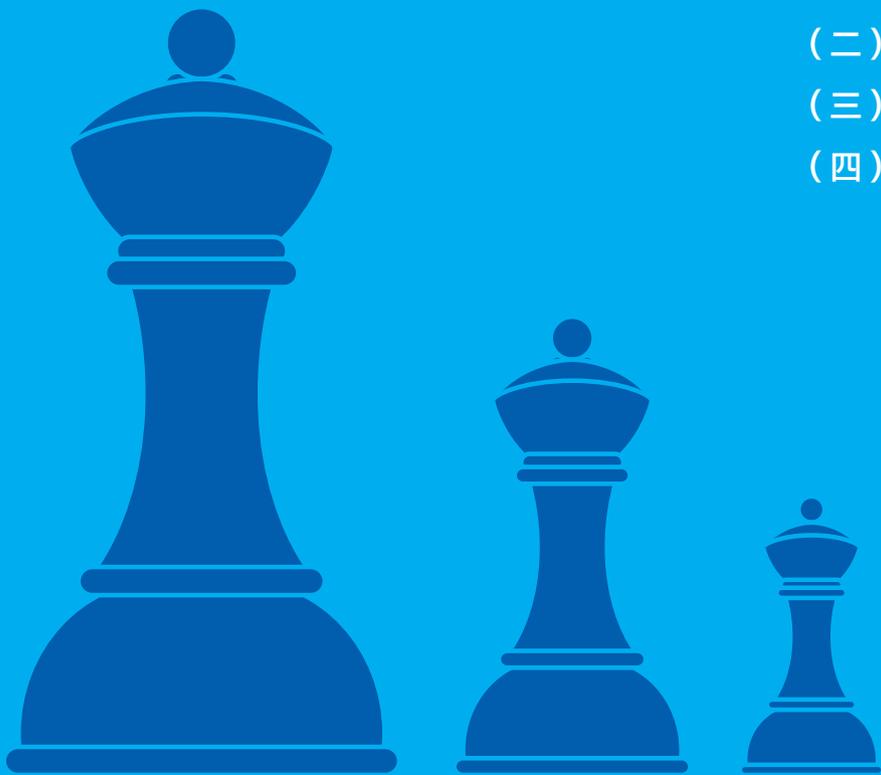
- (一) 依法用工
- (二) 依法纳税
- (三) 依法经营
- (四) 依法采购

## 二、加强内控，科学决策

- (一) 夯实党建工作，防范决策风险
- (二) 强化内部风控，规避商业腐败

## 三、稳健发展，锐意创新

- (一) 创新业态，服务社区
- (二) 优化商品，升级体验
- (三) 线上线下，联动发展
- (四) 优化配送，高效物流



作为负责任的零售企业，多年以来，华润万家始终严格遵照国家法律法规和行业政策开展企业行为，并将法规意识融入日常经营管理和与合作伙伴的合作中，华润万家始终都是遵守法律、维护法律的社会公民。我们也一直致力于加强风险控制，规避商业腐败，从而规范经营管理。在此基础上，我们还锐意创新，不断优化商品和供应链，创新业态，探索线上线下联动。

## 一、依法治企，诚信运营



### 依法用工

作为集团雇员最多的企业，公司注意倾听劳动者的声音，并严格依照《劳动法》、《劳动合同法》等法律法规的规定切实保障员工的合法权益。



### 依法纳税

华润万家诚信经营、依法纳税，2016 年向国家纳税 223536.51 万元。



### 依法经营

在门店经营中，按《食品安全法》、《顾客权益保护法》、《价格法》、《计量法》、《广告法》等与门店零售业务有关的法律法规，依法办理有关许可证，做到持证经营，严格按有关标准，做好门店设备、设施的检查。在供应商合作中，按公平、自愿原则与供应商合作，遵守五部委颁布的《零售商与供应商公平交易管理办法》，禁止向供应商违规收费，按《价格法》、《关于商品和服务实行明码标价的规定》公开向供应商收取非费用种类及标准，注重引导业务伙伴遵纪守法、廉洁自律，要求业务伙伴签署《华润万家业务伙伴行为守则》。



### 依法采购

华润万家依据《中华人民共和国招标投标法》、《中华人民共和国招标投标法实施条例》、《中华人民共和国政府采购法》以及《华润（集团）有限公司招标采购管理制度》，制定了《华润万家非商品招标采购管理制度》及《非商品采购授权手册》、《华润万家非商品招标采购实施细则》、《华润万家评标专家管理规范》3 项配套流程，在合法合规的基础上，保证招标投标工作公开、公正、公平。

## 二、加强内控，科学决策

### （一）夯实党建工作，防范决策风险

#### 1、加强党建基础管理工作

2016年4月，华润万家正式发布《华润万家党委会议事规则》。按照规则的相关要求，公司三重一大事项均遵守民主集中制，坚持集体决策，有效防范决策风险。另外，华润万家还完善了党组织建设，成立了华润万家党委下属华润万家总部直属党委及七个业务单元党委。

#### 2、落实党风廉政建设主体责任和监督责任

按照华润集团相关要求，华润万家严格执行《华润万家党委履行主体责任实施意见》和《华润万家纪委履行监督责任实施意见》，各级党委书记继续签订《党风廉政建设主体责任书》，细化履行党建工作第一责任人的职责，以责任传导压力，推动工作落实。

#### 3、积极开展“两学一做”学习教育

组织公司党委中心组认真学习《习近平谈治国理政》、《习近平总书记系列重要讲话》、《中国共产党党章》、《中国共产党纪律处分条例》、《中国共产党廉洁自律准则》、《中国共产党问责条例》、《中央纪委十八届七中全会公报》等文件，组织专题学习并通过采用党委书记给党员上党课、组织基层党支部书记参加华润集团基层党支部书记培训班、组织观看《守住第一次》警示片等多种形式，丰富学习方法和内容。积极开展党费收缴、党组织关系排查、党组织换届选举、优秀党员、优秀党务工作者评选表彰等各项活动。



两学一做活动



## 三、稳健发展，锐意创新

### （一）创新业态，服务社区

#### 1、打造生鲜食品超市

2015 年底开始，blt 升级为“生鲜食品超市”，向顾客传递原生态、健康的 Farm Market 理念，发掘“小产地”新鲜安全的商品，为社区家庭提供全方位的生活方式解决方案。在原基础上优化了品类布局及商品结构，尤其在生鲜方面，汇集了世界各地高品质的商品，着重强调时令、季节性的概念，满足中产阶级的消费需求。门店定期邀请农场主和种植户到店和顾客互动，传递商品的特色及种植经验，让顾客在购物过程中体验更多元的烹饪乐趣。在品牌的选择上，更强调“高性价比”，引进了中粮初萃等一些国产优质品牌，更接近家庭，满足日常的生活消费需求。在外形上，沿用代表新鲜、原生态的木纹色和绿色装饰，以及清新简约的农场风格，整个店面借由合理化和人性化的布局，突出生动化的主题陈列，为每一位顾客提供充满惊喜的、优质的购物体验。



#### 2、苏果业务单元业态升级



2016 年，苏果业务单元积极探索业态转型升级，使传统业态焕发生机和活力。1 月 1 日，作为转型升级后的首家第三代社区店，南京东山天鹅湖店 SGhome 开业。新店从视觉、品类、环境、服务进行了全新升级改版，并融入互联网 + 概念，以消费需求为导向，打造“个护中心、婴童中心、名酒中心、家庭厨房及轻餐饮”五大品类中心，满足社区居民家庭及时型和存储型消费需求。

7 月 2 日，苏果业务单元南京太平花园第三代标超店 SGlife 开业。该店导入“绿色空间、阳光购物”的设计思路，在商品结构上，提高食品、生鲜的经营比例；在非食方面则提升进口洗化、护肤、美妆等品类中的进口商品和新品的比例；并引入了不少电商畅销商品、海淘潮货。



## (二) 优化商品，升级体验

### 1. 自有品牌商品持续升级

2016年,为满足顾客对高性价比商品的需求,我司持续开发自有品牌新品,扩大选品范围,品类涉及冷藏日配品、家庭食品、休闲食品、日化用品、家居文体用品等;对沐浴用品、美容护肤、家居用品等商品进行材质、功能、款式等方面的升级;引进 Tesco 国外自有品牌商品满足顾客对进口食品的需求,初步选定牛奶、红酒、巧克力等 53 个单品;在全国各业务单元门店现场开展“万家优品·食尚美味”的自有品牌品鉴会活动,向顾客展示我司商品从原料、生产、到经销全过程的产品特点,邀请顾客现场试吃体验,传达健康与品质的理念。

### 2. 高端超市品类不断优化

作为华润万家旗下的高端超市品牌,Ole' 深知顾客的购物体验影响着顾客的消费行为。因而,对于红酒、个人护理品类、寿司、西式美食等专业品类中心,Ole' 在 2016 年新开的杭州嘉里店、深圳海上世界店等店铺中,对货架道具、陈列模式、灯光效果、顾客沟通等都进行了优化和升级,使品类空间更加丰富和专业,顾客在购物过程中能更清晰直观地获取商品信息。

作为一个有着浓浓情感的品类,Ole' 的面包一直在顾客群中有口皆碑,除了使用进口原料全程无添加之外,也对面包的品种持续升级。近年来为适应国人口味,更开发了数款“软欧”面包,一上市就好评如潮。不仅如此,Ole' 还创新了独立专区的面包专卖店概念,已在杭州嘉里店、深圳海上世界店实现。



### （三）线上线下，联动发展

顺应移动支付的崛起和顾客支付习惯的改变，华润万家进一步加强、完善实体店移动支付的战略布局。2016年7月，华润万家与微众银行旗下的“微众有折”合作，通过线上线下的优势互补，共同打造新零售体验。顾客在华润万家使用“微众有折”支付，可额外享受超市的天天95折优惠及不定期9折优惠。

目前该项目已覆盖南区、西北和华北3个业务单元的1208家门店，大卖场、V+、标超、便利店、Ole'业态均有接入，日均交易笔数超过3万，日均交易额超过400万元。该服务自推出以来，持续吸引客户到店并成为华润万家忠诚用户，实践了普惠金融及消费体验的创新升级，让优惠真正通用、简单、安全，既降低了门店收银压力，又提升了服务效率和服务口碑。



### （四）优化配送，高效物流

2014年12月，华润万家被商务部选为首批物流标准化试点单位，华润万家物流部成立了专门的带板运输项目组。三年以来，华润万家加大在全国范围内推动物流标准化工作，以带板运输为切入点，以追求供应链更高效率和更低物流成本为目标，利用带板运输，结合返程车利用、库存共享、区域集货等不同模式，践行供应链深度合作，实现供应链绩效提升。

通过带板运输，不仅提高了车辆的利用率，降低了供应商和DC的运输成本，还整合了供应商资源，提高了供应链的效率，使供应链上下游的衔接更加紧凑。并且，该项目的成功试点，也为业界同行提供了可参考、可借鉴、可实施的具体案例，推动了物流行业的发展。



中国 ECR 优秀案例“供应链优化方向”金奖



2016 中国商贸物流标准化成效突出企业



## 带板运输—端到端效率提升项目

### 案例背景

#### 原流程

华润怡宝苏州 OME 工厂收到订单后，委托第三方物流公司，送货到 CRV 苏州 DC。

#### 存在问题

物流费用较高，特别是运输成本较高；散装散卸耗时较长；三方物流无法保证在订单有效期内送货。

优化

### 优化方案

(1) 利用华润万家门店送货车辆，返程带板，到怡宝苏州 OME 工厂直接提货，返回至 CRV 苏州 DC；  
(2) 减少第三方物流送货环节，由正向物流改为逆向物流，统一堆码标准，DC 实现直接上架。

### 实施成果

(1) 运输费用下降：一方是怡宝工厂，正向物流改逆向物流，运输费用下降明显；一方是 CRV，利用返程车资源，综合运输费用降低 16%；  
(2) 物流效率提升：由人工搬运改为叉车整板装/卸，装车及卸货效率提升约 300%，验收及上架效率提升 128%；  
(3) 人工成本降低：叉车作业代替人工搬运，效率提升同时人工减少，综合人工成本下降 34%。

实施

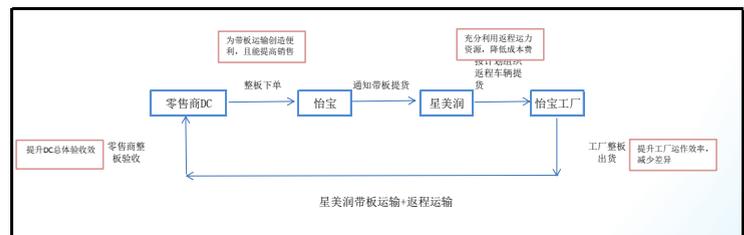
价值

### 项目价值

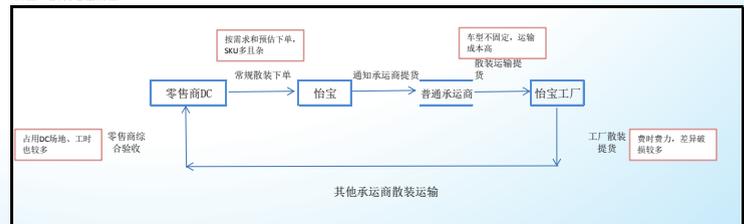
项目可推广及复制性强，全同类项目或其它区域可推广复制。

项目效率提升显著，同时降低人工成本，这两方面是整体物流行业关注的两个重要因素。

怡宝 带板运输流程



怡宝 散装运输流程



# TWO 贰

关怀员工 幸福万家

## 责任故事

### 一、维护员工权益

- (一) 提供平等就业机会
- (二) 依法保障基本权益
- (三) 维护劳动报酬权益

### 二、关心员工健康

- (一) 保障员工身体健康
- (二) “星能量”心理援助

### 三、关注员工成长

- (一) 加强员工培养
- (二) 畅通晋升渠道

### 四、开展员工关爱

- (一) 帮扶困难员工
- (二) 关爱特殊员工
- (三) 开展文娱活动





# 十年成长记

责任故事

2005年9月,我入职华润万家北京太月园店,三年的沉淀与积累,我从一名普通的员工晋升为部门经理。2008年,一次支援新店的机会,让我与Ole'结缘,当时对进口超市完全陌生的我,被Ole'全新的业态、新颖的商品所吸引。回去后不久,我申请加入了Ole',如愿成为了世贸天阶店的一名商品经理,满怀着奋斗的决心与激情,我踏上了职业生涯的新征程。

任职部门经理的五年时间,我工作过四家门店,期间多次进行新店支援工作。通过五年的学习与磨砺,我积累了丰富的商品知识和基层管理经验,也越发感受到自己对零售行业的喜爱。每一天,我的工作计划都排得满满的,工作对我而言永远都是充满激情与挑战。而最让我有成就感的,就是当部门达成销售预算的时候,那是我们团队活力与战斗力的体现。

2013年,得益于公司领导的信任,我有幸晋升为北京凤凰城店的小店店长。初带团队,公司领导和前辈给予了我很多的指导与帮助,再加上自身的钻研与悟性,我迅速调整管理思路,很快进入到了角色,也适应了blt年轻化的商业模式。任职小店店长

期间,门店通过策划甜品节、红酒品鉴会、全员微信营销等活动,顾客满意度及品牌知名度不断提升,也创造了三年销售业绩双位数增长的喜人成绩。

2016年,为了追求个人的成长与进步,学习大店的管理经验,我有机会到沈阳万象城店轮岗学习。通过半年的工作,我体会到了北京小店与外阜大店管理层工作模式的不同,开阔了管理思路,也带给自己很多的思考。2017年1月,公司给予了我宝贵的机会,我被任命为天津恒隆店的店长,实现了自己这几年奋斗的小目标,也开启了人生路上又一段精彩的历程。回想这十年的成长之路,公司从未曾吝惜过对我的培养,领导也都毫无保留地将经验传授于我。工作上的磨砺使我的心态日渐平和,管理经验也愈加丰富。生活上,我也收获了美满而幸福的家庭,还有一个十分可爱的小儿子。

十年的磨砺、十年的蜕变,如今的我成熟、自信,但从未改变的是我对零售行业、对Ole'的初心。在Ole',我找到了生命的另一种含义:超越,而就像我一直热爱的跑步一样,我会永远在路上,不断前行,不断超越,永不止步。

——张春雷,现任Ole'北区天津恒隆店店长

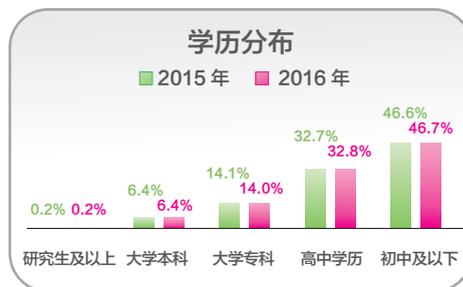
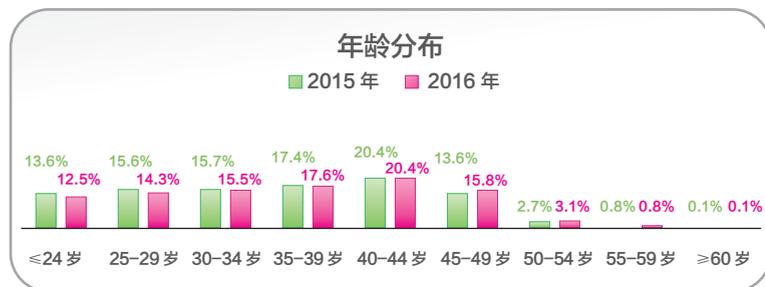
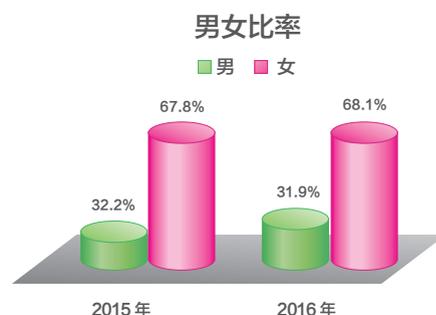
华润万家一直严格遵守国家劳动法律法规和企业所在地政策要求，建立合法、完善的用工制度和体系，保障员工平等就业，全面落实员工工资、社会保险、各项福利待遇；始终把员工视为公司的宝贵财富，不断吸收优秀人才，时刻关注员工发展，努力帮助员工成为更卓越的人才；关注员工健康，积极开展员工关爱，春风化雨般的关爱，进一步增强了企业凝聚力。

## 一、维护员工权益

### （一）提供平等就业机会

华润万家积极构建尊重员工的企业文化，注重保护员工隐私，确保员工不因种族、肤色、宗教、性别、年龄等差异受到歧视。

目前，华润万家员工的学历、年龄、性别情况也随着劳动力市场情况呈现相应变化：员工总数为 15.76 万，女性员工占比超过 2/3，同比去年略微上升；全体员工学历主要集中在初高中。



### （二）依法保障基本权益

在员工保障方面，2016年华润万家与建立正式劳动关系的在职员工的劳动合同签订率为 100%；建立了以社会保险为主、雇主责任险及个人人生意外保险为辅的多重保障体系。连续多年，华润万家社会保险员工参保率 100%，全员缴纳国家规定的社会保险。除为员工缴纳社会保险外，还根据公司实际情况，为员工购买雇主责任险及个人人生意外保险等非社会强制类保险，全方位为员工提供人身安全保障，免除员工的后顾之忧。

### （三）维护劳动报酬权益

2016年，华润万家根据法律法规，及时进行各城市最低工资调整，且每月按时足额发放工资，对于超时工作按规定发放劳动报酬。

## 二、关心员工健康

### （一）保障员工身体健康

根据国家对员工身心健康保护措施的有关要求，华润万家自成立以来，每年都会在总部及各业务单元开展员工年度健康体检。2016年度，参与体检的员工共计78000人，体检结果于检查当月以密封信件形式交至到个人。同时，为有效帮助员工预防和监控疾病，公司内部面向员工组织开展了健康知识讲座、健康知识宣传，帮助员工关注日常生活健康。

### （二）“星能量”心理援助

内外部环境的变化会给员工带来工作和生活的压力，容易对员工思维上和工作上造成冲击。在关注员工身体健康的同时，2015年伊始，华润万家也开展了“星能量”EAP（即员工帮助计划）项目，为员工提供心理援助，旨在通过专业人员的指导、培训和咨询，帮助员工及其家庭成员解决心理和行为问题。

2016年，我们进一步加强了EAP项目在公司内部的发展和应用。该项目通过不断借助外部专业视角和互补资源的合理利用，帮助员工缓解工作压力，改善工作情绪，增强员工自信心，有效处理与同事和客户的关系，提高员工身体和心理素质，逐步打造员工身心健康管理大平台。目前，星能量项目的心理健康月刊共享服务已覆盖公司约10万余名员工。



员工参与星能量之睡眠与能力修复活动



员工参与星能员项目高阶培训

## 三、关注员工成长

### (一) 加强员工培养

华润万家始终坚持企业与员工共同发展，充分利用各类资源和条件，为员工创造学习与成长的机会。我们建立了领导力、通用力、专业力和新员工培养相结合的全员学习发展体系，让每位员工在职业发展的不同阶段、不同岗位都能获得系统全面的学习机会，与公司一起成长。2016年，结合业务和人才储备需要，华润万家学院持续进行各类人才的培养，并重点强化 MT 的加速培养与基层一线员工的培养。

#### 1、推进关键管理人员梯队建设

为促进关键管理人员在岗能力、业务单元核心管理团队整体能力提升，2016年华润万家结合业务单元人才储备情况，针对万家的中高层管理人员，独立开展了组织能力提升项目和后备人才培养(春蓄班)项目，同时承接华润集团完成了新经理人、华润之道人才培养项目，有力推动了公司关键管理人才队伍建设。



华润之道第十期万家班



华润万家香港组织能力提升项目

#### 2、加强MT人才培养

华润万家不断完善和深化人才培养机制，对 MT 建立了三年培养期、两年关注期整体培养计划。2016年，我们举办了未来之星训练营和三年 MT 回炉培训项目，推动 300 多名新入职的 MT 迅速实现从学生到职场人的转变，并为公司储备了一批中层后备管理人才，有效推动了公司年轻化人才队伍建设。



### 3、开展一线基层员工培养

为满足业务发展需求，帮助一线员工提升运营安全意识，提高经营管理和竞争应对能力，2016年，华润万家采用了集中培训、I-learning 在线学习、实操带教、辅导员 / 训练员跟岗指导等多种培训方式，在全国各业务单元开展了店总晋阶班、副总晋阶班项目、门店新员工培训等项目，为公司业绩提升奠定了基础。



店总进阶班



实操带训

## （二）畅通晋升渠道

华润万家持续建立健全员工职业发展体系，目前已搭建高管类、管理类、专业类、操作类共 4 大职类的职位体系，并为员工提供专业线与管理线两条职业发展通道，员工可结合自身特点进行职业生涯规划。同时，公司持续推进任职资格体系建设，为员工提供明确的职业发展方向、需要开发的技能以及优化的知识结构和能力素质。

华润万家推行客观开放、公平公正的人员选拔任用机制，通过内部招聘、内部竞聘等方式，鼓励员工参加国家机关、华润集团及其他利润中心的外部交流；通过工作轮换、内部晋升等方式，实现员工跨地域、跨序列地内部流动。在优化组织内部人力资源配置的同时，我们也满足员工不断上升的职业发展需要，激发员工潜力，实现公司与员工的双赢。

## 四、开展员工关爱

### (一) 帮扶困难员工

为了帮助困难员工树立信心、渡过难关,2016年我们继续开展慰问困难员工及家属并派送关爱礼品,资助困难员工子女入学等员工关爱活动。华润万家爱心互助基金会也秉承“让爱心汇聚,帮助最需要帮助的同事”的宗旨,通过爱心互助形式,对受重疾、自然灾害影响的员工进行救助。截至2016年底,华润万家共救助227名困难员工,走访慰问1156位困难员工家庭,资助4名困难员工子女入学,救助136名患病员工,帮扶金额共计330.2万元。



案例

#### 苏果业务单元

#### 春节“送温暖、献爱心”活动

2016年2月1日,苏果业务单元开展向一线“送温暖、献爱心”活动。相关负责人看望了苏源大道标超店和成贤街社区店两位重病员工,并把装有慰问金的红信封递到员工手中。2016春节期间,苏果业务单元先后看望了360多位家庭困难员工,发放慰问金40多万元,给了困难员工莫大的支持,进一步增强了员工的凝聚力。

### (二) 关爱特殊员工

针对受夏季高温、冬季严寒天气影响的一线岗位员工,华润万家实施了个性化关爱项目。在炎热的夏季,华润万家对高温岗位的防暑设备进行定点定时的检修服务,为高温岗位工作人员提供清凉饮品和防暑药品。在寒冷的冬季,华润万家向低温岗位工作人员派发劳保用品,并定期点检和维护防寒保暖用品,确保工作环境的安全性。除此之外,还对恶劣天气进行预警、发送高温、低温安全锦囊、派发凉茶或者姜汤等。



一碗热汤给员工们带来的是无限的温暖

### (三) 开展文娱活动

我们希望通过开展丰富多彩的员工活动，为员工提供和谐的办公和休闲空间，营造健康温馨的团队氛围。2016年，华润万家围绕健康、运动、快乐等主题组织开展了多项员工文化娱乐活动。部分业务单元还依托工会、员工公益组织等平台，开展员工关爱活动，积极参与社会实践。

#### 1、丰富多彩的节假日活动

元旦节，鼓励员工许下新年的愿望，对于实现了自己愿望的员工实行奖励；小年夜，开展员工吃饺子关爱活动；三八妇女节，公司精心准备了精美的节日礼物，向女性员工送上节日的祝福；圣诞节，工作人员装扮成圣诞老人，向员工派发圣诞礼物，与员工进行圣诞小游戏；冬至日，组织员工开展与当地民俗相结合的节日活动。



员工参与圣诞节活动



小年夜员工吃饺子关爱活动

#### 2、阳光向上的全员健康活动

为促进员工身心健康水平的提升，形成企业关注健康、员工关心健康、人人参与健康活动的良好局面。2016年夏天，华润万家组织开展了丰富多彩的健康活动，跑步、徒步、工间操、羽毛球、平板撑和踢毽子等简单又健康的运动形式，让员工能在工作之余提升身体素质。



员工平板撑活动



华润万家浙江毅行

### 3、时尚趣味的作品竞赛活动

在新春佳节到来之际，华润万家组织开展了“温暖家香”随手拍主题大赛活动。通过邀请全国各地员工，以“温暖家香，分享家的味道”为主题，随手拍下家乡的美食，分享家乡美食的作品，来展示家乡的美食文化、温暖亲情。后期通过投票形式，我们让全国各地员工进行分享、交流与互动，员工们纷纷踊跃参与此次活动投票。



#### 案例 JV华东业务单元 员工实践活动

2016年，JV华东业务单元正式成立了企业员工公益组织——蒲公英义工社。社团成立的初衷是以公司义工组织为平台，为员工提供一个参与社会公益活动的平台，关注社会弱势群体，回馈社会，帮助门店增加业务与顾客以及社会的连接。本年度，蒲公英义工社共开展了两档活动：一是关注自闭症儿童，推出了“关爱星星的孩子，蒲公英在行动”自闭症儿童的卖场购物体验活动，帮助他们更好地适应和融入社会生活。二是关注藏区儿童，组织了“一件冬衣”主题衣物捐赠活动，帮助藏区儿童能够度过一个温暖的冬季。



2016年11月，JV华东业务单元工会和蒲公英义工社联合发起员工爱心骑行募捐活动，超市的44名员工参与其中，历时一个月有余，共计筹得近2万元善款，为困难员工家庭的2名患病儿童筹集了医疗救助善款。



# Three 叁

戮力同行 伙伴共赢

## 责任故事

### 一、与供应商协同共进

- (一) 供应商准入原则
- (二) 供应商合作守则
- (三) 供应链管理体系
- (四) 推动供应商履责

### 二、与行业协会友好交流

### 三、与政府友好合作

### 四、与媒体积极沟通

- (一) 加强舆情管理
- (二) 改善媒体关系



## 责任故事

# 松下与万家 共成长

我们是松下冷链(大连)有限公司,成立于1994年,前身是大连三洋冷链有限公司,是冷链行业内目前最具影响力的一线制冷设备供应商和集成服务提供商。俗语说得好,单丝不成线,独木不成林。一个成功的企业,仅仅有着过硬的产品是远远不够的,更要有一群长期合作、互相信赖的客户。

从建厂时的1个工厂发展至目前的4个工厂,我们与一大批企业建立了合作关系。公司成立以来,我们与华润万家已在中国内地合作了22年,华润万家也见证了我们的整个成长历程,我们的发展也离不开华润万家这个举足轻重的客户的支持和引领。华润万家以自身发展中的需求,将对产品的更新需求、对服务范围和服务品质的需求、对市场的预测等各方面的优秀经验介绍和传递给松下冷链。

为契合华润万家的发展和需求,我们不断改革创新,将实用与陈列艺术逐步完美的结合。根据华润万家旗下Ole'、乐购express、V+等不同业态的情况,松下结合华润万家的需求及经验介绍,并参考国内外的优秀范例,开发出了满足华润万家并引领冷链市场的寿司柜、半高环岛柜、冰鲜台柜等产品,并根据陈列要求,在行业内首家开发出防水性标价条、窄型高身立柜、S型陈列板,大弧形反射镜等产品,将华润万家的实际需求与我们完整先进的技术完美结合。在2012年,松下冷链与华润万家签署战略合作伙伴服务协议。

华润万家在全国有3000多家门店,如此大的规模对冷链的售后服务提出了强大的挑

战。我们的冷链也因地制宜地制定了售后服务政策,并根据华润万家布局全国的发展需求,在行业内首家开通了商业冷链的全国400统一售后服务热线,将售后报修及处理时间大大缩减,同时实现大数据化的管理。这是华润万家和松下冷链的共同发展历程,也给整个冷链行业带来的创新的动力。

时光荏苒,在与华润万家砥砺前行、铿锵前行的二十余年中,松下在华润万家的全部冷链设备占有量超过80%。松下冷链还为华润万家的项目服务过程进行汇总,提升了在设备维护、配件供应、改造翻新、新产品配套、安装保养等方面的水平,同时改善和扩大了技术能力、研发范围、全国的安装售后资源。

继往开来,作为华润万家的优质合作伙伴,在未来的发展过程中,我们将更加紧密合作,一如既往地支持华润万家零售事业的长久发展,携手并进,合作共赢。



作为大型零售商，华润万家不断通过终端优质平台的打造，促进整体资源的有效整合，推动供应商共同履责，与政府、同行和媒体积极沟通，致力于建立“共赢”的战略伙伴关系。

## 一、与供应商协同共进

### （一）供应商准入原则

华润万家非常重视前端的供应商的质量安全管控，自2012年制定了《华润万家商品准入质量管控流程》以来，经过不断完善，形成了一套健全的商品准入质量管理体系，规范供应商监管的要求和方法，协助供应商提高质量管控水平，从而提高所经营商品的质量水平，保障顾客的权益，为公司的长久发展奠定坚实的基础。

2016年起，我们全面推行自有品牌供应商和新引进厂牌供应商需遵守道德贸易条款的举措，包括禁止雇佣童工、动物保护、废弃物处理、环境保护等内容，并统一纳入供应商准入评审工作审查项目。

### （二）供应商合作守则

华润万家始终致力于建立“双赢”的战略业务伙伴关系。我们相信，协作是建立工商关系的基础，通过组织有效的商品流转，可以为业务伙伴带来合理的利润。

由于华润万家业务伙伴的行为会影响到华润万家的声誉，同时为了使业务伙伴能够清楚地了解华润万家的立场，我们特制定了华润万家业务伙伴行为守则。根据此行为守则，对于现有的业务伙伴及目前正在考虑进行合作磋商的业务伙伴而言，华润万家要求业务伙伴恪守以下标准：

遵纪守法	雇工准则	薪酬	工时	童工	强迫劳动
业务伙伴应当保证与华润万家合作期间的所有经营行为均完全遵循国家法律、法规、规章、规定之任何要求。	华润万家严格承诺公正对待员工，尊重员工。华润万家也要求业务伙伴遵守《中华人民共和国劳动法》、《中华人民共和国劳动合同法》。	业务伙伴应当严格遵守并履行当地政府规定工资标准及工时法律、法规，包括相关的最低工资规定；并按合同规定准时发放员工工资。	国家实行劳动者每日工作时间不超过八小时、平均每周工作时间不超过四十小时的工时制度。	业务伙伴不得违反国家法律雇佣招用未满16周岁的未成年人。	业务伙伴不得以暴力、威胁或者非法限制人身自由的手段强迫劳动者劳动。社会保险：业务伙伴必须依法参加社会保险，给员工缴纳社会保险费。

工作环境	企业公民
<p>业务伙伴必须提供给员工一个安全、健康的工作环境。必须为员工提供符合国家规定的劳动安全卫生条件和必要的劳动防护用品，对从事有职业危害作业的劳动者应当定期进行健康检查。</p>	<p>环境保护方面，业务伙伴应遵守国家相关的环境保护法律法规。华润万家鼓励业务伙伴减少包装，同时使用可回收材料；公益事业方面，华润万家是社会公益事业的倡导者和执行者，希望业务伙伴能积极组织并参与各项公益事业，华润万家也希望业务伙伴能与华润万家联手开展公益活动；商品安全方面，华润万家要求业务伙伴提供的所有商品都符合国家质量技术监督部门的各项标准。知识产权保护：华润万家要求业务伙伴所提供的产品（包含赠品、试用品等）均不存在任何权利瑕疵，不存在侵犯任何第三方在先合法权利（包括但不限于商标权、专利权、著作权等）之情形，否则，愿意按照双方签订的合同约定承担法律责任。</p>

### （三）供应链管理体系

华润万家高度重视供应商的质量安全管控，通过源头管控、过程管控、反馈改进、与供应商沟通等全方位、全过程的管控，不断优化供应链管理体系。

#### 1、严格源头风险管控

##### （1）优化供应商服务系统

2016年，华润万家加强产品可追溯体系管理，不断优化供应商服务系统(VSS)中的证照管理模块，创建门店验收环节的产品生产日期和批次的录入系统，分步开通粮油米面、休闲小食等11个食品大类的录入功能，形成从源头到销售端的产品信息可追溯链条，降低食品安全隐患。

**华润万家供应商服务系统**

订单管理 | 业务单据 | 消息管理 | 系统管理 | 促销人员考勤 | 证照管理 | 新结算管理 | 合同盖章

浏览器建议：本系统仅支持IE6-IE9的浏览器，请勿使用其他浏览器。

查询 | 单据目录 | 单据明细 | 批量处理 | 按门店打印

上一单 | 下一单 | 确认订单 | 打印订单 | 按门店打印订单 | 导出订单 | 批量导入

审核单号	AAAA201704107999	所属BU	南区	请按时把货送到:	指定分店
大类	[22] 饼干糕点	结算方式	[113001] 购销30天	物流模式	直送
送货日期	2017-04-11	有效期(天)	6 天	截止日期	2017-04-16
供应商编码	V09397	供应商名称	好丽友食品有限公司	上传时间	2017-04-11 14:18:02
补货标识					
备注					

订单状态: 要货单位名称: 订货款通知单号: 建议送货日期: 报收日期: 报收时段: 备注

有效订单: 睿村店: AAAA20170411C799: 2017-04-11: 2017-04-14: 9:00-13:30

※订单需维护商品数量、生产日期、批次、保质期信息。请根据实际情况如实填写。最多支持三个不同批次。  
填写完毕后点击这里 保存，再打印订单。缺少信息可能拒收收货，感谢您的配合。

行号	商品编码	条形码	规格	订货款数	运输规格	订货箱数	送货数	进价	折扣率	备注
1	8600	6920907808179	33g	150盒	1箱=30盒	5箱		3.438	0%	
	商品名称	好丽友鱼香肉丝33g		①批次数量: 150 盒	生产日期: [ ]		生产批次号: [ ]			保质期: 270 天
				②批次数量: [ ] 盒	生产日期: [ ]		生产批次号: [ ]			
				③批次数量: [ ] 盒	生产日期: [ ]		生产批次号: [ ]			
2	805442	6920907808117	33g	150盒	1箱=30盒	5箱		3.438	0%	
	商品名称	好丽友好丽友浓番茄汁33g		①批次数量: 150 盒	生产日期: [ ]		生产批次号: [ ]			保质期: 270 天
				②批次数量: [ ] 盒	生产日期: [ ]		生产批次号: [ ]			
				③批次数量: [ ] 盒	生产日期: [ ]		生产批次号: [ ]			

## (2) 强化风险供应商管理

我们通过风险识别，在抽检中发现问题，并积极与供应商互动和沟通，从而在督促自身整改和供应商整改中，不断完善供应商及其商品的风险管理。2016年，我们全年持续开展商品常规监督抽检，全国共抽检 2023 个单品，其中 1896 个单品抽检结果合格，合格率为 94%。对于不合格产品，均第一时间下架，核查产品及供应商相关资质证照，并通知商品部采购督促相关供应商进行整改，复检合格后方可重新上架销售，确保我司所经营产品的安全合规。



### 案例 华润万家 转基因食品专项抽检

《食品安全法》对转基因食品售卖有非常严格的要求，其中第六十九条规定“生产经营转基因食品应当按照规定显著标示”。鉴于“转基因”目前是一个热门的公众话题，为了确保在售食品的合规性，2016年华润万家特开展了针对转基因食品的专项抽检。

华润万家转基因专项抽检涉及 72 家供应商、5 大类商品，共抽检 94 个单品，涵盖了大米、大豆、玉米及玉米粒、番茄及番茄酱、木瓜等；其中有 7 个商品检出转基因成分，均为国产木瓜，其余的 87 个商品未检出。经查证，转基因木瓜是国家合法的商业化种植作物，但跟据法规要求应有相应标识。因此，华润万家全国各门店对在售国产木瓜的标价签均注明了“转基因”，以充分尊重消费者的知情权和选择权。



### （3）注重优质供应商培养

华润万家注重优质供应商培养，以高标准进行严格审核，和优质供应商一起，致力于为顾客提供优质的商品。2016年，我们共培养8家OEM认证工厂及45个农产品认证基地，双方共同制定生产环节等方面的质量安全改善方案，不断提升经营产品的质量安全及产品品质。



OEM 认证工厂现场审核

### （4）加强自有品牌管控

华润万家不断优化自有品牌的品质管控，提高自有品牌的竞争力。根据《华润万家自有品牌管控标准》制订产品质量技术标准书、工厂监督审核及顾客感官测试等管控措施，提升自有品牌产品的质量安全水平。2016年，润之家、简约组合、Tesco 等多个品牌约300多家供应商通过了严格审查及培养，获得挂牌认证。

## 2、强化过程风险管控

### （1）实时跟踪商品质量

华润万家不断优化商品质量跟踪信息平台，全国门店录入消费者投诉数据，总部根据投诉数据进行汇总分析，制定措施，预防潜在的质量风险，并督促供应商整改，带动供应商质量管理水平的提升。截至12月31日，全国商品质量投诉率控制在0.02%以下。

### （2）严控商品验收标准

物流部门及门店严格执行公司的商品验收规定，确保合法合规，严把商品质量验收关。我们对所有来货均严格按照《华润万家索证索票操作指引》要求核验资质和合格证明文件，同时依据《华润万家商品标准手册》，核验农残检测报告、动植物检验检疫报告、随货同行批次提供的法定证件。落实商品六项属性检查，包括品种是否相符、产地是否正确、包装是否达标、规格是否正确、保质期是否超过标准、品牌是否符合、商品品质检查等。对超订单送货或送错商品、商品资料问题（规格、保质期）、商品质量问题等不符合要求的商品坚决拒收，对商品品质进行严格把关。



案例

### 华润万家 生鲜直采验收标准手册

为规范和统一生鲜 DC 商品验收标准,从 2016 年 1 月开始,华润万家先后发布了直采水果、蔬菜、肉类、水产品等四类商品的验收标准手册(试行版)。截至 2016 年 12 月 30 日,直采水果验收标准共进行了 11 次更新,现行标准包含 51 个品类,125 个单品;直采蔬菜验收标准进行了 1 次更新,现行标准包含 18 个品类,34 个单品;直采肉类验收标准进行了 1 次更新,现行标准包含 7 个品类,86 个单品;直采水产品验收标准共进行了 2 次更新,现行标准包含 38 个品类,51 个单品。

### (3) 加强门店现场管理

2016 年,全国的质量巡检人员共开展门店巡检 5850 店次,监督门店整改食品安全风险问题。同时,为了充分发挥各业务单元风险管控的主动性、积极性,满足各业务单元个性化需求,2016 年运用 SGS、SAI 两家第三方专业评审机构进行全国门店交叉评审共 1215 店次,检验门店食品安全巡检效果。全年最后一轮评审结果显示,均店问题数比第一轮减少 13.3 个,均店问题整改率为 13.5%,有效提升了门店的食品安全管理水平。

## 3、优化供应商反馈机制

华润万家一直致力于重塑供应商服务体系,改善供应商在华润万家供应链的生态环境,确保供双方协同发展,同心同泽,创造共赢的合作环境。



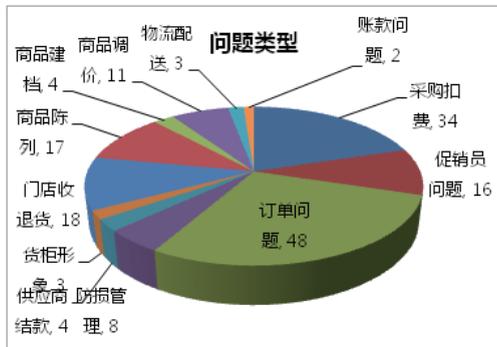
案例

### 西北业务单元携手项目案例



在以往的供应商服务中,存在库存不准确、补货不及时、活动不支持等问题,为避免给公司带来销售下降、促销资源缩减等经营隐患,2016 年 5 月 13 日,西北业务单元部正式发布《携手合作伙伴 创造共赢环境》,启动了供应商关系改善项目。该项目将从源头到终端涉及的商品部、物流部、招商部、财务部、人力资源部、防损部、质量管理部、营运部八大部门组成项目组,旨在共同建立一套完整的供应商服务体系管理机制。

为进一步了解供应商服务存在的问题,收集供应商对项目的建议,6 月,项目组组织了门店近 3000 名促销员、近 500 余名合作伙伴进行了问卷调研,共收到有效问卷 685 份。调研显示,最突出的问题是订单问题、采购扣费。



根据调研结果,各部门以日常与供应商业务交叉的范围和岗位为基础,根据业务属性,制订了《华润万家合作伙伴服务标准(西北)》,规定了员工对供应商服务的行为标准、奖罚机制等。项目组继而通过供应商投诉机制、供应商座谈会、供应商服务月等

评价机制,真正落实服务标准,实施阶段性激励评价,建构供应商服务评价体系。

最后,项目组各成员部门在项目执行中修订和优化各自的行为标准、奖惩机制及考评制度,收集正面、负面案例,形成并发布了《华润万家合作伙伴服务手册》。除让合作伙伴知悉并监督执行外,还将各项标准纳入公司管理人员的培训体系课程中,并通过培训、宣贯、考核的方式,将行为固化,最终内化为管理人员日常行为标准。6月30日,完成了服务手册的培训、学习,相关部门参加培训覆盖率达100%,项目告一段落。

## 4、增进供应商沟通

2016年,华润万家积极组织开展供应商培训和沟通交流会,与供应商共同学习与进步。如,JV华东业务单元开展了供应商证照上传答疑会议,140家供应商参加并提出了12类问题,均当场予以解答。西北业务单元分别在7月、12月组织了4场供应商大型业务培训,从供应商系统、商品、营运、物流、质量、财务层面等对供应商进行了详细的业务培训,帮助供应商成长;全年召开了11场重点供应商座谈会,涉及供应商145家,涉及问题169件,已解决141件,解决率83.4%。

在财务方面,为让供应商了解结算流程的变化,华润万家财务部-商品结算特增加了客服电话语音提示服务,电话接通率从36%上升到80%以上,客服服务不断提升;简化了三证合一资料的更改流程,由供应商直接通过电子化资料申请;特意牵头组织红字发票流程优化,供应商直接向其申请,经其审核确认后转税务直接办理,加快了办理进度;形成按季度给有需求的供应商及新供应商进行结算流程培训的制度,并及时将相关视频讲解挂网;针对有需求的供应商定期召开沟通交流会议,讲解财务流程的变化及相关建议,使财务更贴近业务。

## （四）推动供应商履责

### 1、为贫困母亲捐赠“母亲邮包”

华润万家一直持续关注特殊弱势群体，致力于帮扶困难家庭妇女提高生活质量。2016年6月6日，华润万家携手宝洁中国、中国妇女发展基金会，共同开展“母亲邮包”公益项目，通过选取贴近贫困母亲需求的毛巾、牙膏、肥皂等20余种日常生活用品，搭建“一对一”捐赠平台，即一个“母亲邮包”对应一位贫困母亲，打造透明高效便捷的公益平台，并以邮包形式准确投递至贫困母亲手中，表达社会各界为贫困母亲改善生活的美好愿望。

此次活动通过线上线下两种渠道，积极向社会各界募集更多的“母亲邮包”善款。在线下，顾客每在华润万家购买宝洁商品指定金额，即可捐出1元，用于筹集“母亲邮包”费用，通过“购物献爱心”的形式，鼓励更多的市民朋友参与公益、助力公益，将关爱传递给遥远地区的贫困母亲们。在线上，华润万家联合腾讯公益平台，从5月中下旬开始，历时三个月，号召全国网友为贫困地区的母亲进行捐赠，共同投身社会公益事业，用户可通过线上捐赠，积极参与到此次公益活动中来。

2016年6月6日，华润万家携手宝洁中国、中国妇女发展基金会在青海省海东市民和县大庄村举办“爱传万家 净享呵护”母亲邮包捐赠仪式，近100位来自海东地区的各个村落的困难母亲代表接受了捐助。此次活动共捐出5400个邮包，共计价值60万元。



60万  
100万

### 2、在贫穷缺水地区搭建“母亲水窖”



2014年伊始，华润万家便协同百事公司，积极响应中国妇女发展基金会的“母亲水窖”公益项目，旨在为中西部贫穷缺水地区的人们提供安全清洁饮用水，为改善当地健康餐饮作贡献。2016年10月至2017年1月，华润万家再次发动旗下148家门店，携手百事旗下桂格品牌发起“桂格爱心传万家”善款捐赠活动，在华润万家活动门店每销售1件桂格产品，百事公司将会捐赠0.1元善款。如今，“母亲水窖”已然成为中国最受认可的公益项目之一。

### 3、为留守儿童捐建梦想球场

在中国，6000 万个孩子长期和父母分离，缺少父母的陪伴。为守护留守儿童的梦想，让他们都拥有一个健康快乐的童年，2016 年 5 月，华润万家携手清扬、姚基金，设立清扬冠军梦想基金，启动“守护他们的冠军梦想”项目。活动期间，华润万家每卖出 1 瓶清扬，清扬冠军梦想基金即捐赠 1 元，为孩子们捐建篮球场地，并请专业教练到学校教孩子们打篮球。2016 年，该项目为深圳龙岗民工子弟学校和重庆石柱县三河镇留守儿童学校捐建了篮球场地。2017 年，该项目计划为 5 所希望小学捐建篮球场地。

### 4、奥运主题活动

7 月 15 日，华润万家携手可口可乐举办的奥运主题活动暨珍藏品巡展首站于深圳欢乐颂购物中心华润万家南新店启动，并特别邀请前中国羽毛球队员、世界羽毛球锦标赛女子单打冠军——叶钊颖出席了此次活动。在首站深圳展示完毕后，珍藏品在广州、上海、杭州、南京等 10 个城市共计 17 家华润万家门店展出。本次活动向公众展示的奥运珍藏品，均是经过精心挑选，独具历史意义和收藏价值的，旨在让更多消费者可以近距离欣赏到这些极具收藏价值的奥运珍藏品。

### 5、跑步传递正能量

**七彩跑”大 PARTY:** 2016 年 7 月，华润万家苏果业务单元与伊利联合主办“七彩跑”大 PARTY，将苏果 20 周年庆与年轻人运动进紧密连接，并邀请华晨宇助力领跑，宣传社会正能量，推动全面健身潮。

**“奥运，伊起 Run!”大型荧光跑:** 2016 年 7 月 23 日，华润万家西北业务单元携手伊利安慕希在大明宫遗址公园共同举办“奥运，伊起 Run!”大型荧光跑活动。荧光夜跑，被称为“地球上最闪亮的五公里赛跑”，通过此次活动，将健康、快乐、时尚、有氧的运动方式及生活理念席卷全城，用青春感、活力感、奔跑气息和梦幻色彩浓郁的活动，为这个盛夏带来满城的浪漫荧光。

**粉红泡泡跑:** “粉红丝带”作为全球乳腺癌防治活动的公认标识，早已把“及早预防，及早发现，及早治疗”的健康理念传播到全球 70 多个国家，创造了一股健康的“粉红时尚”。2015 年，华润万家与 OLAY 一起，助力粉红丝带，积极倡导女性“爱 TA 要趁早”。2016 年 9 月 10 日，华润万家与 OLAY 沐浴乳再度携手发起粉红丝带运动，邀请演员娄艺潇一起呼吁“爱 TA 要趁早”，助力深圳粉红泡泡跑，呼吁女性关爱乳房，勇敢追求健康和美丽，传递粉红正能量。



## 二、与行业协会友好交流

2016年5月份，华润万家参加了厦门国际有害生物防治行业交流会。该交流会邀请世界卫生组织、中国行业协会、国内外大型食品生产、零售企业等共同参与，对我国虫鼠害治理的进程和前景，国家卫生城市病媒生物防治评估内容和要求，以及国内外企业的防治等议题进行经验分享。华润万家环境健康安全部相关人员出席了此次会议，讲解了虫鼠害对零售业的危害，分享了华润万家制定全方位综合管控措施控制虫鼠害的经验，同时也呼吁国际组织和国家政府大力发展科学技术，倡导环保高效地治理有害生物。

## 三、与政府友好合作

从2014年开始，华润万家承接广西壮族自治区商务厅组织开展广西特产行销全国活动，推动广西特产开拓全国市场，加深全国人民对广西名优特色产品的了解和认识。截至2016年底，已在南宁、重庆、成都、西安等地举办了8场芒果专场推介会，拥有16家广西特产供应商，经营品种达300多种，已进驻我司在广州、深圳、珠海、湖南、重庆等城市的超市，年销售额达3000万元。在超市，我们增设了广西特产集中售卖专区，以专柜形式提升陈列、视觉效果和顾客感观，增强互动，强化气氛布置及统一标准，并扩大引进和培育广西特产知名供应商的数量和规模，提升特产品种的丰富度和多样化，为广西加快品牌化发展、提升品牌价值提供了源头基础。



## 四、与媒体积极沟通

### (一) 加强舆情管理

2016年,华润万家及旗下品牌相关的网络信息 144310 篇,舆情倾向为中性偏正面,正面信息约为负面信息的两倍,整体舆情态势良好。其中,社交媒体的涨幅最为显著,尤其是微信微博平台。新闻平台总体传播量为 69282 篇(同比上涨 60%),相较 2015 年,正面报道量翻倍增长,负面信息量降幅显著,整体舆情管理成效显著。

本年度,华润万家总体曝光量及正面发声量的大幅提升,说明媒体及大众近年来对我司关注度的不断攀升,我司作为企业公民的各项履责情况得到社会大众更多的关注与认可,如公益扶贫项目的开展、节假日的让利优惠、社区的关爱互动等,均获得较高评价,引发了媒体的主动传播。

同时,机遇与挑战并存。近几年,随着消费领域法制化建设的持续推进,消费者权利意识不断提高。而且,伴随着媒体格局的嬗变,消费者的媒介接触习惯也已发生改变,社交媒体平台日渐成为反馈意见的渠道。因而,越来越多地消费者通过社交媒体反馈门店经营管理的问题和员工的失误,并经由社媒的扩散效应和主流媒体的关注而放大事件。

2016 年度,新闻负面舆情事件 TOP10 中,负面信息主要涉及食品质量安全、供应商资质、闭店等问题。这些负面舆情事件不仅映照出公司经营管理中存在的不足之处,也推动公司内部不断审视、反思与改进,规范企业社会责任践行。

华润万家始终将社会舆论监督作为践行企业社会责任的“指南针”与“助推器”,以顾客为中心,通过诚信接受媒体监督,维护公众知情权,明晰各项要求,开展自查整改工作,以更好的面貌展现一名合格企业公民的经营活力和坦诚态度。

### (二) 改善媒体关系

华润万家始终坚持与媒体保持顺畅沟通,进行良性的信息互动,建立互信合作的良好企媒关系,共同践行社会责任,致力于实现企业-媒体互利共赢。

1 针对企业内部经营现状及问题,华润万家通过主动邀请媒体走访门店,主动接受公众监督,实事求是对外传播企业真实情况,传递公司积极向上的经营理念。

2 针对媒体常规采访及问询,华润万家积极配合,向媒体披露真实信息,避免由于信息不对称导致媒体猜测与误解,进而引发不必要的纠纷,积极取得媒体的正向理解,引导媒体公正、客观、平衡地进行正向报道。

3 2016 年,华润万家借助新业务开展、大型营销活动等契机,积极与媒体进行互动。全年共有 1631 家主流媒体、行业媒体、主流门户网站参与华润万家的正面新闻报道,传播量达 5943 篇。

4 通过了解媒体新闻资讯,华润万家积极响应社会公益活动,主动帮扶社会困难群体,做力所能及的“好人好事”,与媒体共同营造互帮互助的社会风气。

# Four肆

携手顾客 改变生活

## 一、完善客户投诉机制

- (一) 各业务单元设立客诉专线
- (二) 门店服务台受理投诉
- (三) 专人负责跟进网上投诉
- (四) 设立顾客意见箱及回复栏
- (五) 遵守顾客投诉处理原则

## 二、优化售后服务体系

- (一) “万家送”送货服务
- (二) 顾客无忧退换货服务
- (三) 家电带货安装服务

## 三、创新会员管理服务

## 四、传递食品安全理念



爱顾客就是爱自己，这是万家对于顾客的承诺。华润万家一直致力于维护顾客权益，提升顾客满意度。作为大型零售商，我们不断优化客户投诉机制和售后服务体系，并积极运用自媒体不断创新会员服务，认真对待每一份客诉，以贴心、暖心的服务让顾客放心、安心。作为食品行业的一分子，我们通过举办食品安全月活动等活动实际行动，传递食品安全理念，为顾客构筑健康“防火墙”。

## 一、完善客户投诉机制

### （一）各业务单元设立客诉专线

各业务单元统一设立“400 顾客服务电话专线”并安排专人接听、受理。为顾客提供便利咨询方式，并能够快速受理顾客投诉，有效提升顾客对投诉处理的满意度。

### （二）门店服务台受理投诉

现场受理顾客投诉；电话受理顾客投诉；跟进、协助商品部门受理商品质量投诉；进行回访顾客。

### （三）专人负责跟进网上投诉

客诉人员统一跟进处理；设立回访机制；对处理结果进行汇总、分析。

### （四）设立顾客意见箱及回复栏

门店服务台旁设立顾客意见箱；服务台值班经理每天开启意见箱查看、收集；三天内回复顾客意见或建议；对顾客的意见或建议在意见回复栏内公开回应。

### （五）遵守顾客投诉处理原则

#### 1 礼貌接待

任何一级管理人员及员工，须积极、认真地对待顾客投诉，认真倾听、礼貌用语；客观看待问题，设身处地为顾客着想；填写《投诉记录表》，以便统计和将来改进。

#### 3 首问责任制

投诉事件处理的全部过程中，主要的接待人员需对投诉处理应进行全过程跟踪：即从受理到投诉者获得满意答复的全过程；如投诉事件较复杂，需多人参与，则需确保与顾客直接沟通的人员不得超过 3 人，避免频繁换人引发顾客不满。

#### 2 快速反映

处理顾客投诉人员接到投诉要快速反映、及时解决、及时答复；对能够当场解决的问题立即解决，不能当场解决的，应向投诉者合理解释，与顾客协商约定时间处理。

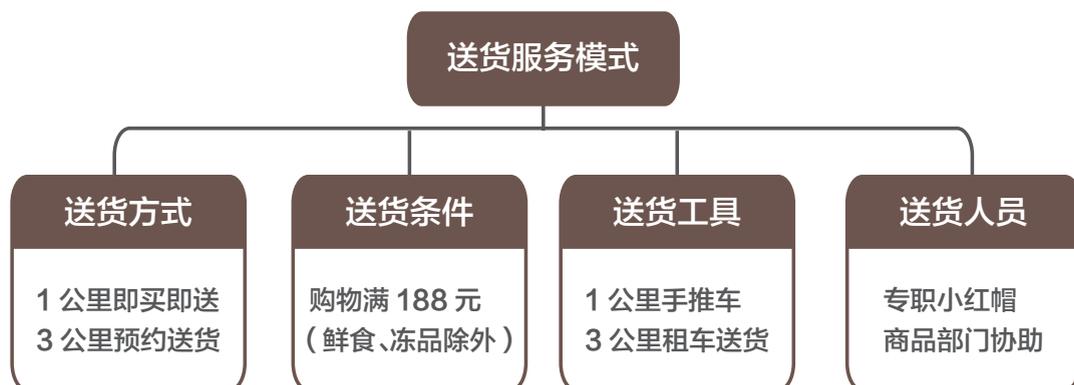
#### 4 合理解决顾客投诉

严格依据《顾客权益保护法》相关规定，从顾客角度出发解决问题。

## 二、优化售后服务体系

### （一）“万家送”送货服务

2015年以来，华润万家开始实行“万家送”送货服务。截至2016年底，该项目已经覆盖5个业务单元，涉及门店数389家，为门店3公里内的顾客提供快捷的大众商品购物与配送服务。



### （二）顾客无忧退换货服务

依据《消费者权益保护法》、《中华人民共和国产品质量法》、《中华人民共和国食品安全法》等相关法律法规，完善《华润万家大卖场门店顾客销售退换货处理流程》，指导门店妥善处理顾客商品退换货并提高处理速度和效率，最终提升顾客对华润万家的满意度；

顾客所购商品属国家颁布的《部分商品修理更换退货责任规定》或其它有关商品退换货的法规范围内，100%按国家规定执行；

对国家无相关规定的商品，自购物之日起，无质量问题的原包装商品，可在7天内进行退货，有质量问题或性能故障的商品可在15天内进行退货。

### （三）家电带货安装服务

由营运部、商品部连同供应商，为在门店购买大家电类商品的顾客，快速办理门店下单、送货上门、安装到户、贴心到家的一条龙解决方案，为顾客解决后顾之忧，提升顾客满意度。

### 三、创新会员管理服务

华润万家顺应互联网移动化的发展趋势，于2014年起自主设计建设起了“互联网顾客沟通平台”。该平台以微信公众号为切入点，充分考虑华润万家全国、业务单元、地市、门店四级的业务管理架构，充分利用微信服务号的高级接口功能，创新地设计出分层分级的粉丝管理架构，并以业态品牌为单位，同时接入管理运营了7个全国统一微信服务号：“华润万家超市”、“华润苏果超市”、“V+ 超市”、“乐购乐活派”、“华润万家便利超市”、“V>nGO 便利店”和“苏果标超便利店”。

该平台与万家的会员系统和券系统打通，实现了华润万家自有的 O2O 闭环营销能力。截至2017年4月，累积粉丝超过2300万，单号粉丝最多的“华润万家超市”粉丝超过1300万，共绑定会员粉丝达1000万。共组织了春节、三八妇女节、欧洲杯和奥运会等全国性的粉丝互动营销活动超过50次，单次活动参与粉丝数最高超过130万人。各业务单元共策划组织开展了74场区域性互动营销活动，活动累计访问人数超过2400万，活动参与人数900多万，领取各类活动优惠券超过1000万张。



通过“互联网顾客沟通平台”，华润万家实现了将线下客流转化成了线上微信粉丝群，在万家与顾客之间架起了可以精准营销的移动互联网沟通渠道。它不仅支持组织实施全国性的单品牌和跨品牌联合的线上互动营销活动的需求，还可以支持开展分品牌、分大区、分城市、分门店等多层级的个性化互动营销活动的需求。

基于华润万家庞大而活跃的微信粉丝群，该“互联网顾客沟通平台”已可以实现各集团和公司的互联网战略项目进行高效的引流，如支持华润通项目。“华润万家互联网顾客沟通平台”已真正成为了华润万家自有的一个互联网营销的有效工具。

## 四、传递食品安全理念

为迎接顾客权益日的到来，2009年伊始，华润万家每年3月至4月在全国各地开展丰富多彩食品安全月活动，邀请顾客深入了解我司的各项质量管理措施。2016年3月，华润万家在全国范围内启动主题为“星鲜生活”的食品安全月活动。

此次活动，一方面我们承袭连续多届的“食品安全知识竞赛”，为给顾客传递食品安全知识、常识和健康的消费理念。另一方面，我们还通过“星鲜来看”开放日主题活动、“星鲜友邻”食品安全进社区主题活动、自有品牌商品品鉴会等活动形式，让顾客参与其中，参观源头企业或基地，深入了解操作间、物流DC、加工中心、检测中心等超市食品加工、运输等的操作规范和流程，互动性和趣味性十足。

华润万家食品安全月活动的成功举办，得到政府、行业、媒体的社会高度关注，取得了良好的社会效应的同时，也树立了华润万家企业公民形象。

“作为扎根在中国、布局在全国的食品零售连锁企业，华润万家努力践行企业社会责任，主动向顾客传递食品安全知识与健康的消费理念，与全社会共同促进食品安全行业的健康发展。”——联商网



# Five 伍

保障安全 共筑和谐

## 一、安全管理

- (一) 优化安全制度，健全安全体系
- (二) 及时安全预警，强化安全演练
- (三) 加强安全培训，严格安全检查

## 二、回馈社区

- (一) 心系儿童成长
- (二) 情暖夕阳红
- (三) 关爱基层劳动者
- (四) 开展文娱活动



## 三、帮扶三农

- (一) 缓解蔬菜滞销
- (二) 援助水果滞销

## 四、扶危济困

- (一) 捐赠善款
- (二) 捐助物资



作为优秀的企业公民，华润万家积极践行公共责任，通过不断健全安全管理体系，全力保障安全生产；并通过持续关爱社区弱势群体、发挥基地直采和供应链优势帮扶三农、捐赠善款与物资以扶危济困等公益善举，竭诚回馈社会，努力成为友善、亲和的社区一员。

## 一、安全管理

### （一）优化安全制度，健全安全体系

为全面提升华润万家的应急安全管理的有效性、有序性，最大限度节约公司成本、减少事故，全面实现华润万家的安全管理风险可控，持续改善满足 OHSAS18001 标准的职业健康安全管理体系，华润万家 2013 年启动安全管理体系信息化项目，2016 年已建立“风险——应急——一体化”安全管理信息化体系。该体系完善了风险治理与应急管理的衔接机制建设，强调应急管理“关口再前移”，顺应了当今应急管理的必然趋势；同时将当前常态化的零散风险治理形成系统性的有效管理，将风险辨识和评价结果充分纳入应急准备环节，形成闭环式治理体系。

2016 年，华润万家还修订了《华润万家 EHS 信息传递与报告制度》，并建立了《华润万家环境健康和安全隐患管理制度》、《安全负责人约谈制度》、《EHS 预警管理指引》等制度，从预警、危险源、信息传递等方面，最大限度控制安全隐患，全面加强安全管理。

### （二）及时安全预警，强化安全演练

2016 年度，为保障员工安全，华润万家发布了《关于近期低温雨雪天气的风险预警》、《关于安全用电的风险预警》等 8 个风险预警和提示。

2016 年全年，我们还在旗下门店共开展演练 8131 次。演练的项目包括：火灾突发事件、恐吓勒索事件等季度演练项目，自然灾害突发事件、紧急停电突发事件等半年演练项目以及人员中毒突发事件、质量安全突发事件等年度演练项目。通过以上应急演练，使门店了解事故发生时每个应急小组的工作职责，也让门店全员深刻了解“四个能力”建设及食品安全的重要性，面对紧急情况的时候处理能更加的从容，努力做到“沉着、快速、全面、细致、果断”。



华润万家安全演练项目

### （三）加强安全培训，严格安全检查

为提高华润万家员工的安全防范意识，并增强安全生产监督管理的实效，我们在 2016 年度开展了一系列的安全培训和检查工作。



▶ **2016年4月24日至29日**

华润万家对各业务单元 20 余个门店、DC 及施工工地现场进行交叉检查。

▶ **2016年6月**

华润万家围绕“深入基层开展安全宣讲活动、开展安全事故警示教育、开展应急救援和演练活动、开展安全文化推介活动、做好防暑降温等关爱员工活动”等 5 个主题开展活动和安全生产自检、抽查工作。

▶ **2016年7月27日至28日**

华润万家开展了为期 2 天的危险源及隐患管理系统培训，对新安全生产法宣导。

▶ **2016年9月6日至13日**

中秋国庆节前联合安全大检查工作。

▶ **2016年11月7日至31日**

根据华润集团 EHS 部的年度安全内审工作计划，结合公司年度安全生产管理工作计划，总部安委会对 19 家门店、7 家 DC 开展了安全内审工作。

▶ **2016年12月23日至30日**

华润万家开展岁末年初安全生产大检查工作。

## 二、回馈社区

### (一) 心系儿童成长

华润万家长期心系儿童的成长，致力于为贫困地区的孩子创造更为优质的教育环境，持续关爱留守留守儿童和特殊儿童，努力给他们一份踏实的安全感，让他们感受到生命的可贵与美好。我们还通过组织儿童社会公益实践和才艺大赛等活动，锻炼孩子们自立自强的能力，让他们尽情展现天赋才能。

#### 1、助力“美丽中国”，创造TA的优质教育

2016年9月7日至9日，华润万家联合腾讯公益，助力一年一度全民公益盛典——“99公益日”，共同为贫困地区的孩子创造接受优质教育的机会。华润万家作为此次“99公益日”中唯一一家零售商超企业，共投入128家大卖场作为线下宣传站点，辐射近300万消费人群，通过线下渠道接驳线上腾讯公益平台，助力“美丽中国”助学活动，让更多人了解并加入互联网公益大军，用指尖的力量，改善乡村教师的教学条件，让所有中国孩子，无论出身，都能获得同等的优质教育，看到前所未有的未来。



#### 2、组织儿童公益实践，培育TA的自立能力

华润万家长期关注儿童的成长，通过组织各类社会公益实践活动，既锻炼了儿童自立自强的能力，也培养了他们的公益之心。我们期待着，爱心可以永续传递。

2016年2月4日，华润万家苏果业务单元组织了“我和苏果共成长——‘我是小小售货员’社会实践公益活动”，并邀请了18位一年级小朋友参加活动。经过短暂的培训，小朋友纷纷走进卖场对门店商品进行宣传和售卖，并用自己的劳动成果获得了精致的奖状与精美的小礼物。

2016年2月28日，苏果业务单元丰县店联手徐州都市晨报组织了为期4天的爱心义卖报纸活动，徐州市各县团委、丰县实验小学等学校的近30名优秀小记者参加了此次活动。小记者们在超市共卖出700多份报纸，并将爱心款作为爱心基金捐助给当地红十字会。活动结束后，我们还为每位小记者都准备了风筝、存钱罐、小记事本、棒棒糖等爱心礼品。

### 3、关爱留守儿童，守护TA的灿烂笑容

近年来，留守儿童问题日益严峻，也一直备受社会各界关注。为让外来务工者安心工作，为给孩子一个温暖的港湾，华润万家也一直尽己之力，呵护着他们的成长，守护着他们的笑容。

每年暑假，外来务工者的孩子总希望可以到爸爸妈妈身边呆上一段日子，但是白天大人往往无暇照顾孩子，他们的学习、娱乐和安全都成了令人担忧的问题。为给他们一个快乐的暑期生活，自2006年开始，联合杭州网义工分会每年暑假举行一期“小候鸟”留守儿童夏令营活动，每期40天左右，至今已举办了11期。华润万家华东业务单元从2009年暑假开始正式参与，迄今已参与了8期夏令营活动，该活动全部免费，由义工为孩子们安排好夏令营地点、教师、课外活动甚至上下课接送等事宜，还举办了开营仪式和毕营汇报演出。截至2016年，参与过我司的夏令营活动的外来务工子女近400余人，覆盖全国近20个省。



华润万家还积极组织留守儿童的各类社会实践活动，积极为孩子打造一个彩色的童年。2016年7月29日，华润万家无锡乐都汇购物中心与上马墩街道街道联合，组织30名留守儿童开展自制丝网花活动，让孩子们学习变废为宝，节约能源资源，保护生态环境，做一位绿色的新小居民。8月中旬，我们又带领青海的贫困孩子到购物中心，让这些孩子看一场电影，赠送他们一批学习用品，感受苏州这座全国文明城市的爱心。

青少年儿童的安全问题，已成为社会各界关注的热点问题。尤其是外来务工人员，他们因为忙碌而辛勤的工作，缺乏对子女的照顾和安全教育，更容易发生意外伤害，导致家庭悲剧。华润万家华东业务单元携手浙江太古可口可乐共同发起“华润万家 & 纯悦安全守护计划”，意在帮助外来务工子女学习安全防护知识，提高安全保护意识，避免意外伤害的发生，守护着孩子们安全成长。



## 4、举办儿童才艺大赛，展现TA的才能天赋

组织儿童才艺大赛是华润万家和顾客、孩子沟通感情的一种方式。通过才艺大赛，既可以为孩子们提供发挥才能、展现天赋的一个平台，也有利于丰富孩子们的业余生活，情操陶冶，张扬个性。

2016年5月，华润万家苏果业务单元携手奥妙举办的“小小梦想家”儿童画大赛。此次比赛面向3-12岁的儿童，意在激发其绘画热情，表达美好生活。冠军得主可获价值5000元的上海迪士尼旅游机会。此次大赛共计收到画作约3500幅，苏果从中挑选35幅作品，颁发奖品。



2016年5月29日，为了让孩子们更开心地度过自己的儿童节，华润万家广州公司联手乐娃艺术培训中心，组织了3-12岁具有舞蹈、武术、语言艺术、相声等特长的小朋友，举办了一场“庆六一、乐娃才艺大赛”活动。本次活动设立一等奖2名，二等奖3名，三等奖5名。参与活动报名的顾客小朋友多达到200人，并得到了顾客和社会的高度好评。

## 5、关爱特殊儿童，让TA和我们一样

在2016年元旦到来之际，华润万家天津福州道店积极响应天津滨海助残志愿者协会发起的“圆蛋”活动，号召顾客捐赠一枚鸡蛋，让残疾儿童每天能吃上一个鸡蛋，帮助阳光家园的孩子们增进营养。活动中，志愿者们精心准备了鸡蛋、面粉、水果等，同漓江里社区居民和工作人员一起为滨海新区阳光家园启智托养院的残疾儿童送去节日的慰问，奉献一份爱心。



自闭症儿童也被喻为“星星的孩子”，他们在语言沟通、社会互动等方面存有很多的困难，难以融入社区。2016年7月26日，华润万家江苏公司携手苏州园区汤妈妈公益组织，组织部分自闭症儿童及社区儿童，在华润万家苏州店开展自制扇子活动。该活动给自闭症儿童提供了一个与朋辈互动和社区互融的平台，这对于孩子以及家庭来说，都是难能可贵的体验。

2016年8月，为关爱智障儿童，华润万家江西公司开展了“为TA圆一个更真实的暑假游”计划。我们联合南昌仁爱之家，在暑期组织这群折翼的天使来到南昌万达海洋公园，让他们和同龄孩子一样体验实实在在的一次旅游，给TA一张毫无PS痕迹的真实旅游照。

2016年感恩节当天，华润万家天津外滩店邀请阳光家园的智障儿童来到店内参加感恩节DIY爱心活动。在活动中，门店烘焙师傅现场教孩子们制作精美的爱心蛋糕，用独特的方式表达了对社区残疾人的关爱。此次活动也让孩子们学会感恩，让每一个参与的孩子都能感受到生命的可贵，生活的美好。

## (二) 情暖夕阳红

尊老爱老是中华民族的传统美德，为了更好地传承孝老文化，关爱身边的老人，华润万家积极为独居老人和贫困家庭送去关爱。

### 1、帮困结对项目

从2012年开始，华润万家华东业务单元与天运社区、天城社区、万家花园社区、濮家新村社区开展独居困难老人帮困结对项目，通过每月为20户独居困难老人每户发放100元关爱卡(超市购物卡，中秋、春节200元)。截至2016年底，共计帮扶80户困难老人，总计19.5万元。该项目得到了社区居民及街道的好评，成为江干区政府、人大工作成功模例，并在区内推广。

### 2、春节送暖活动

2016年1月27日，华润万家浙江公司与社区志愿者们一起走进鄞州区东莺社区、桑菊社区、世纪社区、新区社区等100户独居老人和贫困家庭中，给他们送去年货。大家一起帮忙除尘，贴“福”

### 3、爱长者重阳活动

重阳节前后，华润万家华东业务单元又开展了敬老院慰问、请老人吃甜品、免费测血压等丰富多彩的重阳敬老活动。重阳节当天，华润万家携手鲁花，在苏州园区店、浙江前应路店上演了家常菜厨艺秀活动，邀请长辈及社区老人们品尝。此举不仅丰富了周边社区居民业余生活，展示辖区居民“厨艺水平”，还让老人们过了一个特别的重阳节。



## (三) 关爱基层劳动者

在每个城市里，有许多默默无闻的基层劳动者，为了一份责任、一份坚守，无论严寒酷暑，他们穿梭于每一条街巷，用辛勤的劳动诠释劳动之美，展现平凡劳动者的美丽风采。华润万家感念他们的辛勤奉献，寒冬时献温暖，盛夏时送清凉，以实际行动为坚守岗位的他们送上一份关怀。



### 1、新春佳节，为“城市美容师”送“福”

2016年2月，新春佳节即将来临，为给“城市美容师”送上新年祝福，华润万家与江干区团委、江干区城管局联合开展为“城市美容师”送“福”字主题活动。华润万家旗下V>nGO门店在杭已拥有68家门店，“城市美容师”们不但能喝到热水，在店里热饭，还能直接在店里就餐。

## 2、“51微笑”，向辛勤劳动者致敬

五一劳动节期间，华润万家华东业务单元联合滴滴快车共同发起“51微笑”，向城市辛勤工作的劳动者致敬活动。华润万家浙江、江苏门店邀请了顾客代表、义工向光荣的一线普通劳动者表达节日献礼。在他们之中，有的是用双脚丈量城市的道路，辛苦打扫城市街道的环卫工；有的是勤勤恳恳方便顾客出行，穿梭在城市的公交车司机；有的是早出晚归只为确保民生用品 365 天无忧购物的商场工作者；有的是热心公益、无私奉献的优秀志愿者。



## 3、天寒之际，倒一杯热水

2016年2月，天津《渤海早报》刊发了一篇名为《请为“马路天使”倒杯热水》的稿件，在社会上引起强烈反响。华润万家华北业务单元积极加入为环卫工人献爱心的行列，为超市附近工作的环卫工人免费提供热水，免费为他们加热食物，有条件的门店还为他们提供临时取暖休息的场所，用实际行动为环卫工人献上温暖。

2016年12月，华润万家苏果业务单元1200多家标超、便利店开展“给环卫工人送温暖”活动，为环卫工人免费提供热水、免费微波加热、桌椅吧台休息等送温暖服务。

2016年12月26日，由华润万家、市容环境卫生监管中心和浙江之声共同开展“温暖小屋”的活动正式启动，为贴心“送暖”服务，华润万家旗下V>nGO便利店、乐购express标超向杭州市内环卫工人免费开放作息，提供热饭、暖水服务。



## 4、炎热之时，送一席清凉

2016年8月期间，华润万家华东业务单元携手华润怡宝，在苏州、杭州、慈溪、宁波4个城市举办“高温送清凉”活动，向在烈日下坚守岗位的城管、交警、环卫工等人员，送上了怡宝矿泉水。参加活动的门店将贴上爱心标志，高温一线人员可以进店休息，门店提供怡宝水。活动期间，共赠送怡宝水3万余瓶。2016年8月19日至21日，华润万家苏果业务单元也和怡宝联手推出“关爱环卫工人”公益活动，共准备了1万余瓶怡宝纯净水，南京市环卫工人可在市内400多家苏果便利店、“好的”便利店免费领取。



2016年8月17日，华润万家西北业务单元联合河南广电，一同为南阳路街道办事处环卫工人们送去新疆哈密瓜。接到爱心哈密瓜，环卫工的心里乐开了花，直夸瓜甜，更一致为华润万家这样的爱心企业点赞。

## （四）开展文娱活动

### 1、鲁迅文化跑

2016年是鲁迅先生诞辰135周年纪念，为致敬伟人，华润集团独家冠名上海市第二届顾客运动会主题活动——鲁迅文化跑（上海站），以实际行动助力弘扬鲁迅精神、传播公益理念。2016年11月1日，由华润爱好长跑运动的员工们自发组织的团队“润马会”，将作为主力代表“华润队”出赛，来自华润万家JV华东业务单元的众多员工积极响应，踊跃参与了此项文化体育盛事。



## 2、“爱心送考”公益活动

2016年5月30日,华润万家苏果业务单元徽州大道购物广场联合芜湖路街道友谊社区党委、合肥零点爱心车队及社区志愿者开展“爱心送考”公益活动,在6月7日、8日帮助合肥市内40多名留守考生、家庭贫困及身体行走不便的考生,安全准时抵达考场。高考期间,我们号召多方力量营造“绿色、畅通、和谐”的人文交通环境,弘扬奉献精神,增强社会正能量。

## 3、节假日社区慰问活动

华润万家JV华东业务单元各门店在节假日开展社区慰问和公益活动,为社区居民送去温暖和便利。包括春节慰问、重阳节敬老、元宵节包汤圆、端午节儿童福利院包粽子、中秋关爱弱势群体、腊八慰问环卫工人等。

冬至时节吃饺子早已是一种习俗。为了让社区居民过一个温暖的传统节日,在冬至来临之际,华润万家天津福州道店和塘沽外滩店分别开展了以“冬至老少乐 暖心邻里情”为主题的活动,特地邀请社区居民一起包饺子过冬至。此活动不仅让居民体会到传统节日的习俗,还融洽了邻里间的关系,让邻里温情在热腾腾的饺子中不断传递。



## 4、举办广场舞大赛

2016年6月至11月,华润万家苏果业务单元联合《江苏卫视-城市频道》“零距离”栏目,共同走进社区,在19家购物广场举办了约90场“广场舞大赛”,丰富了社区居民生活。2016年10月15日,由华润万家超市主办,新浪陕西协办的“舞动华润 全民健身”华润万家广场舞大赛在西安市纺六路店广场举行,经报名筛选的11支舞蹈队逐一亮相,精彩的表演赢得了观众和评委的阵阵掌声。



## 三、帮扶三农

### (一) 缓解蔬菜滞销

#### 1、采购三原安乐西红柿

2016年6月22日，在得知三原安乐西红柿滞销的消息后，华润万家西北业务单元第一时间深入产地，对安乐村等地进行现场考察和采货。现场收购20000斤，后续又采购了西红柿30000斤，以实际行动切实缓解了农民蔬菜滞销的问题。



#### 2、采购大荔县白马营村大葱

2016年7月3日，陕西电视台《都市快报》报道了大荔县白马营村五百吨大葱滞销的消息后，华润万家西北业务单元第一时间积极与当地村民取得联系，前往当地考察，采购了近10000斤大葱，缓解了当地农民的滞销难题。

### (二) 援助水果滞销

#### 1、售卖爱心苹果

河南灵宝果农卖苹果难的消息一经传出，华润万家积极行动，派出采购团队前往灵宝了解苹果滞销状况。2016年3月13日，一车车的灵宝苹果被快速运往华润万家河南公司各门店，次日在郑州市8家门店进行平价销售，呼吁顾客“买一份苹果，献一份爱心”，共同帮助灵宝果农度过难关。此次共采购灵宝苹果30吨，帮助了十几家果农，除去运输等费用，企业零利润销售。

#### 2、售卖爱心桃

凤阳采摘园是合作社农民自筹资金建成的扶贫基地，其中包含8位残疾人和贫困户，6月采摘季，却面临10万斤大白桃滞销的窘境。经与滁州天使协会沟通，华润万家苏果业务单元立刻联系果园负责人，表达帮扶意向并派出车辆上门采购。2016年6月20日，首批滞销大白桃在苏果三家门店销售，每斤售价1.68元，通过大力推广，三天内共销出12000斤。

2016年6月22日，通过媒体报道得知周至县桃子滞销的消息后，华润万家第一时间深入产地，与当地村民积极联系，进行现场考察和采货。据当地村民反映，这种沙红桃水多味甜，口感脆硬且肉质细，但今年桃子快要掉落仍无人问津。华润万家率先首批收购了5吨桃子，后续又以每天6-10吨的量进行收购，第一茬桃子收购总量约300吨，当地村民喜出望外。

### 3、售卖爱心桔

华润万家华东业务单元、浙江太古可口可乐常年捐助衢江区希望小学，他们了解到一些困难桔农学生家庭全靠自家地里的桔子养活全家，今年桔子品质优良但由于卖相不好而滞销，一家老小都很发愁。华润万家决定组织售卖爱心桔，超市采购人员跟农户到田地进行察看检验后，共收购困难桔农首批 14000 斤蜜桔。2016 年 12 月 9 日上午，华润万家杭州 6 家门店开始售卖这些“爱心桔”，以 1.5 元 / 斤的价格销售，既让利于民，也不遗余力地困难桔农家庭解决燃眉之急。



## 四、扶危济困

### (一) 捐赠善款

#### 1、向南京慈善总会捐赠善款60万元

为使南京市困难群众能过上一个欢乐祥和的新春佳节，2007年苏果业务单元向南京慈善总会认捐1000万元，并承诺分十几年捐赠完毕。2016年底，苏果业务单元向南京慈善总会捐赠60万元，爱心物资发放仪式在南京市救助站温暖启幕，副市长、爱心企业代表、受助单位代表、困难群众代表等百余人参加活动，市慈善总会陈维健会长接受捐赠并为爱心单位颁发捐赠证书。目前该项目已持续10年，共计向南京慈善总会捐赠600万元。

10年共计捐赠

600万

#### 2、为困难儿童募捐善款3万余元

自2010年11月以来，华润万家JV华东业务单元已连续六年每季度定期携手《阿彦和他的朋友们》爱心团队举办慈善义卖活动，由门店提供部分义卖物资及场地，每期均筹得善款数千元人民币，悉数用于上海市儿童福利院及其他困难人士。2016年，共举行了5场义卖，筹得善款19000元。

此外，JV华东业务单元还携手当地“阳光之家”，开展爱心慈善义卖，每季度进行筹款，全年累计筹款12000元，用于资助智障儿童或红十字会救助对象。



## (二) 捐助物资

### 1、为受灾地区捐助物资近9万余元

2016年6月20日,受昌江洪峰影响,江西省鄱阳县古县渡镇向阳圩出现约100米宽的溃口。古县渡镇连夜转移3200名群众各地官兵连夜集结赶往鄱阳县古县渡镇向阳圩开展抢险救灾工作。华润万家了解灾情后第一时间反应,从全省各地紧急调配包括250箱矿泉水、50箱方便面,价值约15000元,从鄱阳发往灾区古县渡镇。

2016年6月23日下午,江苏省盐城市阜宁县、射阳县部分乡镇出现强雷电、暴雨、冰雹、龙卷风等强对流天气,华润万家苏果业务单元积极响应紧急救援号召,于6月24日上午立即启动救援工作,苏中地区门店紧急调集救灾物资分头奔赴阜宁、射阳灾区救援。救灾物资包括饮用水、方便面等生活必需品,价值约13000元。

2016年7月初,安徽、江苏等多省连续强降雨,给多地造成洪涝灾害。从7月4日起,苏果业务单元安徽潜山、枞阳、安庆、桐城、宣城、郎溪、马鞍山等地共10多家门店迅速组织救灾物资驰援当地灾区。援助的物资包括矿泉水、方便面、饼干、面包、糕点、牛奶、衣服、香皂、脸盆、拖鞋等急需物资,价值约65000元。



### 2、为西北贫困地区捐助近3000件衣服

2016年10月,华润万家常州门店联手爱益阳光助学协会举行“衣旧情深,让爱暖冬”活动,累计义卖和捐赠达6000余元,为西部贫困地区10所学校的孩子们捐助904件校服、1873件冬衣。

### 3、向西南贫困地区捐赠55袋大米

2016年10月17日是全国第3个“扶贫日”第24个国际消除贫困日,华润万家西南公司携手华润五丰积极响应成都市商务局和成都零售商业协会的号召,向贫困地区捐赠了55袋大米。10月13日,我们将此批物资分发到金堂县龙王镇白果村的22户贫困户手中。

### 4、为困难家庭捐助2000个爱心百福袋

2016年华润万家香港超市业务单元继续赞助义务工作发展局“义动传城 义动传情”大行动。11月1日至30日,顾客于华润万家超市支付50元即可认捐一份爱心百福袋,为有需要的家庭送上温暖,活动期间,一共捐助了2000个爱心百福袋。



# Six 陆

环保节能 绿色运营

## 一、节能减排

- (一) 加大节能环保投入
- (二) 开展节能环保活动

## 二、绿色办公

- (一) 垃圾分类
- (二) 合理用纸
- (三) 视频会议

## 三、绿色生活

- (一) 洁净太湖水
- (二) 万亩植绿计划
- (三) 寻找城市之美
- (四) 地球一小时



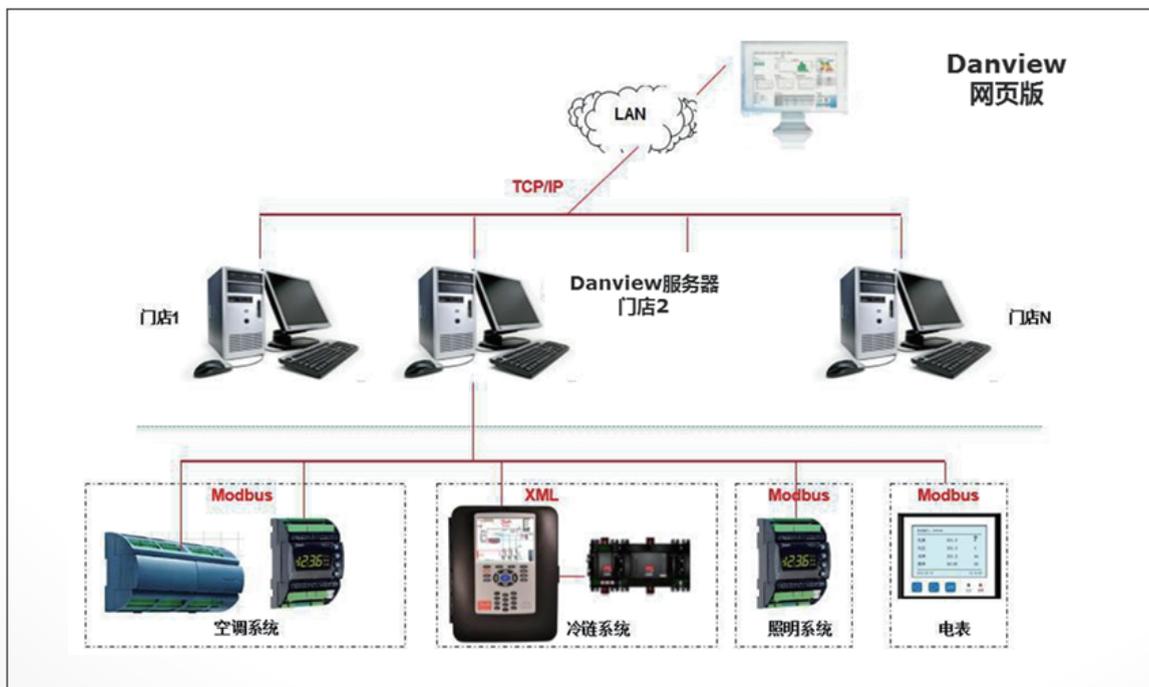
作为一个有责任心的企业公民,华润万家在不断寻求经营发展的同时,更注重经济发展和生态文明的和谐共进。我司总部专门设有环境健康安全部,对公司相关项目环境保护、节能减排进行监督和管理。公司也积极推行绿色办公,通过垃圾分类、节约用纸、空调温度控制、固定开关照明、增加绿色植物、视频会议等一点一滴的举措,减少生活垃圾和资源浪费。我们还通过净水、植树,以及支持地球一小时等公益活动,切实践行绿色生活。

## 一、节能减排

### (一) 加大节能环保投入

#### 1. 华润万家下水径店节能示范店项目

华润万家下水径店节能示范店项目于2015年11月开始实施,并于2016年1月27日顺利开业。此项目是我司节能技术综合应用的里程碑,采用了丹佛斯全店能源管理集约控制技术,实现了对冷链、空调、照明、电量的一站式精确监控,不但提高了能源使用效率,也为华润万家未来实现高效集约型管理模式奠定了坚实基础。经过测试,该项目实现了空调系统节电29.5%,冷链系统节能30%的“能耗减法”的预期,其中冷链的投资回收期和空调的投资回收期都在两年左右。



项目示意图

## 2. 上海锦绣店溴化锂空调机组更换为电制冷机组

JV 华东业务单元完成上海锦绣店溴化锂空调机组更换为电制冷机组，节能效果明显。预估全年节能 27 万元，实际达到 41 万元。通过多项节能措施，2016 年能源费预算 1.76 亿元，实际发生 1.62 亿元。具体措施包括：指导门店规范重点用能设备日常操作，减少能耗浪费；成立节能工作小组，落实门店现场节能工作落实；制定节能目标上墙公示，每月追踪完成进度；利用华润集团协同优势，推动安徽、浙江区域大客户购电优惠政策；推进节能技术改进项目启动。门店积极申报参选“节能环保示范大型综合超市”创建工作，配合政府部门或行业协会开展低碳行动宣传、控烟禁烟宣传活动。



冷链压缩机房



冷链热回收

## （二）开展节能环保活动

### 1. “全国节能宣传周”活动

2016 年 6 月 12 日至 18 日是“全国节能宣传周”，6 月 14 日为“全国低碳日”，华润万家根据华润集团要求，围绕“节能领跑，绿色发展”的全国节能宣传周活动主题和“绿色发展，低碳创新”的全国低碳日活动主题，运用海报和宣传栏积极传播节能减排。我们还结合公司实际，确立了“宣传普及节能减排，积极倡导文明、节约、绿色、低碳的生活和办公方式，提升全员的节能减排意识，展现企业重视节能减排和环境保护的良好社会形象”的活动宗旨，组织公司各业务单元及门店开展了丰富多彩、形式多样的节能宣传周和低碳日活动。



## 2. 华润万家Ole' 节能减排活动

作为华润万家旗下的高端精品超市品牌，Ole' 也通过业务中的每个细节，呼吁更多人参与到节能减排工作中。

从2013年6月开始，华润万家旗下Ole'及blt品牌在全国门店举办“无袋日”，提倡自备购物袋消费。同时，Ole'及blt还在世界环境日当天全面上线新型完全生物降解塑料袋，成为国内首个全面启用此塑料袋的高端超市。新购物袋拥有比利时VINCOTTE、德国莱茵、美国BPI等国际专业机构的权威认证，成分不含聚乙烯，能在自然环境中被自然存在的微生物分解，不会造成任何污染。截至2016年底，Ole'共使用超过941万个“零污染”环保袋。

2013年9月以来，Ole'在上海南京西路静安嘉里中心店和深圳欢乐海岸店，引进空饮料瓶回收机，它带有“手机返利”功能，即将空饮料瓶放入回收机中，就能换取手机话费。一只常见的550毫升空饮料瓶，可换取0.1元手机话费。

“在我国，每年高达300万吨的塑料瓶产量消耗了超过1800万吨的石油，同时废塑料引起的“白色污染”正在严重影响环境。回收机的出现或许为根治非法小粉碎作坊、防止二次污染，提供了解决之道。”——文汇报



塑料瓶回收机

# Love the Earth Go Green With Ole'

多给地球一份爱，与Ole'一起，践行环保！



2元



1.2元



0.6元

100% Biodegradable  
Compostable Bag  
完全生物降解塑料袋

完全生物降解塑料袋

六月上线 敬请期待




 替代普通塑料袋，实现节能减排  
Replacing the PE bag to conserve energy

 通过堆肥转化为有机肥料，从源头杜绝白色污染  
Compost our bags to fertilizer, remove plastic waste

完全生物降解塑料袋

## 二、绿色办公

### （一）垃圾分类

为积极响应深圳市政府倡导的“促进生态文明建设”的垃圾分类号召，华润万家对总部办公楼实行了垃圾分类，将原来每位员工配备一个小垃圾桶改为按楼层在过道统一配备中型垃圾桶，按可回收垃圾、有害垃圾、其它垃圾等进行分类。华润万家还对废旧电池进行了统一回收，设立了专门的废旧电池回收箱，全年共回收废旧电池 486 粒。



过道统一中型垃圾桶

### （二）合理用纸

本着“合理用纸、节约用纸”的原则，在全公司范围内倡导二次用纸，即对已打印的除行政公文、对外文件、不涉及保密机密事项等无须保留的纸张统一收集，放置复印机旁边，进行二次使用，以达到重复利用办公资源的目的，为公司节省了办公成本的同时，也达成了资源的重复利用。

### （三）视频会议

为减少与会人员差旅成本及时间成本，提高会议效率，公司对一些跨区域性的会议采取通过视频会议的方式进行。2016年，累计共召开视频会议约 4008 次。

## 三、绿色生活

### (一) 洁净太湖水

华润万家华东业务单元在环太湖流域有多家门店，为保护太湖生态环境，践行绿色发展理念，多年来，一直关注太湖水的治理，并通过认捐鱼苗款这种特殊的形式来支持和发动全社会共同关注这项社会公益环保活动。

2009年，华润万家华东业务单元首次参加洁净太湖水活动，率先捐赠2万尾鱼苗。从2012年至今连续四年，我们持续参加活动，每年捐赠鱼苗，并与名城苏州网、太湖明珠网、传媒湖州网三家媒体联动，呼吁大家爱护太湖水，保护我们身边的环境。2016年3月10日，华东业务单元在苏州、无锡开展“春光明媚太湖美 醉美江南绿色行”洁净太湖水活动，此次活动首次使用无人机航拍放鱼，全新的拍摄视角，带大家不同的感受，展现别样的太湖放鱼场景。2009年至今，华润万家已连续第八次参与该活动，累计捐赠鱼苗近24万尾，身体力行地参与到太湖水保护中。



### (二) 万亩植绿计划

为了改善青藏高原地区的生态环境，积极响应国家大力开展藏区生态文明建设的号召，JV 华东业务单元携手联合利华、中华环保基金会共同发起“力士·绿哈达行动——青藏高原万亩植绿计划”主题活动，呼吁社会各界关注西藏生态环境，积极参与青藏高原生态环保的行动。2016年6月1日，华润万家再次参与此项活动，这已是华润万家第三年参与该项活动。活动期间，顾客在JV 华东业务单元乐购门店购买力士系列产品，单笔满38元即可为青藏地区捐种1平方米草地。力士·绿哈达行动搭建了一个影响零售行业的公益平台，通过与华润万家等大型销售商合作，邀请顾客参与其中，产生了规模



### (三) 寻找城市之美

2016年5月29日，华润万家浙江公司携手奥妙、浙江在线慈溪频道小作家站共同举办的“我是小画家”寻找城市之美——DIY创意T恤绘画活动，活动旨在充分展示青少年兴趣爱好，以儿童的视角去发现城市的美丽，描绘共建美丽家园的愿景。



### (四) 地球一小时

2016年3月19日，华润万家已连续八年响应“地球一小时”活动，通过发动旗下3000多家门店参与熄灯活动，持续演绎节约能源这一环保主题，倡导环保理念。我们年复一年地坚持着做好自己该做的事情，希望鼓励员工和顾客朋友，将环保内化于心，并付诸行动，以可持续的消费和生活方式关爱气候，为天空勾勒一抹蔚蓝，共同参与到重现蓝天的行列中来。



## ▶ 附录

### 一、2016关键绩效表

类别	指标	单位	2014年数据	2015年数据	2016年数据
经济责任	营业收入	亿元	1,040.00	1,094.00	1,035.00
	行业排名	位次	1	1	1
社会贡献	员工总数	万人	18.66	17.07	15.76
	纳税总额	亿元	25.02	27.24	22.35
	慈善公益支出	万元	130.00	66.40	67.10
客户责任	客户投诉解决率	%	100.00	100.00	100.00
	新品销售额	亿元	30.00	37.16	30.00
员工责任	劳动合同签订率	%	100.00	100.00	100.00
	社会保险覆盖率	%	100.00	100.00	100.00
	女性管理者比例	%	31	31	28
	年度新增职业病	例	0	0	0
	体检及健康档案覆盖率	%	75	60	62
	员工人均培训次数	人次	1.79	1.93	1.46
	每年人均带薪年假天数	天	5.2	6.2	7.6
	走访慰问困难员工家庭	户、万元	1,040   48.45	306   13.57	1,156   61.31
	救助困难员工	人 < 户 > 次、万元	226   32.81	332   23.96	227   63.83
伙伴责任	经济合同履约率	%	99.58	98.07	98.93
	重大负面舆情处理数	次	3	5	0
安全生产及环境责任	安全生产投入	万元	8,582.90	2,118.90	2,842.76
	节能减排技术改造投入	万元	4,900	2,300	1,200
	综合能源消费量	万吨	25.26	28.23	27.80

## 二、报告说明

本报告是华润万家有限公司独立发布的社会责任报告。报告根据《华润集团社会责任工作管理办法》主要介绍华润万家开展的责任管理，履行对股东责任、员工责任、客户责任、伙伴责任、环境责任、社会责任等方面的重要信息。



### 1. 报告可靠性保证

公司承诺本报告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其内容真实性、准确性和完整性负责。报告中的数据来源于公司内部文件和信息统计系统数据。



### 2. 报告时间范围

2016年1月1日至12月31日，部分内容超出上述范围。



### 3. 报告发布周期

华润万家社会责任报告为年度报告。



### 4. 报告数据说明

报告中的数据来源于公司内部文件和信息统计系统数据。



### 5. 报告参照标准

中国社会科学院《中国企业社会责任报告编制指南》(CASS-CSR3.0)《华润集团社会责任管理办法》。



### 6. 报告称谓说明

“华润(集团)有限公司”以“华润集团”、“华润”、“集团”表示；

“华润万家有限公司”以“华润万家”、“万家”、“我们”、“我司”、“公司”表示。

### 三、报告编制小组

姜艳 邱嘉萍 连榕榕 赵钱英

### 四、报告获取方式

<http://www.crv.com.cn/whyzr/shzr/zrbg/>

### 五、意见反馈

尊敬的读者：

您好！感谢您阅读本报告。为持续改进华润万家社会责任工作及社会责任报告编制工作，我们特别希望倾听您的意见和建议。请您协助完成意见反馈表中提出的相关问题，并发送到 PPGLB@crv.com.cn。

1. 您对公司社会责任报告的总体评价是

好       较好       一般

2. 您认为本报告是否能反映公司对经济、社会 and 环境的重大影响

能       一般       不了解

3. 您认为本报告所披露信息、数据、指标的清晰、准确、完整度如何

高       较高       一般       较低       低

4. 您认为公司在服务客户、保护相关方利益方面做得如何

好       较好       一般       差       不了解

5. 您对公司社会责任工作和本报告的意见和建议，欢迎在此提出：