润物耕心
Enriching Lives
Nurturing Dreams
SINCE 1938

Vanguard
华润万家

华润万家 社会责任报告 2017

目录

走进万家 3

活力经营，创造美丽生活 7

关爱员工，打造幸福生活 16

携手伙伴，共建繁荣生活 23

伙伴责任故事 24

服务顾客，成就美好生活 33

顾客责任故事 34

关爱社区，共筑和谐生活 47

公共责任故事 48

保护环境，践行绿色生活 60

附录 67

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、Olé、blt、乐购express、V>nGO！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。2017年华润万家全国自营门店实现销售1036亿元，自营门店总数达到3162家。2014年华润万家与TESCO中国业务合并，这是民族零售品牌与国际接轨、实现跨越式发展的重要一步。截至目前，合资完成后华润万家已进入全国29个省、自治区、直辖市和特别行政区，242个城市，员工人数23万。

华润万家作为优秀的企业公民，长期坚持并积极参与民生保障、品质改善、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，建立共赢的战略合作伙伴关系，坚持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。

公司文化理念

业务版图

- 进入区域
- 未进入区域

华润万家已进入全国**29**个省、自治区、直辖市和特别行政区，**242**个城市

旗下品牌

公司大事记

7月

华润万家与英国的顾客科学公司邓韩贝(dunnhumby)共同宣布成立名为“华智邓韩贝”的合资公司，并以“邓韩贝”为公司品牌，深耕中国大数据市场。

8月

华润万家延安中心街店盛大开业，这是华润万家在延安开业的首家门店，标志着华润万家正式登陆陕北市场。

9月

华润万家将旗下安徽的原乐购门店统一升级为华润万家品牌，于9月9日重新开业。

华润万家旗下高端超市品牌Olé在苏州龙湖时代天街盛大开业，这是Olé在苏州的第一家店。

10月

华润万家旗下高端超市品牌Olé在深圳的万象天地和壹方城店同时开业。

11月

华润万家亮相第19届中国零售业博览会，已连续12年参与此展会。

华润万家助力华润•深圳南山半程马拉松赛，迎接华润集团80周年华诞，这是华润万家首次以赛事支持单位身份参与盛大体育赛事。

华润万家在浙江推行华润通•润钱包支付业务，进一步提升消费体验和会员服务，深化数据+体验驱动的新业务。

华润万家南区业务单元第130家大卖场坪山六和店盛大开业，这是南区在深圳坪山区开设的首店。

12月

公司荣誉

5月 中国连锁经营协会发布“2016年中国快速消费品连锁百强”名单，华润万家位居榜首。

6月 在上海第一财经报业有限公司与艺康集团共同举办的第六届“中国食品健康七星奖”评选中，华润万家荣获七星奖管理体系奖。

在2017年第十五届中国ECR大会中，华润万家荣获中国ECR优秀案例白金奖、年度企业奖、年度人物奖。

9月 在国家商务部流通司、中国仓储配送协会联合举办的第八届中国城市物流发展大会中，华润万家获得“2016中国商贸物流标准化成效突出企业”称号。

广东省连锁经营协会最新发布的《2016年度广东连锁经营发展报告》显示，华润万家再次蝉联广东连锁50强榜首。

11月 在中国连锁经营协会第五届会员大会中，华润万家荣膺中国连锁经营协会成立二十年最佳合作伙伴奖。

12月 由香港环保促进会主办的2017年绿色企业大奖评选活动中，华润万家荣获“优越环保管理奖”银奖。

一、依法治企，诚信合规 8
（一）加强党建，助力业绩 8
（二）依法依规，从严治企 9
（三）廉洁诚信，合规守正 10

二、规范治理，加强内控 12
（一）完善决策机制，规范公司治理 12
（二）加强内控建设，降低企业风险 13

三、因时而变，创新发展 14
（一）成立大数据合资公司 14
（二）转型试水新零售 14
（三）打造 IP 主题门店 15

一、依法治企，诚信合规

华润万家一直严格遵照国家法律法规开展生产经营活动，并将法规意识融入到日常经营管理和与业务伙伴的合作中，在不断追求业务拓展、优化资源配置、加快创新发展的同时，始终注重依法合规经营，加强风险管控，坚持做遵纪守法的良好企业公民。

（一）加强党建，助力业绩

2017年，华润万家党委深入学习和宣贯党的十九大精神，按照华润集团党委傅育宁书记“大党建、强基础、塑文化、促发展”的集团党建工作总体思路，结合万家实际情况，采取一系列有力措施，强化党委核心领导作用，加强各级党组织建设，推动党建工作深入开展。

1、构万家大党建

根据集团党委傅育宁书记关于“大党建”的指导思想，积极构建华润万家“横向协同、纵向联动”的党建工作格局。

▲ “润德•润心•润企”主题演讲比赛

▲ 红色读书会

2、强万家基础

2017年4月，华润万家总部设立一级部门党群工作部，通过建立健全党委组织部、党群工作部、工会、团委等组织，夯实万家基础，紧密围绕公司发展战略，助力提升业绩。

3、塑万家文化

在“引领消费升级，携手幸福生活”使命指引下，秉持“诚实守信 业绩导向 以人为本 创新发展”的核心价值观，加强企业文化建设，为公司发展凝聚力量。2017年，为让企业职工更深入了解企业文化、党群工作，积极开展“润德、润心、润企”活动，如中华传统文化主题漫画征集活动 、主题演讲比赛、观看突破封锁线、红色读书会、“老华润人讲述华润红色故事”主题活动、党务知识专业培训等。

▲ 中华传统文化主题漫画征集活动获奖作品

4、促万家发展

聚焦门店，充分发挥党员的先锋模范带头作用，做好基层党建工作。2017年春节，华润万家成立了160支包括党员销售突击队在内的销售先锋队，在消费者中赢得良好口碑。同时，公司号召党员、团员及入党积极分子，在做好本职工作的同时当好“义务管理员”，主动发现管理中的漏洞，立新风、树正气。在公司组织开展的知识竞赛、生鲜竞赛、排面核价竞赛等技能大比武中，党员带头踊跃参加，弘扬精益求精的工匠精神，号召大家在平凡的岗位上取得不平凡的成绩。

▲ 党员销售突击队

5、积极推进党建“三个一”工程

为促进党建工作与生产经营深度融合，着力解决基层党建工作中的热点、难点问题，华润集团选择万家汉沽四纬路店实施党建“三个一”工程试点，即“研究一个党建课题、推进一项党建创新、培育一个党建典型”。积极推进基层党组织建设，创新创效，助推门店业绩改善。通过努力，该门店在党组织建设、经营业绩提升方面取得一定成果。

▲ 党员积极参与排面核价竞赛

华润万家诚信经营、依法纳税，2017年向国家纳税

177429.69 万元。

华润万家2017年员工劳动合同签订及社会保险参保率为

100%。

（二）依法依规，从严治企

1、依法纳税

华润万家诚信经营、依法纳税，2017年向国家纳税177429.69万元。

2、依法用工

华润万家作为劳动密集型企业，公司一直注重倾听每一位员工的声音，严格依照《劳动法》、《劳动合同法》等法律法规。华润万家2017年员工劳动合同签订及社会保险参保率为100%，切实保障员工的合法权益。

3、依法经营

在供应商合作中，2017年华润万家继续秉承公平、自愿原则与供应商保持良好合作，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》等相关法律法规，向供应商公开万家所收取的非费用种类及标准，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》。

在门店经营中，严格遵守《食品安全法》、《消费者权益保护法》、《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；同时，严格按有关标准，做好门店设备、设施等方面的检查。

（三）廉洁诚信，合规守正

2017年，华润万家纪委聚焦主责主业，忠实履行监督执纪问责职责，以“六项措施”为抓手，不断强化不敢腐的震慑、建设不能腐的笼子、增强不想腐的自觉，扎实推进党风廉政建设和反腐败工作有效开展。华润万家全体党员、干部及员工遵章守纪意识和廉洁自律意识大幅提升，“廉洁诚信、合规守正”的氛围已初步形成。

▲ 递交监督责任书

1、推动落实监督责任

2017年3月，华润万家总部纪委与各业务单元纪委签订监督责任书，明确责任，压实责任人，构建横向到边、纵向到底的责任体系。此外，华润万家纪委加强执纪问责力度，对不严格执行公司规章制度，损公肥私、严重侵害公司利益的案件进行严肃查处。2017年公司纪检检查更新了投诉举报海报，通过信、访、电、网四种方式拓展信访渠道，认真受理问题线索，对涉及的违规违纪人员进行严肃查处，为公司正风肃纪、营造廉洁诚信文化氛围提供了纪律保障。

▲ 信访举报海报

2、严防“四风”问题反弹

华润万家各级纪委严格按照集团要求，扎实推进查纠工作持续化、深入化。牢牢盯住春节、端午、中秋、国庆等重要节点，开展专项监督检查，坚决让中央八项规定精神落地生根，严防“四风”问题反弹。2017年，公司对违反中央八项规定精神和“四风”的问题的有关人员给予了严肃处理，起到了有力震慑作用，党风政风持续向好。同时，公司各级纪委针对监督检查过程中发现的管理漏洞，向有关单位提出了20多条监察建议，对从源头上预防腐败起到了推动作用。

3、积极开展宣传教育

华润万家纪委遵从“教育在先、预防为主”的方针，从党员干部到员工的个人思想抓起，通过各级纪委积极开展了廉洁文化宣传、警示教育活动、开展廉洁谈话、廉洁教育下基层等各种形式的近百场活动。2017年，共计推出4期廉洁文化季报和一期全国宣特刊；组织开展集中警示教育专题活动，公司班子成员等共计1900余人参加活动，提交观后感36篇；组织召开了新任关键管理人员集体廉洁谈话会议，公司党委书记徐辉对69名新任职关键管理人员进行了廉洁谈话，新任关键管理人员代表发言并作出廉洁承诺；举办廉洁教育下基层活动，覆盖近3000余人员。通过一系列宣传教育活动，增强了员工拒腐防变、分辨是非的能力，为公司营造了风清气正、干事创业的良好氛围。

▲ 廉洁文化季报

▲ 廉洁教育下基层活动

▲ 集中警示教育活动现场

▲ 新任职关键管理人员集体廉洁谈话会议

二、规范治理，加强内控

2017年，华润万家继续完善公司治理机制，深入贯彻落实“三重一大”的决策制度，提升议事效率和决策科学性。同时，为降低企业运行风险，公司进一步完善内部控制与风险管理委员会职能、开展制度体系优化，全面管控风险。

（一）完善决策机制，规范公司治理

截至2017年底，共组织利原公司董事会**3**次，对**20**项议题进行集体决策。

1、规范董事会建设

依据2014年5月生效的利原有限公司股东协议，董事会职权为根据业务计划和年度预算负责公司及其业务的监督和管理，在董事会股东协议、公司章程规定的职权范围内决定公司的重大事项。董事通过董事会会议形式议事，遵照年度会议计划按时召开董事会会议。

华润万家按股东协议规定建立联合工作组。该工作组由合资公司主要利益相关方代表组成，通过定期沟通机制提报并讨论各方关注的议题，提供各利益相关方合资公司经营情况，推进董事会各项工作的落地，制定和落实董事会议题和董事会各项工作安排。截至2017年底，共组织利原公司董事会3次，对20项议题进行集体决策。

截至2017年底，共召开**22**次党委会，对**181**项议题进行集体决策。

2、贯彻落实“三重一大”制度

为认真贯彻党的民主集中制原则，规范公司党委议事和决策机制，华润万家充分发挥党组织在企业中的政治核心作用，进一步提升议事效率和决策的科学化、民主化、规范化、法治化，根据国家和集团等党内外有关规定，华润万家于2016年发布《华润万家党委会议事规则》，开始实行重大项目集体决策机制。2017年，公司进一步贯彻落实“三重一大”制度，通过召开党委会集体决策的方式决定公司的重大问题决策、重要干部任免、重大项目投资决策、大额资金使用等。截至2017年底，共召开22次党委会，对181项议题进行集体决策。

（二）加强内控体系建设，降低企业风险

华润万家内控体系始终围绕“紧密贴近业务、融入业务，指导业务开展，确保业务健康有效开展”的目标有序运行。在促进内控体系建设更趋完善、内控运行更加有效的同时，华润万家整体风控意识有了明显提升，全员合规意识和闭环管理思想得到加强。

1、加强组织建设

2017年，华润万家从压缩管控层级、调整部门设置、梳理岗位职责和工作内容、设立三级审计组织、完善风险管理三道防线等方面加强组织建设，提升管控效率。为充分发挥内部控制与风险管理委员会作用，2017年3月，调整风控委员会成员与职能，将成员由12位增至24位，并明确由风控委员会行使部署推动内部控制与风险管理体系建设、完善和运行，研究制定风险管理战略规划、策略和程序等五大职能。此后，风控委员会共召开3次会议，审议年度风险管理和内部控制报告，听取工作进展汇报，指导协调重要事项落实；组织中高级管理人员参与风险内控培训；推动非商品招标采购专项治理；推进预付卡业务在线监控。

2017年3月，调整风控委员会成员与职能，将成员由**12**位增至**24**位。

2、开展制度优化

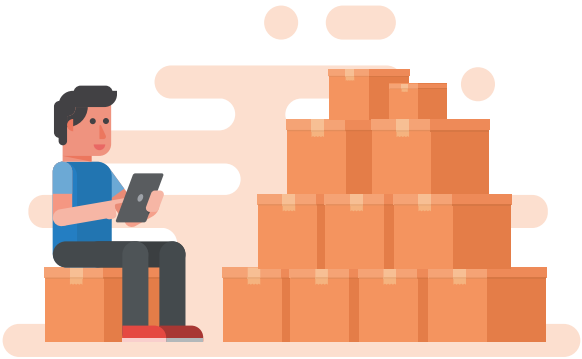
2017年8月，华润万家成立制度优化领导小组和总部各职能部门工作小组，从推动总部部门开展制度优化工作，加强制度执行合规检查等方面，着力解决制度建设和执行中的难点、风险点，从促进战略落地、推进人力资源建设、推动合规文化宣导等方面，强化管控措施落地。到年底共推进总部层面新增制度流程8个，优化制度流程17个，废止制度流程27个。

到年底共推进总部层面新增制度流程**8**个，优化制度流程**17**个，废止制度流程**27**个。

3、强化监督检查

公司积极组织开展全国运营标准巡检、安全生产检查、食品安全检查、资金安全检查、用电管理审核等各项检查，发现问题及时跟踪整改落实。在内部监督方面，完成审计项目124个，发现问题351个，提出审计建议339条。

在内部监督方面，完成审计项目**124**个，发现问题**351**个，提出审计建议**339**条。



三、因时而变，创新发展

作为国内零售行业的先驱者，华润万家积极拥抱互联网浪潮，不断转型升级。从收银方式到购物方式，从“生鲜加强型”超市到IP主题店，万家积极打造场景化、交互式的购物体验，不断突破创新，让超市越来越“时髦”，努力为消费者打造全新便捷的购物体验。

（一）成立大数据合资公司

2017年7月，华润万家与英国顾客科学公司邓韩贝(dunnhumby)共同成立“华智邓韩贝”的合资公司，双方各占合资公司50%的股权。华润万家拥有国内实体零售体量最大的会员数据，邓韩贝提供尖端的大数据科学和全球超过27年的实践经验，这家中国市场上首家由线下零售商创建的大数据公司，将为中国企业提供全球领先的大数据应用服务，推动中国大数据产业的发展与变革，希望通过“华智邓韩贝”深入顾客画像、消费行为分析，应用数据驱动的精准营销解决方案和一系列创新服务。

◀ 华智邓韩贝合资公司签约仪式暨新闻发布会

（二）转型试水新零售

2017年10月28日，Olé深圳万象天地店开业，该门店通过现选食材现加工、智能化的餐饮点餐系统等专业化运营方式，在西式生活元素中增加体验，将食材与现场加工结合，形成精品美食区，将顾客餐桌引入超市，实现了“高端超市+高端餐饮”的经营模式。高品质的牛肉专业店售卖全球优质冷鲜牛肉，牛扒现点现制可视化加工，由专业的牛扒制作师选用高端的加工调料，并与酒吧关联售卖简单酒水及饮料。寿司专业店打造日式风味餐厅，主打现制寿司，提供高端刺身产品，现选食材现加工。自营O’vamos西式简餐厅结合供应链做了产品研发和延伸，并实现智能化的餐饮点餐系统。面包专业店采用“现点+现制+现食”的经营方式，纯手工制作，中央操作间实施可视化操作。咖啡吧现冲咖啡饮品，并现场烘豆，塑造完整的咖啡体验。

▲ Olé万象天地店内面包专业店

▲ Olé万象天地店内咖啡吧

为强化生活场景的打造和消费体验的提升，经过3个月升级改造，华润万家苏果业务单元奥体庐山路店生鲜区于2017年12月29日正式开业，以全新的“生鲜+餐饮”模式惊艳亮相。该店生鲜区1700平米，生鲜品种从原来的2000多个精简至1500个，引进鲜活海产品种60多个，进口海产品种由20个增至30个。为给顾客提供多元化的选择，在海鲜加工区域还专门聘请具有十几年从业经验的专业大厨现场制作海鲜。此外，生鲜区还引入了百年尹氏汤包、牛炖定律、美鲳等轻餐饮品牌。消费者在堂食区可以直接点单、付款，现做现吃，“生鲜餐饮化”试点体现了大卖场“社区生活中心”的定位。此外，2017年12月31日，苏果业务单元首家“生鲜加强型”生活超市翠岛花城店正式升级开业，从强化生鲜功能、商品提档升级、购物体验升级方面进行了优化升级。

▲ 苏果奥体庐山路店海鲜加工区

▲ 苏果翠岛花城店生鲜区

（三）打造IP主题门店

近几年，华润万家一直积极谋求创新转型，寻求与年轻人之间的情感连接。当前，IP成为重要流量入口，是企业连接消费者的强纽带，“IP+便利店”本身是一个极具画面感的销售场景，不仅能刺激消费，还能促进品牌好感度和美誉度的提升。华润万家苏果业务单元以“大IP+便利店”模式开启了转型新路径。

2017年8月，华润万家苏果业务单元联合国际知名IP打造的国内首家“托马斯”主题便利店开业，主题店里的货架、廊柱、墙体被包装成统一的托马斯风格，除了有托马斯小火车玩具展览区，货架上还有托马斯系列玩具。托马斯主题店对提升客流和客单起到了明显作用，发挥了IP营销的长尾效应。

2017年12月，继托马斯主题店之后，萌宠“多鱼”主题便利店在南京新街口商圈开业。便利店围绕一只叫做“多鱼”的猫的形象进行设计，收银台、浮雕墙、货架、休息区都能看到“多鱼”形象。拟人化的表达和沟通方式，让人感觉妙趣横生，眼前一亮。门店共经营1700个单品，主打鲜食、小包装食品和非食品类商品、自有品牌和多鱼周边产品，如抱枕、玩偶、日记本、钥匙扣、环保袋、矿泉水、抽纸、休闲零食等。

▲ “托马斯”主题店

▲ “多鱼”主题便利店

关爱员工 打造幸福工程

一、维护员工权益 17
（一）提供平等就业机会 17
（二）依法保障员工权益 18
（三）优化薪酬绩效机制 18

二、关心员工健康 18
（一）改善工作环境 18
（二）开展员工体检 19
（三）加强安全防护 19

三、关注员工成长 19
（一）积极开展员工培训 19
（二）建立公平晋升机制 20
（三）提供广阔发展平台 21

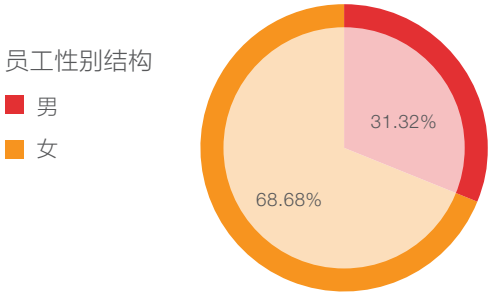
四、开展员工关爱 21
（一）帮扶困难员工 21
（二）呵护女性员工 21
（三）组织员工活动 21

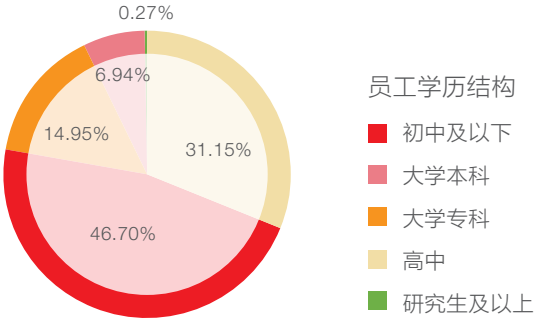
一、维护员工权益

华润万家尊重每一位员工的价值贡献，始终将员工视为创造不俗业绩的关键，更将员工视为自己的家人，努力保障员工权益，严格遵守国家法律法规和企业所在地政策要求，不断优化员工结构，培养创新性人才，努力提升员工幸福指数，致力于构建和谐良好的劳动关系。

（一）提供平等就业机会

“以人为本”是华润万家多年来积极构建的企业文化。华润万家注重保护员工隐私，依据岗位要求招聘员工，确保不因民族、种族、性别、宗教信仰、年龄、身体残疾等原因差异区别对待，积极贯彻落实国家有关“消除性别和身份歧视”的公平充分就业机制。





截至2017年底，华润万家在岗员工总数为15.34万人，其中女性员工占比68.7%，同比去年有所上升，高中及以上学历员工占员工总数的一半以上。

2017年，华润万家在全国各地积极探索新型人才输入模式，仅通过校园招聘渠道接收的应届毕业生就有800余人。此外，校企合作模式也进行得如火如荼，西北业务单元接收实习生125人、订单班35人；苏果业务单元接收实习生80人，毕业生80人；Olé业务单元更是进一步拓展校企合作领域，全年入职实习生1207人，其中通过校企合作模式入职的员工达613人，并与38家大中专院校签订校企合作协议，开展实习生招聘工作。2017年，华润万家实习生招聘工作共覆盖69家门店，25个城市，不仅为公司输送了优秀储备人才，也有效地为广大毕业生提供了优质实习机会，帮助他们更好地提高社会技能。

同时，对于港澳台、新青藏等区域的毕业生，华润万家也针对性地提供适宜的就业岗位。持续支持香港大学生暑期实习工作，提供了包括上海、香港及“海上丝绸之路”沿线城市近50个实习岗位，并指定具体联络人负责当地对接和跟进工作。在接收安置退役士兵的工作中，公司严格落实安置工作精神，采取有利于接收工作的部分举措，2017年共计接收104名自主就业的退役士兵。

提供了包括上海、香港及“海上丝绸之路”沿线城市近**50**个实习岗位，

共计接收**104**名自主就业的退役士兵。

华润万家2017年员工劳动合同签订及社会保险参保率为**100%**。

（二）依法保障员工权益

华润万家严格执行劳动用工的法律、法规、规章和政策要求，依法依规与员工签订劳动合同，切实保障员工的知情权、参与权和监督权。华润万家2017年员工劳动合同签订及社会保险参保率为100%，保障员工基本合法权益，消除员工后顾之忧。

为保障员工的民主管理权益，华润万家不断完善工会组织，倾听员工的声音，2017年成立了华润万家全国工会联席会，协同华润万家全国工会发展。同时向工会组织较完善、工会活动较合理的集团其他利润中心学习取经，共享工会建立过程中的经验方法。此外，充分发挥工会的属性，协同党群、人力资源部共同积极开展了以“润德•润心•润企”为主题的系列员工活动，宣扬了传统优秀文化，提振了员工士气，强化了工会的实际功能。

（三）优化薪酬绩效机制

在月度绩效方面，我司2017年下半年开始推行关键业务管理岗位月度绩效考核，由固定薪酬调整为薪酬与所负责业绩挂钩，并结合业绩奖惩杠杆调整收入，强化业绩文化。

在年度调薪方面，根据零售行业整体薪酬市场调研分析结果，结合公司经营状况的改观，华润万家于2017年开展了年度薪酬回顾与调整工作，在保障基层员工收入的基础上，重点向绩效能力优秀员工倾斜。

为鼓励进步、提升业绩，公司依据各业务单元销售和利润增长情况，为全国范围内约12万职能和一线员工发放了年度绩效奖金。

二、关心员工健康

员工的身心健康是一个企业不断发展的基石。多年来，华润万家坚持根据国家对员工身心健康保护措施的相关要求，对员工进行健康体检。同时，公司始终注重基层员工的安全防护问题，采取多种举措积极保障员工的身心健康。

（一）改善工作环境

门店根据自身实际情况与节日档期，装饰、美化员工就餐区，为员工营造良好节日氛围。此外，部分门店设立了用品完备的母婴休息室，供有需求的女员工使用。

（二）开展员工体检

华润万家每年都会在全国范围内开展员工健康体检，2017年度体检人数共8.11万人。为保护员工隐私，公司注重体检结果的私人化，并强化体检后期的结果反馈，宣传健康理念。

华润万家每年都会在全国范围内开展员工健康体检，2017年度体检人数共

8.11万人。

▲ 医院专家到公司为员工解答及宣传健康知识

◄ 悦冬计划宣传海报

（三）加强安全防护

2017年华润万家开展了“夏季关爱”和“冬季关爱”项目，旨在关注员工的作业、生活安全。在“夏季关爱”项目中，万家为员工宿舍以及户外和高温岗位员工配置相关防暑设备，及时对防暑必需设备进行检查和保养，配备防暑消暑的药品。在“冬季关爱”项目中，万家开展了以“悦冬计划”为主题的冬季关爱活动。积极组织开展点检维护户外或特殊岗位工作人员的防寒保暖用品，特别是检查维护员工办公、宿舍防寒取暖设备。

三、关注员工成长

多年来，华润万家始终坚持企业与员工共同发展，不断促进关键管理人员的在岗能力、业务单元核心管理团队整理能力的提升。同时，不断完善和深化人才培养机制，为人才队伍能力的提升提供了有力支撑，有效支持员工成长。

（一）积极开展员工培训

2017年华润万家紧密围绕“孵化人才、支持业务、传承文化”的目标，面向管理干部、专业人才、门店管理人员、门店基层员工、管理培训生以及讲师群体，分别从领导力、专业力、一线门店培养、新人养成、通用力和培训支持体系这五大体系开展了19个重点项目，覆盖近15万人。其中，中高层管理人员49人，一线管理人员1268人、培养授权讲师115人，新开发面授课程15门。在移动学习方面，移动学习平台登录人数12万，全国微课开发师达600人，开发课程400余门。

1、领导力体系培训

开展了《经理人互联网之道》、《国际化人才培养》、《华润之道 – 卓越经理人培训班》、《新任职利润中心直管经理人培训》4大项目培训。

▲ 华润之道 – 卓越经理人培训班

2、专业力体系培训

开展了《非商品采购赋能专项培训》、《大卖场超市用电管理知识》、《2018年CNY系列培训》3个项目培训。

▲ 大卖场超市用电管理知识

3、一线门店培养体系培训

开展了《卓越工匠 – 在职店总能力提升培训项目》、《全国大超店总晋阶班》、《全国大超店副总晋阶班》3个项目培训。

▲ 卓越工匠 – 在职店总能力提升培训

4、新人养成培训体系

开展了《2017年未来之星训练营》和《未来星 – 三年MT培训项目》2大培训项目。

▲ 2017年未来之星训练营

▲ 2017年未来星 – 三年MT培训

5、通用力和培训支持体系

开展了《项目式工作管理授权班》、《TTT中级授权班》、《管理基础授权班》、《微课开发赋能工作坊》4个培训项目。

▲ 项目式工作管理授权班

▲ 管理基础授权班

（二）建立公平晋升机制

2017年，华润万家根据选拔任用工作需要，结合各区域各条线关键管理岗位要求，建立了各关键管理岗位的考察维度及选拔标准，包括业绩表现、专业能力、管理能力、工作作风、道德品质及价值观等，并以此标准评估候选人的岗位适配度，对经理人综合素质进行严格把关，强化队伍建设，实现了华润万家经理人任职标准从无到有的跨越。

为拓宽员工发展通道，完善员工培养及梯队建设机制，结合业务发展需要，在年中开展专业通道人员晋级工作，其中总部专业序列人员共晋级101人。

（三）提供广阔发展平台

为营造公平公开的用人氛围，向员工提供更广阔的发展平台，公司组织开展了华润万家省级公司负责人公开选聘工作，最终选拔任用省级公司总经理1人；组织开展了华润万家业务单元纪委书记岗位公开选聘工作，共收到自主报名7人，并已完成相关人员考察工作；组织开展了总部共享财务专业人员公开竞聘，经公开报名、基本信息筛选、竞聘答辩、集体评议等环节，最终共有6人晋级。

四、开展员工关爱

“一方有难八方支援”，华润万家关心每一位员工的幸福，热心帮扶家庭困难员工，呵护女性员工，并积极开展有益身心健康的员工活动，引导员工追求美好生活。

（一）帮扶困难员工

华润万家多年来一直关注残疾员工、困难员工、重疾员工。2017年雇佣残疾员工1329人，帮助重疾员工115人，从工作到生活都给予了他们关爱与帮助，让特殊群体在万家安心工作，幸福生活。2017年春节，华润万家开展“爱心之旅”活动，共在全国范围内走访慰问困难员工家庭650余户，发放慰问金32万余元，救助困难员工家庭200余户，救助金额达20万余元，为困难员工及家庭送去冬日暖阳，帮助员工渡过难关。

（二）呵护女性员工

华润万家在岗员工中女性占比达69%，其中女性管理者达450人。在职业发展中，公司始终努力保障女职工的各项权利，用心呵护她们的身心健康。在三八妇女节当天，为女职工提供半天假期，并在全国开展赠送电影票、赠送围巾和礼盒等不同形式的员工活动，从精神上和物质上给予女性员工关怀，受到全体女职工的欢迎。

▲ 异动员工关爱

（三）组织员工活动

公司依然为给员工营造良好的工作环境和氛围而努力，组织了节日类活动、健康类活动、生日会、表彰会等形式多样的活动。

1、节日类活动

冬至的包饺子与搓汤圆，端午节的包粽子，中秋节的品月饼，圣诞节的赠平安果……每个节日里，万家都组织缤纷多彩的活动，让员工参与到节日互动中，感受欢乐的节日氛围。特别是对于因工作调离家乡的万家人，公司会在节假日开展关爱活动，春节为异动员工备好了年货，六一儿童节关注异动员工的孩子们，中秋节为异动员工的家人送去关心。

2、健康类活动

公司积极组织员工参加健康团建、半程马拉松、健康跑、集团内部的篮球赛、足球比赛、趣味运动会等活动，关注员工的身心健康。

▲ 员工关爱团建活动

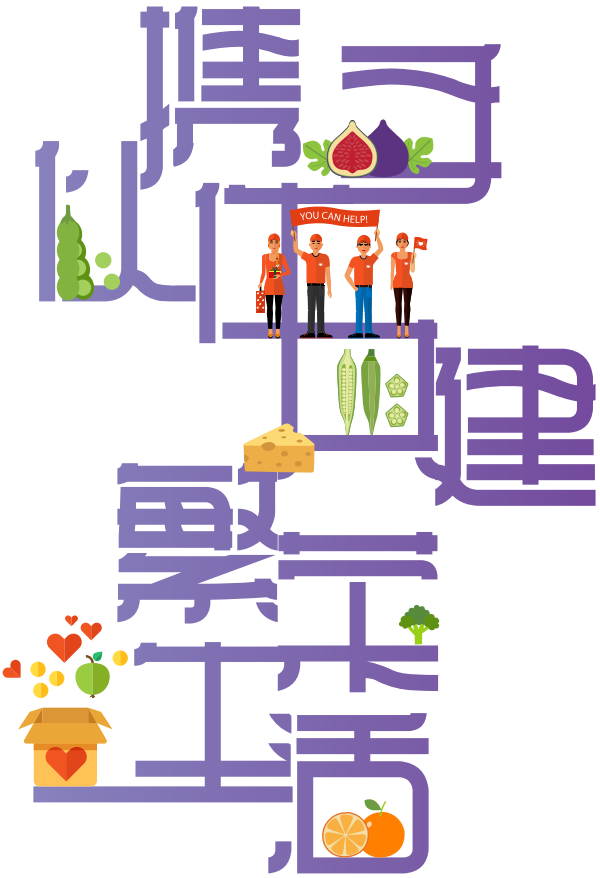
▲ 员工健康徒步活动

3、员工生日会、表彰会

万家定期为员工举办生日庆典，充分体现出对员工的爱。为了感恩多年来为万家付出和贡献的资深员工，公司还对资深员工进行表彰，鼓励员工与公司共同发展。

▲ 员工生日会

▲ 表彰资深员工



伙伴责任故事 24

一、推动供应链履责 26

（一）建立供应链反腐机制 26

（二）保障供应商基本权益 27

（三）帮助供应商不断成长 27

二、加强政府沟通 28

（一）响应食品安全创优评选 28

（二）积极提供会议服务保障 29

三、增进行业交流 30

（一）亮相中国零售业博览会 30

（二）积极参与行业奖项评比 30

四、接受媒体监督 31

（一）加强舆情管理 31

（二）与媒体关系 32

伙伴责任故事

华润万家与可口可乐携手，让你想要的可乐触手可及

“各种口味和规格的可口可乐产品都在货架上，消费者就可以随时买到想要的可乐了。”刚从华润万家超市巡场出来的可口可乐（中国）商务策划总监董蔚说到。双方合作开展了“基于消费者出发的端对端供应链提效”项目，该项目荣获“2017年中国ECR优秀供应链案例金奖”。

华润万家与可口可乐一直拥有信息共享的基础和共识。当今，消费者对商品及体验的需求日益提高，大数据发展亦日新月异，这为供应链提效带来了机遇与挑战。基于此，双方早在2016年就开始启动了“基于消费者出发的端对端供应链提效”项目，从需求端到生产端进行全链条协同合作，通过大数据分析来寻找双方的机会点，提升竞争力，以应对快速变化的市场环境。

建立驻场办公机制，实现供应商自主补货

华润万家和可口可乐经过长期合作，早已建立了透明互信的合作理念。2015年第四季度双方开始接洽可口可乐员工进驻华润万家进行订单和库存管理的事宜。这种创新性地引入驻场办公人员自行管理订单的模式在国内外零售行业中并不常见，该模式要求由万家对可口可乐驻场办公专员做全方位专业培训，使其深入了解万家补货系统；同时，经过测评合格的专员将自主管理日常订货，华润万家对补货数量完全信任；此外，双方还建立了指标跟进机制，每周跟踪KPI完成情况。

可口可乐通过深度分析和共享华润万家进、销、存等方面的大数据，与万家共同探讨生意合作改进机会点，梳理供应链薄弱环节并提出解决方案，2017年双方通过驻场办公项目紧密协作，门店缺货率下降5%，整体库存量下降15%。比如，可口可乐在华润万家便利超市有200个单品，通过大数据分析发现，可口可乐的美汁源果粒奶优等单品缺货率比较严重，当消费者想要购买时经常会遇到缺货的情况。基于此，可口可乐和华润万家一起分析了产品缺货原因，并调整了安全库存确保门店货架有货。

挖掘消费者偏好，灵活调整运营策略

通过大数据分析，可口可乐了解到华润万家不同经营区域消费者对饮料的消费偏好，及时灵活的调整适合不同区域和商圈的饮料品类结构、产品数量、陈列展示和促销方案，以提升销售。

可口可乐公司的美汁源果粒西柚在华润万家南区门店中销售数据不理想，也影响华润万家门店的库存周转。经双方协商，将此产品的销售位置调整给销售更好的非可口可乐其他品牌产品。

伙伴责任故事

这一举动，从表面上看影响了可口可乐公司的销售，但从供应链管理合作角度看为可口可乐省下了可观的管理及配送费用；对于华润万家而言，快流产品取代滞销产品，门店的销售收益也显著提升。这种“大义灭亲”似的产品调整在双方的合作历程中并不是个案。通过品类策略优化和调整，2017年可口可乐在华润万家的整体销售额提升10%。

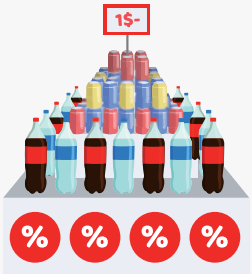
带板运输的标准化运作，提升配送效率

华润万家和可口可乐还积极推动带板运输项目合作，以往，可口可乐的配送车辆到达华润万家平湖配送中心，4名装卸工人需耗时3-4小时完成卸货和搬运，目前双方在深圳平湖配送中心对该项目进行了测试。

通过带板运输项目，可口可乐统一托盘尺寸，重新调整堆垛方式与打板方式，整板整车发货，华润万家整板卸货，1名工人用一台液压托车只需0.5小时即可完成，极大提升了华润万家配送中心的作业效率，整体改善效率30%，同时也加快了可口可乐的车辆周转。

通过大数据挖掘、信息共享、品类优化、合作模式创新和物流运输标准化等措施，双方实现信息流互通，物流、商品流最大化整合，打造了协同化供应链，实现了资源的充分利用，快速响应市场需求，实现了双方销售额的不断增长，为业内的零售行业和供应商积累了丰富的经验，该项目也因此获得了“2017年中国ECR优秀供应链案例金奖”，项目的成功。

“从供应链管理合作的角度来看，这个项目从以大数据分析为支撑进行补货，到及时调整品类和销售策略，再到结合最后环节的端对端快速托盘送货，不仅减少了门店缺货率，节省了双方的人力及时间成本，更重要的是达到了降本提效的作用。”董蔚说到。



多年来，华润万家与可口可乐秉承着“携手合作，伙伴共赢”宗旨开展合作，让消费者在家门口的万家超市买到想要的可乐，从点滴细微处提高生活幸福感和舒适度，为改善大众生活品质而不懈努力。

一、推动供应链履责

作为国内大型零售商，华润万家通过对终端优质平台的打造，促进各类资源有效整合，积极改善零供关系，推动供应商共同履责，并积极致力于建立“共赢”的伙伴关系，与供应商共同为建设繁荣生活而努力。

（一）建立供应链反腐机制

1、签订供应商合作守则

华润万家相信，协作是建立工商关系的基础，通过组织有效的商品流转，为业务伙伴带来合理的利润。为建立“双赢”的战略业务伙伴关系，使业务伙伴清楚了解我司立场，华润万家制定了《华润万家业务伙伴行为守则》，从遵纪守法、雇工准则、工作环境、企业公民、商品安全、知识产权保护、诚信清廉关系等方面规定了供应商合作守则，以此为前置条件，有效规避商业舞弊。

2、规范招标采购

(1) 完善制度建设，规范招标采购工作

2017年，依据国家和集团相关要求，华润万家全面梳理采购业务脉络和管控模式，对过往制度进行检讨，系统规划体系，建设框架，对制度进行分层分级管理，新增和优化《华润万家非商品招标采购管理制度》、《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》、《华润万家非商品招采评标管理办法》、《华润万家非商品供应商管理办法》等9项制度，为华润万家总部和区域从上到下执行同一标准奠定基础，对需求提报、方案报批、资格审核、开／评／定标、合同管理等招采全业务流程进行了约束和管控。

(2) 加强培训宣贯，强化合规意识

为了更好地落实各项新增采购制度，公司多次组织开展《华润万家非商品招采管理制度及细则办法》专项培训，其中全国集中培训40人次，区域转训200人次，促进了招采管理相关制度落地执行的一致性及全面性。

其中全国集中培训**40**人次，

区域转训**200**人次。

(3) 加强监督检查，督促制度落地执行

公司坚持在合法合规的基础上，保证招投标工作公开、公正、公平，不断加大对招标采购工作的监督力度，明确监督部门，参与监督招标的全过程；制定了《华润万家非商品招标采购风险管控图谱》，明确各招采流程管控要点，便于非商品招采工作的检核和自查。

(4) 完成招采工作，按“同一标准”进行检核

截至2017年底，华润万家完成对各业务单元的招采制度“同一标准”执行情况现场检核，进行了现场答疑和业务交流沟通。对个别业务单元存在的问题及时提出整改意见，督促整改措施落到实处。

（二）保障供应商基本权益

在供应商管理方面，华润万家不断优化供应商服务系统(VSS)。继电子签章应用于供应商采购合同后，2017年华润万家启动电子签章深化应用项目，将电子签章深入推广应用到供应商手工费用收取、促销调价业务上，从而实现费用经供应商确认后方可收取，进一步提升供应商满意度。

2017年5月31日，实现将促销单上传VSS展示。

2017年12月25日，促销调价业务电子签单业务正式上线。

2018年1月9日，开展了关于“VSS操作指引”的供应商面对面培训，介绍如何通过线上电子印章的确认，减少使用纸质单据，推广无纸化应用。将培训文档在VSS挂网，供应商登陆后可查阅或下载。

▲ 电子签章深化应用项目培训

（三）帮助供应商不断成长

为推动供应商不断成长，华润万家还通过合作伙伴商谈会、培训会等方式，与供应商探讨合作共赢机会，帮助供应商不断优化成长。

1、举办战略合作伙伴商谈会

2017年12月20日，以“合作共赢”为主题的2017年度华润万家战略合作伙伴商谈会在深圳湾木棉花酒店成功举办。华润万家党委书记、总经理徐辉及公司相关领导与16家战略合作伙伴共同探讨市场机遇与合作共赢机会。本次大会，战略合作伙伴针对“供应链效率、新品效率、高效营销、省区合作、家电类商品经营”等主题进行了讨论。

▲ 华润万家战略合作伙伴商谈会

2、加强供应商培训

为促进业务开展，公司每年定期对供应商做两次系统及业务方面的培训，涉及质量、财务、营运、IT及物流等各部门的相关知识。

IT方面：供应商VSS服务系统操作培训；
质量方面：供应商证照管理；
财务方面：供应商VSS系统结算模块介绍及操作；新供应商中税系统；电子签章系统使用介绍及操作；
物流方面：预约准备工作、预约流程、送货流程、退货流程；
营运方面：门店收货、退货相关培训。

二、加强政府沟通

华润万家高度重视政府关系，通过积极响应政府食品安全创优评选活动、参与政府相关的各类会议等方式，不仅让企业在销售、声誉方面赢得了双丰收，也为政府活动提供了保障和支持，良好的合作带来了双赢的硕果。

（一）响应食品安全创优评选

食品安全一向是市民关心的大事，也是华润万家持续践行的一项社会责任。作为与食品安全息息相关的民生保障单位，我们积极响应政府号召的旨在提升质量管理和经营品质的创优评选活动。

2017年4月，国家食品药品监督管理总局提出在全国食品安全示范城市中开展创建“放心肉菜示范超市”活动，并纳入食品安全示范城市创建验收。作为进驻全国200多个城市的大型零售商，华润万家接到各地食药监局通知后，积极联合相关部门创建专项小组，制定实施方案，明确创建工作的重要性、创建标准及内容，通力合作，以确保创建工作的顺利进行。2017年，北京、上海、西安等11个城市共24家门店荣获“放心肉菜示范超市”称号。

▲ 华润万家获“放心肉菜示范超市”称号

不仅如此，华润万家还在国家创建“放心肉菜示范超市”的基础上，拉高标杆探索“国际标准市标化”，积极开展“品质食品示范超市”创建试点活动。自2017年4月起，华润万家华东业务单元在杭州濮家店、金沙大道店内设立“品质食品市集”，本着标准“就高不就低”、指标“就多不就少”的原则，依据国际标准四方面内容，引进“源头自采、全程管控、优质优价、新鲜健康”的品质食品。从4月开始筹备到7月末完成验收，“品质食品市集”已汇聚来自13个农产品基地和7个食品生产企业的155个商品，涵盖了肉、菜、鱼的无公害、绿色、有机、GAP认证等基地农产品及“三同”食品，并做到专区内品质食品100%可二维码追溯，使消费者整体满意度从86%增长到92%，其中食品安全满意度达98%。2017年度，杭州市共3家门店荣获“品质食品示范超市”称号。

▲ 华润万家获“品质食品示范超市”称号

华润万家通过积极参与政府发起的此类食品安全创优评选活动，严格落实超市食品安全主体责任，既可以不断积累经验，可持续、可复制地做好品质食品超市的创建工作，为企业带来良好声誉和销售增长；亦可助力政府加强食品安全监管力度，共同为消费者提供更优质、更健康、更安全的食品。

（二）积极提供会议服务保障

1、参与全运村经营超市项目

2017年8月，第十三届全国运动会在天津举办之际，华润万家积极响应号召并在公开比选竞标中竞得在全运村经营超市项目，在全运村设立三间超市。经过进场高效装修、营运人员进驻、员工服务礼仪专项培训等一系列筹备，华润万家超市在全运村的门店于8月15日正式营业。赛事举行期间，共3268人次运动员及12612人次全运村工作人员、志愿者、安保人员和武警官兵到店购物，且实现“零投诉、零事故”，并有280名运动员在门店签名版签名留念。全运会结束后，中国人民共和国第十三届运动会全运村村委会向我司颁发了“第十三届全运会全运村优秀服务团队证书”。

天津全运村

第十三届全运会全运村优秀服务团队证书
Service Certificate of The 13th National Games of PRC

中华人民共和国第十三届运动会于2017年8月27日至9月8日在天津举行。贵团队作为第十三届全运会全运村服务团队提供了优质服务，为盛会成功举办付出了辛勤劳动，做出了积极贡献。

特发此证，以资感谢和纪念。

This certificate is presented for your outstanding work in respect of the 13th National Games of PRC that was hosted in Tianjin between 27th August and 8th September 2017.

It also serves as a special award for your service that has contributed to the success of the Games.

中华人民共和国第十三届运动会全运村村民委员会
执行副村长：陈勇

二〇一七年九月

◀ 华润万家获“第十三届全运会全运村优秀服务团队证书”

2、参与金砖会晤社会服务保障工作

2017年8月22日至9月6日，厦门市思明区梧村街道组织梧村商圈联盟发起一场招募活动，为“最可爱的人”——金砖会晤一线执勤工作人员提供力所能及的服务和便利，助力金砖会晤顺利举行。华润万家南区业务单元福建公司迅速响应，厦门罗宾森店立即赞助纯净水、盒装方便面、八宝粥等物资给工作在辖区一线的消防、城管、交警、环卫人员，并在门店顾客服务台处设立了梧村商圈志愿服务点“最可爱的人”休息处。此次活动为金砖会议顺利召开积极献力，获得厦门多家官方媒体专题报道。

▲ 华润万家为金砖会晤一线执勤工作人员送去物资

三、增进行业交流

华润万家积极参与行业协会组织的各类活动，通过行业交流，及时剖析行业政策，洞悉行业最新动态，探讨现状及发展机遇，并凭借自身的优秀业务能力和实践斩获诸多行业奖项。

（一）亮相中国零售业博览会

2017年11月2日至4日，由中国连锁经营协会主办的“第19届中国零售业博览会”（CHINASHOP 2017)在重庆国际博览中心隆重开幕，华润万家受邀参加此次展会。作为零售业最权威的展会，本次展会上全球最卓越的零售商及供应商汇聚于此，有近千家企业参展，10万余件展品。

▲ 第19届中国零售业博览会华润万家展区

在本届展览会上，华润万家携旗下品牌集体亮相，展现多元化零售集团形象。展会以超市购物车和货运纸皮箱作为主设计元素，既亲切别致，又鲜活环保。在展会上，华润万家从品牌形象、社会公益、生鲜商品、自有品牌等多个模块进行多元化展示，既可观赏，又可试吃，吸引参展者纷纷驻足。作为中国连锁经营协会副会长单位，华润万家已连续12年参与该展会，既良好地展示了公司“与您携手　改变生活”的企业理念和昂扬进取的精神风貌，又彰显了民族零售业的领军者气势。

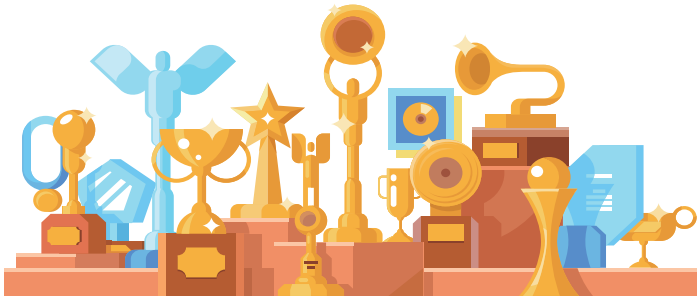
▲ 消费者参观华润万家展区

（二）积极参与行业奖项评比

华润万家积极参与零售业相关行业协会的重量级评选活动，有效提升了品牌知名度和美誉度。2017年5月，中国连锁经营协会发布“2016年中国快速消费品连锁百强”名单，华润万家位居榜首，这已是连续7年摘得桂冠。6月，华润万家在2017年第十五届中国ECR大会中，荣获中国ECR优秀案例白金奖、年度企业奖、年度人物奖。9月，由国家商务部流通司、中国仓储配送协会联合举办的第八届中国城市物流发展大会中，华润万家获得“2016中国商贸物流标准化成效突出企业”称号。11月，在中国连锁经营协会第五届会员大会中，华润万家荣膺中国连锁经营协会成立二十年最佳合作伙伴奖。

▲ 中国ECR优秀案例白金奖

▲ 中国ECR年度企业奖



四、接受媒体监督

（一）加强舆情管理

2017年，华润万家及旗下品牌的相关网络信息共100288篇，舆情倾向为中性偏正面。从平台分布来看，新闻平台总体传播量为56310篇，占比超过一半，仍为网民主要发声平台。相比2016年，2017年微博平台降幅较大，微信平台则呈上升趋势，自媒体传播平台切换效应明显。

> 2017年，华润万家及旗下品牌的相关网络信息共
> **100288** 篇，
> 舆情倾向为中性偏正面。

2017年正面声量较高，主要得益于公司的业务举措、品牌活动和营销活动颇受媒体青睐，如门店汽车展示、与邓韩贝成立合资公司、举办食品安全月活动、参与地球一小时活动、助力腾讯99公益日活动、助力华润•深圳南山半程马拉松赛、关爱社区弱势群体、精准扶贫为农户“造血”、各业务单元节庆营销活动等，引发媒体主动传播。

机遇与挑战并存。近几年，消费者权利意识不断提高。而且，伴随着媒体格局的嬗变，公众媒介接触习惯也已发生改变，社交媒体平台日渐成为消费者反馈意见的渠道。因而，公众越来越多地通过社交媒体反馈门店经营管理上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。

> 从平台分布来看，新闻平台总体传播量为
> **56310** 篇，
> 占比超过一半，仍为网民主要发声平台。

2017年度，新闻负面舆情事件TOP10中，负面信息主要涉及商品质量、食品安全等问题。这些负面舆情事件不仅反应出公司经营管理中存在的问题与漏洞，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的不足之处。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）与媒体关系

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，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和误解，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、平衡报道。

> 2017年全年主流媒体、行业媒体、主流门户网站参与的华润万家正面新闻报道传播量达
> **17000** 篇，
> 全网信息量近
> **30000**篇。

3、积极以媒体选题、资讯互动的方式维护媒体关系，形成友好的媒体关系圈。借助业务发展、品牌公益活动、大型营销活动、参与媒体活动等契机和方式，积极与媒体互动、交流。2017年全年主流媒体、行业媒体、主流门户网站参与的华润万家正面新闻报道传播量达17000篇，全网信息量近30000篇。

4、华润万家通过了解媒体新闻资讯，积极响应社会公益活动，帮扶社会困难群体。如通过媒体报道了解到果蔬滞销信息，运用自身供应链优势，积极主动援助果农菜农。我们一直致力于做力所能及的“好人好事”，与媒体共同营造互帮互助的社会风气。

顾客责任故事 34

一、加强质量管控，保障食品安全 36

（一）商品质量源头管控 36
（二）商品质量过程管控 38
（三）商品质量现场管控 39
（四）加强食品安全宣导 39

二、完善客户管理，优化顾客服务 41

（一）强化会员管理服务 41
（二）完善客户投诉机制 41
（三）优化售后服务体系 42
（四）丰富便民服务项目 43
（五）增强顾客互动交流 43

三、洞察顾客需求，升级消费体验 44

（一）持续优化商品结构 44
（二）打造社交型礼品卡 45
（三）上线自助收银系统 46
（四）推行电子价签服务 46

顾客责任故事

从田间地头到万家超市，追溯一个苹果的食品安全之旅

大雨过后，娇艳欲滴的苹果缀满了枝头。“今年苹果又大又红，收成很好。”看着满园红彤彤的苹果，张卫科露出了欣慰的笑容，他所在的果园，正是华润万家自有品牌认证基地——陕西白水源兴苹果基地，他是白水源兴果业有限公司在该基地的负责人。

“白水苹果”以含糖量高、香味浓厚等特点著称，这主要得益于白水县得天独厚的自然条件。白水县地处关中平原与陕北高原的过渡地带，属暖温带大陆性气候，雨热同季，日照充足，昼夜温差大，空气湿度低，是国内外专家公认的苹果最佳优生区之一，素有“中国苹果之乡”的美誉。

苹果之乡，把控从食品链的安全

白水源兴苹果基地正坐落于中国苹果之乡。“我们和华润万家是合作多年的老朋友了，不过由于华润万家对食品安全的高标准、高要求，认证华润万家自有品牌基地时，还是颇费了一番周折的。”说起白水源兴苹果基地和华润万家的渊源，张卫科滔滔不绝。

2011年，华润万家在承接“农超对接”项目的基础上，引入“良好农业规范（Good Agricultural Practices，简称GAP）”，建立了具有华润万家特色的农产品内部认证基地审核体系，通过基地管理、农业生产用水及土壤管理、肥料及农药管理、加工过程控制、产品检验监控、产品追溯和召回等13项内容，把控从土壤到餐桌的整个食品链的安全。

2014年，白水源兴苹果基地首次认证华润万家自有品牌基地时，因为农药管理、卫生规范等方面达不到标准而未能通过。之后，根据华润万家提出的问题及整改措施，如完善基地卫生规程、清晰标示不合格品存储区、更新农药最大残留限量指引、完善农药使用记录地块和安全间隔期信息等，通过一年的逐步改进、提升，2015年再次认证时终于通过了。

食品安全，关乎民生。对于消费者而言，水果的农药残留无疑是心尖儿上的事。“想要苹果不存在农药残留，可是很费劲的，从种植、采收，到清洗、摆放，再到包装、运输，每一个环节都得仔细着。”张卫科数着各个环节，缓慢而坚定地说。

对症下药，90 项检测标准让苹果更健康

夏季是苹果发育膨大的季节，也是各种病虫害危害果子和果树的季节。白水源兴果园优先采用农业措施、物理方法和生物技术进行病虫害防治，确实需进行化学防治时，再根据华润万家对基地的用药备案管理制度要求，坚持“对症下药”，尽可能减少用药量。

在农药管理方面，白水源兴果园的农药由指定农资合作社统供，各基地设立农药周转库房。凡接触农药的人员需经过专门培训持证上岗，以保证技术员正确使用防护用品，减少对身体的伤害。同时由技术员开出喷药通知单才可进行化学防治，按量配比，严防药物的滥用、过用。喷药剩余的药液按要求加水稀释后喷在荒坡上，不得重复喷药或倾倒在果园内，以降低对周边环境的再次污染。

农药残留检测是华润万家水果验收的重要指标。物流配送中心检测室会集中统检商品，快速筛选、锁定农产品风险源。在农残快检数据方面，白水源兴基地苹果的“有机磷及氨基甲酸酯”类农药的检测项未见异常，每批次检验结果均达标。

除通过内部快检方式管控苹果品质外，华润万家还引入第三方检测机构进行产品抽样送检。选择较《国际食品法典》标准更为严苛的90余项苹果农药残留限量指标对白水源兴基地苹果进行检测，所检项目均符合《GB 2763食品安全国家标准食品中农药最大残留限量》标准要求。

多项标准，保障每一个进万家的水果品质

“消费者偏爱红润饱满的苹果，所以除了苹果农残外，华润万家对于苹果的‘颜值’要求也是很高的。”张卫科笑着说道。华润万家在农产品验收方面，坚持感官验收、农残测试“双管齐下”的原则，品质管控部门按照《华润万家直采水果产品验收标准手册》进行产品的感官验收，确保到货产品规格、质量符合等级要求。

根据万家的水果验收标准，白水源兴果园在进行采收、存贮、运输时，会通过清理果园环境、气调冷库贮存、精心细致挑选、成品箱贴有含商品信息的二维码标签等方式，保证苹果的高品质。

“在第一次配送过程中，我们的苹果因为碰压伤超标还被万家拒收了，后来我们在果品包装上不断的进行整改，包括增加了纸箱厚度、在纸箱内每层增加隔板进行保护等方法的调整，之后就合格了。”根据2017年第四季度的苹果感官验收数据分析，基地苹果验收通过率达98%。

作为连接生产企业和消费者的零售企业，华润万家深知，食品安全不仅是一家企业的品牌形象工程，更是一家企业渗透到每一个工作岗位的良心工程。多年来，华润万家不断建立和完善农产品从源头产地、物流运输、收货储存、门店销售等环节的质量管控体系，保障从农场到餐桌整个食品链的安全，希望通过一点一滴的努力，与消费者建立信任，做一个优秀的企业公民。

基地苹果验收通过率

98%。

一、加强质量管控，保障食品安全

对于企业来说，商品品质是赢得消费者信任的基石，也是企业最基础的社会责任。作为食品行业的一份子，华润万家持续关注食品安全，关注百姓健康。我们深知，食品安全不仅仅是一家企业的品牌形象工程，更是一家企业渗透到每一个工作岗位的良心工程。我们一直不断完善食品安全风险管控体系，努力保障从农田到餐桌的食品安全，为顾客构筑健康“防火墙”，希望通过一点一滴的努力，与消费者建立信任，做一个优秀的企业公民。

（一）商品质量源头管控

1、优化供应商及商品准入机制

为规范供应商引入的原则和标准，提高供应商及商品质量，及时淘汰不合格供应商，2017年华润万家优化了《华润万家供应商引入操作流程》及《华润万家供应商评估及汰换流程》。一方面，从流程上完善了引入评估标准，有效保证供应商质量。另一方面，在管理过程中还实行供应商汰换激励机制，参考供应商评价数据进行季度和年度汰换，有效实现供应商动态管理，不断优化供应商体系。2017年底，华润万家制作了供应商评价一览表，通过设置7个评价指标参数对合作供应商进行考核，并采取末位供应商预警机制，为各业务单元供应商汰换与年度合同续签提供数据参考。

在前端供应商质量管控方面，华润万家自2012年起就制定了《华润万家商品准入质量管控流程》。经过不断完善，目前公司已形成一套健全的商品准入质量管理体系，以规范供应商监管的要求和方法，协助供应商提高和改善质量管控水平，从而提高所经营商品质量水平，保障消费者的权益，为公司的长久发展奠定坚实基础。2017年，借助专业第三方评审机构，落实生产端产品的模拟追溯，以验证供应链前端生产企业质量体系运行有效性，从而确保渠道来源合法，过程可控，溯源有效。

> 2017年
> 在我司开展的商品常规监督抽检工作中，全国共抽检商品单品2612个，抽检结果合格2470个，合格率为**94.6%**。
> 在全国范围内开展了针对在售水产品、畜禽、蛋类等4次专项抽检，共抽检461批次生鲜商品，合格率为**97%**。

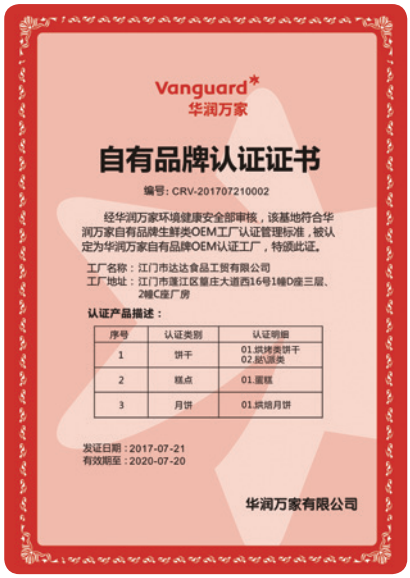
2、强化供应商风险管理

华润万家通过对日常商品质量监督抽检结果进行统计分析，从中发现问题、识别风险，并就风险问题积极与供应商沟通，从而督促供应商整改优化，不断完善供应商和商品的风险管理。对于不合格产品，华润万家第一时间下架，核查产品及供应商相关资质证照，并通知商品部对应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，以确保我司所经营产品的安全合规。针对所识别出的风险，及时知会商品部、物流管理部等相关业务部门，为供应商和商品的源头管控以及验收货环节的食品安全把关提供技术性指导。

2017年，在我司开展的商品常规监督抽检工作中，全国共抽检商品2612个单品，其中2470个抽检结果合格，合格率为94.6%。另外，为识别及降低生鲜商品中的水产品抗生素、禽肉类抗生素和饲料添加剂、蛋类杀虫剂氟虫腈等食品安全风险，华润万家2017年在全国范围内开展了针对在售水产品、畜禽、蛋类等4次专项抽检，共抽检461批次生鲜商品，合格率为97%。

3、注重优质供应商培养

华润万家多年来致力于合作供应商的发展和培养，以高标准进行严格准入审核，积极和优质供应商一起为消费者提供优质商品。2017年我司新开发和培养两家OEM认证工厂，完成48家农产品认证基地，双方共同制定生产加工环节、种养殖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。


Vanguard 华润万家

自有品牌认证证书

编号：CRV-201707210002

经华润万家环境健康安全部审核，该基地符合华润万家自有品牌生鲜类OEM工厂认证管理标准，被认定为华润万家自有品牌OEM认证工厂，特颁此证。

工厂名称：江门市达达食品工贸有限公司
工厂地址：江门市蓬江区篁庄大道西16号1幢D座三层、2幢C座厂房

认证产品描述：

序号	认证类别	认证明细
1	饼干	01.烘烤类饼干 02.酥饼类
2	糕点	01.蛋糕
3	月饼	01.烘焙月饼

发证日期：2017-07-21
有效期至：2020-07-20

华润万家有限公司

▲ 达达食品自有品牌认证证书

Vanguard 华润万家

自有品牌认证证书

编号：CRV-201704210001

经华润万家环境健康安全部审核，该基地符合华润万家自有品牌生鲜类OEM工厂认证管理标准，被认定为华润万家自有品牌OEM认证工厂，特颁此证。

工厂名称：深圳市港琪食品有限公司
工厂地址：深圳市龙岗区平湖街道新南社区平湖大街369号2栋五楼

认证产品描述：

序号	认证类别	认证明细
1	面包	01.甜面包 02.咸面包 03.吐司面包 04.蛋糕 05.中式点心
2	饼干	01.曲奇饼干

发证日期：2017-04-21
有效期至：2020-04-20

华润万家有限公司

▲ 港琪食品自有品牌认证证书

▲ 卷心菜认证基地

▲ 苹果认证基地

（二）商品质量过程管控

1、落实商品验收制度

按照《国务院关于加强食品等产品安全监督管理的特别规定》，华润万家采用了专业的物流管理软件进行管理，其内容包含供货商名称、商品名称、商品条码、规格、生产日期、保质期、生产单位等事项。该软件具备了查询供应商或生产商证照情况和每批次食品的检验报告功能，方便对预包装食品进行检索，同时对发现问题的食品及时予以处理。

2、严控商品验收标准

华润万家物流管理部及门店严格执行公司商品验收规定，确保商品合法合规，严把商品质量验收关。针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、品牌是否相符、商品品质检查等；对超订单送货或送错商品、商品资料问题、商品质量问题等不符合要求的商品坚决拒收。

2017年

华润万家全国生鲜物流仓

检测室共检测

493900批次商品，

检测合格率为

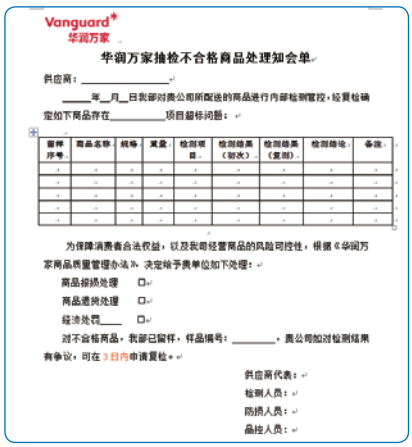
99.7%。

3、管控生鲜商品质量

华润万家生鲜物流建立了独立的食品检验室，定时向公众反馈产品检测数据；每天按门店订货商品数量到相应城市公司（区、街道办）动物卫生监督管理所进行换证，同时将每天换回的动物检验检疫证件扫描发邮件给门店，物流配送中心质检按原件备案号建立换证台帐，便于相关政府部门检查。

2017年，华润万家全国生鲜物流仓检测室共检测493900批次商品，检测合格率为99.7%，对于不合格商品均已做拒收或销毁处理。同时，强化高频抽检不合格商品的风险检测管控，提升门店售卖商品的安全可控性、品质稳定性。

为进一步规范和统一生鲜配送中心商品验收标准，华润万家还对此进行了制度流程优化。从2017年1月开始，先后更新发布了直采水果、水产品等两类商品的验收标准手册（试行版）。截至2017年底，共更新核发验收标准23次，涉及70个单品。



Vanguard 华润万家

华润万家抽检不合格商品处理知会单

供应商：_____

_____年__月__日我部对贵公司所配送的商品进行内部检测管控，经复检确定如下商品存在_____项目超标问题：

留样序号	商品名称	规格	重量	检测项目	检测结果（初次）	检测结果（复测）	检测结论	备注

为保障消费者合法权益，以及我司经营商品的风险可控性，根据《华润万家商品质量管理办法》，决定给予贵单位如下处理：

商品报损处理 □

商品退货处理 □

经济处罚____ □

测不合格商品，我部已留样，样品编号：_____，贵公司如对检测结果有争议，可在3日内申请复检。

供应商代表：

检测人员：

防损人员：

品控人员：

▲ 华润万家抽检不合格商品处理知会单

4、严格问题商品处理

在制度建设方面，华润万家已建立了《DC收货流程》、《生鲜商品验收流程》、《华润万家商品质量管理办法》、《华润万家商品验收标准》等多项流程和制度，规范问题商品处理机制。在工作机制方面，门店负责问题商品召回、下架、封存，客服负责受理消费者维权诉求，采购部门负责追溯上游责任，信息技术部门负责保存销售、库存等数据，物流中心负责集中封存库存商品。

华润万家还针对全国

527家

门店进行生鲜自制商品抽检，商品合格率

94.3%。

（三）商品质量现场管控

1、设立食品安全外审制度

招募具备国家认可资质的三方审核公司不定期对门店的食品安全标准的执行情况进行独立审核，既有利于充分发挥三方公司的专业力量，满足各业务单元需求，也有助于有效提升门店食品安全管控水平。

2、加强全国质量巡检

2017年全国的质量巡检人员共开展门店巡检6010店次，监督门店整改食品安全风险问题。运用ITS、SAI两家第三方专业评审机构对全国门店进行食品安全评审共611店次，发现关键风险问题数（红线及类红线警示类问题）661个，关键风险问题数均店数为1.08个，相比2016年下降56.3%。

3、加强生鲜自制商品抽检

为有效确保门店生鲜生产自制商品符合食品安全标准，华润万家还针对全国527家门店进行生鲜自制商品抽检，商品合格率为94.3%，已对不合格原因进行核查分析，并制定整改措施，以确保商品质量安全。

（四）加强食品安全宣导

1、开展食品安全月活动

柴米油盐酱醋茶，每一个细节都关系到消费者的生活品质。我们深知，零售企业作为生产企业和消费者的连接中枢，不仅拥有其他行业无可比拟的客户群，还可以直接面对消费者，具有通过消费者沟通来达到影响其行为的独特优势。基于此，华润万家一直将质量安全尤其是食品安全作为品牌公益建设的重要方向。

2009年，华润万家开始举办“质量安全月”活动，旨在提升消费者食品安全知识，传递食品安全理念，为消费者构筑健康“防火墙”。2017年3月，华润万家以“品质生活　健康万家”为主题，举办第九届“质量安全月”活动，开展“食品安全知识竞赛”、“操作间开放日”、“配送中心参观日”、“参观源头企业或基地”、“食品安全进社区”、“您点我检”、“商品品鉴会”等系列活动，获得了员工和顾客的积极参与和响应。

从2017年3月初开始，华润万家全国门店25万员工开展“食品安全知识”的学习和考试，经过门店初赛、城市复赛、业务单元复赛层层选拔，24位选手在总决赛舞台上进行正面角逐，此次大赛不仅可以检验员工所学知识运用到实践的成效，还可进一步提升员工食品安全方面的知识和技能。同时，我们还带领消费者走进源头企业，现场观摩农产品认证基地或联合供应商的产品，参观配送中心、操作间，并让消费者在超市挑选商品进行现场检测，从而让消费者全面了解从商品生产线制作流程到出厂全过程中的安全检测、再到超市的每个环节，展现从严把关的食品安全生产和流转全过程，深入感受我司在食品安全方面的实践和努力。全国各省级公司共开展近50场活动，超2000名顾客参与其中。此外，公司还在线上开启微课堂等方式传播食品安全知识。通过线上线下配合，全方位传播食品安全知识，让消费者、媒体深入了解华润万家对食品安全工作的态度。

质量安全月活动的成功举办，得到了政府、行业、媒体的社会高度关注。该活动共获得新华网、腾讯网、新浪网、联商网、赢商网、中国质量新闻网等近500家媒体的报道和转载。我们还积极运用自媒体平台进行持续地宣传，通过统一的标识形象及社会化媒体营销的手段，持续在顾客心中塑造安全、新鲜、健康的品牌形象，增强顾客的信任与信心，提升了公众对万家良好企业公民形象的品牌认知度和美誉度。联商网认为，华润万家坚持“从农田到餐桌”的全过程最严监管，严格把控食品安全风险，全面确保消费者“舌尖上的安全”。

▲ 全国食品安全知识竞赛总决赛

▲ 操作间开放日活动

▲ 配送中心参观日活动

▲ 参观源头企业或基地活动

▲ “您点我检”活动

▲ 商品品鉴会活动

2、加强质量安全管理专业培训

为和供应商共同学习与进步，华润万家积极组织开展供应商业务培训及答疑。为规范生鲜、食品工厂审核标准，建立统一的供应商评审体系，同时结合解读最新的食品安全相关法规的要求，华润万家在2017年端午、中秋节前夕，分别在上海、西安、天津等地开展了关于供应商审核条款校准、商品标签标识法规解读等多场专项培训。各类培训均邀请第三方公司专家，为供应商及内部员工提供专业交流平台，同时通过分析往年的风险隐患、重申华润万家商品准入的质量管理要求、现场签订《质量承诺书》等方式，提高供应商的质量安全意识。

▲ 质量安全节令专项培训

▲ 质量承诺书

二、完善客户管理，优化顾客服务

作为拥有庞大客户群体的零售连锁企业，华润万家一直致力于完善客户关系管理，顺应互联网趋势建立起互联网顾客沟通平台，不断优化以“以顾客为中心”的投诉服务体系，并为顾客提供优质的售后服务，着实从顾客角度出发，想顾客所想、忧顾客所忧，积极维护顾客权益，构建与顾客的友好关系，努力提升顾客满意度和忠诚度。

（一）强化会员管理服务

截至2018年4月底，全国累积粉丝超过

3473 万，

共绑定会员粉丝达

1400 万；

其中单号粉丝最多的“华润万家超市”微信公众号粉丝达

1997万。

顺应互联网移动化的发展趋势，华润万家积极推进线上会员服务渠道建设，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，充分考虑华润万家的业务管理架构，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个全国性的微信服务号：“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”。

“互联网顾客沟通平台”还与华润万家的会员系统和卡券系统打通，实现了华润万家自有的O2O闭环营销能力。截至2018年4月底，全国累积粉丝超过3473万，共绑定会员粉丝达1400万；其中单号粉丝最多的“华润万家超市”微信公众号粉丝达1997万。

通过此平台，华润万家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需求，还支持分品牌、分业务单元、分城市、分门店等多层级的个性化互动营销活动的需求。此平台已真正成为华润万家自有的一个互联网营销的有效工具。

（二）完善客户投诉机制

1、设立客诉专线

统一要求各业务单元设立“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本身的满意度。

▲ 华润万家顾客服务中心

2、门店服务台受理投诉

门店服务台通过现场或电话方式受理顾客投诉；跟进、协助商品部受理商品质量投诉；进行回访顾客。

3、门店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定时开启意见箱查看、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。

4、专人跟进网络投诉

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。

5、顾客投诉处理原则

公司进一步落实和完善礼貌接待、快速反映、首问责任制、合理解决顾客投诉处理的顾客投诉处理原则，积极认真对待顾客投诉，及时解决和答复顾客，主要接待人员对投诉处理进行全过程跟踪，严格依据《消费者权益保护法》相关规定，从顾客角度出发解决问题。

（三）优化售后服务体系

1、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，华润万家完善了《华润万家大卖场门店顾客销售退换货处理流程》，以此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。

(1) 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，需100%按国家规定执行退换货服务。

(2) 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。

2、家电带货安装服务

由运营管理部、商品部连同供应商，为在门店购买家电类商品的顾客，快速办理门店下单、送货上门、安装到户的贴心到家一条龙解决方案，为顾客解决后顾之忧。

3、高效多元送货服务

2015年以来，华润万家开始实行“万家送”送货服务，为门店3公里内的顾客提供快捷的商品配送服务。

送货服务模式

送货方式	送货条件	送货工具	送货人员
1公里即买即送 3公里预约送货	购物满188元 （鲜食、冻品除外）	1公里手推车 3公里租车送货	专职小红帽 商品部门协助

（四）丰富便民服务项目

1、顾客休息区

在卖场设置顾客休息区，提供休息椅、免费冷／热饮、充电等多项服务，供顾客朋友随时歇脚，为顾客提供一隅休憩之地。

2、多功能洗手间

卖场内配置坐厕（带扶手栏杆），独立洗手盆（带扶手栏杆）、挂钩，为残疾人士提供方便；设置独立单间，地面平整轮椅车可出入。

3、母婴室

为哺乳妈妈提供独立单间，并配置哺乳椅、护理台、饮水机、洗手池、洗手液、沙发等设施，最大程度方便哺乳妈妈需求。

▲ 顾客休息区

▲ 多功能洗手间

◀ 母婴室

（五）增强顾客互动交流

为更好地听取顾客建议，华润万家一直将与顾客互动作为门店的重要内容。2017年，各业务单元基于自身业务需求，通过问卷调研、档期调研、第三方调研、顾客恳谈会、社区顾客互动活动等方式，倾听顾客心声，针对顾客反馈的问题进行研讨，对于建设性的意见及建议积极采纳，并制定相应的改善措施。截至2017年底，共召开近2700次顾客座谈会，累计参与顾客31200多人，收集并解决9400多条建议和意见；档期调研1900多次，累计参与顾客63600多人；第三方调研34次，累计参与顾客近5700人，对顾客需求、消费趋势、购买目的进行分析，从而为更好地服务顾客、贴近顾客提供了改善方向。

三、洞察顾客需求，升级消费体验

华润万家一直致力于改善消费者生活品质，以持续的商品优化和体验升级为动力，致力于为消费者营造多元化、全方位的丰富消费体验，提供高质、超值、安全的商品和服务。

（一）持续优化商品结构

1、引入优质新品

2017年，华润万家优化了《华润万家新品开发引入流程》，通过运营管理部、商品部、审计部等多部门共同参与新品会来进行新品评估。2017年累计引进重点新品482个，涉及健康生活方式、生活品质升级、家庭娱乐等与生活息息相关的商品，如福临门非转基因油、可米小子坚果、舒适达高端牙膏、水洗超柔被、智能玩具、破壁机等，新品颇受消费者欢迎，给顾客带来了优质的生活体验。

2、加强生鲜品类规划

为打造全球最佳食材集散地，给消费者提供最合理性价比商品，华润万家旗下高端超市品牌Olé通过品类规划确认商品经营方向及价格策略，形成全国性商品结构清单及门店群组一致性的商品结构清单，2017年落地的Olé深圳万象天地店、壹方城店和益田店等，即落地了此举措。在牛肉品项中，依照不同层级的店群组匹配商品结构清单，区分核心城市及标准店的定位，丰富商品度，满足日常消费需求；在冻海产品项中，在统采渠道中按照产区梳理整合和定位渠道，挖掘差异化产区单品；在蔬菜品项中，与先进农场合作，丰富现代农业商品结构；聚焦国内优质产区菜系，打造应季概念；通过专业烹调模式传导商品的认知，打造核心产品群；在水果品项中，统采以全国覆盖、基地合作、产地直发为优先，区域以区域补充性为主，地采聚焦开发当地当季的商品。

▲ Olé超市水果品项

▲ Olé超市海产品项

（二）打造社交型礼品卡

伴随着消费升级和微信小程序等新技术的应用，华润万家积极把握消费趋势，借势社交营销，致力于为用户带来社交数字化消费体验。为满足消费者更便利、个性地表达心意的需求，2017年华润万家相继推出微信H5电子礼品卡、微信小程序“万家星卡”等线上服务。

1、功能多种多样

为适用不同层次消费者的需求，电子礼品卡设置了多种面值的卡片，让消费者自由选择；为满足不同场景下消费者的需求，设置了感恩亲人、表达爱意、庆祝生日等多种卡片类型，让消费者将那些到了嘴边却说不出口的话，以精美创意卡面和贴心俏皮文案的方式表达；针对不同节庆和季节，电子礼品卡还特意推出节日和季节卡片，让消费者可应时应景地表达情感和心意。2018年春节，华润万家和腾讯旗下IP《欢乐斗地主》合作推出春节定制卡片，以欢乐斗地主的形象设计了喜庆吉祥的卡面，备受广大消费者喜爱。

▲ IP《欢乐斗地主》春节定制卡

2、玩法趣味横生

礼品卡购买后可自用，实现线上购买线下支付；还可将礼品卡转赠给微信好友，随时随地与亲朋好友分享心意；同时，可一次性购买多张礼品卡分享到微信群，解锁另类红包玩法，为好友群里送去一阵惊喜。

3、节庆优惠多多

2017年圣诞节期间，华润万家联合微信支付让利于消费者，进行了购买电子礼品卡最高可享9折优惠的活动；此外，华润万家还与“微信礼品卡”小程序合作，通过此小程序可连接到“万家星卡”小程序，还可通过微信朋友圈为用户个性化推荐，实现千人千面触达消费者。

作为致力于改善大众生活品质的零售企业，华润万家旨在通过电子礼品卡服务，“每时每刻心意直达”，让消费者可以将美好祝愿和真情实意，以更温情、便捷、有趣的方式无缝传递给亲朋好友，为消费者带来更高品质的消费体验。

（三）上线自助收银系统

随着移动支付的飞速发展，华润万家也紧跟时代步伐，因地制宜在门店引入了支付宝、微信支付、银联钱包、翼支付、微众有折等支付方式，通过线上线下的优势互补，为顾客提供快捷方便的支付方式。

2017年，华润万家积极推广门店自助收银机，目前苏果业务单元和Olé业务单元34家门店上线已试点应用163部自助收银机。自助收银机可以实现消费者自己扫码、付款、打印小票等功能。自助收银机的应用，一方面提高了结算的效率，大大减轻人工收银的压力；另一方面给顾客提供了自助快速的结算通道，减少等待的时间，提高了满意度。

▲ 顾客使用自助收银机结账

▲ 超市电子价签

（四）推行电子价签服务

鉴于超市变价易造成高标低结、给消费者带来不便的情况，同时也为提升变价速度和准确性，2017年华润万家积极推行电子价签服务，利用RF枪调价，节省日常打印所需的时间成本。此举既大幅度减少了商品陈列的人力，提升了门店的工作效率，也有效减少了因价格问题导致的客诉，提高了顾客满意度。

公共责任故事 48

一、心系社区 50

（一）关注儿童成长 50

（二）助力贫困母亲 51

（三）温暖困难老人 51

（四）关爱环卫工人 52

二、帮扶三农 53

（一）开展产业帮扶 53

（二）缓解果蔬滞销 53

三、扶危济困 54

（一）捐助物资 54

（二）捐赠善款 55

四、安全管理 56

（一）实现 EHS 信息化管理 56

（二）推行安全工作内部审核 57

（三）加强安全培训和检查 58

公共责任故事

华润万家“造血式”精准扶贫，助力沿河村村民奔小康

华润万家对你的生活有什么影响？“那太大了！华润万家改变了我人生的航向，也改变了我们整个村的命运走向”，江苏盱眙县沿河村党支部书记、泗洲蔬菜种植专业合作社理事长满令风感慨地说。

2009年，华润万家苏果业务单元在江苏省盱眙县沿河村建立了第一个扶贫性质的农超对接基地，使近万亩大白菜终于有了顺畅的销路。9年来，苏果因势利导、造血式扶贫，帮助基地建立了标准化生产流程，形成了稳定的农超对接模式。作为苏果精准扶贫的采购基地，盱眙县沿河村这9年来的变化就是“造血式”精准扶贫的典型缩影。

滩涂小岛盛产蔬菜，却是重点贫困村

江苏盱眙县沿河村是淮河水自然淤积形成的滩涂，四面环河像个小岛，土质条件非常适合种植蔬菜，但长期以来这里饱受水患，交通也十分不便。

“以前村里的道路都是泥巴路，不下雨时尘土飞扬，一下雨就泥泞不堪走不了路，外面收菜的商贩进不来，村里的菜也运不出去，有时候只能眼睁睁地看着菜烂掉。”满令风告诉我们。交通不便、缺少技术、种植盲目、加之没有稳定的销售渠道，使沿河村村民的收入一直非常低，2010年统计显示，全村600户里有100多户为低收入户，是苏北扶贫的重点对象之一。

苏果和沿河村结缘于2008年。由于盲目性生产，沿河村几百吨大白菜遭遇严重滞销，大学毕业没多久在南京工作的满令风，为给家乡滞销菜寻销路找到了苏果，苏果随即派出工作人员前去了解情况。经过实地调研后，苏果找出了当地蔬菜滞销受困的症结：沿河村虽有一定的蔬菜产业基础，但品种较为落后，对市场信息了解不够及时，也就难免销路不畅。于是，公司立刻开辟援助通道，派出物流车前去采购，组织门店开设专门柜台，并通过新闻媒体呼吁市民就近到苏果各门店购买滞销蔬菜，帮助村民解决了燃眉之急。

农超对接造血扶贫，人均收入 5 年翻一番

治标更要治本，如果不对沿河村的生产模式进行改造，以后滞销问题还会出现。2009年，满令风辞去了在南京的工作，在当地市、县农工部门的支持和帮助下，牵头成立了盱眙县泗州蔬菜种植专业合作社，开展专业化运作。

苏果质量管理部的工作人员多次来到田间地头，指导合作社及农户按照苏果的生鲜管理标准进行种植和生产，苏果第一个扶贫性质的大白菜种植基地就此设立，编号是001。

基地建立之初困难很多。合作社缺人手、缺经验、没有严格规范，很多事情都得摸索。苏果生鲜采购部门的人员帮助引进新品种，增加了白萝卜、毛豆等品种，质量管理部的人员帮助研究如何标准化生产，从源头进行质量管控，一步步的让基地走上了正轨。

2015年，基地的蔬菜清洗及加工能力欠缺，极大影响产能。华润万家苏果业务单元积极奔走，通过省供销社向政府部门

争取到了30万元的基地建设财政补贴，为基地增添了蔬菜清洗加工设备，投入使用后大大提高了加工能力，品质也得到了大幅提升。目前，基地的标准化生产流程逐渐形成，每年大白菜一项就为苏果门店输4000吨，白萝卜输送1600吨。

农超对接模式不仅扩大了蔬菜种植面积，还带动了更多村民回乡创业。以沿河村为中心的蔬菜种植面积目前发展了约2万亩，除了种植大白菜之外，目前还种植青椒、红薯、西瓜等作物，在蔬菜生产和销售的旺季，百里之外的兴隆、鲍集等乡镇村民都会到沿河村务工。如今沿河村人均收入达到了2万元，比5年前翻了一番。根据2017年的最新核查统计，沿河村目前的低收入户仅剩12户。

在苏果的品牌依托之下，沿河村的的知名度也越来越高，不仅临近的乡镇来参观学习，外地企业也来洽谈合作。村里的沟渠疏浚、田间道路修建、灌溉设施、电力架设等都得到了大幅改善，另外还新建了10000平的加工厂，以及3000平的车间和冷库。

扶贫攻坚，企业效益和社会责任统一发展

作为华润万家旗下的超市品牌，苏果还承担着保供稳价的责任。在灾害天气、逢年过节的时候更是不能松懈，这也对基地提出了较高的要求。

“苏果和其他的企业不一样，别的企业盼着下大雪，可以趁机抬价。但是苏果一定是不涨价，保证供应。作为基地来说，一开始会不理解，但是看到市民们逢年过节不用为蔬菜短缺价高惊慌，社会安定，内心里也生出一种自豪感。”满令风对我们说。

在后期的规划里，生鲜基地开发分部还有很多事要做，比如“进一步完善管理体系，做到蔬菜可溯源；对基地农户做定期培训；根据市场需求，订单化科学种植；加快品种优化，产出更多有机、绿色的优质蔬菜；调整蔬菜种类，种植附加值更高的农产品，增加农户收入；深加工方面也要延长产业链，进一步实现增收”。

依据对沿河村的精准扶贫模式，苏果在南京六合，徐州新沂、睢宁，宿迁陆集，高邮汉留、扬州仪征等经济薄弱地区的农村建设陆续建设了8个精准扶贫的农超基地，切实为农民致富提供行之有效的保障体系。

党的十九大把扶贫攻坚作为政府工作的重点之一。作为大型流通企业，帮扶带动一批经济薄弱地区农户脱贫致富，是华润万家作为一个企业的社会责任。授之以鱼，不如授之以渔，华润万家希望能把这件造福社会的事情坚持不懈的做下去，帮助贫困地区村民奔向小康生活。

一、心系社区

作为一名优秀的企业公民，华润万家一直心系社区发展，针对贫困及留守儿童、贫困妈妈、社区老人、环卫工人等社会弱势群体，不定期举行各类公益活动，积极帮助他们渡过难关，关心他们的生活，为他们送去温暖，以己之力竭诚回馈社会。

（一）关注儿童成长

1、举办绘画大赛，画出TA心中的未来

▲ 儿童环保绘画大赛活动

华润万家南区业务单元广东公司每年5月、6月都会在广州市开展儿童环保绘画大赛，组织孩子们用画笔绘出缤纷的环保生活。2017年，大赛共收到230幅来自幼儿园、绘画班、社会小朋友的画稿，这些作品中还有自闭症儿童的作品，他们也被称为“来自星星的孩子”。经组委会专家最终评审，大赛中评选出“环保天使”奖、创意奖、优秀奖共65篇。为鼓励“来自星星的孩子们”，为他们颁发了“环保天使”奖。虽然这些作品笔触还显稚嫩，但孩子们却从他们的独特视角表达了对保护环境的理解和感受，用心画出美好环境的憧憬。本次活动得到了顾客和社会的高度好评，也获得媒体高度赞誉，广州媒体正面报道达24次。

2、安全守护计划，提升TA的逃生能力

> 计划用三年时间对约**100**所乡村小学，近**10**万名学生和老师，进行消防安全教育培训
>
> 并将在三年内陆续向这些学校捐赠**3000**个装有逃生工具的安全逃生箱。

“华润万家&纯悦安全守护计划”是以少年儿童和外来务工人员子女为主要对象，以帮助少年儿童在各种紧急情况下，掌握紧急避险、自救自护技能，提高在公共区域逃生应变能力的一项活动。华润万家华东业务单元浙江公司携手浙江太古可口可乐共同于2016年发起该活动。作为消防安全持续性的教育项目，华润万家在浙江省青少年基金会、杭州市公安消防局指导下，以消防安全教育为主题，面向省内杭州、宁波、温州、丽水、衢州5个地区，计划用三年时间对约100所乡村小学近10万名学生和老师，进行消防安全教育培训。同时，我司也将联合更多关爱青少年儿童安全守护的爱心企业共同践行社会责任，并将在三年内陆续向这些学校捐赠3000个装有逃生工具的安全逃生箱，做到“班班有逃生箱，人人掌握逃生知识”。

▲ 华润万家&纯悦安全守护计划

3、开展“小候鸟”活动，让TA的暑假不再孤单

每年暑假，长期与外来务工者分隔两地的孩子都会来到杭州与父母团聚，暑假结束后又返回老家继续上学，这群孩子我们称他们为“小候鸟”。2006年开始，“小候鸟”们引起了杭州网义工分会的关注，当年暑假推出第一期“小候鸟”留守儿童夏令营。华润万家华东业务单元作为该项目主办方，从2008年开始联合杭州网义工分会每年暑假举行该活动，到2017年已经成功举办了十期。2017年，为响应杭州G20，以“快乐益夏——添彩G20，圆梦新杭州”为主题继续开展此活动，夏令营活动全部免费，活动周期40天左右，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，并举办了开营仪式和毕营汇报演出。截至2017年底，参与过该活动的外来务工子女约400人，参与义工近2500人，累计服务时长约11300小时，该活动给“小候鸟”们创造了一个彩色童年，也受到了社会各界的持续关注和肯定。

▲ “小候鸟”留守儿童夏令营

（二）助力贫困母亲

2017年9月，继2016年为贫苦地区孩子创造接受优质的教育机会后，华润万家再度携手腾讯公益，在全国2846家门店为贫困妈妈发起了募捐活动，辐射近千万消费人群，通过线下渠道接驳线上腾讯公益平台，助力中国妇女发展基金会“妈妈制造”公益项目。我们还通过公司微信及微博等线上自媒体平台进行宣传，腾讯公益及中国妇女发展基金会也在99公益日主会场、纽约时代广场等渠道对我司进行了相应露出及宣传。

▲ 华润万家助力“妈妈制造”公益项目

9月21日至24日，华润万家在购物中心苏州园区店开设了老阿妈手作商品展位，9月23日，百米老阿妈手工扎染百米长卷在门店展出，9月24日，小模特们通过走秀，展示了老阿妈制作的精美手工品。华润万家希望通过次活动，吸引更多的人关注该公益项目，支持有一技之长的低收入母亲的就业。

▲ “妈妈制造”来华润万家门店展示创意手作

（三）温暖困难老人

1、举行老人集体婚礼

2017年10月21日，华润万家华东业务单元浙江公司携手湖东社工委举办的重阳集体婚礼活动在购物中心苏州园区店拉开帷幕。该活动以“重温浪漫，夕阳相伴”为主题，主要面向湖东50周岁以上老年人，他们一起走过数十载光阴，相识于微、相濡以沫。当初结婚时，由于生活条件的限制，他们甚至连简单的仪式都没有，却依旧情比金坚。该活动旨在呼吁全社会传递敬老、爱老的人文理念。

▲ “重温浪漫，夕阳相伴”重阳集体婚礼活动

2、举办重阳敬老活动

九九重阳节前夕，华润万家华东业务单元江西公司在多家门店开展了一系列敬老活动，2017年10月28日，江西公司党委组织党员干部来到二七北路社区与老人们一同观看了丰富多彩的文艺演出，同时带去了米、油、牛奶等生活物资。店内员工代表还精心准备了配乐诗朗诵，将红色华润的历史娓娓道来，引起在场老红军、老党员们的共鸣，现场氛围浓烈而和谐。

▲ 重阳节敬老活动

（四）关爱环卫工人

1、酷暑严寒，时刻关爱“城市美容师”

2017年3月，由南京市鼓楼区委宣传部、区文明办联合发起的“聚力暖橙关爱环卫工人”志愿服务项目启动，华润万家苏果业务单元鼓楼区108家便利店被授牌为爱心驿站，为环卫工人提供热水、加热饭菜以及休息场所等服务。7月30日至8月3日，苏果业务单元协同华润怡宝为环卫工人送清凉，凡进店的环卫工人每人每天都可在南京市内400家便利店免费领取一瓶怡宝矿泉水。

▲ 聚力暖橙关爱环卫工人活动

▲ 高温送清凉活动

8月2日至3日，华润万家华东业务单元浙江公司七家门店员工走进所在区域环卫站，为“城市美容师们”送上了华润怡宝纯净水与绿豆汤，让他们在辛勤劳动之余享受到一份清凉。

2、端午佳节，与“马路天使”分享美味粽子

5月28日，华润万家华东业务单元浙江公司开展了“润德•润心•润企”传统文化主题实践活动。党员同志们与志愿者一起为节前坚守在一线的“马路天使”——环卫工人送上了色泽诱人、咸甜可口的粽子，感谢他们为慈溪市的整洁美观作出的贡献。

▲ 端午节送粽子活动

二、帮扶三农

华润万家充分发挥基地直采和供应链优势，积极帮扶三农，既有利于缓解农产品滞销问题，也可以为广大顾客提供新鲜、优质、放心的农产品。

（一）开展产业帮扶

1、举办“广西特产行销全国推广”活动

从2014年开始，华润万家南区业务单元广西公司便每年承接广西壮族自治区商务厅组织开展的广西特产行销全国推广活动。截至2017年底，华润万家已成功在南宁、重庆、成都、西安、兰州等地举办了9场百色芒果专场推介会。该活动以百色芒果为起点，带动柳州螺蛳粉、梧州六堡茶等广西一批区域性品牌行销全国。2017年，华润万家积极配合活动提档升级，在超市设立广西特产形象标识专柜，进一步推动广西特产的品牌化、标准化、规模化发展。通过精准产销对接，广西贫困地区的特产产业从生态“小特产”做成扶贫“大产业”。华润万家通过与政府携手，努力将广西的“绿水青山”变成“金山银山”，帮助贫困地区农民增收，实现快速脱贫致富。

▲ 广西特产行销全国推广活动

2、采购中牟县“扶贫瓜”

2017年5月17日，华润万家西北业务单元河南公司联合河南广电喜买网发起的“中牟县雷家村‘扶贫瓜’喜买网对接商超启动仪式”在中牟县雷家村举行，现场采购雷家村大棚西瓜6000斤，到场媒体纷纷对此事进行了报道，场面如火如荼。

▲ 爱心采购“扶贫瓜”

（二）缓解果蔬滞销

1、助销石泉无公害蔬菜

为解决无公害蔬菜销售难问题，从5月份开始，陕西省安康市石泉县供销联社和华润万家西北业务单元进行对接磋商，最终商定农户种植的辣椒等绿色无公害蔬菜由本地农业企业统一收购，统一包装运送至华润万家超市销售。9月29日，首批5吨绿色无公害新鲜辣椒运抵西安，顺利进入华润万家西安各超市销售，有效解决了农民的蔬菜销售难题。

2、助销凤阳水果

2017年6月，受雨水影响，安徽省滁州市凤阳县出现了大片露天葡萄园的葡萄无法按时采摘、集中采摘后又没能及时找到销路、保质期短的紧急情况。得知消息后，华润万家苏果业务单元当即决定帮助果农销售葡萄，并迅速安排人员前往采购，以最短时间在滁州区域9家苏果门店上架。除葡萄外，凤阳县的红提和晚秋黄梨，滁州城郊的冬枣也遭遇滞销，苏果业务单元也及时给予帮扶，从9月25日起，在皖中区域的19家超市门店上架滞销水果。2017年，苏果业务单元帮助销售的滞销葡萄、红提、晚秋黄梨、冬枣总计已超30万斤。

▲ 助销凤阳水果

3、助销韶关西瓜

2017年8月，广东韶关种植的日本品种“拿比特西瓜”产量丰硕但销售渠道遇到瓶颈。在当地政府的牵动下，华润万家Olé业务单元积极响应，水果采购商深入产地与瓜民们了解产品特性，结合“西瓜贵族”、“日本引进品种”的商品卖点进行售卖和推广，积极帮助农民解决滞销问题，消化村民种植的西瓜存量，共协助农民销售了500个西瓜。

▲ 助销拿比特爱心西瓜

三、扶危济困

灾难无情人间有爱。在扶危济困方面，华润万家始终坚持不懈地努力着，通过捐助物资、捐赠善款、爱心献血等方式，及时帮扶处于困难中的群体，努力成为亲和、友善的社区一员。

（一）捐助物资

1、为台风灾区捐赠价值6万元物资

2017年8月23日，强台风“天鸽”正面袭击珠海，造成严重灾害，直接经济损失约200多亿元。灾难发生后，华润万家南区业务单元广东公司第一时间响应，立即与珠海市政府联系，根据政府通报的实际需求，为灾区免费运送矿泉水、牛奶、八宝粥、巧克力、饼干等价值6万多元的8000余件爱心物资。同时，在台风过后积极参与支持灾后重建工作。事后，珠海市政府对华润万家的慈善行为给予了高度赞扬，并颁发《抗风救灾爱心企业》牌匾。

▲ 华润万家被授予抗风救灾爱心企业

2、为地震灾区捐助价值10万元物资

2017年8月8日21时19分，四川阿坝州九寨沟县发生7.0级地震，灾害严重。地震发生后，华润万家南区业务单元四川公司第一时间与灾区政府部门取得联系，并立即向九寨沟县人民政府捐赠近千件饮用矿泉水及方便面等救灾物资，总价值10万元，为灾区人民的灾后生活奉献爱心。

▲ 华润万家为地震灾区送去物资

3、为近百名孩子送去新年棉衣

2017年1月15日，华润万家华东业务单元江西公司工作人员驱车十余小时来到江西宜春山田小学，为全校94名孩子送去了新的棉袄。这一件件棉服温暖的不止是孩子们的身体，还有来自大山之外的关怀，94件棉服关爱的不仅仅是94个孩子，还有94个贫困家庭。华润万家用爱与责任为这群天真的孩子们构筑起了对美好生活的向往，对未来的渴望。

◀ 新年换新衣活动

4、为藏区孩子捐资书包及棉衣

2017年10月26日，华润万家苏果业务单元携手南京市慈善总会、江苏省环保厅宣教中心、苏泊尔、立白、洁柔、柠檬洗洗等公司在西藏山南贡嘎县东拉乡芝龙中心小学开启“点亮爱心，传递公益”捐赠仪式，为贡嘎县的孩子送来了爱心棉衣及书包，向他们传递温暖。本次爱心传递活动共计捐赠棉衣10000件，及书包价值20万元。

◀ “点亮爱心，传递公益”藏区捐赠活动

（二）捐赠善款

2017年12月21日，华润万家苏果业务单元参加了由江苏省扶贫开发与老区建设“三会”牵头组织的“滴水•筑梦”扶贫助学工程捐助仪式，捐资40万元。该笔助学款总额达260万元，定向用于资助苏北四市六县的350名经济困难家庭的“寒门学子”顺利完成高中学业，重点帮扶对象为家庭贫困的孤儿、单亲家庭子女、残疾家庭子女、因病因灾和低保家庭子女及年人均纯收入6000元以下的建档立卡低收入家庭子女等群体。“滴水•筑梦”扶贫助学工程是一项利在千秋的工程，积小善，成大爱，华润万家希望通过助学工程，助力这些贫困家庭的学生成为社会有用之才。

▲ 参与“滴水•筑梦”扶贫助学工程

四、安全管理

为最大限度节约公司成本、减少事故，全面提升华润万家的应急安全管理的有效性、有序性，全面实现安全管理风险可控，华润万家2017年不断优化和完善安全管理信息化项目，提升EHS信息化水平，并积极推进安全工作内部审核，严格进行安全检查工作。

（一）实现EHS信息化管理

华润万家于2013年启动安全管理体系信息化项目，经过多年来不断的优化和完善安全信息平台，目前已实现EHS信息化管理。在EHS安全管理平台的助力下，让万家总部经营管理从混沌到清晰、从粗放到精益。我们的做法，一如既往地坚持将管理、技术、执行和文化沉淀到IT系统中，打造现代商业与管理模式。

1、系统填报安全信息数据，实现规范管理

平台建立前总部安全生产数据直报系统中所需安全信息数据由各业务单元手工完成，存在效率不高以及数据信息失真、滞后等弊端。在EHS安全管理平台系统中，建立商保管理、事故管理、危险源及隐患管理、考核管理等模块，使安全信息数据填报方便、快捷、标准化，提高了工作效率和质量。

2、分级管理模式，提高各层级工作能动性

华润万家总部的工作重心在于监控和统筹决策，门店的管理重点在运营和管控，因此EHS安全管理平台系统各模块在功能上实现分级管理，增强总部对华润万家整体EHS管理工作的统筹、监督、决策分析能力，并满足下属区域和门店各自的管理需求，提高各层级的工作积极性和能动性，有效监督各门店积极开展危险源辨识和预防工作；加强隐患排查治理，有效消除事故隐患；规范应急管理，提升应急能力。通过促进这几项业务的流程化，使其成为强化EHS管理的好抓手。

3、数据互联互通，有效控制EHS风险

该系统的运行可以使万家从“总部→区域→门店”三个层级在危险源、隐患、应急三方面的管理上实现常态运行，运行的数据将实时向各层级的EHS管理人员进行反馈，使他们可以及时掌握EHS动态和面临的风险点。通过数据的互联互通，实现总部对整体EHS数据的查看、统计与分析，实现全面监管。同时，系统将对数据分项做统计与分析，可反映风险趋势。系统既可追溯各门店的历史危险源状况，实现对危险源、隐患等信息的及时关注，同时也缩短了EHS信息的传递周期，加快了应急响应速度，提高万家整体风险把控能力。

4、完整保存业务流程记录，实现EHS证据可追溯

EHS管理属于软管理、重预防，其是否存在异常很难在短时间察觉，又难以找到数据或者证据支持，为事故事件的发生埋下隐患。万家危险源及隐患管理系统不仅仅是实现单纯的数据采集，而且将管理业务的流程嵌入到信息系统中，实现了EHS管理业务的过程性控制，保存了业务流程中的所有过程记录和档案记录。以隐患为例，系统不仅可以查到一条隐患单据的详细状态，同时可以追溯到隐患的上报、整改、验收的全过程。

5、通过数据累积，分析各层级的EHS管理形势

通过一定时间的数据积累，利用系统自动统计分析的功能，就可以分析出各个区域整体的EHS管理状况，分析出各门店EHS数据变化的趋势，作为对各区域、各门店的考核依据，对EHS的管理重点、控制重点进行决策。

（二）推行安全工作内部审核

为进一步加强安全管理，自2017年起，华润万家开始推行安全内部审核工作，并将其作为今后安全管理工作综合检查的项目。安全内审包括安全组织建设、目标责任、教育培训、风险控制、事故管理、文件管理、现场管理和安全特色八个方面。

1、组织建设

重点评估基层单位安全委员会设立、成员任命、会议召开和安全管理队伍建设等方面工作开展的情况。

2、目标责任

重点评估安全目标的制订、实施工作开展情况，部门、岗位安全职责和相关方安全责任，以及对安全工作的考核落实情况。

3、教育培训

重点评估基层单位负责人、安全管理人员及特种作业人员是否具备法律法规要求的资质，评估安全教育培训计划制订、执行和落实情况、培训效果评估和培训档案建立工作开展情况。

4、风险控制

重点关注危险源辨识开展和控制措施落实情况，法律法规合规性评价工作开展情况，安全检查和隐患整改落实情况，应急预案建立及应急演练开展工作情况，劳保用品申购和发放、员工体检等职业健康工作开展情况，以及危险作业审批、监督工作的落实情况。

5、事故管理

关注发生安全事故后的调查处理及预防管理，重点评估是否以“四不放过”的原则，对开展事故登记、调查、分析和总结等工作。

6、文件管理

重点评估基层单位安全管理文件建立和管理情况，以及对外部安全管理文件宣贯、传达工作开展情况。

7、现场管理

重点评估各种安全管理措施和安全制度流程在基层单位现场的执行和落实情况。

8、安全特色

安全精益工作、行为安全和本质安全管理工作的推进情况等，重点发现基层单位在安全现场和安全管理工作方面的创新成果。

（三）加强安全培训和检查

1、强化安全培训

为提高员工的安全防范意识，增强安全生产监督管理的实效，2017年华润万家继续开展消防、用电、设备、交通等各类安全教育培训，以及火灾突发事件、紧急停电突发事件、人员中毒突发事件、质量安全突发事件等安全演练工作，不断加强安全管理专业水平。

为推动华润万家各业务单元做好危险源及险患管理、事故管理等工作，为华润万家风险管理工作提供一个直接交流的平台，2017年6月14日至17日，华润万家、华润保险经纪共同举办“华润万家风险管理培训班”，将内部分享和外部分享相结合，华润万家总部EHS部门讲授了万家安全信息管理平台的规划及应用实操和安全管理领导力提升情况，华润保险经纪联合承保公司分享了如何运用商业保险进行风险管理。来自华润万家全国各省级公司的193名同事参加了本次培训，学员们表示学习内容充实而富有激情。

2017年华润万家在全国的安全生产投入达2791多万元，安全培训200多万人次，开展演练16902次。通过加强安全教育培训，既提高了员工安全意识，让员工熟悉掌握了安全知识，也使员工面对紧急情况时更加从容，努力做到“沉着、快速、全面、细致、果断”。

2017年华润万家在全国的安全生产投入达**2791**多万元，
安全培训**200**多万人次，
开展演练**16902**次。

案例：香港超市业务单元消防安全培训与推广

▲ 消防安全大师计划

2017年，香港超市业务单元积极推广“香港消防处流动应用程序”，门店员工使用此应用程序，随时随地获取消防处最新信息，亦可通过应用程序内的电子游戏学习和课程，不断提升防火安全及救护知识。

此外，香港超市业务单元还于2017年中组织员工参与了“消防安全大使计划”，此计划是香港消防处推行的消防安全推广计划之一，旨在提高市民的消防安全意识。参加者接受基本防火训练并通过考试后，职能部室、门店及物流员工共26人均被委任为消防安全大使或大使导师，有利于推广防火消防安全知识，提高门店消防安全意识。

▲ 香港消防处流动应用程式图

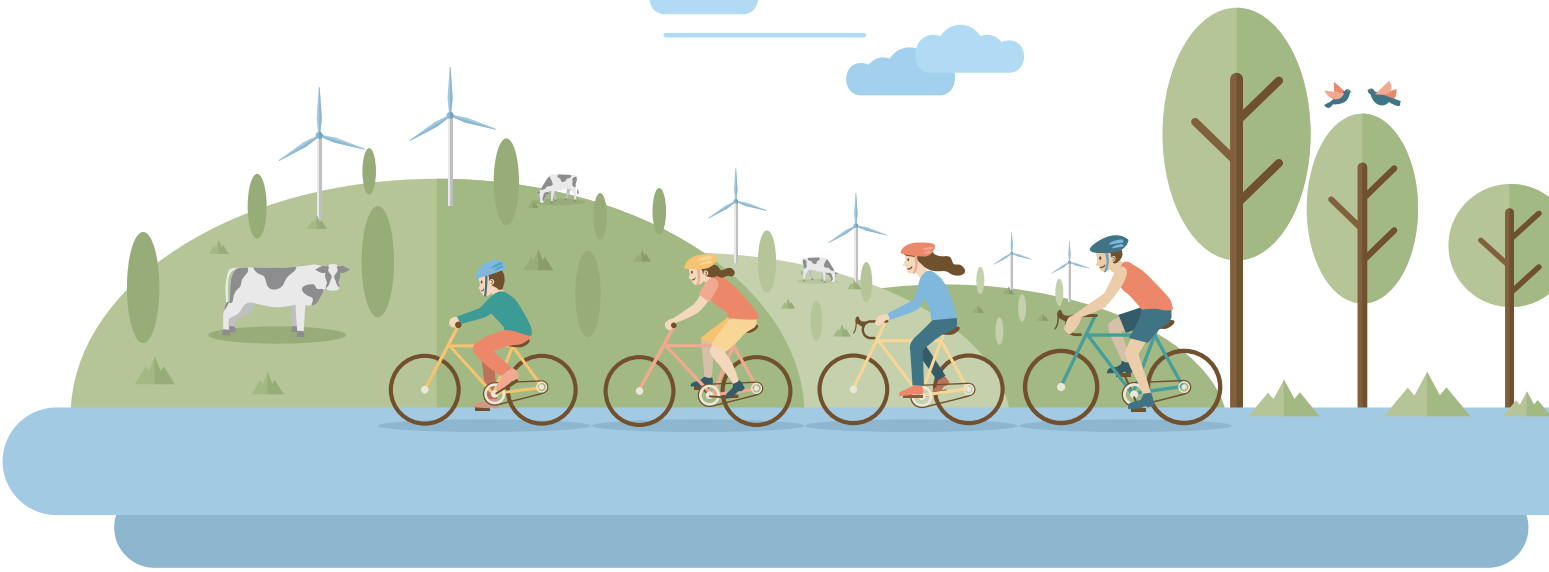
2、严格安全检查

华润万家总部、各省级公司和门店，建立隐患排查治理机制，固定开展节假日前联合安全大检查、季节性安全检查、安全生产月安全大检查，不定期开展专项安全检查和日常安全检查，对安全管理工作进行检查、督促，发现安全隐患及时跟进整改，形成“人人讲安全、安全为人人”的氛围，从而提高安全防范意识，避免和减少安全隐患，降低安全事故。2017年华润万家共开展安全检查417次，涉及门店及配送中心623家。

一、绿色管理 61
（一）引进和应用环保技术 61
（二）推进绿色供应链建设 62
（三）积极参与环保奖评选 63

二、绿色经营 63
（一）规范公司用电管理 63
（二）加强环保节能宣传 64
（三）开展环保公益活动 65

三、绿色办公 66
（一）垃圾分类 66
（二）合理用纸 66
（三）视频会议 66



一、绿色管理

华润万家在不断追求经济发展的同时，也注重经济与生态的和谐统一，坚持绿色管理，落实节能减排，以引进节能设备、采购绿色环保产品、推广使用可降解塑料袋等方式，切实抓好节电、节水、节能工作，将一点一滴的能源有效充分利用起来，致力于建立绿色发展的长效管理机制，为企业可持续发展提供动力与支持。

(一) 引进和应用环保技术

1、引入冷链电子膨胀阀集中控制系统

在目前实体零售业激烈竞争环境下，对于初期资产投入而言，在考虑长期基本经营需要的同时，必须兼顾日后运行维护费用。设备运行能耗费用作为超市继租金、人工之后的第三大经营成本，在新店建设中应将高效能设备作为优先选项，并加快引进行业已经成熟的节能技术冷链电子膨胀阀集中控制系统正是这样的技术。

▲ 冷链电子膨胀阀集中控制系统

该系统主要由集中控制部分（每店1套）、机组控制组件（每个机组1套）、蒸发器控制组件（每个冷柜／冷库1套）、短信报警系统、过冷器控制组成，通过集中控制部分对机组控制组件及蒸发器控制组件压缩机启停、吸气压力优化、自适应过热度控制、智能化霜、夜间回置、自动灯光等方面的控制，达到节能效果。

自2016年1月，华润万家在深圳下水径店试点该系统以来，截至到2017年底，先后在深圳坪山店、布吉店、南昌月湖店、赣州店、下沙店、濮家店、云河店、宝安灵芝公园店使用，设备节能集成技术项目实现了最初设计节能目标，综合节能达30%以上。

2、更换超市LED光源

预计每年可节省电量约
6000万度，
减少二氧化碳排放约
59820吨。

2017年，华润万家在全国共投资4810万元，完成了1223家门店卖场主照明LED光源的更换，其中大卖场及社区店321家，Olé门店53家，小业态门店849家。预计每年可节省电量约6000万度，减少二氧化碳排放约59820吨。

▲ 工作人员更换超市LED光源

预计每年可节省电量约70万度，减少二氧化碳排放约放约

698吨。

3、完成岛柜加盖项目

2017年，华润万家在全国范围内共投资143万元，完成54家大卖场的岛柜加盖，预计每年可节省电量约70万度，减少二氧化碳排放约698吨。

▲ 超市岛柜加盖

预计每年节省电量约500万度，减少二氧化碳排放约

4985吨。

4、完成立柜加门项目

2017年，华润万家在全国共投资1100万元，完成216家大卖场的门店立柜加门，预计每年节省电量约500万度，减少二氧化碳排放约4985吨。

▲ 超市立柜加门

（二）推进绿色供应链建设

1、引进有机环保产品

为了给消费者带来健康、放心的优质产品，传导有机环保的概念，2017年端午节，华润万家Olé业务单元与正谷品牌进行合作，引进售卖有机粽。产品食材采用通过了有机认证的有机原稻米、内蒙古库伦旗有机杂粮、巴西圣保罗有机蔗糖、澳大利亚有机牛肉等。

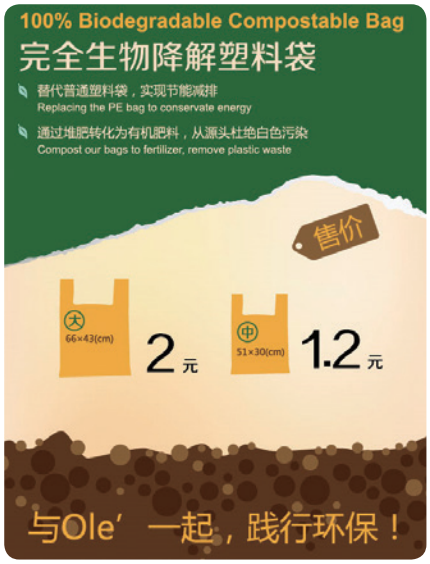
产品包装通过采用手编竹筐、使用森林管理委员会认证的纸张，并结合少用胶、大豆油墨印刷、纸张不采用覆膜工艺等方式，践行环保理念。引进该商品后，公司通过线上和线下结合的方式进行推广，该商品整体销售成果显著，也获得顾客一致好评。合作商正谷品牌始终践行可持续农业，与世界自然基金会(WWF)共同推进可持续消费理念，每个产品均贴有“有机食品认证追溯”标签。

2、引进可降解购物袋

从2013年6月开始，华润万家旗下Olé及blt品牌在全国门店举办“无袋日”活动，提倡自备购物袋消费；同时Olé及blt还在世界环境日当天全面上线新型完全生物可降解购物袋，成为国内首个全面启用此购物袋的高端超市。

新型购物袋拥有比利时VINCOTTE、德国莱茵、美国BPI等国际专业机构的权威认证，成份不含聚乙稀，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。截止到2017年底，Olé共使用超过1998万个“零污染”环保袋。

2017年1月，华润万家香港超市业务单元与环保胶袋供货商签定合作意向，引进石头造环保购物袋项目。该产品使用碳酸钙为主要原料，经特殊工艺加工而成



▲ 倡导使用完全生物降解塑料袋海报

▲ 倡导使用石头造环保购物袋海报

的一种可循环利用无毒无害的新型环保材料，它可降解成粉末，还原土地后不会造成白色污染。该产品在生产过程中不用水，不排放污水和有毒有害的物质，减少了对环境和空气造成的污染。

鉴于该产品对环境的贡献，香港超市业务单元于旗下各超市业态共116家门店中全面推行石头造环保购物袋取代原非环保材料胶袋。同时，为让消费者了解该环保产品，还于门分店同时张贴海报宣传这一环保举措，有效提升消费者对环保的关注。

（三）积极参与环保奖评选

12月1日，在由香港环保促进会主办的2017年绿色企业大奖评选活动中，华润万家凭借在环保政策、策略及领导、能源效率、节约用水、废弃物管理、空气污染控制、减少碳排放、环保采购等方面做出的杰出贡献，荣获“优越环保管理奖”银奖。

“香港绿色企业大奖”由香港环保促进会每年评审一次，旨在表扬在环保采购、环境管理及绿色管治等各方面有杰出贡献的企业。此次颁奖得到了香港环境保护署、香港工业总会、香港总商会等环保组织及工商界的大力支持，并获得了香港居民的广泛关注。

▲ 绿色企业大奖申报材料

▲ 绿色企业大奖获奖证书

二、绿色经营

（一）规范公司用电管理

作为在全国拥有3000多家线下门店的零售企业，华润万家一直致力于通过办公区及门店用电管理有效实现节能减排。

总部办公区严格执行政府规定的夏季空调控制温度，坚持整栋办公楼午休时间固定开关照明；合理利用办公资源，规划调整办公位，减少独立办公室数量，将调整出来的区域改变用途，有效利用空间，对空置区域实施关电节能；积极倡导提高员工增强节约意识，养成下班后及时关闭电源和离开会议室随手关灯等良好工作习惯，爱护办公设备，延长使用寿命。

2017年为进一步规范门店用电管理，华润万家持续开展节能工作，制定了《门店用电管理实施方案》，从目标分解、组织保障、操作培训、抄表机制、运行规范和技术推广等方面在全国大卖场门店展开了各项用电管理工作。在公司自上而下地积极推动和各层级的努力下，全国680多家大卖场门店实现自营电量同店同比下降约1.16亿度，减少二氧化碳排放约115846吨。

（二）加强环保节能宣传

1、举办全国节能宣传周和低碳日活动

2017年6月11日－6月17日，根据华润集团相关要求，华润万家围绕“节能有我，绿色共享”的全国节能宣传周活动主题和“工业低碳发展”的全国低碳日活动主题，结合自身业务实际，以“创建绿色商场，推广绿色技术，促进绿色回收”为重点，组织各业务单元及省级公司约730家大卖场门店开展了海报宣传、晨会宣导、节能交流会、走进社区等丰富多彩、形式多样的节能宣传周和低碳日活动。

▲ 华润万家将节能宣传海报贴于办公区、员工通道、门店入口旁

2、与政府合作提升公众环保意识

为提升公众环保意识，推进生活方式绿色化，4月25日，华润万家苏果业务单元与江苏省环保宣教中心签订公益合作框架协议，聚合政府、企业、社会力量，打造创新型、示范性的环保公益合作项目，共同推动绿色理念进家入户。双方在五个方面达成战略合作，一是深入开展“6•5”环境日宣传活动，将每年6月第一周设为“苏果•环保宣传周”；二是着力打造苏果绿色示范门店，围绕绿色商品陈列展示、绿色消费理念倡导，打造绿色低碳供应链体系；三是联合举办系列环保主题活动，通过多种形式，引领公众感知环保、体验环保、践行环保。四是共同推进“绿色积分”体系互通互享；五是积极组织员工环保公益行，环保宣教中心结合江苏省绿色社区、绿色学校创建工作，为员工进社区开展环保宣传活动创造条件。

▲ 与江苏省环保宣教中心公益合作签约仪式

（三）开展环保公益活动

1、举行“地球一小时”活动

2017年3月，世界自然基金会以“蓝色WE来”为主题举办地球一小时活动，华润万家积极响应，并在全国3000多家门店举办地球一小时活动，为保护地球贡献一份我们的微薄之力。这已是华润万家第九次参与“地球一小时”熄灯活动。

并在全国**3000**多家门店举办地球一小时活动。

2、参与“播撒绿色希望”植树活动

3月11日，华润万家西北业务单元联合宝鸡市文物旅游局、陕西扶风野河山景区共同举办的以“播撒绿色希望”为主题的植树活动在扶风县野河山森林公园展开。西北业务单元优秀女员工代表、各职能部门女员工共计300余人参与了此次活动，经过一上午的努力，300多棵小树在三月和煦的春风中轻轻摇曳。

▲ “播撒绿色希望”植树活动

3、开展“洁净太湖水”活动

2017年3月22日，华润万家华东业务单元与名城苏州网、网易江苏、太湖明珠网等媒体联动，组织苏州及无锡15组亲子家庭、骑行队及门店员工共60余人，在太湖园博园，共同参加第九届“大手牵小手，保护母亲湖”洁净太湖水公益活动。现场投放花白鲢鱼苗两万尾，洁净太湖水、投放鱼苗活动已经成为华东业务单元每年参加的公益活动，2009年至今华润万家累计放养鱼苗近24万尾。

▲ “大手牵小手，保护母亲湖”活动

4、举办“环保小天使”儿童画大赛

2017年4月，华润万家苏果业务单元举办第五届“环保小天使”儿童画大赛，此次大赛面向江苏、安徽两省3 – 12岁的适龄儿童，旨在通过儿童的眼睛发现、描绘生活中和环保相关的画面，鼓励环保购物，倡导环保理念。最终，640幅优秀画作从3万多篇参赛作品中脱颖而出，获得奖项。

▲ 环保小天使儿童画大赛海报

5、推出“乐在骑中”低碳生活活动

2017年6月20日至27日，华润万家上海公司与摩拜单车携手推出“乐在骑中”活动。期间，活动页面总阅读人次超过7万，微信号粉丝增长超过1.2万，会员增长超过1万，上海公司以实际行动倡导健康生活和低碳购物方式。

活动页面总阅读人次超过**7**万，
微信号粉丝增长超过**1.2**万，
会员增长超过**1**万。

▲ “乐在骑中”活动海报

三、绿色办公

华润万家积极鼓励员工增强环保意识，通过垃圾分类、合理用纸、节约用电、视频会议等多种方式，倡导员工从身边一点一滴的小事做起，将环保节能、珍惜能源的习惯渗透于日常生活中，营造节能减排的良好文化氛围。

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，遵循“公司主导、员工参与”原则，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、其它垃圾等类型进行分类投放和收集，同时对废旧电池进行统一回收，设立专门的废旧电池回收箱，全年共回收近800粒，真正意义上提高了生活垃圾减量化、资源化、无害化水平。

合理用纸

本着“合理用纸、节约用纸”的原则，华润万家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，既为公司节省办公成本，也达成了资源的重复利用。

视频会议

为减少会议的人员差旅成本及时间成本，提高会议效率，公司利用视频系统减少乘车、乘机数量，节约成本，降低能源消耗。2017年，累计共召开视频会议2000多次。

附录

一、2017 关键绩效表

	指标	单位	2015年数据	2016年数据	2017年数据
经济责任	营业收入	亿元	1,094.00	1,035.00	1,036.00
	行业排名	位次	1	1	1
社会贡献	员工总数	万人	17.07	15.76	15.30
	纳税总额	亿元	27.24	22.35	17.74
	慈善公益支出	万元	66.40	67.10	116.74
客户责任	客户投诉解决率	%	100.00	100.00	99.95
	新品销售额	亿元	37.16	30.00	37.27
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	28	30.00
	年度新增职业病	例	0	0	0
	体检及健康档案覆盖率	%	60	62	53
	员工人均培训次数	人次	1.93	1.46	0.97
	每年人均带薪年休假天数	天	6.2	7.6	7.4
	走访慰问困难员工家庭	户、万元	306 | 13.57	1,156 | 61.31	645 | 32
	救助困难员工	人<户>次，万元	332 | 23.96	227 | 63.83	200 | 20
伙伴责任	经济合同履约率	%	98.07	98.93	97.23
	重大负面舆情处理数	次	5	0	0
安全生产及环境责任	安全生产投入	万元	2,118.90	2,842.76	2,791.43
	节能减排技术改造投入	万元	2,300	1,200	6,054
	综合能源消费量	万吨	28.23	27.80	29.81

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

2017年1月1日至2017年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

组长：徐辉
副组长：徐之江
组员：张旭锋　姜艳　邱嘉萍　魏洁　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、社会和环境的重大影响
   ○ 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：