

报告编制小组

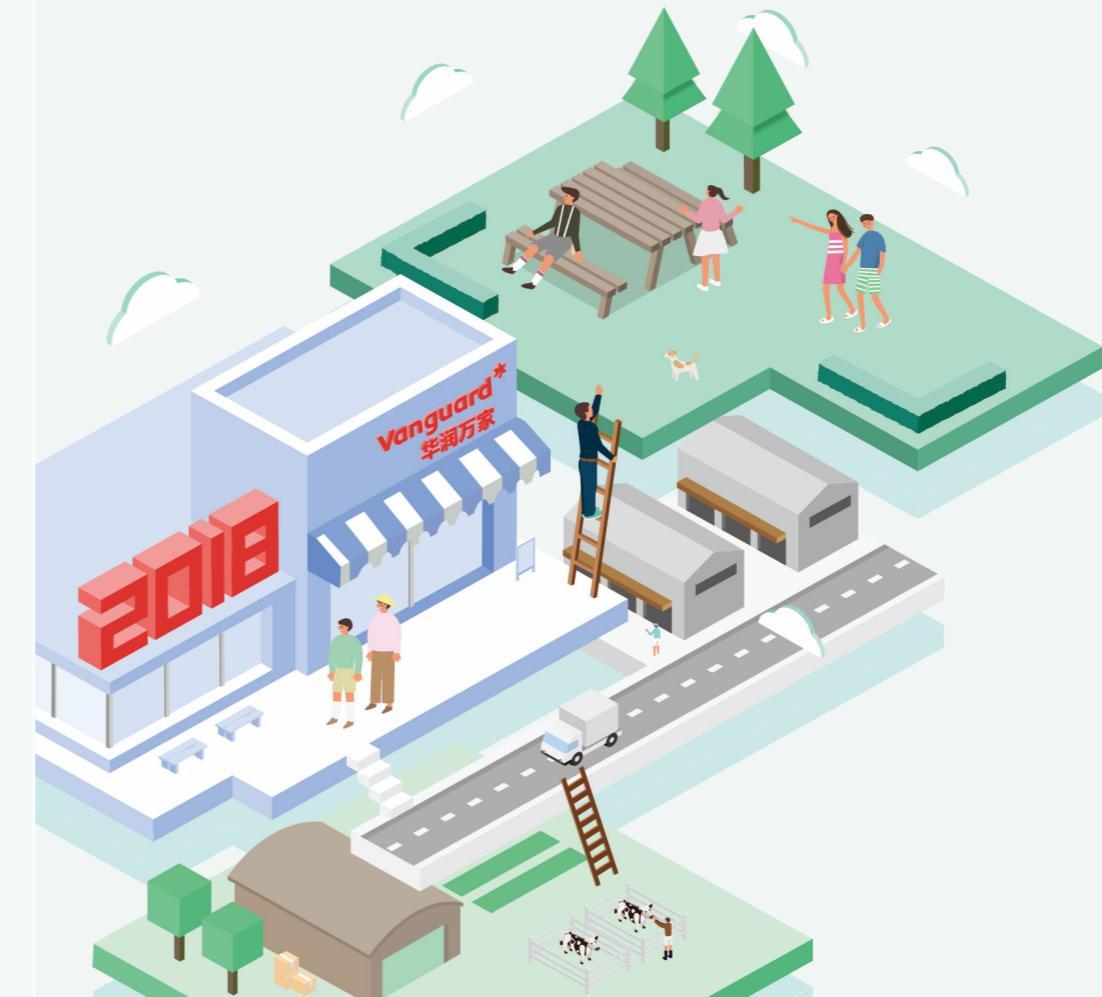
主编:陈研

编辑工作组:黄艳、张颖

Vanguard®
华润万家

华润万家有限公司
社会责任报告
2018

共建
美好



华润万家有限公司

China Resources Vanguard Co.,Ltd

广东省深圳市罗湖区黄贝街道国家漫画产业基地动漫大厦21层

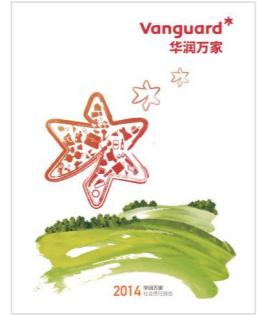
电话: (0755) 25683201

官网:<http://www.crv.com.cn/>

本报告为华润万家发布的第7份社会责任报告。作为社区的一员，万家始终以共建美好生活为己任，关注食品安全与健康、环境保护、乡村振兴等方面。万家希望以竭诚精神践行社会责任，以善美之心博爱济众社会，打造企业与经济、社会、自然的筑梦共同体。



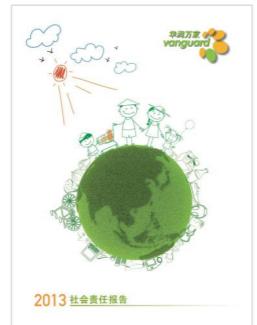
2017



2014



2016



2013



2015



2012

共见美好，更共建美好

立足远眺，以迈进的雄心着眼未来
始于脚下，拥谦卑的心怀踏实共建
我们相信，技术的努力革新，企业的不断发展
背后都怀揣这一个“让世界更美好”的温暖梦想

以人为本，创新发展
与您携手，改变生活
我们相信，通过华润万家与产业链各方的共同携手
努力把更好的生活与未来，带给每个人、每个家庭之中
共见美好，更共建美好将来

目录

CONTENTS

005	关于本报告
006	总经理致辞
007	走进万家
	关于万家
	万家小档案
	万家在2018
097	附录
	关键绩效指标
	指标索引
	报告评级
	意见反馈

1	经济责任·守护美好	015	
	理念与目标	017	
	强化党建, 正风肃纪	018	
	夯实内控体系, 提升风险管理水平	021	
	规范公司管理	023	
	创新转型, 推动高质量发展	024	
2	伙伴责任·携手美好	063	
	理念与目标	065	
	战略合作	066	
	推动供应链各方履责	070	
	增进媒体关系	073	
3	员工责任·助力美好	027	
	理念与目标	029	
	员工权益保护	030	
	关注员工成长	034	
	全方位关爱员工	037	
4	客户责任·践行美好	075	
	理念与目标	077	
	强化质量管控	078	
	优化顾客服务	080	
	升级消费体验	083	
		088	
5	公共责任·引领美好	075	
	理念与目标	077	
	支持政府施政	078	
	安全生产	080	
	慈善公益	083	
	社区共建	088	
6	责任管理·开创美好	091	
	责任文化	094	
	责任沟通	095	
	实质性议题分析	096	
7			

关于本报告

本报告是华润万家有限公司颁布的第7份年度社会责任报告，本着客观、规范、透明、全面的原则，报告详述了2018年度本公司开展的责任管理工作，履行经济责任、员工责任、客户责任、环境责任、伙伴责任、公共责任等方面亮点实践。

报告承诺	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，并对其真实性、准确性和完整性负责。
报告范围	统计数据时间范围为2018年1月1日至12月31日。空间范围为华润万家总部及其下属的17个省级公司。
报告周期	华润万家社会责任报告为年度报告，于每年8月发布。
报告标准	本报告主要参照国务院国资委《关于中央企业履行社会责任指导意见》、中国社会科学院《中国企业社会责任报告编制指南》（CASS-CSR4.0）、《联合国可持续发展目标企业行动指南（SDGs）》、全球报告倡议组织《GRI可持续发展报告指南（G4版）》进行编制。
报告流程	本报告编写流程参考上述标准的要求，按照同业对标、问卷调查、利益相关方访谈、社会责任调研、信息收集、信息复核、报告写作、管理层审定、报告评级等步骤进行。
称谓说明	为便于表达，本报告中提及的“华润万家”、“万家”、“公司”、“我们”等均指作为一个整体的“华润万家总部及下辖的17个省级公司”。
数据说明	本报告中的数据来源于公司内部文件和信息统计系统数据。
获取报告	本报告提供简体中文版本供读者参阅，并以电子文件的形式发布，可在公司官方网站获取。
反馈意见	华润万家公司办公室 地址：广东省深圳市罗湖区黄贝街道国家漫画产业基地动漫大厦21层 电话：(0755) 25683201 邮箱：crv_csr@crv.com.cn 官网： http://www.crv.com.cn/

总经理致辞



徐辉

华润万家有限公司
总经理

华润万家成长于飞速变化的时代。自1984年香港告士打道首家门店诞生以来，万家几度转身，耕耘不辍，从一间小超市成长为零售巨头，探索出属于万家的转型发展之路。

作为一艘千亿级的零售航母，万家在重视价值创造的同时，努力加强社会责任管理，将责任理念和要求融入公司的战略规划和生产经营、业务发展等各项工作，努力提高大众生活水平，建设和谐社会环境。

秉承“连接每日生活，服务千家万户”的愿景，万家大力推进商业和公益的融合，打造开放、透明、共享的生态平台。过去一年中，万家立足自身业务和商业模式，进行了全方位的履责实践，确保股东、合作伙伴、员工、消费者等各方参与者的长期价值提升。

在经营管理方面，万家以“转型创新，质量发展”为主题，加强资源、人才、组织之间的有效联动、配合和协同。在员工成长方面，万家遵循“以人为本”的价值理念，尊重人的价值，致力于为员工提供广阔的事业平台和良好的企业文化。在顾客服务方面，万家关注生活和社会的变迁，以提供和创造更好的产品和服务为矢志追求。在环境保护方面，万家通过强化环境保护和节能减排管理，提高资源利用效率，推动企业与自然和谐发展。在伙伴合作方面，万家恪守商业伦理，维护市场规则，与合作伙伴共同构建良好的商业生态。在社会公益方面，万家坚持参与推动地区商业繁荣，改善社区经济民生，营造安居乐业的社会环境。

在改革开放四十年之际，万家始终心怀感恩之心，继续面向未来、拥抱变化，以商业创新引领公司转型，以公益实践推动公司发展。责任在肩，我们希望携手利益相关方，共建美好生活，迈向可持续的未来。

华润万家有限公司总经理 徐辉



走进万家

- P9 关于万家
- P11 万家小档案
- P13 万家在2018

关于万家

华润万家成立于1984年，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。

作为国有控股企业，华润万家在重视价值创造的同时，加强社会责任管理，将责任理念和要求融入公司的战略规划和生产经营、业务发展等各项工作，不断探索企业、环境和社会和谐共生的方式，携手各利益相关方共同为建设美好社会而努力。

万家愿景

连接每日生活，服务千家万户



万家使命

引领消费升级，共创美好生活



万家旗下业态品牌

华润万家、Olé、萬家Mart、blt、
苏果、U購Select、V>nGO



万家旗下产品品牌



润之家、简约组合、Home Choice、惠买、IF产品
覆盖生鲜、休闲食品、家居用品等品类，均经过全
方位的质量检测，确保为消费者提供品质和价格优
良的产品。

截止2018年底 华润万家

30

门店遍布全国30个
省、自治区、直辖市
和特别行政区

240

门店入驻240个城市

3,192

门店总数3192家

1,013

实现销售额1013亿元

4,850

会员人数达到4850万

15万

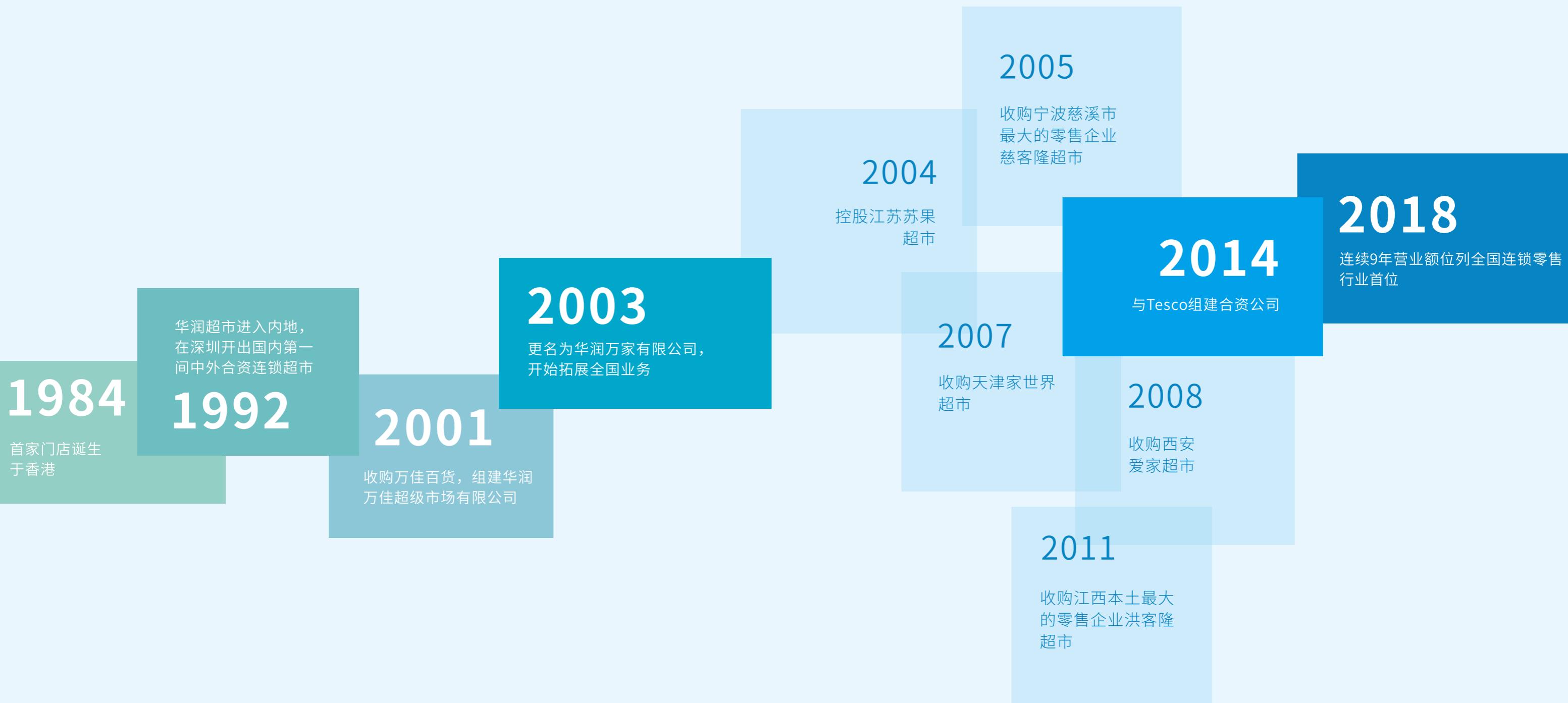
员工人数近15万

1

在中国零售经营协会发布的“2018年中国快速消费品
(超市/便利店)连锁百强”榜单中，华润万家以1013
亿元的销售额位列第1。



万家小档案



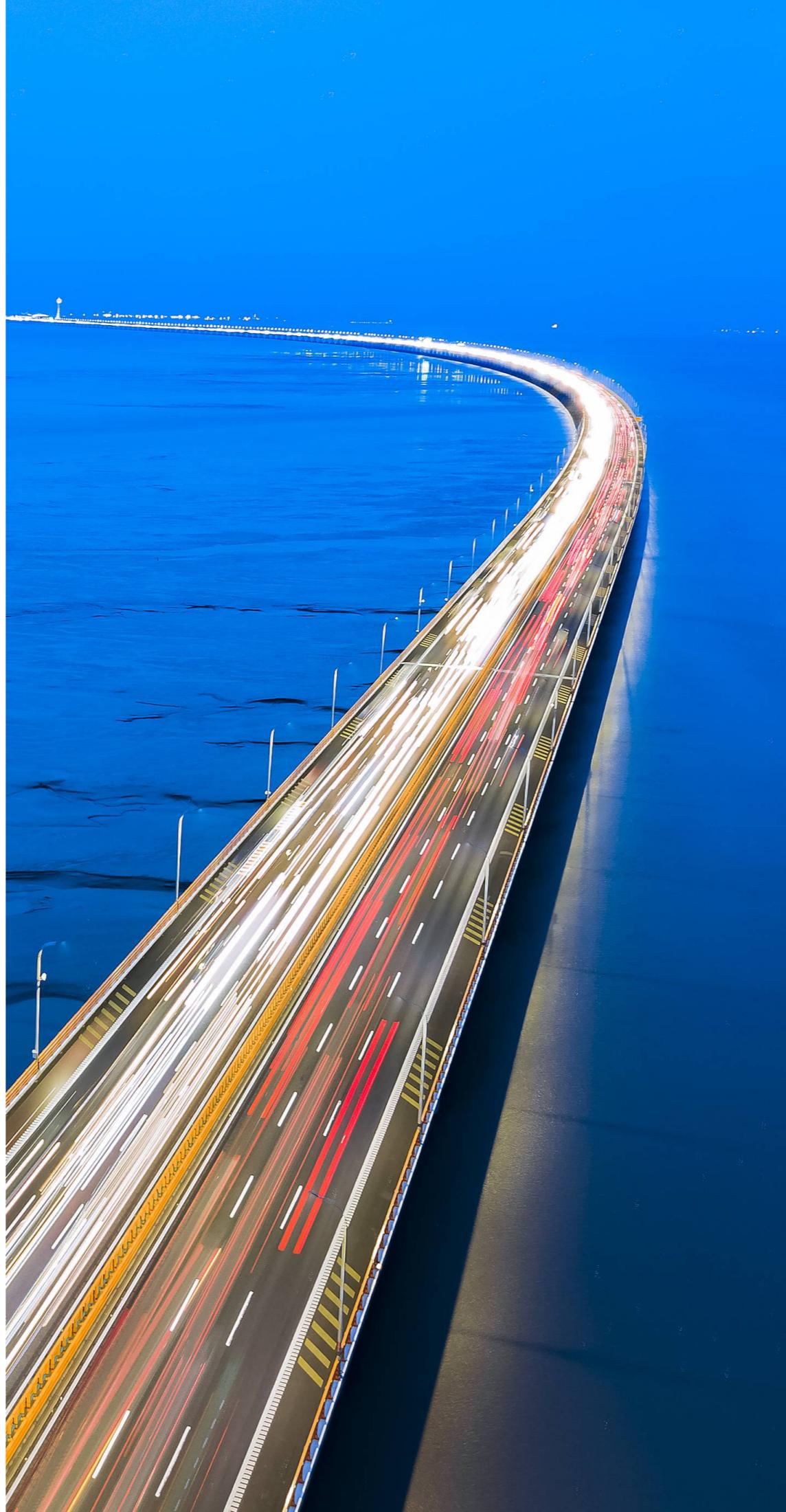
万家在2018

1

连续9年营业额列全国连锁
零售行业首位

198

在全国范围内新开198间门店



122

获得“放心肉菜示范超市”
“国家级食品安全城市先进单位”
“服务业十强企业”
“安全工作先进单位”
等122个政府奖项

44

获得
“2018中国零售技术创新大奖”
“中国食品健康七星奖年度优秀实践奖”
“改革开放四十周年连锁企业长青奖”
“中国商业改革开放40周年功勋企业”
等44个行业奖项



经济责任· 守护美好

HSSY

- ▶ P17 理念与目标
- ▶ P18 强化党建, 正风肃纪
- ▶ P21 夯实内控体系, 提升风险管理水平
- ▶ P23 规范公司管理
- ▶ P24 创新转型, 推动高质量发展

理念与目标

华润万家顺应城市发展和消费升级趋势，快速调整业务与业态布局以及商品结构，积极推动组织变革，加速线上业务融合，力争企业做实、做久。

本章所回应的SDGs议题：



强化党建，正风肃纪

强化党建工作

2018年，华润万家着力以习近平新时代中国特色社会主义思想和党的十九大精神武装，按照集团党委关于“大党建”的党建工作总体思路，坚持党的领导、加强党的建设，推动企业提质增效和业绩改善，筑牢高质量发展根基。

十九大精神宣贯

华润万家管理团队深入学习领会贯彻十九大精神，将党建与业务结合思考，聚焦转型创新、人才培养等方面，构建以党建为引领、统筹推进相关工作的新办法并加以实践，最终输出学习成果《党建工作如何促进中心工作，实现价值创造》。2018年，万家举办了三期学习贯彻十九大精神集中轮训班，136位直管经理人参加培训并顺利结业。

成立华润万家团委

2018年5月4日，华润万家团委正式成立，为凝聚、引领广大青年干事创业奠定了坚实的组织基础。在华润万家团委的统筹指引下，各级团委组织开展“奋斗的青春最美丽”主题实践活动，涵盖文娱、体育、公益三个方面，累计81次，4666人参与，极大的增强了青年员工的凝聚力和向心力。

全面组织学习

2018年9月，华润万家组织基层党支部书记、支部委员、下属公司党群工作部人员及团委、工会进行了专项党务培训，参与人数共计402人次。该培训通过学习党务基础知识、实操技巧及新修订的《中国共产党纪律处分条例》细则，切实从思想和能力上提升党务工作人员的政治素养和工作水平。

塑造万家企业文化

2018年，华润万家党委把塑造优秀企业文化作为党建重点工作之一，带头开展文化理念体系梳理，强调“诚信、业绩、担当、创新”文化，塑造以身作则，树立敢于决策、科学决策、勇于担当、敢于创新的组织氛围，强化干部员工共同使命与愿景、打造共同价值观。与此同时，万家党委把文化建设与“两学一做”和组织宣传服务群众紧密结合，将党建群团工作融入前、中、后端各业务场景，在广大员工中塑造爱岗敬业、忠诚奉献的良好氛围。

促进万家业务发展

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。2018年，华润万家党委坚持党建领航聚力，打赢了扭亏为盈攻坚战，实现了5年来第一次经常性EBIT盈利。

在门店日常工作中，结合岗位特点，党委组织成立“节能减排党员先锋队”、“生鲜损耗党员先锋队”、“叉车工人先锋队”、“防损护盾先锋队”等700多支先进小组。与此同时，结合万家零售超商行业节假日繁忙的特点，党委组织了“党员销售突击队”、“青年销售突击队”等1200支先进队伍在节假日助力门店工作，将党建、群团工作融入业务，促进业绩提升。

在公司组织开展的知识竞赛、生鲜竞赛、排面核价竞赛等2000余场技能大比武中，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。

积极推进党建“三个一”工程

创建“党建示范店”是推动基层党建工作落实的有力抓手。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，万家党委积极推广天津汉沽店党建“三个一”工程经验，在全国范围内共复制建立了49家党建示范店。示范店由党员发挥模范带头作用，认领具体攻坚项目，如开展“店小二”服务活动、“高库龄商品处理”等，制定项目提升举措，定期跟踪落实，激发员工工作热情，营造比学赶超的氛围，示范效应十分明显。

合规守正，正风倡廉

2018年，华润万家各级纪委和纪检监察组织，深入学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想和党的十九大精神，全面落实万家党委的工作部署和要求，牢固树立“四个意识”，坚定“四个自信”，践行“两个维护”，坚持稳中求进工作总基调和“从严治企、标本兼治、惩防并举”的方针，持续保持正风反腐高压态势，严肃执纪问责，营造了反腐倡廉的良好氛围。

加强制度体系建设

2018年3月，华润万家纪委与下属公司纪委签订了《党风廉政建设监督责任书》，通过层层传导，压实具体责任人，推动责任落实，建立健全党风廉政监督责任体系。万家纪委提出《关于进一步规范华润万家选人用人工作的监察建议》，对从源头上预防腐败起到了推动作用。

惩戒贪腐失信行为

2018年，华润万家纪委坚持把纪律挺在前面，深入实践监督执纪“四种形态”，保持惩治腐败高压态势，不断加大监督执纪问责力度，对损公肥私、严重侵害公司利益的案件进行了严肃查处，起到了有力震慑作用，党风政风持续向好。其中万家各级纪委共回复廉洁意见201件次，其中建议暂缓使用或不建议任用10人。

实施沟通回访工作

华润万家纪委对2016和2017年度受党纪处分、记大过及辅以降职降薪处理的在职员工进行回访。回访有效地促进了受处分人员思想转变，使一批受处分的党员干部，消除了思想顾虑，放下了包袱，以健康向上的心态、更高的热情投入新的工作、新的生活。

坚持开展廉洁诚信教育

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，帮助各级人员自觉抵御歪风邪气。



夯实内控体系， 提升风险管理水平

华润万家按照财政部等五部委发布的《企业内部控制基本规范》和配套指引的要求，立足管理实际，倡导全员参与，注重控制实效，建立了规范的内部控制体系。2018年，万家将管理提升作为重点工作，以审计揭示的内控管理问题为基础，结合其它监督检查结果，梳理、制定、完善并实施了一系列措施，促进内部控制体系建设更趋完善，内控运行更加有效，为公司战略目标实现提供了更好保障。

推动制度优化

2018年，华润万家对内部制度进行全面优化。全年共新增制度30个，优化制度22个。与此同时，各下属公司审计部开展制度执行审计，重点关注总部2017年颁布制度的执行情况，及时跟进整改工作，进一步提高制度执行的一致性，促进制度有效落地。

强化管控措施落地

促进战略落地

各下属公司根据万家整体战略，分别制定各自的业务发展策略和具体举措，实现有效承接和落地。总部通过召开定期工作会和月度考核机制，跟进战略执行及完成情况。

开展监督检查

万家总部和区域审计部根据万家总体业务规划，持续开展监督与评价工作。2018年审计职能线共完成项目234个，提出建议955条，问责人员437人次，完善制度流程120项。



推进风险管理与业务协同， 做到风险有效识别和提前防范

生鲜业务风险管理

成立生鲜损耗专业项目组，协同梳理识别生鲜业务风险，制定并落实应对措施，编制生鲜损耗管控手册，推动生鲜业务管理改善。

门店运营风险管理

建立完善安全信息平台，对门店EHS风险从风险源识别、风险事件收集、处理和后续考核等方面形成闭环管理。

工程风险管理

以国家企业内控指引和集团工程审计实务指南为蓝本，结合万家实际情况，形成工程风险自评价表，推动工程建设内控体系不断完善。

规范公司管理

完善公司治理

华润万家不断优化完善公司治理体系，加强党的领导与完善公司治理相统一，依法规范各治理主体的职责权限、行权方式、决策流程，进一步健全各司其职、各负其责、协调运转、有效制衡的企业法人治理结构，建立更加科学、规范、高效的公司治理机制。

明确治理主体权责

根据全国国企党建工作会议提出的两个“一以贯之”的原则，以及《中华人民共和国公司法》、《中国共产党章程》、《国务院办公厅关于进一步完善国有企业法人治理结构的指导意见》等有关规定，进一步明确党组织、董事会、管理层等各治理主体的职责定位，各治理主体依法、规范、科学决策，各司其责，相互衔接，有效制衡。

清晰决策权限和决策流程

华润万家认真落实执行“三重一大”决策制度，充分发挥党组织在公司治理、内控体系等方面的核心作用。与此同时，公司不断修订完善与“三重一大”决策制度密切相关的内部管理制度、实施流程与配套制度，建立上下贯通、紧密衔接的体系框架，提高公司决策水平。

2018年，万家各级党委依照规定集中讨论和决策公司“三重一大”事项，共决策重大事项173项，重要干部任免150项，重大项目安排89项，大额资金使用19项，涉及资金约49亿元，切实发挥了万家各级党委“把方向、管大局、保落实”的作用。

规范董事会建设

依据2014年5月生效的利源有限公司股东协议，董事会根据业务计划和年度预算，负责整体合资公司及其业务的监督和管理，依照法定程序和公司章程决策公司重大事项，负责公司治理、战略引领、风险防控。董事通过董事会会议形式议事，对上会议题作出集体决策。华润万家按股东协议成立联合工作组，该工作组由合资公司主要利益相关方代表组成，在董事会闭会期间，定期沟通汇报并讨论股东关注议题，了解合资公司经营情况，推进董事会各项工作的落地，保障、落实董事会会前沟通和董事会其他工作安排。截至2018年底，万家共召开董事会3次，讨论并决策20项议题。



创新转型，推动高质量发展

十九大报告明确指出，我国经济已由高速增长的阶段转向高质量发展阶段，未来创新发展、质量发展将成为我国经济和企业发展的主题。华润万家顺应经济环境变化趋势，依托现有渠道、资源优势加速转型创新，通过新的业务模式、新的技术、新的产品等来应对竞争，培养业务可持续的竞争实力，寻找新的增长点。

业务模式创新

华润万家组建自主创新研发团队，通过问卷调查、消费者访谈、腾讯和邓肯贝的大数据画像等多种方式全面洞察分析消费者需求，利用新技术解决运营的效率和成本问题，搭建适应商圈发展的新型业务模式，满足家庭生活的服务需求。

业务举措创新

牵手京东到家和美团外卖

为满足市场的新趋势和新需求，华润万家基于自身业务特点，积极探索线上线下融合模式，加快转型创新步伐。2018年，华润万家牵手京东到家和美团外卖，公司的线上业务从原来的省区自主，点状发展转为总部主导，统一规则，分步实施。截止2018年12月31日，京东到家和美团外卖共计在全国1396家门店（其中大超444家，标超686家，便利店195家，Olé（71家）上线。

开展运输智能规划与管理应用项目

传统物流配送中心采用人工制作运输装载计划和计算运费，效率较低并存在管理风险，且没有提前预警、实时报警的功能。华润万家通过整合运输管理系统（TMS）、配送路径优化系统（ROS）、全球定位系统（GPS）功能，提高了供应链的效率，优化了车辆装载率，实时监控货物在途运输，使得上游供应商及过境服务商的作业衔接更加平滑，减少承运商配送里程，降低总运费，极大程度避免了资源浪费，为业界同行提供了可参考、可借鉴、可实施的具体案例。2018年，该项目在西北区率先试点使用，实现了单箱运费下降10%、到店准时率提高了20%的目标，并获得2018中国零售技术创新大奖。

门店升级，加快大卖场优化升级

华润万家从商圈顾客需求出发，通过优化商品品类、强化生鲜与食品、优化场景陈列和顾客体验、关注食品安全与健康生活，满足商圈消费群体日常家庭生活的商品和服务需求。



华润苏果大厂美利广场店升级：大厂美利广场店定位为“社区生活中心”，从LOGO、环境、商品、服务等方面做了全新改版，主打商品升级、场景化体验以及生鲜餐饮化模式，重构大卖场业态新价值。

华润苏果清凉门店升级：清凉门店围绕“环境、硬件、商品、服务”等方面进行升级，通过“商品+情景陈列+互动体验专区”的模式，触发消费者的购买欲，解决了传统大卖场体验不佳，难以吸引年轻消费者的痛点。



华润苏果SGhome升级：作为苏果布局新零售的重要一环，SGhome着眼于满足消费升级需求，打造社区居民的“家庭厨房”。升级后的门店在商品结构、商品陈列、硬件设备、购物体验方面有了全面提升。



Olé上海陆家嘴店G5业态升级：不同于传统商超以卖货为主的规划思路，全新升级的Olé Ville在品类布局上更强化了消费者、商品、空间三者间自由的连接，通过不同生活方式的品类组合和情景关联，将店面划分成数个具有场景连续性、需求逻辑性的生活体验空间。



Olé上海港汇店升级：历时14个月的升级，该店在装饰风格、品类规划、消费者体验等方面进行优化，使得品类间的组合更加扁平化，消费者的视线也更为通透，沉浸式购物体验更为浓郁。

宁波鄞州店：鄞州店从陈列道具、顾客沟通体系以及空间环境进行整体购物环境改善，打造9大品类中心，增强顾客购物体验感以及舒适度，实现了人工成本和水电暖下降，整体门店销售毛利增长。

南昌紫阳大道店：该店通过装饰风格、品类结构、人力管理等方面优化升级，较于传统大卖场坪效方面提高4%，开业后日均销售22万。

新店创新，布局社区型生活超市

华润万家以居民“一日三餐”需求为出发点，重点强化生鲜和食品，精选产品品类、注重产品品质，辅以轻餐饮和生活配套服务，满足家庭具体消费需求。与此同时，万家持续推进社区型生活超市的升级迭代，满足消费者及时性的商品和服务需求。

宁波慈溪新城大道店：品类衔接打破传统布局思维，将生鲜围绕全场，生熟左右布局，确保客流均衡；围绕顾客生活场景进行品类组合及关联，打造品类中心店。该店开业至今，销售毛利均较预算增长。



苏州湖西玲珑美好荟店：该店在卖场布局、商品组合、经营思路上与以往相比有很大不同，给人一种置身自然之中的健康清新感，传达万家坚持每日新鲜、美味安全、方便快捷的生活理念，引领大众健康的生活方式。



华润苏果推出第四代“好的”便利店：苏果首家第四代“好的”便利试点店从商品结构、服务体系、新技术运用、O2O等方面进行升级优化，集购物、就餐、休闲、自助服务为一体，实现对生活场景的全覆盖。



华润苏果推出南京首家“自助便利店”：该店集合了饮料、食品、百货、鲜食、咖啡8台自助售卖机，全品类组合满足特定人群24小时的需求。

027



员工责任· 助力美好

- ▶ P29 理念与目标
- ▶ P30 员工权益保护
- ▶ P34 关注员工成长
- ▶ P37 全方位关爱员工

本章所回应的SDGs议题：



理念与目标

华润万家视员工为公司的第一财富，倡导和遵循“以人为本”的价值理念，尊重人的价值，开发人的潜能，升华人的心灵，努力为员工赋能，致力于从生活、情感和成长上关爱员工，激发员工正能量，为员工提供广阔的职业平台、良好的企业文化和有竞争力的工作回报，吸引最优秀的人才。

员工权益保护

华润万家将尊重每一位员工的价值贡献，努力保障员工的基本权益，严格遵守国家劳动法律法规和企业所在地的政策要求，不断优化员工结构，积极培养创新性人才，从多方面提升员工幸福指数，努力构建和谐良好的劳动关系。

万家人员结构

截至2018年底，华润万家在岗员工总数为144853人，平均年龄为38.0岁，女性占比68.6%，女性管理者占比32.45%，为广大社会人士及再就业人员提供了不同工作内容、不同用工形式的就业机会。

数据

144,853	68.6%
华润万家在岗员工总数为144853人	女性占比68.6%
38	32.45%
平均年龄为38.0岁	女性管理者占比32.45%

依法科学用工

华润万家严格执行所在地劳动用工的法律、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。2018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、社会保险参保率均为100%，保障员工基本合法权益，消除员工后顾之忧。

提供平等就业机会

华润万家多年来一直积极构建“以人为本”的企业文化，注重保护员工隐私，依据岗位要求招聘及使用员工，确保不因民族、种族、性别、宗教信仰、年龄、身体残疾等差异区别对待，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，不断拓宽就业岗位和用工形式。

应届生就业

万家面向2019届高校应届毕业生进行公开招聘，提供营运、商品、财务、人力资源、市场、信息、物流、审计等方面共计

457个 管理培训生岗位为应届毕业生提供优质的实习和就业机会，帮助他们更好地提高社会技能。

与此同时，对于港澳台、新青藏等区域的毕业生，万家也针对性的提供适宜就业岗位。在集团的号召及组织下，2018年，华润万家继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。



接收退役士兵

在接收安置退役士兵工作中，华润万家严格落实安置工作精神，采取有利于接收工作的举措，2018年共计接收

94名 自主就业的退役士兵

优化薪酬福利

华润万家为员工提供具有竞争力和成长性的薪酬待遇，按照高绩效、高激励的成长型组织管理原则和绩效文化，在保证员工整体薪酬水平不低于市场平均水平的同时，对高价值、高潜力的员工给予适当的激励。

月度绩效方面

2018年全国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的业绩挂钩，并结合业绩奖惩杠杆实现收入调整，进一步强化业绩文化。

年终激励方面

2018年4-5月，为鼓励进步，提升业绩，依据各省级公司业绩情况，万家为员工发放了年度绩效奖金，全国范围内职能和一线基层员工约12万人获发奖金。

保障员工身心健康

员工的身心健康是一个企业能够不断发展的基石，华润万家多年来坚持根据国家对员工身心健康保护措施的相关要求，给员工安排身体健康体检，同时更加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安全。

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。

开展员工体检

根据国家对员工身心健康保护措施的相关要求，华润万家每年都会在全国范围内开展员工年度健康体检，2018年体检人数8.67万人。为保护员工隐私，公司注重体检结果私人化，并强化体检后期的结果反馈，宣传健康理念。



加强安全防护

2018年华润万家开展了“夏季关爱”和“冬季关爱”项目，旨在关注员工的工作环境与生活安全。在“夏季关爱”项目中，公司对员工宿舍、户外和高温岗位员工配备相关防暑设备，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，公司开展了以“情暖冬日”为主题的冬季关爱活动，积极点检维护户外或特殊岗位工作人员防寒保暖用品，以及检查维护员工办公、宿舍防寒取暖设备。



办公区、休息区布置



办公区、休息区布置



冬季关爱海报

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，不断的促进关键管理人员的在岗能力提升的同时，持续完善和深化人才培养机制，为人才队伍能力提供了有力支撑，有效支持员工的成长。

积极开展员工培训

围绕支持业务、孵化人才、传承文化、助推战略的使命，2018年华润万家面向关键人才、一线门店及基层员工等人群共开展22个培训项目，覆盖近11万人。其中，中高层管理人员189名，一线管理人员218名。



星征途-组织能力提升项目



基层员工培训



Mt培训

领导力培训体系

开展了“华润万家学习贯彻党的十九大精神集中轮训班”、“星征途-组织能力提升项目”、“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”以及“新任职利润中心直管经理人培训”共计6个培训项目。

一线门店培养体系培训

开展了“大卖场在职店总三证学习与考核项目”、“卓越工匠-在职店总能力提升培训项目”共计2个培训项目。

新员工培训体系

开展了“2018年未来之星训练营”和“未来星-三年MT培训项目”共计2个培训项目。

基层员工培训体系

开展了各类培训活动，如总部“公开课”活动、各类通用力授权班、微课堂在线主题分享活动等。

培训体系建设

3319

截至2018年底，万家认证讲师总数为3319人

1276

新增讲师1276名

181

新增授权讲师 181名

795

万家在库课程库内含课程（含微课）795门

126

新增线下制式课程126门

10万

移动学习方面，2018年全公司登录人数10万人

7

人均线上学习课程 7 门

7.6万

年度总学时为7.6万小时

建立公平晋升机制

为匹配公司组织调整，华润万家通过组织规划、人才发展规划等方式，不断完善公司选人用人标准与流程，优化公司人才职业发展通道，拓宽职业技能人才晋升路径，倡导“工匠”精神，体现员工个人价值。2018年万家启动关键管理人员竞聘约30人次，选用管理干部达63人次年度整体人员异动累计共计31,252人次，晋升人次占20.57%。



完善管理培训生(MT)发展体系

为适应公司发展对人才的需求，系统全面地帮助应届毕业生快速适应新环境，培养工作技能，华润万家从2002年起启动“管理培训生项目”，每年从高校吸收批量应届毕业生，通过长期培养和关注，逐步使其成长为华润万家中高层后备人员。在3年培养期内，管理培训生将经历5个培养阶段，逐步学习一线营运技能与具体业务技能，促进管理培训生更好、更快地成长。



全方位关爱员工

华润万家始终将员工视为创造非凡成就的关键，秉持着以人为本的治企理念，关注员工工作生活的方方面面，努力提升员工的获得感和成就感，致力于打造高效、活力、幸福万家。

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。截至2018年，万家雇佣残疾员工1379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。2018年春节，华润万家开展“爱心之旅”活动，共走访慰问困难员工家庭684余户，慰问金额达35万余元，爱心基金帮助困难员工142人，金额达180万余元，为困难员工及家庭送去冬日暖阳。

让爱心点亮希望

2018年10月，南京市一位员工不幸被确诊为急性淋巴细胞白血病，化疗后需要做造血干细胞移植手术，治疗总费用保底估计约80万元。高昂的治疗费用让她的家庭陷入困境。为了帮助她早日战胜病魔，同事们通过门店募捐、“水滴筹”等方式为她筹集善款20余万元。

呵护女性员工

华润万家在岗员工中女性占比68.6%，其中女性管理者已达到468人。万家始终致力于保障女职工的各项权利，用心呵护女职工的身心健康。在三八妇女节，为女职工提供半天假期，并在全国开展不同形式的献礼活动，如电影票、围巾、礼盒等等，给与女职工精神层面和物质上的关怀。



员工活动



节日活动

组织员工活动

公司始终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、健康类等形式多样的活动，引导员工追求美好生活。

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。

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。



- P41 理念与目标
- P42 强化质量管控
- P47 优化客户服务
- P51 升级消费体验

客户责任· 践行美好

理念与目标

作为华润集团旗下优秀零售连锁企业集团，万家始终关注生活和社会的变迁，以提供更好的产品和服务为矢志追求，让业态和服务的创新回归人性需求本身，真正成为提升大众生活品质的卓越零售企业。

本章所回应的SDGs议题：



强化质量管控

作为食品行业的一份子，华润万家严格遵守国家《质量法》、《食品安全法》等法律法规和行业的质量标准，始终将食品安全与百姓健康放在心上，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”。

商品质量源头管控

优化供应商准入机制

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。

数据

1,572

2018年，万家开展源头
供应商评审1,572家。

182

其中，自有品牌共审核
182家供应商

8

重点对在合作的8家OEM
生鲜认证工厂及商品进行
质量风险监测。

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。2018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2116批次。

进行商品源头检测

华润万家借鉴全球食品安全倡议（GFSI）和GAP的相关标准，对农产品种植基地及其他商品的生产工厂制定了管理办法及审核条款，明确规定必须实地考察农产品的优质度、加工场所及存储仓库，重点评审卫生管理状况是否达标，有无违规施用药物等。现场审核不达标者一律淘汰，从生产源头保障产品安全。

商品质量过程管控

优化商品质量管理制度

严格的科学检测是农产品质量安全管控的重要手段。为提升门店售卖商品的可控性，华润万家将检测工作前置至物流配送中心收货环节。目前，华润万家已经建立了《华润万家关于预包装食品生产日期、批次管理操作指引》、《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，在配送过程中严把商品质量关。

严控商品验收标准

华润万家对所销售的商品实行严格的索证索票管理。利用供应商服务系统（VSS系统）的信息化平台管理供应商及其所售商品的资质证照，除了提供营业执照，还需具备相应的生产许可证、食品经营许可证、商品检测报告等品类证照，保证商品来源合法可追溯。

物流检测严管食品安全

华润万家对物流配送中心实行集中验收、统一标准的管理。各地生鲜配送中心基本覆盖华润万家全国门店，从证照、温度、安全、品质等方面对来货商品进行严格管控。配送中心均配备商品检测实验室并拥有专业QC团队和专用检验设备设施，果蔬商品均需要进行农药残留量检测，检测结果会在其所配送的门店内进行公示，真正做到让消费者“看得到，放心买”。

2018年，华润万家全国生鲜物流仓检测室共检测570401批次商品，检测合格率为99.82%，较2017年提升0.12%，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。

数据

570,401

2018年，华润万家全国
生鲜物流仓检测室共检
测570401批次商品

99.82%

检测合格率为99.82%

0.12%

较2017年提升0.12%，
对于不合格商品均已做
拒收或销毁处理。

数据

865

2018年，万家邀请第三
方专业评审机构对全国
门店进行食品安全评审
共计865店次

100%

计划完成率100%

商品质量现场管控

加强门店巡检和审核

华润万家制定门店食品安全管理规范，从人员卫生、清洁消毒、硬件设施、温度控制、标签标识、操作方法等六大方面进行管控，对门店的商品质量安全工作进行考核，同时建立完备的门店自查、区域巡检、总部抽检的三级监督巡检机制，对考核及巡检中出现的问题立即整改。公司定期统计分析门店审核及巡检的数据，对门店质量安全方面存在的普遍性问题进行总结，开展全国性的门店食品安全运营专项培训及转训工作，确保落实和保证门店端食品安全工作的执行效果。

落实定期检测机制

对于已准入销售的商品，万家也会定期根据产品本身的风险等级、历史管控情况等原则制定商品质量专项抽检，招募具备国家认可资质的三方审核公司不定期对商品安全、质量等指标进行检测，不合格商品立即下架禁售，并要求供应商进行整改，以保障所售商品的质量安全、品质达标，有效提升门店商品安全管控水平。

2018年，万家邀请第三方专业评审机构对全国门店进行食品安全评审共计865店次，计划完成率100%。

食品信息可溯源

为完善食品安全监督体系，华润万家持续推进食品信息溯源系统。2018年，华润万家在杭州市市场监管局等部门的指导下建立以进出口农产品为核心要求的品质食品专柜。现进驻专区的商品共计155种，所有商品均可通过扫描二维码进行信息溯源，更好地为老百姓提供优质的商品。

建设商品质量跟踪系统

商品质量跟踪系统通过对自查、抽验、送检数据的录入以及同步客诉系统中受到投诉的商品数据，不仅为食品安全工作的“事后调查”前移到“事前预警”提供了管理工具，也为供应商评价及优化提供数据支持，促进质量安全事件的及时处理及跟进，使合作伙伴对食品安全工作更加关注。



加强质量宣导

组织质量管理专业培训

华润万家根据业务需求及日常监督管理所发现的问题，定期开展针对商品质量各环节不同专业岗位的培训及考核工作，例如针对生鲜DC验收岗及检测岗位的验收及检测标准的校准培训，现场解答日常DC验收及检测遇到的问题，对相关标准进行讨论校准及考核，对检测流程进行实验室实操辅导，提高DC验收及检测岗位人员的专业素质、操作技能、质量安全意识等。

培养优质供应商

华润万家通过分析往年节令重点商品的投诉、抽检、验厂等情况，联合第三方机构，围绕法规要求、标签标识、产品追溯等主题，面向重点商品供应商开展相关培训工作，为节令商品供应商提供了专业能力培训，帮助前端供应商提高产品质量安全意识，从源头减少不合格产品流入市场。

宣传质量管理理念

为提升全员质量意识，传播万家质量管理理念，万家积极开展各类质量管理宣传工作。2018年，万家通过制作全国宣传板报《美丽生活阳光主张》，印刷消费者宣传折页《你了解草莓吗？》、《食品安全小常识》，制作食品安全可视化视频《带您了解华润万家的质量管理》、《如何做好门店清洁消毒工作》，以及《保健食品的消费提醒》、《手部清洁》、《工器具清洁消毒》等多个微课作品，将质量管理工作深入员工和消费者的心中。

开展质量月活动

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”。2018年3月，华润万家以“美丽生活阳光主张”为主题，共开展438场质量交流活动，包括参观源头基地、操作间开放日、食品安全进社区、优质商品品鉴会、质量安全交流会等，全方位传播食品安全知识，展现万家对食品安全工作的态度。每年的9月份为国家“质量月”，2018年华润万家结合活动重点和企业实际，以“提升质量管理，铸就卓越绩效”为主题，大力开展培训宣贯、对外交流等活动。恰逢中秋节令，万家组织全国开展了节令供应商培训。与此同时，万家约4万名员工参与食品安全知识竞赛，有效促进员工主动学习食品安全知识，提升全员质量管理意识。

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。

完善服务体系

服务升级赋能新零售

2018年7月18日，华润苏果启动全新服务战略，推出服务品牌“贴心管家”，并提出“718服务承诺”，即“7天无忧退货，1分钟快速响应、8项贴心服务”，从售前、售中、售后三大环节全链条升级顾客体验，满足顾客在消费升级下的多元化消费诉求，提升行业竞争力，赋能新零售。

以贴心管家、服务先锋为服务载体，从标准完善、员工服务、人员培训、客诉关注、技能竞赛、顾客沟通六大方面着手，提高服务意识和服务质量。此次服务升级也将门店环境的改造纳入其中，力主打造“景区式”购物环境，提升购物体验。



服务管家

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規范围内，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。

家电送货安装服务

华润万家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的一条龙解决方案，为顾客解决后顾之忧。

升级门店服务

自助结算区

推广自助结算功能，提升收银效率，减少顾客排队时间。



自助结算区
顾客休息区

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。

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，为残疾人提供方便；设置独立单间，地面平整轮椅车可出入。

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。

加强员工培训，保障顾客安全

2018年6月，华润万家浙江公司开展“急救侠 救在身边”的专项培训工作，旨在培训AED(自动体外除颤器)设备使用和CPR急救技能，保障超市购物流动人员及全体企业员工，覆盖企业周边人群。

规范投诉机制

设立客服热线

建立全国客服中心并设立顾客服务专线“400222666”，并安排专人接听、受理，为顾客提供便利咨询方式，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。

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。

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。

专人跟进网络投诉

客服人员统一跟进处理；设立回访机制；对处理结果进行汇总、分析。

强化会员管理

为加强客户管理，持续推进产品和服务质量的提升，万家始终致力于强化会员管理服务。2018年，华润万家新增会员814万，对比去年增长44%，会员总数达到4850万人，每月为1290万会员提供服务。

开展付费会员试点

随着大数据、新零售等技术的逐渐发展成熟，会员增长潜力及品牌忠诚度仍有提升空间，付费会员成为中国零售业未来发展的重要方向。零售企业长期积累的会员数据资源，逐渐从粗放式运营进入定向化管理。2018年12月，华润万家陕西雁塔南路店启动普通会员和付费会员双轨制会员招募和管理，付费会员独享6大权益。截止2019年3月，累计招募付费会员过万人。



顾客意见箱



案例

Olé优化会员体系，提升品牌忠诚度

Olé持续优化会员管理体系，以会员营销、提升会员服务体验为目标经营顾客，在会员招募、权益服务、社交互动、生活方式知识教育、便捷购物等方面展开线上+线下的场景部署。2018年，Olé全国共开展课堂1175场，现场参与会员10329人。内容涵盖摄影、美食、阅读等与顾客生活品质紧密相关的话题，与消费者多方位互动，传递了Olé倡导的生活方式与人文关怀。



会员俱乐部

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。

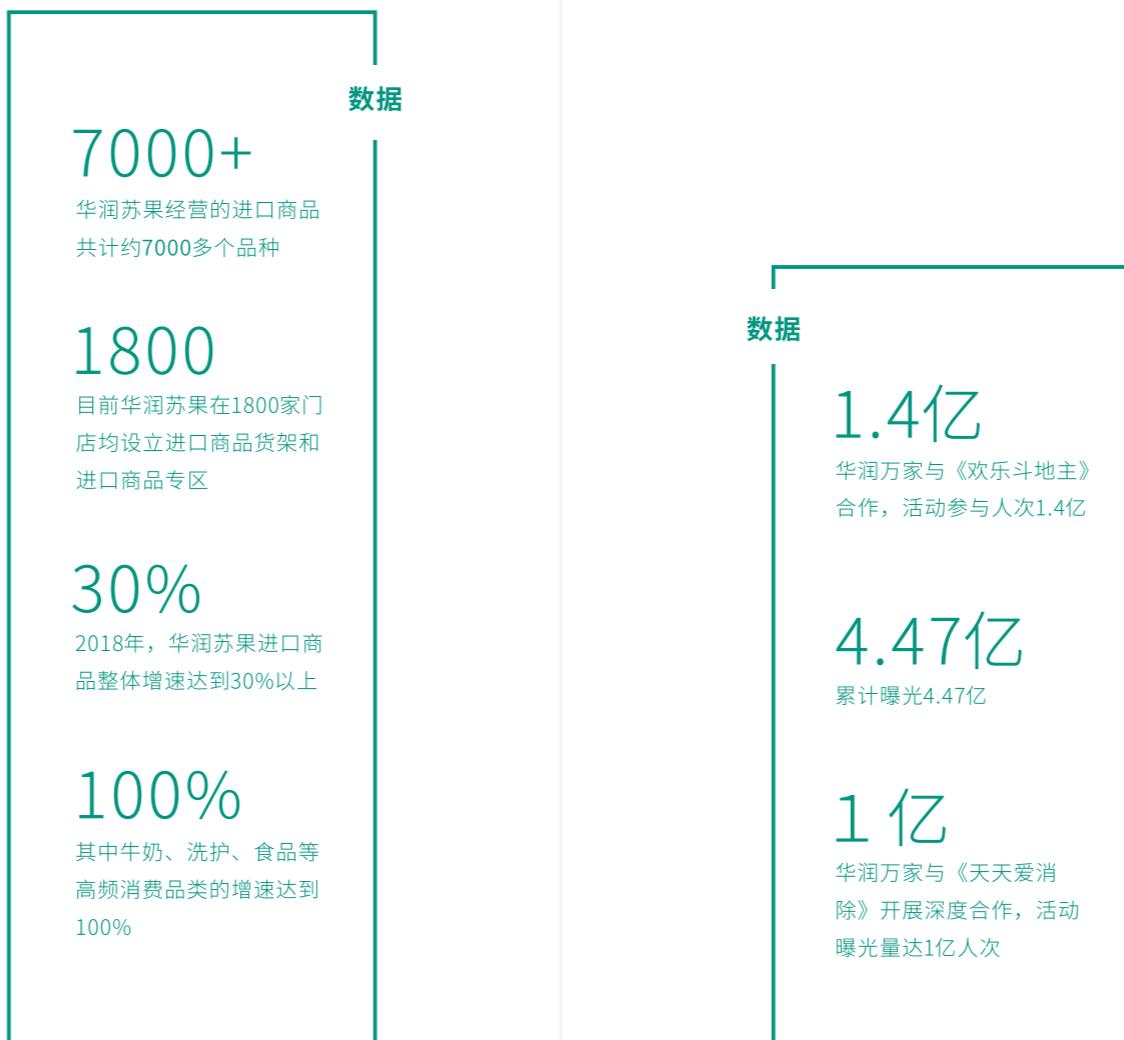
优化商品结构

华润万家以顾客消费趋向洞察为基础，以高品质更安全、健康生活、户外健身旅行、聚会派对等消费需求进行精细的商品规划，增加场景体验、顾客互动、个性服务，通过“商品+”，推动商品升级。2018年，万家累计引进重点新品677个，较去年提升29%，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，给顾客带来了优质的购物体验。

案例

华润苏果进口商品比例持续增长

为迎合消费升级趋势，华润苏果积极拓展全球供应链，每年都派出专业采购买手团赴海外市场考察采购，为国内消费者采购优质商品，满足消费者不断增长的物质需求和对美好生活的向往。华润苏果经营的进口商品主要来源于全球50多个国家和地区，涵盖休闲食品、红酒、粮油、洗护、冻品、生鲜、母婴等，共计约7000多个品种。在国家“一带一路”政策引导下，华润苏果也在加大与“一带一路”国家的合作，引进更多进口商品。目前华润苏果在大卖场、社区店、生活超市、便利店等1800家门店均设立进口商品货架和进口商品专区。在华润苏果“好的”四代店，进口商品和升级商品占比达到五成。根据数据显示，2018年，华润苏果进口商品整体增速达到30%以上，其中牛奶、洗护、食品等高频消费品类的增速达到100%，华润苏果和外商的贸易交流已经成为一种常态化工作。



案例

Olé开展精准品类经营

2018年，Olé联合华智邓韩贝围绕坚果品类，开展品类管理效率提升项目。该项目基于深度顾客洞察，利用专业工具和数据分析理念，重新界定品类角色，并借助已通过市场验证的重要的杠杆DNA判断品类发展优先级，结合品类表现，顾客行为，品牌表现，品类机会，制定品类经营策略，完成品类结构优化。在匹配样板店陈列调整后，该项目进行全程销售跟踪和顾客洞察，形成项目总结和分享。此项目整合了双方优势资源，对消费者行为进行精准分析，将有利于打造更精准的商品结构，提升顾客在Olé的购物体验。

塑造专属IP

联合定制专属IP

2018年春节，华润万家与腾讯游戏旗下的头部IP《欢乐斗地主》合作，一改商超传统的节日氛围，带来崭新的视觉形象、定制化音乐的烘托以及授权商品的制作，打造出“卖场+IP”独树一帜的线下零售场景。活动参与人次1.4亿，累计曝光4.47亿，为消费者营造出独特又不失喜庆的春节气氛，带来一场别出心裁的线上线下融合联动的沉浸式体验。

2018年中秋，华润万家与腾讯游戏旗下经典休闲益智类手游《天天爱消除》开展深度合作，通过产品定制、产品深度内容运营、H5游戏、线下情景展示等方式，为中华老字号品牌定制圆萌讨喜的IP形象月饼。活动曝光量达1亿人次，传播既接地气又清新可爱的中华老字号卖萌形象，打破年轻人对中秋国庆及中华老字号品牌的传统刻板印象，满足年轻消费者的情感诉求。

打造主题IP店

2018年3月，正值南京玄武湖樱花节，华润苏果在玄武湖樱洲建设的樱花主题便利店。作为游客休闲购物场所，樱花主题店延续了三代便利店的风格，激发了大家的梦幻少女心，引发“打卡”热潮。该店占地约100平米，经营40余种进口商品，满足年轻消费者的消费需求。



打造智慧型超市

随着支付方式的飞速发展和变革，华润万家也紧跟时代步伐，因地制宜在门店引入了自助收银机，上线了支付宝、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。

以苏果为例，截止2018年底，苏果投入使用的自助收银设备增至500余台。此外，部分门店正进行亿猫智能购物车的试点推广，设立了火星兔子的自助结账快速通道，并开启“刷脸”支付模式，积极践行“智慧门店”的心灵手巧战略，力求优化购物体验，创新更为高效的零售方式。



推行电子小票和电子发票服务

随着各类信息数字化服务的广泛应用，消费者对各类消费凭证电子化、数字化的诉求愈加强烈。为提升消费者体验，华润万家在全国范围内推行电子小票和电子发票服务，节约顾客时间的同时，减少纸张的使用，更加绿色环保。2018年，万家在全国3000余家门店均上线此服务。

新型结款方式

推出生鲜堂食服务

在消费升级趋势下，分析普遍认为，线下生鲜消费有可观的市场。新零售时代，无论是电商巨头还是传统商超，都不约而同选择涉足生鲜领域。为了给消费者提供更优质的购物体验，2018年，华润万家推出生鲜堂食服务。以杭州金沙大道店为例，金沙大道店地处大学城，周边商圈对海鲜的消费需求很大。万家在大卖场改造时重点关注鲜活海产，对品种也进行了提档，推出50多种鲜活海鲜。由于产地直采，价格优势明显，金沙大道店自升级以来，生鲜水产业绩同比增长96%，让更多的杭州市民享受到鲜活的海鲜，感受到即选即做即吃的新体验。

定制优惠购物方案

2018年，华润万家继续深化与腾讯的合作，运用微信支付创新技术将线上的消费者转化到线下，有效推动数字化升级转型，提高整体效率和服务水平，为消费者营造智慧的新型生活方式。



环境责任· 播种美好

- P57 理念与目标
- P58 绿色管理
- P58 绿色经营
- P60 绿色办公
- P61 环保公益



理念与目标

华润万家始终坚持“不以牺牲环境的长远利益来换取企业的短期效益，不以破坏后代的生存条件来谋求企业的规模扩张”，践行绿色责任，推动企业与自然的和谐发展，为实现天更蓝、山更绿、水更清和建设美丽中国作出积极贡献。

本章所回应的SDGs议题：



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，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。

完善环境管理体系

华润万家通过实践摸索与理念创新，不断完善环境管理体系，落实节能减排目标责任，加强环保宣传，开展监督检查，严格责任考核，为保障环境保护和节能减排工作的有序开展奠定良好基础。2018年，万家持续优化《华润万家岗位EHS责任规范》，并制定了《华润万家EHS信息报告与传递办法》、《华润万家EHS管理年度考核办法》、《华润万家EHS事故事件责任追究办法》等制度，落实各级岗位环境保护责任，加大事故事件责任追究力度，完善了环境保护的责任体系，有效推动节能减排管理水平不断提升。

强化节能减排培训

华润万家结合国家环境保护和节能减排政策，根据万家自身的行业特点，积极开展环境保护和节能减排培训，以案例教学的模式宣贯环境保护和节能减排领域的法律法规、公司环境管理制度、最新的节能减排技术等，不断提升各级EHS管理人员的专业素质，增强全员的节能环保意识，共同实现万家的绿色发展。

绿色经营

华润万家牢固树立绿色经营理念，将绿色经营理念全流程贯穿到公司生产和经营管理。通过实施节能减排项目，不断降低污染物排放，减少资源消耗；通过开展绿色采购，将环保理念推广至相关方，推动合作伙伴共同保护环境，实现绿色经营。

持续降低污染物排放

华润万家在全国范围内实施节能减排工作，应用环保先进技术，升级环保设施，加强运行维护管理，强化对废水、餐饮油烟、废弃油脂、噪声等污染物的管控。2018年，万家继续开展生态环境风险排查及隐患治理工作，包括环保证照、废水排放净化设施、油烟排放净化设施、设备噪声指标等的合规检查，覆盖全国30个省区，涉及582家大卖场门店、72家Olé门店、7家标超、3家DC。

加强节能减排

数据	
3,079	2018年，华润万家累计投入节能减排资金共计3,079万元
6	其中，大卖场门店业态及Olé门店完成177家LED光源更换项目
51 445	实施LED光源更换、冷链岛柜加盖、冷链立柜加门、夜间照明调整、配电/照明间照明行程控制、制冷机时段控制等六个重点节能减排项目。
196 2804	196家共计2804台设备的冷链立柜加门项目
196 343 139	196家夜间照明调整项目、343家配电/照明间照明行程控制项目、139家制冷机时段控制项目
1.46万	4.88%
折算成标准煤减少1.46万吨	通过一系列的技术改造，万家综合能源消耗总量与上年同期相比下降4.88%。
10.42万	相当于减少排放二氧化碳10.42万吨。



倡导绿色供应链

华润万家在全国范围内推行绿色采购及绿色运输理念，向各利益相关方传递绿色环保和可持续发展的价值观，带动合作伙伴共同履行社会环保责任。

绿色办公

华润万家积极倡导“节能有我，绿色共享”，鼓励员工增强责任意识和环保意识，从细节入手，节约用电、用水，并推行无纸化办公、视频会议模式，营造绿色办公的良好氛围。

推行办公室纸张循环再利用

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。

应用视频会议

为减少异地参会人员差旅成本及时间成本，提高会议效率，华润万家积极利用公司视频会议系统和电话会议，进行异地视频会议，有效减少乘车、乘机数量，节约成本，降低能源消耗。2018年累计共召开视频会议2400多次。

开展垃圾分类工作

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垃圾分类，遵循“公司主导、员工参与”原则，在办公楼各楼层过道和茶水间分别放置不同垃圾桶，按可回收垃圾、餐余垃圾、有害垃圾、其它垃圾等类型进行分类投放和收集，同时设立专门的废旧电池回收箱，对废旧电池进行统一回收，全年共回收近900粒，真正意义上提高了生活垃圾减量化、资源化、无害化水平，减少垃圾的二次污染。

规范用电管理

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。全国华润万家办公区严格执行政府规定的夏季空调控制温度，坚持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。



地球一小时门店展示海报

环保公益

在推进绿色管理、绿色经营、绿色办公的同时，华润万家积极参与或发起各类环保公益倡导活动，以号召更多人共同参与到保护环境的行动中。

举办“洁净太湖水”活动

2018年3月，华润万家联合名城苏州网、太湖明珠网等多家媒体在线上线下招募苏州、无锡两地热心公益的网友来到太湖边开展以“鱼悦情 公益心 共绘母亲湖”为主题的洁净太湖水公益活动。作为一个有责任心的企业公民，万家已经连续十年参与洁净太湖水活动，累计放养花白鲢鱼苗26万尾，有效传播“以鱼抑藻，以鱼净水”的生态环保理念。



2018洁净太湖水

举行“地球一小时”活动

2018年3月，华润万家积极响应世界自然基金会的号召，以“地球一小时，减塑我做起”为主题，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。这已是华润万家第十次参与“地球一小时”熄灯活动。



环保小天使儿童绘图大赛

开展樱花跑 暨环保小天使儿童绘画大赛

2018年4月14日，华润苏果在玄武湖公园举行2018“有你有未来”樱花跑暨“环保小天使”儿童绘画大赛启动仪式，此次活动由苏果超市全程冠名，共吸引逾400市民参与。苏果希望通过此次活动，向更多的人传递环保健康的生活理念，实现紧张工作和休闲生活的平衡，传递生生不息的运动精神。



樱花跑活动

推出“美丽生活 绿色WE来” 少儿环保艺术大赛

2018年7月14日，华润万家携手绿色浙江环保组织共同发起“美丽生活 绿色WE来”少儿环保艺术大赛，面向浙江省热爱绘画的4-14周岁儿童征集环保主题画作。活动共收到了来自浙江地区的300多幅应征画作，经专家评选，最终选出的65幅入围作品，并开设“美丽生活 绿色WE来——华润万家2018少儿环保艺术画展”，在8月23日-28日于南宋序集展出。



举办环保画展



伙伴责任· 携手美好

- ▶ P65 理念与目标
- ▶ P66 战略合作
- ▶ P70 推动供应链各方履责
- ▶ P73 增进媒体关系

理念与目标

华润万家的发展离不开合作伙伴的支持。多年来，公司重视与政府、供应商、媒体等合作伙伴的沟通与合作，通过及时了解他们的关注点和对万家的期望，从中发掘机遇、发挥影响，促进产业链条健康运转、共创共赢。未来，我们将持续恪守商业伦理，维护市场规则，贡献商业智慧，保持良好的政企关系，与合作伙伴共同构建良好的商业生态，共同成长。

本章所回应的SDGs议题：



战略合作

开展企业合作

作为大型零售企业，华润万家结合自身业务专长，在整合内部资源的基础上，与其他资源丰富的企业在采购、销售、品牌、公益等方面进行对接，在多个领域实现合作，发挥各自优势，实现资源共享。

强化政府合作

华润万家高度重视政府关系，通过积极响应政府的产业帮扶号召、参与食品安全创优评选活动等方式，为万家营造了良好的政府关系环境，促进了相关业务在当地的发展。

启动新疆喀什援疆工作

援疆是中央赋予央企的历史责任，是增强新疆自我发展能力的有效途径，同时也是中央企业拓展发展空间、提升竞争能力、谋求长远发展的战略选择。作为总部位于深圳的央企，华润万家积极响应国家对口援疆的号召。2018年6月，按照深圳市政府统一工作部署，万家与新疆喀什深圳城项目的承建单位——深业置地进行了现场签约，万家将在深圳城建设华润万家首间仓储式大卖场，为喀什人民带来便捷的购物体验和优质的商品及服务。

承办“中东欧进口商品节”

中国-中东欧国家投资贸易博览会，是中国与中东欧国家首个以投资贸易为主题的综合性博览会，由国家商务部、浙江省政府主办，宁波市政府、浙江省商务厅、商务部贸发局、商务部投促局协办。作为博览会的重要组成部分，华润万家积极响应浙江省商务厅、宁波市政府关于“全力开展一带一路建设，扩大高水平开放、推动高质量发展”的号召，在杭州、宁波的10家重点门店举办为期14天的“拥抱一带一路，好商品万家共享”第二届中东欧进口商品节。

华润万家希望以此为契机，继续争做“一带一路”建设的先行者，主动参与世界经济体系建设，努力构建开放包容、互利共赢的跨境合作，引进更多中东欧商品，提升中东欧商品知晓度，使广大消费者不出国门可就近选购到更多的优质商品。

案例

与中核地产签订战略合作协议

2018年1月31日，华润万家与中核集团下属中核地产在北京签订战略合作框架协议，这标志着“国之重器”与“国之民生”全面战略合作拉开序幕。双方将充分发挥各自企业优势和专业能力，强强联合、创新发展，实现合作项目顺利落成。



签订现场



第二届中东欧进出口商品节

响应食品安全创优评选

作为与食品安全息息相关的民生保障单位，华润万家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。我们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，即可以不断积累经验，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。

案例

开展“放心肉菜示范超市”创建工作

华润万家积极响应国家食品药品监督管理总局号召，在全国逐步推进“放心肉菜示范超市”的创建工作。作为进驻全国200多个城市的大型零售商，万家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。2018年，云南、广西、浙江、福建、江苏、甘肃、天津等省市共26家门店荣获“放心肉菜示范超市”称号。



放心肉菜示范超市

- 严格按照聚焦国标和优质精品肉菜“两类供给”，严把源头采购、卖场进货和超市销售

- 设立优质精品肉菜专柜、加大检验检测力度、及时落实信息公开、营造社会共治氛围

- 落实超市食品安全主体责任，确保所经营的肉菜具有合法来源并能够追溯源头，消费者扫描商品上的二维码即可查询供货商信息

- 严控肉菜等食用农产品进货查验制度，确保食用农产品贮存、制备等销售经营过程操作规范，超市配有快速检测设备，对肉菜类商品进行自检，自检结果在卖场公示

- 设立消费者投诉箱并及时解决反馈

案例

推进“品质食品示范超市”试点工作

2018年5月，华润万家杭州云河、施家桥、庆春3店启动“杭州市品质食品示范超市”创建工作，设立“品质食品市集”专区，本着“源头采购、全程管控、优质优价、新鲜健康”的采购原则引入三品一标（绿色食品、无公害农产品、有机产品、农产品地理标志）、三同商品（同线、同标、同质）、供港供日标准及出口欧美发达国家标准商品等品质食品150余种。专区农产品实现100%可二维码追溯，消费者总体满意度92%，食品安全满意度98%，为消费者的食品安全提供了保障。2018年，杭州市共3家门店获得“杭州市品质食品示范超市”称号。

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。

亮相中国零售业博览会

2018年11月1日至3日，由中国连锁经营协会主办的“第20届中国零售业博览会”在昆明滇池国际会展中心隆重举办。华润万家受邀参加此次展会。作为亚洲规模最大、世界第二大零售类专业展会。本届展会分为6大主题展，展会规模达10万平方米，参展企业近千家，专业观众近6万人。

在本届展览会上，华润万家携旗下华润万家、苏果、Olé、blt、乐购express、V>nGO等多个著名品牌集体亮相，主要以“公司品牌形象、社会公益、O2O生态链、生鲜商品、自有品牌”等多个主题板块进行多元化展示。值得一提的是，华润万家今年在展区内设置“扫码购”体验区，展示华润万家在拓展互联网营销业务及完善全渠道营销场景方面所采取的创新举措。此外，华润万家对旗下自有品牌润之家、简约组合、Home Choice、惠买等进行展示，吸引了大量参观者驻足。

参与中国首届国际进口博览会

2018年11月5日至10日，首届中国国际进口博览会在国家会展中心(上海)举办，吸引了130多个国家和地区的2800多家企业参展。作为中国规模最大的零售连锁企业华润万家，与澳大利亚Treasury Wine Estates Vintners Limited、智利Vina San Rafael S.A、法国YVONMAU SA三大全球知名葡萄酒品牌商达成合作，并签订了近亿元的采购协议。此举在很大程度上为旗下商超产品的品质提供了保障，使消费者在家门口就能买到世界各地质优价惠的商品。



推动供应链各方履责

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，推动各方供应商共同履责，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。

签订供应商合作守则

华润万家相信，通过组织有效的商品流转，能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公司立场，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，同时将履行社会责任的理念与要求全面融入公司的采购与经营管理过程中，确保双方的采购交易和经营行为是负责的。

规范招标采购

为倡导正确价值观，建立长期平等互利、合作共赢的伙伴关系，华润万家持续推动“阳光采购”工作，加强采购队伍思想建设，严肃工作纪律和作风，构建简单、透明、平等的供应链关系。2018年，华润万家持续将招标采购、工程建设等涉及供应商管理的业务领域作为重点关注对象，对上下游商业舞弊、招投标过程中不合格供应商入围、串围标、倾向性定标等问题保持严肃查处的高压态势；通过持续整改，从健全组织、完善制度、上线系统等方面，建立招财管控长效机制，提升采购管理规范化水平。

推动组织建设

2018年，华润万家启动非商品采购委员会建设工作。截止2018年11月，万家已在广东、浙江、苏果、陕西、京津、辽宁、Olé、香港8个主要省区成立了非商品采购部，从组织上确保采购管理工作的专业化、流程化。

完善制度规范

2018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，对过往制度进行梳理和设计，完成《华润万家非商品采购管理制度》、《华润万家非商品采购实施细则》等七项制度的编制及修订。

上线采购系统

2018年，华润万家持续推进采购信息化建设工作，目前已实现采购需求、招标方案、招标公告、招标文件、定标报告、合同审批等招采全流程信息系统线上审批，预计2019年将实现招投标电子平台运作。

保障供应商权益

优化采购监督体系

华润万家采购活动遵循“合法合规、公开公平公正、诚实信用等原则”，以实际行动落实国家对优化营商环境的要求。2018年，万家构建了涵盖事前、事中、事后的全方位、全过程、全覆盖的立体采购监督管理体系，招标项目均对外公告，接受公众监督，维护供应商的知情权、公平参与权。与此同时，万家设立监督投诉渠道，对投诉及举报属实、违反采购管理规章制度的责任部门和个人进行处理，切实维护供应商基本权益。

完善供应商服务系统

2018年，华润万家不断优化供应商服务系统(VSS)。继电子签章应用推广于采购合同、促销活动协议、对账结算后，OI费用电子签章于2018年10月上线。华润万家与合作供应商关键数据档案实现全面电子化的流程管控，简化了OI费用业务流程，缩短了商品和供应商沟通及操作流转时间，为供应商费用管理提供了合规化工具。

帮助供应商成长

2018年，华润万家通过分析往年节令重点商品的投诉、抽检、验厂等情况，联合第三方机构，围绕法规要求、标签标识、产品追溯等主题，分别在5月、8月开展了端午、中秋节令供应商培训，共有280家供应商派代表参与，均现场签署了质量承诺书。该活动为节令商品供应商提供了专业能力培训，帮助前端供应商提高产品质量安全意识，从源头减少不合格产品流入市场。



增进媒体关系

主动传播，回应社会诉求

2018年，万家主动传播力度加大，正面信息增加。例如与京东到家及美团外卖达成全面合作、开展首届公众开放日活动、荣获各类零售创新奖项、台风天储备民生物资保供应等新闻成为媒体聚焦的话题，引发媒体大量传播报道。结合“改革开放40周年”、“老家土特产”等社会热点，万家一方面通过系列活动邀请媒体参与、采访；另一方面充分运用新媒体，主动策划专题，通过不同形式的专题，积极对外发声，提升公众对万家品牌熟悉度及好感度。

98,163

数据

全年旗下各品牌网络信息传播总量共计98163篇

63,140

新闻平台总体传播量为63140篇

65%
占比近65%



牵手媒体，提升品牌影响力

2018年，华润万家继续秉承“诚信、开放、尊重”的原则与媒体互动，以符合新闻规律的准则陈述事实、表达立场，加强主动传播，与传统媒体、新媒体、自媒体和境外媒体建立了多层次的良性互动关系，邀请媒体走进来，朋友圈效应初显成效。

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，主动接受媒体及公众监督，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。

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。

华润万家通过了解媒体新闻资讯，积极响应社会民生公益活动，帮扶社会困难群体。如通过媒体报道了解到果蔬滞销、台风灾害等信息，运用自身供应链及民生物资保障的优势，积极主动援助果农菜农及受灾民众。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。

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。2018年，由主流媒体、行业媒体、主流门户网站参与报道的华润万家正面新闻传播量达16000篇，全网正面信息量近28000篇。主动传递公司的重要业务举措，使媒体加深了解，增加报道的深度和广度。

16000

数据

由主流媒体、行业媒体、主流门户网站参与报道的华润万家正面新闻传播量达16000篇

28000

全网正面信息量近28000篇



理念与目标

华润万家始终以促进社会和谐发展为履行社会责任的重要目标，坚持参与推动地区商业繁荣、改善社区经济民生、营造安居乐业环境、不断密切与相关方的联系，致力于成为政府、社会、受助方、志愿者、社区居民等利益相关方聚合能量的纽带。未来，我们将积极发挥万家平台力量，创新政府沟通、安全沟通、公益沟通、社区沟通的实践形式，积极参与消费升级、社区沟通等各类社会议题，让公众更有获得感。

本章所回应的SDGs议题：



支持政府施政

作为中央企业，华润万家将支持政府施政、响应国家战略作为应尽的义务，自觉按照政府有关法律、法规的规定，合法经营并照章纳税，承担政府规定的责任和义务，接受政府依法的监督和干预，协助政府进行社会服务工作。

依法合规经营

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中，加强风险管控，坚持做遵纪守法的良好企业公民。

依法纳税

华润万家诚信经营、依法纳税，2018年向国家纳税141937.53万元。

依法用工

华润万家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2018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。

依法经营

在供应商合作中，2018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。

响应国家政策， 投身粤港澳大湾区建设

粤港澳大湾区总面积5.6万平方公里，2017年末总人口约7000万人，是我国开放程度最高、经济活力最强的区域之一，在国家发展大局中具有重要战略地位。

建设粤港澳大湾区，既是新时代推动形成全面开放新格局的新尝试，也是推动“一国两制”事业发展的新实践。

华润万家作为大湾区零售行业的领头企业，积极响应大湾区发展的五大目标，结合自身业务优势，为建设“充满活力的世界级城市群，具有全球影响力的国际科技创新中心，一带一路建设的重要支撑，内地与港澳深度合作示范区，宜居宜业宜游的优质生活圈”贡献自己的力量。截止2018年底，万家已在大湾区建设838家门店，包括大卖场94家，小业态744家。业务涉及除澳门外的10个城市，是万家的重要销售和利润贡献区域。

万家在大湾区坚持多业态发展，助力打造宜居的生活环境，提供多维度、多场景的服务以满足消费需求：为大众消费者解决“一日三餐”，提升生活品质；为邻里居民带来新鲜、丰富的生活所需，改善生活环境；提供高品质海外商品，满足回国就业、高收入、高生活品质的精英人士的生活需要；坚持便利店业态经营即时性商品及服务，为消费者提供便利的消费需求。

带动就业，促进当地经济发展

作为大型零售企业，华润万家业务主要围绕人、货、场三要素，将商品与供应链进行一体化经营管理，带动了大量的新增就业人口。2018年，万家全年增开199家门店，包括新疆、青海等偏远地区，共提供8000余个工作岗位以及上亿元税收，为协助解决当地就业问题，增加当地税收，促进当地经济发展作出重要贡献。



安全生产

华润万家贯彻国家安全生产法等法律法规，通过强化组织能力和制度建设、深入开展安全生产监督检查、大力推进安全科技应用等多项举措，有力助推业务的可持续发展。

持续强化安全生产组织能力和制度建设

华润万家始终关注安全管理体系的建设，参照OHSAS18001标准建立了覆盖零售行业全过程的安全管理制度规范。在华润集团EHS制度体系建设要求的指引下，结合公司安全管理模式的新变化和安全管理信息化技术的创新，华润万家不断完善安全管理制度体系。

在组织建设方面，万家梳理及明确总部与下属EHS部的职能，在执行现行标准和管控要求的基础上，实现扁平化管理。在制度规范方面，万家新增《华润万家EHS信息报告与传递制度》、《华润万家EHS管理年度考核办法》、《华润万家危险源管理办法》和《华润万家EHS事故事件责任追究办法》共4项管理办法。

万家通过持续强化组织和制度建设，落实安全责任，横向到各个部门，纵向到每个门店和岗位，让每一位员工清楚安全方面应该做什么，禁止做什么，并旨在通过对各级组织的安全考核，通过对个人安全责任的追究促进全员主动识别工作岗位的危险源，事先采取防范措施，降低事故发生的可能性，减少事故带来的损失。

完善应急管理机制

秉承“预防为主、预防与应急相结合”的原则，华润万家在完善安全生产应急预案、处置方案的同时，组织开展应急演练，不断提升应急处置实际操作能力。2018年，华润万家门店针对火灾、自然灾害、紧急停电、恐吓勒索等可能发生的突发情况，共开展演练1.7万次，总参加人数117万人次。



优化EHS信息化管理

华润万家致力于构建闭环式“风险-应急一体化”风险治理体系。2018年，在华润万家安全管理信息平台全面应用的基础上，结合公司EHS管理工作变化及实际需要，重点优化事故管理系统，调整事故分级、分类，使事故分析、统计数据，更科学合理，统一数据管理口径，提高万家整体风险把控能力。

加强安全生产隐患排查

华润万家通过加大总部、省级公司抽查检查频次与覆盖率，与门店日常检查形成互补，检查发现的隐患通过信息化手段实施管理，将隐患进行分级，确保每一条隐患能够闭环，有效推动安全生产监督管理深入开展和落实，敦促各层级提高安全生产管理水平。2018年万家全年完成隐患排查241663项，其中总部检查发现隐患2582项，下属公司检查发现隐患2.3万项，门店自查发现隐患21.5万项，总体整改合格率达99.80%，全年未发生一般及以上等级安全生产事故。

241,663

2018年万家全年完成隐患
排查241663项

2582

总部检查发现隐患2582项

2.3万

下属公司检查发现隐患2.3万项

21.5万

门店自查发现隐患 21.5万项

99.8%

总体整改合格率达 99.80%

数据

多形式开展安全教育

华润万家坚持以问题为导向，通过对安全管理人员、普通员工进行分类培训，提升教育培训的针对性和实效性。

培养安全管理人员的专业能力

2018年华润万家共开展27批次场全国风险管理培训班，覆盖22个省市，总计参加培训人数约2200人，有效加强EHS专业队伍建设，提升公司的危险源及隐患管理、事故管理等能力。

提升员工安全意识

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，华润万家持续开展消防安全、用电安全、设备安全、交通安全等各类安全教育培训，不断加强安全管理专业水平。2018年全年员工安全培训逾220万人次，相关方安全培训逾90万人次。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”。



员工安全培训



专业培训

慈善公益

华润万家的主要公益领域包括赈灾济难、扶贫助困、促进教育，以及结合自身业务发展需要开展的其它慈善公益活动。作为优秀的企业公民，万家始终心系社区，以己之力竭诚回馈社会。

关注乡村振兴

我为家乡代言

2018年8月29日-9月11日，华润万家携手腾讯公益，在全国80个城市、463家大卖场设立“我为家乡代言”——老家货扶贫产品展销专区。万家希望通过鼓励消费者购买家乡农产品，来唤起消费者的“乡愁”，引导消费者关注家乡公益项目并进行捐赠，让消费者以公益行为反哺家乡，为家乡献爱心捐希望。活动期间，全国展销专区共上架27种“老家货”，销售量达74万斤，销售额近264万元。

千企扶千村

隆安县是华润集团（广西）对口帮扶的深度贫困县。为扎实推进结对帮扶工作，着力解决村级集体经济薄弱、产业扶贫滞后等问题，带动贫困村增加集体收入、贫困户脱贫致富，2018年，华润万家广东公司积极参与“千企扶千村”项目，助力技术扶贫，为隆安县都结乡辣椒等土特产设立销售专柜，市民可在华润万家超市买到都结乡的土特产。

持续推进扶贫性质基地建设

2009年，华润苏果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。9年来，华润苏果因势利导、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。2018年，全村蔬菜年销售已达到了2000万元，带动了120余户低收入农户脱贫致富。除此之外，华润苏果还在南京六合、淮安盱眙、徐州新沂、徐州睢宁、宿迁陆集、高邮汉留、扬州仪征等地共建设了10个精准扶贫的农超对接基地，采购量达9597吨。

采购百色番茄

广西百色市有9个国家扶贫开发重点县(市)、2个自治区扶贫开发重点县(区)。百色市大力推进易地扶贫搬迁后续就业、创业扶持，号召企业援助创办。华润万家积极响应国家要求，帮助国家贫困地区百色脱贫攻坚。2018年，华润万家浙江公司从广西百色采购的千禧番茄，销售额近500万。



99公益日门店展示图

缓解果蔬滞销

助销云南大蒜

2018年5月，云南省大理白族自治州洱源县大蒜出现滞销。在得知相关消息后，华润万家广东公司第一时间派出采购人员，驱车近400公里赶往洱源采购，以最短的时间在广州、深圳、珠海等地共86家门店上架销售，并在卖场果蔬区设置“爱心蒜”专区，号召市民积极购买洱源蒜。截至2018年5月13日，万家超市共采购洱源蒜38.7吨，销售额逾14万元。

助销从化荔枝

2018年广州从化荔枝产量丰硕但遇到销售瓶颈，在广州市商务委和青岛市政府的牵动下，华润万家广东公司积极帮助果农解决滞销问题，从化荔枝在青岛华润万家热销，销量突破50万斤。

助销封丘丰水梨

2018年，河南封丘丰水梨产量丰硕但遇到销售瓶颈，华润万家河南公司在得知相关消息后，第一时间派出采购人员，切实解决果农销售难题，实现农民增收，通过采销，帮助封丘梨农销售丰水梨6.6吨。



关注儿童成长

助力孤独症家庭，让TA不再孤单

2018年11月6日，华润万家广东公司联合广州市孤独症儿童服务者协会组织“星友”（孤独症）家庭参加广州稻草艺术节，并进行公益义卖活动。活动现场，孩子们在众多观众的见证下，用他们自己的画笔，在几十顶草帽上绘画，拼组成一幅草帽大画。华润万家已连续三年携手广州市孤独症儿童服务者协会开展各类孤独症家庭帮扶工作，希望通过各种活动增加“星友”们社会融入的机会，锻炼他们的身心健康，同时也呼吁公众对“星星”孩子多关注，共同为“星友”们创造更加包容开放的社会环境，在未来为他们提供更多融入社会机会。



助力孤独症家庭

安全守护计划，提升TA的逃生能力

2018年5月11日，在“防震减灾日”来临之际，由华润万家浙江公司联合浙江太古可口可乐饮料有限公司共同发起的“纯悦安全守护计划”走进杭州市天成教育集团，为学生们带来了一堂特殊的体育课——消防安全体验课。作为消防安全持续性的教育项目，华润万家&纯悦安全守护计划”将以消防安全教育为主题，面向省内杭州、宁波、温州、衢州等地区，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。



安全守护计划

为山区孩子“书”送爱

2018年11月，华润万家广东公司携手广东广播电视台共同开展苹果书屋公益活动，旨在号召社会大众为广东省内条件落后、急需帮助的学校、村庄、镇区捐献图书。此次活动共募捐19000本图书，捐赠于河源紫金雅布小学、龙布小学，给他们送去打开知识大门的钥匙。



苹果书屋

助青海长宁镇孩子过“暖冬”

2018年12月，华润苏果携手宝洁、柠檬洗洗，共赴青海省西宁市大通回族土族自治县县长宁镇下鲍学校，为已进入冬季的长宁镇的孩子送去了3000件爱心冬衣及200个书包。此举将苏果及社会各界的爱心，送到孩子的手中，并号召更多人参与到公益活动中，一起用爱为扶贫助贫事业贡献一份力量。



苏果捐赠3000件棉衣助青海长宁镇孩子过“暖冬”



恩施捐赠

情系恩施，温暖过冬

杭州对口帮扶的恩施市，平均海拔1000米以上的学校数量占了50%以上，学校教室温度比平原地区低至少6度。由于取暖设施不足，取暖成了家长和老师最担忧的问题。2018年12月，华润万家浙江公司携手恩施市东西部扶贫办、江干区团委举办了“情系恩施 温暖过冬”捐赠仪式，为恩施市深度贫困村屯堡乡鸦丘坪小学、大峡谷景区梨树小学捐赠了取暖器40余台，解决了两所学校共计400余位师生的生取暖问题。

关爱户外工作者

冬季送温暖

2018年2月5日，华润苏果参与了“聚力暖橙”暖冬行动，为当地的环卫工人送上了100袋五丰大米。苏果已经连续多年开展关爱环卫工人的活动，苏皖1200多家便利店常年给环卫工免费提供热水、饭菜加热、休息等便利性服务，受到环卫工人的欢迎。

夏季送清凉

2018年7月-8月，华润万家先后在江苏南京、江西南昌、浙江杭州开展夏季送清凉活动，呼吁社会各界人士为户外工作者用一瓶水传递清凉，接力爱。华润万家已经连续五年开展此类活动，累计为户外工作者提供近30万瓶水。与此同时，华润万家还免费为城市高温一线工作者提供避暑场地、矿泉水、风油精、十滴水、扇子等避暑物品。



高温送清凉

扶危济困

为困难家庭捐赠60万元

2018年12月6日，华润苏果向南京市慈善总会捐赠陆拾万元整，向南京市农村低保对象中患重大疾病家庭（包括优抚对象中的特困伤残军人家庭、民政福利企业困难职工、部分困难老人、困难残疾人、困难儿童、失独家庭等需要帮扶的对象）提供支援，帮助困难群众过个暖心年。



慈善捐赠

社区共建

华润万家坚持开放办企业，通过与当地民众共创共建，开展志愿者活动，不定期主动邀请政府、利益相关方、媒体各界及社会公众走进当地万家等形式，让社会更加了解万家、熟悉万家，支持万家在当地的发展，营造良好的发展氛围。

构建良好社区关系

作为社区的一份子，华润万家始终致力于维护良好的社区环境。2018年，万家在春节、端午节、中秋节、重阳节等节日开展各类社区慰问活动，为建设和谐社区贡献自己的力量。

首届万家开放日

2018年9月8日，华润万家首届“亲亲万家，携手同行”公众开放日活动，在总部及17个省级公司顺利展开。本次活动邀请消费者、员工亲属、合作伙伴、媒体等1860余位公众，走进140家华润万家各业态门店。活动现场，公众探秘门店操作间，并与万家管理人员座谈，感受华润万家对商品品质、质量安全、工作环境的重视和担当，为公众带来丰富的零售体验。



万家开放日

举办重阳敬老活动

为进一步弘扬中华民族尊老、敬老、爱老的传统美德，营造欢乐祥和的社会氛围，10月17日重阳节当天，华润万家京津公司、上海公司、苏果公司、浙江公司组织看望、慰问当地社区的空巢老人，给当地老人们带来精彩的演出的同时，送去米、面、油等慰问品，询问老人们的日常生活起居、饮食以及身体健康等情况，陪老人们聊天，听老人们讲过去的经历，丰富空巢老人精神文化生活，帮助他们拓宽社交圈，提升他们的养老品质。



重阳节慰问

开展军民共建活动

2018年7月31日，华润万家塘沽外滩店携手当地社区举办文艺演出，共庆“八一”建军节。演出展示了新时期人民军队传承红色基因、弘扬优良作风的良好形象，凸显了军民同心、鱼水情深的浓浓情意，赞颂了军民继承发扬拥军优属、拥政爱民的优良传统，表达了人民对人民子弟兵的无限爱戴。



军民共建晚会

趣跑嘉年华

2018年5月27日，华润万家浙江公司趣跑嘉年华在杭州黄龙体育中心火热开跑，2000名华润在浙企业员工和家属、华润万家顾客代表到场参与了本次活动。此次潮酷又好玩的“趣跑嘉年华”由华润万家联合伊利安慕希共同主办，希望以运动为媒，加强家庭对于活力健康的重视，丰富员工、社区居民的娱乐互动体验，传递爱与温暖。



趣跑运动



责任管理 · 开创美好

- ▶ P94 责任文化
- ▶ P95 责任沟通
- ▶ P96 实质性议题分析

共建美好

作为大型零售企业，华润万家持续推进可持续经营，完善履责制度；畅通沟通渠道，与利益相关方保持密切联系；积极参与行业内外优秀社会责任交流培训，不断提升履责能力。未来，万家将紧跟时代脚步，积极响应并落实国资委关于央企履行企业社会责任的一系列政策与要求，将社会责任理念融入企业管理，继续开展社会责任管理的创新实践。

责任文化

社会责任理念是指导责任实践的行动指南。华润万家将社会责任与公司的战略发展、文化建设相融合，以企业使命为万家责任使命，以企业愿景为万家责任愿景，制定完善的年度社会责任战略规划，塑造有影响、可持续的华润万家责任品牌。

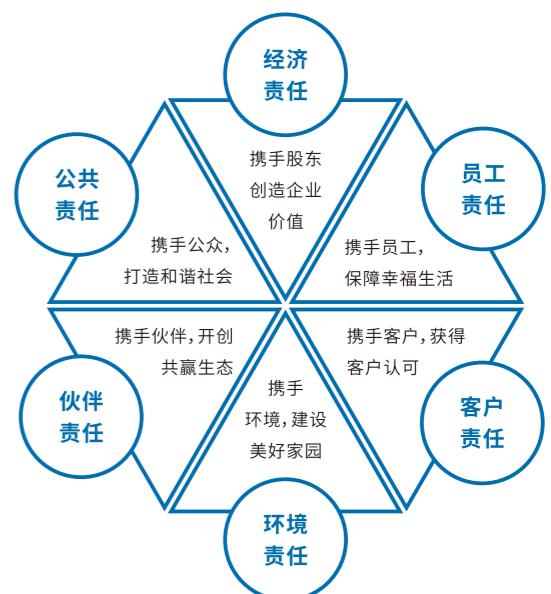
责任使命

引领消费升级，共创美好生活

责任愿景

连接每日生活，服务千家万户

责任模型



责任沟通

华润万家的发展离不开利益相关方的支持。在长期的发展过程中，万家坚持与政府、股东、客户、员工、伙伴、环境、社区在内的主要利益相关方保持全方位、多渠道的双项沟通与协作，与利益相关方建立互信机制，在了解相关方诉求的同时，传播万家社会责任理念与动态，密切与利益相关方的联系。

利益相关方	沟通方式	期望与要求	公司的回应措施
股东	董事会	良好的经营状态 合理的利润	定期召开董事会， 披露公司经营现状 提升公司管治及风险管理水平 持续创造经营业绩
政府	信息报送 交流访问	依法规范经营 安全环保 促进当地经济发展 提供就业岗位 支援政府救灾帮扶工作	遵守法律法规 合法经营、主动纳税 降低生产风险 减少生产过程中对环境的破坏 制定赈济救灾相应机制
员工	定期会议 交流活动及培训 日常沟通	提供工资与福利保障 提供健康、安全的工作环境 公平竞争与发展 关注员工健康与安全 员工关爱	及时足额发放工资 缴纳五险一金、提供各类补贴 安全生产 建立公平晋升机制 开展员工培训和员工关爱 活动困难员工帮扶
环境	交流活动 社媒、社群沟通 媒体平台发布	节能减排 保护生态环境 可持续发展	致力于生态保护 将节能减排纳入 日常工作规划 开展环保公益项目
合作伙伴	工作会议 协议合同 日常沟通	长期、平等合作 合法、合规采购 资源共享	开展责任采购 杜绝商业贿赂 签订合作协议 加强供应商的管理和培训 挖掘更多领域的合作
消费者	社媒、社群沟通 媒体平台发布 各类交流活动 消费者调查	优质的产品 合理的价格 畅通的服务渠道 负责任的企业形象	提供优质、安全的产品 对标市场、提供优惠的产品价格 建立合理的服务和售后机制 传达责任行为
社区	公益活动 社群沟通	关注弱势群体 关注社区公共事业发展	开展社区服务 成立万家志愿者协会 支持社区教育

实质性议题分析

议题识别

华润万家通过多种方式收集报告议题：

- ▶ 华润集团关注核心议题
- ▶ 公司管理层建议的社会责任议题
- ▶ 内外部专家分析提出的议题
- ▶ 向利益相关方收集到的议题
- ▶ 对标社会责任标准中的议题

议题分析

为了更广泛地了解利益相关方的意见，华润万家专门制定调查问卷，通过微信公众号平台向利益相关方推送，共回收有效问卷7704份。根据问卷反馈结果对各项责任议题进行梳理分析，建立实质性议题筛选模型，筛选出利益相关方关注、与公司可持续发展密切相关的核心议题，作为2018年度社会责任报告信息披露的重点。

- | | |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> ▶ 强化质量管控 ▶ 升级消费体验 ▶ 安全生产 ▶ 员工权益保护 ▶ 推动供应链履责 ▶ 员工关爱 ▶ 绿色经营 ▶ 绿色管理 ▶ 增进媒体关系 ▶ 员工成长 | <ul style="list-style-type: none"> ▶ 强化党建与反腐倡廉 ▶ 优化顾客服务 ▶ 创新转型 ▶ 规范公司管理 ▶ 提升风险管理 ▶ 环保公益 ▶ 绿色办公 ▶ 战略合作 ▶ 慈善公益 ▶ 社区共建 |
|---|---|

附录

关键绩效指标

类别	指标	2016年数据	2017年数据	2018年数据
经济责任	营业收入(亿元)	1,035	1,036	1,013
	行业排名(位次)	1	1	1
	员工总数(万人)	15.76	15.30	14.49
	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(%)	28.00%	30.00%	32.45%
	年度新增职业病(例)	/	0	0
	体检及健康档案覆盖率(%)	62.00%	53.07%	75.80%
	员工培训覆盖率(%)	/	98.00%	95.00%
	每年人均带薪年休假天数(天)	7.6	7.4	7.8
员工责任	少数民族或其他种族员工比例(%)	/	2.82%	3.38%
	残疾人雇佣率或雇用人数(人)	/	1329	1379
	人均培训投入(万元/人)	/	0.007	0.0064
	人均培训时间(小时)	/	7.72	4.66
	员工培训投入总额(万元/年)	/	1157	1021
	走访慰问困难员工家庭(户/万元)	1156/613.31	645/32	684/35
	救助困难员工(人<户>次/万元)	227/63.83	200/20	142/180
	客户投诉解决率(%)	100.00%	99.95%	99.70%
	(客户投诉反馈处理数占投诉数比重)			
	新品销售额(亿元)	30	37.27	40.5
环保责任	环保总投入(万元)	/	/	3667
	节能减排技术改造投入(万元)	1200	6054	3079
	综合能源消耗量(万吨标煤)	27.8	29.81	28.36
	经济合同履约率(%)	98.83%	97.23%	99.65%
伙伴责任	重大负面舆情处理数(次)	0	0	0
	报告期内吸纳应届毕业生人数(人)	/	800	489
公共责任	纳税总额(亿元)	22.35	17.74	14.19
	安全生产投入(万元)	2842.76	2791.43	1886.21
	安全应急演练数(次数)	/	/	17000
	员工伤亡人数	/	9	10

指标索引

一级标题	二级标题	中国企业社会责任报告 指南CASS-CSR4.0	页码
关于本报告	--	P1.1-1.3	
领导致辞	--	P2.1-2.2	
走进华润万家	关于万家	P4.1-4.4, G1.1	
	万家小档案	P4.3	
	万家在2018	P3.2, P4.4	
经济责任•守护美好	理念与目标	G2.1-2.2	
	强化党建与反腐倡廉	M1.3	
	夯实内控体系, 提升风险管理水平	M1.3	
	规范公司管理	M1.1, M1.2, M1.4, M1.5	
	创新转型, 推动高质量发展	M1.6	
员工责任•助力美好	理念与目标	G2.1-2.2	
	员工权益保护	S2.1-S2.12	
	关注员工成长	S2.14-S2.16	
	全方位关爱员工	S2.11-S2.13, S2.17-S2.18	
客户责任•践行美好	理念与目标	G2.1-2.2	
	强化质量管控	M2.2-2.4, M3.12-M3.14	
	优化顾客服务	M2.1, M2.2, M2.8-M2.17	
	升级消费体验	M2.4-M2.7	
环境责任•播种美好	理念与目标	G2.1-2.2	
	绿色管理	E1.1, E1.5	
	绿色经营	E1.6, E2.12-E2.17	
	绿色办公	E2.19, E3.1, E3.2, E3.6	
伙伴责任•携手美好	理念与目标	G2.1-2.2	
	战略合作	M3.6	
	推动供应链履责	M3.1, M3.3, M3.11, M3.15	
	增进媒体关系	G6.1-6.2	
公共责任•引领美好	理念与目标	G2.1-2.2	
	支持政府施政	S1.1-1.6	
	安全生产	S3.1-3.6	
	慈善公益	S4.9-4.12	
	社区共建	S4.1	
责任管理•开创美好	责任文化	G1.1-1.2	
	责任沟通	G6.1	
	责任荣誉	P3.1-3.2	
	议题分析	G2.1	
附录	关键绩效指标	A2	
	指标索引	A5	
	评级报告	A4	
	意见反馈	A6	

报告评级



《华润万家有限公司 2018 社会责任报告》评级报告

受华润万家有限公司委托，“中国企业社会责任报告评级专家委员会”抽选专家组成评级小组，对《华润万家有限公司 2018 社会责任报告》（以下简称《报告》）进行评级。

一、评级依据

中国社会科学院《中国企业社会责任报告指南（CASS-CSR 4.0）》暨“中国企业社会责任报告评级专家委员会”《中国企业社会责任报告评级标准（2019）》。

二、评级过程

1. 评级小组审核确认《报告》编写组提交的《企业社会责任报告过程性资料确认书》及相关证明材料；
2. 评级小组对《报告》编写过程及内容进行评价，拟定评级报告；
3. 评级专家委员会副主席、评级小组组长、评级小组专家共同签审评级报告。

三、评级结论

过程性★★★★

公司办公室社会责任组牵头成立报告编制小组，办公室总监负责把控整体方向和关键节点，总经理、副总经理负责报告最终审定；将报告定位为强化利益相关方沟通、指导公司业务经营的重要工具，功能价值定位明确；开展利益相关方调查，回收 7704 份问卷，依据分析结果识别实质性议题，增强利益相关方参与力度；计划通过官方网站发布报告，并将以 PDF 版、印刷品等形式呈现报告，过程性表现优秀。

实质性★★★★☆

《报告》系统披露了产品质量管理、产品创新、职业健康管理、安全生产、环保技术和设备的研发与应用、节约能源资源、减少“三废”排放、周边环境治理等所在行业关键性议题，叙述详细充分，具有领先的实质性表现。

完整性★★★★

《报告》主体内容从“经济责任·守护美好”“员工责任·助力美好”“客户责任·践行美好”“环境责任·播种美好”“伙伴责任·携手美好”“公共责任·引领美好”“责任管理·开创美好”等角度系统披露了所在行业核心指标的 73.24%，完整性表现优秀。

平衡性★★★★

《报告》披露了“问责人员数”“安全生产隐患数”“年度新增职业病例”“安全生产事故数”“重大负面舆情处理数”“员工伤亡人数”等负面数据信息，平衡性表现优秀。

报告评级



可比性★★★☆

《报告》披露了“营业收入”“劳动合同签订率”“女性管理者比例”“新品销售额”“经济合同履约率”“节能减排技术改造投入”“纳税总额”“安全生产投入”等 18 个关键指标连续 3 年的对比数据；并就“连续 9 年营业额位列全国连锁零售行业首位”“服务业十强企业”等进行横向比较，可比性表现有待改进。

可读性★★★★☆

《报告》以“共建美好”为主题，以“美好”为主线，贯穿全篇，系统阐述了对股东、员工、客户、环境、伙伴、社会等利益相关方的履责理念、实践与成效，章节体例完整，重点议题突出；封面设计以漫画形式展现企业主营业务元素，增强了报告的辨识度；设置“万家在 2018”专栏，集中呈现企业年度重点成效，强化了报告的沟通性；篇章跨页融入契合章节主题的实景大图，并呈现履责的“理念与目标”，提纲挈领，利于读者快速把握章节重点，提升了报告的易读性，可读性表现领先。

创新性★★★★★

《报告》积极响应联合国可持续发展目标 SDGs，展现了报告的与时俱进；聚焦精准脱贫、粤港澳大湾区建设等热点时事议题，彰显了企业响应和贯彻国家宏观政策的责任担当；设置“万家小档案”，系统梳理企业历年重点事件，回应利益相关方期望，彰显了企业的责任引领；首次参与报告评级，提升报告编写的规范性和报告内容的可信度，具有卓越的创新性表现。

综合评级★★★★

经评级小组评价，《华润万家有限公司 2018 社会责任报告》为四星级，是一份优秀的企业社会责任报告。

四、改进建议

1. 进一步加强社会责任体系和管理制度建设；
2. 增加行业核心指标的披露，进一步提高报告的完整性；
3. 增加企业履责不足之处的披露，提高报告的平衡性；
4. 增加企业历史关键绩效数据的披露，提高报告的可比性。

评级专家委员会副主席

过程性评估员

任姣姣、董德尚

评级小组组长

出具时间：2019 年 9 月 23 日

评级小组专家



扫码查看企业评级档案

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，不断提高履行社会责任的能力和水平，我们诚挚邀请您协助完成意见反馈表中提出的相关问题，并邮件发送至crv_csr@crv.com.cn。

1. 您属于哪一类利益相关方？

政府 监管机构 客户 员工 供应商 经销商 合作伙伴 公众 社区 媒体 其他

2. 您对公司社会责任报告的总体评价是
 好 较好 一般

3. 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

4. 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

5. 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

6. 您对公司社会责任工作和本报告的其他意见和建议，欢迎在此提出：

