报告编制小组
主编：刘志文
副主编：陈研
编辑工作组：黄艳、丁晓璐、张颖

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/

Vanguard
华润万家

与美好同行

2019
企业社会责任报告
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY REPORT

2012 年以来，华润万家已经连续 8 年编制社会责任报告，形成了报告全生命周期管理模式，充分发挥报告在利益相关方沟通、社会责任实践指导、企业社会责任绩效监控等方面的积极作用。

正青春，耀梦想。2019 年，是华润万家成立的第三十五个年头。回首过去，万家始终与美好同行，关注食品安全与健康、特殊群体关爱、环境保护、乡村振兴等方面。面向未来，万家拥有重新出发的勇气，既充满从容和定力，也勇立潮头、敢为人先。万家将永保责任初心，砥砺前行，续写责任篇章。

万家伴你与美好同行

35 年，华润万家风华正茂
以创新带动变革，以变革改善生活
万家始终秉持“连接每日生活，服务千家万户”的愿景
凝心聚力，赋能发展

使命与担当，贯穿万家35 载的奋斗历程
在新的起点上，我们将一如既往
携手合作伙伴，践行社会责任
让生活更加美好，让美好更有温度

初心不负，征程再启
万家心向未来，伴你与美好同行

目录

CONTENTS

关于本报告

总经理致辞

01 走进万家

关于万家 07
万家小档案 09
万家在 2019 11

02 经济责任 • 守护美好

理念与目标 15
强化党建，正风肃纪 15
夯实内控体系，提升风险管理水平 21
规范公司管理 23
创新转型，推动高质量发展 25

03 员工责任 • 助力美好

理念与目标 31
科学用工，保障员工合法权益 31
完善成长体系，搭建职业发展通道 35
全方位关爱员工，打造幸福万家 37

04 客户责任 • 践行美好

理念与目标 43
强化质量管控 43
优化顾客服务 51
升级消费体验 54

05 环境责任 • 播种美好

理念与目标 59
绿色管理 59
绿色经营 60
绿色办公 64
环保公益 65

06 伙伴责任 • 携手美好

理念与目标 71
战略合作 71
推动供应链履责 76
增进媒体关系 77

07 公共责任 • 引领美好

理念与目标 81
支持政府施政 81
安全生产 85
慈善公益 89
社区共建 103

08 责任管理 • 开创美好

责任文化 107
责任制度 108
责任沟通 109
责任荣誉 110
议题分析 111

09 附录

关键绩效指标 113
指标索引 115

关于本报告

本报告是华润万家有限公司颁布的第 8 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 2019 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、公共责任等方面的亮点实践。

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 2019 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 15 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 7 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 15 个省级公司”。各省级公司即为华润万家总部的下级公司。

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

作为一家有着红色基因的消费品零售企业，多年来，万家始终以奋斗者的姿态砥砺前行，致力于以全方位、深层次的改革创新，引领中国零售行业的高质量发展。

践行社会责任是企业实现高质量发展的重要一环。多年来，零售业界对社会责任的理解和实践都发生了深刻变化，也有越来越多积极承担社会责任的企业，赢得了更多机会、拓展了发展空间，在履行社会责任与自身业务成长上实现了双赢。万家坚信践行社会责任的能力和意愿，是企业实力强劲的集中体现，也是企业追求卓越的精神内核。

秉持“连接每日生活，服务千家万户”的愿景，万家不断增强自身履责尽责能力，完善公司社会责任管理架构，丰富公益内涵，延长服务手臂，维护股东、合作伙伴、员工、消费者等各参与方的利益。

转型升级，创变万家。在业务发展中，万家坚持变革，将创新作为推动转型升级的重要引擎，探索适合自身的发展之路。

关爱员工，以人为本。在员工成长方面，万家奉行“以人为本”的理念，鼓励员工多元发展，努力为员工构建价值实现的平台。

服务顾客，共享美好。在顾客服务方面，万家坚持以高品质的商品与服务，满足广大顾客对美好生活的追求，不断推动顾客生活方式的全面升级。

绿色发展，健康生活。在环境保护方面，万家秉承“创新、协调、绿色、开放、共享”的发展理念，在致力于创造经营业绩的同时，持续降低对环境的影响，以低碳高效的运营模式打造绿色竞争力。

携手并进，合作共赢。 在伙伴合作方面，万家以打造“满足消费者需求的共同体”为目标，聚焦与合作伙伴的共同发展，并积极引导合作伙伴履行社会责任。

关注公益，播种希望。在社会公益方面，万家持续开发公益项目，关注落后地区的商业发展和教育、就业等问题，致力于改善社区经济民生。

2019 年是万家成立的 35 周年。35 年来，万家不断深耕零售市场，与利益相关方共赢共享，实现了公司商业价值与社会价值的深度融合。未来，我们还将以饱满的热情不断进取，开创行业可持续发展的新局面。

华润万家有限公司总经理
徐辉

01

走进万家

07 关于万家
09 万家小档案
11 万家在 2019

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——华润集团旗下优秀的零售连锁企业集团。

作为民生央企，华润万家始终坚持将社会责任理念融入自身经营管理，完善内部社会责任管理体系，通过多种形式加强与社会各界的沟通，为履行社会责任创造良好的条件和环境，发挥现有业务及创新业务的综合潜力，不断推动自身与地方经济、社会、环境的可持续发展。

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

苏果

Olé

blt

万家 MART

万家 LIFE

乐购 express

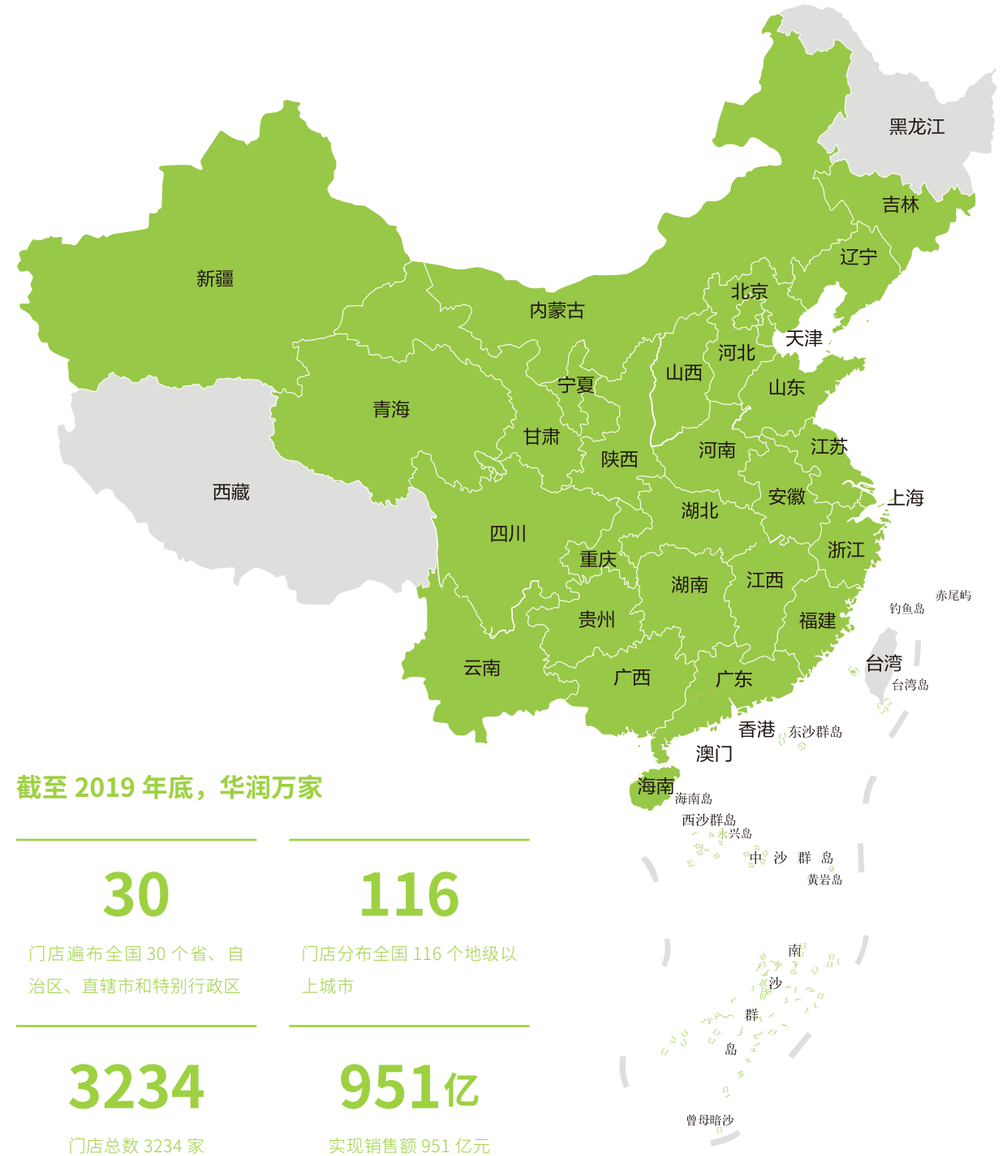
V>nGO

U 購 Select

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，为消费者提供优良品质和价格合理产品。



截至 2019 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

116

门店分布全国 116 个地级以上城市

3234

门店总数 3234 家

951亿

实现销售额 951 亿元

5000 万 +

会员人数 5000 万 +

18 万 +

员工人数逾 18 万人

万家小档案

1984

首家门店诞生于香港

1992

华润超市进入内地，在深圳开出国内第一间中外合资连锁超市

2001

收购万佳百货，组建华润万佳超级市场有限公司

2003

更名为华润万家有限公司，开始拓展全国业务

2004

控股江苏苏果超市

2005

收购宁波慈溪市最大的零售企业

2007

收购天津家世界超市

2008

收购西安爱家超市

2011

收购江西本土最大的零售企业洪客隆超市

2019

创新型大卖场萬家 MART、创新型标超萬家 LiFE 先后面世

万家在 2019

1

位列 2019 年中国超市百强榜首位

243

深入洞察消费者需求，顺应消费升级，在全国范围内新开 243 间门店

609

全年新增会员人数 609 万

55

获得各类政府、行业、社会组织奖项 55 个

02

经济责任
守护美好

15 理念与目标
15 强化党建，正风肃纪
21 夯实内控体系，提升风险管理水平
23 规范公司管理
25 创新转型，推动高质量发展

SDGs 议题

理念与目标

站在新的路口、面对新的目标，华润万家以 35 周年为迈向未来的新起点，坚持从满足消费者需求出发，坚定落实“聚焦”战略，发挥自身优势，积极转型创新，强化风险控制，努力把万家打造成为具有竞争力的一流零售企业。

强化党建，正风肃纪

加强党的建设

2019 年，华润万家党委坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，认真贯彻落实党的十九大精神，加强党的建设与万家中心工作高度融合，推动万家高质量发展。

抓政治建设，发挥驱动力

作为红色央企，华润万家始终以党的政治建设为统领，致力于成为中国特色社会主义建设的重要物质基础。2019 年，万家通过开展十九大精神宣贯工作，提高万家党员干部、基层党员、员工的政治站位，深入落实党的领导融入公司治理，实现商业利润与社会责任的统一。截至 2019 年底，万家各级党组织共开展全员学习 1468 次，覆盖逾 11 万人次。

抓思想建设，扩大影响力

落实党委理论学习中心组工作

万家党委围绕党建工作大局，结合主题教育和业务发展，通过制定学习计划、丰富学习载体的方式，以问题为导向，强化理论学习成果对业务实践的指导作用。截至 2019 年 12 月，万家党委理论学习中心组集中学习 6 次，覆盖 190 余人次，参学率 100%；各省级公司党群工作部推动所属单位党委共计开展 63 次理论中心组学习，覆盖 962 人次。

6
组织集中学习 6 次

63
开展 63 次理论中心组学习

190
覆盖人次

962
覆盖人次

组织实施“不忘初心、牢记使命”主题教育主题教育

为有效推进主题教育工作，万家党委通过强化组织、明确方案、广泛宣传、分批进行的方式，实现了主题教育在各级党组织及全体党员中的全覆盖，促进学习成果转化为业务实践创新、开创工作新局面的各项能力。截至 2019 年 12 月，已开展理论学习 432 次，覆盖万家全国 2487 名党员。

抓组织建设，提升号召力

强化组织体系

为推动党的领导融入企业改革发展全过程，万家党委通过丰富专职党建工作职能、提升专职党建纪检工作人员专业能力、强化基层党组织覆盖等措施，有效提高基层党组织的战斗力。截至 2019 年 12 月，万家党委共下设 117 个党支部、320 个党小组。

117 个
党支部

320 个
党小组

夯实基层党建基础

万家党委把基层书记队伍、党务干部队伍、党员队伍“三支队伍”建设作为夯实基层党建基础的“先手棋”，通过开展对党支部书记、党务工作者、党员的培训，系统提升了“三支队伍”的能力素质。截至 2019 年 12 月，培训覆盖全国所有的党支部书记、党务工作者 547 人、党员 12400 人，发展党员 151 人、入党积极分子 372 人。

提升基层党建水平

万家党委结合各基层党组织的特点和业务实际，通过常态化组织支部书记、支部党员培训，广泛开展支部工作的经验交流，定期开展“两优一先”评选表彰和考核，以及将支部工作标准化，着力加强基层建设。2019 年，万家梳理修订了《华润万家有限公司党风廉政建设和反腐败工作“一岗双责”责任清单》，评选出 27 名优秀共产党员、3 名优秀党务工作者、5 个优秀党支部。

抓群团建设，提高凝聚力

健全团委工作机制

万家团委通过完善组织建设，定期开展学习、组织活动、评优表彰等方式，强化万家团组织的政治性和组织力。2019 年，万家共建立省级公司团委 12 个、团总支 2 个、团支部 127 个、团小组 193 个；开展红色电影观影、红色教育基地参观、健康徒步走等活动，覆盖 11000 人次；48 人获评“万家青年岗位能手”，万家团委荣获“中央企业五四红旗团委”称号、苏果淮安配送中心团支部荣获“中央企业五四红旗团支部”称号、苏果超市团委书记万伟荣获“中央企业优秀共青团干部”荣誉称号。

12 个
团委

2 个
团总支

127 个
团支部

193 个
团小组

48 人
获评“万家青年岗位能手”

丰富红色文化活动

通过在春节、清明、七一、国庆等关键时间点开展各类志愿服务和红色活动，进一步增强了广大党员干部的责任感和使命感，提升了基层党组织的凝聚力。2019 年，共开展了 269 次党员志愿服务活动，覆盖近 25900 人次；开展 236 次文体活动，覆盖近 108000 人次。

269 次
党员志愿服务活动

236 次
文体活动

25900
覆盖人次

108000
覆盖人次

抓业务融合，增强促进力

优化“党建示范店”建设

万家党委通过制定“党建示范店”标准、评级方案、建设计划等，提高“党建示范店”的建设数量和质量，发挥示范引领的促进作用。截至 2019 年 12 月，已发布示范店的“七有”标准，超额完成全年建设 90 家店的计划，11 家门店获得星级党建示范店荣誉称号，形成了万家“党建示范店”工作规范化的长效机制。

促进党建与业务融合

万家党委围绕业务实际，积极探索开展党建与业务工作深度融合的 “党建 +” 项目，发挥党组织的战斗堡垒和党员的先锋模范作用。2019 年，万家党委先后开展“火线支援”、“蚂蚁先锋”、“门店帮扶师”项目。

“火线支援”项目

“火线支援”项目号召所有职能党员和员工，在销售高峰期时支援门店工作。2019 年春节期间，总部、各省级公司共计 5975 名职能人员走进门店，与门店员工并肩奋战，为顾客提供快捷优质服务。

“蚂蚁先锋”项目

为提高销售高峰期配送中心小业态的拣货效率，江苏华润万家党委第一党支部每月安排一个党小组，固定 1-2 天到配送中心进行“（大包装）拆零”。截至 2019 年 12 月，第一党支部累计支援 72 人次，差错率低于万分之五。

“门店帮扶师”项目

为帮扶亏损门店解决实际困难和问题，华润苏果标超便利事业部党支部的 49 名党员担任“门店帮扶师”。通过结对子、找原因、定目标、建机制、订计划、找抓手、盯落实 7 个措施切实帮扶门店改善经营业绩。截至 2019 年 11 月，42 家门店实现日均销售的增长，17 家门店实现日均客流同比的增长，35 家门店实现毛利率的增长，32 家门店“神秘顾客访问”得分实现同比的增长，为万家小业态门店党建工作的开展贡献了可复制推广经验。

合规守正，正风倡廉

加强企业廉政建设是新形势下推进国有企业改革发展的应有之义。华润万家积极落实中央八项规定精神及实施细则，深入推进党风廉政建设和反腐败斗争，坚持以身作则，主动在思想上划出红线，在行为上明确界限。

强化日常监督

万家致力于把严格要求贯穿在企业经营的每个环节，日常监督立足于早、着眼于小，发现苗头及时提醒，触犯纪律立即处理，多积尺寸之功，防微杜渐。2019 年，万家各级监察部门通过参加会议、基层调研、与员工谈心聊天等多种方式，及时了解掌握情况，履行监察职责。

坚持开展廉洁诚信教育

华润万家坚决反对“四风”问题，坚持“教育在先、预防为主”的方针。2019 年，万家纪委通过开展廉洁文化宣传、廉洁教育活动等措施，帮助各级人员自觉抵御歪风邪气。

3218 家

门店开展廉洁文化主题宣传

8300+

组织 8300 余人参与廉洁教育活动

185

全年开展廉洁教育活动 185 场次

119

在“廉洁万家”微信公众平台积极开展党风廉政建设宣传工作，全年共发布推文 119 篇

4

春节、端午、中秋、国庆 4 大节点提醒党员干部“廉洁过节”

夯实内控体系，提升风险管理水平

华润万家立足管理实际，倡导全员参与，注重控制实效，持续健全完善规范的内部控制体系。2019 年，万家通过完善组织管理、优化制度规范、健全业务流程、开展培训和宣贯等工作，认真梳理排查各类风险点，加强风险防范，保障万家稳健发展。

完善组织管理 >> 优化制度规范 >> 健全业务流程 >> 开展培训宣贯等工作

完善组织管理

各职能及业务部门是内部控制的第一道防线，内部控制执行的有效性直接关系业务运作过程的合规性。作为万家监督和指导内部控制体系建设与运行的专业组织，风控委员会统筹管理公司日常风控工作，安排各职能及业务部门兼职风控人员具体落实本部门风险监督与梳理优化，定期开展内部控制评价、信息宣传等工作，强化万家风控组织的纪律性和透明度，推动各利益相关方积极履责，有效推动风险治理和管控。

优化制度规范

2019 年，万家成立制度优化项目组，全面开展制度流程梳理，明确制度流程框架、业务关键管控节点、审批权限，分清管理主体、责任主体与管理责任，查找潜在优化改进机会，分析可改进原因。

健全业务流程

万家结合公司日常经营中出现的风险，重点关注非商品合同风险、法律诉讼风险、资金风险、商品风险、用工管理风险以及信息安全等领域，推动建立健全业务流程，提升管理效率，有效防范业务风险。

健全业务流程

提升管理效率

开展培训和宣贯工作

万家定期对全国风控人员进行风险管理和内部控制理论和实务培训，并通过微信公众号平台风控基本知识，多渠道宣贯风控理念。

规范公司管理

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，万家进一步明确党组织、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。

党委会

党委发挥领导作用，把方向、管大局、保落实，依照规定讨论和决定公司重大事项。2019 年，万家党委会共召开会议 24 次，审议决策 “三重一大”事项 120 项。其中重要人事任免 19 项、重大项目安排 16 项、重大决策 82 项、大额资金运作 3 项。

董事会

董事会是法定的决策机构，对股东会负责，执行股东会决定，依照法定程序和公司章程决定公司重大经营管理事项，负责公司治理、战略引领和风险防控。2019 年，万家共召开董事会 3 次，讨论并决策 14 项议题。

管理团队会

管理团队对董事会负责，执行董事会决议，负责公司日常经营管理，按照公司法、公司章程和董事会授权行使职权。2019 年，万家共召开管理团队会 10 次，审议决策 47 项议题。其中重大项目安排 10 项，重大决策 35 项，大额资金运作 2 项。

完善公司治理制度

2019 年，万家重新制定《华润万家“三重一大”决策制度》、修订《华润万家党委会议事规则》、制定《华润万家管理团队会议事规则》，有效明确并规范了“三重一大”事项的决策范围、方式和程序，以及万家党委会、管理团队会的议事范围、召开、审议与表决、记录与纪要以及会议决议的实施，探索建立中国特色现代国有企业制度，完善公司治理制度体系。

提高决策效率

结合零售行业特点和万家业务现状，2019 年，华润万家对“三重一大”决策事项进行了全面梳理，编制《华润万家权责运行手册》，进一步提升公司治理的规范性、科学性和有效性。

推动下级单位开展治理体系优化

2019 年，万家总部通过培训、专项指导等方式，推动各省级公司的治理体系不断完善。截至 12 月，万家全部省级公司完成了公司治理体系的建设工作，发布相关制度文件 31 个。

创新转型，推动高质量发展

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，实现全渠道经营，培养业务可持续的竞争实力，推动盈利模式的优化。

创新业务模式，加快转型升级

2019 年，华润万家积极探索新消费场景下的新的消费者行为和消费习惯，有效践行“转型、提质、稳健、创新”工作主题，深入落实新业态、新模式的各项实践。

线下业态优化升级

华润万家以提高门店竞争力为导向，紧密围绕商圈内的消费者洞察、行业发展趋势，聚焦顾客体验、服务效率、运营成本的平衡和优化等零售业本质领域，探索新业态的创新模式。2019 年，万家创新型大卖场“萬家 MART”、创新型标超“萬家 LiFE”、“U 購 Select food”陆续开业，获得消费者和业界的一致好评。

萬家 MART

2019 年初，万家梅龙店历时 9 个月的详细调研、规划设计、品类重组、施工建设，以全新的面貌——“萬家 MART”重现在周边居民的生活中。作为万家大卖场业态的创新试点，梅龙店强化“商品 + 服务”，基于体系化洞察，围绕消费者的日常生活，聚焦三大核心品类，以生鲜为中心辐射品类布局，营造社区集市的购物体验，推动盈利模式改变。

与此同时，“萬家 MART”梅龙店在数字化运营、智能化管控、线上线下一体化等方面积极转型探索，上线万家 APP、第三方 O2O 平台（如美团、京东、饿了么）。在“萬家 MART”，门店前台工作人员使用移动终端便可以现场补货、盘点。在管理方面，许多管理经验通过可视化报表等数字化工具，也得到更好地固化和转化。技术手段把更多的人解放了出来，有效推动生产力的发展，以及生产效率的提升。

萬家 MART

“萬家 MART”梅龙店的成功，加快了“萬家 MART”在全国开业的步伐。截至 2019 年 12 月，“萬家 MART”在全国开出 15 家门店，覆盖 10 个城市。全年线上线下客流大幅提升；获得软件著作知识产权 13 项，申报完全自主发明等专利 12 项。

萬家 LiFE

2019 年 12 月 31 日，全新标超业态“萬家 LiFE”在杭州、苏州、无锡三地同时开业。“萬家 LiFE”致力于为周边居民打造优选购物场所，构建“即时便利”、“烹饪食材”，“生活补充”购物场景。

“萬家 LiFE”结合线上主题营销方式，打造个性化、多样化与体验式的消费过程，把优质的产品和服务带给消费者。丰富生鲜和食品品类，精选个人护理、家庭清洁和家庭补充品，精选富有品质的优质商品，优化熟食经营模式，加大运用新技术的力度，通过自动收银机、刷脸支付、扫码购、电子价签、多媒体显示屏、电子收银小票和发票、到家服务等零售业成熟技术的支持，打造门店智能化升级。

U 購 Select food

为提升客户购物体验，根据香港区域消费者喜好，推出创新品牌 U 购 Select food，旨在为消费者提供优质新鲜的进口食材，首间 U 购 Select food 于 2019 年 6 月 14 日在西贡宜春街分店开业。截至 2020 年 2 月已在香港共开设 8 间分店。

线上平台全面升级

为满足商圈消费者日益增长的线上业务服务的需求，2019 年，华润万家积极丰富并完善线上消费场景，上线“华润万家 APP”，增加第三方线上平台的覆盖门店，有效增加了消费触点，提升消费粘性。

“华润万家 APP”上线

2019 年 1 月 5 日，伴随萬家 MART 梅龙店开业，“华润万家 APP”正式上线。APP 向消费者提供了到家商城、扫码购、会员功能、营促销服务、社区服务等切合消费者生活消费场景的亮点功能，并持续优化体验和服务。截至 2019 年底，“华润万家 APP”已上线全国 2005 家门店，深度会员用户已超过 180 万人。

覆盖更多线上平台

2019 年，万家在持续深化与“京东到家”和“美团外卖”的线上业务合作的基础上，与“饿了么”全面开展业务合作，与“多点 MALL”启动区域试点合作。截至 2019 年底，万家超过 2000 家门店接入线上平台。其中“饿了么”累计接入 2000 余家门店，“美团外卖”累计接入 1800 余家门店，“京东到家”累计接入 1600 余家门店，“多点 MALL”在天津 4 家门店试点。

升级业务举措，强化零售优势

2019 年，华润万家在全面升级业务模式的同时，积极推出创新性的业务举措，在提升消费者服务、优化会员管理等方面做出有益尝试，为更可持续、更高质量的发展奠定基础。

提升消费者服务

优化会员管理

万家 PLUS 会员模式

2019 年，“万家 PLUS”会员模式在西安万家雁塔南路店持续推广。作为万家会员管理的新模式，PLUS 会员提供专属权益，诸如 10 倍积分、千余商品专享价等，有效增加的客户粘性和忠诚度。2019 年，新增 PLUS 会员数已符合对商圈人数的测算目标。

推广“肉菜溯源”项目

2019 年，苏果全面推广“肉菜溯源”项目。该项目主要通过运用物联网技术，将商品的生产、流通和消费过程与相关信息的采集、传输、处理和查询过程有机联系起来，做到信息流与商流相统一，建立了对肉菜从源头产地、物流运输、收货储存、门店销售等全流程的安全管理体系，形成食品安全闭环。

消费者只需要打开微信扫描肉菜包装盒码纸或电子价签上的二维码，就可以了解到商品名称、生产基地、采收时间、上市日期、检测报告、采摘前照片等信息。一个二维码就相当于商品的身份证，记录了它从哪里来，到哪里去。2019 年 4 月，该项目获得“2019CCFA（中国连锁经营协会）零售技术创新奖”。

03

员工责任
助力美好

31 理念与目标
31 科学用工，保障员工合法权益
35 完善成长体系，搭建职业发展通道
37 全方位关爱员工，打造幸福万家

理念与目标

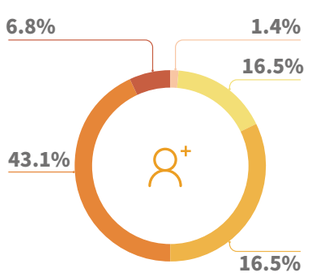
员工是企业发展的基础，是企业创新的源泉。华润万家一直倡导和遵循“以人为本”的价值理念，重视员工权益保障，用心为员工赋能，致力于从生活、情感和成长上关爱员工，充分发挥每一位员工的创造力，努力为员工构建多元、和谐、价值实现的平台。

科学用工，保障员工合法权益

华润万家视员工为公司可持续发展的关键，依据《中华人民共和国劳动法》《中华人民共和国劳动合同法》等相关法律法规，制定严格的用工管理制度，为员工提供平等就业的机会，倾听员工心声，多方面提升员工幸福指数，努力构建和谐良好的劳动关系。

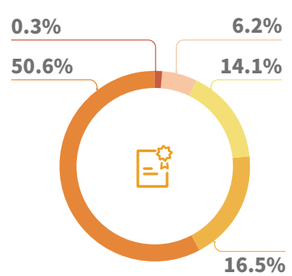
员工结构

截至 2019 年底，华润万家在岗员工总数 18.2 万人，平均年龄为 38.9 岁。其中，女性员工占比 69%，女性管理者占比 26%。



员工年龄结构

(50-60岁)
(40-50岁)
(20-30岁)
(30-40岁)
(<20岁)



员工学历结构

(初中及以下)
(高中/中专)
(大专)
(大学本科)
(研究生及以上)

保障员工基本权益

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”的就业机制，不断拓宽就业岗位和用工形式。2019 年，华润万家共提供 54027 个就业岗位，覆盖全国 30 个省份、自治区、直辖市和特别行政区。

“以人为本”的企业文化

应届生就业

2019 年，万家面向全国 2020 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 420 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。2019 年，万家继续支持香港大学生暑期实习工作，提供 9 个位于香港的一线实习岗位，并指定具体联络人负责对接和跟进。

接收退役士兵

2019 年，华润万家严格落实相关精神，采取有利于接收工作的举措，共计接收 14 名自主就业的退役士兵。

完善薪酬绩效机制

华润万家为员工提供具有竞争力和成长性的薪酬待遇，致力于打造高绩效、高激励的成长型组织管理原则和绩效文化。

优化工资结构

2019 年，万家通过梳理薪酬体系，进一步优化员工工资结构，有效调动员工积极性，实现工资与工作过程、工作能力、工作目标挂钩。

创新管理与激励模式

2019 年，万家在小业态启动自主管理团队的模式试点。通过定岗定编、薪酬结构调整、团队负责人筛选、团队组建与管理规则建立、团队工时奖励与分配、自主业务管理、月度绩效考核与奖励、业务监督与检查共 8 个步骤，赋予门店自主用人、自主业务管理等权限，充分调动门店工作自主性与积极性，强化业务巡检与监督，推动业务水平逐步提升。

强化企业民主管理

为更好的保护员工的合法权益，保障员工的民主管理权益，华润万家不断完善工会和职代会组织，倾听员工的声音。2019 年，万家持续优化工会工作，搭建工会系统管理体系，实施省级工会联席沟通模式，以合法合规为基准，构建和谐员工环境，助力业务发展。

关注员工身心健康

员工的身心健康是企业发展的基础。多年来，华润万家遵守国家对员工身心健康保护措施的相关要求，为员工提供健康体检，注重基层员工的安全防护问题，改善工作环境和条件保障，确保员工安全健康。

改善工作环境

2019 年，万家门店依据不同情况，配备各项物资，为员工创造健康愉快的工作环境。例如，高温期间，门店每天供应大麦茶或其他冲制的常温饮料，在午餐时段增加供应绿豆汤；门店结合节日档期，装饰、美化员工就餐区，为员工营造良好节日氛围；总部及省级公司职能食堂，在节日期间免费为员工提供各类传统美食，提升员工在岗期间的舒适度。

加强安全防护

2019 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，万家对员工宿舍、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，万家检查维护户外或特殊岗位工作人员防寒保暖用品及员工办公、宿舍防寒取暖设备等。

开展健康培训

2019 年，万家结合零售业所涉及的中暑、冻伤等职业病风险，对门店一线重点岗位人员进行《职业病防治法》《防中暑预防措施》《冷库防冻措施》等知识宣贯，有效提升员工职业健康防护意识和能力。

组织员工体检

根据国家对员工身心健康保护措施的相关要求，万家每年都会在全国范围内开展员工年度健康体检。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。

上海公司推出主题为“与安全牵手、让幸福常有”的安全知识培训。通过线上安全知识竞赛的方式，了解员工对相关知识的认知情况，促使公司适时调整培训内容。

香港公司联合卫生署、劳工处及职业安全健康局共同开展「至 Fit 达人工作坊」，为员工提供日常体能运动的培训。

完善成长体系，搭建职业发展通道

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和管理能力提升的同时，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。

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，2019 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 13 个培训项目，覆盖近 12 万人。

认证讲师

2950 人

截至 2019 年底，万家认证讲师总数为 2950 人，新增 615 名讲师。

在库课程库

1155 门

万家在库课程库共有 1155 门（含微课），新增 112 门线下制式课程。

面授培训开班

1309 班次

面授培训开班方面，全国总开班 1309 班次，培训总人次达到 2.5 万，覆盖人数超 1.2 万人。

在线学习

17 万人

在线学习方面，全公司累计登录人数约 17 万人，人均线上学习课程 12 门，年度总学时为 40 万小时。

领导力培训

2019 年，万家开展了“星征途 - 组织能力提升项目”，“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”项目。

一线人才培训

2019 年，万家开展了“大卖场在职店总三证学习与考核项目”“大卖场在职店总生鲜专项赋能提升培训项目”“全国大卖场副总潜才培养项目”“大卖场在职副总能力提升培训”等项目。

基层员工培训

2019 年，万家开展了各类面向基层员工在线主题分享活动等。

新员工培训

2019 年，万家开展了面向校招应届毕业生的“2019 年未来之星训练营”和面向社招新员工的入职培训，以及门店“0369”新员工培训。

完善职业晋升

为匹配公司组织调整，华润万家通过职级体系优化等方式，加强公司干部队伍建设，提拔和任用年轻潜力人才，完善公司人才发展路径，拓宽专业岗及门店人员晋升通道。

2019 年，万家直管经理人职务调整

58 人次

职务晋升人次占

7.4%

年度整体人员异动累计

30943 人次

晋升人次占

21.14%

全方位关爱员工，打造幸福万家通道

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。

帮扶员工所急所难

不让员工因病致贫，不让员工子女因贫困辍学。多年来，华润万家始终关注特殊员工、困难员工，以组织的力量帮助他们走出困境，为每一份万家人的幸福生活增添一份安心保障。

关注特殊员工

截至 2019 年底，万家雇佣残疾员工 1137 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。

救助困难员工

2019 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 265 余户，慰问金额达 10.6 万余元。爱心基金帮助困难员工 143 人，金额达 223.3 万余元，为困难员工及家庭送去冬日暖阳。

走访慰问困难员工家庭

265 余户

慰问金额达

106000 余元

爱心基金帮助困难员工

143 人次

金额达

2233000 余元

救助员工家属

Olé 西安中大国际店家食促销员郑超妻子产后出血，情况危急，高昂的治疗费让原本就不富裕的家庭雪上加霜。为了帮助家属早日康复渡过难关，Olé 西区员工积极进行募捐，两天内筹集善款 11048.7 元，缓解了员工家庭的燃眉之急。

救助重病员工

2019 年，Olé 沈阳万象城店员工周桂英突发脑出血。高额的治疗费用，周桂英家庭已无力承担。万家“爱心基金”第一时间拨款 3 万元，并安排领导和同事前往探望，带去了公司的关怀和组织的温暖。

呵护女性员工

华润万家严格执行《女职工劳动保护法特别规定》，不断改善女性职工工作环境和各项福利。在薪酬及考勤制度中明确女职工可以享受哺乳假、产假、产检假、妇女节假期等福利；在年度员工健康体检项目中，为女职工增加女性健康检查，预防女性疾病；组织不同形式的关爱活动，在精神和物质双层次上给予女性员工关怀。

开展各类主题活动

3 月 8 日是“国际妇女节”。在每年的这一天，万家为全体女员工提供半天假期，并送上各类精美礼品。2019 年 3 月 8 日，万家总部及各省级公司开展了形式各异的主题活动，如女性员工健康知识讲座、皮具制作课、化妆课、厨艺比拼等，丰富女性员工的业余生活。

组织员工活动

为了提升团队协作能力，营造良好的工作氛围，华润万家坚持“全员参与”的原则，组织开展丰富多彩的员工活动。2019 年，结合 35 周年的契机，万家开展了趣味性和多样化的活动，让员工切身参与其中，帮助员工关注身心健康，平衡工作与生活。

节日互动活动

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，六一儿童节关注异地员工的孩子们，中秋节为异地员工的家人送去关心。

35 周年主题活动

在万家成立 35 周年之际，总部及各省级公司组织开展了一系列 35 周年主题活动，给员工提供了一个展现才艺、放松心情、滋养心灵的组织氛围，有效丰富员工的文化生活，提升员工对万家文化的感受和认可。

来自全国的 26 支球队、239 名运动健儿献上了 49 场精彩赛事。

全国各地开展形式多样的跑步活动，倡导健康生活新方式。

来自全国的 17 支参赛队伍为大家献上了民歌、相声、京剧、绳操、现代舞、合唱、朗诵等形式众多的精彩节目。

04

客户责任
践行美好

43 理念与目标
43 强化质量管控
51 优化客户服务
54 升级消费体验

SDGs 议题

12 负责任消费和生产

理念与目标

作为与大众日常生活息息相关的企业，华润万家始终从消费者的需求出发，致力于提供安全优质的商品、高效便捷的服务和舒适愉悦的购物体验，以持续改善消费者生活品质为不懈追求，引领现代、健康的生活方式。

强化质量管控

华润万家以提供高品质产品为己任，紧盯源头、配送及门店商品质量管理并将其结合，实现全链条管控，落实全面质量保障，为消费者提供更加优质的产品。

商品质量源头管控

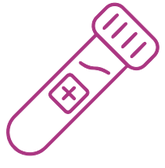
华润万家始终将消费者安全与健康放在心上，通过从源头对供应商、商品进行管控，保证商品来源合法可追溯，有效降低商品质量风险。

优化供应商准入体系

华润万家通过商品竞价、优化供应商评价指标、引入第三方 SGS 审核等举措加强源头管控，保障商品质量，有效推动供应商准入体系、供应商动态评价体系的完善。

2019 年，万家制定了《华润万家商品竞价操作指引》，对全国和区域供应商的评价标准开展了全方位优化，包括准入红线、基础资质及专业能力等，并对 51 家生鲜品类的总部基地供应商开展了 SGS 专业审核、现场抽样等检测，有效保障了商品质量。

SGS 专业审核



现场抽样

强化供应商风险管理

华润万家通过引入具有专业资质的第三方实验室对商品安全、质量等指标进行检测，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，提升供应商管理水平，保障消费者权益。

进行商品源头管控

华润万家通过供应商服务系统（VSS 系统），严格管理供应商及其所售商品的资质证照，包括营业执照、相应的生产许可证、食品经营许可证、商品检测报告等，保证商品来源合法、可追溯。

在供应商生产现场，华润万家针对其现场环境卫生、原料成品及包材的管理、农兽药及食品添加剂的使用情况等进行现场审核，不达标的进行淘汰处理，从生产源头保障产品安全。

商品质量过程管控

华润万家不断完善商品配送环节的质量管理，通过制度优化、标准严控、物流管控等措施，确保商品“在途”安全。

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》等多项制度流程，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，要求进仓的果蔬、禽肉、绿色商品、有机商品等厂商提供和品项一致性的检测报告，对没有或过期的证件均做拒收处理，以保障进仓食品的安全性和合规性。

优化商品监测机制

为提升门店售卖商品的安全可控性、品质稳定性，华润万家物流配送中心检测室结合自身检测、政府抽检和第三方检测机构的数据，建立了高风险商品预警机制，并对现有检测项目进行更迭，覆盖果蔬、禽畜、水产、蛋类等 16 项品类，针对不同风险等级的商品实施不同程度的管控，降低了不合格商品配送到门店的风险。

2019 年，华润万家全国生鲜物流仓检测室共测 579529 批次商品，检测合格率为 99.83%，对于不合格商品均已做拒收或销毁处理。

579529 批次商品

检测合格率

在途运输管控食品安全

为提高商品在途配送的安全性，华润万家落实商品在途配送的安全要求，为“专职”物流配送车辆配备 GPS 设备、冷链运输车辆配备温控设备，以保障进仓食品的安全性和合规性。2019 年，华润万家全国物流运输商共 55 家，配备 GPS“专职”配送车辆 733 辆。

全国物流运输商共

55 家

配备 GPS“专职”配送车辆

733 辆

商品质量现场管控

华润万家通过制定门店专门的食品安全审核条款，以及门店自查、区域巡检、总部抽检的三级监督巡检机制，保障门店的质量安全工作。

加强门店巡检和审核

华润万家在门店全面开展现场制售商品质量安全管控工作，不断完善质量管理体系。

1. 制定门店专门的食品安全审核条款，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 6 个方面，对门店的商品质量安全工作进行考核。
2. 制定门店自查、区域巡检、总部抽检的三级监督巡检机制，保证问题尽早发现、及时整顿。

3. 定期总结门店质量安全方面存在的普遍性问题，开展全国性的门店食品安全运营专项培训及转训工作，增强培训的科学性、针对性。
4. 通过监督及辅导双管齐下，全面保障门店商品质量现场管控工作。

落实定期检测机制

华润万家建立了“总部 - 省区 - 门店”三级营运标准巡检机制，确保门店端有效落实执行食品安全相关标准和要求，拟定重大缺失条款即红线条款，对触及红线条款的食品质量安全问题的责任人进行问责，将食品添加剂的管控、生鲜商品保质期管理、商品索证索票、果蔬农残检测等列为日常重要的监控领域。

1

建立商品质量定期检查制度，各门店每日坚持做好进货商品质量验收检查，确保每件进入货架排面的商品新鲜、合格。

2

每周组织食品安全检查，及时消除安全隐患，确保门店生产加工环节符合食品安全要求。

3

每周开展异常商品、风险商品的全面自查，每组货架落实管理责任人，对涉及临期商品及时下架处理，保证上架商品质量安全。

推行高标准质量管理体系

华润万家致力于为大众提供高品质商品，不断推动万家产品采购、运输、验收、服务标准与行业、国家、国际接轨。“贯标”为万家相关业务板块完善管理、提高产品和服务质量提供了科学指南，确保所售产品的标准始终严于法定标准。

加强质量制度建设

为加强保健食品质量管理、规范保健食品经营行为、保障消费者食品安全，华润万家依据国家相关法律法规，结合自身实际情况，制定了《华润万家保健食品质量管理制度》，将保健食品准入、验收、销售各环节的质量管理要求制度化、规范化，保障保健食品质量安全。

积极参与行业标准制定

华润万家积极参与行业标准制定工作。2019 年，万家参与制定了由“广东省食品流通协会”组织编写的《连锁商超食品进货查验记录规范》（T/GDFCA 001-2019）、《餐饮企业食品进货查验记录规范》（T/GDFCA 005-2019）。此标准的出台，规范了餐饮企业、连锁商超进货查验记录的术语及定义、查验条件、查验记录等基本内容。

加强质量宣导

为完善质量安全保障机制，提升各利益相关方的质量意识，华润万家积极向各利益相关方宣贯质量知识，强化万家和合作伙伴的质量管理能力，拉近与消费者的距离。

组织质量管理专业培训

为提升华润万家内部审核人员食品安全专业知识与审核技巧，推动食品安全自查工作的高效实施，万家组织开展食品安全审核人员内审高阶培训，聘请 SGS 资深专家重点对《餐饮企业食品安全操作规范》、《食品安全法实施条例》、虫害管控等方面内容进行讲解，促使内审人员熟练掌握相关法规，培养其敬畏职责、敬畏规章的意识。

提升供应商质量管理能力

为严把商品质量准入关，提升供应商的质量管控和安全生产意识，2019 年，华润万家在全国范围内开展 8 场节令培训，以及“华润万家自有品牌非食质量管控要求和安全生产意识宣贯”培训，覆盖供应商超过 200 家，参训总人数近 800 人。

与此同时，华润万家组织基地供应商接受 SGS 的第三方专业审核培训审核，并对产品进行了现场抽样检测，提升其质量安全意识，从源头减少不合格产品流入市场。

开展质量知识科普

华润万家积极向消费者宣传质量知识，致力于呈现立体化的万家质量管理形象，加深公众对万家的认知，强化万家与公众之间的联系。

启动“品质之旅”

2019 年，华润万家共开展 6 季“品质之旅”自有品牌顾客品鉴会及 2 场产品工厂参观活动，超过 10 万顾客在“品质之旅”品鉴会上学习、讨论商品质量安全知识，通过报名抽选，约 60 户被抽中的会员顾客家庭参加工厂参观活动，了解自有品牌商品生产过程及生产线上质量管理细节，提升顾客对于质量安全的信心。

开展葡萄酒品鉴会

2019 年，华润万家 Voi_la 酒窖在全国 7 家重点门店举行进口葡萄酒品鉴会，通过向消费者讲解葡萄种植、葡萄采摘、生产酿造工艺和陈酿工艺等知识，使顾客感受到华润万家在选择红酒品项、国别和品牌方面的专业性，并加强商品质量安全宣导。

组织质量月活动

2019 年 3 月，华润万家在全国范围内启动以“美丽生活 品质同行”为主题的第十一届质量月暨迎接消费者权益日宣传交流活动，共开展消费者交流活动 120 余场，参与互动的消费者达 55000 余人。

优化顾客服务

作为拥有庞大客户群体的零售连锁企业，华润万家秉持“连接每日生活，服务千家万户”的愿景，始终致力于以高效、优质的服务为消费者带来如“家”般舒适的购物体验，并充分利用互联网资源，搭建与消费者之间的沟通平台，切实从消费者角度出发，为其提供完善、贴心的售后服务。

完善服务体系

华润万家致力于通过主动发掘顾客潜在需求，不断改进产品质量及服务品质，解决顾客“痛点”问题，形成和谐的顾客关系，提高现有资源的使用效率。

服务升级赋能新零售

2019 年 12 月 6 日，华润万家在香港推出了“万分 FANS”手机 APP 应用程序，顾客可以下载该手机 APP 注册成为会员，会籍适用于华润万家超级市场、U 购 Select、U 购 Select food 及 V>nGO 便利店，会员可以通过该手机 APP 赚取积分、兑换奖品、领取电子现金券、获得额外折扣、查询商品介绍、获取最新优惠信息等。

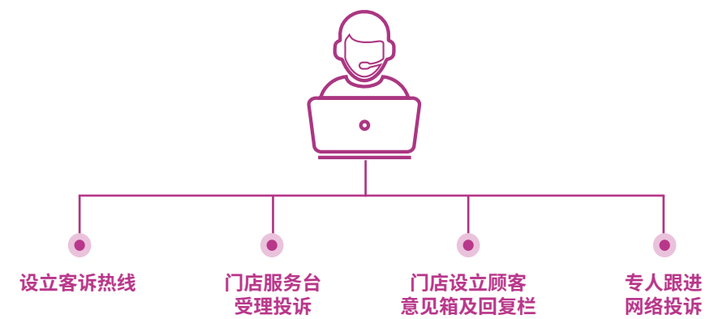
顾客无忧退换货服务

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规范围内，100% 按国家规定执行。对国家无相关规定的商品，自购物之日起，无质量问题的原包装商品，可在 7 天内进行退货，有质量问题或性能故障的商品可在 15 天内进行退货。

规范投诉机制

华润万家制定了《华润万家全国客服中心服务操作规范》，将全国客服中心受理顾客咨询 & 投诉的服务操作标准化，确保与顾客沟通渠道的畅通，有效保障客诉信息的及时传递和有效解决，提高服务效率，提升顾客满意度。



设立客诉热线

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；进行顾客回访。

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。

优化会员管理

2019 年，华润万家在全国范围内持续展开新会员招募活动，并积极发展线上电子会员。截至 12 月，华润万家会员总数达 5000 万人 +，其中，2019 年度累计新增会员 833.42 万人，94% 来源于线上注册。

实现线上渠道积分随积随兑

2019 年 8 月，华润万家在自有线上平台（万家 APP、自助购小程序、华润万家超市微信公众号）和第三方线上平台（华润通 APP、华润通会员小程序）首次提供了华润通会员积分实时兑换全国通用优惠券服务。华润通会员满足相应兑换条件，即可凭指定积分在任一平台实时兑换积分优惠券，给会员带来实时性便利与实惠，进一步提高了会员满意度和会员积分价值。

开展会员活动

Olé 会员俱乐部将线上会员课堂与线下会员活动紧密结合，根据会员不同的生活喜好，现已逐步形成“美食、美酒、烘焙、花艺、亲子、咖啡、特色” 7 大模块。2019 年，Olé 拍摄了年度会员俱乐部的品牌宣传视频，通过自媒体和微博大 V 等不同渠道进行推广，与消费者多方位互动。全年 Olé 会员俱乐部共开展会员课堂 2300 多节，参与会员数达到 2 万人，课堂报名率达到 92%，课堂出席率 98%，其中美食、插花和咖啡类课堂最受会员欢迎。

全年 Olé 会员俱乐部
共开展会员课堂

2300+ 节

参与会员数达到

20000 人

课堂报名率达到

92%

课堂出席率

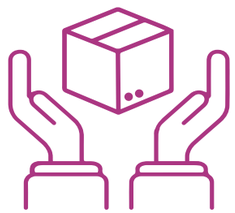
98%

升级消费体验

华润万家紧密围绕“创新转型，质量发展”的年度管理主题，进一步升级消费体验，不断自我完善、积极创新，努力实现满足顾客需求的目标，力求为顾客提供超越其预期的优质产品和服务。

优化商品结构

根据顾客特征及市场发展趋势，华润万家对商品品类结构进行了集中优化升级，通过聚焦家庭消费高频品类，挖掘规模优势，加速商品流转，大幅提升了全国集采商品效率、品类经营及管理效率，有效改善消费者购物体验。



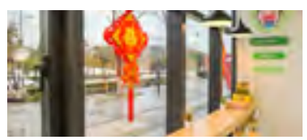
Olé 积极把握时代风向标，利用线上平台延伸品类经营宽度，推出系列国货精品，如故宫系列月饼、李子柒美食、古田银耳等，为中国传统饮食文化及地方特色物产人文的传播赋能，推出众多创意及 IP 合作产品，推动商品升级，为消费者带来更多样的选择和更丰富的购物体验。

升级购物环境

基于未来零售发展趋势及场景化消费需求，华润万家对部分商品进行品类中心建设，包括面包坊、美邻食集、零食天地、进口食品中心、奶品中心、美酒荟、有机健康、美妆中心、个人护理中心、婴儿中心等，引起消费者的情感共鸣，建立起良好的互动关系，形成消费者黏性、提升忠诚度。

打造 IP 门店

2019 年，万家陆续在南京推出“IP 门店”。1 月 30 日，苏果牵手阿槑打造出南京首家“槑好时光”动漫主题便利店，为年轻人提供一个休闲购物、亲近南京文化的新场所；3 月 16 日，苏果“好的”便利品牌联合“玄武湖樱花节”本土 IP，开设“苏果好的樱花主题快闪店”。



改造生鲜餐饮化堂食

2019 年，华润万家全面推动门店餐饮化改造项目，全年全国累计改造大卖场 643 家，小业态门店 447 家。生鲜餐饮改造项目的成功推广上线，不仅创造了直接收益，为公司带来利润增长，更迎合了市场发展趋势及消费者需求，提升了实体门店的服务体验，助推公司转型创新。

推行电子小票

2019 年，华润万家 1424 家大小业态门店推行电子收银小票，实现无纸化。

全面上线自助结帐

2019 年，华润万家全国大卖场上线自助收银门店数达到 560 家，自助收银客流占比达 30%，有效提升收银效率，大幅减少顾客排队时间。

全力推进线上业务

2019 年，华润万家全国线上业务覆盖门店 2004 家，其中大卖场 573 家、标超 1008 家、便利店 332 家、Olé82 家、萬家 MART 9 家，共有京东到家、美团、饿了么、华润万家 APP4 个渠道，全年线上业务占比稳步提升。

05

环境责任
播种美好

59 理念与目标
59 绿色管理
60 绿色经营
64 绿色办公
65 环保公益

理念与目标

华润万家始终坚持“不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取企业的规模扩张”，践行绿色责任，致力于在创造经营业绩的同时，持续降低对环境的影响，以低碳高效的运营模式打造绿色竞争力。

绿色管理

华润万家在不断追求经济发展的同时，也注重经济与生态环境的和谐统一，始终坚持绿色管理，践行绿色责任，有效充分利用点滴能源，落实节能减排，消除和减少对环境的污染。我们致力于建立企业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论创新，不断完善环境管理体系，落实节约能源及保护生态环境目标责任，加强环境保护宣传，开展监督检查，强化事故事件责任考核，为环境保护和节能减排工作的有序开展奠定良好基础。

2019 年，万家持续优化《华润万家新店 EHS 设计标准规范指引》、《新店开业 EHS 检查工作指引》，增设环境保护设计标准指引、环保类项目合规检查指引等各项流程，完善生态环境保护责任体系，并将小微事件纳入常规管理，有效减少环境污染事件的发生。

强化节能减排培训

华润万家根据国家环境保护和节能减排政策，结合万家自身行业特点，围绕“绿色发展、节能先行”宣传主题，积极开展环境保护及节能减排培训，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、绿色发展的理念与知识等，有效提升各级 EHS 管理人员的专业素质，增强全体员工节能环保意识，实现万家的绿色发展。

绿色经营

华润万家积极践行绿色经营理念，将绿色经营理念融入公司发展战略，贯穿到公司生产和经营管理中。通过实施节能减排项目，不断提升能源利用率，降低能耗，减少污染物的排放，通过开展绿色采购，将环保理念推广至相关方，携手合作伙伴共同保护生态环境，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、粉尘等污染物的管控。

2019 年，万家持续优化生态环境风险排查及隐患治理工作，在全国

29 个
省区

526 家
大卖场

82 家
OLE 门店

828 家
标超

26 家
物流配送中心

全面开展环保证照、废水排放净化设施、油烟排放净化设施、设备噪声指标等各项业务的合规检查，坚决打好“蓝天保卫战”。

加强节能减排

2019 年，华润万家实施 LED 光源更换、冷柜加门加盖、磁悬浮空调、节能水泵、水泵变频共五个重点节能减排项目，累计投入节能减排资金共计 3132 万元。

全年累计更换 LED 灯	覆盖全国门店	年节电量达
14.9 万支	123 家	751 万度
全年累计冷柜完成加门加盖工作	覆盖全国门店	年节电量达
292 台	93 家	292 万度
全年累计设备完成节能水泵更换工作	覆盖全国门店	年节电量达
48 台	11 家	133 万度
全年累计设备完成水泵变频工作	覆盖全国门店	年节电量达
18 台	18 家	20 万度
推进门店使用创新设备	试点投放磁悬浮空调	年节电量达
2 家	4 台	51 万度

优化固体垃圾分类管理工作

华润万家积极响应《中华人民共和国固体废物污染环境防治法（修订草案）》要求，从垃圾产生、储存、处理等环节全方位优化垃圾分类管理工作。通过专业知识培训、监督检查等方式，提升相关岗位员工对垃圾分类工作的认知，有效减少固体垃圾污染。

倡导绿色供应链

华润万家在全国范围内推行绿色运输理念，践行绿色环保和可持续发展的价值观。2019 年，万家通过对物流作业环节的优化，推动物流作业环节和物流管理全过程的绿色化。

万家全国生鲜物流配送中心全面配备可循环使用的物流周转箱，有效减少因使用一次性包装所带来的废弃物污染。

万家积极响应国家《柴油货车污染治理攻坚战行动计划》，在天津、深圳、西安、南京、深圳、广州等地区投放 249 辆纯电动绿色能源货车进行配送工作，减少废气污染和能源消耗。

万家通过在供应商管理、商品配送等环节开展无纸化操作，有效减少纸类资源消耗。2019 年，万家全国配送中心打印纸张日均减少 90% 以上。

开发环境友好型商品

华润万家始终积极推动环境友好型产品的开发，加大对可降解环保、有机无公害、无农药残留系列商品的引进及支持，加强对商品种植、生产、加工到物流验收的全过程管控。其中，华润万家自有品牌“简约组合”的麦秆牙刷获得“2019 自有品牌产品亚洲展 - 自有品牌评选”中的“绿色产品奖”。

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纸张循环使用，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进行统一收集，放置在打印机旁边进行二次使用，既为公司节约了办公成本，也实现了资源的循环利用。

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系统，进行线上会议，有效减少了交通工具的使用，减低了对能源的消耗和对环境的污染。2019 年，累计召开视频会议 2500 多次，全时电话会议共进行了 1198 场次，使用约 63 万分钟。

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”的垃圾分类的号召，华润万家对总部办公楼实行垃圾分类工作，遵循“公司主导、员工参与”原则，在办公室各楼层过道和茶水间分别设置功能不同的垃圾桶，按可回收垃圾、厨余垃圾、有害垃圾、其他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 700 余粒，有效提升了生活垃圾减量化、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 对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。
- 对空置区域实施关电节能。
- 积极倡导员工提高节约意识，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。
- 引进节能设备，爱护办公设备，延长办公用品的使用周期和寿命。

环保公益

在推进绿色管理、绿色经营、绿色办公的同时，华润万家积极发起或参与各类环保公益活动，以号召更多的社会各界人士共同参与到保护环境的行动中来。

倡导环保理念

2019 年，华润万家通过开展“地球一小时”“为地球朗读”“美丽家园”绘画大赛等活动，向利益相关方传播绿色消费、资源保护等理念，倡导用实际行动支持环保。

“地球一小时”活动

2019 年 3 月 30 日，华润万家继续响应世界自然基金会的号召， 以“绿色消费，与自然共生”为主题，第十一年在全国 3000 余家门店举办“地球一小时”活动。

“为地球朗读”活动

2019 年 4 月 22 日，华润万家携手杭州市文化广电旅游局、浙江省新华书店等单位共同发起第三季“为地球朗读”全媒体直播公益活动，号召全球万名读者于世界地球日（4 月 22 日）和世界读书日（4 月 23 日）期间，接力朗读《我们共同的未来》一书。

“米剩一粒”惜食活动

2019 年 6 月 5 日，华润万家在香港发起为期 14 天的“米剩一粒”惜食活动，号召消费者分享在日常生活中珍惜食物的故事，用实际行动支持环保。

“美丽家园”儿童绘画大赛

2019 年 4 月 10 日，以“美丽家园”为主题的儿童绘画大赛在南京正式启动。此次活动旨在鼓励少年儿童用画笔描绘自己关于环保的奇思妙想，提升孩子们的环保意识。

开展海洋及湖泊环境保护活动

2019 年，华润万家通过开展各类海洋、湖泊环境保护活动，身体力行践行“人与自然和谐共生”的理念。

“洁净太湖水”活动

2019 年 3 月，华润万家联合名城苏州网、太湖明珠网等多家媒体，以“凝聚公益情，守护母亲河”为主题，第十一年开展洁净太湖水活动，累计放养花白鲢鱼苗接近 29 万尾，有效传播“以鱼抑藻，以鱼净水”的生态环保理念。

“公益净滩”活动

2019 年 7 月 19 日，Olé 精品超市联合上海仁渡海洋公益发展中心、“Sea Change”环保葡萄酒品牌在深圳湾公园开展“净滩”活动。此次活动中，志愿者共清理海岸线垃圾超过 141.4 公斤，经打包后统一送往垃圾处理部门进行集中处理。

保护母亲河，共建长沙文明

2019 年 7 月，华润万家在长沙开展了以“保护母亲河，共建长沙文明”为主题的公益活动，吸引了近 50 个家庭共同参与湘江的垃圾清理工作。

深化垃圾分类观念

2019 年，华润万家通过开展垃圾分类活动，向利益相关方传播相关知识和理念。

环保降噪与垃圾分类

2019 年 10 月，华润万家联合长沙当地社区，向周边居民宣传关于降噪和垃圾分类的知识，助力打造和谐、美观，文明的社区环境。

环境你我他，垃圾分类靠大家

2019 年 7 月 26 日，华润万家联合成都小龙坎街道办，开展垃圾分类义务宣传活动。

06

伙伴责任
携手美好

71 理念与目标
71 战略合作
76 推动供应链履责
77 增进媒体关系

SDGs 议题

17 促进目标实现的伙伴关系

理念与目标

华润万家始终秉持互敬、互信、互利、共赢的原则，与各利益相关者展开合作，以打造“满足消费者需求的共同体”为目标，以期获得共同发展。多年来，华润万家积极搭建与政府、供应商、媒体等合作伙伴之间的沟通平台和区域资源共享平台，为改善消费者生活品质贡献力量。未来，华润万家还将聚合伙伴力量，不断寻求行业的创新发展，共同建立良好的商业生态。

战略合作

开展企业合作

华润万家结合自身业务需要，积极探索与其他优秀企业的合作模式，整合各方在其专业领域的资源，在采购、销售、技术革新等方面展开合作，实现共赢发展。

“超脑”项目

2019 年，华润万家与广东大仓机器人科技有限公司展开合作，共同研发聚焦大型超市“人工智能 + 物联网”的“超脑”项目。该项目以“导轨式机器人（可移动大脑）+ 数字智能终端 + 大型运营设备回路传感 + 可视化数字平台”运行，实现机器人无缝链接门店的线上线下经营数据、智能化终端、冷链设备、消防设备、APP、会员等，打通“人—数据—设备—顾客”之间的数据链接，以“数字化运营 + 智能化管控”降本增效。该项目申报国家专利 12 项，并获得中国智慧零售技术应用创新奖。

强化政府合作

华润万家凭借自身资源与渠道优势，与多地政府展开深度合作，赋能产业，加快产业优化，准确把握零售业创新变革趋势，推进各地零售业高质量发展。

积极开展对口援疆工作

2019 年 6 月 19 日，华润万家首家仓储式大卖场在新疆喀什开业。万家利用自身强大的物流体系，将大批价格更便宜、种类更丰富的丝路商品从全国各地配送到喀什。目前，深喀大道店经营商品 15000 余支，设有一带一路特色商品区域，辐射周边 60 多万人口，为当地带来了先进的行业理念、前沿的零售技术和优质的商品和，服务，满足消费者日益增长的消费需求。

万家响应政府号召，以深喀大道店为依托，通过脱岗带薪、管理技术创新等方式对新员工进行培训，提升其就业技能，号召群众回乡就业。对维护喀什地区的民族团结和社会稳定、对保障当地群众的安居乐业贡献了一份力量。2019 年，深喀大道店为当地提供了 400 余个就业岗位，少数民族员工占比达到 46.2%。

2019 年，深喀大道店为当地提供就业岗位

400 个

少数民族员工占比

46.2%

支持辽宁零售业转型升级

2019 年 7 月，在华润集团与辽宁省政府签订的战略合作协议框架下，华润万家作为集团“大消费”板块的代表，根据消费转型升级及城市化发展需要，积极加大高端业态、新型业态等在辽宁的网点开拓，加快提升当地的商业服务档次与形象，大力推动辽宁商贸零售业更上新台阶。与此同时，万家积极探讨在辽宁发展东北亚产品进口业务，计划通过共同举办东北亚进口商品节、门店设立东北亚进口商品销售专区等，全力配合支持辽宁省参与国家“一带一路”建设。

Olé 与法国农业部联合举办法国食品节

2019 年 12 月 13 日，Olé 与法国农业部、法国食品协会联合举办的“食全酒美法兰西”法国食品节在深圳开幕。此次食品节为期两周，在 28 个城市的 56 家 Olé 门店展开。

活动期间，Olé 精选数百款源自法国的优质酒品、食材在各地门店重点推广，消费者可品尝到风味醇正的法式奶酪、窖藏火腿、法国列级名庄葡萄酒等经典法国餐酒。

伴随中法文化交流日益增多，两国在食品、酒品领域也展开了多项贸易合作。此次法国食品节的成功举办，使我国消费者透过丰富的法国饮食文化，了解了法国的风土人情，并为促进两国之间更多经济文化合作创造了机会。

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，深度剖析行业前沿趋势与发展需求，推动行业与企业的高质量、可持续发展。

参加“2019 年第十七届中国 ECR 大会”

2019 年 6 月 4 日至 6 日，由中国 ECR 委员会主办的“2019 年第十七届中国 ECR 大会”在青岛召开。本届大会以“数字协同 新智零供”为主题，来自中国零售业界的数百家企业代表共同参加了此次大会。

作为中国 ECR 委员会创会成员之一，华润万家受邀出席了此次大会，并凭借在零售行业供应链效率提升、零供关系合作、供应链管理理念及技术推广等方面做出的突出贡献，被授予“中国 ECR 委员会 2018 年度企业”荣誉称号。

会议期间，华润万家、宝洁、沃尔玛、联合利华等 70 多家具有国际国内影响力的知名企业联合发起《商业诚信交货》倡议活动，旨在提高流通标准化、信息化、集约化水平，提升全行业供应链效率，推动零供之间商品的诚信交货，规范供应链上下游企业的诚信交货标准，促进数据共享，推动产业深度融合，为消费者创造更多价值。

参加“2019 中国全零售大会”

2019 年 11 月 7 日至 9 日，由中国连锁经营协会主办的“2019 中国全零售大会”在青岛举行，华润万家应邀参会，与近千家企业和机构共同探讨“下一年和下一个十年的零售布局”，并获得“2019CCFA 年度零售创新奖—最佳零供合作”奖。

推动供应链履责

华润万家具有强大的供应链系统，通过不断创新工作思路、完善供应链管理机制，着力将责任管理延伸到供应链的上下游，推动各方共同履责。

规范招标采购

华润万家采用电子招标平台，实现全国范围内全流程电子招标，提高了招标采购透明度，落实和履行了《中共中央国务院关于营造更好发展环境支持民营企业改革发展的意见》要求。通过守正电子招标平台、华润万家官网、采购与招标网等途径发布采购公告，增加了获取供应商信息的途径，为更多供应商提供公平竞争的机会，对优化公平竞争的市场环境、助力“阳光采购”发挥了积极作用。

维护供应商基本权益

华润万家构建了事前、事中、事后全方位、全过程、全覆盖的立体采购监督管理体系，设立监督及投诉渠道，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，切实维护供应商权益。通过优化监督体系、启动采购自查自纠工作，华润万家组织检核团队对全国采购业务进行交叉检查，实地考察，确保非商品采购活动合法、合规。

帮助供应商成长

华润万家制定了全面的供应商认证计划，从源头对供应商准入进行严格管理，每年定期开展供应商考核，从质量、服务、交付、支持等方面对供应商进行评价，加强合同履约管理，对需整改的供应商进行指导与跟踪，提升供应商履约能力，提高其履约质量，构建平等互利、安全高效的供应链。

增进媒体关系

重视舆情管理

主动正面传播，提升品牌影响力

2019 年，华润万家及旗下品牌整体舆情态势较为平稳，全年网络舆情信息约为 17.8 万条，整体舆情意识及应对能力均有提升。

2019 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

32651 篇

其中，新闻媒体平台为主要传播渠道，总体传播量为

97231 篇

全网正面信息量达

52108 篇

占比

55%

相比 2018 年，2019 年全媒体平台信息量上涨明显，整体舆情管控效果较为显著，传播了公司正面的企业形象。

2019 年，华润万家主动传播力度加大，正面信息大幅增加。“萬家 MART”、“萬家 LiFE”等新品牌亮相、华润万家 35 周年系列活动、万家线上业务创新发展等新闻成为主流媒体聚焦的话题。

结合“全球零售商排行榜”、“质量月”等行业热点，万家一方面通过系列活动邀请媒体参与、采访；另一方面充分应用新媒体，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的熟悉度及好感度。

舆情管理，回应社会诉求

华润万家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”，通过诚信接受媒体监督，第一时间回应媒体和社会诉求，维护公众知情权的同时，积极改进管理水平，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。

强化媒体合作，建立良性互动

2019 年，华润万家继续坚持以“诚信、开放、尊重”的原则与媒体进行良性互动，保持顺畅沟通，建立起互信合作的良好企媒关系，共同践行社会责任。

关于企业经营情况，华润万家通过邀请媒体走访门店，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。

针对媒体采访需求，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，协助媒体进行公正、客观的报道。

通过创新业务发展、品牌公益活动等方式，与媒体互动、交流，维护媒体关系，持续强化正面发声量，形成友好的媒体关系圈。

联动媒体，帮扶社会困难群体，如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。

07

公共责任
引领美好

81 理念与目标
81 支持政府施政
85 安全生产
89 慈善公益
103 社区共建

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力的纽带。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。

支持政府施政

万家坚持落实国家重点部署，全面参与粤港澳大湾区建设、雄安新区建设、京津冀协同发展、脱贫攻坚与乡村振兴、“一带一路”等国家战略和倡议，积极配置资源、协调关系，助力香港积极融入国家发展大局，做好、坐实“民生工程”，守护好老百姓的“菜篮子”。

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

华润万家积极学习和实施各项税收文件，诚信经营，依法纳税，2019 年向国家纳税 13.38 亿元。

依法用工

华润万家注重倾听每一位员工的声音，严格执行《劳动法》、《劳动合同法》等法律法规的要求，确保员工享有应有的权利和待遇。2019 年，华润万家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，华润万家始终秉承公平、自愿原则，遵守相关法律法规，向供应商公开万家所收取的非费用种类及标准，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，万家严格遵守零售业务相关的法律法规，依法办理有关许可证，做到持证经营; 严格执行有关标准，做好门店设备、设施等方面的检查。

响应国家政策

参与粤港澳大湾区建设

粤港澳大湾区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。

华润万家作为粤港澳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。截至 2019 年底，万家已在大湾区建设门店 907 家，较去年新增 84 家。

截至 2019 年底，万家已在大湾区建设门店

907 家

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；提供高品质海外产品，满足回国就业、高收入、高生活品质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。

积极开展对口援疆工作

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。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。在深圳市政府的统一部署下，2019 年 6 月 19 日，万家首间仓储式大卖场在喀什正式开业。深喀大道店总投资 2700 万，经营商品 15000 余种，为喀什市市民带来舒适便捷购物环境的同时，辐射附近的疏勒县、疏附县、100 多个村、60 多万人口。

万家通过人才、技术、管理、资金等方面的输出，帮助新疆各族群众解决就业、教育、便民服务设施等问题，积极探索援疆的有效机制，支持新疆相关特色产业的发展，配合政府进行维稳工作。

截至 2019 年 12 月，深喀大道店累计销售额达 3042 万元，接待顾客逾 23 万人次，为当地提供了逾 400 个就业岗位，包括维吾尔族，回族，哈萨克族等少数民族，占比 46.2%，加强了不同民族间的沟通交流，增进了民族团结，有效促进喀什及新疆地区的经济繁荣。

深喀大道店总投资

2700 万

经营商品

15000 种

深喀大道店累计销售额达

3042 万人

接待顾客逾

230000 人次

为当地提供岗位逾

400 个

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，带动了大量新增就业人口。2019 年，万家在全国新开门店 243 家，覆盖新疆等偏远地区，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

华润万家始终坚持“不以追求效益为由牺牲人身安全”的理念，贯彻执行国家安全生产法等法律法规，通过强化组织和制度建设、完善安全生产责任体系、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，推动安全生产责任落实，助推业务可持续发展。

强化安全生产管理体系

为保障消费者和员工的生命健康安全，万家聚焦安全责任、关键风险和安全应急，推动实施安全生产要素化管理，有效夯实安全管理基础，实现安全生产风险可控。2019 年，万家建立、健全并优化了 8 项规章制度，以制度为支撑压实安全责任，强化安全生产管理体系。

新增制度 4 项

- 《华润万家应急管理办法》
- 《华润万家 EHS 委员会工作章程》
- 《华润万家岗位 EHSQ 责任规范》
- 《华润万家 EHS 事故事件责任追究办法》

优化制度 4 项

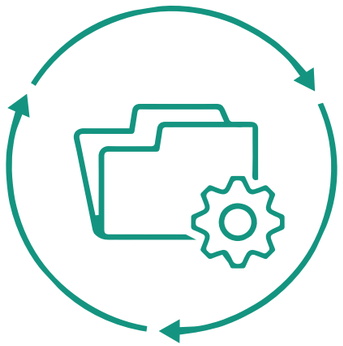
- 《华润万家 EHS 会议制度》
- 《华润万家相关方安全管理》
- 《华润万家危险作业规范》
- 《华润万家消防设备检查规范》

积极开展应急演练

秉承“预防为主、预防与应急相结合”的原则，华润万家在完善生产应急预案、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。2019 年，华润万家针对火灾、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 1.8 万次，参与人数 12 万人次。

优化 EHS 信息管理

华润万家致力于构建闭环式“风险、应急一体化”的风险治理体系。2019 年，在华润万家安全管理信息平台全面应用的基础上，定期收集安全生产数据，结合公司安全生产的实际需求和管控重点，不断优化安全信息平台的管理功能，强化抵御外部网络攻击的能力，提高万家整体把控风险的能力。2019 年，万家在汕尾数据中心 3 号机房、总部怡景机房以及其他主要的办公区部署入侵防御系统。

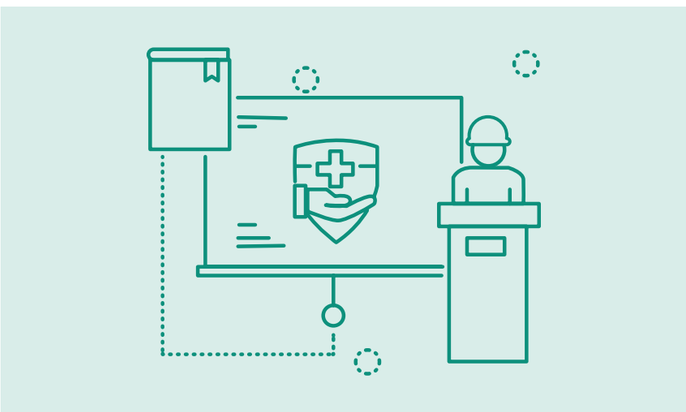


加强安全生产隐患排查

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。2019 年，万家完成隐患排查 25.7 万项。

多形式开展安全教育

华润万家安全生产教育培训坚持以问题为导向，因人施训，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，促进员工安全生产意识提升。



培养安全管理人员的专业能力

华润万家每年定期面向各层级安全管理人员开展安全管理培训。2019 年，万家在上海、南京、杭州等地共开展 9 场培训，累计参加人数达 2000 余人，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，华润万家积极开展安全生产文化宣导工作，营造企业安全文化氛围，强化员工安全管理意识和工作能力。2019 年，万家围绕“防风险、除隐患、遏事故”主题，组织开展“安全生产月”活动，向员工宣讲安全知识，提升员工在面对紧急情况的应对能力。

防风险 + 除隐患 + 遏事故

慈善公益

作为与老百姓日常生活息息相关的企业，华润万家热心公益，主动关注社会民生问题，聚焦赈灾济难、扶贫助困、促进教育、保护环境等领域，积极开展各类慈善公益工作，支持社区发展，以爱心和实际行动竭诚回馈社会。

关注乡村振兴

多年来，华润万家响应国家号召，积极配合落实乡村振兴战略。在充分走访调研、了解造成偏远地区贫困的根本原因后，2019 年，华润万家推出了乡村振兴项目——“万家焕乡计划”。 截至 2019 年底，万家在全国共采购各类扶贫农产品 1.6 万吨，覆盖全国 24 个贫困县、19 个贫困村，采购金额逾 7886 万元。

截至 2019 年底，共采购扶贫农产品 **1.6** 万吨

覆盖全国贫困村 **19** 个

覆盖全国贫困县 **24** 个

采购金额逾 **7886** 万元

“焕乡计划”以消费扶贫为切入点，探索出“万家 + 政府 + 合作伙伴”的乡村振兴模式， 以“聚焦精准”“输血和造血并行”“效益最大化”为振兴工作理念，聚焦“产销对接”“技术振兴”“教育振兴”“就业振兴”“生态振兴”“管理振兴”“女性帮扶”“救灾帮扶”八大方面，将扶智和扶志融入到振兴工作中，提升当地的收入水平，改善当地生活品质，全方位焕发乡村面貌，真正落实“两不愁”(不愁吃、不愁穿)，“三保障”(义务教育、基本医疗、住房安全有保障)。目前，该项目在江苏盱眙沿河村、辽宁兴城朗月村、贵州毕节、新疆喀什四地重点开展。

贵州毕节

自 2018 年开始，华润万家团队多次前往贵州毕节考察，在当地政府部门的支持和帮助下，牵头成立了帮扶贵州毕节精准扶贫项目组，开始专业化运作。

华润万家坚持市场化导向，调整当地农产品的种植 / 养殖结构，对当地群众进行特定农产品种植 / 养殖技能培训，指导当地群众按照华润万家的生鲜管理标准进行生产。

目前，华润万家已在毕节建立了苹果、蔬菜、大球盖菇、蛋鸡养殖等 6 个农超对接基地，并在 482 家门店设立了毕节消费扶贫专区。截止 2019 年底，通过华润万家门店销售的各类毕节农产品超过 888 吨，销售额合计超过 860 万元。

为推进毕节地区的教育振兴，华润万家多次组织为当地的小学校捐赠现金、物资，并在毕节的本科院校举办“管理培训生”专场招聘会，为当地大学生提供丰富的就业机会。

2019 年 8 月，华润万家组织十几名毕节小朋友来深圳、与在深务工的父母团聚，为他们提供了往返机票，并在万家门店为他们安排了有趣的体验活动。

江苏盱眙

2009 年，华润苏果在江苏省盱眙县沿河村建立第一个扶贫性质的农超对接基地，现已形成了稳定的农超对接模式。

华润苏果根据市场需求，科学规划沿河村的种植品种，对村民开展针对性的种植培训。在此基础上，当地的蔬菜品种不断升级，沿河村蔬菜远销迪拜和多个东南亚国家。目前，沿河村的白菜、白萝卜、毛豆、包菜、洋葱、西瓜、花菜、西蓝花、莴笋等农产品种植面积达到 6000 亩，产量超过 10000 吨。2019 年，华润苏果在当地的农产品年采购量已突破 4200 吨，采购额超过 632 万元，带动农民人均增收 2363 元。

农产品种植面积达到

6000 亩

产量超过

10000 吨

2019 年，华润苏果在当地的农产品年采购量已突破

4200 吨

采购额超过

632 万元

多年来，华润苏果坚持对沿河村“造血式”帮扶，在当地建立存储冷库、疏浚沟渠、修建田间道路、架设电力线路等，改善当地基础设施，促进了当地经济和产业的健康、可持续发展。

新疆喀什

为积极落实国家对口援疆政策，2019 年 6 月，华润万家首家仓储式大卖场在新疆喀什深喀大道开业。深喀大道店集批发、零售于一身，全面开展线上线下业务，经营商品 15000 余支，辐射周边 60 多万人口，有效推广先进的行业理念，为顾客带来优质、便捷的购物体验。

万家依托深喀大道店，通过人才、技术、管理、资金等方面的输出，积极开展援疆工作。截至 2019 年 12 月，深喀大道店累计销售额达 3042 万元，接待顾客逾 23 万人次，为当地提供了逾 400 个就业岗位，包括维吾尔族，回族，哈萨克族等少数民族，占比 46.2%，加强了不同民族间的沟通交流，增进了民族团结。

与此同时，万家积极联系当地政府，主动解决当地农产品滞销困难，引入当地养殖户牛羊肉进店销售。截至 2019 年 12 月，已销售当地牛羊肉 50 余万元。与此同时，万家积极开发当地特色产品，利用万家物流优势，将附近伽师县所产哈密瓜引入新疆其它地区进行销售，销售量达 10 余吨

截至 2019 年 12 月，深喀大道店累计销售额达

3042 万元

接待顾客逾

23 万人次

为当地提供就业岗位

400 个

少数民族占比

46.2%

辽宁兴城

朗月村位于兴城市西北部山区，土地少、人口多、收入低。2018 年，万家选派第一书记支援当地乡村建设、定点帮扶。本着向种植空间要产量、向产业结构调整要效益的发展思路，遵循短期效益显著、模式可复制、可持续经营的发展理念，2019 年，万家在当地捐建了蔬菜温室大棚，覆盖当地 2475 位村民，3092 亩耕地。

为了提前打通当地农产品销路，在选派干部的指导下，“兴城市朗月润农种植专业合作社”成立，并与万家签订了正式的供销合同。截至 2019 年底，朗月村的西瓜、玉米、红薯、苹果等农产品累计在万家门店销售逾 103 吨，销售额超过 24 万元。朗月村的农业生产正朝着良性方向发展，预计 2020 年底，全村 102 户贫困户 174 人全部脱贫。

全村贫困户	脱贫村民全部脱贫
102 户	174 人

“星星守望计划”，关爱孤独症群体

2016 年起，华润万家联合广州市孤独症儿童服务者协会，开展了以“与星同行，筑爱万家”为主题的志愿服务项目——“星星守望计划”，致力于为星友（孤独症群体）建立全生涯帮扶支持体系，充分调动社会资源，从陪护、运动疗愈、早期干预、心智教育、家长辅导课程、社会就业、社区养老与融合等多个领域进行服务和支持。

设立孤独症儿童阅读角

对于孤独症儿童而言，阅读将有效提升他们的注意力和语言水平，促进他们表达和思维能力的提升。2019 年，万家启动“伴读计划”，每逢周日下午，组织志愿者在广州客村店阅读角与星友们共同诵读经典美文。截至 2019 年底，共组织 80 名志愿者参与 15 次伴读活动，服务 60 名星友，累计服务时长达 700 小时，助力孤独症儿童突破社交障碍。

组织参与“星友伴跑团"

对于星友们而言，跑步的规律性动作符合他们重复行为的特点，易于接受且强身健体。为帮助星友融入社会，促使跑步成为星友和外界沟通的桥梁，2016 年，万家联合孤独症协会，发起 “星友伴跑团”，组织万家志愿者每周二傍晚、周六早上“陪跑”。2019 年，万家志愿者累计服务时长达 750 小时。

作为全国第一支心智类障碍跑团，“星友伴跑团”积极参与全国各项马拉松赛事。截至于 2019 年底，已有 300 余名星友参加过马拉松赛事，其中 21 名星友在规定时间完成半程马拉松赛事并获得赛事成绩。

建立孤独症社会实践基地

融合就业是孤独症群体融入社会，提升生活品质的重要途径。为帮助孤独症群体社会融合训练的开展，万家先后在广州、上海等地设立孤独症患者实践基地，为他们开放面包技工、理货员等岗位，并积极携手合作伙伴，为星友提供更多的工作机会。

面包技工　　理货员

支持孤独症群体创业、就业

2019 年 9 月 23 日，华润万家在上海锦绣店举行了“希望之芽”项目的启动仪式，并宣布将在华东地区的 17 家大卖场设立孤独症就业实习基地，支持孤独症群体创业、就业。截至 2019 年底，已帮助 50 个孤独症家庭实现就业。

为孤独症群体提供实习岗位

2019 年 11 月 30 日起，华润万家携手“愫”品牌，在广州客村店、五羊店、汉溪店为孤独症群体提供就业实习岗位。实习的首周，“愫”品牌袜类商品同店同比销售增长 110%，取得了良好的社会反响。

“99 公益日”，助力孤独症群体

2019 年 9 月 7 日至 9 日，华润万家联合孤独症协会、爱德基金会，在腾讯公益平台发起“星友伴跑”项目，并在 45 家门店同步进行宣传，提升大众对孤独症群体的认知和理解，号召社会各界与万家共建包容的生活环境。活动共筹得善款近 15 万元，用于支持孤独症群体的马拉松训练。

关注儿童成长

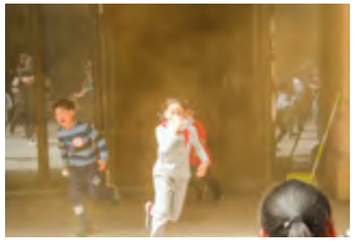
零饥饿行动，助力乡村儿童营养改善

为响应联合国 2030 年实现“零饥饿”的可持续发展目标，华润万家携手想念食品股份有限公司与联合国世界粮食计划署共同开展“零饥饿行动”。

2019 年 10 月 09 日至 24 日，以“小善举，真英雄”为主题的“零饥饿行动”在广东、江西、陕西、天津、北京、江苏、安徽、河南共同开展。活动以销售助捐为核心机制，消费者每在万家门店内每购买 1 份想念麦胚面，即向贫困地区儿童捐出 1 元。活动所得爱心基金将用于捐赠厨房及烹饪设备等硬件设施、营养餐品和优质食材，协助改善贫困地区小朋友们的营养条件，并配合健康饮食宣导，保障乡村儿童的健康成长。

安全守护计划，提升 TA 的逃生能力

2019 年 5 月 8 日，在全国“防震减灾日”来临之际，由华润万家、浙江太古可口可乐饮料有限公司、浙江青基会共同发起的“2019 华润万家 & 纯悦安全守护计划”公益活动在杭州钱塘新区华润万家义蓬店正式启动。



此次活动走进杭州、宁波、绍兴等地的 30 所民工子弟学校，通过“消防进校园”、“消防夏令营”等形式，对近 3 万名师生进行消防安全教育培训，并捐赠 600 只安全逃生箱。

此次活动走进杭州、宁波、绍兴等地的民工子弟学校	对师生进行消防安全教育培训	捐赠安全逃生箱
30 所	3 万名	600 只

课间小食堂 | 为爱发声，与爱同行

2019 年，华润万家携手亿滋走进浙江省淳安县姜家镇，开展以“做一个有营养的人”为主题的“课间小食堂”活动。此次活动为当地 3 所小学提供了 64100 份零食，用以改善小学生的膳食营养，增强身体素质，促进儿童健康成长。

爱心助学，为孩子们“书”送爱

2019 年，华润万家在广东河源、浙江苏州、江西南昌和福州等地开展图书捐赠活动，推动改善乡村儿童阅读现状。

书香伴成长、欢乐庆六一

2019 年 5 月 30 日，华润万家在苏州工业园区星洋学校、星澄学校开展“书香伴成长、欢乐庆六一”的图书捐赠活动。

“名著小书包”图书捐赠活动

2019 年 4 月 17 日，华润万家南昌象山镇井岗村开展“名著小书包”的图书捐赠活动，并现场一对一指导受助小学生阅读名著，分享读书心得。

苹果书屋

2019 年 3 月 28 日至 29 日，万家携手广东广播电视台公共频道联合推出第五季“苹果书屋”公益活动，号召社会各界为河源市紫金县雅布小学、龙布小学捐赠儿童课外读物，共建“苹果书屋”阅读室。活动共筹集图书 20000 余本，让当地的孩子们拥有了更多接触课外知识的机会。

爱心助学

2019 年 10 月 11 日，华润万家为江西省抚州市广昌县驿前小学捐赠了 252 份图书、书包等学习用品。

“花儿计划”，创造美好生活

2019 年 10 月，华润万家携手联合利华走进淳安瑶山乡开展“花儿计划”美育教育项目，为当地小学送去一年的美育课程。“花儿计划”以足球为契机，旨在激发淳安瑶山乡 218 名小学生对世界的好奇和热情，打开他们对世界美与爱的感知，让每一堂美育课程成为启发孩子创造未来美好生活的推动力。

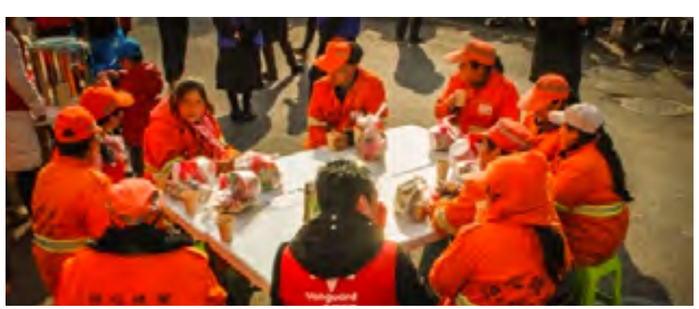
“公益小达人”，为爱成长

2019 年 10 月，华润苏果携手江苏省妇女儿童基金会等单位共同发起“公益小达人”大型社会实践活动。活动在南京 10 家苏果卖场设立义卖区，参与活动的小朋友每卖出一件指定商品，苏果即捐出一元钱给家庭贫困的同龄孩子。此次活动共吸引了近千名小达人的积极参与，共筹集的 3 万元善款。

关爱户外工作者

冬季送温暖

2019 年 2 月，华润万家在上海、福建、浙江等地区开展了形式多样的户外暖冬公益行动，为在城市一线奋斗的户外工作者（环卫工人、城管、交通协管员等）提供暖心礼包及爱心服务，帮助户外工作者温暖过冬。



夏日送清凉

2019 年 7 月 29 日 -8 月 7 日，江西南昌、陕西西安、浙江杭州、江苏南京、河南郑州共计 5 个城市同步开展主题为“万家有爱，一夏清凉”的主题活动。此次活动覆盖 5 个省市的 567 家门店，直接触达 204800 人次的户外工作者，包括外卖员、快递员、环卫工人、交警等各类群体，为他们送上纯净水、清凉饮料、西瓜、风油精等防暑降温用品，感谢他们为城市建设的付出和辛劳，让他们感受到社会大家庭的温暖。

此次活动覆盖省市

5 个

门店

567 家

直接触达户外工作者，包括外卖员、快递员、环卫工人、交警等各类群体

204800 人次

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、媒体及消费者等社会各界人士走进万家，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、重阳节、中秋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。

万家开放日

2018 年 9 月 7 日，第二届“走近万家，感受美好”公众开放日活动，在全国 90 个城市同时开展。来自全国各地的消费者、员工家属、合作伙伴、媒体代表、当地政府人员等近万人参与了此次活动。

活动现场，公众走进了门店操作间、生鲜生产基地、物流配送中心等属于万家背后的“风景”，在座谈会、茶话会等对话环节与万家面对面沟通，并参与了环保认证食品品鉴会、食品安全知识问答、食品类垃圾分类竞赛等精彩纷呈的特色活动。公众在轻松愉快的氛围中，实景体验到万家对生产、运输、销售等各个环节的严格把控，立体感受到万家的优质产品和服务。

浓浓敬老情，关爱暖人心

为弘扬中华民族尊老、敬老、爱老的传统美德，营造欢乐祥和的社会氛围，华润万家连续多年在全国开展老年人关爱活动。2019 年，万家在端午、中秋、重阳等传统佳节期间，组织志愿者看望社区、养老院的空巢老人，送去粮油米面等慰问品的同时，询问老人们的生活起居、饮食、健康等情况，陪老人们聊天、玩游戏，丰富空巢老人的精神文化生活，提升他们的养老品质。

传承爱，欢乐跑

2019 年 3 月 31 日，，华润万家在广州举行了卡通亲子跑公益活动。此次活动结合女童保护和儿童防拐等公益主题，帮助家庭在享受亲子时光的同时，提升儿童自我保护意识和能力，鼓励参赛家庭发扬爱心，将闲置的文具、玩具等捐赠给贫困地区的学龄儿童。

舞动中国风，多力健康行

2019 年 5 月 20 日， 华 润 万家联合昆明市官渡区文化馆、官渡巫家坝社区开展主题为“壮丽 70 周年 奋进新时代”的惠民交响音乐会。演出展现了昆明春城的多姿多彩，勾勒出全市各族人民砥砺奋进、共筑辉煌、实现中国梦的宏伟蓝图。

08

责任管理
开创美好

107 责任文化
108 责任制度
109 责任沟通
110 责任荣誉
111 议题分析

作为红色央企，华润万家不断完善社会责任管理体系，将社会责任融入企业战略与企业文化，推动责任践行、开展责任管理，扎实推进经济、员工、客户、环境、伙伴、公共六大责任领域责任工作的开展，实现履行社会责任与企业可持续发展的有机统一。

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

经济责任

携手股东
创造企业价值

员工责任

携手员工
保障幸福生活

客户责任

携手客户
获得客户认可

环境责任

携手环境
建设美好家园

伙伴责任

携手伙伴
开创共赢生态

公共责任

携手公众
打造和谐社会

责任制度

华润万家把制度建设作为提高社会责任工作水平的重要途径，通过建立健全制度规范，促进公司社会责任工作的制度化和常态化，形成较为完善的社会责任制度体系，以促进总部对各省级公司的有效管理。

基础管理制度

华润万家社会责任管理制度

责任落实和考评制度

华润万家社会责任管理关键绩效指标体系
华润万家社会责任工作考核方案（每年更新）

信息披露制度

华润万家企业传讯制度

责任沟通

华润万家坚持诚信、互动、平等的原则，建立健全利益相关方的沟通参与机制，强化与利益相关方的联系，多渠道收集、整理和分析利益相关方期望与诉求，并借鉴国内外标准和先进经验，在实践中持续改进利益相关方的参与效果。

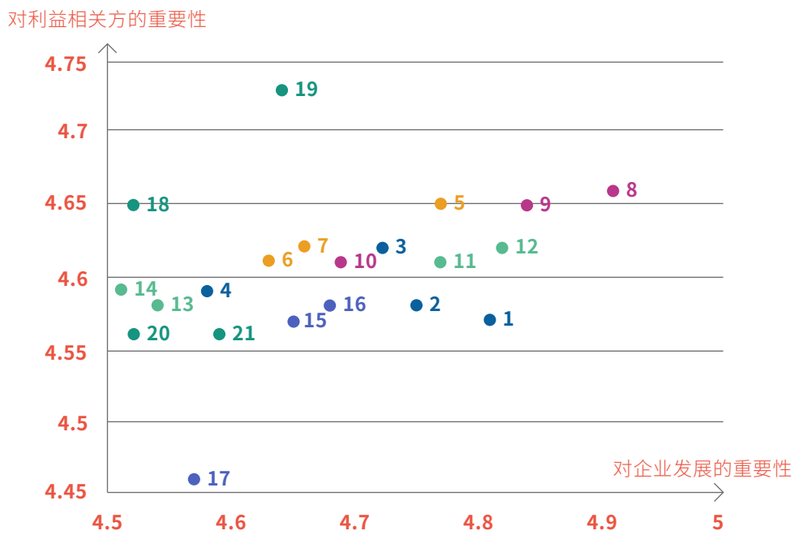
利益相关方	期望与要求	沟通形式或内容	2019 年重要回应措施
股东	• 良好的经营状态 • 合理的利润	• 董事会	• 共召开董事会 3 次，讨论并决策 14 项议题
政府	• 依法规范经营 • 促进当地经济发展 • 提供就业岗位 • 支援政府救灾帮扶工作	• 通过信息报送、交流访问等形式，建立活动机制，推进业务发展，促进地方经济建设	• 全年纳税总额达 13 亿元 • 向灾区捐赠物资金额达 31.6 万 • 总部全年接待省 / 地方级政府代表团来访 19 个 • 全年共采购扶贫商品 7886 万元
员工	• 提供工资与福利保障 • 提供健康、安全的工作环境 • 公平竞争与发展 • 关注员工健康与安全	• 通过日常沟通、定期会议、交流活动及培训等方式，保障员工权益，畅通职业发展通道	• 平等合法雇佣，关爱员工职业健康，优化薪酬福利体系 • 建立分层分类的课程体系 • 积极帮扶困难员工，关爱女性员工，组织开展多元化员工活动
合作伙伴	• 长期、平等合作 • 合法、合规采购 • 资源共享	• 通过日常沟通、工作会议、协议合同等形式，开展互利双赢的合作，建立长期稳定的合作关系	• 签订《业务伙伴行为守则》，落实“阳光采购”，规范供应商管理 • 落实合作协议 100% 签订 • 挖掘更多领域的合作
消费者	• 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	• 通过社媒、社群沟通，媒体平台发布，各类营销、公益活动，消费者调查等方式，倾听消费者的声音，强化交流。	• 及时公布万家食品安全、商品质量、社会责任等相关信息，开展各项消费者互动活动，践行与消费者“共创美好生活”的承诺。
媒体	• 回应社会公众的关注	• 加强与重要媒体和门户网站交流，增强舆情监测，及时回应各界对公司的期望。	• 获得奖项荣誉 11 个，涉及经营业绩、品牌形象、诚信经营、环境保护、社会公益等。
行业协会	• 落实行业规范 • 推动行业发展	• 积极与行业协会交流，参与行业协会举办的各类活动。	• 全年共在 40 家全国性、区域性的协会任职

责任荣誉

华润万家多年来持续推动和落实社会责任工作，积极回应利益相关方的诉求，获得社会各界的广泛认可。2019 年，万家凭借在社会责任实践方面的出色表现，荣获“2019 年粤港澳大湾区企业社会责任影响力榜单——市场责任影响力企业”、“爱心公益奖”、“帮残助残爱心企业”等荣誉；《2018 年华润万家社会责任报告》参加由中国企业社会责任报告评定项目，获四星级评价，属于优秀级别的报告。

议题分析

为保证社会责任理念有效落地，华润万家逐步完善社会责任议题识别与管理，每年在社会责任报告编制工作启动前期，制定并发布社会责任报告议题调研问卷，通过微信公众平台向广大利益相关方推送。2019 年，万家共回收有效问卷 10517 份。万家根据问卷调查结果对责任议题进行分析梳理，筛选出核心议题，将其作为万家社会责任报告信息披露的重点。



注：各议题的分值区间为 0-5 分，分值越高，表明议题的重要性越大；反之，越小

经济责任

1. 强化党建，正风肃纪
2. 夯实内控体系，提升风险管理水平
3. 规范公司管理
4. 创新转型，推动高质量发展

员工责任

5. 员工权益保护
6. 关注员工成长
7. 全方位关爱员工

客户责任

8. 强化质量管控
9. 优化客户服务
10. 升级消费体验

环境责任

11. 绿色管理
12. 绿色经营
13. 绿色办公
14. 环保公益活动

伙伴责任

15. 战略合作
16. 推动供应链履责
17. 增进媒体关系

公共责任

18. 支持政府施政
19. 安全生产
20. 慈善公益
21. 社区共建

附录

关键绩效指标

指标	2017 年数据	2018 年数据	2019 年数据
	经济责任		
营业收入（亿元）	1,036	1,013	951
行业排名（位次）	1	1	1
	员工责任		
员工总数（万人）	15.30	14.49	18.2
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（%）	30.00%	32.45%	26.00%
年度新增职业病（例）	0	0	0
体检及健康档案覆盖率（%）	53.07%	75.80%	74.00%
员工培训覆盖率 （%）	98.00%	95.00%	94.30%
每年人均带薪年休假天数（天）	7.4	7.8	8.6
少数民族或其他种族员工比例（%）	2.82%	3.38%	3.60%
残疾人雇佣率或雇用人数（人）	1329	1379	1144
人均培训投入（万元 / 人）	0.007	0.0064	0.0081
人均培训时间（小时）	7.72	4.66	3.3
员工培训投入总额（万元 / 年）	1157.1113	1021	1037
走访慰问困难员工家庭（户 / 万元）	645/32	684/35	265/10.6
救助困难员工（人 < 户 > 次 / 万元）	200/20	142/180	143/223.3

指标	2017 年数据	2018 年数据	2019 年数据
	客户责任		
客户投诉解决率（%） （客户投诉反馈处理数占投诉数比重）	99.95%	99.70%	99.55%
新品销售额（亿元）	37.27	40.5	48.3
	环保责任		
环保总投入（万元）	/	3667	3475.96
节能减排技术改造投入（万元）	6054	3079	3132
综合能源消耗量（万吨标煤）	29.81	28.36	24.31
	伙伴责任		
经济合同履约率（%）	97.23%	99.65%	99.50%
重大负面舆情处理数（次）	0	0	0
	公共责任		
报告期内吸纳应届毕业生人数（人）	800	489	420
纳税总额（亿元）	17.74	14.19	13.38
捐赠支出 （万元）	/	/	98.47
安全生产投入 （万元）	2791.43	1886.21	1948.84
安全应急演练数（次数）	/	17000	17275
员工伤亡人数	9	10	18

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	报告位置
关于本报告	——	P1.1-1.3	01
总经理致辞	——	P2.1-2.2	03
走进万家	关于万家	P4.1-4.4，G1.1	07
	万家小档案	P4.3	09
	万家在 2019	P3.2，P4.4	11
经济责任	理念与目标	G2.1-2.2	15
	强化党建，正风肃纪	M1.3	15
	夯实内控体系，提升风险管理水平	M1.3	21
	规范公司管理	M1.1，M1.2，M1.4，M1.5	23
	创新转型，推动高质量发展	M1.6	25
员工责任	理念与目标	G2.1-2.2	31
	科学用工，保障员工合法权益	S2.1-S2.12	31
	完善成长体系，搭建职业发展通道	S2.14-S2.16	35
	全方位关爱员工，打造幸福万家	S2.11-S2.13，S2.17-S2.18	37
客户责任	理念与目标	G2.1-2.2	43
	强化质量管控	M2.1，M2.2，M2.8-M2.17	43
	优化顾客服务	142/180	51
	升级消费体验	M2.4-M2.7	54
环境责任	理念与目标	G2.1-2.2	59
	绿色管理	E1.1，E1.5	59
	绿色经营	E1.6，E2.12-E2.17	60
环境责任	绿色办公	E2.19，E3.1，E3.2，E3.6	64
	环保公益	E3.3，E3.4，E3.5	65
伙伴责任	理念与目标	G2.1-2.2	71
	战略合作	M3.6	71
	推动供应链履责	M3.1，M3.3，M3.11，M3.15	76
	增进媒体关系	G6.1-6.2	77
公共责任	理念与目标	G2.1-2.2	81
	支持政府施政	S1.1-1.6	81
	安全生产	S3.1-3.6	85
	慈善公益	S4.9-4.12	89
	社区共建	S4.1	103
责任管理	责任文化	G1.1-1.2	107
	责任制度	G4.1-4.2	108
	责任沟通	G6.1	109
	责任荣誉	P3.1-3.2	110
	议题分析	G2.1	111
附录	关键绩效指标	A2	113
	指标索引	A5	115
	意见反馈	A6	117

《华润万家 2019 企业社会责任报告》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 2019 企业社会责任报告》（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（2020）》。

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（★★★★☆）

公司办公室牵头成立报告编写工作组，副总经理担任报告主编，把控整体方向及关键环节，总经理负责报告终审；将报告定位为合规披露履责信息、促进社会责任管理、强化利益相关方沟通、提升企业品牌形象的重要工具，功能价值定位明确；根据国际国内社会责任标准、利益相关方调查等识别实质性议题；计划通过官方网站发布报告，并将以电子版、印刷品、长图版等形式呈现报告，具有领先的过程性表现。

实质性（★★★★★）

《报告》系统披露了产品信息规范披露、售后服务管理、问题产品处理、服务特殊人群、责任采购、绿色物流、推广环保产品、员工权益保护、带动当地就业、节能建筑与绿色门店等所在行业关键性议题，叙述详细充分，具有卓越的实质性表现。

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”等角度披露了所在行业核心指标的 75.21%，完整性表现优秀。

平衡性（★★★★☆）

《报告》披露了“年度新增职业病例数”“重大负面舆情处理数”“员工伤亡人数”“隐患排查项”等负面数据信息，具有领先的平衡性表现。

可比性（★★★★★）

《报告》披露了“营业收入”“女性管理者比例”“人均培训投入”“节能减排技术改造投入”“纳税总额”“安全生产投入”等 27 个关键指标连续 3 年的对比数据；并就“2019 年中国超市百强榜排名首位”等进行横向比较，可比性表现卓越。

可读性（★★★★☆）

《报告》以“与美好同行”为主题，以“责任”“美好”为关键词，贯穿全篇，系统展现企业对员工、客户、环境、伙伴、社区等利益相关方的履责理念、实践与成效，框架结构清晰，重点议题突出；封面创意采用卡通漫画设计风格，融入主营业务元素，巧妙凸显企业愿景，提升了报告的辨识度；章节跨页采用全景实图生动呈现特色履责场景，增强了报告的感染力和悦读性，具有领先的可读性表现。

创新性（★★★★）

《报告》各章开篇积极回应联合国可持续发展目标（SDGs），披露关键议题履责理念、目标与实践，提纲挈领，总领性强，彰显了企业的行业引领和报告的与时俱进；设置“万家小档案”板块，呈现年度亮点实践，凸显了企业的履责追求，创新性表现优秀。

中国企业社会责任报告
评级专家委员会
Chinese Expert Committee on CSR Report Rating

综合评级（★★★★☆）

经评级小组评价，《华润万家 2019 企业社会责任报告》为四星半级，是一份领先的企业社会责任报告。

四、改进建议

1. 增加对行业核心指标的披露，进一步提高报告的完整性；
2. 增加对履责不足之处的详细披露，进一步提高报告的平衡性。

评级专家委员会副主席

评级小组组长　　评级小组专家

过程性评估员　　任姣姣

出具时间：2020 年 8 月 21 日

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？
〇政府 〇监管机构 〇客户 〇员工 〇供应商 〇经销商 〇合作伙伴 〇公众 〇社区 〇媒体 〇其他

2. 您对公司社会责任报告的总体评价是
〇 好 〇 较好 〇 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？ 〇 能 〇 一般 〇 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？ 〇 高 〇 较高 〇 一般 〇 较低 〇 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？
〇 好 〇 较好 〇 一般 〇 差 〇 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：