

Vanguard*
华润万家

2020

企业社会责任报告

CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY REPORT

万般美好 为万家



目录

关于本报告	02
总经理致辞	04
走进万家	06
责任专题：链接万家，焕发乡村新希望	12

18

上篇

内化于心，引领万家新发展

创造价值之美 / 20
成就英才之美 / 30
精益求精之美 / 38



50

下篇

外化于行，共筑万家中国梦

守护生态之美 / 52
开创共赢之美 / 58
分享和谐之美 / 66



责任管理	80
附录	87

关于本报告

本报告是华润万家（控股）有限公司发布的第 9 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 2020 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 2020 年 1 月 1 日至 12 月 31 日。空间范围为华润万家总部、其下属的 15 个省级公司，以及 3261 家门店。

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的指导意见》《华润集团社会责任工作管理办法》、中国社会科学院《中国企业社会责任报告指南（CASS-CSR4.0）》《中国企业社会责任报告评级标准（2020）》《SDGs（联合国可持续发展目标）企业行动指南》及全球报告倡议组织《可持续发展报告指南（GRI Standards）》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、其下属的 15 个省级公司，以及 3261 家门店”。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



作为与日常生活息息相关的民生企业，万家始终将履行企业社会责任作为重要使命，将责任理念融入企业的发展战略和管理运营，通过实际行动，帮助解决复杂的社会问题，为社会创造价值。

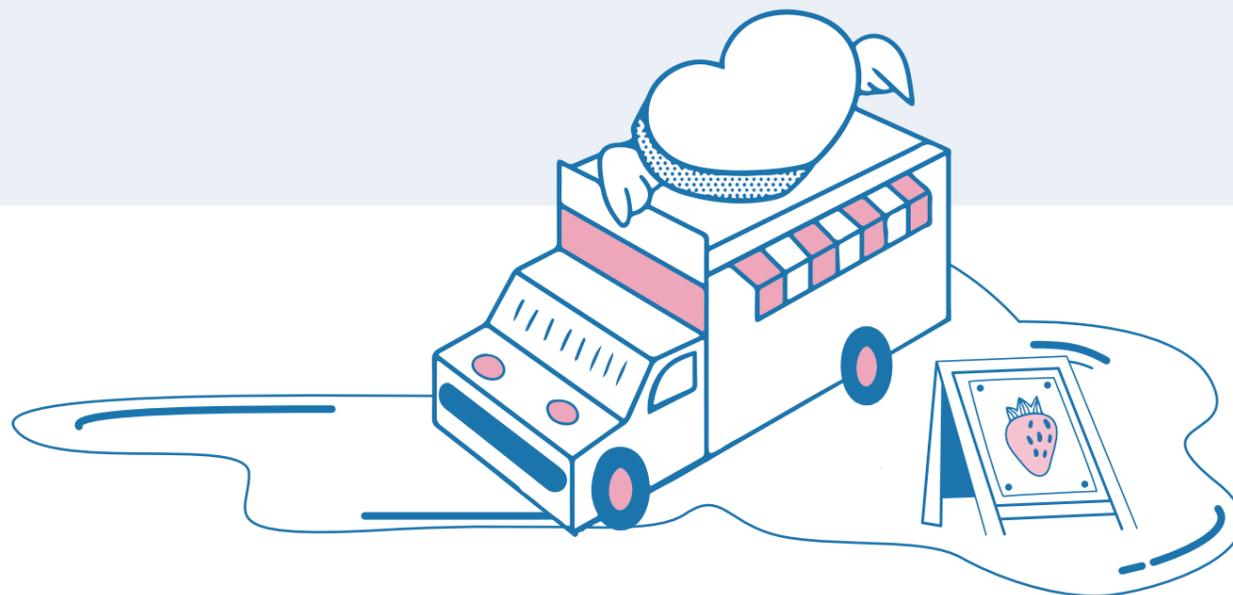
2020 年，面对新冠疫情带来的严峻考验，万家全力推进疫情防控、保供稳价等工作，扎实做好民生保障，助力经济复苏，真正践行了“连接每日生活，服务千家万户”的承诺。

当前，万家正处于转型发展的关键时期，疫情更加速了这个进程。同时，疫情防控常态化趋势也促使我们思考，如何在不确定、不稳定中，增强组织韧性、保持发展动能，并持续向社会及各利益相关方输出信心。这也是万家作为民生央企的应尽之责。

2021 年是“十四五”开局之年，万家将坚持战略导向，依靠业态创新和技术进步，建立新的竞争优势；重视员工发展，保障员工福祉；强化与消费者的沟通，引导消费者消费理念和行为的升级；稳步推进低碳转型，倡导绿色流通、绿色消费；促进供应链中各方更加重视责任价值的伙伴关系建设；关注公益事业，投身乡村振兴，为社会创造共享价值。

如今，成立 37 年的万家正值盛年，我们见证、参与了我国零售行业的成长、发展与变迁。未来，万家还将继续锐意进取、开拓创新，放大企业社会价值，创造更多美好生活价值！

华润万家（控股）有限公司总经理
徐辉



走进万家

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。

截至 2020 年底，华润万家门店遍布全国 28 个省、自治区、直辖市和特别行政区，门店分布全国 113 个地级以上城市，门店总数 3261 家，实现销售额 878 亿元，会员人数达 6000 万，员工人数约 16 万人。

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 Vanguard* 华润万家	苏果 SG 苏果	Olé Ole'	blt blt	萬家 MART 萬家 MART
萬家 LiFE 萬家 LiFE	萬家 CiTY 萬家 CiTY	乐购 express 乐购 express	V>nGO V>nGO	U 購 select U 購 select

万家旗下产品品牌

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，为消费者提供品质优良和价格合理的产品。

润之家 润之家	简约组合 简约组合	Home Choice HOME CHOICE	惠买 惠买
------------	--------------	----------------------------	----------



审图号：GS(2020)4619号
自然资源部 监制



万家小档案

1984

首家门店诞生
于香港

2002

收购万佳百货，组
建华润万佳超级市
场有限公司

2004

控股江苏苏果超市，
华润万家旗下首家
高端超市 Olé 在深
圳开业

2005

收购宁波慈溪市最
大的零售企业

2003

更名为华润万家有
限公司，开始拓展
全国业务

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

2007

收购天津家世界
超市

2011

收购江西本土最大的零
售企业洪客隆超市

2008

收购西安爱家
超市

2014

与 Tesco 组建
合资公司

2019

创新型大卖场 万家
MART、创新型标超 万
家 LiFE 先后面世

2020

创新型高端超市 万
家 CITY 面世

万家在 2020

59

全年线上业务销售额 59 亿

222

深入洞察消费者需求，顺应消费升级，在全国范围内新开 222 间门店

700

全年新增会员人数超 700 万

56

获得各类政府、行业、社会组织奖项 56 个



责任专题

链接万家 焕发乡村新希望

2021 年 2 月 25 日，在全国脱贫攻坚总结表彰大会上，习近平总书记庄严宣告：“我国脱贫攻坚战取得了全面胜利。”

在这场波澜壮阔的决战中，万家既是见证者，也是参与者。

早在 2015 年，万家便着力探索以“产销对接”为抓手的扶贫工作新模式，积极推进农产品生产端连接消费端。2019 年，万家正式推出精准扶贫项目——“万家焕乡计划”，以消费扶贫为切入点，探索出“万家 + 政府 + 合作伙伴”的帮扶模式，确立“聚焦精准”“输血和造血并行”“效益最大化”的帮扶工作理念，全面提升扶贫工作的系统化水平。

万家焕乡计划综合多种帮扶手段，帮助贫困地区群众解决农产品生产和销售、就业、教育等问题，激发出扶“智”、扶“志”、扶“治”的综合效应，改善贫困群众的生活现状，使其具备内生发展的能力，推动全面脱贫与乡村振兴有效衔接。

2020 年万家焕乡计划获奖情况

- 万家焕乡计划被国家发展改革委振兴司、城市和小城镇改革发展中心评选为“2020 年全国消费扶贫入围典型案例”；
- 万家焕乡计划被南方日报评选为“深圳扶贫社会帮扶优秀案例”。

产销对接 突显帮扶实效

产销对接一直是农村脱贫攻坚中的薄弱环节，华润万家通过输出技术、人才、资金和管理经验等资源，从源头帮扶贫困群众提升生产技能，优化贫困地区农产品品质；利用自身平台优势，为产出农产品提供稳定的销售渠道，开展有针对性的营销活动，帮助优质农产品走出乡村、走进城市，以“大市场”带动“精准扶贫”，打通脱贫攻坚“最后一公里”。

2020 年受疫情影响，部分地区农产品滞销，万家聚焦“畅通物流链”“提升价值链”两大帮扶目标，汇集各界力量、整合扶贫资源，上连田间地头下连门店餐桌，为消费者畅通渠道，为农产品销售铺路搭桥。全年累计采购贫困地区农特产品逾 1.9 万吨，销售金额近 1.3 亿元；在全国设立消费扶贫性质的产销对接基地达 34 个；在全国近 20 个省市设置 2585 个消费扶贫销售专柜及关联陈列。



案例

华润万家“消费扶贫”助力毕节群众脱贫增收

“华润万家倾情帮扶毕节，是东西部扶贫协作企业帮扶的一大典范。”

——贵州省毕节市商务局相关负责人

毕节位于贵州省西北部，作为深圳对口帮扶地区，毕节的脱贫工作始终是在深企业的关注重点。2018 年下半年，在当地政府部门的支持和帮助下，万家牵头成立贵州毕节精准扶贫项目组。

经过走访调研，万家发现制约毕节农业发展的主要原因在于缺少稳定的销售渠道。为了帮助当地农产品打开销路，万家坚持市场化导向，协助当地群众调整农产品种植结构，为当地群众提供特定农产品种植技能培训，指导当地群众按照万家的生鲜管理标准进行生产，培育特色农产品品牌；同时万家营销团队为毕节农产品制定针对性的推广计划，并在万家门店设立销售专区，有效扩大毕节农产品的销量和品牌影响力。

截至 2020 年底，万家已在毕节建立产销对接基地 6 个，并先后在 400 余家门店设立毕节消费扶贫专区。2020 年，万家门店销售毕节农产品逾 934 吨，销售额超过 1000 万元，有效帮助当地群众脱贫增收。



万家多年深耕民生领域，立足帮扶地区产业基础，依托自身资源和渠道，将助力脱贫攻坚与自身业务发展紧密结合，深入开展消费扶贫，见证了一个个美丽乡村的蝶变新生。

管理提升 开展专业运作

脱贫攻坚取得圆满胜利离不开基层干部在一线的不懈努力。在推进万家焕乡计划的过程中，万家选派专业人才驻村，输出先进的管理经验，对各帮扶地区进行有针对性的产业指导，从管理层面有效保障帮扶地区的经济发展。

案例

辽宁朗月村产业脱贫“领路人”——王科伟

“

“因为我也出身农民，我知道农民最离不开的就是土地，所以我想发展种植产业，调整村里的种植结构，为百姓脱贫致富提供长久的依靠。”

——朗月村第一书记 王科伟

“王书记来了以后，好多工作的开展都有了方向，还帮助村里解决了很多问题，我们村好像有了主心骨，村子里的贫困户都说好日子有盼头了。”

——朗月村党支部书记 卢良

”

辽宁兴城市白塔满族乡朗月村属于山区，降水少，春旱严重，且人多地少、种植结构单一，当地群众收入偏低。2018年初，万家辽宁公司商品部生鲜采购室高级采购经理王科伟主动请缨参加扶贫工作，作为驻村第一书记来到朗月村。

经过驻村一年的调研考察，并借鉴其他地区的成功经验，王科伟带领朗月村确定“蔬菜温室大棚”产业扶贫的发展方向，树立“向种植空间要产量、向结构调整要效益”的振兴思路，走特色农产品规模化产业之路。2018年6月，王科伟为村里注册“兴城市朗月润农种植专业合作社”；2018年10月，在万家的支持下，合作社与万家签订正式的蔬菜供销合同，打开朗月村对接市场的窗口；自2019年3月，朗月村的西瓜、红薯、玉米等农产品，进入万家辽宁各门店销售，提高了当地村民的收入，极大地激发村民致富的信心。在王科伟的不懈努力下，2020年朗月村实现全部脱贫。



朗月村第一书记王科伟



王科伟在田间考察作物生长情况

万家的选派干部在各帮扶地区充分发挥自身能力强、视野宽、联系广的优势，带领各帮扶地区群众走上发展致富“快车道”，为促进当地经济发展贡献自己的一份力量。

教育振兴 创变美丽乡村

教育兴则乡村兴。作为“万家焕乡计划”教育振兴的重要实践，万家着眼乡村美育的薄弱环节，发起“美好流动课堂”项目，通过开发高质量美育课程、捐赠美育器材、打造“美术角”等，为乡村学校提供长期稳定的美育支持。同时，万家与合作伙伴开发联名文创产品，并借助线上筹款、线下义卖、以买代捐、志愿服务等形式，拉动公众力量支援乡村美育，让美好在城乡间流动起来。

支教志愿服务

2020年7月和10月，万家组建专业美术教师团队，先后前往广西省百色市隆林县么基小学、贵州省毕节市纳雍县第十三小学，为当地学生带去以“我心中的美好生活”为主题的美术课堂，并向学校捐赠美术器材、教具、绘本等物资，建立长期帮扶计划。



公益筹款

线上筹款：2020年9月7日-9日，万家联合深圳市妇女儿童发展基金会，在99腾讯公益日上线项目专属筹款通道，共筹得善款近2万元。



美好流动课堂

通过“美术角”、美术课程开发助力乡村儿童实现美术梦想



长按或扫描二维码
查看公益项目

腾讯公益·一块做好事



以买代捐: 2020年8月26日-9月22日, 万家联合伊利、亿滋, 在广东、广西、云南、福建地区的万家门店上线“以买代捐”活动, 共筹得善款50万元。



线下义卖: 2020年9月5日, 万家在广州、深圳、珠海、厦门、南宁开展公益文创产品(马克杯)义卖活动, 共筹得善款逾4万元。



捐赠仪式

11月12日, “美好流动课堂”2020年度公益捐赠仪式在广西么基小学举行, 万家携手伊利、亿滋和深圳市妇女儿童发展基金会, 累计向该校捐赠价值16万元的美术教育及各类学习物资, 助力该校学习条件改善、美育教育升级。



广州游学

12月4日-6日, 万家联合广州日报共同开展“美好流动课堂”活动, 通过丰富的课程形式和课程内容, 让乡村学生来城市游学, 真正让“美好”在城乡间流动。



12月5日, 毕节的孩子来到广州日报新闻采编大厦, 学习时事评论课程, 广州日报的媒体老师为孩子们讲述相关写作技巧

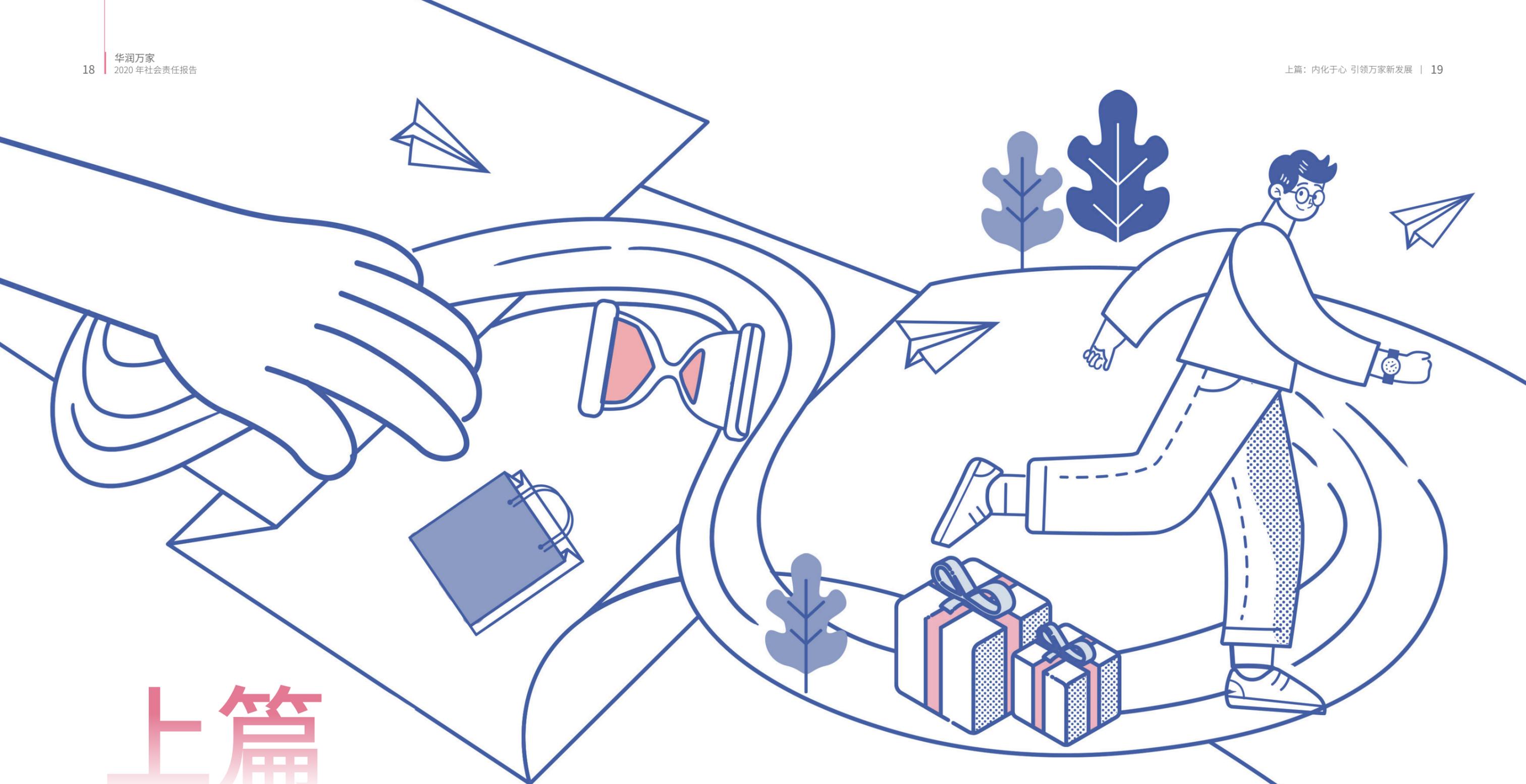


12月5日, 11名毕节的孩子化身“小小代言人”, 来到万家门店开展职业体验, 向顾客们推荐来自毕节的优质农产品



12月6日, 在专业老师和万家志愿者的指引下, 8名自闭症儿童与毕节的孩子一同体验了一堂特殊的广彩美术课

2021年是巩固拓展脱贫攻坚成果、实现乡村振兴有效衔接的起步之年。站在新的历史起点, 万家将全面系统总结帮扶工作经验, 保持帮扶力度不减, 继续将产业振兴作为推动乡村振兴的重要抓手, 在促进各帮扶地区产业提质增效、激发内生发展动力等方面持续发力, 为乡村振兴的壮美画卷增色添彩, 福润中华, 惠泽万家。



上篇

内化于心

引领万家新发展

20 创造价值之美

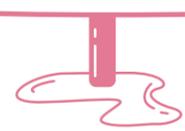
30 成就英才之美

38 精益品质之美

创造价值之美

华润万家紧抓“双循环”发展格局机遇，精准把握改革与发展内在逻辑，不断完善公司内部治理结构，提升公司治理水平，以更高效的组织管控和更高质量的发展推动公司行稳致远，致力于打造具有竞争力的一流零售企业。

责任故事



与时俱进 万家“到家”

华润万家是零售市场的奋勇开拓者
也是零售战略的践行者
通过有质量的增长提供稳定的回报
成就华润的零售梦想

“消费者拥有更‘多样化’的购物选择，更‘碎片化’的购物时间，更‘便捷化’的服务需求。”对零售业而言，成长于互联网环境下的“后浪”消费者已经成为主流。万家正在高质量发展道路上快速前行，积极拥抱数字时代，用创新推动企业向前迈进。

守业再“创”业

面对零售业务模式和消费行为的转变，华润万家开拓创新、锐意进取，基于门店打造生态圈共赢的服务平台。2018年，华润万家线上业务从原来的省区自主、点状发展转向总部主导、统一规划、分步实施，万家自营 APP 基础旗下品牌入驻本地生活平台，开始打造线上线下完整生态。2019年，“万家”APP 成功上线，打通会员数据，为消费者提供到家商城、扫码购、社区服务等切合消费者生活消费场景的亮点动能；推出全新业态品牌万家 MART，探索智慧零售新领域。同时，与第三方线上渠道展开合作，大力推进到家业务，不断延伸线下门店服务范围，加速线上线下融合，加快转型创新步伐。

“邻居般的网上超市”

华润万家结合市场趋势和消费者洞察，根据用户数据和体验反馈，对万家 APP 进行全新改版，致力于打造“有温度的网上超市”。万家 APP 以全国 3200 多家门店为载体，辐射门店商圈范围内的目标消费者，新版 APP 在首页规划出“六大场景”，在为商圈内消费者提供一日三餐和居家便捷服务的同时，通过新技术的应用和后台创新，打造令商圈内消费者最放心的“邻居般的网上超市”。未来，华润万家将通过这一“网上超市”开启 3200 多家门店商圈范围内消费者邻里社交消费新模式。



疫情期间逆势上涨

2020 年的疫情黑天鹅事件，加快了实体商超调整战略步伐，万家到家业务和全渠道布局全面展开。万家秉承要做“消费者喜爱的全渠道零售商”的理念，以 All in “万家+互联网”的态度，实现全业态规模上线，完整覆盖从大卖场、标超、便利店到高端精品超市等的各个零售业态品牌。2020 年上半年华润万家线上业务呈现爆发式增长，线上业务累计增长 532.2%；在 718 司庆促销活动中实现线上销售净额同比增长 460%，创下历史单日新高，万家数字化转型工作初显成效。

在新零售时代，华润万家精确定位消费者需求，保持战略定力，坚守零售本质，以转变思想驱动创新发展，以技术创新助力转型升级，不断迭代前行，致力成为改善大众生活品质的卓越零售企业。



强化党的建设

华润万家以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，坚决贯彻落实党中央决策部署，不断增强“四个意识”、坚定“四个自信”、做到“两个维护”，以高水平党建工作促进企业高质量发展。

坚定党的方向引领

华润万家始终坚持和加强党的全面领导，自觉高举中国共产党人的思想旗帜，不断提高政治判断力、政治领悟力、政治执行力，坚决服务党和国家工作大局，坚决贯彻党的路线方针和政策，认真宣贯党的十九届四中、五中全会精神，深化落实习近平总书记给华润 80 周年回信指示精神，学习传达王祥明书记系列重要讲话和集团相关工作要求，提高全体员工政治站位，深入落实党的领导融入公司治理，确保党组织决策部署落地见效。

铸造党的理想高地

华润万家围绕党建工作主线，深入学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想，推进“不忘初心、牢记使命”主题教育常态化开展，为发展提供坚强的思想保证。

党委理论中心组学习

华润万家党委带头开展党建理论学习，部署修订《理论学习中心组学习细则》，开展课程学习，丰富学习载体，推动学习成果深入落实。

公司召开党委（扩大）会

26 次

理论中心组学习会议

4 次



领导带头学

2020 年，公司召开 26 次党委（扩大）会及 4 次理论中心组学习会议，组织参加 3 期线上专题培训班；各级党委共开展理论中心组学习 67 次，覆盖 1210 人次。



结合实际学

公司党委书记徐辉为万家直管经理人讲授《习总书记给华润成立 80 周年回信精神解读与万家当下业务改革创新思考》课程，推动回信精神的深化落实。



注重实效学

印发学习宣传贯彻党的十九届四中、五中全会精神方案和《习近平谈治国理政》第三卷工作方案，通过清单式部署、精细化落实的方式，强化学习宣贯全过程督导。

覆盖

16447 人次

主题教育常态化开展

华润万家准确把握“守初心、担使命、找差距、抓落实”总要求，印发主题教育年度党建工作要点，将“九个一”重点任务落实情况纳入省级公司党建考核指标，进一步巩固“不忘初心、牢记使命”主题教育成果。截至 2020 年底，万家主题党日学习覆盖了万家 134 个党支部，16447 人次参与。

分层分类开展党内培训

华润万家落实“耕心”体系，分层分类开展党内培训。以“六学”模式开展十九届四中全会精神轮训班，覆盖 103 名经理人；上下联动开展 54 期党支部书记集中轮训培训班，覆盖 209 人次，累计时长 2061 小时；分模块分阶段开展 35 期党务干部能力提升培训班，覆盖 496 人次，累计时长 1597 小时；启动党建“微党课”开发师和课程库建设，20 门精选党课在线上平台发布。

夯实党的组织根基

华润万家全面加强基层党的建设，充分发挥党组织战斗堡垒作用和党员先锋模范作用，深化落实集团党建“7C”工作体系，健全基层党建制度，采用信息技术推动党支部建设，加强党组织凝聚力。

推动基层党支部发展

通过调整、规范基层党支部和党小组的设置，扩大基层党组织覆盖深度，公司党支部和党小组数量同比增长 19%；上线党支部标准化线上评估系统，对 6 大类 62 项日常任务完成情况进行定期线上评估监测；通过“双培育”工作积极发展党员，并推动各级业务骨干担任党支部书记；开展“结对互促、整改包保”专项工作，整改成效获华润集团通报肯定。

强化党组织责任考核

召开年度党建纪检工作会，推广应用新时代华润党建“7C”体系，将“三个方面、九个要点”外在标准纳入省级公司党组织考核指标。2020 年，与 15 个省级公司签订党建责任书。

加强党的群团建设

制定发布《华润万家 2020 年团建工作思路》《华润万家团建工作责任制考核评价办法》，规范成立 14 个团委（团总支）、133 个团支部、194 个团小组；开展“青年岗位能手”评优表彰活动，表彰 54 名一线青年员工，不断加强团组织建设和群团干部培养。



严肃党的纪律监督

华润万家落实全面从严治党主体责任，积极贯彻落实党中央重大决策部署开展监督检查；推进构建“大监督”体系，加强纪检监察队伍建设；宣传党风廉政教育，进一步营造风清气正的经营环境。

坚持严的主基调

华润万家在新形势下深入推进全面从严治党和党风廉政建设，高压惩治关键领域和环节腐败，标本兼治一体推进“三不”体制机制建设，充分运用监督执纪“四种形态”和“三个区分开来”，实现政治效果、纪法效果和社会效果有机统一。2020 年，公司修订《华润万家（控股）有限公司党委关于推进纪检体制改革的实施方案》，完成 9 家省级公司纪委班子搭建工作，新增专职纪检人员 11 人，设立近 800 名兼职纪检员。

形成长效监督合力

华润万家构建“大监督”体系，以党内监督带动业务监督。2020 年，公司成立“大监督”体系工作领导小组，研究制定《华润万家“大监督”体系工作机制》《华润万家“大监督”体系风险点台账》，召开 2 次推进会，梳理 17 个方面的 69 个风险点；以整治“形式主义、官僚主义”为重点开展监督检查 71 次，处分 5 人；开展针对廉洁风险点的监督检查 49 次，处分 18 人次。

预防教育压实落细

华润万家深入贯彻落实中央八项规定精神，开展预防教育和反腐倡廉宣传，充分运用谈心谈话、任职谈话、廉洁谈话等方式将关口前移，利用微信公众号、网站、海报、邮件等各类载体开展宣传教育，关键部门自主开展警示教育，节日发送《关于深入贯彻落实中央八项规定精神通知》，持续开展廉洁教育。2020 年，公司共召开警示教育大会 23 次；对 68 名万家经理人进行任职和廉洁集体谈话；对总部 6 个部门关键管理人员和岗位人员进行警示教育谈话。



扎实做好巡视整改

华润万家以高度的政治责任感，积极配合上级巡视组完成巡视工作，召开专题会议 5 次，向巡视组提供 11 批 527 项资料，专题汇报材料 14 份；对于整改问题深刻反思差距与不足，采取有力措施按时整改，完成整改 80 条，完善制度 16 项，追责问责 63 人；坚决落实“打铁必须自身硬”要求，探索上下联动新模式，构建内部巡察制度，内部巡察覆盖率达 75%。

塑造万家党建品牌

华润万家不断加强党建文化宣传，提升公司党建水平和基层党建文化内涵。搭建“华润万家党建”微信公众号平台，组建宣传队伍；深化提升“党建示范店”品牌影响力，制定《华润万家党建示范店创建、评价工作手册》，构建党建与业务紧密融合的“四个一”长效机制，建立线上“云观展览”；打造融合初心、红心、匠心、暖心、爱心的“五心”党建体系品牌，形成上下贯通、横向联动的党建宣传工作格局，营造全员学习、全员了解、全员党建的良好氛围。截至 2020 年底，178 家大卖场打造党建示范店，“五心”党建品牌覆盖 83 家 Olé 高端业态门店。



夯实内控体系

华润万家立足管理实际，严格落实管理制度化、制度流程化、流程信息化等要求，不断完善组织管理，优化内控制度规范，积极健全业务流程，开展内控培训宣贯工作，进一步健全公司内控体系，依法合规开展各项经营活动，不断提升治理水平。

完善组织管理

优化制度规范

健全业务流程

开展培训宣贯

完善组织管理

华润万家建立健全符合零售行业发展要求的内控体系，优化内控管理，健全风控组织，将各省级公司风控办公室负责人纳入风控委员会，新增省级公司风控办公室、省级公司小业态管理部门兼职风控人员，加强整体风险监控；发布《华润万家风险管理制度》《关于进一步明确华润万家风控职责分工的通知》《华润万家重大风险归口管理部门分工表》，明确各级风控组织职责，细化各级风控办公室角色分工，加强重大风险归口管理，有效提高风险控制管理能力。

优化制度规范

华润万家全面梳理公司制度流程框架，确定公司一级制度框架；规范总部、各省级公司制度命名规则，统筹各职能条线对制度进行梳理优化；根据公司组织架构调整及制度重塑工作内容，制订匹配公司特点的制度立项计划，并跟进落实情况。

健全业务流程

华润万家组织开展内控体系建设专项项目，梳理主要业务领域的评价关注点，结合内控监督评价规划方案要求，对公司本级及下属运营中的法人公司开展内控评价；在综合考虑年度内控评价工作要求、年度十大风险的基础上，对公司总部及各省级公司，重点业务领域开展内控体系自评工作，推动公司进一步健全业务流程。2020 年，华润万家对公司本级及下属运营中的 29 家法人公司开展法人评价，评价涉及检查点数量共 174 条，发现缺陷 16 条；组织总部及各省级公司针对 13 个重点评价领域以及主要/核心业务和事项开展内控自评价，发现缺陷 12 条。

开展培训宣贯

华润万家制定年度风控培训方案，通过实施分类、分层、分级培训，采取“现场+视频”授课、海报宣传、公众号、微信群等方式，组织中高层管理人员、审计人员、省级风控办公室人员、兼职风控人员开展通用风控知识、专业风控理论、风控实操技能等培训，不断提升相关人员风险防范意识。



公司风控委员会会议

规范公司管理

华润万家进一步优化完善公司治理体系建设，秉承两个“一以贯之”原则，贯彻落实《关于加强党的领导与完善公司治理有机统一的指导意见》《华润集团优化完善公司治理体系实施方案》，坚持加强党的领导与完善公司治理相统一，推动治理优化工作开展，建立起定位准确、权责衔接、有效制衡的治理机制。2020年，共召开董事会3次，讨论并决策17项；共召开党委会/党委（扩大）会26次，决策“三重一大”111项；召开管理团队会14次。

健全决策主体



确立公司党委在公司治理结构中的领导作用，进一步明确党组织、董事会、管理团队等公司治理主体的职责定位，建立权责明晰的决策主体。

持续优化治理



制定优化公司治理工作方案，成立公司治理优化工作组，对治理主体建设、制度建设及会议执行情况进行梳理，系统分析现存问题，主责推动治理优化工作的开展；完成《华润万家权责运行手册》关键事项的新增、修订、删除优化调整工作，明确关键事项中的“三重一大”事项以及完善手册中关于党委会前置审议程序的体现。

规范会议程序



华润万家坚持并严格按照《华润万家“三重一大”决策制度》等落实执行，结合“三重一大”系统建设上传信息要求，优化会议召开各环节，注重议题收集的标准化、会议通知的保密性和会议程序的规范性；会议决策过程中充分发扬民主，按规定程序和方式形成决策，公司党委依法依规高效行使“决定权”“把关权”“监督权”，全年未出现重大失误决策。

创新推动转型

华润万家着眼市场需求及行业前景，依托现有渠道和资源优势加速转型创新，通过创新业务模式和业务举措来应对行业竞争，优化盈利模式，实现全渠道经营，培养可持续的竞争实力。

业务模式创新，打造全渠道供应商

突如其来的新冠肺炎疫情对各行业造成巨大的影响，消费者的购物习惯也随之改变，零售行业面对巨大挑战的同时也面临着新的机遇，华润万家顺势而变，从消费者需求出发，线上线下融合，引入智能化技术与设备，满足顾客多样化需求。

全渠道“业务上线”

华润万家坚持聚焦一日三餐和居家生活场景，通过自有平台上线和接入第三方平台，实现多渠道系统融合，为广大消费者提供便利服务。

自有平台建设，升级服务能力

万家不断研发与顾客需求适配的系统，疫情期间上线万家团购小程序，构建企业福利购的规划，搭建批发专属小程序，为不同客户提供便利。同时创新升级线上平台，万家APP向消费者提供好物预售、网上超市、邻里万家、社区服务、万家农场、会员专区“六大场景”，满足日益增长的线上细分场景消费需求。2020年万家APP日均订单数增长近11倍。

接入第三方平台，多渠道功能融合

与京东到家、美团外卖、饿了么等第三方平台全面开展线上业务合作，打通自营渠道及第三方平台、实现会员线上线下通用；与达达集团升级战略合作，提供更优质的全渠道门店履约产品技术和配送服务。截至2020年底，华润万家超过2200家门店接入线上平台。



与第三方平台开展合作



U購 select 現已登陸 foodpanda mall IS NOW ON

更多分店現已投入服務，覆蓋更多區域！
More stores are launched on foodpanda mall with more districts covered!

立即下載
Download NOW

Google Play App Store

Vanguard 華潤萬家

U購 select 登陸 Foodpanda 線上銷售平台

拓展消费新业态

为满足日趋多元化的消费需求，万家创新全新品牌萬家 CiTY，联合萬家 MART、萬家 LiFE，实现三大新业态组合全部落地，为顾客提供更加良好的线下购物体验。2020 年 12 月，萬家 CiTY 于苏州太湖新城万象汇首店开业；萬家 MART 已开出 15 家门店，覆盖深圳、上海等 10 个城市。

案例

打造社区零售新模式，华润苏果首家“苏果 LiFE”亮相南京

2020 年 11 月 7 日，华润苏果首家“苏果 LiFE”怡康街店亮相南京，以家庭为中心，满足一日三餐及居家生活基本需求，打造 5-10 分钟步行范围内的居民优选购物场所。

秉承“美好生活在苏果”的经营理念，门店在宣传物料和陈列道具的颜色运用上，以绿色和木质色为基调，强调新鲜、绿色、自然；在品类布局上，加大生鲜和食品品类占比，精选个人护理、家庭清洁和家庭补充品，以更简洁的肉、馋、冻、粮、饮和洁等字眼，帮助消费者更高效地搜寻想要的商品；大力引进包括自助收银、多类型智慧屏和电子价签等数字创新技术，推进门店智慧化进程。同时，通过万家 APP、苏果优选、苏果社群购等线上平台与顾客建立全场景接触，将线下购物行为与线上消费习惯相结合，全方位打造新鲜、便利、智能化的社区门店。



业务举措创新，满足消费新需求

华润万家顺应市场潮流，发展直播业务，走出门店，以让万家品牌走出来、打出去为宗旨，在消费者心中建立万家专属的、受顾客信赖的品牌形象。

直播带货

华润万家建立直播业务运作流程和执行标准，采取新型合作模式，结合消费者需求与供应商需求，不断开拓直播新场地、新话题、新表现形式，让华润万家品牌真正深入人心。



进驻社区

门店进驻社区售卖商品，开展驻点式小区销售，从“坐商”转变为“行商”。

外摆市集

门店广场推出“外摆市集”，为城市复工复产复市、拉动消费增添助力。

成就英才之美

华润万家积极构建“以人为本”的企业文化，秉持“尊重人的价值、开发人的潜能、升华人的心灵”的人才工作宗旨，保障员工合法权益，持续健全职业培养与发展晋升体系，关心员工工作生活，努力创建一个实现价值、和谐、多元、进步的职业平台。

责任故事



乘风破浪“小鲜笋”

什么是成长？

是勇气，是担当，是坚持

是用奋斗的汗水浇灌青春之花

是愿乘长风破万浪

8月3日，华润未来之星训练营万家营在炎炎夏日中启航，“小鲜笋”们怀着对美好未来的憧憬与希冀踏入华润大学，走进门店，走上岗位，成为勇于担当、勇立潮头的新时代万家人，开启人生新篇章。

26 天的历练，笋尖出道

为了让“小鲜笋”们快速融入，万家营精心组织了集中学习、文体活动、跨界学习、岗位历练等活动，助力全国各地 296 名“小鲜笋”认同华润、转换角色、树立抱负，实现从学生到职场人的转身。

进入训练营第一天，老师开展了训练营助手的选拔，卢钊舟第一个走上台，而“班长”这个职务也随之伴随了他整个训练营，处理日常工作、组织协调各类活动举行、撰写营地周报，在不断的工作和挑战中，激发自己的潜力。“其实我并不主动，但是那时我想要改变，想要收获一个不一样的自己。”

2020 万家营“智汇万家 创享未来”创新大赛作为华润万家的传统项目，是对所有新人的一次综合考验。作为第四小组的组长，卢钊舟坚持自己对“创新大赛”的初衷理解，“创新大赛就应该尽情发挥想象力”，确定了《万家幻境》的选题，最终在全国总决赛中脱颖而出，获得 2020 年华润万家创新大赛冠军。

26 天的训练营虽完结，但拥有勇气、担当和坚持品质的“小鲜笋”已成功起航，迈入全新的零售行业。

60 天的实习，脚踏实地

在完成公司训练营 1 个月的培训之后，获得烈焰状元、满分结业的陈丽琴开启了为期 2 个月的门店实习，面对全新环境，虽有不少压力，陈丽琴始终牢记徐辉总在结营仪式上送给“小鲜笋”的箴言“脚踏实地，从头做起，融入团队，敢于付出，勇于创新，提升本领，突破自我”。在同事的帮助下，陈丽琴积极融入团队、砥砺前行，逐渐成长起来。



陈丽琴在门店进行岗位历练

“在门店我和员工们一起打过堆头、一起卖过商品、一起拉过排面、一起拉货补货；我遇到过和善爱笑的顾客，也遇到过百般刁难的顾客；我经历过门店的早班和晚班，体验了乘坐第一班地铁的清爽洁净，也感受了最后一班地铁的奔跑追赶……”60 天的实习时间很快过去，陈丽琴在基层历练中逐渐了解门店的现场经营管理，掌握零售的经营特点，在后续工作中不断书写新的成长故事。

任期内轮岗，知行并进

在经历过节奏紧张的训练营与脚踏实地的门店历练后，“小鲜笋”们迈入轮岗学习阶段。他们被分派到不同模块上轮岗学习，了解部门的阶段性工作任务，加深业务工作的理解，不断地积累知识与经验。

因在训练营与门店历练期间表现优异，雷川被选为优秀 MT 代表参与校园招聘。之后，雷川进入华润万家财务共享中心，在销售收款组和采购应付组进行轮岗学习。她思考每一个步骤的含义，并付诸实践，积极负责相关业务，帮助岗位教练分担工作。



雷川进行工作汇报

轮岗学习期间，她参与多个业务项目，强化了财务专业知识，提升了团队合作、问题解决以及数据处理能力，也对华润万家的业务和财务工作有了全新的认识，在未来的工作中能够学以致用，知行并进。

长风破浪会有时，直挂云帆济沧海。华润万家为“小鲜笋”们提供系统的培训、多元的历练和广阔的平台，只希望每一位进入公司的员工都能与万家携手奋进、共创美好，坚定成长之路的每一步！

保护合法权益

华润万家把维护员工权益作为增强员工主人翁意识、凝聚发展合力的重要抓手，为员工提供平等的工作机会，健全薪酬福利体系建设，真诚倾听员工声音，关爱员工身心健康，切实保障员工合法权益。

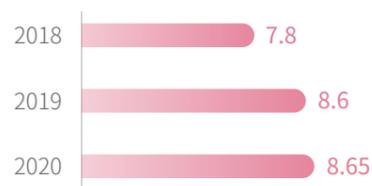
应届生就业

万家积极主动与各大院校联系，采用线上宣讲、面试等无接触方式，推动校园招聘工作有序开展；同时通过社招形式，持续吸纳优秀人才。

接收退役士兵

万家积极贯彻落实退役士兵安置工作，充分考虑退役士兵在万家的职业发展道路，慎重选择安置岗位类型，为退役士兵提供工作发展机会。

每年人均带薪年假天数（天）



依法科学用工

华润万家始终坚持依法合规科学用工，依据《中华人民共和国劳动法》《中华人民共和国劳动合同法》等相关法律法规及各地劳动用工有关政策和要求，结合公司实际，制定科学用工管理制度，保护兼职工、临时工和劳务派遣工权益，确保法律法规规定的员工权利和应享受的福利待遇得到实现，发展和谐劳动关系。2020 年，华润万家在职工劳动合同签订率、社会保险覆盖率均为 100%。

坚持平等雇佣

华润万家始终坚持平等对待每个员工，依据岗位要求，平等招聘及任用员工，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；积极招聘、培训当地员工，努力吸引和培养当地优秀人才，为当地提供就业机会，除黑龙江、西藏外，基本实现 29 个省、市、自治区以及香港特别行政区人才雇用本地化。面对疫情带来的稳岗就业压力，万家积极响应国资委、华润集团“抗疫稳岗扩就业”行动部署，扎实推进稳就业工作。2020 年，华润万家招录各类人员 31591 人，在岗员工总数约 16 万人，女性管理者在管理者中占比为 31.44%。截至 2020 年底，在公司 10.5 万名员工（不含促销员）中，男性员工为 3.3 万人，女性员工为 7.2 万人；正式员工为 9.5 万人，非正式员工为 1.0 万人。

指标 / 年份	2018	2019	2020
女性管理者比例 (%)	32.45	26	31.44
少数民族或其他种族员工比例 (%)	3.38	3.6	2.9
残疾人雇佣人数 (人)	1379	1144	1037

完善薪酬福利

华润万家根据国家法律法规，按时足额发放薪酬，同时进一步优化员工工资结构，实现工资与工作过程、工作能力、工作目标挂钩，为员工提供具有竞争力和成长性的薪酬待遇，有效调动员工积极性。疫情期间，万家为一线员工提供工作餐或发放餐费，根据具体情况发放交通费补助；确保员工工作环境健康安全、休息休假时间充足，打造有温度的成长型组织。

强化民主管理

华润万家不断加强民主管理，完善工会、职工代表大会组织及制度建设，并通过联席会议对非属地化的工会组织进行管理，落实员工参与民主管理和民主监督的权益，认真倾听员工声音，营造积极向上的和谐劳动关系氛围。截至 2020 年底，华润万家累计成立工会组织 142 个，各项工会工作平稳有序开展。

关爱员工健康

华润万家切实保障员工身心健康，定期组织员工体检，重视员工安全防护工作，开展健康知识宣教活动，有效降低员工健康风险。

加强疫情防护

疫情期间，严格落实防疫措施，对各门店、写字楼等工作场所进行全面消杀，为员工发放口罩、酒精、消毒液等防疫物资及牛奶等生活物品；关注员工及其家属的健康状态，并将确诊员工纳入救助范围；万家学院面向全体员工发布 17 门《新型冠状病毒防控知识》科普系列专题微课，并面向各级管理人员发放《疫情下的管理人员“心理防疫”宝典》等材料，提升员工身心抗疫能力。



组织员工体检

严格执行《华润万家员工健康检查管理规定》，在全国组织开展员工健康体检。2020 年，华润万家体检覆盖五万多名员工，体检及健康档案覆盖率达 67.74%。

关注心理健康

积极落实华润集团 EAP 项目组的具体工作，做好员工心理咨询服务，有效缓解员工心理压力，增强员工组织归属感。

开展健康培训

根据零售业所涉及的职业风险，为员工提供有关职业病防护、职业安全健康相关题材的培训。2020 年，香港公司共开办职业健康培训 16 课次，基本覆盖职能人员、物流员工及门店一线员工。



职业健康培训

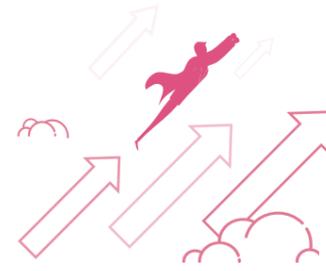
助力职业成长

华润万家从人才梯队、在岗能力、新员工入职三个维度出发，构建完善、系统的培训体系，通过精准化专业课程和多样性教学设计，帮助不同类型的员工快速成长，助力员工实现职业追求和人生价值，为万家高质量发展提供人才支撑。

开展员工培训

2020 年是万家转型变革的关键年，万家围绕支持业务、孵化人才、传承文化、助推战略的使命，面向年轻经理潜质人才、关键人才、一线门店及基层员工，共开展 10 个重点项目，覆盖近 7 万名员工；响应疫情防控要求，万家严格实行培训报批机制，积极探索和利用多媒体渠道进行线上培训。截至 2020 年底，华润万家全国在库认证讲师总计 1827 人，累计在库课程 503 门；上线发布各类主题微课共计 1018 门，全年员工学习总时长达 55.6 万小时。

指标 / 年份	2018	2019	2020
人均培训投入 (万元 / 人)	0.0064	0.0081	0.005
人均培训时间 (小时)	4.66	3.3	6.13
员工培训投入总额 (万元 / 年)	1021	1037	699.4
员工培训覆盖率 (%)	95	94.3	94



完善职业晋升

华润万家关注每一位员工的发展。为进一步激发员工工作激情和组织活力，万家持续健全完善职务职称体系，科学规划各级员工成长路径，并为不同类型的员工设置专业通道与管理通道。匹配万家业务链条及岗位工作职责，明确职类，作为岗位管理基本分类，推动岗位标准化管理；全面取消职级，建立以岗位为核心的职称体系，鼓励专业岗位员工能力提升和专业进步；明确管理岗位与管理职务层级，优化各级经理人的职务管理；明确管理岗位与非管理岗位的转任、晋升、调整机制，鼓励有专业技术能力的人员进入管理通道，拓宽干部来源；完善岗位职级优化配套政策，推动职务职称体系的平稳过渡，做到人尽其才、人尽其能。

营造幸福职场

华润万家在自身发展的同时，建立起员工与企业的良性互动，让员工切身感受到公司的重视和关怀，用心传递温暖，营造活力、幸福万家！

帮扶困难员工

华润万家发扬“以人为本”的核心价值观，弘扬互帮互助的精神，开展走访帮扶工作，设立爱心互助基金，救助困难员工，传递万家的“家文化”和人文关怀精神。截至 2020 年底，华润万家爱心互助基金帮助困难员工 140 人，金额达 240.3 万余元；春节期间，“爱心之旅”活动共走访慰问困难员工家庭 432 户，慰问金额达 22.9 万元，为困难员工及家庭送去冬日暖阳。



华润万家年轻经理人潜质人才发展项目



2020 届大卖场副总潜才培养项目



关键岗位持证考核项目



“未来星”——华润万家三年MT培训项目（第七期）

华润万家爱心互助基金帮助困难员工 **140**^人 金额达 **240.3** 万余元



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，保障女职工享受哺乳假、产假、产检假、妇女节假期等福利，设立女员工哺乳室，三八节发放女员工礼品等；在年度员工健康体检项目中，为女职工增加女性健康检查，帮助预防女性疾病；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。



丰富员工活动

华润万家在全国组织开展丰富多彩的员工活动，促进员工身心健康，提升团队协作能力，营造良好和谐的工作氛围。

疫情关爱活动

面对疫情，华润万家开展“疫去春来，春暖花开”生日会、发放女神节防疫关爱礼包等一系列疫情关爱活动，为员工送去困境中的关怀与安慰。

畅游万家健康行徒步活动

华润万家近 5000 人参与畅游万家健康行徒步活动，倡导健康向上的生活方式，促进员工身心健康。



“九九迎建党百年庆” 诗词朗诵比赛

为纪念中国共产党成立 99 周年，迎接建党百年大庆，华润万家策划和开展“九九迎建党百年庆”诗词朗诵比赛，用诗歌表达对党、对祖国的热爱之情。



创新拼图技能比赛

为充分促进员工交流学习，传播爱岗敬业、昂扬向上的职工文化，华润万家以“创新拼图”的方式，开展各类员工技能比赛及展示，鼓励员工提升技术水平。



精益品质之美

顾客是企业生存和发展的动力源泉，是企业最重要的资源。华润万家坚持“客户至上”的原则，秉持“诚实守信”的核心价值观，严格商品品质安全与风险管理，悉心维护消费者权益，竭诚为顾客提供优质的商品及服务，以自身在运营管理、技术研发、理念创新等方面的优势，为零售行业贡献卓越解决方案，推动行业可持续发展。



我是一名万家质检员

在万家
有这样一群严格的人
对食品设下层层考验
怀抱不变的初心
“食安则心安”

我是一名华润万家的质检员，工作虽小，却事关重大。所有商品在被摆上货架前，都要经过我的严格审查，只为守好食品安全最后一道防线。

我是全副武装的“战士”

2020年初，一场新冠肺炎疫情袭来，“安全”和“健康”牵动着万千家庭的心。为了让顾客安心，每天正式工作前，我都“全副武装”，经过一系列的全身消毒、体温检测、防疫培训等流程，最后才被准许进入后台操作间。我还需每日每时登记工作情况，包括严格按规范使用有效的清洁剂、消毒剂，不定期检查消毒液的浓度，以保证其消毒效果最佳……过程虽繁，只为安全！



工作人员食用油质量检测过程

我是权威专业的“评委”

进入后台操作间，一箱箱冷链食品已备好“三证一码”，即《货物入境检验检疫证明》《核酸检测阴性报告》《合格消毒证明》和追溯码。入场前它们还要通过交通工具消杀、专业人员消杀、物体表面消杀等全方位无死角的消杀，才能进入到万家门店仓库。

在万家门店仓库里，我利用专业检测工具，对商品进行微生物、农药残余、重金属等产品安全检查，同时定期对商品进行新型冠状病毒测试。雪糕储藏温度不达标、农药残留超标、水果表皮发黑不够靓、蔬菜叶子发蔫不新鲜……所有细节都在质量管控流程里明文规定，只为了更有效、更严格地为消费者把好食品安全关。

待证照齐全、全面消杀、检测合格后，上架商品获颁可显示商品情况简介、溯源历史等一系列信息的“身份证”一枚，“持证上岗”。每当清晨来临，顾客们进店就可看到来自全球的各类海鲜、肉制品、速冻食品、乳制品等整齐地在货架上备好，等着被消费者带入千家万户，成为餐桌上的一道道美味佳肴。



我是细心敏锐的“侦查员”

被精挑细选出来的商品上架后，我会默默地在一旁“护它们周全”，时刻关注着门店各个区域的卫生和商品情况，为顾客提供整洁明亮的购物环境，及时撤换包装破损、标识有误的商品，为商品提供最适合的放置条件，最大限度保护食品口感。每天，我至少要检视 1000 个商品，守护“舌尖上的安全”。

我是不断进步的“检察官”

为了确保我们质检的工作质量，保障顾客吃得更安心、用得更放心，公司持续开展门店食品质量安全审核及巡检，整改发现的隐患问题，并根据门店审核及巡检总结的普遍性问题，及时开展食品安全运营专项培训及转训工作，不断完善优化门店商品质量现场管控工作。除此以外，我们还有内部的质量专家“天团”、不断优化的检测室，只为更有效地提升门店的食品安全管理水平。

我的工作只是万家保障食品质量的其中一关。全球疫情尚在进行，为守护家人和万千消费者的食品安全，万家加倍注重食品安全并加强防疫防控，筑牢食品安全防线。

强化质量管控

商品品质安全与大众生活密切相关。华润万家以务实、专业的精神，持续完善品质内控标准，紧盯源头、配送及门店商品质量管理，实现全流程管控，落实全面质量保障，为顾客提供优质产品。

商品质量源头管控

华润万家制定严格的商品质量源头管控制度，强化供应商管理，督促供应商提高质量意识、落实主体责任，完善商品追溯机制，保障商品质量安全。

提高供应商准入标准

华润万家积极推动完善供应商准入体系和供应商动态评价体系，进一步优化《华润万家供应商准入标准》，新增生鲜、食品等 27 个大类质量（验厂）评估要求；提高供应商审核标准，要求供应商需要符合华润万家工厂审核分数 PB80 分以上，其他项目 75 分以上才可进行新商建档，全面加强供应商管控。

加强商品来源管控

华润万家按照《华润万家供应商索证操作流程》，对合作供应商及销售商品实行严格的索证索票电子化管理，查验和稽核供应商相关证件及资质证明材料，对于不符合要求的商品一律不予引进，严格保证商品合法合规且来源可追溯。

2020 年，华润万家严格按照各地政府部门关于进口冷链食品的防疫要求，依法做好进口冷链商品信息备案和经营销售台账记录，重点查验进口冷链食品《货物入境检验检疫报告》《核酸检测合格报告》《合格消毒证明》等资质证照，并积极配合启用部分地区政府推行的进口冷链食品追溯系统，确保所有门店在售的进口冷链食品渠道清晰可追溯。

案例

全流程闭环可追溯，Olé 公司力保食品不掉“链”

“我在手机上可以看到这块牛排是如何通过层层检测和消毒的，感觉会比较放心。”
——Olé 门店顾客 刘先生

2020 年，华润万家智能与信息部联合 Olé 公司开发上线“Olé 质量追溯平台”，门店将验收时的商品信息录入追溯系统后形成商品追溯码，扫一扫食品价签上的溯源二维码，即跳转到“Olé 质量追溯平台”，页面会展示该商品的产品信息、基地信息、生产日志、检测信息、许可证、品牌服务等源头信息，确保“从农田到餐桌”的食品安全，让顾客买得放心。



强化供应商生产管控

华润万家定期校准农产品种植基地及其他商品生产工厂管理办法及审核条款，并针对供应商的现场环境卫生、原料成品及包材管理、农兽药及食品添加剂的使用情况进行审核，及时淘汰处理审核不达标的供应商，确保商品从生产源头符合要求。

优化内部商品质量管控

华润万家定期根据产品本身的风险等级、历史管控、自查情况等，开展商品质量专项抽检。通过引入具有专业资质的第三方实验室，对商品安全、质量等指标进行专业检测，下架禁售不合格商品并要求供应商进行整改，待复检合格后方可恢复销售，有效保障所售商品质量达标。

商品质量过程管控

华润万家建立完善的物流配送体系，严守商品运输标准，对商品实行集中验收，制定统一标准进行管理，保证商品在运输过程中的质量，为顾客提供放心产品。

严格落实商品验收制度

华润万家按照国家质量管控要求，积极完善商品验收制度，将商品检测工作前置至物流配送中心收货环节，建立并实施《华润万家 DC 收货流程》《华润万家生鲜商品验收流程》《华润万家商品质量管理办法》《华润万家商品验收标准》等制度；采用专业的物流管理软件，支持快速检索供应商、生产商证照及每批次食品的检验报告，帮助配送中心及时发现和处理问题食品，避免问题商品流入门店。

优化生鲜商品质量控制体系

华润万家高度重视生鲜食品质量，打造高效生鲜物流配送中心，从证照、温度、安全、品质等方面对来货商品进行严格管控；各配送中心均配备商品检测实验室，并拥有专业质量检测团队和检验设备设施，依规检测果蔬商品、鲜冻肉类、水产类、蛋类等商品，同步将检测结果公示在其所配送的门店，真正做到让消费者“看得见，放心买”；每天根据门店订货商品数量到动物卫生监督管理所进行换证，同时扫描发送至门店，提升门店生鲜商品的安全可控性。

商品质量现场管控

华润万家制定门店专门的食品安全审核条款，建立门店自查、区域巡检、总部抽检的三级监督巡检机制，做实做细门店商品质量管控。

加强门店食品安全审核

华润万家持续开展门店食品安全审核，保证门店现制现售商品的质量安全。根据定期统计分析门店审核及巡检数据，总结门店质量安全方面存在的普遍性问题，全面保障商品质量现场管控工作。2020 年，印发《华润万家门店食品安全审核及结果应用方案（2020 年版）》，进一步夯实门店食品安全基础标准；完成全国 602 家大卖场食品安全内审，隐患问题整改率达 100%，确保隐患问题“见底清零”。

开展果蔬商品农残快速检测工作

华润万家致力于为消费者提供安全可控、品质稳定的果蔬商品，不断提升农残快速检测能力。华润万家在多地中心门店建立果蔬农残检测室，确保门店当天到货的果蔬商品农残快检全覆盖；结合自身检测与政府抽检数据，建立高风险商品预警机制，针对高风险单品采用“胶体金测试条”开展单项农残快检，显著降低不合格果蔬商品在门店销售的风险。

强化节令期间商品质量管控

华润万家高度重视节令时期商品质量管理，精心制定节令期间商品质量专项管控方案，开展专项巡检工作。2020 年，华润万家编制并下发 6 个专项质量管控活动方案；在元旦、春节、端午节、中秋节、质量月期间分别开展 5 次商品质量安全专项巡检，重点围绕索票索证、供应商评审、标签合规性检查、商品抽检等方面对全国 11 家门店进行督查和抽检，让消费者在节令期间买得放心。

加强质量宣导

华润万家积极向各利益相关方宣贯质量知识，提升利益相关方的质量意识、强化质量管理能力，彰显万家品质形象。

完成全国大卖场食品安全内审

602 家

隐患问题整改率达

100 %

组织质量管理培训教育

华润万家注重提升员工及供应商的商品质量风险管控意识，积极开展质量管理培训教育。2020 年，共开展食品安全专项培训 10 场，供应商评审条款校准会 3 场，全国第二期食品安全内审培训会 2 场。



第二期门店食品安全内审员培训

开展质量活动科普

华润万家积极向消费者宣传质量知识，举办质量月活动，邀请顾客参观生产基地，用质量树口碑。

举办 3.15 质量月活动

华润万家于每年 3 月定期举办 3.15 质量月活动，展示公司商品质量，与顾客加强互动了解。2020 年受疫情影响，华润万家以线上推广为主，举办“健康防护小经验分享”“质检人员的一天”“特殊期间保供应”“烟火气的拣货单”等多项活动，增进消费者对华润万家环境及食品安全严格管控的认知。



思念基地参观活动

2020 年 9 月，河南公司环境健康安全部与公司办公室共同组织基地参观活动，邀请近三十名新老顾客参观知名企业——郑州思念食品有限公司生产基地。通过参观生产基地，让顾客了解华润万家在构建商品质量、保障食品安全方面所做的努力。

组织质量月活动

2020 年 9 月全国“质量月”期间，华润万家制定《2020 年华润万家质量月活动方案》，通过开展食品安全知识竞赛、组织顾客和质量人员“零距离”接触基地或走进工厂等一系列活动，宣传精益求精、追求卓越的质量理念，传播食品安全知识和健康消费观念。

优化客户服务

华润万家秉持“引领消费升级，共创美好生活”的使命，不断完善服务体系，规范投诉机制，加强会员管理，始终致力于以高效、优质的服务，为顾客带来如“家”般舒适的购物体验。

保障客户权益

华润万家严格遵守《中华人民共和国消费者权益保护法》等法律法规，切实维护消费者权益。公司严格管理人员权限，只有客户信息录入人员及拥有相关权限的人员方可查阅客户信息，规定未经客户本人同意情况下，任何人不得将客户的个人信息向第三方披露；坚持以普通家庭为主要消费群体，开展针对低收入者的产品和服务设计，努力为客户创造放心、安心的消费环境。

完善服务体系

华润万家始终秉承“以顾客为中心”的服务理念，积极维护顾客权益，为顾客提供良好的购物体验，积极开展客户满意度调查，致力于在消费者的全链条、全触点、全场景中创造令人愉悦和独特的品牌体验。

完善门店服务管家项目

华润万家苏果公司持续巩固“贴心管家”服务品牌成果，践行“718 服务承诺”，从售前、售中、售后三大环节全链条升级顾客体验。门店组建部门经理级服务先锋队，完成门店整体服务架构搭建；设立贴心管家队伍，负责服务品牌门店端执行；同时倡导全员服务理念，提高服务质量。

顾客无忧退换货服务

华润万家依据《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，持续完善顾客销售退换处理流程，提高处理速度和效率，提升顾客满意度。

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提供快速办理门店下单、送货上门、安装到户贴心一条龙服务，为顾客解决后顾之忧。

规范投诉机制

华润万家高度重视客户投诉，畅通客户投诉受理渠道，规范投诉解决机制，全力维护客户权益。制定实施《华润万家全国客服中心服务操作规范》，规范全国客服中心受理顾客咨询与投诉的服务操作标准化；依据《华润万家门店顾客投诉处理规定》，对顾客投诉信息与处理进行系统性管理，及时妥善反馈、跟踪、处理顾客的投诉。2020 年，华润万家共受理 34761 单客诉，完结 34745 单客诉，客户投诉解决率为 99.95%。

华润万家共受理客诉

34761 单

完结客诉

34745 单

客户投诉解决率为

99.95 %

苏果公司“718 服务承诺”

7 天无忧退货

除烟酒等易耗品外的商品自购买日 7 天内，顾客不满意即可退货，超过 7 天，在不影响商品二次销售的情况下即可退货。

1 分钟快速响应

对于顾客需求，门店内员工要第一时间放下手中工作予以回应，贯彻执行首问责任制，如遇难题及时联系贴心管家进行处理。

8 项贴心服务

节假日开展社区活动；对超市内弱势群体进行爱心帮助；通过门店微信社群服务社区居民；提供销售以外的便民服务；热心负责的路线指引；为顾客提供省钱的促销指引；解答顾客疑虑的专业导购；全渠道融合的线上购物。



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，跟进或协助商品部门受理商品质量投诉，投诉解决后进行顾客回访。



案例

华润苏果及时处理顾客反映问题

2020 年 7 月 15 日，华润苏果顾客通过线上平台在门店下单，但收到的不是购买的商品。客户第一时间向门店反映问题，门店立即调查监控、订单及回访骑手，发现为骑手送错单导致。了解情况后门店迅速联系两位受影响的顾客并致歉，协调骑手及时调换商品，处理结果获得顾客认可。同时，华润苏果向平台、骑手再次强调“商品交接”要求，确保商品能够准确地送到顾客手中。

门店设立顾客意见箱及意见回复栏

门店服务台旁设立顾客意见箱，服务台值班经理每天查看意见箱，收集意见；三天内在意见回复栏内公开回复顾客的意见或建议。



门店顾客意见箱及意见回复栏

设立客服热线系统

设立全国统一客服专线“4006118866”，安排专人接听和受理顾客投诉；建立客服中心话务系统，增加在线客服及智能机器人自助回复功能，提升客服业务处理效率。

专人跟进线上投诉

安排专人统一跟进处理微博等网上平台投诉，针对处理结果进行汇总、分析和改善，并设立回访机制。

强化会员管理

华润万家在会员管理方面不断推陈出新，通过多渠道持续招募新会员，提升会员服务能力，丰富会员权益，优化会员体验。

加强会员招募

华润万家持续开展新会员招募活动，以万家 APP 为核心、微信公众号为辅，积极发展万家电子会员，全年累计新增会员超过 700 万人，线上注册会员超过 98%，较去年提升 4%。截至 2020 年底，华润万家会员规模总数达 6000 万人，万家 APP 用户规模逾 1000 万人。



华润万家会员规模总数达
6000 万人



积分换购

丰富会员权益

华润万家与京东到家平台首次实现会员互通，万家会员可以享受在京东到家平台门店消费积分、会员价商品和会员专享优惠，进一步丰富会员权益；积极拓展会员线上场景，基于全国全业态资源，搭建完善万家 APP 积分商城积分兑券、积分换购、积分抽奖、积分支付四大场景运营，给会员带来更多实时性便利与实惠。

开展会员活动

Olé 会员俱乐部积极开展线上会员课堂与线下会员活动，致力于为会员带去极致服务。2020 年，Olé 会员俱乐部共开展主题会员课堂 1297 场，参与人数达 12310 人；其中，围绕世界食材、中国宴等主题，线上开展 30 余场概念厨房星厨烹饪课堂。



线上云直播美食课堂教学



原产地探访定制活动

升级消费体验

华润万家贯彻顾客至上的方针，全力升级消费者购物体验，为顾客提供值得信赖的商品和服务，打造安心、舒适的互动购物体验。

优化商品结构

华润万家不断升级门店品类，积极迎合新时代顾客对健康、品质日益提升的诉求，努力挖掘健康、绿色、高品质的产品，致力于为消费者带来更多样的选择和更丰富的购物体验。

Olé 公司

积极把握时代风向标，输出有机、高蛋白及细分乳种的鲜奶产品，开发补充进口运动保健、膳食补充剂类新品百余个，扩充带除菌除螨功能性的洗衣、洗碗、家居清洁、小家电类商品等，持续推动商品结构升级。



Olé 门店清酒专区

京津公司

依据分析资料，围绕年轻客户群体需求，调整门店啤酒分类，针对性地引进进口及新兴品牌共 70 余支商品，有效推动啤酒品类业绩迅猛增长。

广东公司

针对市场大趋势及防疫主题热度，引入囊括网红国潮商品、自热速食及特色大包装零食等与日常生活及休闲娱乐息息相关的亮点新品，吸引广大年轻消费者。

升级购物环境

基于未来零售发展趋势及场景化消费需求，华润万家积极推进购物环境改造提升，增强顾客获得感和幸福感。

优化食品陈列专区

Olé 公司对门店食品陈列专区进行升级，通过暖色灯光、优雅的木纹提升面包区的形象和氛围，优化西式美食专区整体装饰设计，营造更加温馨、更有品质的购物环境。



应用门店多媒体屏

2020 年，华润万家在大卖场、万家 MART、万家 CITY、万家 LIFE 等 122 家门店广泛应用多媒体屏，提供更全面的商品与促销信息，实现与顾客之间的数字化互动。



门店多媒体屏

全面上线自助结账

2020 年，华润万家全国大卖场上线自助收银门店数 675 家，投入机器数 8500 台，自助收银客流占比超过 50%，大幅提升收银效率，有效减少顾客排队时间。



增加移动 POS 收银设备

2020 年，华润万家共计新增移动 POS 收银设备 1668 台，为场外收银、门店租户等业务场景提供便利，有效支持门店进入社区提供便民服务。



大力推广电子价签

2020 年，华润万家超过 500 家门店推广使用电子价签，价格显示更加准确快捷。



电子价签

优化门店堆端标准

2020 年，华润万家不断优化门店堆端标准，将门店堆头高度由 1.8 米降至 1.35 米以下，将通道的间距提升至 1.5 米，为顾客打造宽敞舒适的购物空间。



下篇

外化于行

共筑万家中国梦

52 守护生态之美

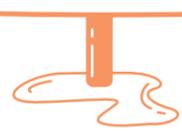
58 开创共赢之美

66 分享和谐之美

守护生态之美

华润万家深入贯彻落实习近平生态文明思想以及党中央、国务院有关生态环境保护的重大决策，牢固树立绿水青山就是金山银山理念，坚持从大局出发、从长远出发、从整体出发，始终走在经济与生态环境和谐统一发展的道路，将绿色发展理念融入日常经营管理，使蓝天常在、青山常在、绿水常在。

责任故事



可持续消费行动派——Olé 减塑之路

自 2013 年起

我们开始对白色污染说不
以“负责任消费”为起点

降塑减排

守护清洁的明天

一项海洋科学研究表明，塑料已经布满世界海沟最深处，地球每一个海洋生态系统都遭受着塑料的污染。

作为成就了现代经济的发明，在过去一百余年的时间里，塑料充斥着我们的衣食住行。它在为人类带来了种种便利后，由于没有得到妥善处理，给人类的生存环境造成了“白色困境”。

Olé 在环保事业上敢于创新、追求卓越，在节能减塑中探索出一条“Olé 之路”，拒绝“白色污染”。

从一“袋”开始

早在 2013 年，Olé 及旗下子品牌 blt 精品超市在全国范围采用“全生物降解购物袋”以代替传统的塑料购物袋，成为国内首个全面启用全生物降解塑料袋的高端超市。这种购物袋拥有多家国际专业机构权威认证，由 PBAT、PLA 生物降解原料制成，可在自然环境中被微生物分解消化成二氧化碳、水及其他有机物，真正实现“零污染”。八年时间里，Olé 总共使用逾 7500 万个“全生物降解购物袋”，减少了超过 2100 吨不可降解塑料的使用。



2020 年 8 月 9 日，Olé 员工志愿者沿着海岸线收集、清理各种垃圾共计 61.63 公斤，其中绝大多数都是塑料制品



为了进一步唤起大众的“减塑意识”，改变消费者的购物习惯，Olé 特别设计出多款材质的环保袋：柔软质轻的无纺布袋、天然透气的亚麻购物袋、防水抑菌的杜邦纸袋、平整柔韧的牛皮纸袋……这些环保袋既结实耐用又美观大气，为顾客环保绿色购物提供更多选择。

摆脱生活“塑”缚

Olé 更从一次性塑料餐具、生鲜包装耗材等方面着手，在减塑之路上不断前行。Olé 严格执行国家“限塑”“禁塑”政策要求，将全国门店餐饮的堂食餐具全面升级为纸吸管和 PLA 可降解一次性刀叉勺，平均每年将至少减少 2 万根一次性普通塑料吸管、400 万支一次性普通塑料刀叉勺的使用，相当于减少使用 25 吨不可降解塑料。

与此同时，Olé 也在积极探索更多的减塑可行性，如从现有材质、生产工艺水平等维度着手，更多地替代不可降解一次性塑料包装，刺激带动一次性包装产业升级转型。Olé 计划于 2021 年 5 月，在 Olé 深圳万象城升级店试点使用全生物降解连卷袋、垃圾袋，以及采用纸浆、PLA 可降解塑料、牛皮纸等环保材质的包装盒、包装袋，力求通过包装创新，探索减塑新路径，为顾客、为下一代、为地球做出有意义的改变。

规模越大，责任越大。Olé 的“减塑之路”是万家环保路上的一道亮丽风景。华润万家在持续扩张业务规模的同时，将可持续发展理念融入战略规划、生产经营和业务发展等各项工作当中。过去、现在以及未来，华润万家一如既往全力打好环保减塑升级战，践行绿色发展理念，共同保护地球家园。

随身带一“袋” 减“塑”行动派

REDUCE PLASTIC POLLUTION

为响应国家环保减塑政策，自 2021 年 1 月 1 日起，
Olé 提倡自备环保购物袋，减少一次性购物袋的使用。



“减”单生活 摆脱“塑”缚

REDUCE PLASTIC POLLUTION

为响应国家环保减塑政策，自 2021 年 1 月 1 日起，Olé 提倡自备餐具，不再使用
传统不可降解一次性塑料刀、叉、勺以及筷子等餐具。
(原包装食品使用的一次性塑料餐具暂不在禁止范围内)



绿色管理

华润万家坚定不移贯彻新发展理念，不断完善环境管理体系，健全环保督查运行机制，强化环保专业培训，推动万家绿色发展迈上新台阶。

完善制度体系

华润万家结合自身业务特点及环保管理水平，研究制定《华润万家全面做好生态环境保护工作方案》，对华润万家生态环境保护工作目标、组织机构和工作计划等方面做出详细部署，为全面做好生态环境保护工作提供良好的制度保障。

严格生态检查

华润万家从高度重视、自查自纠、关注民生、强化认识、抽查督导等方面，制定《生态环境保护专项检查内容清单》，规范和加强环保督查工作，形成协同高效的环保督查运行机制。

案例

开展全国生态环保问题自查自纠

7月和9月，华润万家分别组织开展全国性生态环境保护问题自查自纠工作，召开视频会议听取各省级公司关于生态环境保护问题工作情况，针对各省级公司自查自纠中发现的废气排放、噪声污染、固体垃圾、液体垃圾、证照合规等问题进行重点工作部署，并进行全面整改。

强化环保培训

华润万家根据自身绿色发展实践，结合线上、线下多种形式，组织开展节能减排培训，提升内部专业岗人员生态环保管控工作的专业知识，增强全体员工节能环保意识。

案例

开展环保和节能专项培训

11月，万家针对全国专业岗人员开展环境保护和能源节约工作专业知识培训，重点宣讲环境保护和能源节约政策趋势、普及相关法律法规等，强化专业岗人员学法、懂法、精业务的意识，为进一步做好环保节能工作打好基础。

绿色经营

华润万家高度重视节能减排工作，严守生态保护红线，以“创建绿色商场，推广绿色技术，促进节能增效”为工作重点，多措并举节约能源消耗，降低“三废”排放量，将绿色经营理念融入公司发展战略并贯穿到万家生产和经营管理的工作中，积极应对气候变化，全力打好污染防治攻坚战。

节约能源消耗

华润万家深入推进节能降耗工作，加大节能减排投入力度，对高能耗设备进行升级替换，全面推进LED光源更换、冷柜加门加盖、磁悬浮空调、节能水泵、水泵变频等重点节能减排项目，促进能源效率提升。



店内使用有门雪柜，降低约30%能耗

减少“三废”排放

华润万家在全国范围内推行绿色采购和绿色运输，不断加快绿色物流体系建设，带动合作伙伴共同履行环保责任，同时积极开展环保减塑行动，带动旗下企业降低“三废”排放量，采取针对性举措处置生产经营过程中产生的固体废弃物、液体废弃物和气体废弃物，严控生态环境风险。

案例

Olé 公司减排专项行动

Olé 公司针对生产经营过程中产生的固体废弃物、液体废弃物和气体废弃物采取专项举措进行处理，致力将生态环境保护落实到生产经营。Olé 在门店设立专门的纸皮房用于回收纸皮，与专业公司签订纸皮回收合同；对其他固体废弃物设置专门的垃圾存放处，引导门店做好垃圾分类工作；要求有关门店在洗碗池等关键部位安装隔油池，严禁废油直接排至下水道，并与专业的废油回收公司合作，定期清理，做到废油去向可查；为门店熟食操作间安装运水烟罩，定期清洗油烟管道，使油烟气净化后再排放，严格践行环保责任。



运水烟罩控制系统

绿色办公

华润万家坚持绿色办公，制定《华润万家总部办公楼层能源控制管理措施》，对老旧设备进行节能改造，推广纸张二次循环利用、提倡视频会议取代出行拜访等，降低能耗；号召员工从日常工作生活做起，节约用纸、用水、用电，提倡纸张双面打印，对不涉及机密、无需保留的打印纸统一收集，重复使用；积极响应国家垃圾分类号召，提升生产生活垃圾减量化、资源化、无害化水平，引导员工养成绿色、健康的办公习惯。2020年，总部办公楼用电量同比减少4%；受疫情影响，公司会议、培训等各项事务增多，总部办公楼水费同比增加11.8%，用纸量同比增长53.88%。



楼道分类垃圾桶



办公区照明节电

绿色宣教

华润万家秉承“与您携手 改变生活”的理念，在日常经营活动中坚持宣传可持续发展理念，开展公益环保活动，号召社会公众共同参与到保护环境的行动中来。

倡导环保理念

华润万家积极鼓励消费者不要购买一次性购物袋、使用电子小票、购买环保可再生商品，开展变频空调、LED灯等节能商品展，宣传家用电器节能理念，引导消费者养成绿色购物习惯；结合“地球一小时”“节能宣传周”“世界清洁日”等主题活动，让公众了解人类活动对环境的影响，宣传环保的重要性，提升公众的环保意识。



“以自然之道，养万物之生”活动



“环保天津行，美丽万家人”活动

开展环保公益

万家积极开展植树造林、社区公益清洁、海洋湖泊环境保护等环保公益活动，以实际行动守护生态环境，践行“人与自然和谐共生”的理念，共建美丽中国。



“乐捡跑，让环境更美好”健步走活动



“爱护环境，保护母亲河”活动



“守护海洋”画蛋壳公益活动



“植树造林，绿化家园”义务植树活动

开创共赢之美

良好的伙伴合作关系是企业成长发展的重要因素。华润万家始终坚持公平公正、合作共赢的原则，积极与合作伙伴及政府相关部门开展战略合作，整合多方优势资源，搭建战略共享平台，从中发掘机遇、发挥影响，促进产业链健康持续运转，带动行业发展进步。

责任故事



与万家共话零售发展新格局

与您携手，改变生活
我们期望通过华润万家与各方的合作
把美好的生活与未来
带给每个人、每个家庭

2020年11月19日，跟随中国连锁经营协会的脚步，华润万家来到上海国家会展中心，参加一年一度的中国零售业博览会，展示万家新成就，共话行业新发展。

聚焦全零售大会

零售业作为消费的先导产业，在构建国内国际双循环相互促进的新发展格局中，面临着前所未有的发展机遇。博览会同期中国全零售大会以“双循环格局下的零售新起点”为主题，云集零售上下游全产业链一起探讨未来发展模式。

华润万家总经理徐辉应邀发表了主题为“超市下一步发展模式和竞争格局”的演讲，讲述万家观点、分享万家经验。面对渠道截留、实体零售客流流失等问题，万家认为“商品离消费者越近，企业越有发言权。”在疫情的影响与数字化的推动下，万家重构零售新生态，在供应链、物流体系、营销体系、运营体系等方面投入技术与资本，推动实体零售转型。

“万家大道”显实力

作为中国规模最大的零售类综合展会，中国零售业博览会吸引参展企业 950 余家，来自近 30 个国家及地区专业观众超 80000 名。华润万家携旗下品牌齐聚亮相，展区整体布局采用“街区+迷你店”形式，打造沉浸式服务体验，展示近年来万家拥抱时代变化、积极发展创新业态、发力自有品牌、融合智慧科技等方面取得的一系列成就，为行业伙伴提供新时代万家方案。

作为拥有华润万家、万家 MART、万家 LiFE、万家 CiTY、苏果、Olé、blt、乐购 express、V>nGO 等多个著名品牌的零售连锁企业集团，此次博览会万家重点展示了旗下品牌大家庭的两位“新成员”——万家 MART 和万家 LiFE。

万家自有品牌“润之家”的生鲜果蔬通过基地直采的方式，从 20 多家种植基地、养殖场以及国内外 80 多家供应商中采购，在最佳采摘期经过筛选检测，第一时间运到消费者手中。



万家 MART 迷你店



万家 LiFE 迷你店



“润之家”生鲜果蔬



“润之家”生鲜果蔬



现场顾客在体验 AI 自助称重台

展区内，最新零售电子化智能设备以“零售+新科技”的便捷高效提升了现场服务。现场顾客只需将待称重商品放上 AI 自助称重台，AI 打称设备便会通过摄像头和智能算法自动识别商品，并迅速算出重量及价格。

扶贫产品入展会

在展会的“扶贫专区”上，万家以“乡村振兴，美好万家”为主题，展示了洛川苹果、广昌蜜桔、宝鸡猕猴桃，以及华润希望小镇项目农副产品等扶贫产品。万家希望通过切实行动助力乡村振兴，带动更多的业界同仁参与到社会责任事业中，共创美好生活。

企业的可持续发展，从来都不是“独善其身”，而是需要与行业伙伴精诚合作、携手前行。一直以来，华润万家积极参与行业协会组织的各类活动，通过企业间交流，共享发展经验，借鉴解决方案，共同创造新零售未来。



开展战略合作

华润万家积极与地方政府、行业龙头企业开展合作，实现强强联合、互利共赢，打造战略共享机制，协同合作伙伴促进共同发展。2020 年，公司与多处地方政府、企业签署战略合作关系，探索形成多样化的业务合作模式。

企业合作

华润万家不断加强企业间的交流合作，整合优质资源，拓展业务范围，创新合作模式，推进多领域项目合作，打造互利共生的产业生态圈。

案例

华润万家与达达集团签署战略合作协议

2020 年 7 月 24 日，华润万家与达达集团在上海签署进一步深化合作的战略合作协议。双方在流量输入及同城即时物流服务的合作基础上，继续扩大合作的深度和广度，合力推进在线零售的服务优化和效率提升，打造华润万家专属线上品牌日和年度购物节，扩大品牌知名度和美誉度。



政府合作

华润万家高度重视政府关系，依托华润集团资源，与各地政府保持密切联系，深度融入地方经济格局，为服务民生、促进地方建设和发展贡献力量。

案例

联手广西政府助推地标产品走向全国

2020 年 7 月 28 日，华润集团与广西壮族自治区人民政府签署战略合作协议。华润万家作为集团“大消费”板块的代表，持续扩大广西地标产品采购规模，利用全国多网点优势和线上新渠道优势，推动广西地标产品走向全国市场，进一步提高当地地标产品在全国的品牌影响力与市场占有率。



行业交流

华润万家秉持“互惠共赢”的合作理念，加强与行业组织协会沟通，搭建行业交流与合作平台，积极参加重大行业交流会议与活动，与行业伙伴同发展、共进步，推进整个零售业的健康稳步向前。

案例

连续参加三届进博会，“购物车”满载而归

2020 年 11 月 4 日，第三届中国国际进口博览会在上海隆重开幕，华润万家连续第三年参展，与多个品牌商开展深入交流并达成采购意向，为国内消费者采购多种优质进口商品。万家与佳沃集团、智利 Vina San Rafael S.A、日本 FUNDODAI.INC. 等多家供应商签订采购协议，订单总额为上一届的 1.5 倍，进一步满足中国消费者日益增长的美好生活需求。



案例

参加广东连锁业大会，探讨零售行业新未来

2020 年 9 月 4 日，华润万家参加广东省连锁经营协会换届大会暨 2020 广东连锁业大会，与同行企业分享经营理念、探讨零售未来。会上，万家荣获“2019 年度广东连锁五十强”并名列首位；以创新的前置仓模式（社区服务站）获得“创新案例奖”；产销对接扶贫项目、社区公益项目、抗疫情保供应贡献获得“社会责任突出贡献奖”。



案例

华润万家案例入选行业优秀案例集

2020 年 8 月 20 日，中国连锁经营协会（CCFA）公布《2020 年零售业供应链最佳实践案例集》，华润万家提报的“茅台物流码在华润万家的应用”案例成功入选，为其他商超与茅台的合作提供经验借鉴，充分发挥行业引导及标杆示范作用。

媒体交流

新闻宣传是企业与利益相关方沟通的重要途径。华润万家高度重视社会舆情管理，不断创新传播手段和渠道，加大对外部主流媒体的投稿宣传力度，增强媒体沟通，展现公司负责任良好形象。

加强舆情管理，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”，向利益相关方传播公司重大实践，诚信接受媒体和公众监督，展现合格企业公民的经营活力和责任担当。2020 年，华润万家及旗下品牌舆情总量约为 27 万条，正面及中性信息量占比为 90%，其中关于华润万家的新闻报道及转载逾 20 万篇，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 9 万篇，同比增长 178.7%。

强化抗疫保供传播

2020 年新冠疫情发生后，华润万家第一时间向公众发布公司保民生的各项信息，并从全国门店保供稳价、减免商户租金、采买湖北等地农产品、支持复工复产等角度发声报道。2020 年春节期间，关于“华润万家助力疫情防控，确保民生商品保供稳价”相关媒体舆论报道共 1524 篇；截至 2020 年 12 月，总部公司办公室社会责任组“万家时刻”微信公众平台撰写、发布“抗疫保供”主题推文 7 篇。

加强脱贫攻坚宣传

华润万家结合脱贫攻坚等热点话题，持续宣传公司扶贫工作，讲好华润万家扶贫故事。2020 年底，华润万家与媒体共同策划公司扶贫助农工作盘点主题稿件，立体化传播华润万家在扶贫助农方面的工作，增加公众好感度。



扫一扫，阅读原文报道

展现数字化转型风采

华润万家持续动态传播公司整体战略及业务发展，多次报道公司数字化转型情况。2020 年 8 月，华润万家结合深圳特区成立 40 周年热点话题，与媒体共同策划全渠道传播公司数字化转型风采，曝光量突破 3000 万人次，充分展现万家转型发展新气象。



华润万家总经理接受《我们都是奋斗者》栏目访谈



扫一扫，观看总经理访谈视频

强化媒体合作，建立良性互动

华润万家始终坚持“诚信、开放、尊重”的原则，与媒体进行良性互动，建立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。

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。

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。

联动媒体，帮扶社会困难群体，如持续发挥消费助农、将多场直播间开在乡镇山区和田间地头，开展暖冬公益关爱行动，致力于力所能及的“好人好事”，与媒体共同营造互帮互助的社会风气。

推动供应链履责

依托强大的供应链系统，华润万家积极向供应商宣贯公司社会责任理念，从供应商选择、资质能力评估考核、定期审核各环节严格管控，带动上下游企业加强环境与社会风险管控，不断推动产业链的共同成长和可持续发展。

规范招标采购

华润万家积极落实《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，推动公司非商品采购项目通过万家官网、中国电子招标投标服务平台、采购与招标网、守正平台等途径发布采购公告，提供公平竞争的机会；严格遵守《招标法》及公司采购制度，使用国家最高认证等级（三星级）的电子招标平台，在全国范围内推广电子采购，实现高效、专业、规范、安全、低成本的招投标采购，有效保障公司及供应商合法权益。2020 年，华润万家电子招标率达 99.74%。

优化供应商管理

华润万家持续完善《华润万家非商品供应商管理办法》，优化认证标准、评价标准、评审方式、奖罚策略，组建全国统一的供应商分级管理机制；在运营过程中优先采购当地优秀供应商商品；将认证、评审、评价的结果运用到项目采购全过程，与优秀供应商携手营造互利共赢的合作氛围，共同提升企业的市场竞争力。

帮助供应商成长

华润万家重视供应商能力提升，通过现场集中培训、视频线上培训和纸质、线上考核等方式，针对供应商进行质量管理知识培训和宣导，有效增强供应商质量管理能力和意识，降低商品质量准入风险。

服务国家大局

华润万家始终不忘发展初心，坚定不移服务国家大局，把企业发展同国家繁荣和人民幸福紧密结合在一起，以服务民生为抓手，积极搭建平台、整合资源，通过优质服务和品牌创新，助推粤港澳大湾区发展，积极参与香港公益事业，为区域发展再添新动能。

参与粤港澳大湾区建设

华润万家作为粤港澳大湾区零售行业的龙头企业，积极响应大湾区发展的五大目标，坚持多业态发展，助力湾区打造宜居的生活环境，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”贡献力量。截至 2020 年底，万家已在粤港澳大湾区开设近 200 家门店。



香港 U 购 select food 蓝塘傲分店

支持香港公益事业

作为与人民生活息息相关的零售服务业企业，华润万家充分发挥驻港央企的重要作用，始终坚持将企业发展与社会责任融为一体，结合业务特点履行“在商言政”的职责，积极参与香港公益事业，维护香港长期繁荣稳定。

加强与香港警方合作互信

社会安全稳定是经济发展的重要基础。华润万家一直致力于加强与香港警方开展合作，积极宣传各类防罪信息，降低社区犯罪案件的发生率。

5月28日，华润万家香港公司受邀出席“第四届天使长行动委员会委任典礼暨防罪联盟及港岛连盟启动礼”，并受邀成为合作伙伴，加入由香港警务处港岛总区防止罪案办公室和天使长行动委员会共同筹划的“防罪联盟”及“港岛连盟”计划，广泛传播最新的防罪资讯，维护社区安全稳定。



11月24日，华润万家香港公司出席香港警务处港岛总区举办的“港岛总区最佳保安服务选举”颁奖典礼，凭借保安业界从业员协助警方扑灭罪行以及公司积极参与防治罪案宣传工作的优良表现，获得港岛总区指挥官颁发的感谢状。



港岛总区指挥官向万家颁发感谢状

“齐惜福”临期食材捐赠行动

华润万家香港公司与香港非牟利慈善机构“齐惜福”合作开展剩余食材捐赠行动，将临近最佳食用期的可食用剩余食材及残次食品捐赠给有需要的人群，以帮助香港低收入贫困家庭，同时降低环境污染。2020年，累计捐赠食品10万余件，约合人民币121余万元。



食品捐赠计划宣传海报



“齐惜福”向万家颁发的感谢状

分享和谐之美

华润万家秉承“连接每日生活，服务千家万户”的愿景，始终把履行社会责任摆在突出位置，坚持安全生产，积极参与关爱儿童成长、抢险救灾等公益活动，同时开展社区共建，陪伴万家共享美好生活。

责任故事

万盏灯火，护你安食无忧

2020 年
我们一起度过了最艰难的时刻
经历了温暖与被温暖的时刻
也见证了那些安心、美好、闪亮的时刻

“冰箱怎么又空了！”“下周还能吃到新鲜的蔬菜沙拉吗？”“也不知道水果吃完了，还能续上不？”……2020 年初，疫情的爆发影响了全国各地，老百姓们响应政府的号召，不出门、不串门、不聚会。此时，“食”抢先“衣住行”，被推到日常关注最前端。

有一群万家人，正夜以继日坚守岗位，全力保障门店货品供应，与千家万户携手共渡难关。

只要货架不空，心就不慌



正在档口“抢货”的李猛

突发的疫情导致市场蔬菜需求大幅增加，又值春节，市场开档的很少，蔬菜商品紧缺，给广东公司生鲜蔬菜采购负责人李猛的工作带来了极大挑战。

大年初二凌晨 3 点，李猛和 6 位采购的同事赶到深圳市海吉星批发市场，然而由于春节多家档口停业，少数有货的档口品类和数量都不够。李猛和同事当机立断开始一场“抢货大战”。一家一家档口谈，积极沟通抢货，最终采购了 200 吨的货品。

安排好深圳的货源之后，李猛了解到广州、珠海也陆续出现断货现象，于是立刻赶往广州的江南批发市场采买蔬菜。由于交通管制等各种原因，采购人手和车辆严重不足。李猛和几位同事亲自上阵，打起车轮战，每买到一部分菜，就先送公司，然后市场留人继续买、继续送，轮换着来……就这样既当搬运工，又当拉货司机，有时候到后半夜才吃上一天的第一顿饭。

一道道疲惫却坚定的身影依旧站在批发市场等着开市，因为他们坚信：“只要货架不空，心就不慌，顾客也就踏实了。只要精神不垮，没有什么困难是战胜不了的！”



李猛和团队同事正着急搬货装车



采购的同事正在与档口对接

门店供应不上猪肉肯定不行

为了保障陕西省 50 多家门店的肉类供应，万家陕西公司肉类商品经理陆杨凡，从大年初二开始，带领同事几乎跑遍陕西的各大猪肉供应商，经过多方沟通，凑到了 100 头生猪（约合 11 吨）。

但在这个特殊的时期，省内的屠宰场都实施紧急关闭。为了保障初五这批猪肉能够送达陕西省内各大华润万家门店，陆杨凡四处打听，3 个小时，50 多通电话，终于找到了代宰工厂。团队连夜奔赴 300 公里外的屠宰场，顾不上休息持续奋战，总算赶上第二天的正常供应。春节期间，陆杨凡和他的团队共采购到近 400 吨猪肉。



门店猪肉销售区域



陆杨凡在物流仓验货



万家浙江公司一名员工疫期办理的物流通行证



物流中心满载货物的运输车辆

从南到北，万家全国营业门店和物流运营仓库共 3234 家，整个疫情防控期间，开工率达 98.79%。无数个“李猛”和“陆阳凡”，保障着万家供应，守护着万家餐桌，温暖着人们“特别”的每一天，也将陪伴着人们走过平凡的每一天。



苏果马群物流配送中心的驾驶员陈曾华正准备出车



各部职能部室同事们在门店支援



扫码观看《前方有逆行者，后方有坚守者》，了解更多万家的抗疫故事

安全生产

华润万家牢固树立安全发展理念，强化安全红线意识，始终坚持“高境界、高标准”理念和“不安全、不生产”原则，切实把安全生产摆到重要位置，健全完善“从根本上消除事故隐患”的长效机制，防范事故发生，有效提升安全生产管理水平。

推进安全生产专项整治三年行动

华润万家深入贯彻落实习近平总书记关于安全生产的重要论述、李克强总理关于安全生产的指示、国务院安委会《全国安全生产专项整治三年行动计划》和《华润集团安全生产专项整治三年行动实施方案》的要求。制定并下发《华润万家安全生产专项整治三年行动实施方案》《华润万家学习宣传贯彻习近平总书记关于安全生产重要论述专题实施方案》《华润万家落实各单位安全生产主体责任三年行动专题实施方案》，并在开展学习教育、落实安全生产责任制、防范安全风险、安全专业队伍建设、健全完善安全隐患排查治理机制等各方面组织落实，确保安全生产专项整治取得更大实效。

强化安全生产管理体系

华润万家始终将安全生产工作放在首位，2020 年梳理完善各项安全生产管理制度，制定发布《华润万家岗位 EHSQ 责任规范》，修订《华润万家新店开业 EHS 检查工作指引》等 18 项制度，新建《华润万家工程项目安全保障规范》《华润万家物流配送仓安全管理办法》等制度，保障安全生产工作规范化落地。

完善应急管理机制

华润万家积极推进应急预案修编工作，开展应急资源调查、辨识现有应急管理风险、梳理应急预案体系架构，推进试点门店应急预案修编、评审与备案工作；万家各门店和配送中心定期组织开展各类应急预案演练，有效提高员工风险意识和应急救援素质，强化营业场所发生突发事件时的应急处理能力。2020 年，万家修订各层级预案共 20 余份，开展应急演练 1.73 万次，参加人数约 93 万人次。

开展应急演练
1.73 万次



试点门店应急预案内外部评审



优化 EHS 信息化管理

华润万家采取科技手段优化 EHS 管理，建设远程监控中心并实现大卖场全覆盖，建立门店和远程监控中心联动的应急响应机制，主动捕捉夜间异常报警信息并及时处置，实现技术替代人工；优化事故管理统计及商业保险数据统计模型，完成安全信息平台升级并在全国各省级公司 2000 多家门店全面上线；试点应用人工智能机器人，实现移动视频监控、远程广播、精准主动灭火、物联网智能化管理、智能视觉分析、环境检测等功能，不断提高 EHS 信息化管理水平。

开展安全隐患排查

华润万家积极开展各项安全隐患排查工作，进行元旦春节安全大检查、中秋国庆安全大检查、安全月大检查等，及时发现安全隐患，将责任明确到人、限期整改，实现安全闭环管理；规范员工的安全行为，提高员工安全生产意识，实现可防可控，有效防止出现漏管现象、失控现象。

多形式展开安全教育

华润万家高度重视安全教育工作，持续对员工进行专项安全教育和培训，推进安全管理人员参加专业考试，开展各项安全生产宣传教育活动，营造人人讲安全的浓厚氛围。

提升安全能力

华润万家开展年度安全管理及商业保险知识视频培训，宣贯讲解《华润集团 EHS 管理年度考核实施细则（2020 版）》《华润集团 EHS 事故事件责任追究条例（2020 版）》《华润集团四级企业 EHS 主体责任规定（2020 版）》规定，并解读商业保险细则，解答投保常见问题；积极推进安全管理人员或具备安全管理职责的负责人参加国家注册安全工程师、国家注册消防工程师考试，多措并举提升团队和个人的专业能力及安全管理水平，打造华润万家安全管理专业梯队。2020 年，2000 多人参加年度安全管理及商业保险知识视频培训，各省级公司 EHS 负责人及关键岗位人员共计 61 人参加考试。



安全管理及商业保险知识视频培训

弘扬安全文化

华润万家积极落实文化宣导工作，开展全国安全生产月、交通安全宣传周、交通安全专项整治、“119 消防宣传月”“122 交通安全日”等安全专项活动，举办全国 DC 叉车安全驾驶技能比武，参加消防安全大比武，营造企业安全文化氛围，不断提升员工安全意识。

慈善公益

华润万家积极支持公益慈善事业，带领万家志愿者开展志愿服务，推进一系列公益计划，为星星的孩子带去陪伴，为儿童送去关爱，为户外工作者带去冬暖夏凉，为一线赈灾的英雄送上援助物资，疫情期间全力支援抗疫，保障民生供给，坚守爱的事业、传递爱的希望。

开展公益捐赠

华润万家严格遵照《中华人民共和国慈善法》《中华人民共和国公益事业捐赠法》等相关法律法规和政策文件开展公益捐赠，支持社会公益事业，结合企业发展战略和业务实际，围绕企业社会责任理念，在年度统一规划的指导下，从实际出发，在全国范围开展各项对外捐赠工作。2020 年，华润万家累计对外捐赠金额（含物资）780.11 万元，其中，华润万家自主捐赠金额（含物资）207.93 万元，联合合作伙伴、员工自发捐款等约 572.18 万元，累计开展对外捐赠工作 95 次。



关爱特殊群体

2016 年起，华润万家联合广州市心友心智障碍服务者协会，发起以“与星同行，筑爱万家”为主题的自闭症群体关爱项目——“星星守望计划”，致力于为“星友”（自闭症群体）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。截至 2020 年底，已开展各类志愿服务 304 场，累计服务 11350 人次，覆盖广州市心智障碍家庭 432 个，志愿服务时长逾 6420 小时。

星友伴读：设立自闭症儿童阅读角

自 2018 年以来，华润万家在广州华润万家客村店、花城广场店、天河店图书销售区设立“华润万家自闭症儿童阅读角”，定期开展“星友伴读活动”，帮助自闭症儿童突破社交障碍；携手广东实验中学圆点公益等公益团体开展志愿服务，共同陪伴星友制作手工、绘画、阅读，跨越沟通障碍。截至 2020 年底，连续开展 10 期“星友伴读活动”。



7 月 11 日，华润万家客村店开展自闭症伴读活动

运动疗愈：组织参与“星友伴跑团”

2016 年，华润万家联合广州市心友心智障碍服务者协会，组建全国第一支心智类障碍跑团“星友伴跑团”，组织万家志愿者每周定期开展“陪跑”，帮助星友强身健体，融入社会。截至 2020 年底，已有 300 余名“星友”加入跑团。

社会就业与融合：建立社会实践基地

华润万家在广州、上海等地设立自闭症患者实践基地，为“星友”提供实习岗位，携手专业机构及合作伙伴为星友提供职业技能培训和工作机会。截至 2020 年底，累计已为 48 名自闭症青年提供实习机会，助力自闭症群体走上岗位、融入社会。

2020 年 5 月

华润万家广东公司开展国际助残日义卖活动，为 12 名“心青年”提供实习机会

2020 年 8 月

广州客村店、天河北店为 6 名自闭症青年提供三个月的实习培训

2020 年 9 月

华润万家客村店、天河北店招聘六名自闭症青年为华润万家计时工，安排相关技能培训，并根据个人情况安排不同岗位

关注儿童成长

2020 年，华润万家开展“呵护学生健康，从洗手开始”公益行动，成立学生卫生健康爱心基金，守护学生卫生健康，并开展“益起欢庆六一”“守护希望 与爱童行”“万家关爱 成长与爱同行”“苹果书屋”“课间小食堂”等一系列公益活动，通过爱心捐赠、陪伴互动等，把关爱送到孩子们身边。

案例

果苗计划——为爱“书”送成长的力量

9月28日，华润万家开展援助贵州的爱心公益活动——“果苗计划”，以“向光而行 让梦开花”为口号，联合社会各界力量，向贵州省赫章县雒街乡中心小学捐赠图书馆一座、图书20000余册，向大凉山村捐赠“党建+”积分超市、托儿所各一间，其他物资约20万元，同时为困难家庭提供“一对一”帮扶，为42位家庭困难儿童提供助学捐助8.4万元，用书籍、用知识助力“果苗”们成长、开花，支持贫困地区教育发展。



“小鬼当家”系列活动



“益起欢庆六一”活动



“苹果书屋”活动



“呵护学生健康，从洗手开始”公益行动

关爱户外工作者

关爱户外工作者，是万家“共建和谐社区”责任策略的重要承诺，也是万家“共创美好生活”的笃实践行。万家志愿者们用“送温暖”的形式开启新的一年，用“送清凉”走过炎炎夏日，在寒来暑往的爱心接力中，为在平凡岗位上坚守的户外工作者送去冬暖夏凉。

冬季送温暖

2020年初，万家在全国34个城市、550家门店开展主题为“暖物润心，爱传万家”的关爱低温户外工作者公益活动，通过设立“物资领取点”“爱心驿站”、送“暖”上门的方式，将暖冬物资送到外卖员、快递员、保安员、警务人员、环卫工人等户外工作者手中，为凛凛寒冬下的户外工作者带去温暖和敬意。



万家志愿者为环卫工人赠送过冬物资

夏日送清凉

酷暑时分，万家在全国90个城市910家门店开展主题为“暑消情长，清凉万家”的“夏日送清凉”活动，为户外工作者送上冰镇纯净水、西瓜、绿豆汤等消暑物资，提供免费避暑的“清凉小站”，累计向户外工作者送出约35万瓶纯净水，为炎炎夏日的户外工作者送去清凉和关怀。



华润万家门店设立“消暑物资领取点”



万家志愿者为户外工作者送上西瓜等消暑物资

参与赈灾济难

面对灾难，华润万家迅速反应，积极参与赈灾济难，为救灾、防汛一线送去物资，做逆行者坚固的大后方。

案例

支援喀什抗震救灾

1月19日，新疆喀什地区发生6.4级地震，华润万家喀什深喀大道店集合应急小组15人紧急召开物资筹备会，经过5小时搬运，备足25956瓶矿泉水并装车及时供应到灾区；后续备足方便面、八宝粥等商品，以便物资局及时采购，全力做好抗震救灾工作。



支援一线防汛工作

7月，面对严峻的防汛形势，江西公司组建一支退役军人防汛物资保障队奔赴防汛前线，发挥退役军人在抗洪救灾、应急救援、物资保障等方面的专长特点，先后4次前往南昌市东湖区扬子洲镇、上饶市鄱阳县等受灾严重地区支援；苏果公司为南京一线防汛人员送去纯净水、泡面、火腿肠、雨伞等生活物资；Olé公司举办抗洪主题公益活动，开展抗洪义卖、抗洪捐款、抗洪慰问、抗洪志愿服务，为防汛抗洪筑起一道“物资保障堤”。

案例



江西公司支援南昌抗洪救灾

携手抗击疫情

新冠疫情发生以来，万家积极贯彻落实党中央、国务院的战略部署，快速响应、果断决策，紧急成立应急小组，部署“保供应、稳物价”，保障门店正常运转和员工安全，全力战“疫”，共克时艰。

驰援抗疫一线

华润万家主动快速响应，加强自身疫情防控，积极驰援抗疫一线的医护人员、社区工作者，累计向抗疫一线的医护人员捐献224.51万元的物资。

1月31日至2月2日 Olé 共向湖北武钢医院、武汉雷神山医院华润燃气工地、华润湖北医药公司、华润武钢二医院捐赠价值17万元的营养品等生活物资。

2月11日 万家广东公司联手 Olé 向广东省第二人民医院和深圳第三人民医院捐赠价值35万元的营养品、一次性内裤、成人纸尿裤等急需物资。

2月16日 万家携手贵州毕节的爱心企业，向广州和深圳的70余家一线抗疫单位捐赠125吨爱心物资。

2月21日 Olé 向南宁市第二人民医院捐赠400余箱慰问物资。

2月24日 万家广东公司联手广州市妇联、摩登百货，向广州医科大学援助湖北荆州重症患者医疗队捐赠价值15万元的羽绒背心、冲锋衣以及女性卫生巾、一次性纸内裤等物资。

2月25日 万家广东公司参加广州市总工会等牵头开展的“您为大家、我帮您家”关爱行动，为医务人员家庭捐赠1600箱饮用水。

3月2日 万家广东公司携手贵州省驻广州办事处向深圳第三人民医院、中山大学第五附属医院等深圳、珠海的29家抗疫单位捐赠80余吨贵州优质农产品。

3月11日 Olé 温州万象城店向温州医科大学附属第一医院全体一线医护工作者送出670余份品牌礼盒，致敬“白衣战士”。

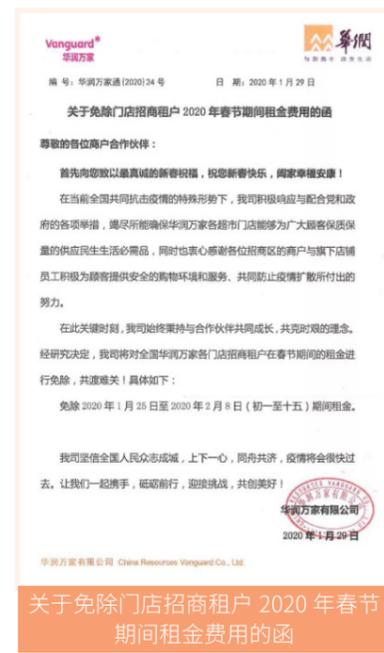
3月17日 是第14个国际社工日，当天在深圳举行的“益路同行 携手抗疫”捐赠仪式上，华润万家向深圳市17家妇女儿童社会服务机构捐赠一批防疫物资及慰问物资，向坚守防疫一线的社会工作者送上节日问候。



全力保障民生

华润万家积极响应“保障供应，稳定物价，持续开业”倡议，建立疫情应急小组，着力确保门店运转，保障民生商品正常供应。2020 年春节期间，为保证消费者基本生活消费不受影响，华润万家全国门店超 10 万员工坚守在一线，36 个配送中心每天平均发送 2530 车次，最高吞吐量达到 2200 万箱，有效保证全国 3000 余门店的生鲜充足供应。

由于部分产地果蔬运输不便，农民销售受阻，华润万家发挥门店、物流优势，帮助困难地区解决销路问题，累计采购 2412.1 吨农产品，保障农民生活。



缓解租户困难

春节期间，华润万家免除全国各门店招商租户租金。在全国共计减租金额 1.3 亿元，涉及出租面积 157 万平方米，覆盖全国 30 个省、自治区、直辖市，惠及全国各业态超市招商租户近 16000 户。



社区共建

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，坚持开放办企业，与当地民众共创共建，加强与地方基层组织的横向交流与合作，联创“红色驿站”开展形式多样的共建活动，构建和谐“邻居”关系，打造共建共治共享社会治理新格局。

党建走进社区

华润万家营造暖心企业文化，打造“五心”党建体系品牌，建立“红色驿站”“温暖小屋”等融合党建宣传、服务群众、共建共治共享功能于一体的平台阵地和服务载体，为建设友邻和谐社区贡献党建力量。



“温暖小屋”

依托 V>nGO 便利店 24 小时营业的便利性，为周边居民、快递小哥、环卫工人等免费提供休息场所、热水、热饭等便民暖心服务，打造“温暖小屋”公益品牌。

关爱困难群众

华润万家积极捐赠爱心物资，开展慰问活动，为受到疫情影响的困难群众送去万家的关怀。

“社区扶弱助残关爱活动”

2020 年 5 月 13 日至 23 日，华润万家携手广州、深圳社区开展“社区扶弱助残关爱活动”，对广州、深圳两地社区近百户困难家庭、残疾家庭进行慰问，为他们送上生活用品及关爱慰问品，让更多的残疾困难家庭在疫情冲击下获得帮助与温暖。

“送温暖 献爱心”

疫情蔓延期间，华润万家联合状元桥社区开展“送温暖 献爱心”活动，为老人和处于隔离期的家庭送上米油及新鲜蔬菜，让他们安心居家隔离。



为老人送去生活物资



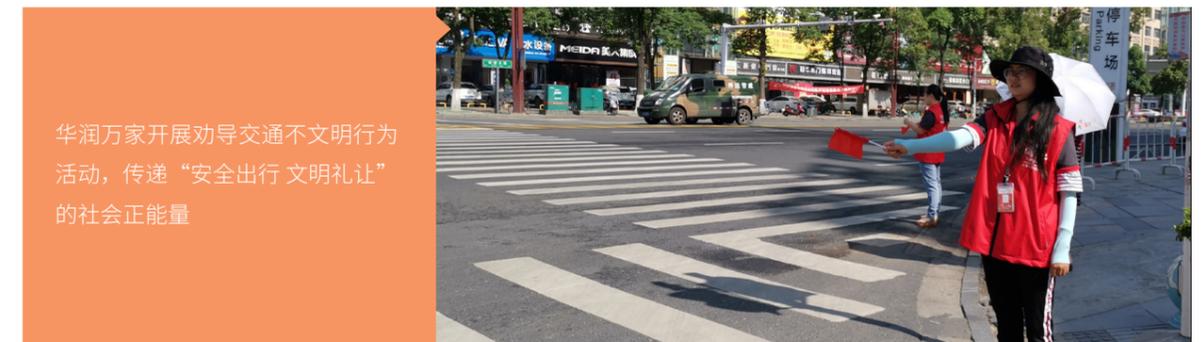
关爱社区困难家庭

丰富社区活动

华润万家在春节、端午节、重阳节、中秋节等节日开展形式多样的社区公益活动，不断加深与社区居民的联系，营造和谐美丽的居住环境。



华润万家联合举办“风清气正话廉洁 欢度重阳一家亲——长沙县星沙街道金甲坪社区文化艺术节暨‘重阳’廉洁文化文艺汇演”，500 余名社区居民到场观看节目并积极参与现场互动



华润万家开展劝导交通不文明行为活动，传递“安全出行 文明礼让”的社会正能量



华润万家开展以“清扫垃圾、美化家园”为主题的社区环境大清扫活动，对周边的社区环境进行街道清扫，整理共享单车，擦洗公交站牌、过街天桥、垃圾桶等各类公共设施，并逐一清扫周边绿化带、树坑和草坪等城市死角



华润万家开展“周末故事会——讲述舌尖上的安全”活动，通过食品安全宣传和健康生活知识宣讲，有效提高人民群众对食品安全工作的认知度，并组织 300 余名社区居民学习食品安全法

责任管理

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。

责任战略

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

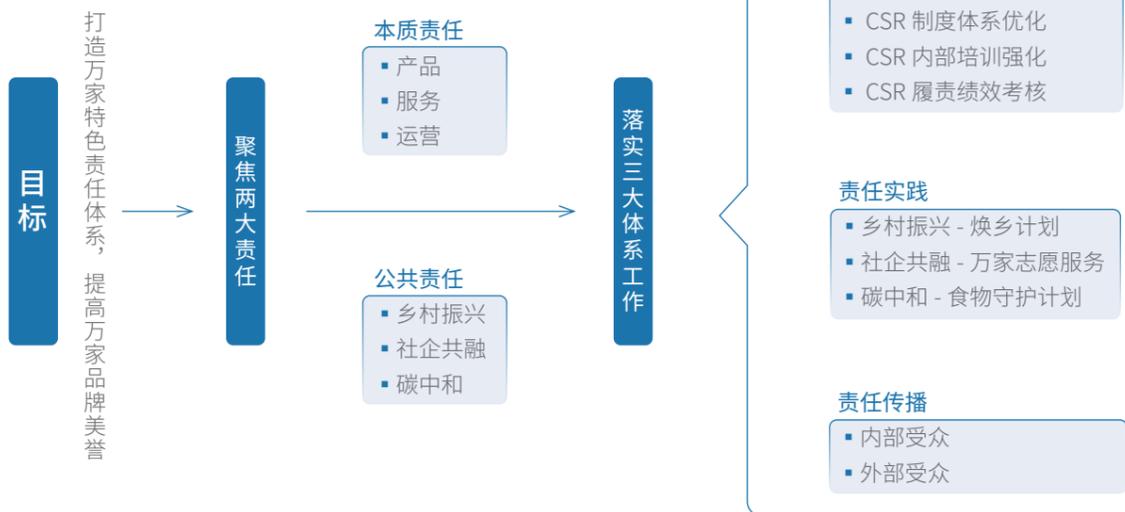
责任愿景

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

责任规划



责任治理

华润万家把完善企业社会责任体系建设与运行作为提高社会责任工作水平的重要途径，通过完善社会责任组织机构、建立健全制度规范、优化履责绩效考核、开展社会责任内部培训，促进公司社会责任工作的制度化和常态化，以促进总部对各省级公司的有效管理，推动社会责任实践工作高效进行。

完善企业社会责任组织体系

华润万家建立健全企业社会责任组织体系，形成包括决策层、组织层、执行层的三层组织架构。总部及各省级公司各职能部门应按照本部门职能定位，制定践行社会责任的流程制度，对社会责任专项工作承担分管职责，指定联系人，定期参与公司各项社会责任工作；总部公司办公室每半年向总部各职能部门、省级公司收集社会责任工作进展，并向管理委员会进行汇报管理委员会基于半年度社会责任工作现状，提出改进建议。



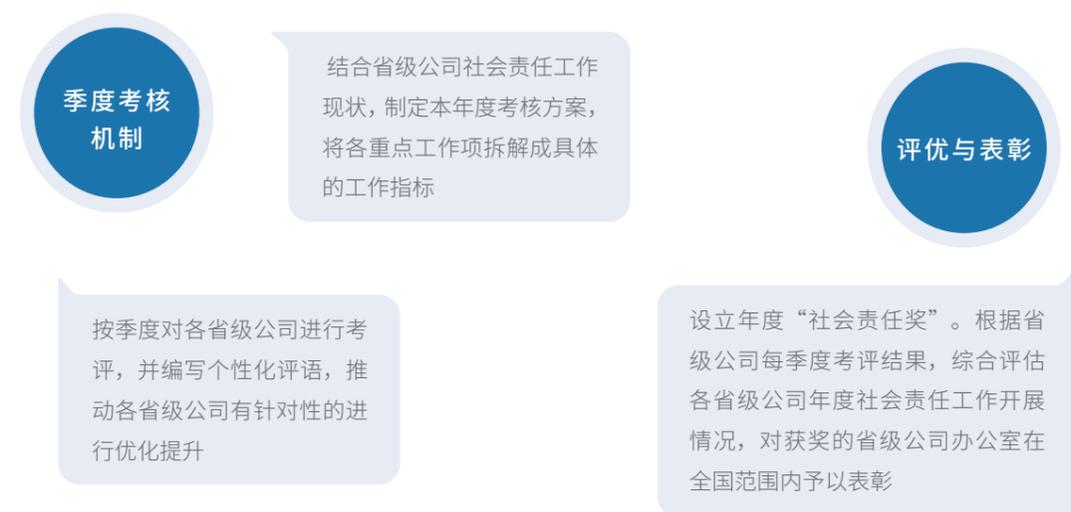
制定企业社会责任制度体系

华润万家邀请国内社会责任领域第三方专业机构为公司规划完善企业社会责任制度体系，为公司更好履行社会责任奠定坚实基础。

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》
志愿者协会管理制度	《华润万家志愿者协会管理办法》
对外捐赠管理制度	《华润万家对外捐赠管理办法》

优化企业社会责任履责绩效考核

华润万家完善省级公司考核激励机制，实施动态检讨优化等环节，引导各省级公司办公室不断优化社会责任管理，提升社会责任工作的专业水平。



开展企业社会责任内部培训

华润万家通过对万家内部各省级公司、相关职能部门开展专项社会责任培训，强化相关员工的社会责任知识体系、统一对万家社会责任策略的认知。加强相关职能部门调研座谈，明确每个部门在社会责任体系中对应的议题、在社会责任工作中的职责、在社会责任信息披露中所需定期提报的信息以及讨论挖掘每个部门与社会责任现有实践项目的结合点，形成负责任的企业文化。

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	2020 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 17 项议题
政府	万家资产保值增值 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	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 10.42 亿元 总部全年接待省 / 地方级政府代表团来访 4 个 全年共采购扶贫商品 1.9 万吨，销售金额近 1.3 亿元
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 员工关爱	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 互利共赢	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
社区	关注弱势群体 关注社区公共事业发展 避免安全事故发生	通过策划实施公益活动、社群沟通等方式关注社区需求、强化交流	建设安全生产体系，营造良好社区环境 开发华润万家社区共建公益项目，成立万家志愿者协会，支持社区教育
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 56 项，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 家与零售、连锁、食品药品、流通等相关的全国性或区域性协会任职

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。2020 年，华润万家共获得全国各级政府部门、社会组织、媒体机构颁发的社会责任相关奖项 56 个，覆盖精准扶贫、特殊群体关爱、抗疫保供、环境保护等领域，展现了社会各界对华润万家社会责任工作的认可。

2020 年 1 月 10 日

华润万家荣获由《信息时报》颁发的“中国力量”2019 年度时尚产业粤港澳大湾区企业社会责任精准扶贫贡献奖。

2020 年 6 月 8 日

Olé 精品超市凭借参与支持可持续海鲜的推广活动、积极组织消费者宣传，获海洋管理委员会 (MSC) 可持续海鲜理念传播突出贡献奖。

2020 年 9 月 1 日

在由南方都市报、中国社科院社会责任研究中心主办的“特区 40 年企业社会责任发展大会”上获评“深圳特区 40 年绿色发展标杆企业”，华润万家是唯一获奖的商超企业。

2020 年 11 月 14 日

华润万家获评“贵州省消费扶贫示范单位”。

2020 年 11 月 25 日

华润万家在《公益时报》《经济观察报》和经观传媒主办的中国经济与企业社会责任高峰论坛上获评“2020 中国企业社会责任卓越企业”。

2020 年 12 月 18 日

陕西华润万家生活超市有限公司被西安市人民政府、西安市商务局、西安连锁经营协会、《华商报》共同评为“2020 西安‘共克时艰’优秀企业”。

2020 年 12 月 24 日

华润万家荣获由《南都传媒》《南方都市报》颁发的“年度消费口碑大奖”。

2020 年 12 月 31 日

华润万家“社区守望计划”荣获由《信息时报》颁发的企业社会责任贡献奖。

2020 年 4 月 24 日

华润万家在华润集团优秀业绩奖颁奖典礼上，获得“2020 年度华润集团社会责任奖——银奖”。

2020 年 7 月 18 日

华润万家“星星守望计划”被中央宣传部、中央文明办等 14 部门共同评为 2019 年度学雷锋志愿服务“四个 100”先进典型“最佳志愿服务项目”，是国资委唯一获选的志愿服务项目。

2020 年 9 月 28 日

华润万家“万家焕乡计划——消费扶贫”项目被国家发改委地区振兴司、城市和小城镇改革发展中心推介为 2020 年全国消费扶贫入围典型案例。

2020 年 12 月 1 日

陕西华润万家生活超市有限公司获共青团陕西省委、陕西省委网信办、新浪网颁发的乡村振兴“青年网络名人看三秦”主题活动突出贡献奖。

2020 年 12 月 23 日

华润万家荣获由《公益时报》《经济观察报》颁发的“公益事业特别贡献奖”。

2020 年 12 月 30 日

华润万家荣获由《广东新快报社》颁发的产业扶贫创新奖。

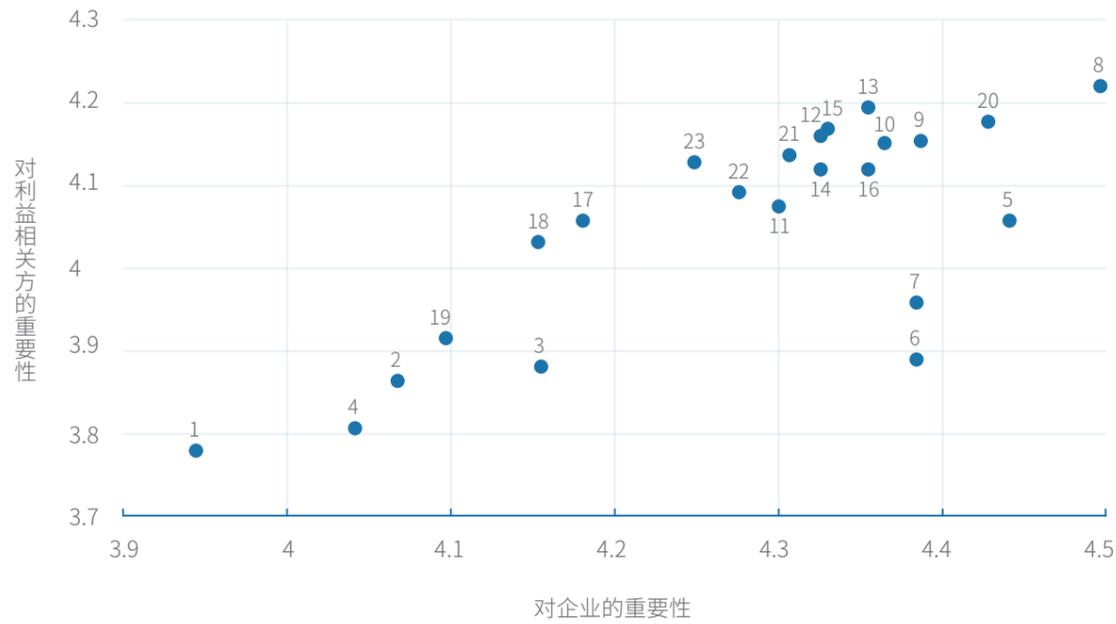
2020 年 12 月 31 日

华润万家“万家焕乡计划”项目入选《南方日报》颁发的深圳扶贫社会帮扶优秀案例。



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。2021年第一季度，发布华润万家2020年社会责任报告实质性议题调研问卷，共回收有效问卷1513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。



经济责任	1. 深化党建引领 2. 提升风险管理水平 3. 规范公司管理 4. 创新驱动转型	环境责任	13. 提升绿色管理 14. 落实节能减排 15. 践行绿色办公 16. 倡导环保理念
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 8. 落实安全生产	伙伴责任	17. 开展战略合作 18. 推动供应链履责 19. 增进媒体关系
客户责任	9. 强化质量管控 10. 完善服务体系 11. 规范投诉机制 12. 升级消费体验	公共责任	20. 响应国家政策 21. 热心慈善公益 22. 助力脱贫攻坚 23. 参与社区共建

附录

关键绩效

类别	指标	2018	2019	2020
经济责任	营业收入 (亿元)	1013	951	878
员工责任	员工总数 (万人)	14.49	18.2	16
	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 (%)	32.45	26.00	31.44
	年度新增职业病 (例)	0	0	0
	体检及健康档案覆盖率 (%)	75.80	74.00	67.74
	员工培训覆盖率 (%)	95.00	94.30	94.00
	每年人均带薪年休假天数 (天)	7.8	8.6	8.65
	少数民族或其他种族员工比例 (%)	3.38	3.60	2.90
	残疾人雇佣人数 (人)	1379	1144	1037
	正式员工流失率 (%)	/	19.83	17.73
	人均培训投入 (万元/人)	0.0064	0.0081	0.005
	人均培训时间 (小时)	4.66	3.3	6.13
	员工培训投入总额 (万元/年)	1021	1037	699.4
	走访慰问困难员工家庭 (户/万元)	684/35	265/10.6	432/22.9
	救助困难员工 (人<户>次/万元)	142/180	143/223.3	140/240.3
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)	99.70	99.55	99.95
环保责任	新品销售额 (亿元)	40.5	48.3	33.68
	环保总投入 (万元)	3667	3475.96	1650.11
	节能减排技术改造投入 (万元)	3079	3132	1650.1
伙伴责任	综合能源消耗量 (万吨标煤)	28.36	24.31	21.79
	经济合同履约率 (%)	99.65	99.50	99.72
	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)	489	420	628
	纳税总额 (亿元)	14.19	13.38	10.42
	捐赠支出 (万元)	/	98.47	207.93
	安全生产投入 (万元)	1886.21	1948.84	1938.16
	安全应急演练数 (次数)	17000	17275	17344
	员工伤亡人数 (人)	10	18	6

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	P02
总经理致辞	-	P2.1-2.2	P04
走进万家	关于万家	P4.1-4.4, G1.1	P06
	万家小档案	P4.3	P08
	万家在2020	P3.2, P4.4	P10
责任专题	链接万家, 焕发乡村新希望	P3.1-3.2, S4.12	P12
创造价值之美	强化党的建设	M3.1	P22
	夯实内控体系	M1.1, S1.2	P25
	规范公司管理	M1.1, M1.2, M1.5, S1.1	P26
	创新推动转型	M1.6, M2.1, M2.4, M3.6	P27
成就英才之美	保护合法权益	S1.5-1.6, S2.1-S2.12	P32
	助力职业成长	S2.14-S2.16	P34
	营造幸福职场	S2.11-2.13, S2.17-2.18	P35
精益品质之美	强化质量管控	M2.2, M2.9	P40
	优化客户服务	M2.1-2.2, M2.8-2.17	P44
	升级消费体验	M2.4, M2.7	P47
守护生态之美	绿色管理	E1.1, E1.5	P54
	绿色运营	E1.3, E1.6, E2.3, E2.12, E2.14, E2.16, E2.22	P55
	绿色办公	E3.1, E3.2	P56
	绿色宣教	E1.5, E3.6	P56
开创共赢之美	开展战略合作	M3.4, M3.6	P60
	推动供应链履责	M3.1, M3.3, M3.10, M3.11, M3.15	P63
	服务国家大局	S4.1, S4.5, S4.9	P64
分享和谐之美	安全生产	S3.1-3.4	P68
	慈善公益	S4.8-4.12	P70
	社区共建	S4.1, S4.5, S4.9	P77
责任管理	责任战略	G1.1-1.2, G2.2	P80
	责任治理	G3.1-3.3, G4.1	P81
	责任沟通	G6.1	P83
	责任荣誉	A3	P84
	议题分析	G2.1	P86
附录	关键绩效	A2	P87
	指标索引	A5	P88
	评级报告	A4	P89
	意见反馈	A6	P90

评级报告



《华润万家 2020 企业社会责任报告》评级报告

受华润万家(控股)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 2020 企业社会责任报告》(以下简称《报告》)进行评级。

可比性 (★★★★★)

《报告》披露了“营业收入”“行业排名”“员工培训投入总额”“安全应急演练数”“环保总投入”“捐赠支出”等 30 个指标连续 3 年的对比数据,可比性表现卓越。

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)》。

可读性 (★★★★★)

《报告》以“万般美好为万家”为主题,从上、下两个篇章展开,系统展示了企业对员工、客户、环境、伙伴、社区等利益相关方的履责理念、实践与成效,全面回应利益相关方的期望与诉求;封面采用插画风格,描绘美好生活虚拟场景,紧扣报告主题,提升了报告的辨识度;嵌入二维码延伸阅读报告内容,引入利益相关方感言佐证履责成效,增强了报告的传播效果,具有卓越的可读性表现。

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署评级报告。

创新性 (★★★★★)

《报告》开篇设置“链接万家,焕发乡村新希望”责任专题,聚焦企业助力全面脱贫与乡村振兴有效衔接的责任行动,彰显了企业的责任担当;各章开篇设置“责任故事”特色版块,以故事形式讲述亮点事件,增强了报告的生动性和趣味性,创新性表现优秀。

三、评级结论

过程性 (★★★★☆)

公司办公室牵头成立报告编写工作组,办公室总监担任组长,把控关键节点及核心内容,副总经理负责报告初审,总经理负责报告终审;将报告定位为合规披露履责信息、完善社会责任管理、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、长图版的形式呈现报告,具有领先的过程性表现。

综合评级 (★★★★★)

经评级小组评价,《华润万家 2020 企业社会责任报告》为五星级,是一份卓越的企业社会责任报告。

实质性 (★★★★★)

《报告》系统披露了产品质量管控、产品信息合规宣传、售后服务管理、问题产品处理、员工权益保护、责任采购、绿色物流、绿色经营、关爱特殊群体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。



华润万家企业社会责任报告首次获得五星级评价

完整性 (★★★★☆)

《报告》主体内容从“内化于心,引领万家新发展”“外化于行,共筑万家中国梦”等角度系统披露了所在行业核心指标的 88.47%,完整性表现领先。

四、改进建议

1. 增加行业核心指标的披露,进一步提高报告的完整性;
2. 报告框架与内容可进一步回应当前热点议题,增强时代感,提升报告的创新性。

平衡性 (★★★★☆)

《报告》披露了“年度新增职业病(例)”“员工伤亡人数(人)”“受理客诉数量(单)”“内部法人评价缺陷问题数”等负面数据,并简述巡视整改发现问题及整改结果,具有领先的平衡性表现。

黄群慧

评级专家委员会副主席

钟宏武

评级小组组长

魏香丽

评级小组专家



出具时间: 2021 年 7 月 15 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？

- 政府 监管机构 客户 员工 供应商 经销商 合作伙伴
 公众 社区 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：

华润万家(控股)有限公司
China Resources Vanguard (Holding) Company Limited
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/>

报告编制小组
主编: 闵青
副主编: 陈研
编辑工作组: 黄艳、丁晓璐、张颖、翁敏珠



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