



2013 社会责任报告

目录

1

走进万家

2

数据万家

7

荣誉万家

8

为社会树立企业公民形象

9

争做诚信纳税人

争做法律践行者

2

为顾客提供优质商品和服务

10

提升门店质量

严控管理环节

提供优质服务

普及消费知识

提高顾客满意度

3

为合作伙伴共创共赢平台

30

供应商大会

合作伙伴行为守则

供应链全程把控

4

为员工搭建幸福万家

35

尊重员工合法权益

承担社会就业责任

搭建员工发展平台

保障员工职业健康

引领员工直面高管

丰富员工多彩文化

关怀员工所想所需

5

为工作营造安全与和谐

42

安全生产体系

安全应急机制

安全教育宣传

安全生产投入

安全生产案例

6

为环境缔造绿色万家

51

开展绿色采购

响应政府号召

推进节能减排

投身绿色事业

7

为社区增添责任关爱

54

应急支援

关爱青少年

关爱老人

关爱社会

承担社会责任

附录

60



走进万家

华润万家是中央直属的国有控股企业集团、世界500强企业——华润集团旗下优秀零售连锁企业集团，同时也是中国最具规模的零售连锁企业集团之一。旗下拥有华润万家、苏果、欢乐颂、中艺、华润堂、Ole'、blt、V>nGO、Voi_la!、VIVO采活、Pacific Coffee等多个著名品牌，其中超市业务已连续多年位居中国连锁超市第一位。

华润万家旗下品牌

超市品牌



购物中心
品牌



专业店
品牌





华润万家业务分布区域

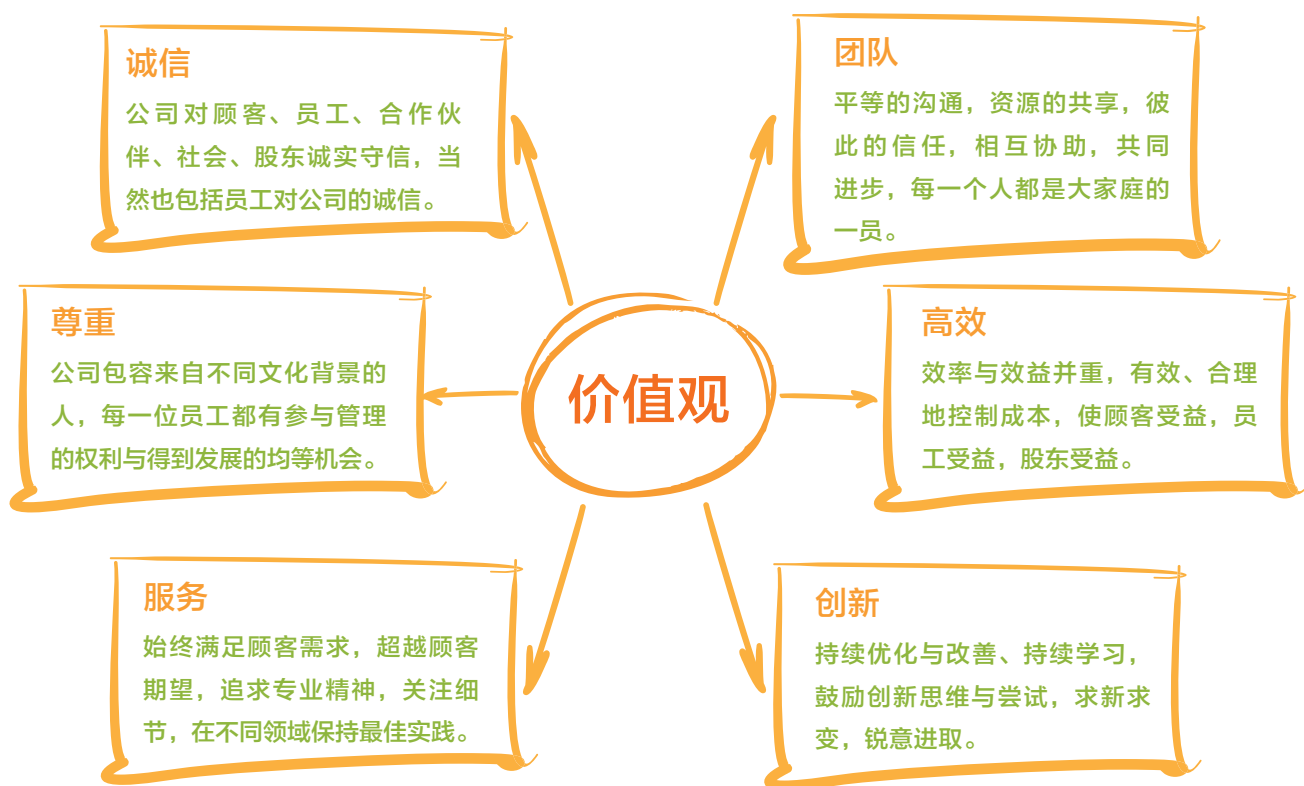
- 零售网络遍布全国31个省、自治区、直辖市和特别行政区，100多个重点城市。
- 2013年全国自营门店实现销售924亿元，自营门店总数达3835家，员工人数超过20万人。

华润万家秉承“以大卖场为主力业态，依托根据地驱动多业态、全渠道扩张；通过均好运营及高效增长，成为行业领导者”的发展战略，以持续改善大众生活品质为己任，引领时尚、健康的生活方式。多种业态优势互补，以客户需求为导向，为消费者提供高品质的商品与服务。截止目前，华润万家已进入全国32个省、自治区、直辖市和特别行政区，100多个重点城市。2013年全国自营门店实现销售924亿元，自营门店总数达到3835家，员工人数超过20万人。

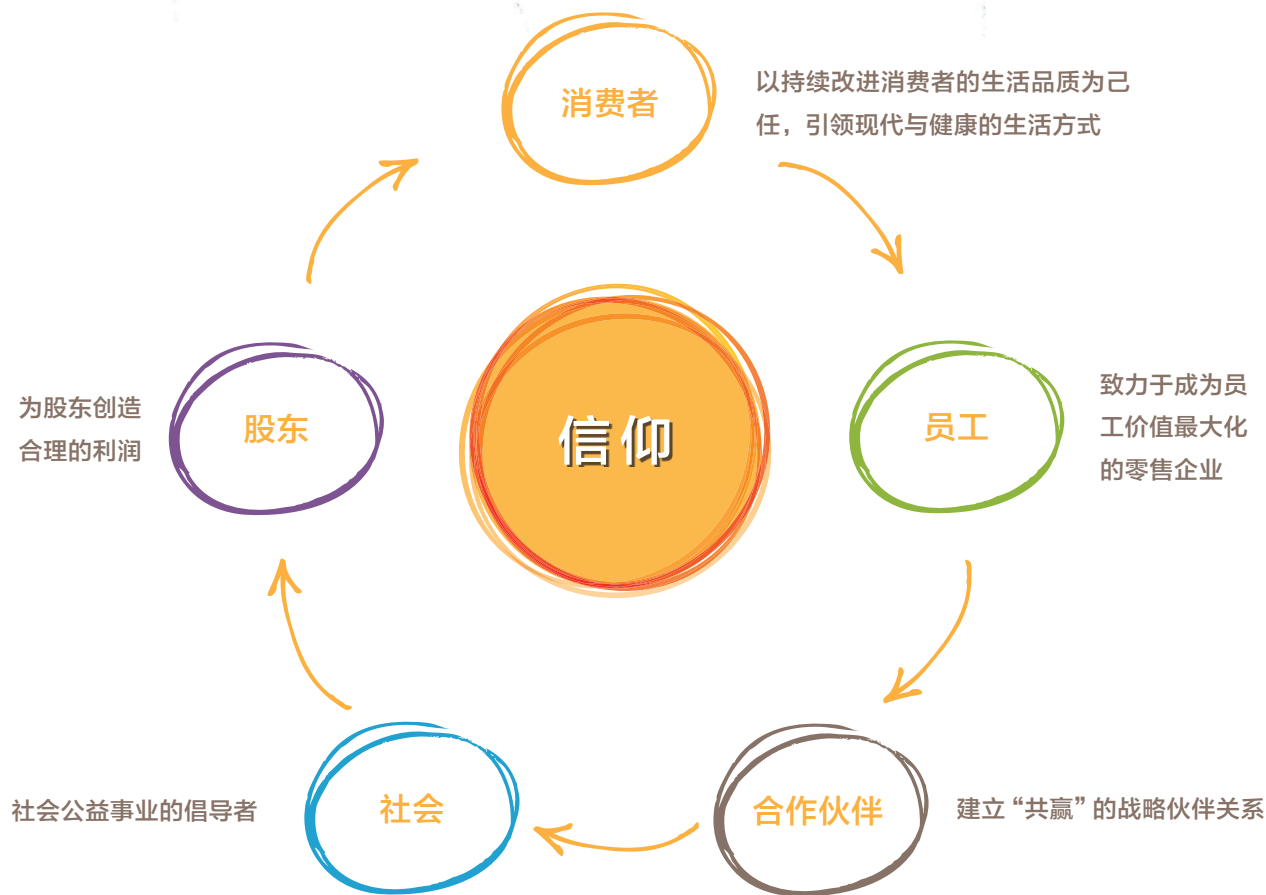
华润万家努力成为优秀的企业公民，长期坚持并积极参与民生保障、品质改善、环保节能等对社会及生态环境有利的事业，努力成为友善、亲和的社区一员，建立共赢的战略合作伙伴关系，坚持实现员工价值最大化和股东价值合理化。

展望未来，华润万家充满信心，秉承“与您携手 改变生活”的企业理念，通过持续的优化与发展，致力于成为改善大众生活品质的卓越零售企业。

价值观



信仰



战略

以大卖场为主力业态，依托根据地驱动多业态、
全渠道扩张；通过均好运营及高效增长，成为行业领导者。

全渠道扩张

- 以大卖场为主力实体业态，通过多业态资源配置及业态组合，驱动业态适应性、成长性
- 以虚实结合的全渠道扩张为竞争优势

区域扩张

- 立足优势城市群或城市，构建根据地
- 依托根据地进行区域纵深扩展

顾客洞察

高效增长
业态优化

高效展店

供应链整合

均好运营
精益营运

人才文化
匹配

组织与管控

信息化

资源掌控

协同

精益管理

风控体系



数据万家

统计指标	2011	2012	2013
营业收入(亿元)	827	941	924(自营门店)
员工总数(万人)	126,939	145,615	142,166
新增就业人数(人)	21,926	18,676	11,311
劳动合同签订率(%)	100	100	100
社会保险覆盖率(%)	100	100	100
职工平均工资水平(万元人民币)	4	4.33	4.6
女性管理者比例(%)	44.0	40.4	43.2
残疾人雇佣人数(人)	224	649	1,019
员工培训覆盖率(%)	88.7	92.0	110.1
人均培训投入(万元人民币/人)	0.0099	0.0110	0.0211
人均培训时间(小时)	126	20	32
工伤事故发生数(次)	1,038	1,181	1,121
员工死亡人数(人)	0	0	0
体检覆盖率(%)	20.0	35.3	49.8
职业病发生次数(人)	0	0	0
安全培训人次(人次)	364,410	452,836	1,074,646
安全生产投入(万元人民币)	4,376	3,774	2,839
安全培训覆盖率(%)	96.7	94.7	98.1
安全应急演练数(次数)	2,984	5,869	7,706
客户投诉反馈处理数占投诉数比重(%)	100	100	100
节能减排技术改造投入(万元人民币)	1,264	927	1,259
环保总投入(万元人民币)	3,746	5,184	2,209
员工敬业度(%)	59	60	62
责任采购比率(%)	100	100	100

荣誉万家

参评品牌(项目)	评选单位	荣誉名称
华润万家	中国连锁经营协会	中国连锁百强第四名 快速消费品连锁百强第一名
华润万家	第一财经与艺康集团	“中国食品健康七星奖”
华润万家	中国年度最佳雇主(2012)颁奖典礼	“2012中国年度最佳雇主” “百强提名雇主” “年度最受女性关注雇主”
华润万家	第十五届中国连锁业会议	华润万家CEO洪杰先生当选“2013中国连锁年度人物”以及新一届CCFA理事会主席 “2013年零售创新奖” 2013年度CCFA金牌店长4名 2013年度CCFA十佳金牌店长1名
华润万家	2012年度顾客满意度测评	2012年度陕西(顾客)满意生活性服务业十强企业
太平洋咖啡	香港君子企业调查颁奖典礼	“君子企业-餐饮业”银奖
太平洋咖啡	“2012香港环保卓越计划”颁奖典礼	2012香港环保卓越计划-餐饮界银奖
VIVO采活	2013观点商业年会	2013年度商业最佳表现奖





壹·为社会树立企业公民形象

一、争做诚信纳税人

华润万家诚信经营、依法纳税，2013年向国家纳税27.33亿元。

二、争做法律践行者

华润万家作为负责人的零售企业集团，严格遵照国家法律法规和行业政策开展企业行为，并将法规意识融入日常经营管理和全部合作伙伴。华润万家始终都是遵守法律、维护法律的社会公民。

在公司管理方面：根据《国务院关于印发注册资本登记制度改革方案的通知》，对注册资本登记制度等事项将进行相应的改革。

在用工方面：按劳动法、劳动合同法等相关法规切实保障员工的合法权益。

在供应商合作方面：按公平、自愿原则与供应商合作，遵守五部委颁布的《零售商与供应商公平交易管理办法》，积极配合五部委开展清理整顿大型零售商向供应商违规收费工作，按《价格法》、《关于商品和服务实行明码标价的规定》公开向供应商收取非费用种类及标准。

在门店经营方面：按《食品安全法》、《消费者权益保护法》、《价格法》、《计量法》、《广告法》等与门店零售业务有关的法律法规，依法办理有关许可证，做到持证经营，严格按有关标准，做好门店设备、设施的检查。

在节能减排方面：按照国家、地方“节能政策”，华润万家积极改进照明设施，如充分利用自然光照，减少照明灯数量；并将空调温度统一调整为环保温度（26℃）。



贰·为顾客提供优质商品和服务

华润万家始终重视商品质量和服务品质，严格执行国家法律法规和标准，从供应商管理、原料采购、仓储物流、加工销售等全业务链进行管控，完善了质量管理的制度和标准，开展质量管理体系认证等，为广大消费者提供高品质的商品和服务。

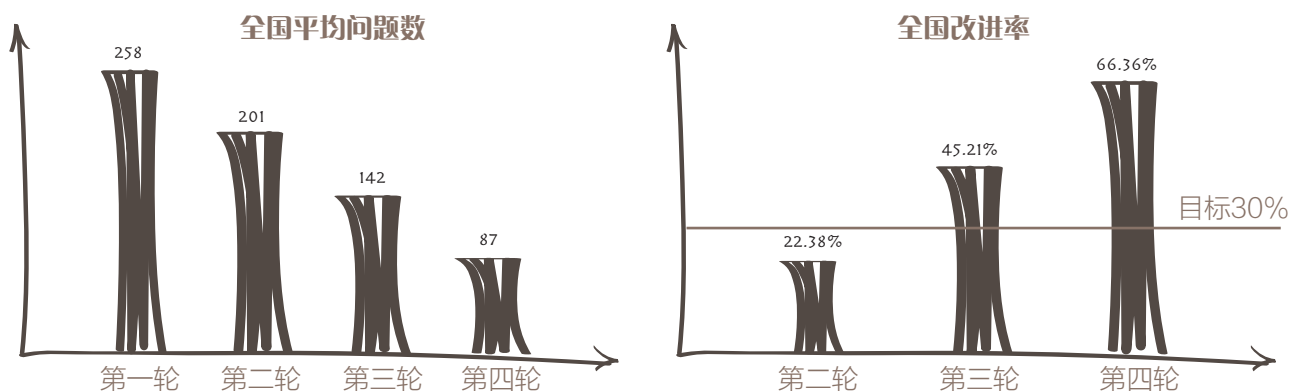
一、提升门店质量

（一）食品安全示范店：从2010年开始，华润万家启动食品安全示范店评审工作，截止2013年打造食品安全示范店161家。

（二）自身评审：2013年监督审核食品安全示范店／非示范店94家，利用PDCA工作循环方法，从基层发现问题开始，层层落实关闭问题，形成闭环的质量链条管理，从而提高了工作效率，促进了门店食品安全管理水平的提升。

（三）第三方评审：2013年华润万家引进第三方SGS对全国共115家门店进行评审。门店全年改进率66.36%，与目标30%改进率相比，目标达成率为221%。针对评审发现的问题，公司统筹全部力量带领门店进行认真整改并跟踪落实，规范了门店食品安全管理行为，提高了门店食品安全管理水平。通过第三方SGS评审，全年未发生因食品问题引起的食品安全事件，保障了广大顾客的消费安全。

第三方评审改进情况：





从2009年起 华润万家率先在内部推行HACCP体系

消费者意见：



顾客

蛮好 蛮好的...



顾客

比如说这个肉吧 比较新鲜



顾客

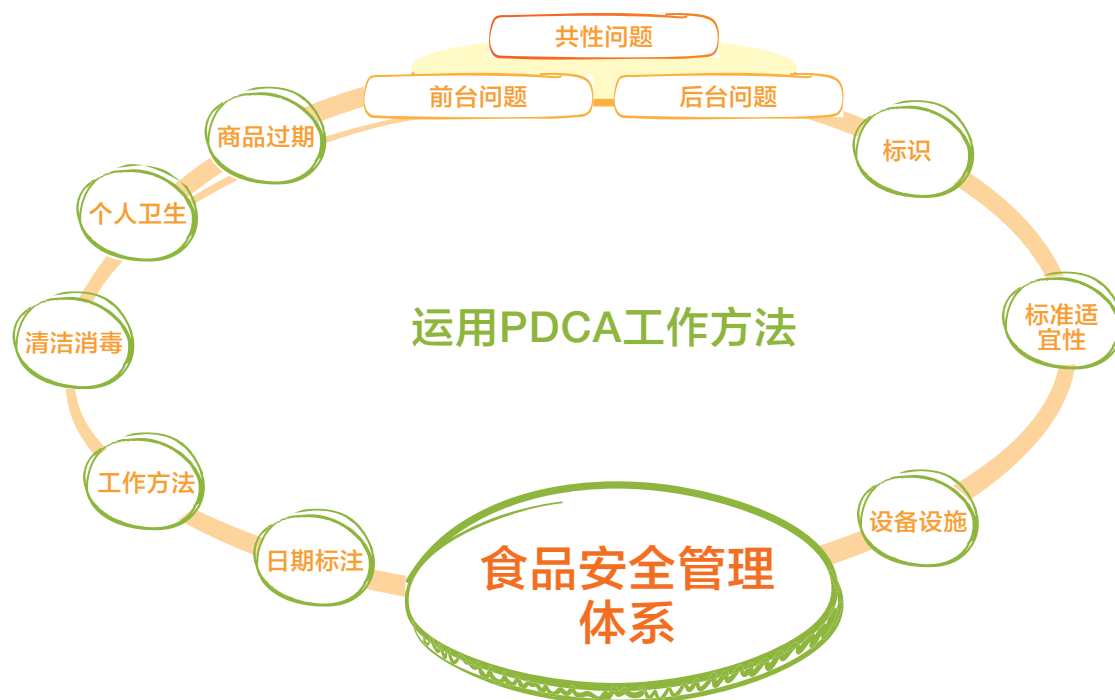
这里面菜新鲜一点



SGS评审老师意见：



华润万家食品安全管理体系：



二、严控管理环节

(一) 仓储物流环节

物流部门以及门店严格执行公司的商品验收要求，对所有来货严格按照《华润万家索证索票操作指引》要求查验证照，严格执行《华润万家商品标准手册》，对不合格要求的商品坚决拒收，尤其严格要求自采的商品和自制食品的物料。



货品拒收情况：

- ✿ 双生产日期 / 保质期
- ✿ 生产日期 / 保质期缺失、模糊不清
- ✿ 商品内包装与外包装生产日期 / 保质期不一致
- ✿ 商品过保质期
- ✿ 有保质期要求的商品，需审核保质期信息：
 - ✿ 有效期为三个月以上(不含三个月)的国产商品，超过1/3保质期
 - ✿ 有效期为六月以上(含六个月)的进口商品，超过1/2保质期

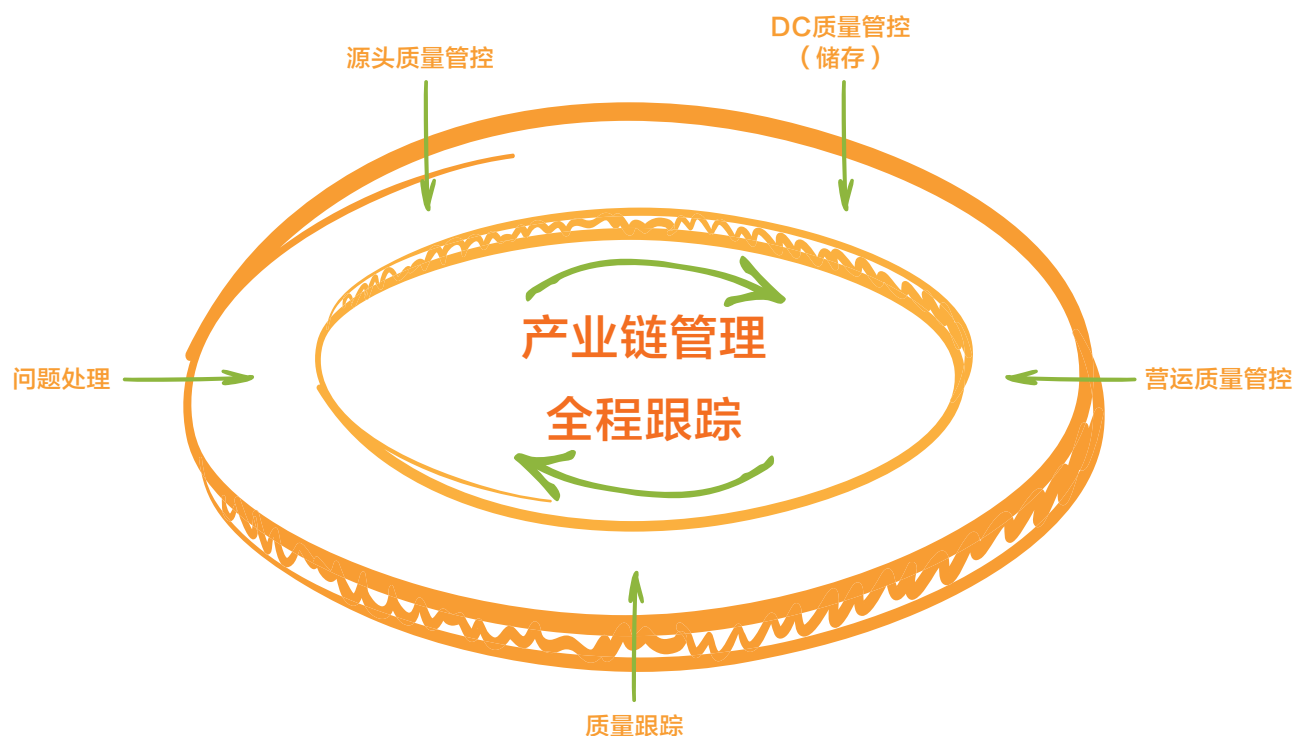
(二) 门店营运环节

通过规范建店标准、收货验收、商品存放、加工生产、排面管理、记录公示、责任到人等措施严控商品在门店的每一个环节：



(三) 商品质量跟踪

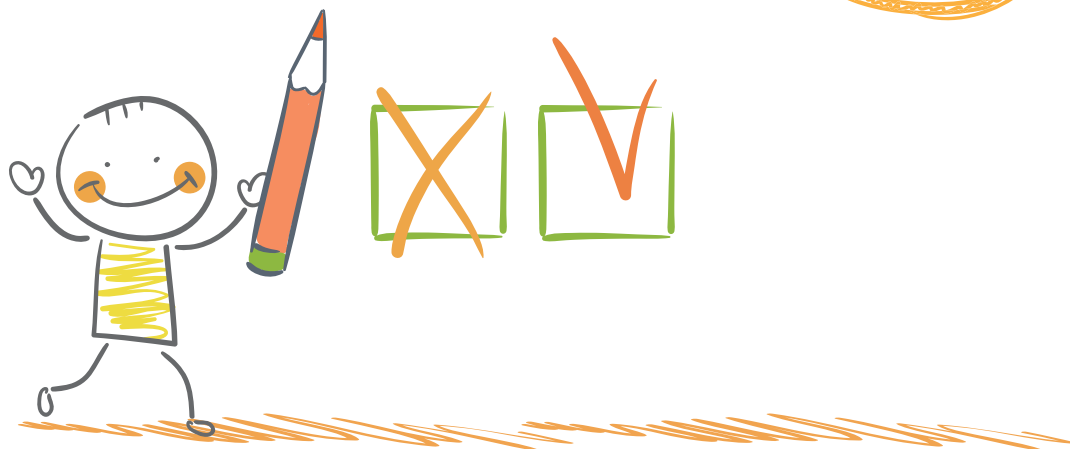
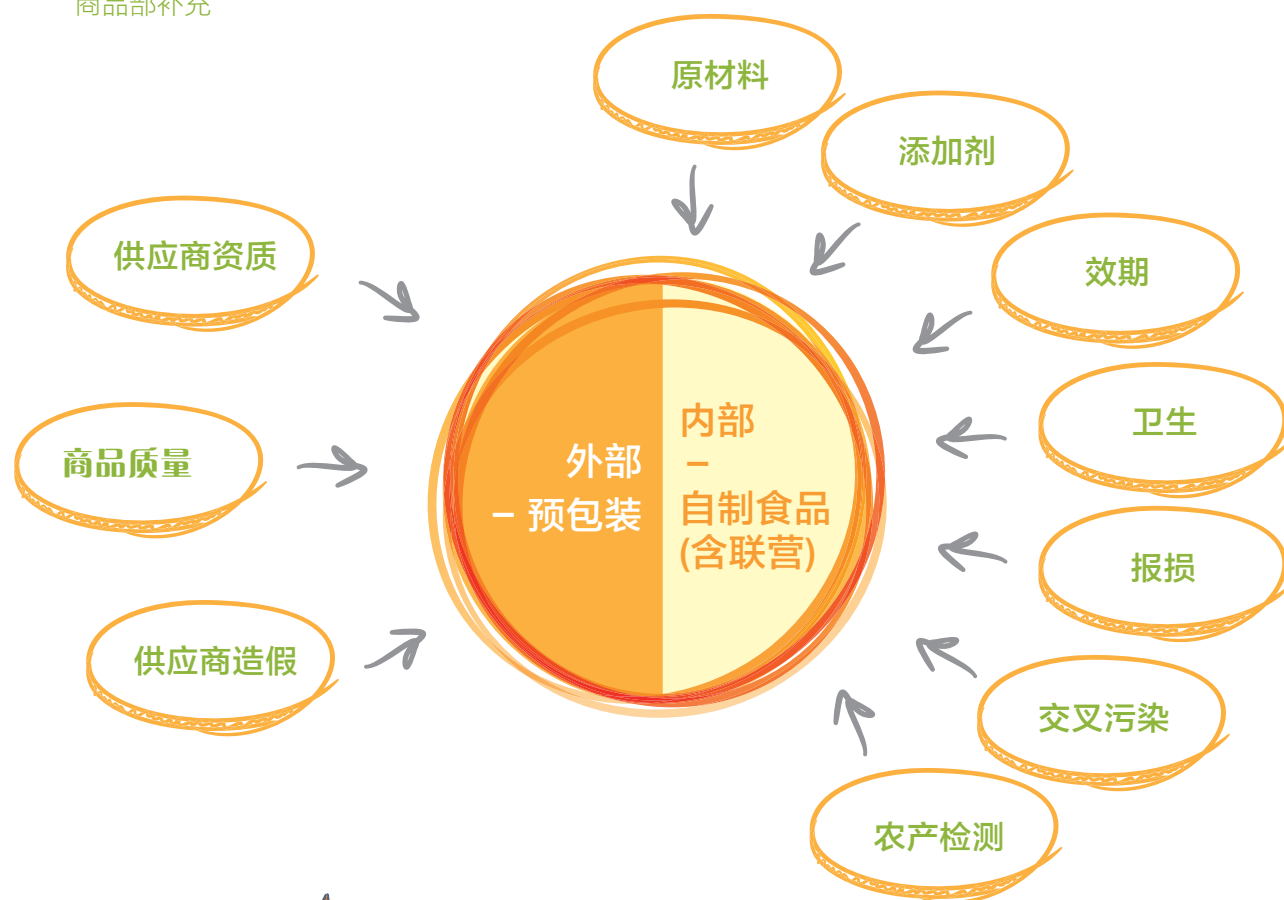
商品质量跟踪管理，首先加大了网络索证系统供应商指标规定，2013年食品、婴幼儿供应商上线率92.3%；其次加强了商品检测工作，2013年共检测商品2247个SKU，合格率89.94%，226个SKU不合格商品，并及时进行下架召回处理，避免了不合格商品落入市场。



(四) 自有品牌商品

制定自有品牌品控标准并将非食品产品标准纳入质量管控范围，同时引入第三方参与供应商监督评审及商品抽检，合格率95.65%；提升了自有品牌品质，降低质量投诉，自有品牌商品质量投诉同比去年下降18.47%。

商品部补充



三、提供优质服务

(一)与顾客一起购物

1、意义：

充分了解顾客需求，用最直接的方式、第一时间与顾客沟通交流，加深与顾客的情感联络，通过此种方式向顾客传达公司对其重视和关注的目的。同时在企业内部培养顾客导向的意识。

2、方式：

现场陪购：各职能部门负责人在既定的时间点和门店，陪伴至少一位顾客现场购物直至结算，聆听顾客心声

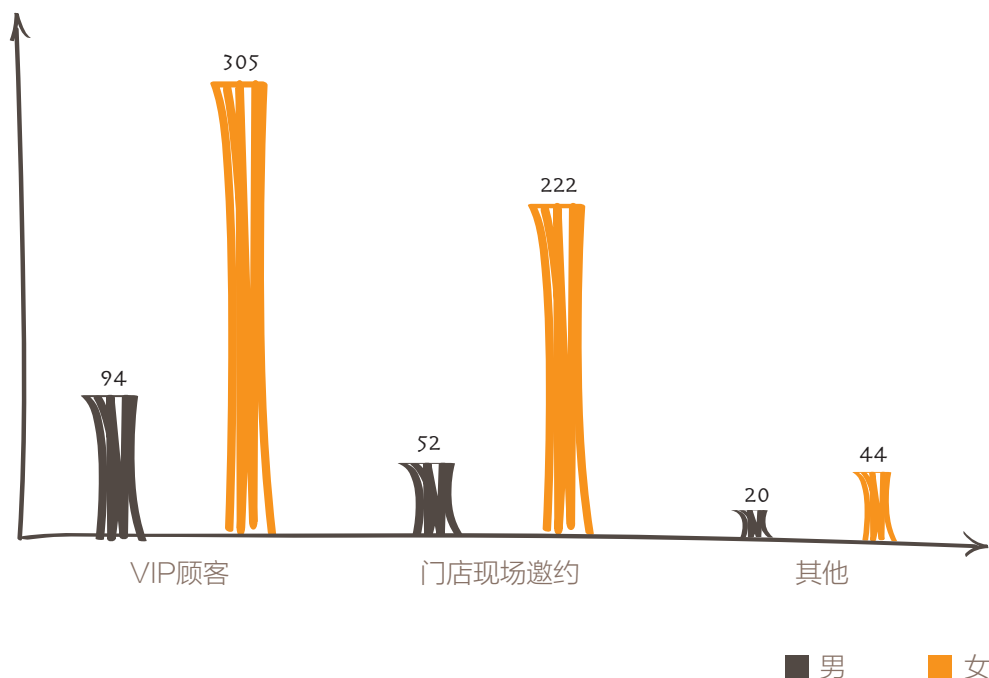
后续总结：现场记录，并分析研究学习

行动方案：有针对性制定行动计划，并跟进改善措施的落地执行结果

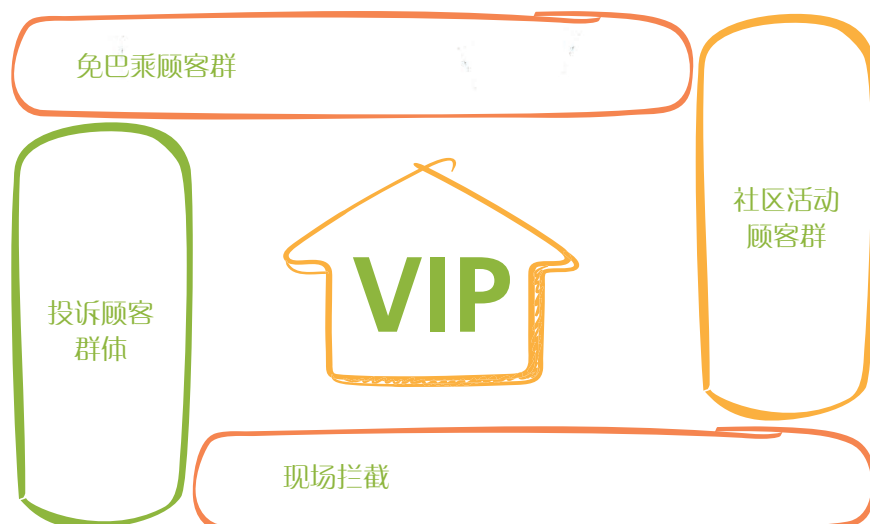
3、情况介绍：

2013年华润万家公司高管以及相关职能负责人参加了在全国业务范围内开展的顾客陪购活动。

13年参与的顾客人数732人，比12年的280人增多了452人，增长率161%。

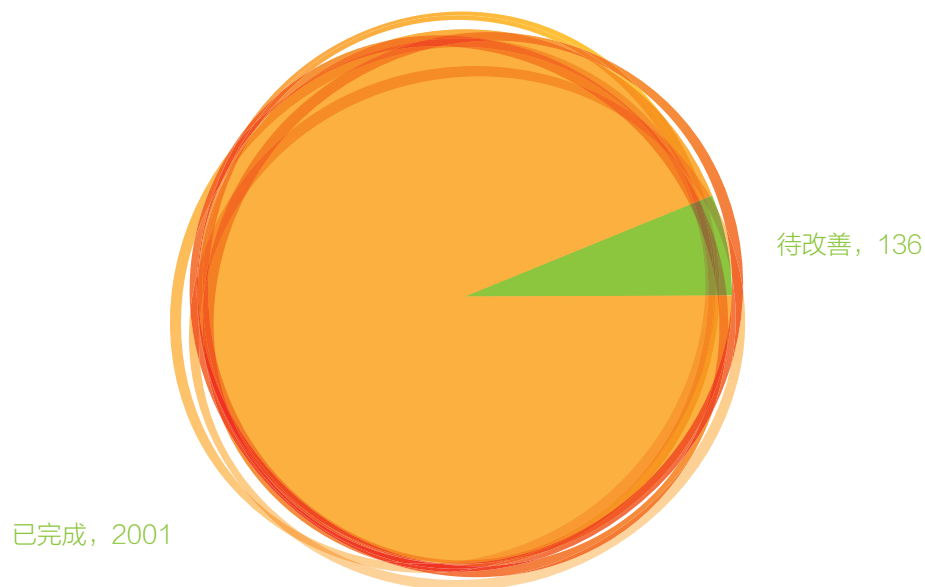


女性顾客参与人数远超男性顾客，其中女性顾客571人，男性顾客166人，占比为3.4:1。



2013年收集顾客意见2137项，较2012年的1131增加了1006项。顾客对商品品种、内部人员服务及促销活动的期待较高，占意见总数的46%。

已完成整改的2001条，改善率94%。对部分整改项目如因物业结构、政府市政规划等原因短时间无法改善的项目，已与顾客做好解释说明。



案例1

案例描述：

2013年的多次陪购活动总结中，在员工服务表现上，顾客对店内的收银排队问题意见较多，在下半年表现尤为突出（7月、9月、11月）。

顾客意见：

“希望门店可以通过多增开收银台，或增加人手的方式提高收银效率，改善银台压单的现象”。

自我反思：

店内的收银排班是否合理？

员工的收银效率是否高效？收银流程是否正确？

高峰期收银过程是否监管得当？

行动方案：

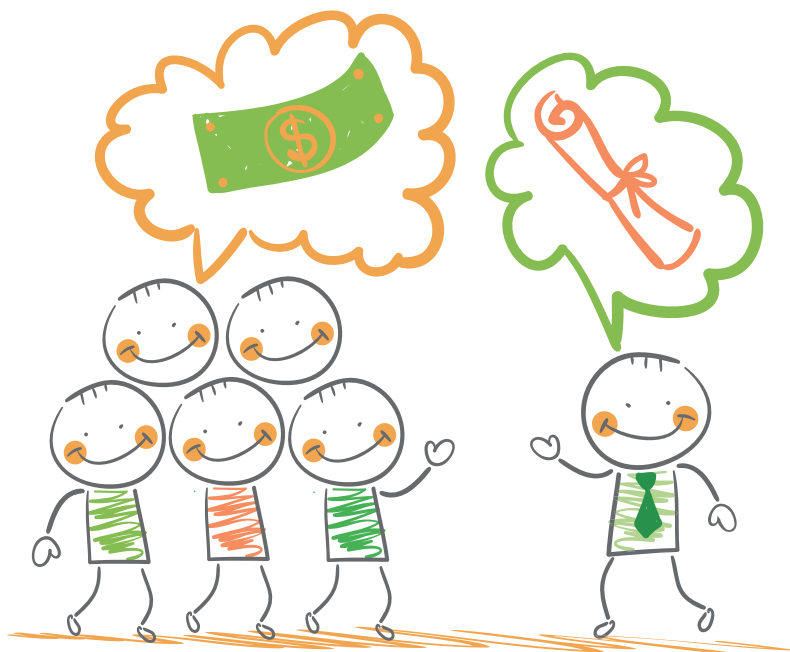
营运部门通过对当前问题的深度剖析，并对此专门制定了收银教程视频，用以指引员工高效结算，借此来改善当前收银排队严重的问题。



案例1

改善结果：

营运部门通过脚本编制、演员筛选、现场拍摄、后期剪辑等过程，仅用半个月完成此视频，并组织共48家门店约1200名员工观影培训，受到收银员工好评不断，受益颇多。



案例2

案例描述：

7月23日，西安雁塔路店，市建公司的汪女士反映“图书区域没有休息椅，挑选图书的时候没有地方坐，站着特别不方便”。

顾客意见：

“华润万家我经常来，方方面面其实都挺满意的。就是希望图书区能增加些顾客休息椅，方便我们挑选图书”。

自我反思：

从客户角度经营生意的意识不强，细节执行不够深入。

行动方案：

为提升顾客满意度，门店促销部协同支持部及时灵活调整店内原有物资，在图书区增加两个木质长椅，以满足图书区域整体的购物舒适度。

改善结果：



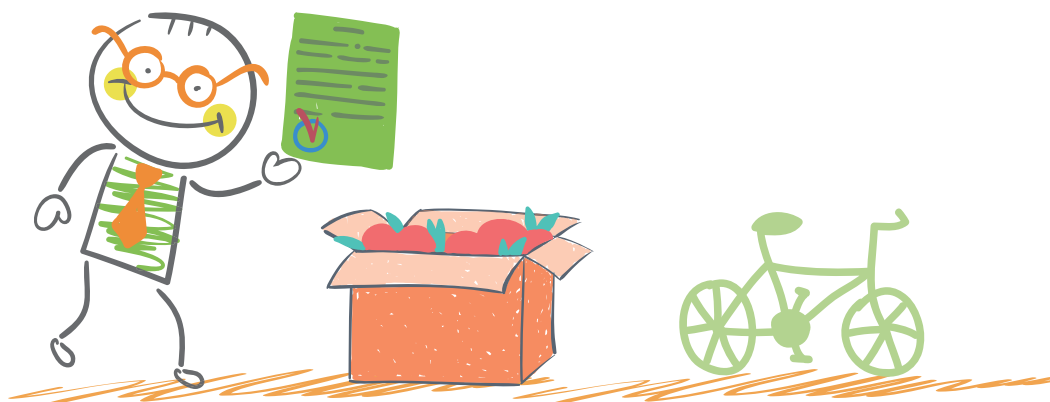
(二) 神秘访客机制

1、概述

(1) 目的：监督服务标准在门店的执行，推动服务标准本身的合理性，提高顾客满意度。

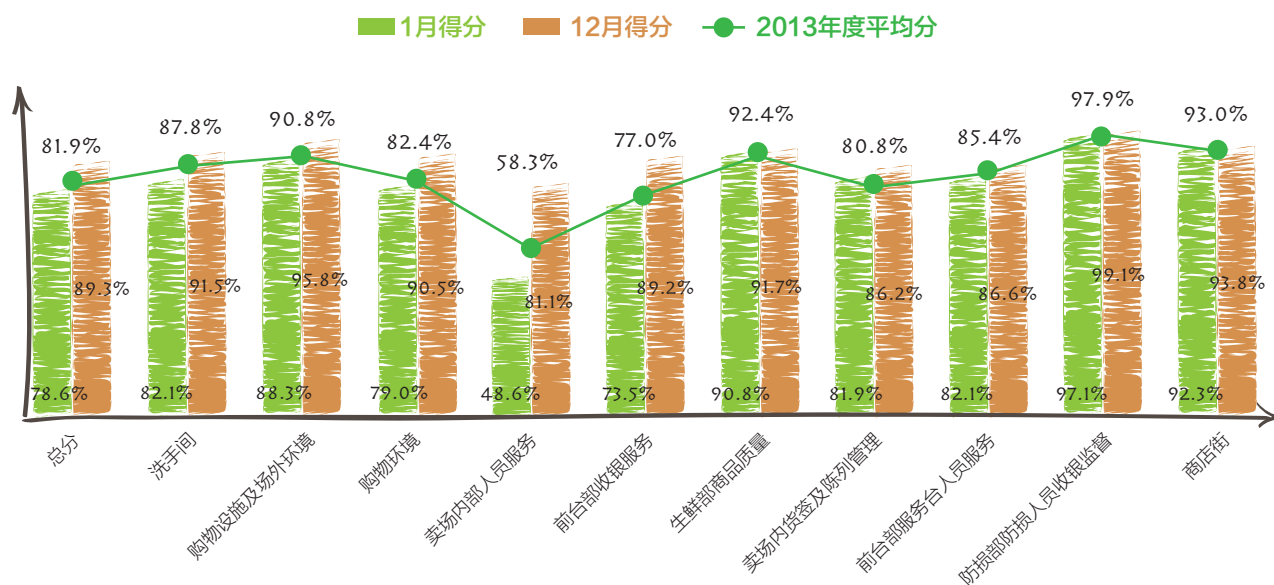
(2) 路径：聘请第三方对门店顾客看得见的流程和标准进行巡检，根据巡检结果改善门店执行情况并优化标准和流程，在大区间展开巡检结果和改善效率的评比。

(3) 项目简介：



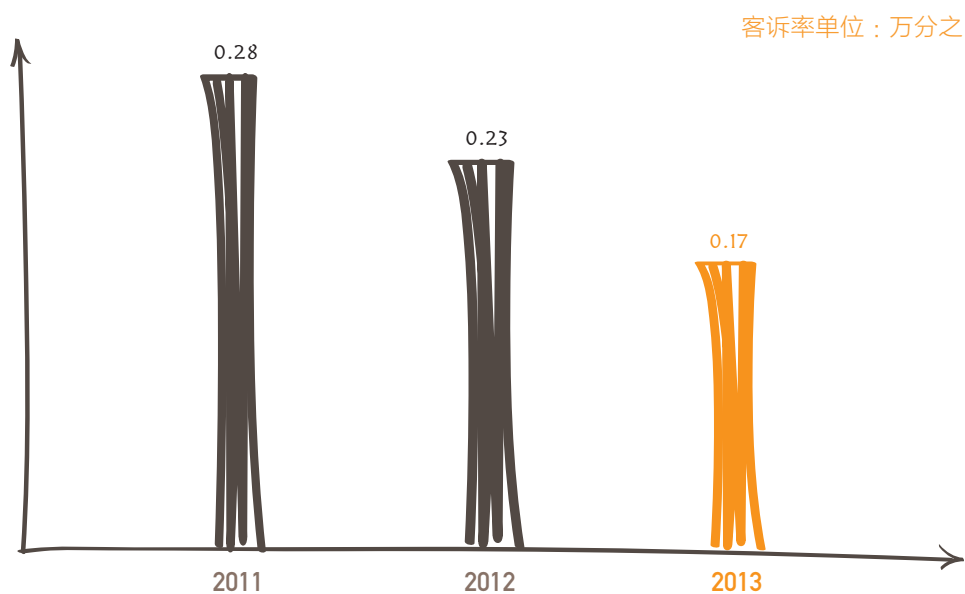
2、巡检效果：

2013年12月全国综合得分89.3分，对比1月的78.6分提升较明显，提升分数达10.7分。



(三) 顾客投诉处理

1、顾客投诉机制



(1) 各大区设立客诉专线

从2011年12月，全国各大区统一要求设立“顾客服务电话专线”。一方面为顾客提供了便利的咨询方式，在咨询服务上一次性直接创造满意，另一方面能够加快顾客投诉处理的速度，有效地提升顾客对投诉处理本身的满意度，从而有效提高顾客从不满意转而满意的机率。

(2) 专人跟进网上、微博投诉

- 专人收集微博顾客投诉及改进意见等信息；
- 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。

(3) 门店服务台受理投诉

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



(4) 门店顾客意见箱

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



2、顾客投诉处理原则

(1) 礼貌接待：

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

(2) 快速反映：

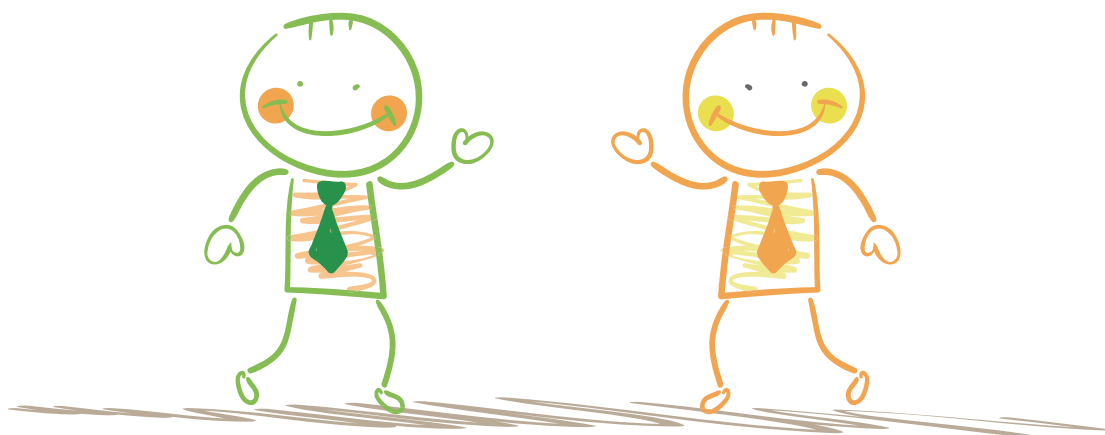
- 处理顾客投诉人员接到投诉要快速反映、及时解决、及时答复；
- 对能够当场解决的问题立即解决，不能当场解决的，应向投诉者合理解释，与顾客协商约定时间处理。

(3) 首问责任制：

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

(4) 合理解决顾客投诉处理：

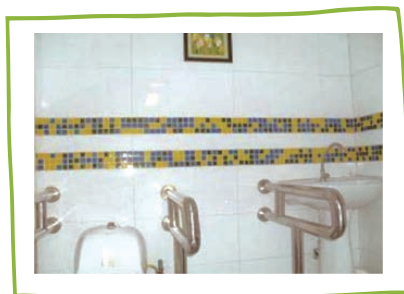
- 严格依据《消费者权益保护法》相关规定，从顾客角度出发解决问题。



3、服务特殊人群(残疾人、老年人、孕妇等)

(1) 多功能洗手间(残疾人洗手间):

- 增加配置: 坐厕(带扶手栏杆), 独立洗手盆(带扶手栏杆), 挂钩;
- 独立单间, 地面平整轮椅可出入。



(2) 优先通道: 老、弱、病、残、孕妇可享受优先结算服务。



(3) 近距离送货服务: 对老人、病残、孕妇给予特殊帮助, 尽量满足送货要求。



(4) 母婴室：为哺乳妈妈提供场所

设施配件(哺乳椅、护理台、饮水机、洗手池、洗手液、沙发等)。



四、普及消费知识

华润万家秉承“以持续改进消费者的生活品质为己任，引领现代与健康的生活方式”的经营理念，通过信息展板、公司网站、微博等媒介，对食品安全、质量常识、商品鉴别、流行时尚等内容进行宣讲与交流，促进消费者明白消费、理性消费与科学消费。2013年华润万家连续第5年开展全国性的食品安全月活动，邀请消费者参观超市食品操作间以及商品源头企业和基地。同时，华润万家还主动走入社区，现场宣讲食品安全常识。

此外，华润万家通过互联网积极宣传与消费者息息相关的食品安全知识，结合大众的信息获取习惯，制作了食品安全主题动画视频，在主流视频平台进行投放，获得53万的点击量和30多位微博达人的转发，影响近150万受众。



消费者走进华润万家

五、提高顾客满意度

面对广大客户，华润万家坚持“顾客至上”的核心经营理念。通过体系化的满意度调查工作，实现监测顾客体验同时驱动业务改善。并提出了搭建满意度体系、满意度监测、满意度改善策略确定、短板成因挖掘和投射、短板改善策略等措施。

2013年计划开展顾客座谈264次，实际已完成265次，达成率100.4%。累计顾客意见488条，通过顾客反馈意见，提升门店环境、服务标准，按照顾客需求逐步改善及优化商品结构，提升顾客满意度。

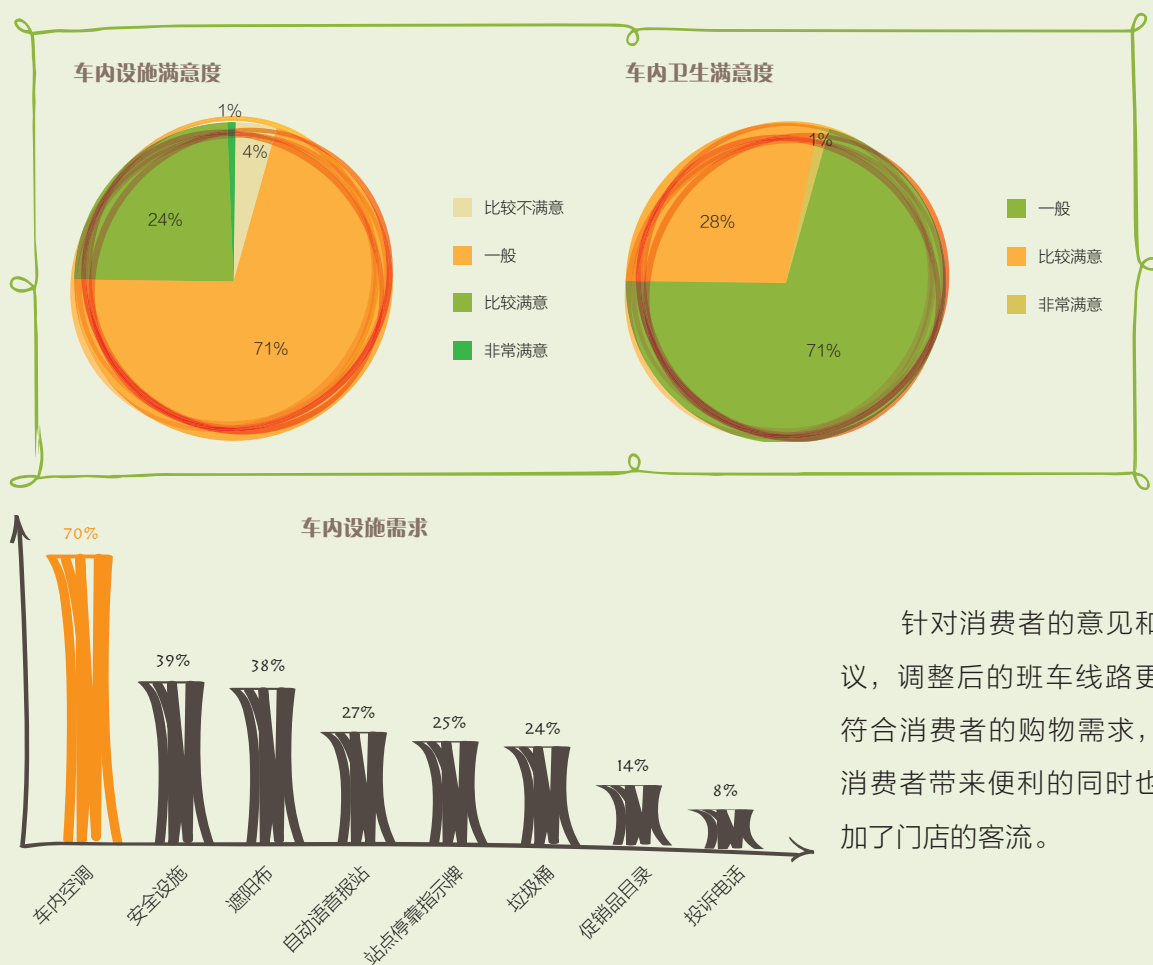


案例1

免费班车顾客满意情况

华润万家滨江店对免费班车从11月15日 - 11月21日进行为期7天的顾客满意度市调，以浦沿线为例结果如下：

- 1、浦沿线站点设置不合理，需重新考核；
- 2、浦沿线线路需调整时间点；
- 3、根据现生活水平的提高，乘客对车内空调的需求比较强烈，同时也需增设遮阳布；
- 4、免费班车的来客占店比均不高，需店内针对免费班车做推广活动，以提升载客率。



针对消费者的意见和建议，调整后的班车线路更加符合消费者的购物需求，为消费者带来便利的同时也增加了门店的客流。

叁·为合作伙伴共创共赢平台

华润万家高度重视战略合作伙伴，秉承互惠、互利、公平、信用的原则。与合作伙伴建立了互信合作的友好关系。

一、供应商大会

2013年华润万家在杭州召开了一年一度的全国供应商大会。会议以“心开始，共启航”为主题，以“亲切，温暖，贴心”为主基调，着重展现了华润万家同合作伙伴携手共赢的重要性和必要性。华润万家的120家合作伙伴应邀参加了会议。

会上，华润万家CEO洪杰先生发表了名为“携手共赢零售新时代”的主题演讲。大会先后颁出了共同成长奖、规模增长奖、供应链效率奖、销售大奖以及最佳战略伙伴奖，以此肯定和鼓励年度表现优异的合作伙伴。



二、合作伙伴行为守则

华润万家秉承对合作伙伴负责的理念，与商业合作伙伴合作时会签署《华润万家合作伙伴行为守则》，以约束双方规范操作，平等合作。

（一）遵纪守法：所有经营行为均完全遵循国家法律、法规、规章、规定。

（二）用工合规：要求业务伙伴遵守《中华人民共和国劳动法》、《中华人民共和国劳动合同法》，在工时、薪酬、严禁使用童工、社会保险等方面有明确约束。

（三）工作环境：业务伙伴必须提供给员工一个安全、健康的工作环境、必要的劳动防护用品及健康检查。

(四)环境保护：业务伙伴应遵守国家相关的环境保护法律规章。华润万家鼓励业务伙伴减少包装，同时使用可回收材料。

(五)商品安全：华润万家要求业务伙伴提供的所有商品都符合国家质量技术监督部门的各项标准。

(六)知识产权保护：华润万家要求业务伙伴所提供的产品(包含赠品、试用品等)均不存在侵犯任何第三方合法权益(包括但不限于商标权、专利权、著作权等)的情形。

(七)诚信清廉关系：华润万家员工与所有华润万家业务伙伴包括潜在的业务伙伴的交往应仅限于正常的业务关系，不得索取任何形式的个人利益。

华润万家对供应商采取严格的审查机制，包括送样、测试、验厂、评估等多重环节。鼓励供应商在生产、包装、运输过程中采用环保节能的设备和原料。华润万家致力于构建“共赢”的合作关系，严禁任何人利用华润万家的商业影响从供应商处获得不当利益。对存在重大质量以及诚信等问题的供应商按照流程及时暂停或终止合作。

三、供应链全程把控

(一)严格完善的标准

1、对于常规商品：通过资质证照合格性、生产基地现场、外观标识三方面审核制定《华润万家商品准入质量控制流程》；规范供应商监管的要求和方法，协助供应商提高、改善质量管控水平，提高经营商品质量水平，规避可能存在的运营风险。

2、对于农产品：参照GFSI标准，通过果蔬、畜禽、水产品和大田谷物类四个模块制定了华润万家认证基地管控标准，建立可追溯体系，并促进耕地的可持续发展，提高其生产管理水平，降低农产品生产的违规风险。

对供应链上的管控标准进行细化，对农业和生产企业进行不同的标准管理，并进行农业基地的认证工作，全年共49家农业基地通过认证。

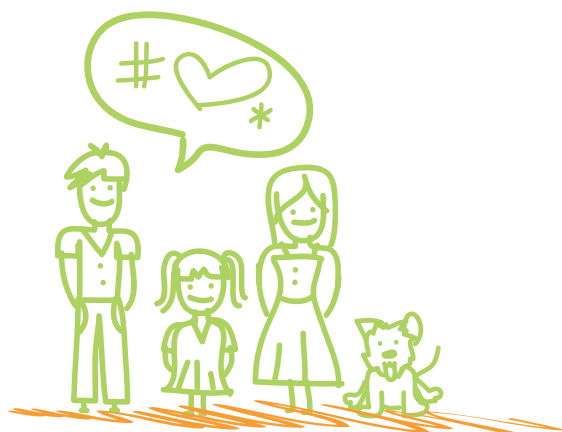
(二)索票索证

信息化管理供应商索证索票，统一操作平台，用现代技术实现数据资源有效整理，保证商品来源可追溯，网络化跨区域证照资源共享；

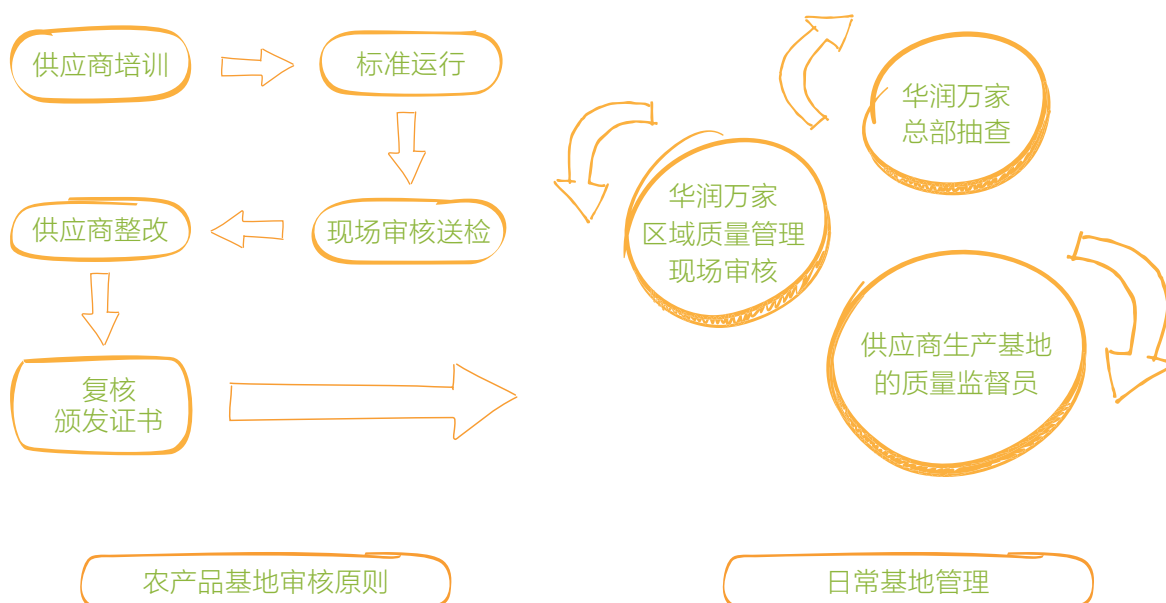
营业执照；税务登记证(国税、地税)、组织机构代码证；生产许可证；食品流通许可证；商品检验报告；3C认证(电器)等。

(三) 供应商审核

从2011年底开始，由总部质量管理编写教材，有针对性的对农产品供应商进行有计划的专场培训，宣导华润万家“认证基地”管理理念及管控专业知识；同时审核通过的供应商，均发华润万家农产品基地认证证书。



供应商审核原则和日常管理：



根据商品类别和风险程度，商品供应商应在正式合作之前进行生产基地现场审核；按评审等级决定是否引进与该供应商合作，并进行后续监督核查。

供应商评审等级		
级别	分数	结果
A级	90分以上	合格供应商
B级	75-89分	合格供应商，有部分需整改项目
C级	60-74分	不合格供应商，必须完成整改后方可引进
D级	60分以下	不合格供应商，建议淘汰
备注：自有品牌商品，初次基地现场审核，需达到80分，方可引进。		

供应商抽查频次			
审核周期	上次审核情况		
商品品类	A级（90分及以上）	B级（75-89分）	C级（60-74分）
生鲜类供应商	视情况抽查	12个月内抽查一次	3个月内抽查一次
自有品牌（食品）	视情况抽查	12个月内抽查一次	\
集中投诉商品（食品）	尽快安排抽查一次		
集中投诉商品（非食品）	视情况尽快安排抽查一次		
曝光商品	视情况尽快安排抽查一次		



2013年，全国评审供应商890多家。



肆·为员工搭建幸福万家

员工关爱数据表

帮扶项目统计	2011		2012		2013	
	人(户)次	金额(万元人民币)	人(户)次	金额(万元人民币)	人(户)次	金额(万元人民币)
救助困难员工(人次)	91	5.83	34	96.6	43	21.4
走访慰问困难员工家庭(户)	63	3.15	2	0.324	0	0
资助困难员工子女入学(人次)	0	0	0	0	0	0
救助患病员工(人次)	86	114.13	36	96.924	56	157

一、尊重员工合法权益

2013年, 华润万家及下属各业务单元严格遵守国家劳动法律法规和企业所在地政策要求, 尊重并保护员工合法权益, 保障员工工资、社会保险、各项福利待遇全面落实。截至2013年底, 公司建立正式劳动关系的在职员工劳动合同签订率为100%。公司在薪酬制度设计中注意向一线基层员工倾斜, 并充分考虑到员工的岗位、绩效、驻外等相关情况, 制订了科学合理的薪酬体系, 员工劳动报酬按照薪酬体系严格执行。在病假、待安置等情况下, 员工报酬均不低于当地最低标准。

在员工保障方面, 公司建立了以社会保险为主、商业保险为辅的多重保障体系, 除为员工缴纳社会保险外, 还根据公司实际情况, 为员工购买重大疾病保险或意外险等非社会强制类保险, 全方位为员工人身安全和健康提供保障, 免除员工的后顾之忧。

二、承担社会就业责任

华润万家及下属各业务单元招聘过程中, 以应聘人员的综合素质(沟通能力、责任心、求职动机等)及专业素质(专业知识、专业经验、专业操作能力等)作为甄选依据, 而不以应聘人员的性别、年龄、国籍、民族、宗教信仰、肤色、语言、户籍所在地等与工作无关的个人特征作为标准做出对应聘人员是否招聘依据。并严格依照《劳动法》、《劳动合同法》及《就业促进法》等法律法规进行规范用工, 截至2013年末, 华润万家正式员工142166人, 劳务派遣人员12197人, 促销员94558人, 共计248921人, 向社会提供近25万就业岗位。在2013年期间, 华润万家新增1万多个就业岗位。

华润万家在对妇女及弱势群体（低学历农民工、残疾人等）的尊重及保护方面做出了重大努力。在招聘录用上，优先考虑该部分人员，目前公司女性员工105020人，占正式员工总数68.35%，高中及以下学历员工119850人，占正式员工总数的77.64%。此外，华润万家仍积极推动年龄在40和50岁以上人员再就业，其中40岁以上的正式员工40371人，占正式员工总数26.15%。

三、搭建员工发展平台

（一）拓宽职业通道，提供更多发展机会

1、新员工培训发展

华润万家为适应公司快速发展对人才的需要，每年都从全国各地高校吸收优秀的应届毕业生加入到华润万家大家庭，并通过有针对性的“管理培训生成长计划”，通过三年的系统培养及两年重点关注，帮助管理培训生快速适应新环境，掌握工作技能，逐步成长为华润万家中高层储备管理人员。在2013年，华润万家面向本科院校招聘了460名本科（含）以上学历应届毕业生。

2、内部员工发展

华润万家同样注重“事业经理人”，坚持企业与员工共同创业、长久发展，共享企业发展成果。

华润万家为给员工提供清晰的职业发展路线，便于员工选择与晋级，减少员工在发展路径中的盲目性与无序性，公司制定出了高管类、管理类、专业类、技术类、业务支持类、操作类6大类74个职位序列的员工职业生涯发展路线，为员工提供专业与管理两条发展通路，同时也便于员工根据对应序列进行职业生涯规划；公司为员工提供全国范围内的工作机会，在业务需要的前提下，员工可结合自身意愿在不同区域发展。

公司加大了内部人员的选拔力度和跨单位干部轮岗交流的频率，给员工提供更多锻炼机会，积累工作经验，提升综合素质。对一定层次的岗位开展内部竞聘、轮岗交流，发现人才，锻炼人才，激发潜能，达到人力资源最大化利用，实现员工与公司共赢。2013年全公司范围内晋升11576人次、调动22840人次。

2013年公司还将通过任职资格项目明确员工在各个通道上的能力标准，一方面使员工随着个人经验及能力的提升得到职序内的职级晋升，另一方面完善晋升选拔机制，形成能者上庸者下的管理文化。

（二）加大资源投入，促进员工能力提升

华润万家坚持企业与员工共同发展，充分利用各类资源和条件为员工创造学习与成长机会。2013年总部各部门及下属业务单元积极开展公司内及各利润中心的交流项目，一方面达到为企业协同创造价值的目标，另一方面帮助员工拓宽视野及专业领域，补充行业相关知识和技能，进一步提升职业能力，加速人才培养。

2013年，公司通过“旗手项目”招聘了一批行业精英，为公司注入新鲜活力、增添多元化视角。公司为“旗手”制定了一系列文化融入和领导力提升的培训培养项目，以促进“旗手”在华润万家的土壤中快速生根发芽，在共同的愿景及价值观的驱动下成长并创造价值。



四、保障员工职业健康

为了进一步保障员工的身体健康，有效预防疾病的发生和传播，保证员工以最饱满的精神状态投入到工作中。根据国家对员工身心健康保护措施的有关要求，华润万家于2013年6月发起涉及全公司的员工健康检查。本次参加员工健康检查的员工范围涉及总部及业务单元，员工计66024名，投入费用571万元。健康检查后，公司根据检查结果分别开展了针对性的健康知识讲座，帮助员工关注日常生活。

五、引领员工直面高管

从2011年6月开始，华润万家逢双月的15日在总部及各业务单元举办总经理接待日活动。活动加强了总经理与员工之间的沟通交流，促进员工合理化建议的收集，增强公司发展战略及最新政策的有效传达，形成了高管团队贴近员工的思维。



2013年共举办5期活动，参与员工总人数为5760人，接收问题总数为889条，其中现场回复解决的问题311条，问题现场答复率34%。需要后期跟进的问题578条，已解决问题542条，后续跟进问题整体解决率达93%。

六、丰富员工多彩文化

（一）员工周

华润万家员工周——是全体华润万家员工共同的节日。作为“家文化”的一种符号，“家·人”是每年员工周的主旋律，体现了员工以万家为“家”，待同事如“家人”的亲密关系。从2008年的“家·人——我们在一起”，到2009年的“家·人——欢乐同行”、2010年的“家·人——全家总动员”、2012年的“家·人——hold住欢乐”、2013年的“家·人——青春style”，每一年不同的主题，每一个主题所蕴含的都是华润万家对员工最深沉的谢意和关爱。

2013年华润万家第五届员工周在全国范围内同期举行，覆盖112587人。华润万家通过开展文艺汇演、趣味运动会、DV大赛、摄影大赛、亲子活动、我才我秀、才艺表演、舞蹈大赛、零售达人秀等丰富多彩的员工活动，向员工表达祝福，传递快乐。





华润万家陕西籍深圳员工：在华润万家工作，这里的同事互助友爱，团结奋进，跟他们在一起每天都充满了快乐和动力，这种感觉很幸福，像家就围绕在自己身边一样，内心拥有无穷的正能量。

华润万家华北区新员工：员工周活动是我们自己的节日，它很新颖，让我感受很深刻并且能够很好的调动大家的自豪感和积极性，希望这种活动能一直延续下去。

（二）员工篮球大赛

华润万家员工篮球大赛作为公司企业文化建设中团队沟通的重要组成部分，通过篮球比赛的形式，培养员工自我挑战、积极向上的运动精神，增进业务单元之间的沟通与交流，增加团队凝聚力、向心力及归属感；推动积极向上的组织文化氛围，推广公司品牌文化形象，建立优质的品牌文化活动。华润万家VANGUARD杯员工篮球大赛自2010年开展至今，已连续成功举办四届。2013年8月26日－8月29日，第四届华润万家VANGUARD员工篮球大赛在江苏南京顺利举行。第四届员工篮球大赛，参赛队伍包括来自总部、物流管理中心及14个业务单元的16个男队及7个女队，共230多名参赛队员参加。



(三) 兴趣小组

员工社群化是华润万家开展的特色员工活动，员工兴趣小组作为员工社群化的重要表现形式，已于2010年开始在总部及多个业务单元相继建立。兴趣小组的工作将继续加强，要求：已建立员工兴趣小组的业务单元增加兴趣小组的数量和多样性。

兴趣小组在总部及各业务单元相继成立，各处分别以业务单元、城市、区域、部门、门店为单位，成立文娱、体育、艺术等多层面多种类型的兴趣小组，并定期组织活动。

七、关怀员工所想所需

(一) 冬、夏季员工关爱计划

2013年度针对一线岗位员工受夏季高温、冬季严寒的气温影响的状况，实施个性化关爱项目。截止至2013年9月，总部及14个业务单元分别开展了夏冬季员工关爱。关爱项目累计达149项，关爱人次达55万人。各项员工关爱项目执行效果良好，活动普遍受到员工的好评。冬夏季关爱包括发放防寒保暖用品、姜糖水、宿舍慰问、员工加餐、冬至温情包饺子、凉茶供用、配遮阳伞等活动。节日关爱包括端午节员工关爱、春节系列员工关爱等活动。

(二) 跨业务单元异动员工关爱计划

随着公司业务快速发展，全国范围内人才调动的需求上升，异动人员为了公司更好的发展，放弃了与家人团聚的时间，离乡别井思念家人的心情需要公司进一步的关注。为了更好的关爱异动人员，公司在2013年制定《华润万家跨业务单元异动员工管理规定》。

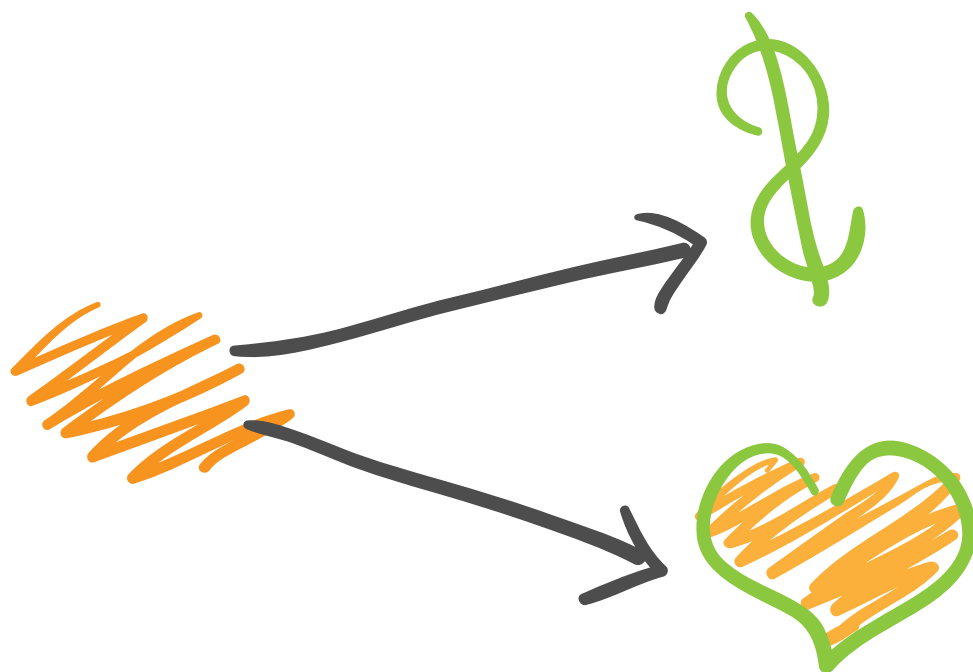
2013年，公司在继续关注异动的员工，开展年夜饭关爱、春节关爱、员工周关爱、儿童节关爱、中秋节关爱、运动健康关爱的定期或特定节日异动员工关爱等项目，让异动员工都能全身心投入工作，并从工作与公司文化中感受到快乐。

(三) 爱心基金

华润万家倡导安全、尊重、互助互爱的家文化，为增强公司的凝聚力、向心力和感召力，特设立华润万家爱心互助基金会，其宗旨是“让爱心汇聚，帮助最需要帮助的同事”，遵循互助、公开、规范、尊重的原则进行管理和运作。

2012年10至2013年12月期间，组织了全国爱心互助基金募捐活动(除香港地区和苏果)，共筹集了194余万元爱心款；救助困难员工、患病员工及其家属99人次，救助金额197万元。

从2007年至目前为止，华润万家“爱心互助基金”在重大疾病方面已解决了近500名员工及家属的困难，发放救助款项超过620万元，切实解决了员工及其家庭的燃眉之急。



伍·为工作营造安全与和谐

一、安全生产体系

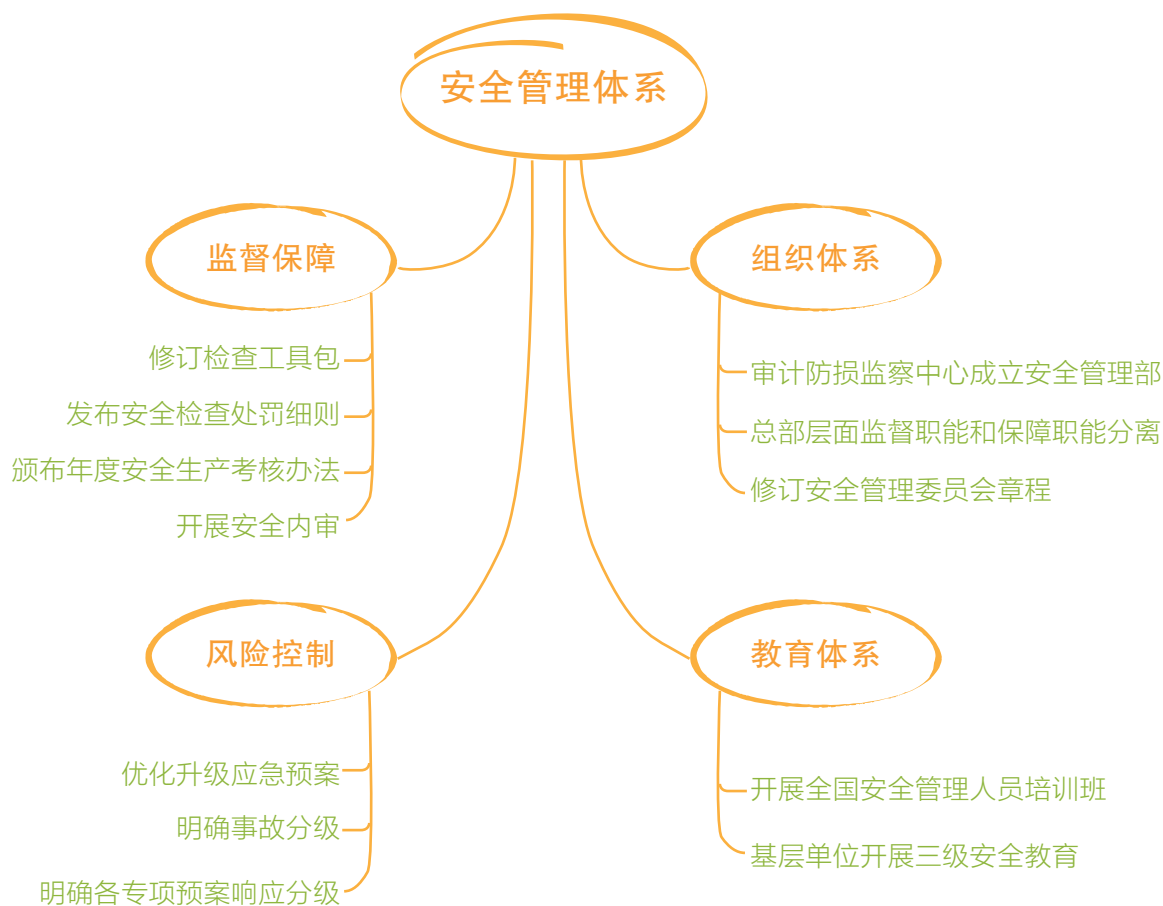
(一) 体系搭建过程

2011年完成职业健康安全管理体系的搭建工作，完成了制度建设，梳理了管理流程。

2011年年底，华润万家总部和5间门店取得OHS1800的认证，这些门店作为所在区域的样板店，为职业健康安全管理体系的推广提供可供借鉴的典范。

2012年在华润万家全国范围内推广职业健康安全管理体系。

2013年全年，华润万家安全管理体系的建设主要围绕制度和应急管理重点工作开展。



(二) 体系建设规划

序号	项目	体系类别	预计完成时间
1	华润万家有限公司安全生产奖励办法	文化体系	2014年
2	华润万家有限公司EHS法律法规识别与评价指引	监督保障体系	2014年
3	华润万家安全生产监督管理工作指引	监督保障体系	2014年
4	华润万家有限公司EHS识别与评价指引	监督保障体系	2015年
5	华润万家有限公司安全生产技术保障管理工作指引	监督保障体系	2015年
6	华润万家安全管理目标 and 责任制度	责任体系	2015年
7	其他业态安全体系建设指引	优化改进体系	2015年

二、安全应急机制

2013年8月开始，华润万家制定了《华润万家应急预案升级及优化工作计划》，计划主要分为六个阶段：

第一阶段：梳理应急预案存在的问题；

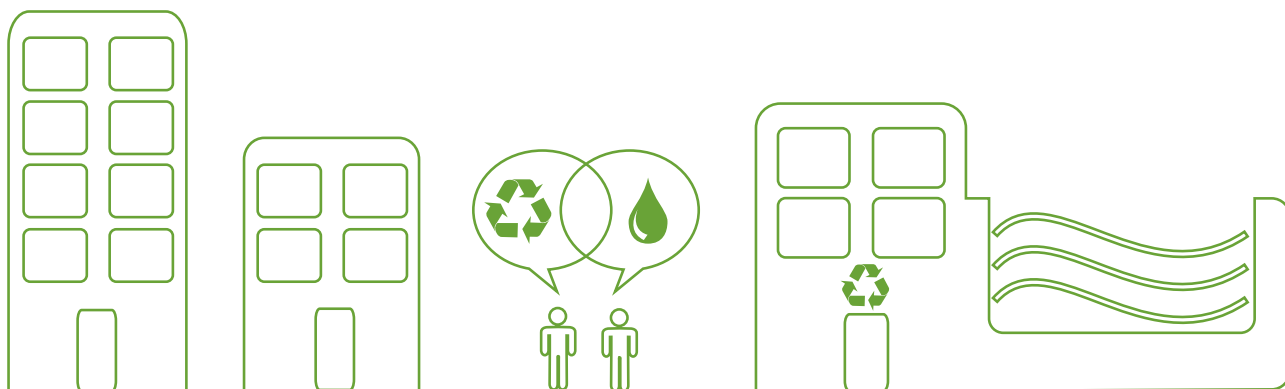
第二阶段：抽取典型事件做出升级优化的模版；

第三阶段：取得公司高层的认同；

第四阶段：进行所有应急预案的优化；

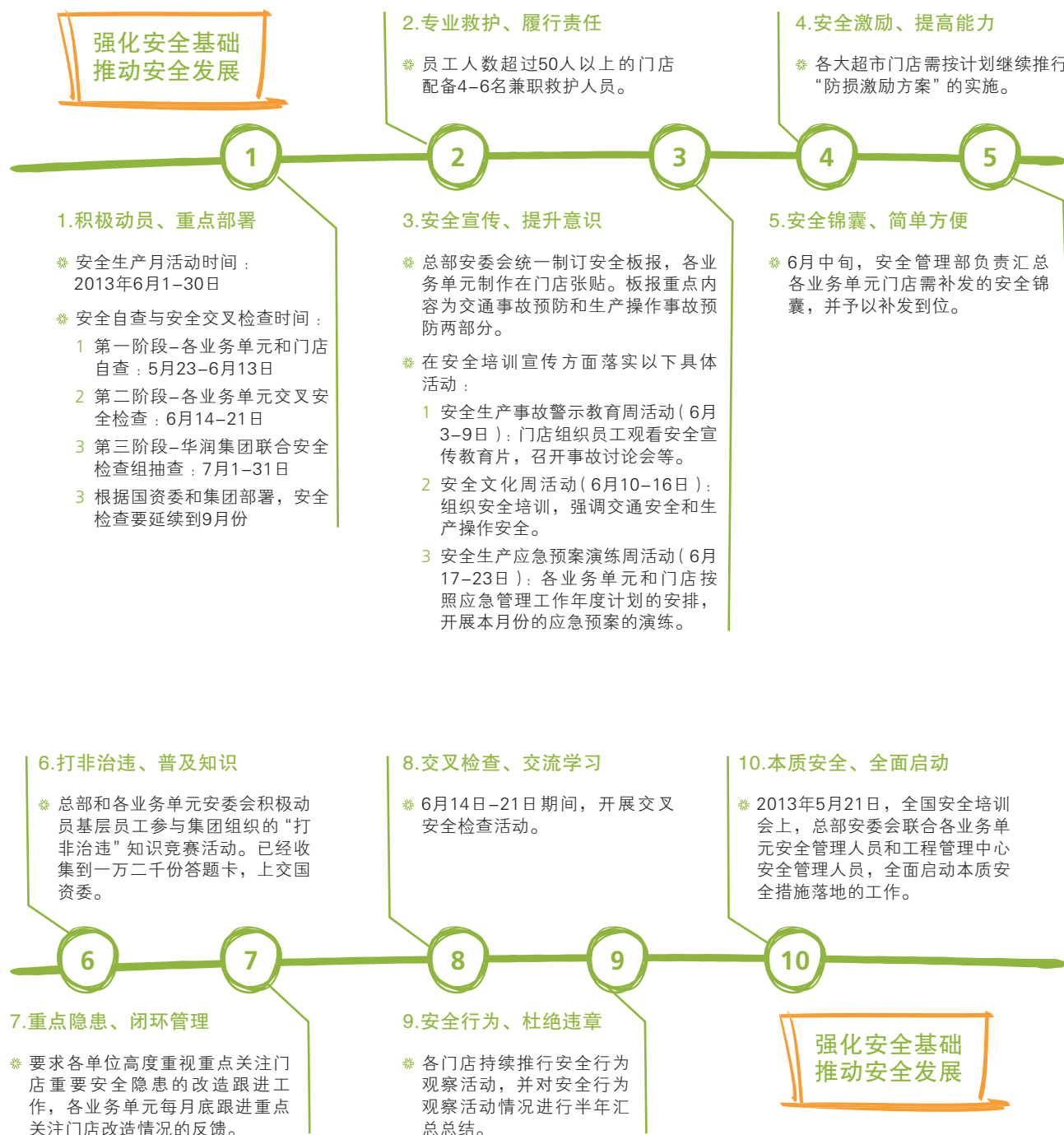
第五阶段：进行全面评审并发布；

第六阶段：发布后为了更好的宣贯应急预案，还应对安全管理人员进行培训。



三、安全教育宣传

(一) 安全生产月活动



(二)公司和门店例行的安全培训

安全培训

(1)新入职员工的培训：对新入职员工分别进行业务单元级、门店级和岗位级三级安全培训。

(2)转岗员工的培训：需要对转岗员工培训新部门岗位的设备安全使用、安全操作等注意事项，由门店部门经理培训。

(3)在职员工的复训：对在岗员工进行三级安全培训的复训，有门店防损部培训。

(4)特殊岗位员工的培训：如消防岗、电工、电梯工、锅炉工、叉车操作工等，对他们的培训一般按照特殊岗位的培训规定，由相应政府部门代培训。

(三)安全宣传

1、总部和各城市公司办公楼内设置安全板报

2、现场张贴安全操作指引图



3、安全演练



4、安全标识的统一和规范

安全标识的统一推广



四、安全生产投入

2013年, 华润万家开展了危险源辨识工作, 共梳理出84个重大安全隐患, 每月督促整改, 见下表, 目前剩余2个隐患由于业主问题已纳入2014年的整改计划中。

预期效果: 每年对重要隐患的整改的预算投入, 能有效地消除隐患减少事故。

	苏果	南区	华东	西北	华北	东北	总部物流	VIVO
消防系统及设施设备, 消防证照	4	7	5	6	4	7	5	1
房屋结构、承重、裂缝	7	8	0	0	7	0	0	0
电气、线路	15	6	0	0	1	0	1	0
数量合计	26	21	5	6	12	7	6	1
整改费用合计(万元)	215	470	130	15	125	25	40	5
合计总整改费用	共84个重大隐患, 整改费用约1025万元							
剩余未整改数	0	1(繁华: 业主问题)	1(后蔡: 合同到期)	0	0	0	0	0

案例1

OLE门店冷链故障报警器安装实例：



◀ 益田假日店
重庆观音桥
上海港汇

报警器安装后的成果检验(太古汇店邮件)：

某日凌晨03:18时系统接到太古汇店压缩机房报警，接到报警后防损部在03:40分到现场发现四台压缩机报警，经排查是物业冷却水系统故障导致冷却水无法交换热量，水温已超过50度，卖场柜子温度也上升至12度，经联系太古汇物管值班人员了解情况，是由于太古汇物业工程部进行安全检查测试，随后物业工程部人员将冷却水泵打开，压缩机组报障解除，机组正常运行，此次压缩机故障在1小时内成功解决。

安全防护配置：



摔倒伤



切划伤



交通事故



电器火灾

预防电器
火灾行动
学习项目
关键设备
大修项目



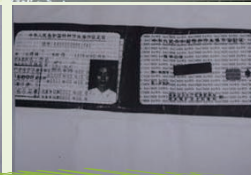
个人防护用品



防滑站



自动消防系统操作证书



按照要求300名以上人员的企事业单位配备一名：安全主任、门店电工均持有电工操作证(包括高压上岗证一名)

五、安全生产案例

案例1

华东区绿宝店一负面信息一预警级别：

时间：2013-6-19 12:53

涉及品牌：华润万家超市

来源：新浪微博

博主：水墨人生苏州

内容：苏州绿宝广场下的华润万家超市进去，右侧的消防通道竟然被铁锁锁住，万一有意外，应急指示灯又指向无法逃生的通道，那后果真的不堪设想。



经过了解和根据微博现场图片显示，苏州绿宝店消防通道没有上锁，消防通道锁已经打开，只因绿宝店消防通道比较老旧，两扇门无法正常紧闭，在开启锁之后插销稍微固定两扇门的合并，不影响正常通畅。

案例2

西北区文艺路店一负面信息

时间：2013-6-21 05:19

涉及品牌：华润万家超市

来源：西安晚报

网站：天津网一首页一新闻

标题：《安全出口被锁闭购物车变成儿童车》

概要：昨日上午，记者来到位于文艺路的华润万家超市，发现该超市存在消防安全隐患。虽然每一层的安全出口贴着消防疏散指示图，及“消防设施安全出口严禁堆物紧急情况下推开”等标语标识，但2-4楼的各个安全出口处都被紧紧锁闭，部分安全出口甚至还被加上了密码锁。在2楼唯一未被锁闭的6号安全出口，门口悬挂着的塑料防尘门帘成了碍眼的“遮挡物”，安全出口被另作他用，提示顾客看到后自觉止步。

安全出口门



密码推报锁



机械推报锁



密码推报锁

经过核实，真实情况如下：

1、2-4楼安全门被锁闭问题属记者没有搞清楚事实，经过核实我们使用的是机械推报锁，没有锁闭。

2、三楼4、5号和四楼安全门均使用的是密码推报锁，也不构成锁闭，密码是用于消除报警鸣叫声用的。

3、二楼6号安全门位于收银线以外，经核实未安装塑料门帘。

文艺路店出现负面报道后，西北区防损部第一时间要求陕西区防损部、行政部及时与报社取得联系，对报社的相关管理人员阐述了目前商店消防设备的使用原理以及商店日常消防管理的要求。

经过协调报社已在报纸上对前期的报道做了澄清，并做了正面报道。



陆·为环境缔造绿色万家

坚持常怀感恩之心，践行社会责任，争做优秀企业公民是华润万家矢志不渝的追求。华润万家积极倡导环保理念和循环经济发展理念，努力实践环保节能活动，建设资源节约型零售企业，为公众打造低碳超市。

一、开展绿色采购

在“促进经济增长，不能以牺牲环境为代价”的时代背景下，华润万家注重引进产品在绿色环保方面的优化，如饮料的轻量瓶、洗化产品包装从PVC到可降解材料PET、床上用品简化外包装、家电产品的节能等。

二、响应政府号召

积极参加政府组织的各项目节能活动。2013年，参加天津市经济信息委组织的能源管理师培训、深圳市经信委组织的《合同能源管理项目的节能核算》培训、2013年节能博览会、《2013年节能宣传周／低碳日南山区企业节能减排能力提升》培训等。



三、推进节能减排

华润万家通过开展节能减排技术项目推动与能源管理双结合工作，提高能源利用效率，转变零售业增长方式，提高企业竞争力，促进企业可持续发展方面有着积极的重要指导作用。

（一）完善《华润万家能源管理制度》，建立节能减排领导小组，从发展战略的高度全程指导、协调华润万家节能减排委员会及各大区的节能项目工作的实施。

（二）坚持开展能耗定额管理，落实节能目标责任制，推动节能管理与措施的落地执行。

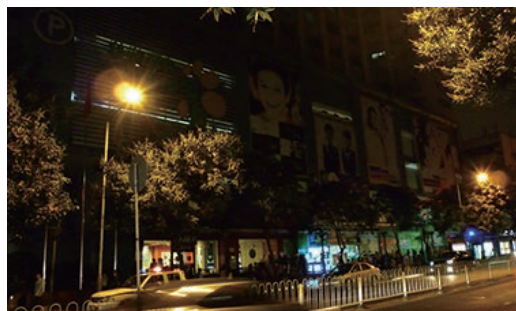
（三）引用EPC合同能源管理模式与自投资模式，采用模糊自控技术、LED节能灯、余热回收、加装玻璃门隔热等先进节能技术与节能措施应用于门店的中央空调系统、照明系统、冷链系统、生鲜熟食等设备，并已在全国范围内的大卖场门店全面推广。

四、投身绿色事业

2013年3月5日始，华润万家环太湖流域的苏州、无锡、湖州多家门店与三地网络媒体联动，在当地开展“美丽生活 爱蓝天 爱碧水”洁净太湖水鱼苗投放活动。从2009年开始，保护太湖水、投放鱼苗活动已经成为华东区每年参加的公益活动，五年来累计在太湖水域投放鱼苗16多万尾，以实际行动履行了企业公民责任。

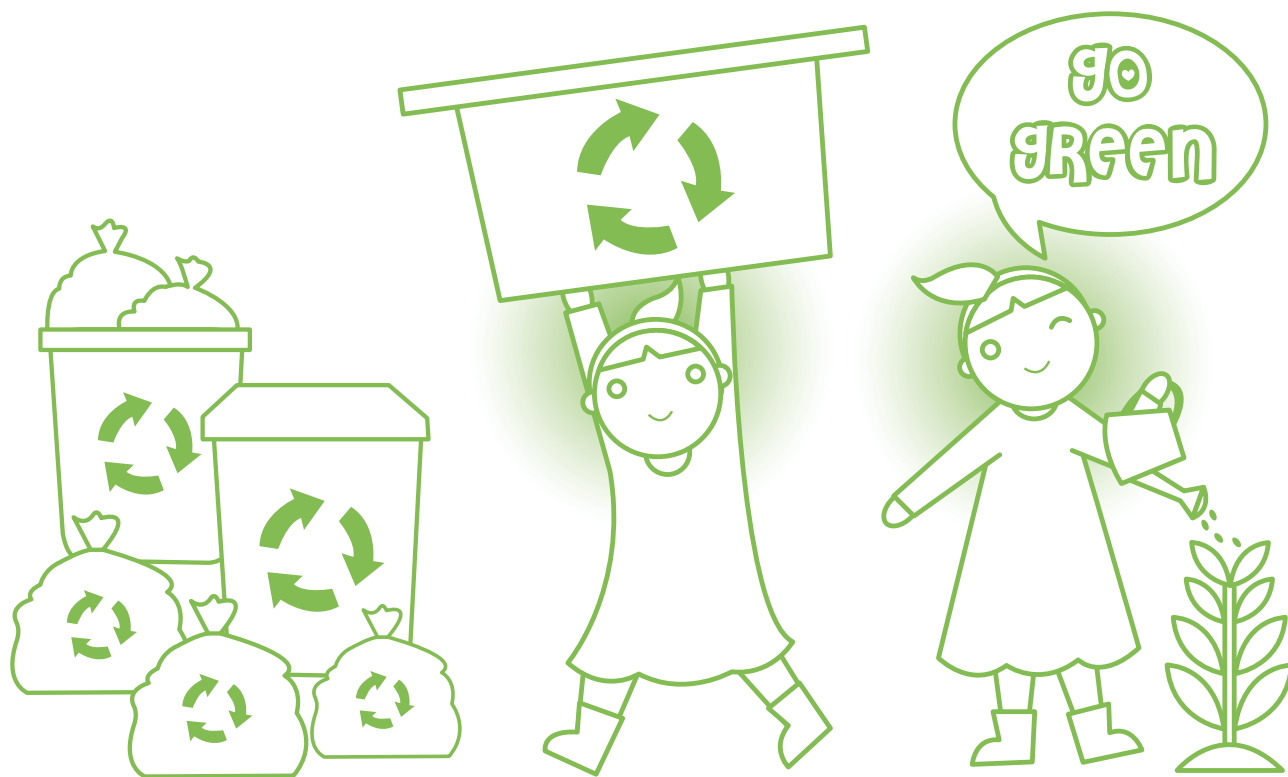


2013年3月23日，统一开展“地球一小时”活动，利用大卖场平台，提高公众节能环保意识。



2013年8月 - 9月，华润万家在全国范围内举办环保节能季活动。通过少年儿童在开通模型上的绘画，唤起社会对环保的倡议：保护生态环境，爱护地球家园，并以感恩之心善待自然、善待社会。此外，活动期间还推出了环保创意堆头比赛、月饼盒回收、无塑料袋日、可降解塑料袋推广、节能商品展等系列活动。

此外华润万家还联手可口可乐公司举办“环保卫士 合家一起来”活动，共回收塑料瓶近70000个，参与人数67382人。



柒·为社区增添责任关爱

华润万家是社会公益事业的倡导者，对公益事业的投入和长远支持已经成为华润万家长期发展战略的重要组成部分。

一、应急支援

4月 华润万家得知四川雅安地区遭受地震灾害后，于地震当日决定通过当地民政部门和慈善机构，向灾区同胞捐赠价值20万元的水、食品等救灾物资，与灾区同胞一起共渡难关。



5月 华润万家株洲购物中心通过爱心义卖筹集善款，并由“壹基金”转交给四川雅安的灾区同胞。



7月 甘肃定西发生地震后，华润万家第一时间联合华润慈善基金会、华润雪花、华润怡宝分两批次紧急调运了1640箱水、1000箱方便面、100把户外太阳伞、50顶帐篷、300条毛巾和100个防潮垫等赈灾物资送往当地慈善机构。



8月 辽宁抚顺遭遇暴雨洪涝灾害后，华润万家受当地政府委托，紧急调运118万元物资。同时华润万家联合当地的怡宝、置地、电力、燃气等公司共同向抚顺灾区捐助4.6万箱矿泉水、十顶帐篷、2000件T恤衫。

8月 广东潮汕地区发生洪涝灾害，华润万家立即组织开展捐赠、救助工作，并连夜赶制大量救灾面包。8月21日华润万家联合华润燃气共同筹集的20余吨救灾物资运往灾区，共计价值20万元。



10月 浙江余姚地区遭遇罕见的特大流域性洪水，华润万家立即向灾区捐赠并输送包括4000箱纯净水、1000箱方便面在内的价值15万元救灾物资；同时华润万家在余姚地区的门店也全力投入到当地民生支援工作中，通过调配物资，保障供应，免费提供充电、食品等便民服务帮助灾民共渡难关。

二、关爱青少年

3月，华润苏果响应扬子晚报的爱心召唤，通过南京500多家门店为当地乡村小学募集到5000多本图书，并筹建了爱心图书室，为当地的儿童带来了课堂之外的文化精神食粮。



3月，华润万家联合天津如辉特教中心、天津童之舟特教中心、天津以诺特教中心、深圳壹基金共同合办了一场“4.2关爱自闭症公益蓝色行动”。活动现场，40多名爱心志愿者呼吁全社会关爱自闭症儿童，同时展出了60余幅自闭症的绘画作品并进行义卖，义卖所筹善款将全部用于贫困自闭症儿童康复费用的支出。

4月，太平洋咖啡(香港)举办慈善钢琴音乐会，邀请台湾著名失明青年钢琴家许哲诚及荣获《2008年香港十大杰出青年》的失明音乐创作人汪明欣首度合作，用爱谱出动听音乐。将活动日卖出的每杯手调饮品的收益全部捐给福幼基金会，以资助国内残疾儿童的康复、教育及医疗等项目。

5月，华润万家积极参与由华润集团河南区域工委主办的关爱农民工子女志愿服务活动，为农民工子女献上文具用品。

7月13日起，华润万家积极履行企业社会责任，在陕西地区提供给13名寒门学子就业岗位，减轻其家庭负担。



8月，华润万家联合杭州网义工团、杭州少年儿童图书馆共同携手举行为期一个月的“梦想·家”外来务工者子女夏令营活动，期间开展了食品安全知识课堂、心理援助辅导、趣味英语培训、感恩教育——关爱弱势群体和奥运知识普及，并带领孩子们到华润万家濮家店后台参观等活动。

11月，华润万家合肥欢乐颂购物中心开展欢乐公益行活动，向庐阳区特教学校捐赠价值5000元的文体用品。

三、关爱老人

华润万家连续多年开展助老爱老活动。重阳节期间，华润万家在全国范围内开展通过丰富多彩的长者周活动，为老年人送上一份关爱。

5月，华润万家组织慰问天津鹤童养老院，与养老院中孤寡残障老人共度端午佳节，为老人们带去深深祝福。

6月，华润万家超市工作人员与天津师范大学志愿者一行50余人来到鹤童华苑老人院，与老人一起共度端午节。大家一起包粽子，送香囊，挂艾草，画彩蛋。



10月，华润万家香港超市共61间分店进行老乐饼义卖活动，获得9千多元善款，全数捐予灵实医院，为长者服务。

10月，华润万家举办长者周象棋比赛，为参赛者准备丰富的小礼品。丰富长者精神生活。

10月，华润万家携手百色当地媒体、医务和社会爱心人士来到右江区文明社区，为社区的老人们送去节日的问候及慰问品，一起共度重阳节。

10月，华润万家携手南宁市金花茶社区邀请500位老人参加重阳节敬老茶话会，为社区老人送上了浓浓的节日祝福。

11月29日，华润万家与鹤童老年福利协会共同启动“圆老人超市购物梦想 重温夕日购物体验”活动，为老人设立专门购物绿色通道，满足老人体验快乐购物的乐趣。购物现场专门为老人举行了捐赠活动。



四、关爱社会

3月，雷锋纪念日，华润万家开展“学雷锋·关爱生命·奉献爱心”主题无偿献血活动，组织门店员工组成志愿献血队伍，积极参加义务献血活动。此外，华润万家邀请顾客及员工佩戴蓝色丝带，宣扬“尊重生命”的理念，为社会带来正能量。

3月，妇女节，华润万家欢乐颂购物中心举行“妇女节普法宣传”活动，宣扬对妇女的关爱。

4月，华润万家与青云社区携手，开展环境卫生大扫除活动，为创城尽一份力量，同时也建立华润万家谷埠店良好的公众形象和沟通渠道。为营造整洁、优美、文明、卫生的城市形象贡献力量。

5月，华润万家为赞助慧灵慈善机构在甘肃兰州举办的“为爱奔跑·情暖残障”活动。



5月，华润万家爱心传城义工大行动，为3万个百福袋进行义务包装服务，百福袋经包装后由义工送到有需要人士手上。同时，华润万家香港超市全线分店进行慈善义卖活动，所得收益全部用作慈善用途。

6月，华润万家走进社区，携手社区居民开展了一场精彩的包粽子活动，进一步拉近了周边居民的距离，增强了华润万家和居民们的凝聚力与亲和力。

8月-9月，华润万家香港超市组织月饼券捐赠活动，顾客捐出剩余的月饼券到指定华润万家香港分店，所有月饼券将会全数捐赠与惜食堂，与社会上有需要人士分享中秋佳节的喜悦。

9月起，华润万家香港超市与特首夫人梁太领导的慈善机构齐惜福合作，捐赠店铺卖剩的产品，并由有关机构分发到有需要人士手上。至11月为止，共捐出过千件产品。

12月，华润万家举行的社区月摄影征集活动，邀请消费者参与“寻找社区之美”活动摄影作品，得到华润万家大卖场周边社区居民的热烈欢迎和积极参与，共有50位社区居民在活动中获奖。



五、承担社会责任

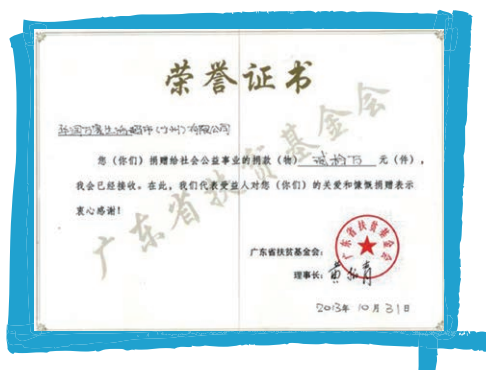
2月，元宵节，华润万家向中山市红十字会捐助现金10000元，以响应中山市每年元宵节都举行一年一度的慈善万人行活动。

6月，华润万家配合天津市商务委“援疆计划”实施，在门店中大力引进新疆和田商品。

9月，华润万家配合天津市商务委建立“猪肉可追溯体系”，取得“猪肉可追溯体系”第一批指定单位资格。

10月，华润万家配合济南市商务委建立“生鲜、蔬果可追溯体系”。

10月，华润万家南区响应广东省、广州市经贸部门号召，向广州市经贸扶贫对口单位“梅州五华县岐岭镇王化村”捐赠人民币20万元，向河源市扶贫开发领导小组捐赠人民币20万元，以帮助、扶持广东省内贫困山区发展建设。我司荣获广东省扶贫基金会颁发的荣誉证书。



11月，华润万家配合天津市商务委建立“灾害天气应急蔬菜储备”，大超16家门店、标超66家门店被评为政府储备网点。

11月，华润万家首批采购3万公斤爱心苹果，帮助农户销售滞销苹果。

12月，华润万家从源头扶持宁夏海源县农产业，将海源土豆、胡麻油等产品引进至宁夏、陕西超市进行销售，为老区人民解决销售问题。



2013年，华润苏果慈善基金向南京市慈善总会捐款60万元。



附录

展望2014年

《华润万家2013年社会责任报告》是华润万家首次制作的独立社会责任报告，报告深深涵盖了20多万华润万家员工肩负民族零售大旗的光荣使命和胸怀企业公民的崇高追求。面对我们的消费者、员工、合作伙伴、股东以及广大社会，我们深知企业公民之路任重而道远。华润万家的社会责任报告只是我们点滴工作的一个缩影，尽管它还存在许多需要完善和提升的空间，但是我们仍需感谢多年来支持和关心华润万家发展的所有消费者和为公司业务默默付出的广大员工。万家人将继续秉承“与您携手 改变生活”的深刻理念，在2014年及以后的日子里继续承担好应有的社会责任，做优秀的企业公民！

关于本报告

本报告是华润万家有限公司第三次颁布的年度社会责任报告。报告主要介绍了华润万家在企业公民建设、商品及服务质量、合作伙伴责任、员工责任、安全管理、环保节能以及社区公益等方面所开展的工作和努力。

1、报告可靠性保证

公司承诺本报告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其内容真实性、准确性和完整性负责。

2、报告时间范围

2013年1月1日至12月31日，部分内容超出上述范围。

3、报告发布周期

华润万家社会责任报告为年度报告。

4、报告数据说明

报告中的数据来源于公司内部文件和信息统计系统数据。



5、报告参照标准

国务院国资委《关于中央企业履行社会责任的指导意见》、《中央企业“十二五”和谐发展战略实施纲要》；

中国社会科学院《中国企业社会责任报告编制指南》(CASS-CSR2.0)、全球报告倡议组织《GRI可持续发展报告指南(G3版)》；

《华润企业公民建设指引》、《华润集团社会责任管理办法》。

6、报告获取

深圳市罗湖区水贝二路27号

电话：0755-25685001

网址：<http://www.crv.com.cn>

电邮：ppglb@crv.com.cn

传真：0755-25614744

7、华润万家2013年社会责任报告编写人员

姜艳、马少君

意见反馈

尊敬的读者：

您好！感谢您阅读本报告。为持续改进华润万家社会责任工作及社会责任报告编制工作，我们特别希望倾听您的意见和建议。请您协助完成意见反馈表中提出的相关问题，并传真到0755-25614744。

1、您对公司社会责任报告的总体评价是

☐ 好 ☐ 较好 ☐ 一般

2、您认为本报告是否能反映公司对经济、社会 and 环境的重大影响

☐ 能 ☐ 一般 ☐ 不了解

3、您认为公司在服务客户、保护相关方利益方面做得如何

☐ 好 ☐ 较好 ☐ 一般 ☐ 差 ☐ 不了解

4、您对公司社会责任工作和本报告的意见和建议，欢迎在此提出：

如果方便，请告诉我们关于您的信息：

姓名： _____ 职业： _____

机构： _____ 联系地址： _____

邮编： _____ e-mail： _____

电话： _____ 传真： _____



广东省深圳市罗湖区水贝二路27号

华润万家有限公司市场营销中心品牌管理部 收