

天虹商场股份有限公司 2019 年度社会责任报告

报告的对象与组织：

本报告中的报告对象为天虹商场股份有限公司

报告时间范围：

本报告内容涵盖 2019 年 1 月 1 日-12 月 31 日天虹股份开展的社会责任相关工作

报告时间：

2020 年 3 月

预计下次报告时间：

2021 年第二季度前

目录

前言	4
一. 企业情况综述	4
(一) 企业简介	5
(二) 企业组织架构图	6
(三) 财务概况与纳税	6
二. 完善法人治理, 维护股东权益	7
(一) 股东大会履行的权利及义务	7
(二) 投资者权益保护	7
(三) 信息披露	8
(四) 投资者关系管理	8
(五) 防范风险	8
三. 快速突破智能零售创新, 赋能美好生活	9
(一) 通过数字化与智能技术为顾客提供便利与高效的服务	10
(二) 持续通过业态升级提升实体店体验	12
(三) 大力优化供应链, 为顾客提供更高性价比的优质商品	12
(四) 重构全业务流程提升运营能力, 坚持服务领先、质量领先	13
(五) 稳定物价, 保障民生	15
(六) 抗疫情, 逆市而上	15
(七) 安全生产, 保障可持续发展	16
(八) 伙伴携手, 齐心共赢	16
四. 以人为本, 携手员工成长	17
(一) 提升组织效能, 拓宽员工发展空间	17
(二) 加大人才培养投入, 强化创新影响力	18
(三) 平等用工	19
(四) 倾听员工声音、保障员工权益	20
(五) 创造活力环境, 促进员工身心健康	21
五. 积极投身公益, 回馈社会	21

(一) 聚力精准扶贫·····	21
(二) “梦想飞屋”携手“梦想课堂”，为山区孩子插上梦想的翅膀·····	22
(三) 持续关注儿童成长·····	22
(四) 参与社区建设·····	23
(五) 关爱特殊群体·····	23
(六) 致敬城市一线劳动者·····	24
六. 践行绿色运营，助力生态文明·····	25
(一) 节能减排·····	25
(二) 节能项目推进·····	25
(三) 绿色办公及运营·····	26
七. 年度主要奖项·····	26
八. 展望 2020·····	27
(一) 快速发展同时积极探索新的发展模式，确保稳健经营发展·····	27
(二) 继续推进三大战略，智造城市美好生活·····	27
(三) 组织机能升级，推进行业进步·····	27
(四) 深度精准扶贫，积极承担社会公益·····	28

前言

2019年，面对宏观环境的挑战与行业的动荡，天虹确保自身稳健经营发展的同时，更加充分地肩负起服务经济社会发展的时代重任。同时，秉承“源于社会，回报社会”的社会责任理念，深化社会责任实践，努力实现经济价值与社会价值、环境价值的和谐统一。

身处复杂的经营环境，天虹始终坚定信心，继续深耕“数字化、体验式、供应链”三大战略，不断给顾客带来更好的消费体验、更便利更高效的消费服务、更高性价比的优质商品。

2019年，公司治理运作规范，不断健全和完善公司法人治理结构，制定符合自身发展要求的各项治理制度，提升公司治理水平，严格防范风险，在稳步提升业绩时努力为投资者创造更高的回报。

2019年天虹快速拓店，改变店型结构创造更多就业岗位。通过员工敬业度评价、星级员工评定、季度超额激励等举措激发员工活力；同时，构建及运行三级培训体系、构建线上教学平台，支持员工自主学习；通过创新工具，创新评比、项目推进，强化创新影响力，打造创新基因……不断提升员工满意度，让员工伴随着天虹的发展而实现个人发展，携手共创美好未来。

我们在为股东、顾客、员工等利益相关方创造价值的同时，积极响应社会诉求，投身社会公益。2019年，天虹持续贯彻落实党中央、国务院扶贫办、国务院国资委关于“精准扶贫”的精神和要求，对贵州省安顺市结对帮扶，加大帮扶资源投入，利用自身资源以及联合外部社会组织帮助安顺市的贫困县打开农产品的销售渠道进行产业扶贫、为山区的贫困小学捐建“梦想书屋”爱心阅读室展开教育扶贫，为改变贵州偏远山区的贫困面貌，建设社会主义新农村注入了生机和活力。

践行绿色发展。我们主动承担企业在应对环境变化方面的社会责任，2019年大力推进具有节能潜力的节能项目，共计获得约460万度/年的节能收益，连续三年完成政府节能目标。2019年4月通过航空工业集团评审，获得“绿色航空企业（基础级）”资格……

2019年年末，一场突如其来的新冠肺炎疫情牵动着所有国人的心，也考验着企业的责任与担当。天虹全力保障民生商品供应、价格平稳、积极开展防控措

施保障公共环境安全；天虹“超市到家”和“百货专柜到家”业务，满足特殊时期的顾客生活所需；为供应商朋友提供相应的支持与优惠，及时出台对商户租金减免的方案、启动特殊结算流程，提前预结部分供应商货款，共克时艰；运用数字化工具使按下销售暂停键的品牌商再次连接顾客……

雄关漫道真如铁，而今迈步从头越。2020年，我们将牢记自身的责任和使命，始终站在“顾客”的立场，携手各利益相关方潜心共创，深入推进转型发展和服务升级，把握新时代的发展机遇，直面全新挑战，激发创新潜能，不断“创造与分享生活之美”！

一.企业情况综述

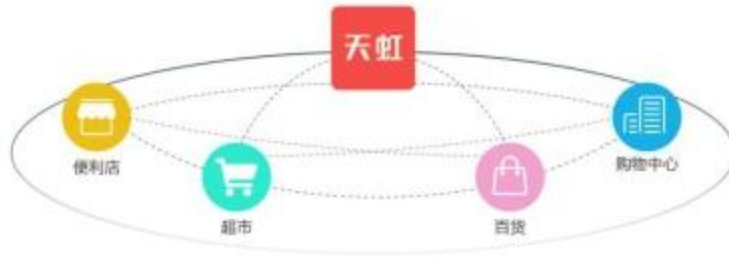
（一）企业简介

天虹商场股份有限公司（股票简称：天虹股份，股票代码 002419），成立于 1984 年，是国有控股的上市公司，2010 年上市，始终位于中国连锁百强前列。

1984 年成立以来，通过人本、科学的管理，专业、高效的运营，公司取得了卓越的业绩，已连续多年入围中国连锁百强企业。截至 2019 年 12 月 31 日，天虹在北京、广东、福建、江西、湖南、江苏、浙江、四川等 8 省 29 市开设了购物中心 24 家、综合百货 68 家、独立超市 17 家、便利店 171 家。

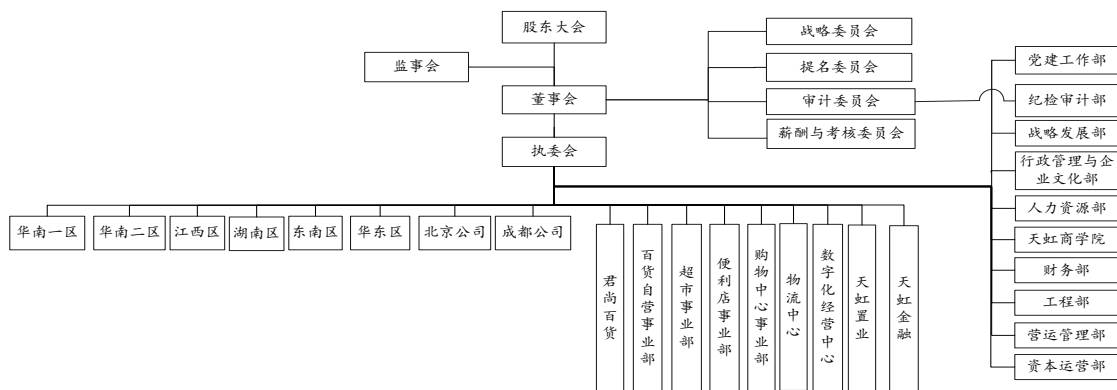
公司在行业内率先转型，突破传统购物模式，开启线上线下融合的数字化、体验式消费新模式，正成为线上线下一体化的消费服务平台。天虹实体门店突破物理空间限制，升级为数字化门店+体验和深度服务中心，通过数字化实现人、货、场的全面“在线”，多场景触达，同时运用三十多年商业专业运营经验为顾客创造亲和、信赖、享受生活的场景体验和深度服务。全国门店通过数字化平台，共享商品和供应链、员工及服务，做到全国范围内的协同，形成网络效应。同时，公司还积极融入外部生态系统，为更广泛的商户提供销售服务平台，为供应链上游和同行提供数字化技术服务。

公司目前已确立百货、超市、购物中心、便利店四大业态线上线下融合的数字化、体验式新零售，拥有“天虹”、“君尚”、“sp@ce”、“微喔”四大品牌。天虹 APP 作为天虹数字化的统领，是天虹的会员中心、商品中心、营销中心、大数据中心和流量共享中心。



公司四大业态有平台与垂直两类业务，平台型业务主要是百货、购物中心，以联营、租赁等合作模式为主。垂直型业务主要为超市、便利店，超市主要是自营模式，便利店主要为加盟模式。

(二) 企业组织架构图



(三) 财务概况与纳税

单位：亿元

年度	2017年	2018年	2019年
营业收入	185.35	191.38	193.93
利润总额	9.31	11.69	11.05

自成立以来，天虹始终坚持依法诚信纳税，尽企业应尽的社会责任。2019

年公司实现 GMV 约 300 亿，公司年度纳税额 7.71 亿元。

二. 完善法人治理，维护股东权益

公司始终坚持有效益扩张和可持续发展的原则，努力提升经营业绩、规范运作，不断完善公司治理，严格防范风险，持续回报股东信任并为股东创造价值。

（一）股东大会履行的权利及义务

2019 年，公司治理运作规范，不断健全和完善公司法人治理结构，制定符合自身发展要求的各项治理制度，提升公司治理水平。公司按照相关法律法规的规定，设置了股东大会、董事会、监事会和管理层的“三会一层”法人治理结构，董事会下设战略委员会、审计委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会四个专门委员会，各机构权责分明、各司其职、相互制衡。股东大会享有法律法规和公司章程规定的决策权利，依法行使公司融资、对外投资、利润分配等重大事项的決定权。

报告期内，公司召开了 2018 年度股东大会以及 4 次临时股东大会。其中，公司 2019 年第三次临时股东大会选举产生了第五届董事会以及第五届监事会。公司根据相关法律法规，进一步建立和完善了《公司章程》、《关联交易决策制度》、《对外投资决策程序与规则》多项治理制度。

（二）投资者权益保护

公司坚持以现金分红为主的分配政策回报股东，在稳步提升业绩时努力为投资者创造更高价值。年内公司实施了 2018 年度利润分配方案，向全体股东每 10 股派发现金红利 4 元（含税）。公司自上市以来已累计现金分红金额约 29 亿元，近三年累计现金分红额占最近三年年均归属于上市公司股东的净利润的 157.68%。

此外，公司坚持规范运作、合法经营，持续提升公司治理水平，在合规披露的前提下适当进行自愿性披露，股东大会采用现场投票与网络投票相结合的方式

为股东参与决策提供便利等，充分保障了公司股东尤其是中小股东的知情权、参与权和表决权等，以切实行动维护中小投资者合法权益。

（三）信息披露

公司严格按照相关法律法规及《公司信息披露事务管理制度》的规定，真实、准确、及时、公平、完整地披露公司信息，切实保障全体股东的合法权益。公司主动在定期报告中增加自愿性披露内容，使投资者更全面地、多层次地理解公司战略、经营状况以及未来发展方向。同时，公司严格执行有关内幕信息管理制度，加强对公司内幕信息的管理，按相关规定进行内幕信息保密及内幕信息知情人登记备案等管理工作，不存在内幕交易等违法行为。

报告期内，公司共发布定期报告和临时报告 134 份。经深圳证券交易所考核，2018 年信息披露工作获得“A”评级，为公司连续第八年获得“A”评级。

（四）投资者关系管理

公司主动与投资者沟通，拓宽交流方式，增加交流频率，使投资者深入了解公司战略以及一线门店的经营情况，有效获得投资者理解、认同和支持，维护了投资者和公司之间的长期信任关系。公司也虚心听取投资者合理建议，积极组织探讨改进，树立了公司在资本市场的良好形象。

年内公司组织了 30 场现场交流及门店参观的投资者活动，参加多场券商机构策略会，共接待国内外逾百家机构投资者约 400 人次，有效传递了公司价值。公司还通过网上业绩说明会、深交所互动易、投资者电话、IR 邮箱等多种形式广泛与中小投资者互动交流，及时解答各项疑问。

（五）防范风险

公司高度重视风险管理，围绕公司的发展战略，建立了有效的全面风险管理及其监督评价体系，通过在公司管理的各个环节和经营过程中执行风险管理的基本流程，防范、控制和化解公司在复杂多变的经营环境中可能发生或出现的风险与危机，保障公司战略目标的实现和公司经营的持续、稳定、健康发展。

1. 反商业贿赂

(1) 公司遵照《反不正当竞争法》、《关于禁止商业贿赂行为的暂行规定》等相关法律法规，将反商业贿赂内容纳入合同条款中，明确反商业贿赂的要求和义务，与供应商共同构建公平、公正、公开的商业环境；将廉洁承诺书纳入招标文件中，明确共同遵守廉洁合作的行为准则。

(2) 公司严格按照“五部委联合通知”发布的零售商规范收取促销服务费、禁止各种违规收费等通知要求，开展与供应商合同签订工作。

2. 预防腐败

(1) 加强制度建设，定期梳理和规范业务流程，强化岗位廉洁风险防控。

(2) 加强廉洁从业教育和宣传，提高员工廉洁从业意识。

(3) 开展廉洁从业执行情况检查和信访举报问题线索调查，促进员工廉洁从业。

(4) 加强管理干部落实廉洁从业责任制的管理与考核，促进各级管理干部落实反腐败相关工作。

3. 内部控制

2019年，公司按照《企业内部控制基本规范》及其配套指引的规定，建立健全有效的内部控制体系，评估和确定关键控制活动及控制风险，制定了应对策略，为公司经营管理的合法合规、资产安全、财务报告及相关信息的真实、完整提供了合理保障。

三. 快速突破智能零售创新，赋能美好生活

2019年，天虹依托先进的信息技术和不断积累的数据资产，加强面向终端顾客的在线化零售运营以及面向同行/品牌商的数字化技术服务，同步推进数字化、体验式、供应链三大业务发展战略。公司进一步优化超市数字化，推进百货数字化，同时利用数字化和智能化技术改造业务中后台，并面向市场提供数字化

解决方案；加强体验式升级，通过顾客亲密、生活美学、愉悦体验增厚门店的服务价值与差异化特色，提高客流和收益；大力推进品类管理，进一步深耕供应链，并推进全国供应链整合。

（一）通过数字化与智能技术为顾客提供便利与高效的服务

2019年，基于原有数字化能力的积累和面向市场变化不断的创新求变，天虹数字化一边连接顾客，一边连接中后台，根据顾客不同购物习惯及购物场景，线上线下相融合，借助数字化手段，赋能实体门店，逐步实现超市数字化及百货数字化，并开始赋能行业，实现价值升华。

1. 加快超市数字化发展，给顾客提供更人性化的消费体验

通过智能推荐、营销引流、快捷自助等方式，打通超市门店消费链，实现门店与顾客的双向互动，在门店端优化经营管理的同时，向顾客提供便捷快速的交互服务和更人性化、个性化的消费体验。

天虹到家：2019年超市“天虹到家”上线门店累计达98家（含1家前置仓），销售同比增长43%，到家销售占比超过10%，日均订单量同比增长39%。天虹到家是天虹超市线上自营商品销售平台，现有天虹APP和小程序双渠道。为天虹超市周边3公里范围内的顾客，提供2小时内快速送货上门服务，让顾客可以更便捷地享受到天虹超市的品质商品和贴心服务。

前置仓：9月9日，天虹超市到家业务首家前置仓（沙河仓）正式开业，沙河仓致力于完善周边3公里生活圈1小时送达的布局配送，为周边顾客品质生活提供更多便利与服务。

企业购：2019年搭建企业购专属服务平台，升级企业采购相关业务系统，实现满足多种企业线上采购服务场景需求，企业购业务2019年同比2018年全年订单量增长131.5%。

拼团：天虹的超市拼团采用了线上拼团、到店提取的模式，极大地满足了顾客对高性价比日用商品的需求。由于采取了到店提取的模式，有效辐射门店周边用户及小区，提升消费者对超市的互动体验，超市拼团的连带消费率达到50%。

精准营销：天虹内部经营管理工具天虹小当+，为门店经营提供管理服务，实时数据及分析，实现从经验经营到数据赋能的精准运营。已合作品牌美赞臣、益海嘉里、苏泊尔、八马。其中，与品牌商美赞臣在“六一”的合作活动，期间实收同比994%，单日创历史新高、与益海嘉里在中秋后合作活动期实收同比增长107%。

超市数字化不仅重构了人货场，更提升了消费体验，提高了商超效率。

2. 百货数字化赋能导购，为顾客提供有温度的服务

2019年，天虹推行百货数字化，经过大半年的运营与迭代，百货数字化已经上线了天虹全国90多家门店，5万多名导购通过企业微信连接了超过400万的顾客。通过百货数字化，顾客可以直接在线向导购咨询商场活动、品牌商品、折扣信息、领优惠、买到全国天虹的各种好货。

百货数字化解决方案是全国首个由百货零售企业主导的解决方案，它让品牌商跨越线上线下边界，实现品牌会员的系统化留存和管理，超越时空的数字化经营能力助力销售业绩的增长；让品牌导购更好地连接顾客、服务顾客，实现在线化的商品管理、订单管理、售后管理，更通过对顾客一对一的专属服务，全面提升导购数字化服务能力，同时也让百货平台实现价值提升。

3. 行业赋能，实现价值升华

为了更好地实现零售数字化对品牌商、零售商、渠道商等服务赋能，2019年6月5日，公司成立深圳市灵智数字科技有限公司（以下简称“灵智数科”）子公司。灵智数科是一家专业的全零售数字化解决方案与技术、知识服务公司，基于多年全零售业务深耕实体，熟知零售行业痛点、提供全套数字化解决方案及数字化顾问咨询、数字化系统工具，帮助零售商提升运营管理能力及经营销售业绩。报告期内灵智数科成功签订永旺数字化建设项目，已为永旺搭建全渠道数字化中台及前端应用产品，即永旺APP与小程序；中标屈臣氏SCRM项目，为其提供会员营销管理系统。灵智数科将继续为同行和品牌商提供SaaS化技术服务。

灵智数科的系统化前端产品，可以满足丰富多样的零售场景的数字化需

求。通过中台业务，实现与零售前端业务深度整合，全渠道运营实践，支持多业态业务场景。此外，通过超市、百货、购物中心、品牌门店等富有针对性和场景性的数字化建设与运营解决方案，帮助实体门店快速实现数字化。

（二）持续通过业态升级提升实体店体验

2019年，天虹百货门店持续试行一楼街区化、其他楼层主题编辑化调整，极大带动整体人气；通过打造空间美学、VMD主题陈列、专柜PAD搭配推荐、培训商场搭配师/品牌搭配师，开展生活美学服务；通过亲子亲密、大客户亲密、社群亲密、智能互动体验项目等推进顾客亲密服务；通过欢乐体验项目、欢乐文化营销、欢乐服务实现顾客愉悦体验；积极推进百货的购物中心化转型、时尚升级等方向，门店体验业态面积增大，占比达到26.5%，更好的满足顾客一站式消费的需求。

购物中心持续打造畅享欢乐时光的时尚生活中心，聚焦欢乐时光与家庭生活。通过购物中心IP形象、欢乐营销及欢乐服务打造欢乐文化IP，完成欢乐文化服务体系建立及推行。天虹购物中心门店打造特色主题街区、开发上百个免费欢乐项目设备及欢乐巡游等特色活动，持续打造家庭欢乐时光。2019年打造的独有欢乐项目如亲子臂力器、大宝欢乐塔等项目备受顾客喜爱。佛山天虹购物中心特色Runlike运动主题街区开业，YES街、儿童主题街区持续提升完善及成功复制；积极探索“线上线下联动，欢乐营销体验”的营销模式，通过关注社会热点、分析公司系统数据、听取顾客声音、调动营销资源等方式，创新打造了多个城市首发活动，欢乐大巡游、办办桌、517吃货节、逛吃逛吃等创新活动形式，为城市顾客增加新的购物体验，共享美好生活。

超市持续进行2R及明星商品打造，开发天虹独有的大师小菜便捷料理，净菜和果切实现华南市场销售第一；围绕顾客生活场景需求开展多种互动体验活动，如：红酒品鉴活动、品尝腊八粥、中秋月饼、灯笼DIY。每月至少开展一次小小营业员活动等。

（三）大力优化供应链，为顾客提供更高性价比的优质商品

2019年天虹大力推进品类管理，打造战略核心商品群，包括国内外直采、自有品牌、生鲜基地、2R商品（Ready to Cook&Ready to Eat，即食即烹商品）等具有市场竞争力的高销售/高毛利商品。

生鲜基地增加11个、2019年新增海外合作厂家10个，累计实现143个海外厂家直接合作，实现澳洲红酒第一品牌——奔富的直采合作；自有品牌2019年全年新开发SKU数339个，实现国际自有品牌开发：上架越南火龙果、巴沙鱼、黑虎虾、进口大米等。

大力推进供应链全国整合，截至报告期末共签订全国供应商协议60家；完成全国物流仓网规划，常温干线引进顺丰覆盖了全国网络，天虹物流中心三期项目开工奠基。

（四）重构全业务流程提升运营能力，坚持服务领先、质量领先

1. 重构全业务流程

承接公司三大战略，公司营运管理部在2019年重构了全业务流程体系，梳理设计269个L3/L4流程，530个L5作业指导，351个L6表单模板，合计1150个；识别业务关键控制点332个、协同点518个，有效解决了各业态、各部门间协同及瓶颈问题，提升效率并防范风险，更好地满足顾客、供应商等客户需求。

以用户思维重建流程管理机制，加速最佳实践共享和移植，驱动业务流程推广落地及持续优化。通过流程图直接钻取下层文件；线上线下打通，创新实现从流程文件快捷进入IT入口；建立专家模块，随时在线答疑；实现文件手机端阅读，碎片化时间随时随地学习；组织全国流程体系巡讲，多渠道指导跟进各级推广转训，学习达标率93%。

2. 夯实质量工作，恪守承诺

天虹始终将“质量”放在首位，时刻审视和把关质量体系，快速地学习与变革，持续给顾客提供安全保障，致力于成为他们最为信赖的生活伙伴。

商品质量管理流程梳理。2019天虹重构商品质量管理流程，将ISO22000体系的管理思路应用在其他品类的商品质量管理中，整合、重构了商品质量原

IS09000 和 IS022000 体系的文件，共重新编写了 135 份商品质量管理流程文件，新增商品质量风险评估、商品质量策划文件，结合业务发展的需要更新了超市新店平面布局标准、保质期管理等文件。

供应商管理。供应商管理是零售业质量管理的重点，2019 年天虹进行供应商实地审核 368 次，供应商资质抽查 6095 家，确保供应链的质量可控，源头可溯。天虹不断强化对已合作供应商的管理，2019 年因质量问题淘汰供应商数量 54 家，下发供应商质量不良单 755 单，督促其改善商品质量问题。

门店监督。2019 年，天虹委托第三方专业机构对所有门店进行了 485 店次覆盖检查，审核餐饮商户超过 2100 家；同时，天虹依然强调内部的质量自查，品类经理、质量经理每天对卖场、后厨进行覆盖检查，内部自查餐厅后厨达 32138 店次，最大程度地确保商品质量安全。同时，“明厨亮灶”视频系统投用，每个商户都在后厨安装上高清摄像头，所有洗、拣、切、配、煮的食品加工全流程，在每家店门前的 117 英寸的显示屏上实时直播，让消费者吃得放心。

商品检测。2019 年全国各区域送至专业检测机构商品检测共 51000 批次，累计投入检测费用 529 万元。

顾客活动。天虹每年开放天虹超市及商场租赁餐饮后厨，定期开展“食品安全讲堂”进行食品安全知识宣传教育，持续开展消费者监督和体验活动。

3. 重新明确服务目标，提升服务品质

在运营方面，2019 年，天虹重新明确公司服务目标：点滴关怀，超越期望。并更新服务标准，从原有 60 条优化为 11 条，更易理解，更好的激发员工服务意识的提升；同时，拟定五项服务准则，全员培训学习，从标准化服务要求，转向为顾客提供更有温度的服务；邀请第三方机构对门店进行服务环境审核，对所有门店分别进行了服务 8 轮，环境 6 轮的覆盖检查，覆盖岗位 19 个；组织环境修补，提升卖场环境，2019 年增加清洁费投入 447.76 万元。

在日常顾客服务中持续推进《七重品质保证》，提高顾客的售后体验：重点推进超市不卖隔夜肉菜、线下购物线上任性退、水果不好吃三无退货项目，其中不卖隔夜肉菜和三无退货深得顾客好评，三无退货全年共受理 23531 单，受理金额达 1189939 元；在深圳区推广《生鲜 10+N 服务》，加强顾客购物中的体验，

如水果清洗切配、水果榨汁、肉类腌制加工、食材烹饪与教学、生鲜礼品包装等，提高购物的便捷性；全国推进《sp@ce3.0 服务项目库》，近 100 个服务项目，贯穿顾客的购物全流程，其中有购物车消毒湿巾、购物袋湿手器、防冻手套、一次性手套、一次性吸管、顾客求购登记本等，给顾客提供更加体贴、暖心的购物体验。

（五）稳定物价，保障民生

严格遵守价格法律法规，遵循公开、公平、诚信的原则，制定并监督各商场严格执行公司价格规章制度，所有商品实行明码标价，杜绝价格欺诈的行为，并设立专门的监督部门进行检查并对发现的问题及时纠正解决；

紧密关注市场动态，根据市场价格水平进行商品定价，重点采集民生商品的市场价格，保证民生商品整体价格水平不高于同类商场；绝大部分的生鲜商品已经通过产地直采或者农超对接，减少中间流通环节，控制商品成本，让利顾客。

（六）抗疫情，逆势而上

1. 保供给，稳物价，护安全

面对突如其来的新冠肺炎疫情，天虹超市坚持营业，为周边的顾客提供方便，做好生活物资供给保障。加大蔬菜肉蛋的备货，订货量是同期的 3-5 倍，高峰期按 10 倍供货；对消杀等重点防疫用品，积极寻求进货渠道保供给，全力解决顾客需求；坚决执行政府的指导精神，疫情期间不仅保供稳价，部分商品还优惠给顾客；疫情期间，现场客流减少，天虹到家线上爆单，订单量是平时 2-3 倍，天虹超市集中力量做好到人员调配，完成所有的订单任务；为满足社区大量采购需求，及时推出社区接龙下单、设立社区自提点，最大限度的服务顾客。

2. 打造安全的公共环境

从疫情爆发起，天虹便着力做好每一项防疫工作。门店重点区域每小时消毒一次，如超市购物车、自助收银机按键、扶梯、直梯按键、洗手间等，其他区域每两小时一次；联系专业公司合作完成对卖场、仓库、办公区等场所全面空间消毒工作；在人员管理方面，所有员工每天上岗前均进行健康检查，体温测试，合

格后才安排上岗，按要求穿着工作服、佩戴口罩；对进入商场的顾客进行体温测试，在商场入口，儿童区，餐饮区全部放置免洗消毒凝胶供顾客使用；顾客如未佩戴口罩或需要口罩将免费给顾客提供。

3. 与合作伙伴共克时艰

面对危机，天虹积极与品牌商并肩作战，共克难关，不仅及时出台对商户租金减免的方案；为了配合生鲜农产品供应商正常供货及资金周转，天虹启动特殊结算流程，提前预结部分供应商货款。

疫情的发生正值冬款清货，春款上新，对品牌商，尤其是鞋服品牌的冲击很大，天虹大力推进百货及购物中心到家的上线工作，聚焦线上运营，使按下销售暂停键的品牌商再次连接顾客，业绩逆势上扬。

（七）安全生产，保障可持续发展

2019年，天虹持续完善安全管理体系，强化风险管控和隐患排查治理。全年梳理安全管理体系文件33个，其中新增13个，修订20个；完成对所有区域、事业部和城市公司的安全生产标准化审核；在华南一区、江西区设立了独立安全管理机构；在华南二区、购物中心南区、购物中心东区、超市事业部和物流中心分别配置了专职安全管理人员；在君尚、便利店事业部和商学院等明确了兼职安全管理人员；完成了两个创新项目《天虹目视化安全管理建设》和《安全管理信息平台》的阶段目标；完成20家十年以上老店设施设备专项安全检查和封问题隐患的封闭治理；组织各单位全面辨识安全风险，梳理出《安全风险清单》（商场124项、工程41项，分为5个风险等级），分别明确管控策略。建立《安全隐患台账》制度，公司跟进9项A级隐患整改，已完成5项；组织各级负责人和安全管理培训共342人。组织区域安全主任及以上人员国家注册安全工程师培训和考试22人，全员安全教育约5万人次，覆盖率100%。

（八）伙伴携手，齐心共赢

天虹致力于实现与各方伙伴的共存共荣，通过体系化的管理及专业化的支持，汇聚伙伴智慧，构建“命运共同体”和“责任价值链”，携手合作伙伴共同

成长，贡献行业发展。

2019 年天虹成立供应商结算共享中心，建立了服务于全国供应商的“结算对账、服务咨询、投诉处理”流程和机制；通过数字化建设，进一步提升了供应商在线自主对账及结算系统处理能力；通过全国供应商结算业务整合，解决了同一供应商多区域经营多头对账的难题，提高了公司与供应商双方的工作效率，降低了彼此的运营成本。供应商结算共享中心的成立，为建立公平、公正、透明的供应商合作关系，兑现“健康合作&开放共赢”的合作主旨进一步打下了坚实的基础；

2019 年，天虹金融围绕供应链金融与消费金融两大领域展开业务，切实解决中小微零售生态圈企业的融资难题，为天虹股份的合作伙伴提供融资服务，助力业务发展，实现共赢；同时，也为天虹股份员工解决资金短缺消费需求。截至 2019 年底，天虹金融共计为近 300 家企业客户提供超过 30 亿元规模的短期贷款，沉淀贷款余额超过 4.3 亿元人民币。

四. 以人为本，携手员工成长

天虹将员工发展作为企业基业长青的先决条件，为每一位员工提供广阔的发展平台、构建畅通的职业发展通道、提供多层次多元化的培训资源，让员工在与天虹携手同行的道路上，尽情施展才能，实现事业理想。

（一）提升组织效能，拓宽员工发展空间

1. 建立营业员星级评定体系

2019 年公司首次实营业员星级评定，构建了营业员岗位的星级发展通道。评定出的标杆员工充分发挥优秀营业员的教练帮带作用，从而激励越来越多的基层员工走向优秀，以促进公司整体服务水平、顾客满意度的提升。

从组织价值上来看，营业员星级评定体系梳理了不同星级的的工作标准，更明确的标准规范了营业员各岗位的培养和选拔，牵引员工不断学习，同时为晋升、薪酬等人力资源工作提供重要的依据；形成组织知识沉淀，培训内容针对性更强；牵引了“一岗多能”，推动岗位重组；从员工个人价值上看，营业员星级评定拓宽了营业员的发展空间，给优秀的基层员工提供发展通道，从而激励越来越多的

基层员工走向优秀。评定出不同星级员工树立了优秀标杆，让员工学习目标更具象，促进公司整体服务水平提升与顾客满意度提升。

2. 优化人才结构，加速人才储备与发展

加大本科管培生的引进与保留，以满足公司快速拓店对人才的诉求，提高本科学历员工占比；深入开展大中专校企合作，优化一线员工学历结构；一线员工的大专/本科学历占比将超过 20%，通过以上举措完善“内部造血”机制，供给高质量团队。

聚焦关键岗位，通过人才盘点，制定人才地图与人才档案，追踪人才发展状况，持续评估与优化人才培养机制。2019 年全面盘点干部后备梯队 240 人，通过对每个个体的学历、经历、能力长短板识别，有针对性的匹配培养路径，如轮岗、开新店等，推动员工快速成长。

3. 优化组织模式与协同机制

为更好地匹配战略发展要求，2019 年公司对组织架构做出调整，将原华南区拆分为华南一区和华南二区；华南一区包含深圳、惠州、潮汕、梅州、河源等城市；华南二区包含东莞、广州、佛山、肇庆、珠海、中山、江门、阳江、湛江、茂名、清远、韶关等城市；将原华中区拆分为江西区和湖南区；纪检监察部与审计部合并为纪检审计部；百货营运部并入营运管理部。进一步优化组织架构，能更好的深化精细化经营管理需要，有效引导资源配置，助推公司经营效益和价值持续提升。

目前，公司已成立超市事业部、便利店事业部、购物中心事业部，综合百货业务成为目前公司的区域架构，推行事业部制运作，强化业务专业化能力；总部则致力于构建专业的共享服务中心。

通过组织管理架构的优化与革新来促进公司管理效率的提升与支撑，确保其正常运作和发挥价值。

(二) 加大人才培养投入，强化创新影响力

在公司培养人才工作中，将培训工作深入到业务中，开展组织学习项目 16

个班，从梯队人才培养到专题培训，涉及中高层 250 人，梯队人员 2973 人，关键岗位 10146 人；累计培训时长达到 938.6 天，学员满意度得分为 4.83 分。基层管理员储备通过率为 71%；商场总后备班通过率为 70.91%，为公司快速发展培养合格的储备人次，年度职工教育经费支出达到 3474212 元。

天虹商学院承接人材培训及创新孵化工作。2019 年，天虹商学院完善三级培训体系制度，充分发挥二级培训管理者职责，提高培训质量；构建线上教学平台，将培训数字化，全面覆盖各业态各区域，提高培训的有效性，支持员工自主学习；强化创新影响力，通过创新工具，创新评比、项目推进等，共收集微创新项目 116 个，一线运营最佳实践 95 个，管理创新 31 个，优秀创新项目推广 44 个；推动降本增效项目，节约成本 800 万以上，为公司节省更多费用，发挥创新的效能。

（三）平等用工

2019 年，天虹严格遵守国家劳动法律法规和企业所在地政策要求，尊重并保护员工的合法权益，保障员工工资、社会保险、各项福利待遇全面落实。截至报告期末，天虹建立正式劳动合同关系的在职员工劳动合同签订率为 100%；在薪酬制度设计中，始终遵循按劳分配及同工同酬的规定，按照相关政策及公司制度向员工支付薪酬，各类别男女员工基本薪酬比例均为 1:1。

此外，公司积极推进残疾人就业工作，为残疾人就业提供机会及平台的同时，还努力营造了更加温馨及人性化的就业环境。截至报告期末，公司共招录用残疾人员 130 人，积极承担应尽的社会责任。

截至报告期末，天虹进驻区域（或城市）解决当地人口就业，在全国雇佣人口的总数，各区域雇佣人口分布比例如下：

区域	当地雇用员工比例	外派人员比例	当地就业人口数
华南地区	99.27%	0.73%	9520
华中地区	97.95%	2.05%	4576
东南地区	99.13%	0.87%	1136
华东地区	97.47%	2.53%	810

北京地区	98.45%	1.55%	380
成都地区	98.13%	1.88%	157

公司员工性别构成如下：

性别	人数	占员工总数比例
男性	6163	36.72%
女性	10622	63.28%
合计	16785	100%

公司员工年龄构成如下：

年龄	人数	占员工总数比例
41 岁以上	4583	27.30%
31-40 岁	6556	39.06%
30 岁以下	5646	33.64%
合计	16785	100.00%

备注：1) 统计人数不含兼职工、临时工；2) 统计地区为天虹内部划分的区域。

（四）倾听员工声音、保障员工权益

2019 年，公司工会开展了一系列职工活动及员工关爱行动，为员工及其家属提供保障和力所能及的帮助、让员工充分行使民主权利、参与公司管理。

第二届第三次职工代表大会，审议了《员工奖惩管理规范》、《薪酬福利管理制度》的修订；为强化高管等管理层与基层员工直接交流，突破地域和时空的局限，公司工会共组织开展了五期员工线上交流会，共 419 名员工参加，收集问题/建议 300 余个，其中近 300 个已经解决落实，其余也在积极跟进各部门落实中。通过更多倾听员工心声，解决员工困难，落实员工建议，全方位提升员工满意度和归属感；2019 年底，公司工会开展困难职工及重疾职工基本情况调查统计工作，统计出符合困难职工标准的有 22 人，每人发放 2000 元春节慰问金；重疾职工（除困难职工外）4 人，每人发放 1000 元春节慰问金。共计发放 48000 元；2019 年度，公司工会共协助 20 名员工申请省总工会职工教育帮扶补贴，每人 1000 元，合计 20000 元；协助 19 名员工申请市总工会 1000 元母婴爱心津贴，合计 19000 元；协助 5 名员工申请中航爱心基金，其中 4 人为重大疾病救助，1

人为家庭困难救助，共计申请 8 万元；协助 6 名突发重疾的员工申请每人 5000 元的爱心快车救助，合计 3 万元；全年持续关心生育女职工，协助女职工申请市总工会母婴爱心津贴，并在总部大厦及各分工会建立并维护“爱心妈妈小屋”，2019 年 11 月，协助 22 个妈妈小屋接收市总工会发放的爱心物资。

（五）创造活力环境，促进员工身心健康

开放、平等、愉悦的工作环境是构建和谐职场的重要内容，天虹珍视每一位员工，努力创造积极向上的集体氛围，促进员工身心健康。

2019 年，通过组织职工趣味运动会、羽毛球争霸赛、篮球争霸赛、员工才艺大赛等丰富多彩的文体活动，增添职工业余生活的乐趣，打造良好的企业文化氛围。3 月 8 日，公司工会联合总部大厦物业一起开展了女神节系列活动，不仅为每个女神精心准备了少女心满满的小礼物，还开展了女神舒心体验活动，现场可免费体验美甲、手部护理、肩颈按摩，还有精致的下午茶；公司工会积极组织职工参加中航国际深圳公司举办的趣味运动会、员工幸福跑等活动，并取得 2019 年中航国际深圳公司趣味运动会冠军、2019 年中航国际深圳公司员工幸福跑组织奖等优异的成绩，充分展现了天虹人奋发进取、昂扬向上的精神风貌，同时加深了职工之间的交流与沟通，加强凝聚力。

五. 积极投身公益，回馈社会

（一）聚力精准扶贫

2019 年，天虹持续贯彻落实党中央、国务院扶贫办、国务院国资委关于“精准扶贫”的精神和要求，对贵州省安顺市结对帮扶，加大帮扶资源投入，将扶贫工作列入重要议事日程，落实具体人员，确定工作目标。经过多次深入贫困县实地调研，广泛征求扶贫对象的意见，从自身实际出发对于当地可销售的产品进行识别、评估，2019 年直接采购普定县、紫云县、关岭县、汉中市农产品莲藕、韭黄、小黄姜、葱苗、香菜、白萝卜、黑茄，紫云红薯、火龙果、猕猴桃等，并从商品的加工包装、物流组织、销售、结款等方面进行专事专办，为改变贵州偏远山区的贫困面貌，建设社会主义新农村注入了生机和活力；成都市武侯区跳伞

塔街道办对口扶贫甘孜藏族自治州白玉县政府，成都天虹积极响应政府号召参与扶贫，根据当地藏区居民需求，捐赠儿童羽绒服等爱心物资。

（二）“梦想飞屋”携手“梦想课堂”，为山区孩子插上梦想的翅膀

2019年，天虹“梦想飞屋”阅览室分别在贵州省安顺市关岭布依族苗族自治县花江镇文山小学、场镇猫场小学、普定县猫场乡西北小学落地，这3所学校都深处贵州安顺市的贫困山区，都是贵州省重度经济欠发达，教育资源贫乏的贫困县。

今年的“梦想飞屋”项目启动初期，就得到了天虹全国共计80多家门店顾客和天虹员工的热情参与。在项目启动初期，天虹呼吁顾客朋友，特别是家庭型顾客，带领孩子一起参与到关注山区孩子教育的公益活动中来，让孩子感受付出关怀和爱，捐出自己的图书给到山里孩子。在这次爱心助学活动中，除了天虹统一采购的2000本童书外，顾客和天虹员工共为山区孩子捐献了1500多册童书和100多套羽毛球、乒乓球等体育器材及文具，除此之外，更为每个阅读室装置了电脑、投影等多媒体教学公具，以及彩色的桌椅、窗帘、绿植等，为孩子们打造了色彩明亮、温馨的阅读学习空间。

梦想飞屋交接当日，天虹为小朋友们打造了一堂“梦想课堂”——特别邀请了雨叶教育的老师，把“绘本阅读启蒙课”带给了文山小学一年级的孩子们，通过有趣、互动性强、参与性强的体验课，引导孩子们喜欢上阅读。

（三）持续关注儿童成长

2019年，小候鸟·团圆计划第二季再出发，在深圳关爱行动组委会办公室的指导下，深圳新闻网扩大帮扶规模，联合联想、天虹、比亚迪等爱心企业，跨越3个省，5个城市，累计行程6000多公里，天虹首次荣幸加入，与其他企业一起，为多个在深务工家庭的孩子送上了关怀及问候，并将他们接到深圳与父母团聚。

2019年6月1日，厦门天虹携手中国邮政、海峡导报共同策划6.1特别活动，为100个孩子过个难忘的儿童节（100个孩子均来自厦门莲岳特殊教育学校），

活动当天让孩子及家长免费观影、共同参与欢乐巡游、观看魔术表演，尽享儿童节带来的乐趣。

（四）参与社区建设

作为企业市民，天虹将回馈所在社区作为应尽的责任，发挥企业所长及资源优势，持续开展公益志愿活动、宣传环保公益、人道援助等，分享经营成果，共同参与社区建设，助力实现美好生活。

6月6日，由湘潭金融商务区建设领导小组办公室主办，长沙市天虹百货有限公司湘潭分公司承办，开展2019年“粽情端午—情暖社区”关爱困难群众活动。湘潭天虹为岳塘区9个街道、2个福利院送去280份节日慰问物资，合计金额3万元，让280位困难群众感受到关爱和温暖；

2019年度，杭州天虹购物中心结合自身社区服务优势，打造属于杭购自己的公益活动（简称“虹公益”）。与以往不同的是，带动更多的商户共同参与虹公益活动，联合公益机构定期开展种类更丰富、规模更大的公益活动。突出的有未来健康屋，解决医疗最后一公里的便民设施；周末流动的献血车多次到达南广场，商场积极宣传；在全市推垃圾分类活动上，主动多次的联系城管、街道、学校等开展一系列的垃圾分类的推广活动，得到大家的高度认可；

12月14日，厦门海沧天虹联合市委文明办，厦门日报，厦门晚报，区委文明办共同举办厦门市第十三届和谐邻里节活动，现场还同步启动了2020嵩屿街道“和谐邻里，情满万家”新时代文明实践系列活动。此次邻里节，海沧天虹“小虹星”新时代文明实践服务队正式成立，围绕市-区-街道三级新时代文明实践点，服务周边社邻，打造社区居民活动中心与生活交互平台，让城市生活更加温暖、和谐、有爱。

（五）关爱特殊群体

3月，新奥天虹联合暖心教育共同筹划了“百人爱心伴走”公益活动，旨在为自闭症特殊群体向社会呼吁“让爱来，让碍走”，在店内设置爱心摊位，为特殊人群进行爱心义卖活动，无偿提供活动所有物料设备，活动当天近百位社会爱心人士参与；

9月7日、8日，江大天虹联合江西省残联在商场内进行的“与自闭症儿童击掌及捐款”公益活动，旨在以击掌给自闭症儿童传递关爱，帮助他们消除社会融合障碍，让更多的社会公众更加了解和支持心智障碍家庭。

10月27日，在中秋时节，厦门会展北天虹购物中心与厦门市聋人协会联合主办，约160名聋人共聚一堂举办公益博饼，这场无声的博饼为聋人朋友带来关爱与欢乐；

11月20日-12月24日，厦门会展北天虹购物中心携手厦门市聋人协会，邀请了3名听障儿童，走进他们的家庭，倾听他们的愿望，拍摄公益纪录片，并请专业艺术老师对孩子们进行特训，助力他们登上了平安夜的演出舞台，实现了孩子们平凡而美好的愿望。

（六）致敬城市一线劳动者

1月9日、1月13日，腊八节，杭州天虹购物中心准备了共1000份腊八粥在腊八节当天进行向环卫工人、值班的保安、保洁、送外卖和送快递的小哥们免费派发；

5月与经开城环局、越幕影城“致敬城市的美容师”公益观影活动，经开天虹免费请环保工人现场观影，并赠送礼品一份，到场环卫人数200余人；

7月、8月正值杭州炎炎夏日，杭州天虹虹冰箱启动，每天下午4点为顾客、外卖小哥、快递小哥、环卫工人等群体免费发放矿泉水或冰绿豆汤，暑期累计派发矿泉水、冰绿豆汤3000多份；

7月至9月，苏州相城天虹购物中心联合相城区团工委、街道党政办、社区，开展给高温室外人群送水活动，两个月内累计募集两万多瓶瓶装矿泉水，给周边户外高温工作者（交警、城管、环卫、快递外卖小哥等）带去了极大的便利；

11月4日，浏阳天虹购物中心开展关爱环卫工人活动，为200余名工人免费提供早餐，浏阳电视台、浏阳日报、掌上浏阳等多渠道媒体相继报道；

12月24日凌晨5点，佛山天虹购物中心在佛山市禅城区给第一波顾客——清洁工人们送上最暖心的早餐与苹果。

六. 践行绿色运营，助力生态文明

天虹始终心怀对自然的敬畏之心，在运营的各个环节持续开展更有力的绿色行动，同时，积极影响和带动各利益相关方共同解决环境问题，为建设绿色、清洁、可持续的美好生活贡献力量。

（一）节能减排

节能评审及认证。2019 年完成连续三年（2016-2018 年度）能耗目标自查与市级“双控”评审。深圳市工信局及市级专家近评审结果认定，我司连续三年完成政府节能目标；2019 年 4 月通过航空工业集团评审，获得“绿色航空企业（基础级）”资格；2019 年，完成能源管理体系认证（GB/T 23331—2012 idt ISO 50001:2011）年审；天虹在节能减排工作中注重能源管理体系的完善和提升，于 2018 年取得能源管理体系认证，于 2019 年完成第一年能源管理体系认证审核。

同时，在践行绿色发展工作中，天虹建设能源信息管控平台，通过能耗大数据，挖掘节能空间。在制定、执行《能源信息采集规范》的基础上，已初步实现能源信息采集和分析工作落实到实处。2019 年完成公司对加快建设能管平台投资立项审批，拟 2020 年实现能源管理平台的全覆盖建设。

（二）节能项目推进

2019 年天虹大力推进具有节能潜力的节能项目，在保证正常运营效果的前提下，针对重点用能设备进行节能改造，共计获得约 460 万度/年的节能收益，其一，完成了对所有老店传统灯具使用的排查，并替换部分剩余传统灯具，计划 2020 年全面替换完毕。其二，福州王庄购物中心作为试点单位进行了综合节能技术改造。

（三）绿色办公及运营

在日常工作中，天虹积极倡导“绿色办公”，鼓励员工树立绿色低碳环保健康生活理念，养成爱护环境、勤俭节约、物尽其用、减少废弃的文明习惯。

实施办公用品领用制度，提倡修旧利废，避免浪费；尽量使用投影仪等电

子设备的无纸化办公、无纸化会议，降低会议成本；充分发挥内部局域网、QA办公系统等作用，把相关文件、材料上传到共享文件夹中，实现无纸化传输和信息的及时公布；做到办公场所无人时不开空调、不开灯，杜绝“长明灯”“白昼灯”等现象；计算机、复印机等其他电子办公设备不用时要设置睡眠状态或关机；引导员工在下班时将各种用电设备拔下电源插头；在办公室及会议室禁止吸烟，可以在指定的地方吸烟，健康文明工作；为净化室内空气，办公室里放置多盆绿色植物。

各单位也基于工作，在流程及功能上进行“绿色”创新，如：2019年天虹金融创新推出了零售供结算单贷款，主要产品逻辑是零售供应商凭据在核心企业的未付款结算账单，通过各系统平台数据接口，全流程在线申请资格、额度测算、在线审批、在线签署电子合同等操作，最后通过借款人无需操作银行还款。此依托多平台和系统交互，实现无纸化、自助完成、自动测算、闭环还款功能等创新。

七. 年度主要奖项

2019年4月，天虹股份被“第一财经、艺康集团”授予“第八届中国食品健康七星奖”企业。

2019年4月，天虹股份被“中国连锁经营协会”授予“CCFA零售技术创新大奖”称号。

2019年5月，天虹股份被“中国连锁经营协会”评为“2019CCFA校企合作优秀案例”企业。

2019年5月，天虹微喔被“中国连锁经营协会”授予“2019CCFA中国便利店创新奖”称号。

2019年6月，天虹股份被“广东省连锁经营协会”评为“2018年度广东连锁50强”企业。

2019年8月，天虹股份被“广东省连锁经营协会”评为“2018年度广东特许经营50强”企业。

2019年8月，天虹股份被“深圳市零售商业行业协会、深圳市连锁经营协会、深圳市智慧零售协会”评为“深圳商业40年十大商业连锁品牌”称号。

2019年8月，天虹商学院入选第五届广东省卓越人力资源奖，被“广东省人力资源研究会”授予“优秀企业大学”称号。

2019年9月，天虹股份被“深圳市连锁经营协会”评为“2018年度深圳连锁经营50强”企业。

2019年9月，天虹股份荣膺2019年度“深圳市上市公司治理十佳”称号。

2019年11月，天虹股份被“深圳特区报”授予“2019深圳十大创新商业奖”称号。

八. 展望 2020

（一）快速发展同时积极探索新的发展模式，确保稳健经营发展

2020年，天虹将继续加快拓展步伐，布局百货、超市、购物中心、便利店四个与居民生活息息相关的业态。主要业态将在华南、华中、华东、东南等天虹的优势区域进一步夯实基础，并伺机拓展华北、西北等新区域，通过布局全国市场，促进当地经济的发展，创造更多的就业机会；促进当地的商贸物流、生产制造等产业的发展，提升税收收入，为各区域的经济增长提供动力；进一步加快公司数字化能力建设，适应并引领智慧零售时代的到来，确保企业的稳健经营和员工的就业，维护社会的稳定，承担经济社会发展的时代重任。

（二）继续推进三大业务战略，强化核心竞争力

2020年，天虹继续围绕“数字化、体验式、供应链”三大业务战略进行持续发展，始终以人为本，致力于让顾客的生活更美好。通过数字化为顾客提供便利的生活和优质的服务、体验式通过门店的体验业态提供和升级，让顾客享受到城市美好生活服务、供应链通过甄选全球优质商品，并对商品质量进行严格把控，为居民的健康生活提供保障，助力“健康中国”建设。

（三）组织机能升级，推进行业进步

2020年，天虹将继续在流程管理上进行持续深化，通过IT化和数字化提升

组织的智能化管理水平，提升企业的运营效率，降低碳排放；通过管理干部能力提升，重塑数字化时代员工能力，将员工的能力和现代化管理水平相结合，从而让企业能够适应时代前进的步伐，为维护社会生活必需品的供给提供保障，更推动行业的进步。

（四）深度精准扶贫，积极承担社会公益

天虹将充分发挥综合平台优势，深化与结对帮扶地区的精准扶贫工作，不断挖掘有当地特色的农产品进行产业扶贫，完善扶贫体系；继续落地“梦想飞屋”阅读室及“梦想课堂”教育扶贫工作，帮助当地改善教学与生活设施条件。

同时公司也将把应急救援、公益、环保、等社会责任工作纳入到各部门、业务单位的日常工作中，发挥企业的资源优势和社会影响力，支持公共事业、鼓励志愿活动、倡导公益生活。

天虹商场股份有限公司

二〇二〇年三月十九日