



华润万家（控股）有限公司
可持续发展报告
2023



报告导读	02
总经理致辞	04
走进万家	06
深耕成效，载誉前行	10
责任专题	
乡遇万物，共塑美好——让“乡村好物”到万家	12
辉煌盛会启幕，卓越服务护航	16
可持续发展管理	80
带着初心，全新出发	85
附录	86

治为基 共启卓越美好征程

坚持党建引领	24
深化现代治理	26
筑牢风险防线	27

客为先 共铸至臻美好品质

激发创新活力	32
强化质量管理	36
用心服务客户	40

人为本 共建幸福美好之路

保障员工权益	46
关注员工成长	48
悉心关爱员工	50

诚为重 共聚融合美好力量

打造责任供应链	54
开展战略合作	55
助推行业发展	58

绿为底 共赴低碳美好未来

完善绿色管理	62
践行绿色运营	64
倡导绿色生活	66

仁为任 共享和谐美好生活

筑牢安全底线	70
助力乡村振兴	73
共建美好社会	76

报告导读

本报告是华润万家（控股）有限公司发布的第 12 份年度可持续发展报告（社会责任报告）。本着客观、规范、透明、全面的原则，报告详述了 2023 年度本公司开展的责任管理工作，履行经济责任、员工责任、客户责任、环境责任、伙伴责任、公共责任等方面亮点实践与成效。

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。

报告周期

华润万家可持续发展报告为年度报告，于每年 6 月发布。

报告范围

统计数据时间范围为 2023 年 1 月 1 日至 2023 年 12 月 31 日。空间范围为华润万家总部、各省级公司与专业化公司，包含 2,691 家门店。

报告标准

本报告主要参照国务院国资委《关于新时代中央企业高标
准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》《华润集团社会责任“十四五”规划》《华润集
团“1+N”社会责任指标管理手册》、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。

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。

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动漫产业基地动漫大厦 27 层
电话：(0755) 25685001
邮箱：crv_csr@crv.com.cn
官网：<https://www.crv.com.cn/>

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、各
省级公司与专业化公司，包含 2,691 家门店”。各省级公
司与专业化公司为华润万家下属单位。

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。

总经理致辞



徐健

华润万家（控股）有限公司总经理

“促消费”既是民之小事，也是国之大事。党的二十大报告指出，要着力扩大内需，增强消费对经济发展的基础性作用。2023年是疫后经济常态化的第一年，居民消费需求和信心亟需提振。在履行央企的光荣使命中，我们认识到企业的可持续发展不仅依托于资产的增长，也取决于对社会责任的履行。面对“消费提振年”赋予的期待与重任，华润万家心怀“国之大者”，扛起中国零售振兴的大旗，连接生产与消费，服务“民生小事”。

我们务本笃行、向内求索，坚持实现现代化治理的主基调。华润万家强化战略引领，把握推进国有企业治理体系和治理能力现代化的核心要义，深入研究新形势下国有企业党组织发挥领导作用的途径，把党的领导“融入”公司治理各环节，把党组织“内嵌”到公司治理结构之中，建立“产权清晰、权责明确、政企分开、管理科学”的现代企业制度，健全以风险管理为导向、守法合规管理为重点的严格内控体系，有机结合、一体推进国有企业改革深化提升行动、“十四五”战略中期检讨和集团“1246模式”，加快世界一流企业创建，为高质量发展蓄势赋能。

我们倍道兼行、上下同欲，突出塑造高质量消费的主体性。

华润万家保持研发投入力度，探索培育新质生产力，升级重构万家 APP 产品，自主研发 17 个场景专项模型并落地应用，《财务数字化转型及管理重塑》和《物流数智化转型应用》两个项目荣获国企数字场景创新专业赛一等奖；将提供多元化消费视为激发消费活力的着力点，布局高端精品超市、综合业态和社区业态，打造“线上+线下”两端发力、双线驱动促消费模式，构建全方位管理、全过程控制、全覆盖检测的质量监督体系，为美好生活提供更丰富的优质产品和服务。2023年，凭借行业领先的品质优势以及快速响应的服务能力，我们圆满完成中亚峰会、第 19 届亚运会和杭州第 4 届亚残运会的服务保供使命，在成为卓越零售企业的道路上阔步前进。

我们与时偕行、久久为功，发挥打造可持续生态的主动性。

华润万家将绿色低碳贯穿供应端、营运端和消费端，共同打造资源节约、环境友好型企业。2023年，万家在中国首家低碳概念店——Olé 低碳实验室正式亮相，1,000 款环保商品分布在不同环保主题的场景中，门店建设采用环保材料，并对耗能设备开展节能减碳管理，年节电近 10.5 万千瓦时，减碳近 86.7 吨。此外，我们打造低碳零碳物流园区，用绿色物流链接门店外上游环节，打造更可靠的绿色供应链体系；通过“好孩子计划”、绿色课堂、旧衣回收、绿色积分奖励等活动，带动更多消费者关注并参与绿色低碳行动。2023年，我们首创绿色可持续标识体系，成为国内首获《认可可持续发展企业》证书的连锁零售品牌和“生态品牌认证”的超市品牌，为实现碳达峰碳中和目标贡献智慧和力量。

我们砥砺同行、协同并蓄，合唱追逐共富裕梦想的主旋律。华润万家以和谐共生的胸怀履行责任，在深度融入国家区域发展战略、建设忠诚有担当的高素质人才队伍、构建负责任供应链生态圈、促进行业高质量发展、助力稳就业和促就业、积极支持抗震救灾工作、持续扩大公益覆盖面等时代大考中交出满意答卷。在“万家焕乡计划”实施第五年，我们通过直播+电商的新模式，在新疆喀什各个助农原产基地进行 5 天实地走播，带来升级版的“焕乡希望之旅”；“乡村振兴·名优特产进万家”展销活动在深圳和广州的 225 家门店持续开展，华润万家携手十一地特色农产品，以可持续、绿色的方式，共建美好乡村未来。

零售发展来时路，万家依靠自我更新，自南向北、纵横千里；“新型消费”时代的新征程，万家率先接棒，靠实干奋斗开辟美好未来！2024年是“消费促进年”，如何推动消费从疫后恢复转向持续扩大、培育壮大新型消费，是每个零售人必须要承担的责任和担当。正值华润万家成立 40 周年暨 Olé 精品超市成立 20 周年，我们将以新岁、启新程，秉承“引领消费升级，共创美好生活”的使命，聚焦“服务大国民生”“助力美好生活”两大责任，做好用新型消费点燃扩大内需的准备，持续在探索成为消费者喜爱的多业态零售商的道路奋勇前行，更好地满足人民群众对美好生活的向往。

走进万家

关于我们

华润万家是华润集团旗下优秀零售连锁企业，业务覆盖中国内地及香港市场。公司于1984年在香港开设首家超市，截至2023年底，华润万家门店遍布全国29个省、自治区、直辖市和特别行政区，分布全国105个地级以上城市，门店总数2,691家，实现营业收入625.33亿元，会员人数逾1.2亿人，员工人数7.61万人，超市业务连续多年位居中国前列。

华润万家秉承“引领消费升级、共创美好生活”使命，从消费者变化的需求出发，多业态布局，为更广泛的消费群体匹配多场景优质购物体验。我们构建“综合业态+精品业态+社区业态”多业态发展布局，致力于成为消费者喜爱的多业态零售商。精品业态秉承“品味日常”理念，精选全球优质商品，提供个性化服务，为追求卓越品质生活体验的人群创造独特氛围，更细分、专业化地满足客户需求。综合业态致力于“家庭生活的伙伴”，为广大家庭消费者提供丰富多样、安心可靠的性价比商品，从一日三餐到日常生活用品一应俱全，创造亲切便捷的购物氛围，多元化满足消费需求。社区业态秉承“邻

里共享”的理念，立足社区联系与便利，制定便捷的购物解决方案，为居民社区提供一日三餐和日常生活的补充商品，创造温馨街区氛围，促进社区互动与融合。

在江苏、安徽，SG 苏果经历了多年市场考验，成为广受当地消费者熟悉与喜爱的品牌，在香港 SAR 拥有 U 购 select 系列品牌超市，保障当地民生，助力香港长期繁荣稳定。

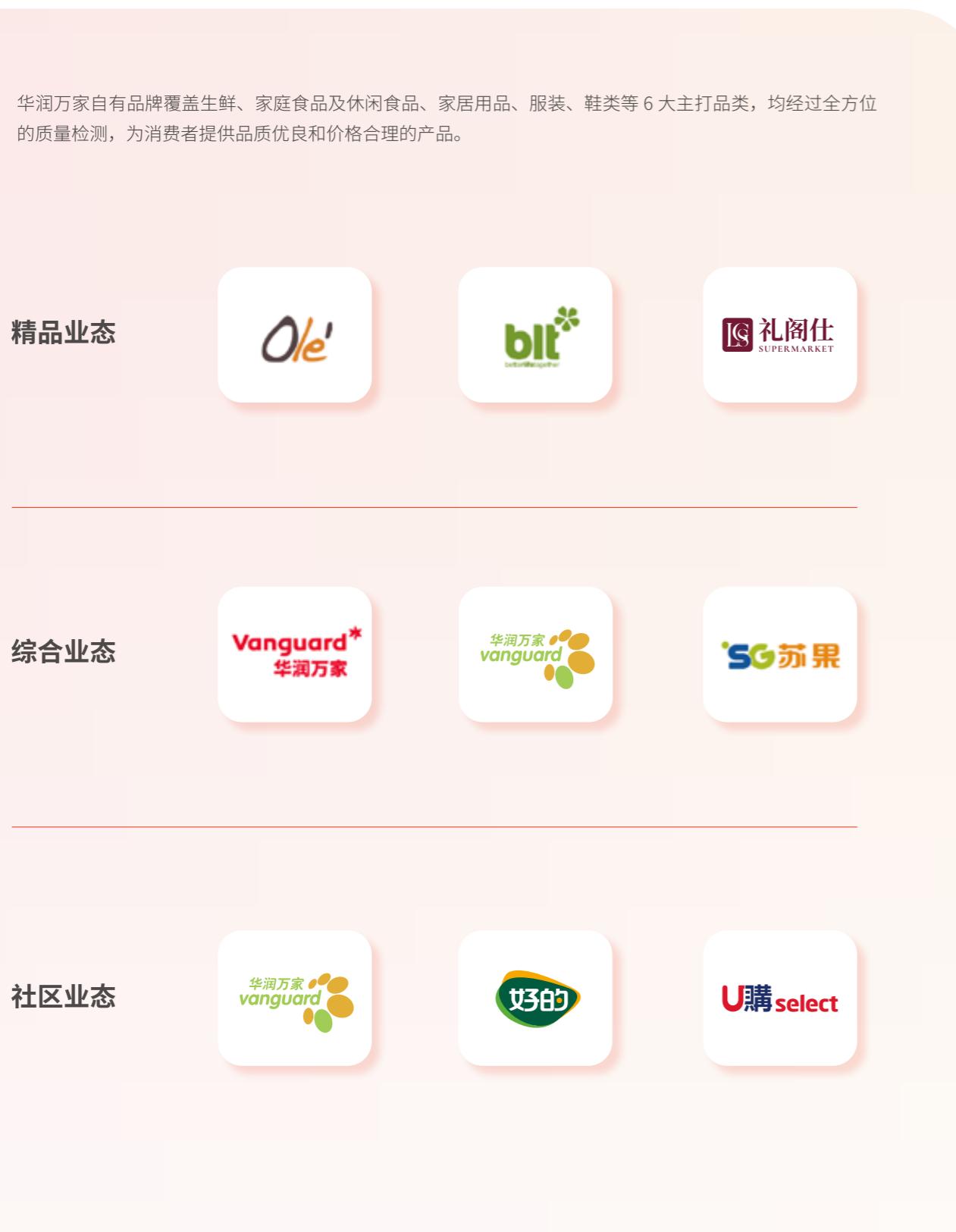
成立40年以来，华润万家始终秉持社会责任理念，发挥创新想法，通过打造“民生食安”“乡村振兴”“美好流动课堂”“‘绿’动万家美好”“星星守望计划”“永续生活计划”“润莘圆梦”等项目，更好地与社会各界沟通，实现经济价值和社会价值和谐统一，为商圈居民构建黄金社区，共创美好生活。



企业文化

企业基因	企业精神	愿景	价值观	使命	组织氛围	文化口号
为中华民族伟大复兴而立心 为创造人民幸福生活而立命 为实现国家经济繁荣而立身	以身许国的奉献精神 敢为人先的创新精神 笃定前行的坚守精神 自强不息的奋斗精神	成为消费者喜爱的多业态零售商	诚实守信，业绩导向 以人为本，合作共赢	引领消费升级 共创美好生活	真诚，团结 开放，进取	连接每日生活 服务千家万户

万家品牌汇



华润万家自有品牌覆盖生鲜、家庭食品及休闲食品、家居用品、服装、鞋类等6大主打品类，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。

万家小档案



深耕成效，载誉前行

 营业收入
625.33 亿元

 纳税总额
8.86 亿元

 劳动合同签订率
100%

 社会保险覆盖率
100%

 员工培训投入总额
847.36 万元

 研发投入
2.21 亿元

 持有专利及专利申请数
13 个

 客户投诉解决率
99.80%

 经济合同履约率
99.895%

 安全生产投入
1,985.10 万元

 安全培训覆盖率
100%

 捐赠支出
185.95 万元





“舌尖安全”守护稳稳幸福

2023年,为了以更高标准做好名优特产品牌提升工作,华润万家邀请深圳市罗湖区食品药品监督局,举办“乡村振兴·名优特产进万家”商品质量管理培训活动,通过分享“万家食品准入要求”提出具体指导要求,对于合作供应商的经营环境、食品安全管理制度、食品安全主体责任公示等具体内容提出指导规范。截至目前,华润万家在全国拥有近3,000家门店,一年进行超过66万批次产品检测,提供超过200课时的操作规范和检测能力培训,全力保障消费者的食品安全。

>  进行超**66**万批次产品检测
提供超过**200**课时操作规范和检测能力培训

“华润万家是深圳重要骨干企业,扎实推进乡村振兴,更是食品质量与安全生产领域的坚定践行者。”

——食药监局参会代表



▲ “乡村振兴·名优特产进万家”商品质量管理培训



政企联动打好乡村“特色牌”

华润万家与来自11个省特色商品供应商签订战略合作协议,通过万家平台将优质名优农产品引入市场,全面推进乡村振兴,助力农村地区的经济增长,以此为契机,让来自各地的优质好物源源不断地通过万家门店呈现在消费者眼前,让更多人享受到乡村振兴带来的成果。

同时,华润万家在各级政府单位指导下,联合深圳食博会组委会,在深圳和广州的225家门店展销11个地区名优特产品,如贵州赫章县阿西里西五谷鸡蛋、云南高山蓝莓等人气商品;借助供应链体系,开辟出一条从田间到餐桌的“绿色通道”,助力宁夏中卫的枸杞、硒砂瓜,江西广昌的白莲、贡桔等响当当的名优特产广开销路,实现“西货东卖”“南果北销”。



“西货东卖” “南果北销”

▲ 华润万家门店展销名优特产品



特色市集拓宽产销“新渠道”

华润万家以地域为主题市集,如“味见山海”广西、“嘎嘎好吃”黑龙江、“塞上江南”宁夏等,展现各地独特风味和文化内涵。消费者不仅可以亲临现场体验11地名优特产进万家好物市集,也可通过新浪微博、小红书、抖音等平台参与线上话题讨论,并可通过万家及美团、饿了么、微信、支付宝等第三方平台进行购买,通过立体化、矩阵式的展销模式,极大地丰富购买渠道,便利广大消费者。

▲ “嘎嘎好吃”黑龙江特色市集



 责任专题

辉煌盛会名幕

卓越服务护航

服务国际盛会，我们肩负的不仅是荣誉，更是责任。

2023年，华润万家荣幸承担起中亚峰会和第19届亚运会以及杭州第4届亚残运会的食品保供任务，凭借行业领先的品质标杆和迅速响应的服务能力，成功完成保供任务，彰显了华润万家作为零售企业的卓越实力与责任担当，为举世瞩目的外交盛事和体育盛宴增添更多光彩！



聚焦峰会幕后，见证专业保供

2023年5月18日至19日，在习近平总书记亲自主持下，中国-中亚峰会在西安成功举行，在中国-中亚关系史上树立起一座新的历史丰碑，在我国对外交往史上写下了浓墨重彩的篇章。为确保峰会期间食品安全，华润万家积极服务党和国家工作大局，历经2个月的筹备、20多天的收货、5天集中配送，保供9个峰会酒店，以严谨的态度、专业的服务和优质的食品，助力峰会顺利进行。

优化标准，保证质量

华润万家以高度的政治站位，组建以公司总经理为组长的领导小组，以华润万家陕西公司和物流西区为主体的项目执行组。为高标准达到峰会食材标准，公司用18天时间快速完成总仓的改造升级、布局调整和设备设施更新，严格按照“六统一”保障方案制定总仓闭环运作流程，实现安全、高效地管理运作。

为保证峰会食材丰富、安全、有特色，项目组以全面满足保供点位的食材需求为目标，适应酒店不断调整的食材目录及用量，多方统筹商品寻源工作，在短时间内确定了上千支商品定品、定量、定规，全力以赴满足峰会食材需求，并将华润万家宁夏海原希望小镇的优质牛肉作为保供食品之一，在服务国家大局的同时彰显企业社会责任的使命担当。

陕西省副省长窦敬丽慰问华润万家保供中国-中亚峰会食品总仓



历经
2 个月的筹备 20 多天的收货
保供
5 天集中配送 9 个峰会酒店

同心协力，高效服务

在食品总仓保供工作中，全体人员迸发出饱满的工作热情。尤其在保供高峰期，面对严格、紧迫、多变的需求，项目团队调整作业时间，连续高强度工作，全力保证食品总仓高效运转，收货、检测、存储、配送、运输等环节完全符合主办方的监管要求。

为保证生鲜商品品质，将原本25°C空间温度调至10°C，以“宁可人受冻不能品质受损”的信念打造生鲜食材最优保存环境。为确保总仓食材配送及时，配送组夜以继日坚守岗位，峰会保供期间，总仓累计配送食材221趟次、24,754箱商品，无一例配送差异，赢得了各方的好评，展现了华润万家强大的组织力，体现了专业、务实、协同、奉献的华润文化，彰显了国之大者的华润情怀。



总仓累计配送食材
221 趟次

24,754 箱商品

陕西省市场监督管理局

感谢信

华润万家（控股）有限公司：
2023年5月18日至19日，备受社会关注的中国-中亚峰会在陕西西安举办。为确保峰会期间食品安全，贵公司秉承红色基因、服务中心和国家工作大局，主动担当中亚峰会食品安全总保供任务。

贵公司领导高度重视，果断决策，得正在运营的生鲜仓库全部搬离，腾挪场地经营。立即升级改建生鲜仓库保障峰会保供使用。完全严格按照“六统一”保供方案制定运作流程，齐安全、高效地管理运作。总仓统筹商品寻源工作，以全面满足保供点位的食材需求为目标。在短时间内考察了上千家商品定品、定量、定规，充分发挥了华润万家对供应链的掌控能力。

在食品安全保供工作中，全体人员迸发出饱满的工作热情和勇于担当、善于奉献的精神，尤其是在保供的高风险期，全体人员连续高强度工作，全力保证食品安全高质运行。为了保持总仓生鲜商品的品质，主动调低人工工作区域的温度，为确保总仓食材配送准时，全项目以身作则，枕戈待旦坚守岗位。食品安全，品质，高效的运作展现了华润万家强大的组织力，体现了专业、务实、协同、奉献的华润文化执行力。



陕西省市场监督管理局
2023年5月22日

华润万家收到陕西省市场监督管理局代表主办方发来的感谢信



做好服务保障，助力精彩亚运

2023年10月30日，华润万家收到来自杭州第19届亚运会组委会办公室和杭州第4届亚残运会组委会办公室共同寄来的感谢信，对公司高质量完成各项服务保障工作，为杭州亚运会、亚残运会的成功举办做出的卓越贡献表示感谢。自接到保供任务起，华润万家就深知这不仅仅是一项任务，更是一份荣誉和使命，始终全力以赴为亚运会的成功举办贡献力量，同时也积极向世界展示杭州的独特魅力和风采。



▶ 华润万家成功完成第19届亚运会、杭州第4届亚残运会服务保障工作，收到主办方感谢信



用心保障，确保食品安全供给

作为亚（残）运会食材供应商，华润万家统筹安排浙江公司作为项目执行主体，成立了以主要领导担任组长的亚运专项保障小组，认真落实第19届亚运会和第4届亚残运会食材专（分）仓食品安全运行指挥部工作部署，坚决贯彻“四个最严”要求和确保“两个零发生”，为杭州成功举办亚运会保驾护航。

2023年6月19日，首批供应食材成功抵运亚运村，并顺利完成配送。9月起，保障小组进入高效运作阶段，最高峰一天出车8辆，运送货物超6,000箱，有力保障亚运会官员、媒体记者、工作人员近10,000人的“一日四餐”供给。

浙江公司以精益求精的态度、严谨细致的作风、团结协作的精神，从对品、报价、选送等环节，对商品严格把关，确保了“两个零发生”，高质量完成各项服务保障工作。

▶ 首批食材抵运亚运村



用情服务，共创亚运新热潮

除了全力完成保供的重要任务，浙江公司还积极参加杭州市委宣传部指导的“人人公益”企业志愿者联盟大行动。在亚运会开幕式当晚，组织20余名党员志愿者在西湖边围成“最美人墙”，协助交警提高游客通行效率，为市民游客的出行保驾护航。亚运会期间，在杭州濮家店开设英语角，邀请优秀英语老师给公司志愿者和门店员工培训英语，兴起“人人参与亚运会、人人都是志愿者、人人奉献为亚运”的新热潮。此外，还组织开展舞动万家、亚运“撑”霸赛、电竞比赛、消防演练、“我为亚运献热血”等活动，营造全面迎亚运的浓厚氛围，一起为亚运加油助威。



杭州湖滨路步行街“最美人墙”



设立英语角，开展员工英语培训

治为基 共启卓越美好征程

党的二十大报告强调，要完善中国特色现代企业制度，弘扬企业家精神，加快建设世界一流企业。华润万家提高政治站位，保持战略定力，以党建为引领，按照中国特色国有企业现代公司治理要求，聚焦打基础、利长远、建体系，持续加强对公司治理的顶层设计，完善中国特色现代企业制度，推动公司治理、改革发展、风险管理、守法合规等工作制度化、规范化、高效化，切实提升治理效能。

华润万家与 SDGs



坚持 党建引领

旗帜鲜明坚持政治引领

旗帜鲜明讲政治是我们党不断发展壮大 的保证，华润万家优化完善党委会、董事会、总经理办公会议事规则和“三重一大”决策制度，形成科学清晰的权责运行手册，推动党的领导融入公司治理，持续落实党委会前置审议把关机制，2023年共召开党委会及党委（扩大）会27次，前置研究及直接决策146项。

扎实深入推进思想教育

华润万家落实党委会“第一议题”制度，全年学习11次；制定《华润万家党委理论学习中心组2023年学习计划》，确定11个学习重点，组织开展党的二十大精神、全国两会、党章、主题教育、思想政治工作、习近平经济思想等七个专题学习，2023年共开展中心组集中学习8次，覆盖300余人次。



- > 落实宣贯党的二十大精神任务清单 **31** 项
- > 跟进落实“我为群众办实事”重点项目清单 **7** 项
- > 组织主题教育研讨 **35** 场，讲授党课 **80** 场次，参加读书班 **266** 人
- > 开展基层调研 **310** 次，确定办实事清单 **166** 条，解决群众急难愁盼问题 **45** 个
- > 建立健全相关制度机制 **52** 项，形成基层治理措施 **18** 条，基层减负 **24** 项



华润万家总经理一行至西安未央路店、西安雁塔南路店和西安长安新都市店，实地调研门店春节期间的各项工 作情况

着力建设坚强有力队伍

华润万家以政治建设统领组织建设，配齐配强各级党组织班子，规范基层党组织标准化建设，强化党建责任考核；优化党建工作制度6项，新制定制度3项；强化“三支队伍”建设，完成102名党员发展工作；严格落实民主生活会、组织生活会和主题党日制度，提升基层党支部“三会一课”质量；完善党员教育培训体系，开展16个培训项目；构建党建e站数字化平台，促进党建工作信息化水平提升。

- 湖南公司党支部组织参观安源路矿工人运动纪念馆和萍乡革命烈士纪念馆，增强党员党性修养



优化党建工作制度

6 项

新制定制度

3 项

完成

102 名党员发展工作

开展

16 个培训项目

推动党建业务融合发展

华润万家促进党建工作与生产经营深度融合，以“7有”标准开展党建示范店创建工作，设定攻关精益项目350余个，党建示范店共计178家；积极发挥“红色驿站”功能作用，累计开展各类活动8,410场次；扎实开展“3+3”党建主题工作，开展三个“下门店”活动300余场次，覆盖5,000余人；创建71个党建群团品牌，逐步形成万家特色的党建品牌体系，全面提升党建工作影响力和引领力。

深化品牌创建，擦亮基层党建底色



殷殷初心如磐，江西公司坚持探索“党建+便民小店”工作模式，把党员群众“所需”和万家“所能”结合起来，携手共建万家便民小店，持续开展便民志愿活动，为消费者提供全方位、一体化、便捷式万家服务，用实际行动不断擦亮“赣润先锋”基层党建品牌，全力打造党的建设“主阵地”、资源整合“聚集地”、服务效能“新高地”，为公司经营工作高质量发展注入红色动能。



深化现代治理

完善公司治理体系

华润万家建立健全《华润万家“三重一大”决策制度》《华润万家董事会议事规则》《华润万家权责运行手册》，理顺党委和董事会、经理层等治理主体的关系，完善企业法人治理结构，明确“三重一大”事项的决策规则和程序，建立健全市场化经营管理机制，增强企业改革发展活力；开展省级公司治理工作、检查核实工作，持续优化公司治理体系。2023年，公司共组织召开27次党委会及党委（扩大）会、10次总经理办公会、3次董事会，共审议决策事项206项。

全面提升管理效能

华润万家按照“十四五”战略中期检讨要求，基于“战略-组织-文化”一致性原则，遵循“四个重塑”方法论，以“做精总部、做实大区、做强门店”为总原则，调整公司组织架构，设置营采销组织，匹配公司业务发展需要；成立中高端业态融合项目工作机构，以提升中高端业态的市场份额、扩大品牌影响力；成立大区筹备组，各区域开展各部门职能职责梳理工作；按照“一个万家”管理要求，推动制度设计问题系统性整改，持续做好10余类主要业务领域及关键环节各项规章制度“立改废释”，全年公司总体层面共优化规章制度88项，省级公司层面共优化规章制度403项。

持续深化廉洁建设

华润万家坚持“严”的主基调不动摇，持之以恒正风肃纪反腐，“三不腐”一体推进不断深化，干部清正、企业清廉、政治清明的态势不断巩固和加强。



聚焦关键领域，加强权力监督

定期召开“大监督”工作会议，梳理更新关键领域和环节廉洁风险点，完善台账管理、督查问责、专项监督、“回头看”等制度，统筹推进“一把手”和领导班子监督责任清单9大类共83项任务落实落地。



立足闭环管理，做好巡察整改

制定《华润万家党委巡察工作规划（2023年-2027年）》，有序推进落实巡察全覆盖任务要求，完成15家单位巡察工作基层调研；审核、辅导被巡单位提报整改方案和台账，强化整改效果。



保持高压态势，坚持铁腕整治

强化监督合力，主动发现问题571项；深化靠企吃企、基层“微腐败”专项整治，共处分106人次；查处违反中央八项规定精神问题案件9件，处分13人次；聚焦工程专项，开展招投标关键环节整治行动。



发挥教育功能，建设廉洁文化

持续巩固三级廉洁文化宣传矩阵，召开警示教育大会2场次，开展“廉洁教育”下门店258场次，受教育人数达11,320人次；编制下发《廉洁故事会》海报18期，推送纪法知识10期，制作警示教育片1部。

华润万家召开2023年“大监督”体系工作会议



华润万家制作警示教育片



筑牢风险防线

推进法治央企建设

华润万家切实加强党对企业法治建设的全面领导，主要领导第一时间带头学习贯彻习近平法治思想，传达落实全面依法治国新精神、法治央企建设新要求；公司总法律顾问参与“三重一大”事项中涉及法律议题的决策，全程参与公司投资并购、资产处置等重大项目，保证决策合法合规；坚持将企业法治建设与生产经营中心任务同谋划、同部署、同实施，持续落实重要决策、规章制度、经济合同、非合同类文件用印等100%审查，切实发挥法治固根本、稳预期、利长远作用。

- > 参加公司选址委员会、门店规划委员会及投资委员会等会议10余次
- > 审查制度109项，提出审查意见555条
- > 审查非制式合同12,898份
- > 审查用印申请3万余份



健全合规管理体系

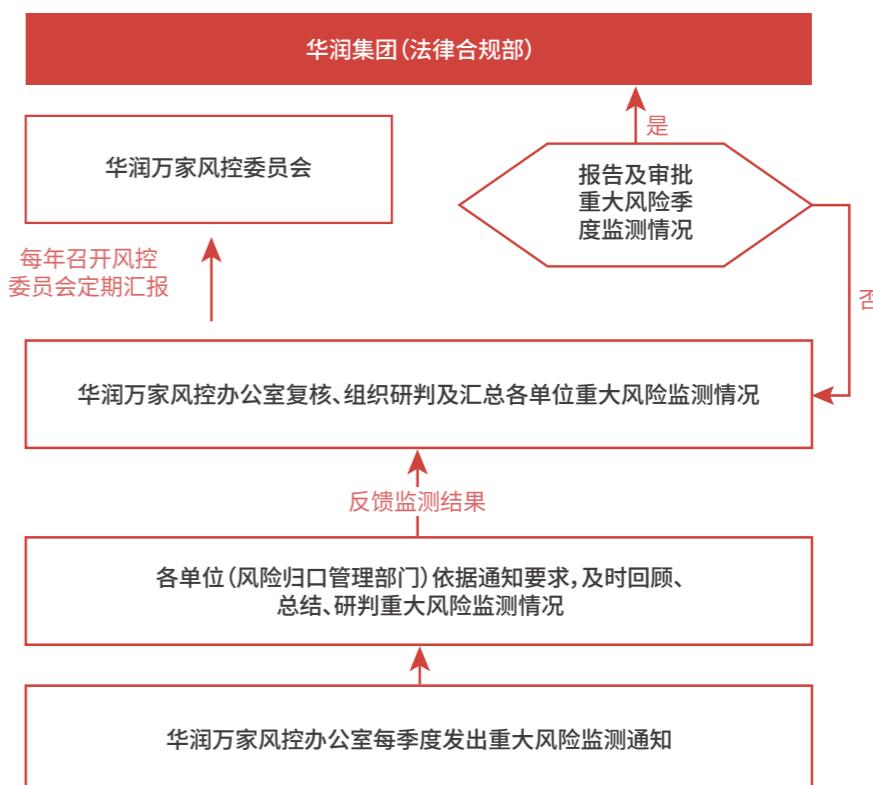
华润万家建立健全合规管理组织体系，设立华润万家首席合规官，在非商品采购部、环境健康安全部设置合规官；形成风险识别、岗位合规职责、流程管控三张清单，制定《华润万家防止利益冲突管理办法》，初步完成数据合规管理细则，逐步将合规理念融入业务防线；突出对重点领域、关键环节和重要人员的管理，落实建设工程领域自查自纠、门店投资监督等合规专项工作，跟进 4 件合规投诉；持续培育合规文化，开展不同形式普法活动 20 余场，积极营造法治与合规氛围。

夯实内控体系建设

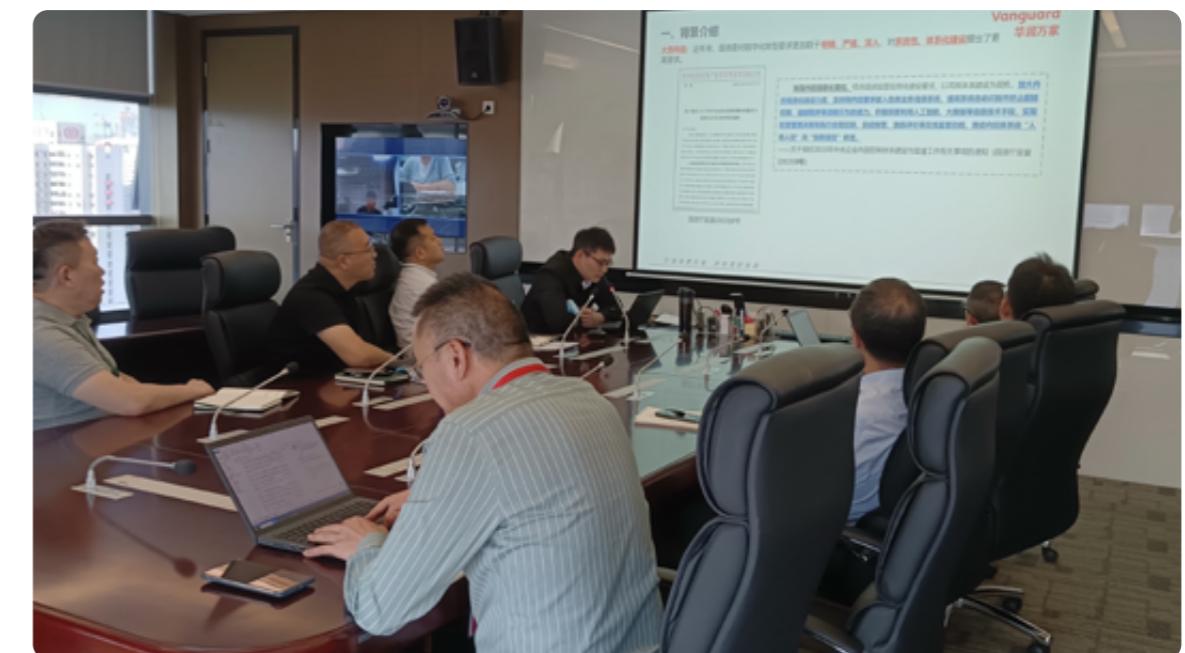
华润万家不断夯实内控体系建设，深入推进“控风险、促发展、抓落实”，2023 年，梳理重大风险 18 项，未发生重大风险事件，守住了不发生系统性、颠覆性风险的底线。



华润万家季度重大风险监测流程图



法律合规部组织开展国资委对数字化转型有关要求的宣贯培训





政府工作报告明确提出要着力扩大国内需求，把恢复和扩大消费摆在优先位置。商务部也将 2023 年定位为“消费提振年”。华润万家强化使命担当，坚持以新质生产力为驱动，精进供应链洞察和技术能力，探索更多技术与模式创新，丰富多元消费业态，优化消费空间布局，提升智能化便利化水平，通过高质量供给创造有效需求，努力把居民的“需求清单”转化为便民生活圈的“满意清单”。

华润万家与 SDGs



激发 创新活力

华润万家积极转型求变，以国家战略和市场需求为根本导向，牢牢把握创新的着力点，推进高科技产品、前沿零售技术、商品解决方案从前、中、后端覆盖零售全场景，优化改革卖场的购物环境、货品陈列、核心商品选品等，不断赢取消费者的青睐。

推动业态升级迭代

华润万家不断优化升级业态模式，构建“综合业态 + 精品业态 + 社区业态”多业态发展模式，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，形成定位准确、特色鲜明、消费便捷、服务优质的服务体系，为更广泛的消费群体匹配多场景优质购物体验。截至2023年底，Olé 精品超市在上海、重庆、昆明连开三家，华润万家旗下精品超市在全国的在营门店总数已超120家，覆盖北上广深等37座核心城市和地区。

▲ 综合超市



▲ 社区超市



▲ 精品超市



探索零售模式创新

华润万家转变思想，探索新的业务模式，融合线上线下，打造一体化完整生态，为消费者提供高品质的商品和最便利的服务，始终致力成为消费者喜爱的多业态零售商。

实体消费：向下延伸服务触角

华润万家开辟便民利民销售渠道，从传统门店定点销售模式拓展至新型小区销售、全员带货等销售模式，并辅以内部能力建设，积极开发可进驻小区，提高进驻场次，同步稳定提升带货人员参与人数。在社区便民销售活动中，现场售卖开发可进驻小区2,056个，累计进驻小区7,259个，共组织116,875场售卖。



网络消费：多方拓展消费平台

华润万家形成“以自有渠道为主，第三方平台为辅”的线上发展战略，升级自有平台万家APP，从功能体验升级、运营平台升级、业务场景调整和丰富、重构技术底座四个方向重构APP产品；与京东到家、美团外卖、饿了么等第三方平台开展线上业务合作，大力推进到家业务，并将送货到家范围扩大到全城；开展抖音引流到店业务，完成业务立项、服务商招采、系统对接、抖音平台门店基建等工作。截至2023年底，线上共绑定会员5,875.6万，从平台获取的商圈内带收货地址的新会员454.8万。

当“焕乡计划”遇上线上平台

华润万家深入推进“焕乡计划”，按照《焕乡计划执行手册》，在平台上架帮扶商品，同时开设线上渠道直播专区，运用万家APP、抖音、美团、京东、支付宝、京东小时购五大渠道流量，带动9场直播带货，累计约10万人次观看，评论互动超9万次，在消费者中形成高量级的触达，全渠道引流超1,000万，触达超530万用户。

2023年11月，“焕乡计划”与众多世界500强及知名企业激烈角逐，在有着国际零售界奥斯卡之称的“Shop! 国际零售营销大奖赛”的评选中，获得社会化单元的金奖。



加快数字化转型建设

优化体系运转，打造科技队伍

华润万家围绕数字化转型要求，规范制度建设，完成《IT 技术委员会议事规则》《数据安全管理》等 11 份制度制定、发布、宣贯及考核；提升全员数字素养，开展数委会专班汇报研讨 11 场，跨组研讨 266 场，鲲鹏项目专题培训 39 场，覆盖 4,381 人次。2023 年，万家数科获得国家高新技术企业、ISO 体系认证。

万家数科获得国家高新技术企业、ISO 体系认证



研究业务场景，赋能数字力量

华润万家围绕公司战略重大变化，调整鲲鹏项目实施策略，快速完成精品超市系统整合、重构 APP 等线上产品、研发全员带货产品、上线双中台技术底座等工作，聚焦管理经营，支持线上、线下、团批业务开展，支持管理共享提效降本，解决业务痛难点及应用需要，自主研发 17 个场景专项模型并落地应用。华润万家“自动化营销应用助力华润万家数字化营销转型”项目入选金翼榜“智慧营销工具榜臻选案例”。

数智化成效

- > **1,475** 家门店上线库存中心，线上线下库存实时同步由 **5** 分钟提升至 **15** 秒
- > 万家 APP 商品搜索命中率从 **30%** 提升至 **66%**
- > 万家 APP 上线次日达业务，支持 **2,691** 家门店跨业态履约
- > 所有新店、改造店 **100%** 落实智数化标杆门店配置标准
- > 自动化营销短信触达率从 **70%** 提升至 **85%+**, APP 触达率从 **50%** 提升至 **80%**



门店实现线上自助结账



华润万家《财务数字化转型及管理重塑》和《物流数智化转型应用》荣获首届国企数字场景创新专业赛一等奖



开展知识产权保护

华润万家做好商标、专利、著作权等知识产权的申请、维护、维权等工作，持有专利及专利申请 13 个，新增登记软件著作权 4 件，打击假冒公司，跟进“华润万家”“乐购”维权，提升主动维权能力；尊重他人知识产权，通过购买版权、加强供应商商品准入证照审核，加强自有品牌包装设计审核等多方措施降低知识产权侵权风险；组织员工参加商业秘密保护培训 2 场次，组织涉密员工参加保密教育线上培训并考取证书，全体员工签署完成《保密承诺书》。

持有专利及专利申请
13 个

新增登记软件著作权
4 件



强化 质量管理

绿色健康消费是现代健康生活的重要组成部分，是可持续发展的必然选择。作为消费终端，华润万家聚焦食品安全风险管理，关注消费者品质体验，围绕顾客需求变化从源头抓品质，赋能食品更高品质标准，打造可持续的食品环境，为零售行业树立新标杆。

全力抓好源头管控

华润万家修订落实《华润万家商品准入质量管理办法》《华润万家商品质量索证索票操作指引》等商品准入制度，严格执行《华润万家供应商引入及评估操作规范》要求，利用供应商服务系统信息化平台管理供应商及其所售商品的资质证照，获取进仓绿色食品、有机食品、商品检测报告等，确保供应商诚信可靠，所供产品通过质量管理体系、食品安全管理体系等相关认证，具有良好的可追溯性；同时实行自有品牌供应商、生鲜基地供应商、节令商品供应商第三方独立验厂管理，保证产品安全合格，全面把好商品质量管控的源头关。

2023 年评审抽检小档案

- 完成全国性商品供应商评审 **207** 家、商品抽检 **1,041** 批次
- 自有品牌商品供应商评审 **150** 家、商品抽检 **916** 批次，非自有品牌商品供应商评审 **57** 家、商品抽检 **125** 批次

浙江公司开展“提振消费信心”之走进蔬菜基地活动，实地追溯“菜篮子安全”



加强商品准出管理

华润万家加强生鲜、干货和进口食品的 DC 运作管理，在生鲜方面，采用高危单品、普通单品分级管控，通过规范检测室建设和管理、及时更新重点农残检测清单、提升仪器精度和准确度等提升农药残留检测水平，并严格开展肉类索证工作；在非生鲜商品方面，严密监控商品质检报告、标签、外观、生产日期、虫害、变质以及包装异物等情况；在进口食品方面，必须索取对应批次的出入境检验检疫证明、报关单，检查中文标识、生产日期和保质期、标签信息等。此外，强化验收管理，对不符合验收的商品作拒收处理，对严重违约的供应商按公司《质量管理协议》给予处理。

2023 年质量检测小档案

2023 年全国 DC 全品类验收合格率 **99.85%**，其中生鲜 DC 验收合格率 **99.51%**，干货 DC 验收合格率 **99.95%**

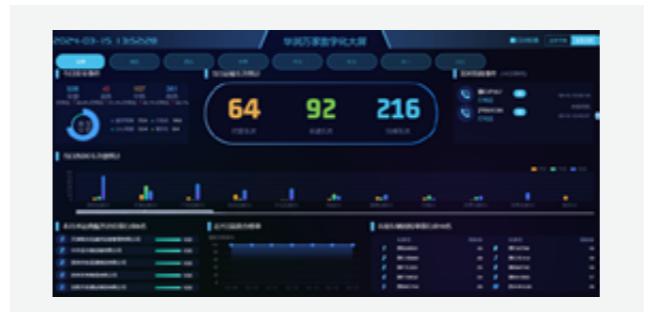


物流运营中心西安生鲜配送中心组织消费者参观生鲜农残检测现场

强化物流质量管控

华润万家完善物流质量管控体系，严守商品入库关，对所有配送商品集中验收、集中分拣、集中配送，同时加强在途运输食品安全管理，与 G7 易流合作全面搭建车辆在途可视化管理平台，物流配送车辆配备 GPS、TMS 等设备，冷链运输车辆配备温控设备，实现实况数据实时传输，全程温度监控可追溯，保障商品配送过程可控，确保到店商品的食品安全。

车辆在途可视化管理平台



车辆在途可视化项目获得 ECR 委员会颁发的 2022-2023 年度 ECR 案例（最佳实践项目）



落实门店质量监管

 **建机制，落实主体责任。**严格遵守执行《企业落实食品安全主体责任监督管理规定》《工业产品销售单位落实质量安全主体责任监督管理规定》《华润集团食品质量安全监督检查要点》《华润万家门店食品安全审核条款（2023 版）》等制度和工作要求，建立健全日管控、周排查、月调度工作制度，组织近 1.8 万员工签订《商品质量安全管理承诺书》，确保各层级严格履行质量安全主体责任。

 **强管控，开展专项行动。**编制并下发“3·15”、质量月以及节令期间商品质量安全管控方案，联合开展安全专项巡检，组织自有品牌风险专项排查整治活动和供应商现场质量安全突击检查，强化重点环节、区域、商品的质量安全管控。

 **提质效，推动数字建设。**搭建智慧快检综合平台，做到生鲜快检数据“一店一码”，实现检测信息公示电子化，已推广至 543 个门店；搭建商品质量客诉信息统计平台，加强数据统计分析及结果运用，质量客诉同比呈下降趋势。

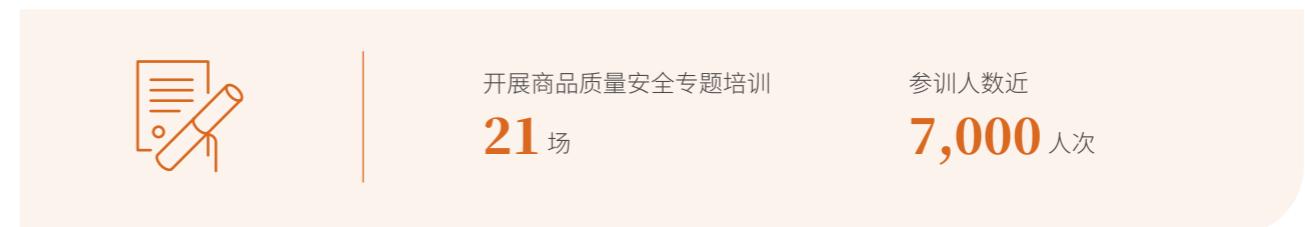
 **增认可，提高客户信赖。**持续加强内部质量管理体系建设，5 家下属单位通过 ISO9001、ISO22000、HACCP 等国家级质量体系认证；获得食品安全规范化管理店类、食品安全示范超市类、深圳放心肉菜超市等政府荣誉 33 个。

▲ Olé 公司门店参与苏州市市场监管局和广电总台联合开展的“3·15”线上直播活动



着力培育质量文化

华润万家积极开展各项质量宣导活动，围绕国家法律法规、万家质量制度、供应商评审条款、节令期间商品安全管理等方面组织质量管理相关人员、供应商开展商品质量安全专题培训共 21 场，参训人数近 7,000 人次；积极参与国家级质量成果竞赛，开展商品质量检测员、门店食品安全内审员专业能力培训考核，加强质量专业人才队伍建设。



▲ 京津公司开展食品安全培训



▲ 华润万家组织节令专题培训



妥善应对质量问题

华润万家制定《华润万家质量问题商品撤架与复架操作规范》，规范质量问题商品的处理方法和流程；针对质量事件开展门店、供应商调查分析，并跟进后续整改；定期组织食品安全应急演练，增强处置各种质量事件的应对能力。



用心 服务客户

提升服务水平

责任营销

华润万家始终关注对消费者权益的保护，严格遵守《中华人民共和国消费者权益保护法》《中华人民共和国广告法》《中华人民共和国反不正当竞争法》等法律法规，确保广告及营销内容的真实性与合规性，公平公正开展市场经营活动；通过数字化技术不断提高客户信息管理安全性，加密存储订单信息、个人身份信息等，严格控制访问权限，加大对客户信息和隐私的保护力度，避免客户隐私信息泄露。

服务优化

华润万家落实《华润万家门店营业服务规范》，统一规范门店卖场环境、人员服务、便民服务项目及现场演示等服务标准；完善全国客服中心受理事项，释放全国客服中心接线时间，减少电话占线率，更快接听处理客户问题；优化内部流程，制定《华润万家电子礼品卡客诉处理流程》，赋予客服中心直接处理电子礼品卡整单退卡的权限，提升问题解决时效的同时，也为用户信息变更、电子礼品卡转绑的诉求提供解决办法和依据。

▲ 京津公司开展“小业态门店服务标准化”专项行动



会员管理

华润万家注重会员体验与权益升级，完善日常权益系统管理；策划会员活动，开设会员专享价、会员活动日、积分当钱花、专属优惠券等福利，加强会员尊享权益，不定期开展极具特色的活动，为顾客创造更多价值、提供更多服务。2023年，累计新增会员超过2,500万人。

多样化互动，增进会员关系

Olé公司为会员不定期举办极具特色和品位格调的俱乐部活动，打造会员课堂的溯源之旅亮点IP，从餐桌到原产地，从千岛湖“鲟”找之旅到舍得酒厂智慧之旅，带领会员领略自然之美；开展近30场高端晚宴，品味世界各国列级酒庄珍稀美酒，为会员带来全面的进阶品鉴体验；开设的亲子俱乐部首次开展永续生活主题课堂，举办了可持续漫游骑行、净滩徒步、宁夏百万植树计划等活动。2023年，Olé公司通过开展超700场会员课堂活动，带领近万名会员一起遇见千百种生活方式，满足会员多元化生活场景需求。



“寰宇佳酿 醉美绽放”葡萄
酒鉴赏会



打造消费全新体验

华润万家深度开展消费者研究，洞察消费需求，聚焦市场趋势性、差异化、时令性、地理标志商品等维度，加快新品开发和定制品开发，整合全国集采 / 海外直采进口商品资源，扩大进口商品引进；推出围绕城市群布局实施的精品超市升级改造计划，全国八城九店焕新升级，响应广大消费者的美好生活需求；重视消费者关系维护，通过开放日等活动与广大消费者建立良好的互动与沟通。



2023 年绩效

- > 自营新品引进 **58,478** 个 SKU (含 Olé 公司、香港公司)
- > 定制品开发 **88** 个 SKU
- > 全国进口商品 **28,706** 个 SKU，其中海外直采商品 **306** 个 SKU，全国供应商商品 **6,317** 个 SKU (不含 Olé 公司)

“家庭开放日”，与健康消费同行

2023年7月28日，苏果公司27周年司庆“家庭开放日”活动如期举行。从5岁孩童到花甲老人，一行约60人在南京金地店店长的带领下，参观了店堂各商品分区及后场操作间，并参加了门店现场为他们举办的新品品鉴会，向消费者展示新业态、新商品，传递“美好”的核心理念。

“参加本次活动非常开心，苏果在尧化门是‘独一份’，商品最全，档次、环境都好，服务也很接地气。”



——风华苑小区的李阿姨



关注营养与健康，打造优质原产地海产品矩阵

2023年7月17日，Olé 公司在上海举办自有品牌可持续海产品发布会，全新推出14款 Olé 自有品牌系列新品。来自全球多个优质海域的可持续海产品，实现100% 可持续兼顾生态友好的同时，也满足儿童群体对海产品的营养需求。Original 系列大西洋三文鱼菲力与大西洋北极鳕鱼，精选纯净海域天然原料，严格挑选工厂，保障安全与健康，充分提供儿童成长的营养成分。



有效应对消费投诉

华润万家规范客户投诉管理工作，开通全国客服中心和门店双通道投诉渠道，针对两种渠道，分别制定《华润万家全国客服中心服务操作规范》《华润万家售后服务管理办法》，明确客诉处理的态度、话术、流程规范、处理时限等；实行投诉事件等级管理，制定《华润万家营运重大事件反馈机制》，明确不同等级投诉的处理要求和上报要求；建立顾客投诉跟踪、反馈、改进的闭环管理机制，定期汇总分析投诉情况，输出相关报告，以改进服务质量。

2023 年质量检测小档案

- > 2023 年商品投诉受理 **6,134** 起
服务投诉受理 **5,795** 起
- > 客户投诉解决率 **99.80%**

完善退卡服务流程，解决顾客退卡需求

2023年3月，用户向华润万家客服中心反馈要求将其在万家公众号购买的2,000元电子礼品卡进行退卡，客服中心当月将顾客退卡材料反馈财务部，但一直未得到有效解决。结合电子礼品卡诈骗案件以及其他一些电子卡问题，华润万家客服中心草拟《华润万家电子礼品卡投诉处理指引》，并征得总部财务部、线上业务部、法律合规部一致意见，为电子礼品卡的退卡退款、转绑、冻结、诈骗冻结返还等操作提供依据性文件。此项投诉于2023年9月初顺利完成退卡退款，并致电用户说明情况，征得了用户谅解。





人为本 共建幸福美好之路

深入实施新时代人才强国战略，是我国社会主义现代化建设的必然选择。党的二十大报告对人才强国战略作出专题部署，在更高起点、更高层次、更高目标上作出顶层设计。华润万家坚持“以人为本”的策略，把维护好、实现好、发展好员工合法权益和价值创造作为管理工作的重要环节，以更高的标准、更大的力度、更实的举措，落实落地新时代人才强国战略的各项任务，为企业高质量发展提供坚实的人才保证和智力支持。

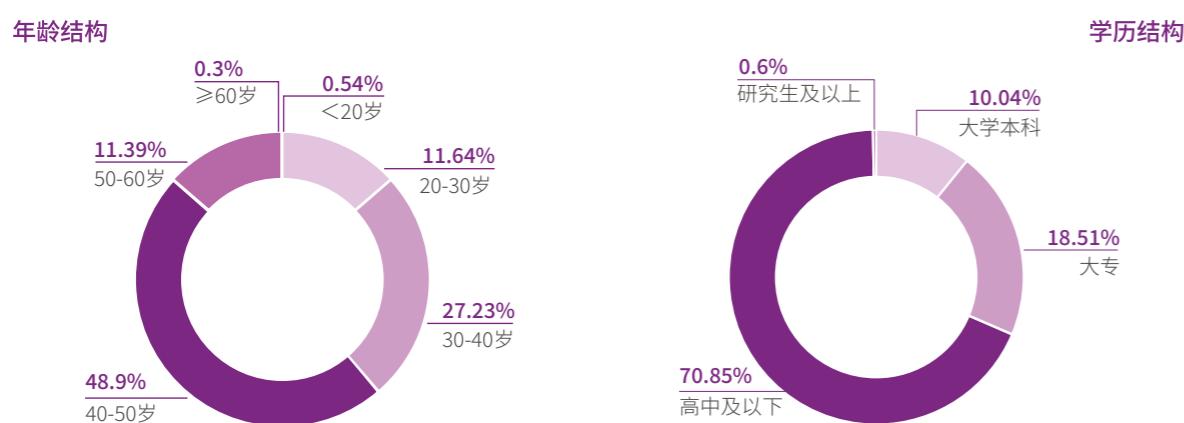


华润万家与 SDGs

保障 员工权益

落实合规雇佣要求

华润万家严格遵守《中华人民共和国劳动法》《中华人民共和国劳动合同法》等法律规定及各地劳动用工相关政策和要求，持续完善用工管理规章制度体系，坚持尊重和保障人权，坚决抵制国籍、性别、年龄、种族、宗教、孕残等任何形式的歧视行为，禁止雇佣童工和强迫劳动，依法签订劳动合同，足额缴纳社会保险，切实保障女性员工权益、员工休息休假权益和隐私安全，构建和谐稳定的劳动关系。2023年，正式员工劳动合同签订率100%，社会保险参保率100%。



■ 平均年龄为:41.2

■ 高中及以下学历占比比较大

释放薪酬管理效能

华润万家致力于实现薪酬管理的激励性与公平性相统一，管理层成员采用年薪制与中长期激励相结合的薪酬机制，落实任期制和契约化管理，强化责任制考核，履职待遇与年度业绩合同考核结果挂钩，同时不断优化激励机制，探索出一套适合零售行业、推动基层员工收入合理增长的薪酬激励办法，充分调动基层干部、一线员工的积极性和主动性。



浙江公司举行职工代表大会



抓好民主管理关键

华润万家探索现代企业制度下民主管理的有效途径，围绕维护、建设、参与、教育四大职能积极推动工会组织建设，截至2023年底，华润万家成立工会组织116个。

此外，华润万家建立职代会制度体系，确保一线职工参与公司民主管理的主体地位和合法权利不走样，2023年共召开74次职代会，让广大职工有机会、有渠道表达自己的利益诉求，参与企业的日常管理。

倾听员工声音，强化民主管理

华润万家开展以“倾听员工声音，促进经营改善”为主题的问卷调研，结合调研结果，围绕经营管理、商品、组织与人员、薪酬绩效、员工关爱等五个方面进行分析，并以“以人为本”的价值观为引领，从公司年会及评优评先、员工周、文体活动、竞赛活动、员工关爱、员工成长六个方面，制定华润万家年度员工工作方案，改善组织氛围，促进经营改善。



华润万家开展“我为公司建言献策”活动

推进劳动纠纷化解

华润万家始终坚持公平合理、依法依规的原则，积极跟进劳动争议事件，听取诉求、客观取证、合理评估，并按照国家和地方相关法律规定、公司制度进行处理，有效维护企业和员工的合法权益，保持良好的劳动关系。2023年劳动争议案件数量呈下降趋势。

关注 员工成长

践行人才强企战略

华润万家围绕 5+1 人才体系，以人才体系、课程体系、讲师体系为抓手，打造学习资源共建共享的交流平台，实现助推战略、支持业务、孵化人才、传递文化的目标。

激活年轻干部一池活水

分层分级开展年轻经理人发展项目，发掘和识别一批德才兼备、善于经营、充满活力、具有潜力的优秀年轻经理人。Olé 公司实施春蕾 3 期项目，输出 17 位营采销关键业务岗位后备人才；广东公司开展红星班第二期暨关键岗位储备培养项目，40 名员工进入储备人才池。

强化科技人才队伍建设

梳理内部科技人才情况，引进 17 名高级职称科技人才，开展分层分类的数字素养提升培训“芯火计划”；面向各层级开展研讨 277 场次，专题培训 39 场，开展科技人才、卓越工匠评选工作。

加大技能人才培养力度

围绕重点任务开展一系列技能人才培训项目，打造一批业务水平过硬、专业能力过硬的技能人才。苏果公司开设“星·鲜锋”大超店总生鲜专项能力提升项目，强化 138 名大业态店总对生鲜商品的熟知度，有效提升店总生鲜操盘能力。

华润万家深入实施人才强企战略，紧紧围绕公司改革发展事业需要，建立科学的培训机制和职业晋升机制，统筹推进各类人才队伍建设，选拔培养堪当重任的高素质专业化干部人才，为全体员工提供广阔的学习平台和施展才干的专业舞台。

培育 MT 人才新生力量

优化完善 MT 培养机制，坚持“优先用、放心用、大胆用”的使用原则，通过未来之星训练营等项目完成对 MT 的加速培养及能力强化提升，带领 530 名 MT 深深入了解万家发展历程及业务规划，培养一批懂零售、会营销、懂管理、会创新的青年人才。

加强香港人才队伍建设

组织开展“Let's Go yoUth! 香港青年深访计划”，共 20 名香港青年参与内地业务交流学习，为香港公司培养一批具有内地零售视野、熟悉两地文化、通晓总部要求标准、爱国爱企、发展潜力高的青年人才。



畅通职业发展通道

华润万家科学规划各级员工成长路径，修订《华润万家直管干部管理规定》《华润万家干部任期管理办法》，规范人才交流轮岗、竞聘上岗、末等调整、不胜任退出等机制，通过竞聘、选聘、述职等方式，提升人才选拔的规范性、有效性，营造有利于优秀人才健康成长的发展环境，推进人才队伍向高素质、专业化方向转变。

新疆公司召开“工匠之星”技能比武活动



苏果公司开设“星·鲜锋”大超店总生鲜专项能力提升项目



四川公司开展 2023 届 MT/OMT 第一期集中培训



香港公司组织青年参观凤岗 DC



湖南公司开展“初心铸匠心
匠心守初心”工匠之星技能
比武

▲ 扫码拓展



辽宁公司开展“工匠精神·勇进者胜”生鲜技师技能定级考核项目



悉心 关爱员工

温情守护巾帼力量

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。落实产检假、产假、哺乳假、育儿假、妇女节假期，加强“妈咪小屋”的建设，组织六一亲子活动，持续优化女职工生育支持体系；关注女职工劳动保护和身心健康，增加两癌筛查项目，举办各类健康讲座，在精神和物质双层次上给予女性员工关怀。

▲ 新疆公司开展“三八”妇女节插花活动



▲ 广东公司组织开展篮球比赛 - 女子篮球赛



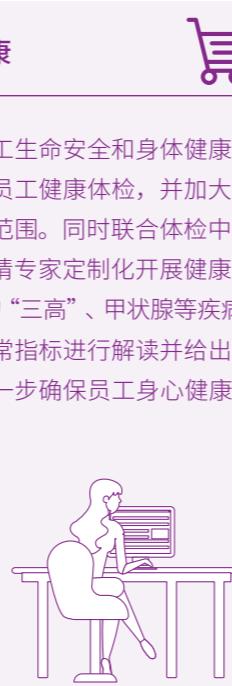
加强员工健康保护

华润万家严格执行《华润万家员工健康检查管理规定》，在全国范围内组织开展健康体检，覆盖五万余名员工，体检及健康档案覆盖率达75%；从关注员工身心健康着手，打造“关爱”“赋能”“沟通”“陪伴”的员工关爱平台，获得深圳市总工会授予的“职工心灵驿站”称号。



心系员工，守护健康

陕西公司始终把维护员工生命安全和身体健康放在重要位置，组织开展员工健康体检，并加大员工关爱力度，扩大体检范围。同时联合体检中心围绕员工体检报告，邀请专家定制化开展健康讲座，详细讲解大家关注的“三高”、甲状腺等疾病，对体检报告中出现的异常指标进行解读并给出针对性健康管理建议，进一步确保员工身心健康，远离疾病。



尽力帮扶困难员工

华润万家针对不同困难程度和帮扶需求的员工进行分类帮扶、精准施策，使用爱心互助基金帮助困难员工120人，金额达190.2万元；开展“两节”送温暖活动，走访慰问经济困难、患病职工家庭共616户，慰问金额达48.21万元；湖南工会开展金秋助学活动，为5名特困职工子女申请到每人4,000元助学金，切实为困难职工办好事、解难事。

▲ 京津公司成立专项慰问小组，开展关爱慰问活动，逐一走访基层门店困难员工、困难党员



开展丰富文体活动

华润万家广泛开展迎“中秋国庆”主题系列活动、工匠之星技能比武竞赛活动、“上下一心 重塑未来”员工活动、七夕青年联谊交友活动等，启动深圳兴趣小组报名及组建，各分会组建9个兴趣小组，努力平衡员工工作和生活，助力员工实现“快乐工作、健康生活”。

2023年
工会各分会组建兴趣小组
9个



信息化公司开展“我和爸爸妈妈一起上班一天”暑期实践活动



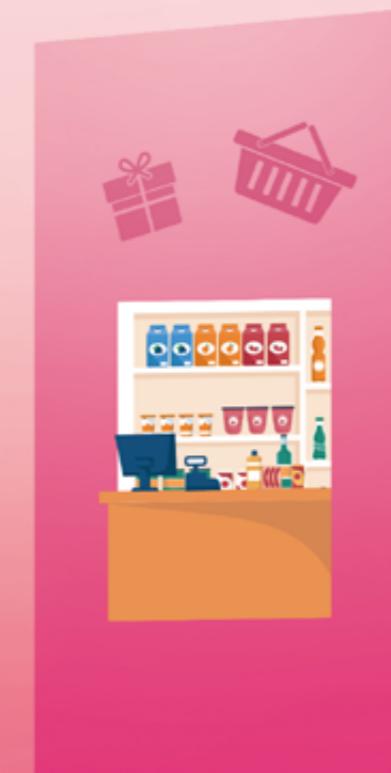
香港公司开展“上下一心·我们能行”团建活动



江西公司开展“上下一心 重塑未来”活动



华润万家工会组建足球兴趣小组



诚为重
共聚融合美好力量



党的二十大报告把优化营商环境作为构建高水平社会主义市场经济体制、推进高水平对外开放的重要内容。华润万家聚焦发展拓展合作的潮流，秉承“优势互补、互惠互利、共同发展”原则，与上下游企业携手搭建支撑产业发展的责任供应链，与业内各界积极开展多领域、深层次战略合作，利用自身主业优势及影响力推动零售行业高质量发展，在新征程上谱写互利共赢新篇章。

华润万家与 SDGs



打造责任供应链

倡导诚信经营

华润万家响应“诚信兴商”号召，依规依法、文明诚信经营，推动下属公司着力提升商贸流通行业诚信水平和综合竞争力。2023年，京津公司积极参加天津市商务局、市文明办举办的诚信经营承诺店评选活动，44家门店通过审核获得“天津市2023年度诚信经营承诺店”称号。

推动供应商履责

华润万家完善供应商管理机制，推进非商品合同履约检核（第二季度维保类，第三季度保洁消杀、物料类，第四季度废旧包装物回收、零星工程、甲供材料类），制定检核计划、组织各省区非商按季度进行专项检核，并定期召开会议回顾检核成果、跟进检核问题整改处理。

2023年，华润万家共检核供应商114家，涉及门店/DC155个，发现问题259个，截至2024年1月底，问题整改完成率98.33%，挽回间接经济损失超百万元。

甘青公司成功举办百家供应商大会

2023年12月20日，甘青公司在兰州成功举办2024年百家供应商大会。本次大会通过分析解决商品销售、毛利、订单、库存等实际问题，提出具体解决方案并做出相应工作计划，进一步促进供应商学习和交流，加强与供应商合作关系，共同应对市场挑战，实现共赢发展。

落实责任采购

电子采购

华润万家在全国全面推进电子采购模式，借助平台所具备的标准操作流程、严密文档模板及先进的信息化技术，实现高效、专业、规范、安全、低成本的招投标采购，有效保障招标人和投标人的合法权益。2023年，全国完成采购项目398个（标段数818个），预估采购额20.50亿元，电子招标率达100%。

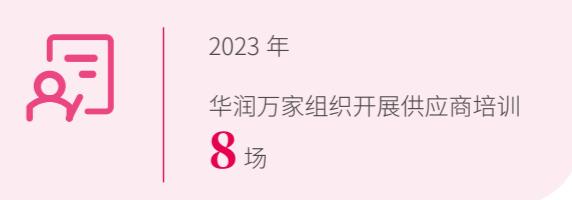
本地化采购

京津公司积极推行本地化采购，大力培养本地供应商，充分发挥地区采购成本优势，根据供应商经营范围、商品品类及品牌、市场份额以及KA服务能力等方面选择具有发展潜力的本地供应商，以差异化商品、地标性商品、极致性价比商品回馈给消费者，满足顾客需求。2023年，实现销售净额5,391万元，同比增长27%。



促进供应商成长

华润万家坚持与供应商共同成长，为供应商提供相关培训，通过元旦春节/五一端午/中秋国庆等节令专项、政府“圳品”专题、特殊食品/食品接触材料标识法规、评审条款校准等培训，强化供应商质量法规意识，督促供应商完善质量管控标准。2023年，华润万家组织开展供应商培训8场。



开展战略合作

政企合作

华润万家长期致力于携手行业伙伴共同成长，积极拓展与政府、企业、科研院所、高校之间的战略合作，通过立体化、全方位的合作模式拓展合作领域与深度，打造良好、公平、透明的市场关系，实现互惠互利、共赢发展。

华润万家与江西省农业农村厅签订战略合作协议

2023年12月23日，第五届江西“生态鄱阳湖·绿色农产品”博览会重点活动——数字赋能乡村振兴论坛在南昌举行。大会期间，华润万家与江西省农业农村厅签订战略合作协议，双方将以数字赋能为引领，促进江西省乡村产业高质量发展。



华润万家签约成为“第十四届全国运动会独家供应商”

企企合作

华润万家积极推进与优质企业的多元化、深层次合作，通过整合产业链资源、共享市场优势和技术创新成果，与众多行业伙伴建立长期稳定的合作关系，共同探索新型商业模式和营销策略，共同助力零售行业的健康发展。

华润万家与海外企业签订采购协议





2023年11月5日至10日，第六届中国国际进口博览会在上海国家会展中心举行，此次进博会共有154个国家、地区和国际组织参展。华润万家连续第六年参加中国国际进口博览会，与多家海外企业开展深入交流并达成采购合作意向，为国内消费者采购多种优质进口商品。

华润万家与新西兰 COMVITA NEW ZEALAND LTD.、智利 Joy Wing Mau Chile SpA.、澳大利亚 Saputo Dairy Australia PTY LTD.、菲律宾 GOODFARMER FRESH FRUIT TRADING CORP.、佳沃、佳农等多家供应商签订采购协议，总签约金额 2.57 亿元，进一步引领消费升级，满足中国消费者日益增长的生活需求。

产学研合作

华润万家积极推动产学研深度融合，通过共享资源、优势互补与电子科技大学、吉林大学开展产学研合作意向交流，同湖南一师、中国商业经济学会消费研究院签订产学研合作框架协议，并积极与中国连锁经营协会（CCFA）合作推进华润万家创新实验室挂牌，加速科技成果向商业实践转化步伐，为公司发展注入源源不断的创新活力。2023年，华润万家与32家高职院校开展校企合作，接收实习人数2,013人。



► 广东公司与武昌工学院、深圳市龙岗职业技术学校签订相关就业基地协议并挂牌



媒企合作

华润万家持续加强特殊舆情管理，陕西公司搭建舆情处理反应机制，通过外部日常媒体关系网络沟通，内部定期《华润万家传讯制度》培训、抽查演习，有效降低负面舆情曝光风险；加强与外部主流媒体的合作，传播万家好声音，2023年以来，累计有40余篇稿件受到新华网、新华日报、中国日报等外部媒体关注报道。



以新岁，启新程——华润万家举办 2023 媒体沙龙

2023年12月22日，一场以“以新岁·启新程”为主题的华润万家媒体沙龙顺利举行。华润万家与媒体朋友齐聚一堂，共同回顾今年以来的重要品牌之旅——“焕乡计划”和“好孩子计划”，深入探讨国内零售商超行业的革新与未来，以助于华润万家持续为更多消费者提供精品好物与精致生活。此次活动有效加强媒体密切联系，强化媒体融合联动，提升企业品牌形象。



助推 行业发展

华润万家作为零售行业标杆企业，密切关注零售行业发展趋势与动态，通过参加高层次行业论坛、研讨会和展览活动，与战略合作伙伴共商新机遇、共谋新发展，携手推动行业健康高质量发展。

华润万家参与城市生物多样性与可持续发展综合论坛



2023年5月22日，华润万家参与由“一个地球”基金会举办的城市生物多样性与可持续发展综合论坛。在圆桌讨论中，华润万家全国市场部总监陈研与众多专家学者及企业领导共同为城市生物多样性保护及可持续发展建言献策，探讨如何在城市化与生物多样性保护之间找到平衡，促进行业绿色可持续发展，以此实现城市可持续发展、人与自然和谐共生。



华润万家参加第十届中国公益慈善项目交流展示会



2023年9月15日，由民政部、国务院国资委等单位共同主办的第十届中国公益慈善项目交流展示会顺利开幕，华润万家“美好流动课堂”乡村美育项目受邀参与本次展会。华润万家在社会责任展区开展“美好流动课堂”项目三周年成果展，为观众介绍项目成立起源，展示项目开展现状和乡村孩童画作，参展观众纷纷驻足观看，为活动打卡留念，留下“美好微笑”，有效展现出华润万家在助力社会文化教育事业和慈善公益事业的责任和担当。

华润万家(控股)有限公司



▲ 京津公司积极参加2023天津市商业服务业优秀店长大赛活动，以先进典型的示范带头作用，有效提高商业服务行业的管理水平及服务质量

▲ 浙江华润慈客隆超市有限公司为浙江省商贸行业流通有序发展作出贡献，被评为“2022年浙江省商贸流通业统计先进单位”





绿为底 共赴低碳美好未来

习近平在全国生态环境保护大会上强调，全面推进美丽中国建设，加快推进人与自然和谐共生的现代化。华润万家积极响应“双碳”行动号召，秉持可持续、绿动健康发展理念，将环境保护融入企业经营发展各个环节，鼓励大众以绿色消费链接美好生活，推动绿色环保生产方式和生活方式，多措并举、多路并进，不断释放万家绿色能量，为开创美丽中国建设新局面而努力奋斗。



华润万家与 SDGs

完善 绿色管理

华润万家建立健全环境管理体系，制定《华润万家节约能源与生态环境保护监督管理办法》《华润万家碳排放管理办法》《华润万家生态环境保护通用检查要点（2023年版）》等，进一步加强和规范节约能源与生态环境保护管理工作；印发《万家可持续标识规范应用手册》，依托万家庞大用户基数，让可持续生活理念触达消费者；结合《华润万家碳达峰行动方案》五大行动，制定《华润万家2023年度碳达峰工作计划》，建设万家低碳零碳门店和低碳零碳品牌，并组织实施节能降碳改造等工作。2023年，广东公司、浙江公司、苏果公司通过ISO14001环境管理体系认证。



荣誉



华润万家成为国内首个获《认可可持续发展企业》证书的连锁零售品牌



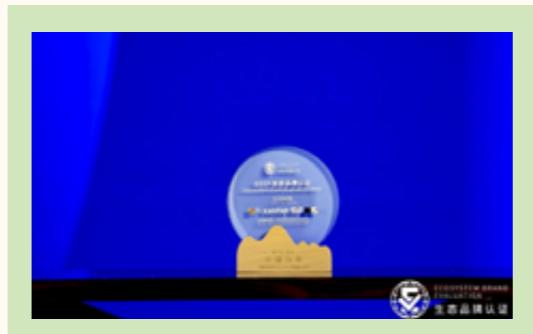
华润万家获得联合国教科文组织“可持续发展机构”（RSDC）认证



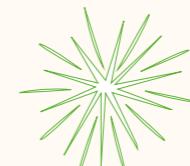
在“大湾区第一届优秀社会责任（ESG）企业评选”中，华润万家荣获“大湾区最受欢迎（ESG）企业大奖”



荣誉



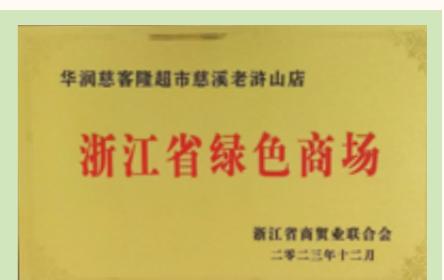
华润万家浙江公司慈溪老浒山店和宁波江南路店获得“浙江省绿色商场”证书



Olé 超深活低碳实验店成功入选中国连锁经营协会（CCFA）组织的2023年度“连锁企业创建‘绿色低碳示范店’案例”



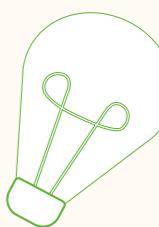
在2023（第二届）生态品牌峰会上，华润万家首次获得生态品牌认证



浙江省商贸联合会
二零二三年十二月



浙江省商贸联合会
二零二三年十二月



在“点绿成金 勇者入局”36 碳双碳同行者大会上，华润万家 Olé 超深活低碳实验店被评选为2023 零碳先锋案例



践行 绿色运营

深化节能减排



打造绿色门店

华润万家按照国家标准，将绿色低碳理念融入日常运营，2023 年落地两家绿色低碳实验室，通过绿色运营方式打造能够影响终端消费者绿色生活方式和消费方式的绿色空间，带动更多消费者关注并参与绿色低碳行动，在舒心购物的同时体验绿色环保之畅快。

华润万家首家环保低碳概念绿色门店开业

2023 年 4 月 30 日，Olé 深圳超深活低碳实验室盛大开业。Olé 深圳超深活低碳实验室作为万家首家低碳实验室，推出长期可持续环保项目“*For Nature To Future 永续生活计划*”，从“供应”——“消费”探索和创造绿色基因，优化经营模式，进一步提升行业影响力及品牌好感度，打造集环保、自然、健康于一体的低碳零碳品牌。



推进绿色供给

华润万家紧跟绿色消费趋势，持续加大绿色产品供给。Olé 深圳超深活低碳实验室筛选获得碳足迹认证的商品，以及获得国内外有机认证、可持续认证、可降解、可替换、可循环等商品，为追求绿色环保低碳的消费者提供健康可持续的购物选择；与中国连锁经营协会、联合国儿童基金会联合，在全国 51 个门店推出儿童友好货架，聚焦儿童饮食和成长需求，帮助儿童和家长能够直接获取更多自然、均衡、适量的食物。

建立绿色供应链

华润万家深入推进绿色供应链实施，物流运营中心积极引导、鼓励承运商投入新能源运输车辆，实现节能减排，节省运输成本。2023 年固定车辆中新能

华润万家配备新能源运输车辆



2023 年
节省运输费用
190,268.7 元
减少碳排放量约
379 吨

倡导 绿色生活

推进绿色办公

华润万家坚持从节约一度电、一滴水、一张纸做起，通过对办公楼层照明分片控制管理和午休时间定时开关灯、晚上夜班人员定时巡楼等方式达成节约用电，尽可能对控水阀门采用感应控制开关节约用水，大力推广无纸化办公模式，广泛采用视频会议替代传统线下会议，积极倡导双面复印、打印，严格执行垃圾分类政策，以切实行动构建起崇尚绿色、低碳、环保的办公环境与文化氛围。

开展环保宣教

华润万家重视环保宣传教育工作，组织开展六五环境日、节能宣传周和低碳日活动、节能环保赋能培训等，宣传培训绿色低碳理念和环保低碳知识，增强员工的忧患意识和节约意识，积极引领绿色低碳生活方式，推动形成节约集约、绿色生活的良好风尚。2023年，公司制定六五环境日工作方案 / 计划 1,174 份，参与人数达 14,402 人次；召开节能宣传周和低碳日活动启动会 911 次，宣传受众人数达 59,841 人。

华润万家“好孩子计划”社区低碳活动首次落地



在“积极应对气候变化，推动绿色低碳发展”的大主题下，华润万家积极响应可持续发展号召，正式推出“好孩子计划”，让孩子和家庭成员在欢声笑语中将绿色环保的生活方式“刻进 DNA”。2023 年，华润万家开展 3 期绿色课堂活动，小朋友们不仅可以通过趣味科普学习到有益的环保知识，还可以参与互动小游戏了解到可持续生活理念，让可持续生活变得可见、可感、可玩、可喜、可乐。



拓展阅读

“好孩子计划”是“绿动万家美好”下的可持续社区建设的主题活动，包含万家绿色日记本活动和万家可持续教育活动。



“地球一小时”空瓶改造活动

参与环保公益

华润万家作为“可持续生活”的践行者和倡导者，通过永续生活计划、环保志愿行、地球一小时、临时食品捐赠等一系列绿色公益，带动更多消费者一同关注并参与低碳行动，持续为城市注入绿色活力，用实际行动履行减碳承诺。



广东公司开展“环保志愿行”学雷锋公益月植树志愿服务活动



京津公司开展“爱绿护绿 保护环境 万家在行动”公益活动



江西公司开展“同饮一河水，共护母亲河”公益活动



浙江公司参加“认捐白花鲢·洁净太湖水”公益放流活动

仁为任 共享和谐美好生活

政府工作报告明确提出，要切实保障和改善民生，促进社会和谐稳定。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指示精神，以“时时放心不下”的责任感守牢安全底线，为高质量发展提供持续稳定的安全环境；全面贯彻新时代乡村振兴发展战略，积极探索多样帮扶行动，以可持续、绿色的方式续写更加充实、更有保障的换乡之路；以实际行动践行“引领消费升级，共创美好生活使命”，致力于创建并维护有态度、有温度、有深度的美好社区。

华润万家与 SDGs



筑牢 安全底线

完善安全管理

华润万家严格遵守《中华人民共和国安全生产法》《中华人民共和国消防法》等安全生产相关法律法规，优化完善 EHS 责任落实机制，建立健全 EHS 制度体系，防范化解安全风险，全力保障安全生产形势平稳有序，坚决遏制安全事故发生。



组织签署《华润万家 2023 年环境健康安全和质量（EHS）责任书》，建立起横向到边、纵向到底的安全生产责任体系，切实做到人人有责、各负其责。2023 年共签署 EHS 责任书 101,353 份。

制定《华润万家 EHS 事故事件管理办法（2023 年版）》《华润万家叉车安全管理指引》《华润万家配送车辆装卸作业安全操作指引》等，严格规范安全工作行为，确保安全生产工作有章可循、有规可依。

落实集团关于全面开展安全生产标准化和双重预防机制建设要求，完成 669 家大超门店、25 家 DC 安全生产标准化和双重预防机制建设。



2023 年

签署 EHS 责任书

101,353 份

► Olé 公司签署 EHS 责任书



提升应急能力

华润万家不断健全应急管理机制，编制多种突发事件专项应急预案及现场处置方案，组织开展自然灾害、事故灾难、公共卫生等应急处置能力培训和应急演练，提高全员应急处置能力；积极做好自然灾害风险防范和应急处置工作，发布《关于做好自然灾害防范应对工作的通知》《关于做好汛期灾害风险防范应对工作的通知》《关于做好 9 月份自然灾害风险防范应对工作的通知》等要求，持续加强风险监测预警，发布各类风险预警 34 次。2023 年，华润万家未发生重大灾情、险情。



迎亚运，保平安——浙江公司开展消防应急疏散演练活动

为响应杭州“办好一个会，提升一座城”的目标，加强员工应对突发事件的处置能力和自救能力，2023 年 9 月 18 日，浙江公司联合属地街道应急救援站、派出所组织开展消防应急疏散演练活动。在本次演练中，362 名员工用时 5 分钟，顺利从办公位安全撤离到集合点，整个疏散演练进程快速、安全、有序。此次活动还邀请专业安全人员讲解灭火器使用和人身及财产安全的防范知识，多名员工参与灭火实操演练，不仅提升了员工消防意识和应急能力，也为护航“亚运”添砖加瓦。



隐患排查治理

华润万家积极构建生产安全事故隐患排查治理长效机制，修订《华润万家重大安全生产隐患判定标准（2023 版）》，党委、领导班子落实“一岗双责”“分片包干”，多次带队赴一线督导检查 EHS 工作，推动安全生产事故风险隐患排查治理常态化；对于经营面积大、非省级公司总部所在地的 9 家门店和 1 家 DC，开展自有物业第三方专业机构安全评估，有效地督促门店和 DC 主动管控风险、排查整改安全隐患。2023 年，华润万家在重大事故隐患专项排查整治行动期间，累计组织排查 12,114 次，问题隐患整改率 100%。

推进科技强安

华润万家加强建设经营风险管理平台，构建“考核管理”“事故管理”“危险源及隐患管理”“资源中心”4 大模块，下设 25 个功能，应用于门店安全指标考核、事故统计分析、危险源及隐患管理、商业保险管理等工作，为公司提供全方位的安全生产信息化解决方案；利用智能化监控技术加强安全生产管理，通过“千里眼”远程监控中心实现门店 24 小时监控，定期开展功能测试和应急演练，提前发现安全隐患并及时处置，保障门店运营安全。2023 年，“千里眼”远程监控中心累计处置 9 起夜间安全事件。

营造安全氛围

华润万家加强安全生产警示教育和培训，举办警示教育、专题培训、知识竞赛等形式多样的安全宣教活动，努力增强安全防范意识，提高防范能力水平，营造“人人讲安全”浓厚氛围。



01

推动生产经营单位负责人、EHS 职能线专业人员培训和认证工作机制，组织各级单位主要负责人、EHS 分管领导、EHS 部负责人及安全岗位人员参加集团“安全生产知识与管理能力培训认证”，共有 3,102 人取得培训合格证书；



02

积极开展“我要安全”文化建设，组织观看《生命重于泰山》《畅通消防通道 守护生命安全》《警钟长鸣》等影片，制作 23 部典型安全事故案例动画视频，着力提高培训教育实效，持续提升全员安全素质和能力；



03

积极与消防救援、卫生健康部门联动，开展应急知识科普讲座，为员工讲解消防安全、心脑血管疾病防治等知识，有效提升自救互救意识和技能，增强应对突发情况的信心；



04

▲ 华润万家举办第一届“安康杯”EHS 知识竞赛



▲ 苏果公司邀请红十字会急救专家开展自救互救培训



助力 乡村振兴

华润万家积极响应国家乡村振兴工作号召，以“焕乡计划”为依托，充分挖掘资源优势、传统优势和区位优势，深入推进乡村产业帮扶、消费帮扶、教育帮扶与公司经营业务相融并进，打造了一条具有完整链条的万家帮扶之路，让更多人愿意留在乡村，生活工作在乡村。



乡村振兴关键数据

- > 采购原国贫县及原中央苏区农产品 **10.2** 亿元，其中广昌县 **831** 万元、海原县 **869** 万元、清流县 **35** 万元
- > 吸纳原国贫县及原中央苏区就业人数 **2,242** 人，挂职干部 **1** 名
- > 在广昌县、海原县、清流县无偿捐赠资金（含物）**26** 万元，开展慈善公益项目 **1** 个（“美好流动课堂”项目 - 宁夏海原站支教活动）
- > 在华润希望小镇无偿捐赠资金（含物）**21** 万元，开展慈善公益项目 **1** 个（“美好流动课堂”项目 - 广西百色站支教活动）

聚力基地建设

华润万家联动当地政府、县区，积极在具备一定条件的帮扶地区，通过标准化建设要求，建立起高质量“万家焕乡基地”，有效规范农民生产方式，提高生产效率，不断优化“从田间到餐桌”的供应链，积极拓宽农户创收增加的空间，实现消费帮扶、优化供应链、提升消费者服务的“三赢”。

为推动焕乡基地产品向有机、绿色、无公害发展，华润万家安排第三方对“万家焕乡基地”（红河蓝莓、广昌白莲、广昌蜜桔、佳木斯玉米、赣南脐橙）进行专业审核，针对不合格基地进行整改；推动“万家焕乡基地”（红河蓝莓、广昌白莲、广昌蜜桔、奉节脐橙、赣南脐橙）供应商设置检测室，开展农残快检合格后配送至万家，让老百姓吃的安心、用的放心。

- > 2023 年，完成云南红河蓝莓种植基地、江西赣南脐橙种植基地、黑龙江佳木斯玉米加工基地 **3** 家“万家焕乡基地”授牌认证；
- > 开发帮扶县农产品生鲜基地 **13** 家，其中总部开发 **2** 家，广东 **5** 家，京津、辽宁、上海、四川、浙江、苏果各 **1** 家。

精准发力助农

2023年，华润万家加大农产品产地直采、源头采购范围，面向592个脱贫县的帮扶工作，已覆盖21个省/直辖市，73个地级市州区，逾120个国家脱贫县，累计采购商品1,630个SKU，累计采购数量约2.49万吨，采购3.16亿元，累计销售金额3.45亿元；西部12省累计采购数量约34.6万吨，采购52.4亿元，累计销售金额57.7亿元。

同时，华润万家重点开发培育年销售规模超千万的帮扶大单品9支，如贵州赫章县阿西里西鸡蛋销售4,068万元、云南蓝莓年销2,568万元、润之家德青源鸡蛋年销2,273万元、广西国产红肉火龙果年销1,974万元、广西沃柑年销1,653万元、云南阳光玫瑰青提年销1,372万元、广西国产香蕉年销1,309万元、新疆香梨年销1,172万元、云南红提年销1,035万元。

▲ 帮扶当地农产品



注重传播质效

华润万家围绕“乡村振兴”“农民丰收节”为传播核心，以各类新闻稿件、平面视觉、视频记录、线上线下活动等传播形式，通过新闻媒体、党政媒体、社交媒体、万家内部媒体等渠道，加大项目传播力度，提升企业品牌形象。2023年，受到425家国内知名媒体与行业媒体的专门报道，在人民网、新华网、集团微信号上投稿发布。



开展结对帮扶

为更好地支持和推动结对帮扶工作，华润万家选派优秀的党员干部常驻韶山华润希望小镇，担任轮值镇长；建立管理制度和管家服务队，逐步推行日常卫生清扫、绿化修剪等物业有偿服务，荣获2023年度韶山市“人居环境先进单位”；开发出“水稻+油菜+劳动体验+休闲娱乐观光”——农旅与高产粮结合的新模式，2023年实现流转村民土地170多亩，村民户均年收入13.6万元；借助万家全国销售的平台资源优势，支持韶山特产进入广东市场，助力当地农产发展；打造党建研学体验的红色教育培训点，2023年接待党建研学、政协参观等近60批次，香港教联会、民建联等香港青年内地探访4批次，带动韶山培训、餐饮、住宿、服务等消费约200万元；为韶山华润学校更换13套多媒体教学设备，修建物理实验室，组织2场支教活动，为孩子们带来新的教学体验，拓宽视野和创新思维。

▲ 改善人居环境，打造美丽宜居小镇



▲ 华润“青云启梦”香港大学生跨境支教活动



赋能教育帮扶

华润万家致力于“美好流动课堂”项目美育帮扶体系的标准化建立，活用自然资源、挖掘当地文化，以“自然教育”为课程亮点，让乡村孩子在学习美术知识的同时，感受绿水青山之美，增强对自然保护的意识。截至2023年底，项目累计为广西百色、贵州毕节、西藏林芝、湖南韶山、宁夏海原等16所乡村学校建设美术教室，开展了15场线下支教活动，为超过5,000名乡村儿童提供优质的美育课程。

华润万家“美好流动课堂”走进新疆

2023年是“美好流动课堂”项目来到新疆的第一年，也是华润万家来到新疆的第九年。9月，华润万家携手爱心伙伴伊利集团来到乌鲁木齐市第112小学，为孩子们捐赠美育课程、美术教具、美术教室等一批教学物资。与“美好”一同到来的还有华润万家的支教团队，他们在这里开展美术课堂教学志愿服务活动，培养孩子们的想象力、观察力和动手能力，带领孩子们用艺术记录下美丽的乡村日常。



共建 美好社会

响应国家政策

华润万家坚决贯彻落实国家区域重大战略部署，积极助力京津冀协调发展、长三角一体化发展、中西部和粤港澳大湾区建设，围绕政策导向、人口流向以及民生需求，因地制宜布点高端精品超市，以期引领区域消费升级和行业转型。2023 年在大湾区、长三角、中西部、京津冀四大城市群新开门店 82 家，累计投资 5.76 亿元。



促进充分就业

华润万家主动担当社会责任，为在校大学生提供实习实训岗位，进一步缓解教育供给与企业需求间的重大结构性矛盾，推动教育资源向人才资源充分转化，形成了教育与产业统筹融合、良性互动的发展格局。2023 年新开门店 99 家，其中大业态 44 家，小业态 55 家，新增就业机会 1,385 个。



参与社区共建

心系特殊群体

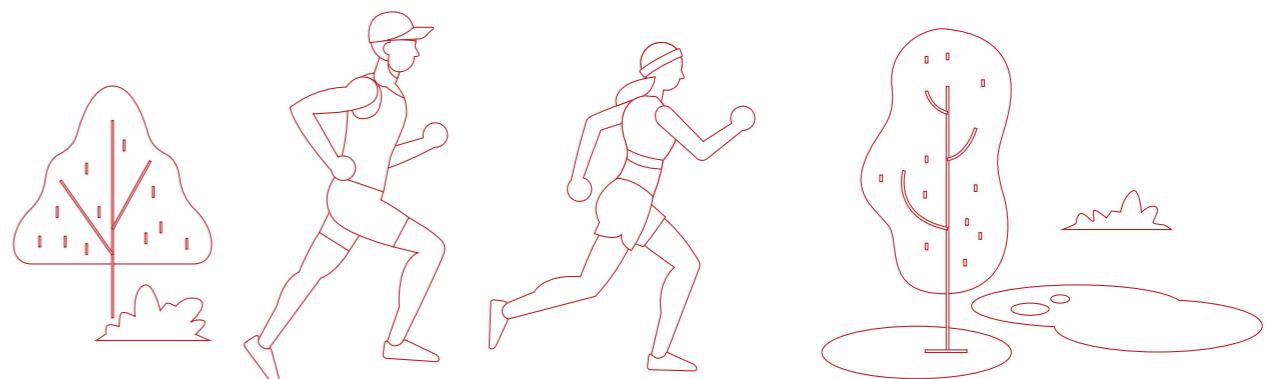
华润万家持续开展“星星守望计划”，帮助心智障碍青年开展伴跑、乒乓球、特奥运动项目、特奥体适能项目等专业运动训练，对于符合条件的心青年给予职业技术赋能和就业督导支持，强化心青年与外界沟通，让更多“星星的孩子”融入社会。2023 年开展 98 场活动，包括 14 场公益活动，84 场乒乓球训练、日常伴跑等活动。

► 广东公司超比例安排残疾人就业获得“残健融合先进企业”荣誉称号



广东公司开展“星星守望计划”系列公益活动

2023 年，广东公司组织开展“星星守望计划”系列公益活动。在深圳携手公益机构，组织 20 名万家志愿者与 20 组特殊家庭搭档成“家长 + 孩子 + 志愿者”小组，让孩子们贴近大自然，增进特殊家庭成员之间的感情；在顺德，万家志愿者与 15 名来自“星星守望计划”项目的孤独症青年参加 2023 顺德半程马拉松，全力保障每位参赛者圆满完成 21 公里半程马拉松。此外广东公司“星星守望计划”目前已为孤独症群体提供 104 人次就业帮扶，以实际行动帮助“心”青年提升各方面能力和品质，支持他们实现就业，融入社会。



弘扬尊老爱幼

华润万家积极弘扬尊老爱幼的优良风尚，将关爱老年人和未成年人群体作为企业社会责任的重要组成部分，为老年人送温暖、办实事、做好事、解难题，关心关爱留守儿童和贫困学生的健康成长，持续为构建和谐美好的社会环境贡献万家力量。

京津公司开展“欢度重阳节 贞续敬老情”活动



2023年10月23日，京津公司联合和平区新兴街朝阳里社区共同开展“欢度重阳节 贞续敬老情”重阳节系列活动。京津公司组织党团员志愿者们走进朝阳里社区慰问老人，为他们送上米面油和节日的祝福，并与老年朋友一起择菜洗菜、剁肉、和馅料、包饺子，让老人们感受劳动成果以及来自社会大家庭的关爱和温暖。



关爱户外劳动者

华润万家关心关爱广大户外劳动者，通过“夏季送清凉”“冬季送温暖”等活动为一线交警、环卫工人、外卖小哥等户外劳动者提供物资和服务，用实际行动关心关爱一线劳动者，营造尊重、关爱户外劳动者的浓厚社会氛围。

温情冬日，暖在万家——江西公司开展关爱户外工作者活动



2023年1月3日至9日，江西公司开展“温情冬日 暖在万家”户外工作者关爱活动。在寒潮来袭之际，江西公司18家门店、40余名万家志愿者先后来到底段交通路口、八一广场、门店外广场等地，走访慰问交警、环卫工人、外卖小哥等户外工作人员，为他们带去红糖姜茶、八宝粥等热饮，发放牛奶、方便面、热水袋等关爱物资，向辛苦付出的户外工作者们表示感谢，并叮嘱他们要做好御寒保暖工作，让冬日的第一杯红糖姜茶和来自万家的关爱温暖可敬的户外劳动者。



华润万家开展公益亲子阅读会



华润万家携手合作伙伴开展夏季送清凉活动



可持续发展管理

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

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，提升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；总部公司办公室按月度向总部相关职能部门、省级公司收集社会责任工作进展情况，每半年就社会责任工作现状进行总结并提出改进建议。

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，并依据管理实践情况及时更新、修订制度。

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》（2022年二版）

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。

年度考核机制	<ul style="list-style-type: none"> 结合省级公司社会责任工作现状，制订本年度考核方案，将各重点工作项拆解成具体的工作指标。 按年度对各省级公司进行考评，并编写个性化评语，推动各省级公司有针对性地进行优化提升。
评优与表彰	<ul style="list-style-type: none"> 设立年度“社会责任奖”，根据省级公司每季度考评结果，综合评估各省级公司年度社会责任工作开展情况，对获奖的单位在全国范围内予以表彰。

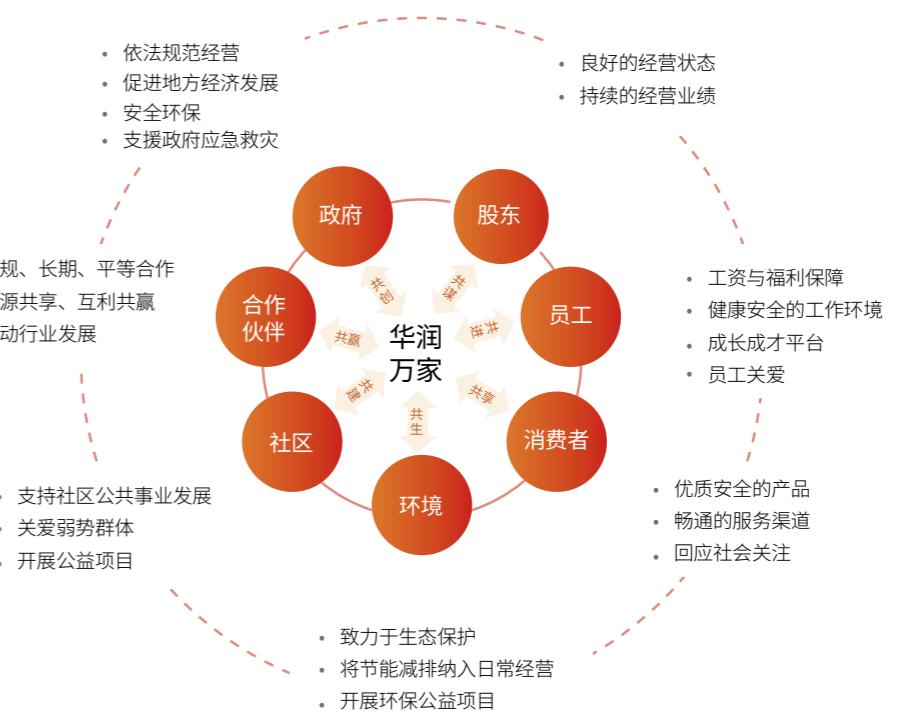
开展企业社会责任内部培训

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

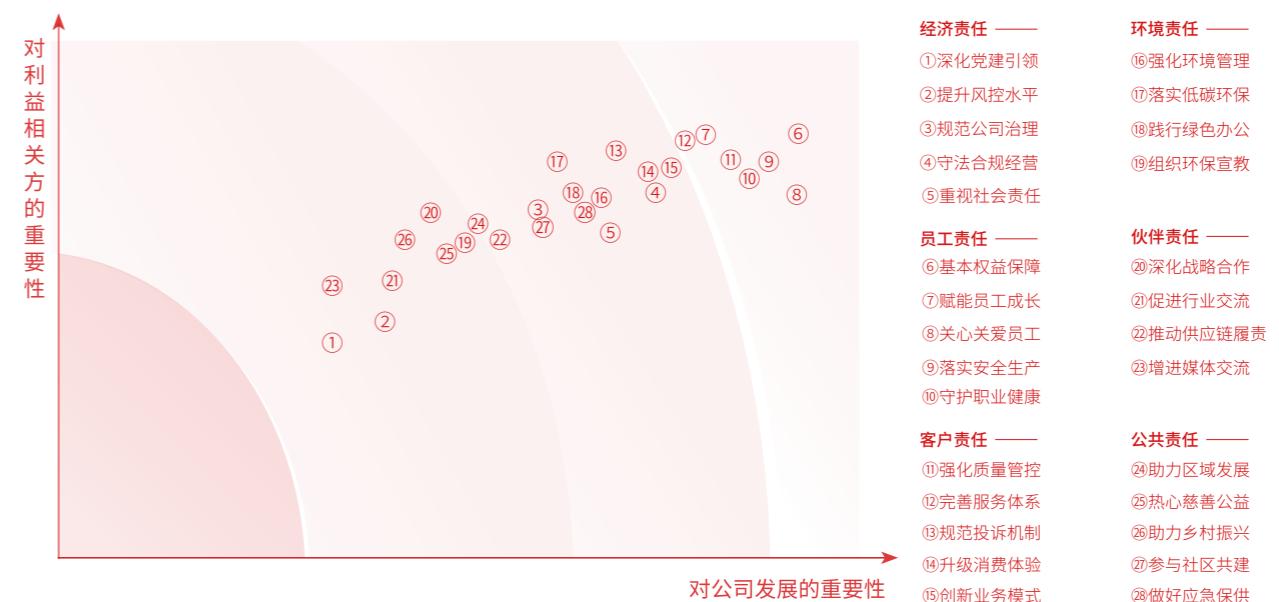
华润万家坚持诚信、互动、平等原则，建立健全利益相关方沟通参与机制，强化与利益相关方的联系，多渠道收集、整理和分析利益相关方期望与诉求，并借鉴国内外标准和先进经验，在实践中持续改进利益相关方的参与效果。

利益相关方	期望与诉求	沟通形式或内容	2023年重要回应措施
股东	<ul style="list-style-type: none"> 良好的经营状态 合理的利润 	董事会	<ul style="list-style-type: none"> 共召开董事会3次，现场审议19项议题，另以书面形式审议1项议题
政府	<ul style="list-style-type: none"> 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	<ul style="list-style-type: none"> 全年纳税总额达8.86亿元 全年共采购帮扶地区商品约2.49万吨，累计销售金额3.45亿元；西部12省累计采购约34.6万吨，累计销售金额57.7亿元
员工	<ul style="list-style-type: none"> 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	<ul style="list-style-type: none"> 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	<ul style="list-style-type: none"> 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	<ul style="list-style-type: none"> 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	<ul style="list-style-type: none"> 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	<ul style="list-style-type: none"> 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	<ul style="list-style-type: none"> 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	<ul style="list-style-type: none"> 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，回应社区需求开展社区服务
媒体	<ul style="list-style-type: none"> 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	<ul style="list-style-type: none"> 加强与央媒及头部媒体的交流，获得媒体奖项和荣誉3项
行业协会	<ul style="list-style-type: none"> 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	<ul style="list-style-type: none"> 全年共在37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



议题分析

为保证可持续发展理念有效落地，华润万家逐步完善可持续发展议题识别与管理，每年在可持续发展报告启动前期，制定并发布可持续发展报告议题调研问卷，通过微信公众平台向广大利益相关方推送。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，将其作为万家可持续发展报告信息披露的重点。



华润万家 2023 年度可持续发展报告实质性议题矩阵



带着初心，全新出发

今夕忆昨夕，辉煌铸就；今朝望明朝，蓄势待发。2024年是华润万家成立40周年，也是Olé精品超市成立20周年，是华润万家肩负新使命的“4020”。作为肩负起保障民生的企业，华润万家秉承“引领消费升级，共创美好生活”的品牌使命，从公司治理、环境治理、社会责任多维度出发，探索出一条具有“万家”特色的履责之路。

我们将按照商务部“2024消费促进年”工作部署，采取“因地制宜、因材施教”的业态调整策略，相匹配地布点中高端精品超市以及综合业态和社区业态，让优化的业态带给消费者更美好的体验；我们将长期主义的可持续发展理念融入企业战略，通过负责任采购、绿色运营、低碳供应链、社会公益、能源降耗等层面上下游的有机结合，共同打造节约资源、环境友好型的企业；我们将联动华润希望小镇，带来升级版的“焕乡希望之旅”，直播助农，深耕公益，让更多人看见乡村。

与时代同行，向未来奋进。我们将聚力向前，以高质量为核心，朝着新战略方向陆续布局更多精品超市，为消费者提供多元化选择，更好地满足商圈消费者的幸福生活需求，让消费回归“烟火气”，持续激发“新活力”，为千家万户带去更加可持续和美好的未来。

附录

关键绩效

类别	指标	细分指标	2021 年	2022 年	2023 年
经济责任	营业收入 (亿元)		782	692.35	625.33
	反腐败培训次数 (次)		201	245	258
	反腐败培训人次 (人次)		8,630	14,065	11,320
	行业排名 (位次)		4	4	5
员工责任	员工总数 (万人)		13.4 ¹	8.51	7.61
	按性别划分员工人数 (万人)	男性	2.85	2.61	2.38
		女性	6.65	5.90	5.23
	按雇佣类型划分员工人数 (万人)	正式员工	8.4	7.57	6.69
		临时员工	1.1	0.94	0.92
	按年龄划分员工人数 (万人)	35 岁以下	2.5	2.05	1.76
		35-45 岁	3.6	3.38	2.97
		46-55 岁	3.1	2.78	2.57
		55 岁以上	0.3	0.3	0.31
	按地区划分员工人数 (万人)	港澳台地区	0.10	0.10	0.08
		中国大陆地区	9.44	8.41	7.53
	按学历划分员工人数 (万人)	硕士及以上	0.03	0.05	0.05
		本科	0.71	0.76	0.76
		大专及以下	8.80	7.70	6.81
	劳动合同签订率 (%)		100	100	100
	社会保险覆盖率 (%)		100	100	100
	女性管理者比例 (%)		37.64	34.24	34.16

¹ 包含促销员，关键绩效表中其他员工数据均不含促销员

类别	指标	细分指标	2021 年	2022 年	2023 年
员工责任	年度新增职业病 (例)		0	0	0
	体检及健康档案覆盖率 (%)	-	75.76	75	
	员工培训覆盖率 (%)		87.4	100	100
	按性别受训雇员百分比 (%)	男性	34.4	30.7	31.3
		女性	65.6	69.3	68.7
	按职级受训雇员百分比 (%)	经营管理人才	6.5	2.92	3.22
		专业技术人才	16.4	12.49	12.17
		技能人才	77.1	84.59	84.6
	人均带薪年休假天数 (天)		8.42	8.06	8.48
	少数民族员工比例 (%)		2.9	2.9	3
	残疾人雇用人数 (人)		1,227	1,083	887
	人均培训投入 (万元)		0.009	0.009	0.011
员工责任	人均培训时间 (小时)		2.92	4.27	3.76
	按性别平均受训时长 (小时)	男性	2.73	4.04	4.027
		女性	2.67	4.37	3.63
	按职级平均受训时长 (小时)	经营管理人才	3.54	4.71	13.26
		专业技术人才	2.59	5.24	6.47
		技能人才	2.62	4.11	3
	员工培训投入总额 (万元)		842.4	785.48	847.36
	员工参加民主活动的频次 (次)	-	67	74	
	走访慰问困难员工家庭 (户)		508	1,469	616
	走访慰问困难员工家庭金额 (万元)		20.32	48.88	48.21

类别	指标	细分指标	2021 年	2022 年	2023 年
员工责任	资助困难员工子女入学 (人次)	-	7	5	
	救助困难员工 (人〈户〉次)	158	126	120	
	救助困难员工金额 (万元)	230.6	197.2	190.2	
	五险一金覆盖率 (%)	100	100	100	
	因工伤损失工作日数 (天)	2,179	10,409	21,007.5	
	员工内部调动或内部应聘的数量 (人)	21,084	9,650	12,975	
	员工流失率 (%)	45	32.6	35.5	
	35 岁以下	93	60	40	
	35-45 岁	27	19	25	
	46-55 岁	29	27	31	
客户责任	55 岁以上	30	28	6	
	按性别员工流失率 (%)	男性	53	35	32
	女性	41	31	68	
	劳动纠纷案件的数量 (件)	216	141	134	
	食物浪费数量 (公吨)	37,204	32,615	32,034	
	发生泄露客户信息事件数量 (件)	-	-	0	
	客户投诉解决率 (%)	98.09	99.40	99.80	
	客户投诉数 (单)	-	37,168	21,521	
	客户投诉完结数 (单)	-	36,965	21,496	
	持有专利及专利申请数 (个)	12	13	13	
环保责任	新增专利数 (件)	0	1	0	
	已登记软件著作权数 (件)		27	36	40
	客户责任	新增登记软件著作权数 (件)	7	9	4
	研发投入 (亿元)		1.83	2.96	2.21
	环保总投入 (万元)		1,770	579	936
	节能减排技术改造投入 (万元)		1,385	579	838
	综合能源消耗量 (万吨标煤)		19.21	17.03	16.01
	直接能源消耗量 (万吨标煤)		0.0824	0.4699	0.4270
	间接能源消耗量 (万吨标煤)		18.32	16.56	15.59
	化石能源消耗量 (吨标准煤)		8,956	4,699	4,270
环保责任	非化石能源消耗量 (吨标准煤)		183,200	165,600	155,900
	非化石能源比重 (%)		95.34	97.42	97.33
	直接温室气体排放量 (吨)		15,373.74	7,948.65	7,090.42
	间接温室气体排放量 (吨)		1,486,019.23	1,343,337.96	723,227.07
	温室气体减排量 (吨)		218,987.60	150,109.47	621,930.97
	二氧化碳排放量 (范围 1) (吨)		15,373.74	7,948.65	7,090.42
	二氧化碳排放量 (范围 2) (吨)		1,486,019.23	1,343,337.96	723,227.07
	年度新鲜水用水量 (万吨)		947.98	736.36	659.53
	水资源消耗强度 (吨 / 万元)		1.3213	1.1968	1.2302
	总部办公场所节约用电量 (千瓦时)		1,426,538.34	1,388,942	1,453,078.51
客户责任	总部办公场所节约用水量 (吨)		8,574	7,875	10,561
	总部办公场所用纸量 (元)		18,011.13	17,236.45	13,091.05
	环保培训总时长 (小时)		-	-	7.50

类别	指标	细分指标	2021 年	2022 年	2023 年
客户责任	已登记软件著作权数 (件)		27	36	40
	客户责任	新增登记软件著作权数 (件)	7	9	4
	研发投入 (亿元)		1.83	2.96	2.21
	环保总投入 (万元)		1,770	579	936
	节能减排技术改造投入 (万元)		1,385	579	838
	综合能源消耗量 (万吨标煤)		19.21	17.03	16.01
	直接能源消耗量 (万吨标煤)		0.0824	0.4699	0.4270
	间接能源消耗量 (万吨标煤)		18.32	16.56	15.59
	化石能源消耗量 (吨标准煤)		8,956	4,699	4,270
	非化石能源消耗量 (吨标准煤)		183,200	165,600	155,900
环保责任	非化石能源比重 (%)		95.34	97.42	97.33
	直接温室气体排放量 (吨)		15,373.74	7,948.65	7,090.42
	间接温室气体排放量 (吨)		1,486,019.23	1,343,337.96	723,227.07
	温室气体减排量 (吨)		218,987.60	150,109.47	621,930.97
	二氧化碳排放量 (范围 1) (吨)		15,373.74	7,948.65	7,090.42
	二氧化碳排放量 (范围 2) (吨)		1,486,019.23	1,343,337.96	723,227.07
	年度新鲜水用水量 (万吨)		947.98	736.36	659.53
	水资源消耗强度 (吨 / 万元)		1.3213	1.1968	1.2302
	总部办公场所节约用电量 (千瓦时)		1,426,538.34	1,388,942	1,453,078.51
	总部办公场所节约用水量 (吨)		8,574	7,875	10,561
客户责任	总部办公场所用纸量 (元)		18,011.13	17,236.45	13,091.05
	环保培训总时长 (小时)		-	-	7.50

指标索引

类别	指标	细分指标	2021 年	2022 年	2023 年
环保责任	环保培训参与人次 (人次)	-	-	308	
	环境领域违法违规事件 (件)	-	-	1	
伙伴责任	经济合同履约率 (%)	99.56	99.997	99.895	
	审查的供应商数量 ² (家)	1,951	1,483	1,646	
公共责任	重大负面舆情处理数 (次)	0	0	0	
	报告期内吸纳应届毕业生人数 (人)	539	832	899	
	新招聘的人员总数 (万人)	3.5053	1.974	1.9158	
	纳税总额 (亿元)	8.77	8.43	8.86	
	本地化雇佣比例 (%)	75.9	98.5	98.9	
	员工伤亡人数 (人)	8	5	4	
	安全应急演练数 (次数)	17,438	18,578	17,536	
	安全生产投入 (万元)	1,873.84	1,683.55	1,985.10	
	安全培训覆盖率 (%)	100	100	100	
	安全培训学时 (学时)	3,078,553	2,756,532	1,717,254	
公共责任	专职安全管理人员数量 (人)	6,989	5,127	4,191	
	安全生产事故数 (次)	0	0	0	
	志愿者人数 (人)	4,101	11,202	11,268	
	捐赠支出 (万元)	195.67	239.81	185.95	

² 不含 Olé 公司、香港公司

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
报告导读	P1.1, P1.2, P1.3		02
总经理致辞	P2.1, P2.2		04
走进万家	关于我们	P4.2, P4.3, P4.4, G1.1	06
	企业文化	G1.1	06
	万家品牌汇	P4.2	08
深耕成效，载誉前行	万家小档案	P4.3	09
		P3.2, P4.4, A3	10
		P3.1, P3.2, M2.1, M2.2, M2.3, M2.4, M2.9, M2.11, M3.1, M3.4, M3.7, S4.4, S4.5, S4.6, S4.9, S4.12	12
责任专题	乡遇万物，共塑美好——让“乡村好物”到万家		
	辉煌盛会启幕，卓越服务护航	P3.1, P3.2, M2.1, M2.2, S4.11	16
	坚持党建引领	M1.1, S1.1	24
治为基，共启卓越美好征程	深化现代治理	M1.1, M1.3, S1.4	26
	筑牢风险防线	S1.1, S1.2	27
	激发创新活力	M2.1, M2.2, M2.4, M2.5, M2.7, M2.11, M2.12, M3.1, M3.4, S4.4, S4.5	32
客为先，共铸至臻美好品质	强化质量管理	M2.1, M2.2, M2.7, M2.8, M2.9, M2.10, M2.11, M2.12, M3.1, M3.8, M3.10, M3.14, S3.1, S3.2, S3.3, S3.4, S3.5	36
	用心服务客户	M2.1, M2.2, M2.4, M2.11, M2.13, M2.14, M2.15, M2.16, M2.17, M2.18	40
	保障员工权益	S1.5, S1.6, S2.1, S2.2, S2.3, S2.4, S2.5, S2.6, S2.7, S2.8, S2.9, S2.10	46
人为本，共建幸福美好之路	关注员工成长	S2.14, S2.15, S2.16	48
	悉心关爱员工	S2.11, S2.12, S2.13, S2.17, S2.18, S2.20	50
	打造责任供应链	M1.3, M3.1, M3.3, M3.8, M3.9, M3.10, M3.11, M3.12, M3.13, M3.14, M3.15, M3.16	54
诚为重，共聚融合美好力量	开展战略合作	M2.1, M3.1, M3.4, M3.6, E1.1, E1.7	55
	助推行业发展	M3.6	58
	完善绿色管理	E1.1	62
绿为底，共赴低碳美好未来	践行绿色运营	E1.3, E1.6, E1.7, E2.1, E2.3, E2.4, E2.5, E2.7, E2.9, E2.10, E2.12, E2.14, E2.16, E2.18, E2.22, E2.25	64
	倡导绿色生活	E1.5, E3.1, E3.2, E3.3, E3.4, E3.6	66
	筑牢安全底线	S3.1, S3.2, S3.3, S3.4, S3.5, S3.6, S3.7	70
仁为任，共享和谐美好生活	助力乡村振兴	S4.4, S4.5, S4.6, S4.9, S4.10, S4.12	73
	共建美好社会	S4.1, S4.2, S4.5, S4.6, S4.8, S4.9, S4.10, S4.11	76
	责任战略	G1.1, G1.2	80
可持续发展管理	责任治理	G2.1, G4.1	81
	责任沟通	G6.1	82
	议题分析	P3.1, P3.2	83
	带着初心，全新出发	A1	85
附录	关键绩效	A2	86
	指标索引	A5	91
	报告评级	A4	92
	意见反馈	A6	93

评级报告

《华润万家（控股）有限公司 2023 可持续发展报告》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（控股）有限公司 2023 可持续发展报告》（以下简称《报告》）进行评级。

一、评级依据

中国社会科学院《中国企业社会责任报告指南（CASS-CSR 4.0）》暨“中国企业社会责任报告评级专家委员会”《中国企业社会责任报告评级标准（2020）》。

二、评级过程

- 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；
- 评级小组对《报告》编写过程及内容进行评价，拟定评级报告；
- 评级专家委员会副主席、评级小组组长、评级小组专家共同签审评级报告。

三、评级结论

过程性（★★★★☆）

公司副总经理作为报告主编，负责报告方向的确定、报告的审核和修改，公司办公室总监作为报告副主编，负责把控整体内容的产出和优化；将报告定位为披露社会责任信息、提高社会责任管理水平、强化利益相关方沟通、塑造企业负责任品牌形象的重要工具，功能价值定位明确；结合国家宏观政策、行业对标分析、公司重大事项、专家意见、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，以电子版、印刷品的形式呈现报告，并邀请媒体对报告发布进行报道，过程性表现领先。

实质性（★★★★★）

《报告》披露了产品质量管理、产品创新、职业健康管理、安全生产、环保技术和设备研发与应用、节约能源等所在行业关键性议题，叙述详细充分，实质性表现卓越。

完整性（★★★★★）

《报告》主体内容从“治为基，共启卓越美好征程”“客为先，共铸至臻美好品质”“人为本，共建幸福美好之路”“诚为重，共聚融合美好力量”“绿为底，共赴低碳美好未来”“仁为任，共享和谐美好生活”等角度系统披露了所在行业核心指标的 90.73%，完整性表现卓越。

平衡性（★★★★★）

《报告》披露了“客户投诉数”“重大负面舆情处理数”“环境领域违法违规事件”“年度新增职业病”“员工伤亡人数”等负面数据信息，并简述处理电子礼品卡退卡投诉的案例，具有卓越的平衡性表现。

可比性（★★★★★）

《报告》披露了“营业收入”“反腐败培训次数”“员工总数”“劳动合同签订率”“女性管理者比例”“持有专利及专利申请数”“环保总投入”“综合能源消耗量”等 95 个关键指标连续 3 年的对比数据，并通过“行业排名第五”进行横向比较，可比性表现卓越。

可读性（★★★★★）

《报告》以“成为消费者喜爱的多业态零售商”为主题，从六大部分展开，系统展示了企业的履责理念、实践与成效，全面回应了利益相关方的期望与诉求；设置二维码拓展阅读，展示企业优秀责任实践，强化了报告的传播性和沟通力；报告封面融入企业主营业务元素，凸显了企业所在行业特色，并结合华润万家成立 40 周年暨 Olé 精品超市成立 20 周年大事件，提升了报告辨识度；以具体可感的丰富案例向公众展示公司履责成果，可读性表现卓越。

创新性（★★★★☆）

《报告》设置“乡遇万物，共塑美好——让‘乡村好物’到万家”和“辉煌盛会启幕 卓越服务护航”专题章节，聚焦助力乡村振兴和服务保障盛会，彰显企业责任引领；通过集中展示履责绩效，回应联合国可持续发展目标，凸显企业的全球视野和责任担当；以利益相关方证言形式呈现企业履责成效，强化了报告的传播力与公信力，创新性表现领先。

综合评级（★★★★★）

经评级小组评价，《华润万家（控股）有限公司 2023 可持续发展报告》为五星级，是一份卓越的企业社会责任报告。



四、改进建议

- 进一步加强社会责任体系和管理制度建设；
- 强化内外利益相关方参与深度，进一步提高报告过程性管理。

董群慧

评级专家委员会副主席

钟宏武 魏秀丽

评级小组组长 评级小组专家

出具时间：2024 年 6 月 25 日



扫码查看企业评级档案

意见反馈

亲爱的读者：

您好！非常感谢您在百忙之中阅读《华润万家（控股）有限公司 2023 可持续发展报告》！为持续改进华润万家社会责任工作，我们特别希望倾听您的意见和建议，恳请您协助完成意见反馈表中的相关问题，并反馈给我们：

选择性问题：（请在相应位置打“√”）

1. 您属于哪一类利益相关方？

- | | | | | | |
|-------------------------------|-------------------------------|-----------------------------|-----------------------------|------------------------------|------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 政府 | <input type="checkbox"/> 监管机构 | <input type="checkbox"/> 客户 | <input type="checkbox"/> 员工 | <input type="checkbox"/> 供应商 | <input type="checkbox"/> 经销商 |
| <input type="checkbox"/> 合作伙伴 | <input type="checkbox"/> 公众 | <input type="checkbox"/> 社区 | <input type="checkbox"/> 媒体 | <input type="checkbox"/> 其他 | |

2. 您对本报告进行综合性评价是？

- | | | |
|----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|
| <input type="checkbox"/> 好 | <input type="checkbox"/> 较好 | <input type="checkbox"/> 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？

- | | | |
|----------------------------|-----------------------------|------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 能 | <input type="checkbox"/> 一般 | <input type="checkbox"/> 不了解 |
|----------------------------|-----------------------------|------------------------------|

4. 您认为本报告所披露信息、指标、数据的清晰度、准确性、完整性如何？

- | | | | | |
|----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|----------------------------|
| <input type="checkbox"/> 高 | <input type="checkbox"/> 较高 | <input type="checkbox"/> 一般 | <input type="checkbox"/> 较低 | <input type="checkbox"/> 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？

- | | | | | |
|----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|----------------------------|------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 好 | <input type="checkbox"/> 较好 | <input type="checkbox"/> 一般 | <input type="checkbox"/> 差 | <input type="checkbox"/> 不了解 |
|----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|----------------------------|------------------------------|

开放性问题：（请在空白处填写）

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：

Vanguard*
华润万家

地址 : 广东省深圳市罗湖区黄贝街道国家动漫产业基地动漫大厦 27 层

电话 :(0755)25685001

邮箱 :crv_csr@crv.com.cn

官网 :<http://www.crv.com.cn/>