

2024 年度 环境、社会及公司治理报告

2024 Environmental, Social, and Corporate Governance Report

天虹数科商业股份有限公司



目录 Contents

关于天虹股份

公司简介	01
企业文化	02
荣誉奖项	03
2024年亮点绩效	05

董事长致辞

07
08

关于本报告

报告简介	09
时间范围	09
报告范围	09
数据来源	09
编制依据	09
称谓说明	09
报告发布	09
读者回应	09

责任管理

ESG理念	11
ESG治理	12
利益相关方沟通	13
实质性议题分析	14

年度专题： 乡村振兴，同绘富足新篇

夯实顶层建筑，系统振兴乡村	16
聚焦行业优势，沉淀帮扶模式	17
深化科技赋能，推进数商兴农	21
坚持授人以渔，推动人才培养	22
助力教育帮扶，关注儿童成长	23

01 科学治理 推动业态转型

1.1 规范治理机制，提升运营效率	27
1.2 强化党建引领，深化互融共促	30
1.3 加速数字转型，拥抱数智未来	37
1.4 强化风险管控，筑牢合规防线	41
1.5 加强信息披露，保障投资权益	43



02 低碳转型 坚持绿色发展

2.1 应对气候变化，增进气候韧性	47
2.2 推动低碳运营，贡献绿色力量	51
2.3 践行绿色活动，呵护美丽地球	58



03 质优效升 激活发展引擎

3.1 夯实产品质量，品质成就未来	65
3.2 优化运营模式，深耕产品创新	69
3.3 聚焦客户责任，提升服务品质	73
3.4 携手共同发展，共建品质供应	80



04 凝心聚力 携手逐梦征程

4.1 肩负员工责任，共筑幸福港湾	85
4.2 强化安全意识，筑牢健康防线	94



05 责任担当 共享美好生活

5.1 融入社区建设，提升居民福祉	99
5.2 投身社会公益，协同铸造美好	101
5.3 发挥主营优势，共建“一带一路”	104

附录一：指标索引表	105
附录二：读者意见表	107

关于天虹股份



公司简介



成立时间

1984 年

上市时间

2010 年

注册资本

1.17 亿元

经营购百

104 家

天虹数科商业股份有限公司（002419.SZ）成立于 1984 年，前身为天虹商场股份有限公司，总部位于广东省深圳市，2010 年在深圳证券交易所挂牌上市，注册资本 1.17 亿元，控股股东为中航科创有限公司，实际控制人为中国航空工业集团有限公司。

公司立足高质量发展，以科技创新、数智转型催生新发展动能，以深化体制机制改革激发新发展活力，围绕产业数字化与数字产业化“双轮驱动”，全面打造全国领先的数智企业，与顾客分享生活之美。

通过人本、科学的管理，专业、高效的运营，公司取得卓越业绩，已连续多年入围中国连锁百强企业，是零售数字化转型的先锋企业，依托百货、购物中心、超市等多种实体零售业态及线上载体天虹 APP，打造本地生活消费服务平台，形成“到店 + 到家”的线上线下一体化的智慧零售商业模式，并推进技术服务输出，成为科技零售的领先者。

公司拥有“天虹”、“君尚”、“sp@ce”三大商业品牌：“天虹”、“君尚”应用于购百（购物中心和百货）业态，定位分别为中高端、高端，打造“亲和、信赖、享受生活”、“进取、成就、优雅”的核心价值；“sp@ce”应用于超市业态，秉承“万物精良，生活有光”的理念。根据目标顾客需求的不同，围绕家庭购物、顾客亲密和生活美学，公司每个门店弹性定制百货、超市和体验配套的业态组合及主题设计，并不断迭代主题街区，欢乐体验项目创造生活方式体验；为了给顾客提供优质商品，公司持续整合供应链，在全国建立众多生鲜基地，开拓了三十多个国家的直采渠道，引进全球好货。截至 2024 年末，公司在北京、广东、福建、江西、湖南、江苏、浙江等 7 省 / 市的

经营超市

**110** 家

经营面积

**478+** 万平方米

35 市，共经营购百 104 家，超市 110 家，经营面积超 478 万平方米。公司在行业内率先转型，并结合数字技术及自身深刻实践的沉淀，围绕零售生态体系，成立了为同行及上游品牌商提供零售数字化技术服务的深圳市灵智数字科技有限公司，通过数字资产和数字技术服务为零售生态合作伙伴赋能增值。灵智数科现已被评为国家高新技术企业、深圳市“专精特新”企业，其推出的智能化客户资产管理系统和智能化用工平台（“小活儿”），为国内外多家 500 强企业及大型连锁公司服务，并得到客户的广泛认可，助力企业在数字化浪潮中实现可持续发展。

企业文化



公司使命

创造与分享生活之美

企业愿景

成为全国领先的数智企业

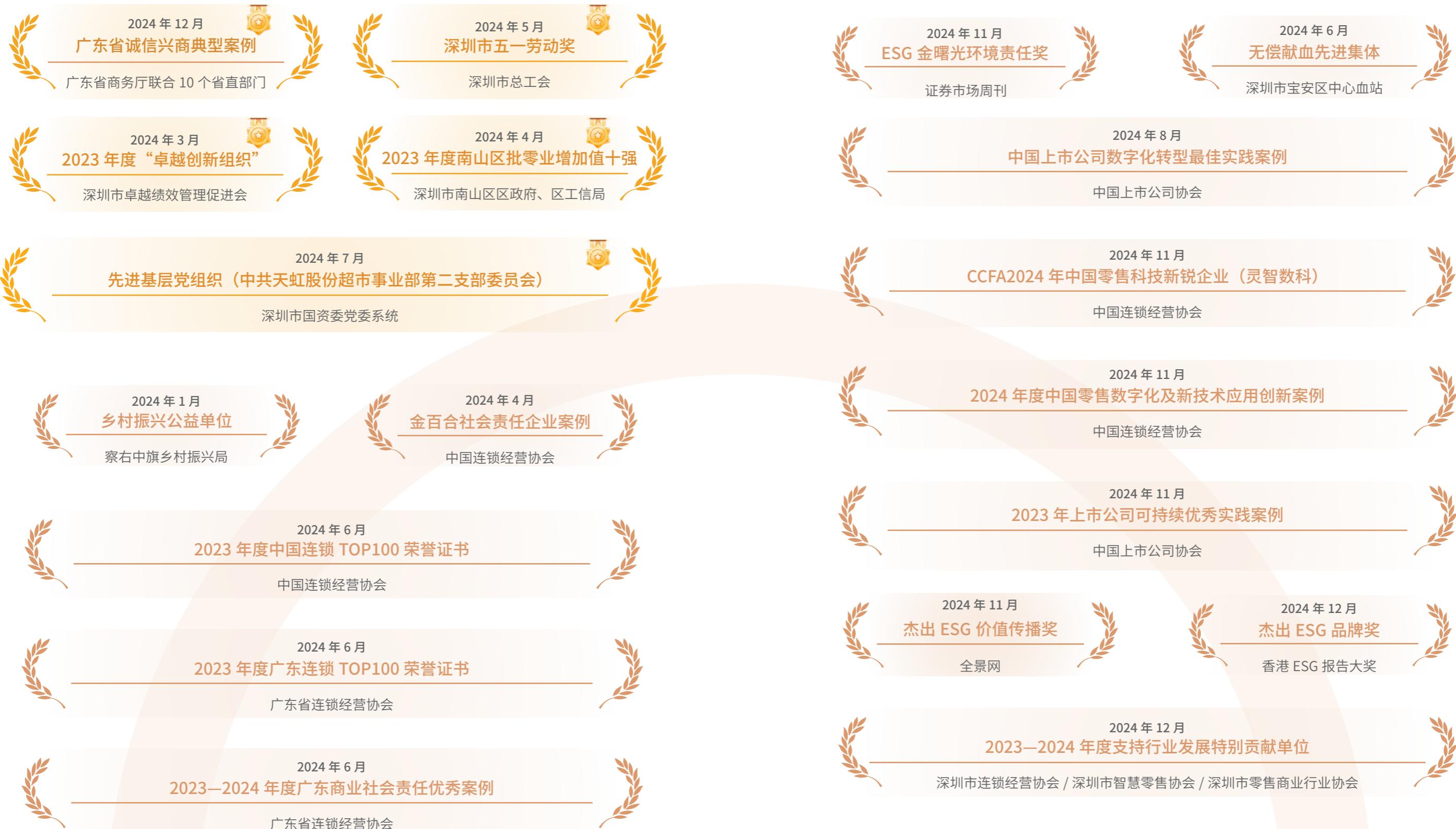
核心价值观

诚信、开放、创新、分享

经营理念

以顾客为中心

荣誉奖项



2024 年亮点绩效

经营绩效

总资产
 **2,830,408.6** 万元

归属于上市公司股东的净资产
 **409,832.8** 万元

营业收入
 **1,178,606.2** 万元

归属于上市公司股东的净利润
 **7,671.7** 万元

公司治理绩效

股东大会召开次数
 **3** 次

股东大会审议议案数目
 **14** 项

董事会会议召开次数
 **6** 次

董事会审议议案数目
 **55** 项

监事会会议举行次数
 **5** 次

监事会审议议案数目
 **13** 项

累计授权专利总件数
 **12** 件

年度内累计授权专利总数
 **8** 件

年度内累计申请专利总数
 **16** 件

环境绩效

能源消耗总量
 **130,438.5** 吨标准煤

能源消耗强度
 **0.11** 吨标准煤 / 万元营收

二氧化碳排放总量
 **588,987.8** 吨二氧化碳

二氧化碳排放强度
 **0.50** 吨二氧化碳 / 万元营收

二氧化碳排放密度
 **0.024** 吨二氧化碳当量 / 平方米

绿色商场认证
 **47** 家

社会绩效

员工培训总时长
 **17,604** 小时

员工培训总次数
 **2,453** 次

员工培训参与人次
 **172,981** 人次

顾客满意度
 **93.9** %

顾客满意度调查
 **28,426** 次

完成乡村帮扶额度
 **1.62** 亿元

乡村振兴惠及人数
 **8,010** 人次



董事长致辞

去年此时，我们发布了天虹股份首份 ESG 报告，确定了“党建引领，诚信经营，绿色发展，节能降碳，以人为本，共创共赢”的 ESG 理念。报告的发布，获得了社会诸多利益相关者的广泛认同和响应。

在充满变革与挑战的 2024 年，天虹股份继续推进环境、社会和公司治理的深度融合，并取得了显著进展。我们深刻认识到，ESG 不仅是企业高质量发展的必由之路，更是时代赋予天虹的使命与担当。

我们以治理为纲，构建多元共赢生态。在过去的一年，我们持续深入推进党建与经营“双融双促”，推动组织向赋能型、平台型、学习型组织转变，不断完善内部治理结构，强化风险防控机制，确保企业的稳健运营和更好地把握未来机遇。我们深化数字转型，优化战略布局，积极拥抱新供给，打造消费新场景，进行业态创新升级，促进数字化与业务经营高水平融合，并加快发展数字产业，开拓更为广阔的发展空间。

我们以时代为镜，践行长期主义承诺。在过去的一年，我们坚定培育绿色新质生产力，深入推进“碳达峰碳中和”目标高质量实现，深化绿色技术研发与应用，加快数字化、智能化、绿色化进程，充分发挥科技创新的支撑，推动能源管理数字化、能源结构绿色化融合；积极推进节能减排项目，努力降低碳排放，加快向绿色低碳零售转型、加快建设绿色商场，助力绿色新零售，实现可持续发展。

我们以创新为翼，探索社会价值新范式。在过去的一年，我们重视客户关怀，持续优化商业服务，在行业内首次开发顾客体验管理系统（CEM），借助数字化 / 智能化技术为客户提供解决方案；我们一如既往地重视员工福利和保障制度，坚持以人为本，并通过 AI 赋能员工技能提升，支持员工的职业成长和发展；我们秉承“诚信、开放、创新、分享”的核心价值观，与合作伙伴共创互利共赢，同时尽己所能地回报社会，积极参与社区发展和慈善事业，推动社会公益项目和乡村振兴计划等。

天虹股份坚守初心，守正创新，穿越波澜壮阔的 40 年，我们将责任融入血脉、以创新驱动变革，努力实现企业与社会的共生共荣。天虹愿与所有利益相关方携手，共筑可持续未来！

天虹数科商业股份有限公司董事长
肖章林

关于本报告

报告简介

本报告是天虹数科商业股份有限公司发布的第二份环境、社会及公司治理报告（以下简称“本报告”），以向利益相关方等披露和展示公司在环境、社会及公司治理领域的绩效。

时间范围

本报告涵盖时间范围若无特殊说明，均为 2024 年 1 月 1 日至 2024 年 12 月 31 日。为保证报告的完整性，部分信息时间范围进行了前后延伸。

报告范围

除另有说明，本报告以天虹数科商业股份有限公司为主体部分，涵盖公司总部及其子公司等，数据披露范围与财务报告合并报表范围一致。其他范围与此有差异的内容，将会在报告中进行说明。

数据来源

本报告全部信息数据来源包括政府部门公开数据、公司的正式文件、公开披露文件。报告所引用的财务数据以年报为准，其他数据来自公司内部统计。本报告中所涉及货币金额以人民币作为计量币种，特别说明的除外。

编制依据

本报告重点参考全球报告倡议组织（GRI）《可持续发展报告标准》、国际标准化组织 ISO26000:2010《社会责任指南》、国务院国资委办公厅《关于转发〈央企控股上市公司 ESG 专项报告编制研究〉的通知》和深圳证券交易所《上市公司可持续发展报告指引（试行）》《上市公司自律监管指引——可持续发展报告编制指南（征求意见稿）》等国际、国内通行 ESG、可持续发展和社会责任相关框架编制，同时注重立足行业背景，突出企业特色。

称谓说明

为了便于表述和阅读，本报告中称谓指代如下：

公司名称	简称
天虹数科商业股份有限公司	天虹股份、公司、天虹和我们
深圳市灵智数字科技有限公司	灵智数科
中航科创有限公司	中航科创
中国航空工业集团有限公司	中航工业

报告发布

本报告以电子版形式发布，可在深圳证券交易所（<https://www.szse.cn>）和本公司网站（<https://www.rainbow.cn>）获取。

读者回应

为持续提高公司 ESG 管理水平、增强 ESG 信息披露质量、推动企业切实践行 ESG 发展理念，针对本报告，特向读者征求意见（详见附录二“读者意见表”），并请读者将意见反馈至公司邮箱（ir@rainbowcn.com）。

责任管理

ESG 理念

2024年,天虹股份立足于新发展阶段,持续贯彻创新、协调、绿色、开放、共享新发展理念,兼顾企业长期价值与社会责任的平衡,致力于打造全国领先的数智企业,成为ESG标杆企业。

公司深入推进党建与经营“双融双促”,在新时代数智天虹高质量发展的长征路上展现新担当创造新作为,成立全面风险管理及内部控制委员会,突出党委领导风控体系建设与监督的作用。

公司重视客户关怀,借助数字化/智能化技术为客户提供解决方案,坚持以人为本,建立员工专业与管理培训双线



天虹股份 ESG 理念模型

ESG 治理

天虹股份积极履行 ESG 治理职责,持续建立健全 ESG 工作体系,制定并实施《ESG 管理制度》,有序推进 ESG 发展战略落地,稳步提升公司 ESG 治理水平,聚力可持续发展。

ESG 治理架构

公司建立 ESG 专门管理制度,明确 ESG 治理理念和原则,规范 ESG 报告和信息披露事项,建立形成由董事会、董事会战略与 ESG 委员会、ESG 工作小组组成的三级管理架构,完善 ESG 管理机制,为公司 ESG 工作开展提供组织保障。



天虹股份 ESG 管理架构

ESG 工作流程

公司出台《董事会战略与 ESG 委员会工作细则》,进一步明确 ESG 工作流程,由战略与营运部负责会议的前期准备工作,组织、协调相关部门或中介机构编写会议文件;由资本运营部履行会议文件的内部审查程序;由战略与 ESG 委员会将会议决议以书面形式呈报公司董事会,由董事会进行 ESG 事项文件的最终审议与批准。



天虹股份 ESG 工作流程

利益相关方沟通

天虹股份重视利益相关方的关切，加强与利益相关方的责任沟通，了解政府及监管部门、员工、股东、客户、供应商、媒体及当地社区公众等内外部利益相关方的诉求与期望。

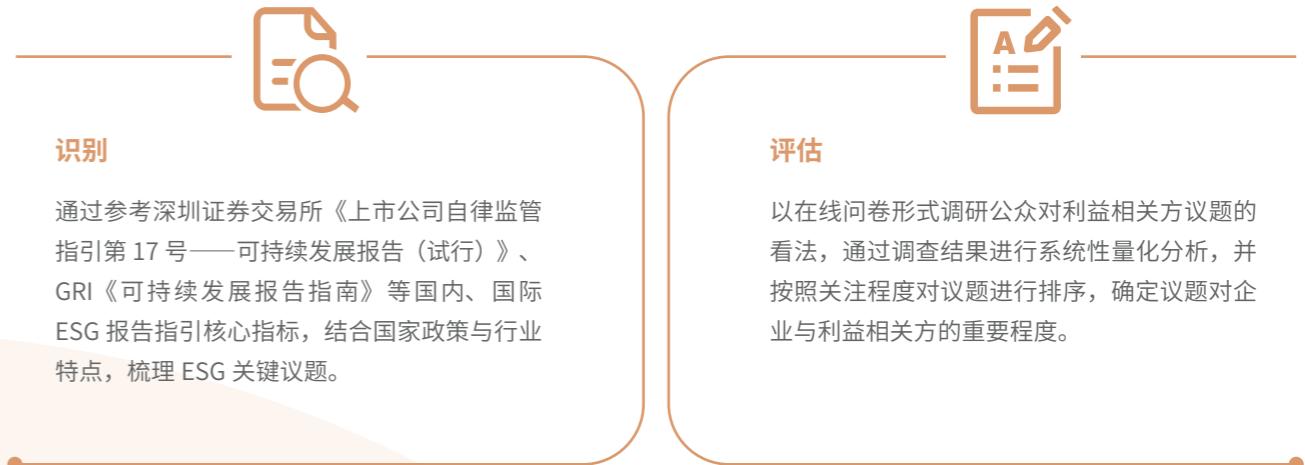
天虹股份利益相关方沟通渠道与内容

利益相关方	期望与诉求	沟通渠道与回应
政府及监管部门	<ul style="list-style-type: none"> 合规经营与风控管理 应对气候变化 响应国家号召 支持地方发展 	<ul style="list-style-type: none"> 依法纳税 绿色经营 积极落实相关国家政策 承担社会责任
员工	<ul style="list-style-type: none"> 员工权益与关爱 员工培训与发展 员工健康与安全 	<ul style="list-style-type: none"> 职工代表大会 员工培训与晋升 员工关怀与活动
股东与投资者	<ul style="list-style-type: none"> 有效的公司治理机制 规范的信息披露 畅通的沟通渠道 持续的投资回报 	<ul style="list-style-type: none"> 加强公司管治和风控 报告与公告 电子邮件 / 电话 持续创造业绩
客户	<ul style="list-style-type: none"> 客户沟通与服务 客户隐私保护 客户权益保护 	<ul style="list-style-type: none"> 客户满意度调查 完善客户反馈机制 健全客户诉求治理
供应商	<ul style="list-style-type: none"> 供应链管理 诚信合作 	<ul style="list-style-type: none"> 规范管理制度 完善采购政策 严守招标程序 依法履行合同
媒体及社区公众	<ul style="list-style-type: none"> 社会公益活动 社区关系建设 	<ul style="list-style-type: none"> 定期发布新闻稿 多渠道传播 开展与参与社区活动

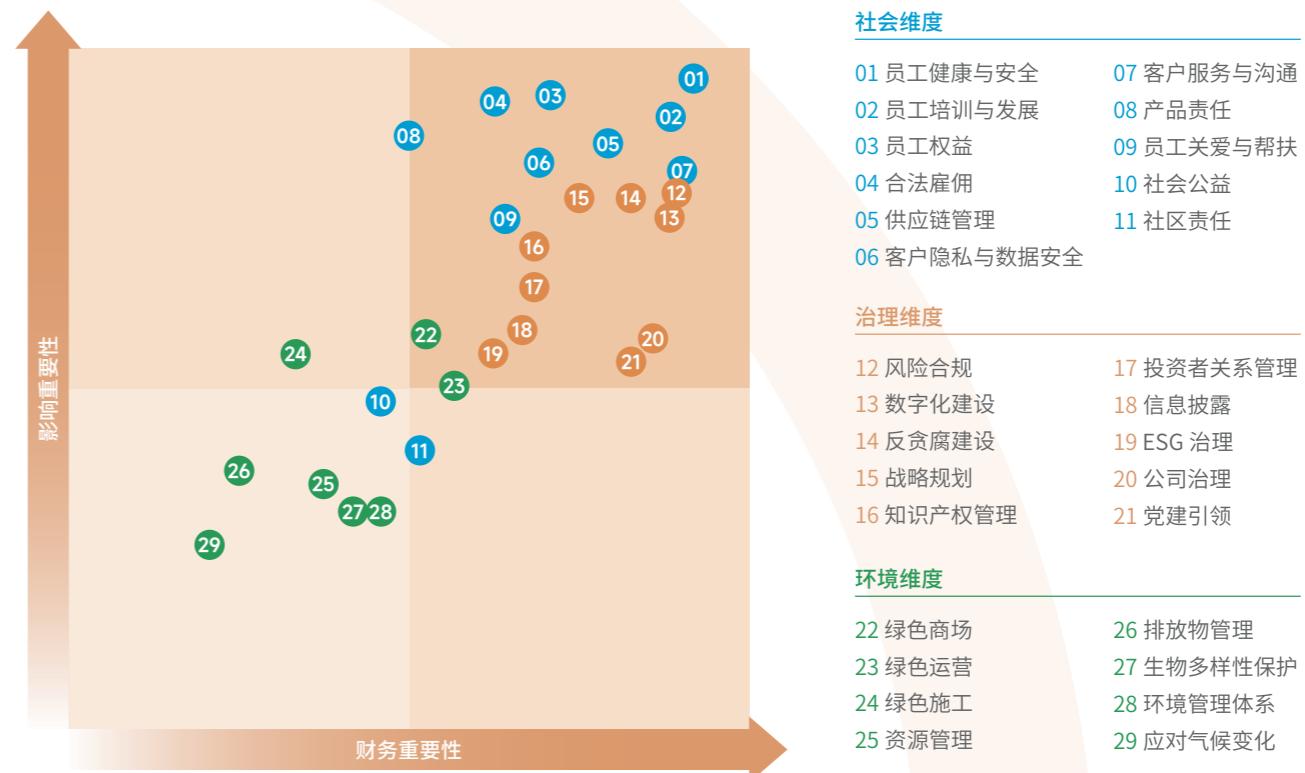
实质性议题分析

天虹股份依据“对利益相关方的影响重要性”和“对公司的财务重要性”两个维度，以向公司管理层及外部利益相关方发放电子问卷的形式，全面了解各利益相关方的观点与期望，对议题进行评估与排序。

重要性议题判定过程



重大性议题矩阵图



年度专题

乡村振兴， 同绘富足新篇

天虹股份响应国家乡村振兴战略，立足公司核心功能定位，聚焦所在行业优势，坚持“授人以鱼更要授人以渔”的理念，从产业振兴、人才振兴、教育振兴等多维度发力，全面推进乡村振兴工作。2024 年，公司在乡村振兴共投入金额 61.2 万元。

投入金额

61.2 万元

夯实顶层建筑，系统振兴乡村

天虹股份成立乡村振兴领导小组及办公室、成立乡村振兴部门，提出并落实乡村振兴三大核心目标与两大策略规划，系统性推进乡村振兴工作。

乡村振兴三大核心目标

增强核心功能，主动承担并完成中国航空工业集团乡村振兴工作

打造央企典范，塑造天虹特色乡村振兴影响力

建设乡村振兴供应链，实现帮扶与业务的双赢



聚焦行业优势，沉淀帮扶模式

天虹股份结合自身业务特点和优势，通过精准帮扶，推进乡村产品的全链路的打通，探索出农品 - 产品 - 商品 - 品牌的产业链升级帮扶路径，构建从初级农产品升级到特色商品开发再到商品品牌化打造的帮扶模式，为当地产业发展和就业增长注入了强大动力。2017 年至 2024 年期间，天虹股份累计帮扶人数达 4 万余人，累计帮扶全国帮扶县销售额超 6 亿，为地区可持续发展奠定坚实基础。

打造特色单品，助力帮扶县实现从农产品到特色商品的跨越：天虹股份协同贵州省安顺市普定县、镇宁县、紫云县、关岭县、陕西省西乡县五个帮扶县，梳理有针对性可操作的供应链帮带体系，成功打造出镇宁蜂糖李、普定韭黄、普定布依族灰粽、关岭牛肉干等“一县一品”的特色商品，并围绕水井荷海、水井高原产品线持续开发水井牌商品。

案例 · CASE 天虹股份打造普定水井牌布依族灰粽

灰粽是布依族人民世代相传的美食，然而却一直停留在农村厨房，未能走向市场。公司派出专业团队，从零开始搭建生产线、建立整套质量标准、操作流程、包装设计、各类进入市场的许可证等，在一个月内将当地原生态产品发展成市场化特色品牌商品。在端午前夕普定布依族灰粽正式上线天虹平台，凭借其独特的口感和深厚的文化内涵，上市单月销售破 400 万。



普定布依族灰粽市场化呈现

在打造一县一品的基础上开展订单农业：天虹股份在帮扶县建立专供农产品生产基地，建立商品采购标准及加工标准，输出可持续供应商品清单，推动规范种植，让单个商品实现从无到有，从有到优，增强农产品供给能力，提升产业化、标准化、规模化水平。

案例 · CASE 天虹股份韭黄蔬菜基地案例

天虹股份在普定建立的韭黄基地，通过商品开发经理持续的赋能指导，不断改善韭黄产品的质量及品质，使得基地实现了从带泥蔬菜、散装蔬菜到精包装蔬菜的转型和韭黄产品的优质化、精品化和品牌化。同时，天虹股份有效衔接“种植、生产、加工、销售”产业链，帮助园区建立稳定的销售渠道，当前基地韭黄年销售规模达 2000 万元以上。



打造蔬菜加工厂典型案例，沉淀天虹特色的产业帮扶模式：天虹股份帮扶普定县加工厂实现车间功能规划，形成车间格局和产品流转动线，打下了商品化的基础，同时建立蔬菜采购标准及加工标准，完善覆盖源头管理、过程管理、现场管理和终端管理的全流程产品质量管理体系，实现从种植到加工、从销售到配送的全产业链提升。

案例 · CASE 天虹股份协助搭建普定县果蔬加工厂产业链

天虹股份帮助安顺市普定县果蔬加工厂搭建“基地 + 净菜加工 + 冷链配送”的全产业链能力，实现生鲜产品 100% 可商品化，构建全流程产品质量管理体系并通过 ISO 22000 食品安全管理体系认证和进出口加工企业备案，建立了完善的农产品采销对接机制。该加工厂已成为贵州省省级、市级重点龙头企业，2024 年销售额近 1.3 亿，可覆盖周边 13 个乡镇街道办，带动 500 多户农业增收。



以新质生产力为媒介，深入推动农产品品牌化建设：天虹股份发挥线上线下一体化的本地生活消费服务平台优势，构建立体式销售链条，线上建立助农专区，线下陈列主题商品并积极参加和组织“央企消费帮扶兴农周”等主题活动、展销活动；公司开发集采业务，帮助五县商户上线天虹平台，推动帮扶产品进机关、进学校、进医院、进园区、进社区；并构建天虹助农视频号账号，打造“产地直采 + 线下商超 + 线上直播带货”的组合模式，全方位培养了农产品品牌在消费市场的顾客心智，并树立了品质口碑，逐步建立起帮扶农产品的可持续品牌影响力。

案例 · CASE 天虹股份助推帮扶产品品牌出圈



天虹股份积极推动帮扶县产品入选深圳消费帮扶百强好产品、还将帮扶产品打造为天虹自有品牌商品并推动申报“圳品”。天优手撕牛肉干、镇宁蜂糖李等在内的 6 款消费帮扶商品入选深圳市消费帮扶百强好产品，进一步提升帮扶产品的品牌建设。



深化科技赋能，推进数商兴农

天虹股份借助电子商务大数据推动高效消费帮扶，开展直播助农活动，推进县级电商直播基地建设，促进农产品网络销售，加强数字化应用技能培训，推动乡村产业高质量发展，为乡村经济的持续繁荣注入活力。

直播助农直播曝光量

3,000 万人

案例·CASE 天虹股份开展直播助农工作



天虹股份聚焦产销对接，推广“互联网+农业”模式，培养帮扶县农村电商能力，在普定县水井村成功打造一个溯源直播基地，培养出水井村1名主播+3个直播间，围绕“一乡一品一故事”原创高质量内容开展溯源直播，获超过3000万人次的曝光量。深化由特色商品到品牌商品的全面帮扶工作，助力乡村经济蓬勃发展。

坚持授人以渔，推动人才培育

天虹股份聚焦乡村人才培育，搭建消费帮扶培训体系，开展乡村产业带头人、致富带头人等专项人才培训。2024年，公司培训了包括县、乡、村基层干部、乡村振兴带头人和各类专业技术人才在内的4,136人。

培训各类专业技术人才

4,136 人

案例·CASE 天虹股份组织开展专题培训

2024年10月，天虹股份开展以提升普定县商品质量管理水平、供应链模型搭建能力和直播专业技能为核心的专题培训班，指导推动被帮扶县域及企业提升关键市场化能力，为乡村振兴提供强大的人才队伍支撑。



乡村振兴定点帮扶培训

助力教育帮扶，关注儿童成长

公司深入开展教育帮扶，持续捐建“梦想飞屋”图书阅览室，充分开发利用现有阅读资源，激发乡村学校阅读活力，关注乡村儿童成长教育。2024年，天虹股份捐建两所“梦想飞屋”图书阅览室，直接受益学生数量达3,174人。

直接受益学生

3,174 人

案例·CASE 天虹股份捐建两所“梦想飞屋”

2024年12月，天虹股份捐赠的普定县第六小学和镇宁布依族苗族自治县马厂镇中心学校“梦想飞屋”图书阅览室投入使用，在原有硬件设施捐建的基础上，连结社会阅读，推广专业力量，帮助受帮扶学校建立良好的阅读教育体系，推动乡村儿童教育的发展。



乡村振兴，
同绘富足新篇

科学治理 推动业态转型

天虹股份提升治理效能，坚持规范运作，将党建融入治理，以数字化创新赋能业务转型升级，强化风险合规管理，履行信息披露义务，确保决策科学、执行高效、监督有力、信息透明，切实维护利益相关方合法权益，为股东创造长期价值。

天虹股份 2024 年亮点绩效

 党委会会议召开次数
26 次

 党委会决议事项数
106 个

 股东大会会议举行次数
3 次

 股东大会审议议案数目
14 项

 董事会会议举行次数
6 次

 董事会审议议案数目
55 项

 监事会会议举行次数
5 次

 监事会审议议案数目
13 个

8 体面工作和
经济增长


10 减少不平等


16 和平、正义与
强大机构

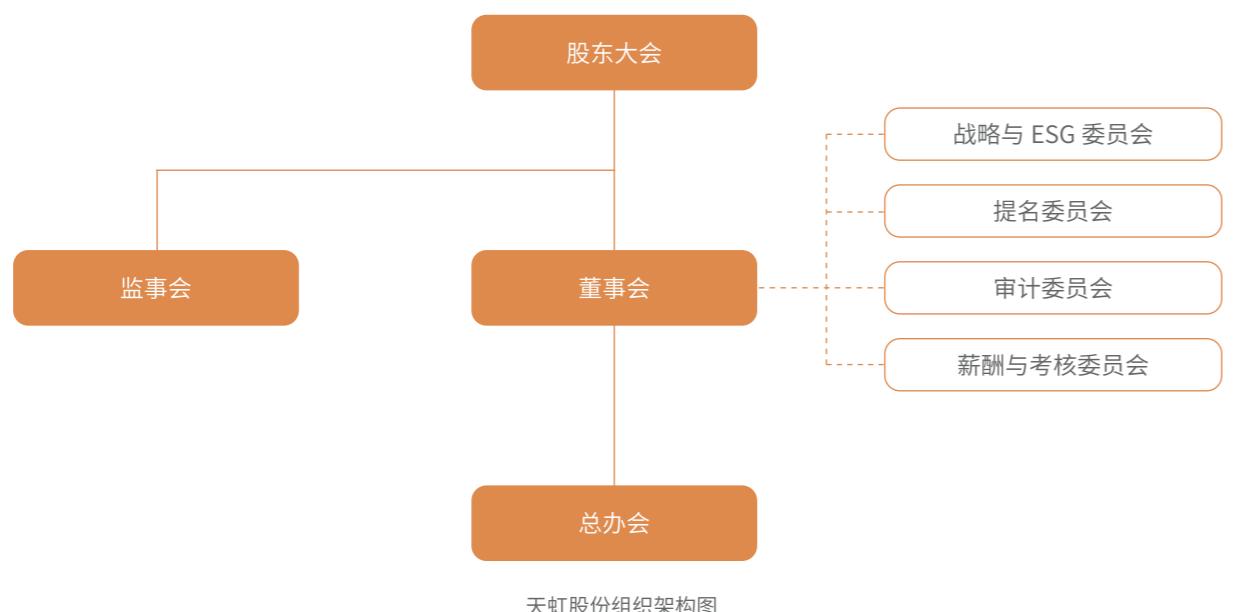



规范治理机制，提升运营效率

天虹股份严格遵循《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国证券法》《上市公司治理准则》《深圳证券交易所股票上市规则》等相关法律法规规定，构建科学高效的公司治理机制，持续提升公司规范化运作水平。

治理架构

公司建立了以股东大会为最高权力机构、董事会为决策机构、总办会为执行机构、监事会为监督机构的公司治理结构，权责分明、各司其职、相互制衡、科学决策、协调运作，有效提升公司治理效能和管理水平。



规范运作

股东大会

天虹股份切实保障股东权益，严格按照《股东大会议事规则》《公司章程》等相关要求召开股东大会，召开程序、出席人员和召集人资格、会议表决方式、表决程序等事项，均符合法律、行政法规及规范性文件的规定，表决结果合法、有效。2024 年，公司共召开股东大会 3 次，审议通过 14 项议案。

股东大会召开次数

3 次

股东大会应出席董事人次

25 人次

股东大会实际出席董事人次

13 人次

股东大会审议议案数量

14 项

董事会

公司董事会作为公司经营管理决策机构，下设战略与 ESG 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，充分发挥定战略、作决策、防风险的作用，董事会成员背景多元化，进一步提升公司治理的专业性。

2024 年，公司共有董事 9 名，其中独立董事 3 名，女性董事 1 名，行业背景覆盖管理、财务、法律等多个领域。

董事会会议召开次数

6 次

董事会会议应出席人次

52 人次

董事会会议实际出席人次

52 人次

董事会审议议案数目

55 项
(其中听取的议案和报告 12 个)



强化党建引领，深化互融共促

天虹股份坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，全面贯彻落实党的二十大精神和二十届二中、三中全会精神，坚持问题导向、价值导向、目标导向，狠抓“两巡”整改，巩固拓展主题教育成果，扎实开展党纪学习教育，认真落实新时代中航工业高质量党建工程“1122”工作体系，全面构建高质量“大党建”生态体系，持续提升以高质量党建引领保障高质量发展水平，为企业可持续发展提供坚实的政治保障。

强化政治引领

筑牢政治根基。公司完善《深入贯彻落实习近平总书记重要指示批示工作实施办法》《深入贯彻落实习近平总书记重要指示批示工作机制》《贯彻落实党中央重大决策部署工作机制》《党委会议“第一议题”制度实施办法》，组织9次党委会议“第一议题”学习习近平总书记重要讲话和重要指示批示精神48项，部署措施122条。落实二十届三中全会精神，明确全面深化改革7项重点任务38项关键举措。

全面推进巡视整改和内部巡察。公司加强对“两巡”整改全过程管理，党委会8次专题研究，召开3次专题会议，推动巡视整改工作取得实效，2024年“两巡”整改措施完成率均超90%。同时，公司加强内部巡察，完善制度，共享共性问题促进自查整改，以高质量巡察助力公司高质量发展。

完善公司治理机制。公司落实“两个一以贯之”，修订《权责清单》等制度，调整子公司治理结构，优化管控流程，建立重点子公司权责清单，构建高效治理体系。

党委会、党组织关键指标

指标	单位	2024年数值
党委会会议召开次数	次	26
党委会决议事项数	项	106
党委会审议“三重一大”事项数量	项	71

组织党委会“第一议题”

9 次

部署措施

122 条

重点任务

7 项

关键举措

38 项

专题研究

8 次

专题会议

3 次

深化理论武装

持续加强理论学习。公司重点学习党的二十届三中全会精神，实现二十届三中全会精神轮训全覆盖，提升党员、干部政治素养。

理论学习实效		
指标	单位	2024 年数值
党委理论学习中心组学习	次	13
党委理论学习中心组专题研讨	次	7
班子成员讲党课	场	19
班子成员学习报告	份	9
支部书记讲党课	场	120
集中专题党课宣讲	场	3

深化主题教育成效。公司重磅打造“重走长征路”系列活动，实地与线上结合，强化理想信念。扎实开展党纪学习教育，推动党员、干部深学党的创新理论。

主题教育开展实效		
指标	单位	2024 年数值
读书班	天	6
班子成员与支部书记讲廉政党课	场	50
党纪主题党日	次	50

2024 年，公司共开展党建活动 38 次，总时长达 354 小时，参与总人次达 18,136 人次。

党建活动相关数据		
指标	单位	2024 年数值
党建活动总时长	小时	354
党建活动总次数	次	38
党建活动总人次	人次	18,136

案例·CASE 天虹股份党委开展“重走长征路 奋进新征程”系列主题活动

2024 年，天虹股份开展“重走长征路 奋进新征程”系列主题活动。公司将党纪学习教育与常态化党史学习教育结合，领导班子带领核心管理干部、党员及新青年代表赴江西瑞金、广西全州等地开展徒步活动，重温党的光辉历程。

通过开展此次沉浸式教育活动，公司激发了党员干部的“闯创干”精气神，加强了党员思想建设，为党建引领企业发展注入了强大精神动力。



“重走长征路 奋进新征程”第一期徒步活动

强化组织建设

分级督导党支部

124 次

覆盖率

100 %

全年发展预备党员

14 名

强化管党治党主体责任。实施“高质量党建”季度推进例会机制，召开例会 4 次。制定“高质量党建实施方案”“双融双促实施方案”，提高党委政治引领力。开展党支部考核和支部书记述评考，压实政治责任。班子成员深入联系点 27 次，指导基础党建工作。

提升基层党建工作质量。落实“1122”工作体系，夯实党建基础。2024 年，成立 5 个党支部、4 个联合党支部，实现独立法人全覆盖动态管控。分级督导党支部 124 次，覆盖率 100%。全年发展预备党员 14 名。各支部规范落实“三会一课”和主题党日制度，推进“两学一做”常态化。公司扎实抓好党支部建设，制定《子公司党组织设立与管理试行方案》，实现独立法人单位全覆盖动态管控，提升基层党建工作水平。

党组织绩效

指标	单位	2024 年数值
党支部数量	个	51
发展预备党员数量	名	14

深化双融双促

开展一线服务日

2 次

形成调研报告

9 份

党建与经营融合成效

指标	单位	2024 年数值
开展党员攻坚项目数	个	80
开展微项目数	个	233
成立突击队	个	35

夯实廉政建设

开展政治监督

7 项

开展专项监督

5 项

天虹股份压实全面从严治党主体责任和监督责任，“两个责任”贯通联动，将惩治震慑、制度约束、觉悟提升相结合，系统构建公司“微腐败”防治工具箱，一体推进“三不腐”。

公司制定《促进监督贯通协调增强监督治理效能工作办法》，推进纪检、审计、财务、巡察等各类监督力量整合，程序契合，工作融合，提高监督的严肃性、协同性、有效性。

公司组织开展党风廉政建设和反腐败工作逐级约谈，压实廉洁从业监督责任。组织纪法教育月活动，深化党纪教育。强化中央八项规定精神落实，修订会议管理流程。加强警示教育，举办廉洁教育活动，员工广泛参与共创作 138 个作品，并获中航科创多个奖项，有效提升了廉洁意识和纪律教育水平。

2024 年，公司开展政治监督 7 项、专项监督 5 项，落实监督责任。

案例 · CASE

天虹股份组织党纪学习教育专题党课

2024 年 7 月，天虹股份召开了庆祝中国共产党成立 103 周年大会。大会特别邀请路云辉教授讲授题为《新征程推进全面从严治党提供坚强纪律保障》的党纪学习教育专题党课。

通过此次党课，公司强调了思想与纪律建设的重要性，倡导干部员工弘扬清风正气、不忘初心使命，进一步强化了员工的党建政治思想建设，对推动全面从严治党具有重要意义。

纪律审查中发现党员严重违纪涉嫌违法犯罪处分决定，并按照规定由监察机关给予政务处分。给予处分后，再移送有关国家机关依法处理。



党纪学习教育专题党课现场

案例·CASE 天虹股份召开重点领域人员廉洁从业集体约谈会议

2024年1月，公司召开招商、采购、工程领域人员廉洁从业集体约谈会，旨在深入推进党风廉政建设和反腐败工作。会议观看警示教育片《围猎 蜕变》，通过讲述管理干部被供应商围猎、迷失自我最终入狱的案例，警示干部员工增强廉洁从业意识。

通过此次会议，天虹股份深化了公司干部员工廉洁从业意识，提高了干部员工对“小事小节”背后腐败风险的警惕性，进一步筑牢党风廉政建设防线，营造了风清气正的公司环境。



公司畅通举报渠道，严肃查处信访举报件；执行举报人保护程序，严格遵循《信访举报与监督执纪工作实施办法》，明确要求监督执纪人员严守纪律，严禁泄露举报人信息，充分保障举报人权益。

公司建强廉洁文化，制定发布《廉洁文化建设重点事项清单》，明确廉洁文化建设举措，组织“翰墨清风”书法大赛、“清廉天虹”创作大赛，创建“做廉洁天虹人”廉洁文化宣传墙，持续深入推进员工廉洁从业培训工作。



新员工廉洁从业承诺书签订率

100 %



累计参与人次

72,016 人次



全年共开展廉洁培训

14 次



培训总时长

15,784 小时

2024年，公司新员工廉洁从业承诺书签订率实现100%，全年共开展廉洁培训14次，累计参与人次72,016人次，培训总时长15,784小时，全方位提升员工廉洁自律意识，筑牢廉洁从业防线。

加速数字转型，拥抱数智未来

天虹股份顺应数字经济发展浪潮，聚焦数智化核心转型战略，开启“数智化新长征”，围绕零售场景进行数字技术创新示范与应用，推动传统零售转型升级，形成数字产品赋能行业，高度融合数字化与业务发展，构建“双轮驱动”的发展新格局。

完善数字化体系

天虹股份完善数字化管理体系，优化数据治理，贯彻落实中共中央、国务院2022年发布的《数据二十条》文件精神，出台《内部开发管理流程》《数字化战略规划流程规范》等多项数字化管理制度，规范有序推进数字化工作。

坚定数字化转型发展

公司持续推进零售产业数字化，加快发展数字产业化，构建双轮驱动的高质量发展新格局。推动数字零售业务转型升级，通过质量变革、效率变革、动力变革驱动提升全要素生产力，实现全业务域全流程全生命周期数字化转型，真正做到全渠道多业态一体化数字平台。通过灵智数科开展科技创新，深耕零售行业并向餐饮/酒店等行业渗透，积极拥抱AI、大模型等新技术，探索产业互联网等新模式，形成1个数据网络、2个应用平台、N个大模型，逐步形成产业和竞争优势，并引领公司最终转型成为数智科技企业。



天虹股份转型战略

2024年，公司完成2.0流程架构构建，更新流程文件274份，更新率达19.5%，上线数字化流程管理平台并实现流程数字化比例72.6%，发布手册28份，累计学习人数超过1.8万人次。

数字化转型工作成果

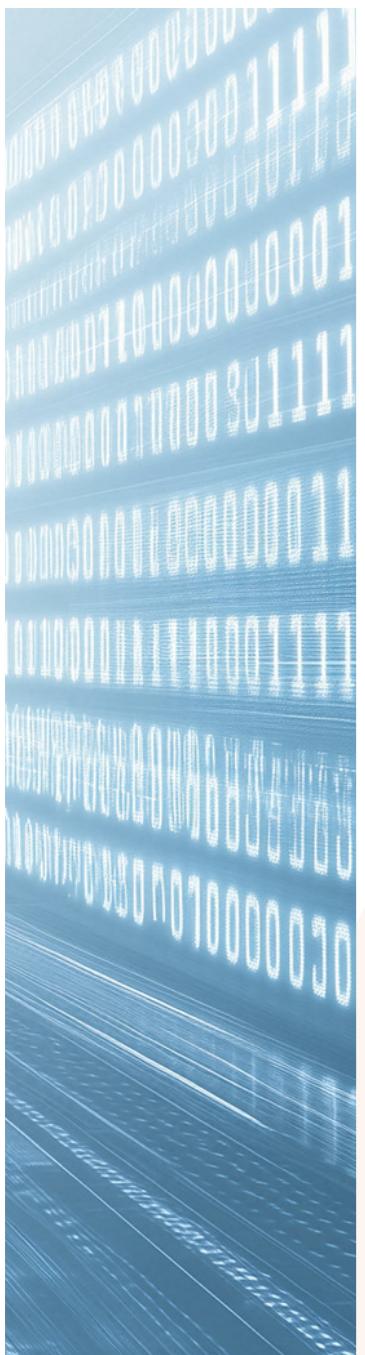
类型	成果
购百业态数字化转型	<ol style="list-style-type: none"> 空间在线：逐步完成公司铺位和多经空间等空间资产全量全要素的初步在线化可视化； 招商管理：完成招商数字化基础支撑能力构建，初步形成招商全业务价值链数字化； 营销管理：搭建营销计划管理PDCA闭环管理，实现营销计划/方案的数字化以及营销费用分析的自动化； 智慧空间：完成智慧安消总部平台上线，上线能碳管理平台并完成全国72家门店、349个电表的系统对接工作，减少人工巡检工作，解决人工抄表工作量大问题。
超市业态数字化转型	<ol style="list-style-type: none"> 供应链管理平台：完成商品中心流程数字化、库存订单中心、特陈管理等基础功能上线。

数据治理工作成果

类型	成果
数据指标体系建设	<ol style="list-style-type: none"> 基于公司现有业务体系，制定并完成企业级指标管理框架，明确数据质量管理责任人，落实管理责任，实现对指标自上而下的统一管理和应用； 通过指标梳理工作实现453个指标数据规则的标准化及线上化管理； 统一数据语言，提升业务口径的一致性和准确性，大幅减少线下重复沟通与手工数据处理核对工作量，降低人工失误率，提升工作效率。
指标平台建设	<ol style="list-style-type: none"> 完成指标平台2.0版本的上线，支持全业务指标的加工、管理、应用； 实现已上线指标的维度分析、趋势分析、同环比分析、分布分析、topN分析等业务场景； 通过无门槛的对话式数据分析，对指标快速进行下钻分析、联动分析、归因分析，生成分析报告，实现对企业指标数据资产全生命周期的集中和统一管理。

构建数智化生态

天虹股份构建数智化生态，推动数字资产变现，通过数据治理规模提升数智运营效率，打通内外部数智化连接，实现 B 端和 C 端业务联动，重塑商业生态，提升数据获取效率，建立数智生态产业链，以 AI 赋能产业发展，推动企业向产业互联网转型。2024 年，《天虹数字化转型—从智慧零售到数据资产化的领先之路（典型案例）》荣获中国上市公司协会授予的“上市公司数字化转型最佳实践案例”奖项。



传统零售产业数智化转型工作成果

转型目标	具体措施
“四位一体”平台布局	坚持以顾客为中心，实现全渠道、多业态、2B+2C、零售 + 数字经济“四位一体”的平台布局。
“共创共享”平台生态	打造与顾客、供应商、业主、物业方等各方的利益共同体，构建共创共享的数字化平台和商业生态，实现从生产到消费的全链条覆盖以及全生命周期管理。
三链拉通，数智融合	拉通顾客链、商品链、场域链，建设以 NPS（顾客净推荐值）为核心的顾客体验管理体系、会员三级飞轮（获客、成长、忠诚）、集成商品开发等若干垂直系统，实现流程贯通、数据协同、生态相融，推动企业从消费互联网走向产业互联网。

案例·CASE 百灵鸟 AI 大模型：零售业数字化转型的强劲引擎

在 2024 年商业技术创新大会暨商业技术博览会上，天虹股份旗下灵智数科发布了百灵鸟 AI 大模型。该模型基于华为昇腾算力底座，结合天虹股份全渠道、多业态实践环境，融合前沿 AI 技术与海量脱敏数据，构建精准高效的零售业务 AI 生态。

百灵鸟 AI 大模型是天虹数字化实践的成果，其特色在于依托海量数据构建高质量语料库，深度理解业务场景，并通过 AI 拍小票积分、AI 导购等功能实现顾客信息交互的智能化管理与个性化推荐。

此次发布标志着天虹股份在数智化创新领域迈出了重要一步，吹响了 AI 技术应用于实战的号角。公司为零售行业数字化转型提供了新思路，推动行业向更高效、更智能的方向发展。



天虹股份发布百灵鸟 AI 大模型

强化风险管控，筑牢合规防线

天虹股份持续强化风险控制与合规治理体系，完善风控体系，优化风控流程，实施高效的风险识别与评估策略，筑牢法律合规底线，推动知识产权创新，打造可持续的企业发展生态。



强化合规建设

组织外部律所专业培训

2 场

培训覆盖

600 人次

天虹股份积极开展各项“精准普法”活动，合作外部专业力量，通过线上与线下相结合的方式，为重点岗位人员进行法律培训答疑解惑，提高员工法律素养和法律风险防范能力。

公司将“以案促改”作为诉讼案件管理的抓手，坚持问题导向，研讨分析案件办理暴露的问题，识别管理风险或内控缺陷，从制度执行、合同履行、流程操作全流程查漏补缺并整改落实，实现公司合规经营。

2024 年，公司组织了 2 场外部律所专业培训，覆盖 600 人次。

优化风控体系

天虹股份高度重视风控合规体系建设，制定《全面风险管理规定》《重大经营事项决策专项风险评估办法》，正式运营全面风险管理，明确风险管理“三道防线”，实现风险监控结果流程化管理，构建标准化的全面风险体系、敏捷的风险预警系统、高效的应急响应机制。

2024 年，公司启动重大风险事项评估工作，通过组织架构优化、全面梳理风险类别与管理职责、确立风险监控指标体系、识别评估重大风险事项、开发数据精灵报表等一系列举措，有效增强风控体系运行效能。

保障知识产权

申请发明专利

16 个

获得授权的专利

8 个

登记软件著作权

13 个

发明专利申请同比增长

100 %

新增发明专利授权增长

300 %

天虹股份持续开展技术创新研究工作，完善知识产权保护制度，鼓励员工发明创造，明确知识产权保护范围和知识产权归属，更新内部开发项目管理流程，公司旗下灵智数科发布《知识产权管理操作细则》，严格执行知识产权管理措施，持续保持知识产权管理优势。

2024 年，公司申请发明专利共计 16 个，获得授权的专利数量 8 个，登记软件著作权 13 个；发明专利申请同比增长 100%，新增发明专利授权增长 300%。

知识产权培训绩效

指标	单位	2024 年数值
知识产权培训次数	次	2
知识产权培训时长	小时	6
知识产权培训人次	人次	90

研发创新绩效

指标	单位	2024 年数值
年度内开展的研发创新项目	个	6
研发人员总数	人	303
硕士人数	人	19
本科人数	人	195
累计授权专利总件数	件	12
授权发明专利	件	11
授权实用新型专利	件	1
年度内累计授权专利总数	件	8
年度内累计申请专利总数	件	16

加强信息披露，保障投资权益

天虹股份加强信息披露事务管理，建立健全信息披露制度，确保信息的真实、准确与完整，丰富信息披露方式，保持投资者沟通渠道畅通，维护投资者合法权益。



完善信息披露

天虹股份规范信息披露，根据《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国证券法》《上市公司信息披露管理办法》《深圳证券交易所股票上市规则》《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第 5 号 - 信息披露事务管理》等相关法律法规及规定，修订《信息披露事务管理制度》，真实、准确、及时、公平、完整地披露信息。

2024 年，公司累计发布 77 份公告文件，确保投资者能及时准确地了解公司重大事项的具体情况，完整、公平地获取公司投资信息。

累计发布公告文件

77 份



加强投资者沟通

天虹股份严格遵守深圳证券交易所《上市公司自律监管指引第 1 号—主板上市公司规范运作》及其他相关法律法规要求，结合《公司章程》及实际情况，制定《投资者关系管理制度》，强化与投资者之间的沟通。

2024 年，公司积极维护与投资者的良好关系，累计开展了 6 次投资者沟通活动。

开展投资者沟通活动

6 次



保护股东权益

规范股东权益保护工作流程，实施持续、稳定的利润分配政策，制定并完善《股东回报规划》，依法维护股东各项权益。公司 2024 年度利润分配预案中现金分红金额占当年归属于母公司股东的净利润的 91.41%。

2024 年公司现金分红金额
占 2023 年归母净利润

91.41 %

低碳转型 坚持绿色发展

天虹股份积极响应国家碳达峰碳中和战略，致力于培育绿色新质生产力，开展气候风险的识别与应对工作，提升气候韧性，推进绿色运营，以实现能源节约和污染物减排，立足主营业务，打造绿色商场，推出绿色商品，践行绿色公益，为国家“双碳”目标达成贡献天虹力量。

天虹股份 2024 年亮点绩效

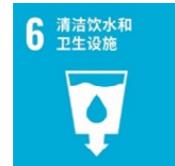
 能源消耗总量
130,438.5 吨标准煤

 能源消耗强度
0.11 吨标准煤 / 万元营收

 二氧化碳排放总量
588,987.8 吨二氧化碳

 二氧化碳排放强度
0.50 吨二氧化碳 / 万元营收

 绿色商场认证
47 家

-  6 清洁饮水和卫生设施
-  7 经济适用的清洁能源
-  11 可持续城市和社区
-  12 负责任消费和生产
-  13 气候行动



应对气候变化，增进气候韧性

天虹股份高度重视气候变化对公司战略规划、生产经营以及财务报表带来的实际和潜在的影响，持续建立健全气候治理机制，识别气候变化带来的风险与机遇，多措并举提升气候韧性，积极管理气候变化指标与目标，充分应对气候变化带来的影响、风险与机遇。



气候治理

公司持续完善环境管理体系，统筹推进“双碳”战略任务落地。公司始终严格遵守环境相关法律法规，制定并实施内部能源与碳管理制度，取得能源管理体系认证，在能源与碳管理小组的基础上，成立“双碳”领导小组，打通部门协同，安排专人专岗系统性开展“双碳”相关研究工作，持续强化“双碳”相关决策落地效果。

公司建立能碳管理平台与能耗管理台账机制，通过能耗管理评价结果与年度评优机制相连，有效调动门店节能减排的积极性，使能源节约和碳减排工作落到实处。

2024年，公司顺利完成深圳市政府组织的能源审计工作，并配合碳核查机构，完成2023年的碳排放核查工作，为碳排放管理、制定气候管理指标与目标奠定数据基础。

同时，公司积极探索碳资产开发项目，根据国家碳资产交易和管理办法，积极储备光伏碳资产，为公司未来实现自主碳交易和探索绿色金融奠定了坚实基础。

气候战略

天虹股份根据国际可持续准则理事会（ISSB）发布的《国际财务报告可持续披露准则第2号——气候相关披露》（IFRS S2）框架，从转型风险、物理风险两方面，多维度识别气候变化带来的生产经营风险，分析其对公司财务报表产生的潜在风险。

气候风险的识别

风险类型	风险因子	风险描述	潜在的财务影响
物理风险	急性风险	台风、暴雨等极端天气事件可能会对公司物理经营场所造成一定损失，水电使用受限，威胁员工健康及安全，公司经营连续性受损。	突发性经营中断，经营成本增加。
	慢性风险	气候变暖、海平面上升对公司固定资产、员工安全造成危害；长期气温上升推高门店能耗成本（空调、冷链），会影响公司门店的建设与维护。	增加固定资产、人力投入，致使运营成本增加。
	政策与法律风险	监管层对企业识别与应对气候风险的关注度日益提升，塑料限用等政策或增加合规成本。	公司已有和未来项目受气候慢性风险影响，维保与重置成本增加，资产负债表恶化，现金流稳定性承压。
	技术风险	门店运能能效标准提升，老旧门店改造压力增加，冷链物流、屋顶光伏、储能系统等前期投入较大，低碳技术的应用导致运营成本增加。	间接成本增加。
	市场风险	可持续发展日益成为社会共识，消费者开始偏好低碳品牌，若未及时调整可能损失市场份额。	研发与应用低碳技术，间接成本增加。
	声誉风险	如果公司不能及时识别、应对气候风险，将绿色低碳因素纳入公司发展全过程，可能会面临品牌声誉风险。	客户流失，市场份额降低，营业收入下滑，现金流质量下降。

气候变化虽加剧经营挑战，却为天虹股份开启战略机遇窗口，公司借力绿色消费浪潮，以低碳供应链重塑与能效创新为抓手，驱动业务转型，抢占 ESG 先发优势，将气候风险转化为可持续增长新引擎。

气候机遇的识别	
机遇因子	机遇管理
产品创新	开发绿色、低碳产品，碳中和认证商品线，推出可循环包装解决方案，降低单件商品碳足迹，打造气候友好型产品。
效率提升	商场、门店进行建筑节能改造（如 LED 照明、智能温控），降低能源消耗，优化运营成本；推进数字化管理，减少人员、资源浪费，提升运营效率与质量。
市场拓展	打造绿色供应链，吸引 ESG 偏好型供应商合作增长；通过碳交易机制，创造碳资产。

气候风险管理

天虹股份依循国家、省、市政策与集团任务，系统性推进碳减排管理工作，同时积极参与行业标准制定，增强行业碳排放政策影响力，定期清查外购电力、天然气等能源消费情况，构建档案，奠定下一步节能策略基础，并运用前沿技术搭建碳排放智慧管控平台，实现对碳排放动态精准管理，打造低碳示范门店，制定节能标准，以标杆带动公司低碳发展。

同时，公司在运营管理与项目管理全流程中综合考量气候物理风险，根据门店所在地的气候特征，针对性地建立台风、暴风、暴雨、洪水等极端天气事件的应急预案，防范恶劣天气带来的不利影响。



气候管理指标与目标

天虹股份立足区域特征，以及公司业务实践，设置气候管理指标与目标，积极推进“双碳”目标实现。

公司转型风险管理举措概览	
风险	管理举措
法律与政策风险	增加绿色、低碳政策的研究，在选品和自有商品开发的过程中，落实绿色产品的相关要求。
技术风险	调整能源使用结构，增加光伏等清洁能源使用；增加对节能、低碳技术的研究与应用，持续推动能源节约型门店落地。
市场风险	强化供应链管理，推进供应链脱碳；打造绿色低碳健康品牌，推广绿色商品，拓展可再生能源，响应客户日益增长的需求。
声誉风险	主动与各利益相关方沟通，定期发布 ESG 报告，向利益相关方披露公司在绿色低碳领域所做工作及相关成果。

天虹股份温室气体排放管理绩效				
指标	单位	2022 年数值	2023 年数值	2024 年数值
二氧化碳直接排放量 (范围一)	吨二氧化碳当量	7,319.3	8,519.4	7,908.6
二氧化碳间接排放量 (范围二)	吨二氧化碳当量	541,029.2	570,965.3	581,079.2
二氧化碳总排放量	吨二氧化碳当量	548,348.5	579,484.7	588,987.8
二氧化碳排放强度	吨二氧化碳当量 / 万元营收	0.4	0.4	0.5

推动低碳运营，贡献绿色力量

天虹股份积极贯彻党的二十大精神，加快绿色低碳转型和高质量发展，持续贯彻绿色运营理念，完善体系搭建、稳步实施节能改造、扎实开展能源管理、水资源管理、排放物管理等各项工作，强化监督考核，持续推进公司内部与外部绿色低碳理念，多措并举持续降低能源资源消耗和碳排放，做到环境可持续与经营管理有机统一，践行绿色可持续发展理念。

水资源管理

天虹股份高度重视水资源节约，持续优化水资源利用，坚持落实节约用水管理制度。公司所有门店，均选用符合《节水型生活用水器具标准》（CJ164-2002）的节水型洁具，配备感应水龙头，并通过空调冷凝水回收、地下水循环利用等举措提升循环用水量，减少新鲜水使用量，降低废水排放。

2024 年，公司萍乡天虹利用地下水对屋面玻璃穹顶喷雾降温五楼中厅整体环境温度下降 3 至 5 度，综合降低了中央空调主机的 2% 负荷，降温后的余水汇流收集再引流至冷却塔作为补充冷却水使用。

同时，公司积极开展职场、门店等多场景内的节水宣贯工作，在茶水间、洗手间等处张贴节约用水提示标识，以提高员工、消费者等的节水意识，践行水资源节约理念。



能源管理

天虹股份深入贯彻新发展理念，构建现代化能源治理体系，建设覆盖式能源采集系统，加强能源管理数字化与数据结合程度，提高管理效率。同时，公司持续统筹推进温室气体减排举措，通过节能环保设备更新、优化用能结构等举措，持续推进节能减排工作。

2024 年，公司在节能减排领域取得突破性进展，通过系统性创新和精准施策，构建起全方位、多层次的节能管理体系，显著提升了能源使用效率。



优化管理体系

公司建立常态化的能源管理会议制度，通过定期复盘和优秀案例推广，持续优化节能管理措施，全面上线能碳管控 2.0 平台，实现公司一级能耗在线监控，跟踪年度预算完成情况，以及能源预算全过程自动化编制和监管。

同时，公司坚持科学合理、鼓励先进、能源合理利用的原则，定期进行公司能源目标完成情况的自查、考核、评价，建立从总部到基层多层次节能减排组织体系，每个季度对公司内部能源使用情况进行核查分析，通过核查门店实际能耗与制定的能源目标差距，评价门店节能降耗工作成绩。

提高能源效率

天虹股份优先选用节能设备，引入用能设备智能控制系统，优化提升能源管理平台，深入数字化与节能工作融合程度，运用物联网通信、大数据分析等技术，助力实现能源各维度节能管控。

公司开创性地推出“短时快进”节能改造专项，并在全系统内推广，有效解决老店因租期限制导致的改造难题，显著提升了设备运行效率。2024 年，公司成功完成龙新、常购、吉安等 7 个节能改造项目，引进并建成会展北、五缘湾等 12 个新型镀膜项目，有效提升公司能源管理效率。

同时，公司深度整合物联网通信和大数据分析技术，升级能源管理平台，实现能源标准制定、节能管控考核、用能风险预警和设备高效运行的智能化管理，大幅提升数据利用价值，以大数据技术赋能公司能源管理。

总绿色发电量

500 万度

使用绿色电力约

298.5 万千瓦时

实现二氧化碳减排约

1,702 吨**优化能源结构**

公司持续推进可再生能源使用，充分利用建筑物屋顶，应用分布式光伏发电系统，持续优化能源使用结构。2024年，公司完成东莞大朗物流二期、博罗2个光伏建设项目，前者与一期合并年发电量450万KWH，后者预估年发电量90万KWH，有效推动能源结构调整，助力公司绿色转型。

同时，公司在新沙天虹建成深圳市商业综合体规模最大的储能电站，通过储能电站实现节能效益，大幅提升天虹虚拟电厂电力调控响应能力。2024年，公司总绿色发电量达到500万度，使用绿色电力约298.5万千瓦时，实现二氧化碳减排约1,702吨二氧化碳当量，为公司的绿色发展注入强大动力。

**案例·CASE 天虹股份虚拟电厂响应能源节约案例**

2024年，公司成功利用储能系统参与虚拟电厂响应，并受到深圳电视台的专题报道。该项目在现有EMC智慧储能系统的基础上，深度融合了虚拟电厂的市场规则与响应策略，结合AI计算逻辑和大数据分析技术，对各时段的电力需求进行精准预测与优化调度，实现了能源的高效利用。通过聚合分布式资源与智能调度，虚拟电厂在削峰填谷、需求响应和节能降碳方面发挥了显著作用。该项目不仅提升了电网的稳定性和灵活性，还为公司创造了可观的经济效益，同时为城市能源系统的低碳转型提供了有力支持。

此外，公司成功建成新沙储能项目。该项目作为商业综合体中规模最大的储能电站，总装机容量达13.41MWH，其规模是布吉储能项目的5倍。新沙储能项目的投运，同时可大幅提升虚拟电厂电力调控响应能力，减轻电网尖峰时期供电压力。



指标	单位	2024年	2023年数值	2022年数值
直接能源				
汽油消耗量	吨	49.0	30.2	33.4
天然气消耗量	标准万立方米	359.1	389.9	334.0
间接能源				
总耗电量	万千瓦时	102,188.6	93,585.5	88,678.8
综合能耗				
能源消耗总量	吨标准煤	130,438.5	120,247.2	113,477.5
能源消耗强度	吨标准煤 / 万元营收		0.099	0.094

包装物管理

天虹股份以绿色发展为引领，持续推进包装物管理工作，充分利用商品完好的原厂原箱包装，通过包装箱的重复使用，降低纸箱浪费、节约包装成本，减少环境污染。2024年，公司东莞大朗仓企业购业务原包装箱重复利用率达到42%。

公司持续完善生鲜产品“供应商-仓储-运输-门店”一体化循环物流体系，建立物流容器、载具供应链各环节周转制度，使用托盘、笼车、

周转箱、周转筐等载具代替纸箱、泡沫箱及塑料袋等一次性包装材料，并以数字化系统优化物流周转管理，取得显著环境效益。

2024年，公司华南低温物流中心通过标准箱、标准化载具的应用，实现果蔬配送装载量提升44.4%（由180-220箱/车提升至260-300箱/车，4米2车型），蔬菜、水果品类供应商周转筐使用率分别达82%和62%。

果蔬配送装载量提升

44.4 %

蔬菜供应商周转筐使用率

82 %

水果供应商周转筐使用率

62 %



减少一次性包装材料使用

节省直接包装成本

降低果蔬损耗

提高货物内部周转效率

提升上下游协同效率

售出可循环利用购物袋

727,000+ 个

同时，公司在商品销售环节，为客户提供可循环无纺布袋，并鼓励、倡导消费者践行绿色低碳生活方式。截至2024年末，公司超市门店已售出超727万个可循环利用购物袋，有效减少一次性购物袋使用。

废弃物管理

垃圾分类管理

天虹股份积极响应并全力支持政府环保部门所倡导的垃圾分类管理措施。公司内部严格实施垃圾分类，将纸张、玻璃、塑料等可回收物与餐厨垃圾分开投放，以促进可回收物的循环再利用。

同时，对于硒鼓、墨盒等有害垃圾，天虹股份则委托具有专业资质的公司进行回收处理，并依据废弃物的损耗程度进行科学的二次利用评估，力求最大限度地减少废弃物的排放，为环保事业贡献力量。



无纸化全面推行

公司坚持落实无纸化办公，推动提升无纸化办公比率，在协同办公、合同签署、发票开具等多场景中实现无纸化转变。同比2022年，2023年公司办公用纸量下降1.9吨，大幅降低纸张资源损耗量，进而有效减少造纸过程中的碳排放。

公司推行电子票据和智能系统，减少纸张消耗，通过系统对接和数据共享，实现绿色互联，并通过数据中台系统推动全国各仓仓储的无纸化流转，有效减少物流环节纸张使用，优化物流交接及对账流程。

2024年，公司全国物流无纸化覆盖率达80%。

2023年公司办公用纸量下降

1.9 吨

全国物流无纸化覆盖率

80 %

建筑垃圾回收利用

公司在门店建造、改造施工过程中，项目在工程施工过程中，严格规范各类建筑垃圾从收集到处理处置的全流程管理，从施工组织管理、施工人员教育、施工技术革新、施工方案优化四个维度，开展针对性垃圾管理、处理工作，最大程度降低施工活动对环境产生的负面影响，推动建筑垃圾减量化和资源化。

践行绿色活动，呵护美丽地球

天虹股份立足主责主业，打造绿色商场、绿色产品，响应消费者绿色、低碳、可持续发展的需要，积极投身环保公益，大力弘扬环保文化，以实际行动保护自然资源，守护“绿水青山”。



绿色商场

公司持续完善《绿色低碳示范店建设标准》，为新建门店、老旧门店改造、装修奠定绿色、低碳设计基础，并积极探索新型材料在门店建筑方面的应用，通过引入新型隔热膜技术，有效解决门店穹顶温度过高的痛点，降低空调能耗，并针对门店的运营特点，制定重点耗能设备节能运行操作指南，实现设备标准化管理，降低能源使用。

截至 2024 年末，天虹股份旗下有 47 家在营商场为绿色商场，包含国家级绿色商场认证 13 家，同时公司持续推进“无废商场”建设工作，得到社会广泛认可。

通过绿色商场认证的商场

47 家

其中国家级绿色商场认证

13 家

天虹股份废弃物管理绩效

指标	单位	2024 年数值
有害废弃物	硒鼓耗材消耗量	吨
	墨盒消耗量	千克
无害废弃物	办公用纸量	吨
	生活垃圾产生量	吨
	厨余垃圾产生量	吨

天虹股份绿色商场绩效

指标	单位	2023 年数值	2024 年数值
绿色商场	国家级绿色商场	吨	13
	省 / 市级绿色商场	吨	47

案例·CASE 吉安天虹购物中心“无废商场”实践获得社会认可

2024 年，吉安天虹购物中心因切实创建“无废商场”工作，邀请商户推小份菜、拼盘菜，倡导顾客用可降解购物袋，并在后端践行固体废物“减量化、资源化、无害化”处理标准，入选江西省“无废细胞”典型案例，成为其“国家级绿色商场”之后的又一殊荣。



吉安天虹购物中心

绿色商品

天虹股份顺应绿色环保、有机健康等消费者需求变化趋势，深耕绿色产品研发，自有团队精准洞察绿色、有机食品需求走向，依循可持续理念，打造出天优沙漠有机牛奶等多款精品，在自有商品生产环节，严守环保规范，运用前沿工艺，引入绿色技术，削减生产过程对环境的负面影响，降低商品碳足迹。

截至 2024 年末，天虹股份共打造 600 余款具有健康属性的商品，包括有机、安心、洁净标签以及四低两高系列，充分满足不同消费者的健康需求。

同时，公司依托绿色商品，积极向消费者传递绿色消费理念，以 sp@ce 天虹超市为重要线下零售窗口，充分发挥平台优势，向消费者推介“低糖”“无糖”“低盐”“有机”等符合绿色健康标准的商品，并在超市内构建全方位的绿色消费宣传场景，通过陈列创意新颖、内容翔实的海报、产品手册等宣传物料，向消费者传递绿色消费价值，门店员工也在与消费者日常交流中，积极普及绿色生活知识，使其融入绿色生活潮流。

绿色公益

天虹股份秉承“人与自然和谐共生”的理念，尊重自然规律，保护生态环境，积极投身环保公益，开展垃圾分类公益宣传、“地球一小时”等相关环保公益活动，以天虹力量助推生态文明发展，展示天虹关注环保、热心公益的企业形象。



案例·CASE 天虹股份开展“地球一小时”活动

2024年3月，天虹股份参与“地球一小时”活动。全国百家门店共同在显示屏中滚动播放地球一小时活动海报，通过广播呼吁顾客随手关上家中不必要的能源开关，并在地球日当天的20点30分，同时熄灭非照明性的灯光，为保护地球贡献天虹力量。

地球一小时活动宣传现场

质优效升 激活发展引擎

天虹股份始终秉持“创造与分享生活之美”的使命，从源头把控，保障产品品质，致力于以领先的业态升级、卓越的服务态度和全面的供应链管理，为消费者创造更加美好的生活体验。

天虹股份 2024 年亮点绩效



- 3 良好健康与福祉
- 9 产业、创新和基础设施
- 12 负责任消费和生产
- 17 促进目标实现的伙伴关系



夯实产品质量，品质成就未来

天虹股份将质量视为企业发展的核心，聚焦商品品质力，把控从源头到顾客每一个环节的质量管理，建立专业、全面、多层次、全链路、数字化和颇有实效的质量安全管理机制，为顾客持续提供坚实的质量保障。

优化质量管理体系

质量是企业赖以生存和发展的保证，天虹股份严格遵循《中华人民共和国产品质量法》《中华人民共和国农产品质量安全法》等法律法规，优化升级《自营/联营商品质量管理制度》《售中质量监控规范》等内部质量管理制度，完善质量管理流程体系。

天虹股份实现商超业态从农田到餐桌、从原料、生产、储运到顾客的“五全”品质保证和现代化溯源技术的全流程质量管控，获得 ISO 9001 质量管理体系认证和 ISO 22000 食品安全管理体系认证，不断提高产品和服务的质量水平，满足客户的需求和期望。

“五全”品质保证管理措施

全环节审查 >

对所有从生产、加工、仓储、物流直至交付的全环节进行合规引入审查；对供应商采取动态分级管理，每年进行监督审核和不定期的飞行审查。

全标准管控 >

建立农产品生产基地生产管理标准，审核、检测验证通过后开展合作；制定所有农产品包装、储运、食品安全、质量验收标准，遵照验收程序进行质量验收。

全方位检测 >

所有农产品生产基地对水、土、环境进行检测，对农药残留、兽药残留进行检测、管控；建立食品快检实验室进行风险评估，制定精准的快检和定量检测方案并执行，同时开展验收检测。

全方位监督 >

通过培训、指导、审核、检查等组合措施，对生产基地食品安全和质量管理水平进行复核；结合公司自行快检、定量检测数据和政府监管部门公示的检测数据进行风险评估；委托第三方专业机构对门店执行情况进行审核。

全程可追溯 >

建立可追溯体系，确保产品全程可追溯。

数智降低质量风险

天虹股份通过数字化转型和技术创新，实现 B2B 平台商品证件数字化、商品临期预警、移动巡场工具和物流系统支持批次质量管理，形成产品质量安全问题全链数据化，实现从源头到终端的全过程监管，持续降低质量风险。

天虹股份数字化产品全链数字化举措

具体举措	举措成效
商品证件数字化	<ul style="list-style-type: none"> 实现新品审批、证照查看、维护电子化； 实现生鲜肉类、水产、蔬菜、蛋等质量可追溯。
商品临期预警	<ul style="list-style-type: none"> 实现智能需求预测和补货管理，保证商品的新鲜度和安全性。
移动巡场工具	<ul style="list-style-type: none"> 实现商品陈列、质量、标签以及库存情况快速检查； 实现生鲜食品的快速检测和监控，确保商品质量。
物流系统支持批次质量管理	<ul style="list-style-type: none"> 实现新品审批、证照查看、维护电子化； 实现生鲜肉类、水产、蔬菜、蛋等质量可追溯。

推动食品安全管理

天虹股份高度重视食品安全，守护人民的“菜篮子”。公司遵守《中华人民共和国食品安全法》，严格落实监管部门关于食品安全工作的要求，加强对食品质量管理和商品质量管理，通过食品安全监管检查和宣传培训教育等措施，全面保障食品安全。2024 年，天虹股份获得“国家级、省级、市级放心肉菜超市”“深圳市食品安全规范化管理示范店”等多个奖项。

天虹股份在全国建立 100 多个生鲜基地，与 200 多家生产工厂合作开发自有品牌商品近 3,000 个，定期开展供应商食品安全和质量履约能力审核，确保商品的品质与安全性。2024 年，公司未发生食品安全相关事故，食品安全管理水平持续提升。



2024 年深圳市食品安全规范化管理店颁奖仪式

实现健康标签商品

600 个

实现“圳品”

150+ 个

案例·CASE 天虹股份打造有机商品系列

天虹股份打造的有机商品系列向顾客展示“好物不贵、品质为先”的购物体验，以有机蔬菜为例，精选云南、宁夏、甘肃最优产区产品，品种多样且价格亲民，与政府合作监管确保商品品质和安全，有效提升公司品牌形象，提高消费者对天虹股份的信任度。



天虹超市有机蔬菜货架

积极开展食品安全宣导

天虹股份通过强化健康标签、研发自有品牌、建设质量体系三大举措聚焦大健康概念，打造有机商品、安心商品、洁净标签、四低两高四大产品系列和供深食品品牌“圳品”，坚持开发公司独有的健康产品。2024年，公司实现600个健康标签商品和150+“圳品”，提升食品安全和质量水平，满足消费者需求。

2024年，公司组织 SafeMark 食品安全专业培训，为19人颁发 SafeMark 证书，评选质量之星4人、全国质量标兵20人，全年共开展食品安全普及活动7次。

案例·CASE 天虹股份开展“3·15”食品安全宣传活动

2024年3月，天虹股份在深圳龙华天虹购物中心 sp@ce 天虹超市开展3·15食品安全宣传活动，通过果蔬农残快速检测、食品安全知识讲解答疑、趣味有奖问答等环节，增强消费者食品安全意识，展现天虹股份对食品安全的严格把控，为消费者提供安全、健康的购物环境。



3·15 食品安全宣传活动现场

获得 SafeMark 证书

19 人

评选质量之星

4 人

全国质量标兵

20 人

开展食品安全普及活动

7 次

优化运营模式，深耕产品创新

天虹股份坚持以市场和客户需求为导向，聚焦商业业态创新和产品模式创新，探索零售新模式和新动能，实现多渠道运营，营造多元化、全方位消费体验，助力提升外部竞争力。

探索升级运营模式

天虹股份不断进行自我变革和品牌升级，着力打造基于正向研发的供应链体系，围绕商品的趋势力、品质力、价格力来打造公司独有的商品竞争力，创新消费服务场景，不断推动业态创新和服务升级。2024年，天虹股份旗下超市品牌sp@ce，升级为sp@ce3.0版本，并焕新品牌理念为“万物精良，生活有光”。



天虹股份“生活服务馆”实景图

案例·CASE sp@ce 天虹超市 3.0 升级亮相

2024年9月，天虹股份旗下超市品牌在深圳宝安天虹购物中心落地全国首家sp@ce天虹超市3.0门店，开业前三天的日均销售额达到117万元，同比增长102%，首周累计日均销售额环比增长超过70%，在提升自身的市场竞争力的同时，天虹股份也为整个零售行业提供转型升级的新思路与实践样本。



sp@ce 天虹超市 3.0 发布会现场

公司不断升级创新服务项目，成立首个“生活服务馆”，全面提升会员服务，推动打造5家公司级标杆和3家区域级社区生活中心，重点打造“亲子陪伴乐园”“邻里会客厅”“生活+”三个框架项目，推进社区生活中心转型发展，落地购物业态二次元街区、餐饮街区、亲子乐园等多个亮点空间，提高空间价值和体验竞争力。

天虹股份坚持线上线下一体化的商业模式，助力消费升级，提升消费体验，积极打造天虹APP和天虹小程序，融合线上线下全渠道多场景，为用户提供全新的购物体验，实现超市数字化和购物数字化，利用企业微信1v1服务、私域社群服务以及“到店+到家”的融合零售模式，持续推进业态升级。

需求驱动产品创新

天虹股份积极响应顾客对高品质生活及美好生活方式的持续需求，全力驱动自身“创新商品”浪潮，通过“自有产品+外部招商”的模式，优化商品结构，持续打造系统完整的自有品牌发展体系，全力塑造品牌价值。

公司打造的sp@ce天虹超市3.0强化商品“好物不贵”“绿色健康可持续”“天虹独有”的特色，创新打造九大主题场馆和一个智能全仓，在坚守品质核心的基础上，为顾客提供全方位的生活解决方案，更加贴切地满足民众的日常需求。



公司聚焦全球好物、自有品牌、源头直采和品牌共创，2024年sp@ce天虹超市3.0汰换单品超过4,500支，上新商品2,500多支，升级单品1,600多支，打造超600款具有健康属性的商品，主推近千款超值商品回馈顾客，满足顾客对于高品质生活日益增长的期待。

天虹股份已经建立“天优”（食品），“天口味”（生鲜熟），“菲尔芙”（日用品），“奥百思 ALBST”（进出口品质）四大品牌族群的自有品牌矩阵，形成强大的自有品牌运营体系。2024年，公司拥有超1,000个自主品牌SKU（库存单位）。



汰换单品
4,000+ 支

上新商品
2,500+ 支

升级单品
1,600+ 支

打造健康属性商品
600+ 款

拥有自主品牌SKU
1,000+ 个

sp@ce 天虹超市 3.0 数据

聚焦客户责任，提升服务品质

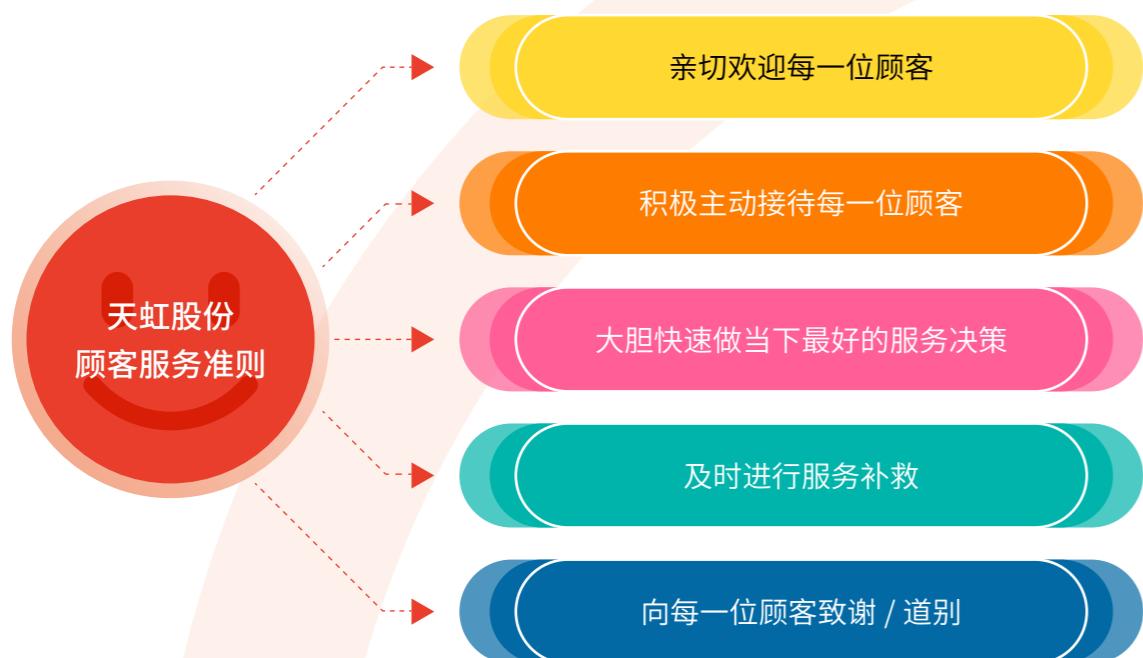
天虹股份始终坚持服务领先战略，以顾客为中心，从客户需求出发，优化服务流程，增强员工服务意识，开展客户满意度调查，重视客户投诉和舆情管理，保护客户个人隐私，维护客户权益，持续提供优质的服务，全面提升客户体验。

全面保障客户权益

天虹股份严格遵守《中华人民共和国消费者权益保护法》等法律法规，制定《大客户销售管理规定》《会员消费及权益享受流程》《团购客户分级管理制度》等内部管理制度，通过品质保障承诺、完善的售后体系、多渠道客服支持、数字化赋能以及丰富的会员权益，全面保障客户权益，致力于成为消费者最信赖的生活伙伴。

公司努力为顾客提供更佳的消费体验，大力推广“七重品质保证”服务，为顾客提供商品质量、价格、线上线下服务、售后服务等多方面的保障，全方位提升顾客的购物愉悦体验，重新定义服务标准。

天虹股份持续打造“服务领先”的核心竞争力，坚持不懈地提升服务水平，积极营造体系内“服务文化”，力求为顾客带来更好的服务体验，实现“顾客满意”到“超越期望”的升级。



天虹股份“七重品质保证”服务



2024年，天虹股份发起成立“美好商业顾客服务研究中心”，推动研究服务指引、行业评价指标等服务事项，通过专业能力来服务“服务者”，聚集服务势能，推动服务提升，让更多的消费者能感受到服务的美好。



美好商业顾客服务研究中心揭牌仪式

公司始终将消费者体验放在首位，营造安全便捷的购物氛围，配备无障碍卫生间、母婴室等便民场所，提供礼品包装、暖心茶水、雨天服务、亲子友好、银发关爱、宠物友好等多项服务，打造让消费者安心消费、放心选择、舒适享受的购物环境，让城市生活更加温暖、和谐、友爱。



天虹股份邻里节：宠物友好商场



天虹股份萌宠节



天虹股份鲜花 & 礼品包装比赛活动

全面洞察客户心声

公司整体满意度同比增长

2.7 %

天虹股份践行“始于客户需求，终于客户满意”服务宗旨，系统推进服务的改进和创新，增强客服团队服务意识，积极推行“放心消费承诺”，持续开展客户满意度管理工作，持续提升服务品质。2024年，公司整体满意度同比增长2.7%。



公司注重宣贯客户服务理念、提升员工服务意识、提高服务质量和水平，不断开展客户服务相关人员培训活动，确保提升整体服务能力，组建“总部+区域+门店”任务团队，为顾客提供更加个性化、贴心的服务体验。

天虹股份始终秉持“诚信经营”的理念，以坚如磐石的品质，树立放心消费的标杆，为消费者倾力打造公正、公平、公开的优质消费环境。2024年，天虹股份旗下多家门店获评放心消费单位荣誉。



天虹商场（深圳东门店）



天虹购物中心（龙坪店）



惠州天虹商场（三环店）



天虹商场（宝安创业店）



公司客服线业务技能竞赛



天虹股份在深圳市市场监督管理局罗湖监管局3.15系列活动上发言



总客户投诉量下降

4.1 %

连续 3 年投诉办结率

100 %

公司高度重视来自顾客的反馈和投诉，依据国家及属地要求，建立《顾客意见及投诉处理流程》等响应制度，不断优化客户投诉流程，通过 7 种客户沟通渠道，及时了解顾客诉求，跟踪投诉处理进展并开展客诉回访工作，持续优化运营方向，提升服务能力。

2024 年，公司总客户投诉量下降 4.1%，连续 3 年投诉办结率 100%，实现客户投诉准确传递和快速响应，有效提升客户满意度。

全面保护客户隐私

天虹股份注重保护客户隐私安全，严格按照《中华人民共和国网络安全法》《中华人民共和国个人信息保护法》等法律法规和公司《数据安全管理规范》《隐私数据保密管理规范》的相关要求，以实际行动共同保护消费者隐私和信息，保障消费者合法权益。2024 年，公司未发生客户隐私泄露事件。

携手共同发展，共建品质供应

天虹股份不断提升供应商管理水平，全方位保障供应商质量，践行责任采购，打造稳定、可持续的供应链，全面深化战略合作，实现利益相关方合作共赢，积极参与行业交流合作，为推动行业高质量发展贡献力量。

管理优化供应链条

天虹股份 2024 年供应商情况

指标	单位	2024 年数值
供应商数量	家	12,488
其中：超市业态供应商数量	家	2,788
购百业态供应商数量	家	8,916
电商平台供应商数量	家	784

天虹股份规范供应商引进机制，制定《供应商引入、商品引进质量评审规范》等内部制度，针对供应商供应能力及风险管控情况进行审核，根据供应商考核结果开展分级分类和定期清退工作，持续推进供应链体系建设，引进优质供应商，完善供应链管理。



积极落实责任采购

天虹股份积极打造责任供应链，严格遵守《中华人民共和国价格法》《零售商与供应商公平交易管理办法》等法律规范，与合作伙伴建立相互尊重、互利共赢的良好合作关系，引导业务伙伴诚信经营、廉洁自律，共同维护公平、公正的市场竞争环境。

公司重视廉洁建设，已将反商业贿赂纳入采购合同条款，2024 年，公司供应商廉政责任承诺书签订率 100%。

天虹股份积极推动供应商的社会责任建设，制定《自营供应商引进规范》《自营供应商分级管理规范》管理办法，明确供应商引进、管理、淘汰机制，将 ESG 评估纳入供应商准入评价指标项，带动供应商伙伴注重生态环境保护、积极履行社会责任并提高治理水平，共同践行可持续发展理念。

供应商廉政责任承诺书签订率

100 %



安全责任	客户责任	员工责任	绿色发展
产品责任	客户投诉	劳工管理	绿色产品
客户责任	客户满意度调查	薪酬福利	绿色仓储
社会贡献	售后服务管理	员工培训	
员工责任		职业健康	
		员工发展与沟通	

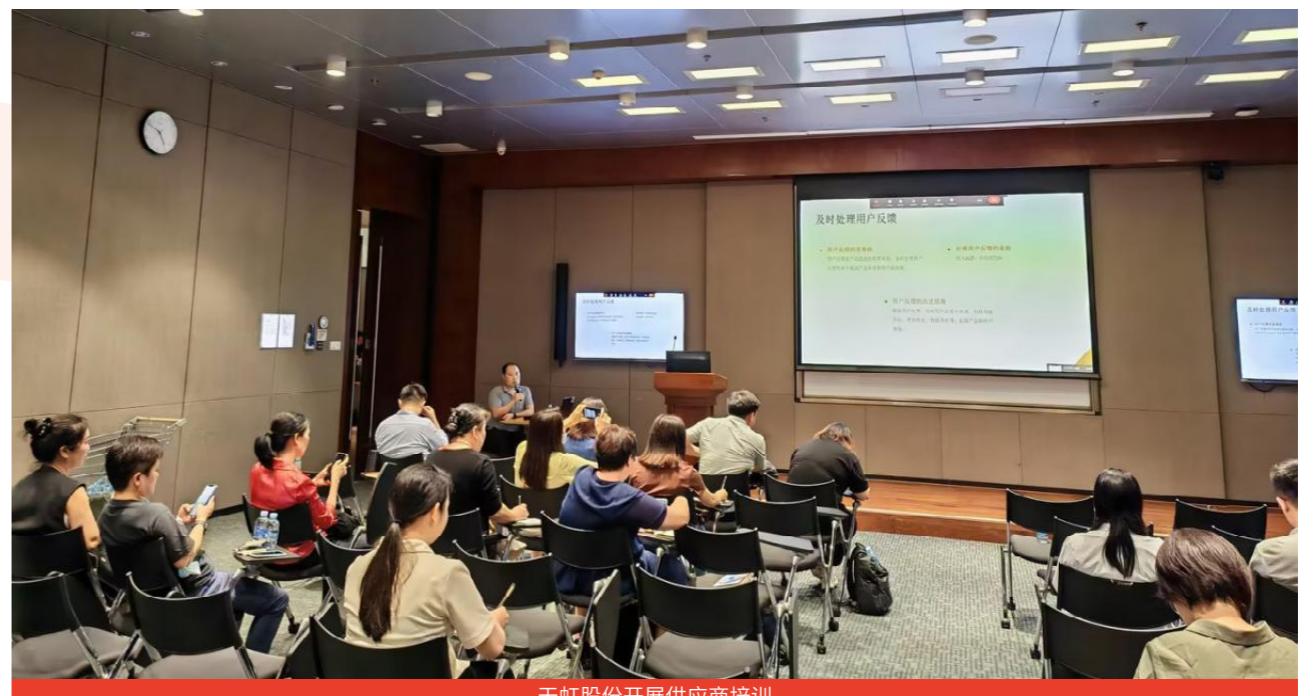
天虹股份供应商引进考量的 ESG 因素

探索推动战略合作

天虹股份 2024 年供应商管理绩效

指标	单位	2024 年数值
供应商培训次数	次	12
供应商培训时长	小时	18
供应商培训人次	人次	1,800

公司积极开展与供应商的会晤交流工作，组织供应商质量管理体系培训和宣导，分享行业知识与最佳实践，协助合作伙伴共同发展，并与行业头部供应商进行良好合作。



天虹股份开展供应商培训

案例·CASE 天虹股份设立动物福利 ESG 目标

2024 年 7 月，天虹股份宣布计划到 2030 年底前，将旗下 111 家超市销售的鸡蛋中 80% 转为非笼养鸡蛋，并在 2035 年或之前实现 100% 非笼养鸡蛋销售的动物福利 ESG 目标，践行责任采购和健康食物采购，推动公司供应链的可持续发展和动物福祉。



凝心聚力 携手逐梦征程

天虹股份始终坚持以人为本，保障员工的基本权益，不断完善员工激励机制，畅通人才晋升通道，倾听员工心声，给予员工关怀与关爱，组织丰富的员工活动，强化安全生产管理，为员工提供健康安全的工作环境，实现员工与企业共同成长。

天虹股份 2024 年亮点绩效

 员工培训总时长
17,604 小时

 员工培训总次数
2,453 次

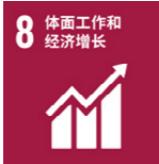
 员工培训参与人次
172,981 人次

 安全培训次数
2,317 次

 安全培训时长
462 小时

 安全培训人次
85,134 人次

 安全应急演练次数
3,744 次



肩负员工责任，共筑幸福港湾

天虹股份坚持合法雇佣，不断完善人才发展体系，全方位构筑人才发展平台，支持员工多元化发展，关怀关爱员工，帮助员工平衡工作和生活，提高员工工作积极性，实现企业与员工共同成长、共同进步。

保障员工权益

天虹股份秉持合法合规、多元平等的雇佣原则，严格遵循《中华人民共和国劳动法》《中华人民共和国劳动合同法》等相关法律法规，制定《劳动合同管理制度》等制度，不因宗教、性别、肤色等歧视员工，杜绝童工和强迫劳动，坚持男女同工同酬，公平对待所有员工，切实保障员工合法权益。

2024 年，公司劳动合同签约率 100%。

公司劳动合同签约率

100 %

天虹股份 2024 年特殊员工情况

指标	单位	2024 年数值
特殊员工群体	残疾人员工总数	人 37
	残疾人员工占总体员工的比重	% 0.3

天虹股份遵循公平公正和可持续发展原则，建立完善的薪酬福利体系，制定《薪酬福利制度》等内部制度，依法依规为每位员工缴纳“五险一金”，2024 年，公司社会保险缴纳率 100%。

公司畅通沟通渠道，健全沟通交流机制，不断拓宽职工表达建议及意见的渠道，通过打造员工“心声论坛”、开展座谈会、建立企业微信端意见建议平台等形式创新创优民主管理方式，鼓励员工建言献策、及时回复员工关切。

公司社会保险缴纳率

100 %

天虹股份 2024 年员工构成

指标	单位	2024 年数值
员工总人数	人	12,600
按性别划分的员工人数	男员工	人 4,729
	女员工	人 7,871
按年龄划分的员工人数	30 周岁及以下	人 2,613
	30-50 周岁	人 9,484
	50 周岁以上	人 503
按民族划分的员工人数	非少数民族员工	人 12,174
	少数民族员工	人 426
按层级划分的员工人数	高级管理层	人 9
	中层员工	人 442
	普通员工	人 12,149
按地区划分的员工人数	中国大陆员工	人 12,596
	海外及港澳台地区员工	人 4
按学历划分的员工人数	本科及以下	人 9,320
	本科	人 3,061
	硕士及以上	人 219



天虹股份 2024 年“新声代”青春对话主题活动

提供就业岗位数量

5,134 个

支出员工培训经费

804.8 万元

助力员工发展

天虹股份高度关注人才引进工作，将其作为战略发展的重中之重，不断优化人才引进机制，拓宽人才引进渠道，通过校园招聘、公开招聘等多种途径进行人才引进，形成良好的人才梯队结构，激发出更强的创新活力和发展动力。2024年，公司共计提供就业岗位数量5,134个。

公司重视人才培养，多措并举地加强员工队伍建设，不断完善人才培养管理制度，为员工创造丰富多样的学习环境，提高员工履职能力，打造高素质人才队伍，赋能员工多元化发展。2024年，公司共支出员工培训经费804.8万元。



天虹股份 2024 年员工培训绩效

指标	单位	2024 年数值
员工培训总时长	小时	17,604
员工培训总次数	次	2,453
员工培训参与人次	人次	146,447



新员工培训

新员工入职培训

梯队人才培训

新秀动力营

新青班

购物中心能力提升营

超市物流管干班

专题培养

物业经理特训营

招商基础营

设计师特训营

团购特训营

ESG 专项培训

天虹股份员工培训体系

案例·CASE 天虹股份开展招商特训营

2024 年，公司策划实施招商特训营，分为未来星和“小白”特训营两部分，全方位提升学员的综合能力，填补招商新人在必备知识学习方面的空白，招商特训营共完成 88 名新人的培训交付，实现天虹股份从标准化课程迭代为区域化课程的创新，优化内部人才培养机制，实现人才的可持续发展。



天虹股份招商特训营合影

案例·CASE 天虹股份参与劳动技能大赛

2024 年 11 月，天虹股份参与中航科创举办的“匠心笃行 勇攀高峰”首届劳动技能大赛，在电工项目、急救项目、6s 整顿项目、消防演练项目、消防作战服项目等多个项目中取得优异成绩，充分发挥先进模范的典型示范引领作用，推进高技能人才培养与基层队伍建设，提升团队协作能力与凝聚力。



天虹股份参与劳动技能大赛合影



公司持续拓宽员工职业发展通道，2024 年共有 330 名员工获晋升，其中资深及以上管理干部晋升 71 人。

晋升员工

330 名

其中资深及以上管理干部晋升

71 人

丰富员工生活

天虹股份举办形式多样、内容丰富的员工活动，全面增强公司凝聚力，提升员工对公司的归属感，让员工在工作之余感受生活的魅力，用积极、饱满、阳光的心态平衡工作与生活。2024年，公司共开展各类员工活动14次。

开展各类员工活动

14 次



重视员工关怀

天虹股份全面保障员工福利，给予员工充分关怀，注重提升员工生活质量，关爱女性员工，积极帮扶困难员工，慰问退伍军人等特殊员工，提升员工的认同感、归属感和幸福感。

公司注重保护女性员工权益，严格落实国家规定的“三期”政策要求，女性员工依法享有产假、哺乳假、定期妇检等权益，每年组织女性员工开展年度妇检和三八妇女节活动，为女性员工创造更加平等、包容、友爱的职场环境。



三八妇女节女员工关爱活动



特殊岗位员工慰问活动



退伍军人慰问活动

公司始终秉持着关爱每一位员工的理念，高度重视困难员工及弱势员工群体的帮扶工作，设立专项帮扶基金，缓解困难员工经济压力，定期慰问退伍军人和特殊岗位员工，持续优化福利体系，以实际行动向员工传递温暖与关爱。

强化安全意识，筑牢健康防线

天虹股份始终坚持“关注生命，安全至上”理念，严格遵守《中华人民共和国安全生产法》，持续完善职业健康安全管理体系与制度，规范落实员工安全生产工作标准，筑牢安全生产防线，加强职业健康与安全文化培训宣贯，严格防范各类事故发生。

守护员工安全

天虹股份安全生产工作目标指标

目标	指标
杜绝特别重大安全事故	公司级特别重大安全事故为零
杜绝火险电气事故	火险电气事故为零
预防事故的能力不断提高	安全事件数量持续下降
安全标准化水平不断提升	安全检查分数 B 值达到 90 分，挑战 A 值 95 分
安全教育全员普及	员工安全教育培训率达 100%
特种作业人员全部持证上岗	特种作业人员安全教育培训持证率达 100%
全面落实安全管理责任	安全管理责任书签约率 100%

安全管理体系

安全生产始终是天虹股份运营的重中之重。公司坚持贯彻国家有关安全生产的法律法规，制定《施工安全管理手册》《安全生产责任制管理》等内部制度，构建完善的安全管理制度体系，涵盖安全责任划分、操作规程、检查监督、应急预案等方面。

安全是公司事业发展的基石，公司建立由公司董事长、总经理、主管安全副总、有关部门和区域的主要负责人组成的安全管理团队，明确安全职责，提出建设“平安天虹”的安全工作目标，助力打造一流商业企业。

开展各类安全应急演练

3,744 次

安全应急预案

公司建立完善的安全应急救援机制，严格落实“1分钟现场响应、3分钟应急队伍到位、5分钟处置完毕”的应急管理目标，结合各项应急预案的应急处置内容，组织开展应急演练，提高公司应急处理能力。2024年，公司开展各类安全应急演练 3,744 次。

安全排查整治

公司坚持“预防为主，常抓不懈，分级管理，责任落实”的原则，制定《防损值班规范》《消防安全管理规定》《大型设施设备维护保养操作指引》等内部制度，确保安全生产责任层层分解，落实到每一个环节和工作岗位，定期开展隐患排查，登记《隐患排查台账表》并及时完成整改。2024年，公司未发生重大安全相关事故。

天虹股份 2024 年安全隐患排查情况

指标	单位	2024 年数值
安全隐患排查经费投入	万元	905.4
隐患排查项目数量	个	3,019
隐患排查整改率	%	100%

安全教育培训

公司持续推进安全文化建设，规范安全作业行为，实行四级安全培训形式，定期组织员工开展安全教育培训，增强员工的安全意识，增强员工的安全防护能力，有效防范各类安全生产事故发生。

天虹股份 2023 年 -2024 年安全培训绩效

指标	单位	2023 年数值	2024 年数值
安全培训次数	次	2,623	2,317
安全培训时长	小时	511	462
安全培训人次	人次	97,615	85,134

案例·CASE 天虹股份蝉联中航科创安全知识竞赛冠军

2024 年 11 月，天虹股份参与中航国际举办的“2024 年安全应急知识竞赛”，蝉联冠军。公司通过知识竞赛，加强员工安全生产知识科普，以赛促学，以赛促安，弘扬安全文化，推动天虹股份实现本质安全。



案例·CASE 天虹股份开展安全培训讲座

2023 年 6 月，天虹股份开展安全生产系列培训活动，通过“组织集中观看安全生产相关视频”“一把手讲安全”等形式，持续学习宣传习近平总书记关于安全生产的重要论述成果，增强员工安全防范能力，牢固树立安全红线意识，进一步巩固天虹股份安全生产的基石。



职业健康防护

公司高度关注员工职业健康与安全，依据《中华人民共和国职业病防治法》，制定修编《安全管理手册》，强化职业健康培训，普及职业健康知识，定期组织员工体检，举办心理健康讲座。

2024 年，公司通过 ISO 45001 职业健康管理体系认证，全年未出现职业健康责任事故。



责任担当

共享美好生活

天虹股份坚持将社会责任理念融入发展战略和业务经营中，秉持“与社区共成长”的理念，构建和谐共生的社区生态，积极参与公益事业，为社会发展贡献力量，同时立足主营业务，通过全球采购网络，融入“一带一路”建设发展，共建全球生活之美。

天虹股份 2024 年亮点绩效

 乡村振兴总投入
61.2 万元

 乡村振兴惠及人数
8,010 人

 对外捐赠总额
5.2 万元

 社会公益活动捐赠总额
12.26 万元

 社会公益活动参与总次数
200 次

1 无贫穷


2 零饥饿


8 体面工作和
经济增长


17 促进目标实现的
伙伴关系




融入社区建设，提升居民福祉



天虹股份将自身发展融入社区建设，致力于打造有温度、有活力、有归属感的社区生态，持续开展丰富多彩的社区文化活动，搭建居民交流互动平台，以实际行动提升居民福祉，营造和谐友爱的社区氛围。2024年，公司累积对外捐赠投入5.2万元。

累积对外捐赠投入
5.2 万元

案例·CASE 天虹股份打造“暖蜂驿站迎宾路服务点”

天虹股份旗下商场联合公明综合行政执法队及社区，打造“暖蜂驿站迎宾路服务点”，增设休闲座椅、户外遮阳伞、外卖员专属饮水区等设施，将城市治理与人文关怀相结合，为市民和户外工作者提供便利与温暖，促进社区的和谐发展，增强社区的凝聚力和归属感。



“暖蜂驿站迎宾路服务点”启动现场

案例·CASE 天虹股份设立“连锁商业零工驿站”

2024年12月，天虹股份在深圳市南山区设立首个连锁商业零工驿站，以区内所有天虹门店为试点，为灵活就业者提供求职咨询、岗位推荐、技能培训及政策指导等服务，结合小活儿线上平台，打造线上线下融合的商圈用工服务平台，确保岗位安全与权益保障，更好地服务灵活就业群体。



“连锁商业零工驿站”揭牌仪式合影

案例·CASE 天虹股份举办“中医养生文化节”



中医养生文化节活动现场

2024年12月，天虹股份旗下商场举办首届“中医养生文化节”，邀请权威中医专家为顾客提供免费的义诊服务，设置养生花茶试饮，开展大客户体验活动，进一步丰富和提升社区居民的健康生活品质，共建和谐健康的社区公共空间。

投身社会公益，协同铸造美好

天虹股份关注弱势群体，积极开展公益慈善活动，传递社会温暖，共建共享美好生活，积极开展志愿者服务活动，培养员工的社会责任感和公民意识，为社会公益事业注入更多活力。2024年，公司社会公益活动投入总额12.26万元，开展公益活动200余次。

社会公益活动投入总额

12.26 万元

开展公益活动

200+ 次

案例·CASE 天虹股份开展关爱孤独症公益行动

2024年4月，天虹股份旗下百家商场在全国的34个城市，利用场内场外大屏幕播放世界孤独症日宣传海报，通过科普展览、专家讲座、爱心义卖、公益宣传文艺晚会等形式，号召更多的商户、消费者和社会大众关注孤独症群体，提升全社会对孤独症儿童的关注度，加强地区儿童健康服务。



案例·CASE 天虹股份开展宠物公益“善粮计划”

天虹股份连续第三年开展宠物公益“善粮计划”，依托全国门店网络在商场内设立“善粮捐赠点”，联合多家宠物品牌及公益组织开展“以购代捐”活动，组织员工志愿者团队定期走访流浪动物救助站，提供物资支持并参与救助行动，通过实际行动回馈社会，营造更加友善、包容的社会环境。



案例·CASE 天虹股份“团费一月捐”活动

2024 年，天虹股份积极响应号召，组织开展“团费一月捐”活动，以“小额捐赠、人人参与”为理念，通过团员青年的自愿捐赠，用实际行动为公益事业贡献一份力量。此外，天虹股份旗下各门店在全国各地积极开展资助贫困学生、支援灾区重建、关爱弱势群体等公益项目，以实际行动诠释公益精神，传递企业的温暖和力量。



天虹股份支援灾区重建捐赠留影



天虹股份关爱弱势群体行动留影

发挥主营优势，共建“一带一路”

天虹股份积极响应国家“一带一路”倡议，将可持续发展理念融入国际化战略布局，聚焦于提升“一带一路”沿线国家优质产品的市场认知度和影响力，搭建全球三十余国及地区的采购网络，与马来西亚等多个国家和地区保持着紧密的合作关系，助力区域经济共同繁荣。

案例·CASE 天虹股份举行马来西亚猫山王鲜榴莲官方首发仪式

2024 年 8 月，天虹股份旗下超市品牌 sp@ce 成为国内马来西亚猫山王鲜果榴莲首发零售商超，官方首发仪式在北京新奥天虹隆重举行。天虹以马来西亚鲜榴莲为代表，推广马来西亚、泰国、越南、印尼等“一带一路”沿线国家的饮料、休闲零食等丰富优质商品，加强贸易往来，实现互利共赢。



马来西亚猫山王鲜榴莲官方首发仪式



附录一：指标索引表

目录	深圳交易所 《可持续发展报告（试行）》	国务院国资委《央企控股上市公司 ESG 专项报告参考指标体系》
关于本报告		
董事长致辞		
关于天虹股份		
责任管理		
年度专题： 乡村振兴，同绘富足新篇	第三十八条、第三十九条、 第四十一条、第四十二条	S4.4.2
科学治理，推动业态转型	规范治理机制，提升运营效率	G1.1.1、G1.2.2、G1.2.3、G3.2.1、 G3.2.2、G3.2.3
	强化党建引领，深化互融共促	第五十五条
	加速数字转型，拥抱数智未来	S4.4.1
	强化风险管理，筑牢合规防线	第五十六条
	加强信息披露，保障投资权益	第五十三条
低碳转型，坚持绿色发展	应对气候变化，增进气候韧性	第二十条、第二十一条、 第二十二条、第二十三条、 第二十四条、第二十五条、 E3.1.1、E3.1.3、E3.1.4、E3.1.5、 E3.1.6、E3.4.1、E5.3.1
	推动低碳运营，贡献绿色力量	第三十一条、第三十四条、 第三十五条、第三十六条、 第三十七条
	践行绿色活动，呵护美丽地球	E2.3.1、E3.1.1、E3.2.1、E3.2.2、 E5.1.1、E5.2.1、E5.2.2、E5.2.3、 E5.3.1、E5.4.2
质效升，激活发展引擎	夯实产品质量，品质成就未来	第四十七条
	优化运营模式，深耕产品创新	S2.1.2
	聚焦客户责任，提升服务品质	第四十七条、 第四十四条、第四十八条
	携手共同发展，共建品质供应	第四十五条

凝心聚力，携手逐梦征程	肩负员工责任，共筑幸福港湾	第四十九条、第五十条	S1.1.1、S1.1.2、S1.1.3、S1.2.1、 S1.2.3、S1.2.4、S1.3.1、S1.3.4、 S1.4.1、S1.4.2、S1.4.3、S1.5.1
强化安全意识，筑牢健康防线	第四十七条、第四十八条	S1.3.2、S1.3.3	
融入社区建设，提升居民福祉	第四十条	S4.3.1、S4.3.2	
低碳转型，坚持绿色发展	投身社会公益，协同铸造美好	第四十条	S4.3.1、S4.3.2
发挥主营优势，共建“一带一路”		S4.4.3	
绩效展示			
指标索引表			
读者意见表			

附录二：读者意见表

尊敬的读者：

感谢您阅读本报告。我们非常重视并期望聆听您对本报告的反馈意见。您的意见和建议，是我们持续提高企业 ESG 信息披露水平、推进企业 ESG 管理和实践的重要依据。我们欢迎并由衷感谢您提出宝贵意见！

您的信息	
姓名：	工作单位：
联系电话：	E-mail：

1. 您对我们履行 ESG 的总体评价是：

非常好 好 一般 较差 差

2. 您对本报告的总体评价是：

非常好 好 一般 较差 差

3. 您认为我们在利益相关方沟通方面做得如何？

非常好 好 一般 较差 差

4. 您认为我们在产品责任方面做得如何？

非常好 好 一般 较差 差

5. 您认为我们在环境、安全和职业健康方面做得如何？

非常好 好 一般 较差 差

6. 您认为我们在员工责任方面做得如何？

非常好 好 一般 较差 差

7. 您认为我们在 ESG 方面做得如何？

非常好 好 一般 较差 差

8. 您对我们履行 ESG 及本报告有何意见和建议？

注：请您在相应的“□”内打“√”