

华润万家（控股）有限公司

可持续发展报告 2024

向新而行
美好万家



目录 contents

| | |
|--|----|
| 报告导读 | 02 |
| 领导致辞 | 04 |
| 走进万家 | 06 |
| 责任专题一： 开启“4020”主题年， 为行业变革注入万家活力 | 12 |
| 责任专题二： 赋能“乡村好物”走出去， 谱写新时代乡村振兴新篇章 | 14 |
| 可持续发展管理 | 84 |
| 履责不止，共赴美好 | 90 |
| 附录 | 92 |

焕新至万家 向新而行铸就韧性生长 16

| | |
|--------|----|
| 党建引领发展 | 20 |
| 夯实治理根基 | 22 |
| 守法合规经营 | 24 |

诚意连万家 精诚合作缔结友好关系 50

| | |
|--------|----|
| 践行责任采购 | 54 |
| 促进交流合作 | 55 |
| 引领行业进步 | 58 |

服务悦万家 烟火人间品味美好生活 26

| | |
|--------|----|
| 赋能创新驱动 | 30 |
| 追求卓越品质 | 35 |
| 注重服务客户 | 38 |

绿色传万家 和合共生探索低碳生活 60

| | |
|----------|----|
| 加强绿色管理 | 64 |
| 践行“双碳”战略 | 65 |
| 强化资源利用 | 67 |
| 打造绿色链条 | 68 |
| 创建绿色家园 | 70 |

成长伴万家 凝聚共识广聚四方英才 40

| | |
|--------|----|
| 保障员工权益 | 44 |
| 培育人才沃土 | 45 |
| 营造幸福职场 | 48 |

幸福到万家 美美与共开启双向奔赴 72

| | |
|--------|----|
| 落实安全生产 | 76 |
| 助力香港发展 | 80 |
| 情暖社区邻里 | 82 |



报告导读

本报告是华润万家（控股）有限公司发布的第 13 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 2024 年度本公司开展的责任管理工作以及履行经济责任、员工责任、客户责任、环境责任、伙伴责任、公共责任等方面的亮点实践与成效。



◆ 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。

◆ 报告范围

统计数据时间范围为 2024 年 1 月 1 日至 2024 年 12 月 31 日。空间范围为华润万家总部、各大区，包含 2,200 家门店。

◆ 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”社会责任指标体系管理手册》《中国企业社会责任报告指南（CASS-CSR4.0）》《中国企业可持续发展报告指南（CASS-ESG6.0）之一般框架》《中国企业可持续发展报告指南（CASS-ESG6.0）之零售业》《中国企业可持续发展报告评级标准（2025）》《SDGs（联合国可持续发展目标）企业行动指南》及全球报告倡议组织《可持续发展报告指南（GRI Standards）》进行编制。

◆ 报告流程

本报告编写流程参考上述标准的要求，按照同业对标、问卷调查、利益相关方访谈、社会责任调研、信息收集、信息复核、报告写作、管理层审定、报告评级等步骤进行。

◆ 称谓说明

“华润（集团）有限公司”以“华润集团”“华润”“集团”等称谓表示；“华润万家（控股）有限公司”以“华润万家”“万家”“公司”“我们”等称谓表示。

◆ 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。

◆ 获取报告

本报告提供简体中文版本供读者参阅，并以电子文件的形式发布，可在公司官方网站获取。

◆ 反馈意见

华润万家公司办公室

地址：广东省深圳市罗湖区黄贝街道国家动漫画产业基地动漫大厦 27 层

电话：（0755）25685001

邮箱：crv_csr@crv.com.cn

官网：<https://www.crv.com.cn/>

领导致辞

“



徐健
华润万家（控股）有限公司董事长

2024年正值新中国成立75周年，处于实现“十四五”规划目标任务的关键节点。商务部也将2024年定为“消费促进年”，释放出全力激发消费活力、推动经济高质量发展的强烈信号。华润万家同样迎来了“4020”这一意义非凡的重要时刻。40年，是华润万家扎根零售行业、风雨兼程的奋斗岁月；20年，是Olé精品超市引领品质生活、蓬勃发展的成长历程。华润万家以高度的责任感与使命感积极答好“促消费、扩内需”这道“综合题”，为推动消费市场的繁荣、促进经济的健康发展贡献智慧与力量。

这一年，我们励精笃行，以稳健经营夯实发展根基。

华润万家以党建引领，构建起党组织与治理主体各司其职、各负其责、协调运转、制衡有效的公司治理机制，把党的政治优势、组织优势转化为公司的竞争优势、发展优势；紧密围绕集团战略布局，精准定位自身发展方向，全力推进改革深化提升行动，高质量完成“十四五”规划目标任务，为实现“十五五”良好开局打牢基础；构建严密的监督机制，对关键岗位、重点业务环节进行常态化监督检查，严肃查处违规违纪行为，坚决杜绝腐败现象滋生，营造风清气正的良好内部环境，为公司稳健运营保驾护航。

这一年，我们焕新而行，以创新求变点燃消费引擎。

在大力提振消费的宏观政策下，华润万家启动50家门店的焕新工程，在商品结构优化升级、购物环境改善及服务质量提升等多个核心维度上，均实现了

全面而深入的升级革新；正式发布精品超市业态品牌及自有品牌的双线升级计划，精品超市业态品牌Olé发布三条产品线，华润万家旗下自有品牌发布六条品牌线，为消费者提供了更多优质、便捷的消费选择；构建全链路产品解决方案和数据服务，实现数据驱动决策、降本增效，推出创新应用，如数据罗盘为零售企业数字化转型提供了有力支持；将“食品安全”视为消费安全底线，充分利用自身平台、资源优势，通过不断升级食品安全防控体系，严格把关准入标准，从源头到餐桌，保障消费者食品安全，增强消费者的购买信心。

这一年，我们向善偕行，以责任担当推进乡村全面振兴。

华润万家以勇毅担当的姿态践行使命，积极助力香港繁荣发展、着力搭建多元化人才培养体系、全力打造负责任供应链生态圈、引领零售行业创新变革、热忱投身公益事业，在时代重任下书写卓越篇章。华润万家连续两年举办名优特产进万家展销活动，并发布焕乡计划之“乡遇万物，共塑美好”乡村振兴名优特产进万家品牌，以渠道优势和品牌效应践行消费帮扶，为消费者带来多元美味与各地特色风土人情；“美好流动课堂”乡村美育公益项目跨越千山万水，顺利走过了西藏林芝、四川南江、江西广昌、江西井冈山、陕西临潼、天津东丽、福建清流七站，万家的志愿者们带着知识与爱心奔赴各地，为乡村孩子开启美育之窗。

这一年，我们逐绿前行，以绿色低碳赋能可持续未来。

华润万家将可持续发展视为企业长远发展的基石，从绿色建店、绿色运营、绿色活动等多个方面形成推动企业绿色发展的部署举措；借助“好孩子计划”在社区的影响力，在全国十城开展“好孩子爱社区”绿色课堂，超10,000人次参与和支持，成功触达社区居民超过400万人次；携手玛氏箭牌实施“绿色加玛社区新生”计划，238公斤废弃塑料再生设施落位全国十城13个社区口袋公园，实现社区绿色新生；旗下精品超市事业部在2024年推出“Green Anytime and Anywhere 绿色双A行动”，鼓励消费者随时随地采取环保行动；推动绿色低碳发展不断取得新成效，深圳湾睿印店低碳标杆超市实践案例入选《中央企业绿色低碳优秀实践案例集》。

过去四十载，华润万家栉风沐雨、勇毅前行，始终以“国家队”的担当，发挥中流砥柱之力，为经济社会发展贡献坚实力量。站在新征程的起点，华润万家使命在肩，将以提振消费为核心要务，紧握时代脉搏，以前瞻眼光推动业态转型突破，引领流通产业掀起革命性变革浪潮，重塑行业发展新格局，共绘美好生活绚丽长卷，续写零售传奇新篇章。

”

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，现在全国 100 个城市经营超 2,200 家门店，全国员工 50,000 多名，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。精品业态通过提供与众不同的商品与服务，营造快乐时尚的购物氛围，使消费者体验更广阔的生活方式。综合业态提供安全丰富、物有所值的商品，以生鲜、食品商品为优势品类，满足大众家庭消费群体一日三餐和居家生活品质需求。社区业态迎合节奏紧快、小户化趋势的高频刚需，为家庭一日三餐和日常提供补给，满足社区消费者时效性、便利性需求。

在江苏、安徽，苏果超市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，华润万家始终保持社会责任理念，通过打造“民生食安”“焕乡计划”“美好流动课堂”“绿动万家美好”“好孩子计划”“润莘圆梦”等项目，更好地与社会各界沟通，发挥创新想法，推动现有业务，积极投身公益事业，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

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

使命

引领消费升级
共创美好生活

愿景

成为消费者喜爱的多业态零售商

文化口号

连接每日生活 服务千家万户

价值观

诚实守信 业绩导向
以人为本 合作共赢

企业精神

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

组织氛围

真诚 团结 开放 进取

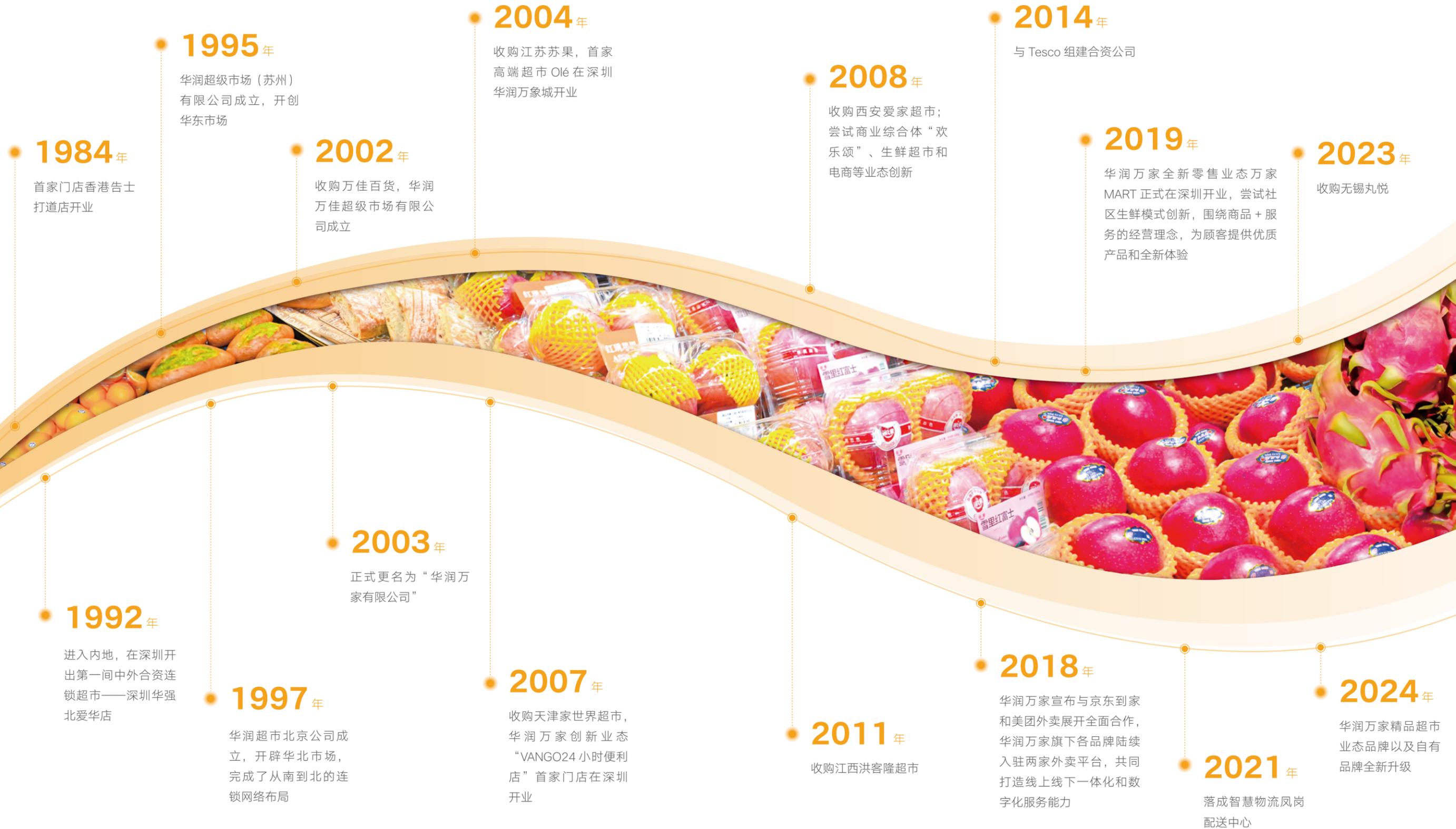
万家品牌汇

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 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。

万家旗下品牌



发展历程



数说 2024



营业收入

481 亿元



纳税总额

8.38 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

428.38 万元



研发投入

1.38 亿元



持有专利及专利申请数

14 个



客户投诉解决率

99.90%



经济合同履约率

100%



安全生产投入

1,469.83 万元



安全培训覆盖率

100%



捐赠支出

158.43 万元



开启“4020”主题年， 为行业变革注入万家活力

责任专题一

40年春华秋实，20年坚持守正。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”。在这特殊的年份里，华润万家以“4020”系列主题文化活动为脉络，串联起过往的奋斗征程、当下的创新变革与未来的宏伟蓝图，以身体力行致敬历史，以坚定初心砥砺前行，展现出深厚底蕴与蓬勃活力。

党建筑基，点亮“红色引擎”

党建是国有企业的根和魂，是高质量发展的引领和保障。华润万家发布“1+3”党建群团品牌树，优化“万家星火”党建总品牌，形成“星·使命”“星·青年”“星·连心”三个子品牌，首批认定10个党建群团子品牌，形成万家党建品牌体系。

华润万家坚持将党建工作与企业深度融合，7月18日举办“七一”主题党日，通过理论学习、红色参观、知识竞赛、表彰先进、主题党（团）课等形式，深入学习党的精神，明确使命担当，以高质量党建引领保障万家高质量发展。



品牌宣传，绘制“魅力名片”

华润万家在岁月的长河中，沉淀了优秀的品牌文化。2024年12月29日，华润万家成立40周年暨Olé精品超市成立20周年庆典之精品超市业态品牌及自有品牌升级发布会在深圳隆重召开。发布会上，华润万家推出全新品牌矩阵，涵盖精品超市业态品牌Olé三条产品线及自有品牌六条品牌线。此次品牌发布与业态调整，正是华润万家勇担“扩内需，促消费”重任的体现，也是万家打造“双核一力”、推进高质量发展的新开始。



协同共赢，奏响“合作乐章”

前行路上有艰辛的付出和不懈的努力，也有合作伙伴的携手奋斗，华润万家伙伴队伍逐渐壮大。10月28日至31日，华润万家与纳爱斯、广州立白、中粮国际、雀巢、太太乐、蓝月亮、家化、正大、鲁花、联合利华、益海嘉里、福建恒安、中粮福临门13家优秀品牌在深圳签订战略合作协议，围绕“增长”和“突破”，从消费者需求出发，让人们在日常消费购物的点滴之中尽享美好，让企业保持永续发展的活力，实现多方共赢。



员工关怀，编织“温暖纽带”

几十万伙伴携手，几十年并肩奋斗，华润万家始终坚持“以人为本”的理念，在“员工周”期间，开展“万家40载 因你而精彩”系列活动，让每位万家人深深感到被关爱、被珍视的美好；积极组织书画摄影比赛、红歌赛、员工篮球大赛等丰富多样的文体活动，同时开展“万家食光 味你而来”食堂美食月/周活动，让员工在大家庭中找到归属感，收获满满的幸福感。



组织赋能，激活“创新密码”

在企业发展的关键节点，华润万家通过评优先与技能竞赛等活动，激发员工的积极性与创造力。公司召开2024年CNY优秀业绩表彰会，共设置个人奖项、门店奖项、专项奖项和大区奖项等11个奖项，表彰54个集体及个人，营造比学赶超的良好组织氛围；开展“强技能·优服务·创未来”华润万家2024年“工匠之星”员工技能大赛，全国共1,500多名万家工匠参与，共诞生了19名冠军、19名亚军及19名季军。



新征程，新希望。未来，华润万家将充分发挥“国家队”中流砥柱作用，肩负提振消费的重要使命，以业态转型突破推动流通产业的革命性变革，积极履行社会责任，放大企业社会价值，携手各方力量共绘美好生活画卷。

赋能“乡村好物”走出去， 谱写新时代乡村振兴新篇章

责任专题二

“实施乡村振兴战略，是以习近平同志为核心的党中央着眼党和国家事业全局作出的重大决策，是新时代新征程‘三农’工作的总抓手。”

——《乡村全面振兴规划（2024—2027年）》



乡遇万物，共塑美好

党的十八大以来，中央一号文件连续13年聚焦“三农”工作。作为有担当、负责任的央企，华润万家在持续践行乡村振兴的过程中，深感企业责任和使命，“焕乡计划”利用自身优势形成的特色化创新模式正是深化落实社会责任的缩影，开创了一条独具万家特色，融合企业、农民和消费者利益的乡村振兴之路。2024年，华润万家采购原国贫县及原中央苏区农产品6.71亿元，销售额达到8.03亿元。其中，采购华润集团对口支援县广昌、海原及清流农产品近2,000万元，华润希望小镇所在区县农产品近5,000万元。

在乡村振兴的时代浪潮下，华润万家积极践行企业担当，以实际行动谱写乡村振兴新篇章。2024年，华润万家联合二十省政府开展4020“乡遇万物，共塑美好”乡村振兴名优特产进万家展销活动，并正式发布“乡遇万物，共塑美好”乡村振兴名优特产进万家的活动品牌。活动特别设在华润万家首家环保低碳概念绿色门店Olé精品超市（深圳湾睿印RAIL IN店），是进一步拓宽名优特产走进万家综合超市以及精品超市进行展销，打造一条具有完整链条的万家帮扶之路的有力举措，此举链接了更多元、更全面的市场环境与客户两端，以万家好物回馈广大消费者，以产业振兴助力乡村振兴。



▲华润万家焕乡计划之“乡遇万物，共塑美好”乡村振兴名优特产进万家品牌正式发布



▲华润万家“焕乡计划”项目入选2024美丽中国建设实践典型案例

一村一品，品尝百味

“万家焕乡计划”2.0，通过“一村一品”经营模式，引入广昌蜜桔、清流豆腐皮、百色芒果等多地特色商品，通过挖掘当地特色，最大限度地发挥本地资源优势、持续激发该地区的内生动力，为国家乡村振兴贡献了万家力量；华润万家旗下自有品牌“润家”，以提供健康地道的中国味为出发点，专注于寻找、挖掘在地美食。于一乡寻一味，从田间到餐桌，润家品牌承载着乡村振兴的使命，通过深入挖掘各地特色农产品资源，秉承严格的采购标准，将优质农产品打造成为自有品牌产品系列。



万家焕乡，助农前行

2023年8月和2024年5月，华润万家分别在新疆喀什、广东茂名的生产基地进行实地走播，喀什直播在5天时间收获曝光500万，观看总人次120万。2024年5月，万家联合中国邮政开启专场前往广东粤西地区开启直播带货，让消费者更好、更快、触手可及优质农产品。



▲华润万家开启实地直播

小镇帮扶，筑梦振兴

在湖南韶山，华润万家结对帮扶的韶山华润希望小镇，2024年再捐赠10万元用于基础设施提升，擦亮小镇这张“红色名片”。2024年韶山特产在长沙、深圳的万家门店销售近百万元。2024年3月，韶山华润希望小镇被评为韶山乡2023年度“先进集体”。

在集团定点帮扶和对口支援县广昌县、海原县分别认证了3家华润万家生鲜农产品基地，包括广昌县白莲种植基地、广昌县蜜桔种植基地、海原县牛肉养殖基地，进一步提升基地建设标准化、规范化、规模化，并授牌为“万家焕乡基地”，不断强化万家基地建设，紧密产销关系。2024年在自有品牌方面总计经营广昌、海原产品21个SKU。



▲华润万家结对帮扶韶山华润希望小镇捐赠仪式

百家基地，赋能升级

华润万家积极推进“百家基地建设”，优选当地优质特色且成规模种植或生产的产品，开展基地认证，提升基地标准化；不断提升帮扶地区农产品生产基地规范化和标准化，深化农超对接，不断扩大当地产业规模。2024年全国帮扶县“农产品基地建设”已开发62家，其中优选13家授牌为“万家焕乡基地”。



▲大理七彩串收番茄果蔬种植认证基地



▲蒙自蓝莓认证基地



▲盘龙芸岭蔬菜基地

以美育人，助学关爱

华润万家积极倡导并推动乡村美育事业的发展，启动“美好流动课堂”乡村美育公益项目，通过标准化乡村美育援助体系，为乡村学校提供美术教室修建、定期开展支教活动、捐赠美术教学物资、开发线上美术课程、培训乡村美术教师等援助，为更多乡村孩子带来接受美育教育的机会。截至2024年底，项目已在全国多地捐建了23间乡村学校美术教室，筹得善款超330万元，受益学生超6,000人。

2024年，华润万家“美好流动课堂”再次启程，共在西藏林芝、四川南江、江西广昌、天津东丽、陕西临潼、江西井冈山、福建清流开展7场活动。



在西藏林芝，向墨脱县完全小学捐赠一批美术教育物资，美术老师以墨脱县的自然风光为创作灵感，引导孩子们展开了一场“我爱我的家乡”为主题的美术创意之旅



在江西广昌，向第六小学捐建了美术教室、美育课程及画材，孩子们用粘土制作出一盘盘美味的家乡菜，用画笔描绘出家乡的自然景色，把闲置的空瓶变成精美的艺术品，将对家乡和大自然的美好情感融入到作品中



在四川南江，为龙池学校捐建美术教室，捐赠美育课程及画材，设计党建主题的美育课程，让孩子们通过趣味魔术画、DIY艺术装置、户外写生等方式重温红色经典、了解红色文化



在天津东丽，开展了为期两天的美术教学活动，孩子们在美术老师的悉心指导下，不仅学习了美术基础知识，还通过实践创作了一幅幅充满想象力的画卷



在陕西临潼，美术老师以“建国75周年”结合“我的家乡”为主题设计美育课程，让孩子们能够通过美术鉴赏、手工DIY及创意彩绘的方式开拓艺术审美，引导其发现家乡美好，领会家乡非遗文化



在江西井冈山，为罗浮学校装修一间美术教室，并为全校学生采购丰富多样的优质画材及线上课程，活动以“赓续井冈山精神”为主题，带领孩子们学习美术基本技法、素描、水彩画以及脸谱、剪纸等



在福建清流，通过非遗传承手作、非常规画材创作与趣味艺术共创的形式，为林畲中心小学的学生们呈现了具有文化底蕴、生动有趣的课堂



在“焕乡计划”的推动下，一个个乡村焕发出了新的生机与活力。未来，万家将持续投身乡村振兴工作，进一步践行产业帮扶，携手各方力量，构建可持续发展的乡村振兴发展新格局，将田园农产品的美好交付给更多人。

01 焕新至万家

向新而行铸就韧性生长

在时代浪潮奔涌向前之际，华润万家紧跟国家战略步伐，将党建作为发展的红色引擎，不断提高政治站位；围绕中国特色国有企业现代公司治理要求，推动治理、改革、风控、合规等工作在制度化、规范化、高效化轨道上稳步前行，持续释放治理效能，在建设世界一流企业的道路上砥砺前行，为满足人民美好生活需要、服务国家发展大局贡献坚实力量。

| | |
|--------|----|
| 党建引领发展 | 20 |
| 夯实治理根基 | 22 |
| 守法合规经营 | 24 |

华润万家与 SDGs:





党建引领发展

把稳政治方向

华润万家明确“讲政治、强基础、谋新招、促发展、启新程”的党建工作思路，持续发挥党委把关定向作用，深化党的领导融入公司治理，进一步厘清党委、董事会、经理层的权责界限；督促指导新成立二级单位建立“三重一大”决策制度、权责运行手册、议事规则等治理制度体系并组织开展“三重一大”决策制度宣贯，严格把关重大经营管理事项的审议流程。

深化理论学习

华润万家落实党委会“第一议题”制度，形成“传达学习、贯彻落实、督办推动和跟踪问效”的闭环管理，全年学习 12 次；规范落实中心组学习制度，全年共开展中心组学习 12 次；围绕“四个方面”研究制定学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想主题教育成果的重点清单，涵盖 16 条具体举措，持续推动主题教育常态化、长效化；研究制定进一步强化传承红色基因专项工作方案和“五个一”薪火行动工作清单 34 项具体工作，推动传承红色基因在万家贯穿落地。

案例：学习延安精神，赓续红色血脉



2024 年 8 月 11 日，华西六营组织新员工前往延安开展红色教育活动。大家首先参观了延安华润希望小镇，感受老区在乡村振兴下的新貌，领悟革命精神的传承，接着前往杨家岭革命旧址，通过参观历史遗迹体会先辈奋斗精神。其间，老红军李海安也分享了自身故事，再一次加深了新员工对革命历史的理解。此次延安红色教育活动，不仅让新员工们对革命历史有了更深刻的理解，更在他们心中种下了红色的种子，树立了正确的价值观和人生观。



▲ 华润万家开展“传承红色基因，做万家新时代好青年”主题课程



▲ 华润万家开展“七一”主题党日

夯实组织根基

华润万家着力优化干部队伍素质和结构，推进高素质干部队伍建设，完成“96411”组织调整，选优配强大区/事业部、总部业务中心/职能部门管理团队 54 人；规范完成 64 名党员的发展工作和档案排查，组织开展青马班、星火班等“三支队伍”培训约 10 场次；开展“异地违规入党”、流动党员“应转未转”、党费账户、党组织规范性等排查及整改，提升工作质量；落实央企干部研学班，覆盖华润万家直管党员干部及基层支部书记、副书记，组织开展 3 期学习班，共 187 名学员参加，结业率 100%。

共促融合发展

华润万家根据业务特点和业态调整实际，进一步推进优化万家门店端的党建工作，在综合业态开展“万家星辰”星级门店评选，在精品业态开展“五心筑梦”党建活动，在社区业态试点开展“温暖小屋”建设，同时结合万家门店靠近社区，贴近基层的特点，在社区、街道、企事业单位开展“万家驿站”活动，进一步提升党业融合成效。



▲ 华南大区江北店万家驿站

激发群团活力

华润万家规范完成团委换届，配齐配优团委班子成员，完成“4+1”二级单位团组织建设；持续推进“青”字号特色品牌建设，开展“万家先锋”团建品牌建设，积极发挥青年先锋队作用，树立“青年文明号”榜样，持续深化青年创新创效活动；开展“以新岁启新程·以奋斗焕新生”五四主题活动，积极引导万家广大青年展作为、做贡献、创价值。

夯实治理根基



完善治理体系

华润万家建立健全公司治理制度体系，根据公司章程，修订总经理办公会议事规则，跟进修订权责运行手册以及相关事项清单，进一步厘清党委和董事会、经理层等治理主体的权责边界，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。2024年，公司共组织召开27次党委会及党委（扩大）会、14次总经理办公会、3次董事会，共审议决策事项236项。

2024年
公司共组织召开董事会
3次
共审议决策事项
236项

优化制度规范

华润万家持续推动各单位按照“一个万家”管理要求，及时做好制度体系“立改废释”，2024年共完成86项制度优化。其中，对标集团制度优化情况，总部职能部门完成15项制度优化；根据华润万家业务转型需要，总部职能部门共进行68项制度优化，覆盖公司营运、资金、招投标、商品采购、线上业务、EHSQ、人力资源、物流运营、法律合规等10余类业务领域及关键环节；根据集团关于完善落实中央八项规定精神相关制度的要求，总部职能部门完成了3项制度优化。



2024年
共完成制度优化

86项



加强廉政建设



规范权力监督

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；强化在商言政、乡村振兴、香港业务、改革深化及“十四五”战略目标任务、巡视巡察任务整改的跟进监督、精准监督；定期召开“大监督”工作会议，梳理更新关键领域和关键环节廉洁风险项，“大监督”质效显著提升。



加大惩治力度

深化靠企吃企、基层“微腐败”专项整治，对以权谋私、损公肥私及滥用职权的人员严肃追责问责；持续做实“后半篇文章”，用好用足纪检建议书，对暴露出的问题深挖根源、完善制度、堵塞漏洞；充分运用监督执纪“四种形态”和“三个区分开来”，实现政治效果、纪法效果和社会效果有机统一。



打造廉洁文化

持续巩固“总部-大区-门店”三级廉洁文化宣传矩阵，深入开展廉洁教育下基层活动116场次，参与教育活动达12.5万余人次；丰富廉洁举措，对76名新任职经理人开展集体廉洁谈话，对33名年轻干部及174名新入职员工开展廉洁从业培训；结合查处典型案例拍摄警示教育片1部，编制下发“一把手”违纪违法案件警示录24份，提高警示教育针对性、有效性。



▲ 华润万家开展巡察工作领导小组会议



▲ 华润万家开展新任职直管经理人集体廉洁谈话

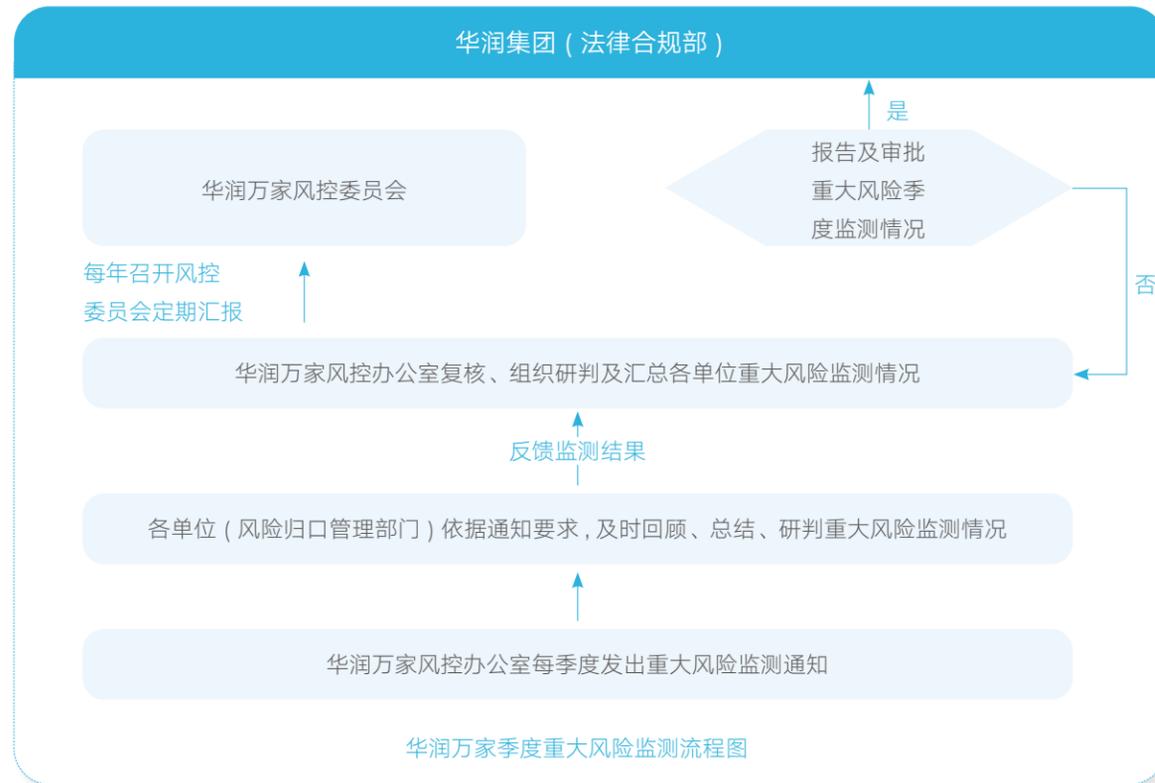
守法合规经营

坚持合规管理

华润万家制定《华润万家合规管理办法》《华润万家依法治企、风控与合规管理委员会工作规则》，建立健全合规管理与法务管理、内部控制、风险管理协同运作机制，成立“华润万家依法治企、风控与合规管理委员会”，加强统筹协调，提高管理效能，切实提升依法合规经营管理能力，有力保障公司深化改革与高质量发展。

全面风险管控

华润万家制定《华润万家风险管理制度》，按职责分工将风险管理职责落实到具体岗位，在日常工作中及时识别、分析经营管理中所面临的各项风险，如发生重大风险事件，各单位将按照《华润（集团）有限公司重大经营风险事件报告管理办法》规定，及时报送至依法治企、风控与合规管理委员会办公室；根据集团关于加强重大经营风险季度监测工作的要求，每季度从风险评估结果出发，组织各风险归口管理部门对风险监测指标进行风险分析、风险应对情况回顾和下季度风险应对管控策略制定，形成风险管理闭环，确保风险“看得起”“管得住”。



强化内控建设

华润万家制定《华润万家内部控制管理制度》，将内控管理与企业经营管理紧密结合，把内控管理各项要求融入企业管理和业务流程中，构建起内部控制的三道防线。

1

第一道防线

以二级单位和总部职能部门为第一道防线，根据企业的战略目标制定具体的业务目标，设计和执行相应的业务流程，并设置 720 名业务一线的兼职风控员。

2

第二道防线

以依法治企、风控与合规管理委员会办公室为第二道防线，建立内控管理相关的规章制度，根据各部门职责确认流程归口管理部门，组织第一道防线定期开展内控评价活动。

3

第三道防线

以审计、纪委、巡察等独立监督检查部门为第三道防线，对企业的内部控制体系进行全面、客观的审计和评价。

加强审计整改

华润万家认真贯彻落实习近平总书记关于审计整改的重要讲话精神和重要指示批示，切实提高站位，加强审计结果运用与整改的领导与督导，发布执行《华润万家审计整改管理办法》，以制度为抓手强化审计整改工作机制，以高质量整改助推高质量发展。

02 服务悦万家

烟火人间品味美好生活

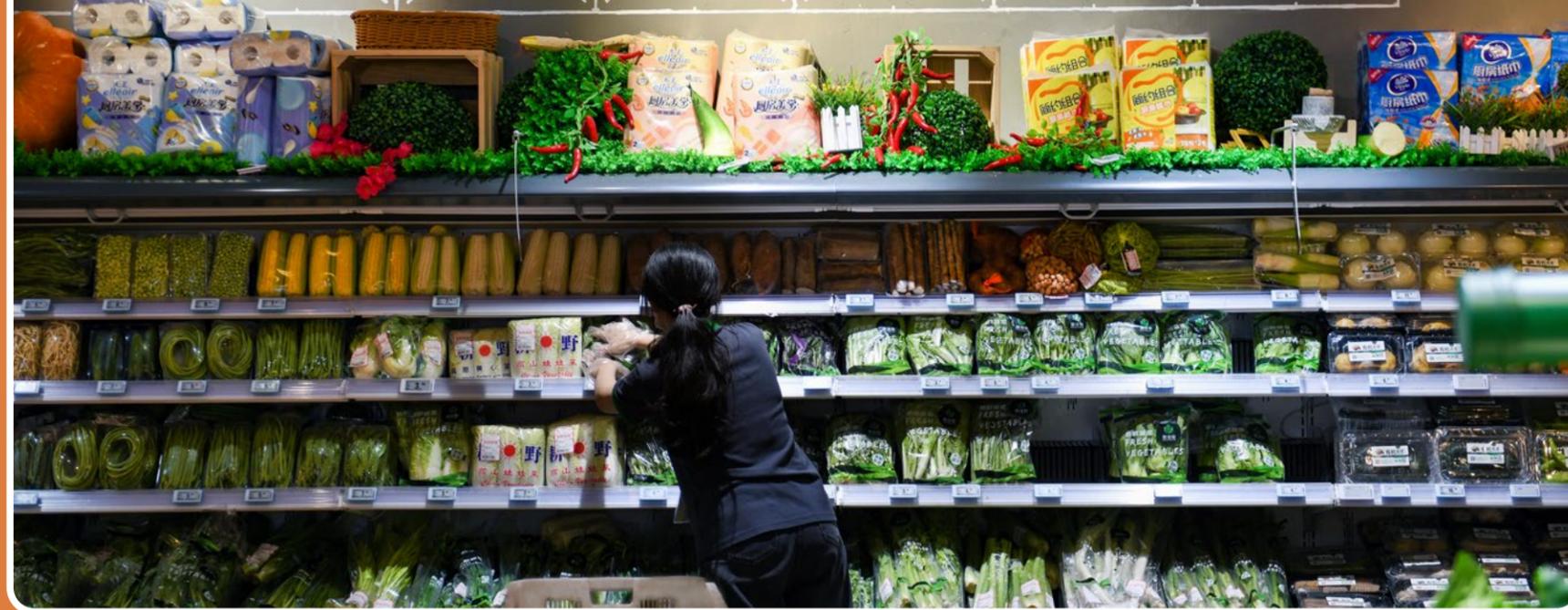
中央经济工作会议强调 2025 年首要目标就是“大力提振消费”。华润万家肩负提振消费的重要使命，聚焦“调改”策略，以业态转型突破推动流通产业的革命性变革，持续引进更优更好的品质好物，打造更加优质的购物环境和服务理念，以创新驱动责任升级，以共治共享诠释央企担当，为消费者带来更新鲜实惠、更具三餐四季烟火气息的消费体验。

| | |
|--------|----|
| 赋能创新驱动 | 30 |
| 追求卓越品质 | 35 |
| 注重服务客户 | 38 |

华润万家与 SDGs:



měi hǎo shēng huó zài wàn jiā
美好生活在万家



赋能创新驱动



业态品牌新启航

品牌焕新发布

在大力提振消费的宏观政策下，华润万家正式发布精品超市业态品牌以及自有品牌。为了满足更精细化的消费场景及需求，Olé 品牌正式发布“Olé Lifestyle”“Olé Food Hall”“Olé Supermarket”三条产品线，多维角度诠释和服务更多细分人群的生活，让 Olé 成为一种共同语言和生活方式理念；自有品牌正式发布六条品牌线，分别为“家选”“润家”“简约组合”“Olé Everyday”“Olé Original”“Olé Leading”，秉承优选、优质、优价的“三优准则”，构建起全新的万家自有品牌矩阵，支持消费者的心选生活。



▲ 华润万家精品超市业态品牌以及自有品牌正式升级发布

启动门店调改

2024 年 12 月 31 日，华润万家全面启动门店升级改造，位于西安、天津、南京、上海、广州、深圳、沈阳、南昌等 11 座城市的 50 家门店同时升级焕新开业。本次门店升级，根据每个城市的消费市场特性，进行针对性业态调整，包括商品、价格、营销、服务等内容进行转型升级，保障更适合本地消费者的购物需求和体验。

在商品结构方面

依托深入的市场调研和消费者反馈，对门店的商品种类进行重新筛选和调整，增加热门品类和网红商品，满足消费者对潮流商品的需求；减少销量不佳的商品，提高了商品的动销率。

在环境改善方面

对门店进行了全面装修升级，采用更加时尚、舒适的设计风格，优化店内布局和陈列，使消费者在购物过程中更加便捷和舒适。

在服务提升方面

推出了一系列会员专属服务，如积分兑换、专属优惠等，增强了消费者的粘性和忠诚度。



“第一眼的感觉就是比以前更透明亮了，而且色彩分明、整齐划一，让人有一种想走进去看看的欲望，给人感觉华润万家变得更好逛了。”

——深圳市民陈先生

业务模式新升级

APP 改版升级，提升线上体验

为推动线上业务高质量发展，提升用户体验并丰富功能与服务，华润万家持续推动 APP 产品体验改善和优化，原“万家 APP”焕新改版为“华润万家 APP”，重构后华润万家 APP 运行效率指标提升，购物链路耗时小于 10 秒，用户交互效率超过行业均值，整体性能提升达到行业最优水平；同时完成拣货平台重构，拣货 APP 整体操作效率提升 57%。



▲ 改版后华润万家 APP 首页示意图



▲ 改版后线上拣货 APP 示意图

“全员带货”，创新推广模式

华润万家实施自有渠道“全员带货”项目，旨在让超市的优质商品通过线上推广的形式进入千家万户，实现除自身企业员工外，社会人员也能参与其中，提升个人收益又能造福社会，同时搭建供应商后台让合作伙伴深度参与营销，投入优质资源，扩展内循环，通过自媒体传播“真好品”，引导消费者正确的消费观及商品认知。2024 年，实现销售净额 1.56 亿元，销售额逐月环比增长；分销员规模达 8.4 万人，其中非公司员工 3 万人，平均月活率 32.8%。



▲ 全员带货分销员注册指引



▲ 全员带货分销员注册激励活动

抖音引流到店，开拓售卡渠道

华润万家顺应“短视频+直播”潮流，推进抖音引流到店创新业务，作为售卡新渠道效果突显，为线下生意带来客流；鼓励员工将个人抖音账号绑定为官方职人，获得所在门店带货权限，通过短视频、直播或线下推广方式成交后可获取 1% 佣金，实现个人收益与门店客流提升双赢。2024 年累计绑定 1.2 万人，生产带货短视频 15 万条，职人直播 1.4 万场，贡献 1.5 亿元核销金额。



▲ 抖音到店门店直播现场



开拓零售渠道，拓展业务边界

华润万家新增 2 个合作渠道，拓展线上业务的增长瓶颈，通过多平台、多场景触达不同消费者，2024 年 6 月和 8 月先后签约入驻抖音小时达和淘宝小时达平台，新渠道的接入让万家能通过更多平台、更多场景触达不同消费者，满足消费者的购物需求。2024 年抖音小时达实现销售净额增量 3,031 万元；淘宝小时达自上线以来累计去券销售净额 299 万元，截至 12 月底，销售、客流均保持环比增长 34%，累计曝光人数 93 万人次。

数字转型新发展

华润万家全力推进数字化转型，通过条码规范及 IT 技术支持，杜绝过期食品售卖的可能，与深圳市市场监管局及深圳标准基数研究院共同制定采用 GS1 国际码制，同步开发 RF 枪、智能 POS 关于新型商品条码的识别功能，成为首家使用含有效期信息的新型商品条码的零售商；自助秤结合 AI 算法，取消人工打 PLU 码，通过图片识别算法及自学习引擎，为顾客推荐打秤商品，提升称重效率。



▲ 电子价签

▲ AI 电子秤

知识产权新成效

持有专利
及专利申请数

14 个

已登记软件
著作权数

56 件

(含年内新增登记 16 件)

华润万家制定《华润万家知识产权管理办法》，持续做好商标、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数 14 个，已登记软件著作权数 56 件（含年内新增登记 16 件），新增有效注册商标 38 件，形成覆盖核心技术的知识产权组合；建立商标动态监测机制，重点推进“华润万家”“苏果”“Olé”“乐购”商标专项维权行动，年度处理侵权案件 40 余起，持续肃清市场；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和自有品牌包装设计审核等措施，降低知识产权侵权风险。

追求卓越品质

抓好质量源头管控

华润万家坚持为客户提供优质、安全的商品，发布《华润万家商品抽检操作指引》，修订《华润万家质量问题商品撤架与复架操作规范》《华润万家门店食品安全审核条款》等管理制度，围绕“精总部、实大区、强门店”策略，对三级 EHS 工作界面进行优化，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，获取商品合格证照，确保供应商诚实可信，所供产品质量安全。

2024 年评审抽检小档案

- 完成全国性商品供应商评审 165 家
- 开展果蔬商品农残检测，检测约 143 万批次，检出率 0.22%
- 推广生鲜二维码溯源项目，已覆盖 125 家门店、1,581 个 SKU



▲ 组织开展农残检测培训交流

筑牢质量过程防线

华润万家严格按照物流质量管控体系，对所有配送商品集中验收、集中分拣、集中配送，确保到店商品的质量安全；联合第三方专业机构对 DC 检测室的总体规划、操作合规、设备设施、门店展示等进行专项巡检，持续提升生鲜商品检验检测能力；组织开展检测人员专题培训，重点围绕国抽变化及风险关注点、快检操作及注意事项等方面，持续提升检测人员的检测水平。



▲ 生鲜农残检测人员检测商品

夯实质量现场管理

开展专项活动，强化质量管控

依据国家和集团要求，编制下发“3·15”、质量月、节令期间及夏季食品安全防范等专项管控活动方案，组织开展商品质量安全专项排查整治与供应商现场突击检查，强化商品质量安全把控。

组织监督检查，严控质量风险

开展质量安全监督巡检，强化重点环节/区域/商品的质量安全管控，有效防范化解质量安全风险隐患；结合国抽、政府抽检、舆情及客诉等情况，完成全国性商品抽检 974 批次，强化门店在售商品质量安全风险控制。



优化应急预案，提升处置能力

宣贯《华润万家食品安全事件综合应急预案》，定期组织开展食品安全应急演练；根据质量异常事件，年度发布 12 期质量风险提示并制定风险防范措施，强化全员食品安全应急处置能力和风险管控能力。

推进数字建设，提升管理效能

强化“政府抽检商品信息收集系统”应用，提高数据收集的准确性、时效性和效率性；推广“商品新型条码管理系统建设项目”至华南大区 74 家店和精品超市事业部 121 家店，有效拦截电子秤称重/黄标出清/削价等商品过期问题，有效提升食品安全水平和运营效率。

落实产品召回撤回

华润万家修订《华润万家质量问题商品撤架与复架操作规范》《关于预防生鲜熟食区及员工食堂食物中毒的工作要求》《关于防范“食品发霉”事件的工作要求》，规范质量问题商品的处理方法和流程，防止质量问题商品流入市场销售，并要求各单位认真排查整改，防范化解风险隐患；针对质量事件开展门店、供应商调查分析，并跟进后续整改，不断增强处置质量事件的应对能力。



▲ “你点他检”活动



▲ 2024 年华润万家“质量月”活动宣传海报

加强商品质量宣导

华润万家积极开展质量宣导活动，围绕国家法律法规、万家质量制度、节令期间商品质量安全等方面，组织质量管理人员、供应商开展质量专题培训及体验活动，积极培育质量文化；走进社区向顾客宣传质量安全知识，讲解生鲜农残检测过程，并邀请媒体/顾客代表参观生鲜基地、供应商生产线等，构建安全放心消费环境，展示企业良好的社会形象；积极参与国家级质量成果竞赛、中央企业全面质量管理知识竞赛、QC 奖项申报等活动，相继获得各级政府部门颁发的各类荣誉 100 余个。



▲ 带领消费者走基地、访物流、观检测



注重服务客户

保障客户权益

负责任营销

华润万家更新《华润万家新媒体管理办法》，要求官方媒体发布宣传内容需严格遵循三审三校制度，坚决不触碰敏感话题，并考虑品牌与热点事件的契合度，严格辨别是否牵涉敏感话题；账号运营严把政治关、法律关、政策关、保密关、口径关、文字关，确保发布信息准确和及时，如运营人员对内容无法判断是否可以公开对外发布（特别是国家突发公共事件、国家公祭日等时间节点），须提前通过邮件、公文等相关报送系统交由总部审核确认后，方可发布。

会员管理

华润万家以会员为核心，通过个性化服务、便捷流程、丰富权益和良好互动等形式，全方位打造极致服务体验。2024 年，Olé 积极探索付费会员模型的创新实践，试点推行“双轨制 + 精准服务”模式，致力于实现用户价值的深度运营；结合差异化的会员权益体系与个性化的服务策略，推出“付费会员 8 大权益 + 5 项服务”，为会员带来了实实在在的价值，还吸引了大量用户升级为付费会员，实现消费者与公司的双赢。

洞察消费需求

华润万家始终秉持以消费者为中心的理念，深入了解消费者在节庆期间的核心需求，输出《中秋国庆选品及营销趋势调研》《2025 年春节外部趋势报告》，赋能相关业务部门从消费者需求出发落地业务动作；面对港人北上消费新趋势，开展港客到内地消费场景及需求研究，为相关业务措施提供响应方向；在门店焕新工作推进前，积极开展消费者调研，了解消费者对于门店环境及商品等需求的变化点，致力于为消费者打造更加舒适、便捷且符合期待的购物空间。



华润万家商业科技（陕西）有限公司在保障市场供应、服务百姓民生、稳岗就业、繁荣地方经济等方面积极担当国企重任，荣获“中央企业先进集体”称号

升级购物环境

在电商冲击与消费升级的双重影响下，华润万家以“体验 + 科技 + 责任”为核心，不断提升购物环境，致力于为客户提供安全、便捷、场景化的购物体验，重塑线下零售吸引力。

灯光改造升级，营造舒适氛围

超市采用暖光与自然光结合的照明方案，生鲜区、休闲食品区以不同色温的光线营造温馨感，降低能耗的同时提升视觉舒适性。

购物动线优化，引导高效消费

入口处设置电子宣传与促销指引，缩短顾客决策时间，关联商品情景式陈列，串联高频消费品类，推动顾客便捷性消费。



空间布局焕新，兼顾便利美观

部分货架高度降低至 1.5 米，减少视觉压抑感；拓宽顾客通道，避免拥挤，设立主题陈列区（如季节商品专区），搭配情景装饰陈列，增强购物场景观赏性以及吸引力。

卫生管理升级，强化安心保障

定期对超市公共区域进行清洗消毒，同步做好超市新风系统清洁，确保卖场空气清新怡人。

应对客户投诉

华润万家高度重视客户给予的意见和反馈，构建完善的客户反馈收集体系，确保及时、全面地获取客户在购物过程中的体验感受；通过全方位提升门店环境、商品呈现与品质、顾客互动及增值服务等多环节体验，同店客诉量下降 13.64%。



案例：积极回应顾客诉求，打造贴心购物体验

2024 年 9 月，华润万家全国客服中心接到一通投诉电话，顾客反映在旗下门店购买生鲜冷冻商品时，未获门店提供的保鲜冰袋，回家后联系门店才知晓设有取冰服务。客服中心在接到反馈后，第一时间将问题反馈相关大区跟进，大区立即响应顾客需求，在辖区内全面推行改进措施。一方面，在生鲜冷藏冷冻商品区域提供取冰服务，并要求收银员在顾客购买生鲜商品时，主动提醒其到取冰处领取冰；另一方面，在收银出口处增设清晰醒目的取冰提示牌，方便顾客快速识别和取用。



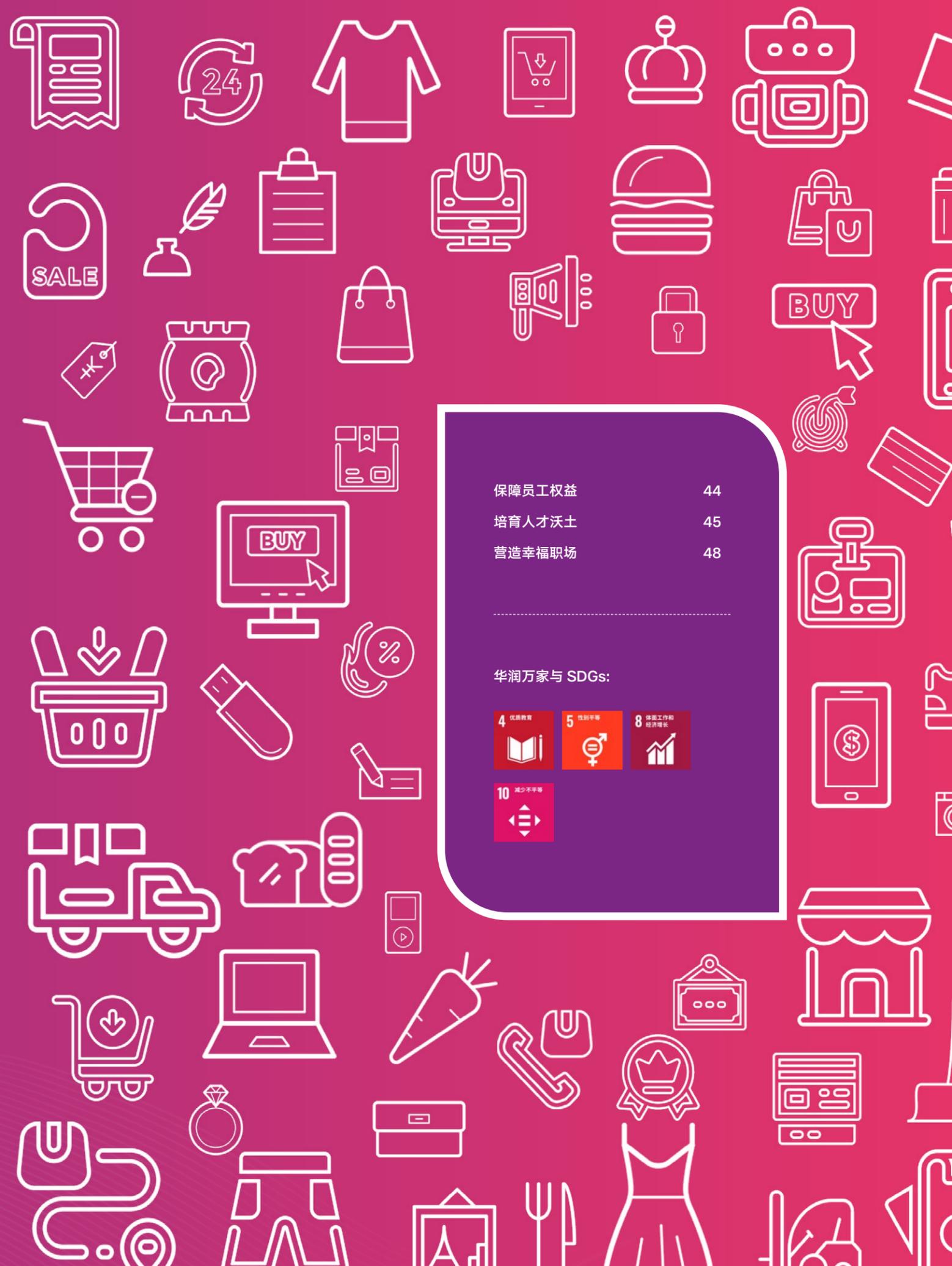
03 成长伴万家

凝聚共识 广聚四方英才

2025 年政府工作报告指出，要在改善人才发展环境上持续用力，形成人尽其才、各展其能的良好局面。华润万家厚植“大人才观”，聚焦优秀人才引进、队伍能力提升、队伍活力激发，着力改善员工激励政策，及时回应员工心声，为公司实现高质量、可持续发展筑牢坚固的人才根基，推动万家在新时代的浪潮中乘风破浪，驶向更加辉煌的未来。

| | |
|--------|----|
| 保障员工权益 | 44 |
| 培育人才沃土 | 45 |
| 营造幸福职场 | 48 |

华润万家与 SDGs:







保障员工权益

依法科学用工

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》等法律法规及各地劳动用工政策，建立完善的劳动用工管理体系，制定用工管理制度，规范用工形式，明晰双方权利和义务，实现用工规范与员工权益保障双轨并进。2024 年，华润万家正式员工劳动合同签订率 100%，社会保险覆盖率 100%。

优化薪酬福利

华润万家响应员工呼声，全力保障一线基层员工收入，薪酬激励资源整体向门店基层一线重点岗位倾斜，向业绩表现优秀的门店倾斜，通过效益工资等形式开展考核激励，鼓励员工多劳多得，让员工充分享受公司蓬勃发展带来的业绩成果。

强化民主管理

华润万家重视员工实行民主管理的权利，不断完善以职工代表大会为基本形式的民主管理制度，切实保障员工知情权、参与权、表达权和监督权等合法权益，充分听取员工的意见和建议，进一步激发员工工作积极性、主动性和创造性。



▲ 华润万家工会第三届会员代表大会第一次全体会议圆满召开



完善劳动纠纷

华润万家坚持合法合规、公平公正、调解优先等原则，持续完善劳动争议预防机制，推进用工管理制度体系化，当出现劳动案件争议时积极响应跟进，充分听取诉求，客观系统取证，科学合理评估，严格按照国家和地方相关法律法规并结合公司制度进行处理；定期开展培训，将劳动用工政策法规及内部典型案例进行培训与分享，以案促改，预防争议事件发生，从源头上合规管控。2024 年劳动争议案件数量呈下降趋势。



培育人才沃土

深化培养体系

华润万家全面落实“人才强企”战略，修订发布《华润万家培训工作管理办法》，进一步简化流程、强化资源整合，明确“战略导向、业务协同、分层分类”三大原则，确保培训规范性及高效性。

锻造经营管理人才

经理人培训积极对接集团高端培训资源，共选派 2 名直管经理人参加集团华润之道培训班，推荐 2 名年轻经理人参加集团优秀年轻干部培训班，深化全局管理视野，强化人才复合型领导力。



▲ 华西大区“春蕾”人才培养项目第四期开班暨第一阶段培训圆满举行

培育科技创新人才

以“分层赋能、精准施策”为核心，提升全员数字素养，稳步推进数字化转型战略落地。

高层引领数字化战略

通过组织 36 场数字化战略专题会议及标杆企业对标交流，强化高管团队全局视野与决策牵引力。

中层夯实技术底座

开展“鲲鹏计划”专题研修 573 场次，聚焦数据治理、AI 算法、中台设计等前沿领域，覆盖 25,381 人次，系统性培育兼具业务洞察与技术能力的复合型人才。

基层激活创新动能

推出“数字训练营”及微课实操课程，聚焦智能工具应用与场景化创新，推动一线员工数字化工具使用率提升 65%，助力业务效率与服务质量双优化。



打造专业技能人才

实施精准培育策略，针对不同业务领域特点，开展形式多样、内容丰富的技能培训项目，助力技能人才在各自岗位上发光发热。

生鲜技工

以全国 A50 标杆门店为试点，围绕肉类分割、水产加工、果蔬加工、熟食烹调、日式料理、中式面点、面包烘焙七大核心品类，按照“总部统筹+区域落地”方式系统性开展技能标准化培养。



▲ 生鲜技工培训

云仓工作坊

为加速全渠道业务创新与模式迭代，公司首创“云仓工作坊”机制，通过组织 27 名核心成员深度参与跨部门协同的沉浸式工作坊，完成商业模式设计、风险预控及盈利路径验证，成功落地 6 家云仓，其中 5 家实现盈利（盈利率 83%），为 Olé 仓店规模化扩展提供可复制的运营范式。

匠心体验官

精品超市事业部开展“匠心体验官”培养项目，通过“选、学、练、赛”相结合的形式培养了 120 名 PB 好物推荐官，孵化 10 个流量大单品，驱动销售环比正增长。



▲ 美好生活，源于品质——2024年Olé匠心“PB好物推荐官”

采购人员

华南大区开设“新采购在职培养项目”，30 名青年采购人员围绕市场调查、商品寻源与引入供应链管理课程主题，以学促练，共产生小组品类市调活动、个人创意商品 show、全员徐福记访厂活动等解决方案 45 份。



▲ 华南大区新采购在职培养项目

案例：看，华润万家“工匠之星”正在冉冉升起



2024 年 7 月，华润万家以“强技能·优服务·创未来”为主题，开展“工匠之星”员工技能大赛。在各分区的初赛现场，我们看到了心灵手巧的面点师，打造了各式各样的精致糕点；看到了烘焙师为了本次比赛创作的创新西点；还看到了集速度与颜值于一身的快速果切拼盘，以及百变造型的果篮包装。在比赛过程中，员工们相互鼓励支持，增强团队的凝聚力，更加珍惜彼此间的团队合作与共同成长，也更加深入地理解了企业的价值观和使命感。



集聚优秀年轻人才

公司持续优化年轻人才（MT）选、育、用、留、退等培养机制，坚持“优先用、放心用、大胆用”的使用原则，2024 年未来之星新员工训练营培养项目通过进岗实践、集中学习、红色之旅、素质拓展、产业调研等方式，促进万家 174 名 MT 达成“认同华润、转变角色、树立抱负、职业发展”的培养目标，顺利完成职场转身。



畅通发展通道

华润万家重视员工的成长与发展，发布《华润万家职务职级管理办法》，统一规范职务名称和职级职衔，科学规划各级员工成长路径，拓宽员工发展空间，并推动各单位完成年度晋级工作；完善人才选用、培养、激励等方面的管理机制，通过竞聘、选聘、述职等方式，提升人才选拔的规范性、有效性；规范人才交流轮岗、竞聘上岗、末等调整、不胜任退出等机制，推进人才队伍向高素质、职业化方向改变，营造有利于优秀人才健康成长的发展环境。

营造幸福职场



做实员工关爱

华润万家重视女性员工关怀，开展“巾帼心向党 奋进新征程”系列主题活动，多方面关注女职工劳动保护和身心健康，加强“妈咪小屋”建设，总部分会“妈咪小屋”荣获“2024年广东工会爱心妈妈小屋”称号；组织开展走访慰问活动，看望困难党员、统战人士代表、困难职工及外派员工，通过面对面交流，了解他们生活和工作中的实际困难，送上贴心关怀与帮助。2024年，华润万家爱心互助基金帮助困难员工104人，金额达177.9万元。

重视员工健康

华润万家坚持以员工的健康需求为出发点和落脚点，严格执行《华润万家员工健康检查管理规定》，定期组织员工体检，开展健康知识宣教活动，有效降低员工健康风险；结合实际工作场景，配备血压计等仪器，为员工提供血压测量自助服务，做到疾病早发现、早预防。2024年，华润万家体检覆盖四万多名员工，体检及健康档案覆盖率达86%。

丰富员工活动

华润万家致力于为员工营造温暖且充满活力的工作环境，组织开展丰富多样的体育活动和形式多样的文化活动，包括重启“员工周”活动、恢复团圆饭关爱活动和开展书画摄影比赛、红歌赛，让员工感受到关心、关怀和关爱，增强员工对公司的认同感和归属感。



▲ 华西区开展“三八”妇女节插花活动



▲ 华北大区走访慰问困难员工



▲ 华西区开展健步走活动



▲ 华东大区组建羽毛球兴趣小组



▲ 华东大区开展健康义诊



▲ 润心坊·Olé分坊揭牌启动仪式圆满举行



▲ 华南大区组织一线员工一起享受香喷喷、大团圆的“家宴”



▲ 精品超市事业部举行全国歌唱（红歌）大赛

04 诚意连万家

精诚合作缔结友好关系

华润万家响应国家关于建设现代化产业体系的战略部署，以责任为内核创新商业价值坐标系，将可持续发展力转化为全价值链升级的支点，通过构建负责任的供应链生态体系、深化跨领域战略协作、激发行业创新动能等关键行动，全面强化产业链韧性，赋能合作伙伴价值升级，推动行业向更高效、更包容、更可持续方向演进，共同构建开放共享、互利共赢的产业新格局。

| | |
|--------|----|
| 践行责任采购 | 54 |
| 促进交流合作 | 55 |
| 引领行业进步 | 58 |

华润万家与 SDGs:





践行责任采购



倡导诚信经营

华润万家严格遵守《中华人民共和国反不正当竞争法》《中华人民共和国反垄断法》等法律法规，严禁任何扰乱市场秩序的不正当竞争行为，响应“诚信兴商”号召，依法依规、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，努力营造公平、高效、有序的市场竞争环境。

落实责任采购

华润万家持续推进电子化采购体系建设，依托平台清晰的工作步骤、严谨的文件模板、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，实现招投标采购的规范化、高效化与低成本性，切实保障招标主体与投标方合法权益。严格遵循国务院国资委、国家发展改革委联合发布的《关于规范中央企业采购管理工作的指导意见》及《华润集团采购管理制度（2024版）》要求，基于管理与办理分离、需求与采购分离、决策与执行分离、采购与监督分离原则，对《华润万家采购管理制度》进行适应性修订，进一步强化非商品采购管理机制的合规性与科学性。

加强供应商管理

华润万家全面升级《华润万家供应商引入及评估操作规范》，对供应商准入实施严格管控，构建起覆盖资质审核、质量追溯、长效监督的供应商全生命周期管理体系，切实保障供应链合规运营与服务质量可控。

● 供应商引入须提交营业执照、生产许可等资质证明，品类采购需提供新商营业执照、经营许可证等资质证照，符合公司《华润万家商品准入质量管理办法》要求。

● 准入标准明确质量安全要求，供应商所经营的商品需具有质检报告等相关认证，能严格依据索证索票要求对上游供应商建立完善的供应商管理体系，对上游原材料的质量有合约的管控。

● 针对自有品牌供应商、生鲜基地供应商、节令供应商，引入第三方验厂程序，合格后方可引入。

● 加强供应商合同履行监管，重点针对保洁、消杀、冷链/消防/电梯维保、物流运输、快递等服务类别开展合同履行检查，针对供应商不良行为进行分级惩戒并实施阶段性合作限制措施。



促进交流合作



深化政企合作

华润万家始终坚持通过开放寻求进步，以合作追求共赢，与政府建立全面、广泛、深入的战略协作关系，主动融入国家重大战略布局，深度对接地方高质量发展要求，聚焦民生改善与社会治理现代化目标，构建政企协同发展的新型合作模式，以优势互补实现协同发展、合作共赢的目标，服务地方经济和社会发展。

案例：华润万家携手榕江燃情村超，助力乡村振兴



2024年9月14日，华润万家联合贵州省榕江县政府举办“华润万家助力乡村振兴·贵州榕江站——‘贵州村超’活力四射，这个秋天继续燃‘友谊赛’”。本次活动由华润万家精品超市事业部、榕江县农业投资开发有限责任公司及贵州村超发展中心共同承办，多方在文化交流与合作基础上，共同探索在消费帮扶、联合传播等领域的进一步合作。

“村超”赛场设立了农特产品展示区，华润万家旗下高端精品超市Olé的自有品牌Olé Everyday系列商品和自营品牌“润之家”的助农商品也在现场展示分享，通过特色商品展销为赛事注入文化内涵。比赛现场华润万家还进行了抖音直播，将焕乡助农的美好传递给更多人。



▲ 贵州省农业农村厅农业品牌专班与华润万家就贵州省乡村振兴合作开展调研与洽谈

深化企业合作

华润万家坚持合作共赢、资源共享、相互促进、共同发展的理念，扩大与各类企业主体特别是控制优质资源企业的合作圈层，携手合作伙伴持续探索消费升级背景下的业态创新与价值增长点，联合孵化线上线下融合的消费新场景，构建共生共赢的产业共同体。

案例：华润万家七赴进博之约，签约规模再创新高



2024年11月5日至10日，第七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152个国家、地区和国际组织参展。

华润万家连续第七年参加中国国际进口博览会，聚焦国民消费核心需求，与多家海外企业开展深入交流并达成了采购合作意向。博览会期间，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. 等多家供应商签订采购协议，总签约金额达2.82亿元人民币，为国内消费者采购多种优质进口商品，进一步推动消费升级，满足中国消费者日益增长的生活需求。



推进产学研合作

华润万家以产学研深度融合为抓手，推动知识共享与人才共育，积极构建教育链、人才链、产业链协同共生的育人体系，促进知识更新与经验沉淀，形成人才共育、成果共享的可持续发展生态，加速创新要素向现实生产力转化，夯实零售业高质量发展的智力根基。



案例：校企协同启新篇，工匠精神育英才



2024年11月15日，华西大区与西安食品工程高级技工学校合作共建的校企合作项目暨“卓越工匠工作室”揭牌仪式隆重举行。揭牌仪式上，华西大区人力资源部负责人宣布定向委培班成立，校企相关负责人共同为“卓越工匠工作室”揭牌并寄语。

定向委培班是产教融合的深度实践，是华西大区培养高素质技能型人才队伍的积极探索。委培班从课程设置、教材选择、实践教学等各个环节同步发力，深入促进教育链、人才链与创新链、产业链有机衔接，实现教育与产业的同频共振。



增进媒体交流

华润万家紧密围绕年度宣传主题以及品牌推广节奏有计划地进行正面宣传推广，通过系统策划正面话题，构建和谐稳定的舆论环境。2024年公司正面话题曝光量超2亿次，相关稿件传播超1.3万篇，200余家媒体对公司围绕消费者需求的持续变革以及服务国家战略等方面有了全面的了解，从行业视角切入，多维度展现企业实践；主动投放超2万条正向舆论引导，有效控制负面信息的传播，小红书、抖音较2023年增长25倍。

引领行业进步

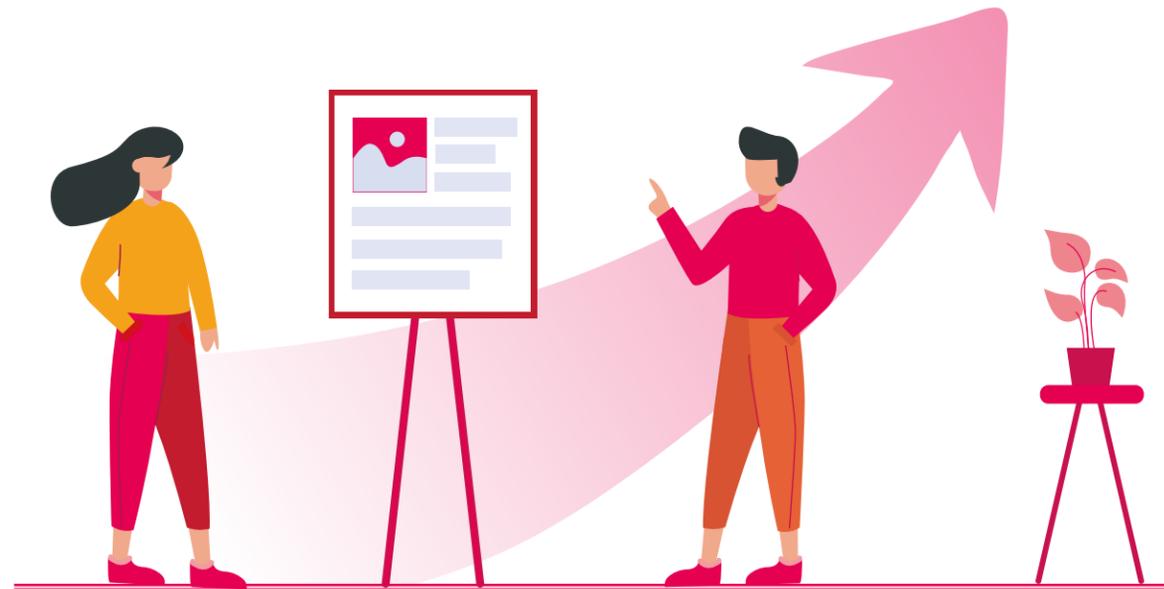
华润万家作为零售行业领军企业，深度参与高端行业对话平台与国际性商贸展览，通过高规格峰会研讨、前沿技术展示及战略资源对接，凝聚发展共识，联动产业链上下游核心伙伴协同破题，深挖增长潜能，持续输出创新解决方案，构建开放共享、价值共创的行业生态体系，为零售业转型升级注入可持续发展动能。

案例：激活数据新动能 共筑零售新生态——华润万家以数字化转型引领行业高质量发展



2024年11月19日至21日，中国连锁经营协会2024中国国际零售创新大会在上海召开。大会围绕“在新时期实现零售的进化”主题，通过探讨零售新趋势、新势力、新模式，聚焦新产品、新渠道、新生活方式，全面展示零售业创新发展最新成果。华润万家董事长徐健受邀出席会议，并以“激活数据要素，以新质促高质——华润万家数字化转型的思考与实践探索”为题作主题发言，强调要争当数据要素化的先行者、产业转型的推动者，以新质促高质。

其间，中国连锁经营协会召开了六届二次理事会会议，华润万家当选为协会副会长单位。



案例：向“新”而行，华润万家焕新亮相中国零售业博览会



2024年3月13日至15日，第24届中国零售业博览会(CHINASHOP)在上海拉开帷幕，展示零售行业新动态，共讨新型消费的新契机。

作为零售品牌的标杆企业，华润万家带着“4020主题年”焕新形象重磅参展。展会现场，华润万家展台凭借顶流文化IP“熊猫花花”的玩偶和周边文创，成为了观众们排队围观的必打卡之地。展台内设综合业态、精品业态、社区业态三大主题体验区，直观呈现华润万家基于市场和消费者变化而做出的业态战略升级成果。



05 绿色传万家

和合共生探索低碳生活

华润万家以国家生态文明建设为指引，立足新发展格局下的绿色使命，将绿色发展理念深度融入运营实践，通过构建环境管理长效机制、创新低碳业务模式、联动产业链绿色转型等多元路径，系统推动生产端、消费端与社会端的绿色共振，全方位推进绿色生产与消费生态建设，以企业行动撬动行业与社会的可持续发展势能，为共建人与自然和谐共生的美丽中国贡献力量。

| | |
|----------|----|
| 加强绿色管理 | 64 |
| 践行“双碳”战略 | 65 |
| 强化资源利用 | 67 |
| 打造绿色链条 | 68 |
| 创建绿色家园 | 70 |

华润万家与 SDGs:



加强绿色管理



完善管理体系

华润万家不断建立健全环境管理体系，在已有的《华润万家节约能源与生态环境保护监督管理办法》《华润万家生态环境保护通用检查要点》等制度体系基础上，发布《华润万家突发环境事件综合应急预案》，进一步规范环境事件应急处置和响应程序，夯实生态环境保护管理工作的制度基础，筑牢可持续发展根基。



▲ 深圳湾睿印店低碳标杆超市实践案例入选
《中央企业绿色低碳优秀实践案例集》

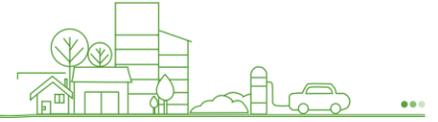


▲ 宁波集士港店和天一店获得“浙江省绿色商场”称号

开展环保培训

华润万家组织全员深入学习华润集团王祥明董事长提出的“保护优先、绿色发展，在美丽中国建设新征程上积极展现更大作为”倡议的时代内涵，凝聚全员思想共识；组织各单位节能环保工作相关人员，开展节能减排指标专项培训，重点学习新增指标的定义和 EHS 管理系统数据直报模块操作方法，系统提升环境治理标准化水平，强化 EHS 管理系统数据直报等工具的精准应用。

践行“双碳”战略



加强低碳管理

优化顶层设计

系统性升级碳达峰治理架构，调整碳达峰领导小组成员，进一步完善碳达峰组织机构，为全面提升“双碳”目标落地效能提供组织保障。

构建制度体系

实施《华润万家碳排放管理办法》，落实《华润万家碳达峰行动方案》五大行动，为系统性减排目标落地提供规范框架与行动坐标。

提升专业能力

邀请外部专家开展“碳减排”管理、“碳中和”管理和“碳资产”管理专题培训，系统性解读绿色供应链构建及绿色消费生态引领。

梳理排放图谱

华润万家温室气体直接排放主要来源于员工餐厅、餐饮制作等燃气使用，以及车辆行驶汽油的消耗；间接排放则主要来自电力消耗，如照明、空调、冷链设备、生鲜加工设备。

完成碳排放首次履约

响应碳排放管控要求，组织在深圳的法人单位开展碳排放数据统计，并按照深圳市生态环境局确定的年度碳配额数量和实际碳排放量，完成碳排放履约工作。

推进节能降碳

降低能源消耗

华润万家推动各大区强化能源管理，实施节能升级改造工程，降低生产运营过程的能源消耗。华北大区对门店主照明系统进行整体检修，通过安装时控装置、制定二次照明区域启闭时段并适当减少二次照明区域，系统性降低照明能耗；为饮料柜等长期或临时的用电设备安装时控开关、感应开关等，严格控制设备开启和关闭时间，并在冬季关闭制冷的饮料柜，降低无效电力损耗。华南大区对 13 家门店老化灯管实施汰换工程，共计更换高效 LED 灯管 6,611 支，降低灯管功率 28.57kW，年节省电量 14.08 万千瓦时；完成 3 家门店老旧中央空调冷水机组置换为磁悬浮冷水机组，年节省电量约 130 万千瓦时。



▲ 华润万家参与“地球一小时”活动，在全国超 2,000 家门店，关闭三分之一的一次照明和二次照明设备，包括户外广告灯箱、门店广告灯箱、货架灯等设备，以实际行动为地球减负

强化资源利用



合规处理废弃物

针对油烟、废弃油脂、废弃叉车电池等废弃物，组织开展污染物专项整治活动，对旗下门店及相关业务单位污染防治工作进行全面、细致的梳理与排查，深入查找存在的安全隐患与问题症结，做到不留死角，发现问题即刻整改。

促进资源循环利用

华润万家积极响应循环经济发展政策，通过联动供应链上下游探索包装物循环利用等创新路径，依托门店搭建旧物回收网络，促进资源高效转化与再生利用，深度参与构建绿色低碳循环经济体系。

案例：节能降碳驱动绿色转型——凤岗低碳物流园树立新标杆



华润万家积极响应集团数字化转型战略，深度融合数字经济和实体零售业态，创新打造凤岗低碳物流园，以智能化、绿色化赋能供应链升级。

园区集成应用智能搬运机器人（AGV）、全自动立体库、货到人工作站、高速分拣机等自动化设备，建成 3.3 兆瓦分布式光伏，配套水蓄冷中央空调 500 冷吨、充电桩 20 台、太阳能热水系统和雨水回收系统各 1 套，实现年碳减排量 2,400 吨，降碳率 77.8%。2024 年 6 月，“凤岗低碳物流园”项目荣获 2023-2024 年度 ECR 绿色发展项目优秀案例奖，树立低碳转型标杆。



使用清洁能源

华润万家持续推进光伏发电，着力提升新能源用电占比。2024 年苏州金枫店和马鞍山雨山西路店分布式光伏项目全面落地，均采用“自发自用，余电上网”模式，进一步推动绿色能源规模化应用。其中苏州金枫店装机容量 500kW，光伏面积约 2,200 平方米，投产后首年发电量约 51 万千瓦时。马鞍山雨山西路店装机容量 757kW，光伏面积约 3,700 平方米，投产后首年发电量约 84 万千瓦时，进一步促进能源结构转型。



▲ 马鞍山雨山西路店分布式光伏项目

案例：“绿色加玛”收官，238 公斤废弃塑料绿色重生

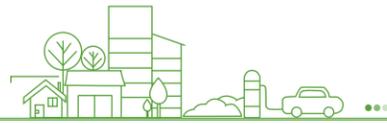


2024 年 11 月 1 日，华润万家和玛氏公司旗下玛氏箭牌在华润万家深圳长圳店为落户社区口袋公园的再生设施揭幕，宣告历时一个多月的“绿色加玛 社区新生”计划完美收官，标志双方首次可持续合作圆满成功。

“绿色加玛 社区新生”计划在百家华润门店开展包装回收行动，并借助华润“好孩子计划”在社区的影响力，提高社区居民参与度。再生设施在全国十城 13 个社区口袋公园的正式落户，标志着“绿色加玛 社区新生”计划承诺达成，实现 238 公斤废弃塑料循环再利用，推进社区绿色新生，为可持续发展合作创新模式提供实践样本。



打造绿色链条



推进绿色采购

华润万家全面推进绿色商品采购，在精品业态拓展有机食品、可持续海洋水产及环保居家清洁产品矩阵，综合超市引入有机大豆、芝麻、花生、糙米等系列散装包装干货食品，新增常温有机纯牛奶，并开发“润之家”自有品牌有机商品 4 个 SKU，同时积极落实国家“两新”政策，引进环保低能耗家电产品，进一步完善绿色商品生态布局。

深耕绿色物流

华润万家加快推动电动绿色能源货车使用，全年共计投入 88 辆，占总车辆数的 11%；完成 24,329 车次低碳配送，占总配送车次的 7%，有效削减尾气污染物与运输环节碳排放；并在物流配送环节推广低碳可循环商品打包方式，将打包材料更换为可循环打包带，年度累计应用 126 万次，完成 63 万箱统一配送商品中转，实现包装废弃物源头减量与碳足迹压缩。



▲ 华南大区采购使用新能源汽车的运输承运商，减少运输过程中二氧化碳等温室气体排放



▲ 在物流配送环节使用可循环打包带进行打包

倡导绿色消费

华润万家积极构建绿色低碳消费场景，在精品超市生鲜区域设置澳洲牛肉低碳专区与可持续水产专区，以场景化营销传递保护海洋生态、维护生物多样性的理念；在乳制品区域，通过现场烹饪和路演活动，推广素食低碳饮食、低温乳品包装环保替换和有机低碳乳品；结合全国节能宣传周等主题活动，在部分门店设置低碳商品展示区，推介低碳商品、环境标志产品、绿色食品及有机食品，提升消费者对低碳消费的认知与选择意愿。

案例：倡导绿色消费，共筑可持续未来



2024 年 11 月 2 日至 3 日，精品超市事业部参加由深圳市规划和自然资源局主办的国际零碳主题活动“国际红树林之约——山海连城·自然深圳（4th）& 福田·琵鹭（7th）”活动，以“绿色双 A 行动，Green Anytime & Anywhere”为主题，以自有品牌 Olé Original 系列为媒，通过 Olé Original 系列商品向市民介绍“对环境有益、对健康友好”的产品理念及有机产品种植方式，并设置了环保答题抽奖的互动环节，号召公众通过购买绿色有机低碳的环境友好商品、选用环保购物袋、减少使用塑料制品等方式，践行可持续生活理念。



创建绿色家园



践行绿色办公

华润万家坚持从节约一度电、一滴水、一张纸做起，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。

华润万家办公控费小贴士

办公管理

- 1 无纸化办公，尽量以电子档形式传阅及存档。严控彩印权限，提倡双面打印、黑白打印，废纸二次利用。提倡自行打印，少使用外部印刷单位。
- 2 保管好水笔、计算器等个人文具，可贴上标签，避免丢失损耗。回形针、燕尾夹等应循环利用。
- 3 节约水源、节约电源。杜绝“长明灯”“长流水”现象。会议结束、下班后及时关闭电脑及其他电器电源，主动关灯。空调温度控制为夏季>26度、冬季<20度。
- 4 减少同城间快递。严禁私人快递使用公司账户。
- 5 除前台、接待室等重要对客区域外，其他区域尽量少摆放绿植。

会议管理

- 1 自带水杯，减少瓶装水及一次性水杯使用。重要访客、外地员工可提供茶杯。
- 2 选择公司会议室等免费场地，不外租会议室。
- 3 提倡不到外地开会，多使用现场会议联合视频会议、Rmeet会议形式。
- 4 会议资料无纸化，会议名牌使用可循环桌签。
- 5 会议现场布置从简，不摆放鲜花，不制作背景板，减少或取消横幅等宣传类物料，利用会议室、电梯间电子设备进行展示。

差旅管理

- 1 “无必要，不差旅”，多使用视频会议、Rmeet会议、电话会议。
- 2 控制出差人数、天数，提倡一次办多事。除特殊情况外，同一事项出差人数不得多于2人。
- 3 乘机优先选择上午10点前或下午3点后低价航班。如出差目的地可动车/高铁直达，且所需时间在3小时以内，应乘坐动车/高铁出行。
- 4 严控退改签。确属因公产生的退改签费用、住宿取消费用由公司承担。出行人应提供因公事项相关证明材料，无法提供的由个人承担退改签费用。
- 5 住宿酒店提倡主动降标，低于上限标准。提倡住宿连锁经济型酒店、协议酒店，提倡同性别员工同住双床房。

车辆管理

- 1 禁止超标、违规用车，严禁非必要的车辆租赁。
- 2 车辆定点维修、定点保险，推行一车一卡，按时保养，减少非功能性缺失的零件更换。
- 3 降低非必要洗车频次。
- 4 统一车辆后台调度，目的地较为顺路的可以拼车，减少不必要的损耗。
- 5 提前规划行车路线，避免拥堵，减少损耗。

加强环保宣教

华润万家注重环保理念的传播，打造“六五环境日”“节能宣传周”等多维宣教矩阵，通过场景化知识传递唤醒生态自觉，并以沉浸式体验活动培养低碳行为习惯，带动更多人加入环保行动，共同营造节约资源、爱护环境的良好氛围。2024年，公司围绕“全面推进美丽中国建设”主题安排部署“六五”环境日活动，召开活动启动会2,624次，参与学习典型案例人数4.6万余人；围绕“绿色转型，节能攻坚”全国节能宣传周活动主题和“绿色低碳，美丽中国”全国低碳日活动主题安排部署相关活动，召开活动启动会973次，宣传受众人数达3.7万余人。



▲在第55个世界地球日当天，华润万家联合维他奶发起“一百个绿色生活”活动



▲精品超市事业部于深圳、上海、北京、沈阳、济南等多个城市面向亲子家庭举办“世界粮食日”主题系列公益活动

开展绿色公益

华润万家深度践行可持续发展使命，通过构建公益平台、联动社会资源倡导低碳生活，以创新场景唤醒生态责任意识，将绿色行动融入公众生活肌理，为守护生态多样性、助力人与自然和谐共生注入持久动能，持续书写商业向善与生态文明的共生篇章。

案例：保护生物多样性，华润万家绿动课堂开课啦



2024年5月25日，华润万家携手环球数码和中国江豚湾将绿动课堂首次带入长江“微笑天使”江豚的栖息地之一——江西。此次绿动课堂以“大江之歌，共护生灵”为主题，特别邀请到了中国江豚湾研究员，为小朋友们讲解江豚保护知识，还设置了生物多样性的知识抢答赛、自制水精灵等亲子手工活动，将长江生态保护话题以趣味性的方式融入社区家庭，呼吁社区家庭保护生物多样性，传递可持续发展理念。



拓展阅读：“好孩子计划”

华润万家的“好孩子计划”是一个致力于推动绿色低碳发展和可持续发展理念的社区活动计划。该计划通过“绿色课堂”“社区低碳活动”等多种形式和活动，旨在教育和激励社区内的儿童和家庭成员参与到可持续生活和环保行动中，从而推动社区和整个社会的可持续发展。

“好孩子计划”在全国十城开展“好孩子 爱社区”绿色课堂，超1万人次参与和支持，成功触达社区居民超过400万人次，将可持续理念根植社区家庭。



落实安全生产



完善安全管理



重塑组织体系

系统梳理 EHS 组织工作职责，明确 36 个业务项，并以此为基础对三级 EHS 工作界面进行划分，厘清管理边界；落实流程重塑工作要求，通过确定岗位内容、明晰考核指标、梳理审批权限、调整工作思路等，确保“精业务”“高效能”落到实处。



完善制度体系

新建《华润万家自有物业安全管理指引》，制定《华润万家重大安全生产隐患判定标准（2024 版）》《华润万家关于加强餐饮租户油烟管道及灶台动火作业的工作要求》《关于对华润万家电动自行车充电场所的安全管理要求》，推进 19 项既有制度的系统性修订，构建标准化安全管理制度体系。



压实责任链条

制定《华润万家 2024 年主要负责人和 EHS 管理人员 EHS 任务清单》，构建责任明晰、任务具体的责任体系；组织全员签署《华润万家环境健康安全和质量（EHS）责任书》57,814 份，横向到边、纵向到底，压紧压实全员安全责任。



▲ 华南大区开展门店“安全生产标准化及双重预防机制”建设工作

提高应急保障

华润万家推进应急管理能力建设，通过全面开展风险辨识评估，修订完善《华润万家生产安全事故综合应急预案》等 11 份 EHS 事故事件应急预案，规范应急处置和响应程序；组织各单位制定并实施年度应急预案演练计划，截至 2024 年 12 月底，累计开展专项应急预案演练超 1.4 万次，参与人员超 60 万人次；成立防灾减灾救灾专项工作组，明确工作职责，完善灾害信息沟通汇报、预警、应对处置等工作机制，并密切关注安全生产形势及极端天气变化，发布各类风险预警 12 次，全面提升灾害防范能力。



▲ 精品超市事业部门店组织开展消防演练

治理安全隐患



▲ 华润万家开展中秋、国庆节前安全检查

华润万家制定并实施《华润万家安全生产治本攻坚三年行动实施方案（2024-2026 年）》，截至 2024 年 12 月底，已累计排查生产安全隐患 23 万余项，无重大安全隐患，整改率 100%；聚焦燃气安全、消防除患、电动自行车管理等核心风险领域，制定专项方案并推动实施，实现隐患动态清零；制定并实施《华润万家 2024 年安全生产月暨安全大检查方案》，排查生产安全隐患 6,268 项，实现整改率 100%，并配套开展安全文化活动，为企业高质量发展筑牢了坚实的安全根基。

守护门店安全

推广应用“厨房人离断电报警装置”，门店自营厨房安装率达

100%

餐饮商户覆盖率达

91.58%

华润万家修订“千里眼”项目操作指引，明确火灾、水患等警情分类及处置流程，全年开展功能测试及应急演练各 12 次，处置夜间安全事件 2 次，确保门店应急小组人员 7 分钟快速响应；优化数字化系统，新增通勤事故分类、损失工作日填报等功能模块，实现门店安全指标动态考核、事故管理、危险源分级管控、隐患闭环治理及保险协同管理；推广应用“厨房人离断电报警装置”，实现厨房动火作业时段人员离岗监测全覆盖，门店自营厨房安装率达 100%，餐饮商户覆盖率达 91.58%，切实筑牢油锅起火事故的智能防控屏障。

培育安全文化

华润万家强化安全生产警示教育与培训工作，通过举办内容丰富、形式多样的安全宣传教育活动，切实提升全体员工的安全防范意识，并着力增强应对安全风险的实际能力。

以赛促学强意识，创新宣教造氛围

举办第二届“安康杯”EHS知识竞赛，创新开展安全生产漫画比赛，以“安全生产月”“消防宣传月”等为契机，联动员工及相关方参与“人人讲安全 个个会应急”网络知识答题、“避险逃生训练营”等活动，在第五届全国应急管理普法知识竞赛活动中，荣获“优秀组织单位”称号。

以案为鉴筑防线，教材转化固根基

组织观看《安全生产 责任在肩》《生命通道》等安全事故警示教育片，结合晨会、班前会等常态化开展事故案例警示教育，基于2023年23起典型事故，开发3D动画版《典型事故案例集（2023版）》等可视化教材，制作生鲜员工类生产安全、道路交通安全、施工安全管理等培训教材20余个，将事故教训转化为培训教材。

培训固本提技能，多方联动促提升

深化EHS制度专题宣贯培训，实施EHS量化评价培训，参加集团安全生产培训和属地政府举办的安全生产相关培训；开展“守护生命”员工急救技能培训、交通安全知识专项培训，强化一线员工应急处置能力。



▲ 华润万家举办第二届“安康杯”EHS知识竞赛



▲ 华南大区制作员工安全操作培训教育片

助力香港发展



提供服务保障

华润万家深耕香港市场，与国家机构及香港特区政府合作，开发更多元化的商品和服务，以实际行动支持香港社会民生建设，为香港社会的繁荣和发展贡献力量。

国安署：为在港国安人员提供全方位生活物资保障。

驻港军营：在全港 13 个军营开设超市，满足驻港军人日常所需。

惩教署：通过线上平台，为全港在囚人士提供商品订购服务。

外劳宿舍：为潭尾宿舍外籍劳工提供商品供应服务。

简易公屋：为元朗简易公屋居民提供生活必需品，以优惠价格减轻居民生活负担。

关注青少年发展

华润万家积极响应政府“共创明'Teen'计划”，2 位员工成功担任青少年成长导师，帮助学生拓展视野、增强自信，建立正向人生观；支持集团统筹的“青云启梦”香港中学生群体暑期实践体验项目，为 5 位香港学生提供为期 3 天的工作体验机会，通过岗位实践、导师带教及生涯规划等活动，帮助青少年探索个人职场方向。



▲ 香港公司支持“青云启梦”香港中学生群体暑期实践体验项目

开展社区关爱

华润万家投身于香港公益慈善事业，与地区组织、区议员合作，在屯门、荃湾、上水、北角等地开展长者关爱、健康讲座、义工服务等 11 次社区关爱活动，受惠人数超过 3,800 人，切实提升基层民生福祉，彰显企业公民的社会担当。

开展社区关爱活动 受惠人数超过

11 次 **3,800** 人



▲ 香港公司向长者派发生活物资



▲ 2024 年度华润万家“庆回归社区探访”活动

情暖社区邻里



关注特殊群体

华润万家自 2016 年启动“星星守望计划”，开展一系列关爱孤独症青年活动，累计在广州、深圳组织 3,733 场活动，服务超 45,108 人次，为超过 200 人次心智障碍青年提供系统培训与岗位实习。2024 年，“星星守望计划”荣获“广东商业社会责任优秀案例”奖项，“星星守望计划”就业项目签约青年倪卓君当选中国特奥委员会第七届理事会理事。此外，依托“温暖小屋”党建品牌，携手苏州市姑苏区金阊街道开展“风雨有你，携手同行”残障儿童帮扶慰问公益活动，走访看望 8 户残疾儿童家庭，向残障儿童家庭传递关心关爱之情。



累计在广州、深圳组织活动

3,733 场

服务超

45,108 人次

为心智障碍青年提供系统培训与岗位实习超

200 人次



▲ 华润万家联合广州市心友会组织 11 位心智障碍青年和伴跑志愿者一起参与顺德半程马拉松



▲ 华东大区开展“风雨有你，携手同行”残障儿童帮扶慰问公益活动

关爱户外劳动者

华润万家积极践行社会责任，携手合作伙伴可口可乐在全国范围内开展以“清爽过一夏，有爱有万家”为主题的“夏日送清凉”户外工作者关爱公益活动，活动覆盖近 50 个城市的 400 多家华润万家门店，送出 20 万瓶爱心纯净水；并在全国范围内开展“万家益起来——暖冬关爱”户外工作者关怀行动，统筹 200 余家门店，为有需要的户外工作者送去 1 万多份礼包，为 5 万人次的户外工作者送上温暖关爱。



▲ 华西大区设立“清凉补给站”并摆放足量瓶装饮用水供户外工作者免费取用

利益相关方感言

“干我们这一行的，每年手上都要长冻疮。这次收到的暖宝宝、护手霜，既保暖又实用，在冬天可派上大用场了。”

——环卫工人李大姐



拓展阅读

炎炎夏日送清凉，滴滴关怀暖人心



开展志愿服务

华润万家积极践行社会责任，紧密围绕社会民生需求，依托自身资源优势搭建便民服务网络，打造涵盖助老扶弱、社区共建等多领域的志愿服务项目，助力形成多元参与、资源共享的社会治理新生态。



▲ 在第 61 个学雷锋纪念日前夕，天津公司党团员志愿者来到新港客运码头公交总站，为公交司机等城市“摆渡人”群体服务

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，促进社会责任工作的制度化和常态化，提升总部对大区的有效管理，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。总部及大区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，指定联系人承担社会责任专项工作分管职责，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、大区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》 |

优化企业社会责任履责绩效考核

华润万家完善大区考核激励机制，实施动态检讨优化等环节，引导各大区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

- 结合大区社会责任工作现状，制定本年度考核方案，将各重点工作项拆解成具体的工作指标。
- 按年度对各大区进行考评，并编写个性化评语，推动各大区有针对性地进行优化提升。

评优与表彰

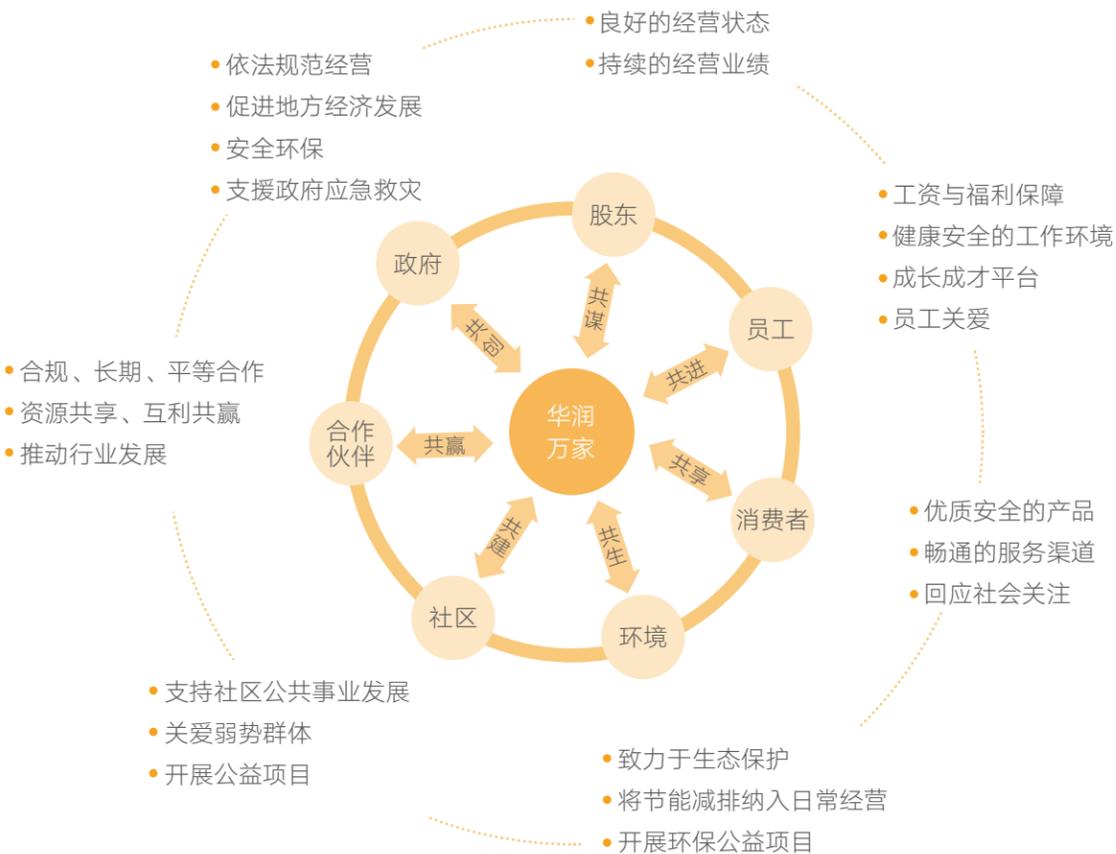
- 设立年度“社会责任奖”，综合评估各大区年度社会责任工作开展情况，通过表彰激励各大区积极践行社会责任，提升社会责任工作专业能力。

开展企业社会责任内部培训

华润万家通过对各大区、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。



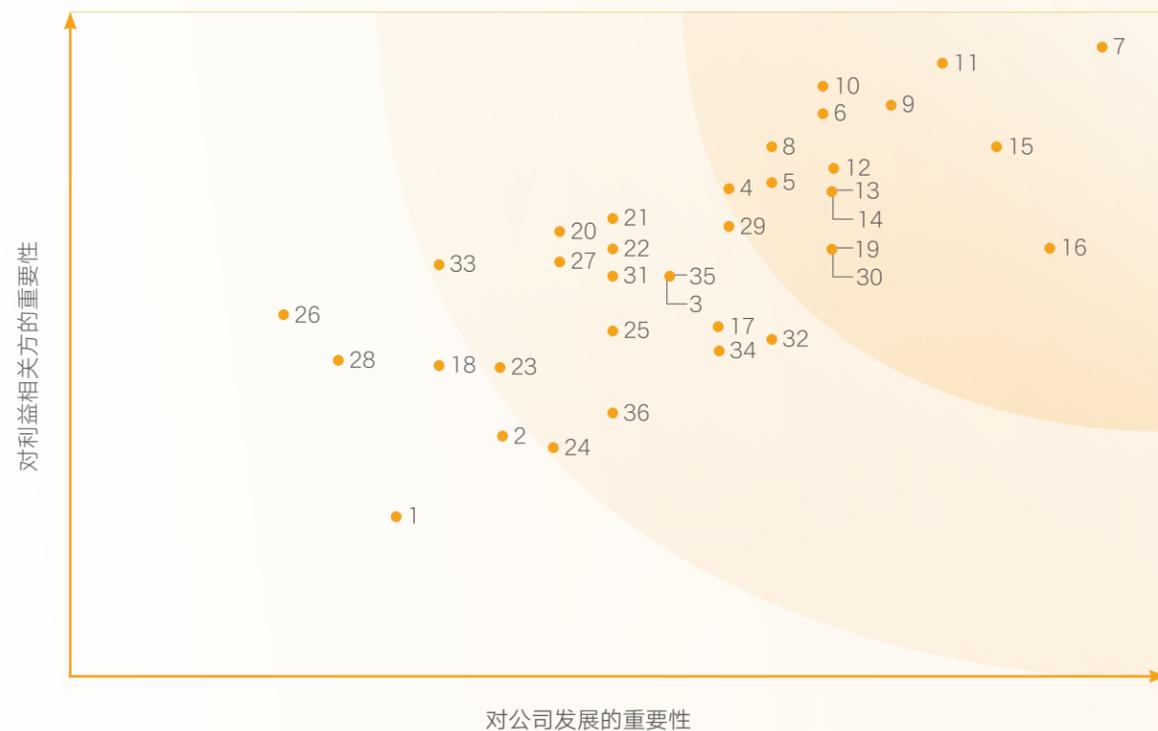
| 利益相关方 | 期望与诉求 | 沟通形式或内容 | 2024年重要回应措施 |
|---|--|---|--|
|  股东 | <ul style="list-style-type: none"> 良好的经营状态 合理的利润 | 董事会 | <ul style="list-style-type: none"> 召开董事会3次定期会议，现场会议决策事项18项，另通过书面形式决策事项1项 |
|  政府 | <ul style="list-style-type: none"> 万家资产保值增值 依法规范经营 安全环保 促进当地经济发展 提供就业岗位 支援政府救灾帮扶工作 | 通过信息报送、交流访问等形式，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8.38亿元 全年采购原国贫县及原中央苏区农产品6.71亿元，销售额达到8.03亿元 |
|  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5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21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编制工作启动前期，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。华润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 2024 可持续发展报告实质性议题矩阵



| | |
|---|---|
| <p>经济责任</p> <ul style="list-style-type: none"> 1 强化党建引领 2 提升风控水平 3 规范公司治理 4 守法合规经营 5 深化反腐倡廉 | <p>员工责任</p> <ul style="list-style-type: none"> 6 多元化与机会平等 7 薪酬福利机制 8 培训体系与职业发展 9 员工沟通与关怀 10 落实安全生产 11 守护职业健康 |
| <p>客户责任</p> <ul style="list-style-type: none"> 12 强化质量管控 13 完善服务体系 14 规范投诉机制 15 升级消费体验 16 创新业务模式 17 加快数字化转型 18 保护知识产权 | <p>环境责任</p> <ul style="list-style-type: none"> 19 强化环境管理 20 深化节能减排 21 打造绿色门店 22 建立绿色供应链 23 践行绿色办公 24 开展环保宣教 |
| <p>伙伴责任</p> <ul style="list-style-type: none"> 25 深化战略合作 26 促进行业交流 27 推动供应链履责 28 增进媒体交流 | <p>公共责任</p> <ul style="list-style-type: none"> 29 响应国家政策 30 促进充分就业 31 热心慈善公益 32 助力乡村振兴 33 参与社区共建 |
| <p>责任管理</p> <ul style="list-style-type: none"> 34 责任战略与文化 35 责任管理组织与制度 36 利益相关方沟通 | |

履责不止，共赴美好

回首来时路，初心不改；展望新征程，使命在肩。2025年是“十四五”规划收官之年，也是“十五五”规划谋篇布局之年。作为服务大国民生的零售头部企业，华润万家将“服务大国民生”“助力美好生活”两大责任与自身发展相融合，承担民生央企应有之义，致力成为连接人与生活、人与自然的美好桥梁。

我们将积极响应国家“扩内需、促消费”的战略部署，承载起引领消费复苏、激发市场潜能的重任，通过持续优化商品结构、提升服务质量、创新经营模式，为消费者提供更加优质、便捷且个性化的购物体验，进一步激发市场活力，推动消费市场的持续繁荣与发展；我们将坚定不移地践行绿色发展理念，积极构建绿色管理、绿色运营的消费空间，

共同为实现“双碳”目标贡献力量，守护地球家园；我们将不断完善“焕乡计划”工作机制，以“产”振兴，以“业”兴村，多措并举促进农业产业多元化发展，为乡村发展注入源源不断的活力；我们将创新公益形式，整合社会资源，提升公益项目的影响力与覆盖面，让爱心与温暖在更多角落传递，为构建和谐社会添砖加瓦。

向未来，必有为。我们将继续秉持“引领消费升级、共创美好生活”的使命，把社会责任融入企业发展的每一个环节，以创新驱动发展，以责任凝聚力量，携手各方合作伙伴，在提升自身发展质量的同时，为社会创造更大价值，共绘更加绚丽多彩的美好生活画卷。



附录

关键绩效

| 类别 | 指标 | 细分指标 | 2022年 | 2023年 | 2024年 |
|------|-----------------|--------|--------|--------|--------|
| 经济责任 | 营业收入（亿元） | | 692.35 | 625.33 | 481 |
| | 反腐败培训次数（次） | | 245 | 258 | 226 |
| | 反腐败培训人次（人次） | | 14,065 | 11,320 | 14,548 |
| | 行业排名（位次） | | 4 | 5 | 6 |
| 员工责任 | 员工总数（万人） | | 8.51 | 7.61 | 5.69 |
| | 按性别划分员工人数（万人） | 男性 | 2.61 | 2.38 | 1.78 |
| | | 女性 | 5.90 | 5.23 | 3.91 |
| | 按雇佣类型划分员工人数（万人） | 正式员工 | 7.57 | 6.69 | 4.88 |
| | | 临时员工 | 0.94 | 0.92 | 0.82 |
| | 按年龄划分员工人数（万人） | 35岁以下 | 2.05 | 1.76 | 1.25 |
| | | 35-45岁 | 3.38 | 2.97 | 2.19 |
| | | 46-55岁 | 2.78 | 2.57 | 2.00 |
| | | 55岁以上 | 0.3 | 0.31 | 0.26 |
| | 按地区划分员工人数（万人） | 港澳台地区 | 0.10 | 0.08 | 0.03 |
| | | 中国大陆地区 | 8.41 | 7.53 | 5.67 |
| | 按学历划分员工人数（万人） | 硕士及以上 | 0.05 | 0.05 | 0.03 |
| | | 本科 | 0.76 | 0.76 | 0.60 |
| | | 大专及以下 | 7.70 | 6.80 | 5.06 |
| | 劳动合同签订率（%） | | 100 | 100 | 100 |
| | 社会保险覆盖率（%） | | 100 | 100 | 100 |

| 类别 | 指标 | 细分指标 | 2022年 | 2023年 | 2024年 |
|------------------|---------------|--------|--------|--------|-------|
| 员工责任 | 女性管理者比例（%） | | 34.24 | 34.16 | 46.88 |
| | 年度新增职业病（例） | | 0 | 0 | 0 |
| | 体检及健康档案覆盖率（%） | | 75.76 | 75 | 86 |
| | 员工培训覆盖率（%） | | 100 | 100 | 100 |
| | 按性别受训雇员百分比（%） | 男性 | 30.7 | 31.3 | 31.3 |
| | | 女性 | 69.3 | 68.7 | 68.7 |
| | 按职级受训雇员百分比（%） | 经营管理人才 | 2.92 | 3.22 | 3.59 |
| | | 专业技术人才 | 12.49 | 12.17 | 5.59 |
| | | 技能人才 | 84.59 | 84.7 | 90.8 |
| | 人均带薪年假天数（天） | | 8.06 | 8.48 | 6.78 |
| | 少数民族员工比例（%） | | 2.9 | 3 | 3 |
| | 残疾人雇用人数（人） | | 1,083 | 887 | 407 |
| | 人均培训投入（万元） | | 0.009 | 0.011 | 0.008 |
| | 人均培训时间（小时） | | 4.27 | 3.76 | 2.04 |
| | 按性别人均受训时长（小时） | 男性 | 4.04 | 4.03 | 3.22 |
| | | 女性 | 4.37 | 3.63 | 1.51 |
| | 按职级人均受训时长（小时） | 经营管理人才 | 4.71 | 13.26 | 19.30 |
| 专业技术人才 | | 5.24 | 6.47 | 3.95 | |
| 技能人才 | | 4.11 | 3 | 1.03 | |
| 员工培训投入总额（万元） | | 785.48 | 847.36 | 428.38 | |
| 员工参加民主活动的频次（次） | | 67 | 74 | 16 | |
| 走访慰问困难员工家庭（户） | | 1,469 | 616 | 443 | |
| 走访慰问困难员工家庭金额（万元） | | 48.88 | 48.21 | 105.8 | |
| 资助困难员工子女入学（人次） | | 7 | 5 | 1 | |

| 类别 | 指标 | 细分指标 | 2022年 | 2023年 | 2024年 | |
|--------------|-------------------|--------|--------|----------|---------|----|
| 员工责任 | 救助困难员工（人〈户〉次） | | 126 | 120 | 104 | |
| | 救助困难员工金额（万元） | | 197.2 | 190.2 | 177.9 | |
| | 五险一金覆盖率（%） | | 100 | 100 | 100 | |
| | 因工伤损失工作日数（天） | | 10,409 | 21,007.5 | 9,112.2 | |
| | 员工内部调动或内部应聘的数量（人） | | 9,650 | 12,975 | 14,640 | |
| | 员工流失率（%） | | 32.6 | 35.5 | 35.4 | |
| | 各阶段年龄员工流失率（%） | 35岁以下 | | 60 | 40 | 12 |
| | | 35-45岁 | | 19 | 25 | 10 |
| | | 46-55岁 | | 27 | 31 | 12 |
| | | 55岁以上 | | 28 | 6 | 2 |
| | 按性别员工流失率（%） | 男性 | | 35 | 32 | 12 |
| 女性 | | | 31 | 68 | 24 | |
| 劳动纠纷案件的数量（件） | | 141 | 134 | 155 | | |
| 客户责任 | 食物浪费数量（公吨） | | 32,615 | 32,034 | 16,980 | |
| | 发生泄露客户信息事件数量（件） | | - | 0 | 0 | |
| | 客户投诉解决率（%） | | 99.40 | 99.80 | 99.90 | |
| | 客户投诉数（单） | | 37,168 | 21,521 | 14,364 | |
| | 客户投诉完结数（单） | | 36,965 | 21,496 | 14,354 | |
| | 持有专利及专利申请数（个） | | 13 | 13 | 14 | |
| | 新增专利数（件） | | 1 | 0 | 1 | |

| 类别 | 指标 | 细分指标 | 2022年 | 2023年 | 2024年 |
|------------------|-----------------|-----------|--------------|------------|------------|
| 客户责任 | 已登记软件著作权数（件） | | 36 | 40 | 56 |
| | 新增登记软件著作权数（件） | | 9 | 4 | 16 |
| | 研发投入（亿元） | | 2.96 | 2.21 | 1.38 |
| 环保责任 | 环保总投入（万元） | | 579 | 936 | 710 |
| | 节能减排技术改造投入（万元） | | 579 | 838 | 381 |
| | 综合能源消耗量（万吨标煤） | | 17.03 | 16.01 | 13.11 |
| | 直接能源消耗量（万吨标煤） | | 0.4699 | 0.4270 | 0.2966 |
| | 间接能源消耗量（万吨标煤） | | 16.56 | 15.59 | 12.81 |
| | 化石能源消耗量（吨标准煤） | | 4,699 | 4,270 | 2,966 |
| | 非化石能源消耗量（吨标准煤） | | 165,600 | 155,900 | 128,100 |
| | 非化石能源比重（%） | | 97.42 | 97.33 | 97.74 |
| | 直接温室气体排放量（吨） | | 7,948.65 | 7,090.42 | 4,952.89 |
| | 间接温室气体排放量（吨） | | 1,343,337.96 | 723,227.07 | 578,986.8 |
| | 温室气体减排量（吨） | | 150,109.47 | 621,930.97 | 583,939.70 |
| | 二氧化碳排放量（范围1）（吨） | | 7,948.65 | 7,090.42 | 4,952.89 |
| | 二氧化碳排放量（范围2）（吨） | | 1,343,337.96 | 723,227.07 | 578,986.8 |
| | 年度新鲜水用水量（万吨） | | 736.36 | 659.53 | 598.04 |
| | 水资源消耗强度（吨/万元） | | 1.1968 | 1.2302 | 1.4481 |
| 总部办公场所节约用电量（千瓦时） | | 1,388,942 | 1,453,079 | 1,596,514 | |
| 总部办公场所节约用水量（吨） | | 7,875 | 10,561 | 10,325 | |

| 类别 | 指标 | 细分指标 | 2022年 | 2023年 | 2024年 |
|------|------------------|------|-----------|-----------|-----------|
| 环保责任 | 总部办公场所用纸量（元） | | 17,236.45 | 13,091.05 | 3,958.54 |
| | 环保培训总时长（小时） | | - | 7.50 | 7 |
| | 环保培训参与人次（人次） | | - | 308 | 88,109 |
| | 环境领域违法违规事件（件） | | - | 1 | 0 |
| 伙伴责任 | 经济合同履约率（%） | | 99.997 | 99.895 | 100 |
| | 审查的供应商数量（家） | | 1,483 | 1,646 | 1,698 |
| | 重大负面舆情处理数（次） | | 0 | 0 | 0 |
| 公共责任 | 报告期内吸纳应届毕业生人数（人） | | 832 | 899 | 431 |
| | 新招聘的人员总数（万人） | | 1.974 | 1.9158 | 1.3152 |
| | 纳税总额（亿元） | | 8.43 | 8.86 | 8.38 |
| | 本地化雇佣比例（%） | | 98.5 | 98.9 | 98.5 |
| | 员工伤亡人数（人） | | 5 | 4 | 2 |
| | 安全应急演练数（次数） | | 18,578 | 17,536 | 14,599 |
| | 安全生产投入（万元） | | 1,683.55 | 1,985.10 | 1,469.83 |
| | 安全培训覆盖率（%） | | 100 | 100 | 100 |
| | 安全培训学时（学时） | | 2,756,532 | 1,717,254 | 2,261,195 |
| | 专职安全管理人员数量（人） | | 5,127 | 4,191 | 3,206 |
| | 安全生产事故数（次） | | 0 | 0 | 0 |
| | 志愿者人数（人） | | 11,202 | 11,268 | 10,086 |
| | 捐赠支出（万元） | | 239.81 | 185.95 | 158.43 |

实力荣膺，共鉴荣光

| 序号 | 获奖事业部 | 时间 | 获奖单位 | 奖项名称 | 奖项级别 | 颁奖单位 |
|----|----------|------------|------------------|--|------|----------------------------|
| 1 | OLE公司 | 2024/2/2 | Olé大连恒隆店 | 2023年度辽宁省放心肉菜超市 | 省级 | 辽宁省市场监督管理局 |
| 2 | 华东大区江西公司 | 2024/3 | 江西财富广场有限公司莲塘分公司 | 江西省放心消费创建示范单位 | 省级 | 江西省市场监督管理局 |
| 3 | 华西大区 | 2024/5/1 | 华润万家商业科技（陕西）有限公司 | “全省就业创业工作先进集体”荣誉称号 | 省级 | 陕西省人民政府 |
| 4 | 华东大区江西公司 | 2024/6/19 | 江西华润万家商业有限公司 | “2023年南昌社会责任企业”荣誉称号 | 省级 | 江西省工商业联合会、江西省国有资产监督管理委员会 |
| 5 | 华北大区 | 2024/7/18 | 辽宁华润万家生活超市有限公司 | 辽宁省文明单位 | 省级 | 辽宁省人力资源和社会保障厅、辽宁省精神文明建设办公室 |
| 6 | 华西大区 | 2024/9/25 | 华润万家商业科技（陕西）有限公司 | 中央企业先进集体 | 国家级 | 人力资源社会保障部、国务院国资委 |
| 7 | 精品超市事业部 | 2024/11/29 | Olé深圳湾睿印店 | 深圳湾睿印店低碳标杆超市实践案例入选《中央企业绿色低碳优秀实践案例集》 | 国家级 | 国务院国资委 |
| 8 | 总部 | 2024/12/19 | 华润万家（控股）有限公司 | 华润万家“焕乡计划”项目成功入选第十届绿色发展论坛暨美丽中国建设实践典型案例 | 央党媒体 | 新华网 |

指标索引

| 一级标题 | 二级标题 | 中国企业社会责任报告指南 (CASS-CSR4.0) | 报告位置 |
|----------------------|-----------|--|------|
| 报告导读 | | P1.1, P1.2, P1.3 | 02 |
| 领导致辞 | | P2.1, P2.2 | 04 |
| 走进万家 | | P4.2, P4.3, P4.4, G1.1, A2 | 06 |
| 责任专题 | | P3.1, P3.2, M2.1, M2.11, M3.1, M3.4, M3.7, S2.16, S2.17, S4.4, S4.5, S4.6, S4.9, S4.12 | 12 |
| 焕新至万家， 向新而行铸就韧性生长 | 党建引领发展 | M1.1, S1.1 | 20 |
| | 夯实治理根基 | M1.1, M1.3, S1.4 | 22 |
| | 守法合规经营 | S1.1, S1.2 | 24 |
| 服务悦万家， 烟火人间品味美好生活 | 赋能创新驱动 | M2.1, M2.2, M2.4, M2.5, M2.7 | 30 |
| | 追求卓越品质 | M2.1, M2.2, M2.8, M2.9, M2.10, M2.11, M2.12, M3.1 | 35 |
| | 注重服务客户 | M2.1, M2.2, M2.11, M2.13, M2.14, M2.15, M2.16, M2.17, M2.18 | 38 |
| 成长伴万家， 凝聚共识广聚四方英才 | 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 | 44 |
| | 培育人才沃土 | S2.14, S2.15, S2.16 | 45 |
| | 营造幸福职场 | S2.11, S2.12, S2.13, S2.17, S2.18, S2.20 | 48 |
| 诚意连万家， 精诚合作缔结友好关系 | 践行责任采购 | 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 |
| | 促进交流合作 | M2.1, M3.1, M3.4, M3.6 | 55 |
| | 引领行业进步 | M3.6 | 58 |
| 绿色传万家， 和合共生探索低碳生活 | 加强绿色管理 | E1.1, E1.5 | 64 |
| | 践行“双碳”战略 | E1.3, E1.7, E2.1, E2.3, E2.4, E2.5, E2.7 | 65 |
| | 强化资源利用 | E2.16, E2.18 | 67 |
| | 打造绿色链条 | M2.12, E2.22, E2.23 | 68 |
| 幸福到万家， 美美与共开启双向奔赴 | 创建绿色家园 | E1.5, E3.1, E3.2, E3.3, E3.4, E3.6 | 70 |
| | 落实安全生产 | S3.1, S3.2, S3.3, S3.4, S3.5, S3.6, S3.7 | 76 |
| | 助力香港发展 | S4.1, S4.2, S4.5 | 80 |
| 可持续发展管理 | 情暖社区邻里 | S4.6, S4.8, S4.9, S4.10, S4.11 | 82 |
| | 责任战略 | G1.1, G1.2 | 84 |
| | 责任治理 | G2.1, G4.1 | 85 |
| | 责任沟通 | G6.1 | 86 |
| 履责不止，共赴美好 | 议题分析 | P3.1, P3.2 | 88 |
| | 履责不止，共赴美好 | A1 | 90 |
| | 关键绩效 | A2 | 92 |
| 附录 | 实力荣膺，共鉴荣光 | A3 | 97 |
| | 指标索引 | A5 | 98 |
| | 评级报告 | A4 | 99 |
| | 意见反馈 | A6 | 100 |

评级报告

《华润万家（控股）有限公司 2024 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 2024 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”《中国企业可持续发展报告评级标准（2025）》。

二、评级过程

1. 评级小组审核确认《报告》编写组提交的《企业社会责任报告过程性资料确认书》及相关证明材料；
2. 评级小组对《报告》编写过程及内容进行评价，拟定评级报告；
3. 评级专家委员会副主席、评级小组组长、评级小组专家共同签署评级报告。

三、评级结论

过程性 (★★★★☆)

公司董事长作为报告主编，负责报告方向的确定、报告的审核和修改，办公室主任作为报告副主编，负责把控整体内容的产出和优化，经由董事长最终审核通过后发布；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，并将以电子版、印刷品、长图的形式呈现报告，过程性表现领先。

实质性 (★★★★☆)

《报告》系统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“焕新至万家，向新而行铸就韧性生长”“服务悦万家，烟火人间品味美好生活”“成长伴万家，凝聚共识广聚四方英才”“诚意连万家，精诚合作缔结友好关系”“绿色传万家，和合共生探索低碳生活”“幸福到万家，美美与共开启双向奔赴”等角度系统披露了所在行业核心指标的 90.85%，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，并简述处理生鲜冷冻商品投诉的案例，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 100 个关键指标连续 3 年的对比数据，并通过“行业排名第六”进行横向比较，可比性表现卓越。

可读性 (★★★★☆)

《报告》以“向新而行，美好万家”为主题，从六大篇章展开，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；报告封面将人文场景与业务元素融入画面，凸显了企业所在行业特色，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“开启‘4020’主题年，为行业变革注入万家活力”和“赋能‘乡村好物’走出去，谱写新时代乡村振兴新篇章”专题章节，聚焦“4020”系列主题文化活动和助力乡村振兴，彰显企业责任引领；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；积极推动精品超市事业部发布社会责任年报，延展信息披露范围，创新性表现卓越。

综合评级 (★★★★☆)

经评级小组评价，《华润万家（控股）有限公司 2024 可持续发展报告》为五星级，是一份卓越的企业可持续发展报告。



华润万家可持续发展报告连续第五年获得五星级评价

四、改进建议

1. 进一步加强社会责任体系和管理制度建设；
2. 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。

黄群慧

评级专家委员会副主席

钟宏武

评级小组组长

陈宏辉

评级小组专家



出具时间：2025 年 6 月 30 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 2024 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：（请在相应的位置打“√”）

1. 您属于哪一类利益相关方？

政府 监管机构 客户 员工 供应商 经销商

合作伙伴 公众 社区 媒体 其他

2. 您对本报告的综合评价是？

好 较好 一般

3. 您认为本报告是否能反映公司对经济、社会和环境的重大影响？

能 一般 不了解

4. 您认为本报告所披露信息、指标、数据的清晰度、准确性、完整性如何？

高 较高 一般 较低 低

5. 您认为公司在服务客户、保护相关方利益方面做得如何？

好 较好 一般 差 不了解

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：
