



# 环境、社会及公司治理报告

ENVIRONMENTAL, SOCIAL,  
AND CORPORATE GOVERNANCE REPORT

2025年度

# 目录

## Contents

### 关于天虹股份

公司简介	03
企业文化	03
荣誉奖项	04
2025 年亮点绩效	05

### ESG 治理机制

ESG 理念	06
ESG 发展战略	06
ESG 管理体系	07
利益相关方沟通	07
重要性议题分析	08

### 专题：四秩征程 数智蝶变

根基与初心	09
扩张与塑形	10
蜕变与担当	11



### 科技向心 以人为本

# 01

数智化转型	13
创新研发	14

### 链通田野 振兴乡村

# 03

治理	31
战略	31
风险与机遇管理	32
指标与目标	33

### 凝心聚力 筑梦同行

# 05

员工管理	41
职业健康与安全管理	44

### 向心而行 生活至美

# 02

客户责任	18
产品责任	22
供应链管理	25
社会贡献	27

### 良治聚力 行稳致远

# 04

党建引领	35
治理体系	36
投资者关系管理	37
合规经营	38
商业行为	39

### 低碳发展 绿色共生

# 06

气候变化	48
绿色经营	50
绿色行动	51

### 绩效展示

52

### 附录一：指标索引表

54

### 附录二：读者意见表

55

# 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三份环境、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 2025 年 1 月 1 日至 2025 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《上市公司自律监管指引第 17 号——可持续发展报告（试行）》《上市公司自律监管指南第 3 号——可持续发展报告编制（2026 年修订）》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
中国航空工业集团有限公司	航空工业集团、集团
中航科创有限公司	中航科创
深圳市灵智数字科技有限公司	灵智数科

## 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://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](mailto:ir@rainbowcn.com)）。

## 董事长致辞

### 四秩启新程，数智绘宏图。

2025 年是天虹股份成立 40 周年的发展里程碑，也是我们确立 ESG 理念后深化实践的第三个年头。回首来路，天虹在改革开放潮头破浪而行，将严谨的航空品质注入零售血脉，以“反假、打假、不售假”的铮铮誓言开创行业诚信先河。立足当下，我们始终不忘“创造与享受生活之美”的使命，以 AI 为核心，实施“产业数字化”与“数字产业化”双轮驱动战略，在波澜壮阔的商业变革中，坚守着一家企业的责任厚度与人文温度。

### 这一年，我们以数智为擎，夯实长期主义的治理底座。

我们持续深化党建与经营“双融双促”，推动组织向赋能型、平台型、学习型进化。在实现双轮驱动的征途中，我们不仅用技术重构商业场景，更将合规文化融入经营全程。通过修订《ESG 管理制度》、强化三级管控架构，我们用开放透明的姿态，认真回应资本市场的托付与每一位利益相关方的期待。

### 这一年，我们以绿色技术为牵引，推进低碳管理向数字化、平台化纵深发展。

依托“规划建设、运营管理、绿色商品、绿色服务”四大领域系统布局，我们持续深化绿色能源与数智技术的融合应用，加快打造领先的绿色数智零售生态圈。从“试点”走向“常态”，从“单点突破”迈向“系统重构”，我们让低碳理念真正融入每一处运营场景、每一次消费选择，成为天虹与消费者共同践行的真实日常。

### 这一年，我们以赤诚之心，探索社会价值共创的新范式。

我们将乡村振兴升级为系统工程，成立专职一级部门，探索出从“农品”到“品牌”的全产业链帮扶路径，让田间地头的丰硕走向千家万户的餐桌。在客户服务端，我们让技术回归服务本质；在员工成长端，我们以 AI 赋能技能提升，搭建专业与管理双通道，让每一位天虹人都能在数智化浪潮中找到属于自己的航向。

### 站在四十周年的新起点上，天虹不仅要有穿越周期的韧性，更要有向新而行的锐气。

展望 2026，我们将继续聚焦数智转型与国计民生，以“科技向心”为创新原点，以“生活至美”为发展追求，在服务国民经济现代化建设中勇挑大梁，努力实现企业与社会的共生共荣。我们坚信，当所有的坚守汇聚成光，必将为股东、伙伴、员工和社会创造更为卓越的可持续价值，共同迎接更加美好的明天！

天虹数科商业股份有限公司董事长

肖章林

# 关于天虹股份

## 公司简介

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，以AI为核心链接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，依托超市、购物中心、社区商场等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，并推进数智技术服务输出，成为科技零售的领先者。

公司打造线上线下融合的数字化、体验式新零售，践行以“亲和、信赖、享受生活”的核心品牌价值，旗下拥有“天虹”“君尚”“sp@ce”三大品牌。

截至2025年末，公司已进驻北京、广东、福建、江西、湖南、江苏、浙江等7省36市

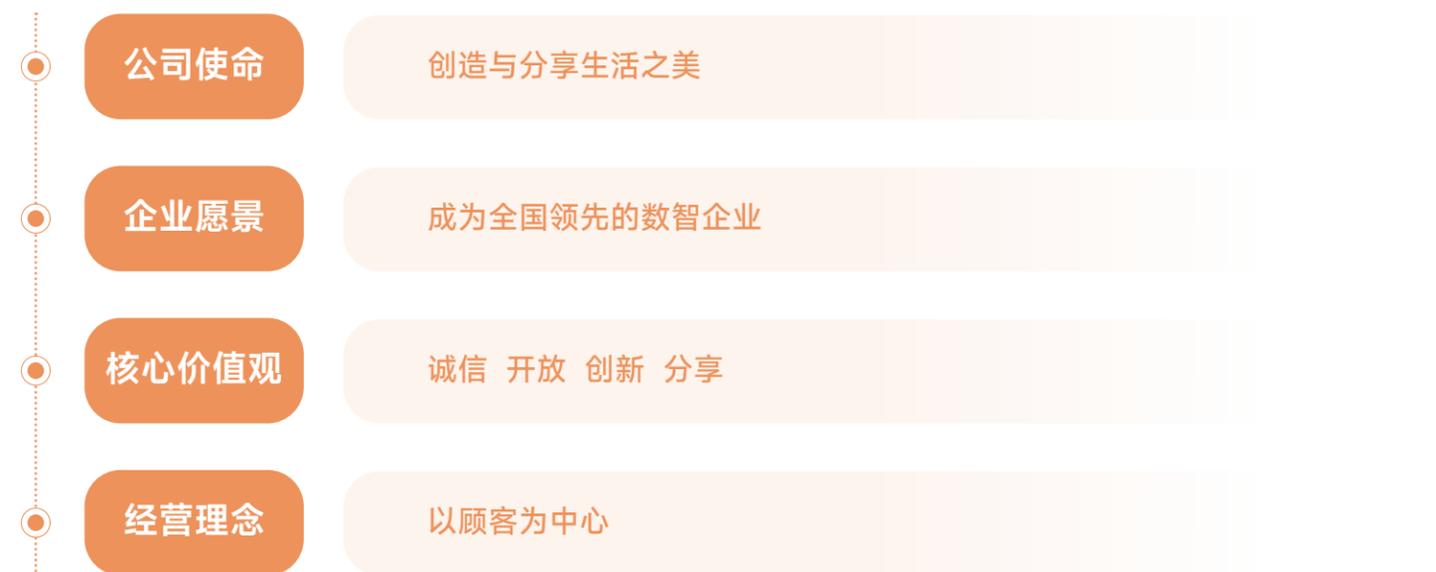
购百  
102家

超市  
101家

经营面积  
486万平方米

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，依托自主研发的零售垂类AI大模型——“百灵鸟AI”，将积累的数智化实践转化为智能技术产品与解决方案，面向零售及相关行业输出。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



# 荣誉奖项

2025年6月  
中国连锁经营协会 (CCFA)

CCFA 金百合购物中心  
最佳实践案例

2025年6月  
深圳市人力资源和社会保障局

深圳市市级  
就业帮扶基地

2025年7月  
广东省连锁经营协会

2024-2025 年度广东商业  
创新发展优秀案例

2025年8月  
中国智慧零售大会

2025 年度智慧零售  
发展特别贡献

2025年9月  
第八届服务设计大会

2025 服务设计  
优秀案例

2025年9月  
第十届人力资源服务创新创业大赛

第十届人力资源服务创新创业  
大赛三等奖

2025年10月  
《财经》杂志、哈佛商业评论

2025 「鼎革奖」数智化先锋榜  
数字化服务奖

2025年11月  
深圳市零售商业行业协会

2024-2025 年度支持行业  
发展特别贡献单位

2025年11月  
中国连锁经营协会 (CCFA)

《2025 年中国零售数字化及  
新技术应用创新案例集》

2025年11月  
中国连锁经营协会 (CCFA)

《2025 人力资源与组  
织提效创新案例集》

2025年12月  
全景网

ESG 杰出价值传播奖

2025年12月  
中国上市公司协会

ESG 优秀实践案例

2025年12月  
中诚信绿金

青绿奖可持续报告卓越奖

2025年12月  
中国 ESG 与企业价值增长高峰论坛

2025 年度最佳 A 股 ESG  
实践奖



# 2025 年亮点绩效

## 经营绩效



总资产

**2,577,147.85** 万元

归属于上市公司股东的净资产

**407,070.99** 万元

营业收入

**1,155,920.07** 万元

归属于上市公司股东的净利润

**8,318.71** 万元

## 公司治理绩效



股东会召开次数

**4** 次

股东会审议议案数目

**24** 项

董事会会议召开次数

**11** 次

董事会审议议案数目

**77** 项

累计授权专利总件数

**20** 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

**18** 件

## 环境绩效



能源消耗总量

**136,896.02** 吨标准煤

清洁能源使用比例

**13.49** %

二氧化碳排放总量

**510,210.19** 吨二氧化碳

二氧化碳排放同比降低

**13** %

绿色商场认证

**47** 家

## 社会绩效



员工培训总时长

**15,619.31** 小时

员工培训总次数

**2,933** 次

员工培训参与人次

**139,670** 人次

客户投诉办结率

**100** %

乡村振兴帮扶销售额

**1.85** 亿元

# ESG 治理机制

## ESG 理念

天虹股份深度践行新发展理念，锚定数智化转型与 ESG 标杆企业建设目标，统筹长期价值与社会责任。公司坚持党建与经营“双融双促”，依托全面风险管理及内部控制委员会筑牢风控体系，强化数智化高质量发展中的责任担当。公司秉持“诚信、开放、创新、分享”核心价值观，以数字化技术优化客户服务，搭建员工双线培训体系，借助 AI 赋能职业成长；联动合作伙伴构建共赢生态，积极参与社区发展、慈善公益及乡村振兴，践行以人为本理念。同时，公司将生态环保融入全流程，加速数智化与绿色化融合，深耕节能减排、能源管理数字化与结构绿色化，推进低碳零售转型，以科技创新驱动可持续发展，助力绿色新零售构建。



天虹股份 ESG 理念模型

## ESG 发展战略

2025 年，天虹股份基于对全球 ESG 发展趋势的深度研判，结合“创造与享受生活之美”的企业使命与零售业务特性，创新性构建“RAINBOW”可持续发展战略体系——创造环境价值推动供应链降碳；奉献社会价值增进相关方福祉；实现本质价值打造负责任生态。同时，立足集团定位，公司结合自身 ESG 实践构建具有天虹特色的 ESG 战略目标：在环境维度，实现净零运营，深化生物多样性保护；在社会维度，建成负责任采购体系，提供包容性服务，推动社会普惠可持续发展，实现社会福祉；在治理维度，坚持守正经营，建成天虹特色 ESG 治理机制，强化开放透明治理。



天虹股份 ESG 发展战略体系

## ESG 管理体系

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 管理架构

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

公司修订《董事会战略与 ESG 委员会工作细则》，进一步明确 ESG 工作流程，由战略与运营部负责会议的前期准备工作，并组织、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"> <li>合规经营与风控管理</li> <li>应对气候变化</li> <li>响应国家号召</li> <li>支持地方发展</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>依法纳税</li> <li>绿色经营</li> <li>积极落实相关国家政策</li> <li>承担社会责任</li> </ul>
员工	<ul style="list-style-type: none"> <li>员工权益与关爱</li> <li>员工培训与发展</li> <li>员工健康与安全</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>职工代表大会</li> <li>员工培训与晋升</li> <li>员工关怀与活动</li> </ul>
股东与投资者	<ul style="list-style-type: none"> <li>有效的公司治理机制</li> <li>规范的信息披露</li> <li>畅通的沟通渠道</li> <li>持续的投资回报</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>加强公司管治和风控</li> <li>报告与公告</li> <li>电子邮件 / 电话</li> <li>持续创造业绩</li> </ul>
客户	<ul style="list-style-type: none"> <li>客户沟通与服务</li> <li>客户隐私保护</li> <li>客户权益保护</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>客户满意度调查</li> <li>完善客户反馈机制</li> <li>健全客户诉求治理</li> </ul>
供应商	<ul style="list-style-type: none"> <li>供应链管理</li> <li>诚信合作</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>规范管理制度</li> <li>完善采购政策</li> <li>严守招标程序</li> <li>依法履行合同</li> </ul>
媒体及社区公众	<ul style="list-style-type: none"> <li>社会公益活动</li> <li>社区关系建设</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>定期发布新闻稿</li> <li>多渠道传播</li> <li>开展与参与社区活动</li> </ul>



# 专题 四秩征程 数智蝶变

四秩征程，天虹股份的每一步都篆刻着时代印记，并主动将社会责任基因融入商业战略蓝图。天虹的“天”字代表天空，和航空依旧关系紧密；“虹”字取自彩虹，沟通了天和地，代表与地方业态的连接。

从“反假打假不售假”的质量承诺，到保供“不停业”的挺身而出，从开创“网上商场”的先河到自主研发“百灵鸟 AI 大模型”，公司的成长史，不仅是中国零售业进化史的缩影，也是一部企业将社会责任、创新驱动与稳健治理深度融合的 ESG 实践史。

从保障民生的初心，到拥抱数字化革新，再到“产业数字化”与“数字产业化”双轮驱动的新格局，公司在追求商业成功的同时，持续提升可持续竞争力，以“创造与分享生活之美”为使命导向，于时代征程中奋楫前行。

## 根基与初心

(1984-1999)：治理奠基与社会承诺的起点

在深圳特区建设初期，为满足数百万建设者的生活保障，“天虹”应运而生。公司的诞生带有强烈的社会使命，天然将服务社会、保障民生的社会责任作为精神内核。在此阶段，公司通过坚实的治理体系建设，以及明确的社会价值定位，完成从生存到发展的跨越。



1985年1月18日，深圳市天虹商场（深南天虹）一楼正式开业

### 坚守质量，规范运营筑牢根基

1987年，公司迅速建章立制，实行承包责任制，并提出“反假、打假、不售假”的口号，坚持企业诚信经营的治理原则，将航空事业严谨的质量意识引入商品管理。



“商品质量信誉好商店”锦旗

1989年12月，深圳天虹商场首次被深圳市工商局消委会、技术监督局、卫生局评为“商品质量信誉好商店”，并颁发了证书和锦旗。1998年12月，公司成为广东省乃至全国零售业中率先通过 ISO 9002 国际质量体系认证的企业之一，为后续的连锁化、规模化扩张奠定坚实的治理基础。

### 永葆初心，保障民生回馈社会

公司坚持“满足民众生活需求”的初心，定位于“面向大众，经营中档商品”，直接服务于特区建设者及其家庭的日常生活，并在1994年出资捐资50万元，在广东梅县大埔兴建“天虹希望小学”，展现央企责任担当。



1994年5月，天虹小学在梅县大埔破土动工



1995年5月18日，天虹小学投入使用

### 数字萌芽，前瞻布局蓄力生根

1998年，公司开办了全国首家网络商场（www.szrainbow.com.cn），充分展现对技术变革的敏感度和敢于尝试的创新精神，为后来的数字化转型埋下种子。



天虹股份开办全国首家网络商场

# 扩张与塑形

(2000-2019)：治理优化与社会联结的深化

进入新世纪，天虹股份开启连锁化与资本化进程，通过上市优化治理结构、深化客户服务与员工培养强化社会联结，以及坚定的数字化转型，为应对未来的不确定性奠定坚实基础。

## 治理为纲，铸就连锁上市之路

2000年，公司首家分店东门天虹开业，标志着公司走上连锁经营道路。2001年，公司销售额突破10亿元大关，实现利润三年翻三番的好成绩。2009年，公司实施总部、区域、门店三层架构调整，将经营权下放，有效提升组织效率和应变能力。2010年，公司在深交所成功上市，标志着公司在公司治理、信息披露、合规经营等方面达到更高标准。

## 精益为要，构建科学管理体系

公司对标国际头部企业管理经验，2004年全面实施“绩效管理”，2005年引入精益六西格玛工具，开启管理创新，2006年引入平衡计分卡。2007年凭借全面领先的经营管理、创新能力与综合绩效，天虹获评“深圳市市长质量奖”。此后，公司在“2008年百略达亚太峰会”上获“全球战略执行明星组织”称号。



天虹股份首家连锁店东门天虹

## 质量为先，践行顾客满意战略

公司将顾客满意作为核心战略，2011年引入ISO 22000食品安全管理体系，并于2014年成为国内首家通过该认证的零售企业，高度重视供应链风险管理和消费者食品安全。2018年公司推出“七重品质保证”，全方位提升顾客愉悦购物体验，重塑服务标准。



天虹股份 ISO 22000 食品安全管理体系认证

## 人才为本，激活人力资本价值

公司于2012年成立“天虹商学院”，定位为“人才培养中心、领导力发展中心、零售技术研究中心”，将员工视为重要资产，通过系统化培训提升人力资本，以员工发展赋能企业成长。



天虹股份商学院成立仪式

## 拥抱变革，推动数字化转型

公司积极应对数字变革，坚持自主研发，组建技术团队，逐步构建起线上线下一体化的数字能力。2013年围绕数字化、智慧零售等领域与腾讯开展深度合作；2015年发布官方APP并推出“天虹到家”服务，通过数字化提升运营效率，间接产生环境效益。2018年，公司与腾讯达成全面战略合作并联合成立智能零售实验室，技术布局从自有生态迈向开放生态。



天虹与腾讯战略合作签约仪式

# 蜕变与担当

(2020 至今)：ESG 融合与数智未来的构建

技术革命、可持续发展成为全球共识，天虹股份全面拥抱数智转型未来，以低碳发展为重要路径，倡导更注重品质而非过度消费的生活方式，并逐步形成“RAINBOW”的可持续发展战略体系，系统性引领企业 ESG 实践。

## 灵活就业与生态共创

公司全资子公司灵智数科旗下的“小活儿”平台，链接超 70 万个人用户，为国内外多家 500 强企业及大型连锁公司服务，通过“连锁商业零工驿站”，促进包容性就业，切实响应社会对于灵活、公平工作模式的需求，推动区域人力资源效率提升。



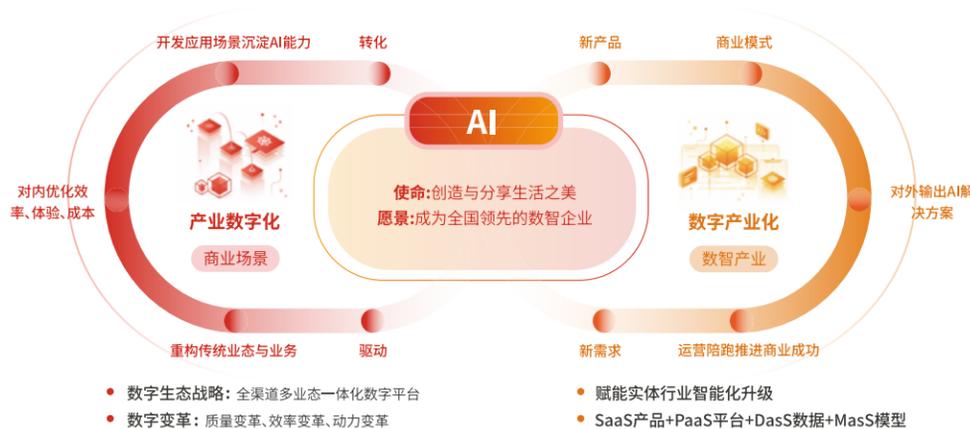
天虹股份“连锁商业零工驿站”揭牌仪式

## 能源转型与绿色零售

公司积极把握气候变化背景下的转型机遇，2022 年引入“绿电”，2023 年 1 月实现首个储能项目并网运营。截至 2025 年末，公司分布式光伏系统已累计发电 827 万千瓦时，清洁能源使用比例达到 13.49%。

## 双轮驱动与战略前瞻

2023 年，公司明确提出“产业数字化”和“数字产业化”的双轮驱动战略，对商业模式进行了再定义，将自身的数字化转型经验（产业数字化）产品化、服务化（数字产业化），从“零售企业”走向零售行业的“数智科技企业”。2024 年，公司发布垂直零售行业的“百灵鸟 AI 大模型”，并开发应用顾客体验管理系统（CEM）。



天虹股份双轮驱动战略



2024 年 9 月 20 日，天虹股份、灵智数科与华为联合发布灵智“百灵鸟 AI 大模型”

## 乡村振兴与共同富裕

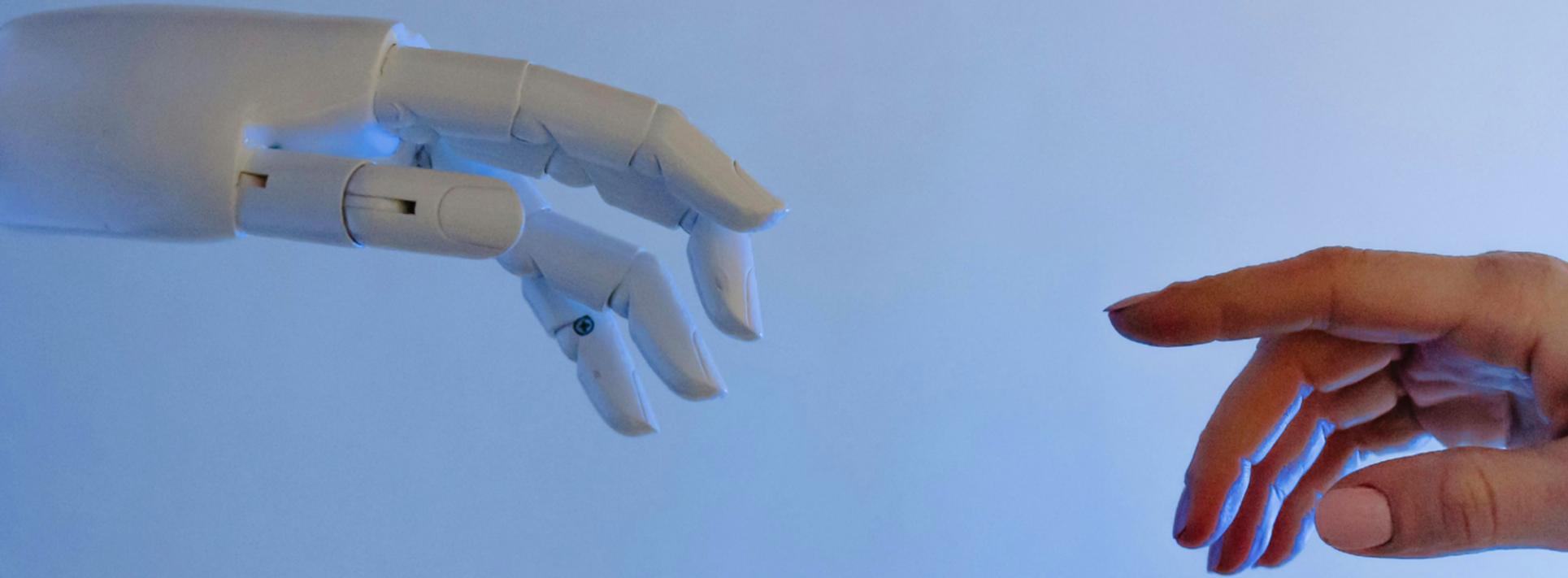
公司将乡村振兴深化为系统性工程，2024 年成立乡村振兴一级部门，通过打造“一县一品”、开发品牌商品、培训人才等方式，变“输血”为“造血”，2025 年实现帮扶销售额 1.85 亿元，同比增长 13.83%。



天虹股份乡村振兴消费帮扶产品

四十年风雨兼程，天虹股份用行动证明，一家企业的长久生命力，根植于对社会责任担当、对技术变革的拥抱。公司已将可持续发展理念内化为企业战略的有机组成部分，未来必将在创造经济价值的同时，释放出更大的可持续价值，始终履行“创造与分享生活之美”的使命。





# 科技向心 以人为本

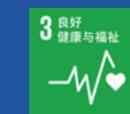
在时代浪潮中，天虹股份以科技为笔、以温情为墨，将人文关怀深植于发展脉络。公司始终坚信，科技的终极价值从不是冰冷的技术迭代，而是贴近顾客的真实需求、温暖日常的烟火生活，是连接人与美好的智慧伙伴。

公司坚持以市场脉搏为导向，将创新基因融入经营细节与长远布局，以创新动能激活企业内生活力，让每一项技术应用都更懂人心、更贴需求，为行业高质量发展注入温暖而坚实的力量。

数智化转型 13

创新研发 14

联合国可持续发展目标（SDGs）响应



# 数智化转型

天虹股份制定“十五五”战略规划，统筹推进数字化整体部署，以《数字化发展规划》为指引，不断完善数字化管理体系、强化数据治理核心能力、拓展数智化应用场景边界，推动技术与各项业务深度融合、协同发展，构筑产业数字化与数字产业化“双轮驱动”的高质量发展新格局，助力企业运营效率与服务品质双重提升，让数智服务惠及民生、赋能产业生态。



## 完善数字化管理体系

立足数智化转型长远发展需求，天虹持续优化数字化管理架构、完善制度保障体系，为转型工作有序推进筑牢坚实基础。2025年，公司新增《数字化项目管理办法》《数字化产品运营机制》两项核心管理制度，同步科学调整公司数字化委员会成员构成，进一步明确各部门、各岗位在数字化工作中的职能分工，规范数字化项目从立项、实施、测试到落地应用的全流程管理，有效提升数字化产品运营效率与落地质量，深化现有数字化管理制度的执行效能，推动公司数字化各项工作规范化、标准化、高效化开展。

## 强化数据治理

公司以数据资产化为核心目标，以数据治理为抓手，系统性开展重点工作，聚焦指标体系优化、核心数据清洗、数据管理成熟度评估三大方向，着力提升数据质量与应用效能，解决数据口径混乱、标准不一等痛点，为管理层科学决策、业务部门精准运营提供可靠的数据支撑，让每一份数据都成为连接需求与服务的桥梁。

天虹股份数据治理举措

工作内容	2025年具体举措	核心成果与价值
指标体系优化	组织专业团队对接各业务方，将战略目标拆解为可量化指标，完成500条核心指标梳理、规范与上线，明确指标定义、计算公式及数据来源	统一内部决策语言，实现指标集中管理与自助查询，缩短数据获取时间，提升工作效率与决策精准度
核心数据清洗	组建专项小组，明确梳理标准与要求、制定分阶段计划，完成七万余条ToB数据、四万余条客户主数据清洗校验，8月底导入新系统并在四季度解决适配问题	从根本上提升核心数据质量，为客户分析、客户分层及精准服务奠定坚实基础
数据管理成熟度评估	3月启动首次评估，收集各部门数据管理现状、访谈关键岗位，对照行业标准评分校准，最终得出评估结果	扭转以往判断模式，为数据管理改进提供客观标尺，明确优势与改进方向

## 筑牢信息安全防线

信息安全是守护顾客权益、保障员工利益、支撑企业发展的基石。公司将信息安全管理融入数字化转型全过程，管理架构保持稳定，管理制度常态化优化，信息安全管理文件持续更新，严格遵循网络安全等级保护相关法律法规要求，顺利完成2025年度等级保护测评工作，全面保障企业数据与信息安全。

2025年，公司累计开展信息安全专项培训3次，累计培训时长达10小时，累计培训人次达1,125人次，覆盖各层级核心岗位员工，有效降低信息安全泄露、网络攻击等潜在风险，筑牢企业信息安全防护屏障。



# 创新研发

天虹股份旗下灵智数科作为企业技术研发的核心载体与重要平台，严格遵循《内部开发管理流程》各项规范要求，聚焦零售行业运营管理中的痛点与实际需求，精准明确研发方向，稳步推进各项技术研发项目落地实施，强化创新成果的积累与转化，持续为公司高质量发展及零售行业技术升级提供坚实的技术支撑与服务保障。

## 明确研发方向

立足零售行业数字化转型趋势，灵智数科坚守“研发为民、创新赋能”，聚焦零售场景中的核心痛点与实际需求，明确供应链数字化平台构建、AI 智能商业综合管理系统开发及 AI 集合平台建设三大核心研发方向，精准对接公司数智化转型战略与各业务板块发展需求，确保研发成果能够切实解决实际问题。

2025 年，公司累计开展技术研发项目 5 个。研发团队严格按照规范流程，稳步推进各项目的立项论证、技术研发、测试优化全流程工作，全力确保研发成果贴合实际应用场景，有效助力公司运营效率提升、服务品质优化与核心竞争力增强。无论是内部管理与技术创新的落地应用、对外零售及相关行业的数智化赋能，还是多方协同共赢的深度实践，均取得显著成效，充分彰显了灵智数科的研发实力与行业价值。

### 案例 数字化赋能蛙来哒，突破规模化运营瓶颈

“蛙来哒”扩张至 500+ 门店后，面临系统适配不足、数据孤岛等问题。2025 年，灵智数科与其合作研发本地化部署系统，24 天内完成全国近 500 家门店 POS 系统部署切换。新系统构建安全数据基座、打通全域数据，助力品牌巩固“牛蛙品类之王”地位，覆盖 120 多座城市、超 6000 万年轻消费者。



灵智数科助力“蛙来哒”

### 案例 数字化激活社区商业，打造家庭聚落新场景

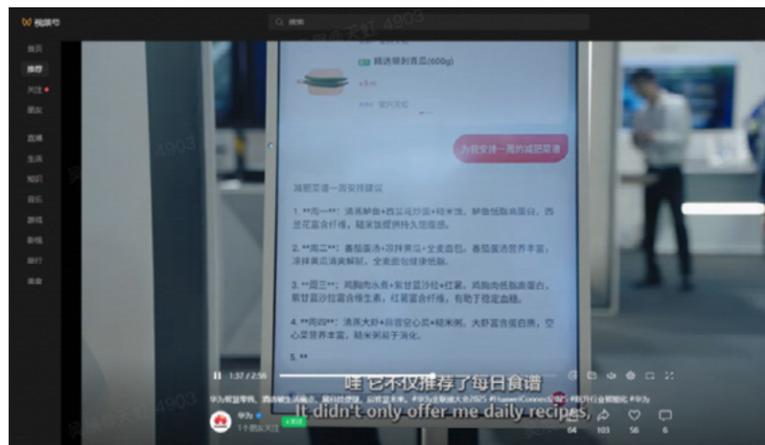
2025 年，针对重庆南山商业割裂问题，灵智数科与金隅·南山凡米里合作，搭建线上线下融合小程序平台，策划轻量化主题活动引导客流沉淀。项目开业两天吸引 6.8 万客流，电子券核销率 93%，注册会员超 2000 人，构建 14 个精准用户社群，以数据驱动激活社区商业生态。



灵智数科与金隅·南山凡米里合作

### 案例 AI 导购赋能零售，开拓降本增收新路径

针对零售存量竞争、转化率低、人工成本高的痛点，灵智数科依托自主研发“百灵鸟大模型”，融合关键技术，于 2025 年 3 月启动 AI 导购项目。该项目通过分阶段搭建多场景智能导购体，提供线上线下一体化服务，相关应用获权威媒体报道，成为 AI 落地标杆。



灵智数科自主研发 AI 导购

### 案例 灵智数科联合华为发布大模型方案，重塑零售 AI 体验

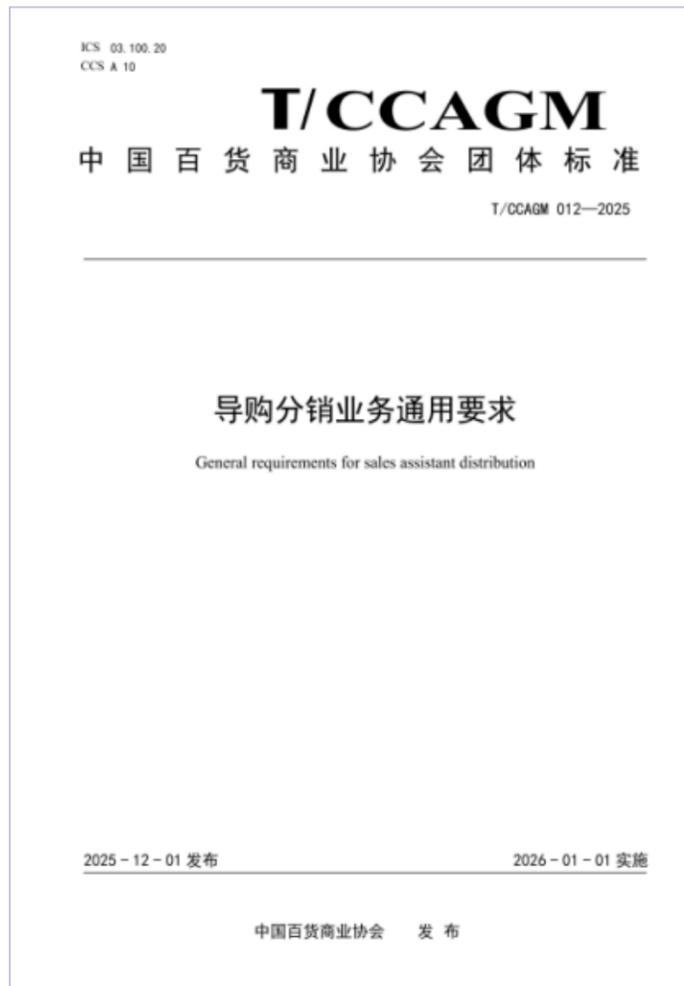
2025 年 3 月，灵智数科与华为联合发布百灵鸟大模型解决方案，聚焦零售行业痛点提供端到端智能服务。该方案集成 AI 导购、AI 客服、AI 拍小票积分等应用，广泛覆盖 30 余个业务场景，助力零售业从经验驱动向数据智能转型。



联合发布大模型解决方案

案例 灵智数科参与制定行业标准，推动导购分销规范化

作为核心起草单位，灵智数科深度参与中国百货商业协会《导购分销业务通用要求》团体标准制定。该标准明确业务框架、流程及合规准则，为行业企业提供可落地操作规范，降低试错成本与风险，彰显公司在零售数字化领域的行业影响力与生态共建责任。



《导购分销业务通用要求》团体标准

案例 天虹股份助力灵活就业，搭建零工全链条服务体系

在深圳市南山区人社局指导下，天虹股份发起成立“连锁商业零工驿站”，以公司门店为试点，为零工群体提供求职、岗位匹配、技能培训等一站式服务，助力零工就业，推动灵活就业高质量发展。2025年，灵智数科小活儿平台积极参与政府招聘会，推动人才与产业精准对接。



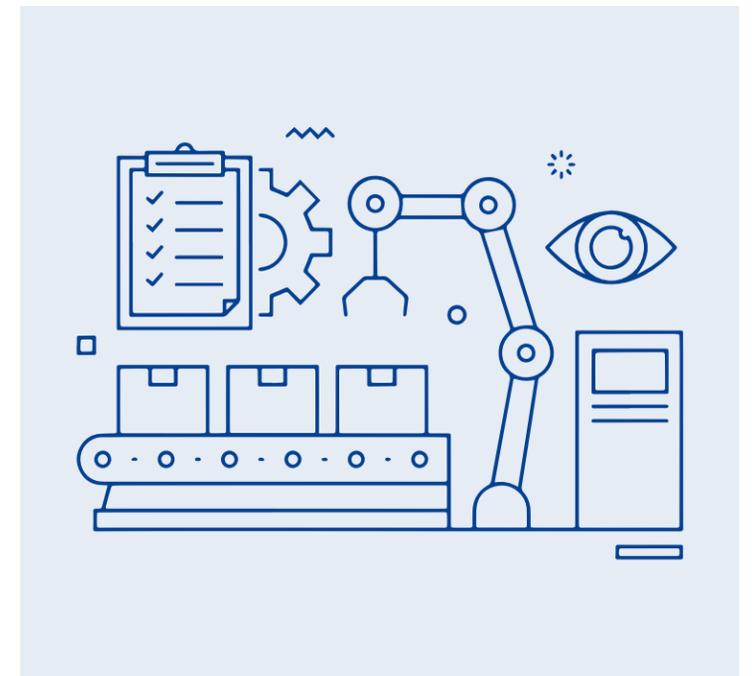
灵活就业专区招聘会现场

案例 灵智数科发布用工调研报告，赋能零售人力优化

2025年，灵智数科小活儿平台联合专业机构发布《超市用工调研报告》，系统剖析超市行业灵活用工现状、痛点与趋势，结合实践经验为零售企业提供用工模式优化、数字化管理等可行性建议，为零售业应对人力挑战、实现可持续发展提供决策参考。



超市用工调研报告



## 研发成果丰硕

公司重视研发投入，不断加大资源配置、完善激励机制，充分调动研发人员积极性，促进研发成果稳步增长，创新能力持续提升。

2025 年



公司发明专利申请

18 个



授权

8 个



软件著作权登记

34 项

其中，发明专利申请量同比增长 12.5%，彰显研发投入决心与创新实力，为核心竞争力提升提供技术保障。

同时，公司研发创新与成果转化的成效获得了行业广泛认可，2025 年，相关解决方案与实践案例斩获多项权威奖项，涵盖零售创新、数字化服务、行业实践、人力资源等多个领域，切实体现了公司深耕零售数字化领域、坚守创新初心的坚定决心。



鼎革奖·数字化  
服务奖



深圳明日之星



2025 年 CCFA 金百合  
购物中心最佳实践案例



先锋合作伙伴



零售业  
最佳解决方案



2024-2025 年度广东  
商业创新发展优秀案例



2025 年优秀零售  
解决方案案例



“智慧零售创新  
解决方案”奖

### 天虹股份 2025 年研发创新绩效

指标	单位	2025 年度数值
年度内开展的研发创新项目	个	5
研发人员总数	人	272
硕士人数	人	18
本科人数	人	185
本科以下人数	人	69
累计授权专利总件数	件	20
授权发明专利	件	19
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	18

## 强化知识产权保护

公司持续开展创新技术研究工作，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。公司旗下灵智数科已制定并实施《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。

2025 年，公司强化知识产权合规管理，由法务部组织外部专家开展专项培训，重点解析合同知识产权条款，提升员工合规意识，进一步明确知识产权归属，规范业务流程，降低侵权风险。同时，公司严格执行相关管理细则，落实激励机制，巩固创新优势，推动成果转化。

### 天虹股份 2025 年度知识产权培训绩效

知识产权培训次数

2 次

知识产权培训时长

5 小时

知识产权培训人次

85 人次

# 向心而行 生活至美

天虹股份始终践行“创造与分享生活之美”使命，立足全渠道零售优势，以数智化赋能全场景服务，将客户体验的温度、质量安全的底线、供应链的韧性与社会价值的回响，织成联结品牌与顾客的信任纽带，让“生活至美”渗透消费全旅程，成为可持续发展的生动注脚。

客户责任	18
产品责任	22
供应链管理	25
社会贡献	27

## 联合国可持续发展目标（SDGs）响应



# 客户责任

天虹股份始终秉持“以顾客为中心”的经营理念，将客户服务责任视为企业核心竞争力与品牌价值的重要基石，深度融入“创造与分享生活之美”的企业使命。依托数智化转型成果与全渠道服务网络，公司聚焦全客群全旅程需求，以标准化体系为支撑、以场景创新为突破、以数字化工具为赋能，持续优化服务品质、拓宽服务边界、提升客户体验，让服务既有“效率精度”更有“情感温度”。

## 治理

公司严格恪守《中华人民共和国消费者权益保护法》等法律法规，制定并持续完善《顾客意见及投诉处理流程》《会员消费及权益享受流程》《团购客户分级管理制度》等制度，2025年进一步优化权限审核、信息推送等专项流程，形成覆盖权益保障、沟通响应、投诉闭环的全链条制度支撑。



天虹股份“七重品质保证”服务

在管理机制上，公司以顾客体验管理（CEM）系统为载体，搭建以NPS为核心的顾客全旅程体验指标体系，通过数字化工具实现客户反馈实时采集、智能分类与闭环跟进。同时，公司建立跨部门共创机制，针对亲子友好、全龄适配等服务场景迭代标准、开展服务创新大赛等活动，推动服务治理规范化、高效化与人性化。

在服务品质建设方面，公司延续并优化“七重品质保证”服务，从商品质量、价格诚信等多方面向客户承诺，秉持诚信经营理念，推进放心消费单位创建，巩固门店放心消费相关荣誉，助力品牌口碑提升，增强客户信赖。

## 战略

公司将客户服务质量与体验升级作为核心战略，依托全渠道服务网络与数智化技术支撑，聚焦客户全旅程需求，有效防控服务适配、合规及匹配类风险。同时，公司紧抓消费升级与行业数字化机遇，通过场景创新、技术赋能与行业标杆打造，实现服务价值与品牌影响力双提升。

风险 / 机遇	类型	风险 / 机遇描述	财务影响	影响周期	影响程度	发生可能性	应对措施
风险	全渠道服务衔接风险	线上线下服务标准不统一、信息不同步，服务体验与售后保障衔接不畅	客户流失率上升、会员活跃度下降，复购率降低，间接影响营收增长，增加服务整改成本	短期	中	中	<ul style="list-style-type: none"> <li>制定全渠道服务统一标准，打通信息壁垒</li> <li>优化仓配布局，完善履约体系，提升履约时效</li> <li>实现全渠道服务互通，定期开展服务协同排查</li> </ul>
	客群服务适配风险	消费需求迭代加快，不同客群服务需求差异凸显，现有服务模式难以精准匹配各类客户需求	客户满意度下降，品牌竞争力弱化，错失细分客群消费红利，影响营收增量	中期	中	低	<ul style="list-style-type: none"> <li>开展客群需求专项调研，建立细分客群需求清单</li> <li>打造个性化服务场景，推出定制化服务方案，适配不同客群需求</li> </ul>
	服务能力不足风险	服务人员专业能力存在差异，数字化工具操作不熟练，复杂问题处理能力不足，影响客户对接体验	投诉处理成本增加，客户负面评价增多，新客拓展乏力，损害品牌形象，间接影响客户留存	短期	低	中	<ul style="list-style-type: none"> <li>开展分层分类专项培训，强化专业能力与服务意识</li> <li>建立考核与淘汰机制，推广优秀服务案例，提升全员服务水平</li> </ul>
机遇	消费升级机遇	居民消费从“基础满足”转向“品质体验”，客户对服务的专业性、便捷性、温度感需求提升，合规服务需求凸显	客户粘性提升，会员复购率增长，优质客户合作机会增加，品牌美誉度提高，带动营收稳步提升	长期	高	高	<ul style="list-style-type: none"> <li>升级便民服务举措，开展各类体验活动，传递有温度的服务</li> <li>强化合规服务建设，打造服务标杆，提升市场竞争力</li> </ul>
	数字化赋能机遇	数字化技术快速发展，可实现客户需求精准研判、服务流程简化，助力服务模式创新与效率提升	降低服务运营成本，提升服务效率，精准对接客户需求，推动营收提质增效	中期	高	高	<ul style="list-style-type: none"> <li>优化线上客服数字化体系，打通多渠道客服入口</li> <li>运用大数据分析客户需求，升级服务管理系统，实现客户体验闭环改进</li> </ul>

注：我们将影响周期的短期、中期、长期分别定义为1~3年、3~5年、5年以上；影响程度的高、中、低分别定义为对公司生产经营产生严重影响、适度影响、轻微影响；发生可能性的高、中、低分别为极有可能发生、较大可能发生、不太可能发生。

## 影响、风险和机遇管理

公司采用“识别-评估-监测-管理”四阶闭环思路，结合客户服务业务特性与全渠道运营实际，构建系统化、动态化的影响、风险和机遇治理体系，确保风险精准防控、机遇有效落地。



风险防控筑牢根基，务实举措方显初心。公司以客户服务全流程优化为抓手，从客户反馈闭环管理、服务团队能力提升、客户隐私安全保障三大关键环节落地具象化举措，把风险管理要求深度嵌入服务运营全链条，以精细化、标准化、人性化的实操动作夯实客户服务责任根基，切实将治理效能转化为客户可感知、可体验的服务实效。

## 客户反馈管理

### 多元化客户反馈渠道

公司以客户需求为导向，构建多元化全渠道客户反馈体系，覆盖线上线下消费场景。2025年，公司明确客服中心、社交媒体、订单点评等7大客户沟通渠道，并将线上第三方平台客诉接入客服系统，提升客诉管理的专业性与可追溯性，对各类反馈实行统一接入、专人管理，确保客户诉求及时传递、有回应、有落实。

此外，公司搭建客户体验管理（CEM）系统，以NPS（净推荐值）为核心，收集客户评价与运营数据并开展交叉分析及风险预警。2025年，公司通过多渠道开展NPS调研，回收样本7.4万余份，设计专项问卷形成分析报告，并持续优化调研维度，挖掘客户需求与服务短板，将反馈转化为服务优化、流程迭代的支撑，助力提升客户满意度。

天虹股份客户反馈渠道

反馈渠道类型	具体渠道	渠道管理举措	核心作用
线上渠道	APP、小程序、400电话、线上评价、社媒平台、第三方平台	实现各类线上反馈统一接入管理，明确专人跟进，将线上第三方平台客诉接入客服系统，确保反馈信息实时同步、及时回应	便捷客户快速反馈，及时捕捉线上消费场景服务痛点，精准回应线上客户需求，提升舆情处理专业性与可追溯性
线下渠道	门店现场反馈、意见箱、线下咨询台、会员专属回访、顾客主动口头反馈	规范线下反馈收集流程，定期整理汇总，联动门店及时响应、妥善处置，对客户诉求进行记录存档	贴近线下消费场景，收集客户即时体验反馈，提升线下服务适配性与暖心度，形成完整的客户声音存档
专业化调研渠道	顾客体验管理系统（NPS调研）、购百顾客体验调研、专柜到家体验调研、每月公众号主动调研	搭建顾客体验管理系统，开展数据交叉分析与预警，形成调研分析报告，根据消费触点实时触发问卷收集反馈	挖掘客户潜在需求，研判服务优化方向，为服务战略调整提供科学依据，贴合客户期待，推动客户体验全面提升

### 投诉精细化管理

为实现投诉精细化管理、保障处置高效有序，公司严格遵循相关法规，依据《顾客意见及投诉处理流程》建立投诉分级分类机制，结合投诉类型、紧急程度划分等级，明确各等级处理时限与责任主体，对7个渠道的所有投诉全面落实记录、回复、存档要求，确保责任到人、流程闭环、处置高效。

在分级分类管控的基础上，公司进一步强化投诉全流程处置与回访管控，安排专人全程跟进每一项投诉，及时同步处理进度与结果，严格落实“普通投诉按时解决、复杂投诉给出方案跟进”的服务标准，所有投诉办结后均开展满意度回访。

此外，针对2025年高频投诉问题，公司专门制定专项整改方案，深挖根源、明确举措、全程监督，并建立常态化复盘机制，持续优化相关流程与管控措施，推动投诉总量稳步下降，不断提升客户体验。



全力保障投诉办结率

100%

天虹股份年投诉处理流程

管理环节	核心举措	处理标准	管控目标
投诉分级分类	按类型、紧急程度分级，明确责任，对7个渠道投诉记录存档、按流程处理	分级合理、责任到人，处置高效，所有投诉有记录、有回应	提升针对性、缩短周期，实现投诉全流程可追溯
投诉处理执行	按指定流程执行，专人跟进、同步进度，办结后及时回访	按时响应解决，复杂投诉跟进落地，回访确认满意、记录完整	保持办结率 100%，提升处理及时率、客户满意度
高频投诉整改	针对三类高频投诉，分析根源、制定整改措施，明确责任时限并督办	整改可落地、有跟踪，形成闭环，优化管控机制	降低同类投诉发生率，补齐服务短板
复盘优化	定期复盘投诉处理情况，总结经验，优化流程与管控规范	复盘常态化，优化举措贴合实际与客户期待	提升投诉管理精细化水平，推动总投诉量下降

## 服务团队能力提升

公司持续打造“服务领先”的核心竞争力、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。

公司依托成熟客服培训体系，聚焦服务人员专业能力与服务意识双提升，结合客户真实需求与品牌定位，精心落地多项有温度、有特色的服务活动，推进亲子友好场景建设，联动社区开展各类体验活动，用细节传递服务温度，用活动拉近与客户的距离，打造差异化服务优势，强化品牌与客户的情感联结，同时积极践行社会责任，让服务走进客户心中。

2025年，公司以全龄友好服务升级和服务创新能力提升为重心，持续丰富服务内涵，聚焦亲子友好场景标准化建设，制定《亲子友好标杆门店实施标准》，统一定制服务标识与规范，实现全国93家门店全覆盖，并打造10家标杆店，为亲子家庭提供贴心适配服务。此外，公司同步搭建服务创新孵化平台，组织开展服务创新大赛，鼓励区域及门店深度洞察顾客需求、设计差异化服务方案。

2025年，全面激发全员服务创新活力。

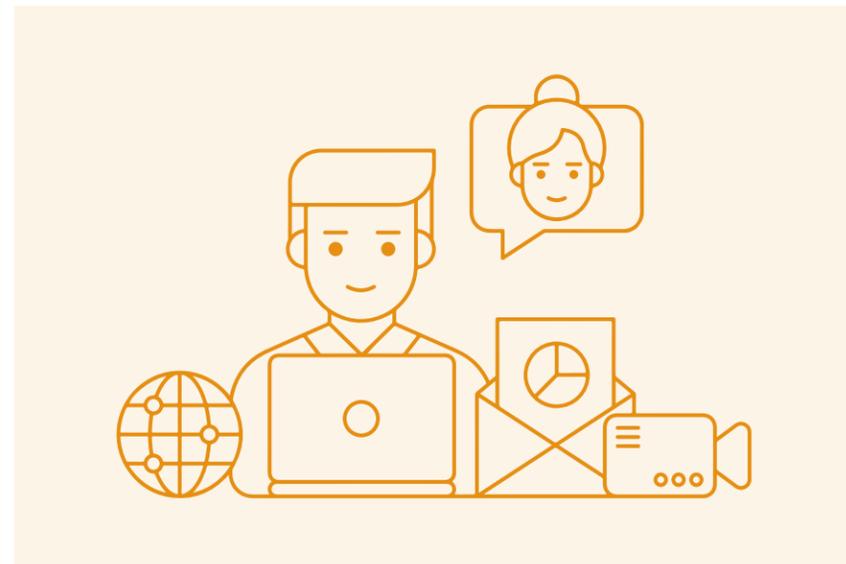
 累计立项创新项目 **110** 个

 **95** 个项目形成落地成果

 **22** 个项目晋级全国赛



天虹股份顾客服务准则



### 案例 天虹股份组织亲子环湖健康跑

天虹股份组织亲子环湖健康跑活动，活动吸引近500组亲子家庭参与，大家沿环湖步道携手前行，在自然探索中增进亲子默契，欢声笑语与湖光绿意相映成趣，打造了兼具趣味性与互动性的亲子服务场景。



亲子环湖健康跑

案例 天虹股份举办油菜花田春日见面会

天虹股份将沉浸式溯源体验与春日宴文化结合，邀请客户走进金龙鱼外婆乡小榨菜籽油产地，近距离感受产品匠心工艺，在春日氛围中收获味觉体验与情感共鸣，深化品牌与客户的情感联结。



油菜花田春日见面会

案例 天虹股份打造“开溜·脆皮养生市集”

天虹股份联合中山市卫生健康局南区分局打造“开溜·脆皮养生市集”，通过中医义诊、中医理疗、养生茶品鉴、超市自有品牌养生好物售卖点、会员纳新及互动专区等，将健康管理融入社区场景。



“开溜·脆皮养生市集”

案例 天虹股份开展“3·15 国际消费者权益日”宣传活动

天虹股份于“3·15 国际消费者权益日”通过普法宣讲、消费维权咨询等形式，向消费者普及识假辨假知识与维权途径，切实提升消费者权益保护意识，营造安全、放心、公正的消费环境。



“3·15 国际消费者权益日”宣传活动

## 客户隐私保护

公司高度重视客户隐私保护，将其作为客户权益保障核心，严格遵守《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，按照公司《数据安全管理制度》《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，保障消费者合法权益，2025 年未发生隐私泄露事件。

## 指标与目标

2025 年，公司围绕客户服务责任落地，各项核心指标均达成预期目标。

### 天虹股份 2025 年客户服务情况

NPS(净推荐值)

65.69 分

NPS 调研样本量

81,799 份

客户投诉下降率

3.5 %

客户投诉办结率

100 %



客户投诉管理成效显著，全年回收客户调研问卷

7.4 万份

数智化服务能力显著提升，AI 工单分类准确性达

80 %



机器人独立接待率提升至

65 %

## 产品责任

天虹股份始终坚守品质至上、安全为本的经营底线，将产品质量与食品安全视为企业立身之本、民生之责，深度融入企业使命。

## 质量与安全

公司始终将质量与安全作为企业生存发展基石，构建了全链路、多层级、数字化的全面质量管理体系，全流程把控质量标准，全程守护消费者权益与体验，以实际行动践行“诚信经营”的核心价值观。

## 治理

公司严格遵循《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》等国家法律法规，持续优化升级《自营/联营商品质量管理流程》《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，以“风险防控为核心、顾客需求为导向”，构建“责任清晰、制度完善、动态防控”的治理生态，依托 ISO 9001 质量管理体系，将质量管理覆盖商品管控、门店运营、服务交付、供应链协同等全业务场景，并通过现代化溯源技术实现全链路可追溯，让每一项质量管控的轨迹清晰可循。

同时，公司已获得 ISO 9001 质量管理体系认证和 ISO 22000 食品安全管理体系认证，推行双体系深度融合的质量安全合规管理体系，并通过“总部统筹+区域落实+门店执行”三级架构落地管控要求，将风险防控和顾客需求贯穿全业务流程，保障全面质量管理标准化，聚焦食品安全专项管控，进一步实现质量安全水平提升、市场竞争力增强与社会责任履行的多重目标。



ISO 9001 质量管理体系认证证书



ISO 22000 食品安全管理体系认证证书 (食品行业类别 CII&CI)



ISO 22000 食品安全管理体系认证证书 (食品行业类别 F1)

### 天虹股份双体系深度融合的质量安全合规管理体系措施

持续优化	<ul style="list-style-type: none"> <li>关注食品安全和质量最新动态，及时调整完善体系内容</li> <li>鼓励员工主动提出改进意见和建议</li> </ul>
强化供应链管理	<ul style="list-style-type: none"> <li>严格开展供应商筛选与评估，保障原料安全与质量</li> <li>与供应商建立长期稳定合作关系，提升供应链透明度与可追溯性</li> </ul>
人员与供应商能力建设	<ul style="list-style-type: none"> <li>强化员工及供应商培训，提升员工食品安全意识与操作技能</li> <li>重视与员工沟通交流，增强员工归属感与责任感</li> </ul>
技术赋能质量管理升级	<ul style="list-style-type: none"> <li>积极引进先进生产工艺与技术设备，提升生产效率与质量水平</li> <li>关注信息技术在质量管理中的应用，实现质量管理数字化</li> </ul>
第三方专业监督与验证	<ul style="list-style-type: none"> <li>与权威第三方机构合作，定期开展体系审核与产品检测，保障体系有效性及产品安全性</li> </ul>
建立应急预案	<ul style="list-style-type: none"> <li>针对潜在的食品安全问题制定应急预案，在紧急情况下迅速采取有效措施减少损失</li> </ul>
关注可持续发展	<ul style="list-style-type: none"> <li>追求经济效益的同时，关注环境保护与可持续发展，推行绿色生产与低碳经济模式</li> </ul>

## 战略

公司始终将全面质量保障作为战略支点，通过全链路风险防控、数智化技术赋能、供应链协同升级，有效防范产品质量与安全风险。同时，公司精准把握行业向“品质化、健康化、绿色化”升级的发展机遇，依托全渠道零售优势与数智化转型成果，实现产品安全质量与企业可持续发展的深度融合。

风险 / 机遇	类型	风险 / 机遇描述	财务影响	影响周期	影响程度	发生可能性	应对措施
风险	质量管控风险	生鲜基地环境管控、农兽药残留超标风险，自有品牌商品生产过程合规性不足，冷链物流温度失控导致商品变质	退货损失增加、合规处罚导致成本上升、库存损耗率提高	短期	高	低	<ul style="list-style-type: none"> <li>持续对自有品牌合作工厂实施生产工艺审核与飞行检查</li> <li>推行全流程品质保证体系，强化生产、加工、物流全环节管控</li> <li>运用 GPS 和数字温度监控技术，实现冷链运输全程可控</li> </ul>
	运营质量风险	商品临期未及时管控，产品标签标注不合规、健康属性宣传不严谨，电商平台商品质量良莠不齐、产品溯源信息不全	质量事故导致效益损失、客户索赔成本增加	短期	高	低	<ul style="list-style-type: none"> <li>上线商品临期预警系统，实现智能需求预测与补货管理</li> <li>制定电商品质管理相关制度，持续优化电商平台管理</li> <li>推进商品证件数字化，核心品类实现全程可追溯</li> </ul>
	合规政策风险	食品安全法、健康食品标签标准更新，地方优质标准升级，绿色包装合规要求提升	合规改造、标签优化投入上升	中期	中	中	<ul style="list-style-type: none"> <li>建立政策动态跟踪机制，持续优化内部制度，适配新规要求</li> <li>对标地方优质标准，打造专供食品</li> <li>推广可循环包装，降低门店一次性包装使用量</li> </ul>
机遇	消费升级机遇	消费者对有机、安心、可溯源商品需求持续增长，健康消费市场规模扩大	健康属性商品、自有品牌销量增长，品牌声誉提升	长期	高	高	<ul style="list-style-type: none"> <li>打造有机、安心、洁净标签等四大健康系列，持续推出健康商品</li> <li>升级 sp@ce 超市 3.0 业态，强化“绿色健康、品质可控”商品特色</li> <li>扩大可溯源商品覆盖，提高可溯源产品占比</li> </ul>
	数字化赋能机遇	智能定价、AI 选品等数字化工具可提升质量管控效率，降低人工误差与损耗	管控成本降低，商品损耗率下降，运营效率提升	中期	高	高	<ul style="list-style-type: none"> <li>持续优化更新智能定价系统，优化价格合规与质量成本平衡</li> <li>运用 AI 选品工具筛选高品质商品</li> <li>搭建质量数据指标平台，实现质量问题实时分析与风险预警</li> </ul>

注：我们将影响周期的短期、中期、长期分别定义为 1~3 年、3~5 年、5 年以上；影响程度的高、中、低分别定义为对公司生产经营产生严重影响、适度影响、轻微影响；发生可能性的高、中、低分别为极有可能发生、较大可能发生、不太可能发生。

## 质量风险管理流程

公司以消费者健康安全为核心，构建“识别 - 评估 - 监测 - 管理”四阶闭环体系，将质量风险管控深度融入业务运营。2025 年，公司基于 ISO 9001&ISO 22000 融合管理体系，结合零售行业特性与经营实际，系统化推进风险治理。



同时，公司通过数字化转型和技术创新降低质量风险，实现 B2B 平台商品证件数字化、商品临期预警和物流系统支持批次质量管理，形成产品质量安全问题数据化，实现从源头到终端的监管。

天虹股份数字化产品链数字化举措

具体举措	举措成效
商品证件数字化	实现新品审批、证照查看、维护电子化。
商品临期预警	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。
物流系统支持批次质量管理	实现生鲜等商品 GPS 和数字温度监控技术冷链运输的全程可控。

指标与目标

天虹股份 2025 年绩效

可溯源产品占比	自有产品占比
<b>8.1%</b>	<b>13.1%</b>

食品安全管控

公司始终将食品安全视为企业生命线，以“守护人民菜篮子”为己任，严格遵守《中华人民共和国食品安全法》及监管要求，持续完善从农田到餐桌的全链条管控体系。

食品安全能力建设

公司坚持贯彻“预防为主、全程管控”原则，从质量检测、标准管理、能力提升方面，着力提升食品安全管理质效，并通过内部赋能与外部共建的“内外联动”模式，持续深化食品安全保障能力。

天虹股份食品安全能力建设举措

食品安全能力建设	
质量监测强化	全年门店质量评价得分超目标达成。
能力共建深化	联合第三方机构开展体系审核，强化员工食品安全意识与操作技能，为质量管控提供人才保障。

天虹股份食品安全宣导行动

食品安全宣导举措	
内部赋能	组织食品安全专题培训，覆盖一线员工与管理人员，强化“质量即生命”的责任意识。
外部共建	开展消费者食品安全科普活动，通过现场检测、知识讲解等形式提升公众食品安全认知，营造“人人关注、共同守护”的良好氛围。

食品安全品质保障

公司聚焦生鲜、烘焙等高敏感品类，构建并深化覆盖全流程的“五全”品质保证机制，深度融合现代化溯源技术与数字化管理工具，实现品质管控的全流程升级，以制度刚性筑牢食品安全防线。

在 sp@ce3.0 标准门店调改过程中，生鲜熟食专区全面迭代温控系统与全链条可追溯技术，为品类品质筑牢根基。烘焙专区依托商品临期预警系统，构建新鲜度与安全性双重保障体系。建立食品安全风险管控清单，依托数字化质量管理体系，执行“日管控、周排查、月调度”，确保动态监控风险并实现整改闭环。

同时，公司依托商品临期预警系统，强化终端质量实时监控，联合第三方机构开展定期体系审核，严格对标国家强制标准，将安全责任压实至区域与门店末梢。

天虹股份“五全”品质保证管理措施

全环节审查	<ul style="list-style-type: none"> <li>对从生产、加工、仓储、物流直至交付的全环节进行合规引入审查；</li> <li>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。</li> </ul>
全标准管控	<ul style="list-style-type: none"> <li>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；</li> <li>制定农产品包装、储运、食品安全、质量验收标准，遵照验收程序进行质量验收。</li> </ul>
全方位检测	<ul style="list-style-type: none"> <li>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；</li> <li>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。</li> </ul>
全方位监督	<ul style="list-style-type: none"> <li>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；</li> <li>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；</li> <li>委托第三方专业机构对门店执行情况进行审核。</li> </ul>
全程可追溯	<ul style="list-style-type: none"> <li>建立可追溯体系，确保产品全程可追溯。</li> </ul>

2025 年，通过技术赋能与流程优化实现食品安全管理质效双升，全年未发生食品安全事故。

## 健康商品战略落地

公司践行健康中国战略，紧扣消费升级需求，以商品创新、品质管控与场景赋能为抓手，推进健康商品战略落地。在夯实传统质量管理体系的基础上，公司通过业态创新、技术应用与重大活动保障，将产品安全与质量保障融入具体的业务场景与消费者体验中，形成了可验证的最佳实践。公司通过强化健康标签、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”产品，并坚持开发公司独有的健康产品。



sp@ce 天虹超市有机蔬菜货架 & 药食同源宣传

同时，公司通过服务业态创新深化品质保障，首创“小份经济”，精准匹配现代家庭需求，通过适宜的分量控制间接降低了因储存不当导致的产品变质风险。公司打造“烟火市集”，通过“即选、即做、即食”的场景化体验，强化了对现场加工食品新鲜度与制作流程的直观管理。



sp@ce 天虹超市“小份经济”商品

### 案例 天虹股份成立“大健康学研产销一体化平台”

2025年，天虹股份在中共中央、国务院《“健康中国2030”规划纲要》指引下，联合江南大学、中国连锁经营协会及东阿阿胶等权威学术机构、行业组织与知名企业，共同成立“大健康学研产销一体化平台”。平台以质量安全和食品安全为核心，构建“学研定标-产销管控-协同保障”全链路体系，是公司质量安全战略的重要实践。



天虹股份大健康学研产销一体化平台

## 供应链管理

天虹股份始终秉持“共建品质供应、共赢可持续发展”的理念，持续完善供应链管理体系，以制度迭代筑牢合规根基，以责任采购践行可持续承诺，以战略合作激活生态动能，不断提升供应链的稳定性、韧性与价值创造力，携手合作伙伴共同推动行业高质量发展。

### 制度优化与数字化管理

#### 制度体系迭代升级

2025年，公司聚焦电商供应链管理痛点，持续完善制度闭环。公司完善《电商供应商引进规范》《电商供应商清退操作规范》，明确准入标准与退出机制，实现电商供应商全流程标准化管控，更新《天虹电商平台商家开业培训及验收规范》，强化入驻前合规培训与实操核验，从源头保障服务品质，同步推进《天虹电商平台商家管理规则》修订，形成“引进-运营-管控-清退”的全链条管理体系。

天虹股份 2025 年供应商情况

指标	单位	2025 年度数值
供应商数量	家	17,361
其中：超市业态供应商数量	家	1,700
购百业态供应商数量	家	14,890
电商平台供应商数量	家	771

公司在供应链中台搭建供应商 SRM 管理系统，包括供应商管理库、供应商看板、供应商年度分级、供应商 JBP 管理等全生命周期数字化管理，提升管理效率，降低管理成本，引导供应商依照天虹的战略方向开展合作，促进公司与供应商间的合作共创，实现合作共赢。同时，公司持续优化电商平台管理，规范电商平台商家引进、售前商品质量及价格、售中物流管理和售后服务等环节，确保平台商品质量与服务标准化，提升供应链的整体水平。



天虹股份电商全流程管理制度

## 数字化赋能供应链协同高效

在供应链管理的智能化升级方面，公司取得了显著成效。2025年，公司自主研发的“灵智百灵鸟AI大模型”在超过30个核心业务场景中深度应用，并通过国家网信监管部门安全评测，获得生成式人工智能服务备案证明。在供应链环节，该技术实现了从传统“经验定价”到数据驱动的“智能定价”转变，通过对商品价格进行精准对标与匹配，有效提升了定价效率和精准度，助力企业卓越经营。



“灵智百灵鸟 AI 大模型”



百灵鸟大模型的备案证明

## BBC 供应商分级管控措施

为规范 B2B2C 供应链（平台入驻商家）运营、提升商品与服务品质，公司建立多维度商家动态评级体系。以5分为满分，围绕销售指标、商品评价、物流履约、客服咨询、售后服务、商品质量抽检六大维度开展综合考评，通过“奖优罚劣”的差异化管控，倒逼商家聚焦品质与服务升级，推动供应链整体水平进阶。

商家等级	判定标准	具体条件及管控措施
优质商家	核心指标优异	四项关键服务指标均达到 4.8 分及以上，则予以资源倾斜，优先支持参与平台营销活动
合规商家	核心指标达标	四项关键服务指标均在 4 分及以上，则持续督导优化，定期开展合规培训与运营指导
淘汰商家	核心指标严重不达标	六大维度中，三项及以上指标低于 4 分，依法依规予以清退，维护供应链合规运营秩序

公司持续深化供应链中台 SRM 管理系统应用，实现供应商管理库、动态看板、年度分级、JBP（联合商业计划）协同等全生命周期数字化管控。该应用通过数据实时共享、流程在线化流转，有效缩短供需对接周期，降低跨部门协作成本，为供应商精准匹配需求、共创价值提供技术支撑，推动供需两端从“被动配合”向“主动协同”转型。

## 责任采购与可持续实践

### 合规经营筑牢底线

公司严格恪守《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》等法律法规，坚持与合作伙伴平等互利、诚信相待，坚决杜绝不公平交易行为。公司持续将反商业贿赂条款纳入采购合同。

### ESG 理念深度渗透

公司积极推动可持续供应链建设，制定《自营供应商引进规范》《自营供应商分级管理规范》等管理办法，明确供应商引进、管理、淘汰机制，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。



实现供应商廉政责任承诺书 100% 签订，以制度刚性筑牢廉洁供应链防线，共同维护公平公正的市场环境。

# 社会贡献

天虹股份始终秉持“与社会共成长、与民生同呼吸”的责任理念，将社会责任深度融入战略布局与业务运营。公司视“社会贡献”为企业核心价值的延伸——既立足“以客户为中心”本源，将服务从消费场景延伸至社区与社会层面，聚焦更广泛的民生福祉，覆盖社区赋能、公益践行、特殊群体关怀三大方向，以有温度的商业实践回应社会需求，以可持续行动助力和谐生态，让商业价值与社会价值共生共荣。

联合国可持续发展目标 (SDGs) 响应



天虹股份供应商引进考量的 ESG 因素

公司以采购杠杆带动供应链责任意识提升，同时，积极推进绿色采购实践，鼓励供应商采用环保包装、低碳生产技术，减少供应链全链路环境足迹，稳步落地动物福利目标，按规划提升非笼养鸡蛋销售占比，以负责任采购助力食品供应链可持续发展与动物福祉改善。

## 战略合作与生态共建

### 培训赋能伙伴成长

2025 年，公司秉持“赋能伙伴、共同成长”的理念，组织供应商专项培训 3 次，覆盖 321 家合作伙伴，聚焦质量管理、合规运营、服务升级等核心议题，通过案例分享、实操指导、行业最佳实践交流等形式，切实提升供应商综合运营能力，夯实供应链品质。

天虹股份供应商管理绩效

供应商培训次数

3 次

供应商培训参与家数

321 家

### 供应链创新突破

公司主动顺应消费趋势变化，重点推进高端化与新质化供应链建设。公司成功引进并深化与 COACH、Calvin Klein、Marc O' Polo 等 40 余个国际高端头部品牌的合作，提升供应链品牌能级。同时，公司积极布局潮玩、科技、户外、餐饮等新兴赛道，引入影石、大疆、Aape 等新质品牌，丰富品类结构，满足消费者多元化、个性化需求，为供应链注入新增长动能。

## 社区服务

作为深耕城市商业生态的责任践行者，公司始终以社区为核心服务场景，聚焦居民生活保障、健康提升、家庭互动等需求，持续迭代服务体系、创新活动载体，构建有温度、可感知的社区生活共同体。



2025 年，公司累计对外捐赠  
**7.88** 万元



### 案例

#### 应急保供—天虹股份台风期间筑牢民生保障线

2025 年 9 月，针对第 18 号超强台风“桦加沙”，天虹股份快速启动应急保供机制，依托完善的供应链系统提前加大生鲜、方便食品等民生商品备货量，确保“不脱销、不断档”。公司通过加密物流配送频次、优化线上线下履约流程，联合物流伙伴保障运力，24 小时畅通客服热线，同步坚守品质承诺，筑牢消费安全防线。公司全力保障员工安全，通过灵活调整营业时间、配备防护物资等方式，实现民生保障与员工关怀双向落地。



天虹股份台风期间线下商品情况



天虹股份台风期间应急保供宣传

案例 健康赋能—天虹股份邻里节打造跨界健康生活场景

2025年，天虹股份以第五届邻里节为载体，创新打造“中医养生+赛博运动”跨界健康消费场景，全国23家社区店联动开展中医义诊、养生互动等线下活动，百人养生操同步引入科技元素提升体验趣味性。活动在线上通过APP及小程序精准推荐健康商品与场景化套餐，在线下基于超市构建的12大维度健康标签商品体系，全链路保障居民健康消费需求。活动带动社区店销售与客流双增长，相关话题线上总曝光量突破259万次，成功将健康理念从商业场景延伸至社会层面。



百人养生操



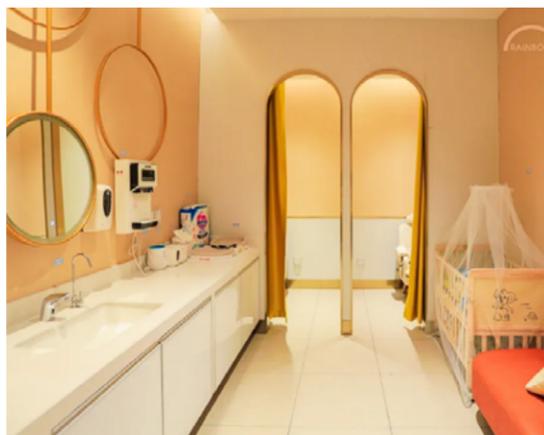
中医义诊



“赛博运动”人机共舞

案例 亲子友好—天虹股份构建有温度的育儿服务生态

2025年，天虹股份聚焦家庭育儿需求，从空间、服务、场景多维度发力，打造覆盖全家庭的亲子友好生态圈。公司在深圳宝安天虹购物中心创新设立“母婴室”，全国百家门店全面铺开“虹宝加油站”，提供儿童常用物品及应急便民服务，持续升级母婴室功能配置，优化育儿友好硬件设施。同时公司在全国家购物中心落地大型免费儿童主题乐园，每月策划“虹宝生日会”“手工DIY”等亲子活动，以寓教于乐的互动形式，让商业空间成为见证家庭成长的“第二生活场景”，推动育儿友好型社会建设。



天虹股份“母婴室”



“虹宝加油站”



儿童主题乐园

社会公益

公司关注弱势群体，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。



2025年，公司社会公益活动投入

4.86 万元



案例 爱心助农—天虹股份打通滞销农产品产销链路

2025年3月，天虹股份依托供应链整合优势，针对厦门翔安区新圩镇凤路村包菜滞销情况，迅速建立“田间到货架”快速响应机制，2天内完成采购、物流、上架全流程，通过“线上+线下”全渠道设置助农专位推广。首批3000斤包菜当日售罄，后续持续联动农户调运9000斤保障周末供应，以实际行动打通农产品上行“最后一公里”，实现助农与惠民双向奔赴。



爱心助农公益活动



案例 公益包容—天虹股份为孤独症群体营造有爱无碍社区

2025年4月世界孤独症日期间，天虹股份携手壹基金启动“有爱无碍的社区”公益行动，通过全国门店线下宣传、官方平台线上科普等多维度传播，提升公众对孤独症群体的认知与接纳度，助力特殊群体更好融入社会。



“有爱无碍的社区”建设

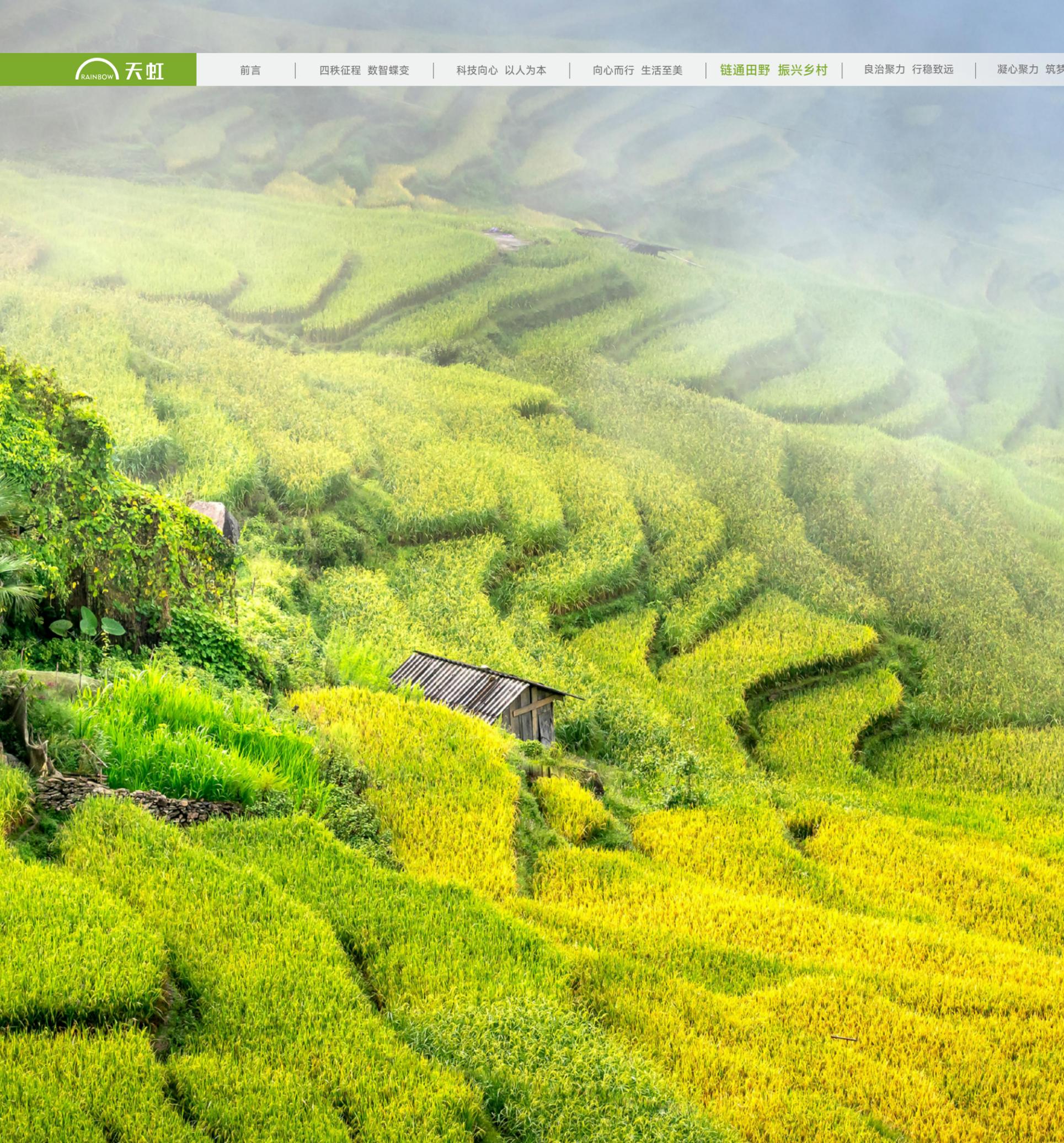
案例 女性赋能—天虹股份“粉耀湾区”致敬多元女性力量

2025年3月国际妇女节前夕，天虹股份在深圳蛇口邮轮母港“大湾区伊敦号”举办“粉耀湾区”女性公益主题活动，通过健康科普沙龙、运动体验课程、香氛手作等多元场景，为超300名女性嘉宾搭建交流互动平台，全网话题曝光量突破百万，传递女性多元价值主张，助力包容社会构建。



“粉耀湾区”女性公益主题活动留影

未来，公司将持续深化社会责任实践，以更精准的需求响应、更创新的公益模式、更持续的责任行动，深耕社区服务、聚焦公益赋能、坚守生态守护，让商业价值与社会价值协同共生，为共建和谐、包容、可持续的美好社会持续贡献天虹力量。



# 链通田野 振兴乡村

四十余载春华秋实，天虹股份带着植根深圳淬炼的商业智慧与供应链能力，沉入乡土深处，从标准化生产到电商破冰，从运输车辆穿行深山到农产品直达万家餐桌，把最好的经验带到最需要的地方，让田野与城市，在人与人的联结里，同此丰盈。

治理	31
战略	31
风险与机遇管理	32
指标与目标	33

### 联合国可持续发展目标（SDGs）响应



# 治理

天虹股份坚决履行央企乡村振兴政治责任，推动帮扶工作由点及面向纵深拓展，实现从夯实基础到提质增效的系统跨越。2025年，公司乡村振兴工作聚焦组织机制健全、产业提质、消费带动、供应链强化、品牌传播等五大核心领域，为乡村振兴注入强劲动能。



公司成立乡村振兴领导小组及办公室、建立乡村振兴部门，2025年进一步强化组织保障，派驻青年干部履职于普定水井村任驻村第一书记，深度链接企业资源与乡村需求。

同时，公司持续强化与集团及公司相关部门的业务协同，为深化消费帮扶、推进溯源体系建设等工作提供组织保障，建立专项沟通群及定期到访交流、参加集团定向帮扶县的年度和季度乡村振兴工作会，保障帮扶工作顺利推进。

# 战略

天虹股份立足公司核心功能定位，聚焦所在行业优势，逐渐形成具有天虹特色的乡村振兴三大核心目标，在乡村振兴的征途上，以数智化为引擎，依托自身供应链管理体系与市场化能力，建设产业赋能平台，助力产业升级与品牌打造，为乡村注入强劲动能，淬炼出可持续的特色乡村振兴之路。

增强核心功能，主动承担并完成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

天虹股份乡村振兴三大核心目标

同时，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。截至2025年末，公司累计捐建28所“梦想飞屋”图书阅览室，直接受益学生数量达10,000人。



## 案例 教育公益—天虹股份“梦想飞屋”升级赋能乡村成长

天虹股份自2012年启动的公益品牌项目“梦想飞屋”，2025年实现服务场景重大升级，首次将捐赠范围从小学延伸至中学与社区，新增3所图书阅览室落地广东河源、贵州普定等地，累计完成28所捐建，惠及数百万乡村儿童与青少年。项目针对不同场景需求精准配置优质读物及现代化阅读设施，以专业化、标准化实践缩小城乡阅读资源差距，用长期主义诠释企业对教育公益的坚守。



天虹股份“梦想飞屋”公益品牌项目

# 风险与机遇管理

乡村振兴特色产品拥有极大市场潜力，有助于完善天虹股份特色产品体系，并进一步强化企业品牌形象。但特色农产品存在生产标准化程度低，缺乏品牌效应风险，产业支持所需成本与资源较大。

面对上述风险与机遇，公司建立健全组织机制，持续巩固帮扶基础；聚焦产业提质，推动产品与品牌升级；拓展消费帮扶，有效促进农户增收；强化供应链管理，筑牢产品安全根基。

2025年，公司进一步夯实市场化根基，重点推动消费帮扶产品供应链溯源体系建设，依托自身食品安全管理体系，联合中国检验认证（集团）有限公司完成集团定向帮扶五县37类197款产品实地溯源，实施“跟单生产”模式，实地考察49家供应链工厂，创新构建“来源可查、去向可追、责任可究”的追溯管理体系，通过“一票否决制”、动态审核及二维码溯源技术，推动帮扶从“输血”向“造血”转型，相关成果获广泛认可。

同时，公司加速推进“蓝天水井”品牌建设，依托公司全渠道消费服务平台，深化“互联网+农业”模式，持续探索“农业+文旅+商业”融合互促新生态，并开展深圳市乡村振兴局“消费帮扶百强好产品进天虹”系列展览展示营销活动，在生产标准化的基础上实现产品化品牌升级。

## 案例 天虹股份赋能镇宁蜂糖李斩获“深标 A+”认证

为贯彻落实农业农村部关于加快水果提档升级的统一部署，以扎实推进深圳农产品质量分级试点为响应，天虹股份以蜂糖李品质升级为抓手推动产业振兴，链接深贵两地资源，筛选贵州帮扶县两家供应商，牵头提报其产品参与深圳权威质量分级评审，组织深圳市监局赴镇宁实地考察，联动产地政府与深圳检测院等机构构建“标准+产业”协同机制。项目深度落地《蜂糖李分级标准》，推行以安全为核心、覆盖外观口感营养的“1+3”质量分级体系，将高标准融入产业链各环节，助力镇宁蜂糖李从粗放种植向标准化品控转型。两家帮扶企业成功斩获深圳农产品最高等级“深标 A+”认证，以权威背书提升品牌公信力与溢价空间，为高端营销布局筑牢基础。



蜂糖李斩获“深标 A+”认证

## 案例 天虹股份助力普定夜郎村枇杷出山惠及百户果农

普定县夜郎村虽坐拥北纬 26°，海拔 1200 米的黄金种植区，孕育出品质上乘的高山枇杷，但受制于小农户分散种植、采摘量小以及分拣、包装、物流等供应链短板，丰收季常面临“丰产难增收”的困境，令村民忧心忡忡。为此，天虹股份精准发力，通过标准化分拣、高效化物流构建，系统性打通供应链堵点，并协助成功拓展外部渠道，实现产销高效对接。项目累计采购销售枇杷 5.9 万公斤，销售额达 71.8 万元，直接惠及 100 余户果农，以“村企联动”模式有效破解了制约当地发展的难题，为富民兴村及农业产业帮扶提供了可复制的成功范例。



天虹股份助力普定夜郎村枇杷出山

案例 天虹股份构建消费帮扶产品溯源体系，助推乡村产业“造血”升级

为破解传统消费帮扶中产品质量管控薄弱、市场信任不足、企业管理能力缺失等难题，推动帮扶从“输血”向“造血”转变，航空工业集团于2025年启动和实施消费帮扶产品供应链溯源体系建设专项工作。天虹股份参与规划实施，构建“源头管控、过程可溯、责任可究”的数字化标准化溯源体系，创新采用“一票否决制+综合评分制”双审核机制严守质量底线，依托中检权威平台推出“蓝天水井”溯源标签实现全流程信息透明，同时建立闭环管理流程推动企业持续改进。

2025年8月至11月，项目团队深入贵州、陕西两省五县，完成49家企业37大类107款产品的实地溯源验证，发放激活溯源标签超10万枚，梳理解决质量管理的高频问题并开展针对性培训，推动形成《集团乡村振兴溯源商品管理办法》等制度成果。

该体系建设既为消费者提供安全放心的帮扶产品，助力帮扶企业完成质量体系与管理升级、增强市场竞争力，更打造标准化可复制的帮扶产品质量管理样板，有力提升消费帮扶工作的规范性与可持续性。



乡村振兴溯源体系建设



天虹股份定点帮扶产品

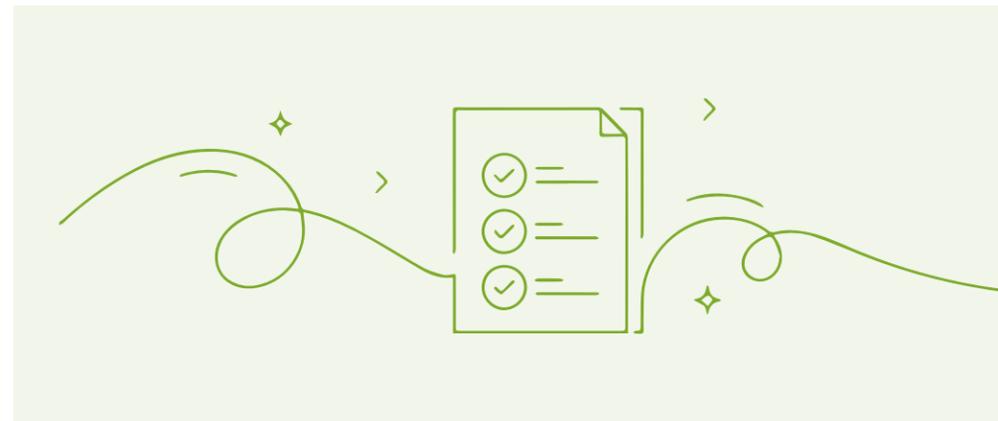
# 指标与目标

2025年天虹股份实现帮扶销售额**1.85**亿元，同比增长**13.83**%；在集团定点帮扶5县销售额达**2,910**万元，同比大幅增长**200.18**%，其中普定夜郎枇杷”单次展销销售额突破**70**万元，惠及百余户农户。

天虹股份乡村振兴管理绩效

KPI 指标	全年完成	完成率	同比率
2025年脱贫县帮扶销售额全年完成	18,482万元	115.51%	13.83%

面向未来，天虹股份将持续以“国计民生的保障者”为己任，秉承航空报国、航空强国的初心使命，以开放的姿态和创新的思维，谱写更多“一个品牌带活一方经济，一套模式激活一片热土”的时代篇章，与广大乡村共创乡村振兴的美好未来。



# 良治聚力 行稳致远

天虹股份始终以稳健治理为根基，用心把可持续发展的理念融入日常经营的每一处细节。

公司不断完善治理架构，筑牢风险防线，坚守合规底线与诚信初心，让每一项决策更科学、每一次执行更高效、每一份信息更透明，更用心守护每一位伙伴、客户与股东的权益，以长期主义创造稳定价值，在持续精进中夯实核心竞争力，让企业行稳致远、长久向好。

党建引领	35
治理体系	36
投资者关系管理	37
合规经营	38
商业行为	39

## 联合国可持续发展目标（SDGs）响应



# 党建引领

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，深入贯彻落实上级党组织工作部署要求，全面落实新时代党的建设总要求，扎实推进公司党的建设，充分发挥党组织的政治核心、战斗堡垒作用和党员的先锋模范作用，为公司的发展提供有力的组织保证和思想保证。

## 党建体系

公司全面贯彻落实党的二十大和二十届历次全会精神，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，扎实开展深入贯彻中央八项规定精神学习教育，认真落实新时代航空工业集团高质量党建工程“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。

截至 2025 年 12 月 31 日，天虹股份商业股份有限公司党委（以下简称“天虹股份党委”）下设 **49** 个党支部，其中深圳 **25** 个支部，其他城市 **24** 个支部，现行党建相关制度共 **51** 项。

天虹股份党委高质量抓好政治建设、思想建设、组织建设、作风建设和纪律建设，将制度建设贯穿其中，深入推进反腐败斗争，聚焦改革发展重点任务，全方位深入推进党建与经营“双融双促”，以高质量党建引领保障高质量发展，全力打造全国领先的数智企业。

## 党建工作

2025 年，天虹股份党委以深化党建与经营“双融双促”为主线，系统构建并实施“1+N+262”工作体系，推动党建工作与业务发展深度融合、同向发力，紧扣“强基固本”主线，持续筑牢战斗堡垒、优化党员队伍结构。党委班子成员围绕高质量发展突出问题深入开展调研，形成 9 份调研报告，推动成果转化运用。同时，严格履行党委前置研究程序，全年审议重大经营管理事项 131 项，把关率 100%，推动党建融入治理各环节，持续将党的政治优势、组织优势转化为企业的发展动能。

### 2025 年天虹股份党委基层党建和党员队伍建设总体情况



#### 组织建设方面

顺利完成第二次党代会换届选举工作，按“四同步、四对接”原则调整优化支部设置 8 个，开展支部分级督导 114 次，确保党的组织和工作全覆盖。



#### 党员发展方面

严把政治标准和程序关，重点从青年骨干、高知识群体及一线岗位发展预备党员 16 名，持续优化队伍结构。



#### 教育培训方面

高质量开展党员常态化培训，班子成员带头讲专题党课 20 场，支部书记讲党课 150 余场，党委理论学习中心组开展集体学习 14 次、专题研讨 9 次，形成 9 份调研报告。



#### 激励引领方面

开展“两优一先”评选，表彰先进基层党支部 5 个、优秀共产党员 15 名、优秀党务工作者 10 名，1 名党员、1 名党务工作者及灵智数科党支部获中航科创级表彰，充分激发基层党组织活力与党员先锋模范作用。

## 党建活动

天虹股份党委积极开展党建活动，通过持续开展“虹人先锋”党员攻坚活动，分层设立公司级、区域级及部门级项目共计 97 项，同步推进 222 个微项目，促进党组织和党员在改革攻坚与服务一线中发挥实质作用，积极发挥青年力量，组建 48 支“罗阳青年突击队”，并依托“青春辩论赛”等活动强化青年思想引领，组织开展 2 次“一线服务日”，推动党员干部下沉门店赋能基层经营。

#### 天虹股份党建活动相关数据

党建活动总时长  
**273.5** 小时

党建活动总次数  
**37** 次

党建活动总人次  
**15,995** 人次

案例 天虹股份党委开展深入贯彻中央八项规定精神主题教育系列活动

2025年，天虹股份党委以“深化作风建设 筑牢纪律防线”为核心，开展深入贯彻中央八项规定精神主题教育系列活动，构建“理论学习+实践感悟+岗位践行”全方位教育体系，推动中央八项规定精神入脑入心、落地生根。



天虹股份党委副书记在联系点讲深入贯彻中央八项规定精神专题党课

案例 天虹股份党委开展“重走长征路 奋进新征程”系列主题活动

2025年，天虹股份党委组织90余名党员干部分批次赴贵州赤水、四川泸定等革命圣地，开展“重走长征路 奋进新征程”主题实践活动。以“沉浸式学习+研讨式感悟”为核心，通过重走长征关键路段、参观红色纪念馆、聆听革命先辈事迹宣讲等形式，让党员干部实地感悟长征精神与党的优良作风；同步配套开展专题学习会，结合“学思想、强党性、重实践、建新功”长效机制，围绕“传承红色基因、勇担发展使命”开展交流研讨，推动理论学习与实践感悟深度融合。



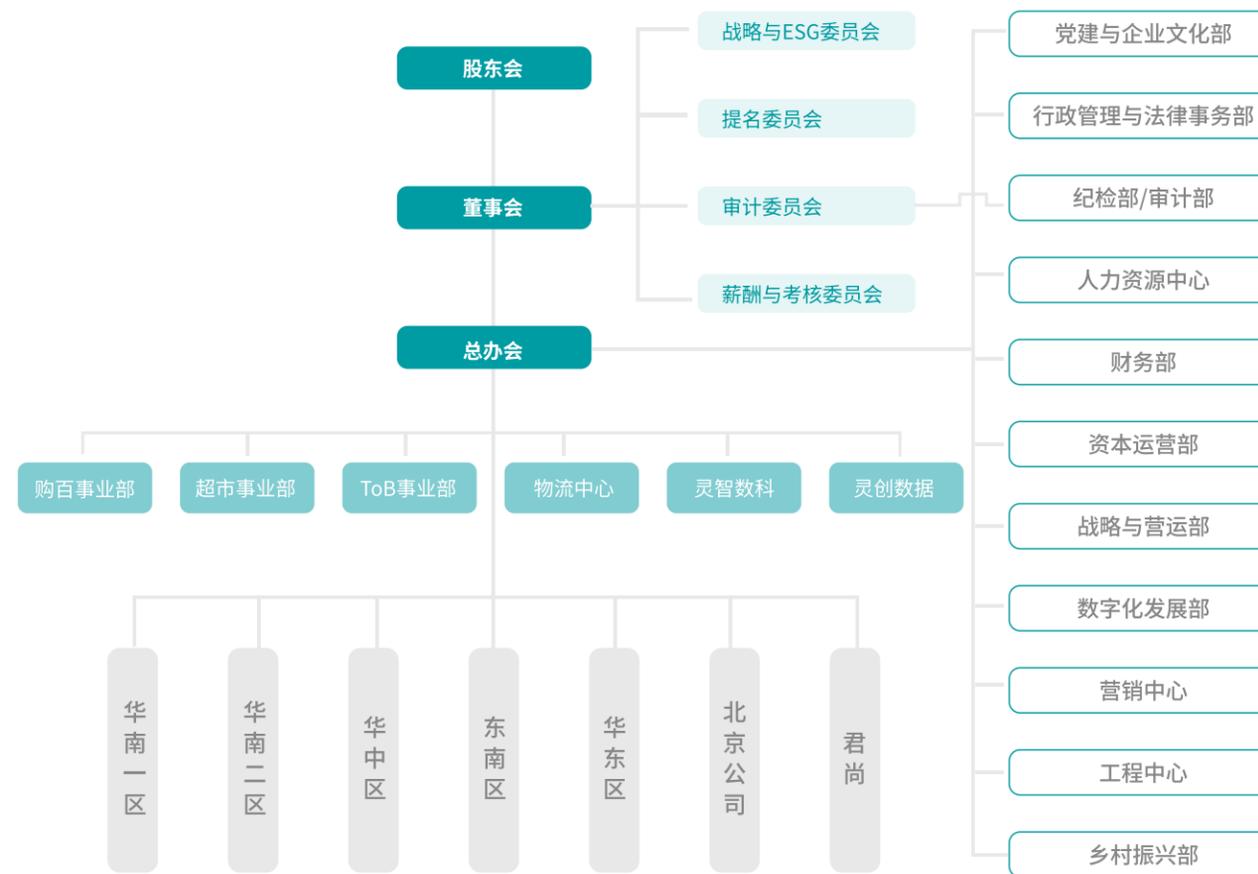
天虹股份“重走长征路 奋进新征程”主题活动第三期 - 贵州赤水站

# 治理体系

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

公司建立了以股东会为最高权力机构、董事会为决策机构、总办会为执行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，以协同合作的工作模式保障公司运营的规范性与高效性，有效提升公司治理效能和管理水平。



天虹股份治理架构图

## 股东会

公司切实保障股东权益，严格按照《股东会议事规则》《公司章程》等相关要求召开股东会，召开程序、出席会议人员和召集人资格、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。

2025 年，公司共召开股东会 4 次，审议通过 24 项议案。

### 天虹股份股东会治理绩效

全年完成	单位	2025 年数值
股东会召开次数	次	4
股东会审议议案数量	项	24

## 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，公司严格按照《公司章程》《董事会议事规则》的规定召集、召开董事会会议，依法行使职权。

2025 年，公司共召开董事会 11 次，审议通过 77 项议案。

### 天虹股份董事会治理绩效

董事会会议召开次数	11 次	董事会会议应出席人次	99 人次
董事会会议实际出席人次	99 人次	董事会审议议案数目	77 项

## 董事会独立性及多元化

公司高度重视董事会构成的科学性，充分考虑成员的年龄结构、性别比例、教育背景、专业能力以及行业经验等因素，并特别设置职工董事，有效提高了董事会的决策水平和执行能力。公司董事会成员在零售、战略、经营、管理、法律、财务、投资、ESG 等领域拥有丰富的知识和经验，呈现多元化、专业化、国际化的特点。截至 2025 年末，公司董事会成员共 9 名，其中女性成员 2 名。

公司根据《上市公司独立董事管理办法》及《公司章程》的规定，结合公司的实际情况，制定《独立董事工作制度》和《独立董事专门会议制度》，完善公司的法人治理结构，促进公司规范运作。目前，公司董事会成员中有 3 名独立董事。

## 董事会有效性评估

为保障董事会治理有效性，强化其公司治理核心定位，公司定期评估董事会成员履职表现，确保其高效履行职能，董事会需定期向股东会报告。针对独立董事，公司设立了专项管理机制，持续搭建独立董事履职渠道，要求其每年进行独立性自查并提交报告，董事会据此对在任独立董事的独立性进行年度评估，并出具专项意见并随公司年度报告一同披露。

## 董事和高管薪酬管理

公司按照《章程》和《经理层成员薪酬管理办法》等规定，有关董事、高级管理人员薪酬方案均提交董事会或股东会决议。公司内部董事、高级管理人员依据其任在公司中担任的职务领取薪酬绩效，按照其任在公司担任的具体管理职务、年度工作考核结果、参照同行业类似岗位薪酬水平，结合公司年度经营业绩等因素综合评定薪酬绩效，与公司年度经营绩效相挂钩。

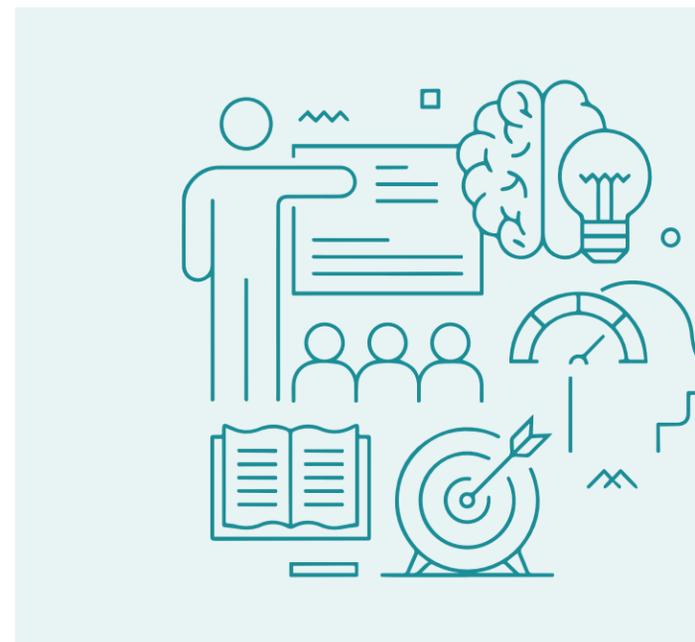
# 投资者关系管理

天虹股份重视投资者关系管理工作，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，注重资本市场舆情管理，及时传递消息，保障投资者权益。

## 股东权益保护

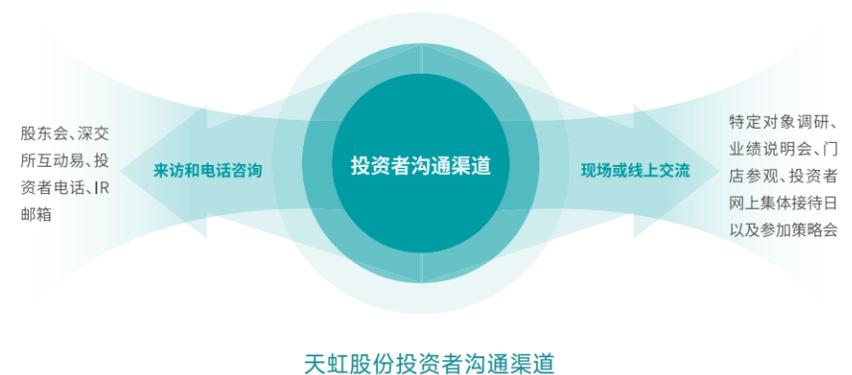
公司致力于维护股东的合法权益，严格遵守《公司章程》与股东会程序规定，确保所有股东得到平等对待，制定科学有效的利润分配决策程序和调整机制，确保整个分配过程公开、透明，充分保障中小股东的知情权和参与权，切实维护中小股东的合法权益。

同时，公司制定并完善《股东回报规划》，实施持续、稳定的利润分配政策，依法维护股东各项权益。截至 2025 年末，公司已连续现金分红 15 年，累计分红 41.49 亿元。



## 投资者交流

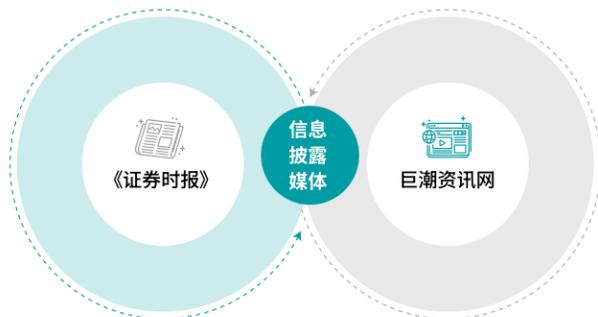
公司注重投资者关系维护，为了进一步加强公司与投资者和潜在投资者之间的沟通，促进投资者对公司的了解，公司严格遵守深圳证券交易所《上市公司自律监管指引第1号—主板上市公司规范运作》及其他相关法律法规要求，结合《公司章程》及实际情况，制定《投资者关系管理制度》，强化与投资者之间的沟通。公司积极维护与投资者的良好关系，开展投资者交流沟通活动。



天虹股份投资者沟通渠道

## 信息披露

公司严格按照《上市公司信息披露管理办法》以及《公司章程》等有关规定，制定了《信息披露事务管理制度》，规范公司信息披露行为，加强信息披露事务管理，提高信息披露的透明度和规范性，以更好地保障投资者的合法权益。公司依据相关法律法规、制度规范制定《年报信息披露重大差错责任追究制度》，秉持实事求是、客观公正、有错必究等原则，落实责任追究制度，提升信息披露质量和透明度。2025年，公司累计发布133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，公司2024-2025年度信息披露工作评价结果为A级，未发生因信息披露方面违规而受到处罚的事件。



天虹股份信息披露媒体

## 舆情管理

公司高度重视舆情管理工作，明确舆情工作治理架构和机制，制定舆情管理流程体系文件，确保对外界声音的实时关注和及时回应。公司建立全面的舆情监控系统和应急响应机制，匹配专业的舆情管理与响应团队，对舆情信息进行分析和评估，判断舆情走势、影响范围和可能的影响，确保及时跟进处理问题，并定期生成舆情报告，对监控到的总体舆情信息进行深入分析，识别已有问题和潜在的风险，做好舆情提醒与防范，积极总结经验教训，持续改进公司的舆情管理机制，助力公司高效经营管理。

## 合规经营

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，同时，加强关联交易管理和税务管理工作，确保公司合法合规经营。

## 内部控制和风险管理

公司高度重视内部控制和风险管理，持续完善全面风险管理体系，不断提高风险预防及管控效果，公司设立全面风险管理及内部控制委员会，制定《全面风险管理与内部控制工作规定》《重大经营风险事件报告管理规范》《风险辨识与评估（标准、方法）》等制度规范，明确内部控制和风险管理流程规范及突发重大风险事件报告管理要求，并定期开展风险管理培训。

公司确定风险治理架构，夯实风险管理“三道防线”，健全风险预警系统与应急响应机制。通过优化组织架构、厘清风险类别与管理职责、建立量化监控指标体系、识别评估重大风险事项等措施，提升风控体系的运行效能。

公司每年根据《企业内部控制基本规范》及其配套指引的规定和其他内部控制监管要求，编制完成《内部控制自我评价报告》并按时披露。2025年，在内部控制评价报告基准日内，公司内控并未存在重大缺陷，在所有重大环节保持了有效的内部控制。同时，公司聘请会计师事务所对公司内部控制进行审计，对公司内部控制体系进行独立、客观地评估与鉴证，进一步提升公司内部控制的有效性与透明度，确保其符合《上市公司治理准则》《企业内部控制基本规范》等相关法规的要求。

## 关联交易管理

为保证公司的关联交易符合公平、公正、公开的原则，公司根据《中华人民共和国公司法》《深圳证券交易所股票上市规则》等法律法规及《公司章程》有关规定，制定《关联交易决策制度》，对关联交易的审议及披露程序、关联交易的决策权限等做出明确规定。公司严格执行关联回避机制，在审议关联交易事项时，关联董事、关联股东必须回避表决，也不得代理其他董事行使表决权。

## 税务管理

公司始终坚持依法纳税的基本原则，严格遵守国家及地方相关税务法律法规，确保税款及时、足额缴纳。为加强税务管理的规范性与有效性，公司结合相关法律法规及自身实际情况，制定税务管理相关制度，严格管理各项税务工作，防范不按时纳税、漏税等税务风险，财务部主管税务管理相关风险。公司将税务工作贯穿业务运营全流程，积极组织相关人员学习税法新规，确保财税合规经营，按时缴纳税费。



2025年，纪检部 / 审计部对公司风险监控指标持续完善、细化，新增20个风险监控指标。

# 商业行为

天虹股份高度重视内部廉洁建设，持续完善内部制度，防范廉洁风险，弘扬和传播廉洁文化，注重业务伙伴及整个供应链的廉洁表现，坚持公平竞争，促进廉洁、诚信、共赢的合作关系。

## 反商业贿赂及反贪污

### 反贪腐体系

公司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，一体推进“三不腐”。2025年，公司“两个责任”同向发力，研究部署全面从严治党工作，统筹谋划党风廉政建设和反腐败重要任务，组织开展集体约谈、个别约谈、任前廉洁从业谈话、管理干部“一岗双责”评价等，层层压实责任，推动管党治党责任落地见效。

### 廉洁风险管理

公司组织开展党风廉政建设和反腐败工作逐级约谈，压实各级管理干部“一岗双责”。2025年，公司对非贸易采购、超市采购开展专项审计，对重点领域人员开展专项监督，防范廉洁风险，重点检查跟进各部门审计整改情况，推动制度完善与制度执行，巩固监督成效。此外，公司坚持开展节前廉洁从业提示，定期开展廉洁培训。



2025年公司新入职员工廉洁从业责任书签订率 **100%**



组织 **626** 名资深级以上管理干部签署《廉洁自律承诺书》并向其家属发送《清廉家风建设倡议书》，未发生贪污腐败事件。

### 案例 天虹股份多部门联合强化廉洁风险管控

2025年，天虹股份深化“大监督”体系建设，通过党风廉政建设和反腐败工作协调小组会议健全强化监督及整改协同机制，优化信息共享流程，推动监督贯通协同和风险防范举措落地见效，通过协调小组运作及内控实施，研究制定政企业务商务经理岗位廉洁风险防控措施、细化风险监控预警指标、推动系统自动预警功能实现，提升公司廉洁风险防控能力。



天虹股份党风廉政建设和反腐败工作协调小组专题会议暨 ToB 业务领域商务经理岗位廉洁风险防控座谈会

### 举报渠道和举报人保护

为切实将党风廉政建设和反腐败工作落到实处、取得实效，公司畅通举报渠道，严肃查处信访举报件，做深“以案三促”。同时，公司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。

### 廉洁文化建设

公司持续落实《廉洁文化建设重点事项清单》，建强廉洁文化。2025年，天虹股份党委以“筑牢廉洁防线、涵养清风正气”为目标，开展全方位、多层次党风廉政教育系列活动。组织全体党员干部通过专题党课、案例通报等形式深化中央八项规定精神学习，班子成员“一对一”约谈关键岗位干部 34 人次，开展党风廉政建设集体约谈覆盖 70 余名党员干部，对 41 名新任管理干部进行任前廉洁谈话，层层压实廉洁责任，同步组织管理干部对照典型案例开展专题剖析，全体党员、干部深入自查自纠并建立问题台账，实行销号管理，持续营造“人人崇廉、事事守廉”的良好生态。

### 天虹股份廉洁从业相关绩效

廉洁培训总时长	廉洁培训总次数	廉洁培训参与人次
<b>16,292</b> 小时	<b>12</b> 次	<b>59,795</b> 人次

### 案例 “清廉天虹”廉洁文化活动

2025年，天虹股份党委面向全公司发起“清廉天虹”廉洁文化活动。各级员工创作书画、短视频等各类廉洁主题作品 166 份，内部平台展播优秀作品 2 期。



丹青扬正气 方寸见清风  
2025“清廉天虹”廉洁文化优秀作品展

天虹股份 2025“清廉天虹”廉洁文化优秀作品展播

## 反垄断及反不正当竞争

公司严格遵守《中华人民共和国反垄断法》《中华人民共和国反不正当竞争法》等相关法律法规，坚持公平交易与公平竞争的原则，积极维护健康有序的市场竞争环境，确保与竞争对手之间的良性竞争。

2025年，公司始终依法合规地参与市场竞争，未发生恶性竞争事件。

# 凝心聚力 筑梦同行

天虹股份始终把员工放在企业发展的核心位置，用制度护航成长，用温暖传递关怀，致力打造多元包容、充满活力的工作氛围。

公司不断完善激励机制，提供有竞争力的薪酬福利，搭建系统化的培训与清晰的晋升平台，用心倾听每一位员工的心声，送上贴心关怀，开展丰富活动，严守安全底线，守护大家的健康与安心，让员工在企业里有归属感、成就感、幸福感，真正实现企业与员工同心同行、共同成长。

员工管理 41

职业健康与安全管理 44

联合国可持续发展目标（SDGs）响应



# 员工管理

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

公司秉持合法合规、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》等内部管理规范，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。

2025年，未发生劳工歧视事件，未发生雇佣童工事件，未发生强迫劳动事件。

公司劳动合同签订率

100%

新进员工数

3,148 人(含外包人员、实习生、假期工、合伙人)

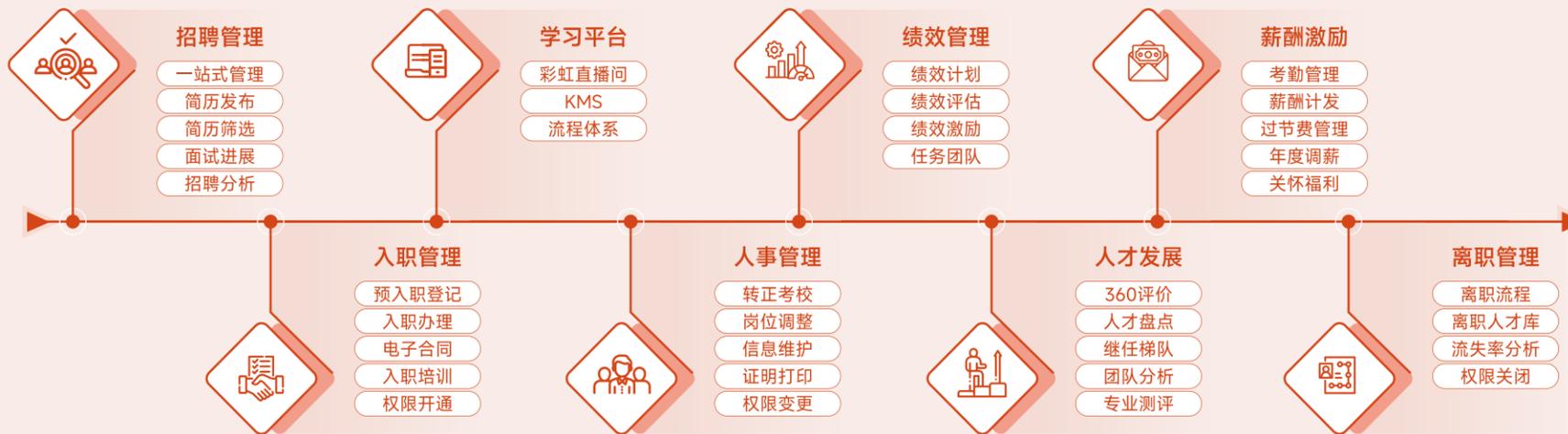
员工流失率

16.12%

公司建立科学合理的薪酬体系，制定并实施《薪酬福利制度》，规范薪酬管理工作，增强薪酬的激励性、均衡性、公平性，确保薪酬分配科学、合理，依法依规为每位员工缴纳“五险一金”，2025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。

员工职场全流程数“智”化体验流程



天虹股份人力资源数字化管理流程

天虹股份 2025 年员工构成

指标	单位	2025 年数值
员工总人数	人	10,442
按性别划分的员工人数	男员工	3,966
	女员工	6,476
按年龄划分的员工人数	30 周岁及以下	1,730
	30-50 周岁	8,168
	50 周岁以上	544
按民族划分的员工人数	非少数民族员工	10,077
	少数民族员工	365
按层级划分的员工人数	高级管理层	9
	中层员工	415
	普通员工	10,018
按地区划分的员工人数	中国大陆员工	10,438
	海外及港澳台地区员工	4
按学历划分的员工人数	本科及以下	7,463
	本科	2,742
	硕士及以上	237

天虹股份 2025 年特殊员工情况



残疾员工总数

37 人



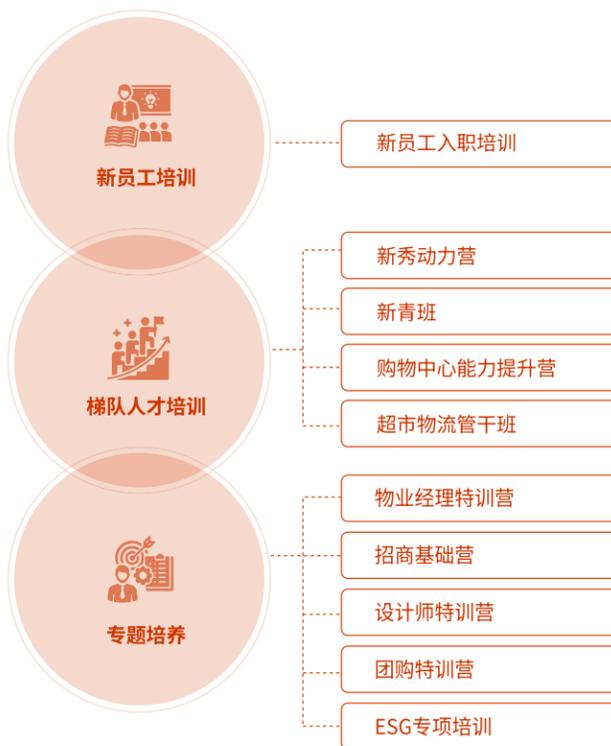
残疾员工占总体员工的比重

0.35 %

## 助力员工发展

公司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。2025 年，公司新增就业岗位数量 3,148 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。



天虹股份员工培训体系

2025 年公司共支出员工培训经费



742 万元

员工培训覆盖率

100 %

天虹股份 2025 年员工培训绩效

员工培训总时长 15,619.31 小时

员工培训总次数 2,933 次

员工培训参与人次 139,670 人次



### 案例 天虹股份开展“护航 3.0 超市经理能力提升营”培养项目

2025 年，天虹股份针对超市经理团队推出“护航 3.0·超市经理能力提升营”培养项目。该项目面向 100—300 人规模门店负责人开展领导力培训，聚焦专业能力深化与攻坚心态锻造，强化经营主责人角色认知，助力打赢业绩攻坚硬仗，推动超市营运全面向 sp@ce3.0 升级，为业务变革与业绩目标达成筑牢人才根基。



天虹股份超市经理能力提升营培养项目



### 案例 天虹股份开展第二届新青班人才培育项目

2024 年，天虹股份学习与发展中心启动第二届新青班选拔培养工作，聚焦数字化时代核心岗位青年领军人才培育，项目学制 2 年、分设 4 个学期，2025 年已顺利完成第二学年（第三、四学期）教学及结营工作，为公司高质量发展储备青年人才力量。



天虹股份 2025 年新青班人才培育项目结营

## 重视员工关怀

公司全面保障员工福利，给予员工充分关怀，注重提升员工生活质量，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。



天虹股份女性职工权益保护 - 妇女节慰问



天虹股份女性职工权益保护 - 产妇探望

公司始终秉持着关爱每一位员工的理念，高度重视困难、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。2025年，公司推进工衣焕新落地，运营“心声社区”并组织10余场恳谈会，推广优秀文化案例，构建有温度的组织文化。



天虹股份困难员工帮扶 - 探望生病员工

## 丰富员工生活

公司举办形式多样、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。公司开展全年两季员工出游、各类节假日特色活动、温馨员工生日会、温情退休欢送会、活力羽毛球赛、年度表彰大会及高温天气专项关爱等一系列丰富多元的活动，以缤纷活动丰富员工日常，用贴心举措传递温暖，做实做细员工关爱工作。



2025年公司共开展各类员工活动 **17** 次



天虹股份员工出游活动



天虹股份儿童节活动



天虹股份高温天气专项关爱



天虹股份儿童节活动



天虹股份退休人员欢送会



天虹股份员工生日会



天虹股份员工出游活动

# 职业健康与安全管理

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。

## 安全生产管理体系

安全生产始终是公司运营的重中之重。公司坚持贯彻国家有关安全生产的法律法规，设立安全管理委员会作为公司安全管理的组织领导机构，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，制定《天虹股份安全管理手册》《施工安全管理手册》《安全生产责任制管理》等内部制度，构建完善的安全生产管理体系，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。

公司已通过 ISO 45001:2018 职业健康安全管理体系认证。



天虹股份职业健康安全管理体系认证证书

### 天虹股份安全生产工作目标指标

杜绝一般级安全事故发生	一般级安全事故为零
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%

## 安全生产数字化管理

2025 年，公司在科技兴安方面，紧紧围绕“做好智慧安消项目、全面应用数字化”提高安全质效。公司开展智慧安消工作，跟进 84 家门店完成项目流程申请、平台部署安装调试，完成智慧安消平台操作培训，发布智慧安消平台操作指引，指导门店使用，并在每月进行平台运行小结，持续改进完善各项系统功能；制定《智慧安消平台门店综合评比方案》，努力提升各门店的平台使用效率和操作的熟练程度；推进超市全场 AI 防损技术及超市自助收银区防漏扫功能研发或采购应用、推广。2026 年，公司计划再在 10 家门店上线智慧安消平台，并做好智慧安消三期的功能迭代开发应用。



天虹股份智慧安消平台

## 安全生产风险管理

### 安全隐患排查

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。

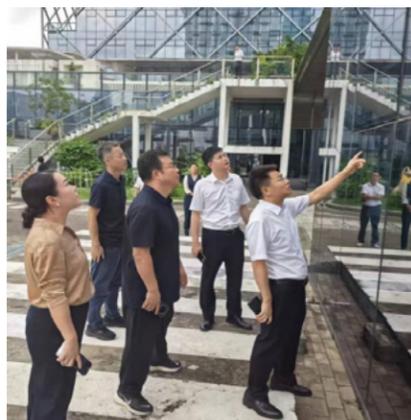


2025 年公司未发生重大安全相关事故，未发生因工死亡事件

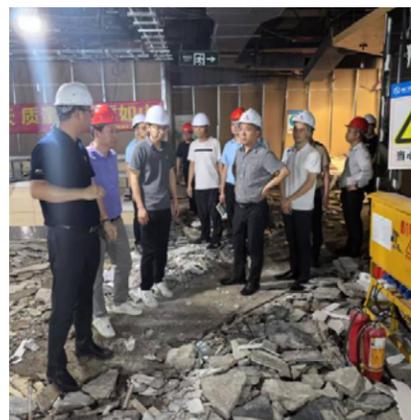


房屋安全隐患排查投入金额 **862.3** 万元

2025 年，公司领导和各区域总经理、门店总经理等带队，开展系统性安全大检查，落实集团及中航科创安全大检查及“国庆中秋”双节前隐患排查等工作要求，并检查各单位针对台风“桦加沙”防御工作的落实情况，保障公司的运营安全。



天虹股份董事长带队检查天虹总部大厦



天虹股份总经理带队开展安全生产和火灾隐患大检查

### 应急预案和应急演练

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。

2025 年，公司共开展各类安全应急演练 3,813 次。

#### 案例 天虹股份开展消防安全月宣传活动

2025 年 11 月，天虹股份组织开展消防安全月宣传活动，各单位实操实训，持续提升安全用火用电能力，公司及各门店立足单位实际，认真分析本单位消防安全形势，持续完善用火用电安全管理制度，动态优化专项应急预案和现场处置方案，加强与属地消防管理部门的联动协同，组织开展覆盖全岗位、全流程的用火用电专项演练和实训场次 396 次，24,146 人次参与，全面提升抵御火灾风险的能力。



天虹股份安全应急演练

#### 案例 昆山门店 AED 成功施救心搏骤停顾客

2025 年 8 月，昆山天虹商场顾客突发心搏骤停，四位物业同事迅速响应，实施心肺复苏并启用 AED，帮助患者恢复自主呼吸与心跳，与 120 急救人员无缝衔接，最终患者经医院救治成功脱险。事后，四人获昆山市见义勇为基金会授予“见义勇为”荣誉称号，该事件被央广网、苏州发布等主流媒体报道，成为公共场所急救技能培训与 AED 配置结合的典型案例，引发社会对公共场所急救体系建设的广泛关注。



昆山天虹物业员工 AED 施救心搏骤停顾客获荣誉

## 安全宣传与培训

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和安全防护能力，有效防范各类安全生产事故发生。

2025年11月，公司开展安全生产月活动，广泛开展“我是安全吹哨人”活动，充分利用安全生产举报奖励机制，宣传国家“安全生产举报微信小程序”“安全生产曝光台”“12350举报电话”等举报渠道，鼓励企业全员查找身边的安全隐患，举报重大隐患和违法违规行。公司采取观看典型事故警示教育片、参观事故警示教育展览等方式，引导各单位和广大职工深刻吸取事故教训，树牢安全发展理念，增强抓好安全生产的自觉性和主动性。

公司各门店开展“我是安全吹哨人”活动，主动张贴安全问题反馈二维码，通过调动内部人员（如员工、供应商）或公众的监督力量，弥补监管盲区，防范重大风险，组织观看《安全生产治本攻坚三年行动》专题片、事故警示教育片，将视频案例转化为生动教材，真正实现“一厂出事故，万厂受教育”的效果。



天虹股份员工观看安全教育片

### 天虹股份 2025 年安全培训绩效

安全培训次数  
**1,361** 次

安全培训时长  
**2,722** 小时

安全培训参与人次  
**63,700** 人次

## 职业健康防护

公司高度重视员工的健康情况，严格遵守《中华人民共和国职业病防治法》《工作场所职业卫生监督管理制度》等职业健康法律法规，为员工提供医疗保险、年度体检等安全保障，切实保护员工的身体健康。2025年，公司开展职业健康体检、心血管健康筛查活动，此外，公司重视员工心理健康管理，关心关爱员工，开展员工心理健康讲座，帮助员工化解压力，提高工作和学习的积极状态。



天虹股份开展员工心理健康讲座

# 低碳发展 绿色共生

天虹股份立足企业核心功能定位，布局“规划建设、运营管理、绿色商品、绿色服务”四大领域，持续推进绿色能源与数智化的融合应用，以“引领零售数智进步、助力绿色体验发展、分享绿色生活之美”三重价值为导向，积极打造领先的绿色数智零售生态圈。

气候变化	48
绿色商超	50
绿色行动	51

### 联合国可持续发展目标（SDGs）响应



# 气候变化

天虹股份高度重视气候变化对公司战略规划、生产经营以及财务状况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。

## 治理

“十四五”以来，公司紧密围绕国家“双碳”目标，持续推进绿色低碳转型，深化能源管理体系建设，已于2024年完成能源管理体系认证，2025年持续复审。

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，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。

同时，公司定期开展温室气体排放核查，数据覆盖全国所有门店，并建立动态监测系统（能碳管理平台），确保数据的准确性和实时性，并根据温室气体盘查结果，定位高排放门店，制定对应的减排目标和详细的减排措施。

2025年，公司完成中航城君尚能源托管、苏州相城天虹空调节能改造等多个节能改造与新能源项目，实现碳配额盈余，并积极参与虚拟电厂响应，取得经济效益与环境效益的双重提升。



成功获评“2024 虚拟电厂优秀用户”

## 战略

公司定期进行气候风险识别，并建立风险隐患台账。目前公司的气候风险主要分为两大类：一是气候变化直接导致的物理风险，二是低碳转型带来的转型风险，涵盖政策与法律、市场、技术及声誉等领域。

天虹股份气候变化风险的识别

风险类型	风险因子	风险因子	潜在的财务风险描述
物理风险	急性风险	暴雨与洪涝	地下停车场、设备房（配电、空调）被淹，导致运营瘫痪、资产损毁。屋顶、天窗渗漏损坏内部装修和商品。
		台风 / 强风	幕墙、广告牌、屋顶设施损坏或坠落，威胁人身安全，导致闭店。
		极端高温 / 热浪	空调系统超负荷运行，能耗激增甚至故障失效，导致室内环境恶化，客流量下降。
		暴雪与冰冻	屋顶荷载过重风险，管道冻裂，室外场地与停车场无法使用。
	慢性风险	气候变暖、海平面上升	增加固定资产、人力投入，致使运营成本增加。
		长期气温上升	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。
转型风险	政策与法律风险	碳定价与强制减排	随着部分一线城市的门店被纳入全国碳市场或面临地方性碳约束，能源成本将直接上升。作为经营管理方，商场目前对碳排放的有效管控主要集中于公共区域的自用能耗部分。然而，对于租户区域的能耗与减排，商场可控性相对较低。当前部分地区仍以管控总体排放量为导向，进一步加大了整体减排压力。
	技术风险	节能减排与废弃物管控	政府对大型公共建筑提出更严格的强制性能效提升要求，推动节能改造，或将带来大额资本支出。此外，废弃物与非环保型耗材的管制也日趋严格，尤其对餐饮、零售等商户的包装废弃物管理提出了更高要求，增加了运营协调与管理的复杂性。为响应节能政策与能效要求，商场需对现有暖通空调、照明、电梯等系统进行技术改造或更换，在此过程中面临技术选型与投资回报的风险。部分旧有高能耗设备可能因不符合新标准而需提前淘汰，进而引发资产减值。
	市场风险	客户偏好变化	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。客户流失，市场份额降低，营业收入下滑，现金流质量下降。
	声誉风险	品牌形象	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，进而导致营业收入下滑，利润承压。

天虹股份转型风险管理举措

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成果。

气候变化在加剧经营挑战的同时，也开启了重要的战略机遇窗口。公司借力绿色消费浪潮，以重塑低碳供应链与突破能效创新为抓手，驱动业务转型，旨在抢占 ESG 发展先机，将气候风险转化为可持续增长新引擎。

天虹股份气候变化机遇的识别

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；通过碳市场交易机制，开发碳资产价值。

## 影响、风险和机遇管理

公司依循国家、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。

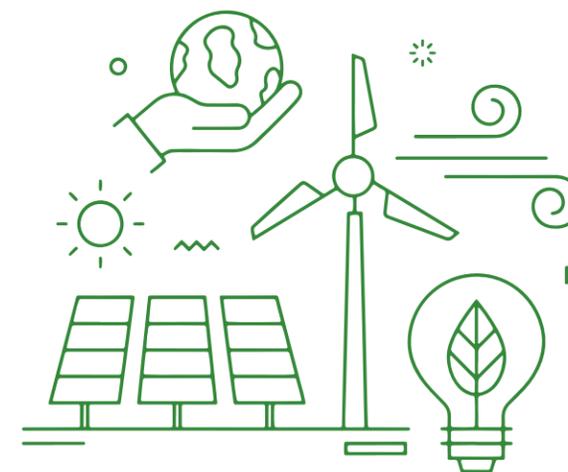
同时，公司在运营管理与项目管理全流程中综合考量气候物理风险，根据门店所在地的气候特征，有针对性地建立台风、暴风、暴雨、洪水等极端天气事件的应急预案，防范恶劣天气带来的不利影响。

## 指标与目标

2025 年，以实际行动践行了低碳运营承诺，展现了应对气候变化的积极成效。



2025 年，全面达成“十四五”“双碳”核心指标。



天虹股份温室气体排放管理绩效

指标	单位	2023 年度数值	2024 年度数值	2025 年度数值
二氧化碳直接排放量（范围一）	吨二氧化碳当量	8,519.40	7,908.6	5,231.53
二氧化碳间接排放量（范围二）	吨二氧化碳当量	570,965.30	581,079.2	504,978.66
二氧化碳总排放量	吨二氧化碳当量	579,484.70	588,987.8	510,210.19
二氧化碳排放强度	吨二氧化碳当量 / 万元营收	0.479	0.50	0.44

面向“十五五”，公司将继续深化节能改造、扩大绿电采购、创新碳资产管理，推动企业低碳转型与行业绿色发展协同并进。

# 绿色经营

在推进“双碳”目标的进程中，天虹股份将环保与资源循环理念系统融入商场、超市各业务场景，通过技术创新与管理优化，显著提升资源利用效率，减少环境足迹。截至 2025 年末，公司绿色商场认证共 47 家，包含国家级绿色商场认证 13 家。

天虹股份绿色商场数量

指标	2023 年度数值	2024 年度数值	2025 年度数值
国家级	13	13	13
省级	16	16	16
市级	18	18	18

## 资源管理

### 能源管理

公司已建立现代化能源管理体系，全面推进节能减排工作，通过建立常态化的管理会议制度与多层次组织体系，实现从总部到基层的全过程监管与定期考核，并借助数字化平台，完成对整体能耗的在线监控与智能化管理。

为提升能源使用效率，公司优先选用节能设备并引入智能控制系统，深度融合数字化技术以实现精细化管理，根据门店特点，开展专项改造，显著提升门店设备运行效率。

2025 年，公司主动淘汰高环境影响冷媒，实现 R22 冷媒全部退出，并于 12 月在长沙君尚项目，率先应用环保二氧化碳冷媒冷链系统，有效避免传统冷媒的温室效应。

在门店改造中，公司大力推广可移动、可重复使用的施工围挡，单次项目可减少传统围挡垃圾约 70%。公司通过“场外预制、场内拼装”模式，结合 BIM 技术进行精准下料，使主要建材损耗率降低约 15%，有效减少现场建筑垃圾。

同时，公司积极推广可再生能源应用，充分利用自有建筑资源建设分布式光伏发电系统。



2025 年公司新增沙井屋顶光伏装机容量  
**1.2** 兆瓦

#### 截至 2025 年末

大朗、博罗、朝阳洲、吉购及沙井绿色发电量总计达

**827** 万千瓦时

同比提升

**177** %

实现二氧化碳减排约

**4,436** 吨

清洁能源使用比例从

**0.29** %

大幅提升至

**13.49** %

天虹股份能源管理绩效

指标	单位	2023 年度数值	2024 年度数值	2025 年度数值
<b>直接能源</b>				
汽油消耗量	吨	30.2	49.0	52.5
天然气消耗量	标准万立方米	389.9	359.1	234.8
<b>间接能源</b>				
外购电力	万千瓦时	93,585.5	102,188.6	108,783.8
<b>综合能耗</b>				
能源消耗总量	吨标准煤	120,247.2	130,438.5	136,896.02
能源消耗强度	吨标准煤 / 万元营收	0.099	0.111	0.118
<b>清洁能源使用</b>				
清洁能源使用比例	%	0.12	0.29	13.49

### 水资源管理

公司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，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，并以门店为载体，向消费者倡导节水理念。

## 排放物管理

### 废弃物处置

公司作为商业零售企业，经营业态主要由超市、大型购物中心、社区商场构成，在日常运营中，根据固废性质，进行分级管理，出台《危险废弃物管理规范》，实现废弃物依法依规处置。

公司在门店建造、改造等工程施工过程中，严格规范各类建筑垃圾收储运全流程管理，从施工组织管理、施工人员教育、施工技术革新、施工方案优化四个方面，提升建筑垃圾合规处置水平，推动建筑垃圾减量化和资源化，最大程度降低施工活动对环境产生的负面影响。

### 包装物管理

公司积极推动包装物减量化、节约化利用，在商品引进过程中，明确要求供应商采取简约包装，杜绝过度包装，同时在本成本可控情况下要求供应商尽量使用环保包装材料。

在物流中转环节，公司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，在生鲜产品物流运输环节，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。

在超市门店中，公司为顾客提供 4 款环保购物袋及 2 款可降解购物袋



2025 年累计使用 **624** 万个同时在物品打包环节，严格控制、一次性包材的使用。

## 污染物管理

公司的经营场景包含涉及餐饮的场景，在管理过程中实施严格的排放管理，明确油烟需经净化后排放，要求实现 100% 达标排放，其中高空排放优先执行；餐饮废水通过三级隔油实现 100% 处理后排放，并每年对约 20% 的老旧隔油设备进行升级替换，持续保障处理效能，维护商场与社区的绿色环境。



2025 年，公司污水及油烟排放均严格执行国家与地方环保标准，全年未发生超标排放或相关环保处罚事件。

同时，公司商场施工项目主要为室内调改装修改造施工，在施工过程中，公司多措并举降低施工过程能耗与污染物排放，在建筑施工废气、废水及固体废物管理，安全文明施工方面，均获企业内部及外部建设主管部门和城管部门好评。



# 绿色行动

## 绿色理念

天虹股份深度践行绿色发展理念，在自营产品研发、供应链管理、产品生产、包装环节，严守环保规范，借助绿色技术与工艺降低碳足迹，并以 sp@ce 天虹超市为窗口，积极构建绿色消费场景，通过商品陈列、宣传物料及员工引导，向消费者传递“小份经济”“环境友好”等绿色消费价值。

## 绿色公益

公司积极投身环保公益，开展垃圾分类宣传、“地球一小时”等活动，推动生态文明建设，塑造了热心环保、负责任的企业形象。

## 绿色办公

公司积极开展节能、节水宣贯工作，在茶水间、洗手间等处张贴能源节约、节约用水提示标识，以提高员工节能、节水意识，践行资源节约理念，并持续深化无纸化办公，覆盖协同办公、合同签署、发票开具等多个关键环节，推动业务流程全面向数字化转型。

同时，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，对于硒鼓、墨盒等有害垃圾，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，实现无害化与资源化管理。



天虹股份积极倡导随手关灯、节约用电



天虹股份严格开展垃圾分类工作

## 案例 天虹股份开展“为地球献出一小时”活动

2025 年 3 月 22 日，天虹股份作为中国地球一小时推广合作伙伴，联动全国百家门店同步熄灭非照明灯光，开展“为地球献出一小时”主题环保行动。活动通过商场外立面大屏、室内屏幕及广播统一发布倡议，呼吁顾客回家后关闭非必要电源，并依托官方微博矩阵发起线上接力，扩大公众参与。

本次活动以“一小时黑暗”的仪式感强化公众节能意识，彰显零售企业利用公共空间传递可持续生活方式、实现环境效益与经营发展有机统一的社会责任。



天虹股份“为地球献出一小时”活动宣传现场

# 绩效展示

绩效指标	单位	2025 年数值
<b>经营绩效</b>		
总资产	万元	2,577,147.85
归属于上市公司股东的净资产	万元	407,070.99
营业收入	万元	1,155,920.07
归属于上市公司股东的净利润	万元	8,318.71
<b>公司治理绩效</b>		
股东会召开次数	次	4
股东会审议议案数目	项	24
董事会会议召开次数	次	11
董事会审议议案数目	项	77
董事会会议应出席人次	人次	99
董事会会议实际出席人次	人次	99
党支部数量	个	49
党建活动总时长	小时	273.5
党建活动总次数	次	37
党建活动总人次	人次	15,995
廉洁培训总时长	小时	16,292

绩效指标	单位	2025 年数值
<b>公司治理绩效</b>		
廉洁培训总次数	次	12
廉洁培训参与人次	人次	59,795
<b>环境绩效</b>		
二氧化碳直接排放量（范围一）	吨二氧化碳当量	5,231.53
二氧化碳间接排放量（范围二）	吨二氧化碳当量	504,978.66
二氧化碳总排放量	吨二氧化碳当量	510,210.19
二氧化碳排放同比降低	%	13
二氧化碳排放强度	吨二氧化碳当量 / 万元营收	0.44
汽油消耗量	吨	52.5
天然气消耗量	标准万立方米	234.8
外购电力	万千瓦时	108,783.8
能源消耗总量	吨标准煤	136,896.02
能源消耗强度	吨标准煤 / 万元营收	0.118
清洁能源使用比例	%	13.49
总用水量	万吨	970.23
废水排放量	万吨	824.69

绩效指标	单位	2025 年数值
<b>环境绩效</b>		
国家级绿色商场	个	13
省级绿色商场	个	16
市级绿色商场	个	18
<b>社会绩效</b>		
供应商数量	家	17,361
其中：超市业态供应商数量	家	1,700
购百业态供应商数量	家	14,890
电商平台供应商数量	家	771
供应商培训次数	次	3
供应商培训参与家数	家	321
研发人员总数	人	272
按学历构成	硕士人数	18
	本科人数	185
	本科以下人数	69
年度内开展的研发创新项目	个	5
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	18
知识产权培训次数	次	2

绩效指标	单位	2025 年数值
<b>社会绩效</b>		
知识产权培训时长	小时	5
知识产权培训人次	人次	85
员工总人数	人	10,442
按性别划分的员工人数	男员工	3,966
	女员工	6,476
按年龄划分的员工人数	30 周岁及以下	1,730
	30-50 周岁	8,168
	50 周岁以上	544
按民族划分的员工人数	非少数民族员工	10,077
	少数民族员工	365
按层级划分的员工人数	高级管理层	9
	中层员工	415
	普通员工	10,018
按地区划分的员工人数	中国大陆员工	10,438
	海外及港澳台地区员工	4
按学历划分的员工人数	本科及以下	7,463
	本科	2,742
	硕士及以上	237

## 附录一：指标索引表

绩效指标		单位	2025 年数值
<b>社会绩效</b>			
特殊员工群体	残疾员工总数	人	37
	残疾员工占总体员工的比重	%	0.35
员工培训总时长		小时	15,619.31
员工培训总次数		次	2,933
员工培训参与人次		人次	139,670
安全培训次数		次	1,361
安全培训时长		小时	2,722
安全培训参与人次		人次	63,700
乡村振兴总投入		万元	0.00622
对外捐赠总额		万元	7.88
社会公益捐赠总额		万元	4.86

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		/	/
ESG 治理机制		/	/
四秩征程，数智蝶变		/	/
科技向心， 以人为本	数智化转型	/	S4.4.1
	创新研发	第四十一条、第四十二条	S2.3.1、S2.3.2、S2.3.3、S2.3.4
向心而行， 生活至美	客户责任	第四十四条、第四十八条	S2.2.1、S2.2.2、S2.2.3
	产品责任	第四十七条	S2.1.2、S2.1.4
	供应链管理	第四十四条、第四十五条	S3.1.1、S3.1.2、S3.2.1、S3.2.2
	社会贡献	第三十八条、第四十条	S4.3.1、S4.3.2
链通田野， 振兴乡村	治理	第三十八条、第三十九条、第四十一条、第四十二条	S4.4.2
	战略		
	风险与机遇管理		
	指标与目标		
良治聚力， 行稳致远	党建引领	/	G1.1.4
	治理体系	第五十一条	G1.1.2、G1.1.3、G1.2.1、G1.2.2、G1.2.3、G1.3.1、G1.3.3、G3.2.1

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》
良治聚力， 行稳致远	投资者关系管理	第五十三条	G3.1.2、G4.1.2
	合规经营	第五十三条	G2.1.1、G2.1.2、G3.1.1、G3.1.3、G3.2.2、G3.2.3、G4.1.1、G4.2.1、G5.1.1、G5.1.2、S4.1.1
	商业行为	第五十四条、第五十五条、第五十六条	G2.2.1、G2.2.2、G2.3.2
凝心聚力， 筑梦同行	员工管理	第四十九条、第五十条	S1.1.1、S1.1.2、S1.1.3、S1.2.1、S1.2.2、S1.2.3、S1.2.4、S1.3.4、S1.4.1、S1.4.2、S1.4.3、S1.5.1、S1.5.2、S1.5.3
	职业健康与安全管理	第四十九条、第五十条	S1.3.1、S1.3.2、S1.3.3
低碳发展， 绿色共生	气候变化	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
	绿色经营	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	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
	绿色行动	/	E5.4.3、E5.4.4、E5.4.6、E5.5.2、E5.5.3
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！

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？

非常好     好     一般     较差     差