

华润万家（控股）有限公司
可持续发展报告
2025



向“新”提质
万家同行

目录

CONTENTS

报告导读	2	可持续发展管理	86
领导致辞	4	未来展望	94
走进万家	6	附录	96
责任专题	12		
播撒希望，描绘乡村振兴的美好蓝图			

01

锚定国之大者

让规范治理行稳致远

筑牢党建根基	20
完善公司治理	22
坚持守法合规	24

02

引领消费升级

让万家购物安心无忧

激发创新活力	30
引领卓越品质	33
用心服务客户	35

03

赋能成长之路

让奋斗时光暖意盈怀

保障员工权益	42
加强人才培养	44
打造活力职场	47

04

聚力诚信共赢

让合作价值持续绽放

打造责任链条	54
深化协同合作	55
助力行业繁荣	58

05

践行绿色低碳

让低碳生活触手可及

夯实绿色管理	64
践行节能减排	65
打造绿色链条	68
守护生态环境	70

06

共创美好生活

让温暖善意浸润邻里

严守安全底线	76
助力香港发展	79
倾心回馈社会	82

报告导读

本报告是华润万家（控股）有限公司发布的第 14 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 2025 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 2025 年 1 月 1 日至 2025 年 12 月 31 日。空间范围为华润万家总部、各大区，包含近 2,000 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

- 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“1+N”社会责任指标管理手册》
- 中国社会科学院《中国企业社会责任报告指南（CASS-CSR 4.0）》
- 中企研、责任云研究院《中国企业可持续发展报告指南（CASS-ESG 6.0）之一般框架》
- 中企研、责任云研究院《中国企业可持续发展报告指南（CASS-ESG 6.0）之零售业》
- 联合国 2030 年可持续发展目标 (SDGs)
- 全球报告倡议组织《可持续发展报告标准（GRI Standards）》

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

时光流转，岁月更迭。2025 年是“十四五”规划收官之年、“十五五”规划谋篇布局之年，也是华润万家迈向高质量发展新阶段的关键之年。2025 年政府工作报告将“大力提振消费、提高投资效益，全方位扩大国内需求”列为政府工作十项任务之首。华润万家紧随国家战略导向，锚定民生场景、强化供给能力，聚焦“服务大国民生”“助力美好生活”两大责任，致力于在发展新质生产力、助力幸福生活建设等方面贡献力量，以央企担当扎根民生沃土，以务实行动践行社会责任，将企业发展深度融入国家战略大局，把央企责任转化为服务万家的生动实践。

坚守合规初心，以稳健治理筑牢万家根基。华润万家始终把党的领导贯穿公司治理全过程，坚定拥护“两个确立”、坚决做到“两个维护”，以建设权责透明、协调运转、有效制衡的治理机制为着眼点，推动决策科学化、管理规范化、运营精细化；坚定不移推进改革全面深化，扎实推进“十四五”收官任务，以高质量发展成果为“十五五”开局夯实基础；构建全链条、常态化监督体系，培育具有华润万家特色的“清风万家”廉洁文化品牌，持续涵养风清气正的政治生态与经营环境。

深耕消费升级，以品牌焕新点亮万家灯火。华润万家聚焦消费者美好生活需要，在全国范围内推进门店焕新，依托“商品力、体验力、服务力、场景力”四力模型，提升门店自有品牌占比及认知度，打造兼具时尚质感与烟火气息的购物空间；打造精品超市、综合超市、社区超市三大业态——精品超市通过产品差异

化和供应链优势，打造好三条产品线，综合超市持续发挥生鲜引领作用、持续迭代标准店模型，社区超市结合简约组合、润家、家选自有品牌，打造以“省钱、省时、省心”为目的硬折扣模式；结合万家业态超市定位，定制化打造 6 条自有品牌线，6 款匠心产品揽获卓越商品奖、优秀大单品奖、主题系列奖；面对极端天气与突发灾情，实现仓储高效调度、物流精准配送、门店全力运转，确保粮油肉菜等民生商品“调得出、运得快、供得上、价格稳”，牢牢守住百姓“菜篮子”“米袋子”的安全底线。

厚植乡土情怀，以责任担当书写万家温暖。在乡村振兴的沃土上，华润万家以消费之力激活乡村内生动力，采购帮扶地区农副产品 5.75 亿元，在华润集团定点帮扶县江西广昌、宁夏海原、福建清流，实现农产品采购 1,380 万元，同时持续深化“焕乡行动”，在全国各省市完成超 120 家基地的授牌，成功打造 11 个销售额破千万的“助农明星单品”，“焕乡行动”项目组也荣获中共广东省委办公厅、广东省人民政府办公厅授予的“百县千镇万村高质量发展工程”表现突出集体奖项，获评 2025 年度华润集团 ESG 与可持续发展奖铜奖；“美好流动课堂”已走过五年，在全国捐建 30 间标准化乡村美术教室，筹集善款超 380 万元，陪伴万名乡村儿童点亮艺术梦想，让文化振兴为乡村发展注入精神动能；连续十一年坚守“温暖驿站”、十二年开展“夏日送清凉”，为户外劳动者送去关怀和温暖；九年深耕“星星守望计

划”，与第三方公益组织携手举办活动超 4,000 场，为 240 人次“心青年”提供就业培训；立足香港、深耕香港、服务香港，是我们不变的初心与责任，深化与国家机构及香港特区政府合作，持续拓展多元化商品与服务供给，积极参与“共创明‘Teen’计划”，驰援大埔火灾社区，为受灾居民提供基本生活保障，用实际行动维护香港繁荣稳定。

践行低碳理念，以绿色之路绘就万家底色。华润万家积极响应国家“双碳”战略，深耕全链条绿色转型，打造“绿色可持续标识体系”，让绿色消费可感可及；推进门店节能改造与物流园区低碳建设，全国门店累计节电约 1.25 亿度，减碳约 4.6 万吨；联动品牌伙伴、会员顾客发起环保行动，参与“地球一小时”、开展减塑科普、推进绿色办公，将绿色理念融入门店运营、社区生活与大众心中。凭借在绿色低碳领域的系统探索与扎实成效，《探索超市绿色低碳发展路径》案例入选工业和信息化部工业文化发展中心组织评选的第三批“工业图强”企业史志鉴优秀案例。

启航“十五五”，履责向新程。站在“十四五”收官与“十五五”谋篇的历史交汇点，华润万家将始终坚守“引领消费升级、共创美好生活”的使命，以更坚定的信念、更务实的行动，深耕品牌升级、筑牢责任防线、践行绿色发展、传递温暖善意，共同点亮万家灯火，绘就温暖生活新图景，为中国式现代化建设贡献万家力量！

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 个城市经营近 2,000 家门店，全国员工约 5 万名，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。精品业态通过精选全球优质产品，营造时尚高端的购物氛围，传递极致、健康、可持续的前沿生活态度。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。

华润万家始终秉持社会责任理念，通过打造“焕乡行动”“美好流动课堂”“绿动万家美好”“好孩子计划”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

华润万家通过多业态布局 and 全品类自有品牌产品打造，满足不同消费群体多场景、多元消费需求。旗下拥有华润万家、苏果（中国驰名商标）、Olé、好的、U 购 select 等多个知名业态品牌，涵盖综合超市、精品超市、社区超市三大类型。自有品牌覆盖 6 条产品线，包括“润家”“家选”“简约组合”“Olé Everyday”“Olé Original”“Olé Leading”，以多元产品满足消费者日益增长的个性化需求。

万家旗下品牌



发展历程



数说 2025



播撒希望

责任专题

描绘乡村振兴的美好蓝图

2026 年中央一号文件重磅发布，为“十五五”开局之年推进农业农村现代化指明了清晰路径、吹响了奋进号角。华润万家积极响应国家乡村振兴战略，深化华润万家“焕乡行动”项目，逐步形成了特色鲜明、成效显著的消费帮扶“万家模式”。

华润万家乡村振兴“五个 5”核心目标建设



实现帮扶地区农
副产品采购突破
5 亿元



推动至少 **5 个**
地区帮扶金额销
售增长



打造至少 **5 个**
千万级单品



建立至少 **5 个**
帮扶基地



发布至少 **5 篇**
央媒及集团层面
优质报道



▲ 华润万家打造海原小米、广昌白莲等地域特色农产品



▲ 沂蒙华润希望小镇推出蒙阴蜜桃助农产品

| 聚力帮扶，书写惠民答卷 >>

2025 年，华润万家采购帮扶地区农副产品 5.75 亿元，超额完成年度目标；在华润集团定点帮扶县江西广昌、宁夏海原、福建清流，实现农产品采购 1,380 万元。“十四五”期间，华润万家帮助帮扶地区销售农副产品超 31 亿元。

自 2022 年以来，华润万家开展韶山华润希望小镇一对一帮扶，2025 年接续发力，正式启动沂蒙华润希望小镇定点结对帮扶工作，选派优秀党员干部担任轮值镇长，以产业赋能夯实增收根基、以文化共建厚植乡土底蕴、以教育帮扶点亮成长未来，多维并举打造长效帮扶模式，探索形成可推广、可复制的乡村振兴实践样本，持续助力红色革命热土迈向高质量可持续发展。

| 消费助农，畅通产销桥梁 >>

从 2015 年开启乡村振兴产销帮扶工作，到 2025 年“焕乡计划”全面升级成“焕乡行动”，华润万家持续发力消费帮扶，与全国优质种养基地建立深度合作，逐步采用订单农业模式锁定产能，减少中间流通环节，降低供应链成本，让更多高原鲜果搬上华润万家全国门店，实现“跨越山海，甜润万家”。同时，严格执行源头品控标准，从种植环境、农残检测到采摘分选，实现全流程可追溯，守护舌尖安全。

2025 年

华润万家在全国各省市完成超

120 家基地的授牌

其中涉及帮扶地区的基地有

11 家

甄选超千款优质农产品，成功打造
销售额破千万的“助农明星单品”

11 个



案例 焕乡计划之百家基地建设首站，大理七彩丰收番茄果蔬种植认证基地正式揭幕

2025 年 3 月 4 日，在华润万家“焕乡计划”的推进下，全国首个“焕乡计划百家基地建设”认证基地——华润万家大理七彩丰收番茄果蔬种植认证基地正式揭牌。活动现场，华润万家宣布将以春沐源基地为样板，未来三年在全国建设百家高标准生鲜认证基地，推动农业产业链升级，助力农民增收。华润万家与春沐源的合作始于 2017 年，双方通过数据共享精准匹配市场需求，借助“乡遇万物·共塑美好”的品牌势能，实现文旅融合，共同建设“小河淌水乡愁地”农旅项目，助力弥渡成为乡村振兴的一张亮丽名片。



▲ 蒙自蓝莓基地



▲ 东台西瓜基地

| 场景共创，链接供需两端 >>

为提升帮扶实效，华润万家持续开展迎春、仲夏、金秋消费帮扶活动。在 2025 年新春之际，华润万家在深圳市乡村振兴和协作交流局的指导下，举办迎春消费帮扶活动，向全国受帮扶企业介绍并科普深圳及万家助农产品品牌化、市场化发展情况；在 6 月的“乡遇万物·共塑美好”名优特产进万家选品会上，华润万家邀请 21 个省（直辖市）的 90 家优质企业参展，与数十家企业达成合作意向，精选出近百款具有代表性的地方特色商品；启动乡村振兴主题营销活动，通过“地道风物+地域非遗传承”的形式，打造“好玩好逛”的名优特产展销。



▲ 2025 消费帮扶仲夏行动暨“乡遇万物·共塑美好”名优特产进万家选品会



▲ 华润万家启动 2025 年“消费帮扶新春行动”

案例 华润万家启动第三届“乡遇万物·共塑美好”主题展销活动

2025 年 10 月 22 日至 11 月 4 日，华润万家启动第三届“乡遇万物·共塑美好”主题展销活动。展销活动期间，深圳、天津、南京、西安四座城市的华润万家门店同步化身“乡土风物馆”。走进超市，额吉淖尔盐湖的咸鲜、大巴山腊肉的熏香、潮汕牛肉丸的弹嫩扑面而来，各地展位前悬挂的产地故事牌，将草原、深山、海滨的风土人情娓娓道来。第三届“乡遇万物”展销活动圆满落幕，这场满是乡野风味的盛会，不只是一次好物集结，更是华润万家以展为媒激活消费助农活力的生动实践。



| 品牌赋能，重构产业价值 >>

华润万家以“焕乡行动”为纽带，依托自有品牌“润家”等为好货背书，通过品牌赋能、故事挖掘，让土特产摆脱低价竞争，赋予农产业“从田间到餐桌”的全链路价值，实现从“输血式帮扶”到“造血式发展”的跨越，助力农产业可持续成长。其中，江西广昌蜜桔通过品牌化运营，年销售破 100 万斤，当地农户户均增收约 3,000 元。

“焕乡计划”到“焕乡行动”的升级，获得了来自央媒、财经媒体、地方媒体等点赞与认可。2025 年，“焕乡行动”项目组荣获中共广东省委办公厅、广东省人民政府办公厅授予的“百县千镇万村高质量发展工程”表现突出集体奖项，获评 2025 年度华润集团 ESG 与可持续发展奖铜奖。



▲ 广东省 2025 年消费帮扶金秋行动启动暨华润万家“焕乡行动”品牌发布



▲ “焕乡行动”获评 2025 年度华润集团 ESG 与可持续发展奖铜奖

| 公益帮扶，深耕乡村美育 >>

2025 年，“美好流动课堂”迎来首个五年深耕的圆满收官，这一年足迹跨越山河，走进湖南韶山、广东韶关、西藏林芝、陕西延安、山东沂蒙、安徽金寨、江西广昌等七地，为乡村美育画卷再添鲜活色彩。“美好流动课堂”自 2020 年启动以来，通过“硬件+课程+志愿者”三位一体模式，推动美育教育从单点援助迈向系统化支持，为更多乡村孩子带来接受美育教育的机会，已成为华润万家以文化建设深度赋能乡村振兴的关键抓手。



站在新的历史起点，华润万家将继续秉持“服务大国民生，助力美好生活”的初心，持续深化创新万家帮扶模式，坚定不移地支持农优特产品走好市场化、品牌化、可持续的发展道路，携手各方“共塑美好”。



01 锚定国之大者 让规范治理行稳致远

华润万家与 SDGs



华润万家始终胸怀“国之大者”，牢牢紧扣国家战略导向与时代发展大势，把党的领导融入公司治理全链条，持续打造系统完备、运转高效、规范稳健的现代化经营管理体系，以廉洁文化涵养风清气正的政治生态，以高水平治理护航高质量可持续发展，切实发挥好国民经济的“稳定器”和“压舱石”作用。



筑牢党建根基

坚持政治引领

华润万家始终坚持将政治建设摆在首要位置，深入贯彻习近平总书记重要指示批示精神，以建立健全制度机制为有力抓手，修订完善“第一议题”制度实施办法，推动“两个维护”融入思想血脉、落到行动实处；重温习近平总书记给华润重要回信指示精神，制定 33 条任务清单跟进落实，推动重要精神在万家全面落地。

深耕理论武装

华润万家不断提升理论学习质量，开展中心组学习 9 次，并形成任务清单 9 份，列席旁听 2 次，完成 8 项调研课题，编发学习材料 31 期，邀请外部专家专题授课 4 场次；召开 2 次意识形态专题党委会，开展意识形态风险点排查、宣传舆论阵地排查和“清朗”系列专项行动；专题学习习近平文化思想，推动传承红色基因融入培训。



▲ 华润万家党委第四次理论学习中心组学习（扩大）会议

夯实组织建设



健全基层党建机制

华润万家持续巩固基层党建基础工作，扎实做好党建 e 站运维保障，确保“两个 100%”达标；结合组织重塑与门店调整优化党组织设置，推动香港公司党支部规范完成换届工作；开展基层党支部“结对共建、共促发展”主题活动，统筹推进党组织联建共建、流动党员管理、授牌挂牌等专项排查整改；坚持落实“月度工作提醒 - 季度党建例会 - 半年党建督导 - 年度党建考核”的工作机制，切实巩固和强化基层党建基础，同时强化对境外单位及混合所有制企业的党建分类指导与穿透式管理，切实夯实基层党建工作根基。



建强党员骨干队伍

华润万家严格落实党员发展与组织关系转接工作规范，规范完成 70 余名党员发展和流动党员排查工作；分层分类编制学习参阅材料，指导基层党支部规范落实“三会一课”、主题党日等组织生活制度；以“星火班”为重要抓手，系统化开展党员教育培训，组织党委班子成员、专职党务工作者、支部委员、基层党员及门店店总等开展 10 余场专题培训班，其中华东大区连续三年开展党员轮训，覆盖约 600 人次；组建 130 余人的骨干网评队伍，充分发挥党组织和党员在网络空间的先锋模范作用。

案例 “万家驿站”党建共建暨润清流·进口臻选馆开业揭牌仪式举行

2025 年 4 月 13 日，“万家驿站”党建共建暨润清流·进口臻选馆开业揭牌仪式在福建清流举行。活动现场，“润清流·进口臻选馆”与“万家驿站”党建共建基地揭牌，华润万家与清流县财通集团现场签订万家驿站党建共建协议书，此次共建活动不仅标志着精品超市事业部与清流县在党建引领下合作达到了新的高度，更为清流县的乡村振兴和地方经济发展注入了新动力。



深化党业融合

华润万家高效完成“强改革·冲目标”24 项攻坚举措，推动党建与中心工作互融互促；推选“五心筑梦”争创集团标杆党建品牌，并组织开展首次党建品牌评优选树工作，评选“万家星辰”星级门店，“万家驿站”“温暖小屋”标杆门店，颁发优秀党建品牌实践案例；开展“党建品牌促业务”主题宣传活动，累计建设“万家驿站”727 家、“温暖小屋”119 家，开展党建共建活动 3,285 场，直接促进销售 2,967 万元，首次评选 82 家“万家星辰”星级门店，探索党建与业务深度融合新路径。

开展“党建品牌促业务”主题宣传活动

累计建设“万家驿站”

727 家

开展党建共建活动

3,285 场

“温暖小屋”

119 家

直接促进销售

2,967 万元



▲ 华润万家颁发“党建品牌最佳建设”奖项

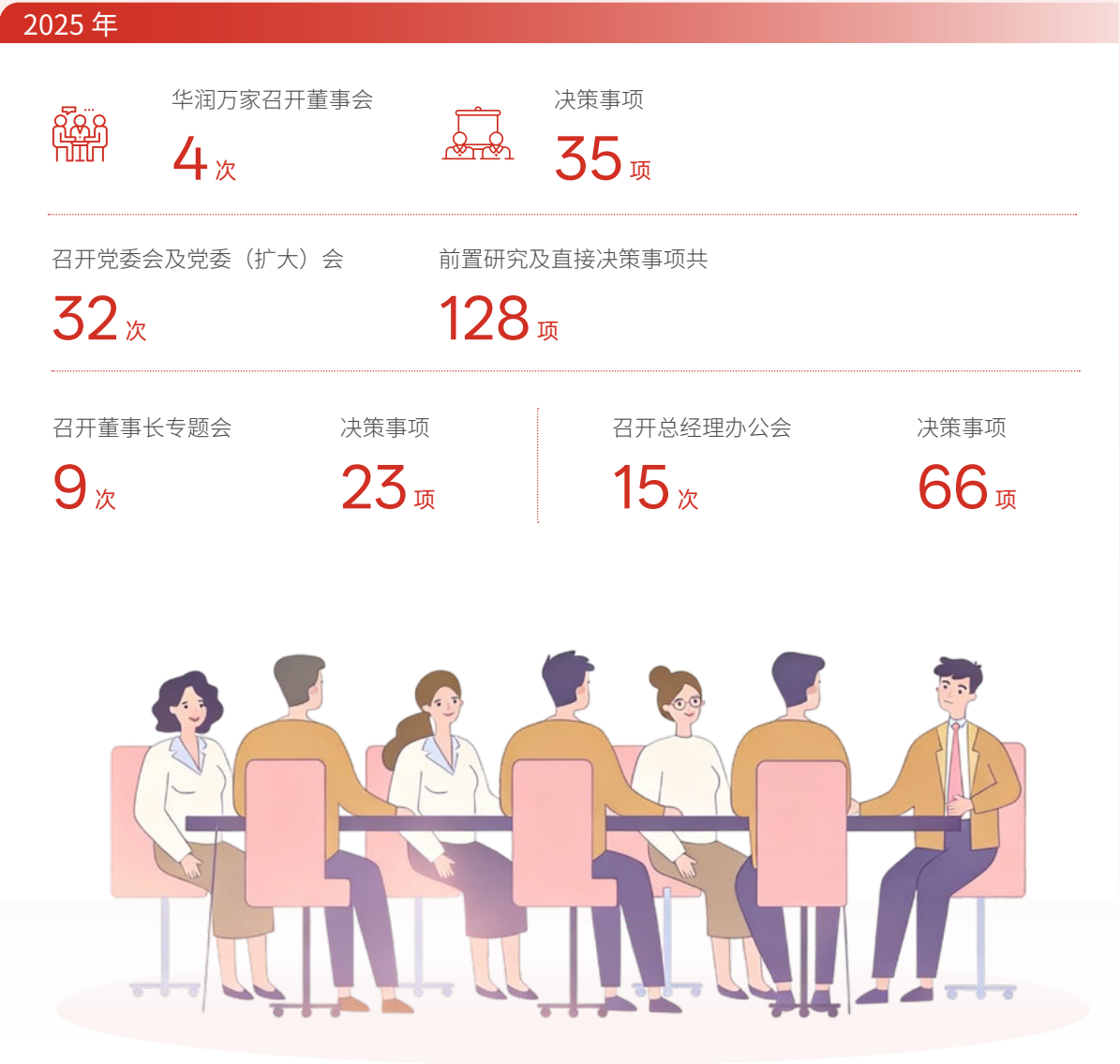
凝聚群团活力

华润万家坚持党建带群团，制定党建带团建任务清单，组织团员青年学习党的创新理论，持续筑牢信仰根基；高质量举办第四期“青马工程”培训班，组织团干部赋能培训 12 场次，开展“两红两优”评选，推优入党 10 人次；打造“青年文明号”“万家先锋”“青年在线”等团青品牌，发挥团员青年生力军作用。

完善公司治理

优化治理体系

华润万家修订《华润万家权责运行手册》《党委前置研究讨论重大经营管理事项清单》《董事会及董事会授权决策事项清单》，进一步厘清党委、董事会、经理层的权责边界，构建权责法定、权责透明、协调运转的治理架构，有效实现了治理主体间决策程序有机衔接、行权履职有序制衡，推动治理效能持续提升；严格规范党委前置及董事会专门委员会审议的流程，建立覆盖会前、会中、会后的董事会决策沟通机制，提高董事会决策效率，充分发挥董事会在公司治理结构中的核心作用。



永葆清正廉洁

构建“大监督”体系

华润万家聚焦“十四五”战略目标与国企改革深化提升行动要求，紧扣企业战略发展与年度重点任务，精准开展专项监督检查，推进政治监督具体化、精准化、常态化；围绕建设工程、招投标、闭店资产处置等关键领域，深入排查廉洁风险与合规隐患，针对发现的问题，强化整治闭环管理，推动完善制度流程，确保权力在阳光下运行；整合纪检、审计、巡察等监督力量，构建“大监督”协同格局，持续提升监督质效。



▲ 华润万家召开“大监督”体系 2025 年度工作总结暨 2026 年工作部署会议

从严执纪审查

华润万家始终保持严的基调，精准运用“四种形态”，对违纪违法问题发现一起、查处一起。畅通“信、访、网、电”举报渠道，通过内部网站、公示栏等载体公开举报程序，规范问题线索处置流程，确保件件有落实、事事有回音；深化以案促改、以案促治，针对案件查办和监督检查发现的共性问题根源，统筹推动相关部门完善 34 项关键制度流程；在保持震慑的同时体现政策温度，做好受处分人员回访教育工作，坚决维护纪律刚性。

厚植廉洁文化

华润万家坚持教育在先、预防在前，构建“分层分类+精准滴灌”的教育体系。制作警示教育片，组织旁听庭审、参观监狱，定期通报典型案例，用身边事教育身边人；召开两次警示教育大会，会议覆盖超 1 万人次；开展专题廉洁宣讲 45 场，推动廉洁教育下基层 61 场，累计覆盖超 5,000 人次；培育具有华润万家特色的廉洁文化品牌“清风万家”，制作系列廉洁教育短视频，发布品牌 Logo 及 IP 形象，推动廉洁理念融入日常。



◀ “清风万家”廉洁教育系列短视频

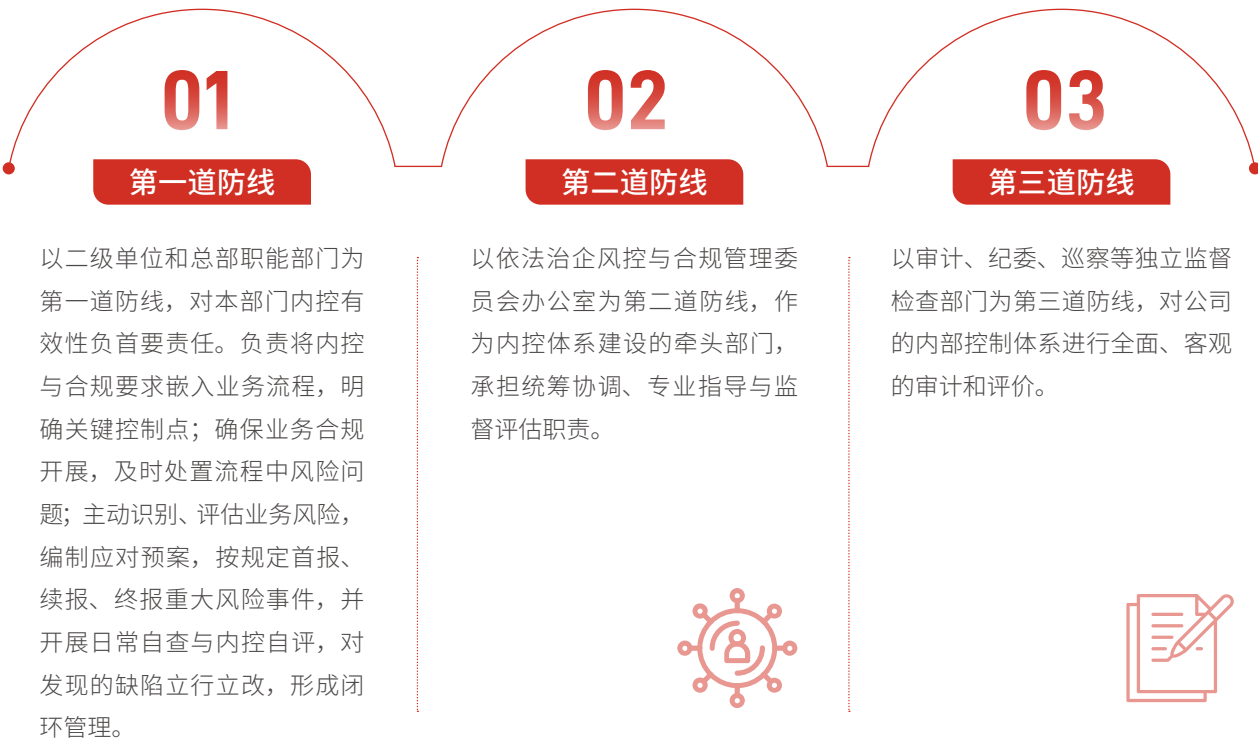
坚持守法合规

筑牢法治根基

华润万家不断健全内部法律制度体系，推动法治建设深度嵌入生产经营各环节，以多项关键举措压实合规管理。常态化开展风险排查与专项评估，对 26 项重大风险建立分级风险台账，制定专项防控措施，实行风险动态管控；强化合同全生命周期管控，严格落实合同起草、审核、签订、履约全流程把关，全年审核非制式合同 10,727 份，防范合同类法律风险；严格执行重大决策法律前置制度，法律合规部提前介入重大经营事项，出具法律意见，从决策源头防范法律风险；建立风险预警与闭环整改机制，对内控评价排查出的 28 个缺陷完成整改，形成闭环防控体系。

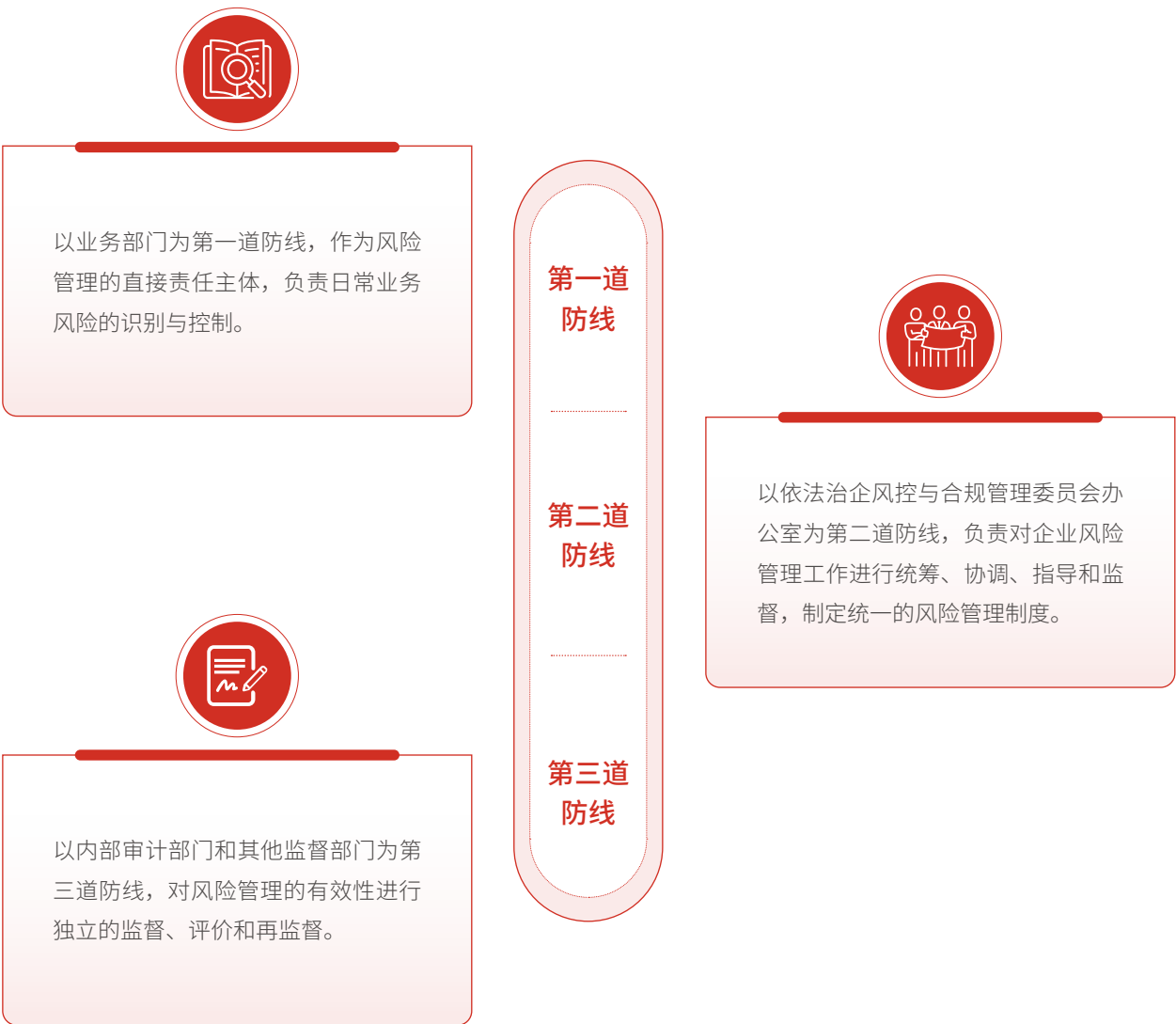
完善内控体系

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。



强化风险管控

华润万家以国务院国资委相关管理体系为纲领，以五部委内控规范为主体框架，融合 COSO 内部控制整合框架与 ISO 31000 风险管理标准，搭建起全面、系统的风险管理体系，清晰构建风险管理“三道防线”。



同时，华润万家围绕战略、市场、运营、财务、法律风险五大一级风险构建风险库，定期执行“风险识别—风险评估—风险预警—风险应对—整改闭环”全流程管理，并严格落实重大经营风险事件报告管理机制，为公司合规经营、风险可控筑牢坚实屏障。



02 引领消费升级 让万家购物安心无忧

华润万家与 SDGs

3 良好健康与福祉

9 产业、创新和基础设施

11 可持续城市和社区

12 负责任消费和生产

2025 年政府工作报告提出，深入实施提振消费专项行动。华润万家肩负提振消费信心、激发消费潜力的重要使命，始终以客户需求为核心导向，坚守商业初心，以创新变革激活消费动能，聚焦商品提质、服务升级、场景优化，致力于为每一位消费者打造安全、便捷、愉悦的购物体验，以负责任的零售实践，助力构建更高质量、更有效率、更可持续的现代消费生态。



激发创新活力

焕新业态发展

华润万家依照消费需求和市场形势变化，打造精品超市、综合超市、社区超市三大业态——精品超市通过产品差异化和供应链优势，打造好 Olé lifestyle、Olé foodhall、Olé supermarket 三条产品线，其中，Lifestyle 聚焦国内外高端顶奢精品，首店计划 2026 年 4 月在杭州落地；foodhall 聚焦生鲜、速食和黑卡会员模式，呼和浩特首店 2025 年 7 月惊艳亮相；Supermarket 锚定“全球美食超市”，首店 2025 年 12 月在深圳成功开业。综合超市持续发挥生鲜引领作用，持续迭代标准店模型，打造门店“烟火气”，截至 2026 年 2 月，9 家标准店焕新开业。社区超市结合简约组合、润家、家选自有品牌，打造以“省钱、省时、省心”为目的硬折扣模式。



▲ 呼和浩特 Olé 万象城店开业现场



▲ 呼和浩特赛罕万达店开业现场

创新业务模式

为响应零售行业变革，顺应消费升级趋势，华润万家积极探索线上线下融合模式，通过全员带货、引流到店、拓展抖音直播、淘宝小时达销售渠道、前置仓布局等举措，构建“自有渠道+第三方平台”双轨引流体系，全年线上销售占比提升到 15.5%。整合华润万家 APP、Ole APP 及抖音、美团等平台，推出门店核销提货券、礼品卡，优化核销流程，实现“引流-核销-复购”闭环。2025 年核销金额 13.4 亿元，为线下门店带来 765 万笔客流；礼品卡销售 12.4 亿元，同比增长 104%，提货券销售 1 亿元，带动关联销售 1.2 亿元，同比增长 50%。通过抖音直播，单场直播最高销售 560 万元，单日全平台销售最高超过 2,000 万元，有效带动车厘子等大单的到店销售，验证了模式有效性。



▲ 2025 抖音心动大牌日深圳 CBD 联动投放



▲ 蟹卡专题资源位

畅通发展格局

华润万家以全国近 2,000 家门店为支点，创新推出外贸转内销“四大举措”，构建起“外资外贸衔接、生产消费贯通”的新型生态，为消费者带来全球优质商品，为行业破解转型痛点，为社会创造价值增量，更以实际行动诠释了民生企业在推动国内国际双循环蓬勃发展中的责任担当。

- 为优质外贸企业开通内销“直通车”，使好商品能够以最快速度上架与消费者见面

- 匹配不同企业的产品定位，分级分类在旗下精品超市、综合超市、社区超市落地，让更多优质商品通过全国近 2,000 家门店走进万千家庭

外贸转内销“四大举措”

- 联合优质外贸企业开发自有品牌，释放产能，共同为消费者打造优质好商品

- 通过旗下商贸公司，提供“代理+经销”双引擎，助推出口外贸企业加速在中国市场的成长

案例 华润万家打通内外双循环，助力外贸优品链接内需新机遇

2025 年 5 月 24 日，在央视新闻联合抖音生活服务推出的《外贸好物 越购粤爱》专场直播中，华润万家带来了众多外贸优品及超市优惠券，以甄选爆款尖货惊喜好价回馈消费者。华润万家不仅开通内销“直通车”助力外贸优品快速上架，还联合优质外贸企业开发自有品牌商品，为消费者打造优质好商品。同时，华润万家副总经理徐之江特别空降直播间，带来了炎炎夏日的清凉“自有品牌润家系列饮料”宠粉福利，让广大消费者以更实惠的价格畅享优品。



推动数字化转型

华润万家紧扣核心定位，以消费者需求为导向、科技创新为支撑、模式创新为路径，推动业务模式创新与数字化转型深度融合，重构零售生态，实现从经验驱动向数据驱动、单一交易向全场景服务的转型。通过建设商品规划系统、需求预测与自动补货 FRS 系统、门店智慧营运系统等一系列智能化工具，推动数据智能应用覆盖到会员运营、商品供应链、营销促销管理、门店运营等各个环节，为消费者的购物体验 and 食品安全打下坚实基础；依托供应链优势，在西安布局首个前置仓，接入数字化管理系统，实现订单、拣货、配送全流程管控，优化配送时效与库存管理，试点先行、逐步推广。2025 年 12 月，西安首仓运营成效突出，首周日均订单 1,826 笔，日均销售额 43,475 元，用户满意度达 92% 以上，生鲜订单占比 60%。

案例 零售数字化转型加速，华润万家全国门店推出“支付宝碰一下”支付

2025 年，华润万家全国门店全面上线“支付宝碰一下”快捷支付和数字化服务，覆盖精品超市、综合超市、社区超市等全业态零售场景，为消费者带来更好的便捷体验。目前，顾客在华润万家旗下零售业态选购商品后，无论是传统柜台结账，还是使用自助收银机，只需解锁手机，轻轻碰一下设备上的小蓝环，即可快速完成支付，无需打开支付宝 App，最少只需一步。



保护知识产权

华润万家建立了涵盖注册、维护、维权的全流程管理体系，积极推进核心品牌的商标注册布局，通过自办和委托代理相结合的方式，处理知识产权维权案件 93 件，有效防范了知识产权侵权与泄露风险，保护了公司的无形资产。2025 年，华润万家完成商标注册 11 件、专利申请 9 个、著作权登记 17 件。

引领卓越品质

严守质量源头管控

华润万家坚持制度建设与组织重塑协同推进，依据最新法律法规完善质量安全管控要求，修订《华润万家商品抽检操作指引》，规范质量管理全流程；依托供应商服务系统信息化平台，严格管理供应商资质证照，实行自有品牌、生鲜基地、节令商品供应商第三方独立验厂管理，组织开展全国性供应商评审 385 家，从严把控准入关口；强化生鲜品质管控，推动果蔬商品农残检测 100% 覆盖，按照季度更新检测清单，并根据国抽、省抽检项目及时调整检测清单；组织开展生鲜农残检测工作经验交流，提升准确率和检出率；通过“达芬奇”系统动态检测、分析，不断提升检测水平，2025 年检测达 135 万批次，检出率 0.18%。

2025 年

检测达

135 万批次

检出率

0.18%



▲ 生鲜农残检测工作检验交流

强化质量过程防线

华润万家严格执行质量管控标准及要求，规范检测室操作要求及执行标准，组织开展生鲜检测专项巡检等，提升风险管控能力；持续加强门店 / DC 现场质量安全隐患排查整治，强化重点商品质量管控和应急处置，同时推动质量管理数字化项目的建设和推广，提升门店现场质量安全管理水平。

严格落实主体责任

严格遵守《华润万家门店食品安全审核条款（2025 版）》相关工作，认真执行“日管控、周排查、月调度”等相关工作，确保质量主体责任有效落实。



在“3·15”、质量月及节令期间开展专项管控与自查行动，强化重点环节 / 区域 / 商品的质量安全管控，督促隐患问题整改，并要求各单位举一反三排查，有效防范化解质量安全风险隐患。2025 年，完成全国性商品抽检 1,185 批次。

开展专项监督检查

强化自有品牌管控

严格按照《华润万家商品准入质量管理办法》开展自有品牌供应商评审、商品抽检、索票索证查验等工作，并组织开展风险专项排查整治活动，持续提升自有品牌商品质量管控能力。

全面推广“商品保质期管控优化项目”，实现临期商品收银拦截；成为首家使用含有效期信息的新型商品条码的零售商，通过条码规范及 IT 技术支持，杜绝过期食品售卖。



推进质量数字化管理



规范产品召回撤回

华润万家严格落实《华润万家质量问题商品撤架与复架操作规范》，规范问题商品处理流程；根据市场舆情与质量异常情况，编制下发 15 期《华润万家质量风险提示（2025 年）》，同时开展有机食品、无抗食品风险排查，及时防范化解安全隐患，防止问题商品流入市场。

加强商品质量宣导

华润万家积极开展各项质量宣导活动，围绕国家法律法规、万家质量制度、节令期间商品质量安全管理等方面，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。

搭建多层次质量培训体系，开展商品质量检测员、内审员培训，举办第三届“安康杯”EHS 知识竞赛，并组织全员参与全面质量管理知识竞赛，提升全员质量意识和能力。

编制《华润万家质量典型案例集（2024 版）》并开展警示教育，组织质量管理相关人员、供应商代表开展商品质量安全专题培训 10 余场，强化各层级质量风险管控意识和管控水平。



用心服务客户

保障客户权益

负责任营销

华润万家始终将负责任营销作为核心宣传推广原则，坚持商品信息透明化，如实披露成分、产地、保质期、品质标准；优惠活动规则公开透明，清晰标注使用门槛、有效期与核销范围；杜绝夸大宣传与过度营销，社媒传播严格遵循平台规范。

会员管理

华润万家聚焦会员价值，多维度搭建差异化会员服务体系，以精细化举措提升会员粘性与品牌认同感，同时在社交媒体平台的会员运营上，呈现“抖音直播带货为增长引擎、微信公众号为私域核心、小红书为种草阵地”的三位一体格局，提升会员忠诚度和活跃度，助力增长与品牌年轻化。其中，精品超市事业部围绕高端消费返利、专属权益、场景化活动构建高粘性会员体系，覆盖开卡、日常、节点三大场景，通过提供精选商品、专属服务及甄选课堂，打造购物 - 社交 - 成长闭环生态；华西大区西安雁塔南路店升级 PLUS 付费会员权益，推出“全年 365 天全场 88 折”及购物、生活、社交等多维度的“八大权益”，提升了会员的购物效率和体验。



深挖消费需求

华润万家深度洞察消费趋势，精准对接高端化、健康化、场景化需求。精品超市事业部发布 Olé 二十周年高端人群消费趋势白皮书，面向全国一线、新一线、二线中 14 个重点城市高净值客群，从“态度 - 行为 - 场景”模型出发，深度挖掘消费行为与生活态度的关联，精准勾勒“五大人像画像 + 五大品类趋势”。华北生鲜紧扣消费市场，深入分析生鲜各品类发展、顾客消费需求与偏好，对分业态产品的各级生鲜分类的商品的规格大小、价格带高低、质量等级进行优化，并规划新品开发矩阵，对各分类定制商品、新品、自有品牌等进行开发，使活力新品与趋势性新品均衡分布，提高整体商品结构的服务能力与获利能力。

优化消费体验

为持续优化消费体验，华润万家全面提升门店经营服务品质，从环境管理、便民服务、智能升级、门店改造多维度发力，系统性推进购物环境升级改造工作。2025 年 12 月 31 日，华润万家 7 家门店以全新形象迎客，依托“四力模型”——商品力、体验力、服务力、场景力为核心，提升门店自有品牌占比及认知度，推动一线员工向“生活助手”角色转型，致力于打造兼具时尚品味与烟火气的舒适购物空间，服务消费者美好生活。



◀ 华润万家天鹅湖畔分店荣获“深圳市食品安全规范化管理店”称号

焕新商品布局阵容

咸阳福园店和西安三桥新街店特别打造生活灵感聚集地，如食光厨房、文玩工坊、智享家电等特色专区，为消费者的日常尝鲜带来更丰富、有趣的选择。

打造烟火美食场景

深圳宝能太古城从即时餐饮到家庭储鲜，从在地风味到全球好物，超 800 款来自原产地的特色商品为消费者提供了丰富的选择；创新引入了转转火锅，给予想要“一人食”的消费者满满的能量。

构筑舒心购物体验

呼和浩特赛罕万达店采用通透低货架与流动的动线设计，拓宽整体购物视野，打造开阔舒展的逛购感受，同时引入自然采光与绿植景观相融的环境布局，营造明亮松弛、舒适惬意的消费氛围。

案例 华润万家斩获第九届自有品牌金星奖 6 项大奖

2025 年 11 月 18 日，由全球自有品牌产品亚洲展（PLF）组委会主办的第九届自有品牌金星奖在上海举行。华润万家旗下自有品牌“润家”“简约组合”6 款匠心产品凭借深厚的产品硬实力在近 800 款参评产品中脱颖而出，一举揽获卓越商品奖、优秀大单品奖、主题系列奖，不仅印证了“润家”“简约组合”以扎实的产品力和市场竞争力为消费者带来美好的生活体验，更坚持以优选、优质、优价的“三优产品”支持消费者的心选生活。

案例 华西大区首届“非遗进万家”活动盛大启动

2025 年 4 月 3 日，由华西大区主办的首场“非遗进万家”主题活动在西安莲湖店盛大启动。华西大区主动创新营销形式，拓宽新消费场景，将非遗文化成功融入超市经营，通过品非遗美食、做非遗手工、逛非遗集市，为顾客带来独特的购物体验，让市民群众在家门口便可感受到非遗文化的魅力，助力传统文化在新时代中焕发新生。

华西大区将围绕焕新门店持续开展“三秦四季、宝藏万家”系列活动，推动更多原产地特色商品走进万家、走向全国，为消费者提供更多健康和美味的选择，同时进一步挖掘市场潜力，激发市场活力，提振消费信心，促进消费市场持续回暖。



应对客户投诉

华润万家建立规范投诉处理机制，持续提升服务响应能力与问题解决效率。

2025 年

华润万家收到客户投诉数

14,349 单

客户投诉完结数

14,346 单

客户投诉解决率

99.98%

客户满意度

88.21%



其中，华西大区明确客诉处理礼貌接待、首问责任制、快速反应三大总体原则，并明确处理投诉流程，将客户的意见作为公司发展的重要信息来源，不断提升服务标准，完善服务体系，避免类似问题再次发生。

01 门店客服为现场投诉第一接待人，任何员工接到投诉都应带领顾客前往服务台沟通处理。

02 超出处理权限的投诉，应立即上报，寻求上级资源快速完结客诉。

03 当天无法完结的客诉，应按《顾客投诉处理跟踪记录表》做好投诉交接登记并及时跟进，确保在时效内完结。

04 对于顾客执意要求超出《中华人民共和国消费者权益保护法》的规定投诉，可考虑保护企业形象和顾客的心理接受能力协商解决，但所有赔偿应按“门店现场投诉接待处理权限”逐级上报。

05 所有给付顾客的赔付款或赔付商品都应填写《赔付登记表》，并请顾客签名确认；赔付登记表一式两联，第一联用于追溯赔付款，第二联用于服务台存档。

华西大区客户处理投诉流程

案例 高效妥善处置顾客问题，用心化解消费误会

2025 年 1 月，华润万家全国客服接到顾客投诉电话，反馈在旗下珠海地区便利超市消费时，反馈所购水溶柠檬水饮品标价与实际结算价不符，同时反映收银员服务态度欠佳。门店接到顾客诉求后第一时间快速响应，当即向顾客诚恳致歉，及时为顾客办理差价退款；同步对涉事员工开展服务礼仪培训，并举一反三对全店商品价签开展全面自查梳理与整改优化。



赋能成长之路 让奋斗时光暖意盈怀

华润万家与 SDGs



促进高质量充分就业，是新时代新征程就业工作的新定位、新使命。华润万家坚持“多元化、不拘一格、尊重技术和创新”的新人才观，把人才作为支撑发展的第一资源，全面保障员工合法权益，搭建系统化成长发展平台，丰富员工文化生活与关怀体系，为公司在高质量发展浪潮中锚定航向、行稳致远注入源源不断的人才动能。



保障员工权益

坚持合规雇佣

华润万家严格遵循《中华人民共和国劳动法》《中华人民共和国劳动合同法》等法律法规，建立完善劳动用工管理制度体系，规范用工形式，明晰权责边界；坚决杜绝童工、强迫劳动、骚扰虐待等行为，严格保护员工隐私，规范工作时间与休息休假制度，切实保障员工基本合法权益，实现用工规范与权益保障并重。

2025 年



华润万家正式员工劳动合同签订率、社会保险参保率达

100%

优化薪酬福利

华润万家积极对标行业优秀企业，深化收入分配机制改革，构建公平合理、激励有效的薪酬福利体系。推动落实中长期激励计划，促进关键岗位人才与企业长期发展深度协同，构建利益共享、风险共担的长效机制；加大关键领域薪酬资源倾斜力度，推动薪酬激励资源向重点业务领域及紧缺人才精准倾斜，增强核心业务板块的人才支撑能力；强化一线基层员工收入保障，完善效益工资等业绩考核机制，鼓励多劳多得，有效吸引和留住核心人才，为公司可持续发展提供坚实支撑。

强化民主管理

华润万家制定深化产业工人队伍建设改革实施方案和《华润万家职工代表大会实施办法》，积极筹建集团型和区域型职代会，充分尊重并保障员工民主权利，畅通员工表达合理诉求渠道；定期开展员工座谈会、意见征集等活动，倾听员工心声，保障员工的知情权、参与权、监督权，营造民主、平等、包容的工作氛围，推动公司与员工同频共振、协同发展。



案例 华南大区召开职工代表座谈会

2025 年 6 月 9 日，华南大区围绕“以‘长期主义’为锚，实现增长·突破”的主题，召开 2025 年“我为群众办实事”职工代表座谈会。会议采用线上线下结合形式，六十余名职工代表围绕优化员工福利体系、提升工作体验、促进业务高效协同及拓展市场增长点等关键议题，展开了务实而深入的交流。华南大区相关负责人全程参与座谈，认真听取代表发言，并就相关问题进行现场回应和解答。此次座谈会，共收集到有效意见建议 28 条，充分展现了广大职工心系公司发展的主人翁意识和集体智慧。



促进充分就业

华润万家积极履行央企稳岗扩就业的社会责任，坚持公开公平公正选人用人，完善劳动者平等参与竞争的就业机制，消除影响平等就业的不合理限制和就业歧视，创造了公平的就业机会；积极开展 2025 届春季校园招聘和 2026 届秋季校园招聘，重点关注新青藏区域毕业生就业和香港大学生就业，提供岗位合计 107 个；严格落实党中央、国务院、中央军委的决策部署和退役士兵安置相关法规政策，紧密结合地方实际，在江苏、江西、陕西等多地为退伍军人提供安置岗位。2025 年，华润万家共计招聘新员工 9,301 人。

完善劳动纠纷

华润万家建立“预防为先、调解为主、依法处置”的劳动争议管理体系，通过推进用工管理制度体系化建设，将劳动用工政策法规与公司内部典型案例相结合，开展培训与分享，从源头预防争议发生；坚持合法合规、公平公正、调解优先原则，规范快速响应、充分沟通、客观取证、依法处置流程，有效保障劳资双方权益，构建法治化、可持续的和谐劳动关系。2025 年劳动争议数量呈现持续下降趋势。

加强人才培养

赋能员工成长

华润万家遵循“多元化、不拘一格、尊重技术和创新”的新人才观，制定《华润万家 MT 培养管理办法》，构建科学、闭环的 MT “选、育、用、留、退”全流程管理体系，坚持营运 MT 及与门店核心业务强关联的职能 MT 第一年均需在门店历练，并明确 3 年培养目标与路径，强化“培养必考核、合格必发展”的原则，着力破解岗位固化与人才断层问题，加速年轻人才梯队建设，以支撑公司战略转型与可持续发展。

华润万家干部能力模型“四有同心圆”



建强经营管理人才

华润万家在全国选拔 31 名高潜骨干，启动万家第二期优轻班，围绕“战略管理与组织能力”主题开展在线学习培训；华东大区、华西大区、精品超市事业部选拔优秀业务骨干组建春蕾班，共培养 92 名大区高潜后备干部；华南大区为打造一支“懂业务、精管理、敢创新”的青年领军店总，开展综合超市 π 型店总锻造营，培养了 10 名一专多能的 π 型店总。



▲ 华东大区开设春蕾班



▲ 华南大区开设 π 型店总锻造营

培育专业技能人才

华润万家结合转型变革和增长突破的高质量发展需求，聚焦门店生鲜经营能力，制定涵盖业务标准和 SOP 体系、课程知识体系、能力培训体系、大师傅体系、技工发展体系在内的“5C”生鲜能力提升体系，同时启动“鲜锋计划”七大重点单品能力突破项目，统一 185 支生鲜 SKU，输出 7 个全流程业务标准，制作 120 门视频微课，微课播放量超 9.5 万人次，线下集中培训 2,500 多人次，考核合格率 89.4%，建设 7 支大师傅团队。



▲ 华润万家开展“鲜锋突破 聚势增长”技能大赛



案例 以时光炼技能，第二届万家工匠全国总决赛颁奖典礼圆满落幕

2025 年 12 月 8 日，华润万家举办第二届“万家工匠”全国技能大赛总决赛暨颁奖典礼，围绕销售、服务、生鲜技艺等开展技能比拼，评选表彰一批技能标杆。同时，公司正式发布大师傅认证与发展机制，为 10 名“鲜锋工匠”颁授专属奖章。本次活动以赛事搭台、以机制护航，有效提升员工专业能力，畅通技能人才成长路径，夯实零售核心人才支撑，推动产业工人队伍建设改革走深走实。



储备青年后备人才

华润万家积极组织员工参加未来之星新员工训练营培养项目，以赓续红色血脉、弘扬华润精神、领航星火征程为主线，通过组织建设、专题授课、主题活动、先锋实践等形式，提升青年员工的精神素养，共 199 名 MT 完成“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。

案例 2025 华润集团新员工训练营 华西五营（万家营）圆满毕营

2025 年 8 月 15 日，华润集团“未来之星”新员工训练营华西五营（万家营）圆满毕营。华西五营以“迎难而上，美好未来”为主题，以“721 培养机制”为核心，通过科技赋能、训战结合系统打造懂零售、懂专业、懂管理、懂创新的“四懂”新青年，为万家培养和储备青年后备力量。



畅通发展通道

华润万家重视员工的成长与发展，依据《华润万家职务职级管理办法》规范统一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，并按照岗位需求和人才匹配度确定职务职级；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、专业化方向转变，营造有利于优秀人才健康成长的发展环境。

打造活力职场

悉心关怀员工

华润万家健全“万家有爱”员工关爱体系，以“安心守护”“荣耀绽放”为双引擎，推动员工关爱工作体系化、常态化开展；持续推进冬夏季关爱行动并实现全员覆盖，同时在元旦春节期间组织领导干部深入基层一线走访慰问，累计慰问生活困难党员、老党员、老干部 386 名，发放慰问金 44.7 万元、慰问品 5 万元，切实将组织关怀传递到每一位员工身边。2025 年，华润万家爱心互助基金帮助困难员工 69 人，金额达 116.2 万元。



▲ 春节慰问一线员工



▲ 华西大区开展女职工关爱月活动

保障员工健康

华润万家高度重视员工身心健康，持续完善健康管理制度，强化安全防护与健康知识宣教；在职业病防治法宣传周活动期间，各单位制作并悬挂宣传横幅，运用宣传栏、电子屏幕等平台宣传职业健康知识，制作活动宣传板报；举办心理健康讲座，邀请专业心理咨询师授课，帮助员工缓解工作压力，对重点岗位、高压岗位员工进行一对一心理疏导。2025 年，华润万家体检覆盖近 4 万名员工，体检及健康档案覆盖率达 87%。



▲ 华西大区组织开展“解压日-身心赋能关爱”活动

平衡工作生活

华润万家致力于丰富员工的精神文化生活内涵，2025 年在全国范围开展以“焕新启航，突破共赢”为主题的员工周活动，涵盖欢乐日、共创日、解压日、公益日、答谢日和年度表彰等内容，营造“有温度、有成长”的幸福职场，进一步拉近员工与公司的情感联结；各大区广泛开展形式多样的员工关怀活动，以欢乐日团建与资深员工答谢为载体，传递华润万家有爱的温度。



◀ 华润万家 2025 年度表彰盛典暨员工周圆满落幕

华东大区开展羽毛球友谊赛活动 ▶



◀ 华南大区开展欢乐日活动



◀ 华西大区开展 2025 年员工周活动

华北大区开展员工周欢乐日活动 ▶



◀ 香港公司开展同乐日活动



深圳精品展销中心 (百色)



聚力诚信共赢
让合作价值持续绽放

华润万家与 SDGs



华润万家立足国家构建现代化产业体系的新要求，将可持续发展理念深度融入供应链全链条，以责任为纽带重塑伙伴协同新范式，持续强化产业链韧性与抗风险能力，赋能合作伙伴实现品质升级与转型突破，携手推动行业向更高效、更透明、更优质的方向演进，共建开放共赢、价值共生的零售产业新生态。



打造责任链条

坚持诚信经营

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，将诚信理念融入商业合作全流程，持续推进阳光采购、廉洁合作，杜绝商业贿赂、不正当竞争等行为，以诚信筑牢合作根基，维护市场秩序与各方合法权益，树立零售行业诚信经营标杆。

强化责任采购

华润万家持续优化非商品采购制度，修订《华润万家非商品评标和评审管理办法》《华润万家非商品供应商管理办法》《华润万家非商品采购评标评审专家管理规范》，推动采购工作合规有序开展；持续在全国范围内推广电子采购模式，依托信息化平台实现招投标采购工作的高效、专业、规范、安全与低成本运行，切实保障招标人与投标人的合法权益。2025 年，华润万家在全国范围内完成采购项目 313 个（含标段 472 个），预估采购额达 16.58 亿元，电子招标率、全国集采率均达到 100%，公开采购率达 99.94%。

健全供应链管理

华润万家创新供应商管理模式，将以往单一的“合同履约检查”升级为全流程“过程评价”，并及时应用评价结果，防范供应商合作风险，杜绝异常供应商参与新项目采购。针对不同合作阶段的供应商，实施差异化评价机制，对于首次开展合作的合同供应商，执行“首次评价”，严把合作准入关；对合同临期的供应商，在启动招采工作前，实施“末次评价”，全面核查合作履约情况。截至 2025 年底，过程评价覆盖率达 74.23%，对评价不合格的 7 家供应商，及时将其移出合格供应商库，列为不合格供应商，禁止其参与公司各类新项目采购活动，进一步净化供应商生态，保障采购质量与效率。

案例 Olé 以基地建设强化供应链升级，深化产地协同合作

Olé 精品超市依托华润万家“百家基地建设”项目，与常州润创供应链管理有限公司等优质合作伙伴深度协同，举行“百家基地建设”——阳澄湖大闸蟹养殖基地授牌仪式，并正式推出 Olé 自有品牌蟹卡。基地已通过严格的水质检测、养殖规范、品质追溯等多项标准审核，致力于将优质产地资源转化为稳定商品供给，为消费者带来更多可溯源、高品质的购物选择。



深化协同合作

加强政企协同

华润万家秉持以开放促进发展、以协作实现共赢的理念，深度融入国家战略与地方发展大局，持续深化与地方政府的战略合作，推动资源共享、优势互补，在服务区域高质量发展、守护百姓日常生活中展现新作为、实现新突破。2025 年与地方政府签署战略合作协议 15 份，分别涉及新疆塔城地区行政公署、内蒙古自治区商务厅、宁夏海原县人民政府、甘肃省农垦集团有限责任公司、内蒙古蒙盐盐业集团有限公司等。

案例 华润万家与内蒙古自治区商务厅签署合作协议

2025 年，华润万家与内蒙古自治区商务厅签署合作协议，双方将在提升内蒙古优质农畜产品品牌影响力、开辟品牌推广新通道、扩大全国销售规模等方面持续加强合作，积极推动内蒙古优质产品走向全国。

目前，华润万家超市华北、华东 40 余家门店开设专柜引进巴彦淖尔天赋河套面粉、三胖蛋瓜子、锡林郭勒鑫源牛肉、阿拉善驼奶粉等地标商品，年采购额超 4 亿元。华润万家超市华西、华北 112 家门店上架番茄汁、枸杞原浆、经典奶茶、黄番茄火锅底料等 12 款产品，进一步拓展了内蒙古优质农产品销售渠道。

案例 华南大区助力深百协作，深圳精品展销中心（百色）启幕

2025 年 9 月 28 日，由百色市人民政府、深圳市乡村振兴和协作交流局、粤桂协作工作队百色工作组、华润电力、华润万家等联合主办的“深百同心·润享圳彩”深圳精品展销中心（百色）开业仪式在百色恒基广场隆重举行。

深圳精品展销中心（百色）位于华润万家百色店，总面积约 1,000 平方米，现场汇聚 50 余家深圳知名品牌，涵盖科技、家居、日用品等领域的逾千款优质产品。中心通过集中展示与销售的模式，全方位呈现深圳产业创新实力与高品质产品魅力，为百色市民搭建起便捷接触前沿消费品的平台，也为深圳品牌拓展桂西市场开辟重要渠道。





◀ 华西大区荣获“2024 年西安市外商投资突出贡献企业”荣誉称号

携手企业并进

华润万家持续探索创新合作模式，紧密联动产业链上下游合作伙伴，凝聚发展合力，立足零售行业发展趋势，共建规范化、可持续的合作体系，共享发展机遇、共担社会责任，稳步夯实产业协同基础，构建共生共荣的产业生态伙伴关系。

案例 华润万家与中国印钞造币集团有限公司签署全面合作协议

2025 年 9 月 26 日，华润万家与中国印钞造币集团有限公司在上海正式签署全面合作协议。此举标志着由中国印钞造币生产制造的系列贵金属产品——“中钞金”首次进入零售领域，并在华润万家旗下高端品牌 Olé 精品超市率先开售。双方将通过优势互补和资源共享，在货币文化推广、数字科技应用、联合市场营销、业务渠道协同等方面展开深度合作。未来“中钞金”还将陆续走进华润万家各业态门店，并在华润万家自有的线上平台及主要第三方电商平台同步上线，为消费者带来“安心、放心、暖心”的黄金消费体验。



▲ 华南大区与深圳狂响科技有限公司、广东省纺织品进出口股份有限公司两家外贸企业达成意向合作协议



▲ 华西大区与西安供销农产品有限公司签订战略合作协议



▲ 万家数科与数智云公司、武汉大数据签订三方战略合作协议

推进产学研融合

华润万家深化产学研融合，通过与高校开展新模式的校企合作，将经营实体与教学实习合二为一，助力完善以需求为导向的人才培养模式，进一步缓解教育供给与企业需求间的重大结构性矛盾，推动教育资源向人力资源充分转化；与全国 34 所院校建立校企合作关系，新增现代学徒制、定向委培合作模式，通过校企联合对外招生、课程共建等形式满足公司对特定人才的需求。2025 年，华润万家累计吸纳 2025 届实习 / 见习生超过 800 人，结合自身业务发展需要留任转正 70 余人。

案例 华润万家与中国东方教育集团签署人才共建战略合作协议

2025 年 12 月 8 日，华润万家与中国东方教育集团正式签署人才共建合作协议。此次合作以中式烹饪、西式烘焙、日韩料理、线上直播等多元领域为核心，构建订单培养、技术创新、实训基地共建等校企合作体系，正式开启资源共享、互惠双赢的合作新篇章，为技能人才培养与企业高质量发展注入强劲动力。



增进媒体交流

华润万家构建全媒体战略协同网络，制定《华润万家品牌管理办法》《华润万家新媒体管理办法》，通过与新京报、南方都市报等主流媒体开展合作，与职业零售网等行业媒体协同，联动国资小新、央视新闻、光明日报等媒体宣发资源，推动品牌建设、供应链升级、乡村振兴等开展深度传播，提升品牌价值与社会声誉，实现品牌传播与社会价值共创。



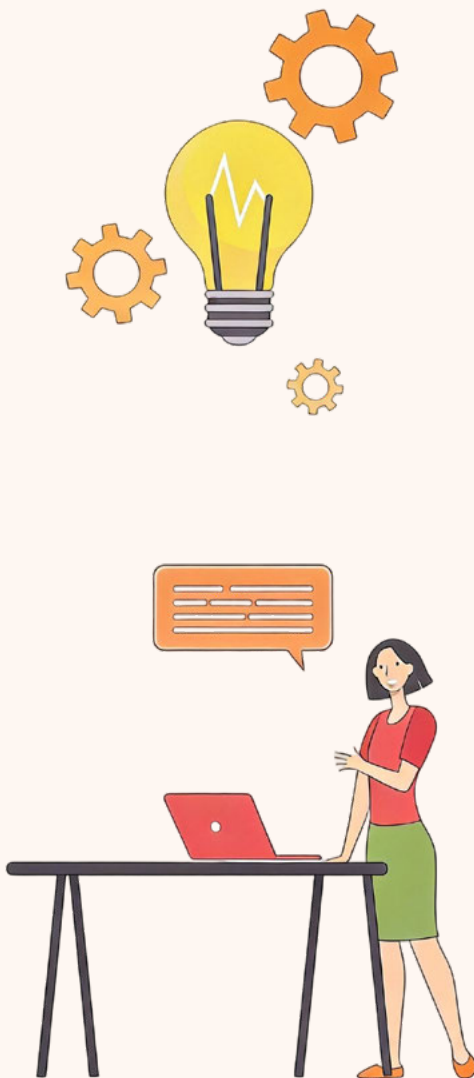
>> 拓展阅读



凤凰网发布“同频共振，从政府工作任务到华润万家的履责担当”

助力行业繁荣

华润万家始终与行业同行、与时代同频，积极参与零售、供应链、科技等行业论坛，与行业伙伴交流前沿趋势，同时，积极赋能产业链上下游，通过技术输出、经验共享，带动中小零售企业提升运营效率，共同构建更具韧性活力的零售产业生态。



案例 华润万家亮相第二十五届中国零售业博览会

2025 年 5 月 8-10 日，华润万家受邀参展第二十五届中国零售业博览会，以全新品牌形象亮相并展示自有品牌与乡村振兴系列成果。公司领导出席同期主题论坛，围绕数字化转型、供应链优化分享创新实践，阐述会员精准运营、智能管理及供应链效率提升等核心举措。未来，华润万家将通过持续迭代消费场景、深耕自有品牌价值、优化供应链发展、助力乡村振兴等社会责任实践，以“商品力”重塑零售业的价值链，从多元角度满足更多不同的消费需求。



案例 华润万家参加 2025（中国）亚欧商品贸易博览会

2025 年 6 月 26-30 日，2025（中国）亚欧商品贸易博览会在新疆乌鲁木齐盛大举行。华润万家作为重点参展企业，聚焦新疆特色与品质生活，以六大自有品牌产品线为核心，携坚果、有机食品、饮料、食用油等 30 余种自有品牌商品亮相亚博会，展区通过互动体验与现场讲解的形式，吸引了国内外采购商关注，搭建起交流合作的桥梁。

华润万家自 2013 年进驻新疆以来，持续深耕，目前已开设 4 家大卖场，累计解决就业 3,000 余人，年销售额突破 3 亿元。





践行绿色低碳 让低碳生活触手可及

华润万家与 SDGs

6 清洁饮水和卫生设施

7 经济适用的清洁能源

11 可持续城市和社区

12 负责任消费和生产

13 气候行动

顺应经济社会发展全面绿色转型时代要求，华润万家坚定践行生态优先、绿色发展理念，统筹推进绿色管理、节能减排、绿色供应链建设与生态环境保护，推动运营端、消费端与社会端绿色共振，促进绿色发展由局部探索迈向全域协同、由末端治理迈向全链条升级，不断厚植高质量发展的绿色底色，为共建人与自然和谐共生的美丽中国注入可持续力量。



夯实绿色管理

健全管理体系

华润万家严格落实《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》等制度要求，强化环境风险识别、监督检查和责任落实，推动生态环境保护工作制度化、规范化开展；持续完善环境突发事件应急预案，提升环境风险防范与应急处置能力，全年共 421 家门店及配送中心完成预案修编，40 家门店组织开展应急演练；稳步推进环境管理体系认证工作，以标准化建设提升环境管理水平。

2025 年

华润万家商业科技有限公司
获 ISO 14001 环境管理体系
认证



加强环保培训

华润万家持续加强环保培训，组织开展习近平生态文明思想和习近平总书记关于生态环境保护的重要指示批示精神学习，全年累计 1.4 万余人参加，切实增强员工生态文明意识；注重提升基层专业能力，组织参加低碳零碳项目建设现场经验交流活动及碳排放数据质量提升培训，推动基层碳管理水平和数据准确性意识同步提升；此外，公司发布《厉行节约·反对浪费 | 致华润万家全体员工的倡议书》，倡导全员增强节约意识，践行文明餐饮、理性消费，推动绿色低碳理念融入日常工作与生活。



践行节能减排

践行“双碳”战略

华润万家建立健全能源与碳排放管理体系，严格落实《华润万家碳排放管理办法》《华润万家碳达峰行动方案》等制度要求，动态调整碳达峰领导小组成员，进一步完善碳达峰组织架构，强化统筹协调与执行推动能力；同步建立碳达峰工作交流机制，按季度召开专题交流会议，推动各单位共享工作进展、深化经验互鉴，促进信息互通与资源协同，不断提升对“双碳”目标的理解和落实水平，推动各项任务有序落地。2025 年，为积极应对气候变化、落实碳排放管控要求，公司组织深圳地区法人单位开展碳排放数据统计与核算工作，顺利完成 2024 年度碳排放履约。

» 拓展阅读



华润万家温室气体排放主要包括直接排放和间接排放。其中，直接排放主要来源于员工餐厅、餐饮制作等环节的燃气使用，以及车辆运行过程中的汽油消耗；间接排放则主要来自电力使用，涵盖照明、空调、冷链设备及生鲜加工设备等。



◀ 华润万家《探索超市绿色低碳发展路径》案例入选工业和信息化部工业文化发展中心组织评选的第三批“工业图强”企业史志鉴优秀案例

落实“三废”管理

华润万家严格遵守国家及地方生态环境保护法律法规，持续加强废水、废气及固体废物管理，确保各类污染物依法合规处置、达标排放。通过推进设备更新和能效优化，降低燃烧设备废气排放强度。实施水循环系统改造，减少废水产生量，提升水资源利用效率。持续健全废弃物管理制度，减少建筑垃圾产生，并对冷链、空调等设备实行预防性维护，延长设备使用寿命，从源头减少废弃物产生。各类固体废物均实行分类收集、合规处置，统一委托具备相应资质的单位进行回收或处理，确保全过程合法合规，报告期内未发生违规处置事件。

降低能源消耗

华润万家持续推进节能降碳改造，围绕能效提升、能源结构优化和设备升级等重点领域协同发力，着力降低生产运营各环节能源消耗。公司加快照明系统节能升级，通过新装或更换高效节能灯管、拆除冗余射灯等举措减少无效照明，持续提升用能效率；全面推进“气改电”工程，推动终端用能方式优化，促进能源结构转型；持续实施制冷系统节能改造，天津咸水沽店完成冷却塔更新，锡林浩特店、天津先锋路店等完成冷链设备升级，并推行“冷链智控节能系统”改造，通过精准控温、智能调频等方式有效降低能耗，不断夯实绿色低碳运营基础。



◀ 2025 年 3 月 22 日晚，华润万家全国近 2,000 家门店一同开展“熄灯一小时”行动，临时关闭货架灯箱、广告牌及三分之一的照明设备，以实际行动践行节能承诺

案例 华润万家加速打造“零碳物流园区”新标杆

为推动数字经济与实体零售深度融合，全面落实集团数字化转型部署，华润万家积极打造凤岗低碳物流园，探索智慧化与低碳化协同发展的“零碳物流园区”新标杆。

园区广泛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，并配套建设 3.3 兆瓦分布式光伏、水蓄冷中央空调、20 个充电桩、太阳能热水及雨水回收系统，实现年减碳约 2,455 吨，降碳率达 77.8%，年均节省费用 64.4 万元。二期光伏项目建成后，预计可新增 1.2 兆瓦装机容量，年减排二氧化碳约 800 吨。



2025 年



华润万家累计节约电约

1.25 亿度



减碳约

4.6 万吨

清洁能源使用

华润万家积极探索可再生能源在经营场景中的规模化应用，持续推进分布式光伏项目建设，不断提升新能源用电占比。2025 年，公司在洪泽东风路店等 3 家自有门店建成并投运光伏项目，新增装机容量 1.68 兆瓦。

截至 2025 年底

累计建成

6 个分布式光伏发电项目

总装机容量达

6.26 兆瓦

全年光伏发电量达

591.12 万千瓦时



案例 华西大区西安 DC 与华润电力携手启动分布式光伏项目

2025 年 11 月 25 日，华西大区西安 DC 与华润电力联合启动分布式光伏电站项目。该项目由华润电力负责投资、建设及运维，西安 DC 提供屋顶资源与场地保障。建成投运后，将形成“就地发电、就地消纳”的清洁能源循环模式，优先满足园区运营及电动车充电需求，富余电力可接入公共电网，在降低运营成本、提升运营效率的同时，有效提升西安 DC 能源安全韧性与环保竞争力。



资源循环利用

华润万家积极响应循环经济发展政策，启动“旧物新生，绿色未来”旧衣回收活动，在职能办公区及门店设置集中回收点，广泛倡导顾客及公众参与闲置衣物回收，推动废旧纺织品资源化利用。活动期间累计回收旧衣物 678.44 千克，经由“润智收”回收平台进行环保处理并实现再生利用，助力绿色低碳生活方式推广。

打造绿色链条

深化绿色商品采购

华润万家持续推进绿色商品采购，积极与农产品基地建立战略合作，推动绿色种植和养殖技术普及，并将农药残留管控、可回收包装等环保要求纳入生鲜采购标准，从源头夯实可持续价值基础。自有品牌“润家”紧密结合乡村振兴与“焕乡行动”，依托溯源基地持续推出东台西瓜等兼具健康品质与乡野特色的绿色商品，不断丰富绿色消费供给。同时，公司持续拓展绿色商品矩阵，旗下精品超市围绕地球友好、碳足迹管控、环保有机等方向持续推进商品建设，独有商品含绿色有机商品 SKU 2,598 个，占比达 44%，绿色低碳供应链建设取得积极成效。

2025 年，华润 Olé 精品超市成为国内首家设立动物福利专区的连锁超市，为非笼养鸡蛋设定 ESG 可持续采购方向，精品超市事业部获力矩中国“可持续食品领袖奖”。

构建绿色物流体系

华润万家持续完善绿色物流体系，通过升级统配商品可循环打包方式、推进物流载具循环配送、加快新能源物流车辆投入应用等举措，不断提升绿色物流运营水平。截至 2025 年底，全国物流使用运营车辆 501 台，其中新能源车 65 台、燃油车 436 台，新能源车占比达 13%；全年累计完成配送车次约 7.8 万次，其中电车配送车次 1.5 万余次，占总配送车次的 20%，绿色配送能力稳步增强，物流运输低碳转型成效持续显现。

截至 2025 年底

全国物流使用运营车辆

501 台

其中新能源车

65 台

燃油车

436 台

新能源车占比达

13%



▲ 物流载具循环配送



▲ 统配商品使用可循环打包带进行打包

倡导绿色消费模式

华润万家积极响应国家可持续发展号召，持续深化绿色低碳供应链合作，推动绿色消费理念普及。围绕“礼赞生活 满意万家”主题，公司联合“地球之礼”开展环保产品展示推广、减塑科普讲座及环保 DIY 等互动活动，携手 Jordan 开发 100% 可降解牙刷，在全国范围开展 10 余场环保路演，并联合觅菓开展绿色有机果种推广及应季品鉴活动，增强消费者绿色消费体验。同时，以聚乳酸 PLA 及纸浆餐具、共聚丙烯 PP 购物篮、全生物降解连卷袋等 100% 可降解物料替代传统塑料制品，推动“无塑消费”；持续推进“碳中和”认证商品、“碳足迹”认证商品、环保可持续商品、有机商品及其他具有权威绿色认证的产品开发。

2025 年



公司绿色低碳商品销售净额达

5 亿元



◀ 华润万家荣获新华网“绿色低碳赋能高质量发展创优案例”

案例 倡导绿色消费，Olé 引领可持续生活方式

Olé 以永续生活理念为引领，持续推进“For Nature To Future 永续生活计划”，通过品牌联动、会员课堂、公益活动等形式，倡导低碳绿色生活方式。自 2020 年项目启动以来，累计吸引 100 余家品牌商加入“绿色伙伴”联盟，带动超 300 万会员关注并选择环保商品，持续扩大绿色消费影响力。

作为绿色消费理念的重要实践载体，Olé 深圳湾睿印低碳实验店立足可持续发展导向，从建筑材料、能效减排和减塑去塑三个方向构筑绿色购物空间，同时围绕“环保可持续”“绿色低碳”“减负自在”三大主题场景，精选推出千余种环保商品，持续倡导简约适度、绿色低碳的生活方式。2025 年，Olé 低碳实验店实现节电超 17 万度、减碳近 170 吨、节水近 3,000 吨，年度营运物料减塑约 2.28 吨，荣获第一财经“2025 绿点中国 | 可持续实践年度案例”。



守护生态环境

推行绿色办公

华润万家坚持将绿色理念融入日常运营，围绕办公、差旅、会议及车辆管理等重点场景，持续倡导节约集约、低碳高效的管理方式，推动绿色办公理念落细落实。2025 年，华南大区持续完善线上审批流程，推进无纸化办公，倡导双面打印、废纸循环利用，提升员工节能环保意识；华北大区强化办公区域节能责任落实，明确各部门节能责任人，并通过夜间巡检、定期抽检等方式加强监督检查，及时督促问题整改，推动节能理念转化为员工日常自觉行动。



加强环保宣教

华润万家高度重视环保宣传教育，制定发布《华润万家 2025 年全国节能宣传周和全国低碳日活动实施方案》，并紧扣“节能增效，焕‘新’引领”节能宣传周主题和“碳路先锋、绿动未来”低碳日主题，系统组织开展形式多样、内容丰富的宣传活动，广泛普及节能降碳理念，增强全员节约意识、环保意识和责任意识，进一步营造崇尚节约、绿色发展的良好氛围，推动形成勤俭节约、合理用能的社会风尚。

践行绿色公益

华润万家积极开展绿色公益行动，以环保节日和社区场景为载体，持续推动环保理念深入人心。围绕植树护绿、“地球一小时”、旧物循环、世界地球日、世界清洁日及生态保护等主题，广泛开展公益活动，倡导绿色低碳生活方式；深化“绿色双 A 行动”公益项目，持续开展“好孩子计划”绿动课堂，推动环保理念从认知传播走向实践养成。2025 年，华润万家精品超市事业部累计开展环保主题活动 28 场，参与超 1,200 人次，宣传覆盖超 18 万人次；落地环保公益课堂 6 场，累计吸引 300 余组家庭参与。

案例 华润万家持续开展“好孩子计划”绿动课堂，传递减塑理念

2025 年，华润万家携手地球之礼，在深圳布吉百鸽笼店、Olé 深圳湾睿印店、天津枫雅印象城店、杭州龙湖杭州金沙天街店和西安莲湖店陆续开展以“礼赞生活，满意万家”为主题的“好孩子计划”绿动课堂活动。活动采用“亲子共学”模式，通过环保减塑知识科普、绿色知识竞赛、环保手工 DIY 等丰富形式，将环保教育延伸至社区家庭，有效提升青少年生态责任意识，推动家庭消费行为绿色转型，将“减塑行动”转化为可持续生活方式的日常实践。



▲ 华南大区开展“学雷锋增绿添新景，华润万家共植碧波情”公益植树活动



▲ 华西大区组织“GO Plogging”潮酷捡跑公益活动



▲ 精品超市事业部举办“绿色双 A 行动——鹏城古树传承”环保公益活动



共创美好生活 让温暖善意浸润邻里

华润万家与 SDGs

1 无贫穷

2 零饥饿

10 减少不平等

11 可持续城市和社区

作为服务民生保障、连接千家万户的民生央企，华润万家始终将责任理念贯穿经营发展全过程，持续夯实安全生产管理基础，筑牢稳健运营防线，发挥自身优势助力香港繁荣稳定与民生改善，同时广泛开展公益慈善和志愿服务，不断拓展民生服务边界、传递企业温度，以务实行动回应时代命题，以责任担当彰显企业价值，持续书写企业发展与社会进步同向同行的崭新篇章。



严守安全底线

强化安全管理体系

华润万家认真学习贯彻习近平总书记关于安全生产重要论述和指示批示精神，严格贯彻落实国务院安委会、国务院国资委、华润集团等上级单位决策部署，始终坚持“安全第一，预防为主，综合治理”的安全生产工作方针，统筹发展和安全。2025 年，公司印发《华润万家安全风险分级管控工作指引》《华润万家 EHS 预警管理指引》《华润万家 EHS 专家库管理办法》《华润万家相关方安全管理办法》《华润万家 EHS 委员会工作细则》等管理制度，进一步压紧压实各级岗位安全生产责任，为有效发挥技术支撑作用奠定制度基础。

为更好地推进安全生产精益管理，华润万家持续提升 EHS 信息化水平，强化远程监控中心应急响应能力，定期开展门店监控镜头功能测试和夜间突发事件演练，确保门店应急小组 7 分钟内到场处置警情；推广应用集团“我要安全报隐患”管理系统，制定发布《华润万家我要安全报隐患工作实施方案（试行）》，组织员工广泛参与隐患上报。截至 2025 年底，员工累计报告隐患 2,436 项。



▲ 华南大区召开 EHS 委员会 2025 年第一次（扩大）会议

完善应急管理机制

华润万家持续加强应急管理，健全自然灾害防范和应急响应机制，全面提升风险防控与处置能力。公司及时传达落实防灾减灾救灾相关要求，针对台风、高温等风险开展隐患排查、设备加固、物资准备、防台培训和实战演练。2025 年，累计发布各类风险预警 17 次，开展火灾、燃气事故等专项应急演练 8,900 余次，覆盖 41 万余人次，并联动物业、属地政府等外部力量开展协同演练，持续提升应急处置水平。



▲ 精品超市事业部组织开展应急演练

加强安全隐患排查

华润万家围绕重点领域、关键环节和薄弱部位，持续深化安全生产隐患排查治理，统筹推进问题整改、监督检查和专项整治，全年未发生一般及以上安全生产事故。

治本攻坚 三年行动

围绕“2025 强基固本年”任务，聚焦消防、燃气、用电、特种设备、电动自行车等领域开展检查 857 次，覆盖基层单位 1,710 家，排查一般隐患 21,384 项，未发现重大隐患。

反违章治理 专项行动

成立专项行动领导小组，研究制定《华润万家安全生产反违章治理专项行动方案》，组织开展各类专项工作，检查发现并整改一般隐患 5,066 项，无重大隐患。

深化相关方 安全管理

成立专项行动领导小组，制定专项行动方案，围绕重点任务开展相关方安全检查 2,378 次，覆盖 3,680 家相关方单位，发现隐患 11,443 项，完成整改率 100%。

部署推动 “雷霆行动”

派出 45 个检查组，开展督导检查 257 次，发现问题 3,467 项，完成整改率 100%。

高层建筑火灾 风险排查整治

聚焦外墙施工、内部装修、消防设施及日常管理等重点环节，开展检查 499 次，排查整改一般隐患 3,612 项，未发现重大火灾隐患。

安全生产月暨 安全大检查

制定专项活动方案，组织开展警示教育、知识答题等安全文化活动，同步实施安全大检查，累计排查隐患 8,693 项，已全部完成整改。



◀ 华润万家开展安全检查

培育安全生产文化

华润万家坚持以文化促安全、以教育强基础，持续推动安全理念内化于心、外化于行，不断厚植安全生产文化根基。常态化开展安全知识竞赛，并以“安全生产月”“消防宣传月”“全国交通安全日”为契机，组织员工及相关方人员参与安全知识答题、应急科普、交通安全培训、消防科普参观、安全生产漫画比赛等活动，持续营造浓厚的安全生产文化氛围。

案例 华润万家以赛促学，厚植安全生产文化

2025 年 12 月 5 日，华润万家在南京举办第三届“安康杯”EHS 知识竞赛，各大区、精品超市事业部参赛代表队、线上线下观赛嘉宾等共计 80 余人参加。本次竞赛以赛促学、以赛促练，进一步强化员工安全责任意识 and 风险防范意识，营造人人讲安全、个个会应急的良好氛围，为推动安全生产管理水平持续提升夯实基础。



▲ 华润万家在基层单位现场开展事故警示教育培训



▲ 华西区举办“百日安全生产”知识竞赛

助力香港发展

丰富多元供给

华润万家深耕香港市场，稳步推进言商言政业务，深化与国家机构及香港特区政府合作，持续拓展多元化商品与服务供给，积极融入香港社会民生建设，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商品服务。
- **驻港军营：**在全港 12 个军营开设超市，满足驻港军人日常所需。
- **惩教署：**透过线上平台，为全港在囚人士提供商品订购服务。

深化青年培育

华润万家积极履行在港央企社会责任，聚焦青年成长成才，着力完善培养机制、搭建发展平台。公司响应香港特区政府“共创明‘Teen’计划”，选派员工担任友师，助力外部青年开阔视野、提升能力；参与集团香港青年工作项目，推动青年员工参加学习研讨、专题讲座、两地交流及培训，增强青年员工认同感与归属感；同时，注重优秀青年人才选树，推荐员工参与行业模范之星等评选活动，激发青年奋进动力与担当意识。



▲ 香港公司参与集团“春笋大讲堂——我和香港这十年”学习研讨活动



▲ 香港公司参与政府“共创明‘Teen’计划”

开展社区关爱

华润万家持续推进香港公司义工活动规范化建设，制定并完善《联谊会章程》《义工管理细则》两项核心制度，推动义工活动有序开展。积极响应集团部署，联同集团联谊会及“润泽万家”公益品牌，投身在港公益慈善事业，围绕爱国主义教育、长者关怀、健康宣教、义工服务、节日慰问、弱势群体帮扶及社区环境改善等领域开展多项公益活动，持续传递企业温暖与责任担当。

案例 香港公司开展爱国主义教育，厚植青年家国情怀

2025年6月29日，香港公司组织管理层干部、基层骨干、青年员工代表及香港市民走进昂船洲解放军驻香港部队展览中心，开展爱国主义教育，庆祝香港回归祖国28周年。活动重点参观“梦起东方”主题展览，通过“中国梦”“强军梦”“香江卫士”三大主题展厅，深入了解中国共产党百年奋斗历程和驻港部队维护香港繁荣稳定的重要使命，并与驻港官兵开展交流互动，引导员工厚植家国情怀，增强国家认同、民族认同和使命意识，推动爱国精神融入企业文化建设。



案例 华润万家驰援大埔火灾受灾社区，保障居民基本生活

2025年11月26日，香港大埔宏福苑发生严重火灾，屋苑居民生活受到严重影响，生活物资紧缺。获悉灾情后，华润万家立即启动应急救援预案，主动对接社会福利署及大埔社区中心，了解受灾现场的物资需求，调配牛奶、饼干、方便面等超5,000份急需物资送往大埔社区中心，为受灾居民提供基本生活保障，以实际行动传递企业温度。



▲ 香港公司义工走访慰问独居长者



▲ 香港公司组织员工参加集团公益金“百万行”活动



倾心回馈社会

华润万家积极践行乐善好施、扶危济困的中华传统美德，持续开展多种形式慈善公益项目，不断拓展责任履行边界，以点滴善行回馈社会。2025 年，公司对外捐赠近 120 万元，惠及环保公益、社会公共福利、孤独症群体关爱、乡村美育、抗灾救助五大公益领域；社会责任实践获各类表彰 42 项，相关事迹被主流媒体报道近 500 篇 / 次，公益影响力持续提升。

关注特殊群体

华润万家聚焦特殊群体需求，持续开展形式多样的慈善公益项目，不断拓展社会责任实践边界。连续九年深耕“星星守望计划”，通过爱心伴跑、技能培训、岗位实践、运动疗愈及门店慈善空间等形式，支持心智障碍青年更好融入社会。项目累计组织超 4,000 场活动，同时，通过“企业 + 社会组织 + 家庭”联动机制，为 240 人次“心青年”提供就业培训，推动 11 名“心青年”在华润万家稳定就业；依托门店慈善空间开设乒乓球、美术创作、阅读陪伴等特色课程，持续搭建多元化社会参与平台。2025 年 5 月，华南大区获评“共建数字助力孤独症家庭社区支持新生态行业交流会”活动“生态共建单位”称号。



◀ 华南大区开展“心光驿站”残疾青年就业技能培训项目之便利店培训活动

华南大区组织“心青年”参加肇庆半程马拉松，并开展爱心伴跑



案例 华润万家携手特殊儿童“有爱益起跑”

2025 年 5 月 18 日，在第三十五次全国助残日到来之际，华润万家联合深圳春暖社工服务中心，在深圳市龙岗区残疾人联合会及太古可口可乐支持下，开展“星星守望——有爱益起跑”公益活动，组织百余名志愿者陪伴孤独症青少年家庭共同完成 3 公里伴跑。活动通过运动疗愈、趣味互动和暖心陪伴，帮助孤独症青少年提升运动能力，增强社会融入信心，同时进一步增进公众对特殊群体的理解与关注，以实际行动传递包容友爱的公益理念，助力营造更加温暖、友好的社会环境。



相关方感言：

“他今天第一次参加这样的活动，表现得很不错，看着他能完赛我作为家长也很欣慰，非常感谢你们一路的陪伴。”

——参与活动家长

关爱户外劳动者

华润万家坚持践行“我为群众办实事”服务理念，聚焦户外劳动者实际需求，常态化开展公益关爱行动。以直营网点为载体，持续延伸民生服务触角，连续十一年推进“温暖驿站”项目，在近 40 座城市的 400 余家门店为超 5 万名户外劳动者提供热饮补给和便民服务；连续十二年携手可口可乐开展“夏日送清凉”活动，在全国近 200 家门店设立“清凉驿站”，累计送出超 6 万瓶饮品，惠及近 6 万人次高温下的坚守者，持续传递社会关怀与城市温度。



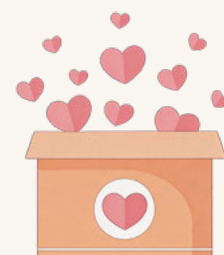
▲ 华润万家开展“清凉过一夏 有爱有万家”夏日送清凉活动



▲ 华润万家开展“暖冬有情 万家有爱”系列暖冬关怀活动



【拓展阅读】
华润万家暖冬关怀在行动



践行志愿服务

华润万家坚持将志愿服务深度融入社区民生场景，围绕便民惠民、助老助困、应急救援等重点领域，持续丰富公益实践内容，夯实邻里互助基础，推动企业与社区建立更加紧密、更具温度的联结。

案例 华润万家紧急调拨物资驰援兰州市榆中县灾区

2025 年 8 月，甘肃榆中县突发山洪灾害，华润万家闻“汛”而动、迅速响应，第一时间启动应急救援机制，精准对接属地政府需求。8 月 10 日，首批八宝粥、火腿肠、纸巾等救援物资紧急装车驰援灾区，全力支持当地应急救援和灾后重建，为受灾群众及奋战在一线的救援人员送去坚实保障与温暖关怀，点亮重建家园的希望之光。



▲ 华西大区组织开展“公益日——乐享银龄计划”活动



▲ 华东大区组织开展“星辰焕新，温暖同行”系列社区公益活动

可持续发展管理

华润万家不断完善社会责任管理体系，将社会责任融入企业战略与企业文化，推动责任践行、开展责任管理，扎实推进经济、员工、客户、环境、伙伴、公共六大责任领域责任工作的开展，实现履行社会责任与企业可持续发展的有机统一。

责任战略

华润万家将社会责任与公司的战略发展、文化建设相融合，以企业使命为万家责任使命，以企业愿景为万家责任愿景，制定完善的年度社会责任战略规划，塑造有影响、可持续的华润万家责任品牌。



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。

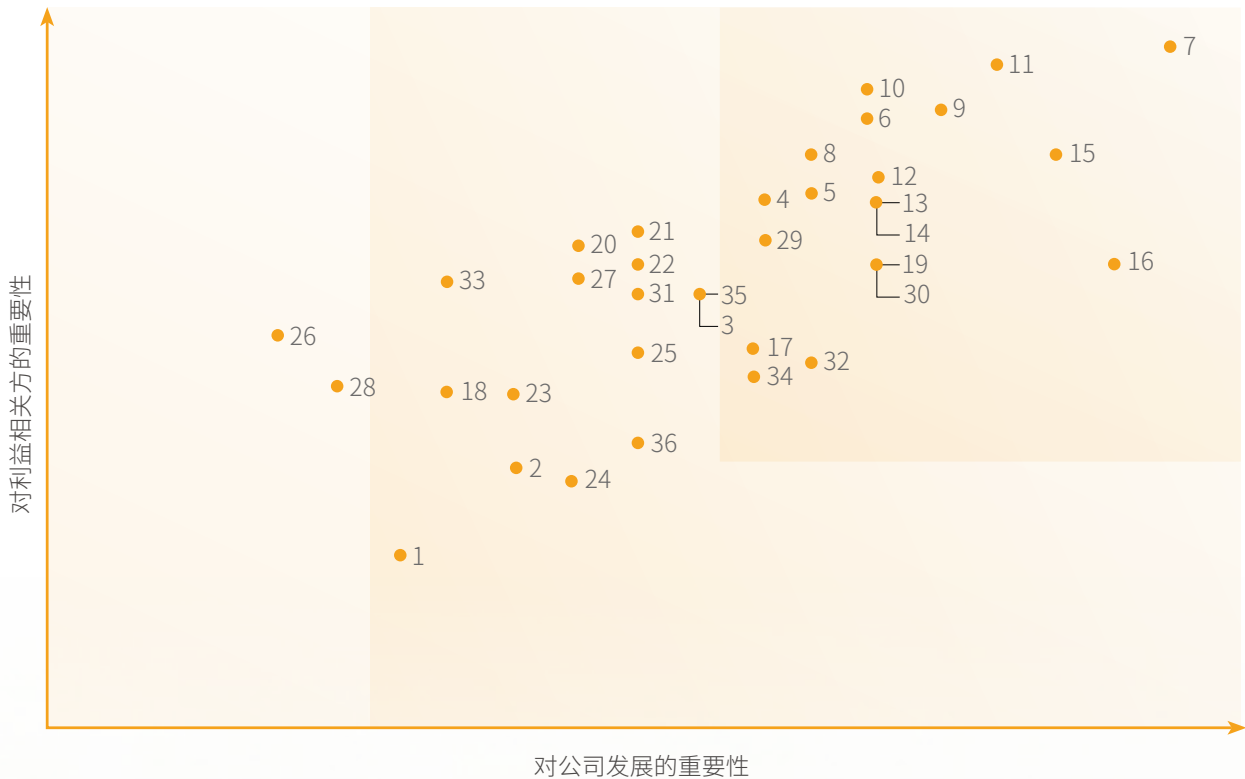


利益相关方	期望与诉求	沟通形式或内容	2025 年重要回应措施
股东	• 良好的经营状态 • 合理的利润	董事会	• 召开董事会 4 次，现场会议决策事项 30 项，另通过书面形式决策事项 5 项
政府	• 万家资产保值增值 • 依法规范经营 • 安全环保 • 促进当地经济发展 • 提供就业岗位 • 支援政府救灾帮扶工作	通过信息报送、交流访问等形式，建立活动机制，推进业务发展，促进地方经济建设	• 全年纳税总额达 7.17 亿元 • 全年采购原国贫县及原中央苏区农产品 5.75 亿元，销售额达到 7.10 亿元
员工	• 提供工资与福利保障 • 提供健康、安全的工作环境 • 公平竞争与发展 • 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	• 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	• 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	• 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	• 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	• 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	• 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	• 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	• 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	• 加强与央媒及头部媒体的交流，获得媒体奖项和荣誉 4 项
行业协会	• 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	• 全年共在 10 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 2025 年度可持续发展报告实质性议题矩阵



经济责任

- 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

员工责任

- 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

客户责任

- 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

环境责任

- 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

伙伴责任

- 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

公共责任

- 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



责任管理

- 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



责任荣誉

1月



1月16日，华西大区荣获2024“消费促进年”西安消费品牌贡献奖。

2月



2月24日，华南大区荣获“消费帮扶积极参与单位”称号。

4月



4月13日，Olé加入联合国“零售影响力”（Retail4Impact）全球倡议，积极向消费者传递产品在环保和可持续方面的信息，推动行业绿色低碳转型。



4月23日，精品超市事业部在CCFA的推荐下正式加入Retail4Impact全球倡议，成为中国区首个加入该倡议的零售超市企业。



4月23日，精品超市事业部烘焙中心投稿的《Olé精品超市供应链实施深度共创、协同供应案例》，获得CCFA中国连锁经营协会官方渠道公开认证为2025年供应链协同最佳案例之一。

5月



5月19日，华南大区荣获“生态共建单位”的称号。



5月20日，华西大区荣获“2024年西安市外商投资突出贡献企业”荣誉称号。



5月28日，华西大区获评“2024年度陕西顾客满意度测评行业最佳满意单位”荣誉称号，成为零售领域服务品质的标杆典范。



5月，万家数科商业数据有限公司获得中国连锁经营协会颁发的2025 CHINASHOP金翼大赛-实效营销赛道二等奖。

6月



6月4-6日，华润万家与宝洁合作的《基于联合预测和数字化赋能的库存管理策略》项目，获得ECR委员会卓越项目奖。



6月6日，精品超市事业部烘焙中心获法国驻广州总领事馆授予的“2025年法国官方推荐面包店”荣誉认证。



6月18日，新西兰肉协向精品超市事业部颁发“新西兰牛羊肉定点零售商”官方授权牌匾。

7月



7月16日，华润万家成功入选“企业可信数据空间创新发展试点”单位。



7月，华南大区“圳兴乡村好物进万家”展览展销活动成功入选2024年深圳市消费帮扶助力乡村振兴典型案例。



7月，华润万家喀什深喀大道店获喀什经济开发区税务局授予“境外旅客购物离境退税商店”资质，为喀什经开区首家离境退税商店。

9月



9月24日，华润万家《探索超市绿色低碳发展路径》的案例，入选工业和信息化部工业文化发展中心组织评选的第三批“工业图强”企业史志鉴优秀案例。



9月25日，华润万家Olé低碳实验店项目在第一财经发起的《2025绿点中国·可持续实践案例评选》活动中，获得“2025绿点中国|可持续实践年度案例”。

10月



10月23日，精品超市事业部荣获力矩中国可持续食品领袖奖。

11月



11月18日，华润万家旗下自有品牌“润家”“简约组合”6款匠心产品一举揽获卓越商品奖、优秀大单品奖、主题系列奖。



11月23日，华润万家凭借在绿色转型与可持续发展领域的一系列创新探索和成功实践，荣获2025绿色低碳赋能高质量发展创优案例。

12月



12月29日，华润万家工会委员会被深圳市总工会评定为首批“五星级工会”。



未来展望

2026 年是“十五五”规划深入实施的关键之年，也是华润万家扎实推进高质量发展、持续提升民生温度的重要节点。站在“十五五”开局的新起点，华润万家将始终坚守“引领消费升级、共创美好生活”的使命，将企业发展与社会责任和民生福祉融为一体，担责于身、履责于行，为成为消费者喜爱的多业态零售商而不懈努力。

我们将以消费者需求为核心导向，严守商品质量与食品安全底线，以更优质的商品、更便捷的服务、更安心的消费环境，满足人民对美好生活的向往；我们将深入贯彻落实绿色发展理念，全面推进绿色管理、节能减排与绿色门店建设，将低碳理念融入运营全流程，推动消费领域碳减排与低碳转型，以实际行动助力“双碳”目标实现；我们将积极响应国家乡村振兴的号召，以消费帮扶为核心，持续深化“焕乡行动”，配合落实“教育振兴”“管理振兴”“就业振兴”，深化“美好流动课堂”公益活动，拓展公益帮扶广度与深度，助力乡村产业、人才、文化全面振兴，做值得社会信赖与托付的负责任企业。

初心如炬，照彻前路；责任在肩，征途浩荡。华润万家将以更坚定的信念、更务实的行动，把可持续发展理念深度融入企业经营血脉，携手全体员工、合作伙伴与社会各界，共赴高质量发展新征程，共绘可持续发展美好蓝图，为服务国家战略、增进民生福祉贡献万家力量。



附录

关键绩效

类别	指标	细分指标	2023 年	2024 年	2025 年
经济责任	守法合规培训次数（次）		/	/	3
	守法合规培训参与人次（人次）		/	/	1,328
	反腐败培训次数（次）		258	226	120
	反腐败培训人次（人次）		11,320	14,548	17,100
员工责任	员工总数（万人）		7.61	5.69	4.53
	按性别划分员工人数（万人）	男性	2.38	1.78	1.42
		女性	5.23	3.91	3.11
	按雇佣类型划分员工人数（万人）	正式员工	6.69	4.88	3.99
		临时员工	0.92	0.82	0.54
	按年龄划分员工人数（万人）	35 岁以下	1.76	1.25	0.92
		35-45 岁	2.97	2.19	1.99
		46-55 岁	2.57	2.00	1.41
		55 岁以上	0.31	0.26	0.22
	按地区划分员工人数（万人）	港澳台地区	0.08	0.03	0.01
		中国大陆地区	7.53	5.67	4.52
	按学历划分员工人数（万人）	硕士及以上	0.05	0.03	0.03
		本科	0.76	0.60	0.54
		大专及以下	6.80	5.06	3.96
	劳动合同签订率（%）		100	100	100
	社会保险覆盖率（%）		100	100	100
	女性管理者比例（%）		34.16	46.88	32.83
	年度新增职业病（例）		0	0	0

类别	指标	细分指标	2023 年	2024 年	2025 年
员工责任	体检及健康档案覆盖率（%）		75	86	87
	员工培训覆盖率（%）		100	100	100
	按性别受训雇员百分比（%）	男性	31.3	31.3	31.52
		女性	68.7	68.7	68.48
	按职级受训雇员百分比（%）	经营管理人才	3.22	3.59	4.04
		专业技术人才	12.17	5.59	15.81
		技能人才	84.7	90.8	80.14
	人均带薪年假天数（天）		8.48	6.78	8.64
	少数民族员工比例（%）		3	3	3
	残疾人雇用人数（人）		887	407	300
	人均培训投入（万元）		0.011	0.008	0.008
	人均培训时间（小时）		3.76	2.04	21
	按性别人均受训时长（小时）	男性	4.03	3.22	22.41
		女性	3.63	1.51	20.35
	按职级人均受训时长（小时）	经营管理人才	13.26	19.30	41.67
		专业技术人才	6.47	3.95	29.47
		技能人才	3	1.03	18.29
	员工培训投入总额（万元）		847.36	428.38	331.53
	员工参加民主活动的频次（次）		74	16	6
	走访慰问困难员工家庭（户）		616	443	197
	走访慰问困难员工家庭金额（万元）		48.21	105.8	18.36
	资助困难员工子女入学（人次）		5	1	0
	救助困难员工（人〈户〉次）		120	104	69
	救助困难员工金额（万元）		190.2	177.9	116.2
	五险一金覆盖率（%）		100	100	100
	因工伤损失工作日数（天）		21,007.5	9,112.2	15,174.0
	员工内部调动或内部应聘的数量（人）		12,975	14,640	7,475
	员工流失率（%）		35.5	35.4	30.4

类别	指标	细分指标	2023 年	2024 年	2025 年
员工责任	各阶段年龄员工流失率（%）	35 岁以下	40	12	44
		35-45 岁	25	10	22
		46-55 岁	31	12	28
		55 岁以上	6	2	33
	按性别员工流失率（%）	男性	32	12	31
		女性	68	24	30
	劳动纠纷案件的数量（件）		134	155	130
客户责任	食物浪费数量（公吨）		32,034	16,980	13,562
	发生泄露客户信息事件数量（件）		0	0	0
	客户投诉解决率（%）		99.80	99.90	99.98
	客户投诉数（单）		21,521	14,364	14,349
	客户投诉完结数（单）		21,496	14,354	14,346
	客户满意度（%）		/	/	88.21
	应用于主营业务的发明专利数量（个）		1	2	3
	发明专利申请数（个）		0	0	6
	发明专利授权数（个）		1	3	0
	有效专利数（个）		10	12	12
	持有专利及专利申请数（个）		13	14	21
	新增专利数（件）		0	1	0
	已登记软件著作权数（件）		40	56	66
	新增登记软件著作权数（件）		4	16	10
	研发投入（亿元）		2.21	1.38	0.7911
	研发投入强度（%）		/	/	0.27
	研发人员数量（人）		/	/	146
	研发人员占员工总人数比例（%）		/	/	0.29

类别	指标	细分指标	2023 年	2024 年	2025 年
环保责任	环保总投入（万元）		936	710	771
	节能减排技术改造投入（万元）		838	381	421.57
	综合能源消耗量（万吨标煤）		16.01	13.11	11.48
	直接能源消耗量（万吨标煤）		0.4270	0.2966	0.2174
	间接能源消耗量（万吨标煤）		15.59	12.81	11.26
	化石能源消耗量（吨标准煤）		4,270	2,966	2,174
	非化石能源消耗量（吨标准煤）		155,900	128,100	112,600
	非化石能源比重（%）		97.33	97.74	98.11
	直接温室气体排放量（吨）		7,090.42	4,952.89	3,687.1864
	间接温室气体排放量（吨）		723,227.07	578,986.8	534,276.0174
	温室气体减排量（吨）		621,930.97	583,939.70	537,963.2038
	二氧化碳排放量（范围 1）（吨）		7,090.42	4,952.89	3,687.1864
	二氧化碳排放量（范围 2）（吨）		723,227.07	578,986.8	534,276.0174
	年度新鲜水用水量（万吨）		659.53	598.04	477.21
	水资源消耗强度（吨 / 万元）		1.2302	1.4481	1.4227
	总部办公场所节约用电量（千瓦时）		1,453,079	1,596,514	199,877.6
	总部办公场所节约用水量（吨）		10,561	10,325	5,695
	总部办公场所用纸量（元）		13,091.05	3,958.54	7,745.96
	环保培训总时长（小时）		7.50	7	7
	环保培训参与人次（人次）		308	88,109	15,400
	环境领域违法违规事件（件）		1	0	0
伙伴责任	经济合同履约率（%）		99.895	100	100
	审查的供应商数量（家）		1,646	1,698	1,042
	重大负面舆情处理数（次）		0	0	0

类别	指标	细分指标	2023 年	2024 年	2025 年
公共责任	报告期内吸纳应届毕业生人数（人）		899	431	432
	新招聘的人员总数（万人）		1.9158	1.3152	0.9301
	纳税总额（亿元）		8.86	8.38	7.17
	本地化雇佣比例（%）		98.9	98.5	96.80
	安全应急演练数（次数）		17,536	14,599	8,968
	安全生产投入（万元）		1,985.10	1,469.83	961.67
	安全培训覆盖率（%）		100	100	100
	安全培训学时（学时）		1,717,254	2,261,195	1,244,841
	专职安全管理人员数量（人）		4,191	3,206	2,061
	安全生产事故数（次）		0	0	0
	志愿者人数（人）		11,268	10,086	10,142
	捐赠支出（万元）		185.95	158.43	119.19

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-P1.3	2
领导致辞		P2.1,P2.2	4
走进万家	关于我们	P4.1, P4.3	6
	企业文化	G1.1,G1.2	6
	万家品牌汇	P4.2	7
	发展历程	P4.4	8
	数说 2025	A2	10
责任专题	播撒希望，描绘乡村振兴的美好蓝图	P3.1,P3.2,S4.4,S4.5,S4.6,S4.9,S4.12	12
锚定国之大者， 让规范治理行稳致远	筑牢党建根基	M1.1,S1.1	20
	完善公司治理	M1.1,M1.3	22
	坚持守法合规	S1.1	24
引领消费升级， 让万家购物安心无忧	激发创新活力	M2.1,M2.4,M2.6,M2.7	30
	引领卓越品质	M2.2,M2.3	33
	用心服务客户	M2.1,M2.8, M2.11-M2.18	35
赋能成长之路， 让奋斗时光暖意盈怀	保障员工权益	S1.5,S1.6,S2.2-S2.4,S2.6-S2.8,S2.10	42
	加强人才培养	S2.14-S2.16	44
	打造活力职场	S2.11,S2.17,S2.18	47
聚力诚信共赢， 让合作价值持续绽放	打造责任链条	M3.1,M3.3,M3.9-M3.11	54
	深化协同合作	M3.4	55
	助力行业繁荣	M3.6	58
践行绿色低碳， 让低碳生活触手可及	夯实绿色管理	E1.1,E1.2,E1.5	64
	践行节能减排	E2.3-E2.5,E2.7,E2.12,E2.14,E2.16,E2.18	65
	打造绿色链条	E2.2,E2.22,M2.12	68
	守护生态环境	E1.5,E3.1,E3.6	70
共创美好生活， 让温暖善意浸润邻里	严守安全底线	S3.1-S3.3	76
	助力香港发展	S4.1,S4.2,S4.9	79
	倾心回馈社会	S4.1,S4.6,S4.8,S4.9,S4.10	82
可持续发展管理	责任战略	G1.1,G4.2	86
	责任治理	G4.1,G4.3,G5.1	86
	责任沟通	G6.1	88
	议题分析	G2.1	90
	责任荣誉	A3	92
未来展望		A1	94
附录	关键绩效	A2	96
	指标索引	A5	101
	评级报告	A4	102
	意见反馈	A6	104

评级报告

一图读懂

《华润万家（控股）有限公司 2025 年度可持续发展报告》评级报告

一、评级结果

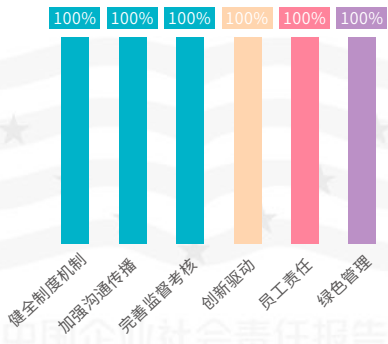


《华润万家（控股）有限公司 2025 年度可持续发展报告》（以下简称《报告》）为**五星级**，是一份卓越的企业可持续发展报告。

综合评级	评级图示	发展水平
五星佳	★★★★★ +	典范
五星级	★★★★★	卓越
四星半级	★★★★☆	领先
四星级	★★★★	优秀
三星级	★★★	良好
二星级	★★	发展
一星级	★	起步

二、亮点绩效

过程性	★★★★☆
实质性	★★★★★
完整性	★★★★★
平衡性	★★★★★
可比性	★★★★☆
可读性	★★★★★
创新性	★★★★★



《报告》的实质性、完整性、平衡性、可读性、创新性均达到五星级，过程性、可比性达到四星半级。

《报告》系统披露了零售业核心指标的 90.91%，其中责任管理维度下健全制度机制、加强沟通传播、完善监督考核，本质责任维度下创新驱动，社会责任维度下员工责任，环境责任维度下绿色管理等议题的核心指标覆盖率最高，均达 100%。

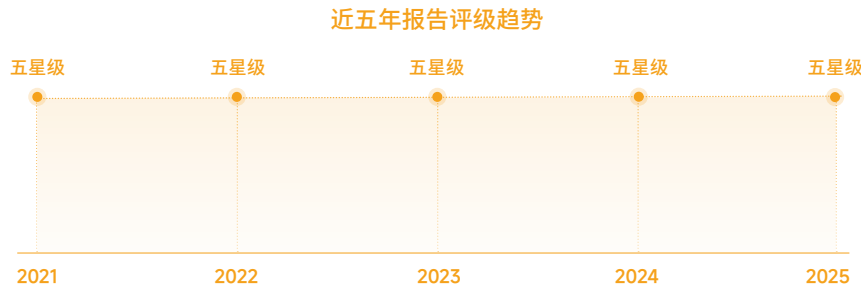
《报告》详细披露了 105 个关键指标连续 3 年的对比数据，其中环境责任维度下资源利用，社会责任维度下员工责任，本质责任维度下创新驱动题连续 3 年可比数据披露最为充分。

三、改进建议

增加横向可比数据的披露，进一步提高报告的可比性。

四、评级勋章

华润万家（控股）有限公司连续 8 年参与报告评级，连续 6 年获得五星级评价，获白银级勋章。



《华润万家（控股）有限公司 2025 年度可持续发展报告》评级报告

受华润万家（控股）有限公司连续第 8 年委托，“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 2025 年度可持续发展报告》（以下简称《报告》）进行评级。

一、评级依据

- 《企业可持续披露准则——基本准则（试行）》
- 《中国企业可持续发展报告评级标准（2026）》
- 《关于新时代中央企业高标准履行社会责任的指导意见》

二、评级分析

过程性（★★★★☆）

公司办公室牵头统筹可持续发展报告编制工作，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，董事长作为报告主编，负责报告最终审定；围绕报告编制开展前期研究，构建并持续完善可持续发展指标体系，提高可持续发展管理水平；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》系统披露了产品和服务安全与质量、负责任营销、方便特殊人群（残疾人、老年人、孕妇等）、支持本地化采购、可持续供应链、员工权益保障、职业健康与安全生产、可持续治理机制等零售业关键性议题，叙述详细充分，其中可持续治理机制、产品和服务安全与质量、职业健康与安全生产三项议题相关内容篇幅最多，分别为 8 页、5 页、4 页，具有卓越的实质性表现。

完整性（★★★★★）

《报告》主体内容从“锚定国之大者，让规范治理行稳致远”“引领消费升级，让万家购物安心无忧”“赋能成长之路，让奋斗时光暖意盈怀”“聚力诚信共赢，让合作价值持续绽放”“践行绿色低碳，让低碳生活触手可及”“共创美好生活，让温暖善意浸润邻里”等角度系统披露了零售业核心指标的 90.91%，其中责任管理维度下健全制度机制、加强沟通传播、完善监督考核，本质责任维度下创新驱动，社会责任维度下员工责任，环境责任维度下绿色管理等议题的核心指标覆盖率最高，均达 100%，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”“安全生产事故数”等负面数据信息，并详细描述针对商品和服务的投诉处置情况，具有卓越的平衡性表现。

可比性（★★★★☆）

《报告》披露了“反腐败培训次数”“员工总数”“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 105 个关键指标连续 3 年的对比数据，其中环境责任维度下资源利用，社会责任维度下员工责任，本质责任维度下创新驱动议题连续 3 年可比数据披露最为充分，分别为 11、53、9 组，可比性表现领先。

可读性（★★★★★）

《报告》以“向‘新’提质 万家同行”为主题，采用议题型框架结构，从六大篇章全面阐述了企业年度履责实践与成效，框架结构清晰，重点议题突出；封面设计融入企业主营业务元素，凸显了企业所在行业特色，提升了报告辨识度；章节跨页采用具有企业特点的高清大图，并以多幅实景实拍图丰富视觉呈现；嵌入二维码进行影像化延伸，扩展了报告内容，增强了报告易读性和沟通性；设置“数说 2025”，呈现企业在关键议题上的履责实践和成效，具有卓越的可读性表现。

创新性（★★★★★）

《报告》设置“播撒希望，描绘乡村振兴的美好蓝图”责任专题，积极响应国家乡村振兴战略，彰显了企业的责任引领；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；推动报告二次发布，强化了报告的传播效果与沟通价值；推动下属企业发布可持续发展报告，延展信息披露范围，创新性表现卓越。

三、综合评级

★★★★★

经评级小组评价，《华润万家（控股）有限公司 2025 年度可持续发展报告》为五星级，是一份卓越的企业可持续发展报告。

综合评级	评级图示	发展水平
五星佳	★★★★★ +	典范
五星级	★★★★★	卓越
四星半级	★★★★☆	领先
四星级	★★★★	优秀
三星级	★★★	良好
二星级	★★	发展
一星级	★	起步

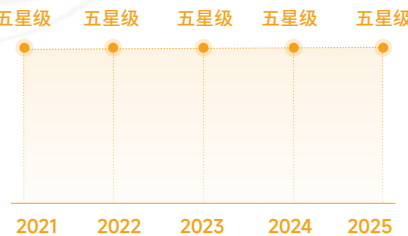
四、改进建议

增加横向可比数据的披露，进一步提高报告的可比性。

五、评级勋章

华润万家（控股）有限公司连续 8 年参与报告评级，连续 6 年获得五星级评价，获白银级勋章。

近五年报告评级趋势



扫码查看评级档案

评级专家委员会副主席
钟宏武 魏香丽

评级小组组长

评级小组专家

出具时间：
2026 年 6 月 29 日

意见反馈

亲爱的读者：

您好！非常感谢您百忙之中阅读《华润万家（控股）有限公司 2025 年度可持续发展报告》！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. 请您对本报告进行综合性评价是？

- ☐ 好
- ☐ 较好
- ☐ 一般

3. 您认为本报告是否能反映公司对经济、社会 and 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：

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：