

惠而浦（中国）股份有限公司

2014 年度社会责任报告

重要提示

本公司董事会及全体董事保证本报告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性和完整性承担个别及连带责任。

二〇一五年四月

目 录

1、报告概况	03
2、公司简介	04
3、战略与管理	06
4、自主创新	12
5、社会责任	14
6、员工成长	18
7、环境责任	24
8、社会评价	27
9、展望 2015	28

Report Profile

报告概况

报告可靠性保证：本报告经公司第五届董事会第五次会议审议通过。

报告组织范围：惠而浦（中国）股份有限公司。

报告时间范围：2014年1月1日至2014年12月31日，为保持报告连贯性与可读性，部分内容延伸出上述时间范围。

报告发布次数及周期：公司第七份社会责任报告，2008年起每年度一次。

报告数据说明：本报告披露的财务数据来自公司各类财务报表，其他数据来自公司内部统计，特别说明除外。

报告参考标准：本报告编写参照全球报告倡议组织（GRI）《可持续发展报告指南》（G3.1版本）、《中国工业企业及工业协会社会责任指南》、《上海证券交易所上市公司环境信息披露指引》。

解答报告及其内容方面问题联络人及联络方式：联络人为公司董事会秘书方斌先生，联络电话为0551-65338028。

报告获取方式：本报告以电子版形式发布，可在上海证券交易所网站 (www.sse.com.cn) 和公司网站 (<http://www.whirlpool.com.cn>) 下载阅读。

Enterprise Introduction

公司简介

惠而浦（中国）股份有限公司，成立于 2014 年 11 月。公司坐落在合肥高新技术产业开发区。目前主要股东：美国惠而浦公司（51%），合肥国有资产控股集团有限公司（23.34%），社会流通股（25.66%），注册资本 76644 万元。公司旗下拥有惠而浦、三洋、帝度、荣事达四大品牌，业务遍及全球 40 多个国家和地区，涵盖冰箱、洗衣机等白色家电，以及厨房电器、生活电器等系列产品线，公司先后被评为“全国优秀外商投资企业”、“中国最具创新力企业”。

公司前身为合肥荣事达三洋电器股份有限公司（合肥三洋），成立于 1994 年 11 月。经过近 20 年的发展，合肥三洋在中国最大的家电产业基地合肥，建立了综合性家电制造基地。特别是在 2008 年后公司步入大发展阶段，全面开拓海内外市场，创立国际化自主品牌“帝度”；收回“荣事达”品牌，连续多年保持高速增长，创造了在家电行业的发展奇迹，成为行业黑马。在此基础上，公司又与美国惠而浦战略合作，成功变身为“惠而浦（中国）股份有限公司”，开始新一轮跨越发展的征程。

惠而浦公司是世界上最大的大型家用电器制造商之一，创立于 1911 年，总部位于美国密歇根州的奔腾港，旗下拥有惠而浦、美泰克、阿曼纳等 8 大知名国际品牌，业务遍及全球 170 多个国家和地区，在全球拥有 47 个生产基地，26 个研发中心和 4 个设计中心。为全球消费者提供品质卓越的 9 大系列家电产品。

惠而浦（中国）股份有限公司以原合肥三洋公司为平台，并整合了惠而浦原先在中国市场的研发、品质制造和销售团队，建立了国家级技术中心和国家认可

实验室，同步共享惠而浦全球最新的研究成果，开展自主研发，积极融入全球创新体系。

惠而浦中国在具有本土管理文化基础上，充分借鉴和吸收惠而浦的企业文化，承继惠而浦价值观指引下的创新和诚信传统，努力将公司建设成中国第一大洗衣机制造商、前三大冰箱制造商和中国出口第一家电企业。共同打造洗衣机 800 万台、冰箱 400 万台，微波炉 1000 万台，变频电机 2000 万套，以及新品类新产品综合发展的企业，成为惠而浦在世界发展的两极之一。新的时期，公司立足本土，面向全球，变革创新，积极为做大做强中国家电业，为合肥成为世界级家电产业基地贡献力量，为全球消费者享受先进科技带来的高品质生活而不懈努力。

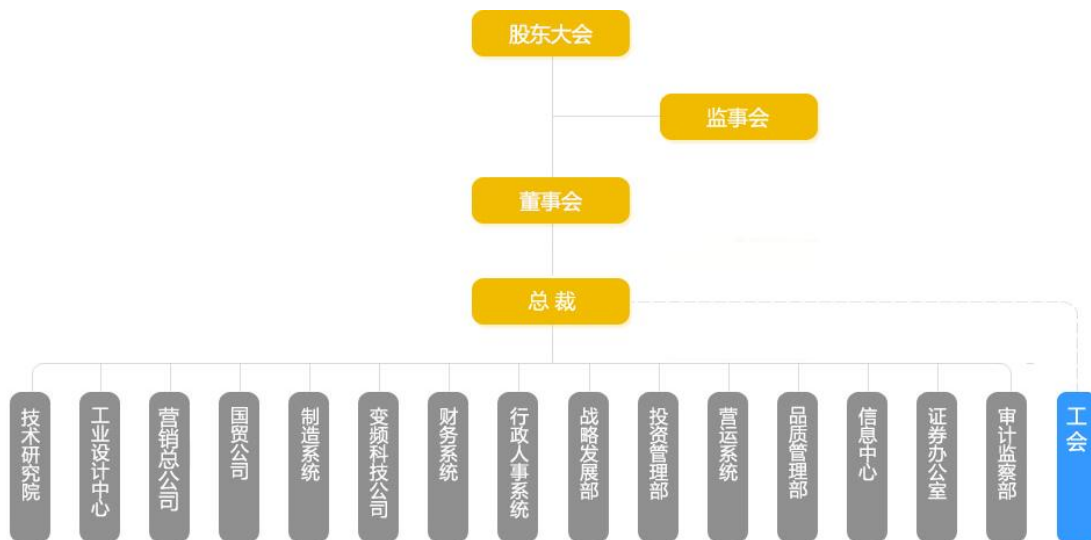


Strategy And Management

战略与管理

2014 年是公司积极应对市场变化、积极进取、努力适应新常态的一年。在家电行业制造成本上升、房产调控等不利因素影响下,面对挑战,公司以“变革·融合·提升·突破”为口号,重点推进品牌战略和产品战略,强化内控管理,继续实现管理水平、经营质量不断提升,高效有序完成与惠而浦公司的整合工作。公司在追求经济效益的同时,维护其他利益相关者,注重环境保护与可持续发展,积极参与社会公益事业,将履行企业公民的责任与义务和自身发展相结合,实现了企业成长和社会进步的有机统一和共同发展。

一、组织架构



二、发展战略

多年来，公司通过科学制定、系统部署、有效实施“3351”、“532”等发展战略，成功实现由单一洗衣机制造厂商向集洗衣机、冰箱、生活电器和核心零部件于一体的综合性家电制造企业的战略转型。

2015 年公司将紧紧围绕年度目标，以“融合·创新·增效·卓越”为年度口号，从品牌战略的高度，统筹管理“惠而浦”“三洋”“帝度”“荣事达”四大品牌，培养专业化队伍，不断提升产品力、领导力、卓越运营和组织建设，重组整合后的新公司提出的愿景是：到 2024 年，建设成中国第一大洗衣机制造商、前三大冰箱制造商和中国出口第一家电企业。共同打造洗衣机 800 万台、冰箱 400 万台、微波炉 1000 万台、变频电机 2000 万套，以及新品类新产品综合发展的企业，成为惠而浦在世界发展的两极之一。

三、管理创新与经营业绩

2014 年 11 月，惠而浦（中国）股份有限公司揭牌后，通过开展领导力模型培训、永恒价值观培训和合规培训，有效地促进了双方文化、资源、产品、业务的融合。整合后，新公司拥有惠而浦、三洋、帝度、荣事达四大品牌，共享惠而浦百年技术和管理平台，新增厨电产品也将极大丰富公司的产品品类，为下一步快速发展奠定坚实的基础。

2014 年公司持续优化调整组织结构，营销公司变更为营销总公司，成立三洋帝度销售公司、惠而浦荣事达销售公司、电子商务公司，对共用平台进行资源整合，形成竞合态势。共享惠而浦培训资源，成立惠而浦大学（泛亚分校），夯实管理基础，有效提高公司运营效率。同时压缩各项费用，管理费用持续降低，采购和技术降本将近 1 亿元。

2014 年经营业绩：2014 年公司全年实现销售收入 55.05 亿元，比去年略有增长；全年实现净利润 2.94 亿元，比去年同期下降 19.04%；全年实现利税总额 6.5 亿元以上。

四、合理回报股东

公司自上市以来，在努力创造价值的同时积极回报股东，共同分享企业成长收益。2012 年，公司为充分维护公司股东依法享有的资产收益等权利，根据中国证监会及安徽证监局《关于进一步落实上市公司现金分红有关事项的通知》规定，进一步细化《公司章程》中关于股利分配政策的条款，制定了《2012-2014 未来三年股东分红回报规划》，明确了现金分红标准和比例，全面保护股东股权收益的持续性和稳定性。

2014 年度利润分配预案：公司 2014 年度实现净利润 293,624,134.63 元，按净利润 10%提取法定盈余公积 29,362,413.46 元后，拟决定以 2014 年年末总股本 766,439,000 股为基数，向全体股东每 10 股派发现金股利 0.50 元（含税），共计派发现金股利 38,321,950.00 元。剩余 225,939,771.17 元结转至未分配利润。本年度不送红股也不进行资本公积金转增股本。

近三年（含报告期），公司以现金方式累计分配的利润为近三年实现的年均可分配利润的 33.58%。

五、规范公司管理

2014 年是公司逐步完善和规范公司治理的重要一年。随着公司多品牌、多品类战略的不断推进，公司在原有的 U9 系统不能满足公司有效性及效率性的情况下，果断启用 ORACLE ERP 软件系统，通过建章立制建立健全信息系统管理制度，对计算机使用、网络使用、数据安全等方面的管理内容作了明确规定。加

强对信息系统运行环境、业务系统和运行维护人员的管理,确保信息系统能正常、安全、有效、可控运行。促进了公司生产、销售、研发、财务、办公、物流等生产经营环节管理水平的提升,为公司高效经济运行提供有力的信息支持,公司竞争力得到进一步的提高。

根据上级监管部门的要求,公司在2011年全面修订的公司管理制度基础上,在公司四届七次董事会上,全面修订公司《董事会议事规则》《监事会议事规则》《股东大会议事规则》《独立董事工作制度》,制订《股东分红回报规划》,并相应修改公司章程。不断加强公司治理的制度化 and 规范化建设,不断完善和健全由股东大会、董事会、监事会和经营层形成的“三会一层”的法人治理结构,充分发挥了以股东大会为最高权力机构、董事会为决策机构、经营管理层为执行机构、监事会为监督机构的权力制衡治理机制,保障了董事会决策权,监事会监督权和经营管理层经营权的有效实施,实现了公司治理的高效和科学。董事会下设的战略委员会,审计委员会,提名、薪酬与考核委员会,在促进公司治理规范运行的同时,提高了战略决策科学性和风险控制能力。

2014年,公司累计召开了2次股东大会,8次董事会,8次监事会。公司经营管理层依据法律、法规、公司章程以及股东大会、董事会的授权行使职权,组织开展经营管理活动,有效保障了公司决策及经营的合法、合规。

六、信息披露

作为上市公司,信息披露是公司应承担的法定义务与社会责任,为加强公司与投资者之间的沟通,促使投资者了解公司,推动法人治理结构进一步完善,公司按照《上市公司信息披露管理办法》和上海证券交易所《上市公司信息披露事务管理制度指引》的要求,真实、准确、完整地披露有关信息,并做好信息披露

前的保密工作，确保所有股东均能公平、公正地获得信息。

1、2014 年度，公司召开 8 次董事会、2 次股东大会，共发布正式及临时公告 50 份。完成了与惠而浦公司的战略重组，并结合法律法规及公司章程的规定，顺利完成了公司股东方推选的董事、监事及部分高管的人员变更，提高了公司治理水平，维护了公司及股东权益。

报告期内，公司董事会按照国家法律法规及公司章程的规定，严格执行股东大会的各项决议，及时完成了股东大会审议通过的各项事务。确保了信息披露的真实、准确、及时、完整和公平，以利于公司股东及时了解、掌握公司经营动态、财务状况及所有重大事项的进展情况。

七、投资者关系

公司严格按照《投资者关系管理制度》的规定，持续加强与投资者之间的信息沟通，开展各种形式的投资者关系活动，促进投资者对公司的了解和认同，倡导理性投资，并在投资公众中建立公司良好的诚信形象。

(1) 在公司网站 (<http://www.whirlpool.com.cn/>) 中及时刊登公司近期发生的重要新闻，进一步让投资者和社会公众全面了解公司经营发展情况。

(2) 公司召开年度股东大会或临时股东大会，依法刊登股东大会召开通知公告，在股东大会上专门安排公司董事长、总裁和其他高管人员与股东们进行面对面的交流，在不违反信息披露制度的前提下回答股东所关心的问题。

(3) 公司还通过直接接待个人及机构投资者的来访、参观等方式，使投资者更深入地了解公司发展及生产经营情况。

2014 年，公司共接待机构投资者、行业分析师等近百人次，接待中小投资者进行实地调研，对外主动参加投资者见面沟通会 2 次，调研的主要内容集中在

公司生产经营情况、冰箱项目的销售进展情况、荣事达品牌的回归与三洋商标的使用、惠而浦入主的相关情况，充分保障了投资者的话语权、知情权。

Independent Innovation

自主创新

惠而浦中国拥有国际领先的技术创新能力，公司通过整合与日本三洋二十年合作的精湛工艺和卓越技术优势，共享惠而浦全球百年研发、制造、设计、管理平台，已成功地将第 6 感技术、电解水、超音波、空气洗、变频技术等节能、环保、健康新技术应用在产品上，创造了多项核心技术和自主知识产权，成为行业技术的领航者。

2014 年，公司以国家级技术中心和国家认可实验室为平台，共享惠而浦百年技术优势，紧跟市场消费趋势，研发了一系列具有市场代表性的高精尖产品。在有着“中国家电奥斯卡”之称的艾普兰奖颁奖典礼上，惠而浦第六感智能保鲜冰箱、帝度全新一代电解水免清洗波轮洗衣机，分别作为冰箱品类和洗衣机品类代表，摘得艾普兰奖产品奖，变频电机 AQ230 系列，被特别颁发艾普兰奖“核芯”奖，引领行业技术升级和产业结构调整。

公司国家级技术研究院全年总计立项 476 个新品开发项目，其中全新平台项目 17 个，重大改型 36 个，全新平台包括帝度超薄 366 欧式滚筒、惠而浦 Alice 项目、空气净化器 600 系列平台和 300 系列平台、惠而浦对开门冰箱新平台等多个市场热销产品。2014 年公司申请 228 项技术专利，其中发明专利 81 项；参与国家和行业标准修订 34 项，全年发表论文共计 16 篇。彩屏与智能联网功能、3D 加速度传感器应用、织物护理研究、自动投放等 20 余项新技术研究，

引领行业技术方向。

全新平台产品：



近三年专利情况：

	APPLICATIONS 申请量	AUTHORIZED 授权量	APPLICATIONS OF INVENTION PATENT 发明专利申请量
2012	140	82	30
2013	159	150	40
2014	228	136	81

Social Responsibility

社会责任

公司严格遵守《公司法》、《合同法》、《安全生产法》、《证券法》、《产品质量法》、《劳动法》等国家法律法规，制定《公司章程》、《人力资源管理规定》、《财务管理制度》、《招标采购管理规定》等管理制度和标准流程。一直以来，公司在最有效地利用资源创造更大价值的同时，主动承担企业的社会责任，确立了“让全球消费领导品牌走进世界每个家庭、每个角落”的企业愿景，创造性地提出经营和谐企业，为推动建设资源节约型和环境友好型社会作出积极的贡献。

一、诚信经营依法纳税

公司历年来如实申报税额，及时缴纳税款，在履行社会责任、回报社会同时，以实际行动支持了地方经济发展。作为上市公司，报告期内，公司缴纳各项税费 3.56 亿元，比上年增长 31.70%，履行了社会赋予的责任与义务，为地方经济繁荣与发展做出了应有的贡献。2014 年实现每股社会贡献值 1.80 元（注：每股社会贡献值=每股收益+〈纳税总额+职工薪酬+利息净支出+公益捐赠总额-社会成本〉÷期末总股本），较上年下降 19.28%。

二、支持社会公益事业

多年来，公司在发展壮大的同时，积极主动承担社会责任，热心公益慈善事业。2014年，公司持续加大社会公益慈善事业投入，连续七年冠名赞助合肥市普通话大赛，连续多年赞助中国南北极科考事业等全国重大影响力的活动，彰显公司勇于承担社会责任，打造有品位的企业文化。公司还积极开展捐资助困、爱心敬老等活动，关心社会弱势群体；公司工会为贫困地区发出“爱心捐赠倡议”，全体员工纷纷响应，共有百余名员工捐赠衣物、书籍等，工会总共收到衣物 797 件，书籍 309 册，全部整理打包发往相关地区。在爱心献血活动中，共有 160 名员工报名参加，成功献血有 134 人，共计献血量达 41900ml。积极参与社会公益活动，主动承担社会责任，既帮助了他人，又使员工自身的价值在奉献中得以提升，并树立了良好的企业形象。

三、提供就业岗位

随着公司规模及冰箱、微波炉等新项目不断发展，公司每年都向社会积极提供更多的就业岗位，为地区就业稳定、社会和谐发展发挥积极的作用。2014年，公司由于规模扩大，通过招聘大学生、劳务派遣等形式面向社会招工，全年提供工作岗位 5721 个，其中大学生 258 个。

四、确保客户合法权益

公司倡导和谐发展观，以建立和谐企业为宗旨，以长期的共同利益为导向，对上下游企业链条上的六大顾客，即消费者、员工、供应商、经销商、股东和社会国家等每位顾客，充分享受到企业发展带来的价值增值最大化。以质量最佳、服务最好，上下游客户得利，消费者和员工满意的共赢方式，打造诚信和谐企业。公司努力让自己产业链上的各个系统都受益，这也是社会责任的重要体现，创造和谐的价值社会。

公司在 ISO9001 质量管理体系和 ISO14001 环境管理体系认证的基础上，又通过了 OHSAS18001 职业健康安全管理体系认证。公司产品开发严格执行国家各类强制性标准，并积极引进发达国家国际先进标准，在通过 CCC 中国强制性产品认证基础上，还取得了全自动波轮洗衣机及滚筒洗衣机的羊毛洗涤认证、中国节水产品认证及中国节能产品认证，通过执行严格的质量标准，采取严密的质量控制措施，提升产品品质和服务质量，为消费者提供安全的产品和优质的服务。

五、服务客户，实现双赢

公司秉承“客户第一”的原则，以优质产品和用户至上的服务赢得客户的满意和信赖。公司全面系统地对所有客服人员进行产品知识、服务规范、客服语言、国家三包规定及企业要求、与用户电话沟通技巧进行详细培训。全国所有用户只要通过全国客服热线 4008899360 或 95105958，咨询、报修都能达到满意的服务，服务满意率达到 99%以上，真正体现用户至上的服务理念。良好和规范的售后服务使公司多次荣获全国客户服务满意单位称号，呼叫中心荣获合肥市“十佳巾帼文明岗”，公司连续多年获合肥市“合肥市五一劳动奖章”。

公司产品质量水平和产品交付能力等内部保障能力的提高，有赖于供应商提供强有力保障。公司建立科学的供应商选择与评价体系，按照以“战略供应商发展”为中心，培养重点供应商，扶持辅助性供应商为原则，完善了合格供应商体系，制定了供方管理规定、供方评价与考核管理规定、采购管理规定等。公司对供应商进行综合评定，对供方评定出 A、B、C、D 四个等级，对供应商实行月度和年度绩效评价，建立“互信、互利、互助”的长期稳定合作伙伴关系。

六、道德行为

公司自成立以来,定期开展治理商业贿赂专项工作的自查和内部审计工作。公司坚决纠正和杜绝在生产经营管理工作中的不良行为,加强员工的廉政教育,从完善管理制度、加强内部控制等方面,发挥审计监察的监督职能,不断促进公司管理水平和效益的提高,未发生任何违反道德行为的事件。公司诚信经营,依法纳税,严格履行合同,信守对利益相关者的承诺,被授予银行 AAA 级信用等级企业、重合同守信用企业等荣誉称号。

Employees To Grow

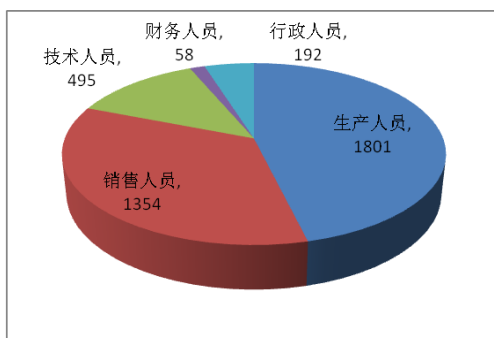
员工成长

企业和员工双赢，是公司人力资源管理的目标。自公司成立以来，始终坚持以“成就员工理想，创造社会价值”为核心经营理念，推崇互相尊重、诚实正直、多元化与包容性、团队合作和必胜信念的核心价值观。公司通过建立职业“双通道”，恰当地规划员工职业生涯，及时掌握员工的个性发展动向，了解员工的需要、能力及自我目标、特长。强化培训，充分挖掘员工潜力，通过一系列措施激发员工潜能，调动员工积极性，使员工真正安心于企业工作并发挥最大潜能，创造出企业与员工持续发展的良好互动氛围。

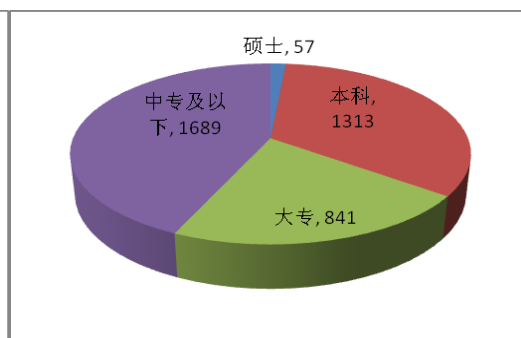
一、员工总数及构成

截至 2014 年 12 月 31 日，公司在职员工总数为 3900 人，需公司承担费用的离退休职工 0 人。

(1) 专业构成统计：



(2) 教育程度统计：



二、员工培训与提升

2014年，公司坚持以战略发展需求为指导，注重追求培训的实效，多种形式开展培训活动，并继续坚持以岗位培训为主要抓手，坚持分类分层推进培训工
作，重点关注各类关键人才培养工作。

2014年相继开展了中高层专题培训活动、应届大学生入职培训活动、车间
主管管理能力提升培训、六西格玛知识培训以及各类基层管理骨干专题活动等专
项培训，取得了较好的培训效果，提升了培训活动的针对性、有效性。2014年
年末，惠而浦大学（泛亚分校）成立，共享美国惠而浦大学总校的资源，引进其
先进的培训体系、培训课程、培训方式，探索适合亚洲地区的相关培训体系、课
程以及方式，相继开展了诚信与合规培训、核心技能绿带培训、商务英语培训、
跨文化沟通培训等，为员工提供针对性强、实用性强、高效的培训 对学习企业
管理经验和提升视野都具有重要作用。



公司开展中高层管理人员诚信与合规培训

三、薪酬福利与绩效考核体系

2014 年公司进一步优化了公司绩效考核管理制度，建立了以业绩为导向的绩效激励体制，薪酬执行与企业的经营能力、预算执行相关联，这一激励机制引导着员工的行为，全年各类人员薪酬总额同比有所上升，员工收入实现了有计划增长；2014 年针对新入职三年以内的大学生进行调薪，增强新员工的归属感，同时调薪政策重点向生产一线倾斜。

公司重视员工发展，继续完善职位体系和晋升通道，并以原有体系为基础，借鉴和吸收惠而浦全球的先进理念和科学方法。2014 年继续面向全体员工开展了关键岗位和后备人才的竞聘选拔，2014 年开展内部招聘总计约 20 场，为 60 余人提供内部轮岗锻炼机会。

四、劳资关系稳定

公司严格遵守新《劳动法》并按照国家法律法规的规定，建立健全用工制度、合理安排作息时间，与所有员工签订《劳动合同》，办理医疗、养老、失业、工伤、生育等社会保险，为员工提供健康、安全的生产和生活环境，切实维护广大员工的切身和合法利益。

公司充分保障员工福利事业，按时足额给全体员工缴纳五险一金；进一步完善员工医疗保障服务体系，报销员工医药费和独生子女医药费，总计 48.55 万元；组织开展全员体检，发现问题及时复检、就诊，以确保员工的身心健康，把公司对员工的关爱落到实处。2014 年按时完成各类员工工作服招标和发放，777 名劳动合同到期员工的合同续签、劳务工转正等工作。

五、员工工作与生活

公司时时以员工为中心，尊重人、信任人、关心人、发展人，将企业目标与

个人愿望有机融合在一起，从而达成企业与员工、工作与生活之间的和谐，实现股东、企业、员工共同分享企业发展成果。

公司注重以多种形式作为企业文化的载体，通过编写《员工守则》、企业文化培训教材、修订规章制度、制作企业发展视频资料等方式，传播企业文化，并发挥内外部网站、《惠而浦中国》报、图书室、安全教育中心等文化阵地的作用，让员工有一个提升并展现自己才华、表现自己喜怒哀乐的精神乐园，通过这些载体广泛宣传公司企业文化内涵，引导员工自觉实践企业文化理念，将企业文化植根于员工的思想，转化为员工的行动。

近几年，公司投入 5000 多万元建设 500 多套集体宿舍，配备空调、洗浴、超市、食堂等生活设施，让 2000 多名员工免费入住并给予水电费补贴，在宿舍区还配备了“室外篮球场”、“乒乓球室”、“健身双杠”和“台球室”；设立了“棋牌室”、“书画室”、“图书室”和“自修室”，建立员工“影音室”，每周末给员工播放一部有教育意义的电影，不定期地开展丰富多彩的“宿舍文化节”。这些文化体育设施和活动陶冶了员工的情操，形成良好的宿舍文化氛围，激励了广大员工积极向上的工作热情。

六、员工沟通与关爱

公司重视保护职工权利，依据《公司法》、《劳动法》、《工会法》及公司章程等规定，建立职工监事选任制度，确保职工在公司治理中享有充分的权利；支持工会依法开展工作，成立了职工代表大会，对工资、福利、劳动安全、卫生、社会保险等涉及职工切身利益的事项，通过职工代表大会等形式听取职工的意见，关心和重视职工的合理需求；设立员工合理化建议箱，听取员工的意见和建议等等，通过各种方式和途径，构建和谐稳定的劳资关系。

2014年，公司先后组织了“阳光、奋进、迎新年”长跑比赛、第十届八人制足球比赛、迎中秋歌唱比赛，以及为庆祝新公司成立举行了拔河、集体木鞋、长跑、扑克牌赛等系列文体活动；在圣诞节举行趣味游戏活动，以及英语沙龙等形式多样的文体娱乐活动。公司设有女工委员会，专门负责关心女性员工的生产、生活健康，维护女工特殊权益和合法权益。除此之外，公司还大力开展劳动竞赛、质量月、评优评先、年终表彰等工作，这些活动不仅活跃了公司文化生活、陶冶了员工的道德情操，也增强了员工热爱公司、建设公司的信念，提高企业的凝聚力。

每年年终公司都由工会牵头开展了先进集体、先进班组和先进个人等创优活动，2014年共评选出336名优秀员工、12名优秀中层、45个先进班组、13个先进工段、6个先进车间、19个先进部门，并对所有的先进进行了表彰和奖励，并对所有的先进进行了表彰和奖励。2014年，先后有童怀俊等获“合肥青年五四奖章”；谷林涛等获合肥市五一劳动奖章，员工杨堆获合肥市金牌职工光荣称号，员工吴闯获高新区叉车技能大赛第一名；公司冰箱工厂荣获“合肥市工人先锋号”称号。董事长、总裁金友华被评为“2014安徽年度经济人物”称号。

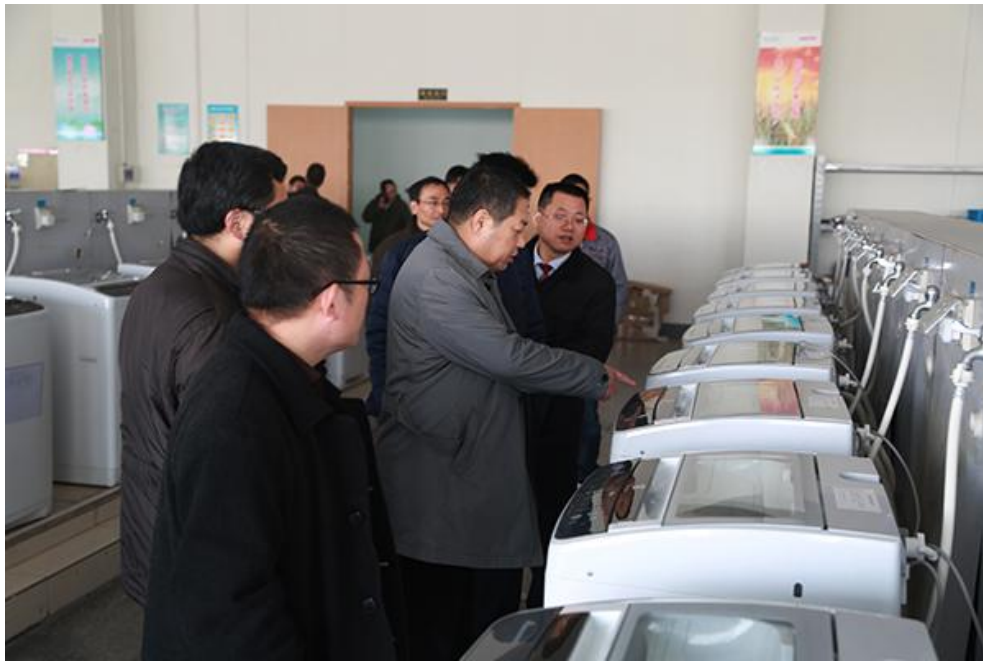
七、安全保护

2014年，公司坚持“安全第一、预防为主、综合治理”的方针，公司上下高度重视安全生产，夯实基础，细化责任，强化现场监督监管，深化隐患排查治理，进一步完善职业健康安全管理体系和应急救援体系，不断提高企业本质化安全水平，确保了生产安全持续平稳的发展，公司安全生产形势良好。

公司认真总结工作的成功经验和不足，组织对安全管理制度进行了认真的梳理和完善，针对公司安全管理体制建设，重新修订并完善了包括《安全生产责任

管理规定》在内的 20 项管理规定，编制安全生产事故应急预案，使安全管理工作更加有章可循。

2014 年全年组织进行各类安全检查活动 34 次，全年共排查隐患 737 处，隐患整改率 100%，有效的消除了隐患、减少事故发生。对公司消防器材进行了全面的维护和保养，新增 800 余件消防器材，保证消防设施时时处于有效状态。同时，对新进实习人员、一线操作人员及各级管理人员共进行了 20 余场安全知识培训，累计受训人员 1200 余人次。2014 年公司未发生重伤及以上工伤事故。



金友华董事长深入一线检查安全生产工作

Environmental Responsibility

环境责任

公司高度重视废水、废气的监控工作，通过不断加大投入，有效改进生产工艺、选用先进设备，积极倡导和实践绿色设计、清洁生产等先进生产方式。经合肥市环境监测站的年度、废水\废气在线监测结果显示，公司三大厂区的废气、污水、噪声等能完全做到 100%达标排放、合法处置。

一、节能减排

2014 年，公司加强了对环境影响和环境绩效的管理，对规范和建设项目开展环境影响分析、预测和评估，提出预防或减轻不良环境影响的对策和措施，并定期对环境影响和环境绩效进行评审和评价，作出整改措施。公司生产用能主要是电力、蒸汽和天然气，2014 年综合能耗 7578.53 吨标煤，2013 年综合能耗 8459.64 吨标煤，超额完成政府下达的十二五规划制定的单台能耗年下降 3% 的目标。

为了加强对公司的能源管理，公司三个厂区指定专人每日定时对总水表、总电表进行抄表记录，并上报工程技术部，以便发现问题及时处理。2013 年，公司通过与阳光电源反复论证，决定采用合同能源管理模式，利用二工厂 1 号和 2 号厂房的屋顶开展光伏系统发电项目。2014 年 4 月正式启动，4-12 月累计发电上网电量为 171.12 万 kWh，为企业节约电费约 12 万。预计本光伏电站年均上网电量为 283 万 kWh，25 年累计发电量约为:7070 万 kWh，考虑到每年组件 2% 衰减，节约标准煤 5777.67t、减少 CO₂ 约 8666.50t、减少烟尘约 3928.81t、减少 SO₂ 约 433.33t、减少氮氧化物约 216.66t，具有巨大的社会

环境效益。

二、节约资源

2014 年，公司继续优化调整内部组织结构，夯实管理基础，提高企业运营效率。企业信息化平台 ERP 系统，公司逐步实现无纸化办公审批流程。公司每年都会确定环保培训目标，制定培训计划，开展全员环境保护培训，提高员工的环境保护意识。公司加强日常用水用电管理，开展节水节电宣传，提升能源使用效率，减少和杜绝浪费，提升产出效率。

此外，公司还与重要相关方签定了环保职安协议，对其为本公司提供的产品、活动和服务过程，要求必须遵守环境职业健康安全法律法规和标准，对其加强环境职业健康安全意识与影响，共同持续地促进环境保护和职业健康安全。公司在每年的世界环境日，均组织了环保知识有奖竞猜问答活动，从趣味竞猜中感受环保的重要性，掌握了各类环保知识，宣传了企业环保理念。2014 年公司各部门管理费用持续降低，全年实现采购和技术降本 1 亿元。

三、高新技术的使用

行业家电技术正向“健康、节能、环保、智能化”方向发展。白色家电的变频化是目前家电技术升级的核心之一。相比普通洗衣机，变频洗衣机节约洗衣粉用量一半以上，节水 20%以上，节电 35%以上，降低噪音 5 分贝以上。公司是国内唯一自主研发变频控制系统核心技术的企业，连续多年获得中国变频洗衣机领导品牌。以搭载变频电机的帝度 7533 系列超薄滚筒洗衣机为例，降噪 25%以上，节电 40%，同时，公司多项新技术的研发，促进了行业的转型升级和环境的保护。公司自主研发的“速溶洗”技术，在洗净效果一致的情况下，可节省洗衣粉用量 25%以上。公司冰箱产品全部达到一级能效，最低

可实现 0.25 度电/24h。2015 年 3 月份，公司正式携手北京恩布拉科雪花压缩机公司，签署“变频进万家”战略合作协议，启动“变频进万家”活动，旨在全面加速变频冰箱的普及，为绿色环保做出贡献，相比定频产品，冰箱变频压缩机可节电 40%以上。公司连续多年荣获“合肥市环保守法企业”、合肥市、高新区“绿色企业”。



携手恩布拉科压缩机，启动“变频进万家”活动

Social Evaluation

社会评价

报告期内企业所获重大荣誉：

编号	荣誉称号	颁奖单位
1	“2014 安徽年度经济人物”称号	安徽省广播电视台
2	安徽省卓越绩效奖	安徽省质监局
3	中国艾普兰奖产品奖	中国家电协会
4	市政府质量奖	合肥市政府
5	市科技进步一等奖	合肥市科技局
6	“工业企业质量标杆”称号	工业和信息化部
7	德国 IFA 展最具成长力品牌	德国 IFA 展主办方
8	“中国家电十大年度人物”称号	中国家用电器商业协会
9	2014 中国冰箱行业十强品牌	中国家用电器研究院
10	CDA.2014 中国设计奖—至尊大奖	广州国际设计周主办方
11	中国工业设计红棉至尊奖	广州国际设计周主办方
12	“最具世界影响力的中国品牌”称号	新华网

Prospect 2015

展望 2015

2015 年，公司将重点围绕以下项目开展工作：

1、坚持“融合、创新、增效、卓越”的年度口号，积极做好与惠而浦公司文化的融合、资源和业务的整合工作，坚持营销、技术、品牌、管理等创新工作，实现销售收入 64 亿元，实现净利润 4.13 亿元的年度目标。

2、继续深化转型发展，不断加快国际化进程。共享惠而浦百年技术研发平台，引领技术和产品结构不断升级。从战略的高度，统筹运作惠而浦、三洋、帝度、荣事达四大品牌，继续实施多品牌多品类战略，将生活电器、厨房电器项目作为企业未来发展的新增长点。

3、进一步加强全面预算管理，建立健全事权相匹配的制度流程，不断提升企业信息化水平。

4、不断解放思想，树立完成目标的必胜信念，实现营销突破。搭建完善的营销支持服务和保障体系；以互联网思维，打造运营新的销售平台，不断提升线上运营专业化水平。

5、组织结构不断优化调整，提升运营效率和团队建设。树立“质量最优先”原则，不断提升精益制造能力。

展望 2015 年，公司将坚持“让全球消费领导品牌，走进世界每个家庭、每个角落”的年度方针和“变革、融合、提升、突破”的年度口号，进一步解放思想，勇于变革，继续推进落实各项社会责任，强化社会责任体系建设，以最优质的产品 and 最贴心的服务回报社会，积极承担履行社会责任、关注环境、热心公益

事业，继续在股东及债权人保护、职工权益保护、供应商、客户及消费者权益保护、环境保护、社会公益事业等方面坚持不懈的努力，树立广受尊重的企业公民形象。

惠而浦（中国）股份有限公司董事会

二〇一五年四月二十三日