

惠而浦（中国）股份有限公司

2015 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。

二〇一六年四月

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	15
6、员工成长	19
7、环境责任	25
8、社会评价	28
9、展望 2016	29

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六次会议审议通过。

报告组织范围：惠而浦（中国）股份有限公司。

报告时间范围：2015年1月1日至2015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：公司第八份社会责任报告，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(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。

2015 年 11 月，惠而浦中国总部及全球研发中心在合肥高新区隆重奠基开工，标志着全球白色家电领导者、世界 500 强惠而浦公司中国总部正式落户合肥，这也是世界 500 强企业首次将中国总部设在合肥。新的时期，公司将立足本土，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。



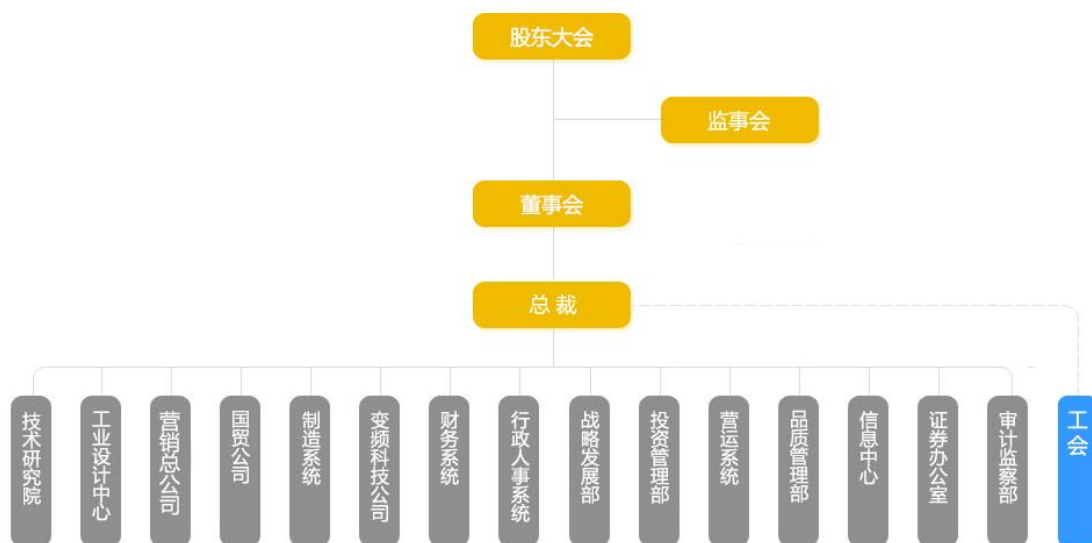
惠而浦中国总部及全球研发中心隆重奠基

Strategy And Management

战略与管理

2015 年是惠而浦中国元年。过去一年，市场环境复杂多变、行业竞争分外激烈。在公司股东方的大力支持下和全体员工共同努力下，惠而浦中国公司紧盯年度目标，紧紧围绕年度口号——“融合 创新 增效 卓越”，公司各系统各部门团结协作、积极应对、主动出击，推动同美国惠而浦公司的进一步融合，不断进行管理创新、营销创新，推进降成本与组织结构扁平化，进一步提升了运营质量、运营效率，全年经营呈现稳中有进格局，盈利水平和能力持续提高，为下一阶段经济发展奠定良好基础。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

2015 年是惠而浦中国的发展元年，公司积极推进同惠而浦的资源、业务整合，融入惠而浦全球研发平台，汇聚全球智慧共同开发 Radiant “光芒” 洗衣机等智能家电项目，并在市场、新品开发、人力、渠道布局等方面积累优势，为未来市场竞争中发挥强有力的推动作用。

2016 年，公司将紧紧围绕年度目标，坚持“推变革，强执行，促活力，创增长”的年度经营方针，持续稳中求进，优化组织结构，推动降成本，以创新驱动发展；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，整合全球资源，依托惠而浦多品牌运作经验，推动四大品牌共同发力。

借助惠而浦全球优势资源，惠而浦中国结合自身定位，提出了未来十年发展愿景：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

2015 年是公司积极推动与美国惠而浦文化、资源整合的一年。公司上下通过学习、实践，让以惠而浦的愿景、使命、价值观为基准的优秀企业文化在惠而浦中国落地、生根；公司积极开展多场合规培训，要求员工秉持惠而浦的良好职业道德准则并遵守惠而浦合规政策，在全公司形成了合规氛围、合规制度与合规文化，确保有效率的系统和控制的实现。

2015 年，公司积极推进同惠而浦的资源、业务融合，利用惠而浦全球优势资源，在设计流程、生产工艺、成本控制、质量提升、供应商管理等方面全面提

升，打造惠而浦全球核心零部件生产基地。

公司顺利完成对旗下四大品牌惠而浦、三洋、帝度、荣事达的整合工作，进一步区隔了产品与风格定位，并进行了相应的差异化渠道布局。四大品牌共享惠而浦百年技术和国际化的管理平台，在保持冰洗小家电等品类优势的基础上，融入厨电等新鲜血液，持续为全球消费者提供个性化的产品与服务。

2015 年公司持续优化调整组织结构，新成立小家电及厨房电器事业部及变频科技事业部，成为未来公司经济发展新增长点。营销总公司业务架构打破原有限制，由品牌划分优化为品类划分，成立洗衣机销售公司、冰箱销售公司、电子商务公司，对共用平台进行资源整合，形成线上线下有机结合、互联网全渠道覆盖之势。2015 年公司持续夯实管理基础，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 2 亿元。

报告期内，公司国内营销中洗衣机产品销售同比基本持平，冰箱产品没有取得突破，同比下降了 9.24%，小家电及电机取得较大幅度增长；外销市场由于惠而浦全球订单开始转移，取得一定增量，全年外销同比增长 32.79%。实现销售 54.68 亿元，与去年相比略有下降；全年实现净利润 3.67 亿元，比去年同期增长 24.90%，扣除非经常性损益后，主营业务利润下降 8.33%。

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。

2015 年度利润分配预案：公司 2015 年度实现净利润 367,695,028.24 元，按净利润 10%提取法定盈余公积 36,769,502.82 元后，余 330,925,525.42 元可供股东分配。以 2015 年年末总股本 766,439,000 股为基数，拟向全体股东每 10 股派发现金股利 0.60 元（含税），共计派发现金股利 45,986,340.00 元。剩余 284,939,185.42 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 37.34%。

五、规范公司管理

2015 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。

2015年，公司累计召开了2次股东大会，12次董事会，7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、2015年度，公司召开12次董事会、2次股东大会，共发布4份正式公告及75份临时公告。完成了与惠而浦公司的资源、文化整合，公司董事会在遵守中国法律法规及相关上市公司管理规定的基础上，推动与惠而浦集团管理与文化的深度融合，宣贯合规文化，强化上市公司独立性，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。

(4) 公司通过上海证券交易所 E 互动网络平台，召开了二次投资者说明会，在法律法规允许的范围内就投资者普遍关注的问题进行回答。

2015 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以及公司与惠而浦整合完成后的经营情况，公司荣事达、三洋、帝度及惠而浦四大品牌的使用与布局情况，公司重大资产重组终止的原因等问题，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。

2015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,公司集中精力调整产品结构,保持产品和技术领先的竞争优势,并积极布局互联网+、智能化、高端产品,取得初步成效,率先在行业内推出智能化wifi产品和实现健康化升级—Air8大容量变频智能wifi洗衣机“双11”在天猫平台单品销量第一。

在有着“中国家电奥斯卡”之称的艾普兰奖颁奖典礼上,公司旗下帝度品牌DG-F120566BHCT“静海”系列滚筒洗衣机不负众望拿下“2016中国家电艾普兰环保奖”,惠而浦BCD-293WTGBW三门冰箱、三洋帝度DG-L7533BXG滚筒洗衣机也荣获“中国人的好产品”称号。同时,公司积极主动融入惠而浦全球研发平台,汇聚全球智慧共同开发Radiant“光芒”洗衣机等智能家电项目,引领行业技术变革。Radiant“光芒”集合了美国的电子显示技术、欧洲的烘干技术、日本的安全可靠技术、印度的检测技术、中国本土的变频技术等,实现了“让世界技术为中国制造添砖加瓦”,这款产品获得了国际IF设计大奖。

公司国家级技术研究院2015年共立项429个新品(技术)开发项目,其中洗衣机达204个、冰箱124个、微波炉42个,电机25个,空气净化器、智能

洁身器各 10 个以上，其中全新平台项目 19 个，重大改型 28 个，全新平台包括 A-max 大容量欧式滚筒项目、大容量高端斜式滚筒项目、大容积高端对开门冰箱项目、经济型多门冰箱项目、20L 嵌入式微波炉等多个市场热销产品；全年申请 138 项技术专利，其中发明专利 61 项；参与国家和行业标准修订 7 项。截止 2015 年 12 月公司获授权专利 695 项，其中发明 34 项，实用新型 424 项，外观专利 237 项，软件著作权 39 项。获“市科技进步一等奖”的“六门无霜变频保鲜独立制冰多温区冰箱”以技术创新突出、拥有多项自主知识产权，赢得了消费者的一致认可。

全新平台产品：





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 3.62 亿元，与上年基本持平，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。2015 年实现每股社会贡献值 1.43 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），较上年增加 2.14%。

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。2015 年，公司持续加大社会公益慈善事业投入，连续八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；公司团委积极组织青年志愿者走进社区、走进敬老院，开展志愿者服务活动；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，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

随着公司规模及业务不断发展，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。2015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4621个，其中大学生125人。

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。

公司通过了ISO9001质量管理体系和ISO14001环境管理体系OHSAS18001职业健康安全管理体系认证，多年来保持有效运行。同时于今年又通过了SA8000企业社会责任体系认证，尊重员工，以认为本。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以及 CB、JET 和 CE 等产品认证，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，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，加强“诚信合规”教育培训。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，报告期内未发现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

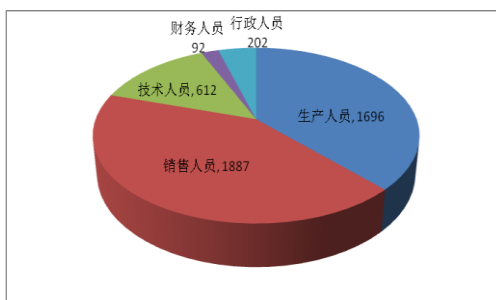
员工成长

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。

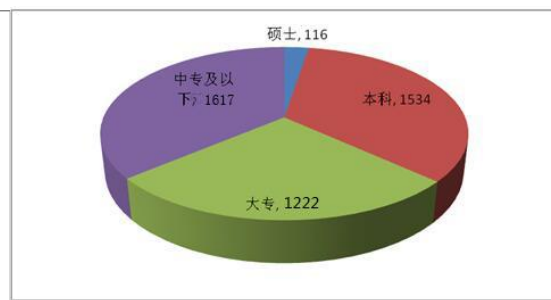
一、员工总数及构成

截至 2015 年 12 月 31 日，公司在职员工总数为 4489 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

2015 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。

惠而浦（中国）公司坚持“以人为本”的发展理念，以促进职工职业发展为目标，注重对人才的有效管理、科学任用和适时激励，修订编制了《员工培训管理规定》、《新进人员入职资格培训管理办法》、《课程体系评审标准》、《培训预算管理流程》等多个培训管理流程，形成了引进开发、培训培养、评价评定、选拔使用、薪酬激励一体化的人才管理机制。针对管理人员与技术人员发展路径不同的实际情况，惠而浦中国公司创造性地建立职业发展“双通道”的管理机制，有效地提升了员工的积极性、主动性、创造性。

通过“请进来、走出去”，不断为职工提供和创造接受各种学习培训的机会和条件。随着与惠而浦公司整合完成，中美双方员工交流往来频繁，公司先后分批派遣 50 多名中方员工赴美国交流，学习美国惠而浦先进管理经验和百年技术沉淀。2015 年公司先后邀请南京大学商学院沈坤荣教授作宏观经济形势讲座，邀请省委党校汪传福教授作党建专题讲座，邀请多家知名培训机构为公司不同层次管理人员进行“私人订制”培训。2015 年，公司启动了企业发展人才库建设——“星计划”，从各系统遴选的 38 名优秀员工进入星计划人才库，通过导师指导，《新经理成长引擎》、《项目管理》等多个课程培训，不断提升“星”员工管理能力，为企业大发展储备人才。

利用惠而浦大学（泛亚分校）共享美国惠而浦大学总校的资源，引进其先进的培训体系、培训理念，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，对打造各层次人才梯队，打造具有国际化视野的人才队伍起到关键作用。

固化短期技能培训、强化中期素质培训、深化长期发展培训，既满足了高层次人才的职业发展需求，也兼顾了初始入职职工和中级骨干职工的成长需要，为职工的晋级成长提供了导航，职工的成长预期更加明确，极大地激发了职工自主学习、自助成长、自我成才的动力。



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

整合后，公司持续推进考核与薪酬制度改革，除继续关注组织及个人绩效以外，更加关注薪酬与市场的结合，吸引和保留核心人才，进一步激发组织活力。结合组织规模信息和惠而浦全球薪酬架构、短期/长期激励和福利计划等相关趋势和政策，在通过专业薪酬调研公司相关市场大数据的统计和调研报告的分析，考虑到当前的政治、经济、劳动力、税收和社会保障发展与趋势等，按照相应的职级、职务和职业等级分类的实际市场数据为参考作出的匹配和调整。

在“人口红利”逐渐流失的大背景下，转型压力正不断释放出来。公司一线员工的整体薪酬水平继续上升，同时公司投入更多精力加强团队建设和员工关怀。

四、劳资关系稳定

公司严格遵守新《劳动法》并按照有关法律法规的规定，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，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。2015年完成574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。

公司工会每年都定期与不定期地开展丰富多彩、形式多样的各种文体活动,对丰富员工业余生活,营造温馨、健康、活泼、文明的工作氛围,都具有积极的影响。2015 年,公司先后在南岗产业园精心组织了迎新年长跑,开展了公司第十二届五人制篮球比赛,举办了首届“十佳歌手”歌唱比赛,组织员工参加合肥市第三届职工运动会,端午节之际分别在三工厂区举办包粽子比赛;工会及综合保障部继续共同主办第五届宿舍文化节,开展系列活动有星级宿舍评比、棋类、球类及露天烧烤晚会等活动。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，并对所有的先进进行了表彰和奖励。2015年，先后有章荣中等4人获安徽省外商投资企业先进个人称号，姚晓倩获“合肥市美丽女工”称号，公司荣获合肥市五一劳动奖状、公司工会荣获五星级职工之家等荣誉称号。公司董事长金友华荣获“全国劳动模范”荣誉称号。

在2015年10月份举行的职工代表大会上，《惠而浦（中国）爱心互助会试办法》得到审议通过，爱心互助会通过划拨专用资金以及员工捐助等方式，及时了解并帮助员工解决家庭困难，每年对因患重大疾病、遭遇突发意外伤害事件或其他特殊原因导致生活陷入困境给予救助，从而为公司员工营造良好的“家”氛围，营造彼此信任、相互依赖、相互支持的和谐环境。

七、安全保护

2015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。

2015年全年组织进行各类安全检查活动25次，全年共排查隐患635处，隐患整改率100%，有效地消除了隐患、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500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17场安全知识培训，累计受训人员1100余人次。2015年公司未发生重伤及以上工伤事故。

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、节能环保工作

2015 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。公司成立了节能管理办公室，全面负责公司能源管理的组织、监督、检查和协调工作。节能管理办公室根据公司与市经信委签订的年度节能目标制定了各分厂的能耗目标，并列入各分厂厂长的 KPI 考核指标，按月考核，从而确保公司年度节能目标的完成。

2015 年，公司对《家电生产线智能化改造项目》、《惠而浦工业园一期项目》、《年产 500 万台变频洗衣机扩建技改项目》、《年产 1000 万台套变频电机及程控器扩建技改项目》、《惠而浦中国区总部建设项目》办理了环评审批手续，获得环评批文。科学大道厂区洗衣机第一工厂于 2015 年 7 月停止生产，公司相继完成污水站、COD 在线监测系统污染防治设施的报停手续，完成合欢路厂区环境影响后评价报告的编制及备案工作，获得备案意见，完成《年产 500 万台智能变频微波炉生产项目》安评验收、职评验收、环保验收监测，推进该项目环保验收。

2015年7月，公司委托合肥海正环境监测有限责任公司对公司科学大道厂区、合欢路厂区、南岗产业园一期园区的废水、废气、厂界噪声污染排放情况进行了全面监测，监测项目包括 pH、COD、BOD、SS、氨氮、石油类、颗粒物、二甲苯、非甲烷总烃、厂界噪声等各项污染物均达标排放。2015年8月，公司委托合肥市环境监测中心站对南岗产业园二期园区微波炉项目的污水站排水、烘干废气、灌胶废气、固化废气、四厂界噪声等进行环保验收监测，各项污染物均达标排放。

2015年，公司进一步补充制定职业卫生管理规定，并将环境、职业健康、安全三类管理制度进行融合完善。公司在各生产工厂及主要关联部门设立 EHS 管理对接人员，搭建公司 EHS 管理人员架构，便于更好开展环境、职业健康、安全管理等各项工作。

二、节约资源

2015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，大力推进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。2015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 2 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。公司融入惠而浦全球研发平台，汇聚全球智慧共同开发 Radiant “光芒”洗衣机等智能家电项目，可实现降噪 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，公司携手北京恩布拉科压缩机公司，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	省级工业设计中心	省经信委
3	中国家电艾普兰奖	中国家电协会
4	市“廉政文化建设示范点” 称号	市纪委、市监察局
5	金友华获“全国劳动模范” 称号	全国总工会
6	获“Spark Awards” 国际大奖	美国相关机构
7	安徽省质量奖	省经信委
8	惠而浦大学获“卓越创新之星” 称号	《商学院》杂志
9	金友华获“安徽省优秀企业家” 称号	省企业联合会

Prospect 2016

展望 2016

2016 年，公司将重点围绕以下项目开展工作：

1、2016 年，公司将坚持“推变革，强执行，促活力，创增长”的年度经营方针，持续稳中求进，优化组织结构，推动降成本，以创新驱动发展；力争实现销售收入 60.15 亿元，净利润 4.12 亿元的全年经营目标。

2、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，大力推行惠而浦 WPS 精益制造体系，不断提升精益制造能力。

3、整合全球资源，依托惠而浦多品牌运作经验，推动四大品牌共同发力，加大品牌有效投入，强化整合传播策略，聚焦资源，以电视和网络传播为核心，通过社会化传播等方式，进一步提升品牌优势。

4、共享惠而浦全球技术优势，升级产品，主打智能、健康、环保，推出包括 Radiant “光芒” 第 6 感智能超大太空舱门滚筒洗衣机、K-Touch 一键触控智慧洗护波轮洗衣机、Mars 智能 wifi 变频风冷冰箱等众多智能家居产品，使中国消费者足不出户就能享受到全球领先家电带来的精致生活。

5、提升管理水平和全球化视野，提高人才储备，培养全球化人才。扩大海外市场出口力度，加快开拓新兴市场，立足中国走向世界。

展望 2016 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“推变革，强执行，促活力，创增长”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，以最优质的产品和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

二〇一六年四月二十日