

# 惠而浦（中国）股份有限公司

## 2016 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。

---

二〇一七年四月

# 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 .....	21
7、环境责任 .....	29
8、社会评价 .....	32
9、展望 2017 .....	33

## Report Profile

### 报告概况

**报告可靠性保证：**本报告经公司第六届董事会第一次会议审议通过。

**报告组织范围：**惠而浦（中国）股份有限公司。

**报告时间范围：**2016年1月1日至2016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：**公司第九份社会责任报告，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](http://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%），合肥产投集团（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<sup>1</sup>等系列产品线，公司先后被评为“全国优秀外商投资企业”、“全国轻工业先进集体”。

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，公司又与惠而浦集团战略合作，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。

惠而浦集团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

---

<sup>1</sup> 生活电器中绝大多数为微波炉。

先在中国市场的研发、品质制造和销售团队，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。

2015 年 11 月，惠而浦中国总部及全球研发中心落户合肥开工建设，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。

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。

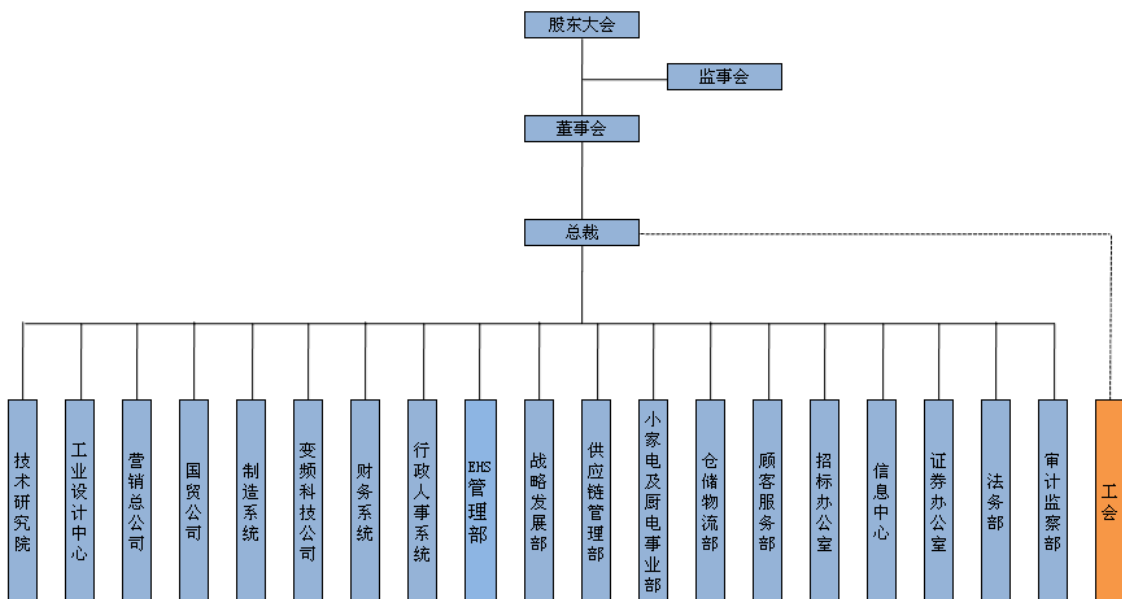


## Strategy And Management

### 战略与管理

2016年，国内经济处于经济结构调整的转型期，由以往的高速增长进入中高速增长的新常态。面对家电市场整体需求不足的压力，公司紧紧围绕“推变革、强执行、创活力、促增长”的经营方针，各系统各部门团结协作、积极应对、主动出击，把创新作为突破口，重视研发投入，产品结构持续优化，产业转型升级健康发展，通过内部组织、流程改革，进一步提升了运营质量、运营效率，2016年公司销售收入稳步增长。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

2016 年是中国经济深度调整的一年 经济下行的趋势没有得到根本的改变。公司在 2016 年继续加强打造产品领导力、品牌领导力，与全球技术平台在数十个大型项目开发上展开合作，Radiant、Mars 成功投放市场，获得不俗反响，产品企划与市场的贴合度有很大提高，同时按照四大品牌定位制定了差异化的实施战略，明确了惠而浦品牌的主攻方向；WPS 稳步推进，精益制造水平有较大提高，克服了销售瓶颈期对产量的影响；此外，公司积极与全球财务接轨，收入确认及费用控制的流程日益完善，财务计划的准确性逐步提升；P4G 团队超额完成 2016 的目标，对原材料大幅涨价体现了很好的控制能力；同时公司稳妥推进“深化内部改革”，精简机构、精简层级、精简流程、精简冗员，人才管理系统初步建立，KPI 考核体系逐步完善；备受瞩目的新工业园项目稳步推进，当前所有建筑全部封顶；此外公司于年底顺利完成了对广东惠而浦的收购，这将有利于公司微波炉业务的整合和扩张，进一步集中惠而浦集团在华业务。

2017 年，公司将紧紧围绕年度目标，坚持“结果 执行 人才 合规”的年度经营方针，持续稳中求进，坚持以结果为导向，提高组织效率，以创新驱动发展，不拘一格选拔“想干事、能干事、干成事”的人才。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**

2016 年，国内经济处于经济结构调整的转型期，由以往的高速增长进入中高速增长“新常态”。面对家电市场整体需求不足的压力，公司紧紧围绕“推变

革、强执行、创活力、促增长"的经营方针，各系统各部门团结协作、积极应对、主动出击，把创新作为突破口，重视研发投入，产品结构持续优化，产业转型升级健康发展，通过内部组织、流程改革，进一步提升了运营质量、运营效率，2016年公司销售收入稳步增长。

产品领导力：Radiant、Mars 成功投放市场，获得不俗反响，产品企划与市场的贴合度有很大提高；与全球技术平台在数十个大型项目（Gflex、Jupiter）开发上展开合作。

品牌领导力：按照四大品牌定位制定了差异化的实施战略，明确了惠而浦品牌的主攻方向。

卓越运营：WPS 稳步推进，精益制造水平有较大提高，克服了销售瓶颈期对产量的影响；智能工厂建设稳步推进，提升制造过程的质量管控能力；试点应用 TPM、试点应用看板拉动与标准化配送、全面应用各项工具、实施精益人才发展规划、深入应用连续流与标准化作业；与全球财务接轨稳步推进、收入确认及费用控制的流程日益完善、现金流管理卓越、财务计划的准确性逐步提升；运营效率、价格管控能力进一步提升。

卓越人才：稳妥推进“深化内部改革”，精简机构、精简层级、精简流程、精简冗员，全面内部竞聘，人才管理系统初步建立。基础培训工作出色，KPI 考核体系逐步完善。

惠而浦中国总部及全球研发中心持续建设，EHS 制度建设与全球接轨、安全事故得到有效的控制，环境、职业健康管理有序。

#### **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。公司 2016 年度扣除同一控制下企业合并前的净利润后实现净利润 257,524,423.61 元，按母公司净利润 10%提取法定盈余公积 24,784,770.21 元后，向全体股东每 10 股派发现金股利 1.05 元（含税），共计派发现金股利 80,476,095.00 元。剩余 152,263,558.40 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。该议案尚需公司 2016 年度股东大会审议通过。

报告期内，公司现金分红政策的制定及执行符合中国证监会《上市公司监管指引第 3 号——上市公司现金分红》、《公司章程》的有关规定，公司本次利润分配预案中现金分红比例符合《上海证券交易所上市公司现金分红指引》中关于“上市公司拟分配的现金红利总额与当年归属于上市公司股东的净利润之比不低于 30%”的有关规定。

## 五、规范公司管理

随着公司多品牌、多品类战略的不断推进，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。

2016 年度，公司全面修订了《董事会议事规则》《监事会议事规则》《股东大会议事规则》《股东大会授权董事会权限的规定》《独立董事工作制度》《审计委员会实施细则》《信息披露制度》《董事会秘书工作规定》等，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。

2016年,公司累计召开了3次股东大会,7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、2016年度,公司召开7次董事会、3次股东大会,共发布4份正式公告及42份临时公告。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，召开了一次投资者业绩说明会，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。

2016 年，公司共接待机构投资者、行业分析师等近 60 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 1 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，公司惠而浦、三洋、帝度、荣事达四大品牌的使用与布局情况，顺德公司的收购及运营等问题，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。

惠而浦（中国）股份有限公司成立后，在合肥建立全球研发中心，将惠而浦（中国）这一创新平台，全面融入惠而浦的全球创新体系，积极推进自主研发。2016 年，公司继续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。惠而浦（中国）自主研发项目“智能式洗衣机关键技术的研发及产业化”荣膺“合肥市科技进步奖”一等奖。该项目研发应用了多项行业核心技术，如三维加速度传感、变频控制、智能烘干、物联网（云计算）、自动添加以及空气洗等创新技术等，并实现产业化。以上关键技术的突破，大大提高了洗衣机的洗涤性能，符合节水、节电、低噪等节能减排要求。此外，变频控制、故障自诊断和物联网（云计算）的应用也使得洗衣机更加智能化、网络化。

2016 年，惠而浦（中国）公司发布重大创新成果——惠而浦第 6 感智能洗衣机——光芒洗衣机。该洗衣机拥有惠而浦独创的第 6 感智能洗衣技术，是汇聚了全球智慧的“中国制造”落地产品，它集合美国电子显示技术、欧洲烘干技术、日本安全可靠技术、印度检测技术和中国本土变频技术于一身，在中国家电

之都合肥制造研发而成，旨在践行“让世界技术为中国制造添砖加瓦”和“让中国人足不出户即用上世界顶尖家电”的目标，堪称“中国制造”在家电领域的巅峰之作。光芒还荣获了一年一度得 iF 设计大奖(iF Design Award 2016)。



公司国家级技术研究院 2016 年度公司自主研发项目大小达 100 余项，涉及品类包括洗衣机、冰箱、微波炉、空气净化器、洁身器等，其中代表 Radiant 滚筒洗衣机、K-touch 波轮洗衣机、Mars 冰箱等项目的研发成功上市为公司带来良好的经济和社会效益。公司自主研发的“智能式洗衣机关键技术的研发及产业化”项目获得安徽省科技进步二等奖、合肥市科技进步一等奖殊荣。截止目前公司拥有各项专利 760 余项，其中发明专利 70 余项，14~16 连续三年获得安徽省专利百强企业称号；主持、参与二十多项国家、行业标准的制定、修订，产品，赢得了消费者的一致认可。

## 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。报告期内，公司缴纳各项税费 2.97 亿元，2016 年实现每股社会贡献值 1.41 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），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。

#### 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。2016 年，公司持续加大社会公益慈善事业投入，连续九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，独家冠名赞助安徽百公里毅行活动，同《书法报》一起，赞助书法海选活动，选拔优

秀书法人才，弘扬优秀传统文化。彰显公司勇于承担社会责任，打造有品位的企业文化。



公司还积极参与合肥市高新区“百企帮百村”活动，由公司领导亲自率队到结对帮扶单位霍邱县众兴集镇推进精准扶贫结对帮扶工作，公司领导对帮扶点敬

老院开展实地走访调查，与众兴集镇唐老庄村两委和贫困户进行座谈，并为众兴集镇敬老院、唐老庄村捐赠了家电产品、床上用品及儿童学习用具等。



去年6月底，安徽省遭受强暴雨袭击，降雨持续时间长、强度高、威力大，部分城市降雨量超历史极值，受到不同程度的重创。灾情就是命令，时间就是生命。暴雨肆虐，道路阻断，庄稼淹没，民房侵蚀，群众生产停顿，生活受到极大影响。为帮助此次受灾最严重的皖南地区群众尽早度过难关，惠而浦（中国）股份有限公司迅速行动，督促皖南分公司积极联系芜湖、宣城、安庆等地民政部门，了解各地灾情及物资需求等情况，并迅速采购生活必需品，奔赴灾区。





在此次暴雨灾害中受灾的安徽省枞阳县的少年吴卫一家还得到了惠而浦(中国)的特别帮助。大水淹没了他们的家园,却没有淹没高中毕业生吴卫的大学梦。8月4日,公司在得知这个家庭的遭遇之后,迅速行动起来,与吴卫一家取得联系,邀请他们前来公司参观,向他们赠送了助学金和一台惠而浦洗衣机、电饭煲。

公司还积极开展其它各类捐资助困、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

惠而浦坚持国际化发展与履行社会责任相结合。自2014年重组以来,在实现销售收入稳定增长的同时,通过直接新增就业岗位、开展校企合作吸纳高校毕业生、强化职工技能培训等多种形式积极履行社会责任,职工人数较重组前增长

近 1000 人，为经济社会稳步发展作贡献。

#### **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。

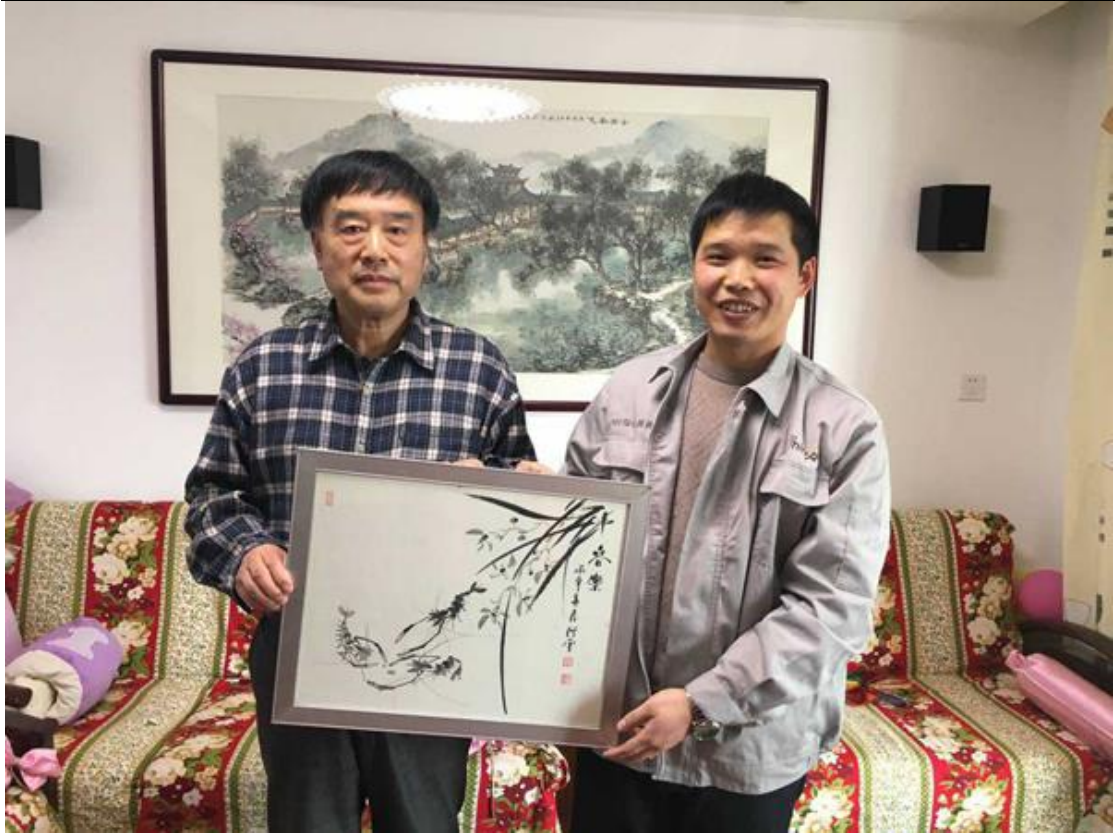
#### **五、服务客户，实现双赢**

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的产品知识、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。

为充分践行金友华董事长对顾客服务“快速反应、热情服务、技术过硬”的指示，提高服务响应速度，提高安装服务和维修服务的及时性，顾客服务部于 2016 年 9 月 10 日—12 月 31 日在全国推进“服务大提速”专项活动。旨在通过服务大提速，带动“岗位大练兵、业务大比武”，夯基固本强意识。切实提高服务速度和质量，不断提升服务满意度，积极创建具有惠而浦（中国）360 贴心服务特色的服务品牌，从根本上解决目前服务上的“痛点”、“堵点”和“难点”问题。



公司售后人员除夕当天上门维修洗衣机感动顾客

## 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

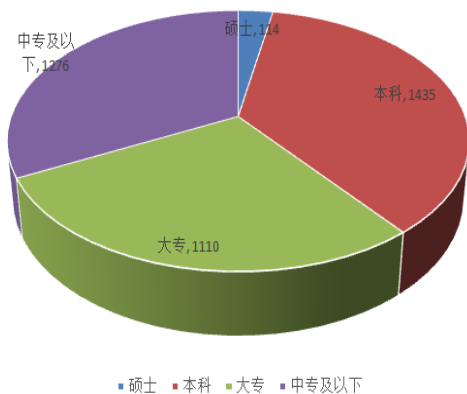
### 员工成长

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。

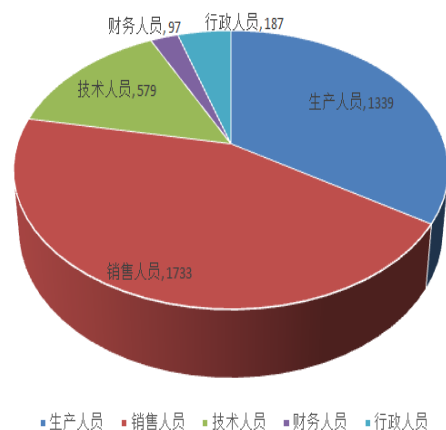
#### 一、员工总数及构成

截至 2016 年 12 月 31 日，公司在职员工总数为 3975 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

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，借助惠而浦大学（泛亚分校）平台，结合美国惠而浦大学总校的先进教学体系、全球化教学模式和成熟的教材系列，共享总校的教学资源，逐步建立了完善的课程体系和讲师团队，逐步建立了完善的课程体系和讲师团队，为泛亚地区惠而浦公司及其合作伙伴的员工提供了领导力、核心技术、Harvard 商务英语、合规培训、综合业务知识等覆盖从战略到个人技能各类培训。惠而浦大学运用全球化思维，战略性地建立自己的品牌，有效地促进惠而浦（中国）公司的企业文化和员工价值观建设。

2016 年度，公司在人才培养方面，利用“在惠而浦做领导（Leading People@Whirlpool）”项目培训中公司储备干部在领导力方面得到很大的提升，在部门工作和岗位竞聘上表现优异，成为公司发展的新力军；在技术类培训项目中，继续延续自惠而浦（中国）公司以来就开展的绿带、黑带、安全性设计、可靠性设计、精益生产研发、失效模式影响力分析等惠而浦经典技术类培训课程，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；为进一步满足公司快速发展的需要，建立健全公司人才储备机制，着重培养一批综合能力扎实、业务素质过硬、攻坚能力卓越的新型营销人才，9 月公司启动首期“奔腾计划”，通过层层测试，最终精选出 9 名优秀学员分派至各分公司实习锻炼；ECB（卓越胜任力构建计划）中，启动面向生产一线的生产基层管理人员胜任力提升计划（ECB：Excellent Competence Building Camp），通过开发生产管理团队中优秀人才的技能和经验，实现企业中人才的持续循环储备，全面提高基层人员生产管理和人员管理的能力。

通过各类培训，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。2016 年度，参加过惠而浦大学组织培训的各类员工约 2300 人次，培训课时累计达 22000 小时。



价值观与领导力培训

### **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。

### **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。

2016 年，在中国传统佳节—春节临近之际，为了促进公司外籍员工对中国传统文化及传统节日的了解，促进与惠而浦公司的整合，2 月 1 日，惠而浦大学

(泛亚分校)为驻肥外籍员工及其家属举行了"中国文化体验日"活动。通过案例分析、角色扮演、互动游戏等方式给多名外籍员工及其家属上了一堂生动的中国文化课,让他们了解了中国文化、价值观、尊重、信任和担当的内涵,中国速度和效率由何而来、为何成功,同时为他们介绍了春节等重要中国节日。

1月13日,惠而浦中国公司凭借2015年优秀的用人表现,以及网络投票环节的超高人气,最终在安徽数千企业中脱颖而出,荣获“2015安徽企业最佳雇主”荣誉称号。

6月3日,惠而浦(中国)公司2016年度职工代表大会召开,会议审议通过了《新增29名职工代表》、《关于我司执行非标准工作时间的报告》、《入职指导手册》、《管理人员廉洁从业承诺书》等六项决议。

会上,人力资源部就公司执行非标准工作时间的有关情况以及入职指导手册作了报告。根据各类岗位工作特点、人员结构、以及淡旺季等特点,公司对中高层管理人员、营销、技术人员等采取不定时工作制,生产岗位员工采取综合计算工时制。法务部对惠而浦(中国)公司廉洁从业承诺书、营销人员行为准则进行了解读。各职工代表就《关于我司执行非标准工作时间的报告》等内容进行了认真审议,通过讨论和会议举手表决,大会一致通过了上述报告和议案。

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。11月6日,公司第六届宿舍文化节各项活动在5个宿舍区圆满落幕。本次活动由工会和综合保障部共同主办,以“和谐宿舍 一路相伴 平安你我 共享未来”为主题。文化节期间开展了一系列文体活动,丰富多彩的活动共吸引了各宿舍区近600名员工积极参与。住宿员工认为,文化节活动对丰富员工业余生活,倡导和谐共处、团结友爱的室友关系,营造温馨、健康、活泼、文明的宿舍

氛围，都具有积极的影响。



2016年，惠而浦（中国）股份有限公司荣获“安徽省劳动竞赛先进集体称号”，公司员工芮勇义荣获“省五一劳动奖章”。公司员工张江华、蔡圣林获得合肥市“五一劳动奖章”。同时，由公司员工蔡圣林牵头完成的“8.5kg 高效节能超薄滚筒洗干一体机”项目荣获第四届职工技术创新成果一等奖。



## 七、安全保护

2016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。

2016年公司对外实行“来访者/承包商安全管理制度”，要求来访者佩戴惠而浦（中国）统一规范的个人安全防护用品，入厂前进行安全告知培训，保证了相关方人员和来访者的安全；对内继续强化推进危险作业及LOTO执行程序，降低危险作业的高风险和有效控制危险能源、物料意外释放，保障员工人身安全；为保障化学品及危险场所的安全管控，公司增购安全检测仪器、安全预警防护设施等；同时定期组织进行各类安全检查、风险评估审核共计25次，全年共排查隐患879处，隐患整改率达到99%以上，有效地消除了安全隐患、减少安全伤害事故的发生。公司按期对消防器材和应急救援装备进行全面的维护保养，2016年新增、维修保养1250余件消防器材、应急救援装备，始终保证了上述设施设备处于完好有效状态。在安全教育方面对新入职员工、实习员工、在岗人员、管理人员共进行了60余场次的安全、环境、消防、职业健康、应急救援等EHS培训，累计受训人员2100余人次。2016年公司未发生重伤及以上安全伤害事故。

## Environmental Responsibility

### 环境责任

公司在惠而浦价值观指引下，结合美国惠而浦总部的环保管理要求和理念，根据国家环保法律法规要求，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

2016，公司继续加强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 EHS 管理部，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。

公司严格执行国家各项环保法律法规，落实环境影响评价、环保“三同时”、总量控制、排污申报、排污许可等各项环境管理制度。公司每季度向高新区环保分局进行排污申报，上报各项污染物产生、处理、排放信息。每年委托外部具备资质的监测单位对各园区的废水、废气、厂界噪声等污染物进行全面监测，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，各园区全年的 COD、氨氮总量排放也符合排污许可要求。此外，公司加强危险废物识别、收集、包装、贮存等各环节的管控，并同合肥市吴山固体废物处置有限责任公司签订合同委托其收运处置各

类危险废物。

公司通过每年的技改项目不断引入先进生产工艺、选用环保型材料、减少能源资源消耗，持续不断的提高清洁生产水平。2016年，公司电机生产工序通过选用水性漆等环保材料以减少 VOC 的产生和排放。在合肥市省控重点企业环境信用评价工作中，公司被评为环保诚信企业，成为合肥市第一批绿榜企业。

多年来，公司始终秉持环保理念来开发研制新产品、开展生产经营活动，承担社会责任，力求为民众、为社会多作贡献，并不断获得社会、政府认可。

## 二、节约资源

2016年公司继续优化管理基础，提高企业运营效率，不断挖掘设备潜力，提高生产效率。2016年我公司全年能源使用量 8135 吨标煤，超额完成合肥市经信委签订的《2016年节能目标责任书》中规定的目标任务。全年共计节约 714 吨标煤。

合欢路工厂 1 号和 2 号厂房的屋顶开展光伏系统发电项目，2016 年 1-12 月累计发电上网电量为 242.68 万 kWh，为我公司节约电费约 18 万。以光伏电站 25 年累计发电量约为:7070 万 kWh，考虑到每年组件 2% 衰减，共计可节约标准煤 5777.67 吨、减少 CO<sub>2</sub> 约 8666.50t、减少烟尘约 3928.81t、减少 SO<sub>2</sub> 约 433.33t、减少氮氧化物约 216.66t；公司光伏系统将带来具有巨大的社会环境效益。

2015 年-2016 年间，公司各工厂陆续将部分厂房卤素照明灯更换成 LED 节能灯；仅总装生产线就节约用电量 50% 左右。

## 三、高新技术的使用

家电行业发展方向为“健康、节能、环保、智能化”，2016 年公司多项核心

新技术的成功研发与应用,促进了行业的转型升级,同时更加注重对环境的保护。

家电的变频化是目前家电技术升级的核心之一,相较于普通定频洗衣机,变频洗衣机平均节电 27%以上,降噪 3 dB 以上。公司借助惠而浦全球研发平台,汇聚全球智慧共同开发 Radiant 系列洗衣机等智能家电项目,该系列洗衣机平均节电 40%。公司自主研发的“速溶洗”技术,在洗净效果一致的情况下,可节省洗涤剂用量 25%以上;3d 传感器技术,可以降噪 3 dB 以上,脱水用电量节约 19%;ADS 自动投放技术,根据衣物质量和脏污程度精准投放洗涤剂,洗涤剂用量平均可以节约 10%。

公司持续推进惠而浦冰箱与恩布拉科压缩机战略合作,惠而浦全线变频产品均采用恩布拉科变频压缩机,并推出压缩机十年质保承诺,确保冰箱产品节能高效、稳定可靠。从 2016 年开始,作为国内首家采用纯 LBA 发泡剂的公司,积极推进最新型环保发泡剂 LBA 的实际运用,使用新技术的产品将具备更佳的保温效果,进一步提升冰箱的能效水平。LBA 作为最新一代的环保发泡剂,对环境更加友好,实现更好的社会效益。



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	金友华董事长获得“2015年安徽省优秀企业家”	安徽省企业(家)联合会等
2	2015 安徽企业最佳雇主	安徽省人力资源和社会保障厅
3	安徽省家电业“出口十强”	安徽省信息家电行业协会
4	“合肥市科技进步奖”一等奖	合肥市人民政府
5	2015 合肥十大影响力企业	市委宣传部
6	张江华、蔡圣林获市“五一劳动奖章”	合肥市人民政府
7	芮勇义获省“五一劳动奖章”	安徽省总工会
8	惠而浦：最具竞争力外资家电品牌 三洋帝度：最具创新力家电品牌	中国家用电器研究院
9	省知识产权贯标试点优秀单位	安徽省知识产权局
10	杨光获中国家电“匠星人物”称号	中国家电协会



## Prospect 2017

### 展望 2017

#### 2017 年，公司将重点围绕以下项目开展工作：

2017 年公司将继续贯彻惠而浦全球战略“产品领导力、品牌领导力、卓越运营、卓越员工”，在国内市场实现多品牌多品类的规模化发展，并依托惠而浦全球资源，加速国际化发展步伐，做好以下工作：

1、2017 年，公司将按照“结果、执行、人才、合规”的年度经营方针，持续稳中求进，提升组织效率，选拔优秀人才，以创新驱动发展，力争实现 2017 年度目标。

2、围绕产品、品牌、运营、人才，提升战略定力。

3、依托全球的资源创新核心与差异化的技术，始终把产品及核心零部件技术领先作为创新的重点，做家电行业的技术的领航者。

4、将 2017 年定为“惠而浦品牌年”，坚持不懈把惠而浦品牌做大做强。

5、坚定推动价值链上的精益管理，持续改善营运资本，坚持效率驱动。

6、力争冰箱打破瓶颈，厨房电器、生活电器快速发展。

7、充分利用惠而浦全球资源，加速国内产品国际化及国际产品国内化的步伐，提高核心零部件为惠而浦全球服务的能力，加速国际化进程。

8、进行组织与机制的创新，打造高效率的组织。

9、创新人才发展机制：以结果为导向，不拘一格选拔“想干事、能干事、干成事”的人才。

**惠而浦(中国)股份有限公司董事会**

**二〇一七年四月十九日**