

惠而浦（中国）股份有限公司

2017 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。

二〇一八年四月

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	11
5、社会责任	14
6、员工成长	18
7、环境责任	23
8、社会评价	26
9、展望 2018	27

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：2017年1月1日至2017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：公司第十份社会责任报告，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¹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，在世界各地拥有总计 70 家生产基地、研发中心和设计中心。

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

¹ 生活电器中绝大多数为微波炉。

Whirlpool 惠而浦

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。

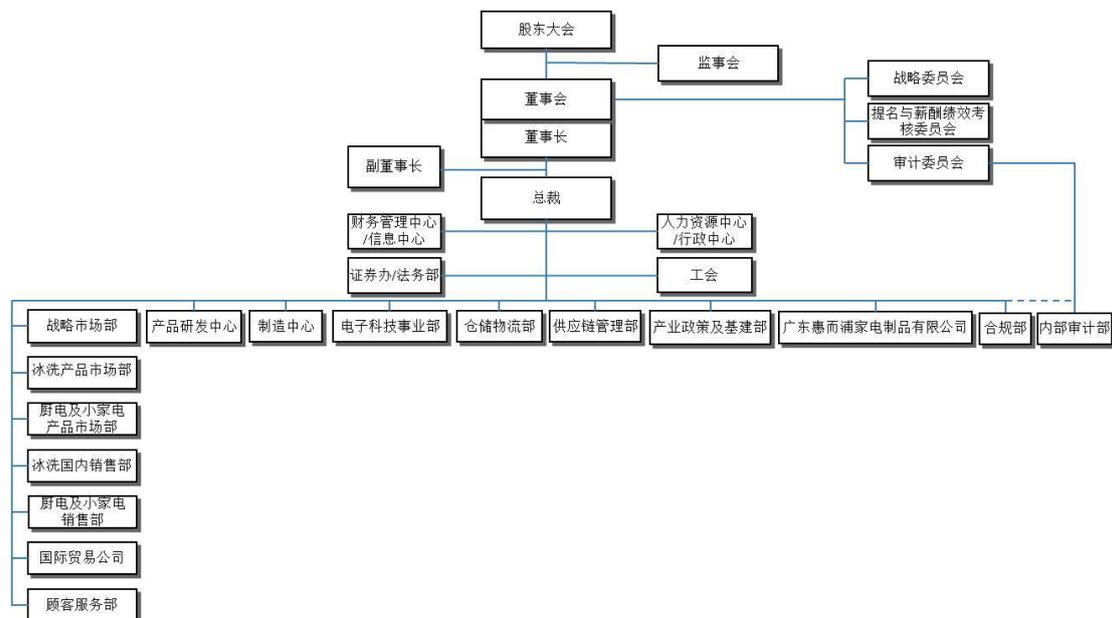
惠而浦（中国）股份有限公司在具有本土管理文化基础上，充分借鉴和吸收惠而浦的企业文化，承继惠而浦价值观指引下的创新和诚信传统，面向全球，变革创新，积极为做大做强中国家电业，为合肥成为世界级家电产业基地贡献力量，为全球消费者享受先进科技带来的高品质生活而不懈努力。



惠而浦中国总部及全球研发中心效果图

2017 年对于惠而浦中国公司来说，是不平凡的一年，公司经历了大宗原材料价格上涨、市场竞争加剧、会计差错事件等一系列挑战，却一直没有停下前行的步伐：顺利导入全球新产品平台，全面推动智能工厂投产，完成组织架构调整和人员优化。

一、组织架构



二、发展战略

2017 年，公司紧紧围绕年度目标，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”的人才战略；坚持线上线下同步发展的渠道战略；坚持四大品牌差异化发展的品牌战略。

三、管理创新与经营业绩

2017 年的中国家电行业围绕着产业转型、消费升级，持续向前发展。惠而浦充分发挥自身百年创新优势，在中国建设工业 4.0 智能工厂，引进全球创新平台与产品，持续提升品牌领导力、产品领导力。

产品领导力：惠而浦中国总部及全球研发中心持续建设，工业 4.0 智能工厂正式投产。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。针对中国家电市场的消费升级，惠而浦品牌主打智能、品位，三洋帝度品牌主打健康家电，荣事达品牌主打品质家电、性价比产品，为消费者的个性化需求服务。

卓越运营：针对年初自查发现的会计差错问题，公司在查明问题的基础上，采取整改措施，包括对涉及不当行为的人员采取人事处分，强化与销售折扣和收入确认相关的政策和流程的执行力度，提升管理和监控的有效性，确保良好的企业内控环境。公司在今后的工作中，将进一步建立健全内部控制制度，加强对相关业务、财务及管理人員的培训。

卓越人才：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。提高企业运营效率、提高员工工作积极性、提升产品和品牌竞争力，创造更好的效益、更多的机遇，让所有员工拥有更好的发展平台。

四、合理回报股东

公司 2017 年度实现净利润-96,975,651.32 元。公司拟决定进行 2017 年度利润分配：以 2017 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。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 2017 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。

报告期内,在公司会计差错的问题上,董事会及管理层深刻反思在信息披露、会计处理、内控制度、募集资金使用等方面存在的问题和不足,切实加强内控制度的建设执行、规范提升财务核算水平,杜绝此类事件再次发生。公司相关人员将以此为戒,认真学习上市公司法律法规和规范性文件,加强募集资金管理和使用,严格按照企业会计准则规范财务核算工作,依法合规履行信息披露义务。

公司管理层全面加强了内部监督机制,全面梳理了销售相关内部控制领域的重大问题,并及时对相关领域内部控制体系进行内部讨论及重构,在下半年度加

强对其执行有效性的监督检查，收到了不错的效果。同时，公司进一步规范财务核算，严格执行企业会计准则的规定，确保财务报表能够公允反映公司经营成果和财务状况。并采取更加切实有效的实施、跟踪、监控，到边到底，落实到流程执行和责任人，杜绝内控盲点和整改不到位情况。积极推动建立集体决策、个人负责并确保责任追究机制，并充分有效地发挥独立董事、监事和内审部门的作用，强化内部审计与监督，建立健全绩效考评管理反舞弊工作管理机制，确保公司各部门严格按照公司制定的规章制度办事，不断提高公司管理水平及规范运作水平。

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、2017 年度，公司全体董事勤勉尽责、恪尽职守、高效决策，共召开 11 次董事会、3 次股东大会，共发布正式及临时公告 57 份。董事会完成了总裁、董事长及部分董事和高级管理人员的选举及聘任，审查了候选独立董事资格，补选了董事会专门委员会委员。

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。此外，报告期内公司严格依照监管要求及

时修订了《公司内幕信息知情人登记管理制度》规定，加强内幕信息保密管理和内幕信息知情人登记报备工作，公司制定了《内幕信息知情人登记管理制度》，报告期内，公司严格按照该制度的规定，防止泄露内部信息，保证了信息披露的公平。

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，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。

2017 年，公司共接待机构投资者、行业分析师等近 30 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惠而浦、三洋、帝度、荣事达四大品牌的使用与布局情况，会计差错事件等问题，充分保障了投资者的话语权、知情权。

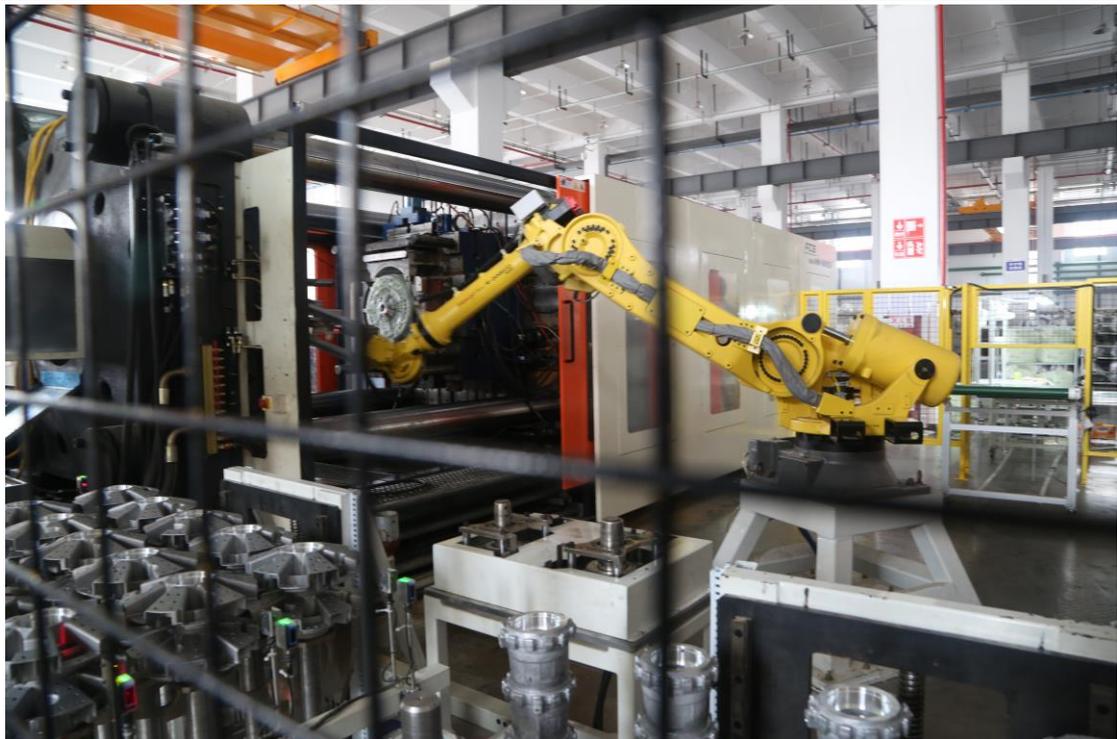
Independent Innovation

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。2017 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。

2017 年 11 月，惠而浦合肥智能工厂落成投产，这个工业 4.0 的智能工厂是由国际顶级咨询公司美国波士顿和中国顶级工业设计院联合设计，运用了智能机器人、增材制造、现实增强技术、模拟技术、水平和垂直系统整合、工业物联



网、网络安全、大数据分析等核心技术，将生产装配、供应链、仓储物流整合成一个系统，实现生产、计划、物流、销售、用户的完整统一，从零部件入厂、存储、搬运到组装，实现过程可追溯，融合了整个品质管理过程，大大提升系统效率。

智能工厂不仅为公司的进一步发展搭建了平台，也将为中国制造 2025 贡献力量，同时它还为合肥的主导产业链向高端延伸创造了契机，促使合肥积极参与国际竞争与合作，增强合肥企业国际化经营能力，进而打造世界级产业基地，让合肥这个家电城不仅仅是一个产品制造中心，更可以成为研发中心、创造中心，对提升城市形象和内在品质都大有裨益。

创新是企业进步的灵魂和发展的动力，惠而浦百年来始终重视创新的发展与应用，作为惠而浦全球的重要部分惠而浦中国公司始终积极与全球开展各类创新合作项目，学习先进的创新制度、方法、技术。

在制度方面，公司从惠而浦全球引入了 C2C 产品研发流程，这是一个以消费者为本、同时注重研发质量和效率的流程。对消费者来说，产品研发创意和方向以消费者需求为导向，最终的产品和解决方案也将更贴合消费者的需要；对企业来说，C2C 不仅仅是个高效的研发流程，也是一个能够推动产品创新，能够满足消费者需求的流程。



在方法方面，公司一直在探索 Triz、CAE、DOE 等先进的方法或工具在产品研发过程中的应用，同时在惠而浦全球的帮助下大力推广 6 sigma。

在技术和产品方面，公司始终鼓励员工将各种创新方法应用到实际工作中，积极引入惠而浦全球的先进技术和新产品项目，并引入惠而浦全球的技术专家参与研发活动，提高研发能力。

根据这些制度、方法、技术，公司顺利导入惠而浦全球产品平台，并在 2018 年初推向市场。其中，冻龄冰箱是国内第一款采用纯 HFO 发泡体系的冰箱，HFO 发泡体系比目前的环戊烷发泡体系泡层致密、尺寸稳定性好、孔径更小，泡沫的

导热系数相比行业同类产品低 10%，冰箱运行更加节能，耗电量更低。另外，新型 HFO 发泡剂可以减少 99.9%的碳排放，更加环保。同时这也是一款被媒体解读为专为女性定制的冰箱，冰箱设立了专门的护肤品、保养品保存空间，这个空间同冰箱内部其它区域相对隔离，保证了护肤品享受独有的温度和湿度，确保不变质。

与此同时推出的新睿洗衣机通过智氧清新功能，释放智氧气体，有效祛除异味、杀灭衣物中的细菌。也就是说，它不仅可以洗衣物，还可以洗手机、洗包包、洗毛绒玩具，洗很多或高档、或不能水洗，而又需要除菌祛味的物品。惠而浦通过这一功能的定制，为消费者打造的，不仅是健康生活，更是品位生活。



今后，惠而浦中国公司将继续发挥自身优势，探索技术创新和产品创新，更多地应用低碳环保技术方案，推动行业的技术升级，同时积极为绿水青山贡献力量。

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 3.52 亿元，2017 年实现每股社会贡献值 1.21（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。2017年，公司持续加大社会公益慈善事业投入，连续十年冠名赞助合肥市普通话大赛，连续两届独家冠名赞助安徽百公里毅行活动。彰显公司勇于承担社会责任，打造有品位的企业文化。



同时公司利用惠而浦爱心基金会的平台，在2017年积极救助身患白血病的同事冯和光，通过员工捐款、企业救助、众筹捐款共募集超过50万元。公司主动承担社会责任，既帮助了他人，又使员工自身的价值在奉献中得以提升，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。

公司遵循市场经济规律，注重持续有效地发展；提供公正，公平，公开的合作环境，维护供应商利益和合作关系。

在材料市场总体趋势上涨，价格水平处于高位的情况下。公司同战略供应商深入开展组件供货，模组供货的模式。借鉴供应商的整合能力，提升了在离合器和烘干系统等部件上组件供货的比例，有效地实现相互支持，成果共享。针对部件供货资源紧张的情况，公司积极主动出击，利用惠而浦全球的优势，同本地供应商加强信息交流，拓展了本地供应商的上游供应渠道。质量控制上，

对所有供应商都推行了全球 GSQA 审核体系，签订 RML 有害物质控制协议，有效改善产品质量，工作环境，提升了零部件竞争力。

同供应商的合作中，公司秉承廉洁诚信，互惠互利的合作原则。制定和优化工作流程，规范公司合同，向供应商传递廉洁、清明的工作文化。同供应商签订了《保密协议》、《廉政协议》等文件，来约束双方合作中的行为，一旦发现合作中的违纪、违法事件，公司将对相关方进行严格、严肃地处理。面向全社会，提供了全球，北亚和中国区的监督电话，投诉邮箱等，监督合作中的各个敏感环节，保障了合作方的有效权益。

经过有效工作，公司同一大批供应商建立起了合作共赢的战略伙伴关系。稳定深入地发展促成同供应商之间的关系更加紧密，有效。以良好的合作关系为基础，孕育出了“质量可靠，技术更优，能效更低”的新产品和新工艺。

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。

Employees To Grow

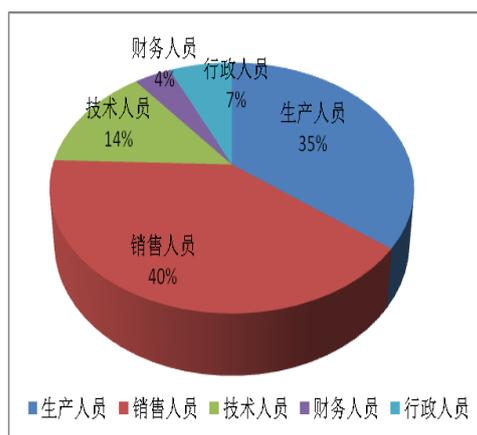
员工成长

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。

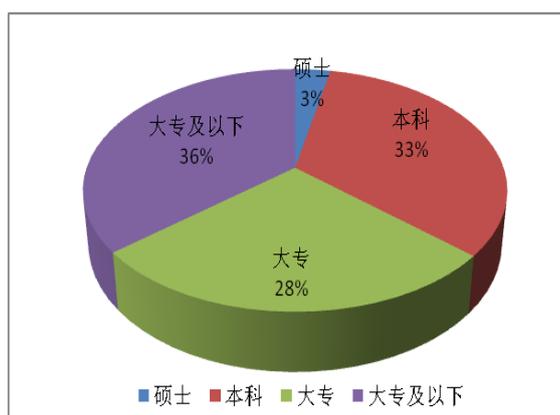
一、员工总数及构成

截至 2017 年 12 月 31 日，公司在职工总数为 2792 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。2017 年公司培训工作继续以惠而浦大学（泛亚分校）为载体，持续推与同美国惠而浦公司资源、业务、文化的全面融合。同时立足内部优秀资源，紧抓核心群体培养，打造内外精品训练营，开展了“阳光计划 1 期和 2 期”、“商务英语”、“OpEx Championship”、“WPD”等相关专项活动，并建立了包括营销、专业技能、领导力等内容的 2.0 版课程体系，逐渐搭建更加完善的培训体系。

2017 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。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。

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、保障劳动者权益

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、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。

七、安全保护

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。

公司成立 EHS 管理委员会，法人代表、总裁亲自担任主任，各分管副总任副主任，各部门领导担任成员的安全、健康、环保的管理体系，从组织上保障了 EHS 政策的上传下达及各类决策的有效执行。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；

为保障消防设施的有效运行，公司按照相关消防法律法规要求，对消防喷淋系统进行点检维护，建立消防控制室 24 小时值班制度，确保事故发生时做到及时处置报警。对易燃易爆场所，安装相关报警装置及灭火装置。对于硫酸等易制毒化学品设立专门的库房，实行双人、双锁等严格管理措施。为把隐患消除在萌芽状态，公司定期组织各类安全检查及专项检查，全年实施各类检查 20 余次，配合上级主管部门等外部检查 10 余次，排查隐患近千项，整改率达 99% 以上。针对员工流动性大的特点，公司在 2017 年重点对基层员工进行安全教育与培训，增强员工的安全意识，做到“不伤害自己，不伤害他人，不被他人伤害”。同时公司为预防职业病的发生，对存在职业病危害岗位的员工开展岗前、岗中、岗后的体检，做到早发现、早预防、早诊治。同时进行 PPE 知识的宣贯，教育员工积极主动佩戴 PPE，积极主动保护自己。2017 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

2017，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。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

2017 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。2017 年我公司全年能源使用量 7691.79 吨标煤,超额完成经信委规定的目标任务,比上一年节约 443.84 吨标煤。

合欢路园区 1 号和 2 号厂房的屋顶开展光伏系统发电项目,截止 2017 年底,三年累计发电上网电量为 708.17 万 kWh,为我公司节约电费约 53 万。共计节约标准煤 870.34 吨、减少 CO₂ 排放约 2341 吨,司光伏系统将带来具有巨大的社会环境效益。

2017 年,公司新建滚筒和程控器工厂,所有的照明均选用 LED 灯,节约用电量 50%以上;采购 1600T 伺服注塑机,比变量泵注塑机节能 30%以上;各工厂加大跑冒滴漏的及时解决,向管理要效益,节约能耗 5%以上。

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”,2017 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。



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	杨光获中国家电“匠星人物”称号	中国家电协会
2	2012~2017 中国家电服务业金鼎奖 优秀企业奖	中国家用电器服务维修协会
3	惠而浦——智能引领品牌	中国家电协会
4	帝度——健康科技引领品牌	中国家电协会
5	智能家电信息交互系统入选首批“服务型制造示范项目”	工业和信息化部
6	2017 年度“消费者点赞杰出品牌奖”	国家工商总局消费者权益保护局、中国消费者协会
7	光芒 Touch 洗衣机斩获 2017 中国设计红星奖	中国工业设计协会、北京工业设计促进中心、国务院发展研究中心《新经济导刊》杂志社
8	公司通过两化融合管理体系评定	中国两化融合服务联盟
9	惠而浦 GCD China 荣获“国家级工业设计中心”称号	工业和信息化部
10	斜滚筒洗衣机 Lightweight Washer 和微波炉 Venus 获得 iF 设计奖	汉诺威工业设计论坛

Prospect 2018

展望 2018

2018 年，公司将重点围绕以下项目开展工作：

一、员工发展与文化建设：在文化建设方面，客户至上、追求极致的观念应当植根于全体员工的内心，在工作中倡导追求最完美的解决方案；在员工发展方面，公司将继续推动惠而浦大学作为员工培养的阵地，同时根据市场、能力进行薪酬福利的匹配，吸引人才、留住人才，让公司成为员工最喜爱的公司。

二、品牌定位与发展策略：明确四大品牌的定位，对存在的品牌风险和品牌切换事宜作预判并制定解决方案，明确品牌的发展方向。

三、厨电业务增长策略：当前中国厨电市场孕育着巨大的发展机会，公司需要借助惠而浦全球技术、资源的支持，布局厨电市场，实现这一业务的增长。

四、冰箱业务发展策略：当前公司 200 万的冰箱产能的只有部分得到了利用，产能无法释放、盈利能力弱是摆在冰箱业务发展面前的问题，除了发展高端产品，还需要寻找一条激烈市场竞争环境下的发展路径。

五、洗衣机产品结构优化和利润提升：当前洗衣机的发展有先进的智能工厂、有力的研发队伍作为支撑，2018 年，产品部门和销售部门需要共同探讨如何在产品结构上实现优化，这将直接影响公司 2018 年的利润水平。

六、卓越运营：这是公司当前首先要考虑的问题，需要通过简化流程，使体系运营更加顺畅，实现卓越运营，让企业在 2018 年不再被流程束缚，实现轻装上阵。

惠而浦(中国)股份有限公司董事会

二〇一八年四月二十六日