



# 美克国际家居用品股份有限公司

## 2022年度社会责任报告



## **美克国际家居用品股份有限公司**

### **2022 年度社会责任报告**

**本公司董事会及全体董事保证本公告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性和完整性承担法律责任。**

## 使命篇

### • 使命担当

2022年，我们热烈庆祝党的二十大顺利召开，为我们描绘了全面建设社会主义现代化国家、以中国式现代化全面推进中华民族伟大复兴的宏伟蓝图，吹响了奋进新征程的时代号角。我们紧紧团结在以习近平同志为核心的党中央周围，奋力拼搏迎难而上，我们巩固脱贫攻坚成果，全面推进乡村振兴，采取减税降费等系列措施为企业纾难解困，着力解决人民群众急难愁盼问题，向开启新征程，迈出了历史意义的脚步。

这一年，面对错综复杂的国内外形式及经济环境，公司全体员工力出一孔，秉承“美好生活的造梦者与圆梦者，把美好生活带到世界的每一个角落”的企业使命，实现公司稳中向好的发展态势。美克家居积极打造品牌复原力、让每位客户体验到全新且极致的生活方式；我们复原品牌影响力、刷新产品设计IP、破局经营模式的多样性、以全球供应链的数字化运营为依托，全方位打造集设计、生产、销售为一体的“科艺化家居数字零售平台”。公司在绿色生产、环境保护、社区福利、公益事业等方面积极履行社会责任，树立了有担当、有责任、敢为人先的企业品牌形象。

### • 不忘初心

一直以来，美克家居从未停止对美和生活的艺术追求的步伐，紧紧围绕消费者全生命周期，从首次置家、改善性住房到品味生活，通过公司全案固装、软装搭配设计能力、产品能力、供应能力以及服务能力等进行全案赋能，致力于为消费者提供全案的解决方式，将多种高品位的生活方式展现给消费者。通过打造新零售艺术体验的场景，入口3.0版本新零售空间—美克洞學館，重新定义“人、货、场”，诠释美克品牌价值的升维，满足消

费者置家需求的同时，提供艺术、文化与商业的深度融合，达到极致而独特的沉浸式置家消费体验。



初心不改，回归原点市场，是起点时心怀的承诺与信念，是困境时责任的履行与担当，美克家居不断用向下深耕的力量传承品牌的经典。现代科技的飞速发展，是当代社会文明进步的表现。但无论现代技术发展到什么水平，家都是我们最温暖、内心深处最柔软的地方。美克家居在追求打造极致生活艺术的路上，始终秉承工匠精神，用最专业的工艺技术、最具选取价值的材料，致力为每一位追梦人打造心目中的理想家。站在时代的肩膀上，我们亦是时代的创造者，也是时代的受益者。“不忘初心”更是美克人不变的坚持也是美克家居的精神指引和打造强势品牌的必要条件，全力以奋斗的姿态稳中求进实现我们既定的目标。

## • 创新进取

企业的蓬勃发展离不开内外部因素的成就，向内延伸更是企业自我探索努力向上的基本内功。2022 年美克家居充分发挥生活方式引领能力、设计原创能力、全产业链供应能力等优势；扩充产品风格、品类及价格带，从成品+软装向全案设计，整家交付转型升级，打造以不同品牌定位来服务不同消费群体的一站式整家交付平台，展现美克家居的长期战略优势，产品优势以及穿越周期的能力。公司拥有国家级工业设计中心，持续进行研发投入，自主知识产权是保障企业创造力转化为生产力进而推动企业创新的有效工具。

截至 2022 年末，公司累计拥有国内外商标 3000 余件，授权专利 4066 件，其中外观设计 3959 件，实用新型 88 件，发明 19 件，软件著作权 4 件；2022 年美克家居新申请外观设计专利 228 件，实用新型专利 8 件。2022 年美克家居工业设计中心被工信部评为“国家级工业设计中心”及“市级工业设计中心”，承担着公司的家居产品设计、研发、工艺技术、质量标准制定与检测等核心职能，并于 2021 年 11 月通过了工信部复核，持续在中国家居行业里保持着设计引领的地位。尖峰设计奖被视为家具界的“奥斯卡”奖，2022 年 10 月，尖峰设计奖颁奖典礼在美国高点举行，美克家居 Caracole 品牌的众多作品凭借别具一格的设计从众多参赛作品中脱颖而出，Caracole 品牌的“夜色漫步卧室组”“心动和弦装饰椅”“圆满时刻餐厅组”“无限延展装饰组”一举摘得 2022 年尖峰设计奖四项大奖。2022 年，美克美家再次荣获“中国 500 最具价值品牌”榜单第 328 位，品牌价值达 240.65 亿元，比 2021 年增长 29 亿元，美克美家连续十一年实现了品牌价值与排名的逐年攀升。以实际行动迎接党的二十大胜利召开，中国科学技术协会、科学技术部、天津市人民政府联合举办了 2022 年中国创新方法大赛和企业创新方法专项赛。美克家居赣州数创科艺园创新团队，凭借《基于 TRIZ 的实木家具个性化在线定制创新研发》项目，最终获得江西省赛区一等奖，全国总决赛三等奖。



品。精选集系列以纯正欧洲设计演绎现代简约风格，在简洁线条下以精准色彩、和谐比例、实用功能成就时尚之家；星享集系列，Kelly 凭借敏锐的时尚直觉，打造简约舒适又不失高级感的现代空间，折中主义的设计手法，为消费者创造独树一帜的居室体验，产品强

调简约、平衡、对称的原则，构建出时尚和谐的居室空间。2022年5月，融合了智能制造与艺术人文气息的美克数创科艺园正式落成。美克数创科艺园是一次传统产业的“破圈”，不仅是工厂，更是艺术人文社区，与社区、公众、用户进行文化交流，传递品牌价值的平台。美克家居持续推进PMS系统（Platform 平台化、Modularization 模块化、Standardization 标准化）的建设工作，美克家居充分利用近30年的设计、生产、制造、销售经验与海量的数据分析，在结合市场趋势的变化同时，加大了在新功能、新工艺、新技术方面进行创新投入和商业化转化，丰富了产品多样性的同时提升了产品品质和市场竞争力。

## • 回馈社会

十几年来公司坚持投身于各类公益事业，积极助力社会发展，为社会公益事业的进步和发展贡献美克的力量。公司长期致力于解决贫困地区艺术启蒙和美术教育的问题，长期坚持坚守和保护传承非物质文化遗产的初心，秉承着传承传统艺术的责任，努力回馈社会。助力乡村振兴缓解贫困地区艺术教育资源的匮乏，美克家居充分发挥自身美学优势，帮助多所学校新建美术教室、捐赠美术类图书等优质艺术资源，组织开展线上线下艺术陪伴课题、艺术专项教育课题等，为每一个天真烂漫，追求艺术的孩子插上彩色的翅膀。

公司自始至终重视企业本身需要承担的社会责任、环境保护、可持续发展等多项社会义务，并对此付诸于行动，践行各项社会职责。将乡村振兴和教育振兴两大国家重点发展战略落到实处，做到促进社会经济稳定发展的同时，切实承担起公司的社会责任，为全面建成社会主义现代化国家、实现中华民族伟大复兴，敢于担当、勇于拼搏、贡献美克力量。



## 责任篇

### • 以客户为中心 服务为导向

公司始终坚持以客户为中心，以服务为导向的理念，密切关注市场环境变化及客户需求，全方位维护客户利益。客户的需求是企业发展的原动力，以客户需求为导向是公司成长不可或缺的驱动力。通过客户对产品的使用感，将客户的需求最终形成一系列产品、服务与活动，带给客户深度的体验感受；通过打通线上线下营销渠道，提升客户对公司产品、质量、服务的感知，从而获得客户高度认可。产品和服务是以客户为中心理念的载体，是连接企业和客户的天然纽带和必然桥梁。美克家居以“客户满意是衡量一切工作的准绳”为目标，实现了从优质服务到卓越服务的升级，通过优质的产品与服务为客户提供极致的生活方式体验；依托于当前数字化转型背景，公司积极打造线上线下销售一体化的零售新格局，覆盖用户全生命周期，针对不同渠道、不同类型的客户进行精细化地分层，以满足客户差异化的需求。以设计服务为抓手，整合商品资源，同时加强了产品保养、保修、清洁的暖家汇服务、全案试摆服务，举办音乐会、超级体验官、私享聚会等活动，强化和提升了高品质的增值服务，为客户提供了更丰富、高质量、有创新的服务体验。公司长期坚持以客户角度进行思考、以客户为经营重心，践行如何通过产品服务、设计能力、创造能力以及社会资源等方面来满足客户的全方位需求，始终坚守以“为客户不断创造价值”的公司目标。

2022年，公司回归原点市场，拓展市场容量与客户规模，采用差异化经营策略，以软装和家居场景为核心，整合产品品类，形成高、中、低频相结合的家居全场景覆盖的品类结构。从营销模式、产品类型、设计与服务等方面全方位打造高品质新消费品牌的同时，继续推进品牌年轻化，以满足客户对高性价比家居消费的需求。美克洞學馆通过对美

好生活的梦想、艺术场景、生活场景的融入以及多种业态的打造，使东方美学与时代审美产生了交流碰撞，从而为顾客带来了新消费体验的全新探索。

作为全案固装、软装生活方式的一站式置家解决方案提供者，公司专业设计顾问围绕消费者全生命周期，从首次置家、改善性住房到品味生活，通过公司全案固装、软装搭配设计能力、产品能力、供应能力以及服务能力等进行赋能，为消费者提供全案的解决方案，同时利用公司自主研发的魔盒、iMarkor，结合酷家乐等外部专业设计软件助力专业的家居解决搭配方案的实现。

公司定制专属化会员活动，2022 年在全国各城市共举办了近 1100 场不同类型的活动。在美克美家创立 20 周年之际，公司全面实行品牌焕新战略，在全国各城市开展了“美克美家 20 周年感恩季”活动。丰富的活动主题及精致的现场布置，深受顾客的喜爱。通过浪漫优雅的爵士乐演奏、朗读者音乐会，为超级美粉和美克美家新老客户开展维护及答谢活动；同时讲述了美克美家品牌发展历程，并设置公益售卖专区，产生的公益款转入公司“艺术·家”企业社会责任（CSR）项目。围绕各城市举办了“声生不息与美同行”、“时光至美是遇见”、“从美出发 向美而行”的店面周年庆活动，结合产品风格打造层层递进的家居体验，为客户策划了一场场贯穿全馆的爱家之旅。2022 年，公司举办近 150 场超级体验官活动，通过引入异业资源与潮玩资源，为美克美家客户定制专属服务与私享派对体验。

公司感恩一路走来的相知相伴，倾心礼遇每一位用心生活的新老用户，虽然时间在流逝，但美克美家从“心”出发，用心做好产品，用心服务客户的企业初心从未变过，我们传递给消费者的不只是功能性产品，还包括情感、自我体验和社会价值，更接近是一段艺术之旅，一段感知与经历。公司一直以来都关注消费者对美好家居生活的畅想与希望，陪伴及见证用户对幸福生活的追求，“美克美家 20 周年感恩季”活动用最真诚的“礼遇”

回馈客户的陪伴与支持，努力传递艺术美好的生活方式。



在一年一度的 3·15 “国际消费者权益日”，美克美家再次获得网易家居策划的“寻找家居服务榜样”奖项，该奖项授予在服务创新升级方面有突出贡献、对行业服务水平的进阶起到积极引领作用的优秀企业品牌。公司将继续秉承艺术的设计、卓越的服务体验、高品位的生活方式，以实际行动为消费者提供更优质、更精准、更全面的服务与品质，赢得了广大消费者的认可与信赖。



## • 员工发展

企业发展是第一要务，而员工是企业发展的第一资源，实现企业发展与员工成长之间的同频共振、同心协力、才能赢得未来。公司致力于员工与企业共同成长的“双赢”，为员工构建多元化职业发展通道，搭建人才发展的多维成长平台，为员工职业发展需求和职

业生涯规划提供有力保障。公司通过建立科学完善的系统机制，为员工职业发展通道提供良好的运行环境，有效提升工作潜力和工作效率，快速实现员工个人价值提升。公司为员工提供展示自我并实现价值的平台，帮助员工实现自身人力资本的增值，提高职业化水平和综合能力。同时增强员工的认同感和归属感，让员工在个人能力发展和企业需求两方面构建协调与均衡的关系，实现人才管理与人才发展的融合，从而提高公司核心竞争力。公司践行“以人为本”的文化管理理念，提升文化管理建设水平，构建健康和谐的员工关系，为员工营造平等、公正、充满人文关怀的环境和氛围，在共同的价值理念下，推动员工与企业的共同发展。

### **1、传工匠精神，做匠心青年**

“心无旁骛，制心一处”，工匠精神是中国人民千百年来在劳动实践中展现出来的风采和精神，折射着各行各业一线劳动者的精神风貌，是鼓舞全国各族人民风雨无阻、勇敢前进的强大精神动力。在传承中创新，在创新中发展，不论是工业经济还是数字经济，工匠人才始终是产业发展的重要力量，工匠精神始终是创业创新的重要精神源泉，是立足岗位成长、成才的基石。弘扬工匠精神是实现制造业转型升级的重要基础，打造品质过硬的产品，需要通过工匠精神，建设一支知识型、技能型、创新型产业队伍，来推动产品的升级换代，实现人们对高品质生活和高质量发展的向往和追求。人工智能时代的来临，使得高技能人才更加稀缺，厚培工匠精神的肥沃土壤，需要营造“识才、爱才、敬才、用才”良好环境，培养造就更多“大国工匠”、高技能人才，激励更多青年一代走向技能成才、技能报国之路。



2022 年，公司进一步完善了职业教育体系的建设及员工特定岗位培养标准之间的有效匹配机制。组织各项专业技能培训及工匠升级考试，工匠评定申报近 1500 人，通过率达 90%；公司还组织开展了“精兵强匠”技能比武竞赛，公司职工积极参加，各展其能，纷纷获得了优异的成绩，职工技能发展通道不断拓宽。公司根据不同的岗位、技术类型、工种特点，开展分类分级的培训课程，构建全链条员工培训体系。公司长期以来坚持原创设计，搭建了一批自有设计师、研发及工匠级员工的人才梯队，将现代复合类材料与工匠工艺相结合，不断设计创新，打造拥有独特领先优势的家居产品。2022 年，美克家居国家级工业设计中心的“创意创新前沿工作室”和“样品车间创新工作室”分别被天津经济技术开发区总工会评为“工匠人才创新工作室”和“职工创新工作室”，同时美克家居工业设计中心被评定为天津市“市级工业设计中心”，彰显了美克家居行业领先的设计实力，这些荣誉肯定了美克家居工业设计中心多年来在传承匠心制造、践行工匠精神方面做出的努力。公司始终秉持精益求精的产品研发制造理念，将工匠精神融入到研发、生产、销售和服务的每一环节，锤炼出扎实、坚韧的产品品质，打造多元复合型技术人才队伍，助力公司高质量发展。

## **2、用精益思想塑造创新型组织**

公司的可持续发展依靠成熟稳定的员工团队，员工的创新能力与创造力都是企业发展的动力源泉，员工的职业发展是企业与员工长期利益的统一，公司始终重视员工的职业发展规划。2022 年随着人才盘点、技能人才评定及多工厂联合人员管理项目的持续推进，建立了常态化的人员结构，盘点人才的“厚度”和组织能力，识别关键核心人才和高潜人才，为员工持续发展提供明晰的职业发展路线。鼓励员工双通道发展，确保员工通过个人努力、业务培训等持续成长。组织一线管理人员参加“蓝鲨”训练营，“赋能”实训营，提升一线管理者管理能力，持续提升管理效率；新增关键核心岗位人才培养，倡导一人多岗，一专多能复合型高素质、高技能人才。组织工匠技能等级评定考核，持续提升员工技能水平，实现员工发展与企业增长的双赢局面；重新定义核心能力标准，建立后备梯队管理及发展机制，形成常态化的人才管理系统。

新时代对人才组织的要求是能够应对不确定性，解决复杂问题，提高公司价值。2022 年，公司持续推进职业发展六维通道，围绕矩阵型组织结构对人才和能力的需求，对应匹配员工职业发展通道，通过专业工具对现有人员进行有效识别，充分发挥员工的潜能。加强人才梯队建设，赋能公司创新发展，重点吸纳销售管理、中后台职能部门的优秀人才，开展管培生招聘计划，与高校深度合作，为公司发展储备高潜力人才。通过创新人才的引进，全员学习、创新促进机制等，构建自驱型创新型组织。通过对生产基地设置差异化目标达成机制，以确保产品品质及完善客户服务体验；对于零售体系，调整了薪酬激励方案，以目标导向与业绩导向为核心，设置奖惩机制，有效促进薪酬分配与人才管理、绩效管理工作的深度融合，进一步激发员工的主动性和创造性。通过引进专业咨询机构进行沉浸式自上而下管理能力的输入，基于业务形态，输入管理工具、明确业务目标和业务动作，在管理创新所驱动的创新型组织模式下持续自我更新，确保经营战略层层贯穿组织，经营分析准确及时，全员执行步调一致，上下协同，能够应对不确定性的商业环境，形成

人才、文化、机制的良性互动。



公司始终重视每一位员工的成长与发展，强化文化底蕴，在不断优化人才培养、考核与激励机制的同时，进一步完善员工职业发展机制与培训体系。针对不同职业发展通道的员工，提供定制化的专业课程，制定具有光明前景的职业规划及晋升路径，注重员工的价值体现并完善人才培训体系。公司通过优化学习路径、内容和方法对新员工进行系统性的培训，以便新员工上岗后，快速掌握业务精髓能够尽快胜任岗位；针对高潜能的管理团队，引入大型管理类培训项目，通过强化管理者职业素养、定目标、追过程、拿结果、搭班子、练团队、建文化管理的实战训练，系统学习管理知识和技能，重塑集体并形成统一的“语言、行为和思维”模式，应用管理工具，让公司上下能够力出一孔，并在管理实践中应用落实，为公司发展赋能。对于业务培训方面，公司积极组织开展多期训练营及培训班，针对销售技巧训练、软装设计训练、设计大赛活动、窗帘专家培训、线上客服培训等不同业务领域开展业务胜任力提升培训以及各类型训练营课程，同时，根据营销岗位结构和业务结构调整，重点搭建营销专业线入职引导标准化课程体系，根据营销四大渠道开展不同维度培训支持，通过将公司业务与员工职业发展的紧密结合，打造出结构化、体系化、多样化和实战型的学习路径，实现人才培养的体系化和高效化，创新公司培养体系，

通过从企业内部选拔、培养人才，使企业获得长久的内驱动力，增强组织的生命力与可持续发展能力，推动组织与个人的不断进步，实现公司与员工的双重发展。



### 3、关爱员工 暖心聚力

公司坚持员工身心健康为第一要务，立足企业的长期发展，不断为全体员工谋取更好的利益，推动“以人为本”的核心价值。不断倾听员工心声，着力改善员工需求，关爱员工生活，提升员工的归属感，增强公司凝聚力，构建和谐稳定的内部环境。2022年，公司通过定期组织体检、体育比赛、工作总结汇报会以及节日、生日团建等形式激发员工的能动性和积极性，以饱满的精神状态投入到工作当中，形成良好的企业向心力和凝聚力。公司为员工解决生活基本需求，充分运用公司自有公寓资源，优化住宿环境，打造规范、多彩的公寓文化生活系列活动，暑期组织丰富多彩的员工子女才艺夏令营，在丰富员工子女暑期生活的同时也为员工安心工作解决了后顾之忧，凝心聚力，营造规范、和谐的生活氛围，惠及所有员工和家属子女，解决员工城市安家立业的需求，让员工感受到公司是温暖的家园。每逢节假日，公司为一线员工发放生活礼品、防疫物资以及爱心大礼包等，慰问在岗人员、看望困难员工，发放新年礼包和慰问金，让员工感受到大家庭的温暖，增强了员工幸福感；积极开展员工读书会，入职周年纪念礼，新员工座谈会，员工福利会等活动，鼓励每位员工总结汇报自己每月学习情况及工作成果、需要协助解决的问题和对公司的建议或意见。搭建了信息交流平台，策划发现身边的“光”，让“光”更闪耀

系列活动，推出“人物”专栏，与大家共同分享平凡的身影，看见不平凡的力量。通过与每位员工开展面对面交流，进一步掌握员工的思想动态，了解员工工作上的困难与需求；运用绘画心理分析，走进员工内心，切实帮助员工解决实际问题，舒缓压力，消除不良情绪，提升员工士气，增强员工与企业间互相信任。

公司为女性员工举办了贴心的“三八妇女节”、“母亲节”等节日活动，以致敬新时代女性力量，为全体女员工准备了定制化的节日礼品及一系列的丰厚福利，展现了公司对女性员工的情感关怀。利用空档期开展春季、秋季职工运动会，野外采摘、夏送清凉等文体活动，发放防暑降温药品，高温天坚持每日向生产车间送绿豆汤、酸梅汤等，把清凉和关怀送到一线员工的身边，提升员工幸福感，让员工以良好的身体素质和饱满精神风貌投入到工作和生活中；开展涂装大赛、烹饪大赛、叉车技能大赛等岗位技能大赛，营造比、学、赶、帮、超的竞技和学习氛围，促进企业技术生根、岗位成才。为了保障企业安全生产及一线职工的人身安全，公司利用安全生产月活动组织线上安全知识竞赛，征集安全短视频、安全有奖征文等，通过宣传安全生产的知识，引导员工在工作中加强自身防护，提高防护意识与防护水平。



员工是公司最大的财富和资源，也是企业发展的基础。公司始终坚持以人为本的经营理念，员工的幸福感也是公司蓬勃发展的驱动力。公司从员工角度出发，多措并举改善员工生活质量以及增添各种福利，把员工关爱放在首位，在给员工提供公平、友好的职场环境的基础上，同时提供温暖的人文关怀，让每一位在平凡岗位上兢兢业业的员工都能感受

到美克大家庭的温暖和关爱，进一步增强了职工与企业间的向心力和凝聚力。公司从工作环境、住宿餐饮、交通出行、文化生活等方面持续提升，不断满足员工对美好生活的期盼，鼓励包容和多元的企业文化，让员工获得工作中的幸福感，从而营造出和谐的团队氛围，让员工实现自我人生价值的同时也能感受到自由、充实和有趣的工作氛围，满足了员工物质与精神的双需求。实现了员工与企业之间的相互信任、相互尊重，提高了公司效能，让每位员工在美克这个大家庭当中感受到温暖长存，大家用精心、细心和爱心，构建起前、中、后台强大的凝聚力。

- **保障投资者合法权益**

公司严格按照中国证监会《上市公司与投资者关系工作指引》的要求，利用多渠道、多层次的方式为投资者了解上市公司提供便利，设置专人专岗负责投资者热线电话、电子邮件、投资者关系互动平台的回复工作，保障投资者的知情权，与广大投资者建立良好的互动。2022 年公司通过上证路演中心开展年度业绩说明会，参与江西辖区上市公司 2022 年投资者集体接待日活动，多方面回复了投资者关心的各类问题。

公司一直高度重视投资者关系管理工作，严格按照中国证监会《上市公司与投资者关系工作指引》的要求，以证券事务部为窗口，通过接待投资者来访、投资者热线电话、电子邮件往来、业绩说明会、E 互动平台等多种渠道和方式，积极与投资者互动交流，增进投资者对公司的了解和信心。

保护中小投资者合法权益不仅是监管工作的重中之重，更是上市公司的责任所在。尊重中小投资者，关心中小投资者的诉求，与中小投资者真诚沟通是上市公司应尽的义务。美克家居将继续遵法守纪，诚信经营，治理完善，重视股东回报，勇于承担社会责任。

2022 年，公司投资者保护工作不断加强。公司在 2021 年年度报告发布后及时召开业绩说明会，组织管理层与投资者在线沟通交流，解答投资者关心的问题，增进了投资者对

公司经营情况的了解。同时，公司积极参与江西证监局开展的“3·15 投资者保护教育活动”、“2022 年世界投资者周”等投资者保护宣传工作，倡导理性投资理念，强化投资者保护意识，参与构建资本市场投资者保护新格局。

公司积极响应监管机构维护资本市场稳定的号召，2022 年及时启动并按照既定计划进行了回购股份事宜。向投资者传递公司可持续发展的信心以及对公司价值的认可，健全了资本市场内生稳定机制，切实维护了广大投资者的合法权益。

公司在保障投资者合法权益方面的出色表现得到了市场相关方的认可。2022 年，公司荣获由每日经济新闻颁发的“2022 第十二届中国上市公司口碑榜——大消费产业最具成长上市公司”“最佳上市公司董事会”奖项；证券之星颁发的“资本力量 2022 年度卓越品牌奖”；乐居财经颁发的“2022 年卓越家居品牌企业”“2022 年中国家居产品系品牌价值 10 强”等荣誉。

#### ● **及时充分的信息披露**

公司严格按照新《证券法》的相关规定，不断提升信披工作水平和投资者关系管理工作质量，确保公司披露信息的真实、准确、公平、公正，从未在投资者管理活动中违规泄露未公开披露的重大信息。公司积极落实证监局的要求，深化信息披露和风险提示，积极履行信息披露义务，保障投资者知情权，为投资者的投资决策提供依据，确保所有投资者有平等的机会获得信息，使投资者能够全面、完整、真实、准确、及时地了解 and 掌握公司的经营状况。

未来，公司将继续秉承“保护投资者权益”的一贯宗旨，切实保护投资者权益，不断推进投资者关系管理工作。

#### ● **保护其他利益相关方合法权益**

公司始终坚持可持续发展理念，将积极履行社会责任作为公司长期发展战略，公司高

度重视各利益相关者的诉求，不断完善、健全社会责任管理体系的建设，强化责任机制，将企业发展战略、业务实践与公司治理相结合，更好的实现公司与各利益相关方的协调可持续发展。

公司秉承“至诚至精、合作共赢”的发展理念，在与供应商的合作中坚持长期共存、精诚合作、相互信任的原则。供应商是公司重要的利益相关者，是供应链管理中的首要环节，公司不断完善供应商管理体系，加强对供应商生产资质、质量保证能力、供货保证能力、生产过程管控能力等方面进行严格审核，同时听取供应商的建议和意见，尊重供应商的合理诉求。为了建立与供应商的长期积极稳定的合作关系，公司建立专业评定小组，在供应商的开发、评估及考察阶段对供应商的质量管理、供应能力、技术能力、服务能力等核心供应要素进行多维度评价，确保供应商资质可靠；在供应商准入阶段，为共同制止商业贿赂行为、保证各方商业合作关系健康有序发展，公司建立了防治商业贿赂长效机制，并与供应商签订阳光合作协议，维护公平竞争环境；在供应商合作阶段，公司和供应商对产品的质量、价格、交期、售后服务等基本要素进行详细沟通与审核，通过视频、电话会议及现场考察评定等多种有效沟通方式签订年度合同以及日常订单条款，确定相关规则，保护双方利益；在供应商绩效管理阶段，公司根据供应商行业情况与供应链发展要求，组织各相关部门从业务角度对供应商进行评判，绩效考评结果及时发布给供应商，对供应商进行有针对性的培训，制定技术扶持和管理输出计划，帮助供应商提升设计和制造过程的质量保证能力，提升成本控制能力，完善计划管理手段；为供应商创造公正、公平的竞争环境，促进双方良性发展，积极维护供应商的合法权益，实现合作共赢。

公司一贯奉行在满足自身发展需要的同时，充分保护债权人合法权益的发展理念。债权人作为公司经营发展的重要参与者和利益相关者，有力的支持了公司战略目标的实现，公司与债权人的合作中，始终坚持诚信经营、友好合作、互利共赢的理念建立与债权人的

往来关系，充分考虑债权人的合法权益，并根据债权人的实际需要，结合公司内部控制管理制度，本着对责任不推诿、对原则不妥协、对承诺要信守的原则，合理、有序、平等地清偿债务；切实保障债权人的知情权、参与权等相关权益，在债权人对公司经营情况知悉的基础上合理进行判断，有效调动资源优化配置，实现股东利益与债权人利益的合作共赢。

## • 绿色生态发展

### 1. 践行安全、高质量发展

报告期内，公司始终坚持深化安全生产管理、贯彻全过程产品质量管理，将安全生产与保障产品质量作为公司实现可持续发展的主要抓手。公司秉承着“做美好生活的造梦者和圆梦者，把美好生活带到世界的每一个角落”的使命，坚持创新，从功能、绿色生产等层面打造产品更多的可塑性，助推理想家居生活从装饰性跃升至舒适、绿色、健康、艺术等维度。

2022年，公司保持了良好的安全绩效，实现安全“零事故”目标。公司认真贯彻“安全生产十五条”措施，落实当地政府安全生产会议精神，通过坚持运行安全管理制度体系，有效地执行安全风险与隐患排查预防机制，形成了详细完善的安全风险防控体系。在内部机制层面，公司修改并完善了应急预案、持续落实全员安全生产责任制，有效提升了全体员工的安全意识及应急处置能力，强化风险排查，进一步筑牢了安全生产防线；在安全生产团队建设方面，公司大力开展安全培训、技能比武、安全生产月、安全短视频大赛等全员参与的活动，通过寓教于乐的方式，塑造全员安全意识、采取安全行为，构建安全环境；在硬件设施方面，公司安装了用电安全监控系统，对除尘系统实施全流程安全信息化监控，开发了自主研发安全隐患排查信息化系统等，有效提升了公司安全生产监测能

力以及隐患排查、专项检查的处理效率。通过有效防控和严格管控，公司获得天津市安全文化示范企业、经开区安全生产先进单位、经开区消防工作先进单位的荣誉称号。



公司始终以客户为中心，坚守产品主义，坚持“零缺陷”管理，并持续通过生产环节质量把控、产品质量管理制度、员工技能建设、优化信息化流程等途径确保产品质量，推进产品质量升级。产品绿色环保，是消费者基本诉求，公司在产品生产的全流程均贯彻生态、绿色、环保的理念，通过有毒有害物质替代，包装轻量化设计、全面使用水性涂料、无醛胶水等环保型原材料、安装 VOCs（挥发性有机物）末端治理、锅炉改燃等环保设备实现产品绿色环保，生产过程低能耗、低污染，从生产的各环节入手，构建环境友好型工业园区，生产生态环保优质产品；完整的质量控制制度也是保障产品质量的有效途径之一，2022 年公司除参与多项家具标准的制订、修订及意见反馈工作，还结合 ISO9001 质量管理体系、MQM 现代品质管理体系和公司发展的实际情况，编制了由 4 大系统，14 个程序文件，108 份表单组成的《质量管理手册》，公司从基础员工操作动作、操作习惯入手，通过培训宣贯、理论考试、实操练习、监督考评等方式规范操作动作，不断提升员工技术水平与质量意识，用优质的产品与高端的服务回馈客户。公司为了更好地优化生产流程，满足客户需求，构建了 IT、运营、品质管理等团队的协同机制，运用自营店面优势，建立品质、交期信息化地图，第一时间将用户声音传递至中后台，利用信息化平台赋能，制定标准化工艺文件，指导产品开发，沉淀产品工艺信息，快速传递用户信息，推动产品质量改善。

## 2、绿色制造理念

公司在努力提升经济效益的同时，也切实履行社会职责，大力推动公司的绿色、低碳、智能化发展之路。公司秉承着“绿色制造”的理念，推进 VOCs 综合治理，废水达标排放，危险废物全部转移、噪声排放防控等，加强商品整个生命周期内的绿色化管理，打造从设计、制造、包装、运输、使用的整个产品生命周期的绿色管理，将“绿色制造”的理念与公司完善的制造工艺相融合。公司建立了完善的环境保护相关机制，公司全资子公司美克国际家私加工（天津）有限公司被生态环境部评为环境绩效 A 级企业、全资子公司美克国际家私（天津）制造有限公司被天津市生态环境局评为环境绩效 B 级企业。同时，为了应对可能发生的环境污染事故，两家公司分别签署发布了突发环境事件应急预案、环境风险评估报告、环境应急资源调查报告，逐步规范和强化了公司应对突发环境事件的处置能力，为公司全面、协调、可持续发展提供了有力保障。公司将持续履行环保职责，并接受社会公众的监督。

公司建立了质量、环境、职业健康安全、能源管理体系相融合的管理理念。2022 年，公司接受了管理体系年度监督审核工作，先后获得了 ISO 9001:2015 质量管理体系、ISO14001 : 2015 环境管理体系、OHSAS 18001:2007 职业健康安全、ISO50001:2011 能源管理体系“四标一体”认证，并积极参加家具标准的制修订和意见反馈以及 9 项标准的研讨和意见反馈，先后荣获了“全国家具标准化先进集体”、“全国产品和服务质量诚信示范企业”、“全国质量诚信标杆企业”、“全国质量检验信得过产品”等荣誉。



### 3、坚持节能低碳举措

为积极响应国家低碳减排的政策方针，快速应对国家“碳达峰、碳中和”远景战略目标，公司深入分析了碳排放现状，有针对性地在公司内部采取多项节能、降耗、低碳措施。2022年，美克工业园屋面的光伏发电一期项目已完成建设，并于当年10月并网发电，试运行良好。后期，公司将根据工业园各区域各厂房实际情况逐步实施光伏发电项目。



除建设光伏项目，公司在生产、办公区、生活区管理等方面也积极推广、落实节能低碳理念。如提高原辅材料的利用率，数控生产、降低返工率、更换新能源机械及车辆、推行垃圾分类、利用可回收资源、倡导绿色出行、植树造林，在公司内加大绿化的维护，积极参加环保公益活动等。公司持续增强全员绿色低碳意识，引导全员全面深入践行绿色消

费理念和绿色生活方式，用以绿色生产为双碳目标的实现添砖加瓦。



## 传承篇

艺术是历史的见证者、传承者，我们循着历史的长河回望，用心聆听千年文明的回响，用深厚积淀的艺术灌溉成长，用代代相传的艺术画笔触描绘爱与哲思。美克家居坚持用艺术对话生活，用热爱构筑艺术梦想。公司从 2009 年设立“艺术·家”企业社会责任项目（CSR）开始，至今已连续十四年深耕艺术教育领域。在十余年的艺术旅程中，“艺术·家”项目运用艺术美、自然美、社会生活美有机结合的方式，利用线上课程、线下实践的途径启发广大儿童、少年、青年了解美和艺术，培育感受美、鉴赏美、创造美的能力。在多年的企业社会责任项目的实践中，公司始终致力于将艺术的 DNA 延展到更广维度的社会公益领域中去，这是美克家居成立 CSR 项目的初心，也是美克回馈社会的责任。CSR 项目的推广落地也将美克家居对艺术的极致追求变成现实，并尽全力保护、延续传递艺术的责任。

### 艺术启蒙—播撒艺术种子

随着社会经济文化水平的提高，艺术教育逐步成为社会关注的热点话题。艺术教育不仅仅是艺术上的培养，更是对广大儿童、青少年综合素质与艺术文化素质的培养。加

强广大儿童、青少年对艺术学习的观念、能力上的进步，是目前艺术教育亟待解决的问题。公司的 CSR 项目融合了美克家居的艺术血脉，让艺术的种子不断地在社会公益教育的领域生根发芽。艺术体验需要触觉、视觉等五感的切身感受，也需要更加便捷、生动的方式让儿童、青少年深度参与，发现美、体会艺术。2022 年，美克家居突破种种外在客观条件限制，坚持用实际行动播撒艺术的种子。CSR 项目采用线上直播的方式，利用互联网的便利，跨时空的将艺术带到人们身边，让孩子们无论在哪，随时都能体验一堂生动的美术课，在形式丰富多彩的课程中感受到艺术的魅力。

美克家居通过开展 CSR 儿童艺术直播课，为捐赠小学师生、有孩子的客户家庭以及对美育有需求的群体提供丰富、多样、互动式的艺术体验。儿童艺术直播课运用在线艺术陪伴项目美术老师资源和在线课堂直播经验，在春节、儿童节、开展“爱虎日”定制专属课件，在美克“心选”小程序开展了生动的艺术直播课。公司在春节来临之际开展的“萌虎祝福”、“布老虎工艺”公益课程深受儿童喜爱，合计观看人数达 6500 人，点赞次数超 13000 次；六一儿童节期间，公司开展了“汤姆索亚历险记”、“童年星梦”的线上直播课，孩子们和老师积极互动，欢声笑语，用彩笔和黏土打开孩子们想象的窗口，遇见彩色的梦想；在 7 月 29 日的“世界爱虎日”上，直播课老师通过生动形象的绘本故事、美术作品将爱惜环境、保护自然、树立人类与自然界的其他生物和谐共处的意识潜移默化地教授给孩子们。借助节日的契机，让更多孩子们感受色彩、喜欢美术、陪伴他们成长，也在他们心中种下了爱与希望的种子。



## 艺术绵延—守护艺术梦想

柳絮因风起，葵花向日倾。美育不是把篮子装满，而是把灯点亮，让孩子们切身地感悟艺术，爱上艺术。美克家居的 CSR 项目根植于公司多年的美学沉淀，通过与社会各界的交流对话，始终传递着用“艺术赋能生活”的理念。通过 CSR 项目让青少年了解认识艺术，让梦想的种子在艺术的土壤中发芽、成长，展现新时代年轻一代的文化艺术风貌。

艺术梦想在悄然生根发芽，公司的“绘本视频课项目”在河南省焦作市武修县有序开展。该项目共有当地 14 所乡村小学的 27 名教师参与，公司项目组及教师团队克服了客观原因造成的种种不便，向全县 28 所乡村学校捐赠绘本 150 套，共开展绘本、艺术家启蒙、动物保护等主题的 19 套共 72 课时的美育视频课程及线上教研支持，惠及当地 1600 余名学生。通过一堂身临其境的美术课程，开拓了眼界、提高了孩子的审美，也让老师和学生释放潜能，用美的感受抚育心灵，滋养成长。



公司 2018 年启动的“在线艺术陪伴”项目，目前已开展了 500 多堂在线课程。来自国内各大高校的志愿者团队通过互联网直播课的方式将艺术课程分享至乡村学校的师生们，同时“一对一”（一个老师对一个班）的美育课程陪伴乡村儿童成长。美克家居是美学和艺术的体验者、实践者、推动者，公司将继续用实践培养兴趣，用兴趣唤醒热爱。

CSR 项目不仅是欢声笑语的陪伴，更是用一堂生动的课程给孩子们种下艺术的种

子，描绘了彩色的梦想。课堂上，孩子们挥舞的画笔、认真创作的神情、欢呼时舞动的手，映射出他们纯真的心灵以及对知识、艺术的渴求。CSR 项目通过别开生面的授课方式，以美术基础教育为切入口，以孩子们的认知和体验为中心，发展以及传承艺术和审美，为他们打开贴近美和艺术的窗口。CSR 项目也将继续通过自己的力量呼吁和感染更多的人，献出自己的力量做青少年艺术的引领者，传承人，守护艺术之树苗茁壮成长。



### 艺术魅力—放飞艺术翅膀

美克家居持续关注欠发达地区艺术教育的情况，迄今为止，公司先后在西安、沈阳、武汉等 30 个城市的 190 所小学捐赠“快乐美术教室”，希望能够让学生们接受到更全面、更系统的美术教育，能够为孩子们带去新的灵感，用色彩激发孩子们对于美好事物的想象。快乐美术教室的建设与推广，承载着艺术教育培育的希望，启发孩子对未来的创造力，期望他们拥有更美好、更具创意的人生。公司用实际行动履行社会公益的责任，分享与传播艺术赋予生活的深刻内涵。

艺术的美和多元化并不是遥不可及，她在每一个人触手可及的生活里，在生生不息的世间万物中。小学生、青少年在美术课程中，深度参与不同分类的美术课程，不仅能够感受色彩、了解传统工艺，还增强了他们的动手能力与团队协作能力，激发他们对艺术的兴趣、提升创造性思维、释放天性。通过艺术的感知来认识客观世界，来感受客观世界。在如今快节奏的生活中，公司将继续为孩子们提供更优质、更丰富，更有趣的美育课程，身体力行的推动用艺术启蒙教育，用艺术绘制梦想的蓝图。

用艺术对话生活，用艺术呵护梦想远航。美克家居始终相信艺术能够陪伴城市、乡村的人们感受生活，热爱生活，让更多的人在生活当中感受到艺术的力量，让我们的生活更有艺术气息，让更多的人学会欣赏和感悟美。这也是公司 CSR 项目的初衷与追求，更是一场美妙绝伦的艺术探索之路，公司将继续承担和履行社会职责，持续关注艺术教育的发展，带着对艺术的感悟与追求持续推动 CSR 项目的发展。

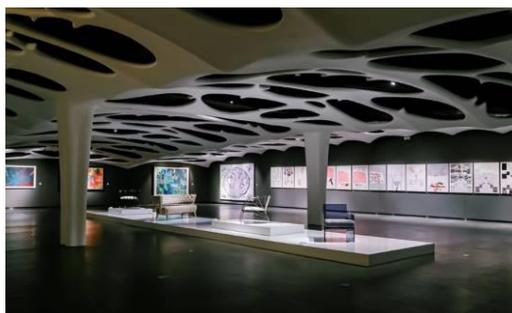
## 引领篇

### ● 探索艺术与生活的新路径，用艺术的语言构筑居室文化新生活

在艺术作品中感悟时代审美，让传统美学在现代社会重新焕发生机。美克洞學館作为艺术地标的代表作之一，传递艺术的居室文化是我们不变的初心。在辞旧迎新之际，美克洞學館联合虚苑美术馆举办了名为“生生不息”跨年艺术展。将中国文化根基“天人合一”的思想以天地演化和万物不息的表现形式展现出伟大而悠久的中华文化。“生生不息”延续了美克家居对艺术和生活美学的极致追求，落地于将美克家居艺术化生活体验方式全新呈现的美克洞學館，恰是通过东方美学与时代审美的交流碰撞，重新唤醒都市人对艺术的感知和期待，让更高品质的美好生活离每个人更近，离生生不息的美好未来更近。

“生生不息”是生命的意义，生命的根本是我们的家，美克家居秉持着‘艺术与生活的对话’的使命，打造美好生活的梦想，希望把梦想带到现实生活中，把艺术带给在世界每一个角落，每一个渴望美好生活的人。

艺术作品横跨上世纪 50 年代到 70 年代，将不同时代的艺术家们不同的生活经历、成长环境和关注话题注入艺术创作，抒发对当下文化传统以及所处环境和秩序的深切关怀。展览的参展作品形式多元，题材丰富，既有《折叠的空间》系列等布面丙烯作品，《2020·春之吻》《辉》等布面油画作品，也有《红之十一》等铜版组画，以及《不息之图》等使用综合材料创作而成的作品。作品与美克洞學館的空间与艺术家居交融呈现，表达着“艺术与生活对话”的主张。



在这里，艺术家们不同时期的艺术语言和艺术观念穿越时空，以实物载体的形式呈现在人们眼前，为都市消费者感知艺术提供了新的视角。通过驻足鉴赏艺术作品，每个人都能提升自身对艺术的感悟，对如何将艺术和生活结合产生更深刻的见解，更好寻找到理想中的人居生活。透过艺术作品，内蕴的浓厚文化与艺术自信迎面扑来，在近距离的接触中为观众打开认知艺术的路径，带来更多艺术与生活的思考。

美克洞學館凝聚着美克美家品牌浓厚的艺术 DNA，解读对艺术家居新零售领域的积极探索，选址在此正契合艺术展主题内涵，美克洞學館以现代典雅的建筑设计风格，从品牌自身的文化理想出发，塑造、展示着具有中国传统美学意味的现代表达，续写着人居文脉生生不息的浪漫之美，两者结合相得益彰，在新时光如约到来之际，升级人们沉浸式的美好感官的体验。

#### ● **追求领先设计升级，回归原点市场**

2022 年，美克家居以革新设计为出发点，通过与国内外著名设计大师合作，推出精选集和星享集系列新品，其中 Caracole Modern 品牌 2022 年春季推出现代简约风格新品“现代混音”，该系列通过捕捉现代极简风格精髓，以现代设计与实用功能相结合，为都市快节奏生活量身打造专属家具。备受青睐的 Caracole 品牌，2022 年春季推出“盛装礼服系列”、“微光系列”2 个全新系列，盛装礼服系列以优雅涂装和经典轮廓，如同为家穿上一件华美礼服，穿插其中的时尚装饰细节增加时尚气息；微光系列，以中性色调与流畅线条凸显轻盈质感，每件产品都像家中闪耀微光的珠宝。

2022 年下半年，美克家居旗下品牌美克美家推出全新系列弗朗西斯卡，该系列将法式优雅与时尚的设计手法相结合，是同质化设计风格充斥市场的一股清流，满足了消费者差异化的审美和消费需求。

随着美克家居国内国外、线上线下渠道的不断拓展，高客单私域流量的不断积累，美克洞學館的美誉度和其所聚集的社会关注度不断提升，线上及抖音赛道的不断拓展，不同家居品类的国内外头部品牌寻求与美克家居的合作。

截至 2022 年底，美克家居已与家纺、家电、灯饰、墙饰、地毯、香氛、艺术摆件、文创产品等数十个国内外头部品牌开展平台化合作模式。美克家居正逐步以“家居品类头部平台”定位连结国内外品牌，实现产品品类、价格和风格的不断扩充，一站式满足消费者的购物需求，同时也为美克家居线上线下销售业态的升级提供商品支持，高频带动低频，助力美克家居数字化门店全域流量的获取和销售转化及美克家居平台化的转型升级。

#### ● 赣州数创产业园区亮相赣州家博会，创家具产业互联范本

新的消费时代，不仅对产品品质提出了新的需求，也对企业整体供应链的数字化转型提出了新的考验。自 2020 年起，美克家居落笔赣州，规划建设集“大数据+智能化+新模式”于一身的美克数创科艺园。美克数创科艺园并不是常规意义上的制造工厂，它搭载的是最大程度的“无人化”智能生产模式；柔性涂装线，智能机械臂忙碌有序地喷涂；在智能零部件超市和连廊物流系统中，智能机器人自动穿梭配送，实现智能化存储，通过扫描零部件上的二维码，可以从智能终端上实时获取作业标准、作业任务及完工数据，实现“传统手工作业”的“在线管理”，并对零部件质量、数量以及员工绩效实现可追溯管理。不仅对于公司自身，对于整个国内家居行业来说，美克数创科艺园区可被称为“梦工厂”，承载着人们对于未来制造的梦想。



依托赣州数创科艺园区的强大的综合性优势，公司 2022 年推出包含了高端酒店定制、卓越办公定制、精装房地产配套定制、整装配套的联合定制、多渠道业务批发等全新的大宗业务。其中品牌家族中最年轻的，以焕新姿态重新出发的恣在家品牌成为大宗业务最灵活的板块，在办公、地产样板间方面都均有案例突破。

除了强大的中后台数字化运营能力，作为前台营销工具，美克魔盒拥有 AR 设计、实景设计、全屋设计等功能，能让经销商在投资前就看到自己预投项目全面的完整的店面情况。更重要的是可以引导用户在魔盒上用 VR 逛商业街、体验数字逛店，虚拟模拟设计等，以设计赋能，用数字化工具，以数字和实物的结合，身临其境、自主随意逛实体店、拥有场景极致体验感。同时，美克魔盒上可以看到 10 个渠道品牌的 30 万张产品图片，15 万个案例图片，在零售端，能为消费者直观呈现专业的全案全屋的软装设计方案。

美克赣州数创科艺园区，集数字化、创新型、高科技、艺术感于一体从选址、经营布局、面对客群，每一处细节都映衬出美克家居在琢磨如何将艺术深植到品牌的基因。关于艺术与设计的思考被应用于数创科艺园的设计之中，通过科技与艺术的完美结合，探索未来的设计及创新，让数创科艺园成为时尚和高品质产品的创意输出基地，传递前卫、高“设计感”的家居文化。