



SEAGULL
海 鸥 住 工

广州海鸥住宅工业股份有限公司

社会责任报告

(2023 年度)

海鸥住工 2023 年度社会责任报告

对象期间

2023 年 1 月 1 日 - 2023 年 12 月 31 日

对象范围

广州海鸥住宅工业股份有限公司及 18 家分、子公司

（广州海鸥住宅工业股份有限公司珠海分公司、海鸥卫浴（美国）有限公司、珠海承鸥卫浴用品有限公司、海鸥（香港）住宅工业有限公司、珠海爱迪生智能家居股份有限公司、珠海铂鸥卫浴用品有限公司、重庆国之四维卫浴有限公司、苏州海鸥有巢氏住宅科技股份有限公司、上海谷变贸易合伙企业（有限合伙）、湖北荆鸥卫浴用品有限公司、黑龙江北鸥卫浴用品有限公司、浙江海鸥有巢氏整体卫浴有限公司、嘉兴四维雅鼎卫浴有限公司、广东雅科波罗橱柜有限公司、海鸥冠军有限公司、云变科技（上海）有限公司、河源雅科波罗科技有限公司、广州海鸥住工贸易有限责任公司）。

（本报告之第九部分“环境保护及可持续发展”引用数据来源于本公司内部统计数据，未经审计；财务数据摘自立信会计师事务所（特殊普通合伙）出具的《海鸥住工2023年年度审计报告》）。本报告中涉及的相关的公司简称与《海鸥住工2023年年度报告》释义内容一致。

企业精神

结合人才、健全制度、创造利润、内外兼修、福利员工、回馈社会

社会责任方针

- 遵纪守法、安全环保** —— 遵守国家法律法规，符合 SA8000：2014 标准要求；
—— 为员工提供安全舒适的环境。
- 客户至上、统筹兼顾** —— 坚持以客户为中心，以专业服务为客户创造价值；
—— 统筹各方权益，力争协调发展。
- 以人为本、自由平等** —— 坚持以人为本，尊重员工尊严与个性；
—— 创造和谐的环境，善尽企业社会责任。
- 福利员工、回馈社会** —— 关心员工身心健康，让员工获得充足的收入与良好的福利；
—— 讲信誉、重承诺，以优质产品和服务满足社会需求，用诚信塑造企业形象；回报社会、共铸和谐。
- 持续改善、与时俱进** —— 持续改进社会责任管理体系，勇于承担更多的社会责任；
—— 顺应潮流、与时俱进、未雨绸缪、超前应对。

目 录

一、前言.....	3
二、企业发展历程.....	4
2.1 企业简介.....	5
2.2 经营情况.....	5
2.3 重要荣誉.....	11
2.4 体系管理.....	12
2.5 产品介绍.....	12
2.6 参展情况.....	14
三、企业文化及价值观.....	15
四、人才政策.....	16
4.1 人才发展战略.....	16
4.2 教育与培训.....	17
五、员工福利体系及权益保护.....	18
5.1 员工福利政策.....	19
5.2 员工关怀政策.....	19
5.3 劳动安全保障.....	20
六、股东及债权人权益保护.....	21
6.1 投资者权益保护.....	21
6.2 投资者关系管理.....	22
6.3 投资者回报.....	22
6.4 信息披露.....	22
七、客户、供应商权益保护.....	22
7.1 客户满意.....	22
7.2 绿色采购.....	23
八、反腐倡廉.....	23
九、环境保护及可持续发展.....	24
十、社会公益事业.....	25
10.1【广东省海鸥文教基金会】.....	25
10.2 集团公司公益活动.....	26
十一、未来展望.....	26

一、前言

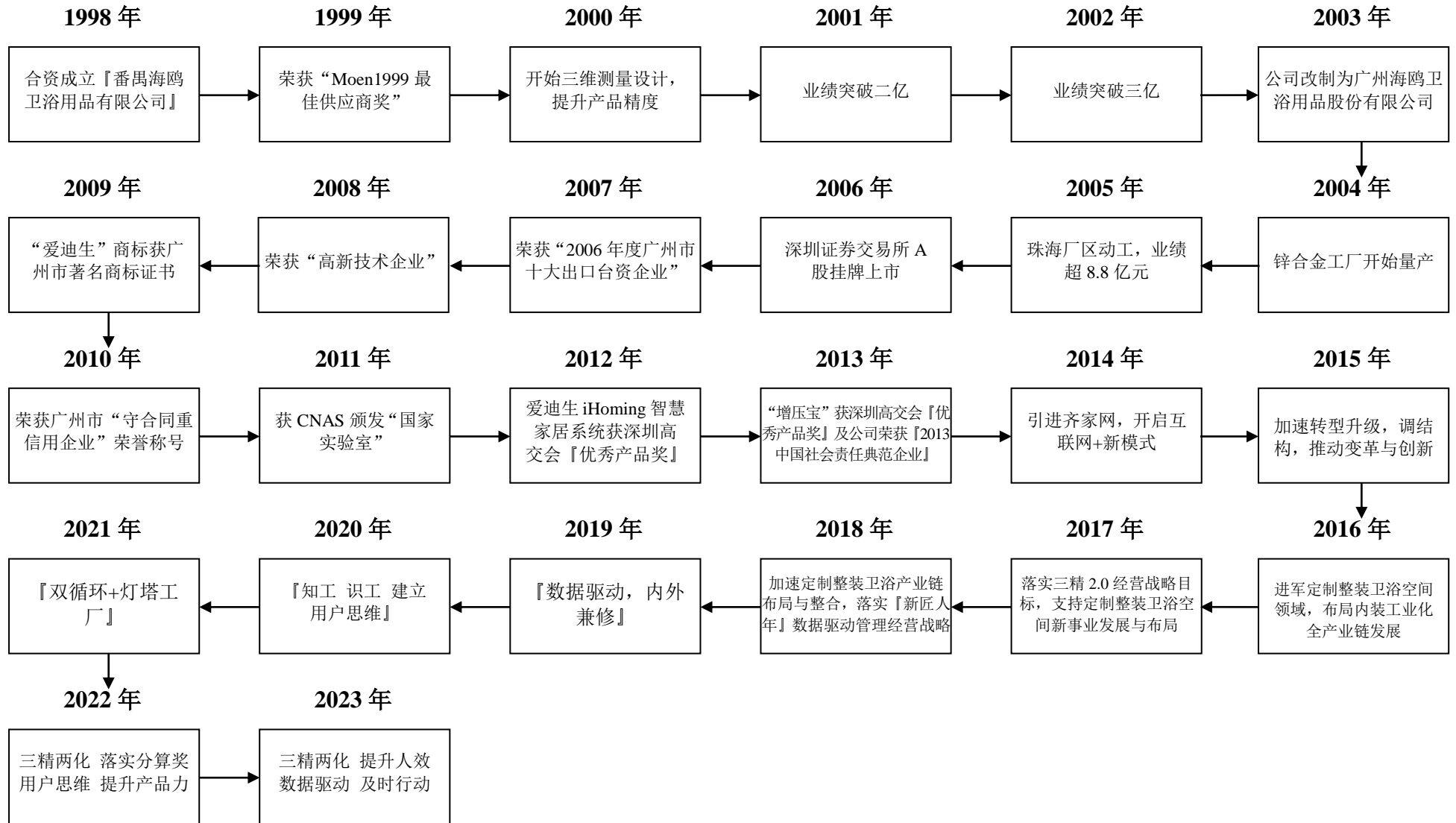
公司致力于内装工业化以装配式整装厨卫为核心的全产业链布局与发展。

2023 年,公司经营管理以『三精两化 提升人效 数据驱动 及时行动』为指导经营方向,坚定执行各项可持续发展的战略目标,助力装配式建筑下装配式内装修的进程,为公司可持续发展提供有力的保障。通过推动精简组织、精实人员、精益生产,自动化与信息化两化融合,持续推动自动化、信息化建设,提升管理效力;落实以人效、两化融合构建企业信息化与数字化平台;通过精细化运营,数据驱动,即时行动,聚焦利润率及人效提升。主业部分以内销+外销双循环驱动增长,全力支持内销策略客户发展,外销部分做好重点目标品牌和渠道客户的制造服务;持续推动一地设计,国内+越南两地开发及制造、全球销售的模式,持续开拓东盟十国的业务机会;以用户思维提升服务,大力提升整组龙头、电子产品创新设计能力、自主研发能力和高品质的制造服务能力,提高产品附加值;持续拓展东盟卫浴制造服务及供应能力,为其业务配套提供更优质、更快捷的服务;通过布局一带一路国际市场,以减少中美贸易摩擦带来的长远影响。专注装配式内装修市场,夯实整装卫浴核心业务;提升产品力,为服务加值;以目标为导向,聚焦优质客户;以解决终端用户痛点目标,丰富产品配置、完善产品功能、提供最优的整体解决方案;持续加大装配式内装修技术的研发投入,夯实内装工业化产业链服务能力,对标行业标杆,努力打造高品质的装配式内装修服务,助力公司实现“致力于成为内装工业化最佳的部品部件及服务的提供商,共建美好家园”的美好愿景。

公司自成立以来,始终秉承“以人为本”的经营理念,以“爱的教育、铁的纪律”为原则,将员工视为公司最重要的资源,关注员工的需求和发展,通过培训、激励等手段,充分挖掘员工的潜能;努力营造宽松、公平的工作环境,使员工感到被尊重和重视,以激发其积极性和创造性;鼓励员工参与公司管理决策,可主动对公司发展发表意见和建议,实现管理民主化;注重员工个人价值的提升,为员工提供成长和发展的机会,充分提高了员工的满意度,增强了内部凝聚力,支撑公司在市场竞争中取得优势。2023 年度,公司深入贯彻“造好产品,先育好人”的理念,始终坚持构建学习型企业、培育学习型员工为宗旨,以提升员工能力建设为重点,通过举办新员工培训、骨干外训、项目管理、多能工专项培养、学历再教育、精益培训、碳中和专项、越南语专项、大学生储备干部训练、早集会高管分享和读书分享会等多种形式、线上线下、内外部结合的培训,提高员工专业技能、职业素养、团队精神以及创新能力,培养团队成员学习能力和适应能力,持续成长,认同并接受企业价值,以满足公司战略目标达成的需要。

积极履行社会责任是企业实现高质量发展的必经之路。2024 年,公司将不断健全社会责任管理机制,坚持走可持续发展道路,以体制机制改革为动力,不断加强经营管理能力和水平,提升经营业绩,践行社会公益,促进公司稳定和健康发展,实现共同富裕。

二、企业发展历程



2.1 企业简介

公司成立于 1998 年，经中华人民共和国商务部批准于 2003 年 8 月 12 日整体变更设立股份有限公司。2006 年 11 月 24 日，公司首次公开发行 4,450 万股股票，在深圳证券交易所成功上市。因国家政策力推装配式建筑，公司在大力发展定制整装卫浴新事业的战略发展背景下，于 2018 年 1 月完成公司更名，将原中文名称“广州海鸥卫浴用品股份有限公司”更名为“广州海鸥住宅工业股份有限公司”，证券简称相应的由“海鸥卫浴”变更为“海鸥住工”，股票代码 002084。截至 2023 年 12 月 31 日，公司注册资本为 650,859,649 元。

在国家装配式建筑产业政策下，公司致力于内装工业化以装配式整装厨卫为核心的全产业链布局。公司主要从事高档卫生洁具、陶瓷、浴缸、淋浴房、浴室柜、整体橱柜、瓷砖等装配式整装厨卫空间内全品类部品部件的研发、制造和服务，在智能家居领域主要进行智能门户、安防工程的持续布局。

公司是国家高新技术企业和广州市首批认定总部企业，近年分别获得了加工贸易转型升级示范企业、广东省守合同重信用企业、广东省创新型企业、广东省装配式建筑产业基地、广东省省级工业设计中心、中国专利优秀奖、广东省省级专利奖金奖和银奖、国家知识产权标准贯标证书、广州市高层次人才优秀专家、广东省上云上平台能源管理系统、广州市创新型企业、广州市制造业转型升级示范企业、广州市“专精特新”扶优计划培育企业等企业荣誉。获得了包括 ISO9001 质量管理体系认证、ISO14001 环境管理体系认证、ISO45001 职业健康安全管理体系认证、SA8000 社会责任管理体系认证、ISO14064 碳核查体系认证和 ISO50001 能源管理体系认证，两化融合管理体系评定、知识产权管理体系认证、国家 CNAS 实验室认证、广东省清洁生产企业认证、AAAA 级标准化良好行为企业认证，AAA 级广州市劳动关系和谐企业、A 级纳税企业、年度薪酬福利典范企业、年度最佳雇主提名、年度广东省制造业 500 强企业等荣誉。公司已成立研究开发中心并不断建设升级，分别获得省市工程中心、技术中心荣誉认定，承担科技计划项目建设以及专项建设。

2024 年，公司以『执行力年』为指导经营方向，助力公司各项经营计划，以期达成“致力于成为内装工业化最佳的部品部件及服务的提供商，共建美好家园”的美好愿景而努力奋斗。

2.2 经营情况

2023 年，国际格局复杂演变，地缘政治冲突频发，外部环境复杂性、严峻性、不确定性上升，主要经济体增速分化明显，我国进出口增速持续回落，受欧美仍高核心通胀导致高利率压力、我国经济好转不及预期等因素影响，全球经济复苏仍乏力，形势严峻复杂。报告期内，公司经营管理层坚持以『三精两化 提升人效 数据驱动 及时行动』为指导经营方向，坚定执行各项可持续发展的战略目标，助力装配式建筑产业政策下装配式内装修的进程，为公司可持续发展提供有力的保障。但公司业绩未能实现整体盈利，亏损主要系控股子公司相关资产大额计提减值准备，公司外销订单下降同时固定成本高导致营业利润总体下降，以及汇兑收益同比减少等因素所致。报告期内，公司实现营业收入 290,405.61 万元，比去年同

期 329,484.06 万元下降 11.86%；归属于上市公司股东的净利润-23,252.91 万元，比去年同期 4,740.95 万元下降 590.47%（以上数据已经审计）。

1、聚焦外销业务转型，加速海外能力提升，持续推动国内外双循环策略

公司主营业务以出口欧美为主，聚焦在卫浴及厨房产品整组龙头及部品部件的制造服务与销售。受限于欧美高通胀而消费信心不足，主要客户去风险、去库存持续影响，公司外销业务呈下滑；部分内销业务仍然受国内房地产产业链深度调整无法恢复至正常水平。报告期内，五金龙头类产品实现营业收入 145,660.91 万元，比去年同期 189,477.37 万元下降 23.12%。

为顺应市场变化以及逆全球化的发展趋势，公司采取外销及内需市场并重的双循环策略，着力推动与国外重要客户的合作纵深，加速建设一带一路国际市场；同时持续深化内销战略客户的合作，提升内销业务市场份额，打造高品质装配式内装工业化服务。公司在内需市场采取 CHINA-ASEAN 布局，将中国+东盟十国以共同市场+共同供应链持续发展。越南工厂作为公司一带一路、东盟十国市场的重要布局，持续构建全品类、全制程制造服务能力，不断夯实整体品质体系，大力发展整组产销；推动外购及自制零件的模组化率，快速提升整组产出规模。通过自动化、数字化、信息化构建统一标准，以精益化思维构建品质系统，严格落实精益化管理，实现越南制造的优势；通过标准产线建立，开发自动化设备，推动自动化产线落地；落实越南制造中心的验厂、转产、构建品质体系、实验试验能力以及供应链开发等项目计划；努力培养干部及重点瓶颈产业工人当地化，逐步降低人力成本。报告期内，公司陆续通过 SA8000 企业社会责任管理体系认证，ISO17025 实验室管理体系认证；加速构建模具设计制作能力，逐步成为功能齐全的生产制造基地。公司在 RCEP 地区越南投资建厂，实现以中国工厂服务内销及欧洲市场、越南工厂服务美国市场以及未来 RCEP 成员国的布局；借助国家对一带一路政策的推进和 RCEP 协定的生效，助推公司一地设计多地制造的长期发展战略快速落地和实施，为公司长期稳定的发展提供有利保障。

报告期内，公司运营中心持续落实三精两化，通过精简组织、精实人员、精益生产，推动数字化和信息化的运营战略落地；持续整合组织，实现国内多厂区、一个标准逐步提升运营效率。在自动化执行方面，持续推动小灯塔工厂的建设，通过信息化蓝图，在整合 MES 系统、WMS 和智能立体仓库，导入整组模块自动化，通过协作机器人柔性自动化组装线、自动包装线以及精益工作台的全线联动，实现组装车间物流自动化。在仓储智能物流方面，增加内部 AGV 智能物流，减少人力搬运成本；持续推动精益生产，消除组装工序无效动作浪费和搬运浪费，通过人因工程科学设计，逐步导入第三代精益工作台。在供应链拉动改善方面，持续推动 TPS 落地，进料 JIT、看板、物流自动化、聚焦在制周转速度和库存控降，提升效率。整体上，公司更加关注到消费者个性化、场景化需求等变化趋势，开展更加主动、精细的品牌定位与产品研发，加速推动精益生产，通过利用数字化、信息化、自动化持续赋能，构建更加透明化、可视化、数据化的服务与交付标准，为业务发力提供强有力的服务保障。

2、以设计驱动产业升级，用趋势引领产品革新，持续技术研发与产品创新

卫浴行业作为建材家居的产业链，集中于产业的中低端，伴随着产能过剩、生产成本增加等因素，行业竞争压力加剧，转型升级和产能外溢成为众多企业的必由之路。同时，伴随着消费习惯和市场环境的变化，用户需求越来越高，产品同质化现象日益加剧，品牌逐渐意识到，仅依赖以产品为导向的经营思路已经不能满足市场的多变需求，更不能带来可预见的增长及优化方向。产品设计需以用户思维，将用户需求逐步融入到产品的创新、设计、制造乃至渠道分发的过程中，从用户视角探索更全面的需求，提供更能深入人心的产品及服务。随着大家居建装行业的深度发展，消费者对于生活改善方面的消费需求持续释放，要求持续的进行新品研发、设计，不断为市场带来更多新创意和新变化，引领人居生活的潮流方向。

先进技术和创新产品加速提升不同年龄层用户的生活品质。受国家政策导向，设计要求朝着更绿色、更智能、更环保的方向高质量发展。由于中国人口老龄化趋势进一步加剧，适老化产品设计也已成为当前消费者的重要需求之一。因此，产品设计除了在原有功能实现的基础上，逐步转变为差异化定位、多元产品设计，创新驱动朝着智能化、节水节能、适老化、健康监测、产品薄型化、轻量化、安全、人性化、品质生活等方向发展。新型材料和技术也将被用于确保产品的监控安全，未来产品设计趋向于集成化设计、多功能的集成，以节省空间并提升用户体验。同时公司积极拥抱智能制造技术、探索智能化、个性化、节能环保、健康安全、集成化设计、自动化生产以及人工智能和大数据的深度融合。技术研发与产品创新为公司的核心竞争力。报告期内，公司研发设计团队持续聚焦健康、安全、节能等议题，紧跟全球最新的风尚趋势，融入品牌理念和技术创新，不断呈现产品设计创新成果，以满足消费者对卫浴、五金、智能化以及整体空间等个性化和差异化的需求，推动行业革新产业升级。公司持续不断优化、迭代、创造更符合消费者品质升级型需求的产品，塑造更智能化、理想化的厨卫空间生活场景，引领生活方式更舒适、可持续发展。报告期内，旗下品牌联合参加第 27 届中国国际厨房、卫浴设施展，汇集资源优势，展示了强大的整屋空间硬装一站式集采实力。设计团队自主设计的多款产品斩获德国 Red Dot、iF、G-Mark 国际工业设计大奖，展示了公司较强的研发设计能力，产品设计成果将不断的转化为实际订单，持续推动产业升级，拉动公司未来的业务增长。

3、聚焦战略、深耕渠道、品牌增值、尝试突破、赋能终端，各品牌事业谋求持续发展

公司以“致力于成为内装工业化最佳的部品部件及服务的提供商，共建美好家园”为愿景，持续进行内装工业化包含卫生洁具、装配式整装、瓷砖、浴缸陶瓷、定制橱柜、智能家居等品类和事业全产业链的布局。报告期内，各品类聚焦战略，持续整合提升运营效率，深耕开拓丰富渠道，通过线上线下媒体宣传品牌价值，数字化及信息化，赋能终端客户，谋求持续发展。

报告期内，公司装配式整装业务拥有有巢氏和福润达两大品牌，嘉兴一个智造基地，产品类型覆盖 SMC、彩钢板、瓷砖型等类型。公司整装卫浴产品采用新型高科技材料，通过工厂标准化生产，由防水盘、壁板、顶板构成的整体空间，配套各种功能洁具形成独立卫生单元，在有限空间内实现盥洗、如厕、沐浴、收纳等多种功能；统筹防水、给水、排水、强弱

电、光环境、新风、安全、收纳以及热工环境等方面，具有快速安装、滴水不漏、干法施工、防霉抑菌、安全健康、绿色环保等优点。公司是多项行业标准的参与制定者，参编的标准包括《装配式内装修技术标准》、《百年住宅建设设计规程》、《装配式整体卫生间应用技术规程》、《住宅室内装配式装修工程技术规程》、《装配式适老卫生间》、《装配式适老卫生间应用技术规程》，苏州有巢氏参与制定国家标准 GB/T 13095-2021《整体浴室》已发布实施。公司是广东省第二批装配式建筑产业基地，荣获装配式建筑优秀企业银奖，拥有中国建设科学研究院颁发的首批 CABR 建设工程产品认证证书，定制整装卫浴生产能力建设项目获市级高质量发展专项立项，福润达被认定为青岛市专精特新中小企业。报告期内，装配式整装业务定位整体服务，积极开拓战略客户，推进集采平台入库，以保障房整装、酒店公寓、旧改、公共厕所等为主进行业务开拓，持续以材料和工法为技术突破进行产品升级，寻求产品差异化；通过信息化、数字化项目赋能，整合销售及工厂端供应链及技术端口，有效提升整体运营效率。公司持续在原有产品线中，逐步探索和开发适用于旧改和保障房项目的系列产品，已争取到西安、海南、苏州、扬州等多项保障房和旧改项目的业务机会，范围涉及医院、学校、商务办公等领域。同时，公司逐步探索整装卫浴在 C 端的业务机会。2023 年底有巢氏、四维卫浴与家体系达成战略合作，共同推出了 48 小时厨卫阳焕新项目，旨在通过快速、专业的施工团队和高效、环保的施工材料，实现厨卫阳空间的快速焕新。在项目实施过程中，四维卫浴、有巢氏和家体系三方紧密合作，共同制定了详细的施工计划和设计方案并严格把控，确保每一个环节都达到最高的标准。有巢氏根据客户的需求和喜好，提供个性化的设计方案、环保的施工材料及高效的施工服务，确保施工过程的顺利进行；四维卫浴则凭借深厚的品牌底蕴和专业实力，为旧改项目提供高质量的卫浴产品和技术支持；家体系以其强大的资源整合能力，为项目提供全方位的支持和保障。该项目是公司整合优质业务资源，首次通过线上渠道进行的初步探索，在住宅翻新、改造、升级项目中有更全面的经验积累，公司也将以此为契机，充分发挥装配式制造和工法优势，完善施工队伍以及后续的安装交付全业务流程，确保焕新后的空间不仅美观舒适更符合现代家居的健康标准，充分为旧改市场提供更加全面、专业的卫浴空间解决方案和服务做好示范。报告期内，装配式整装业务实现营业收入 6,853.67 万元，比去年同期 10,354.73 万元下降 33.81%。未来装配式整装业务将拓展至旧改、保障房等存量业务以及 ToC、EPC、商办等各赛道业务。

报告期内，冠军磁砖持续引领创新和肩负绿色使命，始终坚持品质为基础、服务为依归、创新为发展的企业核心战略方针，多渠道全面稳健发展，不断寻求新的尝试与突破。产品作为冠军品牌发展基石，长期专注产品的创新研发，特别集中于触感、质感两大维度的迭代。在产品研发方面，冠军磁砖逐步通过设计、工艺等技术升级，持续深化冠军形象产品系列“徽派印象”，将当代国风简素审美融入家居空间，捕捉更适合国人文化和精神诉求的生活方式。在渠道开拓方面，冠军磁砖稳中求突破，多渠道发展，积极发挥冠军在工程、设计渠道相关优势，持续深化与各设计院、工程方的战略合作。同时着力零售端的全国招商布局，以省会城市为中心，逐步下潜至三四线甚至县级城市，大力推动全国各地运营中心的成立，先后布

局西安、武汉等城市，加速渠道下沉，更快速响应服务客户。为应对线上消费的趋势，冠军磁砖也积极开展小红书、抖音等新媒体平台模式的布局，以适应新型消费模式，抢占线上新赛道。积极寻求突破，以岩板为窗口，链接到集团公司卫浴、厨房等各个业务板块，打开大家居市场。门店是品牌文化及产品价值直观的呈现场所，冠军磁砖 2023 年品牌形象升级，门店标准升级建设在全国范围内持续推行，通过设计理念和布局规划的升级，新门店标准为消费者呈现出更加直观、多元的消费场景，让消费者发自内心地体验冠军磁砖带来的温馨感和松弛感，放大品牌所传递的文化内涵和独特魅力。同时，冠军磁砖扶持赋能终端，持续提升市场竞争力，共开展线下培训赋能数场，由宿州、佛山、南通三大城市落地，以中部向南部，覆盖全国帮扶上百家经销商，通过对产品基础、设计搭配、终端销售形成闭环，有效赋能终端综合能力，更快速帮扶门店销售团队知识储备以及技巧提升，大大增加经销商团队对品牌的信心及信任度。报告期内，冠军磁砖先后获得了新锐奖年度影响力品牌、2023 全国质量诚信标杆企业、新锐奖国潮精品、榜样力量年度影响力品牌、沸腾质量奖、中意设计大赛创意优秀奖、更优选设计驱动主材供应链推荐品牌等荣誉。报告期内，公司瓷砖业务实现营业收入 68,754.68 万元，比去年同期 68,050.58 万元增长 1.03%。

报告期内，浴缸陶瓷类业务以品牌中心和制造中心独立运营管理模式。在品牌定位上，四维卫浴对智能产品进行全方位升级，引入定制，满足消费者多样化需求。四维卫浴现已拥有了完善的生产体系和管理流程，产品品类齐全，生产实力雄厚。为推动高端定制产品的全面进阶，四维卫浴整合集团公司优质供应链资源，保证产品交付及产品品质；从供应链、产品研发、产品上市推广，四维卫浴“全卫高端定制”的每一个阶段，都将由拥有超过十年以上定制经验的团队保驾护航。在终端服务上，为了让门店快速掌握定制体系，四维卫浴启动“定制终端帮扶”计划，从设计、下单、安装形成一套成熟的帮扶体系，推动更多门店推广定制产品。四维卫浴全卫定制采用先进的生产工艺和高质量的材料，确保产品的质量和耐用性。全自动化-前端设计与后端生产无缝对接，智能化整体解决方案，从前端渲染设计到后端生产一体化操作，为客户提供高效专业化服务。四维卫浴全卫定制提供多种风格和款式的选择，可以满足不同客户的个性化需求，模块组合+柔性定制让客户的空间利用最大化，满足客户需求，兼备品质与舒适体验。同时，为重塑品牌定位及战略规划，四维卫浴重建品牌运营团队，将品牌运营中心由重庆迁至广州，并在原有业务基础上新增定制事业以及华东、西南工程部等组织，有利于提升品牌运营效率。在品牌宣传方面，四维卫浴通过线下品牌广告宣传，整合互联网、多媒体等线上资源，实现全方位、多角度、高频率的品牌推广覆盖，将四维品牌形象、知名度、美誉度等展示给全国广大消费者，并通过不断提升品牌口碑、品质和服务，提升品牌影响力，赢得更多消费者的认可和信赖。四维工厂持续推进三精两化落地，夯实制造服务能力；强化智能马桶、面盆、蹲便器各品类高压注浆模具的开发与应用，通过机械化、自动化设备赋能，减少对熟练成型工种依赖；通过上线 MES 可视化系统及时了解生产信息，提升人效。同时，四维卫浴多项产品通过绿色建材产品认证，完成了 ISO9001 体系审核，获得重要客户产品印尼认证审核，并顺利通过高新技术企业认定。报告期内，浴

缸陶瓷类产品实现营业收入 19,203.25 万元，比去年同期 18,677.66 万元增长 2.81%。

报告期内，家居行业各大品牌扎堆价格战、推出大家居战略，价格战虽可以为企业带来短期的流量及市场份额的提升，但也会影响品牌价值；同时轻高定也悄然兴起，这是定制家居企业对高端消费场景的进一步细分，足够差异化，才能打造出优势。消费者们不再盲目追求奢华，而是需要精致、优雅的生活，这是轻高定发展的基础，也是定制企业走差异化路线的基础。公司定制橱柜业务主要以雅科波罗品牌运营，受房地产行业收紧及公司内部控制经营风险的双重影响，公司仍采取保守稳健经营的策略。在业务层面上，持续完成保交楼业务，基于原有大客户现金订单业务基础上，持续开发龙光、中海、厦门国贸、融创、旭辉等其它意向客户，拓宽业务渠道，提升销售规模。在产品层面上，积极推进门墙柜一体化整家定制产品落地，提高客单值。在运营层面上，持续三精两化的战略落地，通过梳理整体业务，完善新产品、新样品、样板房、客诉及补件运营流程，提高运营效率及正确决策率，界定决策责任；重构供应链价格审批流，确保材料价格符合成本需求；工厂建立物料每周周转率考核机制，严格控降原材料库存；实施成品库存预警管理；重建组织架构，优化组织并实现合并办公、优化管理人员。报告期内，定制整体橱柜业务通过开源节流，降本增效，精细化运营，定制橱柜业务实现营业收入 15,228.82 万元，比去年同期 9,940.34 万元增长 53.20%。

4、智能家居持续夯实业务能力，实现业绩稳健增长

公司智能家居板块以控股子公司珠海爱迪生独立运营，依托爱迪生自有品牌，致力于暖通智能控制、空调智能控制、系统集成及物联网科技产品的深度研发、生产与应用。拥有研发中心专门负责产品设计与研发，已获得多项发明、实用新型、外观专利及软件著作权等科技成果，研发设计的多种产品通过了美国 IAPMO、英国 WRAS、英国 NSF、欧洲 EN215 和欧洲 A 级节能等多项国际认证，并通过中国质量认证中心 CQC 认证、国家建筑工程质量监督检验中心、建设部供热质量监督检验中心、国家建筑材料测试中心等多个专业检测机构检测，具有节能、环保、舒适、安全的产品优势，销路遍及美国、英国、德国、澳大利亚、土耳其等欧美发达国家。珠海爱迪生为新三板创新层非上市公众公司，拥有国家高新技术企业、珠海市专精特新中小企业、广东省专精特新中小企业称号。

珠海爱迪生持续以空调智能控制、阀门、暖通智能控制、系统集成及物联网科技产品的深度研发、生产及销售，积极开拓以创新为引领，持续加大研发投入，加大智能家居自有部品和服务的市场开拓力度，全力提升总体经营质量。目前已拥有 30 多项专利、产品获多国认证。报告期内，珠海爱迪生着重提升国内外业务开拓，获得多项新项目的开发机会，持续为各大智能终端品牌制造商提供多元化的产品与服务，满足产品创新需求，为其持续经营发展奠定了良好基础。推动三精两化的经营战略，持续降本增效，自动化、信息化赋能；针对电子温控器等自动化生产线的可行性研究和评估；推动实施溯源项目，对质检、生产、出货全过程追溯，减少人手作业，提高业务和生管工作效率，实现智能家居类产品扫码追溯订单及零件来源信息。报告期内，珠海爱迪生实现营业收入 27,203.33 万元，比去年同期 22,385.65 万元，同比增长 21.52%；归属于母公司所有者的净利润 2,971.72 万元，同比增

长 52.23%；经营活动产生的现金流量净额为 1,613.11 万元，同比增长 16.55%。

2.3 重要荣誉

- 2023 年 1 月 公司产品荣获产品碳足迹认证
公司荣获《GB/T 24025 III 型环境产品声明（EPD）》证书
公司产品荣获中国绿色建材产品认证
四维卫浴十九款产品荣获绿色建材认证
- 2023 年 3 月 海鸥冠军十三款产品荣获 2022 年度沸腾质量奖
公司自主设计两款产品荣获德国 Red Dot 奖
- 2023 年 4 月 海鸥冠军十款产品荣获 2023 年度沸腾质量奖
公司自主设计两款产品荣获德国 iF 设计奖
- 2023 年 5 月 公司荣获“年度按比例安排残疾人就业 番禺十佳优秀单位”
海鸥冠军荣获第十九届陶瓷卫浴新锐榜“国潮精品”
海鸥冠军荣获第十九届陶瓷卫浴新锐榜“年度影响力品牌优秀奖”
公司荣获全景投资者关系金奖（2022）杰出 IR 团队
公司荣获全景投资者关系金奖（2022）最佳中小投资者互动奖
- 2023 年 6 月 北鸥荣获黑龙江省科技型中小企业认定
- 2023 年 7 月 海鸥福润达参与制定 DBJ/T15-246-2022《建筑室内装配式装修技术规程》广东省标准发布实施
- 2023 年 8 月 海鸥冠军荣获设计好物颁发 2023 榜样力量“年度影响力品牌”
四维卫浴荣获陶卫网“智净杯”十大智能卫浴品牌及智能坐便器品质金奖
- 2023 年 9 月 公司荣获广州市和谐劳动关系 AAA 级企业
海鸥冠军荣获 2023 全国质量诚信标杆企业
- 2023 年 10 月 北鸥荣获黑龙江省 2023 年高新技术企业认定
海鸥冠军荣获第十一届中国意大利陶瓷大奖赛“创意优秀奖”
四维卫浴一款产品荣获 2023 年度沸腾质量金奖
四维卫浴一款产品荣获 2023 年度沸腾质量健康安全优+奖
四维卫浴一款产品荣获 2023 年度沸腾质量舒适性能标杆奖
公司自主设计两款产品荣获日本 G-mark 设计奖
公司 2022 年度信息披露评价结果荣获评级 A
- 2023 年 11 月 北鸥荣获黑龙江省创新型中小企业认定
公司荣获投资者 2023 年度上市公司董办优秀实践案例
- 2023 年 12 月 公司荣获招商银行年度伙伴薪酬福利典型企业
公司通过 2023 年国家知识产权优势企业认定
公司通过 2023 年广东省名优高新技术产品认定
公司荣获广东省 2023 年高新技术企业认定

四维卫浴荣获 2023 世界卫浴大会创新设计奖

四维卫浴荣获十大卫浴品牌

四维卫浴品牌荣获国家商务部“中华老字号”认定

四维卫浴荣获重庆市 2023 年高新技术企业认定

公司原董秘陈巍荣获 2023 年度上市公司董事会秘书履职评价 4A 级

2.4 体系管理

公司及各分子公司秉承贯彻体系管理的要求,始终坚持以标准管理体系规范公司内部管理。2023 年顺利完成 ISO9001 质量管理体系、ISO14001 环境管理体系和 ISO45001 职业健康安全管理体系三年换证审核。顺利通过 ISO10012 测量管理体系和 SA8000 社会责任管理体系年度监督审核。

公司积极响应国家“3060 新政”,番禺厂区和珠海厂区分别建立了 ISO50001 能源管理体系,并顺利通过年度监督审核,持续有效推行绿色低碳、节能减排。公司的管理体系持续有效运行。

2.5 产品介绍

2023 年,公司紧跟市场需求,积极研究用户需求变化,持续为品牌客户和消费者提供创新的产品,新产品涵盖卫浴五金、卫浴电子、陶瓷盆、智能马桶、浴室柜、浴缸、淋浴房等一百余款产品设计,并已陆续开发上市。公司设计团队将免触集成、抗菌材料、即热、水力发电等技术应用到产品设计中,为终端消费者提供健康舒适卫生的家居生活。凭借设计团队的持续精进和不断深挖用户需求,公司设计的多款产品荣获德国 iF 奖和德国 Red Dot 奖、美国 IDEA 奖、日本 G-mark 等国际工业设计奖项,共计 18 项。其中, Limi 里美智能淋浴系统运用魔幻几何的艺术手法,通过考究细致的材料和变幻的几何零件组合、拼接诠释理性而鲜明的色彩,提供花洒水和喷雾水两种节水水形模式,深入环保节能理念;淋浴系统智能控制面板模组化,可按需选配叠加功能,通过水力发电技术起到呼吸灯提醒和关怀的作用,增加了产品的层次感和设计感,该产品同时荣获 2023 年德国 iF 奖和日本 G-mark 设计奖; Lea 莉亚厨房龙头运用微智能技术将无触控和手动控制巧妙结合,手动操作保留了必要时使用的习惯,红外感应技术增强便利性的同时减少了用户与产品之间的接触,抽出口成为灵活的喷雾,满足多样化的清洗需求,该产品荣获 2023 年德国 iF 奖; Leni 莱尼智能淋浴系统展示了简洁一体设计,一键开启,符合人体工程学按钮提供了省时的水控制,按弹式旋钮允许精确的温度选择,简化的设计轻松控制整个淋浴设备,实现轻松融入现代浴室环境,考虑到不同的安装环境还增加了挂墙式带置物台面的设计,因此凭借极简的设计风格该产品荣获 2023 年德国 Red Dot 奖。

2023 年,四维卫浴转型升级步伐明显加快,基于对终端用户的深入洞察,确定了全卫高端定制的品牌定位,并制定了定制+整装+智能发展战略。以定制为核心,形成高端设计、高端供应链和高端服务三大定制标准。四维卫浴推出完善的专业定制系统,打通从产品研发、生产管理到定制设计、售后服务的定制全流程。精准契合年轻化趋势下的个性化需求,更精

细地迎合了多样化的市场趋势。历经 71 年的精耕细作，四维卫浴构建起多元化产品创新体系，涵盖坐便器、智能马桶、浴室家具、花洒、浴缸、淋浴房、龙头、工程卫浴等 10 多个系列两百多个品种，品类齐全，款式丰富，具有差异化与高品质，可为消费者提供一站式卫浴产品综合解决方案。全新升级后的四维卫浴将品牌定位于全卫高端定制，全面发力非标定制产品、智能家居产品、整装卫浴及住宅系统集成产品的整合与研发，同时布局线上与线下多渠道，形成立体式营销体系，助力终端突围。报告期内，四维卫浴多项产品荣获绿色建材产品认证、2023 年度沸腾质量金奖，并连续六年荣获十大卫浴品牌。

2023 年，随着国家旧改政策落地，旧改需求催生焕新市场。公司装配式整装也紧跟市场趋势，联合集团资源，推出 48 小时厨卫阳极速焕新产品系列，以有巢氏内装工业化部品部件平台，结合 C 端消费群体主打厨房、卫浴、阳台使用场景置换产品体系。产品体系包括岩板系列、玻板系列、铝板系列、巢丽系列和巢晶系列，公司已开发多项专利技术创新，从材料和安装工法两个层级取得发明专利。其中，岩板系列，结合专利复合结构设计，采用轻量化设计，全干法墙面焕新装配式安装结构，现场搬运、成品保护、安装效率、施工精度都大幅提升，适用于卫浴墙面、厨房墙面、阳台墙面装配式装修；玻板系列集玻木及饰面流行覆膜工艺整体复合，实现整体自重轻、强度好、防水防潮、现场安装及容错切割简单，施工效率极高，适用于卫浴墙面、阳台墙面装配式装修；铝板系列打破传统集成吊顶零碎格局，创新性采用专属封边结构，采用航空级铝板、铝蜂窝复合蜂窝结构，具备减震、隔音、保温、阻燃、强度高等优点，适用于卫浴吊顶、厨房吊顶、阳台吊顶装配式；巢丽系列可用于老旧浴室改造、以及医疗养老设施、住宿、运动设施的洗浴空间等，表面采用树脂压纹涂层工艺，自带防滑纹理，洗浴时避免滑倒，自带排水沟槽结构设计，使得洗浴水快速流走，让地面保持干爽，适用于卫浴地面装配式装修；巢晶系列特有专利技术让地板强度更高，彩膜结构实现立体纹理，效果逼真，有耐磨、抗污、防腐、防水、防滑、高强度、低收缩率、不易变形、零污染等优势，适用于厨房地面、阳台地面装配式装修。随着项目的持续推动和逐步落地，公司将从实践中不断积累更多适用于 C 端的产品、工艺和现场安装服务经验，了解消费者需求偏好，迭代开发，不断的提升产品设计、工艺和安装质量，更好地满足 C 端用户的需求，夯实服务质量，增强产品竞争力和市场适应性，争取更多的业务机会。

2023 年，冠军磁砖坚定不移秉承着“品质为基础、服务为依归、创新为发展”的品牌战略方针，坚守初心，稳健发展。在产品研发方面，从住宅与商业两个空间出发，以“岩”主题为中心开发，灵感来源于自然界中的岩石。从主题概念、空间设计、色彩搭配、工艺到单品，形成了系统性的产品矩阵。在原有 900*1800mm 规格基础上，新增了 900*2700mm 岩板系列，实现了室内墙面应用一片到顶的效果，1200*2700mm 与 1200*1600mm 规格的地面用砖形成协调统一的整体空间效果，适用于客餐厅、卧室、书房、卫浴等各类空间。同时，冠军磁砖通过不断的设计优化与工艺创新，持续迭代“徽派印象”，满足更多不同场景的需求。其中“徽派印象”新品“华章墨彩”凭借创新研发设计，荣获中国意大利陶瓷设计大奖赛创意优秀奖，其灵感源自文人浓墨重彩下的秋色写意，将岩石的肌理与人文风景融入设计中，

水墨鎏金相辅相成,创新演绎自然人文与艺术美学的碰撞与融合,满足追求品质的精英人群;升级玉脂釉工艺,拥有如玉凝脂般温润柔和,触感舒适亲肤,砖面纹路张扬奔放,充满艺术感和设计感,让整个空间更具独特个性。在新技术研发方面,冠军磁砖开发了多项新工艺技术,以提升产品的体验感和舒适度。针对市场对台面材料的需求,冠军磁砖开发了 15mm 厚抗菌热弯岩板,并通过特定的温度及工艺要求,进行后期深加工,推出了一体式台面盆产品,满足现代厨卫空间的装饰应用需求。此外,冠军磁砖已完成瓷砖数码模具产品技术、3D 立体打印技术等多项新工艺技术储备,本着多快好省的原则,同步开发了岩板快装系统,满足客户快速安装的要求。冠军磁砖致力于绿色工厂、绿色工艺、绿色建材的绿色发展路线,持续改善消费者的居住环境,注重低碳及节约能源,积极布局大健康领域。

2023 年,珠海爱迪生持续深化与海外客户的合作关系,积极参加国内外展会,开拓新的业务机会。珠海爱迪生不断挖掘自有品牌 EDISON 新品开发及认证,以独立品牌和产品形象拓展业务至澳大利亚、美国及国内市场。凭借多年空调采暖系统流体自控流量和温度控制的技术优势,先后完成暖通控制阀全系列产品在澳大利亚的认证,获得国内外客户的认可。珠海爱迪生开发的美式泄压阀、压力释放阀获得美国、加拿大相关认证,是为数不多获得此类专项认证的公司之一。为适应当前互联网控制用户的新需求,珠海爱迪生整合了电子传输、控制技术优势,开发了电子恒温阀、无线温控器及语音控制等技术,实现显示、远程控制、防冻保护、快速安装等具有用户友好的性能及优势。此外,珠海爱迪生推出了与空气能热泵及燃气热水器产品配套控制阀及管路套装,标准化安装,有效节约成本和时间,为客户提供了高效解决方案,获得国内外客户青睐。

2.6 参展情况

2023 年上海厨卫展

中国国际厨房、卫浴设施展览会(KBC)(简称“上海厨卫展”)是厨卫行业的专业展会,在全国、亚洲乃至世界享有盛誉和广泛影响力,被业内人士誉为行业发展的“风向标”。

本次上海厨卫展,海鸥住工携旗下品牌联合展出,展出的套间空间内部品、部件和空间方案让生活更舒适、有安全保障,公司从如厕区、盥洗区、淋浴区、客厅、厨房、卧室逐步延伸到整体空间的解决方案,集结资源优势展示公司整屋空间硬装一站式集采实力。橱窗获奖产品区展示公司产品的设计和工艺,为客户家居体验增添独特的魅力;智能安防展示区体验先进的智能安防技术,保障家庭安全,享受无忧生活;岩板展示区探索高品质的岩板材料,其耐用性和美观性将为客户的空间带来全新的体验;整装卫浴展示区为客户提供一站式的整体卫浴解决方案,打造舒适、时尚的卫浴空间,展示出公司对家居整体空间解决方案的综合能力。

法兰克福 ISH 展

法兰克福暖通制冷及厨房卫浴展览会(ISH)为全球规模最大且国际化最高的卫浴及冷暖空调设备展,是全球卫浴和暖通厂家展示自身产品和创新精神以及推出新产品的重要舞台。ISH 展作为全球知名的卫浴行业盛会,是引领现代浴室设计、厨房设备以及智能家居系统最

具影响力的专业展会之一。公司机械龙头展区将精湛工艺与创新设计的完美结合，感受机械龙头的独特魅力；电子龙头展区展现了科技与生活的交融，为人们带来便捷、舒适的卫浴体验；独立套间展示给人身临其境的体验，感受整体卫浴空间的设计理念和搭配风格；多颜色展区则如同一个绚丽的调色板，各种色彩的产品使个性得到充分展现。公司参展产品均契合当下健康生活与简约时尚的设计理念，达到了线上引流的效果，同时也收集到客户宝贵的建议，为在线互动、产品推荐、技术讲解、能力展示方面积累了宝贵的经验。通过展会，公司向世界展示和推广整屋空间硬装一站式集采实力，吸引国内外客户的关注和接洽。

2023 中国制冷展及中国制热展

2023 中国制冷展以“聚焦全球冷暖，致力系统创新”为主题，推动行业的发展需求为己任，秉承品牌化、专业化、国际化的发展理念，打造集品质、服务、技术、商机和社会责任于一身的行业顶级展览会。珠海爱迪生携新一代智能语音彩屏控制器亮相本次展会，产品不仅延续了对于新风、静化、空调、地暖等设备的集成控制功能，更通过语音方式实现对设备的控制，使控制更加便捷，突出“以人为本”的设计理念，进一步实现人机互联。

2023 年中国制热展带来能源、水、舒适三个主题，并系统性地从热源、热传递、空调、智慧供热、安装技术、舒适系统对产品进行分类。珠海爱迪生围绕清洁能源外延水路系统进行系统产品研发，不断改善系统温度、压力解决方案，并增加无线连接、人机对话功能，满足终端用户对使用便捷性需求；针对澳洲、欧洲、美洲市场需求和标准不同，整合研发出不同的水路系统解决方案，符合世界低碳、环保的时代潮流。

2023 中国住博会

中国住博会围绕装配式建筑的发展，突出国际性、科技性、前瞻性，重点介绍国内外最新装配式建筑技术和部品，集中展示成套集成技术，宣传绿色环保理念，引导房屋质量和性能不断提升，促进我国建设领域转型升级和可持续发展。本次展会有巢氏携石墨烯地暖无障碍康养装配式整体卫浴亮相，其采用 PTC 石墨烯超导热制热，自限温度控制，均匀释放热量，安全系数高、环保污染稳定性高。康养系列产品无障碍设计、智能升降马桶、淋浴座椅、隐形移门、抑菌扶手、防水底盘等产品特性，映射出有巢氏康养系列产品所打造全方位安全体系，为康养生活解决了常规卫浴面临的不便与隐患。浴室内外同步安装、无需砌墙全程干法施工，在不影响正常生活，快速安装完成，节约时间；同时抗指纹彩钢板、航空 SMC 环保材料，双面彩钢墙板取代隔墙，P 型一体台盆增加收纳节省空间，完美适用于新建及既有建筑改造领域。

三、企业文化及价值观

员工是企业发展的动力源泉，关爱员工是构建和谐企业的核心所在。2023 年为活跃公司氛围，增强员工信心，充分体现企业对员工的关爱，进一步增强员工归属感、增强企业的凝聚力及向心力，激发员工的工作激情和创造热情，提升员工幸福、安全指数，共建和谐企业，公司举办了多姿多彩的员工关怀活动。

2023 年，公司举办第六届全员运动会，运动会节目丰富多彩，参赛者激扬拼搏，全体员工及家属兴高采烈，既在公司内部倡导了健康的生活方式，也传递健康、运动、向上的生活理念，运动会取得了圆满成功。

- 1 月 集团新春福利——“福米”和爱心礼包发放
- 2 月 2023 年海鸥住工开工庆典
玉兔笑迎，欢度元宵——猜灯谜赢红包
- 3 月 “参与绿色行动，共建美好家园”——珠海厂区植树活动
- 4 月 第七届“工会杯”职工羽毛球比赛
“团结拼搏、争创佳绩”——公司拔河比赛
“汇聚热血力量，点亮生命之光”——公司无偿献血活动
- 5 月 法律培训讲座：禁毒、AI 诈骗、合同风险等培训
- 6 月 端午节送福利——发放福粽
- 7 月 “人人讲安全、个个会应急”——公司安全生产月活动系列活动
- 8 月 夏日活动：瓜甜一夏，吃瓜大比拼
夏日活动：欢乐趣味“套瓜乐翻天”
反诈宣传：《孤注一掷》反诈电影观影活动
全员健康体检
- 9 月 第六届海鸥住工运动&园游会盛大举办
- 11 月 沙头街第十六届男子篮球赛
- 12 月 冬至汤圆赠送活动
厂区技能竞赛活动
2024 开工对联征集活动

四、人才政策

4.1 人才发展战略

公司始终以“不分性别、中外、年龄、本地、外地，一律平等对待”作为公司的用人政策，致力于建立和完善“选才、育才、用才、留才”人才战略方针，并制定全面完善的晋升制度。人才是第一资源，也是企业发展的战略资本。为吸纳更多的人才，满足生产经营需要，公司建立市场化的人才招聘机制，通过多渠道招聘、猎头服务等方式，吸引和选拔优秀人才。加强与高校、科研机构等合作，建立产学研合作机制，引进和培养高端人才。公司持续推行《举荐奖金管理办法》，动员全员招聘，人人有奖，激励同仁举荐优秀人才。

2023 年，公司建立健全内部培训体系，包括新员工入职培训、在职员工技能提升培训、

领导力培训等，提高员工的专业素质和综合能力。推行导师制度，让优秀员工担任导师，帮助新员工快速融入企业文化和工作环境。鼓励员工参加外部培训和认证考试，提升个人竞争力。持续开展专项类培训，如合同法务风险防范培训、品牌战略管理培训、基层班组长系列培训、多能工专项培养、海鸥读书会、早集会高管分享等多种形式培训以满足公司战略目标达成的需要。

2023 年，公司大力推行绩效考核机制，设计合理的绩效考核体系，确保员工的付出与回报相匹配，提高员工的工作积极性。对表现优秀的员工进行表彰和奖励，激发员工的创新精神和进取心。

人才发展战略是一个系统工程，需要公司在明确战略定位的基础上，从人才引进、培养、使用和激励等方面入手，不断完善和优化人才发展体系，为公司的发展提供有力的人才保障。

截止至 2023 年 12 月 31 日，员工总数 4,962 人。

1、员工专业结构		
专业分工	人数	比例 (%)
生产人员	3,424	69.00
营销人员	367	7.40
技术人员	873	17.59
财务人员	91	1.83
行政人员	207	4.17
合计	4,962	100.00

2、员工教育程度构成		
文化程度	人数	比例 (%)
硕士以上	29	0.59
大学本科	479	9.65
大专	719	14.49
中专	655	13.20
中专以下	3,080	62.07
合计	4,962	100.00

3、员工年龄构成		
年龄	人数	比例 (%)
30 岁以下	768	15.48
31-40 岁	1,675	33.76
41 岁以上	2,519	50.76
合计	4,962	100.00

4.2 教育与培训

公司始终秉承“造好产品、先育好人”的理念，始终坚持以建立学习型企业、培育学习型员工为宗旨，以提升员工能力建设为重点。公司培训坚持线上与线下相结合、理论与实践

相结合、集训与自学相结合方针，注重培训实效，有针对性地制订符合本公司实际的可行性培训计划，精选培训内容，精心组织、设计，加强培训过程管理，健全和完善自身培训评估考核制度，切实保证培训的质量和实际效果。2023 年，各分子公司根据发展需要及员工需求，主要进行新员工培训、合同法务风险防范培训、品牌战略管理培训、基层班组长系列培训、多能工专项培养、海鸥读书会、内部培训和早集会高管分享等多种形式培训以满足公司战略目标达成的需要和提升员工个人职业技能。

【新训中心】——加强新员工培训，提高生产效率

为使新进员工快速了解公司文化，适应工作环境并重视职业安全，从而提高工作技能及产出，有效降低人员流失率，确保生产任务的达成，公司制订并发布了《新员工培训中心管理办法》，各厂区、各分子公司采用理论培训、技能实操培训的模式，涉及课程有工艺、品质、环境、安全、消防、职业健康、劳保佩戴、能源管理等，使新进员工快速熟悉公司文化及产品，并着重注意个人安全及防护。

【合同法务风险防范培训】——为企业健康、长远发展保驾护航

随着商业环境的日益复杂，合同法律风险防范已成为企业不可或缺的一环。为了帮助企业更好地规避合同风险，提高业务稳定性，保障公司及同仁的合法权益，公司邀请到专业律师为员工进行合同法务风险防范培训，课程通过合同订立阶段、履行阶段、救济阶段的法律风险及防范措施的讲解，结合实践经验，为公司提供专业、实用的法律风险防范指导。在商业活动中，合同的重要性不言而喻。课程讲解后，学员们深刻认识到一份完备、规范合同不仅能够保障企业的合法权益，还能为企业带来更多的商业机会，促进企业健康、长远发展。

【品牌战略管理培训】——塑造品牌价值，提升竞争实力

基于市场竞争的加剧，品牌战略管理在企业竞争中的地位越来越重要。为了提高企业品牌战略管理水平，公司邀请华南理工大学教授为公司高管团队讲授品牌战略管理课程。本次培训涵盖了品牌战略管理的核心内容，包括品牌定位、品牌传播、品牌维护等多个方面。通过理论讲解、案例分析、小组讨论等多种形式，让公司团队对品牌战略管理有了更深入的理解和认识，将在今后的工作中更加注重品牌建设与发展。未来，公司将持续加强品牌战略管理培训，不断提升团队品牌战略管理水平，以推动公司的持续发展。

【基层班组长培训】——严格执行产品不落地政策

为提升生产一线班组长的基本素质和管理技能，强化安全生产意识，全力推进安全生产工作细节的落实，且严格执行产品不落地政策，2023 年公司延续开展基层班组长训练——『支柱』系列认证培训，本次培训诚邀公司内部资深讲师进行教学指导。班组长培训在不影响有序生产的情况下，进行线下教学，理论与实操相结合，课程包含《班组长安全生产责任》、《如何开好班前会》、《精益生产之八大浪费》、《交接班的设备点检于保养要求》、《QC 工作站&首中末检能力培养》、《快速换模换线技巧与方法》等 10 门课程，本系列培训人员达 486

人，覆盖厂区各部门。本次培训旨在提升各班组长的专业能力，落实操作规范，在确保安全的情况下，高效且精益地进行生产。

【多能工专项培养】——打造柔性制造能力的班组团队

落实“三精两化”的经营策略，打造柔性制造能力的班组团队，缩短产品制造周期，公司持续培养一线班组员工岗位操作技能，让员工具有一专多能的技能，推动员工个人发展，为员工提供职业发展的良好空间，完善基层技术骨干人才储备，实现高效生产。“多能工”培训已累计共 68 名多能工及 35 名辅导教练参与，提升员工自身专业技能，打造柔性制造能力的班组团队。

【“爱分享·共成长”海鸥读书会】——实现统一共识，文化提升

2023 年，公司围绕『三精两化 提升人效 数据驱动 及时行动』战略经营主题，开展高管读书分享活动，通过共同阅读、总结感悟并通过短视频方式相互分享。开展阅读《ROE 预算管理：培养经营干部》，书籍给出了一套预算管理的系统框架和落地工具帮助管理层打通财务与业务之间的壁垒；开展阅读《数智革新：中国企业的转型升级》，意在企业的数字化转型、智能化升级；开展阅读《人工智能时代》，该书籍讲述机器正在很大程度上替代人类的工作，人类应如何学会运用人工智能，提升工作效率及价值，符合公司人效提升的需要；开展阅读《高效能人士的执行 4 原则》，执行力是确保目标实现的关键。2023 年读书会活动共有 188 人次参与活动并分享短视频，通过此活动，有效助力公司持续成长、统一共识、团队互助、文化提升。

五、员工福利体系及权益保护

5.1 员工福利政策

公司始终坚持“以人为本，从心出发”的管理理念，把员工作为企业生存和发展最为关键因素。多年来，公司持续深化改善员工的工作和生活环境，努力为员工打造舒适、舒心的空间环境。公司在现有的基础上不断从员工的“衣、食、住、行”等方面进行改善，满足员工日常所需，增强员工幸福感。

穿之暖心

为福利员工，增强公司凝聚力，集团公司为所有员工免费发放各季工衣。2023 年，组织员工工衣以旧换新 4,050 件，员工衣着得体，提升企业形象，对展示企业文化内涵起了积极作用。

食之温心

公司及各分子公司员工饭堂面向社会公开招标，公司组织员工代表及后勤服务人员联合把关，实地考察，引进有资质餐饮公司，为员工提供安全健康的食品，更好服务员工。公司后勤服务部门更换维修桌椅、餐厅吊顶，改善用餐环境，严控食材品质和采购途径保障就餐安全，定期更新每月餐单，丰富员工营养搭配。

宿之舒心

公司员工宿舍按时按需维修保养洗衣机、空调、电扇等宿舍电器，按月完成宿舍区消杀和灭鼠工作，每日安排专人打扫宿舍区卫生，保证员工住宿环境安全、整洁、卫生。根据员工需求，增加宿舍及统一安装床、衣柜、桌椅、窗帘等生活设施。升级宿舍网络和监控系统，安排专人值班，保障员工的生命与财产安全。

劳之悦心

公司坚持定期每月进行消毒、杀虫、灭鼠工作，每日监测饮用水质量，定期更换饮水机滤芯，保障员工饮水安全；厂区车间休息区配置冰柜、自动贩卖机，方便员工日常使用。

5.2 员工关怀政策

员工意外帮扶

公司持续为全体员工购买团体意外险，为员工意外伤害提供保障。指定部门专人协助员工意外险理赔办理，最大程度为员工解决问题。2023 年，员工意外险理赔率 100%，保险金支付率 100%，员工满意度 100%。

健康关怀

2023 年，公司择优选择有资质的医疗机构为员工开展『职业健康体检』和『全员健康体检』，有效监测身体健康状况，并结合体检报告，对血压高的员工进行健康风险告知，给出科学合理建议与意见；购买血压检测仪，免费供有需要的员工监测血压。

5.3 劳动安全保障

安全生产

2023 年，公司及子公司全年未发生工亡事故及七级及以上工伤事故。

公司始终坚持贯彻“安全第一、预防为主、综合治理”的安全生产方针。2023 年，公司努力实现“零工伤、零事故、零伤害”，进一步推进落实《安全生产法》“管行业必须管安全、管业务必须管安全、管生产经营必须管安全”之核心精髓，建立健全并落实全员安全生产责任制，建立健全并落实安全风险分级管控和隐患排查治理双重预防工作机制，加强事前监督管理，强化班组管理，消除事故隐患，倡导企业安全文化，正逐步向本质安全型企业迈进。

隐患排查方面：公司组织建立环安稽核检查机制，动员全员参与隐患排查，群策群力，积极发挥一线班组长参与隐患排查的主观能动性，安全工程师提供专业技术支撑，让参检人员明白隐患存在原因、隐患可能导致的风险、可能导致事故的后果，隐患排查的依据及整改防范的措施，取得了很好的成绩与效果。

行动力方面：2023 年，在『三精两化 提升人效 数据驱动 及时行动』战略方针下，安全管理人员以行动力为驱动，经常性深入一线开展设备设施安全诊断，组织完善安全操作规程，针对岗位风险开展一对一的安全培训，把安全生产管理的关口前移，切实解决安全生产

和事故预防的最后“1米”。

责任制方面：2023年，公司安委会通过并实施“环安现场管理月度考核”和“安全生产责任制季度考核”以及“环安目标管理年度考核”三项考核机制，大大的强化了部门主管、科长、一线班组长的环安责任意识，把“安全生产、人人参与、人人有责”和“尽责免责、失职追责”的氛围提升到了一个新高度。

职业健康

2023年全年未发生急性职业中毒事故或确诊职业病案例。

公司坚持问题导向，持续改善劳动作业环境，采用先进设备，调整部分生产布局，积极改善厂界噪声屏蔽、隔声、吸声措施；完善车间通风、除尘设施，优化车间空气质量，从根本上解决职业危害问题，开展职业病危害因素日常检测与定期委托检测。2023年6月，公司聘请有资质的第三方检测机构，进行职业危害因素现场检测评价；2023年9月，组织职业危害岗位员工进行年度职业健康体检。

公司以广州市创建“全国卫生城市”为契机，积极响应广州市爱国卫生运动会并于创建“健康企业”的号召，成立了健康企业创建领导小组、健全各项制度、制定行动方案，从源头把控职业健康风险，番禺厂顺利通过验收并获评广州市“健康企业”荣誉称号。

消防管理

2023年，公司贯彻落实“预防为主、防消结合”的消防安全方针，落实“三自主、两公开、一承诺”的监管要求，持续开展及集中整治了电器安全隐患，强化了化学品存放、使用管理；年度内委托了第三方消防维修机构定期开展消防设施、消防器材的维护保养，开展每日防火巡查，消防器材、消防设施维保保养率100%，合格率100%。

公司组织开展不同场景、不同区域范围的消防演练。在安全月开展了消防技能竞赛、初期火灾现场应急处置、消防安全生产知识竞赛、消防安全宣导图册、漫画征集活动、在消防月组织了全员消防疏散演练。

2023年，番禺厂区全年未发生火警事件。同年公司消防安全管理在年终代表属地消防监管部门迎检上级消防安全年度考核时，评分满分。

六、股东及债权人权益保护

6.1 投资者权益保护

公司已按有关法律法规的要求制定了公司章程，设立股东大会、董事会、监事会和经营管理层“三会一层”的法人治理结构，切实维护股东权益。

2023年，公司召开了两次股东大会，会议的通知、召集、召开及表决程序符合有关法律法规及《公司章程》的规定。公司严格按照《深圳证券交易所上市公司股东大会网络投票实施细则》的要求，在历次股东大会中均全面实施网络投票，进一步保障股东的权益。在审议关联交易事项时，关联股东执行了回避制度，运作规范，确保所有股东享有平等地位，充

分行使依法享有的权利。

6.2 投资者关系管理

公司通过邮件、投资者热线电话、互动易等渠道，本着公平对待所有投资者的原则，积极建立与投资者双向交流的机制，保持公司与投资者之间相互信任，利益一致的关系。

2023 年，公司董事长、总经理及董事会秘书认真及时回复互动易问题共 94 条，回复率 100%。2023 年接待调研 20 次，接待投资机构 35 家。

6.3 投资者回报

为不断完善公司持续、稳定的利润分配政策、分红决策和监督机制，积极回报投资者，2023 年，公司严格按照《海鸥住工未来三年股东回报规划（2023 年—2025 年）》并综合考虑公司盈利能力、经营发展规划、股东回报、社会资金成本以及外部融资环境等因素，保持利润分配政策的连续性和稳定性，重视对投资者的合理投资回报，并兼顾公司的可持续发展。公司近三年以现金方式累计分配的利润占最近三年实现年均可分配利润的比例，符合相关要求，也体现了公司对股东利益的重视和回报。

6.4 信息披露

公司按照《公司法》、《证券法》、《深圳证券交易所股票上市规则》、《公司章程》、《投资者关系管理制度》、《信息披露管理制度》、《重大信息内部报告制度》的相关规定，设立专门机构并配备相应人员，依法履行信息披露义务，确保信息披露真实、及时、准确、完整，使所有股东都有平等的机会获得公司信息。报告期内，公司再次荣获深圳证券交易所信息披露最高评价等级“A”，这也是公司连续第五年荣获最高评级。

2023 年，公司在中国证监会指定信息披露媒体巨潮资讯网、《证券时报》和《上海证券报》累计披露公告 51 项，共 84 份文件。

七、客户、供应商权益保护

7.1 客户满意

2023 年，国内外业务逐步开始恢复到正常的状态。但整体外贸情况仍保持谨慎乐观的局面。整体来看，全球经济都处于放缓慢的趋势，受全球性通货膨胀影响，消费者的习惯从开放型消费趋向于保守消费转换。一方面，中美之间贸易壁垒没有减缓，公司出口产品依然承受着惩罚性关税的压力，关税的附加最终会转移至对终端消费者的售价上。另一方面欧洲受俄乌战争影响，燃气成本及各项生活成本上升，消费者转向谨慎消费的习惯。公司外销业务于 2022 年开始回落，至 2023 年回落至 2021 年前的水平。

面对 2023 年市场整体波动及市场的不稳定性，公司及时采取有效措施来积极应对市场变化。2023 年越南工厂持续进行投入，一方面积极扩充生产产能，扩大订单承载量。另一方面针对国外市场急需的多颜色表面处理需求，持续投入新设备和资源，构建符合国外市场需求的多种多颜色表面处理能力。同时，公司也投入资源在越南构建了多功能综合实验室，

助力客户实现当地制造、当地测试的便捷流程。供应链方面，公司积极推动供应链本地化来解决供应能力不足的问题，现已初步取得成效。针对欧洲市场客户，持续提升国内制造的成本优势以及多品类产品供应能力，确保该市场客户在国内的订单保有力。面对持续上涨的人工成本，公司投入资源构建自动化生产车间，依托成熟的制造经验与优势，根据不同产品定制自动化生产线，量大长线产品通过运用自动化生产线降低综合成本，提升效率，提升竞争力，同时解决订单在波动时对人员的弹性需求。

面对 2023 年的市场需求波动，公司通过整合内部资源提升自身竞争力，稳固客户端需求；集中自身在设计能力的优势，积极主动向客户推介新产品，为客户节约研发成本和设计成本，初现成效。

2024 年仍将是充满挑战的一年，公司将持续改善，不断提升自身的运营效率、产品质量、顾客服务和创新能力，从而争取开拓更多的业务机会。

7.2 绿色采购

本着相关方全面满意的最终目标，2023 年公司持续推动合作共赢、分担风险和分享资源的供应关系。

供应商选择

道德规范和商业道德是采购人员的根本，在供应商选择和开发过程中一视同仁，公司严格按照《供应商管理制度》规定的审核标准和批准流程，遵照供应商开发的基本准则“Q.C.D.S”原则，即质量、成本、交付与服务并重，以《供应商资格评审表》为作业指导，公平、公正的选择供应商。供应商合法合规性经营可满足要求的质量体系、具有竞争力的价格和交期、不断发展的技术和开发能力、持续的经营方针，关注生产安全、关注环境保护、遵守社会法律法规、保守机密信息等，是公司选择供应商的关键条件。

供应商管理与改善

供应商管理，是在新的市场与经济形势下，提出的管理机制。为维护供应系统的安全和稳定，公司运用平衡计分卡和配额等工具，定期考核供应商准时率、合格率、成本降低等各项关键指标的达标状况，奖优罚劣。供应商年度考核，组织专业团队为供应商提供管理辅导和技术支持，对供应商社会责任与环境安全进行定期评审，不断敦促供应商进行改善和提高。同时与供应商签署框架合同、保密协议等，明确双方的责任和义务，保障双方权益。

供应商社会责任管理

依据《供应商管理制度》规定，公司与供应商签署了《企业社会责任承诺书》，要求各供应商以实际行动开展“清源降耗、安全环保、回馈社会”工作，建立以尊重人权为基础的企业与员工之间的和谐关系。公司与供应商签署《廉洁公约》，要求各供应商公正交易，以提升业绩的方式来建立及维护合作关系。

绿色采购

树立和推行绿色采购观，为企业及社会带来显著的社会效益和经济效益，是企业的发展

趋势。公司从以下几点推行并贯彻绿色采购的宗旨：（1）不断完善采购规章制度，遵循相关法律法规，追求 100%的绿色采购活动。（2）加强绿色供应商引进与筛查，使整个供应链资源绿色化，以此建立以环境和可持续性发展为目的的绿色平台。（3）强化供应商的绿色概念，使其提供的服务、产品绿色化。将可提供绿色服务和产品的供应商作为优先资源，对不能达到环保、节能标准的供应商实行一票否决。公司将持续坚持发展绿色供应链，推行绿色采购，为企业的稳定发展提供有力的保障。

八、反腐倡廉

公司致力于打造一支廉洁奉公的干部队伍，营造公平公正的职场氛围，坚持反腐倡廉行动，通过制订《廉洁管理规定》、《稽核工作制度》、《干部问责制》等制度，严格约束内部管理人员的职业操守，杜绝发生收受贿赂、侵占财物、挪用公款等违法违纪行为，并通过多种方式进行廉洁操守的监督，坚决打击任何有损公司利益的腐败行为。

为方便员工投诉、申诉及举报，公司在各厂区共设有 12 个意见箱专门收集意见，开通廉能专线，设有现场接待的洽谈室等渠道，以加强对贪腐及不公行为的打击力度。公司不断健全制度、严厉打击违纪违法行、进行反腐倡廉的宣传教育、开展形式多样的宣传活动，营造廉洁清明的企业文化氛围。

九、环境保护及可持续发展

公司作为一家有强烈责任感和使命感的上市企业，始终坚持以“青山绿水、清源降耗、安全环保”为准则，积极响应国家政策，持续进行清洁生产、节能减排。公司在以质量求生存、以信誉求发展的同时，首先考虑的是如何成本最低化及循环利用创造最大经济化，以先进的科学技术与设备再生能源，推动全员参与合理用能、节约成本、优化产业布局达到最低能耗、最高效率的目标。

2023 年，总部厂区废水处理站一如既往继续推行节水专案、废水处理经过 RO 反渗透系统再回用、大幅度减少了自来水用量及节能减排工作。环境保护部门季度取样、公司委托第三方月度取样达标率 100%、符合排放标准。总排口、车间排放口均安装了在线监控系统，实现 24 小时在线监控。各检测仪器与环保部门联网监控运行良好、信息及时上传、远程监督、实现排水无害化。危险废弃物管理方面、专人专管、各危废张贴标签分开存放、避免酸碱等混放发生意外事故。目前，公司一类污染物车间 TMF 管式膜升级改造实现处理镍、铬废水时各一用一备、避免水质交叉感染、更为环保提供了安全可靠的保障。水处理始终以预防为主、以结果为导向，持续推进环保精益生产，有序进行汰换陈旧设备压滤机、地面翻新做防腐和重点设备维护保养等。为积极响应国家政策碳中和低碳排放，总部厂区投资约 60 万元更换低氮锅炉，并对蒸汽锅炉燃烧机进行改造，采取更加可持续的生产方式，助力公司实现绿色制造和节能减排的目标。珠海厂区始终积极践行绿色低碳、节能环保，坚持科学的能源资源投入，淘汰和改造落后工艺装备，注重节能降耗和资源回收综合利用，通过厂房天窗安装光伏发电设施发电，与传统发电相比减少温室气体排放和其他污染物的排放；推进节能

型空压机改造，有效提高供气质量，进一步增强系统可靠性和延长设备使用寿命，减少能源浪费和碳排放量，节约运行费用和降低生产成本。

十、社会公益事业

10.1【广东省海鸥文教基金会】

广东省海鸥文教基金会（以下简称“基金会”）是由公司创始人唐台英、前副董事长叶焯共同出资 200 万元，于 2011 年 7 月 5 日获得广东省民政厅批复正式成立。2023 年海鸥文教基金会理事会换届，由刘子义任理事长，谷宝良任秘书长。基金会始终坚持“点燃希望，助力成长”的宗旨，严格按照《海鸥文教基金会管理条例》及相关法律法规之规定开展各种文教公益活动，鼓励广大莘莘学子努力向学。2023 年度，海鸥文教基金会参与公益活动捐赠金额合计 310.26 万元。

2023 年 1 月，秉承关心支持教育事业，勉励莘莘学子努力向学，基金会举办『筑梦奖金』项目，覆盖海鸥住工各厂区及其周边 10 所中小学、7 所希望小学、弋阳中等专业学校。本次“筑梦奖金”获奖人数 334 人，发放奖金共计 201,713.60 元。

2023 年 1 月，为鼓励孩子多阅读、读好书、养成良好的阅读习惯，基金会开展了『第五期小读书达人』活动，参与人数 84 人，活动经费共计 7,645.30 元。

2023 年 1 月，为提高学生表达能力、写作能力，为校园原创文学提供展示的舞台，基金会举办了『寒假征文比赛』活动，参与人数 149 人，活动经费共计 16,331.30 元。

2023 年 2 月，为帮助偏远山区贫困学子解决实际困难，圆求学梦想，基金会在 7 所援建希望小学开展了『希望小学——希望 1+1』活动，对 8 名贫困学生进行长期的爱心帮扶，帮扶金额共计 16,000 元。

2023 年 3 月，为改善孩子读书环境，基金会理事为陕西叶焯希望小学捐赠教学物资，金额共计 91,581.05 元。

2023 年 3 月，为帮助弋阳中专贫困学生渡过经济难关，基金会理事为 20 名学生捐赠助学金，发放助学金共计 41,175.31 元。

2023 年 3 月，基金会为湖北通城关刀镇海鸥希望小学捐赠彩色打印复印一体机，金额共计 9,080 元；为海南万宁禄马艾迪西兰英希望小学捐赠电脑、空调，金额共计 24,897 元。

2023 年 6 月，六一儿童节到来之际，为解决安徽颍上海鸥培基希望小学全校师生的饮水问题，基金会理事为学校捐赠了 2 台直饮水机，金额共计 5,000 元。为云南建水艾迪西希望小学的 15 位学生和 2 位老师捐赠了校服、水杯及学习用具，金额共计 21,096.94 元。为珠海市斗门区乾务镇五山中心小学捐赠 LED 屏幕、更换桌椅，金额共计 45,589 元。

2023 年 7 月，为海鸥理想技术人才提供助学金，共计金额 7,000 元。举办第十四期小海鸥读经班&第四期绘画夏令营活动，活动金额共计 27,304.50 元。

2023 年 8 月，基金会会对贵州印江优秀贫困大学生 30 人给予爱心助学款，发放助学金共计 20,000 元。

2023 年 9 月，基金会开展了『贵州希望 1+1』项目，为贵州省铜仁印江籍 5 位贫困学子求学提供资助，并资助到初中毕业，资助金额共计 50,000 元。

2023 年 9 月，基金会在清远市连南瑶族自治县大麦山镇白芒小学捐赠一间绿色爱心电脑教室。

2023 年 10 月，基金会资助弋阳中专贫困学生 12 名，每人发放 3,000 元，资助金额共计 36,000 元。

2023 年弋阳中等专业学校教学设施改善项目中，为推动贫困地区教育事业的发展，基金会致力于完善教学设施，改善办学条件，添置空调，更新学校的竞赛设备、电子设备、购置图书，并改善学校食堂用餐环境，投入总计 2,457,600 元。

2023 年 12 月，基金会得知陕西叶焯希望小学教室显示器老旧、使用不便，为学校捐赠了 2 台 75 寸智能电视机作为教学器材使用，金额共计 7,848 元。

2023 年全年，基金会帮助经济困难员工子女筑梦助学款，共计 5,800 元。

10.2 集团公司公益活动

工会关爱计划

广州海鸥住宅工业股份有限公司工会委员会（以下简称“公司工会”）于 2004 年 11 月 11 日成立，旨在帮助和指导员工与企业签订劳动合同、组织开展劳动竞赛、调解劳动争议、督促企业做好劳动保护、积极推进员工文化建设，协助企业改善员工生产生活条件，做好困难员工帮扶工作，为员工办实事、做好事、解难事。

为向广大职工提供“普惠、多样、精准”的健康服务保障，公司工会对住院治疗的在职员工、因公受伤的员工、家庭困难的员工提供相应的慰问金和补助金共计 51,800 元，尽微薄之力，帮助员工暂时渡过难关。

2023 年，公司工会组织元宵猜灯谜、春节慰问、三八妇女节花艺课堂、中秋慰问等各类节日活动，组织员工参加无偿献血活动，共投入资金 29,105 元；公司工会开展各厂区劳动技能大赛，提高员工职业技能，组织参加羽毛球比赛、足球赛、马拉松赛、篮球赛等活动，丰富员工业余生活，协助举办公司运动会，提升员工身体素质，共投入资金 117,024 元。

十一、未来展望

展望 2024 年，外部环境依然复杂严峻，国内有效需求不足、部分行业产能过剩、社会预期偏弱、风险隐患依然较多，受加息的紧缩效应以及地缘政治等因素影响，2024 年世界经济增长总体仍将延续疲软态势，影响家庭和企业消费投资信心、风险承担意愿和能力。同时，国内房地产行业持续修复，预期将会迎来房地产发展新模式相关基础性制度的出台以及保障性住房和城中村改造项目的落地。尽管面临诸多挑战和压力，家居行业的发展前景依然充满希望。2023 年 12 月召开中央经济工作会议，定调 2024 年经济工作要稳中求进、以进促稳、先立后破，房地产领域要化解行业风险，推进“三大工程”、加快构建发展新模式，落实好结构性减税降费政策，重点支持科技创新和制造业发展等政策和措施，这些都将给家

居行业带来重要影响，也让近年来受到较大压力和挑战的家居行业对 2024 年发展更有信心。随着外贸形势的好转和国内消费市场的不断扩大和升级，为家居企业提供更多的商机和发展空间。以安全、智能、绿色和舒适为重点的家居消费提质升级潜力巨大。一方面未来随着消费者对个性化需求的持续增加，定制家居的市场需求将继续高速增长；智能家居的普及将提升人们的生活品质，数字化技术的应用将提高生产效率和产品质量；全球环保意识的不断提高，家居行业将更加注重绿色环保和可持续发展，需积极采用环保材料和技术，降低能耗和排放，提高资源利用效率，推动行业的可持续发展。另一方面家居企业需积极拓展国际市场，参与国际竞争。通过加强品牌建设和市场营销，提高产品质量和服务水平，逐步扩大在国际市场的份额。

2024 年，公司将持续致力于内装工业化以装配式整装厨卫为核心的全产业链布局与发展，以实现“致力于成为内装工业化最佳的部品部件及服务的提供商，共建美好家园”为愿景。面对逆全球化的趋势及国内预期转弱等背景，公司将持续整合产业链内优质资源，不断拓展业务机会，抓住市场机遇，持续发展装配式整装，以带动产业链内整装卫浴、瓷砖、整体橱柜、陶瓷、五金龙头等全品类的大力发展。同时应对全球市场变化，公司采取外销及内需市场并重的双循环策略，在制造服务方面，原有国内制造服务基地的布局下，增设越南大同奈和巴顿两个制造服务基地，以配合主要品牌客户“中国+1”供应链分散要求来稳定外销订单，控股子公司越南大同奈原主营 Taicera 瓷砖知名品牌，逐步将增加厨卫产品，经由越南七个分公司进行销售并扩增市场。在内需市场方面，公司将采取 CHINA-ASEAN 布局，将中国+东盟十国以共同市场+共同供应链来发展。公司将 2024 年的经营指导方针定义为『执行力年』，内部持续推进三精两化，降本增效，收紧财务杠杆，降低资产负债率，对标 ROE 的有效增长，期望在主业稳健发展的基础上，逐步转型，积极布局寻找第二增长曲线，以实现持续健康发展。

广州海鸥住宅工业股份有限公司

2024 年 4 月 20 日