



芜湖乐佳电器有限公司

社会责任报告

编制： 胡才宏 2021 年 04 月 02 日

审核： 翟承富 2021 年 04 月 02 日

批准： 钱勇国 2021 年 04 月 02 日



地 址： 安徽省芜湖市芜湖县机械工业园东区南次二路 3 号楼

电 话： 0553-8766638

传 真： 0553-8766638

官 网： www.whljdq.com



报告说明

编制原则

本报告参考 GB/T 36001-2015 《社会责任报告编写指南》的基本要求，充分考虑利益相关方的愿望，结合芜湖乐佳电器有限公司的实际情况进行编制。

报告范围

除特别说明的外，本报告披露的是 2020 年 1 月 1 日至 2020 年 12 月 31（简称“报告期内”）芜湖乐佳电器有限公司履行社会责任的工作及绩效。

报告涵盖了公司概况、社会责任管理、组织治理、经济、环境、员工、股东、顾客、供应商、社会等方面的工作。

发布形式

为实践节约理念，本报告以电子文件形式发布，可在芜湖乐佳电器有限公司网站阅读或下载。

衷心感谢您阅读我们的报告！

目录

概述.....	1
1.公司简介.....	1
2.公司机构.....	1
3.组织核心价值观与发展理念.....	2
4.组织最高管理者的社会责任承诺.....	3
5.社会责任战略.....	3
6.组织利益相关方识别和沟通.....	4
社会责任绩效信息.....	6
1.组织治理.....	6
2.绿色环保理念.....	6
3.对供应链伙伴的责任.....	6
4.承担诚信责任.....	7
5.承担安全、环保、职业健康安全责任.....	7
1) 安全方面.....	7
2) 环保方面.....	7
3) 职业健康安全方面.....	7
6.承担社会责任.....	8
7.经济指标.....	8



8. 以顾客为关注焦点	9
图3 客户投诉处理流程图	10
9. 信息、知识和信息技术的管理	11
10. 以员工为本	13
11. 技术创新	14



概述

1. 公司简介

芜湖乐佳电器有限公司是一家专业从事水位传感器、进水阀、水位开关等智能水控制系列产品的企业，集研发、生产、销售、服务于一体。主要是为洗衣机、净水器、智能马桶等白色家电制造商提供配套服务。

公司成立于 1996 年，2010 年入驻国家级经济技术开发区—安徽新芜经济开发区。内有沪渝、沿江、合杭、铜芜宣、芜雁高速经过，商合杭高铁站、芜宣机场更添便利。

公司总投资 2500 万元，目前年生产能力 3000 万台套。现有中高级技术人员 12 人，其中博士 1 名，硕士 3 名，并与多个高校建立了产学研合作关系，研发能力强。同时具有先进生产设备、高水平智能化工艺。

公司自 2015 年以来，完成重大技改 4 项，企业创新获得自主知识产权 8 项，14 项实用新型专利，8 项外观设计专利。2019 年销售额 5793.26 万元。公司已成功荣获省级“高新技术企业”、“省知识产权培育示范企业”、省级“专精特新”挂牌企业、“市级小巨人企业”，同时还被评为“芜湖市知名企业”。公司已经通过 ISO9001 国际质量体系认证，产品已经通过国内 3C、国际 TUV, UL 等认证。

产品主要销往美的、小天鹅、TCL、威力、海信、创维、埃及(东芝)、欧洲 Candy 等多家国内外品牌厂家，是国内外知名家电品牌有力的支撑者。

2. 公司机构

公司属于有限责任公司，设有总经理、副总经理，下设有各个职能部门：

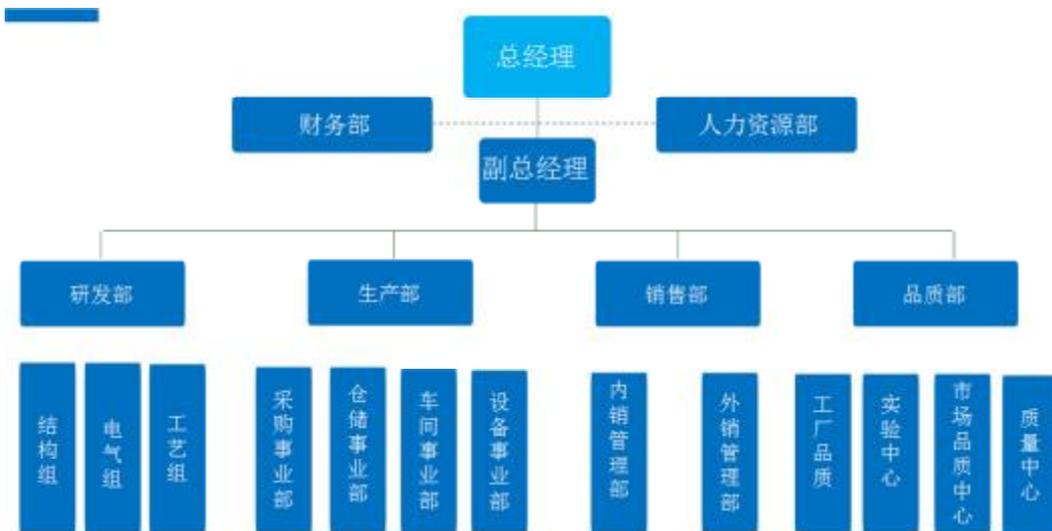


图 1 公司组织架构图

公司在经营过程中均衡考虑各相关方的期望和利益，持续为顾客创造价值，为股东创造利润，为员工提供稳定的工作和学习成长环境，为供应商提供永续经营和发展的机



会，承担社会责任，遵守法律法规，为社会进步做出贡献。

我们与合作方是紧密的合作伙伴，公司的成功凝聚着供应商的心血，十多年以来，乐佳电器与合作方展开全方位合作，从研发设计阶段开始、到生产制造、质量管控、物流等各个阶段，都离不开供应商的贡献，在应对市场竞争和为顾客创造价值的过程中，我们与合作方共同成长、合作共赢。

3. 组织核心价值观与发展理念

公司领导身体力行，组建企业文化小组，在全体员工的参与下，通过调查、总结、设想、提炼，确定公司的愿景、使命、价值观。

愿景：成为全球最优秀的家电配套供应商

使命：让科技融入生活

核心价值观：追求卓越创一流、做名牌后的名牌

企业精神：严谨、拼搏、创新、进取

公司领导通过有效的传播机制和多种方式，使企业文化在公司内外得到顺畅地沟通和传播，利用每月经营例会、内外部培训、新员工入职培训、企业文化宣传专栏、各类企业文化活动等形式传播企业文化和品牌，公司的使命、愿景和价值观已经深入人心，得到股东、员工、合作伙伴、供应商和社会各界的认同和赞许。

公司领导以身作则、身体力行落实价值观。鼓励各种创新，制定以客户为中心的战略规划，注重团队建设，每年评选优秀团队进行奖励，视质量为企业的生命，大力推动绩效改进，奖励表现优异者。

经过近年来的发展，我公司在电子、电器配件领域已具备了雄厚的研发实力，凭借国内外领先的技术和经验积累，已经成为了电子、电器配件领域的领军企业。目前，已在业内建立了高端品牌形象。根据对公司客户群的分类、产品定位、客户需求的调研，我公司的品牌营销策略主要分为以下几种：

- 1) 展会，通过参加各种展会，宣传产品及品牌形象，挖掘和发现潜在客户。
- 2) 业内的口碑与品质：通过向市场输出高性能、高性价比的产品，在业内建立良好的口碑，以此赢得客户及信任。
- 3) 行业杂志上的产品推广：我公司通过行业期刊、杂志上的宣传，推广企业形象与产品。
- 4) 官网，利用互联网技术，可 24 小时不间断将产品、企业风采在互联网上供人们



浏览选择，提供网上销售。

4. 组织最高管理者的社会责任承诺

公司秉承守法经营的理念，勇于承担社会责任，依法纳税。

公司始终把环境保护和节能减排作为提高竞争力和履行社会责任的一项长期的、战略性的工作：废水处理达标排放；废渣委托具备资质的外部公司处理回收利用。公司每年在能源利用、工艺改进等环节的环保方面进行投资，并自检环保状况，列入总经理例会跟踪回顾和改善。公司积极采用先进标准和节能技术，淘汰能耗高的工艺设备，推行清洁、绿色、智能生产。

公司预备建立职业健康安全管理体系，创造良好的劳动保护条件，提倡安全生产，预防职业病发生，建设卫生安全的就餐环境和住宿条件，提供洁净的饮用水，为员工创造良好的工作环境。

建立自己的道德行为规范，恪守法规、诚信经营、公平公正。

与顾客的关系方面：拒绝欺骗性的广告宣传，在营销和推广上不夸大其词，不擅自夸大产品的功效。

与竞争者的关系方面：全面建设自己的品牌，注册专利及商标，不假冒其他企业的商标，不生产假冒伪劣产品，不侵犯他人商业秘密，不损害竞争对手商业声誉。□

与员工的关系方面：创造安全的工作环境，保障员工健康权利，禁止性别歧视、禁止种族歧视，不侵犯员工隐私，创造公平、公正的竞争机制。

□ 与政府的关系方面：不偷税漏费、不行贿索贿、拒绝进行商业贿赂。

与供应商的关系方面：讲信誉、不拖欠和赖账、认真履行合同，拒绝行贿行为。

5. 社会责任战略

公司将社会责任纳入公司战略规划和年度重点工作计划并组织实施，保证社会责任融入企业运营管理全过程中。

根据社会责任新要求和公司实际发展情况，公司将不断完善社会责任管理系统、工作体系和指标体系，并对公司年度社会责任履行情况进行评估。公司人力资源部对公司社会责任履行情况进行日常跟踪评价和总结分析，提出改进意见建议，组织社会责任工作业务开展业务培训，对社会责任工作业绩突出的联络人和优秀案例进行表彰奖励。

公司高层领导高度重视社会责任编制工作，通过下发文件，明确社会责任报告编制的指导思想、基本原则、基本框架、重点内容和工作目标。年度社会责任报告经公司总



经理审定后发布。

公司通过官方网站宣传公司履行社会责任工作成果，积极宣传公司履行社会责任的工作动态、优秀案例及成果，提高全员履行社会责任的自觉性和主动性。

公司注重总结社会工作经验，不断加强社会责任管理及培训，拓展社会责任理念和工作思路，坚持用社会责任理念优化企业管理，努力提升社会责任管理水平和履责能力。报告期内，公司在积极组织内部相关业务骨干培训的基础上，积极参加市场监督管理等相关机构、行业和社会组织开展的社会责任报告发布、论坛、交流、培训等活动，展示公司“责任制造”的良好形象。

6. 组织利益相关方识别和沟通

按照识别利益相关方、搜集整理利益相关方关注的议题、开展可持续发展背景分析、形成实质性议题过程，根据公司对经济、社会、环境的影响程度和利益相关方的关注程度，对社会责任议题进行重要排序，并进行针对性披露。

综合公司各部门意见和同行经验，识别出八类主要利益相关方，包括政府、股东、员工、客户、供应商、社区公众、行业、非政府组织等。通过官方网站、定期报告、企业社会责任报告、利益相关方沟通会、核心议题筛选内卷调查等形式，了解利益相关方关注的议题，收集整理出一系列利益相关方关注议题，其中包括但不限于：公司治理、环境管理、客户服务、企业文化废弃物循环利用、公益与扶贫、社会责任管理、转型升级、可再生资源利用、技术创新、新材料、员工培训、产品质量、职业发展、行业交流合作、能源管理、员工权益、可持续发展等。

公司通过对比国内外行业先进企业，获得同行履责经验和实质性议题，参与社会各界组织的行业社会责任沟通交流活动，获得行业最新履责趋势，并作为公司更新实质性议题及其重要排序的重要参考之一。

通过上述方式搜集利益相关方关注的社会责任议题，再通过公司各部门评估各议题对公司可持续发展的重要程度，排序各利益相关方关注议题。

公司加强与股东、员工、客户、供应商、社区、社会公众及非政府组织间的沟通交流，不断拓展沟通渠道，丰富交流内容，回应各方关切和诉求表达，让各方更多地了解公司、关心公司，积极参与和支持公司事业的发展。



利益相关方	沟通形式	目标
 政府	定期汇报、接受监督检查、调研、考察、座谈、拜访、会晤、公众媒体等	确保公司经营活动严格遵守法律法规和政策规定
 投资者	股东大会、信息披露、季度报告、年度报告、公司公告、公司网站、公众媒体、在线交流、邮件、信函、电话、接待来访等	确保投资者（股东）充分享有法律法规规定的各项权益
 员工	职代会、工作会、座谈会、民主接待日、合理化建议征集、信访接待、企业内部媒体、网络、在线倾听、学习培训、表彰奖励等	维护员工合法权益，调动工作积极性，实现员工与公司共同成长
 客户	定期走访、用户座谈会、产品展览会、新产品推介会、业务交流沟通、技术咨询服务、技术培训交流、热线电话服务、电子信息平台、公众媒体等	关注客户需求，持续改进提高，为客户创造增值和超值服务
 伙伴	现场考察、战略合作、定期走访、征求意见、热线电话服务、电子信息平台、公众媒体等	共同构建安全、稳定、可靠的战略供应链，实现公正公平、长期合作、共同发展
 社区	文化活动进社区、文化体育活动、公众参观、座谈、互访、共建活动、展览会、慈善捐助、赈灾、济困、助学、志愿者主题服务活动、公众媒体等	回报社会，丰富社区文化生活，增强社区居民对公司的理解、信任，赢得尊重
 非政府组织	参与活动、缴纳会费、承办、协办或参与会议、走访交流、媒体沟通等	加强沟通交流，深化社会各方对公司的了解和支持

图 2 各相关利益方沟通交流形式



社会责任绩效信息

1.组织治理

公司一直依照国家法律法规规范营运，恪守管理层职责，履行披露与透明责任，平等对待相关利益者，实施内控和监督，确保股东、员工、合作方、顾客等利益相关方的利益起到均衡和保护作用。

公司每年聘请第三方专业审计机构对公司进行完全独立的审计，并赋权审计机构（公司）负责人可以列席各个层面会议和对各项经营活动进行检查，有效地保持了内部审计的独立性、公正性与信息权；使管理层的信息对称得到保证，这一成功经验得到了相关方的充分认可与肯定。

公司每年组织一次对全部管理流程的内审，每年聘请在国内有权威第三方认证公司对质量管理和知识产权管理体系进行监督审核。通过受理投诉、立项调查、内部审计、调查结论与审计结论沟通等方式，对有违公司倡导的企业规定行为进行确认，并就确认事项与当事人共同设计整改对策，跟踪整改效果。

公司在战略评价时，对高层领导及公司法人治理结构成员的绩效进行评价，高层领导及公司法人治理结构成员根据战略实施情况及战略目标达成状况，检讨自身的绩效，并根据战略实施步骤及战略调整策略改进经营绩效。

2.绿色环保理念

乐佳电器作为电子、电器配件行业的知名品牌，乐佳公司牢记“为实现‘让科技融入生活’的伟大梦想而努力”的使命，坚持“追求卓越创一流，做名牌后的名牌”为公司核心价值观，发扬“追求卓越，成就客户”的企业精神，以智能化、人性化、健康、节能环保的产品优势，促进人、产品、环境的和谐发展，为全球用户创造高品位人居新生活。

3.对供应链伙伴的责任

1) 切实维护和保障企业产权人合法权益，平等对待所有产权人。

2) 兑现债权人承诺，安排相应的债权人利益保障措施。

3) 采购责任制度及方针，采购负责人对供应商和采购产品的质量负责，按照需求及时提出采购计划，经公司领导审核同意后签定采购合同，并按照采购合同安排产品的进货检验，并据检验结果计算并扣除其中的杂质，切保采购进货数量与质量与采购合同相符合。

4) 保障供应商合法权益。执行“合作共赢”的战略合作伙伴关系，在此基础上，公司严格依照质量体系要求，每年度对所有供应商进行合格供方的评审，相应采购合同也执行合同评审，确保供应商资质、供货能力、售后服务满足我方要求，当然，公司也



严格依照采购合同约定的付款方式进行付款，切实保障供应商的合法权益，以期与供应商合作愉快，得到供应商的信任，以期奠定更加坚实的合作基础。

4.承担诚信责任

遵守法律法规和社会公德、商业道德及行业规则，公司坚持依法经营、诚信经营。在经营中，模范遵守法律法规和社会公德、商业道德及行业规则，按时足额纳税，忠实履行合同、恪守商业信用，反对不正当竞争；切实把手产品质量关和提高产品技术服务水平，努力为社会提供优质、安全、科学、可靠的产品技术服务。取得广大客户的信赖与认同，确保生产安全，努力为职工提供安全、健康、卫生的工作和生活环境，保障职工职业健康，遵守法律法规和社会公德、商业道德及行业规则，无违法、违规的负面信息。

反对不正当竞争，杜绝商业活动中的腐败行为。对外公司凭借过硬的产品技术服务赢得客户的订单，对内开展廉政建设活动，凡涉及商业活动的部门和员工，均签定廉洁自律协议，坚决杜绝商业活动中的腐败行为。

诚信经营与服务，树立诚信经营、合法经营的理念，全力推行诚信经营的制度。公司从道德范畴提高员工的诚信观念，宣传诚信对企业生存的重要意义以及对员工个人魅力提升的意义，从法律范畴对员工进行约束，不诚信的企业必然也不能遵纪守法，从监管方面促进企业诚信，包括合同履行的统计、顾客回访等。

救灾与慈善捐助，开展救灾与慈善捐助活动情况，公司积极开展各项救灾与慈善捐助活动。

5.承担安全、环保、职业健康安全责任

响应国家对于安全与环保的重视及相应政策要求，公司设立了专职的环境与安全管理部门-设备事业部，配齐配强相应管理人员，专职从事安全与环保工作。

1) 安全方面

成立了以总经理为组长，各部门负责人为成员的安全生产领导小组，明确职责；落实健全公司安全生产责任制，切实履行企业安全主体责任。

依据公司安全生产领导小组编制的安全规章制度及标准化条款，对全员定期进行安全培训，并严格执行安全标准化各条款要求，确保安全生产，坚决执行“安全第一，预防为主，综合治理”的安全生产工作方针。切实履行“管生产必须管安全，管业务必须管安全”要求，全年度无任何人员伤亡事故发生。

公司制定了各项安全事故应急预案及演练方案，要求对所有部门和人员开展了消防、安全、环保方面的应急演练活动，提升全员消防、环保、安全意识。

安全生产领导小组，定期进行安全检查，形式有综合性检查、专业检查和季节性检查，同时各部门每月至少开展一次安全自纠自检安全工作。真正做到消除事故隐患，落实整改措施，防止事故伤害。

2) 环保方面

公司虽无三废排放，但同样严格遵守环境保护相关法律法规要求。

公司人力资源部门每年都会定期对全员进行环境方面知识和法律法规进行培训，树立牢固的环境保护意识。

3) 职业健康安全方面

公司严格遵守职业健康相关法律法规要求，公司对职业病危害岗位从业人员，每年组织有资质的医疗机构进行职业病体检，严格落实员工上岗前和离岗前职业病体检检查，并建立健全职业卫生从业人员监护档案。



6. 承担社会责任

公司人力资源部负责收集、更新《中华人民共和国劳动法》、《中华人民共和国环境法》、《中华人民共和国安全生产法》等相关法律法规的贯彻落实，认真遵守国家法律法规，坚决杜绝劳动用工方面的违反法律法规的行为。同时建立健全完善法律法规体系和制度，将“以人为本”思想灌输全员，尊重与关心员工。

乐佳坚持以创新为第一动力，以发展为中心，为全球居民提供高品质生活为己任，同时不断扩大公司规模，扩大纳税份额，完成纳税任务，为当地政府发展和脱贫攻坚贡献一份力量。

乐佳电器每年都会拿出一部分资金，发展慈善事业。如 2013 年组织“援建雅安”的捐赠活动、关爱留守儿童和捐资助学活动和慰问当地社区和养老院老人等活动。

7. 经济指标

表 1 公司近 4 年的财务指标

指标名称	2017 年	2018 年	2019 年	2020 年
净利润	35.16	43.07	82.14	2022.73
营业收入	3584.36	5661.15	5793.26	11208.54
营业成本	2957.79	4702.25	4836.50	7624.09
利润总额	35.70	51.64	85.07	2322.52
营业外收入	31.54	48.03	169.00	211.86
营业外支出	0.12	0.20	3.06	11.67
营业税金及附加	12.21	28.45	28.15	76.65
营业费用	92.28	92.48	156.52	305.62
主营业务收入	3584.36	5661.15	5793.26	11101.29
销售收入	3584.36	5661.15	5793.26	11101.29
所得税率	15%	15%	5%	15%
所有者权益	482.67	514.07	596.21	3402.84
总产值	2385.44	3365.73	4327.42	
流动资产合计	2260.97	3399.54	4612.44	9428.41
流动负债合计	358.20	547.88	881.22	7111.08
非流动资产合计	0	0	0	1390.78
非流动负债合计	172.89%	196.87%	150.68%	305.28
流动资产周转率	107.86%	106.51%	115.98%	150.61%
资产保值增值率	2743.64	3913.61	5208.65	246.56%



资产总额	/	/	/	/
国外资产	/	/	/	/
出口额	/	/	/	/
国外销售收入	/	/	/	/
土地使用权	26.06	26.06	32.96	
其他无形资产	223.33	447.06	456.81	
研发经费投入额	0.00	1.25	0.41	446.48
品牌宣传推广投入	/	/	/	
非经营性资产占总资产比例				

8. 以顾客为关注焦点

我公司通过品牌营销策略吸引顾客，建立、保持和提升顾客关系，品牌营销战略包括：展会；通过为市场供应高品质、高性能的产品，在业内积累了良好的口碑和信誉；行业杂志上的产品推广，网上销售。

我们公司的使命是：让科技融合生活，顾客的需求永远是我们活动的出发点，我们与客户建立战略合作伙伴关系，不断满足并超越客户需求，提升客户满意度与忠诚度。

我们对客户的服务以销售为商务接洽窗口，售前/后服务部门为服务为接洽窗口，其它职能部门以销售和售前/后为两条主线开展工作和服务，如提供技术支持，技术和品质标准沟通和确认，双方互相访问等。

客户（包括老顾客、潜在顾客和竞争者的顾客）可以随时提出他们的意见和需求，我们每个人均有义务进行记录沟通和反馈至公司，由公司专业的售前/后服务形成记录，提交公司制定相应的决策并执行，同时需分阶段向提出意见的此客户反馈，直至完成和达到客户需求。

公司由专业的客户服务部处理客户投诉，接到客户投诉后，客户服务人员会同主管部门负责人，进行分析处理，并于在 24 小时之内，提出初步的处理意见，并回复客户。所有的客户投诉必须进行原因分析，并提出短期和长期的改善对策，予以落实，并以电话，邮件，8D 报告的形式回复给客户。对处理完毕后的投诉同时进行客户满意度调查，进行回访，直至达到客户要求。

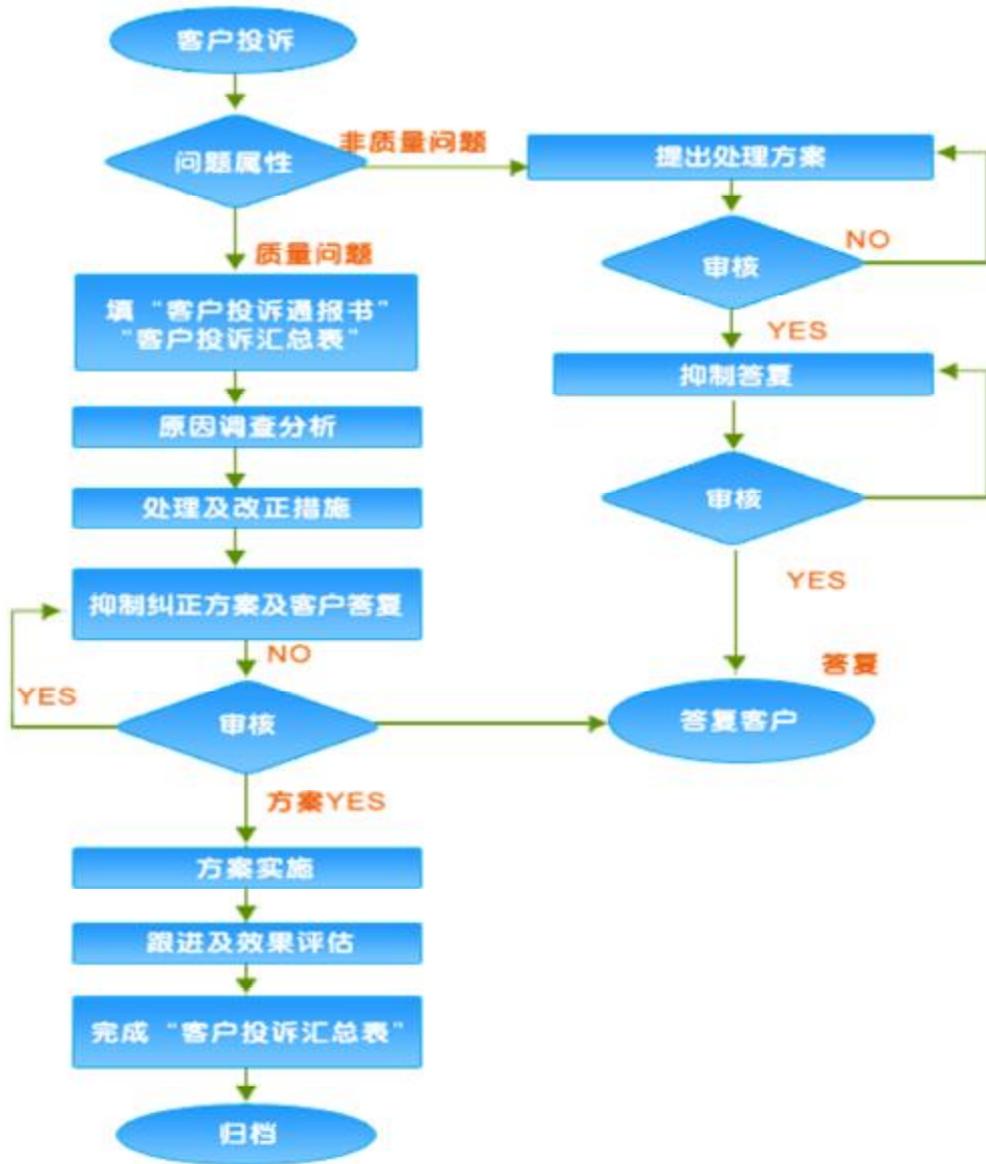


图 3 客户投诉处理流程图

每年由品牌专职管理人员对公司主要客户进行有针对性的客户满意度问卷调查，向客户发出《客户满意度调查表》，并对调查结果结合产品退货、客户赞扬、流失业务及客户索赔等进行分析总结，填写《客户满意度总结分析报告》，会同相关责任部门制定相应的改善措施，不断提高客户对我司的产品质量和服务水平的满意度。

我们通过行业协会和行业的交流沟通会了解和获得相关竞争对手的信息，特别是他们出现了重大问题时我们需要检讨和分析我们自己如何能够预防和避免出现同样的问题。当然，其它竞争对手做得好的方面，我们会学习和借鉴，由专门的销售部收集各种



信息，运用开展会，沟通会更多形成我们的有用的信息，由销售部加以分析和保存。

售前/后在进行客户服务时，了解竞争对手的和我们公司相比较的情况，当我们做得好的方面，继续保持；做得不如竞争对手的地方需加以分析，制定改善措施，再定期对客户进行调查，是否已改善和完成，如未完成，需继续改进，直至完成。

公司利用顾客、市场和产品供应信息来改进市场。

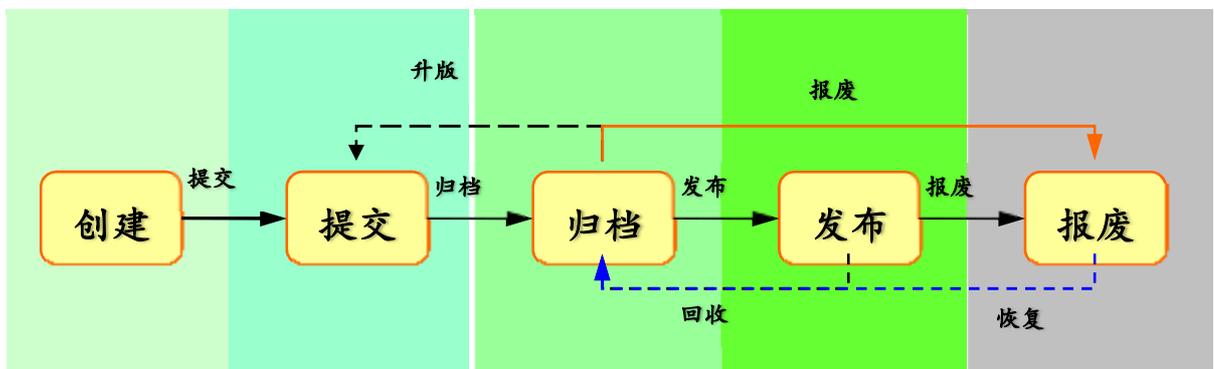
9. 信息、知识和信息技术的管理

公司建立 ERP 数据库系统，数据维护团队组织保证数据、信息的准确性；每月进行一次盘点和月度至少一次的总结，保证数据的及时性和有效性；通过内部和外部的审计，每季度的内部审计和每年的外部审计保证数据的完整性和可靠性。

通过信息安全的授权权限管理和内部的管理规定，保证信息和数据的安全性与保密性。各员工进入公司办理手续时同时与公司签订保密协议。在当今的 IT 信息时代，公司设定专门的 IT 部由 IT 人员对所有公司的电脑 USB 进口、外网邮件、移动 U 盘、移动硬盘除有特别授权的人员外，其它人员一律不可使用。

将公司来访人员分为三大类：客户类、政府类、供应商类。根据工作的需求分为三种来访卡，每类有专门指定的人员接洽和相应的工作地点及路线图，确保来访人员的工作需求达成，同时又确保公司的信息、技术秘密、商业秘密不会被泄露和不正当利用。对于公司的设计、技术及外观专利，我们及时申请专利予以保护。

公司建立了 ISO9001、知识产权管理体系，对各项的信息按流程文件的要求进行收集、录入、管理、更新、废止按《文件和资料的控制程序》执行，定期对法律法规进行更新和管理，保持最新的版本在公司运行，主要由公司人力资源部负责。



我们所需的数据和信息均来源于第一手资料，由 ERP 管理员负责将数据录入，并且由专职的检查人员进行复核，我们将员工、供应商、合作伙伴、协作者及顾客的信息均有 ERP 项中对应的模块接口和录入。定期或不定期同相关人员沟通，反馈给相关人员，



可以在第一时间得到最新的数据和信息，以作最佳的决策。

我们管理各项数据分为横向和纵向、内部和外部的方式进行信息和信息技术管理。具体体现为与顾客、供应商、合作伙伴和协作者间相关知识的双向传递形成纵向的信息沟通，使整个供应链上通过价值链传递信息；在公司内部以横向的信息沟通，将战略目标分解成的各指标和客户需求及供方需完成的信息进行内部的横向沟通，同时在公司各个运营环节设立多渠道的方式确保员工有合适的方式反馈他们的需求和公司及时倾听员工心声；所有的信息沟通通过 IT 平台和管理模块，实现管理创新和技术创新，综合起来形成完整的信息和信息技术管理体系、平台和信息流。

由 ERP 团队人员负责确定硬件和软件的需求，按需求和实际考量进行硬件配置，安装和设立同企业实际相匹配的 ERP 系统，进行流程优化，设立关键用户，建立可靠、安全和用户友好的系统。

有相应的备份系统，将数据库的信息同步存储在备份系统中，并定期从备份系统中复制数据出来备存，确保在紧急情况下数据和信息的持续可用，同时对硬件设立双系统操作，确保硬件和软件系统的持续可用。

对企业运营中新增需求，由 ERP 团队人员同专业的服务公司合作，按新的需求修正或增设新的模块，将管理创新和技术创新通过 ERP 的模块体现和充分运用。





10. 以员工为本

人力资源部是公司战略制定与实施的参与者，从中长期发展战略中分解出人力资源的整体规划，拟定出公司3年人力资源规划，并依据规划拟订年度人力资源计划，为各部门提供人力资源规划及系统解决方案，使公司人力资源战略得以落地。

公司通过各个渠道，各种方式招聘员工。通过网络、现场招聘一般人员，通过校园招聘公司后备人才，通过猎头招聘高端人才。公司奉行“诚信为本、客户至上、成果导向、共同成长”的核心价值观，并提供更合理的薪酬福利和良好的职业发展通道来帮助员工成功。员工通过树立主人翁的精神，与团队成员建立大家庭的氛围和敬业进取的工作作风来帮助公司成功，从工作中获得成就感。公司树立最佳雇主形象，员工成为忠于公司的员工，从而达到公司和员工的契合，实现公司和员工共同发展。

公司通过绩效管理手段达到管理和组织员工完成公司目标的目的。公司以市场和客户需求为导向，三年为一战略周期，通过PEST、SWOT等分析，确定公司的核心竞争力与发展方向，并确定发展目标。并将此目标转化为具体的可操作的部门目标，进而落实为每个员工的工作目标。并通过每季度绩效考核，每月的绩效回顾，对公司的目标进行调整，对员工的工作进行指导，以确保完成公司目标。

公司每年根据公司目标，预测所需要的员工能力和能量，从而制定人力资源招聘计划。并每季度跟进公司目标的完成情况，以实时、适时调整员工情况。

公司对于基层员工主要通过“员工满意度调查”和“离职原因调查”确定影响员工契合度的关键因素。公司人力资源部每月下发“员工满意度”调查表；对每批申请离职员工抽样进行“离职面谈”，并所有员工均填写“离职原因调查表”，以上两项调查涉及员工工作、生活的各个方面，通过此确定影响基层员工契合度和满意度的关键因素；

对于管理人员，人力资源部从公司战略制订人力资源规划，保证人力资源结构及人力资源素质支持公司整体战略。这种基于公司战略的人力资源规划，从源头上确定了与公司相匹配的管理人员的素质。公司通过绩效管理制度、满意度调查和离职面谈，并通过数据分析，确定影响员工契合度和满意度的关键因素。

公司根据战略目标确定公司目标，进而分解为部门指标，最终落实为员工个人的工作指标，这个指标系统确保了员工与组织的契合。公司的目标年度制订，每季度考核调整，每月回顾分析。对于未完成项均做原因分析，改善措施，并跟进完成情况。这一整套的管理系统支持了公司绩效的实现。



公司的绩效考核结果利用于员工薪资调整、奖金发放、职位晋升调配、培训学习机会等激励措施中。

公司完整的培训系统，确保了公司与个人的工作绩效与发展。培训系统包括：入职培训、在岗期培训、转岗培训。培训的内容涉及：公司的企业文化、战略、各种技能、素质培训。各个层面的培训促进公司核心竞争力的提高，使员工的职业生涯发展目标与公司的战略发展目标结合起来，实现双赢。

公司为员工制订“职业生涯规划”，并制订中长期培训计划。公司并制订“梯队人才”培训体系：人力资源部向各部门经理及以上职级提供《第一/二/三人才梯队核准表》，由各部门经理及以上职级提供候选人名单——人力资源部组织对提交的名单进行综合评定——由该组评审团共同策划后备人才的整体培训方案——培训方案的实施——培训效果的跟进。通过以上流程的展开，有效地保证了管理职位的后备人才培养，为公司的可持续发展提供了人才支持。

公司一直致力于建立和谐员工关系，关注员工与企业的共同成长。在生产一线中，通过员工满意度、离职率的统计分析，对主要问题的不断 PDCA 的循环改善来提高员工契合度；在管理人员上，主要通过离职率、绩效考核结果的分析，来提高员工契合度。

公司通过不断的技术、管理创新来提高员工的健康、安全水平。公司预建立 ISO14000 和 OHSAS18000 体系，完善与细化相关管理制度。

公司关注员工诉求，制定一系列的福利措施和活动，满足员工不同需求。公司目前的福利项目主要包括：社会保险、商业保险、健康体检、带薪休假、高温补贴、住宿补助、餐饮服务、交通服务、工会基金、员工活动、户口迁调、员工子女就学绿色通道等。个性化福利措施主要包括：针对管理层人员提供竞争力的薪酬、晋升、继任计划、向总经理推荐担任更重要的工作、进行股权激励；针对梯队人才库成员，提供轮岗、参与项目、专业培训等机会，纳入公司的人才培养梯队。

11.技术创新

公司的使命是“持续为客户创造价值，为社会做出贡献”，战略是建立“以顾客为中心，以创新为支撑”的商业模式，落实到工作系统和关键过程就是：以客户要求为中心，通过创新为客户创造价值，创新包括技术创新和管理创新。



公司创造价值和提供增值的关键过程由“客户要求识别、产品研发设计、生产运营、物流配送售后服务”构成；工作系统具体分为三大管理体系中的 50 多个主要业务流程及各模块的工作文件，涵盖了运营活动的各个方面。



公司应用价值链分析方法、应用顾客及相关方需求对策矩阵表，全面识别顾客与相



关方及其需求,全面分析满足需求的对策与方法,为关键过程的设计满足各方要求提供准确的输入;公司建立并通过认证了 ISO9001、知识产权管理管理体系,我们在管理体系的文件中,如《质量手册》、《程序文件》和《指导文件》,将为顾客创造价值、组织的可持续发展转化为组织内部具体的行为标准、规范、流程。流程中内容将顾客、供应商、合作伙伴和协作者的信息和能力方面的数据,作为流程编制的输入条件,通过体系化的运作,形成各项数据为分析和评价各过程的原始载体。

工作过程以公司战略分解后形成的各指标和客户的要求为目标,通过公司章程和管理体系为指导依据和载体,设计各工作过程。为高效快速达成我们配套使用 IT 技术、金蝶 ERP 软件等高新技术精益生产系统及融入到工作过程的设计中,使周期时间、生产率、成本控制及其他效率和效力的持续提升。

准备通过导入两化融合管理体系将战略目标分解后和各指标,按照公司运行的管理体系设计的流程和运行模式实施和管理工作过程以确保满足客户需求和完成达到战略目标及设计要求。通过日常的运行数据记录为载体作分析和评价以确保这些过程的日常运作能满足关键的过程要求。