

2018 年卓越绩效管理白皮书



德华兔宝宝装饰新材股份有限公司
2018. 4

目录

一、内容概述.....	- 3 -
二、企业文化与管理原则声明.....	- 3 -
1、企业使命、愿景、核心价值观及其诠释.....	- 3 -
2、道德行为规范.....	- 4 -
3、企业管理的原则.....	- 4 -
4、与顾客、供应商及其他相关方的关系.....	- 5 -
三、过去一年的质量经营管理进步情况.....	- 6 -
1、企业面临的经营环境变化与挑战，迎接挑战的主要战略举措.....	- 6 -
2、过去的一年中，取得的主要经营成果及其比较、行业地位.....	- 7 -
3、品牌建设的主要举措和成效.....	- 8 -
4、质量管理改进及创新总结.....	- 9 -
6、员工的关键需求和期望和薪酬福利制度.....	- 11 -
7、企业安全生产标准化工作与安全生产诚信机制建设的主要举措和成效.....	- 13 -
四、对社会的贡献.....	- 14 -
1、税金缴纳情况.....	- 14 -
2、能源和原材料等资源消耗总量、水平.....	- 14 -
3、全员劳动生产率（按增加值计算）水平.....	- 14 -
4、环境保护与污染物排放情况及其比较.....	- 15 -
5、员工工作环境有害物质和职业伤害因素、措施与效果及其比较.....	- 16 -
6、道德行为自我评价.....	- 16 -
7、公益支持情况说明.....	- 16 -

德华兔宝宝卓越绩效管理白皮书

一、内容概述

德华兔宝宝装饰新材股份有限公司（简称“兔宝宝”或“公司”）创建于1993年，2005年在深交所挂牌上市（代码：002043），是行业首家上市企业。经过20多年的不懈努力和创新发展，已成为全国具有较大影响力的绿色家居综合服务商，主导产品包括装饰材料（装饰板材、科技木等）、家居宅配（地板、衣柜、木门、儿童家居等），产品销售网络覆盖全国各地，并销往美洲、欧洲、澳洲、中东等全球各地。

兔宝宝是我国装饰材料行业产销规模领军企业，全国最大的装饰贴面板生产基地，装饰板材环保性能达全球最高标准，自主研发的科技木新品数量和产销量居全球第一。公司是国家火炬计划重点高新技术企业、国家首批林业重点龙头企业，连年获评AAA级信用企业，是中国林产工业协会副会长、中国资源综合利用协会理事、中国木制品流通协会会员、浙江省质量协会理事单位。“兔宝宝”品牌在中国装饰材料行业已确立明显优势地位，早年已获评“中国名牌产品、浙江出口名牌、浙江名牌产品、美国产品创新大奖、欧盟推荐产品”等荣誉，并被国家商标局认定为“驰名商标”。

公司于2005年导入卓越绩效管理模式，2009年获省质量奖，2010年获市政府质量奖，2011年获全国实施卓越绩效模式先进企业称号，2013年获得浙江省政府质量奖。2015-2017年，公司先后获得浙江省精细化管理示范项目、浙江省信用管理示范企业、国家科学技术进步奖、浙江省商标品牌示范企业等。

二、企业文化与管理原则声明

1、企业使命、愿景、核心价值观及其诠释

● 核心价值观：厚德精业

厚德为企业的精神追求。德行引领文化，思想指导行为，公司立志推动行业进步，为消费者谋福，承担社会责任，恪守以德立企，以德育人，传播德行的经营理念，实现经济效益与社会效益、生态效益的完美统一。“精”谓之专一、专研、精益求精、追求卓越。“业”即为德华事业，文化源远流长，基业长盛不衰，百年昌盛是为终极目标。

德之努力为厚，业之追求为精，德厚方可业精，厚德必然精业，是为德之成，业之久。

● 使命：以推进行业绿色进程为己任，引领家居新生活

在以德为本的经营理念指引下，公司立志带领行业研制发展健康环保的、高原材料利用率的家装产品，并通过标准建设、行业协会参与及市场推广，推动行业和市场规范，为消费者创造良好的家居环境，为全球林木资源保护作出贡献。同时，



公司积极设计生产适合消费者个性需求的高档的绿色健康产品，致力于引领家装潮流，为消费者营造健康舒适的、高品质的、个性展示的美好生活

● **愿景：成为中国最具影响力的绿色家居综合服务商**

公司立志打造全国范围内品牌知名度和美誉度行业内领先，家居体验消费网点覆盖率行业内领先，消费服务口碑行业内领先的，产品供应涵盖衣柜、木门、板材、地板、木皮等全体系家居饰材，集研发设计、生产开发、展示体验、物流配送、上门安装、售后服务、网上消费等全方位服务的供应商。

2、道德行为规范

兔宝宝坚持“德为本、华而实、木之展、业久存”的企业精神

“德为本”是公司文化的价值基础。公司一直秉承德行方能立企的理念，深谙小胜靠智、大成靠德的经营哲学，将企业经济效益的实现，与对顾客、员工等相关方及周边环境的责任统一起来。

“华而实”是公司文化的价值目标。公司一直将责任作基石，把品质放首位，奉品牌为追求，讲究精细管理，把人品与产品挂钩，诚实为人，实在做事，内外兼修，追求卓越，把企业做实做精做强。

“木之展”是公司文化的价值源泉。一方面公司以木业为主，逐步形成板材、科技木、地板、衣柜等产品体系，在品牌、渠道、技术、资源、人才、管理等方面积聚发展优势；一方面充分发挥自身优势，以高度社会责任感引领行业、地区经济发展，推动幅射区内产品升级、产业结构调整 and 区域品牌建设。

“业久存”是公司文化的价值归宿。以德立企，以木为基，追求卓越，做精做强，是企业文化发展的结晶，也推动企业取得了长足的发展。志存高远，在德华创业之初便已立意，如今，新的更大的平台已经形成，远景目标清晰呈现，为争创百年品牌，力造百年企业而不懈奋斗。

3、企业管理的原则

1) 诚信经营。公司与关键岗位员工签订《员工廉洁自律协议书》，与党员签订《党风廉政建设责任书》，以加强企业廉政建设，提高廉洁自律意识，杜绝违规违纪事件发生。公司与业务单位签订《业务合作单位廉洁自律协议书》，以保证公司与合作单位双方在公平、公正、公开和诚信的基础上进行互惠、互利的长期业务合作，防止商业贿赂和不正当竞争行为的发生，保护双方合法利益。

2) 鼓励创新。从2008年起，公司制定《构建创新型企业实施办法》，开展“创新奖评选活动”，成立了由总经理及各部门负责人组成的“创新奖评审委员会”，评选“创新大奖”及一、二、三等奖，以引导和激励全员勇于开展技术创新与管理创新。

3) 打造学习型组织。从2007年开始，每年举办“春季读书会”，要求企业中高层管理者围绕特定主题开展学习研讨活动，分享读书体会，目前已走过12个年头。2018年2月，

公司组织第 12 届春季读书会，由时代光华特聘讲师叶小涛主讲《企业文化解析和落地》。

4、与顾客、供应商及其他相关方的关系

表 1 公司与各相关方的关系

相关方	主要内容
股东	以良好的业绩回报股东，确保股东利益保值增值；定期召开股东大会，由董事会向股东汇报运作情况，独立董事、监事进行监督，对重大事项发表意见；严格遵守《上市公司信息披露制度》，及时、准确、严格披露财务信息及其他重大信息，让广大股东及时了解公司动向。
员工	以良好的平台促进员工发展。建立“职工之家”，围绕职工文体、建言献策、维权科普等方面开展活动；员工合同签订率与社保参保率 100%，每年为一线员工体检，优秀骨干到省级医院体检；投入 4000 多万元建造四幢 14000 平方米的员工宿舍大楼，免费让员工住宿；建立夫妻房；成立“1+1 职工互助基金”，累积资助 180 余万帮助贫困员工。
客户	以优质的产品服务追求客户满意。在维护终端顾客权益方面，公司以推进行业绿色进程为己任，挖掘顾客需求，创新研发绿色环保产品，满足并超越顾客需要。针对顾客投诉实现规范化投诉处理，维护经销商权益，通过年终广告费支持等方式对优秀经销商给予鼓励。
供应商	实行公开招投标制度，成立“招投标领导小组”对公开采购招标、基建招标等规范化管理与监督。与供应商建立长期合作关系，严格履行购销合同，按时付款，并签订《廉政协议书》。
合作伙伴	对家装公司、房地产企业、关键材料供应商等主要合作伙伴实行技术、资金和人力等多方位支持；与外界业务往来依法办事，伙伴利益受合同和法律保护。
社会	公司依法纳税，按时还贷，诚信经营，促进地方经济振兴和繁荣；公司主动为教育事业、文化事业、慈善捐助、地方基础设施建设等公益领域作出积极贡献。

三、过去一年的质量经营管理进步情况

1、企业面临的经营环境变化与挑战，迎接挑战的主要战略举措

公司基于“全屋定制”理念，依托板材核心优势，推行绿色家居定制。实施营销模式创新，将产品线从“装饰板材、科技木、地板三大类”，拓展至“易装定制、衣柜木门、儿童家居”等，全面满足消费者个性化、多样化需求。

表 2 应对挑战措施表

区 间	主要挑战	应对挑战的措施和关键指标	
		主要措施	KPI
短期	木材资源紧缺，原材料价格上涨	<ul style="list-style-type: none"> 建立速生林木基地，保障原材料可持续供给； 以企业实力为后盾，提高议价能力； 与供应商达成战略合作或紧密合作关系； 加大研发力度，研发新材料、新工艺，提高木材资源利用效率，降低生产成本； 	创新、节能 降耗总额 新产品开发数量 利润率
	宏观经济及房地产调控风险，汇率波动风险	<ul style="list-style-type: none"> 密切关注国家经济形势，及时了解、把握金融、产业政策的变化，及时调整优化公司业务结构； 继续加快专卖店网络建设，扩大市场覆盖，利用自身资源、品牌及创新优势，扩大市场占有率； 优化市场结构，积极拓展乡镇市场，下沉营销渠道，以应对房产调控影响，实现业绩增长； 通过远期结汇、改变收汇币种、缩短收汇账期等手段控制和分散汇率波动所带来的风险； 	销售收入 市场占有率 专卖店数量 出口创汇额
	兔宝宝多品牌策略及产品线延伸存在风险	<ul style="list-style-type: none"> 深入市场调研分析，采取多品牌策略，明晰不同品牌的差异化市场定位； 分多品牌进行品牌建设推进，加大重点品牌宣传推广力度，提升品牌形象、品牌知名度与美誉度； 	品牌知名度 顾客满意度 顾客忠诚度
长期	同业竞争激烈，潜在进入者造成一定威胁，产业结构颠覆性变化	<ul style="list-style-type: none"> 明确品牌市场定位，避免低端市场恶性竞争； 通过兼并收购、参股控股、资产重组、OEM 代工等方式，上延下展产业链，提升企业规模，打造材料综合服务商； 通过产品、服务、品牌、管理的提升，提升兔宝宝市场竞争地位，提高品牌影响力； 密切关注新进入者，洞悉市场发展趋势，适时而动； 	品牌知名度 市场占有率 销售收入

区 间	主要挑战	应对挑战的措施和关键指标	
		主要措施	KPI
	公司进一步发展对人才、资金等的需求越来越高	<ul style="list-style-type: none"> 人才内部培养与外部引进相结合，加强高校人才合作，以发展的眼光加强人才储备，为企业发展提供智力支持； 加强应收账款管理，提高信用控制水平，提高应收账款周转率；加强存货管理，提高销售和供应计划的准确性，降低滞销品的库存占用，提高存货周转率； 合理选择筹资渠道和筹资方式，在考虑资金成本、资本结构前提下，灵活考虑银行贷款或其他融资方式。 	人才结构 资本结构

2、过去的一年中，取得的主要经营成果及其比较、行业地位

表 3 公司取得的经营成果

相关指标	单位	2016	2017	增长率
资产总额	万元	165129.43	202,477.32	22.6%
营业收入（合并）	万元	267701.23	411955.85	53.9%
营业收入（母公司）	万元	59948.18	68374.63	14.1%
利润总额（合并）	万元	30749.26	44305.28	44.1%
利润总额（母公司）	万元	21395.55	24497.51	14.5%
纳税总额（合并）	万元	13955.09	20353.25	45.8%
纳税总额（母公司）	万元	6361.26	9060.77	42.4%
总资产贡献率	%	16.38%	14.24%	-13.1%
流动资产占比	%	24.88%	36.32%	46.0%
非流动资产占比	%	75.12%	63.68%	-15.2%
资本保值增值率	%	169.97%	113.11%	-33.5%
资产负债率	%	9.39%	16.42%	74.9%
流动资产周转率	次	1.8821	1.1930	-36.6%
社会贡献率	%	24.80%	19.13%	-22.9%
成本费用利润率	%	45.21%	45.55%	0.8%
所有者权益	万元	149616.56	169234.25	13.1%
每股收益	元/股	0.23	0.24	4.3%
研发费用（母公司）	万元	2568.21	3269.13	27.3%
成本费用预算准确率	%	97.38%	82.30%	-15.5%
资金供给保障率	%	92.16%	91.74%	-0.5%

3、品牌建设的主要举措和成效

作为中国木制装饰材料行业的领军企业，公司坚持走品牌与服务之路，通过科技创新和精细化管理，推进品牌建设。公司制定了《品牌发展规划》，通过品牌竞争分析，明确了多品牌策略，其中，主打“兔宝宝”品牌，定位零售，走高端化、集成化、成品化、多元化之路；“神州绿野”品牌定位中端工程或零售市场，以基础材料为主，体现“健康、实惠”；“花冠”品牌则定位中低端产品，作为兔宝宝的补充，可零售、可工程。通过多品牌差异化定位策略，实现高中低端产品互补营销，满足不同层次类型顾客需求。

公司以市场为导向，以顾客为中心，在国内市场构建了 3000 多家专卖店销售网点，形成了覆盖全国的营销网络；国外以“代理商经销方式”开拓了北美、西欧、中东等近 50 个国家和地区市场，享有较高的声誉。兔宝宝每年投入数千万元，通过高铁广告、电视媒体、户外广告、车体广告、高速公路广告、网络广告、展会、电台、地面宣传、活动宣传等各种渠道，将资源投入经销商，投入实战，做好全国性大规模促销活动，力争全国一盘棋，千店同行动，扩大活动声势。

兔宝宝经过二十多年的发展，凭借不断创新、卓越品牌和优质服务赢得国内外消费者的认可，知名度不断提高。兔宝宝品牌在中国装饰材料行业享有盛誉，获评“中国名牌、浙江省出口名牌、美国产品创新大奖”等。2013 年 11 月，兔宝宝代表胶合板行业胜诉美国“双反”案。这是德清县外贸史上首个大案，也是唯一成功案例，是中国企业成长的标志性事件之一。

2017 年，兔宝宝生态板被认定为“浙江省名牌产品”。截至目前，公司已培育 7 个浙江省名牌产品，1 个省服务名牌，5 个湖州市名牌产品，极大提升公司品牌美誉度和影响力。

在品牌保护方面，“兔宝宝”商标已在 45 个类别注册了 200 多个商标，形成了完善的商标体系。兔宝宝法务部、市场监管部、企管部多部门联动，对市场上商标侵权行为进行打击。尽管市场上李鬼横行，兔宝宝仍不遗余力、重拳出击，取得了良好的成效。

表 4 品牌经营方面荣誉

序号	荣誉名称	获奖时间
1	浙江省信用管理示范企业	2015.01
2	浙江省商贸诚信示范企业	2016.10
3	精细化管理示范项目（企业）	2015.02
4	功勋企业	2017.02
5	国家林业标准化示范企业	2016.12
6	浙江出口名牌	2015.12
7	“品质浙货”出口领军企业	2017.04
8	浙江省商标品牌示范企业	2016.12

表 4 品牌授权经营绩效指标汇总

序号	项目	单位	2016年	2017年
1	品牌使用费	万元	14881.6	22286.86
2	品牌授权产品销售收入	万元	226413.41	332439.63

4、质量管理改进及创新总结

公司形成了系统性的改进与创新管理体系，在“卓越绩效评价”、“体系评审”系统框架下，展开“技术创新攻关、质量创新、精益生产、绿色清洁生产、信息化改进、全面预算管理、服务标准化”等职能层面改进与创新，并推进“QC小组活动、合理化建议、党员创先争优”等班组岗位层面活动，有系统、有秩序、有方法地展开各层级、各职能系列活动。

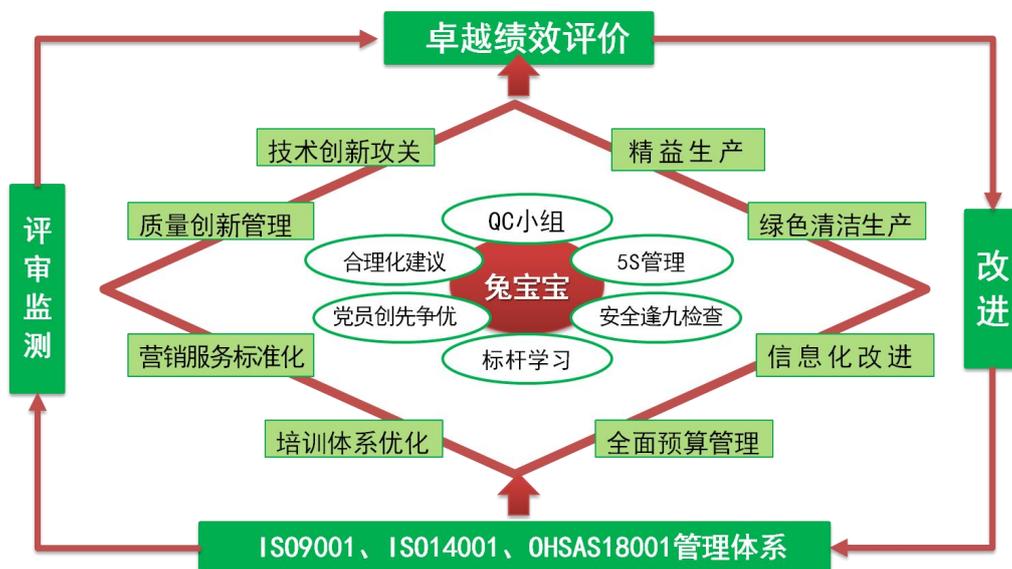


图 1 改进与创新体系

公司针对不同的改进与创新内容，采用多种形式，组织各层次员工开展活动。

表 5 改进与创新活动形式举例

活动形式	具体介绍
推行卓越绩效模式	全方位地建立绩效测量指标体系，通过标杆比较、跟踪测量、自我评价、改进创新、循环评价，不断提升管理成熟度水平，实施系统性的改进；
引入精益生产模式	推行柔性化生产模式，适用公司小批量、多品种的生产现状，极大提高生产效率；
推进实施 ERP 系统	将原有业务系统重新梳理与整合，大大提高公司内部业务运作和处理效率；
标杆学习/最佳实践	将各职能情况与该领域最佳实践者比较，提出改进行动方法，以弥补自身的不足；
质量创新管理改进	对传统质量管理模式、管理方法进行改革、改进和改造，采用先进质量管理方法和工具来提高产品的质量和创新性，促进产品创新，降低消耗并提升质量水平。
QC 小组活动	各车间积极开展 QC 小组活动，实现“每个小组有课题，每个课题有成果，

	每项成果不同程度解决实际问题”，坚持“小、实、活、新”QC活动方针，定期举行QC小组成果发表和评比工作，增强了员工现场改进积极性、主动性及创新意识和能力。
金点子合理化建议	落实《合理化建议管理办法》，推进各层级员工参与到改进与创新活动，促进企业管理提升，也促进了劳动关系和谐发展。

公司在改进与创新活动中广泛运用统计工具和数据分析方法，如运用标杆分析法、对比分析法确定差距点，分析差距形成原因，明确优势与劣势，提出改进措施，实现PDCA改进循环。

表 6 主要改进与创新工具或方法

层次	改进与创新活动	应用技术、工具或方法	主要部门
公司层面	卓越绩效改进	调查表、专家打分法、标杆学习、对比分析、趋势分析	领导小组
	管理体系改善	对比分析、调查表、趋势分析、专家打分法、对策表	管理部
	管理创新	PEST、SWOT、五力分析、战略地图、平衡记分卡、流程再造 BPR	各部门
职能部门层面	技术创新攻关	价值工程 VE、QFD、DOE、FMEA、对比分析、排列图、甘特图、控制图、关联图等	企业研究院
	质量创新管理		生产部门
	绿色清洁生产	对比分析、趋势分析、标杆学习、直方图、饼图	生产部门
	精益生产管理	JIT、5S、TPM、防错、看板、价值流图析、流程再造 BPR	生产部门
	信息化改进	调查表、标杆学习、对比分析、甘特图、流程再造 BPR	信息部
	全面预算管理	对比分析、趋势分析、排列图、调查表	财务部
	营销服务标准化	STP、对比分析、标杆学习、关键事件、满意度指数模型分析	营销部门
班组岗位层面	HR 培训改进	调查表、分层法、关键事件访谈、标杆学习、对比分析	人资部
	QC 小组活动	新老 QC 七种工具、甘特图、头脑风暴、对策表	生产部门
	合理化建议	头脑风暴法、调查表、对策表、关键事件访谈	工会
	党员创先争优	标杆学习、头脑风暴、对比分析、调查表	党委

5、员工的关键需求和期望和薪酬福利制度

“引得进、用得好、留得住”是公司的人力资源工作方针。公司主要从以下四个方面巩固员工长久留在企业的决心。

表 7 极具优势的留人措施

方式	具体措施
待遇留人	提供公平公正的具有竞争力的薪酬，提供股权激励、职工宿舍、就餐补贴、春节红包，发放生活用品等福利，为员工办理社保、住房公积金等，在物质生活上提供方便；
事业留人	建立共同愿景目标，提供各类培训学习机会；通过员工晋升机制，助推兔宝宝“四通道”职业发展；对优秀人才委以重任；
文化留人	花园式工厂，美化、绿化生活工作环境；先建宿舍公寓，再建办公楼；企业文化熏陶，开辟图书室，开展运动会、联谊会、春节文艺汇演等丰富员工活动；
感情留人	坚持“以人为本”，关心员工工作与生活，多种沟通渠道了解员工心声；及时解决员工问题，让员工感受到兔宝宝家庭温馨。

兔宝宝建立了“战略导向”的多层级绩效管理体系，运用“平衡计分卡和战略地图”的思路，并结合“KPI 绩效管理”与“目标管理”，制定了行动方案和“公司一部门一岗位”三层级关键绩效指标，开展绩效管理。

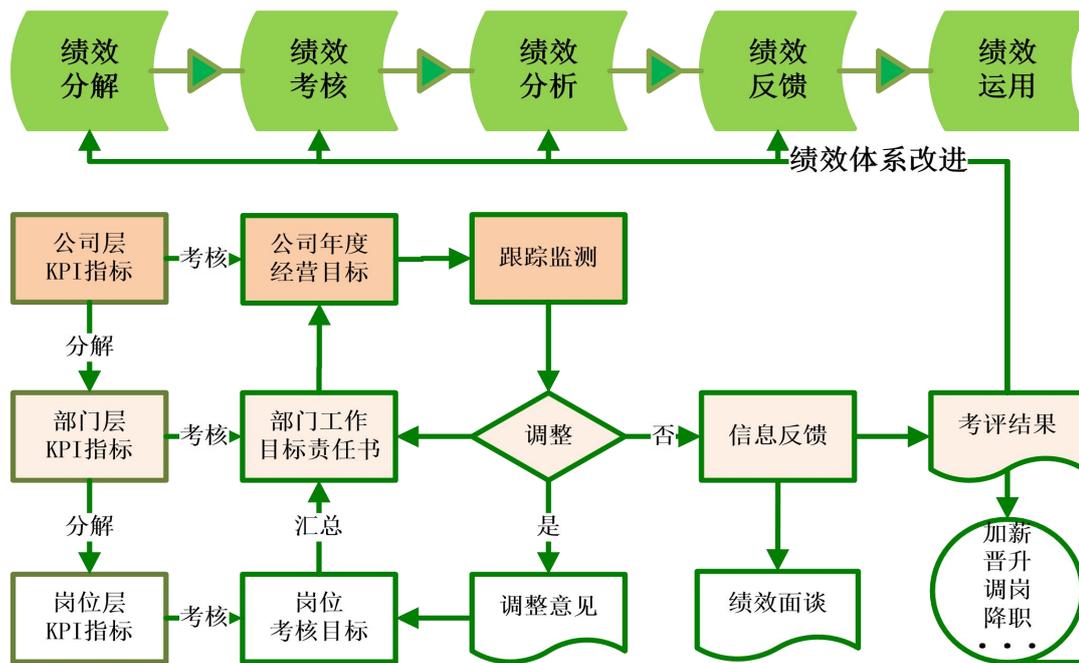


图 2 绩效管理体系流程图

1) 建立基于目标管理以 KPI 为主线的绩效体系

公司的绩效管理体系形成了包含“绩效分解—绩效考核—绩效分析—绩效反馈—绩效运用”五个环节在内的绩效管理循环。客观地评价全体员工工作成绩、业务技能、工作态度以及工作适任性，同时激励指导员工不断改进工作，促进公司预期目标的有效达成，并逐步形成以绩效为中心的管理系统，最终实现永续经营的战略目标。公司制订了绩效考核的管理制度，并将结果体现于绩效奖金，作为公司激励机制的一个方面，同时，对考核结果进行上下级即考核人与被考核人进行面对面沟通，以达成结果共识，有利于改进不足之处，发挥优点，以趋卓越，另一方面，该考核结果亦为公司教

育培训计划提供参考。公司对部门层面及岗位层面的绩效考核具体如下：

部门层面绩效考核：依据公司总体战略制定《部门工作目标责任书》，明确部门绩效要求（包括年度工作目标和各专项任务等），明确各部门KPI。兔宝宝“绩效考核部”负责确认部门层级KPI指标，并根据《考核办法》以年度为区间，开展部门层面绩效综合评价，以衡量各部门支持公司战略达成的情况。在绩效分析与反馈的过程中，各部门根据绩效考核部意见，结合公司战略方向及时调整部门工作重点。

岗位层面绩效考核：各部门根据《员工绩效考核办法》确定员工绩效指标，考核员工在考核期内的目标完成情况、行为态度，以衡量个人对部门及整个公司的贡献。在绩效分析与反馈过程中，各部门针对考核结果进行员工绩效面谈，在肯定成绩的同时，找出工作中的不足加以改进。各部门还要求员工开展“年度检查”，总结当年表现并确定下年目标，将员工上一周期绩效反馈结果循环用于下一周期绩效评估，以此建立《员工考核档案》作为员工薪酬调整、岗位异动、培训或奖惩等的依据，增强绩效反馈的意义和作用，促进员工良性发展。

2) 公平合理的薪酬体系

公司实行“岗位目标薪酬制”，根据“生产、技术、销售、管理”职位序列及其职能要求，并结合工作贡献来确定员工薪酬。其中，岗位目标薪酬由“基本工资、岗位工资和绩效工资”构成，根据薪酬管理原则，以岗位目标月薪为基准，确定每个岗位的目标年薪，配合部门绩效奖。薪酬标准根据部门经济责任制和员工绩效，综合考虑同行业薪酬水平、公司薪酬实际情况及预算、消费者物价指数以及本地消费水平等因素设定，薪酬政策由高层领导负责制定，薪酬实施由人力资源部负责，各部门按规定执行。

表 8 薪酬管理原则

薪酬管理原则	说明
公平性原则	薪酬因素评价和工作绩效考核作为薪酬依据
竞争性原则	每年通过调查地区、行业水平，确保公司薪酬处于中上水平
激励性原则	充分发挥薪酬杠杆作用，对员工实施有效激励
守法性原则	薪酬政策必须符合国家和当地政府制定的有关法律法规

3) 丰富多样的员工激励措施

为最大限度调动员工积极性，公司采用“物质奖励”与“精神激励”并举、多种方式并存的激励模式。

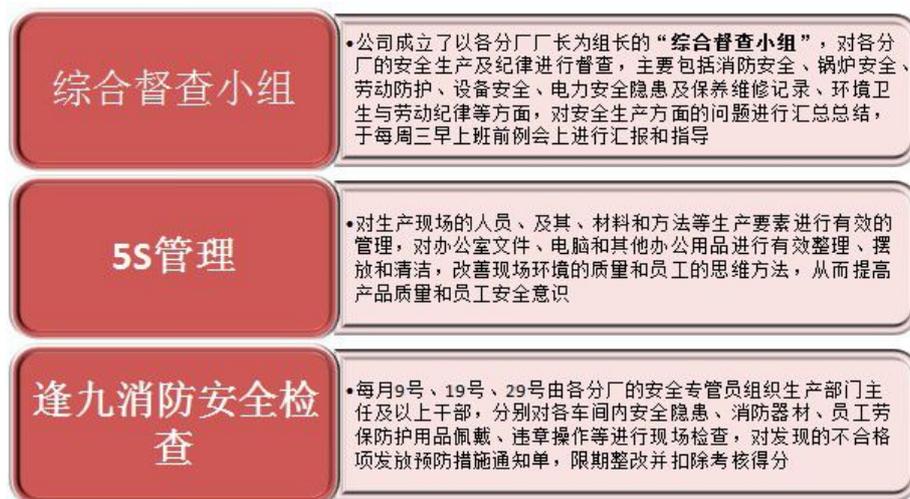
图 3 主要激励措施

激励类别	激励项目	措施说明
物质激励	股权激励	为了更好的促进企业战略目标的发展,加强人才培养和激励,公司 2014 年、2017 年实施了 2 次限制性股权激励,范围涵盖中高层管理人员、核心技术骨干、优秀员工等 400 余人。
	绩效奖金	按月考核绩效确定奖金,年终统一核算,年底发放
	月度生活用品发放	根据员工日常生活所需物品,按月发放,改善生活
	提供员工宿舍	为外来务工人员提供员工宿舍,减轻生活压力,安心工作
	就餐补贴	所有车间员工均享受工作餐补贴
	中高层油费补贴	公司为中高层管理人员补贴油费等小车日常开销费用
	探亲费	所有员工一年享受一次,额度根据行程灵活确定
精神激励	优秀员工	每年召开总结表彰大会,表彰优秀,发放荣誉与奖金,《德华报》报刊登载,职务晋升上拥有优先权
	优秀党员、党务工作者	
	安全生产先进组织/个人	
	各级政治荣誉	推荐担任各级人大代表、政协委员等政治荣誉

6、企业安全生产标准化工作与安全生产诚信机制建设的主要举措和成效

1) 安全生产标准化工作

公司非常注重生产安全,主要采取以下方式进行安全生产标准化管理。公司定期对生产一线员工进行操作规程、工艺和生产安全有关知识的培训,落实培训措施,实施三级培训体系。


图 4 安全生产标准化主要举措

2) 安全生产诚信机制建设

公司的安全管理监管职能落实到监察部,专门设立了安全监察员。结合定期开展的综合督查活动,公司依据《安全生产管理制度》、《安全检查标准》开展安全生产检查,从软件(制度落实和执行及改进情况)和硬件(设施、现场)二方面对安全生产工作进行评估,分析指

出各单位安全生产管理工作存在的问题，形成书面《整改通知书》提出整改意见，反馈到各责任部门，监察部对问题的整改进行监督检查，同时也为安全生产管理委员会提供决策依据。

● **落实安全生产责任制**

各分公司设立安全管理领导小组，各分公司负责人为组长，同时也是安全第一责任人，与公司签订《安全生产责任书》，逐级落实安全生产责任，并按责任和要求追究事故责任。每月经营例会各分公司就安全生产工作情况和安全生产考核指标达成情况进行总结分析，提出下阶段安全生产改进要点，部署下阶段安全生产管理工作。

● **提升安全管理意识**

公司定期组织人员学习安全法律法规、安全专业知识，深入实施 OHSAS18001 体系，客观地、科学地识别和分析各方面存在的危险因素，从源头上消除事故隐患。

四、对社会的贡献

1、税金缴纳情况

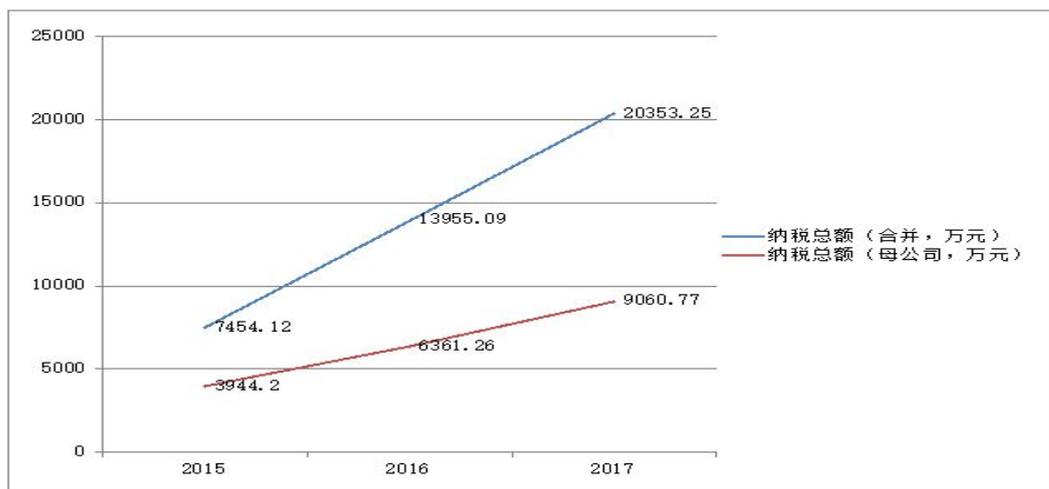


图 5 公司税金缴纳情况

2、能源和原材料等资源消耗总量、水平

表 9 能源消耗水平

指标	2015 年	2016 年	2017 年
万元总产值综合能耗 (吨/万元)	0.50	0.54	0.46

3、全员劳动生产率 (按增加值计算) 水平

公司在人员基本稳定的情况下，实现营收连年增长。

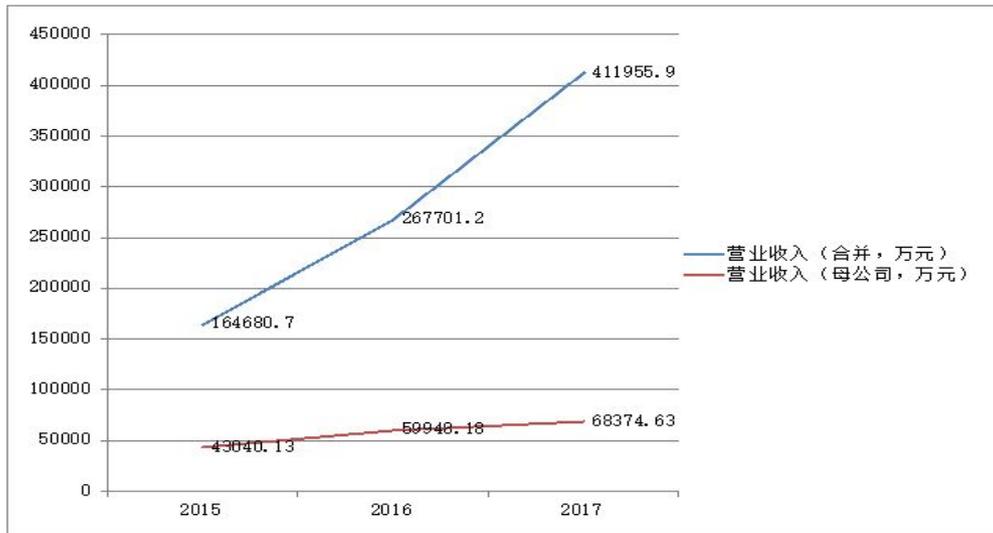


图 6 公司营收增长情况

4、环境保护与污染物排放情况及其比较

在环境保护方面，公司的在同行业率先引入 ISO14001 环境管理体系，认真实施逐年改进。公司斥巨资加强排污处理，累计投资 600 多万元改进了污水处理站，使公司污水 100% 有效处理。公司三废排放放在每年的环保执法抽查和委外监测中，监测合格率均为 100%。在资源与能源消耗方面，作为利用森林资源的企业，公司从大环保概念出发，投资建设速生林基地，以实现企业生产用原材料自给，董事长荣获全国绿化奖章。

公司严格执行国家环境保护、安全卫生法规，取得了良好的社会效果。近三年，公司的三废排放均符合国家标准。

表 11 环境保护及污染物排放

项目	关键要素	法律法规指标要求	2015 年	2016 年	2017 年
环境保护	废水	PH: 6~9	7.62	7.72	7.78
		悬浮物≤70mg/L	/	134	68
		COD≤500 mg/L	1.45	457	242
		氨氮≤35 mg/L	0.86	14.5	3.28
		甲醛≤5.0 mg/L	0.175	0.05	0.05
	总磷	0.72	0.67	0.93	
	固废	100%处理	100	100	100
噪声	≤ 65dB(A)	45.0	56.4	59.4	
安全生产	财产\员工安全职业健康	重大安全事故 0 起	0	0	0
		职业病人数 0 人	0	0	0
产品安全	产品质量	无因使用公司产品发生伤亡事故	无	无	无

5、员工工作环境有害物质和职业伤害因素、措施与效果及其比较

在职业健康安全方面，公司导入 OHSAS18001 体系，制定并完成《职业健康安全目标》，近三年来未发生人身健康、重大伤亡事故。公司每年委托杭州空军疗养院对中高层管理人员进行体检，委托德清县疾病控制中心对生产特殊岗位员工进行健康体检。

6、道德行为自我评价

公司一直以来坚持诚信为本，依法经营，信守职业道德，树立了良好的商业信用和道德形象，获得顾客、供应商、政府、质监、工商、税务、银行等的广泛好评，赢得了社会各界高度认可。公司先后获得政府、工商、财税、环保、质监等部门颁发的各类奖项。道德行为指标结果见下表。

表 12 道德监控指标情况

监测指标	2015年	2016年	2017年
高层领导违纪违法事件（件）	0	0	0
重大经营活动违规事件（件）	0	0	0
劳动合同签订率（%）	100	100	100
员工违法违纪事件（件）	0	0	0
采购合同履行比例（%）	100	100	100
采购岗位违法违纪次数（次）	0	0	0
销售合同履行比例（%）	100	100	100
销售岗位违法违纪次数（次）	0	0	0

7、公益支持情况说明

作为一个负责任的企业，公司发展的最终目的是追求社会价值的最大化。公司从一个不知名的小厂发展成为木制品装饰行业龙头企业，归功于全体德华人的艰苦创业、团结拼搏，更得益于国家和政府、社会各界领导和各行各业的大力支持。

为回馈社会，公司热心参与公益事业，推动各项公益事业发展。公司开展各项捐资助学和扶贫济困活动，在教育事业、文化事业、慈善捐助、地方基础设施建设、环保生态文明建设、行业发展、等重点公益领域。