



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

(2022 年度)

海鸥住工 2022 年度社会责任报告

对象期间

2022 年 1 月 1 日 - 2022 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2022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2022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.....	10
2.4 体系管理.....	11
2.5 产品介绍.....	11
2.6 参展情况.....	14
三、企业文化及价值观.....	14
四、人才政策.....	15
4.1 人才发展战略.....	15
4.2 教育与培训.....	16
五、员工福利体系及权益保护.....	18
5.1 员工福利政策.....	18
5.2 员工关怀政策.....	19
5.3 劳动安全保障.....	19
六、股东及债权人权益保护.....	20
6.1 投资者权益保护.....	20
6.2 投资者关系管理.....	21
6.3 投资者回报.....	21
6.4 信息披露.....	21
七、客户、供应商权益保护.....	21
7.1 客户满意.....	21
7.2 绿色采购.....	22
八、反腐倡廉.....	23
九、环境保护及可持续发展.....	23
十、社会公益事业.....	24
10.1【广东省海鸥文教基金会】.....	24
10.2 集团公司公益活动.....	26
十一、未来展望.....	26

一、前言

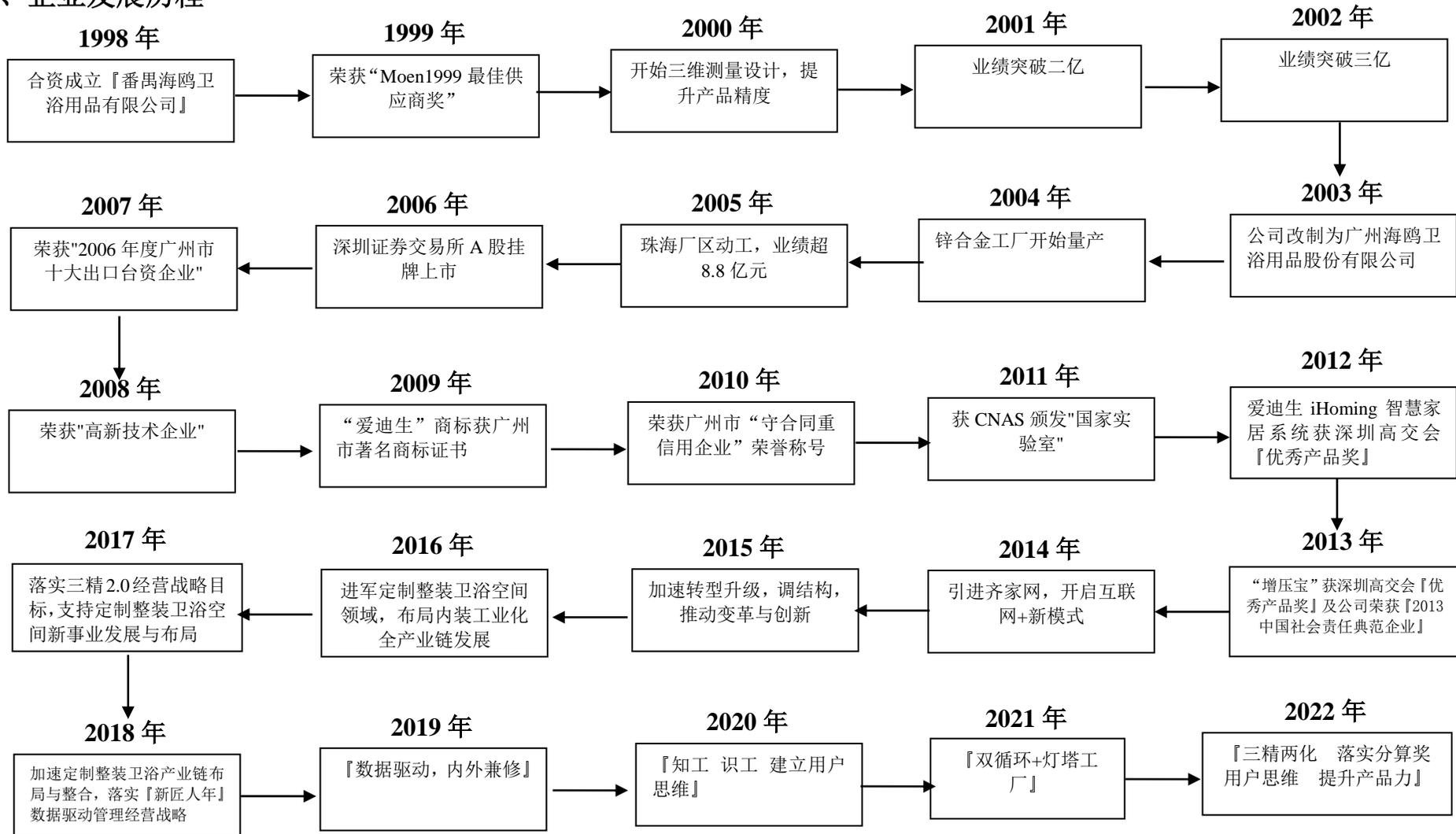
2022 年，公司经营管理以『三精两化 落实分算奖，用户思维 提升产品力』为指导经营方向，坚定执行各项可持续发展的战略目标，助力装配式建筑下装配式内装修的进程，为公司可持续发展提供有力的保障。

公司持续推动精简组织、精实人员、精益生产，持续深化推动 TPS 精益生产活动；以数据驱动管理，将信息化和自动化有效融合，构建先进智造体系，持续打造智能化灯塔工厂，持续降本增效，进一步提升公司的持续盈利能力；有效组织各事业单位分解各生产及利润指标，有效核算各单位业绩达成结果和费用管控情况，针对各单位生产及利润目标达成率进行考核和奖惩，以更好的促进公司各项经营计划的达成。以用户思维为导向，将用户体验融入产品及服务中去，为用户提供产品创新、产品设计，打造让用户惊喜的产品，提升产品力。同时关注国际经济态势，持续推动双循环战略发展。着力加深与国外重要客户的合作纵深，提供全方位优质服务，争取更多的业务机会；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，努力以标准化设计、工业化生产、集成化装配、信息化管理等现代手段打造高品质装配式内装工业化服务，促进内装工业化健康发展。持续推动 5G+工业互联网的数字化信息系统，完善全流程信息化系统，着力打造整组龙头智能化灯塔工厂。推动 3060 双碳新政专案，将节能降耗目标落实分解至各单位，构建环保、健康、低碳的绿色工厂，提升高质量的绿色健康产品发展，促进共同富裕。

公司自成立以来，始终秉承唐台英董事长“以人为本”的经营理念，以“爱的教育、铁的纪律”为原则，帮助员工解决实质性问题，让员工感受公司对员工的关怀用心，分别从食、住、行、工作环境、生活环境、企业文化、人力资源政策等多方面进行改善。2022 年深入贯彻董事长“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，公司举办主要包括新员工培训、骨干外训、大研发项目管理、多能工培养、班组长系列培训、线上适岗训练、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、读书分享会等多种形式、线上线下、内外部结合的培训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。2023 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 2022 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。2022 年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。公司拥有自主研发设计团队，持续加大研发投入在开发优质、节能、环保型产品以及提升工艺流程和清洁生产水平上，不断提升配套服务水平，加快智能化、数字化、信息化的发展，持续推动战略目标达成。

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、OHSAS18001 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。

2023 年，公司将以『三精两化 提升人效 数据驱动 及时行动』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

2022 年，面对复杂严峻的国际环境，地缘政治局势动荡不安，世界经济下行风险加大，国内经济面临多重挑战，需求收缩、供给冲击、预期转弱三重压力持续演化，发展环境的复杂性、严峻性、不确定性上升。各地区各部门高效统筹经济社会发展，加大宏观调控力度，有效应对超预期因素冲击，切实抓好稳经济各项政策举措落实，以保持经济稳定。2022 年，

公司经营管理层始终坚持以『三精两化 落实分算奖，用户思维 提升产品力』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。报告期内，公司管理层积极落实各项营运计划，经过全员共同努力，公司实现营业收入 329,484.06 万元，比去年同期 412,563.97 万元下降 20.14%；实现归属于上市公司股东的净利润 4,740.95 万元，比去年同期 8,561.71 万元下降 44.63%（以上数据已经审计）。

（一）主业持续落实三精两化，加速构建海外制造服务能力，提升产品创新研发设计能力

五金龙头事业持续推动双循环战略发展，着力推动与国外重要客户的合作纵深，提供全方位优质服务，争取更多的业务机会，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，努力以标准化设计、工业化生产、集成化装配、信息化管理等现代手段打造高品质装配式内装工业化服务，促进内装工业化健康发展。报告期内，五金龙头类产品实现营业收入 189,477.37 万元，比去年同期 254,715.01 万元下降 25.61%。报告期内，面对海外需求放缓、外部环境的不确定性，公司持续推动内部变革，修炼内功，提升管理效率。严控经营风险，持续推动精简组织、精实人员、精益生产；通过进行组织变革，构建精简、专业、高效、扁平化的组织体系，更有利于决策及运营效率的提升；通过精简组织和精益自动化的持续推动，精裁岗位，汰换人员，减少人力成本；通过持续深化推动 TPS 精益生产活动，提升制程运作效率，消除浪费，提升生产效率。通过组织各事业单位分解各生产及利润指标，有效核算各单位业绩达成结果和费用管控情况，针对各单位生产及利润目标达成率进行考核和奖惩，以更好的促进公司各项经营计划的达成。以数据驱动管理，推动信息化和自动化有效融合。通过构建先进智造体系，推进智能化，持续降本增效，进一步提升公司的持续盈利能力；持续推动 5G+工业互联网的数字化信息系统，完善全流程信息化系统，着力打造整组龙头智能化灯塔工厂。

报告期内，公司持续加大越南水龙头制造中心的投资力度，支持越南工厂建设进程；通过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；持续推动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；通过福利政策鼓励各方面人才外派的方式支持越南制造中心的正常运作。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，公司持续提升研发创新设计能力，通过成立大研发中心，构建矩阵式项目管理团队，现设计范围已涵盖五金龙头、陶瓷、电子类及安防类产品等。持续以用户思维为导向，用户体验融入产品及服务中去，为用户提供产品创新、产品设计，打造让用户惊喜的产品，提升产品力。公司研发团队注重产品细节，深挖潜力，不断进行产品研究及技术积累。报告期内，公司设计团队为战略客户自主设计的十四款产品斩获 2022 年德国红点、iF 国际

工业设计大奖，获得美国 IDEA 银奖、优秀奖各 1 项，获得日本 G-Mark 设计奖 1 项，获得第七届包豪斯国际设计金奖 1 项、银奖 1 项，铜奖和优秀奖各 2 项。

公司积极推动 3060 双碳新政专案目标，积极践行绿色、低碳、环保的发展理念，持续发展低碳工艺，构建高质量的绿色工厂。报告期内，公司及控股子公司共 4 项产品获得中国绿色建材产品认证证书；公司及控股子公司承鸥均已取得 ISO14064 碳核查体系认证和 ISO50001 能源管理体系认证；后续公司将通过不断升级生产技术，降低产品碳排放，逐步推动碳足迹项目认证。

（二）装配式整装持续整合运营，品牌增值谋求持续发展

随着全国多地装配式建筑相关政策相继落地，内装工业化作为重要环节带动了包括整装卫浴在内的细分领域快速发展；同时，伴随消费者对整装卫浴接受程度的不断提升以及国家装配式政策推动与精装修渗透率的提升，未来中国整装卫浴市场规模将持续攀升。公司已于 2015 年开始筹备进军定制整装卫浴事业，致力于成为全屋装配式整装领导品牌。大力发展装配式整装，已成为公司整体战略布局与发展的重要环节。

公司装配式整装业务拥有有巢氏和福润达两大品牌，一个智造基地，拥有大吨位压机全覆盖，智能化 SMC、彩钢、瓷砖生产流水线，产品类型覆盖 SMC、彩钢板、瓷砖型等类型，在住宅、长租公寓、连锁酒店、医用养老等行业得到广泛应用。秉承“关爱有家”的品牌主张以及“安全、专业、人性化”的核心价值，致力于创造适合每一位家庭成员的产品，为中国乃至全世界的家庭创造和提供安全、舒适、友善的卫浴生活。公司整装卫浴产品颠覆了传统装修模式，所有工艺采用标准化、工业化生产，现场干法施工工艺，像搭积木一样建造房子。它是将卫生间整体工业化生产，配套整合，并在施工现场实现快速安装的商品。采用一体化防水盘或防水盘组合，与壁板、顶板构成整体空间，配套各种功能洁具形成的独立卫生单元；在有限空间内实现洗漱、沐浴、梳妆、如厕等多种功能，统筹考虑防水、给水、排水、光环境、通风、安全、收纳以及热工环境等方面，具有质量可靠，防水抗渗、安装便捷、风格多变等特点。信息交互平台实现业务、设计、智造、施工、供应、维保联动，促进项目全过程的信息贯通、信息共享和协同工作，保证项目顺利执行。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》；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，海鸥福润达被认定为青岛市专精特新中小企业。2022 年，苏州有巢氏参与制定 GB/T 13095-2021《整体浴室》国家标准发布实施。

报告期内，受房地产行业的下行及苏州工厂迁址，公司对装配式整装事业进行了重构和整合，实现“两个品牌+一地制造”的运营模式，提高装配式整装业务的运营效率，以品牌增值谋求发展。公司凭借整装卫浴具有安全健康、整齐美观、绿色环保、迅速安装等产品优势，及出色完成湖北、浙江等小汤山项目经验的团队，积极参与了香港、佛山、上海、杭州、

广州等医院的建设，用实际行动回馈社会。报告期内，装配式整装业务实现营业收入 10,354.73 万元，比去年同期 5,996.44 万元增长 72.68%。未来装配式整装业务将拓展至住宅、ToC、EPC、商办等各赛道业务。

（三）瓷砖业务以文化驱动价值创新，深耕渠道，赋能终端

冠军磁砖自 1972 年创立至今，持续践行“值得信赖的绿色瓷砖品牌”的品牌愿景，秉承绿色瓷砖、绿色生产的初心，凭借好口碑，冠军磁砖携手打造了世界 500 强企业众多的地标性建筑，是行业标志性品牌。坚持“创新驱动企业发展”理念，高度重视产品领域的创新研发，率先成立行业领先产品技术研发平台，拥有负离子、纳米抗菌、止滑等多项专利，研发实力享誉行业。通过研制差异化产品提升品牌附加值，在抗菌、止滑等功能砖领域成果显著，六代抗菌科技，完美融合“防渗污坯体、纳米抗菌釉、除菌负离子”实现三重抗菌，为消费者打造品质健康家居生活。冠军磁砖始终坚持“绿色建材、绿色工厂、绿色工艺”的环保理念，拥有山东蓬莱、安徽宿州两大瓷砖生产基地。坚持“品质为基础、服务为依归、创新为发展”的发展理念，积极在经济双循环格局下寻求创新突破，通过在品牌建设领域加速冠军品牌转向“精细化、全球化、数字化”发展升级。持续深耕渠道，全国启动运营中心模式，赋能终端、服务用户。全力开拓零售、家装、大包、工程、分销等立体渠道，以统一规范的产品力、营销力、服务力打造区域强势品牌。

2022 年，冠军磁砖携手形象代言人郎朗，共同开启冠军新征程。冠军磁砖以“由内打破，向外新生”的经营策略，全方位、多维度、深层次助力经销商，根据经销商经营特色量身定制渠道模型，赋能终端，全渠道发力。经营过程中，总部将从方案到落地为经销商提供行之有效的方法和工具，精准施策，协助经销商快速突破，做大、做强；由总部专业设计团队全程跟进展厅建设，致力为经销商后期销售配置高阶的硬件基础。深耕工程渠道，与众多品牌大客户成为重要合作伙伴。同时，秉承“创新驱动企业发展”理念，高度重视产品领域的创新研发，产品种类齐全、花色丰富，品类涵盖岩板、大理石瓷砖、仿古砖、全抛釉、抛光砖以及瓷片外，还推出具有功能性的瓷砖-健康福润石负离子抗菌产品。从简洁单一的纹理到色泽丰富的理石纹理产品，拥有多个产品系列，多种花色供消费者选择，多规格、多厚度，为终端提供全品类的产品服务。8 月，徽派印象新品上市开启冠军磁砖文化人居探索的新里程，引起了行业关注；冠军磁砖联合上海徽府共同成立徽学文化研究基地携手助力徽学弘扬。9 月，冠军磁砖全国首个运营中心在西安正式成立，运营中心模式也成为冠军磁砖快速发展的创新营销模式。凭借品牌力和产品力，2022 年冠军磁砖七款产品荣获沸腾质量金奖、腾讯家居年度影响力品牌与国潮产品设计奖。报告期内，受原材料上涨、双碳双控的环保新规及房地产供需关系变化下，加剧了瓷砖行业的竞争，瓷砖业务发展不达预期，瓷砖业务实现营业收入 68,050.58 万元，比去年同期 80,886.88 万元下降 15.87%。

（四）以用户体验为基础，产品质量为核心，完善品牌，开拓渠道

四维卫浴成立于 1952 年，始终秉持工匠精神，已拥有卫生陶瓷、五金、智能坐便、浴缸、淋浴房等多个产品系列，营销网络遍布全国各地；拥有德国雷德哈姆隧道窑、148 米宽

断面隧道窑、德国无空气干燥室、德国立式浇注生产线、循环施釉生产线等先进的制造设备；同时拥有国家 CNAS 实验室、国家坐便器水效标识检验检测实验室，具备独立出具第三方检测报告的能力。拥有青耕抗菌釉、节水、增压宝等多项技术，获得重庆老字号、iF 国际工业设计大奖产品、十大卫浴品牌、全国质量检验稳定合格产品、全国百家质量诚信标杆企业、全国产品和服务质量诚信示范企业等多项荣誉。

2022 年，四维卫浴已成立 70 周年，品牌从“礼义廉耻，国之四维”演变成如今全新的国卫潮牌，既承载着历史的厚重，又凝聚了当代的精神。作为 70 年历史的国民卫浴品牌，继续以用户体验为基础，产品质量为核心，顺应市场消费需求改变，为国民提供洁净、方便、享受的卫浴空间。报告期内，四维卫浴多款智能新品、色彩系列产品及新中式产品诞生。推出多款智能马桶，拥有基础功能的经济款，也包含 360° 杀菌防护的高端款，无论是造型、功能都推陈出新；新款新中式浴室柜带着全新的灵感构思与理念升华，将传统的中式雕琢一新，将时代的潮流融会贯通；新款艺术台盆以缤纷的色彩，重新定义国潮浴室。四维卫浴持续产品研究开发，利用新材料新技术进行技术升级和工艺改造，推出“抗菌”系列产品，经权威机构检测，抗菌能力高达 99.9%，能有效抑制细菌、病毒及臭气的困扰，让消费者拥有更舒适、更便利、更具质感的生活。2022 年四维卫浴荣获 2022 年十大卫浴品牌、第 18 届陶瓷卫浴新锐榜国潮榜样品牌、四维蝉翼系列坐便器 SC2030 抗菌卫浴产品等荣誉。报告期内，浴缸陶瓷类产品实现营业收入 18,677.66 万元，比去年同期 23,505.09 万元下降 20.54%。

（五）整体橱柜控制经营风险，改善客户结构，提质增效

雅科波罗创建于 1994 年，是集设计、生产、销售、安装和售后服务于一体的橱柜、衣柜等整体家居定制企业，是全国众多知名房地产集团公司精装房橱柜、衣柜、浴室柜工程配套的战略合作伙伴。雅科波罗从设计、制造、安装、验收、结算全链条信息化管理，现场施工进度、安装质量，实时动态监控，工地与工厂无缝联动，是专业橱柜工程配套厂商的首选。雅科波罗是广州市家居行业协会副会长单位，是中国橱柜十大品牌、中国全屋定制十大品牌、广东省地产支柱品牌、国家质检合格顾客满意品牌，雅科波罗和珠海雅科波罗均为国家高新技术企业。珠海雅科波罗已获得 ISO9001 质量管理体系认证、ISO14001 环境管理体系认证及 ISO45001 职业健康安全管理体系认证。

报告期内，雅科波罗整体橱柜主要以保交楼业务为主，持续落实三精两化，资源整合，增强行业竞争力，全力发展国有企业订单业务，通过第三方平台拓展业务，提质增效，全面落实，努力达成运营计划。受房地产行业收紧及公司内部控制经营风险的双重影响，定制整体橱柜业务实现营业收入 9,940.34 万元，比去年同期 19,950.56 万元下降 50.18%。

（六）珠海爱迪生成功进入创新层，智能家居业务稳健增长

珠海爱迪生以实现“智能化家居”为历史使命，以绿色节能建筑为战略目标，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。珠海爱迪生拥有研发中心专门负责产品设计与研发，不断开发研制及认证新品；目前已获得多项发明、实用新型、外观专利及软件著作权等科技成果。在供暖空调控制系统

方面，自主研发生产各种散热器恒温控制阀、电子温控器及智能分集水器等系列产品；在供热系统方面，可借助智能温度控制器对空调设备进行调节。自主开发的用于楼宇供热系统的温度压力释放阀、压力限制阀、减压阀、恒温混水阀等产品可有效保护热水器免于过载，防止用水烫伤。珠海爱迪生已凭借丰富的温度、压力和流量控制产品制造经验及多项核心技术，在供热、供暖和空气调节等方面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。2022 年 5 月 23 日，珠海爱迪生正式进入新三板创新层。珠海爱迪生将以此为契机，借助资本市场力量，继续完善公司治理结构，增强信息披露规范度，夯实业务能力，实现资源整合，提升品牌价值，推动公司在资本市场更快发展。报告期内，珠海爱迪生智能家居实现营业收入 21,987.85 万元，比去年同期 17,885.49 万元增长 22.94%。

2.3 重要荣誉

- 2022 年 1 月 承鸥获评 2021 年度纳税信用 A 级纳税人
- 2022 年 3 月 公司产品“四水流多功能电控厨房用水系统”获广东省名优高新技术产品认证
公司自主设计五款产品获 2022 年德国 Red Dot 奖
公司自主设计六款产品获第七届包豪斯奖：金奖和银奖各 1 项、铜奖和优秀奖各 2 项
海鸥冠军获全国产品和服务质量诚信领先品牌荣誉认定
海鸥冠军瓷砖和岩板产品获全国消费者质量信誉保障产品荣誉认定
海鸥冠军获全国产品和服务质量诚信示范企业
海鸥冠军获全国质量诚信标杆典型企业
- 2022 年 4 月 承鸥通过 ISO50001 能源管理体系认证
公司自主设计九款产品获 2022 年德国 iF 奖
- 2022 年 6 月 承鸥获评珠海市第二批知识产权重点保护企业
海鸥冠军产品获中国国家强制性产品认证
- 2022 年 7 月 苏州有巢氏参与制定 GB/T 13095-2021《整体浴室》国家标准发布实施
- 2022 年 8 月 四维卫浴获 2021“智博杯”中国（重庆）工业设计大赛优秀奖
海鸥冠军获环境管理体系认证
海鸥冠军获职业健康安全管理体系认证
海鸥冠军获质量管理体系认证
公司获得 ISO 14064-1:2018 碳核查认证

- 2022 年 9 月 公司自主设计的两款产品分别获美国 IDEA 银奖和优秀奖
- 海鸥冠军获 2022 腾讯家居|贝壳·瓷砖品牌力量榜“年度影响力品牌”
- 海鸥冠军获 2022 腾讯家居|贝壳·瓷砖品牌力量榜“国潮产品设计奖”
- 海鸥冠军十款产品获综合奖-沸腾质量奖
- 海鸥冠军两款产品获防滑单项奖，两款产品获易洁单项奖，一款产品获安全单项奖
- 2022 年 10 月 公司自主设计的一款智能厨房龙头产品获日本 G-Mark 设计奖
- 2022 年 11 月 北鸥获评黑龙江省知识产权示范企业
- 四维卫浴获 2022 “泸永江”工业设计创新大赛三等奖
- 四维卫浴获 2022 年十大卫浴品牌
- 公司获招商银行 2022 年度薪酬福利典范企业
- 2022 年 12 月 北鸥获 2022 年度外经贸发展专项资金
- 承鸥获评 2022 年广东省制造业 500 强企业
- 承鸥通过 2022 年国家高新技术企业认定
- 公司获评 2022 年广东省制造业 500 强企业
- 公司获中国银行 2022 年度十佳战略合作伙伴称号
- 公司获智联招聘 2022 中国年度优选雇主
- 公司获中国建设银行 2022 年国际业务最佳合作伙伴
- 公司通过 ISO50001 能源管理体系认证
- 公司参与制定 T/CBCSA 7-2022《卫生洁具角阀》标准发布实施

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。2022 年 3 月，顺利通过 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监督审核。2022 年 9 月，通过了 ISO10012 测量管理体系年度监督审核。2022 年 11 月，顺利通过了 SA8000 社会责任管理体系审核，完成三年换证审核。

为响应国家“3060 新政”，2022 年 8 月，公司获得了 ISO14064-1:2018 碳核查证书，核查年度为 2021 年。2022 年 12 月，公司获得了 ISO50001:2018 能源管理体系认证证书，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

2022 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 160 款产品设计，并已陆续开发上市。公司设计团队将超氧杀菌、免触集成、抗菌材料、即热、语音控制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膺德国 iF 奖和德国红点奖、美国 IDEA 银奖、日本 G-mark 等国际工业设计奖项，共计 17 项。其中，Circe 赛科双感应给水给皂龙头同时荣获 2022 年德国 iF 奖和德国红点奖；Eiffe 埃菲智能厨房龙头同时囊括了 2022 年德国 iF 奖、美国 IDEA 银奖和日本 G-mark 三项设计大奖；此外，继 2021 年迪朗康养空间获奖后，公司深耕对装配式公共卫浴空间及细分人群的关怀，在厨卫空间及智能门户持续积极探索、设计并参赛获奖，Bula 宝拉儿童卫浴空间、Mini 迷你橱柜、Okeah 奥启橱柜荣获 2022 年德国 iF 奖，公司 Hutton 全自动智能锁荣获 2022 年德国红点奖。

Eiffe 埃菲智能厨房龙头致力于提供厨房高效便捷、安全卫生的用水体验。通过红外感应结合语音控制、专属定量给水，厨房用水简单、整洁。三种给水模式，语音指令即可快速启动，同时端面指示灯适时亮起，构建友好的人机交互。侧面红外感应窗，便于即时高效的洗涤，底部旋钮锁定水温，减少频繁调节。通过专属的定量给水方案，避免浪费用水，引导用户养成良好的节水习惯。极简纯粹的几何造型，塑造纤细轻盈之美，结合精密切割的玻璃平面和灯光反馈，构建友好的人机交互，为时尚前卫的厨房空间助力，满足现代都市高雅的品质生活。

Bula 宝拉儿童公共卫生间定义在幼儿园、儿童康乐中心、少儿康体中心等儿童活动空间。通过空间布局、设施摆放、材料运用，提供一个安全、舒适的儿童卫生空间。根据不同年龄层次儿童的需要，专属设计保证使用的舒适性、方便性。独立使用卫生间作为孩子成长的必经之路，空间设计融入儿童感应龙头、抗菌防跌倒等技术，保证如厕的舒适性和安全性。Bula 宝拉儿童卫浴空间从空间布局、整体装配式设计、材料安全性、辅助关怀等方面积极引导孩子成长，全面提升空间的健康和安全体验。

2022 年，公司首次参加了包豪斯国际设计奖比赛，收获金奖 1 项、银奖 1 项、铜奖 2、优秀奖 2 项奖项。Canoo 卡诺智能马桶荣获金奖，摒弃了传统的智能马桶设计，采用了复合型材料整体包覆式设计，隐藏外露的管线；两侧扶手提供起落辅助；操控功能前置，操作方便；采用高防水涂层+抗菌低碳塑料材质，防滑、抗菌、耐污；增加求救按钮，以防不时之需。从每一处细节时刻关注用户阶段性需求，为每个家庭打造真正“轻松愉悦”的如厕空间。

“家”从家居健康开始，我们将持续升级卫浴电子和智能技术，提升产品力，践行用户思维，给家居的舒适性与便利性提供更多产品及空间解决方案，营造健康生活家。

2022 年，正值四维卫浴 70 周年，以“70 敢出色敢中国”为主题的经销商会议在重庆隆重举行。通过了解市场、梳理定位，结合目标和竞品分析，公司完成产品重构，智能马桶、色彩艺术盆、浴室柜、五金龙头，以全新的色彩、全新的花样、以色彩和传统元素为灵感，搭配顶级的材质和人性化设计全新的功能亮相市场。其中，色彩艺术台盆及五金龙头颜色主要为东来紫、弗肯红、水华朱、天缥、粉米、碧落，旨在让中国传统色彩走进浴室；浴室柜以轻奢、简约、传统、奢华为基调，重新定义国潮浴室，诉说中华韵味，演绎国色天香；智能马桶升级 360° 杀菌防护，完成了造型、功能推陈出新。2022 年，四维卫浴重点布局酒店及学校工程项目，4 月份与中国民航飞行学院完成签约，同时与重庆、四川、贵州多个保

障房和安置房项目签署合作协议。在第 28 届陶瓷卫浴新锐榜颁奖典礼上，四维卫浴荣获“抗菌卫浴”品牌和“国潮榜样品牌”荣誉。

2022 年，公司装配式整装业务产品类型覆盖 SMC、彩钢板、瓷砖型等类型，在住宅、长租公寓、连锁酒店、医用养老等行业得到广泛应用。SMC 系列产品，壁板和底盘都采用 SMC 材料，结构性能稳固、色彩丰富，能快速批量生产，目前公司已开发皮纹和镜面两种机理，光泽度好，镜面壁板媲美瓷砖效果。彩钢系列产品由彩色钢板、背板、保温隔音芯材等复合而成，材料无有害气体、无放射性元素辐射污染，符合国家室内空气质量检测，目前已应用于单、双面彩钢产品的开发和项目；产品耐腐蚀性强、抗菌抑菌、阻燃，可广泛用于公寓、医院、养老等卫浴间、厨房、客厅的墙壁装饰。瓷砖系列产品，经专业设计，防水盘瓷砖表面及排水管道做统一排水坡度，排水速度快，可做同层排水或隔层排水。无渗漏，底部与建筑结构连接，踩踏感稳固。瓷砖系统壁板，可针对任何材质的瓷砖或大理石等来设计；3D 打印底盘旧改项目系列采用创新性 3D 打印技术，将 PVC 与 PETG 材料热熔结合，可实现按实际空间适用不同底盘大小个性化定制需求。在实际应用中，可将 3D 打印防水盘贴瓷砖或地胶，再与 SMC、彩钢、瓷砖壁板等材料壁板相结合，现已实现批量化生产并成功运用到多个旧改项目。

2022 年，冠军磁砖对产品体系分类重新整合规划，分别为恒生集、原生集、雅生集、正生集四大类。其中，“恒生集”代表的抛釉砖，纹理源于天然大理石，结合当代设计，打造美学风尚，产品功能具备负离子和纳米抗菌两大技术，可以净化空气、抑制细菌，360°护家更贴心。“原生集”代表的质感砖，汲取水泥、砂岩等建筑材质，跟自然石材元素相结合，试图将材质原始质感所带来的家居体验传达给更多消费者。“雅生集”代表的“徽派印象”主题系列，从诗画珍宝、历史人文中提炼传统文化精髓，转化为产品语言，从空间设计、色彩搭配、产品工艺形成系统性产品矩阵，让“徽派印象”满足更多不同的场景需求。“徽派印象”所代表的徽文化韵味，重新定义国风品味，逐步成为冠军磁砖 IP 型产品符号。“正生集”为岩板系列，产品新增 1200*2700*6、1200*1600*9 多种产品规格搭配，在满足客餐厅、书房、卫浴等空间的同时，产品还可用于台面、柜门等更广泛的材料领域。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。

2022 年，国内外环境的不确定性为企业的经营管理带来了严峻的挑战，珠海爱迪生克服重重困难，坚持拜访海外客户，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技术优势，先后完成全系列暖通控制阀澳大利亚认证，获得国内外客户认可。公司开发的美式泄压阀、压力释放阀获得美国、加拿大相关认证，是美加以外为数不多获得此类专项认证的公司。为适应当前互联网控制用户新需求，公司整合电子传输、控制技术优势，开发电子恒温阀、无线温控器及语音控制等，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，

珠海爱迪生推出的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，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

意大利 MCE 展

意大利米兰暖通制冷及智能家居展览会（MCE）是世界上规模庞大、极具影响力的专业展览会，每两年一届，与法兰克福卫浴展（ISH）遥相呼应，是联系全球暖通制冷和智能家居领域的重要国际活动。多年来，MCE 始终保持着丰富及鲜明的主题，供暖、能源、制冷等主要内容历久弥新。

本次展会珠海爱迪生展示了最新产品和系统解决方案，首次展示了全新设计的电子式散热器片温控阀，在产品外观、功能、操作及 APP 应用上赋予了极致的用户体验，广受世界各地客户好评；智能红外空调控制器全球首发，外观大气时尚、融合了智能家居解决方案，可在 APP 中实现远程控制；智能灌溉及防漏侦测系统模块，包括电动球阀、水浸传感器、APP 联动，可实现户外智能灌溉、室内防漏侦测、远程可控等特点。此外，展出的恒温混水阀 TMV3、恒温龙头、恒温花洒、压力温度释放阀、安全阀、电动球阀、温控阀、彩屏温控器等多项单品，在产品外观、功能、操作上都进行了改良升级，可满足客户一站式采购需求，个性化定制服务亦可满足未来用户不断变化和升级的需求，吸引了众多客人的驻足和体验。

2022 中国制冷展

第三十三届中国制冷展于 8 月 1 至 3 日在重庆成功举办。本届中国制冷展以“专注创新品质致力低碳健康”为主题，600 余家参展商莅临展会，行业重点企业悉数亮相。

作为国家双碳政策的坚定支持者，智能家居技术、设备系统和解决方案的供应商，珠海爱迪生致力于使控制系统更高效更智能，本次展出的智能彩屏控制面板，将家居中新风、静化、空调、地暖等设备有效集成，通过 AI 算法，自学习用户使用习惯，使设备运转与家居舒适完美结合。

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。2022 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。

- 1 月 集团福利——“感恩米”发放
- 珠海厂区自动化实操竞技比赛
- 自行组织员工健康检测
- 2 月 2022 年海鸥住工开工庆典

	集团元宵节活动“喜迎冬奥 欢度元宵”
3 月	“反诈同心 你我同行” 宣导活动
4 月	珠海厂区实操竞技比赛
	2022 年职业健康知识竞赛
5 月	端午节送福利——发放福粽
6 月	启动【多能工】认证项目
7 月	开展第 15 期大学生储备干部训练营
9 月	组织全员健康体检
	中秋节送福利——发放中秋礼饼
10 月	新增“储备干部-闪耀时光”系列报道
11 月	班组长【支柱】训练认证
12 月	2023 年新春对联征集

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。

2022 年，公司继续开发社招、网站、猎头等招聘渠道，大力拓展与各大高校的合作，分别与华南理工大学、广东外语外贸大学、广东工业大学、广州大学、重庆工商大学、重庆科技学院、重庆文理学院、西南大学、桂林电子科技大学、佛山科学技术学院、肇庆学院、番禺职业技术学院等高校、高职院校建立了校企合作关系，为公司的人才培养奠定了坚实的基础。

公司根据岗位特点，希望与多地各类院校的对口专业开展“目标式”实习培养，专程前往重庆、江西、广西等高校聚集地区开展拜访与了解，并与多所高校机械相关院系取得良性沟通，为寒暑假实习及未来的应届毕业生提供更多岗位和机会，也为公司引进大量优秀人才。

截止至 2022 年 12 月 31 日，员工总数 5,234 人。

1、员工专业结构		
专业分工	人数	比例 (%)
生产人员	3,643	69.60
营销人员	368	7.03
技术人员	919	17.56
财务人员	93	1.78
行政人员	211	4.03
合计	5,234	100.00

2、员工教育程度构成		
文化程度	人数	比例 (%)
硕士以上	29	0.55
大学本科	447	8.54
大专	762	14.56
中专	754	14.41
中专以下	3,242	61.94
合计	5,234	100.00

3、员工年龄构成		
年龄	人数	比例 (%)
30 岁以下	853	16.30
31-40 岁	1,966	37.56
41 岁以上	2,415	46.14
合计	5,234	100.00

4.2 教育与培训

公司始终秉承唐台英董事长“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。2022 年，各分子公司根据发展需要及员工需求，公司主要进行新员工培训、大学生储备干部训练营、短视频摄影及制作技巧培训、碳中和专项、班组长系列培训、多能工专项培养、海鸥读书会、内部培训、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。

【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、各分子公司采用军训、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，在提高新员工保有率的同时也大大提高了生产效率。

【第 15 期大学生储备干部训练营】——我们披荆斩棘，逆光而来，只为海鸥贡献一份力量

为加强对应届大学生的培养，使其尽快完成由学生蜕变为职业人的角色转换，公司开展为期三周的『第 15 期海鸥大学生储备干部训练营』，通过军训、高管分享、名师面授、户外

拓展、部门轮训等一系列的方式，加深应届大学生对公司的了解。同时提升其职业素养、专业技术、管理能力，为日后的工作打下良好的理论基础。本期共为各部门输送 35 名应届大学生，完善各部门人才结构体系建设，保障了公司的持续稳定发展。

【短视频拍摄及制作技巧】——摒弃“创作者思维”，拥抱“用户思维”

基于互联网的信息化时代，短视频打破了传统电视新闻长视频的限制，利用了视频影像对人的视觉冲击力，成为了当下主流的新闻传播形式；同时也极大地迎合了大众对于信息获取碎片化的接受程度，及时便捷、精简有效成为短视频传播的特点。为了紧跟新媒体行业的快速发展，抓住当下短视频的主流，公司联合外部专业团队在番禺及珠海两厂区开展了“短视频拍摄以及制作技巧”培训课程，参与培训的同仁超 150 人。培训课程讲解后，给学员们提供时间拍摄和实操，并对学员的成品视频逐一点评，整场培训活动下来，内容丰富，大家表示获益匪浅。公司继续投入更多资源，从各个方面提升全员的能力和素质，为企业发展添砖加瓦。

【碳中和培训】——持续推动碳中和专项

为积极响应国家提出“2030 年前碳达峰、2060 年前碳中和”的目标，推动应对全球温室效应和气候变暖的全面有效实施，公司特聘请外部顾问团队辅导集团推动与实现碳中和目标，满足绿色生产，节能环保的理念。2022 年，公司开展碳中和专项培训，番禺厂、珠海厂、北鸥、越南厂、雅科波罗、冠军磁砖、四维卫浴、海鸥福润达、珠海爱迪生、有巢氏等单位相关人员通过线下及连线视频的方式参加，旨在让各单位承接集团碳中和项目，并全力执行，实现目标的达成。

公司通过培训学习，不断调整战略和措施，为延缓全球温室效应及生态环境做积极贡献。2022 年，公司通过专业团队审核，完成能源管理体系 ISO50001 建立、取证与有效运行，为后续公司的科学碳目标的设立与供应链的节能减碳管理做准备。

【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，2022 年公司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 438 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

为响应及落实“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，通过对一线班组员工岗位操作技能的持续培养，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。2022 年，公司举行“多能工”培训，共有 33 名多能工及 21 名辅导教练参与。辅导教练通过操作规范性和熟悉度、产品质量、安全防护措施、设备及工艺点检执行情况这四个方面对多能工进行指导。多能工专项培训，推动企业高速发展的同时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

2022 年，公司围绕“三精两化 落实分算奖，产品思维 提升产品力”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。公司于第一季度开展阅读《产品三观：打造用户思维的 5 个法则》，意在加强用户思维，提升产品力；于第二季度开展阅读《一本书读懂财报》，书籍讲述接地气、易上手的财务分析技巧，加强公司高管财务分析能力；于第三季度开展阅读《三精管理》，该书潜心创造出一套中国式企业工法一三精十二化，集管理和经营于一体，兼顾效率和效益，兼修内功和外功，可操作性强，符合公司管理提升的需要；于第四季度公司开展阅读《人效冠军：高质量增长的先锋》，该书基于对精选出的 12 家人效冠军企业的深入研究，揭示了它们提升人效的共性做法，最终勾勒出了人效冠军画像，包含先人后事、战略聚焦、研发创新、组织精益、双高文化五大要素。2022 年读书会活动共有 185 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，公司持续深化开展“员工关怀计划”——从员工的工作和生活环境进行改善，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。2022 年，组织员工工衣以旧换新 3,300 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

2022 年，公司继续响应国家市场监督管理总局倡议，让员工餐厅坚持“明厨亮灶”。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，引进放心餐饮公司，为员工提供安全健康的食品，更好服务员工。公司后勤服务

部门更换维修桌椅及餐具保障用餐环境，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

2022 年，公司员工宿舍粉刷墙面，更换电热水器，维修保养洗衣机、空调、电扇，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，保障员工生活安全；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。2022 年，协助员工办理意外险理赔 158 人次，成功理赔 49.06 万元。

健康关怀

2022 年，公司特邀具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』，协助员工有效监测身体状况，并结合体检报告，定期组织员工监测血压。

积极营造企业安全卫生工作环境，加大环境卫生整理整顿，种植绿植，定期消杀“四害”；保障生活净水，定期检测员工饮用净水卫生指标，每日为员工免费提供糖水、凉茶或姜茶，关爱员工身体健康；加大健康宣导，倡导健康企业，通过企业公众号发布健康知识，倡导健康的生活方式，开展健康知识宣传与培训，传递健康生活理念。

5.3 劳动安全保障

安全生产

2022 年，集团公司及子公司全年未发生工亡事故。

公司坚持以人为本，贯彻“安全第一、预防为主、综合治理”的安全生产方针。2022 年，公司坚守承诺，努力实现“零工伤、零事故、零伤害”战略目标，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，严格落实“一线三排”安全隐患排查治理机制。

2022 年，在“三精两化”的战略方针下，公司进一步推进机械自动化和信息化，完善

机械防护红外光栅，从根本上预防工伤事故；切实开展安全风险全面辨识、部门自查安全隐患整改、专业专项安全生产检查、领导带队综合安全检查等隐患排查治理工作机制。

公司打造强有力的安全生产管理团队，聘用国家注册安全工程师担任专职安全生产管理员，定期组织全员培训和演练，开展每日安全提醒、线上培训和录制安全宣讲小视频等一系列安全培训宣导，增强干部的安全管理知识和技能，增强全员的安全意识。进一步加强对作业现场 2s 管理，开展设备设施安全诊断，完善安全操作规程，从人、机、料、法、环五个维度，加强安全生产现场管理，不断提升生产安全的规范化、标准化。

职业健康

2022 年全年未发生急性职业中毒事故及疑似或确诊职业病案例。

公司坚持问题导向，合理调整部分生产布局，把高噪声设备集中设置，提高自动化、机械化水平；完善厂界噪声防护屏障措施和厂内强振动、强电磁性噪声屏蔽，减少噪声；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。

2022 年 3 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；2022 年 7 月，组织职业危害岗位员工进行年度职业健康体检，及时摸清员工身体健康情况。通过检测和体检，表明公司职业危害水平在风险可控的范围内，公司职业健康管理方针、政策、措施科学有效。

2022 年 3 月，公司完善《劳动防护用品管理制度》和《特种劳动防护用品佩戴及监察管理规定》，进一步优化了劳动防护用品的配给结构，加强了作业人员的佩戴使用监督管理。

消防管理

2022 年，集团公司进一步加强了消防安全管理，落实《消防法》和“三自主、两公开、一承诺”的监管要求，切实开展及集中整治了电器安全隐患及一般包材包装易燃、可燃物的分类分区存放管理。在消防安全重点部位和区域增设了 50 多具独立烟感报警器，加大了消防硬件投入，完善火灾自动报警系统和自动喷水灭火系统；委托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；2022 年，各分子公司依据相关法规要求，开展了消防安全培训和消防疏散及初期火灾应急救援演练，广大干部员工从培训及演练中掌握了消防安全“三懂四会”，锻炼了应急队伍，检验了公司有能力处置一般初期火灾事故。

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，同时设立了股东大会、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。

2022 年，公司召开了三次股东大会，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。

2022 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 122 条，回复率 100%。2022 年接待调研 9 次，接待投资机构 17 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，2022 年，公司严格按照《海鸥住工未来三年股东回报规划（2020 年—2022 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。2022 年 5 月，公司完成 2021 年年度权益分派，以股权登记日公司总股本 607,808,495 股扣除已回购股份 18,106,056 股后的 589,702,439 股为基数，以资本公积金向全体股东每 10 股转增 1 股，不进行现金分红，不送红股，合计转增 58,970,243 股。

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》、《海鸥住工投资者关系工作制度》、《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 2021 年度信息披露考核再次获得 A 级，这是公司连续四年获此殊荣。

2022 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 65 项，共 103 份文件。

七、客户、供应商权益保护

7.1 客户满意

2022 年，在国内外经济环境不确定的形势下，外贸出口型企业面临非常严峻的考验。一方面要保证员工健康安全的工作环境，另一方面要保证对国外客户的供货及时准确，确保国内外业务的顺利推进。2022 年，船运拥堵有所缓和，船运周期逐步恢复正常，因物流顺畅，缩短了运输周期，客户开始逐步调整并降低库存，优先消耗之前年度因应对运输周期长而额外建立的库存。同时，受全球通货膨胀影响，消费者购买力和购买意愿下降，整体市场端需求呈现放缓的趋势。

面对整体环境需求减缓的情况，公司在客户端需通过产品优化刺激消费，订制差异化产

品，以更优化的结构更经济材料改良产品等满足客户需求。因此新颜色、新结构、新材料的产品开发设计和准确快速的交货变得尤为重要。新产品研发方面，公司加大产品设计产出频率，主动争取向客户做推介的机会，积极对客户现有产品平台和结构进行优化，持续为客户降本增效，以最优的成本助力客户参与市场竞争，同时提升自身竞争力。交货服务方面，主要客户为降低库存，通过提升下单频率、减少每张订单数量来控制整体库存。为应对此种需求变化，公司通过调整生产线柔性化排产以满足客户的定制需求。此外，为应对贸易战对出口行业的影响，公司越南厂于 2022 年顺利完成客户验厂出货，为整体产能扩充奠定了良好的基础，可为国外客户提供多种供货方案，有效确保贸易战环境下国外客户订单。

展望 2023 年，出口行业仍是充满挑战的一年。公司需以更优的成本、更短的交付周期以参与市场的竞争；同时修炼内功，提升自主设计产品的质量和数量，以最优的品质、效率、成本和服务去面对市场的挑战。因此，公司将持续全面推动三精两化、提升人效等措施来应对各项制造成本的持续增长，以参与国内外市场竞争力，争取更多的业务契机。

7.2 绿色采购

本着相关方全面满意的最终目标，2022 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为、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。

2022 年，总部厂区废水处理站一如既往继续推行节水方案、废水处理后再利用、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达 100%、符合排放标准。总排口、车间排放口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保障。

2022 年，珠海厂区废水站加大投入、改善工艺，使用重捕剂，纳米液碱等化工原料降

低总镍的浓度，建立多级沉淀槽，及时更换搅拌机、RMB膜做隔断、模管，新增废水处理树脂吸附增强保护工艺，确保废水稳定、达标排放。加强电镀生产开源节流，通过电镀前处理清洗水三次回用、纯水设备浓水回用、线上闭环循环利用等一系列措施，在增产不增污的情况下，电镀每平方米耗水量降低约9%，年节约各类电镀废水产生总量约5,000吨，减少终端废水处理的难度和处理总量，环境排放污染物的总量降低。

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“海鸥文教基金会”、“基金会”）由公司董事长唐台英先生、前副董事长叶焯先生共同出资200万元，于2011年7月5日获得广东省民政厅批复正式成立。2020年海鸥文教基金会理事会换届，由刘子义女士任理事长。海鸥文教基金会始终坚持“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。点滴慈善汇聚成大爱，2022年度，海鸥文教基金会参与公益活动捐赠金额合计2,639,648.64元。

2022年1月，基金会在台州职业技术学院玉环分院设立【筑梦奖金】，对优秀教师、优秀学生给予支持与鼓励，共计金额28,000.00元。

2022年1月，基金会为鼓励孩子多阅读、读好书、养成良好的阅读习惯，开展了第四期【小读书达人】活动，参加人数120余人，共计金额4,460.33元。

2022年1月，为提高学生表达、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，参加人数200余人，共计金额14,535.51元。

2022年2月，基金会参与“希望之星1+1项目”，对北京地区10名贫困中小學生进行爱心帮扶助學，共计金额10,000.00元。

2022年3月，基金会为帮助偏远山区贫困学子解决实际困难，圆求学梦想，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，共计金额17,034.50元。

2022年3月，为将助学与育人相结合，经济扶贫和智力扶贫相凝聚，基金会在江西弋阳中等专业学校继续开展“弋阳中专职业技术人才助学项目”，帮助13名贫困学子完成学业，共计金额11,600.00元。

2022年3月，基金会在江西弋阳中等专业学校设立“弋阳中专职业技术人才助学项目”第二期，帮助20名贫困学子完成学业，共计金额117,000.00元。

2022年3月，基金会为培养学生良好的写字习惯，在湖北利川艾迪西希望小学开设“硬笔书法课堂”，共计金额2,592.00元。

2022年4月，基金会为鼓励番禺技术职业学院、毕节职业技术学院优秀学子努力向学，成长成才，特设立“海鸥理想人才技术助学金”，共计金额97,000.00元。

2022年4月，基金会向江西弋阳中等专业学校发起“公益捐书”活动，共计金额9,901.21

元。

2022 年 5 月，为鼓励教师与学生参加各级各部门组织的各类竞赛，全面提高教育教学水平，基金会在江西弋阳中等专业学校设立“弋阳中专竞赛全国竞赛奖学金”、“弋阳中专竞赛教师奖”，共计金额 1,750,000.00 元。

2022 年 5 月，基金会理事李培基先生为改善孩子读书环境，为“安徽颍上海鸥培基希望小学”全体师生捐赠夏、冬季校服三件套，共计 149 套，共计金额 16,600.00 元。

2022 年 6 月，基金会为改善学习氛围，给孩子们一个快乐的六一节日，资助“湖北利川艾迪西希望小学”六一活动，共计金额 3,800.00 元。

2022 年 7 月，基金会举办第十三期线上“小海鸥读经班”及第四期线上“暑假绘画夏令营”活动，共 247 名学生参加，共计金额 23,082.09 元。

2022 年 8 月，基金会为改善“江西弋阳中等专业学校”教学环境，完善教学功能，提高学校相关专业的人才培养水平，为学校租赁教学设备一批，共计金额 328,800.00 元。

2022 年 11 月，为改善学习环境，保护学生视力，基金会资助“湖北利川艾迪西希望小学”教室更换护眼灯，共计金额 12,945.00 元。

2022 年 12 月，基金会秉承“点燃希望，助力成长”的理念与宗旨，捐赠“陕西叶焯希望小学”多功能电视 2 台，共计金额 7,848.00 元。

2022 年 12 月，为弘扬中华文化，基金会捐赠“江西龙头山艾迪西希望小学”书法桌椅共 16 套，共计金额 7,750.00 元。

2022 年 12 月，为支持石楼镇海鸥学校改善教师运动环境，基金会特捐赠体育器材一批，共计金额 8,000.00 元。

2022 年 12 月，基金会在集团各公司设立筑梦奖金，鼓励企业员工优秀子女，本次活动获奖员工优秀子女共计 85 人，共计金额 85,000.00 元。

2022 年 12 月，心系职工健康，助力企业复工复产，基金会联合公司为职工提供爱心营养早餐，共计金额 60,000.00 元。

2022 年全年，基金会为帮助经济困难员工，给予 5 位员工子女筑梦助学款，共计爱心善款 23,700.00 元。

公司于 2021 年 8 月 23 日召开第六届董事会第六次会议、第六届监事会第六次会议，会议审议通过了《关于对外捐赠的议案》，同意公司以未来三年（2021 年、2022 年、2023 年）以每年经审计的归属于上市公司股东的净利润（如亏损则除外）的 3%，且三年累计不超过 3,000 万元的自有资金于每年年度审计后向海鸥文教基金会捐赠，用于推进社会公益事业持续发展。

2022 年 11 月，公司已将 2021 年度经审计的归属于上市公司股东的净利润的 3% 捐赠款 2,568,511.62 元汇入海鸥文教基金会账户，用于支持职业教育发展，实现共同富裕。公司通过推动职业教育高质量发展促进共同富裕，在实现公司持续发展的同时积极回馈社会，履行社会责任。

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 28,000 元，尽微薄之力，帮助员工暂时渡过难关。

2022 年，公司工会协助组织元宵猜灯谜、中秋慰问、国庆制作团扇等各类节日活动、文娱活动，共投入资金 83,345 元；公司工会修缮停车场、篮球场和羽毛球场，购买体育器材，改善员工休闲生活环境，共投入资金 98,441.96 元；公司工会开展各厂区劳动技能大赛、羽毛球比赛等活动，提高员工职业技能，共投入资金 36,445 元。

十一、未来展望

2023 年公司将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。面对国际环境依然严峻复杂，国内需求收缩、供给冲击、预期转弱三重压力在工业领域仍较突出等背景，公司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，以期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。

2023 年公司管理层将经营指导方针确定为『三精两化 提升人效 数据驱动 及时行动』，推动落实公司战略目标的达成。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。主业部分将以内销+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，为服务增值；以目标为导向，聚焦优质客户；以解决终端用户痛点为目标，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。

广州海鸥住宅工业股份有限公司

2023 年 4 月 20 日