

美克国际家居用品股份有限公司

2015 年度社会责任报告

本公司董事会及全体董事保证本报告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性和完整性承担个别及连带责任。

从始至终，初心不改。
热爱、追求、钻研、求精，
极致探寻完美，延伸质感与温度，
志在为每一位懂得生活的人，
呈现着一个又一个启发生活的灵感，
并让经典与艺术传承始终。
从选择这个事业的第一天如此，
今天如此，未来也如此。

我们，
相信最美的风景总在下一个旅程，
相信只有矢志追求就有实现的可能，
相信有志于美，巨匠必达。

这是对美克家居“巨匠精神”内涵的解读，“巨匠精神”是美克的企业信仰，美克的“美”即美好的天使；“克”即克己致胜。公司就是要通过打造具有正确价值导向的企业信仰，树立负责任的企业公民形象，赢得整个社会的尊敬。企业信仰的系统执行，是继承过去、直面现状、迎接未来的挑战之旅，是企业踏上崭新阶段阶段的阶梯。

在美克我们所倡导的核心价值观是“创新、开放、责任、互信”，公司以“创新人类居室卓越体验”为使命，努力实现“志造强势的科艺化品牌，建立创新的指数型组织”的企业愿景，聚焦于多品牌发展战略，为希望实现自我价值的员工提供事业的平台，共同关注客户需求，积极承担社会责任，持续回报股东，成为一个广受赞誉和尊敬的世界优质品牌。

本次社会责任报告分别从公司在促进社会可持续发展、促进环境及生态可持续发展、促进经济可持续发展等方面所承担的社会责任进行阐述。

一、促进社会可持续发展

可持续发展的核心是发展，发展的本质包括改善人类生活质量，提高人类健康水平，追求的目标是以人为本位的自然—经济—社会复合系统的持续、稳定、健康发展。企业作为支撑人类社会生存的基本经济单位，与社会是共生共荣的。

（一）提升员工安全理念，打造企业和谐氛围

安全是企业发展的重要基础，是以关心人，爱护人，尊重人为核心，突出和倾注对员工的“爱”和“护”。2015年，公司强化在安全方面的意识、技术和制度建设，全面落实安全主体责任，注重班组安全建设，强化特种设备安全管理，采取多种方式进行细致、全面的隐患排查，将事故隐患消除在萌芽状态；公司重视提高员工安全意识，建立规范的安全责任落实考核激励机制，严格落实安全培训教育制度，以形式多样的安全文化活动极力提高全员安全素质。通过安全体系化、标准化、制度化建设，积极努力构建良好的安全生产环境，从而更好地保障员工职业安全与健康，实现企业可持续发展和维护社会稳定。



1、安全生产，文化先行

企业安全理念是安全文化的核心，是员工群体安全价值观的综合体现。2015年，公司在严格落实安全培训教育制度同时，创新安全教育方法。对安全培训教材和安全知识手册进行全面完善，组织全员常态化安全教育以及宣贯新的《安全生产法》，举办安全生产月和消防宣传月活动，开展安全班组创建和达标评比奖励。积极强化并不断提升员工安全意识，让每位员工牢固树立“安全第一，生命至上”的观念。

2、打造优质工作环境，关爱员工职业健康

公司秉承“关注员工的健康与安全就是关注企业的未来”的安全价值观，做环境友好型企业是公司不变的追求，为员工提供良好的工作环境是公司不断努力的方向。

公司持续开展工作现场职业有害因素监测，规范尘毒、噪音的整改和管理。积极完善职业健康管理制度，重视员工的职业健康，保证劳保用品及时配备、正确使用，积极组织员工进行职业健康体检，并进一步完善体检跟踪管理措施。

3、加强隐患排查，人防技防并重

2015 年，公司持续运行并巩固安全三级达标创建工作成果，在此基础上，坚持意识、技术、制度建设，全面落实安全主体责任，建立规范的安全责任落实考核激励机制，并签订安全目标责任书。多措并举积极消除各类事故隐患，通过开展细致、全面的隐患排查，提高预防和报警能力；通过安全硬件设施改善、消防设施的更新改造，提高应急防控能力，通过落实消防防范措施，强化消防安全管理，培养全员防火责任意识，以火灾防范七项四十条和安全十条红线为标准，推动事故预防与应急处理体系建设。

4、关爱员工生活，落实细节温暖随行

公司不断提高员工生活质量，采取多项举措持续改善员工的居住环境，丰富员工业余文化生活，关注细节，主抓落实，员工生活和谐、稳定，流失率不断降低。

为使员工生活的更加便捷舒适，公司不断加大资源投入。新建、改建小家属专用宿



舍楼，配备相关生活设施。目前公司小家属累计居住 1300 余户，居住员工 2000 余名。同时，公司运用国家和地方政策，积极为员工办理积分落户，寻找合适房源组织团购，使员工通过依托小家属或新家，让孩子与父母团聚，很大程度上解决了员工的后顾之忧。

在满足员工住有所居的基本生活需求后，公司着重改善配套生活设施，保障员工日常生活需求。通过引进连锁社区超市，签约医保指定的社区医务室，为员工日常购物、医疗提供保障。同时，为了丰富员工业余文化生活，免费为员工开放娱乐室（象棋、乒乓球、台球等）、阅览室、健身房、电影放映厅。

公司通过举办新年联欢晚会，端午节、中秋节日晚会，员工生日会，三八妇女节活动等，为员工营造家的感觉。公司为技改人员、护厂队人员、留厂人员等精心准备除夕团拜宴；为优秀员工、技术能手、优秀小农户提供免费旅游机会；并通过举办美克达人秀，员工春季运动会等活动，不断丰富员工的文娱生活，用心打造和谐、美好的居住生活环境。



（二）积极投身社会公益，珍爱启迪社会之美



责任在美克是客观面对，是勇于承担。公司始终致力于回馈社会，积极投身社会公益事业。多年来，在积极参与扶贫帮困、救灾、环保、教育、社区发展等公益项目的同时，选择了与公司整体经营理念密切相关的艺术领域作为企业社会责任项目的长期关注方向。



为积极实践“艺术服务生活”的理念，努力达成“成为受人尊敬的品牌”目标，公司于2009年6月正式启动“艺术·家”企业社会责任项目。该项目重点关注小学艺术启蒙、当代艺术发展和传统艺术传承。希望通过以欠发达地区少年艺术教育支持，青年艺术家培养，非物质文化遗产保护，爱心志愿者团队等方式，为在艺术启蒙、发展和传承各阶段人群提供发展机会，进行艺术教育普及，从而提升社会整体艺术修养，引导人们趋向美好生活，促进社会和谐发展。2015

年公司企业社会责任项目荣获由第一财经主办的“优秀实践奖”以及《国家人文历史》评选的“最佳创新实践奖”。



1、持续推进艺术启蒙教育建设

美克美家作为生活艺术的缔造者，深谙艺术教育对于青少年培养丰富的情感和塑造健全的人格有不容忽视的作用。2009年起，公司陆续将电教设备、美术教材、图书、光盘配置成独立的美术教室，带到那些艺术欠发达地区的小学，用于孩子们的艺术教育。一盒彩色的笔，对于艺术欠发达地区的孩子们来说就是一个美好的开始，用它描绘出五彩斑斓的世界；一本彩色的书，就是拥有一把打开外面世界的钥匙；一堂专业的美术课，是孩子们终生受益的艺术启蒙。2011年，公司携手中国青少年发展基金会设立“美克美家艺术·家基金”，共同呼吁全社会加强对欠发达地区青少年艺术教育的关注。“美克美家艺术·家基金”用于建设“希望工程·美克美家快乐美术教室”、致力于培养艺术人才并为志愿者提供活动所需经费。2015年，公司在山西、广西等地区捐助10所“希望工程·美克美家快乐美术教室”。2009年至今，公司已持续对新疆、河北、江苏、天津、西安、合肥、成都、沈阳、郑州、长沙、武汉等地区小学捐赠150个“希望工程·美克美家快乐艺术教室”。



2013年，公司与中国青少年发展基金会举办了首届“美克美家·希望工程”小学美术教师培训，进一步强化师资等软件资源的援助。培训课程历时一周，分别从“小学美术教育的任务与功能”、“小学美术教师的素质修养”、“儿童美术创作与表现形式”

”、“乡土教学专题开发”等层面讲解小学美育教学理论知识并开设其他特色实践课程，如“教学示范课观摩”、“工艺制作实践”等。对受捐学校骨干美术教师的系统培训，意在提升贫困地区小学的美育教学水平，激发美育工作者更高的教学热情。2015年是小学美术教师培训的第三期，公司邀请了来自河南、山东、湖南、云南等省的50名受捐小学的骨干美术教师参与培训，培训特邀名师授课，采用专题讲座与美育教学手工实践相结合的方式。除了课堂教学，培训还结合艺术考察的形式，多维度提升教师的教学水平，开拓美育视野。并辅助开展爱心大使“美术欣赏课”支教活动以及儿童绘画作品征集等活动，帮助更多的小学生和美术教师接受更好的美育指导，放飞艺术梦想。“美克美家·希望工程”小学美术教师培训项目同时荣获了第五届中国公益节评选的“2015年度公益项目奖”。

2、悉心艺术人才培养

为培养优秀青年艺术人才，推动艺术进步，公司先后在清华大学、同济大学、湖南大学和中国美院以及四川美院五所国内一流艺术设计学院设立奖学金项目。为鼓励或资助成绩优异、家庭困难的艺术类大学生，颁发“美克美家奖学金”。目前已有超过 100 名的优秀大学生获得该奖学金，希望日后能够勉励更多的优秀青年艺术家，激励艺术人才更多的优秀创意。

3、投身非物质文化遗产保护，促进民族传统文化交流

区域性的非物质文化遗产是全人类共同的财富，但目前全球非物质文化遗产的传承普遍存在后继乏人的现象。公司企业社会责任项目致力于为在艺术启蒙、艺术发展以及传承阶段的人群创造全面发展的机会，非遗保护项目作为其中重要的一项，从 2009 年到 2014 年，相继完成了“新通道、疆 Home+Style、酉歌行、花瑶花”四期设计与社会创新夏令营活动。通过影像记录、汲取民族元素进行家居产品、手工艺产品的再设计等形式，延续民族艺术图腾，保护并促进当地资源的

可持续发展，并通过米兰展等国际文化交流平台呈现给全世界。

① 深度感受民族文化，学习创新促进融合

2015 年公司联合湖南大学、青海省三江源生态环境保护协会等单位深入青海玉树，开展“新通道·三江源”



走进青海玉树非物质文化遗产项目，玉树州地处青藏高原腹地的三江源头，是我国文化遗产和非物质文化遗产集中地区。全州共有国家级非物质文化遗产名录项目 10 项，国家级代表性传承人 6 人。工作组对玉树甘达村及囊谦县内



的传统手工技艺、当地水生态系统及青海玉树地震灾区重建等项目展开分析及影像记录，将游牧文化与生态保护有机结合。



设计与社会创新工作小组途径四川阿坝和甘孜藏族自治州，深入藏族文化保护，对沿线的传统民居符号进行概括总结，采用田野调研、入户访谈等方法，深入了解藏族民居的聚落样式、内部结构和生产生活方式，并对新寨嘉那玛尼石堆经石上镌刻的佛像及经文进行系统的影像记录和文化研究。经过为期两周的考察和探访，志愿者们对传统民居与宗教建筑的关系，现代村镇与宗教建筑的现状，特别是针对传统藏学体系中工巧明与现代建筑与艺术的创新方法非常关注，希望藏区的城镇建设更巧妙地结合宗教信仰、地域文化与现代文明，创造多元文化交融、和谐相生的“理想国”。

水源保护与社区工作小组驻扎青海省三江源生态环境保护协会甘达村基地，水源保护小组沿扎曲河对四个水源点进行了采样，并将对典型水样进行研究，还原游牧文化与当地水生态系统。



生态与社区研究工作小组在两个村落开展了“水源移动监测及服务系统”项目的研究。来自国际学校的队员们提出了完整的PS系统开发图及项目后期研发计划。藏区人民对于环境保护以及生产发展的迫切需求，促使工作组坚定了对该项目后续研究的决心，并对创建融合宗教信仰、社区组织及技术支持的社会创新系统更加信心满怀。

传统手工技艺工作小组针对囊谦黑陶、安冲藏刀两项国家级非遗手工艺项目及周边地区的铜器与佛像加工、藏族服装、牦牛毛纺织品等项目做了专题影像记录；对于典型社区游牧文化状态的牧民生活，深入牧区开展入户和跟踪研究，并按照“景观、人文、物语和社区”的基本结构，反映特定时代背景下的玉树藏民的生活、生产方式，以及在城镇化过程中面临的文化冲突、变迁与适应性；在研究青藏牧民的宗教信仰及代表性的宗教建筑时，通过访谈典型人物等形式深入理解藏文化的文化结构，构建该地域的快速知识与文化学习地图。

② 民族的文化遗产，世界共同的财富



文化的传承与创新、分享与交流,在不同年代需要不同的载体与呈现方式。公司“艺术·家”项目携手合作机构,完成了“新通道、疆 Home+Style、酉歌行、花瑶花”等4期活动。2015年,传统文化项目在米兰著名的创意园区蒸汽工厂举办。本次展览,公司将传统文化保护与再设计的成果带到米兰,呈现给全世界。通过实物、影像、互动设计等形式,给展览带来了精彩纷呈的呈现。公司“艺术·家”项目持续关注传统艺术、手工艺的传承与发展,联手合作机构进行家居、手工艺产品的再设计。浓郁而别致的中华文化绽放米兰,以传统

融合现代的艺术作品,在世界时尚之都展示民族艺术图腾。

(三) 给我一个“卓越品质”的支点,就能撬起网络时代的整个地球

在这样一个“今天不颠覆自己,明天就要被别人颠覆”的时代,在互联网+时代,消费者、厂商、产品之间通过微信、微博等平台连接到了一起,信息不对称的局面被彻底颠



覆。消费在互联网或者移动互联网瞬间聚集和分散,即使曾经如日中天的品牌,如果不能不断开发迎合消费者需求的有热度的产品,所谓品牌,可能也仅仅是一个 LOGO 而已。“产品是皮,品牌是毛,皮之不存,毛将焉附”,好的产品,就是让服务成为多余。越是互联网时代,产品离消费者越近,反而更需要产品主义。

产品主义需要工匠精神,所谓工匠,就是那种把每个当下都做到极致的人。

如何才能把每个当下都做到极致，就是必须注重细节，必须重视品质，持续、专注地工作。工匠精神无疑是这个时代宝贵的精神财富。我们需要传播工匠精神、实践工匠精神，让更多的员工因工匠精神而创造与众不同的客户价值，从而实现企业的可持续发展。

2015 年公司确定了品质文化的底线意识，品质文化底线意识分为顾客、内部运营、社会责任三方面。对顾客：要提供满足质量标准要求和法律法规的产品和服务，不出售不合格产品，遇到质量问题不回避责任。在内部运营中，所有环节不得向下道环节传送有缺陷的产品；每个环节都有事先预防和事中纠正的措施，保证差错不延续；每个环节不存在管理漏洞，不得隐瞒质量事故和推卸责任；做到原因找不到不放过、责任分不清不放过、纠正措施不落实不放过、纠正措施不验证不放过、有效措施不纳入标准不放过。对社会责任，企业质量文化要与社会道德风尚相和谐，追求产品服务的社会效益，倡导可持续发展理念。

2015 年，公司重塑了品质文化理念，企业的品质文化是员工在品质方面形成的共同价值观和行为准则。建立起积极的品质文化，制造出让品牌能够引以为豪的产品品质，让员工能够为自己所做的事情和属于自己的品牌感到自豪，并在这种品质文化中找到归属感。

2015 年，公司建立了全面质量管理的“双八”方针 1. 要一切以用户为中心，决不要因降低采购成本而降低产品质量；2. 要全员参与，决不要因降低生产成本而降低产品质量；3. 要使产品让客户尖叫，决不要因赶任务赶时间而降低产品质量；4. 要对自己逼得狠，要管理盯的紧，决不要管理粗放、标准放松而降低产品质量；5. 要微创新，决不要私情和小团体利益而降低产品质量；6. 要快速迭代，决不要隐瞒质量事故；7. 要让“预防不是梦”，决不要质量问题不按正规渠道反馈；8. 要有“零缺陷”的智慧，决不要以任何借口降低产品质量。

2015 年 2 月公司分别获得全国质量检验稳定合格产品和质量诚信优秀企业；5 月成为中国质量检验协会副会长单位；9 月获得全国质量诚信标杆典型企业，同时获得新疆维吾尔自治区政府质量奖。

2015 年公司在品质管理方面的具体举措如下：

1、严控材料品质关

2015 年，历时半年的材料品质标准修订工作结束，共计完成材料质量标准修订 156 份。在质量管理部、采购部、工艺技术部门专业人员的共同努力下，结合国家家具



标准、家具市场品质需求和发展趋势、公司家具定位、材料特性和市场供应情况，公司对质量标准作出了多项修订、统一并规范了材料质量标准，为公司提升产品品质，创建强势品牌夯实基础。

目前，公司自有实验室占地面积 400 多平米，检测能力包括实木、沙发材料检验，成品结构力学、化学环境测试，产品包装测试。通过引进和购买先进试验仪器设备，对家具所涉及的胶水、油漆、人造板、树脂、五金件、面料、海绵、皮革等材料进行相关的物理和化学检测，并对产品进行结构强度和耐候性检测，以确保产品质量。

同时，公司高度重视产品安全健康管理。对人造板甲醛释放量、软体家具海绵阻燃能力、家具成品的耐候性等重要性能进行试验，并定期校验检测设备以保证试验的准确性。

2、科技引领质量管理

公司积极开展产品品质管理创新，将品质管理贯穿于研发、采购、生产、质检、销售整个供应链。运用 IT 技术，在全国建立 40 余个质量管理 PAD 系统服务站点。此举可实现现场品质问题及时共享、解决，它连通了工厂到服务中心、零售店面、送货和客服全过程，使品质反馈、解决更加准确、及时。同时公司结合产业链全过程质量 PAD 系统产生的大数据，进行详细分析整理，实现了产品从出厂到交付，到消费者使用全过程产品质量跟踪，准确定位出公司质量频发问题点，制定并落实专项改善方案。产品质量大数据的建立，使品质问题得到快速高效的解决。

此外，公司采用多工序集成的高度自动化加工中心代替功能单一的传统设备，大量减少调机换模等不直接增加价值的工作，节省制造资源。项目通过大量高度集成的自动化加工中心代替人工工序，提升零部件加工精度和产品装配精度，减少

零部件频繁上线下线带来的品质问题，提升产品质量。

3、加入中国家具标准化委员会

2015 年，公司加入中国家具标准化委员会，参与国家标准制定 13 项，得到国家家具标准化委员会采纳 7 项。





二、促进环境及生态可持续发展

近年来，环境保护作为全球性的议题受到各方高度关注。我国政府出台铁腕治污政策，发出了向环保宣战的国家战略。2015年，公司认真落实环境保护法律法规要求，完善环境保护管理制度，严格落实环境保护计划，积极推进 VOCs 综合治理，严格落实固体废物管控，确保废水达标排放，积极推进公司环保可持续发展。在 2014-2015 年度天津开发区企业环境信用诚信评价中，公司获得“好”的评价。

（一）积极参与大气污染防治

空气是生命的依赖，不可或缺。清新的空气，是人类共同的财富。随着中国经济的高速发展，大气问题的严重性日益凸显。根据国家推进京津冀大气污染联防联控和《美丽天津一号工程清新空气行动目标责任书》的总体要求，公司积极采取措施，加大环保资金投入力度，提升公司环保技术水平。公司通过咨询环保部门和专业机构意见，分两期安装低温等离子催化氧化废气治理设施，实现了废气有效收集治理。另一方面，公司通过攻克水性漆在木质家具领域使用的诸多技术难关，加快了水性漆的使用推进。考虑到环境保护的长远战略以及消费者的绿色消费需求，公司将致力于水性漆的推广使用，从源头上实现低能耗、低污染。

同时，公司尝试逐步实现绿色配送服务。在终端送货服务环节推进使用新能源汽车，节能减排，降低能源消耗。



（二）严控固体废物处理

公司根据相关法律法规的要求制定了明确的废物管理制度，设立危险废物储存场所，公司产生的所有危险废物均送往有资质的承包商进行处理，并按照废物转移联单的要求，做好废物处理流向的管理。一般工业固体废物主要为废木材、废弃包装物等，全部由公司回收利用，生活固废交由环卫回收处理。

（三）绿色智造，MC+FA 项目

打造世界第一家实木家具的超级工厂，是美克人不懈的追求。为遵循国家提出的“实施中国制造 2025，坚持创新驱动、智能转型、强化基础、绿色发展，加快从制造大国转向制造强国”的战略部署，公司持续推动转型升级，挑战世界上第一个实木家具企业走向人机自动化的创新升级之路。2015 年 6 月公司 MC+FA 项目获得国家工信部“2015 年智能制造试点示范单位项目”（国内 46 个试点示范项目之一）。

1、节省制造资源，减少排放

制造资源包括人、机、料、环等四大类，使用自动化技术可以由设备取代人，消除无效人员，由一台复合加工设备取代多台机床，减少设备数量、减少场地、优化吸尘系统有助于减少能量消耗。



2、降低制造成本，提升效率

通过制造过程自动化和智能信息系统的实施，可以减少材料消耗、减少人员数量、减少机器数量，节省场地面积、降低现场数据采集和管理工作量来实现综合制造成本的降低。

美克家居智能制造（MC+FA）项目实施的重要目标是使人工效率提升一倍。项目通过高度自动化的工序集成、智能物流控制系统和信息控制系统的实施，减少现场简单机械的体力工作和不产生价值的运输、搬运、信息采集等工作，员工的工作将聚焦于更有价值的自动化设备控制、物流系统管理、产生高附加值的技术型手工工序。

三、促进经济可持续发展



（一）为美克精英创建幸福和成功的生态环境

人力资源是企业最宝贵的资源与财富。2015 年以来，中国围绕制造业的升级提出了供给侧改革、智能制造、《中

国制造 2025》等顶层设计方案。应运而生的“人机结合”理念变得炙手可热。“人机结合”是为了更好的利用人力资源财富，尤其是那些具有“工匠精神”的人，专注，执着，兢兢业业，甘于寂寞。

1、完善培训体系，满足员工职业生涯发展

公司持续完善培训体系，立足员工岗位需求及未来职业生涯发展，通过结构化课程导入、完善内部兼职培训师制度，不断改进教学方式方法，对培训效果进行事后评估，以加速提升员工技术和管理水平。并坚持持续完善内部学习平台，分享学习心得，加深学习效果。

2015 年，公司零售团队开展多层次的培训活动，启动了店面服务标准化培训项目，根据销售标准化实施情况，实行定向、定点的分区培训；持续开展“雏鹰训练营”培训项目，对新晋的零售管理人员进行企业文化、基本技能及通用管理基础知识的培训；聚焦“店长培训项目”，促进店长整体工作能力提升；开展“设计顾问小组长”培训；逐步打造美克美家设计顾问的金牌服务，提升设计顾问的软实力。

2015 年，公司家具制造团队不断健全制造系统课程体系，根据人力资源“双通道”发展要求，进一步梳理岗位应知应会，落实对应的课程开发与导入，推进全方位的品质管理意识、技能的培训课程；根据人力现状，从简单的新员工培训转向在岗人员的技能提升、技术生根培训；同时结合 FA 项目需要，完善并推进新技能型员工的岗位培训。

2、打造具有员工归属感的人力资源生态环境。

2015 年公司基于多牌品发展战略，积极构建人力资源价值网，打造具有员工归属感的人力资源生态环境。

人才需要持续激励，公司继 2013 年推出的限制性股票激励计划、2014 年实施的员工持股计划，2015 年公司又推行了创新激励管理办法，采取从外在薪酬转向内在激励，将内外两种激励相互补充，共同作用，实现对员工的全面激励。

2015 年，公司完善了员工职业发展体系，拟定了工匠倍增计划，建立了员工职业发展中管理类晋升和技术类晋升发展的“双通道”，形成了公司整体的岗位图谱和以能力为导向的员工职业发展晋升标准，拓宽了员工发展渠道，在构建



人才成长梯队的同时，也为留住优秀人才、人力晋升、选拔、调配、激励提供依据。

公司稳步打造人才梯队，促进后备年轻人才的发展，打造公司内部人才供应链。2015 年，公司对各层级管理人员进行了人才盘点，并根据盘点结果针对性地开设了“种子训练营”、“青苗训练营”和“嘉禾训练营”。同时，公司在总结 2014 年管培生培养经验的基础上，深入推动管培生项目“角色转换——轮岗培训——定岗履职”等三个阶段的项目，使通用型与定向型管培生具备扎实的业务



能力并胜任一定的管理工作。

公司一直致力于创建和谐稳定的劳动关系，所作出的努力得到了当地政府的肯定及认可，2015 年 3 月公司荣获天津开发区劳动关系和谐企业创建奖。

3、企业文化，悉心浇灌 用心诠释

2015 年，公司全面塑造与业务发展战略相适配的企业文化目标，基于互联网思维创新企业文化的无缝传播。通过对企业文化价值理念梳理、导入，寻找员工体验“痛点”，汇集并整合企业文化优秀素材及企业文化产品，为文化塑造奠定基础。创新平台搭建及氛围营造，以线上传播和线下传播相结合，尤其加强对“线上新媒体”的灵活运用，实现无缝传播，用形象化的传播方式，让企业文化从无形到有形，从墙上、书本走到员工的身旁，不断提升员工体验和塑造企业雇主品牌。

人文、公平，尊重和关心员工是美克坚持倡导的，“落实员工主张”是美克不变的价值理念。公司一方面致力于促进员工的价值实现和能力提升，以实现企业和员工的共同成长。另一方面，积极推进人力资源管理的各项举措，落实员工关爱，营造具有“正能量”的企业文化氛围，注重员工归属感和荣誉感，从而提高企业凝聚力。

《今日智造》是坚持按期发行的公司内刊，共计发行11期，报纸以美克所倡导的“责任、协同、创新、共赢”为主调，坚持亲民路线，开辟人文关怀、背后的故事等员工专栏，



以丰富多彩的信息吸引员工自发阅读。将文化融入于日常工作、生活当中，深入浅出地解读、诠释企业文化。

（二）全心服务，打造卓越客户体验

公司始终致力于为客户带来美的感受，因为美和愉悦才能真正开启产品品牌价值之门。

公司持续推进多品牌+互联网战略，让互联网与传统行业深度融合，创新发展生态。美克家居与IBM、苹果公司合作的MobileFirst项目，是利用大数据分析功能积极为客户提供更个性化、更高效、更优质的服务，以最完美的方式满足客户独特的品位和喜好，并最终实现卓越的客户体验。

优质的客户服务是顾客选择产品品牌的一个重要的关注点，也是品牌与顾客维系情感的纽带。随着市场日益成熟，品牌之间差距越来越小，良好客户服务的重要性日益凸显。公司为消费者提供24小时快速响应，7天无理由退换货，会员专享日等行业内新服务。

2015年，公司结合原有服务形式，增添了新的服务内容，推出“美洁三保服务”，包含木质家具“保修”、木制家具“保养”、沙发“保洁”（有条件的店面鼓励提供除螨服务），赠送额外“服务用品礼包”。通过新服务获取顾客口碑，提升美誉度，增加客户粘性。公司除为客户提供日常的售后服务外，还为顾客设计实施增值服务，每月定期为会员客户



提供“美好时光”专属特殊折扣的饰品推送，此举获得了客户的一致好评。



公司恪守 24 小时响应原则，针对客户反应的不同问题有相应的投诉分级流程及制度保证，快速有效的解决客户的售后问题，让顾客无忧购物，同时保证了消费者应有的合法权益。今年是网易家居发起 315 售后服务调查活动的第六年，为了更全面地反映当前家居建材行业的客户服务发展水平，2016 年网易家居 315 服务调查全面升级，告别过去单一的电话售后调查方式，从电话服务、电商服务、微信公众号服务三大方面对家居企业的服务能力进行调查，寻找家居界的服务榜样。美克家居的客户服务能力得到市场的高度评价，2016 年凭借较强的综合实力蝉联家具类服务冠军。

（三）健全供应商管理机制，实现互利共赢

在日趋全球化的市场竞争中，一个公司仅仅依靠自身的竞争力已经远远不够，产业链的联合动力将成为企业可持续发展的关键。供应链中各企业不再是简单的供求关系，各方应致力于提高长期收益，建立稳定、紧密的战略合作关系。在相互合作的过程中，根据“木桶理论”找出链上“最短木板”并进行优化，全面提升整个供应链的竞争力，最终实现与供应商“合作、协同”的共赢关系。

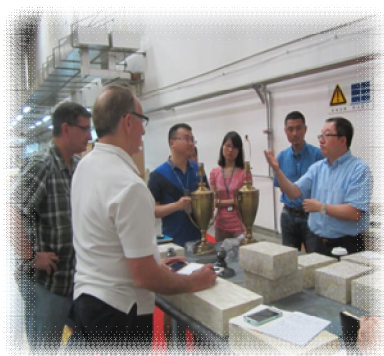
供应商是公司采购行为中的当事方，对供应商合法权益的保护不仅是公司采购公开、公平、公正原则的客观要求，也是与国际接轨、更好地融入世界经济的需要。供应商应该享有一系列正当合法的权利，使这些权利在参与到公司采购行为的过程中得到合理的保障，这是公司供应链管理中应尽的基本义务。

在所有的采购行为中，公司努力保证供应商“自主、平等、正当、合法”的权益得到充分的尊重和保护。建立健全供应商权益保护制度，有利于供应商对公司采购部门的不合法、不规范行为进行监督和制约，也有利于公司采购部门增强依法采购的自觉性，进而保障公司采购业务的正常开展。

公司在采购领域建立了充分和公正的竞争机制，为规范供应商的准入、评估、考核、退出，公司制定了《供应商选择和退出流程》、《供应商绩效考核流程》，使供应商在公司采购体系中获得平等的竞争机会。为了更好的保护供应商的合法

权益，公司建立了供应商投诉管理制度，通过加强外部宣传，让供应商了解公司内部制度、流程体系，鼓励供应商监督不合理、违规行为，有效的改善供应关系，建立良好、健康的供应链。

公司积极培育战略供应商，推行 CPFR（意为“联合计划，预测，补货”），并与重点供应商实行 CPFR 策略，共享计划、库存及商品预测等关键信息，引导重点供应商优先备货，从而缩短交付周期。根据供应商分级分类管理，通过评估确定“核心”供应资源，建立战略合作模式，在计划、技术、预测等全方位的信息、资源共享，强化战略供应商的供应能力。



为了充分体现守法和诚信原则，与供应商建立长期友好合作关系，更好的配合公司内控、廉政工作，互惠共赢，确保采购及招投标活动的规范、诚信与廉洁，从源头上预防和遏制违法违纪问题的发生，公司每年都与供应商共同签订《阳光合作协议》，并约定了相关的处罚措施。在公司内部建立了《舞弊预防调查制度》、《采购人员行为准则》，并与所有采购人员签订了《采购人员廉洁自律承诺书》，以加强公司内部的廉政建设，规范公司采购人员工作中的各项行为，防止发生各种谋取不正当利益的违法违纪行为，保护公司和供应商的合法权益。

（四）打造动态开放的沟通平台，提升资本品牌形象

1、以信息披露为中心，有效开展投资者关系管理

公司建立并不断完善信息披露管理制度和内幕信息知情人登记管理制度，按照相关规定积极开展信息披露工作，2015 年在上海证券交易所信息披露工作评价中被评为 A 类。2015 年 10 月 1 日上海证券交易所启动分行业信息披露监管，首次对包括零售行业在内的六类重点行业实施分行业信息披露，引导上市公司披露行业经营性信息，提高信息披露的透明度，满足市场差异化需求。公司认真贯彻并严格执行监管机构各项规定，以信息披露为中心，有效提升公司透明度，加强对投资者合法权益的保护。



2015 年公司通过多种形式加强与投资者的交流,为了更加有效的服务于投资者,公司更新了现有网站的部分页面和功能,重新设计了投资者关系管理模块,链接了股票行情和上证 E 互动平台,投资者

可以通过相关板块查询到公司对外公告信息、研究机构报告、媒体报道等,内容较之前更加丰富。2015 年公司通过投资者交流会、反路演、业绩说明会、券商策略会等形式开展投资者关系管理活动 16 次;通过上海证券交易所的“上证 e 互动平台”,及时答复投资者提问,并将投资者意见和建议及时反馈到公司管理层。通过多种方式,在公司与投资者之间搭建了多样化,个性化、互动、开放的沟通平台。



2、构建持续、稳定、科学的回报机制

承担社会责任,实现客户、员工、股东的价值增值,是公司赖以生存的根本。公司自上市以来,持续进行现金分红。为了切实保护投资者合法权益,公司及时对公司章程中有关利润分配的条款进行修订,重视对投资者的合理投资回报,报告期公司制定了 2015-2017 年度股东分红回报规划,明确了现金分红在利润分配中的顺序和比例,建立并不断完善对投资者持续、稳定、科学的回报机制。公司的利润分配方案既着眼于公司的长远和可持续发展,也客观考虑到公司的经营情况、投资计划、股东的要求和意愿。

(五) 切实维护债权人权益,积极推进各方可持续发展

债权人是公司经营发展的重要参与者,是推动企业战略目标达成不可或缺的支持者。公司与债权人的互利共赢,是构建双方可持续发展的基础。多年以来,公司凭借诚信的态度、优良的信用和稳健的经营与多家银行保持了良好的合作关系。

在日常生产经营活动中,公司切实做到维护债权人的合法权益,及时向债权

人通报与其权益相关的重大信息，充分尊重债权人的意见和建议，本着对责任不推诿，对原则不妥协，对承诺要信守的原则，实现了与债权人的合作共赢。

企业的社会责任不仅仅是一份有选择的权利，更是企业对社会应尽的义务。企业的社会责任，是在心怀感恩中对全社会的悉心回报。尽心服务消费者，无微不至关爱员工，持续回报股东，维护债权人合法权益。

“巨匠精神”是美克的企业信仰，公司就是要通过“巨匠精神”的打造，树立负责任的企业公民形象，为员工提供可持续发展的职业平台，为客户提供卓越的生活方式和体验，为股东提供可持续的高质量回报，成为一个广受赞誉和令人尊敬的上市公司。