

广东美的电器股份有限公司

2009 年社会责任报告

第一部分 概述

经过十六年的发展历程，美的电器在业务规模不断壮大的同时，也逐步形成了自己的企业价值观——为客户创造价值，为员工创造机会，为股东创造利润，为社会创造财富。致力于成为国内家电行业的领导者，跻身于全球家电综合实力前 5 强，成为全球知名品牌。同时公司也致力于关注股东、债权人、顾客、员工、合作伙伴、环境、社会等各方的需求和权益，履行“绿色经营，责任美的”的方针，将生命、安全、遵法、发展放在第一位，加强与利益相关方沟通和协同行动，为社会和环境的可持续发展而努力。

2009 年，公司持续践行环境友好及能源节约型发展，切实推进与环境可持续、和谐发展，在股东回馈方面，公司始终坚持股东利益最大化。2009 年，公司获大众证券“公信力 TOP10 调查之十佳最重回报上市公司”，2009 年理财周报“2009 中国上市公司最佳社会责任董事会”。在经营活动中，美的坚定推行生态设计、坚持清洁生产，为社会提供绿色产品和绿色服务，在产品的设计、安全生产、环保生产、节能降耗等多个方面走在了行业的前列。在社会公益方面，公司持续关注社会福利事业，积极回馈社会。在内部关注员工的成长，将员工作为企业的第一次财富，给予员工以培养、发展并提供各种各样的福利，并定期与员工尽心沟通，促进员工的满意度不断提升。



2009 年，在国际金融危机的影响下，低碳经济公司承载了全球经济复苏期望，美的电器作为中国家电企业的龙头企业的在国内大力推广变频空调普及，2009 年美的变频空调居政府节能采购的首位；同时公司在经济危机的情况下并未减少对节能科研等方面的投入，反而继续加大对科研及科研人才方面的投入，2009 年美的科技月奖励总额较上年同比增长 20%，创造历史新高。

➤ 公司的社会责任感

1、为人类创造美好生活——社会责任价值观

公司关注顾客、员工、股东、合作伙伴、环境、社会等各方的需求和权益，并为之提供创新科技和人性化的产品和服务，不断改善生活质量，为人类生活创

图二：公司总部大楼



造和谐、美好环境。

2、绿色经营 责任美的——社会责任经营方针

公司坚持与顾客、员工、股东、合作伙伴、环境、社会等各方面和谐共生，恪守诚信和承诺，践行法律和道义，为社会提供高质量的产品和服务，专注于企业

的环境友好发展和负责任发展。

3、社会责任目标履行

对于“企业社会责任”公司在履行社会责任的实践中有着深刻的理解：经营活动中，美的将生命、安全、遵法、发展放在第一位，加强与利益相关方沟通和协同行动，为社会和环境的可持续发展而努力。在这样一个理解中，我们强调以下关键要素：

让顾客满意原则：公司追求为顾客提供 100%满意的产品和服务，预防和杜绝发生对顾客权益的重大损害。

让员工满意原则：公司致力成为员工 100%满意的最佳雇主，为员工生活和职业提供有竞争力的发展环境。

环境友好原则：推行生态设计和清洁生产，持续挑战节能减排极限，致力创造绿色企业组织。

其他相关方满意原则：公司积极承担责任，坚持为社会、股东和合作伙伴创造价值。

4、社会责任观念教育与规范

公司把遵守法令法规、社会规范、经营道德放在第一位，并通过教育及监察、规范员工和企业的遵法行为。

通过培训、讲座、专题活动等形式，提高员工和企业的自我防护能力，同时控制企业的经营风险。此外，积极倡导或参与社会各种遵法活动，保持和增进与各相关方的交流和协同行动。

第二部分 履行法定责任，持续稳定发展

➤ 社会经济贡献

2009 年，尽管经济处于下行周期，并受到来自国内外多种不利因素影响，公司通过稳健经营，仍然取得了较好的经营业绩。全年公司实现营业收入 472.78 亿元，实现归属于母公司净利润 18.92 亿元，同比增长 84.52%。

自 1993 以来，公司进入快速发展期，资产总额、净



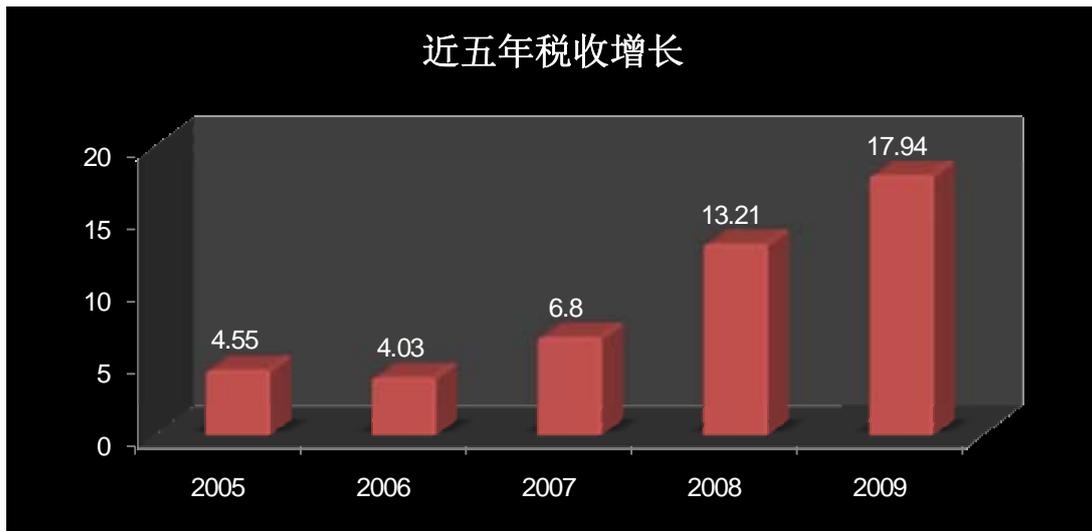
资产和净利润都出现跨越式发展。从上市当年至 2009 年：公司资产总额由 15.53 亿元增至 316.58 亿元，增长 20.38 倍；营业收入由 9.36 亿元增至 472.78 亿元，增长 50.51 倍；利润总额从 1.49 亿元上升到 27.53 亿元，增长 18.47 倍；

图三：美的与开利合资建厂

公司在华南、华东、华北等全国各地设有 9 大生产基地，另在海外设有越南平阳基地，直接或间接解决超过了 9 万人就业，为企业所在的地区的社会稳定及人民的就业生活做出了积极的贡献。

在保持企业经营持续成长的同时，公司积极推动地方经济事业的发展，依法经营、诚信纳税获得了各级政府的高度肯定和评价。

2009 年公司实际支付的税费总额为 17.94 亿元，较上年同期增长 26.34%；



➤ 投资者权益保护

2009 年公司继续推动完善公司治理的工作，2009 年公司创始人何享健先生辞去公司董事局主席及董事一职，原董事局副局长，董事方洪波先生出任董事局主席一职，何主席的离职从侧面反映了美的授权经营和公司治理模式的完善。也充分表明公司年轻化、专业化、职业化的经营管理团队经历十几年的磨练，已经成熟起来成为了行业优秀的职业管理人团队。

2009 年，公司进一步完善了内部信息知情人的管理制度，制定了《内部信息保密制度》与《重大信息内部报告制度》，进一步规范内部信息报送与流程管理，杜绝与防范利用内幕信息买卖公司股票及敏感期间内短线买卖公司股票行为。

公司审议制定了《期货套期保值业务管理办法》与《外汇资金业务管理办法》，加强对衍生品投资与持仓风险的充分的评估与控制，规避投资风险。公司重新修订了《募集资金管理制度》，加强募集资金的管理应用；修订了《公司章程》的现金分红制度条款，明确了现金分红的责任与义务。

公司继续加强完善了内控体系建设，从环境控制、业务控制、会计系统控制、信息系统控制、信息传递控制、内部审计控制等多方面强化完善公司各专业系统的风险管理和流程控制，保障公司经营管理的安全性和财务信息的可靠性，提高经营效率和风险管理水平，推进公司治理目标的实现。

公司进一步规范了“三会”运作，加强发挥独立董事与董事局专门委员会的作用，同时加强对公司董事、监事及高管人员相关证券法规的培训和宣传，增强明确其维护上市公司资金安全的法定义务与责任意识

公司严格按照法律、法规和《公司章程》及《信息披露管理制度》、《股票上市规则》的规定，加强信息披露事务管理，真实、准确、完整、及时地披露信息，确保所有投资者公平获取公司信息。

2009年，公司先后召开了2008年年度股东大会，2009年第二次临时股东大会以及2009年第三次股东大会，先后审议通过了2008年利润分配方案、公司章程修正案以及公司董事的变更等重大议案；并积极采取现场及网络投票的方式，以保障股东尤其是中小股东的参与。

作为深交所一家老牌的上市公司，美的电器始终坚持股东利益最大化，2009年公司大会审议通过了每10股派发现金1元（含税）的利润分配方案。自1993年上市以来，美的电器保持连续16年分红，累计现金分红20亿元，远远超过募集资金总额10亿元。本着长期稳定回报股东的原则，公司对《公司章程》第八章第一百五十五条“公司可以采取现金或者股票方式分配股利”进行了增订，增加了“公司保持利润分配政策的连续性与稳定性，任何三个连续年度内，公司以现金或股票方式累计分配的利润不少于该三年实现的年均可分配利润的百分之三十”的规定。如此高的分红在国内上市公司中十分醒目，不仅体现出美的电器大股东积极负责任的态度，也表明弘扬良性的股权文化、充分尊重股东价值已成为公司治理的持续重要组成部分。

2009年，公司投资者关系管理在《接待与推广工作制度》的规范下，保持了与投资者一贯的良好的互动关系，坚持诚实守信、公平、公开、公正的原则对待每一位来访投资者，2009年度公司先后接待来访人数上百人次，并客观展示了公司经营及投资情况的现状情况。

2009年美的电器以其先进的公司治理、股东利益最大化的经营理念，在资本市场上屡获殊荣，仅2009年度即受勋资本市场奖项近20余座，其中包括“2009

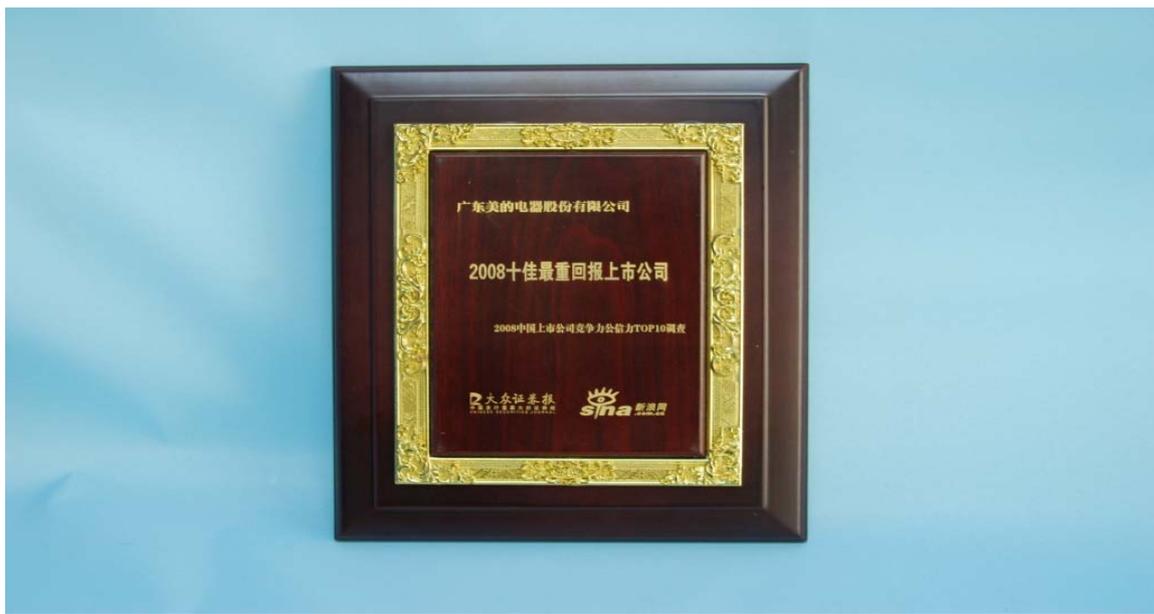
年最佳社会责任董事会”新财富第五届上市公司“金牌董秘”、“2009 年度中国上市公司价值百强”、“2009 中国资本市场最佳创富创新奖”、中国上市公司董事会“金圆桌奖”之“最佳董事会”等等。



美的电器 2009 年所获荣誉汇总

时间	荣誉	评比或授予单位
2009 年 9 月	2009 中国上市公司最佳董秘	《理财周报》、《CCTV 证券资讯频道》承办
	2009 中国上市公司最佳社会责任董事会	
	2009 中国上市公司最佳战略决策董事会	
2009 年 6 月	2008 年度中国上市公司价值百强	证券时报
	2008 年度中国上市公司百佳董秘	
	最佳信息披露网站	

图五：美的电器荣获大众证券十佳最重回报上市公司



2009年6月	2008年中国上市公司竞争力	大众证券报社
	公信力TOP10调查之十佳最重回报上市公司	
	金牌董秘	
2009年5月	第三届“2009中国资本市场最佳创富创新奖”	中国上市公司市值管理研究中心、清华大学中国金融研究中心、证券时报、经济观察报和新浪网等单位联合举办
	董秘荣获“2009中国资本市场最佳创富IR奖”	
2009年5月	2008年度上市公司金牛百强（连续九次）	中国证券报
2009年5月	第五届中国上市公司董事会“金圆桌奖”之“最具创新力董秘”	《董事会》杂志社
	第五届中国上市公司董事会“金圆桌奖”之“最佳董事会”	
2009年4月	第五届上市公司“金牌董秘”	《新财富》

➤ 债券人权益保护

公司资产负债率一直偏高，2006年、2007年以及2008年，公司的资产负债率分别为64.03%、67.35%以及68.81%。长时间较高的负债率或将影响公司经营的安全性，带来一定的偿债能力风

图六：美的电器公开增发网上路演



险。

为有效改善资本结构，并进一步提升产品规模、市场地位、技术水平与盈利能力，美的电器启动了公开增发的再融资计划，2009年7月24日，美的电器收到了中国证监会关于公司公开增发事项的核准批复（证监许可【2009】668号《关于核准广东美的电器股份有限公司增发股票的批复》），核准公司发行不超过189,106,922股新股，成为重启再融资后首家获批公开增发的公司。

2009年7月28日，美的电器发布招股意向书，依据证监会的相关规定，以该公告日前二十个交易日的公司股票均价确定为公司公开增发新股的发行价格，并定于2009年7月30日为申购日。经投资者踊跃认购，公司此次公开增发超申购比例近两倍，募集资金29.78亿元，用于公司主营业务的技术改造及补充流动资金等项目。此次公开增发实施后，公司的资产负债率显著下降，截止2009年12月31日，公司的资产负债率为59.79%；大大提高了公司的偿债能力，保护了债券人的利益。

良好的财务管理及资金管控体系也是防范资金风险及保护债券人利益的重要保障。公司的会计管理原则和制度完全依照国家会计法和有关规定建立起来的，会计责任明确，包括会计报表、会计手册、会计人员资格证等。

公司制定了《资金管理制度》、《内部结算管理办法》、《固定资产管理制度》、《办公性费用审核及报销管理》等一系列的规范资金管理措施的文件，规定了各级资金管理平台负责人的审批权限和有效的授权模式，使资金流出得到了有序有效的控制，资金流由粗放式管理向预算管理转变，确保公司资金旺季生产需求不短缺，淡季富余资金不闲置，资金营运高效、低风险。另外公司在必要的情况下充分利用福费廷、押汇等融资业务，不断尝试新的金融衍生工具，确保公司各项资金顺利到位。

➤ 对供应商权益保护

公司与供应商的关系经历了物料供应、成本管理和技术合作、战略协作三阶段，公司于2002年9月，成立了供应链管理部，标志着美的对供应商关系的认识与管理向供应链合作关系的转变，建立以满足顾客需求为导流向的集成供应链体系。

图七：美的供应商、经销商大会



公司在供应商的选择方面立足于长远合作的角度，大范围、多层次、谨慎地选择合作伙伴，为新供应商的引入设置了高门槛。例如，公司专用物料供应商必须为行业前三位，恰时物料供应商供货半径必须小于 100 公里等。新供应商通过严格的资料评审、现场评审及相关流程后，与公司

签订合作协议，再经过三至六个月的小批量正常供货，才能为公司合格供应商。

公司建立了完整的供应商评价体系。从供应商与公司建立合作关系的起始时刻，供应商的所有动态数据都纳入评价体系。评价体系按时区分为每日评价、月度评价、季度评价与年度评价，评价体系维度包括品质、成本、技术、交货与协同度。评价结果的考核办法在合作协议中有详细、明确的规定。

通过一至两年的合作，评价优秀的合格供应商将有机会成为公司的战略合作伙伴，签订战略合作协议。作为公司的战略合作伙伴，在信息共享、付款等级、供应货比例、利润保证等诸多方面具有优先权，同时与公司在新产品开发、资源整合等方面进行更加深入、密切的合作。

2009 年 5 月 22 日，美的与宝钢集团在公司会议中心共同签署了《美的-宝钢战略合作协议》，双方在协议中约定：美的、宝钢建立战略合作关系，进一步加强在产品采购、开发、技术领域的合作，双方承诺给对方优惠待遇。

公司定期或不定期对供应商提供技术、信息化培训，以使所有供应商能够了

解美的空调的技术和信息化要求，提供符合要求的物料和服务。

除了日常交往及培训外，公司还通过月度品质会议、季度供应商恳谈会和年度供应商大会与供应商广泛地进行交流，宣贯供应链政策，听取供应商的意见，以开放、合作、务实的态度促进合作关系，解决实际问题，降低交易成本。

公司技术和质量部门与供方进行了长期广泛深入的技术交流与合作，促进双方的持续改进，把质量控制与管理工作推至供方的生产全过程。对供方人员进行现场的指导和培训，帮助供方进行开发，共同组织技术改进、新材料新工艺推广运用、技术研讨等。

公司采用双赢政策、实现透明化利润分享，倡导供应商主动降成本，提出降成本合理化建议。所有供方积极地将降成本压力转变为狠抓企业内部管理的动力，挖潜革新、向管理要利润和效益，积极配合公司的降成本行动。

➤ 员工权益保护

公司秉持“人才即企业财富”的理念，尊重员工人格，关爱员工，保障员工合法权益，致力于培育员工的认同感和归属感。沿着“致力于成为员工的最佳雇主，打造企业吸引和保留人才的竞争优势”的人力资源战略，公司不断提高员工薪资水平和福利待遇，提供机会均等的员工发展空间，形成了较强的行业竞争力和地域性优势，对高素质优秀人才的吸引力明显增强。

图八：毕业生培训图片



1)、有竞争性的收入保障

公司依照《劳动法》和地方性法规的规定，为员工购买了社会养老保险、医疗保险、工伤保险、失业保险，同时公司基层员工的工资大大高于行业水平。

2)、员工福利

在为员工提供有竞争力的薪酬之外，公司还注重积极改善员工福利，为员工提供“基本门诊免费医疗”、交通补贴、住宿补贴、膳食补贴，为一线操作人员提供特殊补贴，为专业技术人员提供专业津贴。

2009 年公司科技人才大会，首次增设了“十大优秀 O 类员工”评选活动。

2009 年公司重新修订了《美的重大科技创新奖励管理办法》，主要奖励公司



图九：美的扶助基金发放仪式

范围内在科技创新方面做出突出贡献的科技人员及项目。奖项设置为：杰出贡献奖、发明之星奖和卓越贡献奖。个人奖励最高可达 100 万元。

2009 年，公司参与美的集团设立的“扶助基金”，作为国内第一个由企业发起、扶助本企业内部员工的福利型基金，经过三年的募捐及投资盈利，基金会资金规模达到 4 千万元，其中企业捐款近 2 千万元，员工个人捐款 1 千多万元，投资盈利 1 千多万元。截止 2009 年 12 月 31 日扶助基金”扶助员工超 300 名，累计扶助金额达 300 多万元。同时公司对“扶助基金”申请程序和发放标准作了进一步的修改和完善，“扶助基金”理事会将更加规范和优化流程、提高审批的效率，并对重大、紧急的员工申请开设“特殊通道”，满足特殊员工的需求，使“扶助基金”的运行和发放更加高效及时。2009 年，家用空调国内事业部制造中心广州工厂刘华胜员工被为确诊患高血压、慢性肾功能不全、尿毒症等，住院费用高昂，医院建议进行肾移植，肾源约 50 万元；公司知晓情况后，立即通过扶助基金捐赠

8 万元。

3)、员工劳动权益保护

公司注重员工的劳动保护，为员工配备了必要的劳动防护用品及设施，以保障劳动安全，并通过模拟训练、宣传教育、技能竞赛等形式增强员工的安全防护意识与能力，此外，公司还每两年一次为所有员工进行免费体检，对特种作业如焊接等员工，定期进行健康检查，公司建立了员工健康体检档案，关注和跟进员工健康状况。

4)、员工培训提升机制

公司注重员工培训与职业规划，公司每年投入巨资，对员工开展“人才梯队培养、专业能力提升和个人素质提升”三个方面的系统教育与训练，同时积极与清华大学、华南理工大学等多所高校加强合作，为员工提供 EMBA、工程硕士等深造机会；公司以“用事业成就人、用人成就事业”的理念，建立了多元和尊重人的人力资源文化，为员工提供成长与发展机会，根据员工职位特点及个人发展意愿，提供“双通道”晋升发展模式，激励员工贡献并与企业分享成功。

图十：员工运动会



5)、科技人才大会的情况

在经济危机的背景下，许多企业节衣缩食，美的却不断加大科技研发投入，本届科技月奖励总额创历史新高，较上年度增幅约 20%。



图十一：重奖科技明星

科技奖励大会对本届科技月特别设置的“技术创新项目奖”、“最佳原创设计奖”等多项鼓励创新大奖给予奖励，奖励额度为本届科技月各奖之最，充分体现了公司鼓励科技创新的决心。此外，奖励大会现场还将颁发首次设立的“基础研究项目奖”，旨在大力倡导发展核心技术，鼓励长期投入进行基础研究。通过新推出“质量创优奖”和“品质模式大赛”等活动，使“品质是企业的生命”的观念深入人心。

2009 年美的十四届科技奖励大会

图十二：科技奖励大会



启动“创新人才工程计划”

本届科技月设立了“创新人才工程计划”项目，加大人才引进力度。此工程涉及人员涵盖各单位技术副总、研发部长、外籍专家、核心骨干等，通过出台

系列辅助科技政策，提升专家的专业水平和在集团的影响力。同时，公司重视技术投入还从组织建设做起，落实各经营单位技术副总的设立，进一步加强对技术副总的责、权、利的匹配。

第三部分 践行道德责任 创造社会和谐

➤ 持续的客户关怀

美的一直持续追求为顾客提供 100%满意的产品和服务，预防和杜绝发生对顾客权益的重大损害。并一贯依据客户需要持续提供理想的产品及服务、引导积极、健康的生活方式。

2009 年美的实施了消费者”全满意”工程，09 年的全满意工程基础（空调安装满意度）上增加了空调、冰箱、洗衣机维修的全满意方案，设定了维修满意度奖励。其措施包括：其一、维修费标准上调，其中洗衣机上调幅度最大并处于行业最高水平；其二、设定了不满意用户处理资源费，对不满意用户进行登门道歉赠送小礼品；其三、加大了网络建设费用，加强了一二级网点专业能力提升及三四级网点覆盖率。

2009 年，在售后服务方面，公司在不断扩大“心连心推广站”覆盖面的同时，开始对售后呼叫中心进行大范围扩容，并根据消费者的实际需求，增加了特色方言服务，将家电下乡的售后服务水平提高到了全新的高度。

除了数量上的扩充外，服务代表不仅能熟练地应用普通话与消费者交流，还能用四川话、湖南话、广东话、福建话以及江浙方言与消费者交流。方言服务的增多，能更好地促进服务下乡的开展，尤其是针对不习惯说普通话的农村老百姓，这意味着美的售后服务更贴心、更本地化。

2009 年，3 月 2 日，美的启动直流变频空调“美的品质，全民见证”品质见证月活动，在全国 24 个核心城市同时发布承诺宣言：2009 年 3 月期间，凡购买美的直流变频空调的全国消费者，均享有“安装后 1 月内无条件退换”的品质承诺。“无条件”三字显得弥足珍贵，也就是说消费者在购买美的直流变频空调 1 个月内，出现任何的不满意均可无条件退换。

启动仪式上，数十名代表宣誓，宣告了中国家电维修协会授予美的空调认证

证书的 100 名变频空调培训师和 10000 名变频空调服务工程师正式“持证上岗”

图十三：美的 10000 名经过中国家电维修协会培训认证合格的变频空调服务工程师持证上岗。



➤ 为公益及社会教育助力

在保持企业高速发展的同时，公司不忘回报社会，注重考虑社区利益，构建和谐、友善的公共关系，在兼顾公司和股东利益的情况下，积极参加各类社会公

图十四：捐资建立美的林



益活动，在助学助教，医疗卫生、赈灾救难、文化体育等多方面为“和谐社会”建设作出积极贡献。

2009年，公司先后捐赠佛山市政协民主大院建设，捐赠北滘镇慈善基金会、捐赠北滘镇春节慰问贫困户资金、捐赠北窖镇重阳节敬老慰问金等等。北窖镇镇

图十五：给孤寡老人送上新年的问候



长冼阳福表示：“美的善举将惠及我镇2万多人，其中有4000多名鳏寡、贫困、残疾人员，13300多名60周岁以上的老人以及多间幼儿园、小学及敬老院。美的集团的仁义善举，进一步树立了乐善好施的社会良好风气，对北窖慈善事业的发展起到了示范性作用”。

图十六：探望孤寡老人



图十七：员工为福利院送去物资



2009年4月20日，公司空调、冰箱、洗衣机事业部在淘宝平台，以旗舰店的身份进行慈善爱心义卖/拍卖活动。各个事业部提供了产品参与义卖和拍卖，销售所得款项将全部用于采购文体用品，统一捐助给汶川爱心希望小学。

发展壮大的美的同时也深知企业和社会的发展离不开人才，为让更多的人得到教育和训练的机会，公司在其发展的16年中十分重视在教育事业方面的资助，包括设立美的奖学金、开展美的高校系列公益讲座等。同时先后捐款助建了顺德大学、捐助美的芜湖希望小学、捐助延安韩庄村希望小学、捐助四川雅安金花村希望小学等。

2009年9月1日，公司协同易方达基金共同捐助的在汶川大地震中严重受损的香水乡广爱小学于8月26日落成竣工，并于9月1日投入使用。

➤ 关注自然环境

公司一贯坚持可持续发展的方针，充分认识到环境与企业的可持续发展之间的关系，重点加强工厂内、外部环境体系建设。

公司力求所有的经营过程与环境全面、协调、可持续发展，致力于改善和提升产品全寿命周期内的能耗和环境绩效表现，维护生物的多样性及促进相互和谐共生，为人类家园的明天和地球的可持续发展而不懈努力。

主要污染物治理

公司生产以产品总装为主，污染物主要来自产品所需的钣金配件加工过程及注塑配件加工中。相应地，公司均已针对性地配置了污水处理站等处理设施，并每年投入大量资金保证运行及维护，使得污染物符合排放标准，保证生产对环境 and 员工的无害化。

美的主要污染物及治理

污染物名称	所含有有害成分	来源	相应治理
粉尘	环氧树脂、聚酯树脂等	钣金件配件喷粉加工	全自动化环保喷涂生产线
机械设备运行润滑油	无	加工机械设备运行	导流系统直接回收
生活污水	无	生活用水	无需处理
油烟	无	员工食堂餐饮烹调	油烟净化装置

节能降耗

公司对环境及资源的消耗包括原材料、水电气等的使用，通过产品回收设计、材料损耗定额管理、生产效率提升等举措，降耗增效，持续改善和提升环境和资源利用的效率和绩效。

除了产品研发阶段的用能设计之外，美的推行精益生产、推行 6Sigma 革新管理、推行 5S 现场改善，持续改善和优化并积极减少生产过程中能源及物料浪费，提升生产效率。

涉及产品过程	主要应对做法
设计	<ul style="list-style-type: none"> ● 推进 WEEE 可拆解回收设计 ● 推进 EuP 产品耗能设计 ● 推进产品标准化，提高产品通用及互换性

制造	<ul style="list-style-type: none"> ● 通过 MRP 实施材料定额管理 ● 推进 lean 精益生产，提升劳动生产率和效益 ● 实施 6Sigma、QC，降低废品率 ● 推进 TPM 技改革新，提高设备利用率 ● 推进 7S 现场管理，改善物流及减少浪费 ● 实施错峰用电、节约用水 ● 开展“一个点两个亿生产节约” 全员活动
其它	绿色采购、倡导无纸化办公等

环保生产

公司在生产过程对环境产生的影响主要来自于产品五金配件的加工，并为此投入千万元/每条建设了先进的环保喷粉生产线，投入百万元/每条建设了先进的浸漆生产线，实现环保生产。

同时，针对生产过程中产生的废气、废渣，建设了水渣分离净化及回收系统、污水处理站等相应处理及回收环保设施，并委托具有国家认可资质的回收公司定期进行废渣回收处理。

图十八：噪声控制——重要噪声源建隔音房、员工配戴耳塞



图十九：固体废物控制——危险废物交资质单位处理



图二十：废气控制——加强抽排风，定期委外监测合格



公司认为，要实现环保生产有赖于供应链的协同保障和提升。在生产经营活动中，响应和遵守环保法规及贸易约定要求，在保障绿色生产的同时，积极把环保推广及实施到采购活动中，通过技术支持等形式协助供应商改善提升，倡导和打造绿色供应链。

2005 年起，公司成功实施 RoHS 应对项目，建立起有害物质供应链管控体系，走在国内前列。

图二十一：环保交流活动——与日本 TCC（股东）的环保交流



图二十二：环保公益活动





➤ 倡导节能产品

公司从产品生命周期角度出发，从设计源头开始，环保理念贯穿整个设计、研发、采购、制造、销售、服务等方面，本着持续改进的态度，属下各产品经营单位都在努力为社会提供更加节能降耗、可循环利用、对环境影响更小的产品。

2009 年，公司注重关键技术和前沿技术的发展，空调持续以变频空调技术为关键技术进行突破，冰箱和洗衣机也以高端产品线发展为目标，在高端冰箱（梵帝罗系列）及滚筒洗衣机获得巨大成就。

空调方面：2009 年公司获 2009 年空调行业内外销总量冠军、2009 年冷冻年度变频空调销量冠军、2009 年冷冻年

图二十三：变频获奖图片



2010 年公司在 2010 年家电下乡招投标中，变频空调(挂壁式)实现了全无氟

设计，用 R410A 无氟环保新冷媒替代传统制冷剂 R22，并且全面普及 10 赫兹超低频运行技术，让农村消费者也能享受环保变频空调的出色性能。

美的联合国际权威认证机构美国 UL 公司日前在顺德总部宣布，美的全球首家获得无氟环保变频空调 UL 北美安全认证证书。攻克三大高端市场后，亚太、东欧、拉美、非洲等市场拓展已无技术障碍，美的变频空调在全球市场的拓展已经驶入了快车道。

2009 年 9 月，美的推出 4HZ 的低频美的变频银河 I180+运行占据了变频空调市场的制高点。4HZ 状态下，银河 I180+耗电仅为 60W，这也将成为整个行业的终极低耗能水平。

2009 年 10 月，第六期节能产品政府采购清单出炉，在所纳入的 220 个变频型号中，美的以 59 个型号领跑于国内外变频空调品牌。

冰箱：作为我国冰箱节能技术领先品牌，美的一直以节能环保为己任，十分注重冰箱节能技术的研发，其产品节能水平已稳居全球领先地位。2009 年公司推出了多款欧式的高端节能空调；采取多种技术来全方位提升产品的节能性，如采用新型多元发泡技术、低功耗电器元件、CAE 性能仿真设计等等。

美的中央空调提醒您：
“锁定 26^{°C} 空调节能在行动”



2010年，美的冰箱在本轮家电下乡中标产品全部为一级能效产品，24小时耗电量仅0.29度的下乡产品多达6个型号，代表了中国节能冰箱技术的最前端。

洗衣机：公司下属控股子公司小天鹅成功研制出我国首台直流变频洗衣机。2000年小天鹅变频洗衣机便通过国家级鉴定，单位容量洗涤耗电0.012度，用电量仅为普通洗衣机的一半，仅为当时国家标准的三分之一，成为国内变频节能洗衣机的先驱。

小天鹅已经将变频技术全面应用于高端波轮和滚筒洗衣机产品，如科技感十足的小天鹅液晶变频雾态洗水魔方、10Kg超大容量的小天鹅比佛利变频滚筒等，均成为市场的热销的主流高端洗衣机。

在节水技术上，小天鹅推出的“水魔方”波轮成为了洗衣机行业的经典之作并不断推陈出新，靓丽多彩的“衣炫水魔方”等新品热销不衰。”

2010 展望

2010年，在未来的发展过程中，公司将一如既往地信守“为人类创造美好生活”的社会责任承诺，恪守“绿色经营、责任美的”经营发展，持续CSR改善，为社会的可持续发展发挥积极作用。

公司仍然将通过守法、诚信、稳健、持续的经营，为员工、客户、股东和社会不断创造新价值；并以关注民生、热心公益、扶困济贫、奉献爱心作为企业履行社会责任的主要核心，为创建和谐社会，真诚履行社会责任，做节能产品，立志成为社会和谐企业。

