



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

(2024 年度)

海鸥住工 2024 年度社会责任报告

对象期间

2024 年 1 月 1 日 - 2024 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、广州海鸥住宅工业股份有限公司厦门分公司、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、珠海爱迪生节能科技股份有限公司、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、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2024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2024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	11
2.4 体系管理	12
2.5 产品介绍	12
2.6 参展情况	14
三、企业文化及价值观	15
四、人才政策	16
4.1 人才发展战略	16
4.2 教育与培训	17
五、员工福利体系及权益保护	20
5.1 员工福利政策	20
5.2 员工关怀政策	20
5.3 劳动安全保障	21
六、股东及债权人权益保护	22
6.1 投资者权益保护	22
6.2 投资者关系管理	22
6.3 投资者回报	22
6.4 信息披露	22
七、客户、供应商权益保护	22
7.1 客户满意	23
7.2 绿色采购	23
八、反腐倡廉	24
九、环境保护及可持续发展	24
十、社会公益事业	25
10.1 【广东省海鸥文教基金会】	25
10.2 公司公益活动	27
十一、未来展望	27

一、前言

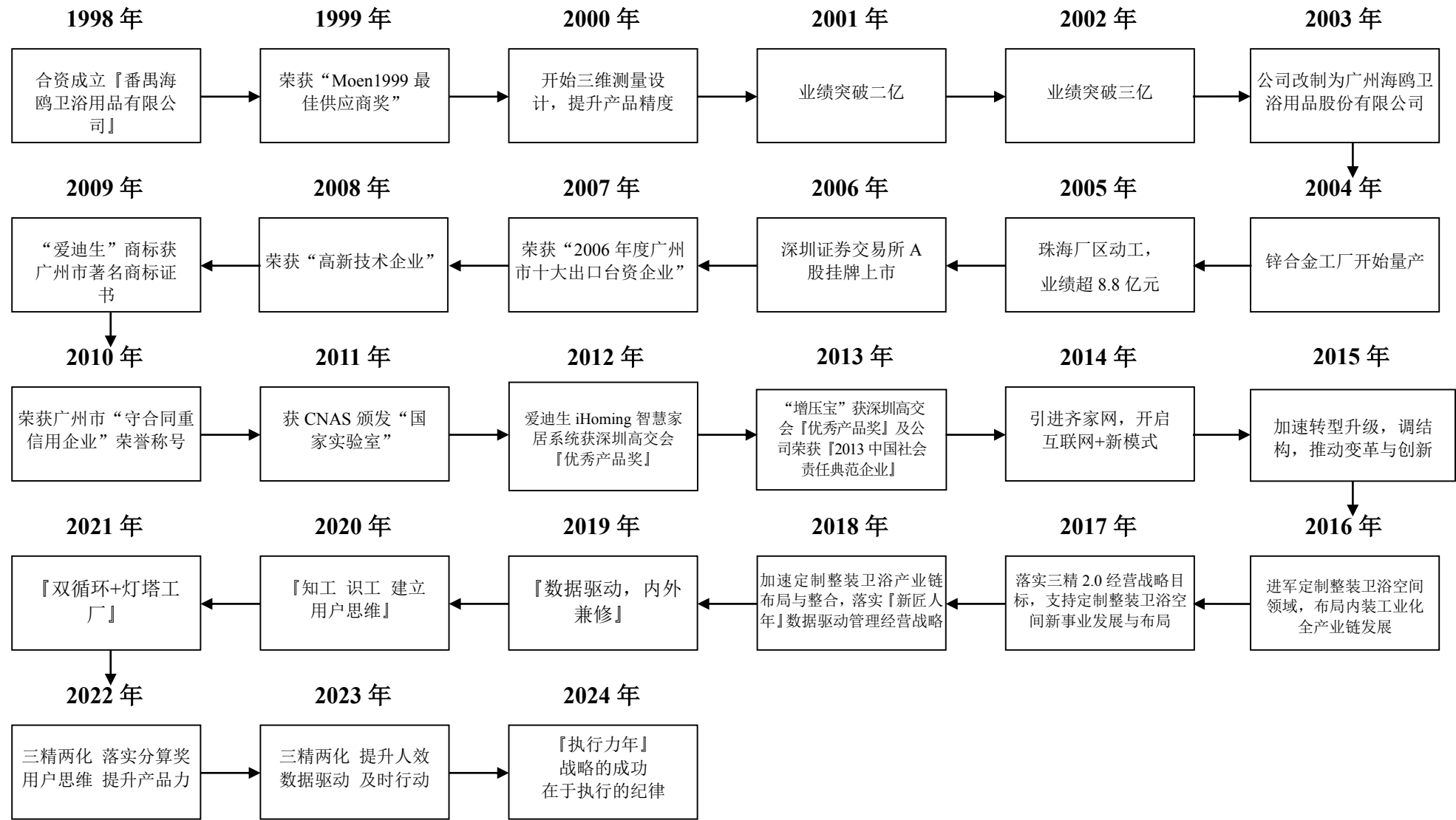
公司致力于内装工业化以装配式整装厨卫为核心的全产业链布局与发展。

2024 年，公司经营管理以『执行力年』为指导经营方向，内部持续推进三精两化，降本增效，收紧财务杠杆，降低资产负债率，对标 ROE 的有效增长，在主业稳健发展的基础上，逐步转型，积极布局寻找第二增长曲线，以实现持续健康发展。面对复杂外部环境，公司采取外销及内需市场并重的双循环策略，着力推动与国外重要客户的合作纵深，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，打造高品质装配式内装工业化服务。公司在内需市场采取 CHINA-ASEAN 布局，将中国+东盟十国以共同市场+共同供应链持续发展。技术研发与产品创新为公司的核心竞争力，公司研发设计团队持续聚焦健康、环保等议题，融入品牌理念和技术创新，以满足消费者个性化和差异化的需求，自主设计的多款产品斩获德国 iF、Red Dot 等国际工业设计大奖。水龙头事业持续推进数字化和信息化的运营战略，优化组织，推动精益生产，产能整合向效益型转变。各品类聚焦战略，深耕开拓丰富渠道，磁砖品牌和陶瓷品牌携手升级服务，实现资源共享、渠道共建，向全渠道、全品类、多元化的方向发展，提供更丰富多元的产品与服务；装配式整装业务及整体橱柜业务整体均保持保守稳健策略；智能家居板块着重提升国内外业务开拓，获得多项新项目的开发机会，为智能终端品牌提供多元产品服务，推动三精两化的经营战略，持续降本增效，自动化、信息化赋能。

公司自成立以来，始终秉持“以人为本、自由平等”的价值观，视员工为企业发展最为宝贵的资源，关注员工需求和支持员工发展，通过系统培训、有效激励等多元举措，充分挖掘员工的潜能；积极营造宽松且公平的工作环境，让每一位员工真切感受到尊重与重视，以激发其积极性和创造性；鼓励员工参与公司管理决策，主动为公司发展建言献策，切实推进管理的民主化；注重员工个人价值的提升，为员工提供成长和发展的机会，充分提高了员工的满意度，增强了内部凝聚力，支撑公司在市场竞争中取得优势。2024 年度，公司持续深入贯彻“造好产品，先育好人”的理念，坚定地将建立学习型企业、培育学习型员工作为宗旨，尤其重视提升员工的能力建设，通过采取线上线下融合、理论与实践结合、集训与自学互补的方式开展新员工培训、企业合同法律风险防控培训、CQC 产品认证知识&技能培训、供应链重构培训、职业病防治知识培训、AIGC 人工智能内容生成师培训、多能工专项培养，以及海鸥读书会、内部培训和早集会高管分享等多种形式培训，提高员工专业技能、职业素养、团队精神以及创新能力，培养团队成员学习能力和适应能力，持续成长，认同并接受企业价值，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。2025 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 2024 年 12 月 31 日，公司注册资本为 646,056,040 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。公司主要从事装配式整装厨卫空间内高档卫生洁具、陶瓷、浴缸、淋浴房、浴室柜、整体橱柜、瓷砖等全品类部品部件的研发、制造和服务，在智能家居领域主要从事智能门户、安防工程的持续布局。

公司是国家高新技术企业、广州市首批认定总部企业、商务部加工贸易转型升级示范企业、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、广东省省级企业技术中心。公司拥有多项核心自主知识产权，是国家知识产权优势企业、广东省知识产权示范企业，并获得中国专利优秀奖、广东省省级专利奖金奖和银奖以及国家知识产权管理体系认证证书。公司还获得广州市创新型企业、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、广州海关高级认证企业等荣誉，通过了 ISO9001 质量管理体系认证、ISO14001 环境管理体系认证、ISO45001 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、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，被评为 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。公司已成立研究开发中心并不断建设升级，重视环境保护和碳排放政策的贯彻执行，不断提升绿色生产和绿色制造水平，并获得产品碳足迹认证证书。子公司四维卫浴获商务部颁发“中华老字号”称号。

2025 年，公司以『创新驱动发展年』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

2024 年度，公司以经营指导方针『执行力年』推动落实公司战略目标。公司 2024 年度实现营业收入 285,395.75 万元，比去年同期 290,405.61 万元下降 1.73%；归属于上市公司股东的净利润-12,381.20 万元，比去年同期-23,252.91 万元减亏 46.75%（以上数据经审计）。

1、聚焦外销业务转型，加速海外能力提升，持续推动国内外双循环策略

公司主营业务以出口欧美为主，聚焦在卫浴及厨房产品整组龙头及部品部件的制造服务与销售。报告期内，外销业务发展环境依旧错综复杂，从全球经济格局来看，世界经济复苏步伐迟缓，增长动能不足，使得外需增长态势极不稳定，主要市场补库存力度和持续性不足，

地缘政治、贸易壁垒、航运价格等干扰因素，业务持续性也面临较多的不确定性，核心仍然表现在决定竞争力的成本效应和决定风险的脱钩效应。部分发达国家经济增长动力不足，频繁采取贸易保护措施，设置贸易壁垒，增加企业成本和市场准入难度；地缘政治等问题导致贸易线路受阻，增加了运输成本和物流风险。

为顺应市场变化以及逆全球化的发展趋势，公司采取外销及内需市场并重的双循环策略，着力推动与国外重要客户的合作纵深，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，打造高品质装配式内装工业化服务。公司在内需市场采取 CHINA-ASEAN 布局，将中国+东盟十国以共同市场+共同供应链持续发展。越南工厂作为公司“一带一路”、东盟十国市场的重要布局，持续构建全品类、全制程制造服务能力，不断夯实整体品质体系，大力发展整组产销；推动外购及自制零件的模组化率，快速提升整组产出规模。通过自动化、数字化、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；通过标准产线建立，开发自动化设备，推动自动化产线落地；落实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；努力培养干部及重点瓶颈产业工人当地化，逐步降低人力成本。目前越南巴顿工厂已通过 SA8000 企业社会责任管理体系认证、ISO17025 实验室管理体系认证以及实验室 IAPMO 认证；加速构建模具设计制作能力，逐步成为功能齐全的生产制造基地。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力保障。

水龙头事业持续推动数字化和信息化的运营战略落地；持续优化组织，组建面向大客户的 CBU 职能，提升客户响应速度，提供更加专业、个性化和高质量的服务，在竞争中取得优势；同时调整运营中心组织，实现组织扁平化管理，以提升在国内外多制造基地、同一个标准的运营效率。在自动化执行方面，持续推动小灯塔工厂的建设，通过信息化蓝图，在整合 MES 系统、WMS 和智能立体仓库，导入整组模块自动化，通过协作机器人柔性自动化组装线、自动包装线以及精益工作台的全线联动，实现组装车间物流自动化。在仓储智能物流方面，增加内部 AGV 智能物流，减少人力搬运成本；持续推动精益生产，消除组装工序无效动作浪费和搬运浪费，通过人因工程科学设计，逐步导入第三代精益工作台。在供应链拉动改善方面，持续推动 TPS 落地，进料 JIT、看板、物流自动化、聚焦在制周转速度和库存控降，提升效率。整体上，公司更加关注到消费者个性化、场景化需求等变化趋势，开展更加主动、精细的品牌定位与产品研发，加速精益生产推动，通过利用数字化、信息化、自动化持续赋能，构建更加透明化、可视化、数据化的服务与交付标准，为业务发力提供强有力的服务保障。同时，为应对国际化的竞争态势，整合产能资源，从原来产业聚集地为核心的生产基地，逐步集中优势产能形成规模化生产基地，同时加大柔性化生产制造，自动化及信息化结合的现代化工厂，逐步组建模块化生产线，实现多品类共线生产，提升设备利用率，缩短产品研

发及模具更换时间，缩短订单响应周期，实现产能整合和资源优化；同时充分调动供应链的资源优势，形成资源互补，减少重资产投入，逐步转向轻资产运营，构建更具有韧性的产业体系，推动从规模到质量效益型转变。报告期内，五金龙头类产品实现营业收入 161,234.97 万元，比去年同期 145,660.91 万元增长 10.69%。

2、以创新驱动，为用户创造更高价值的产品与服务，构建核心竞争力

技术创新是家居行业发展的核心驱动力。企业需要不断创新，包括产品设计、材料应用、制造工艺、智能化技术等方面，以适应市场变化和消费者需求。例如，智能家居技术的不断发展，家居行业数字化转型加快，线上线下渠道深度融合，这些都是创新驱动的体现。同时家居品质消费趋势的变革正在重新定义人们的生活空间，从智能化、个性化到健康环保、功能美学，消费者的需求日益多样化和复杂化。企业若想在变革中脱颖而出，就必须细腻捕捉和响应这些变化，不断创新与精进。

随着新生代消费者的逐渐成熟，客户的喜好与偏好将强力推动市场向个性化与精细化发展。未来的家居市场将被品质、创新、定制化和智能化等潮流深深塑造，企业只有不断追求创新，以新质生产力构建竞争力，为用户打造价值更高的产品，才能迎来更大的发展空间和机会。先进技术和创新产品加速提升不同年龄层用户的生活品质。受国家政策导向，设计要求朝着更绿色、更智能、更环保的方向高质量发展。由于中国人口老龄化趋势进一步加剧，适老化产品设计也已成为当前消费者的重要需求之一。因此，产品设计除了在原有功能实现的基础上，逐步转变为差异化定位、多元化产品设计，创新驱动朝着智能化、节水节能、适老化、健康监测、产品薄型化、轻量化、安全、人性化、品质生活等方向发展。新型材料和技术也将被用于确保产品的监控安全，未来产品设计趋向于集成化设计、多功能的集成，以节省空间并提升用户体验。同时公司积极拥抱智能制造技术、探索智能化、个性化、节能环保、健康安全、集成化设计、自动化生产以及人工智能和大数据的深度融合。技术研发与产品创新为公司的核心竞争力。报告期内，公司研发设计团队持续聚焦健康、安全、环保等议题，紧跟全球最新的风尚趋势，融入品牌理念和技术创新，不断呈现产品设计创新成果，以满足消费者对卫浴、五金、智能化以及整体空间等个性化和差异化的需求，推动行业革新产业升级。公司持续不断优化、迭代、创造更符合消费者品质升级型需求的产品，塑造更智能化、理想化的厨卫空间生活场景，引领生活方式更舒适、可持续发展。报告期内，旗下品牌联合参加第 28 届中国国际厨房、卫浴设施展，汇集资源优势，展示了公司强大的整屋空间硬装一站式集采实力。设计团队自主设计的多款产品斩获德国 iF、Red Dot 等国际工业设计大奖，展示了公司较强的研发设计能力，产品设计成果将不断地转化为实际订单，持续推动产业升级，拉动公司未来的业务增长。

3、深耕渠道、品牌赋能终端，资源整合谋求新发展

面对紧缩的市场需求，泛家居企业仍需要攻入存量旧改市场补足品质进阶型消费需求，还要有足够的定力切实维护好消费者的利益和市场秩序。通过技术创新和过硬的产品服务，为用户创造更好的消费体验。报告期内，各品类聚焦战略，持续整合提升运营效率，深耕开

拓丰富渠道，通过线上线下媒体宣传品牌价值，数字化及信息化，品牌赋能终端客户，谋求新发展。同时，在 2024 年下半年开始，品牌事业重新规划调整布局，变革创新，磁砖品牌和陶瓷品牌携手升级服务，实现资源共享、渠道共建，互相引流，互相加持；在统一平台资源链接下，向全渠道、全品类、多元化的方向发展，巩固和提升品质基础上，为消费者、经销商及合作伙伴提供更丰富多元的产品与服务。

冠军磁砖持续秉持“品质为基础·创新为发展·服务为依归”的品牌理念，不断追求以品质生活筑造美好人居。冠军磁砖持续引领创新，多渠道全面稳健发展，不断寻求新的尝试与突破。产品作为冠军品牌发展基石，长期专注产品的创新研发，特别集中于触感、质感两大维度的迭代。冠军磁砖始终贯彻“品质就是硬道理”的品牌理念，为广大消费者提供前沿的美学空间产品解决方案，融合国风人文与现代家居潮流设计美学，重磅推出徽派印象，运用极致工艺与技术，将传统与现代完美融合，既传承了文化精髓，又展现了现代家居的时尚魅力；逐步通过设计、工艺等技术升级，持续深化冠军形象产品系列徽派印象，将当代国风简素审美融入家居空间，捕捉更适合国人文化和精神诉求的生活方式。同时，自 1999 年冠军石系列引领风潮，冠军磁砖历经五代技术革新，地新岩、古生岩、熔岩、奥斯陆等岩系产品相继问世，纹理逼真、性能卓越，凭借独创研发技术平台 Champion-V 的不断升级，冠军岩系应运而生，自然之美与现代审美交相辉映，蕴自然精髓，展现纯粹之美，满足消费者对美好生活的向往。新品石光系列完美复刻石材纹理色泽，一次成型坚硬耐磨，超低吸水率，防雾易清洁，通透的视觉效果将自然石光与空间设计完美融合，为用户打造悦享新生的居住体验；新品雅质系列运用闪点细粒面工艺，打造出细腻光滑又防滑耐磨的砖面，视觉效果丰富，物理性能强；规格含 800×800mm、600×1200mm、750×1500mm 子母砖配套多样；10 月全面升级第 6 代产品岩魔方问世，该系列以空间多变、色彩为核心灵感，巧妙融合岩石的自然之美与魔方的创意组合，从而激发家居空间的无限潜能。该系列打破传统束缚，以超越常规的独特设计，为居住者带来真正的归属感。在渠道开拓方面，冠军磁砖稳中求突破，多渠道全面稳定发展，积极发挥冠军磁砖在工程、设计渠道相关优势，持续深化与各设计院、工程方的战略合作。报告期内，冠军磁砖与重庆兄弟装饰达成战略合作，双方资源共享，优势互补，为广大用户提供更高品质、更精细化的家居产品和服务。同时着力零售端的全国招商布局，以省会城市为中心，逐步下潜至三四线甚至县级城市，大力推动全国各地运营中心的成立，更快速响应服务客户。冠军磁砖在新媒体矩阵布局上倾力投入，全力开拓营销新领域，精心搭建品牌抖音矩阵，为经销商提供强大支持，实现流量高效转化，从而带动线下销售增长。冠军磁砖特别策划 2024 年抖音挑战赛，以冠军品质家为话题，激励终端长效运营，共同打造品牌抖音达人的新高度。报告期内，冠军磁砖在江苏常熟、苏州、浙江诸暨、南京等地终端门店落成，门店通过规范化的视觉标准，展现了冠军磁砖的高端化视觉空间形象，打造出既美观又实用的美学空间，为消费者带来全新的购物体验。冠军磁砖凭借强大的品牌竞争力和高质量产品力再度被行业认可，自 2022-2023 年连续荣获全国百家质量检验诚信标杆企业、全国质量诚信标杆企业的殊荣后，2024 年再次加冕全国产品和服务质量诚信示范企

业称号，5 月荣获第 20 届新锐榜国潮精品奖，6 月荣获 2024 年度消费者喜爱十大品牌等殊荣，7 月两类产品凭借安全性能和耐磨性能荣获沸腾质量奖，9 月荣获 2024 年全国质量月质量诚信倡议企业，10 月冠军磁砖荣获第 12 届中意陶瓷设计大奖赛三大奖项，11 月荣获 2024 年度消费者喜爱品牌殊荣。报告期内，外部环境复杂多变，瓷砖业务精心布局，勇于变革，以创新驱动发展，积极寻求突破，瓷砖业务实现营业收入 67,953.66 万元，比去年同期 68,754.68 万元下降 1.17%。

报告期内，浴缸陶瓷业务将四维品牌中心和制造中心重新整合，以提升整体运营效率。四维卫浴通过与冠军磁砖达成深度战略合作，开启跨界联合新篇章。双方打破行业界限，在产品设计研发、市场营销推广、渠道拓展建设等多个关键领域展开深度协同合作，通过共享优势资源与广阔渠道网络，将卫浴与瓷砖两大品类的专业优势有机融合，为消费者量身定制一站式、高品质的家居整体解决方案，推动家居产业融合发展迈向新高度。四维卫浴也依托深厚的品牌底蕴，持续发力创新探索，助力品牌稳步发展，在研发创新、用户服务、市场拓展、行业交流等领域秉持初心，为用户缔造更美好的卫浴生活。报告期内，四维卫浴感恩用户，传承创新精神。在 3 月 15 日消费者权益日，启动“寻找 20 年老用户”感恩回馈活动，以真心回馈用户信赖，推出免费换新服务。在新产品矩阵中，驱动智能生活升级，推出了融合前沿时尚设计元素与先进智能科技的尼娅系列智能马桶，集座圈加热、高效节能、座圈抗菌、离座冲水、脚感冲水、阻尼缓降六大核心功能于一体的高性价比的轻智能座便器，凭借精准灵敏的智能感应技术与简约省地的壁挂式感应小便器，以及里美、水云间、艾伦等五金龙头陆续上市，以满足消费者对高品质生活的追求。同时，四维卫浴不断加速拓展线下地标门店，2024 年 4 月重庆 800 m²体验馆盛大开业，2024 年 10 月成都富森美家居旗舰店开业，同时通过四川区域经销商会议，强化合作纽带，携手深耕西南市场。2024 年 6 月，重庆市商务委员会、市文化和旅游发展委员会联合江北区人民政府举办第三批中华老字号授牌仪式，四维卫浴接受“中华老字号”授牌，现场展示的智能马桶、陶瓷座便器、五金龙头、置物淋浴花洒等产品，充分展现品牌在新时代背景下的创新活力与坚守传承，彰显老字号的品牌魅力。同年，在 CBDA 住宅产业红鼎创新大赛上，四维卫浴兰亭花洒凭借独特创新设计与卓越性能表现荣获铜奖，为品牌产品创新再添佳绩，进一步提升品牌在住宅装饰行业的影响力。在第十八届中国厨卫行业高峰论坛中，四维卫浴荣获厨卫行业产品质量金奖、卫浴焕新优选品牌、十大卫浴品牌三项重量级大奖。2024 年 12 月，2024 世界卫浴大会上，四维卫浴揽获技术领先、人气产品两项大奖。近年来，四维卫浴相继荣获十几项德国 Red Dot、德国 iF、日本 Gmark、美国 IDEA 等国际设计大奖。四维卫浴以传承为源，来弘扬传统文化，以创新为河，打造新质生产力，做好产品、为品牌加值、为顾客提供惊喜的服务。报告期内，浴缸陶瓷类产品实现营业收入 13,233.29 万元，比去年同期 19,203.25 万元下降 31.09%。

受房地产产业的深度调整，叠加消费需求、资金链、消费者信心、供应链以及政策环境等多方面因素影响，公司主动收缩高风险业务规模，控制资金风险，聚焦存量市场赛道，积极培育探索其他的业务增长点，装配式整装业务及整体橱柜业务发展均不及预期，整体均保

持保守稳健策略。报告期内，装配式整装业务定位整体服务，积极开拓战略客户，推进集采平台入库，以保障房整装、酒店公寓、旧改、公共厕所等为主进行业务开拓，同时探索部品部件外销的业务机会；持续以材料和工法为技术突破进行产品升级，寻求产品差异化；通过信息化、数字化项目赋能，整合销售及工厂端供应链及技术端口，有效提升整体运营效率。同时，公司持续探索整装卫浴在 C 端的业务机会，持续在 48 小时厨卫阳焕新项目的实施过程中，通过快速、专业的施工团队和高效、环保的施工材料，实现厨卫阳空间的快速焕新。该类项目是公司整合优质业务资源，通过线上渠道进行的初步探索，在住宅翻新、改造、升级项目中有更全面的经验积累，公司也将以此为契机，充分发挥装配式制造和工法优势，完善施工队伍以及后续的安装交付全业务流程，确保焕新后的空间不仅美观舒适更符合现代家居的健康标准，充分为旧改市场提供更加全面、专业的卫浴空间解决方案和服务做好示范。报告期内，装配式整装业务实现营业收入 2,362.45 万元，比去年同期 6,853.67 万元下降 65.53%，未来装配式整装业务将拓展至旧改、保障房等存量业务以及 ToC、EPC、商办、外销等各赛道业务。定制橱柜仍采取保守稳健经营的策略，在业务层面上，持续完成保交楼业务收尾工作，拓展开发龙光、中海、国贸、融创、旭辉等其他意向客户，拓宽业务渠道，提升销售规模。在产品层面上，积极推进门墙阳台柜一体化整装定制产品落地，提高客单值。在运营层面上，持续推动精细化管理，降本增效，提升服务质量，增强客户满意度。报告期内，定制橱柜业务实现营业收入 6,647.36 万元，比去年同期 15,228.82 万元下降 56.35%。

4、智能家居持续夯实业务能力，实现业绩稳健增长

公司智能家居板块以控股子公司珠海爱迪生独立运营，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。拥有研发中心专门负责产品设计与研发，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，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。珠海爱迪生为新三板创新层非上市公众公司，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。

珠海爱迪生持续以空调智能控制、阀门、暖通智能控制、系统集成及物联网科技产品的深度研发、生产及销售，积极开拓以创新为引领，持续加大研发投入，加大智能家居自有部品和服务的市场开拓力度，全力提升总体经营质量。目前已拥有 30 多项专利、产品获多国认证。报告期内，珠海爱迪生着重提升国内外业务开拓，获得多项新项目的开发机会，持续为各大智能终端品牌制造商提供多元化的产品与服务，满足产品创新需求，为其持续经营发展奠定了良好基础。在运营方面，推动三精两化的经营战略，持续降本增效，自动化、信息化赋能。报告期内，珠海爱迪生实现营业收入 24,856.24 万元，比去年同期 27,203.33 万元，下降 8.63%；归母净利润 3,036.95 万元，比去年同期 2,971.72 万元，增长 2.19%；经

营活动产生的现金流量净额为 3,897.41 万元，比去年同期 1,613.11 万元，增长 141.61%。

2.3 重要荣誉

2024 年 1 月	承鸥荣获 2023 年度纳税信用 A 级纳税人 公司荣获 2023 年度伙伴薪酬福利典范企业
2024 年 2 月	公司自主设计六款产品荣获德国 iF 设计奖
2024 年 3 月	四维卫浴通过职业健康、质量、环境管理体系认证年审 海鸥冠军荣获 2024 全国产品和服务质量诚信示范企业 海鸥冠军荣获沸腾质量奖 2024 安全性能标杆奖 海鸥冠军荣获沸腾质量奖 2024 耐磨性能优+奖
2024 年 4 月	四维卫浴荣获第七届 CBDA 住宅产业（红鼎）创新大赛铜奖 四维卫浴两款产品荣获 2023 “泸永江”工业设计创新大赛三等奖 四维卫浴一款产品荣获 2023 “泸永江”工业设计创新大赛一等奖 公司一套水龙头产品荣获产品碳足迹认证 海鸥（越南）住工荣获 SA8000 社会责任管理体系证书 公司自主设计一款产品荣获德国红点奖 公司荣获 2023 年上市公司投资者关系管理最佳实践
2024 年 5 月	海鸥冠军荣获第 20 届陶瓷卫浴新锐榜国潮精品荣誉称号 海鸥冠军荣获 AAA 级诚信供应商 海鸥冠军荣获 AAA 级诚信经营示范单位 海鸥冠军荣获企业信用 AAA 级等级证书 海鸥冠军荣获建筑材料行业 AAA 级诚信单位 海鸥冠军荣获 AAA 级质量、服务诚信单位 海鸥冠军荣获 AAA 级重合同守信用企业 海鸥冠军荣获企业 AAA 级资信等级证书
2024 年 6 月	海鸥冠军荣获第 14 届建筑卫生陶瓷消费者喜爱十大品牌 四维卫浴荣获商务部“中华老字号”称号 公司自主设计一款产品荣获美国 IDEA 奖 海鸥冠军荣获建筑卫生陶瓷 2024 年度消费者喜爱十大品牌
2024 年 7 月	承鸥通过 SA8000 审核并获得 SGS 颁发的认证证书
2024 年 8 月	海鸥（越南）住工获得 ISO9001 质量管理体系证书
2024 年 9 月	四维卫浴荣获 2024 厨卫行业产品质量金奖 四维卫浴荣获 2024 卫浴焕新优选品牌 四维卫浴荣获 2024 十大卫浴品牌 公司荣获 ISO 22301:2019 业务连续性管理体系证书 承鸥荣获 ISO 22301:2019 业务连续性管理体系证书

	海鸥冠军荣获 2024 年全国“质量月”质量诚信倡议企业
2024 年 10 月	公司自主设计两款产品荣获日本 G-Mark 设计奖 海鸥冠军荣获第 12 届中国意大利陶瓷大奖赛优秀创意产品等 公司荣获深交所信披工作评价结果最高评级 A
2024 年 11 月	海鸥（越南）住工荣获 IAPMO 认证证书 公司通过 2024 年国家知识产权管理体系标准年度审核 海鸥冠军荣获 2024 榜样力量年度消费者喜爱品牌 公司荣获 2024 年上市公司董事会典型实践案例
2024 年 12 月	公司荣获中国银行 2024 年度十佳战略合作伙伴奖 公司荣获建设银行 2024 年度国际业务最佳合作伙伴奖 珠海爱迪生荣获广东省 2024 年高新技术企业认定 珠海雅科波罗荣获广东省 2024 年高新技术企业认定 公司通过 2024 年广东省名优高新技术产品认定 公司荣获广州市和谐劳动关系企业 AAA 级 公司董秘荣获 2024 年第六届最受机构投资者欢迎百佳董秘 公司荣获 2024 年上市公司董办优秀实践案例 公司荣获投资者关系金奖（2023）杰出 IR 团队

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。2024 年顺利完成 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三年换证审核。顺利通过 ISO10012 测量管理体系和 SA8000 社会责任管理体系年度监督审核。

公司已于 2024 年 9 月成功通过 ISO22301 业务连续性管理体系认证，公司在确保业务连续性、满足客户交付需求方面取得了显著进展。这一成就标志着公司在业务安全与韧性能力上的加强，也体现了公司在可持续发展道路上的坚定步伐。

2.5 产品介绍

2024 年，公司凭借对市场需求的敏锐洞察与持续的技术创新，收获了亮眼的成绩，围绕品牌客户和终端消费者的需求，推出了涵盖卫浴五金、卫浴电子、陶瓷盆、智能马桶、浴室柜等一百余款新产品，提供了多样化的设计解决方案，其中 93 款产品已陆续开发上市。在技术应用上，设计团队不断扩展免触技术集成、抗菌材料、即热技术和水力发电等先进技术的应用，提升产品的智能化和便捷性，为终端消费者提供更健康、舒适和卫生的家居环境。凭借设计团队的持续努力和对用户需求的深度挖掘，公司产品荣获 14 项国际工业设计奖项，包括德国 iF 设计大奖 8 项、德国红点奖 2 项、美国 IDEA 奖 1 项和日本 G-mark 设计奖 3 项，公司在设计领域的专业性和创新能力不断提升，增强品牌市场竞争力。

2024 年，四维卫浴直面挑战与机遇，在产品设计上屡获国际认可，荣获德国 iF 设计大

奖、德国红点奖和日本 G-Mark 设计奖等，在市场拓展和品牌影响力上取得了显著成就。Tina 缇娜系列浴室龙头、Milla 米拉系列五金龙头、Fanny 梵妮系列智能淋浴设备、Oka 欧卡系列感应小便斗、Una 优娜系列智能马桶以及 Landis 兰蒂斯系列智能马桶，融合全球前沿设计理念，展现了强大的设计研发能力。Lohua 洛华智能马桶的简约时尚设计，Tuma 智能淋浴系统和 Lowin 智能健康饮水厨房水龙头兼具实用性，进一步体现了四维卫浴在卫浴领域的深耕细作与创新能力。新推出了尼娅系列智能马桶 SVY186、SVY160 轻智能座便器，以及挂墙式感应小便器等产品，融合了前沿设计和智能科技，以高性价比开启了智能生活的新篇章。此外，重庆和成都的体验馆与旗舰店开业，为消费者带来全新的卫浴消费体验，推动了品牌在西南市场的新发展，夯实国内外市场的竞争力和品牌影响力。

2024 年，在国家旧改政策的推动下，有巢氏凭借装配式整装技术，构建起自身产品核心竞争力。装配式整装技术实现了 48 小时厨卫阳极速焕新，缩短施工周期，提高安装效率和施工精度，如全干法墙面焕新装配式安装结构、玻板系列的容错切割设计等，降低了施工难度和成本。在材料和安装工法上取得了多项发明专利，尤其在轻量化设计、全干法墙面焕新装配式安装结构、复合蜂窝结构等领域具备技术优势，通过专利技术，如岩板系列的轻量化设计、铝板系列的航空级铝板应用、巢丽系列的防滑排水设计等，显著提升了产品的功能性、耐用性和施工效率。产品体系丰富多样，岩板、玻板、铝板、巢丽、巢晶五大系列适配厨房、卫浴、阳台等多个高频场景，各系列针对特定场景优化设计，例如巢丽系列专为老旧浴室改造和医疗养老设施设计，巢晶系列则专注于厨房和阳台地面的高强度需求。产品采用高性能且环保材料，如航空级铝板、树脂压纹涂层、彩膜结构等，具备防水防滑、耐磨抗污以及阻燃等特性，满足高品质、实用和绿色发展需求。有巢氏通过项目实践不断洞察 C 端用户需求，快速迭代产品，依托集团资源，整合内装工业化部品部件平台，形成了从研发、生产到安装的一体化服务体系，增强了市场响应能力。同时注重服务质量的提升，提供全流程的高标准服务，增强了用户信任感和品牌忠诚度。通过不断优化产品竞争力和市场适应性，有巢氏在旧改市场中占据地位，争取拓展更多业务机会。

2024 年，冠军磁砖持续多渠道发力，深耕工程渠道、强化整装渠道、布局全国助力零售网点铺开，实现营销新突破。秉承“品质为基础·创新为发展·服务为依归”的品牌理念，将“品质、服务、创新”作为品牌驱动力，推动冠军磁砖不断前行。针对不同渠道需求，品牌分别开发 4 套系列新品，面向分销渠道及零售、设计师渠道进行差异化布局。自 2022 年自主创新研发推出高端文化 IP 系列产品“徽派印象”以来，该系列产品得到行业、消费者及设计师的一致好评。东方文化的回归，推动东方美居的发展，冠军磁砖深挖国人基因中深埋的文化认同与共鸣，隆重推出“徽派印象”3.0 系列，进一步在工艺纹理上做精细创新，专注打造高端现代人居简素空间。在产品研发上 3D 立体微模、升级复刻釉叠加哑雕墨水，肌理随纹的同时，让产品由内而外散发自然生命力。与此同时，从现代生活空间出发，以“岩系”为中心开发，从洞石中发掘灵感，剖析石材中原生肌理走向，推出一石三纹的空间趣味搭配方案，为消费者提供更全面的应用服务，省心省时。此外，冠军磁砖已完成瓷砖数码模

具技术、3D 立体打印技术等多项工艺技术的迭代升级，本着多快好省的原则，同步开发了岩板快装系统，满足客户快速安装的要求。在品牌战略升级方面，冠军磁砖联合四维卫浴、大同奈构建大家居平台，致力于赋能渠道，为客户提供更优质的产品和服务。

2024 年，珠海爱迪生持续深度强化与海外客户的战略合作纽带，积极布局国内外市场，全力推动自有品牌 EDISON 的新品研发与认证进程。凭借在空调采暖系统流体自控流量和温度控制领域积累多年的技术优势，珠海爱迪生顺利完成了暖通控制阀全系列产品在全球多个关键市场的认证。此外，珠海爱迪生自主研发的美式泄压阀、压力释放阀等核心产品，成功获得美国与加拿大相关权威机构的认证，作为行业内少数拥有此类专项认证的企业，珠海爱迪生进一步夯实了其在国际市场中的竞争优势。面对互联网控制技术的快速发展及用户需求的持续迭代升级，珠海爱迪生充分发挥自身在电子传输与控制技术方面的优势，研发了电子恒温阀、无线温控器及语音控制等一系列智能化创新产品。这些产品不仅拥有清晰显示、远程操控、防冻保护等实用特性，还高度重视用户体验，以操作便捷、安装简易为特点，为用户提供了前所未有的舒适体验。

2.6 参展情况

2024 年上海厨卫展

中国国际厨房、卫浴设施展览会（KBC）（简称“上海厨卫展”）是厨卫行业的专业展会，在全国、亚洲乃至世界享有盛誉和广泛影响力，被业内人士誉为行业发展的“风向标”。

海鸥住工亮相第 28 届上海 KBC 厨卫展，为终端用户带来涵盖个性化、智能化以及快速焕新等方面的整体解决方案，将便利性和健康生活方式巧妙融合，展位设计注重互动体验，吸引了众多观众驻足体验。公司提供的整装技术，实现了个性化浴室空间方案，一体化空间规划，模组化整体装配设计，让安装过程更加便捷高效、清洁工作更为轻松简单。在智能环保、绿色健康领域，公司推出的 X-flow 智能健康饮水系统，打破传统饮水方式的局限，让用户无需再漫长等待冰箱的冷藏过程，也不用担心加入冰块会冲淡饮品的口感。无论何时何地，用户都能轻松喝上冰爽的气泡水。只需轻轻触碰左侧开关，待绿灯亮起，即可快速开启气泡水模式，极速畅享冰爽时光。同时热水部分还设置了四档温度，用户可根据自身需求灵活选择，整个操作过程简单便捷易上手。此次展会，公司通过厨卫阳空间整体解决方案和装配式技术不仅展示了行业领先的技术实力和前沿的设计理念，也有效传达了品牌对提升用户生活品质的关注与承诺。未来，公司将持续致力于科技和设计的结合，为消费者创造更优质的生活选择。

四维卫浴本次展会携创新和前沿的智能卫浴产品，以“定制·整装·智能卫浴”为核心主题，巧妙将现代简约风格与东方美学相融合，营造一个既具现代感又蕴含深厚文化底蕴的展示空间，成为展会的焦点。四维卫浴在展会上推出的“智能整装解决方案”集中展示了包括荣获国际大奖的智能马桶在内的多款新品，这些产品不仅在设计上独具匠心，更在实用性方面实现了重大突破。自动感应、恒温冲洗、泡沫盾等创新功能，充分展现了产品的科技魅力，吸引了众多业内专家和消费者的驻足观看。特别策划的定制套间区域，通过巧妙的空间

布局，诠释了现代家居生活美学的内涵。每一套间都经过精心雕琢，从材质的精挑细选、色彩的和谐搭配，到光影的巧妙运用，体现出对细节的极致把控以及对用户个性化需求的深度理解。技术与设计创新方面，四维卫浴的智能淋浴系统搭载的无极调温技术和水力发电技术，彰显了品牌在绿色科技方面的领先优势，该系统无需外部电源和更换电池，仅依靠水流动力就能实现自给自足，将环保理念深度融入产品设计的每一个细节，引领卫浴行业向更加智能、环保的未来发展。

法兰克福 ISH 展

法兰克福暖通制冷及厨房卫浴展览会（ISH）为全球规模最大且国际化最高的卫浴及冷暖空调设备展，是全球卫浴和暖通厂家展示自身产品和创新精神以及推出新产品的重要舞台。ISH 展作为全球知名的卫浴行业盛会，是引领现代浴室设计、厨房设备以及智能家居系统最具影响力的专业展会之一。公司集成家居用水系统、节能、环保、安全、物联、温控等方面的技术，提供可信赖的用水系统产品解决方案，在展会上正式亮相。

2024 中国制冷展及中国制热展

在 2024 年中国制冷展，珠海爱迪生展示了商业新风控制系统、五恒控制系统、热泵锅炉控制系统及智能温控器四大模块。商业新风控制系统以高效节能、优化空气质量为特色；五恒控制系统全面调节五大环境要素，打造舒适生活；热泵锅炉控制系统先进的热泵技术，结合智能控制算法，实现了高效、稳定的供暖与热水供应；智能温控器小巧精致的设计、简单易用的操作界面以及强大的智能化功能，为用户提供了前所未有的便捷体验。让我们的居家生活更加智能、绿色、舒适的生活与工作环境即将到来。

在 2024 年中国制热展，珠海爱迪生展示了多热源生活热水系统、室内温控系统及智能防漏侦测系统三大创新解决方案。多热源生活热水系统整合多种热源，实现了高效节能与稳定供水的完美结合；室内温控系统精准感知环境变化，自动调节空调、地暖等温控设备，确保室内温度始终维持在用户设定的舒适范围内；智能防漏侦测系统实时监测水管、水龙头等的漏水情况，有效防止水损事故的发生。这些创新解决方案必将在更多家庭中发挥重要作用，推动智能家居产业的持续发展。

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。我们始终秉持“以人为本、自由平等”的价值观，通过全周期关怀体系与技能成长平台，持续提升员工归属感与职业竞争力。2024 年，公司围绕文化传承、健康关怀、技能赋能三大维度，组织开展了一系列特色活动，进一步增强员工归属感，提升企业的凝聚力与向心力，激发了大家的工作激情和创造热情，以实际行动诠释对员工的深切关怀，将关爱员工落到实处，切实提高了员工的幸福感与安全指数，为共建和谐企业添砖加瓦。

2024 年 1 月 集团新春福利——龙年福米发放

2024 年对联征集活动

2024 年 2 月	2023 年度海鸥住工尾牙暨成立二十六周年联欢晚会 2024 年度龙年开工盛典 2024 年“我们一起来闹元宵”活动
2024 年 3 月	“参与绿色行动，共建美好家园”——厂区植树活动 “岁月同辉，时光因你而美”——女神节系列活动
2024 年 4 月	海鸥住工党工团徒步拓展活动 2024 年海鸥住工棋牌大赛
2024 年 5 月	“汇聚热血力量 点亮生命之光”——2024 年无偿献血活动 防范非法集资普法讲堂
2024 年 6 月	端午节送福利——发放福粽
2024 年 7 月	“安全生产月”系列活动
2024 年 8 月	2024 年锌合金技能竞赛活动
2024 年 9 月	2024 年国庆节前工业安全培训宣导纪实 集团福利——2024 年中秋节系列活动
2024 年 10 月	2024 年铜合金技能竞赛活动 金秋送爽，趣味徒步活动
2024 年 11 月	2024 年沙头街第十七届篮球赛 “匠心筑梦·技耀海鸥”——第六届劳动技能大赛
2024 年 12 月	冬至慰问活动 2025 年开工对联征集活动

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”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，公司建立市场化的人才招聘机制，通过多渠道招聘、猎头服务等方式，吸引和选拔优秀人才。加强与高校、科研机构等合作，建立产学研合作机制，引进和培养高端人才。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。

2024 年，公司建立健全内部培训体系，开展新员工入职培训、供应链培训、CQC 产品认证知识&技能培训等，夯实员工的专业素质和综合能力。推行导师制度，助力新员工快速融入企业文化和提升技能。鼓励员工参加外部培训和认证考试，提升个人竞争力。持续组织开展专项类培训，如 AIGC 人工智能内容生成师培训、企业合同法律风险防控培训、多能

工专项培养、海鸥读书会、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。

2024 年，公司大力推行绩效考核机制，设计合理的绩效考核体系，确保员工的付出与回报相匹配，提高员工的工作积极性。对表现优秀的员工进行表彰和奖励，激发员工的创新精神和进取心。

人才发展战略是一个系统工程，需要公司在明确战略定位的基础上，从人才引进、培养、使用和激励等方面入手，不断完善和优化人才发展体系，为公司的发展提供有力的人才保障。

截至 2024 年 12 月 31 日，员工总数 5,033 人。

1、员工专业构成		
专业分工	人数	比例（%）
生产人员	3,521	69.96
销售人员	336	6.68
技术人员	888	17.64
财务人员	85	1.69
行政人员	203	4.03
合计	5,033	100.00

2、员工教育程度构成		
文化程度	人数	比例（%）
硕士以上	26	0.52
大学本科	488	9.70
大专	710	14.11
中专	573	11.38
中专以下	3,236	64.29
合计	5,033	100.00

3、员工年龄构成		
年龄	人数	比例（%）
30 岁以下	888	17.64
31-40 岁	1,730	34.38
41 岁以上	2,415	47.98
合计	5,033	100.00

4.2 教育与培训

公司始终秉承“造好产品、先育好人”的理念，坚定地将建立学习型企业、培育学习型员工作为宗旨，尤其重视提升员工的能力建设。在培训体系建设方面，公司采取线上线下融合、理论与实践结合、集训与自学互补的方式，确保培训质量与实际成效。公司会根据自身实际情况，有针对性地制订切实可行的培训计划，仔细筛选培训内容，并对培训的组织与设计进行精心安排。同时，公司还加强对培训过程的管理，不断健全和完善培训评估考核制度，

以确保培训的高质量和实际成效。2024 年，公司和各分子公司根据发展需要及员工需求，重点开展新员工培训、企业合同法律风险防控培训、CQC 产品认证知识&技能培训、供应链重构培训、职业病防治知识培训、AIGC 人工智能内容生成师培训、多能工专项培养，以及海鸥读书会、内部培训和早集会高管分享等多种形式培训。通过精准化的培训体系，有效提升了员工职业技能与企业竞争力。

【新训中心】——加强新员工培训，提高生产效率

在企业发展进程中，新员工融入与能力提升意义重大。2024 年公司通过系统性开展新员工培训和内训，实现新员工高效转化与全员技能升级，为生产效率提升提供有力支撑。

新员工培训全年累计开展 64 期，覆盖 1,649 人次，通过严格考核淘汰 57 人，最终合格 1,592 人。各厂区采用“理论+实操”双轨制培养模式，课程体系涵盖工艺标准、品质管控、安全生产等核心模块，此模式提高了新员工保有率，大幅提升生产效率。公司将新员工培训课程设为部门内训必修课，强化员工安全意识与专业技能，累计开展 356 场部门级内训。各部门依据业务特点和员工需求，针对性深化培训内容，生产部门针对生产常见问题开展专项技能实操，品质部门强化质量标准和检测方法理论培训。通过反复内训，员工岗位操作规范性显著增强，工作质量持续提升。

【合同法务风险防范培训】——筑牢公司业务发展的法律防线

合同风险防控直接影响公司运营的稳定性。为强化员工合同管理能力，提升风险防范能力，2024 年 3 月公司组织企业合同法律风险防控培训，共 114 名员工参训。培训邀请了资深法律专家围绕合同全生命周期展开系统性讲解，重点解析合同起草、签订及履行阶段的法律要点，包括条款严谨性、主体资格审查及履约附随义务等实务内容，并结合典型案例剖析风险防控关键。培训互动环节员工结合工作实际提出合同条款修改、履行争议处理等问题，专家针对性提出解决方案。参训人员普遍反馈培训内容贴合业务需求，有效提升合同风险预判能力。公司将持续完善法律培训体系，通过定期课程更新，帮助员工适应法规和市场变化，为企业稳健运营筑牢防线。

【CQC 产品认证知识&技能培训】——夯实产品质量根基，赋能员工专业成长

在市场竞争日益激烈、消费者需求不断变化的背景下，为提升员工产品知识水平，满足市场需求并保持企业竞争力，2024 年 7 月公司组织 CQC—产品认证知识&技能培训，共有 28 名员工参训，5 名员工获得质量负责人培训证书，为质量体系建设注入新生力量。培训内容围绕认证全流程展开，涵盖多个关键领域。系统解读强制性产品认证相关的法规条款，通过典型案例解析条款应用场景；对于外部抽检通过大量且真实的案例从抽检流程、企业应对策略、违规处置后果等多个角度进行了全面分析；重点强化质量负责人岗位能力，系统讲解认证标准解读、认证流程管理等核心技能；同时针对工厂检查要求，从质量体系运行、生产过程控制、产品检验等维度，建立标准化操作规范。员工们通过学习了解到工厂在质量保证方面需要达到的具体要求，为提高工厂的生产质量和管理水平提供了指导。公司将会持续优化培训，提升员工专业素养，助力企业在市场竞争中乘风破浪、行稳致远。

【供应链重构培训】——重塑供应链优势，挖掘企业增长新动能

面对复杂多变的商业环境，供应链已成为企业核心竞争力的关键要素。为助力企业适应市场变化、挖掘新机遇，公司遴选核心采购业务骨干参加了“供应链重构，打造企业新的利益增长点”主题培训。培训深度研讨当前供应链面临的原材料价格波动、市场需求动态变化、物流成本攀升等挑战，着重强调重构供应链体系对提升企业核心竞争力的战略意义。聚焦采购、库存与物流三大关键板块，重点介绍大数据分析、人工智能、物联网等技术在供应链管理中的创新应用。参训人员通过案例研讨掌握供应链重构理论与工具，提升采购策略制定、库存管控、物流整合等核心能力。本次培训为供应链升级储备人才，为构建现代化供应链体系奠定基础，支撑企业持续创造价值。

【AIGC 人工智能内容生成师培训】——解锁 AIGC 密码，开启高效工作新征程

适应数字化转型趋势，提升内容创作效能，公司于 2024 年组织开展 AIGC 人工智能内容生成师培训，围绕 AIGC 在多领域的应用展开，通过理论与实践相结合，重点强化智能创作工具应用、智能体构建技术及数据驱动创作三大核心能力，系统提升员工数字化创作效能。参训人员通过营销文案生成、PPT 智能排版等场景实操掌握 AI 工具应用技巧，完成个人 AI 智能体创建实现重复性工作自动化，并依托数据分析工具建立内容创作评估模型。本次培训为员工所在领域的发展注入新的活力，通过技术赋能显著提升工作效率与人效，助力开启高效工作新征程。

【职业病防治知识培训】——强化职业健康认知，共筑安全工作堡垒

为切实保障劳动者权益，公司针对车间班组长与一线员工开展了职业病防治知识培训，推动用人单位主体责任的落实。培训内容涵盖职业健康基础知识、职业健康法律法规、劳动防护用品使用以及职业中毒应急处置等。通过培训，车间班组长及一线员工对职业病防治有了更全面、深入地认识，自我防护意识和应急处理能力显著增强，为员工营造安全健康的工作环境。

【多能工专项培养】——以技能多元赋能，打造柔性生产尖兵

在激烈市场竞争下，公司为打造具柔性制造能力的班组团队、缩短产品制造周期，着重培养一线班组成员岗位操作技能，大力推行多能工培训，旨在让员工掌握一专多能的技能，既助力员工个人发展、拓展职业空间，又完善基层技术骨干人才储备，筑牢高效生产根基。截至目前，已有 88 名员工参与多能工培训，39 名员工担任辅导教练。经系统培训与实践，员工专业技能显著提升，班组柔性制造能力大幅增强。面对不同生产任务与需求，能灵活、高效调配人力，快速响应市场变化，有力保障公司生产经营目标实现。

【“爱分享·共成长”海鸥读书会】——为公司战略执行注入知识力量

2024 年，公司围绕『战略的成功 在执行的纪律』战略经营主题，持续推进高管读书分享活动，旨在全方位提升高管团队的知识素养、执行能力以及团队协作水平，为公司战略目标的达成筑牢根基。《5000 天后的世界》、《引爆执行力：16 项高效技能加身，一站式持续增值》、《真高管：如何为高效团队搭建舞台》以及《业绩铁三角：预算、分析、激励》作为高

管们的阅读书籍。2024 年读书分享活动累计共有 208 人参与，通过制作精美的短视频进行线上交流互动，营造了浓厚且良好的学习氛围。通过这一年的读书活动，高管们对公司的战略方向理解更为透彻，执行纪律性也得到显著增强。这不仅为公司的战略执行提供了坚实保障，更为公司的长远发展奠定了坚实基础。

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的最关键因素。多年来，公司持续深化改善员工的工作和生活环境，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“食、宿、劳”三大生活场景，不断改进完善，满足员工日常所需，增强员工幸福感。

食之温心

为切实落实福利员工的宗旨，公司及各分子公司的员工食堂面向社会开展公开招标。组织员工代表与后勤服务人员共同把关，实地考察，引入具备资质的餐饮公司，以提供安全健康的餐饮服务。定期对食堂进行翻新装修，严格把控食材品质及采购渠道，全力保障就餐安全。并依据季节变化持续更新菜品，每月定期更新餐单，丰富员工的营养搭配。

宿之舒心

公司对员工宿舍的洗衣机、空调、电扇等电器以及健身房等设施，依据实际需求按时进行清洁、维修、保养以及更换。新增宿舍烟感器等设备时刻保障员工的安全，每月开展宿舍区的消杀与灭鼠工作，每日安排专人打扫宿舍区卫生，确保员工住宿环境安全、整洁、卫生。根据员工需求，增加宿舍数量，并统一安装床、衣柜、桌椅、窗帘等生活设施。同时，升级宿舍网络与监控系统，安排专人值班，全方位保障员工的生命及财产安全。

劳之悦心

公司执行月度虫害防治计划（含消毒、杀虫、灭鼠），建立饮用水安全监测台账，实现每日水质抽检+滤芯按周期更换的双轨管控，保障员工饮水安全；厂区车间休息区配置冰柜、自动贩卖机，为员工日常使用提供便利。

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。2024 年，员工意外险理赔率 100%，保险金支付率 100%，员工满意度 100%。

健康关怀

2024 年，公司择优选择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』，有效监测身体健康状况，并结合体检报告，对血压高的员工进行健康风险告知，给出科学合理建议与意见；购买血压检测仪，免费供有需要的员工监测血压；请政府医疗机构为员工免费开展健康知识讲座、宣传以及咨询活动；免费为员工开展鼻咽癌筛查等。

5.3 劳动安全保障

安全生产

公司坚持“安全第一、预防为主、综合治理”的安全生产方针，贯彻执行“清源降耗、安全环保、回馈社会”的环安理念。

2024 年是公司『执行力』年。在公司管理层的正确引领下，完成组织架构优化，推行扁平化与垂直管理模式。通过引入先进管理理念与科学管理方法，优化内部管理流程，实现决策科学化、部门协作高效化、沟通顺畅化以及执行精准化。

公司构建了完善的环安监督与考核体系，明确各级人员环安责任制清单，清晰界定各部门及岗位的职责与考核目标，进一步梳理和强化各级人员在环安工作中的责、权、利关系。签订领导层承诺书与全员责任状，严格实施月度、季度、年度责任制考核。

2024 年度，公司及子公司的环安目标指标基本达成。全年未发生工亡事故、七级及以上工伤事故、环境污染事故、消防火灾事故，也未出现疑似或确诊职业病病例。一般工伤事故数量持续下降，稳步朝着“零”工伤目标迈进。

职业健康

2024 年全年未发生急性职业中毒事件，未发生疑似或确诊职业病病例。

公司致力于职业防范与源头治理，2024 年投入大量资金对模具楼、装配车间等厂房进行翻新，推进“明亮工程”。随着机械手、自动化磨抛设备、先进数控机加设备的引入与投产，生产自动化与先进性水平显著提升，工作环境得以改善，作业人员劳动强度降低，员工拥有了整洁舒适的作业空间。同时，公司适时合理调整生产车间布局，将噪声、粉尘等有害作业区域与无害作业区域分开设置，从根本上消除环境、安全和健康隐患。

2024 年 4 月，公司委托具备资质的第三方评价检测机构对工作场所进行职业病危害因素定期评价。结果显示，2024 年度职业病接害岗位同比减少 3 个，接害人数减少 23 人。同年 8 月，委托医疗机构为全体职业危害岗位员工进行年度职业健康体检，未检出疑似或确诊职业病病例。

2024 年度，公司持续保持广州市爱国卫生运动会授予的“健康企业”称号。

消防管理

2024 年，公司严格贯彻“预防为主、防消结合”的消防安全方针，落实“三自主、两公开、一承诺”的监管要求。报告期内，新增并完善立体仓自动消防炮设施以及 6 号厂房消防栓设施，委托第三方开展消防安全评估，并鼓励专职消防安全管理人员考取国家一级消防工程师证书，公司消防设施进一步完备，管理水平显著提升。

2024 年，公司消防设施维保保养率、消防设施器材合格率、消防隐患整改率、员工消防培训合格率以及应急演练参与率均达 100%。全年未发生火警事件，同年公司番禺厂区荣获“番禺区消防安全先进集体”称号。

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，设立股东大会、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。

2024 年，公司召开了两次股东大会，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。

2024 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 56 条，回复率 100%。2024 年接待调研 9 次，接待投资机构 10 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，2024 年，公司严格按照《海鸥住工未来三年股东回报规划（2023 年—2025 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。公司的利润分配符合相关要求，也体现了公司对股东利益的重视和回报。

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》、《投资者关系管理制度》、《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，公司再次荣获深圳证券交易所信息披露最高评价等级“A”，这也是公司连续第六年荣获最高评级。

2024 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 71 项，共 122 份文件。

七、客户、供应商权益保护

7.1 客户满意

回顾 2024 年，公司所在的行业面临诸多挑战。美国贸易保护政策加剧输美产品价格压力，欧盟环保等标准升级推高检测成本，美国对华加征关税推动公司所在的制造业需求向东南亚转移，国内市场因需求外流出现供给过剩，引发企业低价抢单竞争白热化，行业整体利润率承压。在此背景下，公司始终坚守初心，将提升客户服务水平作为贯穿全年运营的关键主线，以此为突破口全方位提升自身竞争力。

基于公司长期发展的规划，公司已前瞻性地在越南建厂，经过近几年的精心布局与发展，如今已成功构建起以越南为接单窗口，形成越南+中国双制造的双供应布局，为客户提供应对外部波动奠定良好的业务基础。

深耕欧洲市场：针对欧美成熟市场对高品质、智能化家居产品的追求，公司加大研发投入，组建专家团队，全力攻克智能感应、高效节水、抗菌环保等关键技术。通过产品附加值提升对冲贸易壁垒，巩固成熟市场份额，形成差异化竞争优势。

开拓新兴市场：关注“一带一路”沿线国家和地区基建、房地产市场发展带来的机遇，利用自身成熟的制造技术与产能优势，针对性地开发适合当地消费层次与需求特点的产品，如高性价比基础款水龙头，逐步建立在当地的知名度，培育新的业务增长点。

交付体系方面：凭借越南+中国双制造的布局，为客户打造灵活的供应链。以越南工厂作为接单窗口，依托中国工厂深厚技术底蕴与产能储备支持，加强与上下游企业的信息共享与协同合作，为客户提供灵活的供货体系。

2025 年，公司所在的行业依旧面临市场竞争、成本波动等多方面的严峻压力与挑战。然而，危机并存是市场常态，公司将通过优化布局、强化管理、推进产业升级以及加强成本管控与供应链优化等一系列措施，实现业务的稳健、良性发展。

7.2 绿色采购

本着相关方全面满意的最终目标，2024 年公司持续推动合作共赢、分担风险和分享资源的供应链关系。

供应商选择

2024 年，公司继续以道德规范和商业道德作为采购工作的核心准则，坚持公平、公正的原则，严格按照《供应商管理制度》规定的审核标准和批准流程，科学、规范地开展供应商选择与开发工作。遵照“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，全面评估供应商的综合能力。供应商合法合规经营，具备完善的合规管理体系，拥有符合要求的质量认证体系，确保产品和服务的高品质，具备持续的技术研发和创新能力，能够满足公司未来发展需求。同时具备持续经营的方针，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。

供应商管理与改善

公司持续优化供应商管理机制，以应对日益复杂的市场环境和经济形势，确保供应链的安全性、稳定性和可持续性。通过科学的管理工具和方法，公司将持续提升供应商的整体绩

效，推动供应链的高效协同发展。公司运用平衡计分卡和配额等工具，定期对供应商考核准时率、合格率、成本降低等各项关键指标的达标状况，通过“奖优罚劣”的激励机制，鼓励供应商不断提升自身能力，同时对未达标的供应商采取整改或淘汰措施，确保供应链的整体竞争力。每年制订供应商年度考核计划并遵照执行，组织专业团队为供应商提供多维度及过程质量考核、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。针对评估中发现的问题，公司将为供应商提供针对性地管理辅导和技术支持，帮助其实现持续改进。为明确双方的责任与义务，公司与供应商签署框架合同、保密协议等法律文件，确保合作关系的透明性和规范性。并通过建立风险预警机制，公司能够及时识别和应对供应链中的潜在风险，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，公司与引入供应商签署了《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）完善绿色采购制度，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，优先选择符合国家环保标准、具备绿色认证的供应商。通过建立绿色供应商数据库，对供应商的环境绩效进行动态监控和评估，确保供应链的每一个环节都符合绿色低碳要求。（3）提升供应商绿色意识，开展绿色采购培训与宣导活动，强化供应商的环保意识和社会责任意识。通过签订《绿色合作协议》和《企业社会责任承诺书》，明确供应商在环境保护、资源节约和可持续发展方面的责任与义务。

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。

2024 年 9 月，公司正式推出“码上说 马上办”小程序，旨在为员工提供更加便捷、高效的投诉、申诉及举报渠道，打破传统沟通方式的时空限制，让员工能够随时随地针对公司管理事项表达诉求、反馈问题。员工可以匿名或实名提交意见，确保反馈的隐私性和安全性。公司承诺对每一条反馈进行及时响应和处理，确保问题得到有效解决。同时，小程序还配备了智能跟踪功能，员工可实时查看问题处理进度，增强透明度和信任感。

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”为价值底色,将安全环保基因融入全产业链运营,积极响应国家政策,持续进行清洁生产、节能减排、噪音防治等举措,2024 年顺利通过清洁生产审核标准并取得国家颁布的碳中和排放量证书。

公司始终秉承以质量求生存、信誉求发展、环保安全为重任的发展理念,凭借前沿的技术、精良的设备以及严谨且科学的管理模式,积极推动全员参与合理用能,致力于将成本控制最低限度,实现经济效益的最大化,同时通过优化产业布局,全力达成低能耗、高效率的目标,为企业的可持续发展奠定坚实基础。

公司持续大力推行节水方案,通过优化用水流程、升级用水设备等举措,自来水用量大幅下降,经处理后的废水实现高效再利用。经环境管理单位及第三方严格检测,各项水质指标达标率均为 100%,符合国家排放标准。废水排放口安装了先进的检测仪器,与环境监测站实时联网,检测信息能及时上传,便于远程监管,真正实现排水无害化。在危险废物管理方面,公司配备专人负责,依据危废特性分类储存,详细录入台账并妥善存档,确保危废从产生到处置全过程可追溯。

水处理工作遵循“预防为主、结果导向”的原则,对核心设备实施重点保养策略,实时掌握设备运行状态,及时排除隐患,保障设备与工艺流程稳定、高效运行,助力企业实现可持续发展的战略目标。

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“基金会”)是由公司创始人唐台英先生与前副董事长叶煊先生共同出资 200 万元,于 2011 年 7 月 5 日获得广东省民政厅批复正式成立。2023 年,基金会理事会换届,由刘子义女士任理事长,谷宝良先生任秘书长。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,积极开展各类文教公益活动,助力学子成长。2024 年度,基金会参与公益活动捐赠金额 901 万元。

教育助学类项目

- 1、秉承关心支持教育事业,勉励莘莘学子努力向学,基金会举办『筑梦奖金』项目,涵盖公司、弋阳中专及基金会援建的希望小学,发放奖金共计 278,934.84 元。
- 2、基金会在弋阳中专设立竞赛奖金,鼓励教师及学生参与各级各类竞赛,提升教育教学质量,活动竞赛金额共计 700,000 元。
- 3、为帮助偏远山区贫困学子解决实际困难,圆求学梦想,基金会开展了『希望小学 希望 1+1』活动,活动金额共计 90,537.57 元。
- 4、基金会在弋阳中等专业学校开展第三期“职业技术人才助学项目”,助力贫困生成为职业技术人才,资助金额共计 36,000 元;活动金额共计 2,746.16 元。
- 5、为了帮助弋阳中专困境学生渡过难关,助力成为职业技术人才,资助金额共计 340,000

元。

文化传承类活动

1、2024年1月，为拓展孩子知识面、培养阅读习惯，开展『第六期小海鸥读书达人』活动，活动金额共计8,501.4元。

2、2024年1月，基金会举办『第三期寒假征文比赛』，旨在提升学生表达与写作能力，为校园原创文学提供展示平台，活动金额共计13,980.03元。

3、2024年2月，基金会举办2023年尾牙『传承经典 点亮心灯』活动，弘扬中华优秀传统文化，增强员工家庭对基金会的认同感与归属感，活动金额共计3,113.44元。

4、2024年7月，基金会开展“第十五期小海鸥读经班&第五期绘画夏令营”，培养孩子们的文化素养与艺术欣赏能力，活动金额共计25,996.6元。

5、2024年12月，开展国际志愿者日感恩活动，对基金会志愿者们的辛勤付出与无私奉献表达诚挚感谢，活动金额共计6,047.87元

教育设施改善专项项目

1、2024年5月，基金会叶理事向陕西叶煊希望小学捐赠教学设施，改善学校教学条件，捐赠金额共计51,594元；2024年6月，基金会李理事及家人为安徽颍上海鸥培基希望小学捐赠美术室、实验室教学设备，助力改善贫困地区教育环境，捐赠金额共计10,392.98元；2024年6月，开展六一儿童节慰问活动，基金会向陕西叶煊希望小学等4所希望小学的孩子们捐赠277套学习用品，慰问金额共计7,381.24元。

2、2024年12月，基金会回访援建的利川市汪营镇厚坝小学，捐赠爱心物资，为144名学生创造更好学习环境；同时投入资金完善教学设施，改善办学条件，捐赠金额共计10,345.11元。

3、2024年，为了进一步提高弋阳中专的教学水平，基金会捐赠教学仪器设备的租赁费，捐赠金额共计657,600元。

4、向沙头街困难学生捐赠包括点读笔、学习机等学习物资，捐赠金额总计1,881.53元。

5、教师节期间，基金会在厂区周边学校赠送252份教师节礼物，活动金额共计9,611.8元。

6、为响应番禺区慈善会的号召，支持番禺区慈善会的发展，捐赠金额共计10,000元。

7、为进一步提升弋阳中专的教学环境，改善教学设施，延续2023年弋阳中专教学设施改善项目，于2024年投入第二期项目资金金额共计200,000元。

8、2024年，因弋阳中专部分学校设施需要改善更新，对弋阳中专援助一批器材设施，以改善弋阳中专教学条件。项目计划分三个阶段进行，截至2024年12月31日已完成第二个阶段，资助金额共计6,539,879.38元。

公益推广与专项行动

1、2024年6月，举办『我为山区孩子捐冬衣』月捐推广义卖活动，义卖募款15,899.43元。活动金额共计4,768.67元。

2、2024年12月，基金会开展等级评估专题培训，培训金额共计1,500元；基金会通过内外部推广、开通投稿专栏、志愿者深度参与联动等方式让更多员工关注支持基金会工作，金额共计420元。

10.2 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，2024年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44,863元，尽微薄之力，切实纾解员工困境。

2024年，公司工会组织春节送福米、闹元宵、春节慰问、端午送粽子、中秋慰问等各类节日活动，组织员工参加无偿献血活动；公司工会开展各厂区劳动技能大赛，提高员工职业技能，组织参加棋牌大赛、羽毛球比赛、篮球赛、趣味徒步、健步行等活动，丰富员工业余生活，提升员工身体素质。

十一、未来展望

在全球经济格局加速演变的2025年，公司正经历着前所未有的转型与机遇。面对国内行业调整与国际竞争加剧的双重挑战，公司将通过“内外销双循环”战略重构增长逻辑，内销业务以政策为导向、创新为动力，在国内精耕存量价值，在海外突破技术壁垒，通过品牌升级与全球化布局实现可持续增长，既是应对行业内卷的突围战，更是重塑全球产业格局的关键期，公司也将在政策红利、技术升级与市场需求变化中寻找新的平衡点。

2025年是十四五规划收官之年，也是十五五发展谋篇布局之年，各项政策加力有望带动市场预期修复，但行业全面回稳仍面临一些挑战，整体或仍处于筑底阶段。2025年，以旧换新政策深化实施形成政企双补模式，政策红利持续释放。根据住建部数据显示，全国房龄20年以上的老旧住宅已超2.7亿套，二次翻新、适老改造与精装房升级需求交织，驱动市场从新房增量转向存量焕新。装企、设计师、电商渠道的重要性持续上升。工程渠道方面，内资品牌凭借性价比优势，在精装房市场份额持续提升，逐步向酒店、学校等工装领域延伸，渠道与消费场景正多元化变革。面对逆全球化的国际竞争环境，行业正加速全球化布局出海，东南亚、中东、非洲等新兴市场因基建需求旺盛、贸易壁垒较低成为重点目标，越南、马来西亚、沙特、印尼等国被视为潜力市场。尽管出口总量保持增长，但价格竞争导致单价下滑，叠加反倾销调查与技术标准差异，公司需强化合规能力与本土化运营能力。同时品牌化与供应链升级需并行发展，通过构建全球供应链体系与差异化产品创新策略不断抢占市场，以实现可持续增长。

2025 年，为应对全球市场变化，公司采取外销及内需市场并重的双循环策略，在制造服务方面，原有国内制造服务基地的布局下，通过越南大同奈和巴顿两个制造服务基地，以配合主要品牌客户“中国+1”供应链分散要求来稳定外销订单，控股子公司越南大同奈原主营 Taicera 瓷砖知名品牌，逐步将增加厨卫产品，经由越南七个分公司进行销售并扩增市场。在内需市场方面，公司将采取 CHINA-ASEAN 布局，将中国+东盟十国以共同市场+共同供应链来发展。公司内销业务将继续严控风险，对于未来仍有潜在风险的业务必要时继续收缩，甚至停止。2025 年，公司将以『创新驱动发展』为经营指导方针，持续产能整合和资源优化，充分发挥供应链的优势资源，构建更具有韧性的产业体系。同时，公司将持续推进三精两化，降本增效，收紧财务杠杆，降低资产负债率，对标 ROE 的有效增长，更加聚焦在主业的稳健发展，并逐步转型，积极布局寻找第二增长曲线，以实现持续健康发展。

广州海鸥住宅工业股份有限公司

2025 年 4 月 29 日