

# 惠而浦（中国）股份有限公司

## 2025 年度社会责任报告

---

### 重要提示

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。

---

二〇二六年四月

# 目 录

1、报告概况 .....	03
2、公司简介 .....	04
3、战略与管理 .....	05
4、自主创新 .....	13
5、社会责任 .....	21
6、员工成长 .....	25
7、环境责任 .....	30
8、展望 2026.....	32

## 报告概况

**报告可靠性保证：**本报告经公司第九届董事会第五次会议审议通过。

**报告组织范围：**惠而浦（中国）股份有限公司。

**报告时间范围：**2025 年 1 月 1 日至 2025 年 12 月 31 日，为保持报告连贯性与可读性，部分内容延伸出上述时间范围。

**报告发布次数及周期：**公司第十八份社会责任报告，2008 年起每年度一次。

**报告数据说明：**本报告披露的财务数据来自公司各类财务报表，其他数据来自公司内部统计，特别说明除外。

**报告参考标准：**本报告编写参照全球报告倡议组织 (GRI)《可持续发展报告指南》(G3.1 版本)、《中国工业企业及工业协会社会责任指南》、《上海证券交易所上市公司环境信息披露指引》。

**解答报告及其内容方面问题联络人及联络方式：**

联络人为公司董事会秘书孙亚萍女士，联络电话为 0551-65338028。

**报告获取方式：**本报告以电子版形式发布，可在上海证券交易所网站 ([www.sse.com.cn](http://www.sse.com.cn))和公司网站 (<http://www.whirlpool.com.cn>) 下载阅读。

## 公司简介

惠而浦（中国）股份有限公司坐落在合肥高新技术产业开发区，前身为合肥荣事达三洋电器股份有限公司，成立于 1994 年 11 月。目前主要股东：广东格兰仕家用电器制造有限公司 (59.84%)，惠而浦（中国）投资有限公司 (19.9%)，其他为社会流通股。注册资本 76644 万元。公司旗下拥有惠而浦、帝度等品牌，致力于提供最好的洗衣机、冰箱和厨房解决方案，涵盖洗衣机、冰箱、洗碗机、干衣机以及厨房电器、生活电器等产品线，业务遍及全球，为“高新技术企业”。

惠而浦（中国）立足于对中国家电市场的全面分析以及对全球消费者的深刻洞察，融合格兰仕全球领先的全产业链、供应链优势，及惠而浦集团研发技术优势，面向全球市场进一步开放合作。坚持以消费者为中心，全方位推进品牌生态融合，基于多业态、多结构的平衡营销策略，通过品牌差异化、产品差异化、营销差异化，全方位响应全球合作伙伴的发展需求，用一流的产品和服务赢得全球市场信赖，提供超越用户期待的健康生活方式。

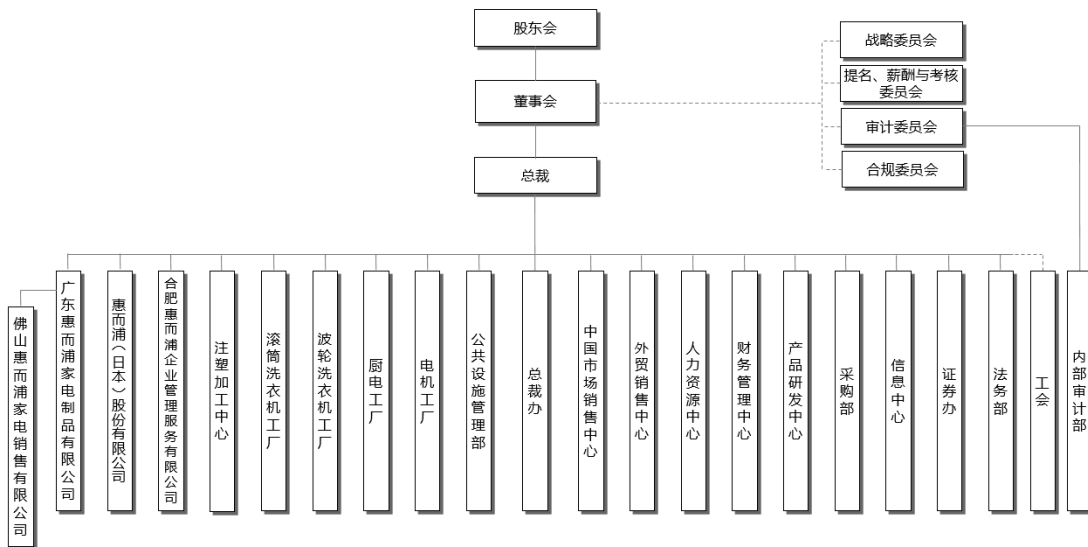


惠而浦（中国）总部及全球研发中心

## 战略与管理

报告期内，公司围绕“质量、效率、成本”，高质量、高标准、高效益推进日常生产经营工作，坚持惠而浦高端品牌定位，持续加大研发资源投入力度；以“重点稳住基本盘，不断扩大增量”为工作方针，总结经验、创新思维、提前部署，努力把“不可能”变“可能”，为消费者家庭提供全品类优质产品与服务。

### 一、组织架构更新



注：2025年7月佛山惠而浦家电销售有限公司已由公司全资子公司变更为公司孙公司

### 二、2025 年度经营业绩回顾

2025 年中国家电市场在政策驱动与行业转型的双重作用下，整体呈现“结构分化”的发展态势，以旧换新政策成为市场核心驱动力，但行业内部竞争加剧，品牌格局加速重构；中国家电出口在复杂多变的国际环境中展现出较强韧

性，但增速显著放缓，行业进入从“规模扩张”向“高质量发展”转型的关键周期。

报告期内，在行业竞争加剧和美国市场关税政策的冲击下，公司以“重点稳住基本盘，不断扩大增量”为工作方针，总结经验、创新思维、提前部署，将压力转化为运营突破的契机；围绕“质量、效率、成本”三大核心要素，夯实运营内功，推动提质增效；坚持惠而浦高端品牌定位，持续研发资源投入，为产品创新提供持久动力。报告期内，公司实现营业收入 449,697.50 万元，同比上升 23.23%；实现归属于上市公司股东的净利润 51,971.89 万元，同比上升 157.55%，盈利能力持续提升。报告期内公司主要经营活动情况回顾如下：

### **1、坚持技术创新驱动理念，专注打造高品质家电**

报告期内，面对全球贸易摩擦加剧、家电行业格局重塑与市场竞争加剧的复杂环境，惠而浦（中国）研发中心紧扣“技术驱动、用户中心、全球协同”战略，通过深入洞察、研究全球不同区域市场需求特点和使用习惯，开发满足不同地区消费者的本地化需求，聚焦高端化、差异化、健康、智能化研发方向，加强技术突破、产品迭代升级、创新体系建设，在洗衣机、冰箱、厨房电器等品类上不断丰富、拓展产品线，提升公司产品竞争力。

洗衣机研发平台 2025 年向日本市场推出斜式滚筒洗衣机，实现了大容量、大负载烘干、快速洗烘、低温烘干，全系配备直驱电机，更加节能、高效、静音，创新设计贯穿产品性能和细节，极大提升了用户体验，拓展了使用场景。北美市场出口平台将传统烘干机与洗衣机合二为一，全系产品搭载全新一代第 6 感智慧洗烘程序，通过多重传感器的实时监测与第 6 感智能算法的协同，通过吸水率判断衣物材质来匹配最佳洗涤参数，同时通过对污渍残留的实

时监测，真正实现洗净即停、漂净即停；通过多重传感器精准控制烘干温度，实现衣干即停，避免过度烘干对衣物造成损伤。

冰箱研发平台 2025 年 1 月出口美国的全新法式系列产品顺利批产，基于北美法式大冰箱产品平台，通过产品结构创新和工艺创新，进一步丰富产品功能配置，完善产品系列化矩阵，有效满足中高端市场以及品牌差异化需求，提升了惠而浦品牌在美国冰箱品类主流市场的产品竞争力，2025 年度持续稳定的订单为公司带来了坚实的业绩增长。

厨房电器方面，微波炉平台 2025 年按时按质完成了四款重点新型微波炉项目 (MHC 微波炉) 的全流程导入工作，其中，FLUSH、TITAN 等系列产品在北美市场赢得良好口碑；洗碗机研发平台 2025 年完成出口欧洲洗碗机能效升级开发工作，批产了一系列满足欧洲最新 A 级能效的洗碗机产品，增强了产品的市场竞争力及品牌形象，在巩固现有欧洲和拉美出口销量的基础上，积极开拓其他区域出口业务。

电机研发平台持续扩展产品门类，开发用于洗碗机、干衣机及烘干系统的各类电机，2025 年完成干衣机电机、滚筒直驱静音电机开发工作；电机成本和噪音指标大幅度改善，凸显竞争优势。

## **2、重点稳住基本盘，不断扩大增量，逐步攻坚克难**

2025 年全球产业链格局加速重塑，地缘政治局势持续动荡，贸易不确定性风险显著上升，面对严峻挑战，公司稳住基本盘，在挑战中前行。报告期内，外贸团队顶住压力，在公司战略上提前布局，在区域市场变化上快速响应，积极捕捉全球市场机遇，强化与研发、制造等部门的战略协同，在冰箱和洗衣机

等重点项目上取得突破，实现公司海外业务的高质量增长，为公司全球市场布局注入持续动能，充分彰显了外贸团队在公司战略落地中的核心牵引作用。

在传统白色家电制造业领域，行业分化格局日益凸显，内销市场面临较大压力。报告期内，内销团队严格遵循战略指引，聚焦经营质量，坚持公司高端品牌定位策略，通过优化资源配置，将发展重心聚焦于长三角、珠三角等核心经济区域，采用梯度推进模式，稳步开拓国内市场，以“改变、改造、突破”为总体思路，积极应对挑战，努力攻坚克难。

### **3、围绕“质量、效率、成本”，持续推进提质增效**

报告期内，公司围绕“质量、效率、成本”三大核心要素，推进精细化管理，在研发创新、生产运营、供应链协同等关键环节持续释放增效潜能，以提质、增效、降本为目标，提升公司发展质量与可持续竞争力。

在国际市场复杂多变的形势下，冰箱产线在 6 月份完成焕新升级，冰箱核心生产单元迈入高效运行的新阶段，为市场稳定供应注入强劲动能。质量是企业生存与发展的基石，各制造工厂于 9 月份开展质量提升专项活动，围绕“零缺陷”开启品质提升新征程：针对生产薄弱环节优化作业指导书、强化关键工序管控、细化梳理检验标准、开展专项培训等方式，强化员工质量意识，一系列务实举措让提质增效工作落地生根，为企业产品品质筑牢坚实防线。

### **4、完善治理与经营战略的协同，护航企业高质量可持续性发展**

报告期内，公司始终将合规经营作为核心发展理念，严格遵循董事会战略部署，全面贯彻监管要求，持续优化内控制度体系。为进一步与证券监管规则保持一致，更好地促进公司规范运作，公司于 12 月对《公司章程》在内的共 21 项制度进行了修订，并制订《董事离职管理制度》，通过系统性完善制度框架与管

理流程，公司显著提升了经营决策的科学性与财务稳健性，护航企业高质量可持续发展。

公司坚持稳健经营策略，在关键业务环节，强化全流程管控：严把合同签署关，规范资金使用流程，加强应收账款管理；对重大投资、关联交易及资金安全等核心决策事项实施专项审查机制，有效防范经营风险。同时，公司注重构建内外部协同监督机制，通过定期审计、信息共享与沟通反馈，形成多层次风险防控体系，有力保障了企业运营质量，为长期高质量发展提供了制度保障与执行支撑。

### 三、股东回报

#### 1、2024 年度利润分配方案

经普华永道中天会计师事务所（特殊普通合伙）审计，公司 2024 年度合并报表实现归属于上市公司股东的净利润为 201,791,403.35 元，累计未分配利润为 402,051,252.76 元。报告期内，母公司实现净利润为 183,174,574.88 元，累计未分配利润为 140,840,038.39 元，根据 2025 年 4 月 18 日全资子公司广东惠而浦家电制品有限公司股东会决议，以 2024 年 12 月 31 日为基数，向上市公司派发现金红利 81,789,664.43 元，母公司累计可供分配利润 222,629,702.82 元。

为积极回报股东，与股东分享公司发展的经营成果，结合公司实际情况，公司董事会拟定的 2024 年度利润分配预案为：以截至 2024 年 12 月 31 日公司总股本 766,439,000 股为基数，向全体股东每股派发现金红利 0.29 元人民币（含税），不送红股，不以公积金转增股本，预计拟分配现金红利为 222,267,310.00 元（含税），本次利润分配方案已于 2025 年 6 月 27 日实施完毕。

## 2、2025 年度利润分配预案

经普华永道中天会计师事务所（特殊普通合伙）审计，公司 2025 年度合并报表实现归属于上市公司股东的净利润为 519,718,889.23 元，累计未分配利润为 699,502,831.99 元。报告期内，母公司实现净利润为 511,989,005.62 元，累计未分配利润为 430,561,734.01 元，根据 2026 年 3 月 31 日全资子公司广东惠而浦家电制品有限公司股东会决议，以 2025 年 12 月 31 日为基数，向上市公司派发现金红利 88,000,000.00 元，母公司累计可供分配利润 518,561,734.01 元。

为积极回报股东，与股东分享公司发展的经营成果，结合公司实际情况，公司董事会拟定的 2025 年度利润分配预案为：以截至 2025 年 12 月 31 日公司总股本 766,439,000 股为基数，向全体股东每股派发现金红利 0.67 元人民币（含税），不送红股，不以公积金转增股本，预计拟分配现金红利为 513,514,130.00 元（含税），本次利润分配方案尚需提交股东会审议。

公司董事会按照《公司法》《关于进一步落实上市公司现金分红有关事项的通知》《上市公司监管指引第 3 号—上市公司现金分红》及《公司章程》等有关规定，重视对投资者的合理投资回报，从有利于公司发展和投资者回报的角度出发，综合考虑与利润分配相关的各种因素，严格执行公司的利润分配制度，与广大投资者共享公司发展成果。

## 四、公司治理

公司董事会下设审计委员会、战略委员会、提名、薪酬与考核委员会、合规委员会四个专门委员会，报告期内，各专门委员会依照《公司章程》及各自工作规则规范运作，忠实、勤勉地履行义务，就专业性的事项进行研究，为董事会决

策提供了专业的参考意见和建议，积极有效提升公司规范运作水平，促进公司健康发展。2025 年度各专门委员会对定期报告、关联交易、补选独立董事、续聘审计机构等事项进行审议并发表意见，均不存在异议。

公司严格按照《中华人民共和国公司法》《上市公司治理准则》等法律法规的要求，建立和健全了公司内部控制制度。公司于 2025 年 12 月 11 日召开 2025 年第三次临时董事会，于 2025 年 12 月 29 日召开 2025 年第二次临时股东大会，审议通过了关于取消监事会并修订《公司章程》、修订及制定公司治理制度的议案。公司根据相关法律法规规定，结合实际情况，对《公司章程》《股东会议事规则》及《董事会议事规则》等相关制度及条款进行修订，制定《董事离职管理制度》，顺利完成监事会改革，取消监事会，由董事会审计委员会履行监事会职权。

公司治理是一项长期的任务，良好的公司治理结构可以激发公司增长动力，降低经营风险，防范管理不善，促进可持续发展。公司严格按照《公司法》《证券法》等法律法规和规范性文件的要求，不断改进和完善公司治理水平，维护中小股东利益，保障和促进公司健康、稳步、高质量可持续地发展。

## **五、信息披露**

作为上市公司，信息披露是公司应承担的法定义务与社会责任，为加强公司与投资者之间的沟通，促使投资者了解公司，推动法人治理结构进一步完善，公司按照《上市公司信息披露管理办法》和上海证券交易所《上市公司信息披露事务管理制度指引》的要求，及时、准确、完整地对外披露有关信息，没有出现遗漏和错误，并做好信息披露前的保密工作，确保所有股东均能公平、公正地获得信息。

报告期内,全体董事恪尽职守、勤勉尽责,能够主动关注公司日常经营管理、财务状况及所有重大事项的进展情况,对提交董事会审议的各项议案认真审阅,深入讨论,为公司的经营发展建言献策,切实提高了董事会决策的科学性,推动公司生产经营各项工作持续、稳定、健康地发展。2025 年度,围绕公司发展的实际需要,公司共组织召开股东会 3 次、董事会会议 6 次。2025 年,公司坚守合规底线,持续发展,披露各类文件 91 份,认真履行信息披露义务,真实、准确、完整、及时、公平地披露相关信息,确保投资者及时了解公司重大事项,保护投资者利益。

## 六、投资者关系

公司严格按照《投资者关系管理制度》的规定,持续加强与投资者之间的信息沟通,开展各种形式的投资者关系活动,促进投资者对公司的了解和认同,倡导理性投资,并在投资公众中建立公司良好的诚信形象。

(1) 在公司网站 (<http://www.whirlpool.com.cn/>) 中及时刊登公司近期要闻,进一步让投资者和社会公众了解公司经营发展情况。

(2) 公司召开年度股东会或临时股东会,依法刊登股东会召开通知公告,公司董事长、总裁和其他高管人员在股东会上与股东们面对面交流,在不违反信息披露制度的前提下回答股东所关心的问题。

(4) 公司主动及时地召开了三次业绩说明会,通过现场接待、电话接听等方式积极与投资者进行沟通交流,用心维护上证 E 互动平台,回复率 100%,努力与投资者建立良性互动关系,传递公司运营正能量,同时密切关注媒体报道,针对投资者关心的焦点问题给予合理的解释与答复。

## 自主创新

2025 年，面对全球贸易摩擦持续，外部经济体政策动荡，家电行业格局重塑、消费需求升级与市场竞争加剧的复杂环境，惠而浦（中国）研发中心秉持“技术驱动、用户中心、全球协同”的创新理念，聚焦高端化、差异化、健康、智能化研发方向，加强技术突破、产品迭代升级、创新体系建设，加大技术创新与产品融合，在洗衣机、冰箱、洗碗机等多品类产品研发上取得重要成果，致力于提升品牌和市场竞争力。

### 一、产品研发上市

研发坚持高端国际化品牌战略，打造高端化、差异化、场景化产品满足海内外用户需求。全年在洗衣机、冰箱、洗碗机及核心零部件等品类开发上持续创新，针对全球市场不同区域市场推出了一批性能优异、高附加值、深得用户信赖的家电新品。2025 年产品研发小结如下：

#### 洗衣机：

1、2025 年研发推出了热泵斜式洗烘一体机，热泵烘干系统实现了大容量、大负载烘干，快速洗烘，低温烘干，全系配备 DD 电机，更加节能、高效、静音。创新设计贯穿产品性能和细节，极大提升了用户体验，拓展了使用场景。

丰富使用场景：热泵烘干系统实现了大容量大负载 7kg 烘干；1 小时 3Kg 快速洗烘；50 摄氏度下低温烘干，避免对羊毛等高级布料高温伤害；热泵烘干模块创新性加入浴室除湿及预热功能，解决了部分用户使用痛点。

洗护健康化：烘道自动清除功能防止毛绒堆积；自动投放进水盒配置银离子除菌模块，释放银离子深入衣服纤维，净衣抑菌；ADS 加载臭氧功能，进一

部杀菌、除味；独特设计的进水腔体形成瀑布式水流，高速转动内桶带动下形成瀑布式水流，有效冲洗滤网表面集聚的线屑；自动清洗水道，洗涤剂盒可拆卸清洗，避免洗涤剂残留导致二次污染。

洗护智能化：根据洗涤程序及衣物重量，计算洗涤剂用量自动投入；提供高、中、低、自动四档投放选择，用户可根据投放洗涤剂情况，自行选择；进水盒进水时自动释放银离子抑菌；ADS 中加载臭氧功能，根据需要向桶内通入所需浓度的臭氧，杀菌、除味。循环喷淋程序实现在洗涤和漂洗中，将筒内溶解洗涤剂的洗衣液抽至顶部喷射，形成喷淋效果，提高了洗涤效率及漂洗净度。

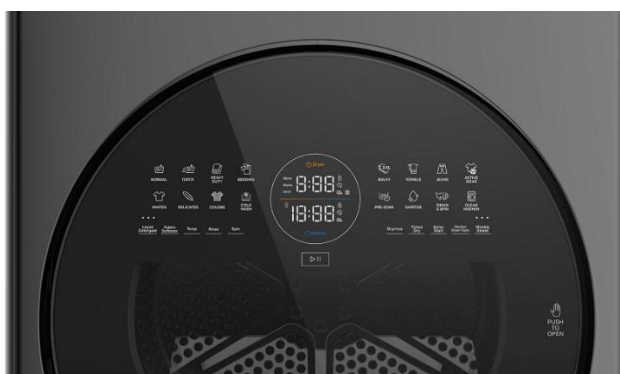


2、成功将传统烘干机与洗衣机合二为一的项目是 25 年洗衣机研发又一重要成果，产品特色鲜明，无论从性能和外观都极具冲击力，成功推向北美市场。

**智慧洗涤：**全系产品搭载全新一代第 6 感智慧洗烘程序，通过多重传感器的实时监测与第 6 感智能算法的协同，通过吸水率判断衣物材质来匹配最佳洗涤参数，同时通过对污渍残留的实时监测，真正实现洗净即停、漂净即停；通过多重传感器精准控制烘干温度，实现衣干即停，避免过度烘干对衣物造成损伤。

**多种适用场景：**12kg+12kg 容量设计，满足了绝大多数家庭大容量洗烘需求；125L 超大容量烘干空间配合 1:1 正反转不间断抖散烘干，即使大件家纺也能轻松洗净烘透。热泵烘干系统，实现了低温烘干和快速节能；专有特色绒毛净洗程序，通过增强摔打水流、循环喷淋冲刷，有效去除衣物附着的宠物毛发。

**时尚外观：**攻克了组合式产品 UL 认证苛刻要求，实现 1.168 米黄金高度比；采用门体全屏智控，平视操作，醒目、简捷、时尚，视觉冲击力十足。





### 冰箱：

25 年冰箱研发基于北美法式大冰箱产品平台，进一步丰富产品功能配置，完善产品系列化矩阵，有效满足中高端市场以及品牌差异化需求。

产品结构创新：冷藏胆内部增加分隔板，通过发泡实现结构加强和保温密封，把冷藏室空间分隔为冷藏室和变温室；同时借用冷冻室所有零部件，将产品由三门拓展为四门；简化了装配过程工序，最大程度借用原有零部件，提高了零部件通用率。

产品工艺创新：运用可替换插件的设计方式，增加木纹托盘，金属门瓶框，冷藏室金属风道，金属感蓝色内饰等配置，实现不同品牌、不同区域产品特色的全覆盖，有效拓展了市场增量，为达成公司全年经营指标提供了有力保障。



### 微波炉：

2025 年，顺德工厂按时按质完成了四款重点新型微波炉项目（MHC 微波炉）的全流程导入工作，FLUSH、TITAN 等系列产品在北美市场赢得良好口碑，其中，FLUSH 系列新项目微波炉集微波加热、空气炸、烘烤等多重烹饪功能，并配备红外传感、湿度传感、温度传感及探针等多种智能模块，精准调控火候，提升烹饪效果。产品支持 WiFi 远程控制，灵活响应用户需求。此外，其内部以微晶玻璃平板替代传统转盘结构，不仅增大了炉腔容量，便于取放食物，也更易于清洁。底部微晶玻璃覆盖有金属加热涂层，取代传统加热管，实现了更快速、均匀的加热性能。

## 洗碗机：

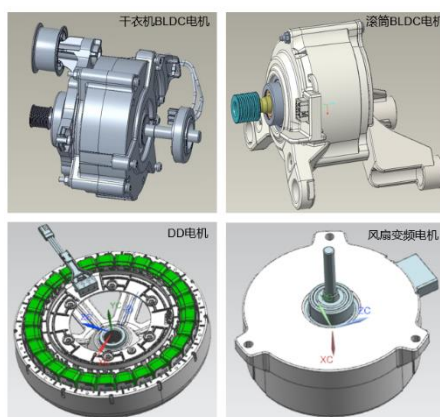
2025 年公司完成出口欧洲洗碗机能效升级开发工作，批产了一系列满足欧洲最新 A 级能效的洗碗机产品，增强了产品的市场竞争力及品牌形象。在巩固现有欧洲和拉美出口销量的基础上，积极开拓其他区域出口业务。



## 电机：

2025 年电机研发聚焦拓展电机在不同场景应用，拓展电机使用市场，同时在电机性能提升精益求精，提高效率、静音等指标，提高竞争力水平。

2025 年完成干衣机 BLDC 电机开发和量产，并实现规模化生产；滚筒 BLDC 电机的升级产品已发欧洲客户批准测试；2025 年滚筒直驱 DD 静音电机开发完成，样品进入客户端测试阶段，电机成本和噪音指标大幅度改善，凸显竞争优势。



## 二、创新技术应用

秉持“百年创新，悦享健康”的品牌战略，以技术创新引领行业，研发人员从产品性能、结构升级、智能化、健康化全方位针对行业和产品痛点，开展专项技术攻关，将创新技术应用产品各模块及细节。建立“专利挖掘-申报-转化-保护”全流程管理机制，为创新活动保驾护航，在 25 年技术创新应用取得显著成绩。

**洗衣机：**围绕洗净、健康、高效、智能方向，洗衣机技术不但构筑技术壁垒。干衣机产品通过湿度传感器位置优化，充分接触衣物，提高了检测指标准确性，克服了传统方式传感器位置弊端，小负载及羽绒服等烘干判断不准问题，真正实现衣干即停；开发了一种新的洗衣机控制方法和桶清洁方案，在洗衣过程中加入内、外桶的清洁功能，通过高速旋转内桶带动水流的离心力，在内外桶之间形成高速水流冲刷桶壁实现桶清洁，解决了内外桶之间残留脏污、线屑，滋生细菌并污染衣物的问题；排水系统通过三通管路结构设计创新，有效排出管路内部气体，保持洗衣机排水顺畅，解决了排水不彻底的行业痛点；干衣机系列产品利用热泵烘干模块创新性加入浴室除湿及预热功能，满足了用户对环境条件高水准需求，提升了产品附加值；全新设计的自动投放结构和程序，通过软件感知衣物重量，判断合适的水量，对洗涤剂和柔顺剂进行高精度控制投放，部分机型集成臭氧杀菌功能，利用臭氧对衣物进行消毒杀菌，大大提高了衣物护理智能化、健康化水平。

**冰箱：**针对美国高端产品市场需求，对球形冰、挤出冰、自动注水、动态面光源等高端配置进行技术攻关并取得良好效果。通过改变对球形冰和挤出冰形态，突破了传统制冰机的限制，实现了冰块直接食用与视觉美学体验的统一；自动注

水系统实现自动识别容器，自动注水等智能化操作，解除人工注水的不便，带来全新智能化体验；动态面光源技术创新突破了传统照明方式，带来更强的消费互动体验感；冰箱门体悬体自锁结构创新，可靠、巧妙实现门体悬停，提高了产品安全性、可靠性；一种通过对制冰控制系统的优化方案，使得制冰效率可以较现有产品提升 20%以上。

相关创新技术已经或正在形成对应知识产权，形成的技术储备、产权壁垒将有效支撑和巩固未来产品核心竞争力。

**工业设计：**产品外观造型、颜色、材料工艺的设计水平是打造高端产品不可或缺一环。在北美冰箱中，首次应用了免喷的蓝色箱胆工艺，满足了客户对产品颜色、质感的严苛要求；不锈钢部件配色一体成型一直是行业难点，其中弯曲形把手柄的辊压花纹工艺难度极大，在北美项目中，通过与上下游供应链深度合作，持续研究和尝试多种染色和氧化工艺，实现了全不锈钢把手的高精度机加工，实现了行业突破。

### 三、专利申请

2025 年，研发中心持续强化专利布局，全年新增专利授权 94 项，较上年同期增长 176%，其中授权发明专利达 22 件。截至年末，拥有有效授权专利 763 件，其中发明专利 180 件，海外专利 9 件。专利布局集中在洗衣机、冰箱、洗碗机产品智能控制、结构创新、功能升级、节能降耗等关键技术领域，既体现技术原创性，又具备产业化价值。形成覆盖全产品线的核心技术壁垒。

## 社会责任

公司严格遵守《公司法》《证券法》《劳动法》等国家法律法规，在最有效利用资源创造更大价值的同时，主动承担企业的社会责任，确立了“成为最好的提供冰洗和厨房解决方案的企业，不断追求提高人们居家生活品质”的企业愿景，创造性地提出经营和谐企业，为推动建设资源节约型和环境友好型社会做出积极的贡献。

### 一、诚信经营依法纳税

公司历年来如实申报税额，及时缴纳税款，并履行社会责任，以实际行动支持地方经济发展。报告期内，公司缴纳各项税费 7,567.10 万元；2025 年实现每股社会贡献值 1.44 元（注：每股社会贡献值 = 每股收益 + < 纳税总额 + 职工薪酬 + 利息净支出 + 公益捐赠总额 - 社会成本 > ÷ 期末总股本），履行了社会赋予的责任与义务，为地方经济繁荣与发展做出了应有的贡献。

### 二、提供就业岗位

公司作为市场经济中的一员，在努力提高自身经营业绩的同时，也积极、持续履行社会责任。在就业方面，通过各种方式、途径吸引人才，为社会提供就业岗位。尤其通过加大研发投入，积极从社会及各高校引入一批研发技术人才。

截至 2025 年 12 月 31 日，母公司在职员工总数为 963 人，外加子公司在职员工 1460 人，合计 2423 人。

### 三、确保客户合法权益

惠而浦（中国）倡导“以人为本，诚信经营”，以长期的共同利益为导向，积极谋求与合作伙伴共赢。

## 1、质量管控

质量是企业生存之本，也是企业发展的动力，更是践行社会责任的基石。公司始终恪守诚信准则、坚持以质取胜，将质量管控作为核心战略，构建可持续的质量管理体系，为消费者创造价值，为投资者筑牢信心。

2025 年，公司通过转变工作方式，将质量管控重心前移，从传统的“事后检验”转向“源头预防”。这一改变不仅显著降低了质量风险，还大幅提升了生产效率。通过强化设计阶段的质量评估和生产流程的早期介入，有效减少了产品缺陷的发生，为“零缺陷”目标的实现奠定了坚实基础。

2025 年，公司重点推进了多项研发项目，旨在通过技术创新优化产品性能，确保每一件产品都符合最高质量标准。公司积极响应国家制造业卓越质量工程的号召，将质量管控融入日常生产经营的每一个环节。通过实施严格的标准化流程和数字化质量管理工具，将质量管控从生产末端延伸至设计源头，实现了全生命周期的质量监控。

2026 年，公司将持续完善“源头预防”质量管理模式，以“零缺陷”为目标，全面深化质量管控体系改革，推动质量、效率、成本协同优化，以科技创新驱动质量变革，用卓越品质的产品兑现对消费者、投资者及社会的承诺，为企业高质量发展注入新动能。

## 2、供应链管理

2025 年，采购部聚焦供应链优化、成本管控、合规管理等关键领域，系统性推进各项工作，为企业稳健运营筑牢了坚实的供应链支撑。全年通过供应结构调整、成本管控升级、绿色合规建设等多维度举措，提升了供应链自主可控能力，同时在降本增效、可持续发展等方面取得进步。

为防范供应链单一化风险，采购部从三个维度构建稳定的供应网络，调整供应结构、扩宽供应资源：一是开发二级供应商，重点解决独家供应的问题；二是淘汰贸易商，与原厂直接合作，减少中间环节，降低采购成本；三是引入更具优势的供方，充实供应资源。

在成本管控方面，采购部通过招标竞价、外购转自制、国产化替代、通用化标准化等多种手段，全方位挖掘降本潜力。在保障供应与降本的同时，积极推动供应链的合规管理与可持续发展，践行企业社会责任。一是完善合作协议，保障企业权益。重新签订新年度供应商合作协议，明确双方权责边界，同时增加了知识产权保护、合规经营等内容。二是推进绿色采购，践行低碳环保。推广绿色采购原则，选择绿色环保、低碳、低能耗的可降解回收材料。推动供方采取节能措施，降低供应链整体的能源消耗。三是加强合规管理，打造阳光供应链。建立“阳光采购”制度，在供应链中倡导反腐，实现采购流程的透明化。

### 3、售后服务

惠而浦中国传承百年家电创新积淀，坚守“用户第一”理念与“满足消费需求、提供家居生活解决方案”使命，为用户提供售前到售后全流程优质服务。

2025 年，针对售后时效痛点与高端高净值客户需求，公司持续优化服务网络、人才梯队及全渠道专员队伍，升级全流程品质服务：实现 30 分钟智能响应、一线城市 4 小时上门、核心区域 1 小时工程师到位、48 小时故障闭环，以高原厂配件覆盖率保障一次修复率；同时为高净值客户打造专属管家服务，提供定制养护、全屋巡检、延保增值等权益。

此外，惠而浦中国秉持“一切为用户”宗旨，以“诚信乃服务之本”为要求，服务标准高于国家、优于同行，还通过售后培训与行为监管强化服务，将服务视

为经营重点，全力做好产品全局保障，推动服务与用户利益双增值，构建“服务-营销”一体化全流程互动模式，打造用户与企业可循环双价值驱动力。

#### **四、道德行为**

公司自成立以来，定期开展治理商业贿赂专项工作的自查和内部审计工作，加强“诚信合规”教育培训；坚决纠正和杜绝在生产经营管理工作中的不良行为，加强员工的廉政教育，从完善管理制度、加强内部控制等方面，发挥审计监察的监督职能，不断促进公司管理水平和效益的提高。报告期内未发现任何违反道德行为的事件。公司诚信经营，依法纳税，严格履行合同，信守对利益相关者的承诺。

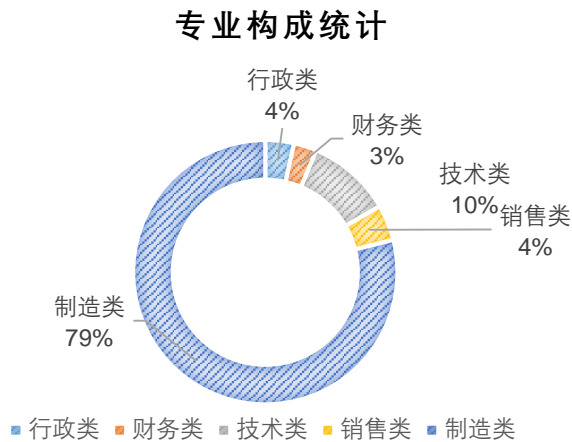
## 员工成长

人才是企业的第一资源。公司坚持“以人为本”，致力于建设富有凝聚力、感召力的企业文化以及具有激励性的用人机制，以激发员工潜力，调动了员工积极性，创造出企业与员工持续发展的良好互动氛围。

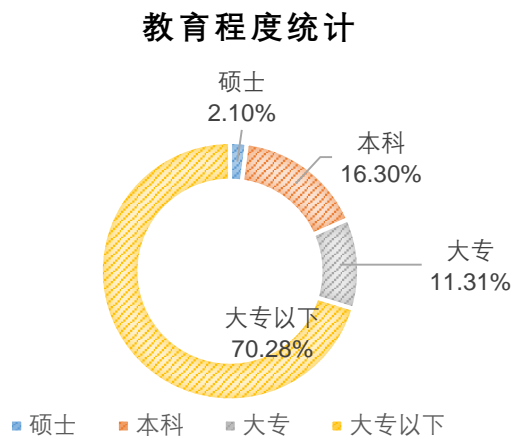
### 一、员工总数及构成

截至 2025 年 12 月 31 日，母公司在职员工总数为 963 人，外加子公司在职员工 1460 人，合计 2423 人。

#### (1) 专业构成统计：



#### (2) 教育程度统计：



## 二、员工培训与提升

人才是产品竞争力的第一核心载体，是创新之源。惠而浦一直以来高度重视人才培养工作，并以丰富的实战经验和资源帮助人才激发创新潜能。员工培训体系以能力进阶为导向，构建多维度的成长平台，通过企业文化培训、团队协作训练、业务知识讲解等多种方式，在加深公司文化深层次认知的同时，可以实现专业素养与岗位胜任力的系统提升。

为了帮助 2025 校招生完成从校园到职场的角色转换，公司组织了“向阳而生，浦写新篇”为主题的集训，涵盖了专业课程、工厂观摩、高管对话、团队拓展等四大模块，内容形式兼顾专业度与趣味性，帮助他们系统化地提升岗位技能，更深刻地认同企业使命与文化，增强对公司的归属感和认同感。

研发中心每年都对来自校招人才开展全面系统培训，培训内容涵盖企业文化、职场规划、新品开发流程、产品知识、专业工具运用等；产品和专业知识培训导师全部来自一线的项目经理或资深工程师，项目经验丰富，技术实操性强，能够在较短时间内全面提升研发团队的专业能力和掌握开发流程，明确新品开发过程中各部门具体的职责、分工与目标，建立对项目开发整体负责的全局观，提升团队执行力。全年不断实施研发人员出国技术交流活动，通过接轨前沿技术，直击行业顶尖科研动态，避免闭门造车，快速掌握国际核心技术路径与创新方向；通过与惠而浦全球研发团队的业务交流，对接顶尖团队与优质资源，吸收多元科研方法论与创新理念，突破思维局限，打破固有技术瓶颈，促进国际化人才培育。

为持续提升企业质量管理水平，系统提升员工质量意识与管理能力，进一步夯实公司品质管理体系，推动质量文化深入人心，公司组织品质专项能力提升培训，围绕“强化质量意识、传授品质知识、提升实战技能、推动体系完善”四大

培训目标，构建从品质意识到工具、方法等六大课程模块，打造系统系列培训。专项培训不仅帮助大家树立了“质量零缺陷”的理念，掌握了品质管理的基本知识和方法，还提升了员工对品质问题的发现、分析、解决的能力。报告期内，为了促进联合开发项目的顺利开发，提升研发与质量管理水平，公司产品研发中心邀请了惠而浦全球质量专家开展 FMEA 专场分享会，强调“事前预防”而非“事后纠正”，通过前瞻性地识别潜在故障模式、分析其影响与成因，并预先采取改进措施，从而显著降低风险，提升产品稳健性。

为了加深公司管理层及相关部门对公司合规制度的了解，更好地促进公司合规经营，公司合规及法律部门组织各部门多场次的合规培训，实现公司高质量发展。为提高公司员工公平竞争意识，深入宣传党的二十届三中全会关于保护和促进公平竞争、构建全国统一大市场等重大决策部署，广泛宣传“十四五”期间我国公平竞争治理的重大成就，公司积极开展公平竞争政策宣传活动，加强公平竞争文化建设。

### **三、薪酬福利与绩效考核体系**

公司基于经营战略目标，参考市场薪酬水平及同行业薪酬实践，适时动态优化薪资结构及薪酬水平，使薪酬体系更加合理，充分提升公司内部效率。报告期内，公司进一步优化薪酬和绩效管理体系，强化效益、效率领先，对研发等部门的人才引进和激励方面给予更灵活或更有针对性的绩效及激励政策，促进公司长期可持续发展。

### **四、保障劳动者权益**

合法合规是公司经营管理中一直坚守的基本底线。公司始终把员工的安全、身心健康放在第一位，通过现场环境改善、实施人机工程项目、提供劳保用品等

措施，保障员工的身心健康。公司定期为员工安排职业危害岗位体检等。

公司严格遵守《劳动合同法》及相关的法律法规，建立健全用工制度、合理安排作息时间，与员工签订《劳动合同》，切实维护广大员工的合法权益。

## 五、员工工作与生活

公司持续组织各类活动，提升员工的满意度和幸福感，如端午节包粽子比赛、劳动技能竞赛、每月员工生日庆祝活动以及登山、拔河、益智牌类和羽毛球比赛等文体活动。这些活动的举办，不仅丰富了员工的业余文化生活，也让广大员工真切感受到公司大家庭的温暖关怀。

公司持续重视党建活动，以各种形式组织学习党史，增强员工的政治信仰，永葆初心，树立正确的价值观与人生观。对优秀党员和优秀党务工作者予以表彰。

## 六、员工沟通与关爱

公司重视倾听员工的心声，通过各种渠道与方式，建立良好的沟通机制。公司管理层经常深入生产、销售一线，了解经营管理问题，聆听员工心声，并给予反馈和落实。公司不定期举办各层级的员工交流会，详细传递公司管理层关于组织架构、战略方向、品牌定位、企业文化及人才管理等方面的经营理念及具体举措，让员工充分理解公司战略措施，朝着共同的目标努力。

## 七、安全保护

公司按照《中华人民共和国安全生产法》要求，建立安全生产责任制，保证安全生产责任制落实，坚持“以人为本，坚持安全发展，坚持安全第一、预防为主、综合治理”的安全生产基本方针，执行惠而浦 EHS（环境、职业健康及安全）政策，高度重视安全生产，夯实安全基础，细化责任，强化现场监督监管，深化隐患排查治理，进一步完善职业健康安全管理体系和应急预案及救援体系，确保

了生产安全持续平稳的发展，在生产经营中不断强化和落实企业主体责任，建立公司负责、职工参与、政府监管、行业自律和社会监督的机制，公司安全生产形势良好。

公司 EHS 管理委员会从组织上保障了 EHS 政策的上传下达及各类安全生产决策的有效执行，每年 6 月开展多种形式的“安全月”活动，每月公司及各部门通过多种媒介方式，向广大员工传播安全知识，弘扬安全文化，组织多项应急演练活动，通过以演促练，以练筑防的方式，加强员工安全意识培训，提高员工应急逃生、应急救援技能熟练度。公司加大动火、登高等高危作业的管控，作业人员一律实行许可证制度，要求来访者佩戴统一规范的个人安全防护用品，入厂前进行安全告知培训，保证了相关方人员和来访者的安全。公司内部继续强化推进 LOTO 执行程序，有效控制危险能源，保障员工人身安全。

为保障消防设施的有效运行，公司按照相关消防法律法规要求，对消防喷淋系统进行点检、维护保养，建立消防控制室 24 小时值班制度，确保事故发生时做到及时相应处置报警；对易燃易爆场所安装相关报警装置及灭火装置；对于硫酸等易制毒化学品设立专门的库房，实行双人、双锁等严格管理措施。2025 年，公司定期组织各类安全检查及专项检查，全年公司层面实施各类检查 30 余次，配合政府上级主管部门及外部审查机构等外部检查 20 余次。

针对新进员工及转岗员工，公司对员工进行“三级安全教育与培训”，增强员工的安全意识，做到“不伤害自己，不伤害他人，不被他人伤害，不让别人被伤害”。同时公司为预防职业病的发生，对存在职业病危害岗位的员工开展岗前、岗中及离岗前的体检，做到早发现、早预防、早诊治。进行 PPE 知识的宣贯，教育员工积极主动佩戴 PPE，正确佩戴 PPE，通过 PPE 防护更好的保护每一位员

工。

2025 年未发生重大伤亡、财产损失事故及职业病事故。

## 环境责任

公司根据国家环保法律法规要求，结合惠而浦环保管理要求和理念，高度重视废水、废气的监控工作，不断加大投入，有效改进生产工艺、选用先进设备，积极倡导和实践绿色设计、清洁生产等先进生产方式。

### 一、环境工作

2025 年度，公司继续加强对环境保护和环境绩效的管理，对建设项目规范开展环境影响分析、预测和评估，提出预防或减轻不良环境影响的对策和措施，并定期对环境影响和环境绩效进行评审和评价，落实整改措施。公司设立公共设施管理部，全面负责公司环境管理的组织、监督、检查和协调工作。

公司严格执行国家各项环保法律法规，落实环境影响评价、环保“三同时”、总量控制、排污许可等各项环境管理制度。每季度委托外部具备资质的监测单位对各园区的废水、废气、厂界噪声等污染物进行全面监测，监测项目包括 pH、COD、BOD、SS、氨氮、石油类、动植物油、颗粒物、二甲苯、非甲烷总烃、厂界噪声等。此外，公司加强危险废物识别、收集、包装、贮存等各环节的管控，并委托具备危险废物经营资质的单位收运处置各类危险废物。

公司通过技改项目引入先进生产工艺、选用环保型材料、减少能源资源消耗、实施环保提标优化，提高清洁生产水平，通过清洁生产审核。公司在各园区增配环境应急专用物资，对工艺废气集中收集后增装活性炭吸附等提标优化措施。

## 二、节约能源

报告期内，惠而浦（中国）在持续优化管理基础，不断提高企业运营效率，充分挖掘设备和生产人员潜力，加强现场管理，提高生产效率。加大节能降耗工作的开展，对洗衣机、冰箱等大能耗的生产设备持续优化工艺参数，合理安排生产计划，减少开机能源浪费；改善塑料模具结构，降低注塑生产部件的单位能耗；针对非制造部门能耗分析，采取区域合并及优化，减少公共部分的设备运行；新增及改造生产设备，采购前期就进行能耗评估，采用伺服控制等节能技术，降低能耗。淘汰部分油压叉车，减少柴油消耗。各生产工厂对各部件生产优化排产，提高生产效率，提升资源利用率。

2025 年公司全年能源使用量为 12461.47 吨标煤，产品可比单台能耗下降 1.01%，达成降耗目标。园区屋顶光伏系统发电项目，2025 全年发电量 430.11 万千瓦时，节约标准煤 528.6 吨，减少二氧化碳排放量约 1427.22 吨，公司光伏系统持续带来较大的社会环境效益。

## 展望 2026

2026 年，公司将保持稳中有进的战略定力：坚持惠而浦高端品牌定位，持续研发资源投入，驱动创新与品质升级；深耕业务存量经营，同步推进提质增效工作，提升经营质量；聚焦业务增量突破，全力争取新业务增长点和战略性项目，持续扩大经营规模；强化内外部风险协同管控，以合规为底线，构建稳健运营的长效机制。

- 1、持续推进生产制造效率、产出和降本工作的全面提升，不断增强核心产品的竞争力；
- 2、以提升竞争力为核心，精准投入资源，打造高适配性产品；
- 3、强化外贸销售统筹，兼顾规模增长与经营质量的平衡，全面深化、扩大与现有客户的业务合作，加快新市场开拓、培养新的增长点；
- 4、中国市场进一步聚焦经营质量，以省代业务模式重新出发，围绕高端定位，深耕重点区域，初步形成“高端产品+定制服务+生态合作”的可持续发展模式；
- 5、严守经营底线，确保合法合规，审慎防控各类经营风险。

**惠而浦（中国）股份有限公司董事会**

**二〇二六年四月八日**