

ROBAM老板

享受创造



2024

老板电器年度环境、社会 和公司治理（ESG）报告

目录

CONTENTS

报告编制说明	P03
01 关于老板电器	P05

02 ESG管理体系	
2.1 ESG管理策略	P09
2.2 ESG管理架构	P10
2.3 利益相关方沟通	P10
2.4 重要性议题管理	P13

03 诚信经营	
3.1 公司治理	P19
3.2 内部控制与风险管理	P24
3.3 反商业贿赂及反贪污	P25
3.4 知识产权管理	P27
3.5 信息安全与隐私保护	P28

04 品质创新	
4.1 研发创新	P33
4.2 质量管理	P42
4.3 客户服务	P48

05 和谐发展	
5.1 员工权益与福利	P55
5.2 员工发展与晋升	P61
5.3 职业健康与安全	P68

06 环境保护	
6.1 环境管理	P73
6.2 应对气候变化	P75
6.3 能源利用	P78
6.4 水资源与包装材料	P80
6.5 循环经济	P81
6.6 排放与废弃物管理	P83
6.7 生态系统和生物多样性保护	P86

07 供应链优化	
7.1 供应链安全	P89
7.2 供应链质量	P92
7.3 负责任供应链	P94

08 共享繁荣	
8.1 推动行业发展	P101
8.2 热心社会公益	P102
8.3 弘扬烹饪文化	P106

09 ESG数据表和附注	P109
--------------	------

10 对标索引表	P121
审验声明	P127

报告编制说明

报告范围

本报告范围涵盖杭州老板电器股份有限公司（以下简称“公司”或“老板电器”）及其附属公司，与老板电器（股票代码：002508）年报合并财务报表范围一致。

报告期间

本报告为年度报告，报告涵盖范围为2024年1月1日至2024年12月31日。部分信息超出此范畴，在所涉及处予以说明。

编制依据

本报告依据《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第17号——可持续发展报告（试行）》及《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第1号——主板上市公司规范运作》（深证上〔2023〕1145号），并参考全球报告倡议组织（GRI）《可持续发展报告标准》（2021）编制。

数据说明

报告中的数据和案例来自公司实际运行的原始记录或财务报告。

报告中的财务数据均以人民币为单位。财务数据与公司年度财务报告不符的，以年度财务报告为准。

联系方式

杭州老板电器股份有限公司 董事会办公室电话：0571-86187810

您可通过公司官网（www.robam.com）和巨潮资讯网（www.cninfo.com.cn）获取老板电器更多ESG信息。

报告编制原则

重要性

公司结合自身所处行业和经营业务的特点等情况，基于双重重要性视角，识别公司的重要性ESG议题，作为本报告汇报重点。本报告对重要性议题的汇报关注公司运营涉及的行业特征以及所在地区特征。重要性议题的分析过程及结果详见本报告“重要性议题管理”章节。

准确性

本报告尽可能确保信息准确。其中，定量信息的测算采用国内外公认标准的规范术语、单位和计量方法；涉及数据引用的，注明来源；结果均说明数据口径、计算依据与假定条件，以保证计算误差不会对信息使用者造成误导性影响。

老板电器承诺本报告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，公司董事会对其内容真实性、准确性和完整性负责。

平衡性

本报告内容反映客观事实，对涉及公司正面、负面的信息均予以不偏不倚的披露。报告期间内，公司未发现应当披露而未披露的负面事件。

清晰性

本报告以简体中文及英文发布，凡中英文表述可能产生的不一致情形均以中文表述为准。本报告中包含表格以及模型图等信息，作为本报告中文字内容的辅助，便于利益相关方更好地理解报告中文字内容。为便于利益相关方更快获取信息，本报告提供目录及ESG标准的对标索引表。

量化及一致性

本报告披露报告期内的ESG量化绩效指标，并尽可能披露相应的历史数据。本报告对同一指标在不同报告期内的采集、测量与计算方法保持一致，若采集、测量与计算方法有更改，将在报告中对相关数据进行追溯调整，并予以充分说明，以便相关方进行有意义的分析与评估。

时效性

本报告为年度报告，与公司2024年年度报告同时发布，为利益相关方决策提供及时的信息参考。

关于老板电器

杭州老板电器股份有限公司创立于1979年，专业生产吸油烟机、燃气灶、洗碗机、蒸烤一体机、消毒柜、集成灶、燃气热水器、净水器等家用厨房电器产品。经过46年的发展与壮大，老板电器现已成为中国厨房电器行业发展历史、市场份额、生产规模、产品类别、销售区域都排在前列的，社会公认的领导品牌。

老板电器秉承独有的艰苦奋斗的老虎钳创业精神，以“创新、责任、务实”为纲领，肩负“创造人类对厨房生活的一切美好向往”的企业使命，始终用行动来体现自己“做一个让社会尊敬的企业”的理念，致力于成为“引领烹饪生活变革的世界级百年企业”。老板电器致力于用现代科技创造中国厨房，将中式烹饪的灵魂注入每一件厨房电器，让中国家庭的烹饪生活更简单、更健康、更有趣。



1979
— 成立年份 —

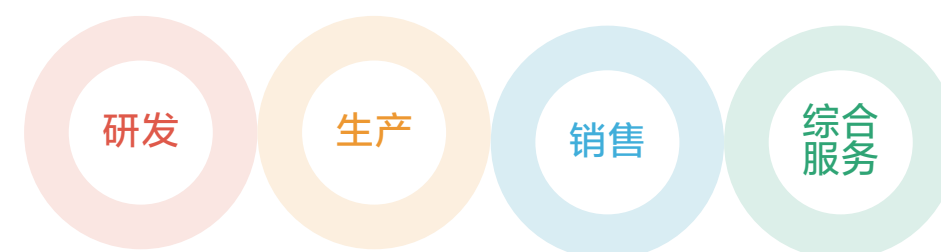
公司名称

杭州老板电器股份有限公司

上市代码

公司于深圳证券交易所上市（股票代码：002508，股票简称：老板电器）

主要业务



公司主要业务包括厨房电器产品的研发、生产、销售和综合服务的拓展。主要产品有吸油烟机、燃气灶、洗碗机、蒸烤一体机、消毒柜、集成灶、燃气热水器、净水器等。



老板电器始终致力于“创造人类对厨房生活的一切美好向往”。在发展过程中，老板电器秉持艰苦奋斗的老虎钳创业精神，不断推动技术创新、产品升级和品牌建设，为消费者提供高品质的厨房电器产品和解决方案，为社会创造更大的价值。

企业文化

企业宗旨
做一个让社会尊敬的企业

企业使命
创造人类对厨房生活的一切美好向往

企业愿景
成为引领烹饪生活变革的世界级百年企业

企业价值观
艰苦奋斗的老虎钳创业精神



02 ESG管理体系

2.1 ESG管理策略	P09
2.2 ESG管理架构	P10
2.3 利益相关方沟通	P10
2.4 重要性议题管理	P13

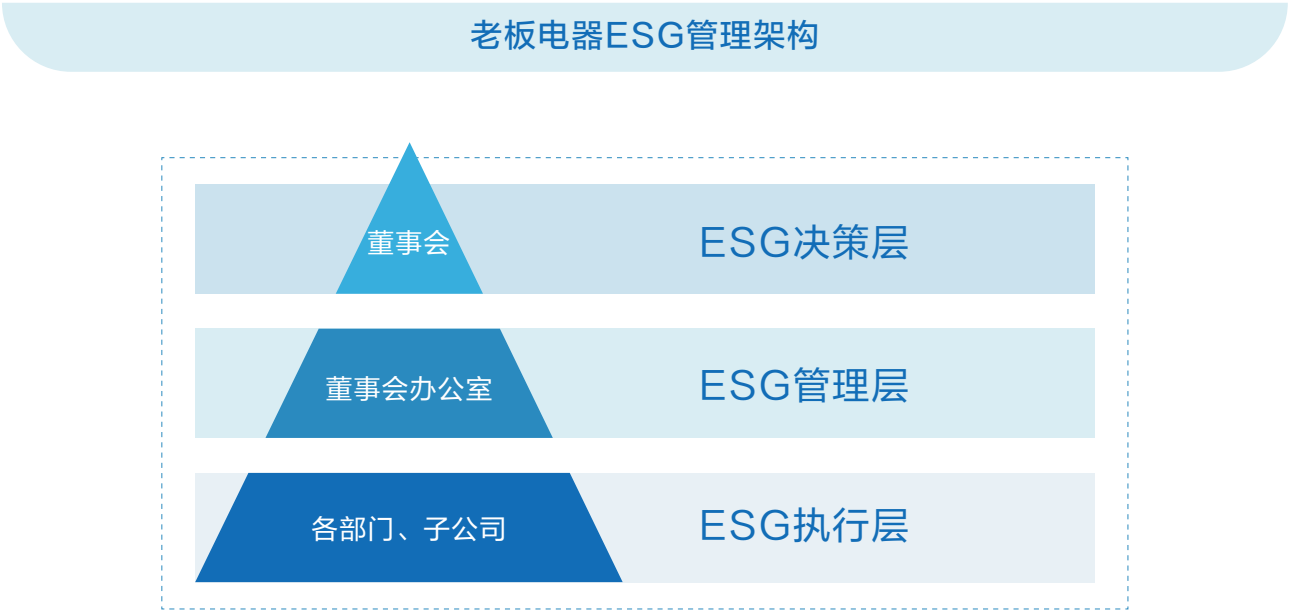
2.1 ESG管理策略

老板电器锚定“诚信经营、品质创新、和谐发展、环境保护、供应链优化、共享繁荣”六大方向，审慎规划 ESG 管理策略，并将其深度融入战略经营活动中。



2.2 ESG管理架构

老板电器构建了多层次的 ESG 管理架构，确保 ESG 理念深度融入企业运营的每个环节。在决策层，董事会对公司 ESG 事宜履行决策和监察的责任，并提供坚实保障。在管理层面，董事会办公室负责统筹各项 ESG 工作的具体实施。在落实层面，各部门及子公司积极响应，依据自身业务特点与资源优势，将 ESG 理念转化为具体的行动，贯穿于日常运营之中。



2.3 利益相关方沟通

老板电器将利益相关方定义为影响或受公司运营活动影响的个人或团体。公司根据行业和运营特点，将主要利益相关方确定为股东及投资人、员工、用户、政府及监管部门、供应商、社区及公众等。

公司致力于与各利益相关方建立沟通机制。公司通过网站、媒体、会议、报告、活动等渠道和方式积极与之沟通，了解并回应其期望与诉求，将利益相关方关注的议题纳入公司的运营和决策过程中，以提升公司的经营管理能力和可持续发展能力。

利益相关方类型	相关方代表	关注重点	沟通及回应方式
 股东及投资人	公司股东及潜在投资者	· 公司治理 · 内部控制与风险管理 · 反商业贿赂及反贪污 · 研发创新	股东大会、财务报告、业绩报告、商业道德管理等
 高级管理层员工	总经理、副总经理、部门负责人	· 公司治理 · 研发创新 · 质量管理 · 用户服务	内部管理会议和报告、公司治理相关培训、内部信息沟通平台等
 其他员工	工会会员代表和职工代表、其他服务于公司的工作者代表	· 信息安全与隐私保护 · 员工权益与福利 · 员工发展与晋升 · 职业健康与安全	内部信息沟通平台、员工活动、职代会活动、员工手册、员工培训、员工考核与晋升等
 终端用户	购买及使用厨电产品的消费者	· 公司治理 · 反商业贿赂及反贪污 · 信息安全与隐私保护 · 研发创新 · 质量管理 · 用户服务	科研创新、产品展览、用户调研、用户服务热线、用户满意度调查、用户隐私保护措施等
 渠道客户	渠道合作伙伴	· 研发创新 · 质量管理 · 用户服务	代理商会议、销售会议、营销活动、营销培训及技术支持、渠道客户满意度调查等
 政府及监管部门	运营所在地国家/当地政府、深圳证券交易所、中国证券监督管理委员会浙江监管局	· 内部控制与风险管理 · 反商业贿赂及反贪污 · 质量管理 · 应对气候变化 · 能源利用 · 排放与废弃物管理	机构考察、公文往来、政策执行、信息披露等
 供应商	最终产品组装供应商、零部件供应商、原材料供应商	· 反商业贿赂及反贪污 · 质量管理 · 供应链安全 · 供应链质量 · 负责任供应链	供应商管理制度、透明公平的采购、战略合作、交流互访等
 合作伙伴	运营所在地国家/当地行业协会商会、标准工作组、合作高校	· 研发创新 · 质量管理 · 行业发展	交流互访、产学研合作项目、标准政策相关协会及工作组会议等
 社区及公众	非政府组织、慈善机构、社会组织、主流媒体	· 排放与废弃物管理 · 生态系统和生物多样性保护 · 社会公益与乡村振兴 · 弘扬烹饪文化	加强环境管理、社会公益项目、社区志愿者活动等



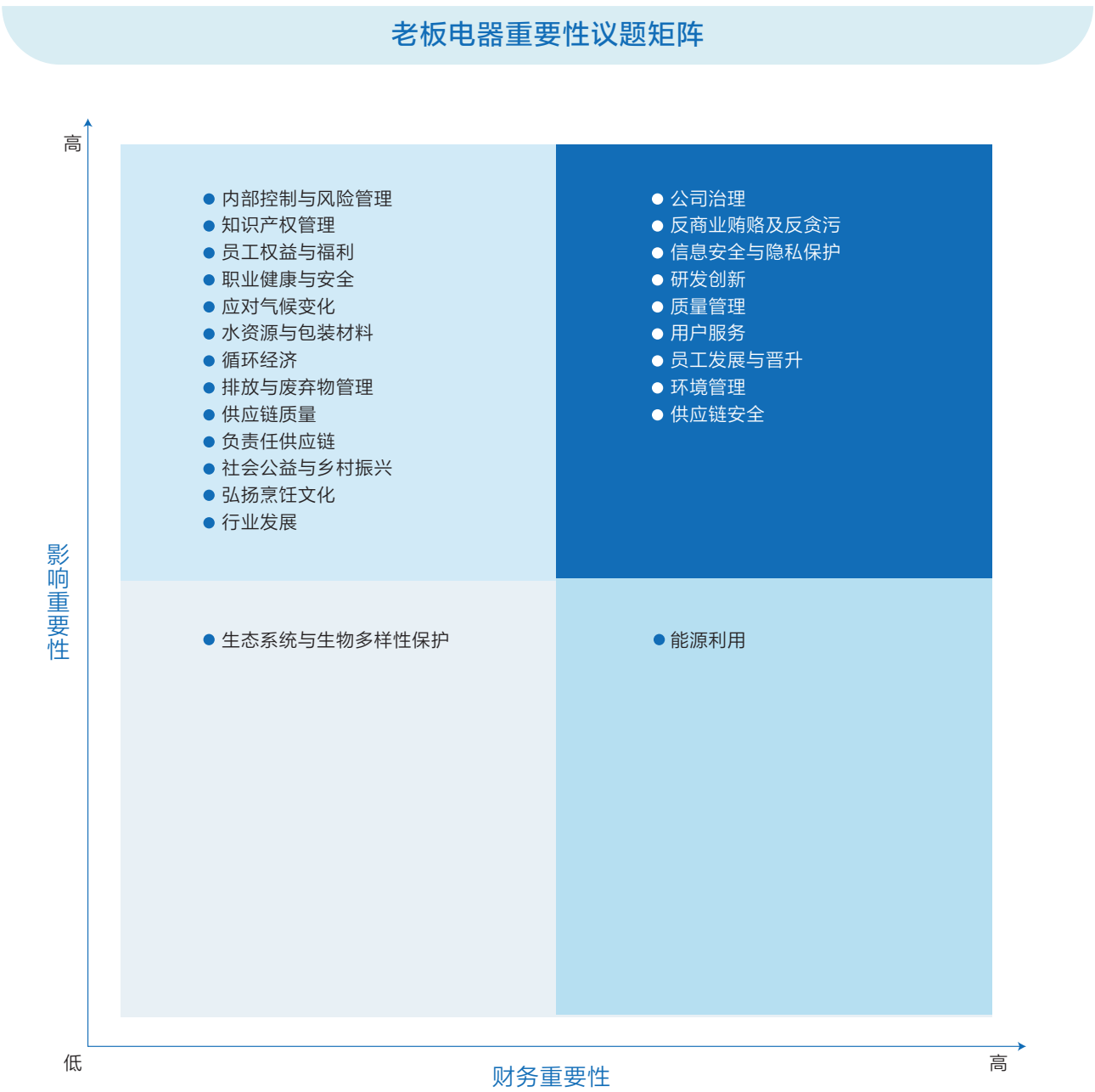
2.4 重要性议题管理

老板电器基于《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第 17 号——可持续发展报告（试行）》中关于“议题重要性分析”的要求，结合全球报告倡议组织（GRI）《可持续发展报告标准》中对于实质性议题的管理要求，从财务重要性和影响重要性双重视角，开展议题双重重要性分析。

公司按照识别、尽职调查、评估和审议的程序，明确对公司运营和利益相关方具有重大影响的 ESG 议题，为制定可持续发展战略、优化资源配置以及提升信息披露质量提供科学依据。



报告期内，公司结合标准对标、政策分析及同业对标，初步识别并筛选出 24 项 ESG 议题。经分析，其中共有 9 项议题具有双重重要性，1 项议题仅具有财务重要性，13 项议题仅具有影响重要性，1 项议题既不具有财务重要性、也不具有影响重要性，具体分布如矩阵所示。



财务重要性议题的重要性影响分析

重要性议题	影响重要性分析		财务重要性分析		
	影响范围	受影响的利益相关方	风险分析	机遇分析	影响周期
公司治理	· 上游 · 自身运营 · 下游	· 股东及投资者 · 员工 · 终端用户 · 渠道客户 · 政府及监管部门 · 供应商 · 合作伙伴 · 社区及公众	随着业务规模的快速扩张，公司管理层需不断提升管理能力，若缺乏外部新鲜视角，可能降低对新兴技术、市场需求变化的敏感度，导致公司错失行业转型机遇。	高分红政策和稳定的回报规划显著增强公司对长期价值型资金的吸引力，降低融资成本。结合投资者关系管理，形成市场信任溢价。	· 短期 · 中期 · 长期
反商业贿赂及反贪污	· 上游 · 自身运营 · 下游	· 股东及投资者 · 员工 · 终端用户 · 渠道客户 · 政府及监管部门 · 供应商 · 合作伙伴 · 社区及公众	厨电行业高度依赖终端用户信任，一旦发生供应商行贿事件，公众易将“供应链腐败”与“产品质量黑箱”关联，削弱品牌的高端化形象。	严格的合规记录（如报告期内零诉讼）可帮助公司通过欧美企业供应链尽职调查，加速切入高端厨电市场。	· 短期 · 中期 · 长期
信息安全与隐私保护	· 上游 · 自身运营 · 下游	· 股东及投资者 · 员工 · 终端用户 · 渠道客户 · 政府及监管部门 · 供应商 · 合作伙伴	若系统权限管理或数据加密存在漏洞，可能被内部或外部人员利用，导致敏感数据泄露、未经授权的访问、数据篡改或其他恶意行为。	严格的权限管理和数据加密符合欧盟《通用数据保护条例》（GDPR）等国际标准，降低海外市场拓展中的合规争议风险，助力国际化战略。	· 短期 · 中期 · 长期
研发创新	· 上游 · 自身运营 · 下游	· 股东及投资者 · 员工 · 终端用户 · 渠道客户 · 政府及监管部门 · 供应商 · 合作伙伴 · 社区及公众	前沿技术需要大量投入，若技术转化效率不及预期或市场需求增速放缓，可能对短期利润空间形成持续挤压。	公司通过数字化研发，打造烹饪全链路整体解决方案，带来技术壁垒和市场份额提升。“食神”大模型作为差异化产品，吸引高端用户，提升品牌溢价。	· 短期 · 中期 · 长期

质量管理	· 上游 · 自身运营 · 下游	· 股东及投资者 · 员工 · 终端用户 · 渠道客户 · 政府及监管部门 · 供应商 · 合作伙伴 · 社区及公众	若出现质量问题或产品召回，不仅会直接增加售后成本，还可能因声誉受损而失去市场份额。	通过质量损失率管理和预防性改进，质量成本占营收比例下降，释放利润空间。	· 短期 · 中期 · 长期
用户服务	· 自身运营 · 下游	· 股东及投资者 · 员工 · 终端用户 · 渠道客户 · 政府及监管部门 · 合作伙伴	服务补救成本（如返工、配件更换）可能降低增值服务收益。	用户对“按约服务”的依赖度高，“厨改工匠工程师”等稀缺技能资源可支撑服务溢价。	· 短期 · 中期 · 长期
员工发展与晋升	· 自身运营 · 下游	· 股东及投资者 · 员工	如果发展举措与实际需求脱节，导致人才能力不匹配，影响产品创新或服务 quality，进而影响市场竞争力。	双通道机制为员工提供多元成长路径，内部活水使人力资源灵活适配战略调整，避免外部招聘的滞后性。	· 短期 · 中期 · 长期
环境管理	· 上游 · 自身运营 · 下游	· 股东及投资者 · 员工 · 终端用户 · 政府及监管部门 · 供应商 · 社区及公众	若供应商危废处理不当，公司作为责任主体可能面临罚款或停产整改。	污染防控投入降低环境事故应急成本，同时节能工艺与绿色补贴形成叠加效应，提升净利率。	· 短期 · 中期 · 长期
供应链安全	· 上游 · 自身运营 · 下游	· 股东及投资者 · 员工 · 终端用户 · 渠道客户 · 政府及监管部门 · 供应商	智能厨电行业需求迭代快，若核心部件断供，新品上市周期可能延长，影响市场窗口期。	与供应商数据共享深化协同创新，数字化供应链建设提升敏捷性，供应链透明度提升增强客户信任。	· 短期 · 中期 · 长期
能源利用	· 上游 · 自身运营 · 下游	· 股东及投资者 · 员工 · 终端用户 · 政府及监管部门 · 供应商 · 社区及公众	若遭遇能源供应中断或价格剧烈波动，可能导致生产线停滞或能源成本大幅增加。	公司通过屋顶光伏、储能、数字能源监测平台及节能技术改造，构建清洁能源和智能调控的低碳生产体系，推动单位能耗下降并抢占绿色制造先机。	· 短期 · 中期 · 长期



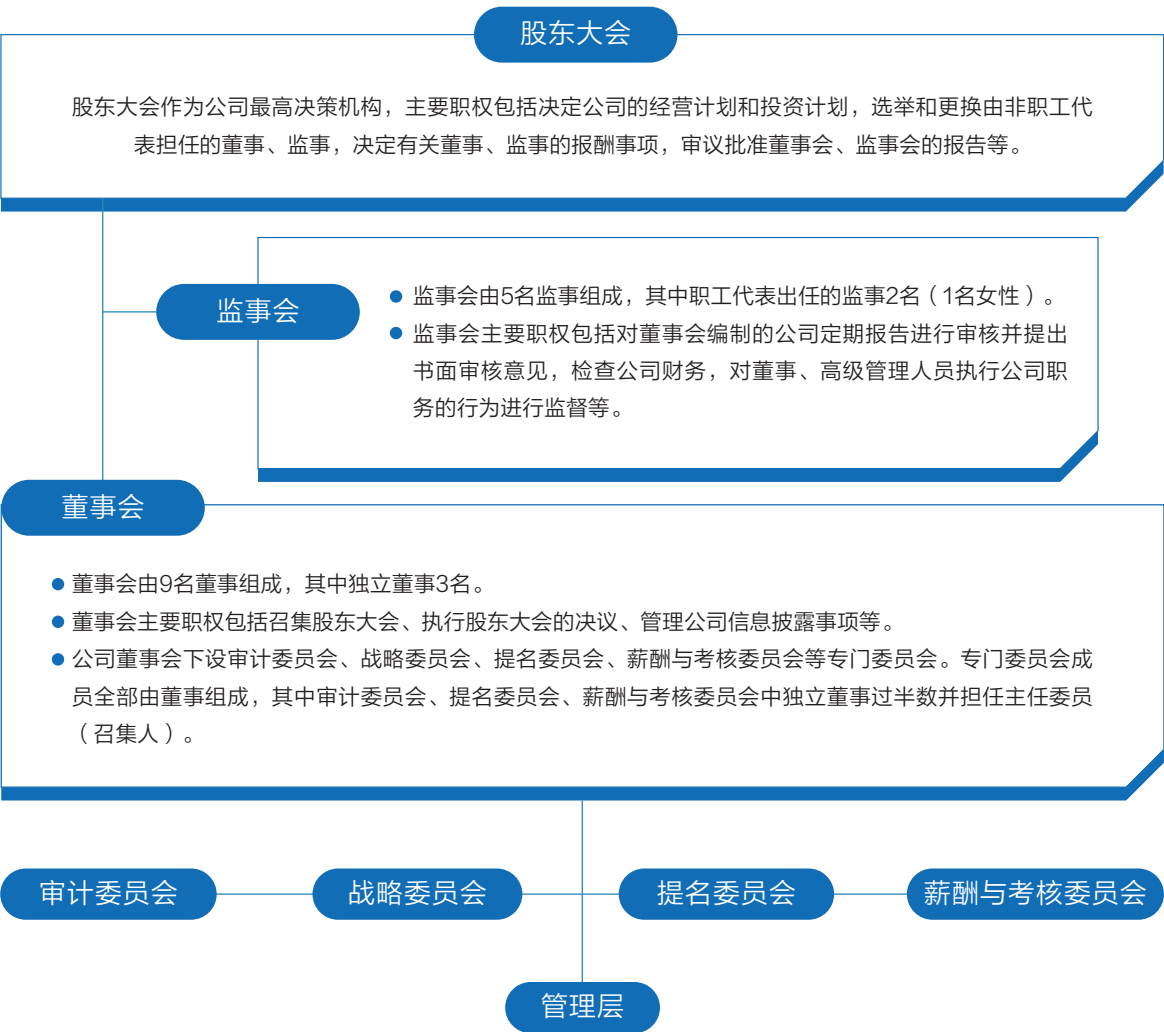
03 诚信经营

3.1 公司治理	P19
3.2 内部控制与风险管理	P24
3.3 反商业贿赂及反贪污	P25
3.4 知识产权管理	P27
3.5 信息安全与隐私保护	P28

3.1 公司治理

老板电器严格遵守《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国证券法》《深圳证券交易所股票上市规则》等法律法规和相关规范性文件要求，设立股东大会、董事会、监事会、管理层“三会一层”的现代企业组织制度和运行机制。公司董事会下设审计委员会、战略委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会等专门委员会，各专门委员会各司其职，各尽所能，推动公司高效、科学、规范运行。

老板电器公司治理架构



公司按照《杭州老板电器股份有限公司章程》规定提名和任免董事会和监事会成员，公司董事由股东大会选举或更换，任期三年，任期届满可连选连任。董事在任期届满以前，股东大会不能无故解除其职务。公司根据规定的董事议事程序召开董事会会议，董事会会议应有过半数的董事出席方可举行。

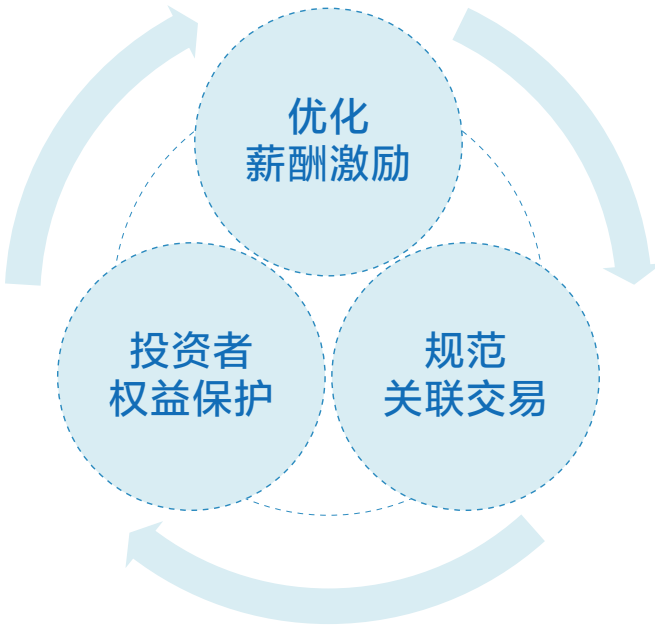
公司确保董事会、监事会和董事会专门委员会充分发挥在经营决策方面的作用，审议公司发展相关重大事项。2024年，公司共召开2次股东大会会议，8次董事会会议，7次监事会会议。

公司充分考虑董事会成员的行业经验、教育背景、综合素养等因素，以确保董事会构成的多元化与专业性。现任董事会成员拥有产业、财务、经济学、人力资源管理等多领域的专业能力，且均具备丰富的行业经验。



在完善公司治理结构的基础上，公司从优化薪酬激励机制、规范关联交易行为、强化投资者权益保护等多方面入手，致力于提升整体治理水平，确保透明度和公正性，从而为股东创造更大价值。

老板电器公司治理策略



优化薪酬激励

老板电器明确董事及高级管理人员的薪酬和考核标准，董事会下设的薪酬与考核委员会负责制定董事、高级管理人员的考核标准并进行考核，制定并审查董事、高级管理人员的薪酬政策与方案。该委员会提出的公司董事薪酬计划须先获得董事会同意，再提交股东大会审议通过后方可实施。薪酬与考核委员会由3名成员组成，其中独立董事2名，并由1名独立董事担任主任委员，以确保薪酬决策的独立性和客观性。

公司在《公司章程》中明确规定，董事、监事及高级管理人员需向公司申报其持有的本公司股份及其变动情况。在任职期间，每年转让的股份不得超过其所持本公司股份总数的25%；离职后半年内，不得转让其所持有的本公司股份。此外，持有本公司5%以上股份的股东以及上述人员，若在买入本公司股票或其他具有股权性质的证券后六个月内卖出，或在卖出后六个月内再次买入，由此获得的收益将归公司所有，公司董事会有权收回这些收益。

为进一步完善公司的长效激励机制，吸引并留住优秀人才，公司依据贡献与收益相匹配的原则制定了《2024年股票期权激励计划》《老板电器第二期事业合伙人计划》。该计划旨在通过调动管理层和核心技术骨干的积极性，将股东利益、公司利益和个人利益紧密结合，共同关注公司的长期发展。若行权条件达成，激励对象可按计划比例行权；反之，如果未能达到业绩考核目标，相应的股票期权将被注销。

详细规则已在巨潮资讯网（<http://www.cninfo.com.cn>）等平台公布，方便相关方查阅了解。

规范关联交易

老板电器严格遵守《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国证券法》《深圳证券交易所股票上市规则》《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第7号——交易与关联交易》等法律法规及《杭州老板电器股份有限公司章程》有关规定，建立《关联交易管理办法》等管理制度，对关联交易的范围、决策程序和信息披露内容进行规范，确保公司的关联交易行为不损害公司和非关联股东的合法权益。

公司采取有效措施防止关联人以垄断采购和销售业务渠道等方式干预公司的经营，规定关联交易的价格或收费原则应不偏离市场独立第三方的价格或收费的标准，并对关联交易的定价依据予以充分披露。公司与关联方签订书面合同或协议，采取有效措施防止股东及其关联方以各种形式占用或转移公司的资金、资产及其他资源。

公司制定完善的关联交易决策程序，在涉及到需股东大会批准的公司与关联法人之间的重大关联交易事项时，聘请具有执行证券、期货相关业务资格的中介机构，对交易标的进行评估或审计。监事会对需董事会或股东大会批准的关联交易是否公平、合理，是否存在损害公司和非关联股东合法权益的情形明确发表意见。

2024年4月，公司发布年度关联方资金占用专项审计报告，以确保公司信息披露的真实性、准确性及完整性。报告期内，公司发生的关联交易均基于公司正常生产经营及业务发展所需，定价遵循公允、合理的原则，且均已履行必要的决策程序及信息披露义务。

投资者权益保护

老板电器严格遵守《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国证券法》《上市公司投资者关系管理工作指引》《深圳证券交易所股票上市规则》等相关法律法规以及《杭州老板电器股份有限公司章程》相关规定，制定《投资者关系管理办法》《信息披露管理办法》等管理办法，开展投资者关系管理，充分保护投资者权益。

公司高度重视对股东与债权人的信息披露与沟通，确保全体投资者均能及时获悉影响本公司业务状况的主要事态发展，获得关于公司的资料。公司通过各种会议、出版物和网上平台向投资者发布信息，包括年度股东大会、临时股东大会、定期报告等。关于公司的信息均可在《中国证券报》《证券日报》《证券时报》《上海证券报》和巨潮资讯网（<http://www.cninfo.com.cn>）等平台获取。

公司按要求披露定期报告及临时公告，公告内容真实、准确、完整，没有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，实际运作中不存在违反相关规定或与相关规定不一致的情况。2024年，公司共披露公告68份，其中定期报告4份，临时公告64份。

公司董事会高度重视投资者关系的管理和维护，将投资者关系管理范畴深化到机构投资者、战略投资者、中小投资者等各类投资者。公司通过投资者热线、深交所互动易平台、网上业绩说明会、投资者接待日、国内国际策略会及机构投资者反向路演等多种形式保持和资本市场的持续沟通。

老板电器2024年投资者沟通情况



老板电器年度投资者日活动

2024年5月，老板电器如期举办年度投资者日活动，此次活动面向全市场开放，吸引了近百名中小股东、境内外机构分析师及行业研究员的积极参与。在公司高管团队的全程陪同下，投资者实地参观老板电器全球烹饪艺术中心，通过沉浸式智能烹饪场景演示和数字化工厂实景展示，系统性地了解公司“产品+生态”双引擎战略在中式烹饪解决方案中的创新实践与技术迭代逻辑。



同时，公司关注投资者的投资回报，于2024年4月发布《未来三年（2024年-2026年）股东回报规划》，明确提出每年实施两次现金分红，上、下半年各一次，现金分红比例不低于50%，并根据经营情况稳步提升。未来，公司将继续保持稳定的利润分配，丰富投资者参与分红决策的沟通渠道，坚持公司长期、稳定的股东价值回报机制。

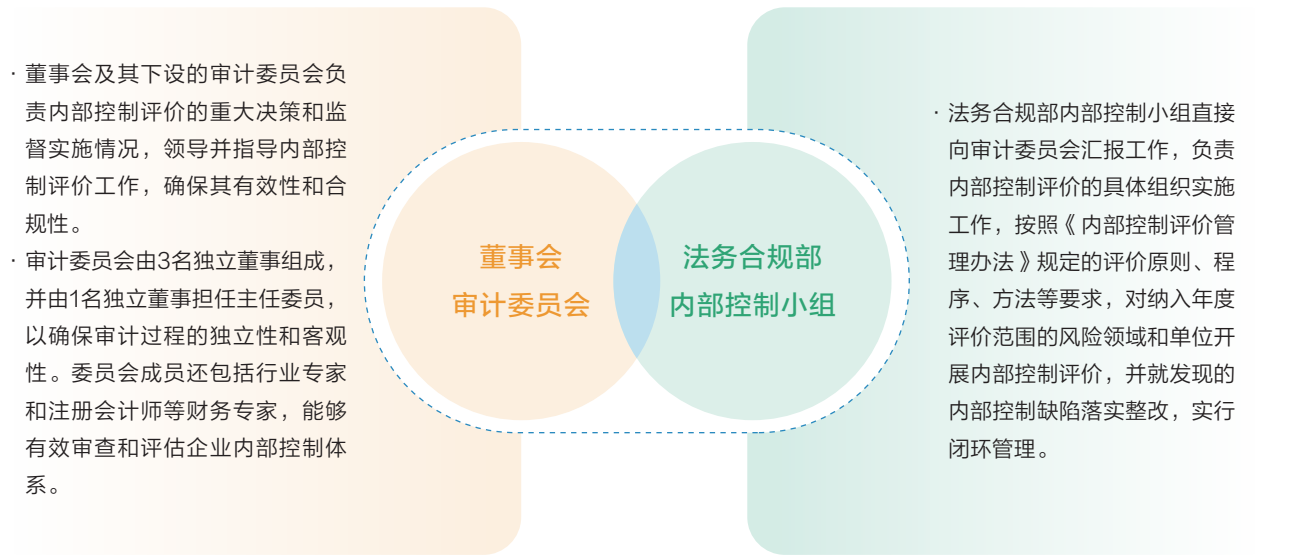
指标	年度目标	达成情况
现金分红次数	2次	达成：报告期内，公司向全体股东派发现金股利2次，共计约 9.44 亿元。

2024年，公司在深圳证券交易所上市公司2023年度信息披露考核中获评A（优秀）级别，连续11年获此殊荣；在投资者关系领域，获得证券时报第十五届天马奖中国上市公司最佳投资者关系奖、第十八届中国上市公司价值评选榜单中国上市公司ESG百强称号。

3.2 内部控制与风险管理

老板电器积极构建和优化内部控制机制，根据行业变化和公司发展动态，不断完善符合风险管理需求和企业战略发展的内部控制体系。依据《企业内部控制基本规范》等相关法规和指引，公司制定《内部控制审计管理办法》等制度，规范内部控制审核活动，提升经营管理水平和风险防范能力，促进公司可持续发展。

老板电器内部控制治理架构



法务合规部内部控制小组在报告期内共计开展并完成了“项目管理”等14项内部控制审核项目，其中内部审核12项，外部审核2项，内部控制审核覆盖了职能、销售、生产、技术四大板块，对发现的内部控制缺陷均已落实整改，公司本年度并无重大内部控制缺陷。

同时，公司建立健全风险管理机制，形成由董事会决策、总裁直接领导，业务及职能部门、法务合规部、审计部分别承担第一、二、三道风险管理职责的风险管理体系。

公司以“纯粹风险”（即一旦发生通常会带来损失等负面效应的风险）属性较重的合规风险为切入点，优先识别和评估各部门、各单位及各业务的合规风险，打造合规风控文化，树立“底线思维”和“红线思维”，重点、优先管控影响公司健康和可持续发展的突出风险，确保公司在复杂环境中稳健运营。

老板电器合规风险管理流程



2024年，公司的风险管理工作总体围绕质量风险管理、信息安全风险管理、知识产权管理、环境管理和职业健康安全管理工作进行，进一步完善相关风险管理流程及制度。

在提升员工风险防范能力方面，公司持续加大风险文化建设力度，开展风险领域知识培训。同时，公司推广“合规风险发生可能性度量标准”“合规风险发生后果度量标准”“合规风险坐标图”“合规风险地图”及“合规风险汇总表”等风险管理工具的运用，帮助全体员工提升风险管理能力。

3.3 反商业贿赂及反贪污

老板电器高度关注反商业贿赂及反贪污问题，设立专门的反商业贿赂及反贪污监督机制，预防和及时发现潜在的违规行为，维护诚信声誉。

老板电器反商业贿赂及反贪污治理架构

董事会审计委员会	董事会审计委员会负责监督和评估公司反商业贿赂及反贪污等商业道德问题。
审计部	审计部向审计委员会汇报工作，执行专项与综合审计、审计监察、离任审计等日常审计任务及突击检查，并对党员干部和管理人员的廉洁自律情况及履职尽责表现进行有效监察。

公司严格遵守运营所在地关于反商业贿赂和反贪污的法律法规，通过制度建设、文化建设及监督机制，全面构建反商业贿赂和反贪污策略，完善商业道德治理工作。

老板电器反商业贿赂及反贪污策略

制度建设	- 公司制定并严格落实《廉政建设标准》《审计标准》《采购业务及供应商商务行为规范——廉政公约》《员工日常行为规范》等制度，要求重要岗位人员签署《干部廉洁自律承诺书》，督促全体员工严守商业道德底线。 - 为保护供应商与企业开展合作的公平公正环境，公司与供应商签订《合约廉洁条款》《廉洁公约》，在与所有供应商签订的合同中设置了明确的反贿赂和反腐败政策条款。公司建立了供应商准入筛查机制，从中甄选出符合企业规范要求的供应商。
文化建设	公司每年通过董事会定期总结、定期召开“党员干部警示教育大会”、案例讲解警示等方式，对董事会、企业党员干部及全体员工进行商业道德培训，提升全体员工的商业道德意识。
监督机制	公司通过审计确保对营私舞弊、贪污贿赂等问题做到“横向到边、纵向到底”的监管全覆盖，每年度对供应商进行商业道德例行审计，每三个年度至少对所有业务进行一次和商业道德相关的审计，根据审计结果持续改进、优化公司的政策、程序及整体合规管理。

公司鼓励员工以及相关方举报可疑的违规行为，制定《举报奖励制度》，设立专门的审计监察举报平台，提供微信公众号、举报二维码、举报邮箱及电话等匿名举报渠道，匿名举报渠道公开在内部办公系统、业务系统方便员工以及供应商等相关方查询。

老板电器举报渠道

联系电话	0571-86282818
微信号	ROBAM-InternalAudit
邮箱	sjb@robam.com

在对举报人及审计监察人员的保护方面，公司通过最小化知情人、专人保管举报材料等保密管理措施保护举报人；同时，公司依照审计标准的规范程序，对举报处理过程与结果的公正公平性负责，严格保护举报人及审计监察人员的个人隐私。若发生针对检举人打击报复的情况，公司将严肃处理，在必要情况下移交司法机关。

指标	年度目标	达成情况
反商业贿赂及反贪污诉讼事件数	0件	达成：报告期内，公司未发生涉及贿赂、贪污、欺诈、勒索或洗钱的诉讼案件。

3.4 知识产权管理

老板电器严格遵守《中华人民共和国反不正当竞争法》，积极防范并杜绝侵犯商业秘密、侵犯知识产权、仿冒和混淆行为等不正当竞争行为，秉持“尊重知识、崇尚创新、诚信守法”的知识产权理念，确保市场活动的公平与透明。

公司法务合规部及技术综合管理部共同负责知识产权管理工作。法务合规部主要负责商标、著作权等知识产权的法律事务管理，包括组织开展知识产权保护培训、查处商标侵权案件等法律维权工作。技术综合管理部则主要负责专利相关事务的归口管理，包括专利申报、维护及技术成果转化支持等。

公司依据 GB/T 29490-2013《企业知识产权管理规范》编制内部知识产权体系文件，包括《知识产权管理制度》《专利申请制度》《商标管理制度》《知识产权维护管理标准》等，强化知识产权的规划与实施，已通过 GB/T 29490-2013 知识产权管理体系认证。

公司将核心技术点进行专利申请，完善专利申请和审查流程，确保公司创新成果得到及时、有效的保护。公司通过对现有及行业专利的分析，识别核心技术的保护盲区，有利引导了企业的研发方向和运营方向。为了鼓励技术人员有质有量地完成知识产权保护工作，公司根据专利类型对于获得授权的专利撰写人予以奖励。截至报告期末，公司累计拥有有效专利 **5,635 项**，其中发明专利 **478 项**；2024 年授权专利 **1,455 项**，其中发明专利 **321 项**。

在商标管理方面，2024 年 2 月，公司正式上线商标管理系统，实现了商标档案数据同步更新、商标案件汇总、内部需求处理等功能的自动化和流程化，确保操作记录清晰可追溯，检索验证便捷。为配合商标管理系统的上线，公司开展多层次的培训活动，帮助员工独立操作系统，显著提升了商标管理效率。公司积极推进各级重点商标名录申报工作并取得积极的申报结果。同时，公司采用行政、民事、刑事诉讼等法律途径有效打击商标侵权行为，本年度公司对侵权人假冒注册商标的行为提起刑事诉讼，并追究侵权人刑事责任，全力维护公司合法权益。

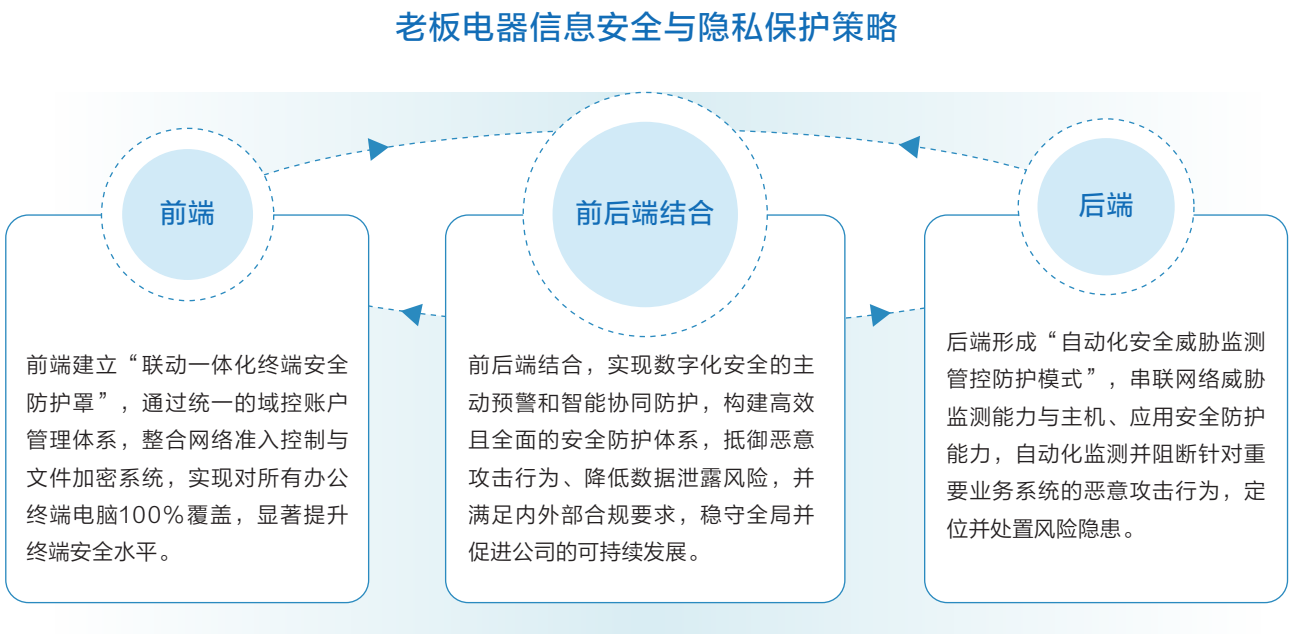
公司在严格保护自身知识产权的同时，也严格管理自身，保证不侵犯他人的知识产权。在进行科技创新、新产品推广、外部参展等涉及知识产权的活动前，公司相关部门会进行查新以确定是否会发生知识产权侵权；在新技术、新工艺、新产品等项目开发各阶段对技术方案进行专利分析和检索，避免重复开发或发生知识产权纠纷。报告期内，公司未发生侵害他人知识产权等不正当竞争行为。

3.5 信息安全与隐私保护

老板电器建立了完善的信息安全管理体系，组建跨部门信息安全小组，定期开展信息安全管理控制工作制定、实施与效果评估，实现部门间安全管理能力联动，及时发现风险隐患，提前规划信息安全建设工作。此外，公司在各部门设立信息安全员，负责信息安全工作的落实与反馈，持续提升公司业务安全运营能力。

公司严格遵守《中华人民共和国网络安全法》《中华人民共和国数据安全法》《中华人民共和国个人信息保护法》《互联网信息服务管理办法》《信息安全等级保护管理办法》等法律法规，制定《保密管理制度》《桌面云试运行管理办法》《信息安全预警预案》《信息安全工作人员作业指导书》等管理制度。2024年，公司参照ISO 27001转版要求，对多份管理制度进行新增和完善，如《信息安全风险评估管理制度》《数据库管理制度》《系统权限管理制度》等，进一步规范信息安全管理流程。

公司围绕数字化安全，从终端、应用、网络及云端四个层面展开全面的安全建设工作，以提升整体安全性，确保公司核心业务系统的稳定运行和敏感信息的安全。



公司制定了信息化项目全生命周期安全管理标准，建立了数据泄露风险应急响应机制，并采取一系列保障信息安全的行动措施，全面控制信息安全风险。

老板电器信息安全保障措施（部分）

措施	具体内容
全面推广文件解密系统	降低设计图纸、规划方案及各类办公文件等商业秘密数据泄露风险。
优化云上安全防护策略	扩大主机安全防护范围，提升应用安全防护能力，增强云上安全威胁应对能力。
应急演练	报告期内，公司组织了2次工业互联网网络安全攻防演练，邀请安全厂商组建攻击队，公司组建防守队，通过实战方式全面检验公司防御和应急处置能力。演练验证了公司的网络安全技术防护能力和应急响应机制，发现并及时修复了应用系统中的漏洞隐患。
内外部审计	报告期内，公司进行了1次内部审计和1次外部审计，审核结果无否决项，存在10项建议整改项。公司针对建议实施多项整改措施，包括但不限于修订《网络安全管理暂行办法》，根据各部门业务活动需要，按照“最小必须原则”，调整优化员工上网行为管理策略；修订《信息安全风险评估管理制度》中的风险评估方法，并开展相关培训和宣贯工作等。

根据ISO 27001标准,公司从15个维度对信息安全管理成熟度进行评价。2024年,经外部专业机构评估,公司在多个关键维度上取得显著提升,包括信息保护、安全配置、威胁和脆弱性管理、应用安全、系统和网络安全等,公司的信息安全管理成熟度相较2023年提升20%。

截至报告期末,公司已获得ISO 27001信息安全管理体系认证证书,公司官方自建网上购物商城“老板电器官方商城”已通过信息安全等级保护测评(三级)。

在隐私保护方面,公司制定《个人信息管理暂行办法》等管理制度,针对公司各类存在个人信息处理的业务活动,在个人信息全生命周期的各个环节提出了具体的规定与要求,从而规范公司对个人信息数据处理的行为,降低个人信息泄露及相关安全风险。2024年,公司针对《个人信息管理暂行办法》补充具体的线上流程,要求所有涉及个人信息收集或使用的业务系统进行备案。备案内容涵盖收集和使用的个人信息类型、隐私政策发布情况等,为后续开展个人信息安全影响评估提供依据。

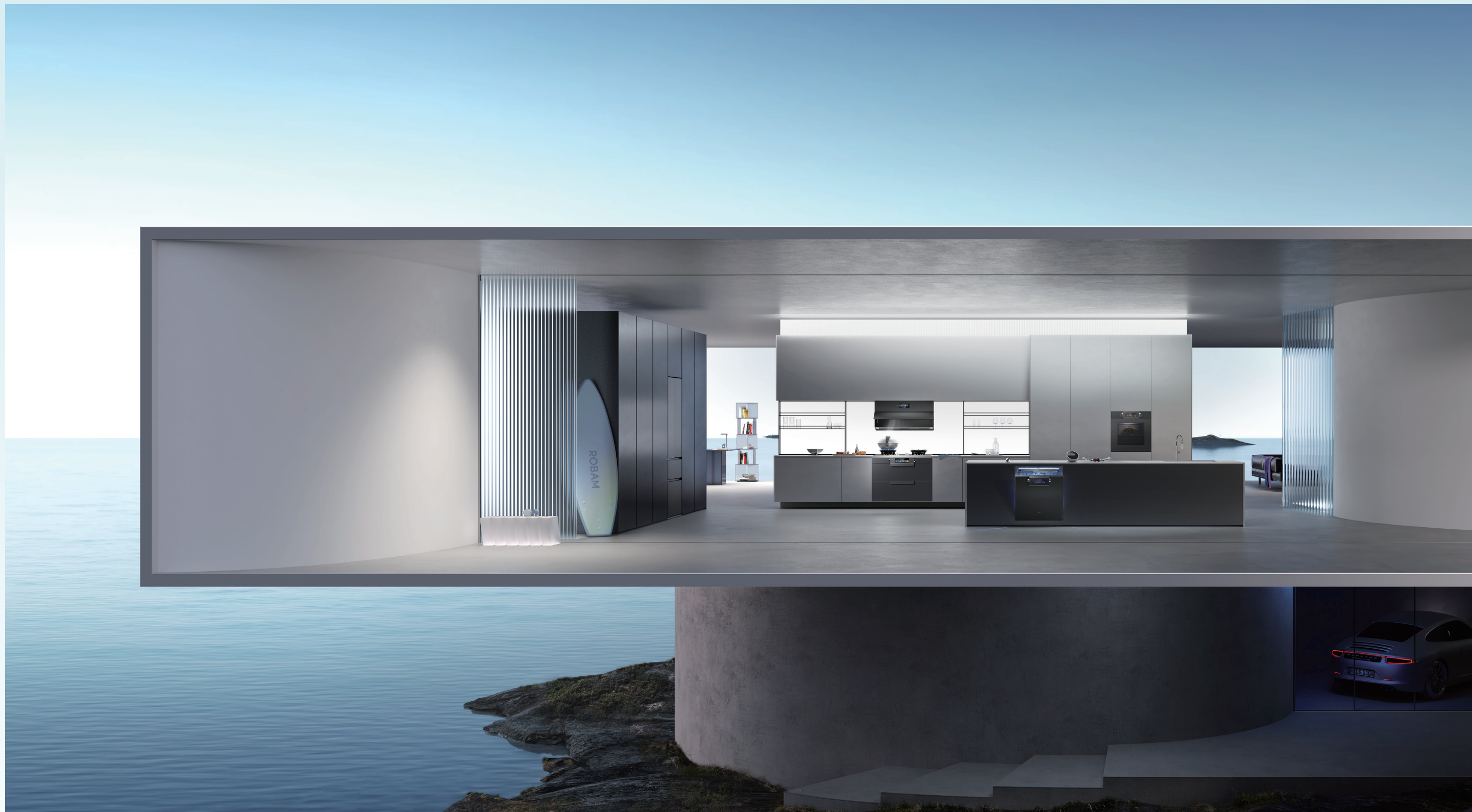
公司重视保障公司内部员工及外部用户的合法权益,确保在获取和处理个人信息过程中遵循合法、正当、必要的原则,充分尊重并保护每位员工对其个人信息处理的知情权、决定权以及隐私权益,保证隐私信息收集管理的透明性与合规性。此外,公司针对存在收集个人信息行为的所属网站、APP、小程序等业务系统,审核发布的隐私政策条款,确保满足相关法律规定。

公司积极推进信息安全和隐私保护意识宣贯,每双周在公司钉钉和企业微信端推送信息安全相关文章及小贴士,鼓励员工在公司板栗学堂(E-learning)学习《员工信息安全意识》等课程。同时,公司定期开展覆盖全体员工的针对性培训,2024年共举办了3场线下信息安全培训,提升员工的信息安全意识。

报告期内,公司未发生因违反信息安全和隐私保护相关法律法规而受到行政部门处罚的事件,亦无其他相关诉讼案件和争议性事件发生。

指标	年度目标	达成情况
信息项目体系符合率	100%	达成
信息泄露事件数	0发生	达成





04 品质创新

4.1 研发创新	P33
4.2 质量管理	P42
4.3 用户服务	P48

4.1 研发创新

老板电器始终将研发创新作为战略核心，建立了完善的研发创新治理架构，以经营管理委员会为统筹，通过研究院与多部门的紧密协作，共同推进各项创新项目的决策与实施，从基础研究、全新品类、全新形态、新材料应用、技术突破等多个维度推动公司创新变革。

老板电器研发创新治理架构

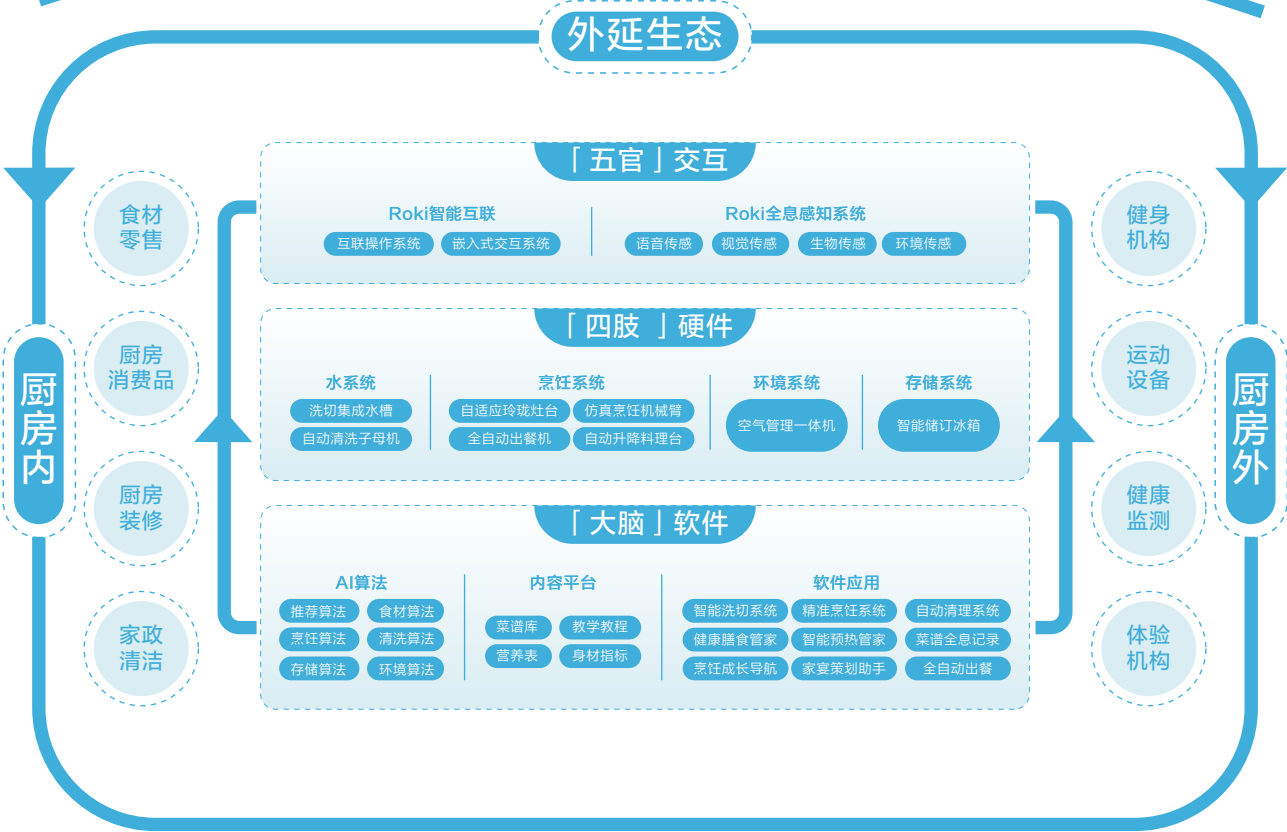


成都老板创新科技有限公司正式成立

公司长期重视基础研究与前沿探索，于2022年正式成立老板电器数字厨电研究院，大力布局人工智能和数字烹饪等科技。2024年4月，公司成立成都老板创新科技有限公司，标志着老板电器AI大模型及数字厨电的研发与应用再度提速。公司在烹饪营养、流体动力、振动噪声、燃烧数字仿真、净化等基础共性技术上持续保持行业领先，把握行业未来趋势。

老板电器坚持“科技+人文”的融合发展之路，致力于成为“烹饪全链路整体解决方案提供商”，并以全新的品牌形象，全方位的数字化运营，行业领先的AI技术竞争壁垒，打造新质生产力标杆。

烹饪全链路整体解决方案终极图景



为服务不同细分人群，汇集集团旗下9大品牌的全品牌矩阵，打造了包括硬件、软件、内容、生态为一体的解决方案。

老板电器旗下9大品牌的全品牌矩阵

数字化研发

为积极拥抱数字经济，打造厨电转型新模式，公司聚焦数字化研发，实现“以需求为导向”的数字化研发模式，引入多模态大模型与AI技术，通过AI研发助理、AI电商客服、知识创作平台等大模型数字化研发工具大幅提升内部研发和创新能力。

老板电器数字化变革

大模型	● 打造第一个烹饪大模型“食神”，通过国家算法服务和安全备案，在高级烹饪师和注册营养师认证考试中分数居于第一梯队，食神已深度赋能数字厨电硬件设备和软件应用，为用户提供大模型时代的智能化操作和个性化健康膳食方案，日均服务超百万家庭。
企业应用	● 落地AI研发助理、电商客服等大模型应用，端到端准确率达89%以上，提升企业内部知识获取效率和对外服务质量。

老板电器AI烹饪大模型“食神”

结合“科技+人文”的公司战略，聚焦用户场景和需求，公司于2024年6月正式发布全球首个AI烹饪大模型“食神”，该模型沉淀了公司45年的烹饪研究数据，以生成式AI为手段，满足用户个性化烹饪需求。相对于传统厨电的硬件工具属性，“食神”首次将用户的个性化数据与大模型数据匹配，为每个用户量身定制一套贯穿烹饪全链路的整体解决方案，不仅降低了烹饪的门槛，更激发了烹饪创作的乐趣，是首个兼具功能辅助和情绪陪伴的烹饪大模型。

食神大模型

我是食神 老板电器烹饪大模型
很开心与你相遇

流畅的自然语言交互

应用

数字厨电设备 ROKI 小程序 ROKI APP ROKI智能平台

更懂中式烹饪的助理

烹饪大模型

烹饪指导 食材识别 成熟度识别 菜谱创作 健康管理
设备控制 情感感知 个性化推荐 个性化食谱 营养规划

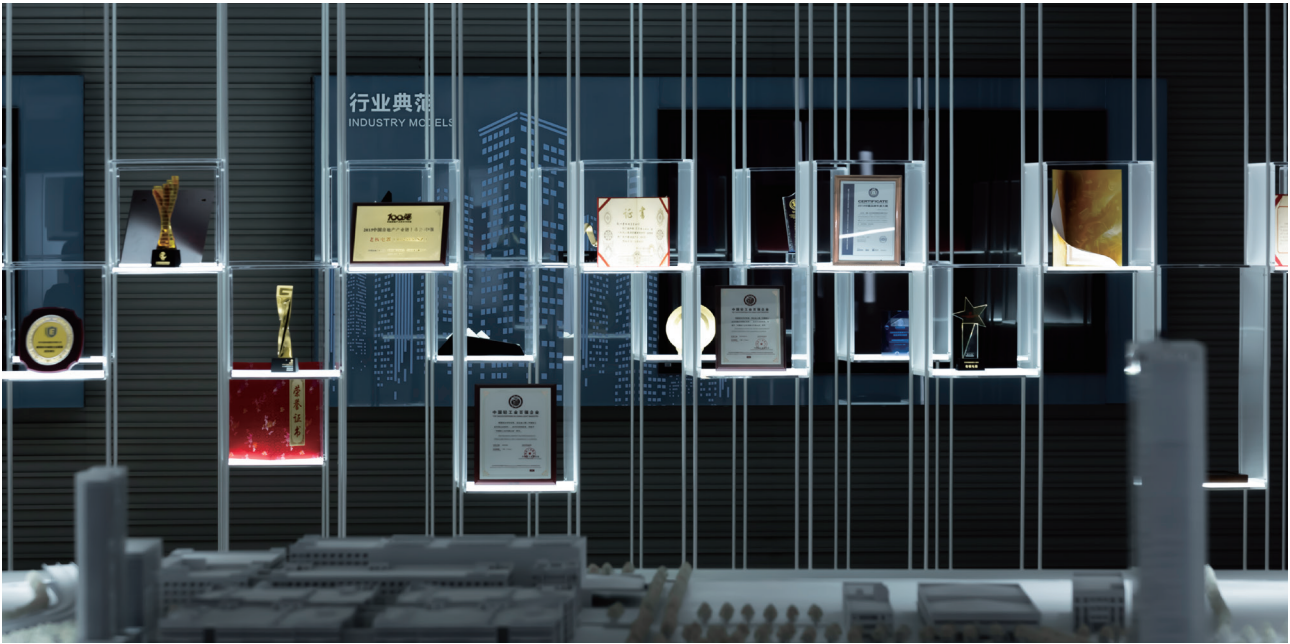
对话增强 | 多模检索增强 | 有监督微调 | 反馈学习

个性化主动服务

行业知识

知识图谱 行业数据 多模态数据

菜谱 烹饪 产品数据 行业标准 设计图纸 产品视频
标准 营养 专利文件 制度文件 产品文案 烹饪视频



2024 年，公司获得 ISO 56005 国际标准三级认证，是厨电行业的首张此类证书，也是公司长期坚持科技创新与知识产权保护的有力见证。截至报告期末，公司已被认定为国家企业技术中心、国家级工业设计中心、国家知识产权优势企业和示范企业、国家认可实验室等，并获得多项科技创新荣誉奖项。

老板电器2024年研发创新认可及荣誉（部分）

科技进步奖三等奖

中国轻工业联合会

中国专利奖外观专利金奖

国家知识产权局

优秀工业新产品

浙江省经信厅

重点企业研究院

浙江省经信厅

标杆型应用场景示范项目

杭州市经信局

重点科研计划项目

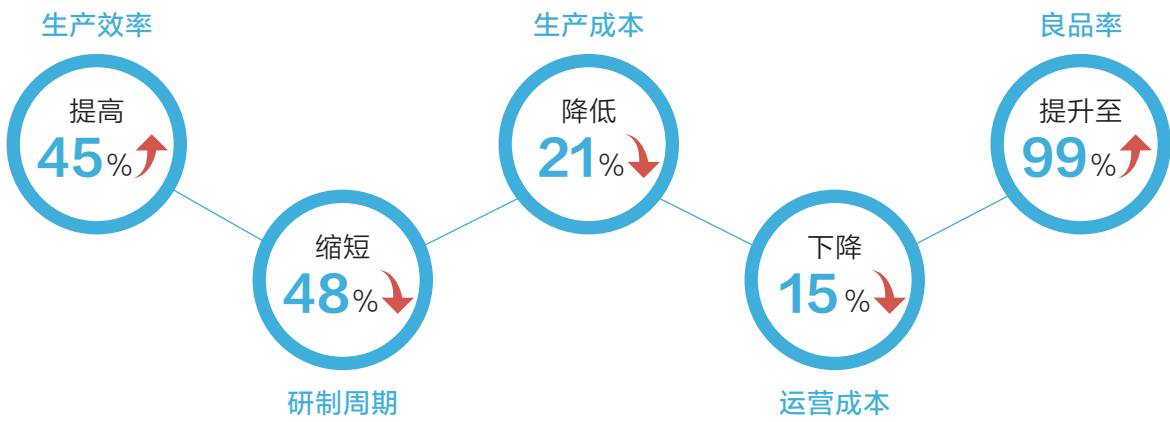
杭州市科技局

公司制定研发创新战略指标及目标，重点聚焦于全球化创新资源整合、构建多元化的数字化联盟以及确保技术创新成果的领先地位。报告期内，公司研发创新目标全部达成。

智能制造

作为首批投身数字化转型的厨电企业，老板电器于2016年成功建成厨电行业首家通过工信部认证的智能制造试点示范基地。该基地采用“1个数据中心+N个协作平台”的架构，依托“5G+工业互联网”技术，实现无人工厂的全面运作。这一模式能够实时响应客户需求，并动态调整设计、采购、生产及物流方案。

通过可视化、透明化、智能化的工厂管理，所有设备均实现自动化运转，显著提升了生产效率和产品质量：生产效率提高**45%**，产品研制周期缩短**48%**，生产成本降低**21%**，运营成本下降**15%**，良品率提升至**99%**。



2020年，凭借卓越的智能化水平，老板电器的无人工厂成功入选浙江省首批“未来工厂”，成为厨电行业中唯一获此殊荣的企业。2024年，公司在智能制造领域再创佳绩，荣获多项工信部大奖，为推动中国高端厨电行业的智能制造转型升级树立了典范。

老板电器2024年智能制造认可及荣誉（部分）

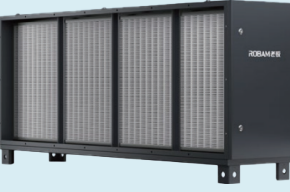
颁奖单位	荣誉名称
工业和信息化部	卓越级智能工厂
	人工智能赋能新型工业化典型案例
	2024年实体经济和数字经济深度融合典型案例
	2024年物联网赋能行业发展典型案例

绿色产品

2024 年，老板电器提出“享受创造”这一全新品牌价值主张。同时，公司遵循可持续绿色发展的路线，积极投身节能减排实践，深度参与绿色产业变革。公司致力于提升自身绿色发展水平，并将绿色理念植入产品，推广于消费者。通过在科技中注入人文活力，老板电器的品牌形象系统全面焕新，在传承经典的基础上，与全新品牌价值主张相得益彰。

公司建立覆盖产品全生命周期的资源环境影响数据库，利用生命周期评价工具和方法，提出产品绿色设计与绿色制造的改进方案，并通过产品全生命周期管理（PLM）平台进行改进设计，开发的绿色产品（达一级能效）近六百款，其中吸油烟机、微波炉等品类实现 100% 一级能效。CXW-200-8229S 油烟机、PRU400-J306 型号双出水净水器等产品获评工信部绿色设计示范产品。

老板电器绿色产品设计角度

模块化设计	产品在设计时充分考虑模块化需求，一方面提高生产效率，缩减材料使用，减少资源浪费；另一方面使得维修过程中更换零件更加便捷，提高可拆卸性，增加产品的可维修性，并减少拆卸和回收过程中的环境污染。  静电油烟净化器模块化拼接，适配多种风量需求
绿色原材料选择	公司对原材料实施绿色管控，严格执行电器电子产品有害物质管理要求。在符合国内外有害物质管理法规要求的基础上，主动限制其他有害物质，例如使用的无磷脱脂剂是由植物提取物反应合成的新一代环保水基脱脂剂、选用的电机均为国家一级能效电机等。
可回收设计	产品在设计时充分考虑可回收性和可拆解性，采用的钢板、五金件、塑料件、电机、电线等部件均为绿色环保可回收的产品，用户在使用后可送往拆卸厂统一拆卸后将各组件重新利用，达到可重复使用和可再制造的目的。  催化净化器采用优质椰壳活性炭，具有机械强度高、易再生、耐用等特点
节能化设计	公司充分依据产品生产效率最大化和厂内物流最优化布局生产线，并在生产控制关键点进行材料投入和能源投入监控，达到投入材料少、消耗能源低、生产效率高等目标。引入生态设计理念，重点开发绿色化生态设计产品，提高产品能效，降低排放。  燃气灶热效率高达76%

公司致力于打造绿色厨房生态循环系统，提供绿色智能整体解决方案，围绕油烟机、灶具、洗碗机、净水器等产品条线研发多款环保绿色产品，引领健康绿色的生活新风尚。

油烟机产品线：超薄平嵌K系列

为了突破净烟效果瓶颈，关爱空气洁净，超薄平嵌K系列油烟机搭载老板电器创新鲲鹏风道科技，实现风压、风量、噪声控制等产品性能行业领先，风量直达31m³/min，让厨房在任何时候都能保持最佳的空气状态。



灶具产品线：紫焰大火系列

紫焰大火燃气灶凭借螺旋喷射式燃烧器、双向双内焰与双层锁温聚焰盘“三重燃力科技”，释放高效大火力，热效率高达76%（国标一级能效为63%），成就10秒断生黑科技。此外基础上，增加智感定时功能，使烹饪过程更加省心安心。



洗碗机产品线：光焱洗消一体机S2系列

老板洗碗机采用智能分水阀系统和独有的三叉喷臂，可使用较少的水量并分时分层对餐具进行强力清洗。光焱洗消一体机S2系列在高效节水基础上首创双擎消毒的功能，实现医护级0菌洁净；独立烘干模式下，干燥指数高达1.33，远超国家最高标准1.08，免除手洗餐具晾干的二次污染；清洁指数高达1.30，远超国家一级标准1.12。



净水器产品线：三出水U系列

老板净水器采用创新集成水路板、水气混合冲洗膜滤芯等设计，优化浓水回收系统，结合智能废水水路调节系统，充分回收利用需要排走的废水，减少膜滤芯冲洗的废水用量，确保膜滤芯正常使用时废水的最小排放。三出水U系列净水产水率超国家一级水效标准，在高效节水基础上强化活性超微泡技术，高效去除农残，确保食材清洗清澈安心。



盐系套装G1

老板电器盐系套装G1采用OPTOOL氟聚合物纳米抗污材料，具备优异的洁净性能。该材料使油污污渍自动凝结，不易附着，即使经过11,000次擦拭后，表面依然符合易清洁标准。按照每日擦拭3次计算，可保持约10年的易清洁效果，并已获得10年易清洁权威认证。



此外，公司积极响应工信部绿色制造体系建设工作，根据绿色工厂创建要求，建立绿色工厂管理机制、开展清洁生产审核等，已获得工信部第五批绿色工厂荣誉称号。

研发团队建设

在人才队伍建设方面，公司致力于内生型人才的培养，并积极引入行业高端人才，打造充满活力的研发人才队伍，实现组织体系持续进化。

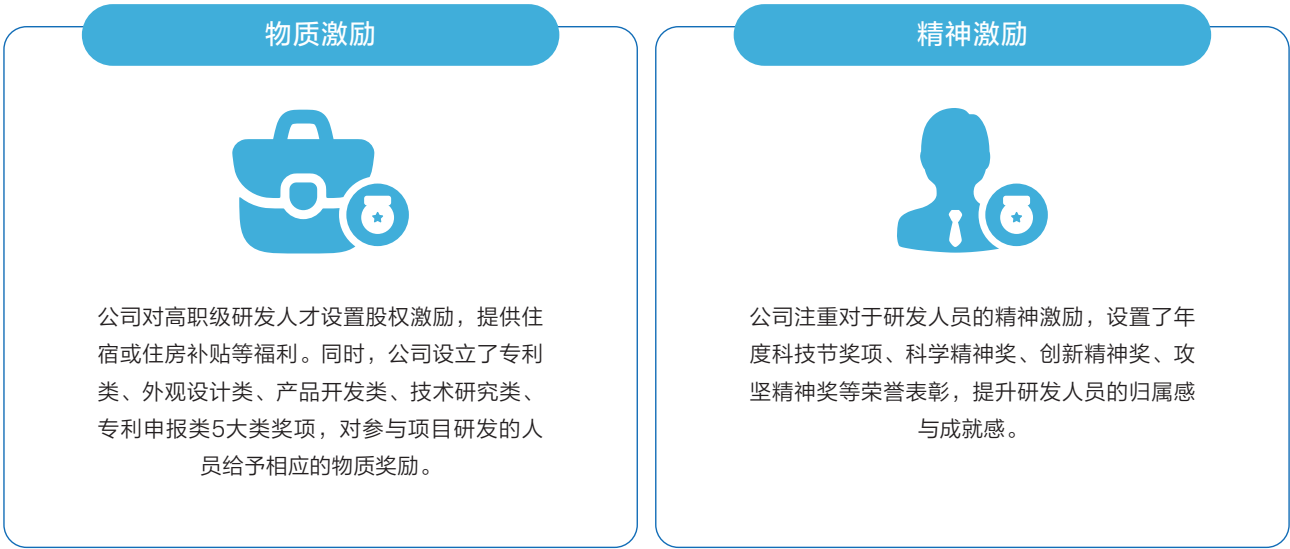
公司针对研发人员设置专项培训，建立技术创新学院，全年开展培训课程共计26次。此外，研发人员通过内部分享会、知识库分享等多种方式，将工作过程中遇到的经典案例及解决方案进行分享，进一步提升团队的专业能力及凝聚力。

截至报告期末，公司拥有研发人员893人，其中拥有博士学位员工2人，硕士学位员工145人，整体研发团队规模和实力在行业内处于领先。



为吸引及留任研发创新人员、有效激励研发人员的潜能，公司构建了完善的创新激励体系，对在研发创新中取得突出成绩的员工给予物质和精神激励，并提供丰富的晋升机会和广阔的职业发展空间，激发员工的创新热情。

老板电器研发人员创新激励体系



4.2 质量管理

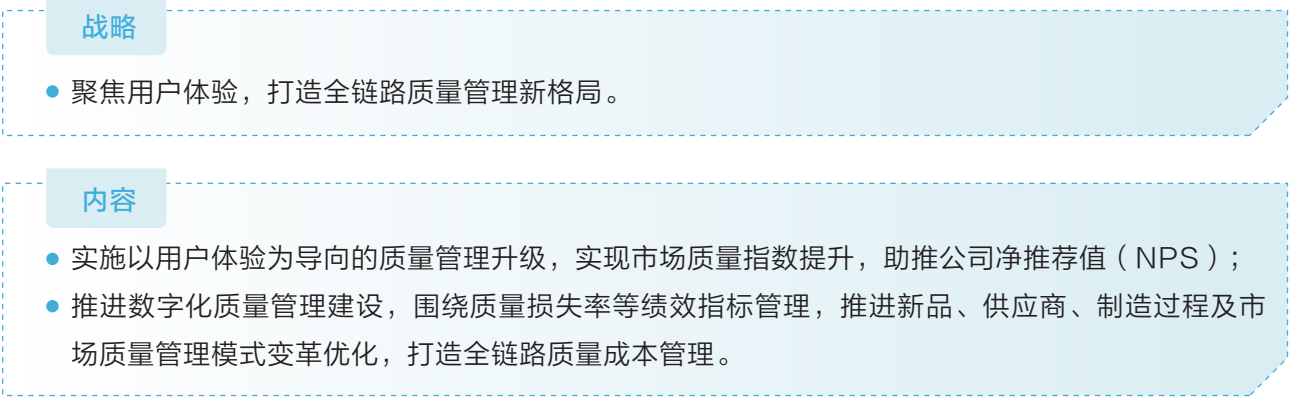
老板电器构建完善的质量管理体系，由经营管理委员会统筹，组建了跨部门的质量管理架构。该架构整合研发、生产等各环节的资源 and 流程，通过全面协同的方式，持续提升自身质量管理效能。

老板电器质量管理职责分工

实验室	技术综合管理部	质量控制部 用户品质管理部	运营管理部
设计验证 产品认证	设计质量管理	供应商质量 过程质量 市场质量	体系流程

公司制定质量管理战略，以用户体验为导向，实施全面的质量管理升级，打造全链路质量管理新格局，进一步增强公司整体竞争力。

老板电器质量管理战略



产品全链路质量管理

老板电器通过整合内部与外部两条链路，实现从设计、生产、供应链管理到用户购买、安装、使用及售后服务的全流程质量闭环。

根据影响产品质量的关键因素，公司制定一系列制度文件，包括《测试管理制度》《不合格品管理标准》《产品客诉信息管理制度》《市场质量预警和分级处理操作规程》等，通过各阶段质量管控措施，确保全面质量控制的有效落实。

产品全链路质量管理

新品质量

- 新品精益工艺设计：搭建新品工艺设计矩阵管理模式，设计最优成本与精致度的工艺方案，提升产品工艺综合竞争力。
- 数字化设计及测试：利用数字化工具和技术进行产品设计及测试，提高效率和准确性。

供应商质量¹

- 供应商质量能力提升：通过合作共享和精益管理，利用精益成熟度评价引导供应商变革，持续增强供应商核心竞争力。
- 供应商质量审核：实施过程审核、飞行检查及月度质量绩效评价等审核，确保来料质量符合高标准要求。

制造过程质量

- 质控点监测机制：开展关键质控点防呆监测，持续提升制程能力和预防管理能力，避免低级异常发生。
- 异常处置机制：制定《制程异常处理办法》，深化2S异常响应及盲点库建设，优化过程异常的收集、改善、关闭等管理机制，提升异常处置效率。
- 质量意识和能力建设：制定《质量十不准》，落实管理责任，深化零缺陷质量文化，开展岗前教育、质控点考试、案例教育、扫雷、盲点等质量活动。

成品管理

- 不合格品管理：所有产品必须通过检验合格后方能流入下一工序或出厂，任何不合格产品均有明确标识、记录、评价、隔离和处理等要求，各种不合格产品返工、返修后必须经过重新检验合格后才能进入下一工序。
- 产品质量追溯系统：对于所有出现的质量问题，系统中均有详细数据记录，产品数据和部分产品的关键部件数据均可追溯。
- 市场质量预警及分级处理操作规程：制定市场质量预警及分级处理操作规程，明确处置时效和处置原则，确保召回流程规范，保护用户安全和权益。

服务安装质量

- 标准化安装作业规范：制定标准化安装作业规范，关注安装规范的执行情况，定期开展标准化操作培训，确保相关员工熟悉并遵循最新安装标准。
- 安装质量稽查制度：实施包括线上检查、线下审查、自我检查和专项稽查在内的多层次安装质量稽查制度。

市场和用户质量

- 用户体验信息转化：搭建客户体验管理系统（CEM），收集并分析用户反馈和体验信息，将其转化为具体的产品改进措施，推动以用户体验为核心的产品全链路质量管理升级。
- 质保方案制定：制定《全品类质保承诺方案》，以用户为中心，全面提升用户体验感和满意度。
- 质量成本管理：全链路展开质量成本管理深化，将问题按照质量类及非质量类进行层别分类，针对关键损失点进行专项改善。

¹有关“供应商质量”的更多内容详见第7章。

在质量管理成效方面，2024年，公司六西格玛²和品管圈（QCC）结案项目共计**110项**，六西格玛和QCC实际产出经济效益达**1,230万元**。截至报告期末，公司在职六西格玛质量人才共计**354名**，其中黑带**81名**，绿带**119名**，黄带**154名**。



老板电器2024年质量领域重点获奖情况

类型	颁奖单位	奖项
QC小组	杭州市质量协会 浙江省质量协会 中国轻工业联合会	一等奖 三等奖 优秀成果
六西格玛	亚洲质量功能展开与创新委员会 全国统计方法应用标准化技术委员会	二等奖 优秀项目和突破项目各1例



² 六西格玛是一种改善企业质量流程管理的技术。六西格玛黑带是企业中全面推行六西格玛的中坚力量，负责具体执行和推广六西格玛，同时肩负培训绿带的任务。六西格玛绿带直接分布在生产与管理的一线，一支高素质的绿带队伍对于六西格玛理念自上而下贯彻和持续推进起着关键作用。

公司设置质量综合指数，由市场质量、新品质量等多个关键指标构成，并对各项指标的完成情况进行追踪与持续优化。截至报告期末，公司已通过 ISO 9001 质量管理体系认证和浙江制造认证（产品检测 + 管理体系）。

在年度目标设定方面，公司重点关注市场质量、新品质量、供应商质量、制造过程质量、服务安装质量等，并强调质量改进与人才育成，明确所有指标需较上一年度有所提升，本年度所有指标均达到预期目标。

实验室检测质量管理

公司实验室主要开展厨房电器、燃气灶具等产品安全性能、使用性能、可靠性能试验以及相应零部件、材料的检测。公司依据 ISO/IEC 17025：2017《检测和校准实验室能力的通用要求》、CNAS-CL01：2018《检测和校准实验室能力认可准则》、CNAS-CL01-A003：2018《检测和校准实验室能力认可准则在电气检测领域的应用说明》和中国合格评定国家认可委员会（CNAS）相关认可规定及相关法律法规的要求，制定《质量管理手册》和程序文件，以保证实验室的检测和服务质量，提供准确、可靠的检测数据和结果。

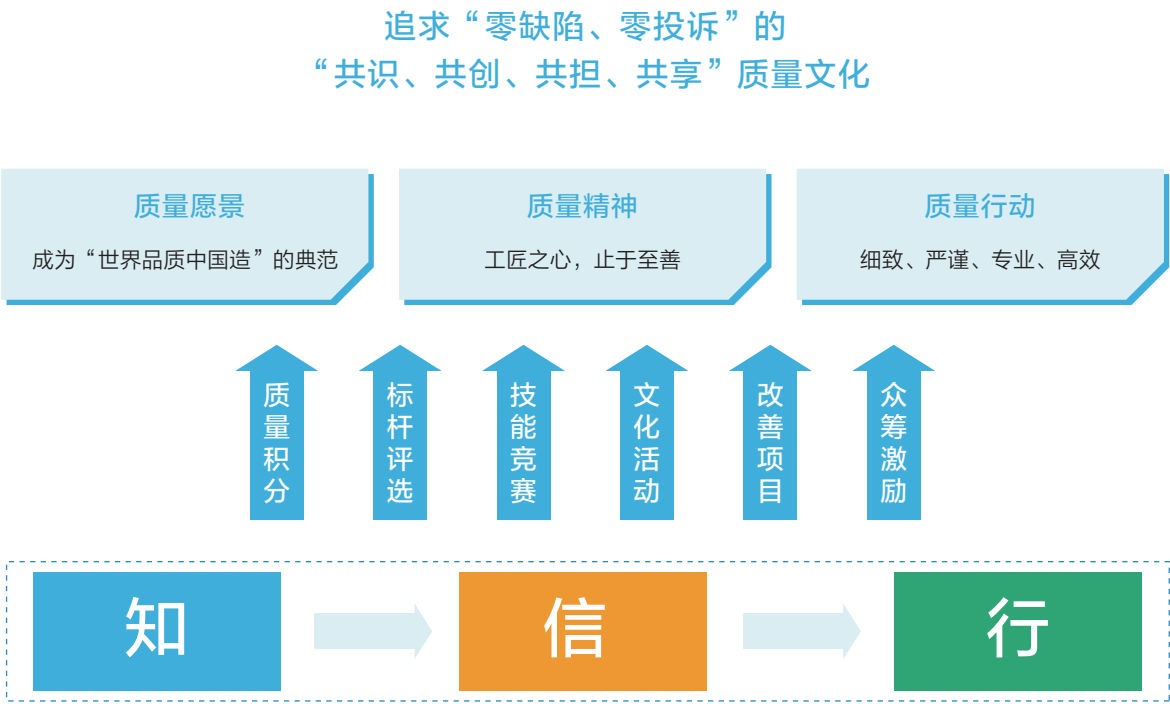
报告期内，公司不断提升实验研究的整体能力，建立完善的实验研究项目管理机制，并制定人员能力培养计划，通过推动“结构性思维”和“逻辑思维”的能力建设，增强实验研究人员的专业技能及工具方法论的应用。

同时，为进一步支持实验研究工作，公司新增 2,000 平方米的实验室测试场地，用于增强吸油烟机、燃气热水器等产品的寿命测试能力和性能测试能力，提升吸油烟机产品的空气性能、工作噪声和半消声室噪声测试能力等，确保产品在各项关键指标上均能达到行业领先标准。

截至报告期末，公司实验室已被评定为国家 CNAS 认证认可实验室、中国能效标识管理中心备案实验室、中国检验检测学会的电子电器领先实验室，成为吸油烟机领域首家获认可的“七星级”领先实验室，并受聘为中国检验检测学会的实物标准协作实验室。

质量文化

老板电器大力推进质量文化建设，成立质量文化推行委员会，建立了基于“老虎钳”精神的公司特色“243质量文化体系”：双“零”追求：零缺陷、零投诉；四“共”手段：共识、共创、共担、共享；三步贯彻：知、信、行。



公司按照国标 GB/T 32230-2015《企业质量文化建设指南》的相关要求部署质量文化的宣导工作，建立了质量文化传播“知——信——行”三部曲。



同时，公司编制了《老板电器质量文化手册》并进行全员学习与践行，通过开展丰富的质量活动，形成良好的质量氛围，为相关方创造价值，提高企业经济效益和社会效益。

老板电器2024年质量活动开展情况（部分）

质量创新改进活动

- 搭建“以用户为中心”的质量创新体系，开展IE提案、QCC品管圈和六西格玛项目，提升全流程质量预防和控制能力。
- 依托质量学院教育平台，推动公司各部门提升质量工具应用成熟度，培养质量专业人才，打造行业领先、具有影响力的质量管理团队。

六西格玛活动开展

- 对六西格玛黑、绿带进行项目立项、项目实施、项目结案评审、OA发布项目成果及项目众筹金奖励。
- 2024年，公司开启第八届六西格玛黑带、绿带班，共培养输出六西格玛黑带人才11名、绿带人才20名、黄带人才45名。

“零缺陷”季度活动

- “零缺陷”活动包括“315”质量文化活动、“九月质量月”文化活动、“全员参与”质量意识活动等，通过海报、展板、质量文化平台发布等方式宣传活动内容。
- 2024年，各部门组织开展系列“315”质量文化主题活动，供应方同步开展活动，提升全员质量意识及能力，累计参与人次数量达4,238人次。

质量学院培训

- 质量学院全年累计开课24次，课程开发与优化6门，课程类别包括质量管理体系与标准化、质量工具应用、产品质量知识、思维与创新、供应商质量提升。
- 质量学院全年累计教育502人次，累计质量教育时长达213.5小时。

评选活动

- 公司全年累计收集到各部门质量文化践行事迹案例38份，每季度评选质量文化标杆5人，全年共评选出质量文化标杆20人。

2024年，公司根据老板电器质量文化建设成熟度评价模型进行评估，本年度质量文化建设总体成熟度达到74.55分，较2023年提升1分，反映公司在完善质量文化建设管理制度方面的努力，同时也彰显公司在践行质量文化上的坚定决心和显著成效。



4.3 用户服务

老板电器秉持“即时、温暖、专业、细致、透明”的服务理念，致力于构建完善的用户服务管理体系。该体系由服务本部统一管理用户服务相关事务，并下设服务体验部和服务增值部两个部门，分别负责用户服务体验优化与增值工作。

老板电器用户服务职责分工

服务体验部

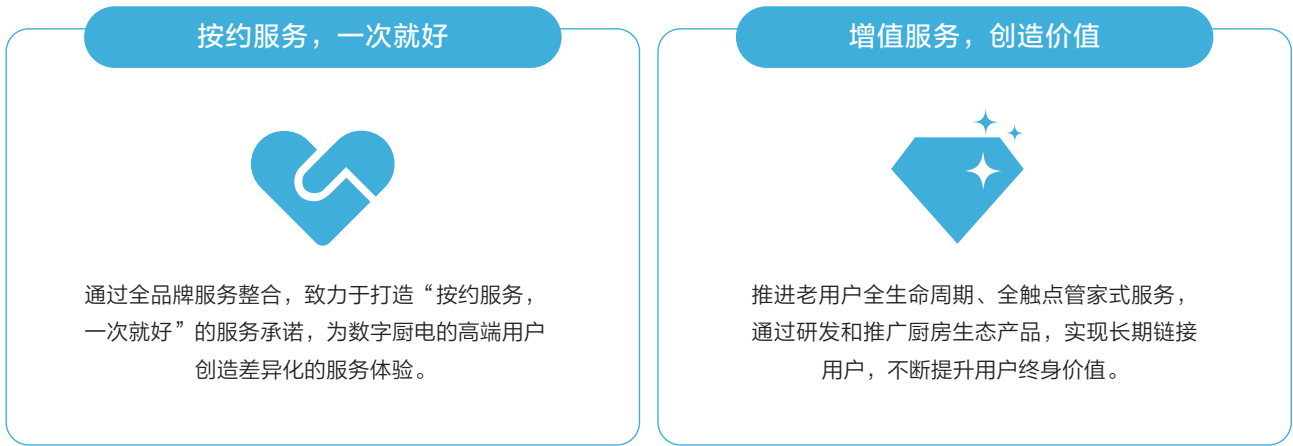
- 负责制定和优化用户服务体验的相关目标、制度与标准。通过构建“用户服务体验三角体系”（包括服务交付、服务闭环、体验改善），提高服务体验净推荐值（NPS）。

服务增值部

- 专注于提升用户终身价值，通过多种沟通方式增强用户联系，实施深度会员运营，制定并达成厨房生态产品的年度运营目标和品牌推广计划，提供超预期的服务以赢得良好口碑。

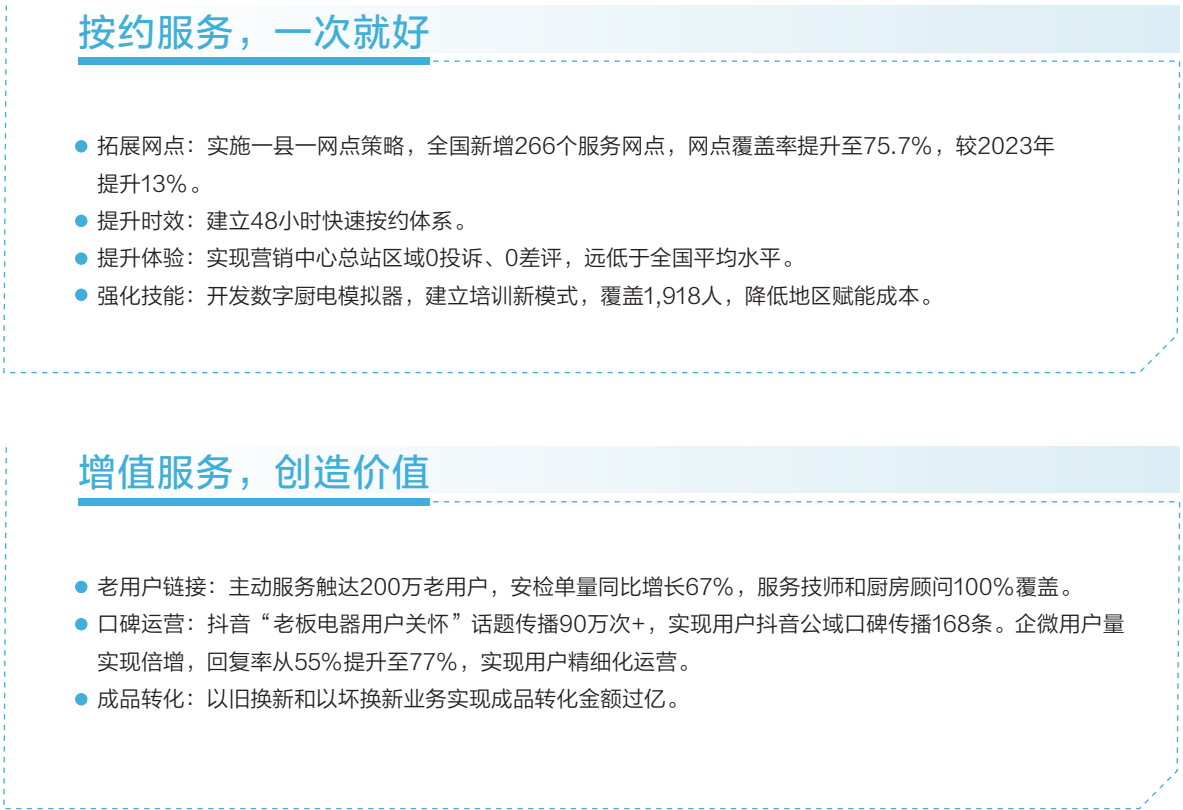
公司推行“按约服务，一次就好”和“增值服务，创造价值”的用户服务战略，通过精准高效的服务提升NPS，确保每次服务都能满足用户期望。

老板电器用户服务战略



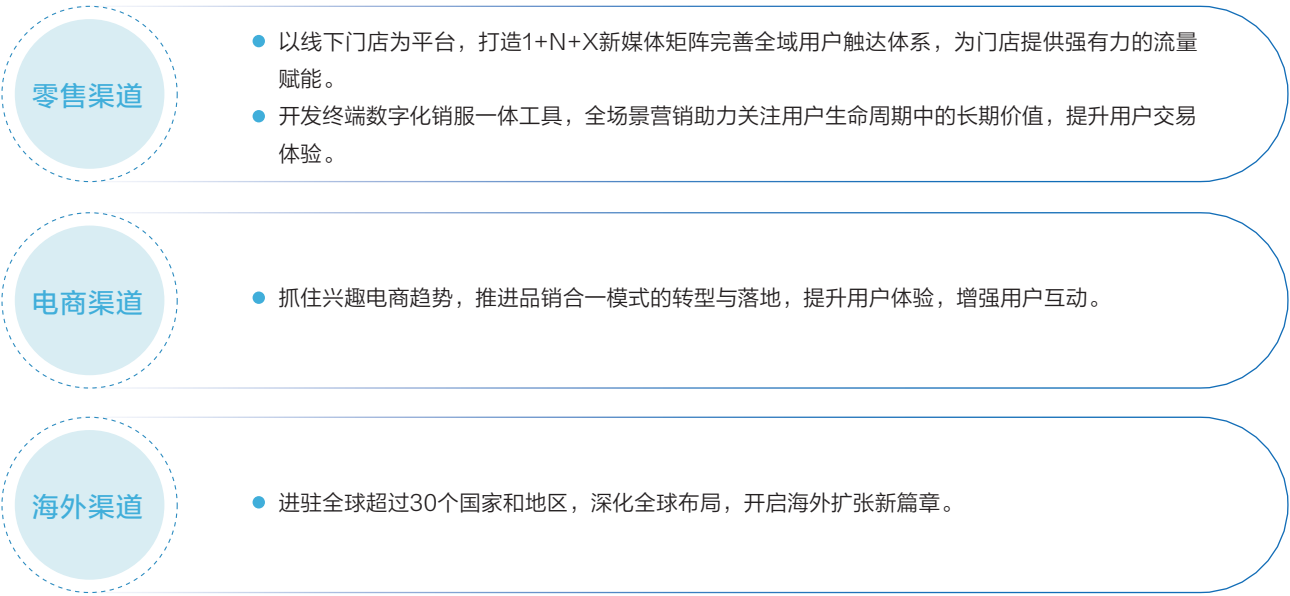
报告期内，公司围绕用户服务战略开展工作，致力于提升服务质量和用户体验，取得一系列显著的工作成效。

老板电器用户服务措施



多渠道触达客户

公司通过零售、电商及海外渠道开展多渠道用户触达，旨在全方位覆盖和服务不同地区的用户群体，提升市场竞争力和满足多样化需求。同时，公司打造 All-In-One 小程序，整合多种服务功能，提供从产品浏览、购买到售后服务的一站式解决方案。



全域营销数字化平台：深耕精细化用户运营

公司打造全域营销数字化平台，成功实现用户获取、兴趣激发、转化以及留存等关键环节的全链路可视化，大幅提升市场响应速度与效率。所构建的CDP（消费者资产数据/消费者运营数据平台），已完成数百个预设标签的搭建与数据验证工作，从而更加精准地为用户提供相关的解决方案。

提供全面专业服务

公司为用户在售前、售中、售后提供全面专业服务³，实现与用户的良性互动，创造差异化的用户体验。



³ 如需获取更多用户服务详情，请浏览公司官网：www.robam.com

公司以总部为中心，建立延伸至代理商网点及服务网点的分层管理用户服务模式。公司按品类设置专职技术支持工程师，在全国代理商网点设立技术主管，向全国售后各阶段提供全面技术服务，通过全国灯塔的建立，全面赋能全国服务技师，提升服务技术能力。

2024年，公司进一步提升服务专业性，通过发放安装提效辅助工具、配件数据量化、安全库存管理及配件制度优化等措施，提高服务的工作效率和规范性。

此外，公司完善代理商管理体系，在代理商引入、运营管理、培训、考核、退出等方面做出详细规定，以规范的管理方式满足用户需求，增强用户服务体验，提高老板电器的用户口碑。公司亦定期开展相关员工的培训，持续提高其专业能力和服务能力。

老板电器金牌厨改培训项目

2024年，公司开展16场厨改金牌进阶赋能认证培训，新增多项金牌厨改技能，涵盖超薄全场景无缝改装、单/双层玻璃开风管孔、台面修补延长、吊顶检修口及墙体钻孔等技术。

截至报告期末，公司厨改精英总数达到2,108人，报告期内新增347名厨改精英、258名金牌厨改工程师和20名厨改工匠工程师。这些努力不仅增强了技术人员的专业能力，也为客户提供更高质量的服务体验奠定了基础。

负责任营销

老板电器坚持负责任营销，通过产品标签、产品手册、公司官网、线下销售网点及服务网点等渠道，向用户提供准确和全面的信息，以确保用户能够真实了解相关产品与服务，做出明智决策。



公司严格遵守《中华人民共和国广告法》《中华人民共和国网络安全法》《中华人民共和国商标法》等国家法律法规以及行业相关规定，建立《对外宣传指导手册》，对所有发布的新品详情页及新品发布会广告进行合规性审查，由提交部门、专利相关技术支持科、产品线、实验室、法务等相关部门审核，确保没有侵权或违反广告法要求的内容或描述。

同时，公司积极开展对用户的培训活动，针对不同的产品特性，将包括产品性能、使用效率、潜在风险、安全使用须知、操作与维护方法等相关信息，真实有效地传达用户。

报告期内，公司未发生任何因违反有关产品和服务市场推广、信息公示及标签规定等相关法律法规而受到行政部门处罚的事件。

客户投诉管理

在用户投诉管理方面，公司制定了《老板电器代理公司投诉处理规范》《投诉及舆情管理》等制度，用于规范服务投诉及服务危机处理流程。为进一步提升用户服务体验，全面贯彻“按约服务，一次就好”的服务理念，公司对投诉处理流程进行全面升级：将原有的三级投诉分类（普通抱怨、严重抱怨、服务危机）扩展为五级（一般投诉、较大投诉、重大投诉、恶劣投诉、危机投诉），并完善相应的处理流程和机制；建立“4个30分钟”响应体系，针对五级投诉提供政策指导和支持，并配套六项专项政策。此外，实施总部72小时单据跟进与闭环机制，确保每件投诉得到及时处理。

公司高度重视用户反馈，对所有服务工单进行100%回访，并就四个关键指标进行调研：是否按约定时间上门、是否一次性解决问题、服务收费情况及整体服务评价。通过优化调研维度、细化评估指标等方式，确保反映用户真实意愿。2024年，公司服务满意度达到97.8%。同时，公司制定按约服务达成率等用户服务管理指标与目标，并在报告期内全部顺利完成。





05 和谐发展

5.1 员工权益与福利 P55

5.2 员工发展与晋升 P61

5.3 职业健康与安全 P68

5.1 员工权益与福利

员工权益保障

老板电器遵守《中华人民共和国劳动法》《中华人民共和国劳动合同法》等法律法规，制定《人力资源管理手册》《员工考勤管理标准》《女职工和未成年人劳动保护管理标准》等管理制度，始终致力于保障员工的基本权益，保证合规雇佣。

公司坚持平等雇佣原则，反对一切因性别、年龄、地域、学历、宗教信仰、国籍、种族、性取向、残疾与否等不同而存在的歧视行为，努力打造具有多样性和包容性的职业环境。同时，公司建立公平、公正、公开的选人用人机制，严禁使用童工、强迫劳动、超时工作、骚扰虐待，注重对女员工和残疾员工的权益保障，切实维护员工合法权益。

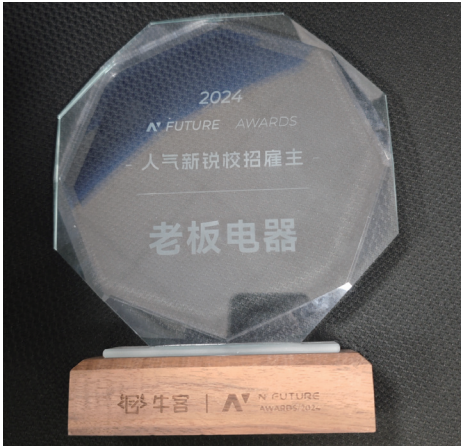
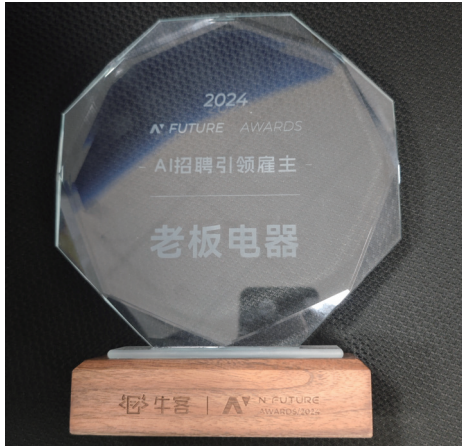
报告期内，公司未发生任何劳动纠纷事件，未出现歧视或骚扰行为，杜绝使用童工及强迫劳动现象。在员工招聘与雇佣全流程中均符合监管要求，未受到相关行政处罚。

老板电器员工权益保障概览

类别	权益政策
招聘与淘汰	招聘：按照《招聘管理标准》，坚持合法合规，秉持平等公正无歧视的原则开展员工招聘。 淘汰：按照《淘汰管理标准》，全面保障员工在淘汰过程中的合法权益。
薪酬与激励	薪酬：按照《薪酬管理标准》，每年进行2次薪酬调整，确立员工的薪酬增长方案。 激励：按照《激励管理标准》，通过物质激励和精神激励相结合的方式，对超额完成目标、额外贡献、额外价值创造的工作进行激励。
工时与假期	工时：实行单双休，标准计算工时员工8小时/日，综合计算工时员工8小时/班。 假期：依法享有国家法定假及事假、病假、工伤假、年休假、婚假、产检假、产假陪产假、哺乳假、丧假等带薪假。

荣誉与奖项

报告期内，公司获得
“牛客2024AI招聘引领雇主”“牛客人气新锐校招雇主”“海投网2024最具影响力雇主”等荣誉称号。



员工福利与关爱

公司坚持“快乐工作、健康生活”的工作及福利理念，以“提升员工幸福指数，积攒快乐能量，提升生活工作品质”为目标，制定了《员工福利手册》《福利管理制度》等文件，建立了覆盖全体员工的员工福利体系，增强员工归属感和幸福感。

老板电器员工福利体系

节日能量站	元旦、春节、元宵节、三八妇女节、五一节、中秋节、国庆节等节日福利、上市纪念奖金
快乐生活吧	食堂及餐补、生日祝福、持续改善积分、员工购机折扣、高温补贴、工间能量包、团建、员工活动、员工社团、通勤班车
健康加油站	意外险、商旅险、安全责任险、重疾险、门诊住院险、高端医疗、住院医疗互助、中医理疗、健康体检、口腔医疗、健身设施、健康讲座
榜样宣传室	老虎钳精神奖、创新奖、优秀团队奖、金牛奖、季度老虎钳标杆、季度三星文化员工、优秀共产党员、优秀党务工作者、党员积极分子、工匠精神突出贡献奖、十佳青年标兵、十佳青年/青年新秀、三八红旗手标兵、三八红旗手
大脑充电房	板栗学堂（E-learning）、专业分学院、专项培训计划、外派培训、企业图书馆
温暖假日圈	除法定假日外，为员工提供：超长春节假、婚假路程假、暖心产检假、丧假路程假、温暖育儿假、贴心陪伴假
人才服务站	杭州市高层次人才、临平区高层次人才、四项人才、应届大学生、技能人才、高水平工程师
住房解忧站	精装单身公寓、住房/租房补贴、临平区公租房补贴、应届生安家补贴/租房补贴

为丰富员工的业余生活，公司定期举办各类节日活动和各类文娱活动，并提供丰富的奖金及奖品，增强员工幸福感。同时，公司建立八大员工社团，定期举行社团主题活动以及纳新活动，员工可根据个人喜好加入社团，并享有社团提供各类培训与活动等。

老板电器员工活动和社团活动分类

员工活动	社团活动
 ● 开工日活动 ● 端午节活动 ● 卡拉OK大赛 ● “老板之声”音乐会	 ● 新年活动 ● 职工运动会 ● 青年联谊会
● 司庆日活动 ● 中秋节活动 ● 烹饪文化节	● 足球社 ● 羽毛球社 ● 骑行社 ● 瑜伽社 ● 桌游社

老板烹饪节系列活动

老板烹饪节是老板电器独具特色的文化活动。2024年，公司以“享受创造”为主线，以“烹饪真有趣”为主题，用最朴素的语言、最平易近人的玩法重构老板烹饪节系列活动，开展第十五届厨艺大赛、中级烹饪认证、烹饪嘉年华三大环节，打造全民热爱烹饪的美好画面，共同见证老板人用烹饪链接对厨房生活的一切美好向往。

作为烹饪节的重要组成部分，第十五届厨艺大赛设有中式面点、冷烹饪、煎炒炸、焙烤、蒸煮炖五大赛道，90组选手参赛，呈现了180道美食盛宴。16组赛道冠军在巅峰总决赛中角逐，通过一道赛道菜和一道命题创意菜，荣选年度厨王、魅力厨王、匠心厨王和创意厨王。厨王IP不仅应用于嘉年华，还贯穿全年烹饪主题活动，如业务慰问、司庆和开工日等场景，成为老板人中热爱烹饪的KOC（Key Opinion Customer，关键意见消费者）。



“老板圈圈”社团活动

2024年，老板电器推出“老板圈圈”活动，重构社团模式，打造更具吸引力的员工兴趣平台。活动以“因为你，创未来”为主线，鼓励员工成立多样化圈圈，涵盖跑步、烹饪、足球、美妆等兴趣领域。通过“圈圈自驱，分级管理”机制，员工只需召集10位圈友即可成立圈圈，并根据活动数量和活跃度获得资源支持。2024年已成立25个特色圈圈，开展活动上千次，旨在提升员工幸福感与组织凝聚力。



在困难员工帮扶方面，公司制定了《老板集团爱心帮扶资金实施细则》，对因遭遇突发事件、意外伤害、重大疾病或其他特殊原因导致基本生活陷入困境，且社会救助制度暂时无法覆盖或救助之后其基本生活仍有严重困难的员工或其直系亲属，依照相应程序提供困难慰问补助。报告期内，公司组织慰问**18名**困难员工，发放帮扶金额共计**69,000元**，切实为员工解决生活难题，传递企业关怀与温暖。

报告期内

公司组织慰问困难员工 **18名**

发放帮扶金额共计 **69,000元**

员工沟通机制

公司始终致力于构建开放的工作环境，成立工会、企业劳动争议调解委员会并定期召开职工代表大会。报告期内，工会组织召开季度员工代表座谈会与生产板块员工座谈会，深入了解员工在业务开展过程中遇到的协同问题，收集员工心声，为员工创造更好的发展环境，增强员工认同感和归属感。

公司以部门为单位设立网格化工会小组，每个小组由1名部门骨干员工担任小组长，实现工会组织全覆盖，助力工会工作见实效。同时，针对影响职工安全和企业发展的重大事宜，通过在线化流程实现5分钟报送至工会，确保问题能够及时发现并解决。报告期内，工会通过走访、党员钉钉季报、员工代表座谈会等方式收集意见建议209条，解决199条，积极应对并解决10余项棘手问题，为44名员工协调解决子女就学问题。

公司职工方代表与企业方代表就职工工资等问题进行集体协商，并签订《能级工资专项集体合同》。同时，根据《浙江省集体合同条例》《女职工劳动保护特别规定》等有关规定，职工方代表与企业方代表在平等自愿的基础上，签订《劳动安全卫生专项集体合同》《女职工权益保护专项集体合同》和《“企业关爱职工 职工热爱企业”共同约定书》等专项集体合同。

公司建立了多元的员工沟通渠道，通过定期开展老虎钳大会、建立90后文化智囊团等形式，搭建完善的员工沟通交流平台，倾听员工心声，建立舒心正向的员工关系。

老板电器员工沟通交流渠道

老虎钳大会

老虎钳大会是公司链接员工与高层的同频平台，旨在为员工提供与高层交流的机会。以总裁为核心的高管团队通过同频对话，向员工清晰传达组织的重大战略、决策及其背后意义。通过开放的沟通方式，员工不仅能更好地理解公司方向，还能表达自己的见解和建议，形成共鸣并达成共识，推动个人与企业的共同成长。

90后文化智囊团

90后文化智囊团更好地发挥了优秀年轻人的潜力，通过座谈会等形式，公司倾听年轻人的声音，在轻松愉快的氛围中开展集体头脑风暴，碰撞出不一样的思想火花，也为文化活动的开展提供了多样化、年轻化的创意。

2024年，公司例行开展年度员工敬业度和满意度调查，共计回收问卷**4,796份**，收到有效意见反馈**6,678条**。敬业度调查涵盖留任、努力、挑战、愿意推荐四个维度，满意度调查包括时间、强度、管理、环境、流程、制度、政策、薪酬福利、文化九个方面，调查结果显示员工满意度为**88.56%**、敬业度为**87.52%**，较2023年均有所提高。公司根据员工反馈情况，从组织发展和人才发展角度进行分析并规划改进工作，持续构建令员工满意的工作环境。



敬业度和满意度调查共计回收 **4,796份**

有效意见反馈 **6,678份**



员工满意度 **88.56%**

敬业度 **87.52%**

5.2 员工发展与晋升

老板电器搭建完善的人才发展组织架构，由总裁直接领导，下设人力资源本部，统筹全局人力资源战略与执行。人力资源本部下设组织与人才发展部，负责人才梯队建设、晋升机制设计及绩效评估体系的优化；同时设立老板大学，打造学习型组织，保障组织能力提升下的内部人才梯队健康持续生长。

人才是企业发展的活力源泉，公司注重员工个人发展，助力员工成长。公司充分落实内生型人才发展战略，在外部寻找行业专家带领队伍快速发展的同时，招聘大量高潜质的应届生增加人才储备，全面打造公司人才发展的生力军。

老板电器内生型人才发展战略

以包容之心引才	坚持校招社招双投入，选人时广纳贤才、精准识才，引进后开放包容、唯才是举。
以悉心之举育才	聚焦关键能力沉淀、复制，从放养式培养到精准化培养。
以务实之心用才	以高目标、高压力、高激励打造高能组织。
以知心之爱留才	以善意驱动善意，提升组织温度，激发组织活力。
以文化之道管才	强化文化引领，营造文化氛围，坚持文化践行，建立文化自信。

员工培训与发展

公司制定并落实《培训管理守则》等管理制度，构建包括技术创新学院、质量学院、营销铁军学院等在内的分院专业化培养模式。同时，公司建立板栗学堂（E-learning）线上学习平台，成立藏书2万余册的企业图书馆，促进员工持续学习与成长，致力于打造学习型企业。

老板电器专业化培养模式

技术创新学院

技术创新学院聚焦技术团队核心能力建设，推动技术创新与突破。培训主题包括DOE实验设计、职场人的AI能力进化、TRIZ原理及工具等，旨在增强员工的实验设计能力、AI大模型理解与应用能力、技术系统分析与创新能力。报告期内，共开展26场主题培训，累计参与人才823人。

质量学堂

质量学堂以培养卓越质量人才为目标，构建专业化质量管理体系。培训主题包括六西格玛方法论、QC工具应用、精益生产实践等，旨在增强员工的质量管理能力、问题分析与解决能力、持续改进与创新能力。报告期内，共开展49场主题培训，累计参与人才1,566人。

营销铁军学院

营销铁军学院致力于打造高素质营销团队，通过系统化培训提升市场竞争力。培训主题包括系统化思维、产品经理思维地图、品牌营销底层框架等，旨在增强员工的系统化思维能力、产品管理能力以及品牌营销策略的制定与执行能力。报告期内，共开展19场主题培训，累计779人次参与。

板栗学堂（E-learning）

板栗学堂是所有老板电器在职员工均可免费使用的线上学习平台。其作为老板电器员工学习阵地，存储了大量案例以及知识，方便员工进行知识查询、获取及储存。

截至报告期末，板栗学堂平台内课件与课程数12,773个，总部启用人数4,447人，活跃人数4,230人，活跃率95.12%，发布项目274个，覆盖14,993人次；发布考试273个，覆盖25,618人次，总学习时长122,567小时，人均学习时长27.56小时。

报告期末	平台内课件与课程数 12,773 个	总部启用人数 4,447 人	活跃人数 4,230 人	活跃率 95.12 %
	发布项目274个，覆盖14,993人次 发布考试273个，覆盖25,618人次		总学习时长 122,567 小时	人均学习时长 27.56 小时

公司建立完善的员工培训体系，每年落实专项培训计划，根据胜任力模型，对不同培训对象设定针对性的培训主题和模式，包括但不限于“蓝鲸计划”“柠檬计划”“向日葵计划”“常青藤计划”“彩虹计划”等，符合条件的员工，可免费享受专项培训计划的相关学习培训课程。同时，公司鼓励和支持员工取得学历认可证书，根据岗位及培训需求为员工提供带薪外派培训机会等，帮助员工在职业生涯中取得持续进步。

老板电器专项培训计划

专项培训计划	培训对象	项目介绍
蓝鲸计划	社招新员工	帮助社招新员工快速适应环境，了解公司制度、常用流程及企业文化。
柠檬计划	校招新员工	从应届生中选拔并培养具备专业导向和创业导向的优秀人才，助力其成长为与公司共同发展的企业骨干。
向日葵计划	入司2-3年的员工	引导员工向专业通道发展，培养科室业务骨干、专业素养高的青年专家型人才，快速提升员工的专业能力。
常青藤计划	中层领导	管理力与教练技术的结合，以竞争与合作并存的团队活动为核心，让中层管理者在团队活动中得到灵感，领悟管理之道。
彩虹计划	高层领导	领导力与商业力的结合，针对未来领导人的培养，定制个性化的培养方案，培养方案包括彩虹论坛、老虎钳讲坛以及教练技术+项目历练+游学。

柠檬计划

应届生培养是公司未来发展的关键基石。2024年，公司开展主题为“因为你 创未来”的柠檬集训，（"柠檬"是公司对应届生的专属称谓，寓意他们如柠檬般青涩活力，是未来的新生力量），作为柠檬计划的重要环节，旨在加速应届生职场转身，帮助他们快速融入职场大家庭。集训采用理论与实践相结合的方式，理论课程涵盖企业文化、职场心态等内容，实践环节包括外部专业团队的体验式项目培训、结合公司烹饪特色的烹饪体验与交流活动等。此次集训覆盖了120多位来自全国各大高校的应届毕业生，他们通过集训后分布到公司四大板块及各地营销中心，为公司发展贡献力量。



常青藤计划

常青藤计划是针对公司部级和本部级干部的专项培养项目。2024年，常青藤班以全新的组织运作模式为主线，旨在为老板电器的重构与进化夯实基础，并提升组织能力。全年围绕“全新的组织运作模式”“烹饪信仰”“用户运营体系”和“数字厨电”四大主题，通过“理解-共识-行动-反馈”的运行机制，累计开展93次小组讨论和汇报，产出365份课题作业，提升了整体执行力和战略协同性。



超级公开课培训项目

2024年，公司打造“超级公开课”培训项目，聚焦高潜人才、核心骨干及外部专家三大群体，系统开展知识沉淀与案例萃取工作。该项目围绕AI大模型应用、用户运营创新、战略工具实践、项目管理升级、产品迭代开发、内容营销策略、物联网技术等前沿主题，全年成功举办12期专题培训，累计参训学员达800人次。



全年举办12期专题培训
累计参训学员达
800人次



同时，公司致力于建设专业化的内训师队伍，以打造高质量的内部培训力量。通过系统化的内训师培养和课程认证机制，公司不断提升课程质量，优化培训体系，为员工提供优质的学习资源，有效推动企业内部的知识传承与人才培养。截至报告期末，内训师队伍已扩展至382人。公司全年共组织三次内训师认证，累计收到115门课程报名，其中69门课程通过认证，认证通过率为60%。

报告期末

内训师队伍已扩展至
382人

公司全年共组织
三次内训师认证

累计收到课程报名
115门

课程通过认证
69门

认证通过率
60%

员工晋升与激励

公司致力于人才梯队建设，制定《人才发展管理标准》《激励管理标准》《老虎钳标杆员工激励方案》等管理制度，建立完善的员工晋升通道并实施多元的激励措施，促进员工实现发展目标，助力人才保留和人才梯队建设。

公司以员工能力及价值创造为导向，设计管理（管理通道）与专业（专业通道）双轨发展的职业生涯晋升通道，形成管理族、产品研发族、供应链族、营销族、专业服务族、技能操作族等六个职位族类。对于管理或专业能力匹配的员工，可跨序列成长，鼓励员工向复合技能型人才转型。

老板电器员工双晋升通道



为落实内生型人才发展策略，持续激发“柠檬”群体的成长动力，公司开展“助力柠檬群体加速成长”计划。该计划为近三届柠檬员工提供一年两次的晋升机会，鼓励他们不断突破、快速成长，为公司注入持续活力。

此外，为优化人才配置、激发组织活力，公司在本年度全面启动“活水计划”，建立内部人才流动市场机制，允许在原岗位工作满1年的员工主动发起竞聘或转岗。报告期内，共完成37例内部转岗，转岗后员工的岗位匹配度与绩效表现显著提升，充分展现了该机制在促进人才合理流动、提升组织效能方面的积极作用。

公司制定《岗位绩效管理制度》，明确员工绩效评估的方式、维度和程序等内容，并根据员工类型，按照月度、季度、年度开展绩效考核，全方位评估员工工作能力。

同时，公司建立闭环反馈机制，依据晋升结果反馈和调研复盘，确保晋升过程的透明性与持续优化。晋升结果通过正式渠道告知员工，并由组织与人才发展部通过钉钉发送调研问卷，收集员工对晋升过程的反馈意见。

季度与年度优秀员工与优秀团队的评选活动

公司定期开展季度与年度优秀员工与优秀团队的评选活动，向优秀致敬，让老虎钳的精神影响更多同路人。



季度评选

在季度评选中，公司设置“老虎钳标杆”和“文化三星员工”两大奖项。评选以“责任、创新、务实”的艰苦奋斗精神为标准，鼓励员工传承老虎钳创业精神，增强对公司的文化认同和行为规范。2024年，共评选出“老虎钳标杆”40人、“文化三星员工”400余人，有效提升了团队凝聚力和执行力，营造了积极向上的工作氛围。

年度评选

在年度评选中，公司设立“老虎钳精神奖”“创新奖”“优秀员工金牛奖”“明星奖”及“优秀团队奖”。评选维度包括基础条件和文化甄选条件，基础条件主要考量司龄等因素；文化甄选条件以围绕“责任、创新、务实”为核心的价值观行为准则作为主要依据。2024年，共评选出1名“老虎钳精神奖”、4名“创新奖”、68名“金牛奖”、114名“明星奖”及8个“优秀团队奖”，为公司全员树立了文化标杆榜样。

为确保公司人才战略的有效实施和组织能力的持续提升，公司设定了核心人才主动流失率、3年内柠檬成才率等具体指标，以衡量和推动人才梯队的建设与优化。报告期内，公司超额完成年度目标，充分展现了人才发展战略的有效实施与显著成果。

5.3 职业健康与安全

安全生产

老板电器以安全生产责任为核心，以风险评价与控制为手段，大力打造安全生产文化建设。公司遵守《中华人民共和国安全生产法》《生产安全事故应急条例》等法律法规，制定《各级组织及各级人员安全管理职责》《重大事故隐患判定标准》《危险作业安全管理标准》《气瓶安全操作管理标准》《现场应急药品管理标准》《用电安全管理标准》《配气室安全管理标准》等管理制度，成立应急管理委员会，下设应急管理工作组，全面落实安全生产责任制，从而减少安全事故的发生，保障公司、员工的生命和财产安全。

经识别，公司在安全生产方面涉及的风险包括项目测试阶段的安全风险、投产运行阶段作业场所安全风险、化学品管理风险等。公司通过持续、深入地推进安全检查与隐患整改、应急管理、安全培训等多方面措施，有效降低生产安全风险，提升全员安全生产意识，全方位构筑安全防线。

老板电器2024年安全生产管理措施与绩效

安全检查与隐患整改

- 每周四进行EHS专项检查，并在生产场所提供安全隐患上报二维码，员工可扫码上报，从而全面收集监测可能存在的安全风险。
- 报告期内，公司共排查3,739条隐患并进行及时整改，隐患整改率达99.9%。

应急管理

- 制定《应急管理考核管理标准》《安全生产事故应急预案》等管理制度，报告期内，公司对《应急管理考核管理标准》进行内容更新，重点修订了隐患类别，进一步提升了安全管理体系的科学性和可操作性。
- 开展应急演练活动，包括突发事件人员疏散、消防综合救援、有限空间、特种设备、危险作业、燃气泄露、环保处置等专项演练共计27项。
- 积极开展安全生产月、交通安全月、消防安全月、员工应急管理技能比武等活动，通过模拟事故现场，不断完善应急预案。

安全培训

- 组织日常岗前培训，并定期开展月度安全专项培训，涉及各作业部门、实验室和行政部，涵盖节前安全培训、复工安全培训、环保专项培训、消防安全专项培训、电气安全专项培训、粉尘防爆安全专项培训、化学品安全专项培训等主题。
- 开展新员工三级安全教育培训，新员工培训覆盖率达100%。
- 组织开展特种作业人员安全取证培训和安全管理人员取证培训，实时监控确保所有在特殊岗位的员工持有相关证书资质。
- 报告期内，公司完成培训共计133次，共21,000人次参与安全教育相关培训。

在化学品管理方面，公司严格遵守《危险化学品安全管理条例》《工作场所安全使用化学品规定》《危险化学品目录》等规章制度，制定《化学品管理制度》等管理制度，完善化学品在供应、装卸、采购、使用、贮存、废弃物处置等方面的管理规定，防止非预期的购买、领用和使用，减少公司化学品使用过程中存在的风险。

老板电器安全生产目标



2024年，为进一步提升安全生产管理水平，公司在茅山智能智造B区设置集中的化学品库，并租用专用化学品运输车辆每日配送至各厂区。通过集中管理优化了化学品存储和运输流程，显著降低分散管理的安全风险，确保各厂区安全生产需求得到高效保障。

报告期内，公司未发生任何火灾、爆炸、化学品中毒等安全事故，工伤导致的死亡人数为零。公司安全生产目标完成率达100%。



职业健康

公司严格遵守《中华人民共和国职业病防治法》《工作场所职业卫生监督管理规定》等法律法规，制定《职业病管理标准》《职业病危害监测及评价管理制度》《职业病危害警示与告知制度》《职业病危害事故应急预案》《职业病危害项目申报标准》《职业健康安全检测标准》《职业危害防护设备设施管理制度》等制度，通过 ISO 45001 职业健康安全管理体系认证。

经识别，公司的职业病危害因素种类主要包括物理因素、粉尘及化学物质。其中，物理因素包括噪声、电焊弧光（紫外辐射）、其他辐射等；粉尘类涉及玻璃棉粉尘、砂轮磨尘、电焊烟尘、其他粉尘等；化学物质类则涵盖氟化物、氢氧化钾、碳酸钠、溶剂汽油、正己烷、锰及其无机化合物、钴及其化合物、苯系物、酯类、酮类、醇类、丙烯酸等。公司每年委托有资质的第三方机构进行职业危害因素监测，并将监测结果上报临平区安监局后放入职业卫生管理台账。同时，公司行政部将监测结果反馈生产部门，由生产部门以粘贴告示或者传阅的方式告知车间各岗位员工其所在岗位的职业病危害因素以及其浓度值，并告知员工防护措施。

公司针对监测结果进行日常设备监测，定期组织职业病防治专项安全培训，同时每年开展一次员工职业病专项体检。报告期内，公司针对噪声危害进行重点改善，对老式机床进行设备更新并为员工提供 3M 防噪声耳塞等防护用具。

此外，公司积极关注员工心理健康，设置员工关系岗位，拓展员工沟通渠道和平台，及时了解员工心理状态；开设员工心理健康课程，通过课程讲授，激发学员讨论和互动的积极性，推动员工心理健康工作有序开展。

老板电器职业健康目标



报告期内，公司未因违反职业健康与安全相关法律法规受到处罚，公司职业健康目标完成率达100%。



06 环境保护

6.1 环境管理	P73	6.5 循环经济	P81
6.2 应对气候变化	P75	6.6 排放与废弃物管理	P83
6.3 能源利用	P78	6.7 生态系统和生物多样性保护	P86
6.4 水资源与包装材料	P80		

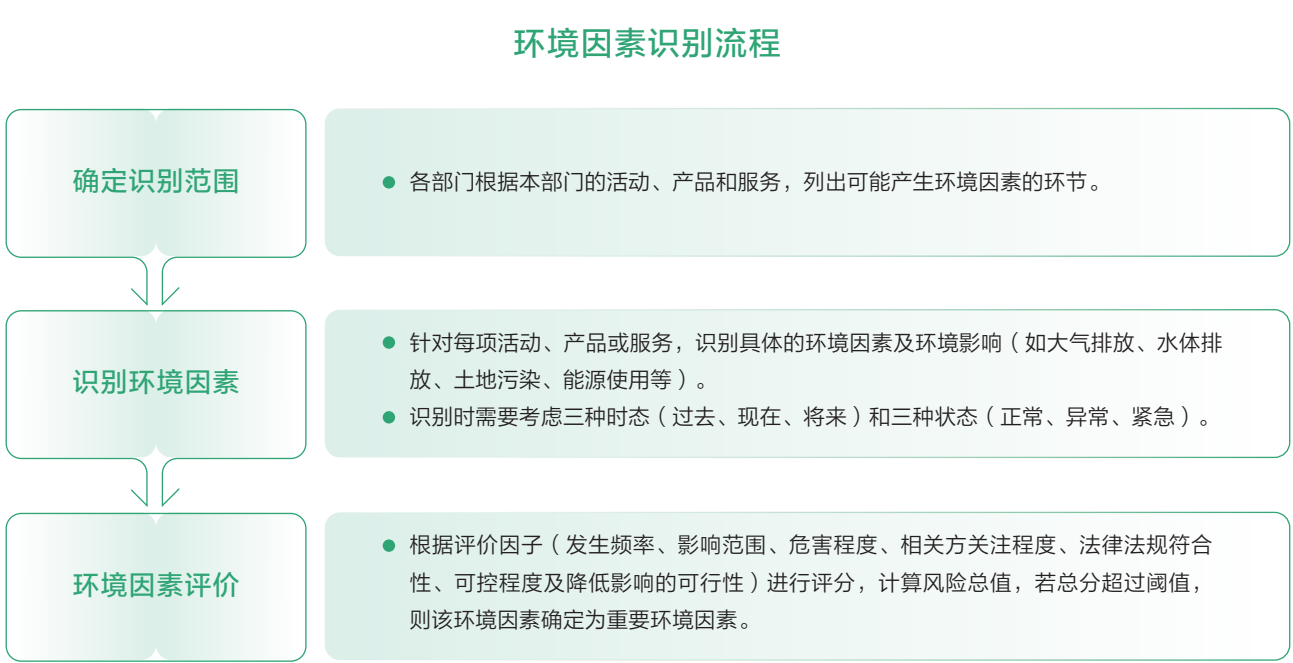
6.1 环境管理

为全面加强环境管理工作，老板电器设立应急管理委员会，作为环境管理方面的最高领导机构，全面负责指导、检查、督促公司环境保护工作的实施。行政部作为环境管理的执行部门，负责落实委员会的决策，推进环保制度落地实施，协调环境管理事务。其中，行政部专门设立应急组，具体负责组织开展环境因素的识别与评价，落实环境应急管理，并定期开展环境安全培训，提升员工的环保意识和应急处置能力。

公司严格遵守《 中华人民共和国环境保护法 》《 中华人民共和国水法 》《 中华人民共和国水污染防治法 》《 中华人民共和国大气污染防治法 》《 中华人民共和国固体废物污染环境防治法 》等国家法律法规和运营所在地法律法规要求，制定《 环境管理制度 》《 环境因素识别与评价管理制度 》《 环境与职业健康安全管理绩效监测管理标准 》内部制度，确保环境管理体系的有效运行和持续改进。报告期内，公司对《 环境管理制度 》进行修订，重新梳理各环节产生的污染物，进一步明确各污染物的管控要求与处理工艺，以全面提升环境管理的规范性和有效性。

公司制定“ 保护优先、预防为主、综合治理、公司参与、损害担责 ”的环境保护方针，通过系统的环境风险识别流程、全面的环境管理措施、持续的环保投入以及 ISO 14001 环境管理体系认证等方式，实现能源资源的高效利用与污染排放的有效控制。

公司建立了系统的环境风险识别流程，全面识别和评估公司在各项活动、产品及服务中可能产生的环境因素及其潜在影响。



经环境因素识别，公司的重要环境因素主要包括水体污染、大气污染、固废污染、噪声污染以及火灾隐患等。针对这些环境因素，公司采取了多项应对措施，以确保有效控制和减少环境影响，保障公司运营符合相关法律法规和环保标准。

重要环境因素及应对措施

重要环境因素	应对措施
水体污染	通过污水处理设施处理污水，并定期检测水质，确保符合相关排放标准。
大气污染	通过活性炭吸附、滤芯除尘等方式净化废气，并定期清理和检查排放装置。
固废污染	统一收集危险废物并委托有资质单位处理，同时制定了废弃物管理标准。
噪声污染	通过设备维护、润滑和关门窗等措施减少噪声，并定期检测。
火灾隐患	配备了相应的灭火器具，定期检查安全隐患，并制定了应急预案。

为有效管理和减少公司运营对环境的影响，公司通过定期环境检查、环境影响评价、环境事故应急演练、环保知识培训及相关方管理等多方面措施，有效减少运营对环境的影响，同时增强员工的环保意识。

老板电器2024年环境管理措施

环境管理检查	- 对各基地进行日常环境状况检查。 - 每周开展EHS专项检查。
环境影响评价、验收	对新、扩建项目进行环境影响评价、验收和批复。
环境事故应急演练	- 制定突发环境事件应急预案，组织环境应急演练，提升环境应急响应水平。 2024年开展环保处置演练，对演练进行总结并反思不足之处，持续提高突发情况的处理能力。
环保知识培训	开展环境保护相关培训，培训内容涵盖环保安全、危废合规性处理、环保设施应急处理、三废种类及排放标准等，提升员工环保意识。
相关方管理	加强对施工方、承包商、供应商等相关方的环境安全管理，要求相关方在作业前开展环境因素识别并接受环保标准培训，在施工过程中接受不定期检查，并在施工结束后将现场恢复原状。

公司以“ 环境污染零事故 ”为管理目标，在报告期内，公司通过严格执行环境管理措施，并持续进行环保投入，2024 年环保投资支出达 830 万元，有效实现水体、大气、固废、噪声等方面的有效控制，未发生任何环境污染事故。同时，公司成功通过 ISO 14001 环境管理体系认证，持续完善环境管理体系建设，进一步提升了环境管理绩效。

6.2 应对气候变化

应对气候变化是各国与企业的共同挑战。公司积极响应中国力争于 2030 年碳排放达峰、2060 年实现碳中和的目标，参考国际可持续准则理事会（International Sustainability Standards Board, ISSB）发布的《国际财务报告可持续披露准则第 2 号：气候相关披露》(International Financial Reporting Standard Sustainability Disclosure Standard 2: Climate-Related Disclosures, IFRS S2) 建议，从治理、战略、风险管理、指标和目标四个方面梳理气候变化管理体系，识别气候变化相关的风险与机遇，将气候变化减缓与适应纳入日常管理中。



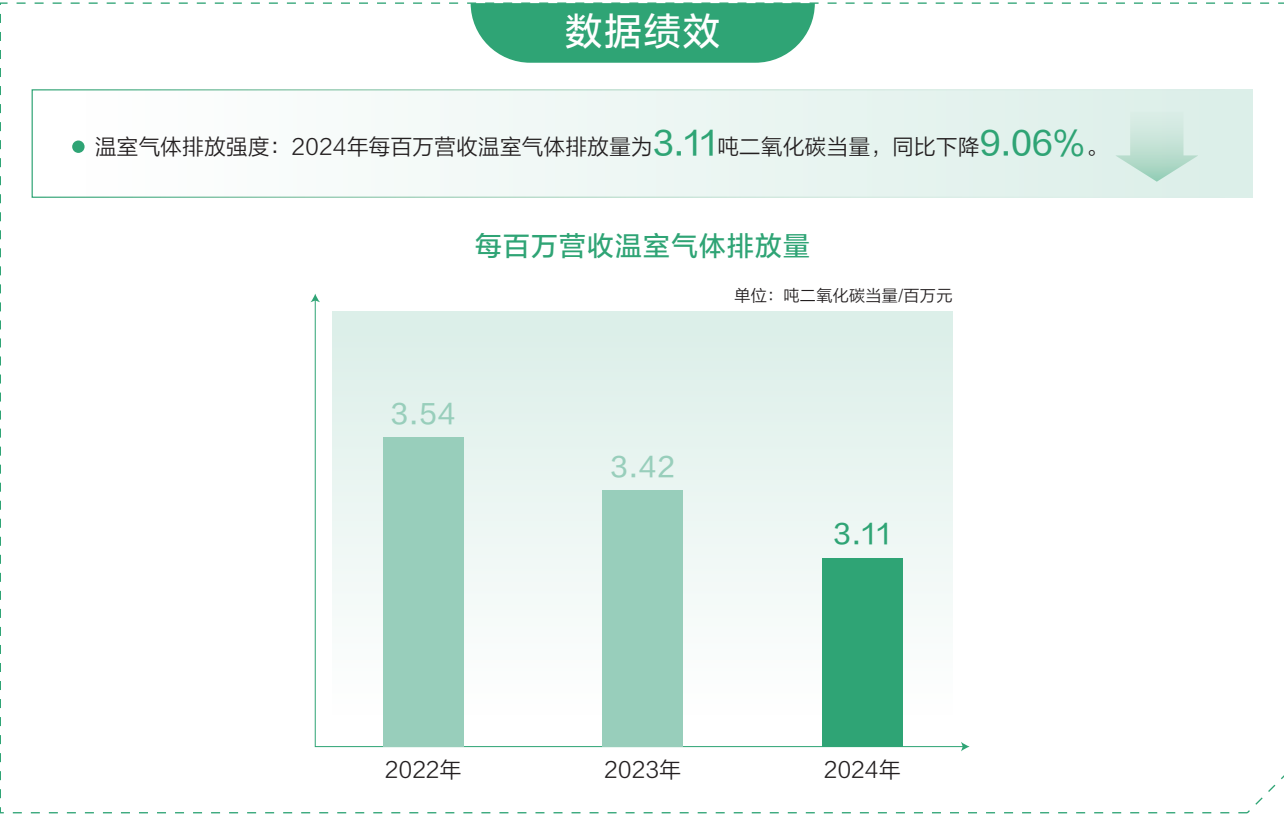
为有效应对气候变化带来的挑战与机遇，公司建立了一套系统化的识别与评估机制。该机制通过调研政策趋势、开展行业对标以及结合专家意见，全面评估公司在短期、中期和长期面临的气候相关风险与机遇，评估范围涵盖公司自身运营及其价值链的上下游环节，并分析其可能对财务产生的影响。基于评估结果，公司制定并实施相应的气候变化应对策略，以支持可持续发展目标的实现。

气候相关风险与机遇及应对策略

类型	具体描述	影响范围	潜在财务影响	应对策略
风险				
急性实体风险	极端天气事件（如洪水、台风、干旱）对生产设施、供应链和物流网络的直接破坏，可能导致生产中断、设备损坏和原材料供应延迟。	短期	运营成本增加 营业收入减少	- 对生产设施进行加固，提升抗灾能力，建立应急预案，定期进行防灾演练。 - 建立多元化的供应链体系，避免单一供应商依赖，确保在突发事件下仍能维持原材料供应。 - 引入智能化物流管理系统，实时监控运输状态，动态调整运输路线，避开受极端天气影响的区域。
市场风险	消费者对环保和可持续发展的关注度增加，偏好转向低碳、节能型产品，传统高能耗产品的市场需求可能下降，导致市场份额流失。	中期 长期	运营成本增加 营业收入减少	- 定期跟踪消费者偏好变化，分析市场趋势，及时调整产品策略。 - 逐步淘汰高能耗产品，减少对传统产品的依赖，降低市场风险。
政策和法律风险	全球范围内气候变化相关法规趋严，碳排放限制、能效标准等政策要求不断提高，可能导致企业面临更高的合规成本和潜在的罚款风险。	短期 中期 长期	运营成本增加	- 密切关注国内外环保法规的变化，确保企业运营符合最新政策要求。 - 提前布局低碳转型，降低合规风险。
声誉风险	政府、客户、投资者等利益相关方对企业气候战略和管理措施的关注度不断提升，若公司未能采取积极行动，可能导致声誉受损，影响品牌形象和市场信任度。	中期 长期	营业收入减少	- 定期通过ESG报告等渠道向利益相关者披露气候变化应对进展，提升透明度。 - 将气候变化议题纳入公司的管理战略，作为相关业务部门的工作重点之一。

类型	具体描述	影响范围	潜在财务影响	应对策略
机遇				
资源效率	“双碳”目标和绿色制造政策推动资源高效利用，公司通过技术创新和流程优化降低成本，抢占绿色市场先机，打造环保品牌形象。	中期 长期	运营成本降低	· 通过技术创新和流程优化，提高生产过程中的资源利用效率，减少原材料、能源和水资源的消耗，降低生产成本并提升竞争力。
产品与服务	在政策和市场需求驱动下，家电产品创新向高效能、低碳环保和智能化转型。通过开发绿色产品和增值服务，企业可提升竞争力并实现业务增长。	短期 中期 长期	营业收入增加 运营成本降低	· 推出符合国际能效标准的高效节能家电，减少用户使用过程中的能源消耗和碳排放。 · 开发智能家电产品，通过物联网技术实现能源使用的实时监控和优化。 · 推出以旧换新和废旧家电回收服务，促进资源循环利用。
能源来源	政策支持和技术进步降低可再生能源成本，公司通过使用清洁能源降低能耗成本，同时提升企业形象和品牌美誉度。	短期 中期 长期	运营成本降低	· 通过使用可再生能源（如太阳能、风能）替代传统化石能源，降低能源成本，减少碳排放，并提升企业的可持续发展形象。

2024年，公司完成2023年度全厂区碳盘查活动，并完成2023年度温室气体排放初步盘查工作，明确识别了生产及办公过程中的主要能源消耗走向，识别了公司高耗能设备能效等级，为公司践行碳减排工作提供了有力的数据支撑及清晰的改善方向。



公司通过能源风险与机遇识别流程，识别出如设备落后、供应中断、碳排放强度大等潜在风险，以及节能目标实现、高尖技术开发、创建绿色工厂等潜在机遇。针对这些风险与机遇，公司本着节能降耗的原则，通过节能技术改造等一系列措施，不断提高能源使用效率，实现环保与经济效益双重提升。

老板电器2024年节能减碳措施开展情况

节能技术改造

- 针对生产车间高耗能设备进行局部节能改善，例如喷涂吹水装置、冲压线吹气装置等节能改造。
- 运用行业内节能技术，例如压缩空气系统节能优化、照明系统节能优化、配电系统节能优化、智控控制节能技术等，全年共计完成节能改善项54项，节能降本325.7万元，减碳量达3,026.73吨二氧化碳当量。

数字能源管理及能耗分析

- 在原有单台计算模型上建立各厂区高耗能设备混线线体单台能耗计算模型，使混线产品能耗数据得以区分，为能耗分析提供更具说服力的数据支撑，为能源数字化转型提供数据框架。
- 部署能源监测物联网关和能耗监测平台，对数字化仪表盘、数据模型分析进行优化，实现能源流向可视化。
- 进行每日/周/月/年用能数据整理与分析。
- 进行超耗片区用能分析、预算节超情况分析等，依据分析结果对各部门能耗进行月度会议检讨并进行建议输出。

可再生能源使用

- 利用现有的生产厂房屋顶建设光伏发电，所发电力直接供应给生产环节使用，年用电量可达698.9万千瓦时。

节能教育

- 定期开展节能培训，提升全体员工对能源管理和节能减排的认识和实践能力。

为实现能源高效利用，高效推进节能降耗工作，公司制定了明确的节能目标，计划将单位能耗逐年下降1%。报告期内，公司通过实施一系列节能措施，包括优化生产流程、引入高效设备、加强员工节能意识培训等，成功将单位营收能耗降低了7.51%，超额完成了既定目标。

6.4 水资源与包装材料

水资源利用

公司用水的主要来源为外购市政用水。公司完善用水管理制度，建立全产用水管网、设备等巡检制度，发现漏水及时维修，及时消除跑冒滴漏。同时，公司通过定期检查、节能技改、节水教育等措施，降低水资源消耗，不断挖掘节水空间。

老板电器2024年用水节水措施开展情况

定期检查

- 加强办公大楼、卫生间的用水管理，定期检查各用水点的用水器具长流水及跑冒滴漏现象。

节能技术改造

- 冷却塔从原先的敞开式改型为封闭式，减少水蒸气挥发。
- 冷却塔补水时浮球有损坏风险，当浮球失灵时会造成溢水现象，现将溢流口进行改造，当存在溢水现象时将溢流水进行回收，杜绝水资源流失。
- 对嵌入式超声波清洗线喷淋系统进行技术改造，通过优化管道结构，减少水垢形成及管道拥堵的问题，从而提高清洗效率并降低维护成本。
- 对水泵房进行节能改造，通过引入智能控制平台和变频控制技术，实现按需定供和智能防呆管理，降低能耗。

节水教育

- 加强节水宣传教育，在主要用水点张贴节水宣传贴纸，提高员工的节水意识。

原材料与包装材料

公司生产材料主要包括冷轧板、镀锌板、不锈钢等原材料及纸箱、泡沫等包装材料。公司在生产、包装、办公等环节探索节约材料的可能性，通过数字化管理、工艺改善等方式不断提高材料利用率，实现高效生产。

老板电器2024年原材料及包装材料管理措施开展情况

数字化管理	生产辅料变更	工艺改善
数字化管理日常各项工作流程和材料利用，实现无纸化办公。	将物料底托由塑料、木制材质变更为铁制材质，提高生产辅料的重复利用率。	开展单组份硅酮胶包装改善项目，实现包装克数降低。



6.5 循环经济

公司积极推进循环经济发展，重点聚焦生产环节资源回收和电子废弃物回收管理两大领域。公司通过建立全流程的资源循环利用体系，持续提升资源使用效率；同时公司严格执行国际公约要求，构建完善的电子废弃物回收处理机制，确保产品全生命周期的环境友好性。

生产环节资源回收

公司始终秉持绿色发展理念，积极践行循环经济，通过循环包装、水资源回用和能源管理等措施，提升资源利用效率。

老板电器2024年循环经济管理措施开展情况

循环包装

- 公司试点循环取货配送方式，在物流过程中采用循环周转箱、循环围板箱等包装器具，提高材料使用率。

水资源回用

- 生产过程中使用的冷却水通过冷却塔循环使用。
- 生产污水通过污水处理设施处理后部分回用于生产。
- 喷涂工序中产生的废水通过RO反渗透膜技术过滤处理，产生的纯水回用于喷涂生产环节。

能源管理

- 通过清洗除雾器过滤网并重新利用，延长其使用寿命，减少能源消耗。

电子废弃物回收管理

公司根据《巴塞尔公约》要求，明确禁止向发展中国家和地区出口电子废弃物，加强电子废弃物管理工作。

公司与供应商签订年度采购合同，明确将市场退回的电子部件返回相关供应商进行处置，并要求供应商提供其委托有资质的第三方处置电子废弃物的合同及资质证明，确保电子废弃物得到妥善处置。

公司针对回收的整机产品，将对其进行分拆及回收再用，针对其中可回收部分进行回收。此外，公司面向中国境内全品类产品开展“以旧换新”项目，采用“拆旧+安装+补贴”的模式，对有换新需求的老用户提供旧机拆装服务，局部代理商开展回收服务，由地区维修人员上门拆卸回收，或由消费者邮寄回收，在回收完结且新机收货后给予换新补贴，在做好客户服务工作的同时确保废旧产品得到妥善处理。

2024年，为积极响应国务院《推动大规模设备更新和消费品以旧换新行动方案》及商务部等4部门关于家电以旧换新工作的最新要求，公司充分发挥行业引领作用，推出惠民换新政策。公司以部分省市营销中心为试点，重点针对吸油烟机、燃气灶、洗碗机等厨电产品开展回收置换服务，并严格执行国家补贴标准，对二级能效产品给予15%补贴，一级能效产品给予20%补贴。通过政府补贴与企业资源投入相结合的方式，公司助力消费者优化厨电升级方案，推动绿色消费升级。

6.6 排放与废弃物管理

废水排放管理

公司制定了《污水处理管理制度》以及系列实操性文件，例如《喷涂污水处理操作指导书》《三线污水处理设备PM日常保养作业指导书》等，规范和细化废水排放全过程的操作行为及管理流程。

公司按照国家和地方政府要求办理污水排放许可证，严格执行排污申报、排污登记，并建立污水处理系统，对生产经营中产生废水的化学需氧量（Chemical Oxygen Demand, COD）和氨氮（Ammoniacal Nitrogen, NH₃-N）等指标进行检测，废水通过排放口统一达标排放。

老板电器废水排放标准及检测指标

执行的排放标准	检测指标	检测措施
《污水综合排放标准》（GB8978-1996）三级标准	COD	定期委托第三方检测
《工业企业废水氨、磷污染物间接排放限值》（DB33/887-2013）	NH ₃ -N	定期委托第三方检测

为积极响应环保要求，公司在废水处理设施排放口安装在线监测设备，确保废水排放实时监控，持续提升环境管理效能。

废气排放管理

公司生产经营中产生的大气污染物主要为燃气烟气、食堂油烟、喷塑粉尘等。公司制定了《喷涂废气处理设备作业指导书》《喷涂线废气处理设备安全操作及保养作业指导书》《喷粉固化炉废气处理设备安全操作及保养作业指导书》等实操性文件，细化废气排放管理工作。

公司对废气排放进行有效监督，通过严格的处理和检测措施，确保各项排放物指标均符合地方和行业排放标准。

老板电器废气排放类别及排放标准

类别	执行的排放标准	检测措施
天然气燃烧废气	《浙江省工业炉窑大气污染综合治理实施方案》（浙环函〔2019〕315号）	定期委托第三方检测
食堂油烟	《饮食业油烟排放标准》（GB 18483-2001）	定期委托第三方检测
喷涂有机废气	《工业涂装工序大气污染物排放标准》（DB33 2146-2018）	定期委托第三方检测

此外，公司积极采取措施减少废气排放量。2024年，公司通过更新与优化电泳漆色浆，降低原料中挥发性有机物（VOC）含量，有效减少电泳固化工序产生的污染物排放。

废弃物管理

公司严格遵循《中华人民共和国固体废物污染环境防治法》《危险废物经营许可证管理办法》等，制定《废弃物管理制度》和《废弃物管理标准》，保证废弃物分类、规范化处置，防止污染，最大限度地控制废弃物对环境产生的影响。报告期内，公司根据最新的法律法规要求并结合公司实际生产环境，对《废弃物管理制度》进行修订，调整废弃物分类，进一步提升管理的规范性。

对于生产过程中产生的废弃物，公司首先对金属废弃物进行挑选，将其中可直接利用的金属废弃物出售给下游厂家作为原料使用，将不能直接利用的金属废弃物出售给再生厂家重新利用。其次，公司按照废弃物分类要求，对可回收废弃物（塑料、废纸、泡沫等）进行分拣，对其他废弃物进行委托处置。此外，2024年，公司对废乳化液产生环节进行优化，通过延长乳化液使用寿命，显著降低废乳化液产生量。与2023年相比，废乳化液减少13余吨，降幅达30%。

老板电器废弃物类别及处理措施



具体内容	处理措施
水处理污泥、油漆渣、废活性炭、废油、废油桶、威特隆空瓶、硅酮胶包装物、酒精瓶（桶）、油抹布手套、实验室废液、废乳化液、研磨污泥等	委托有资质单位规范化处置



	具体内容	处理措施
工业垃圾	钣金边角料、废纸箱、废泡沫、废木材、废塑料等	定期招标出售或委托有处置资质单位进行综合利用
生活垃圾	饮料瓶、食品包装物、餐巾纸、卫生间垃圾等	委托环卫部门处理
建筑垃圾	施工过程中产生废弃物	委托有资质的单位处置
废弃油脂	食堂正常活动产生的废弃油脂	委托有资质单位入厂打捞清理

老板电器废弃物管理流程

收集	● 各相关部门分类收集。
清运和存放	● 由清洁工人清运和按要求存放，委托有资质处理单位入厂清运。
处理	● 委托有资质的单位处置或定期招标出售等。
预防	● 新、扩、改项目时，相应部门应进行事前环境影响评价，考虑选择废弃物排放少或有过滤装置等的设备、设施。
检查	● 行政部组织各职能部门定期进行日常废弃物处置的检查。

公司设定废弃物分类存放率、废弃物收集处置率、危险废弃物无害化处理率三项指标，通过严格落实废弃物分类存放、收集处置及危险废弃物无害化处理等措施，截至报告期末，三项指标均达成100%，全面实现废弃物管理的预期目标。

指标	年度目标	达成情况
废弃物分类存放率	100%	达成
废弃物收集处置率		
危险废弃物无害化处理率		

6.7 生态系统和生物多样性保护

公司严格遵守《中华人民共和国环境影响评价法》《中华人民共和国野生动物保护法》《中华人民共和国野生植物保护条例》及国务院办公厅《关于进一步加强生物多样性保护的意见》等相关法律法规和政策，将生态保护理念贯穿工程建设全生命周期。

报告期内，公司未在自然保护区内部、周边或生物多样性丰富区域设立研发、生产基地及运营点。公司所有生产运营活动、产品和服务均未发现对生物多样性造成重大影响。

老板电器2024年生态系统和生物多样性保护措施

选址阶段	● 严格遵循国土空间规划和生态保护红线要求，优先选择已规划的工业用地。 ● 对拟选址区域进行基础生态调查，确保避开自然保护区、重要湿地等生态敏感区。 ● 编制环境影响评价报告，分析项目对周边生态系统的潜在影响。
工程设计阶段	● 严格按照环评批复要求，将环保设施纳入整体设计方案，确保环保设施与主体工程同步设计、同步建设、同步投入使用。 ● 优化总平面布置，合理规划绿化用地，通过科学布局减少项目建设对周边生态环境的干扰，同时利用绿化措施改善区域生态环境。
工程施工阶段	● 制定施工期环境保护方案，明确生态保护措施，严格控制施工范围，减少对周边植被和野生动物栖息地的破坏。 ● 落实扬尘、噪声等污染防治措施，规范处置建筑垃圾，防止对生态系统和生物多样性造成二次污染。
工程竣工阶段	● 严格开展环保设施竣工验收，确保各项环保指标达标。 ● 实施场地生态修复，及时恢复施工临时占地植被，减少施工对生态系统和生物多样性的长期影响。 ● 编制竣工环保验收报告并依法公示，同时建立完整的环保档案留存各项验收证明材料。
项目运营阶段	● 严格执行废水、废气、固废处理标准，定期开展环境监测，及时排查环境隐患，确保污染物达标排放。 ● 定期对环保设施进行巡检，确保其正常运行，并按要求进行环保信息公开，接受社会监督。



07 供应链优化

7.1 供应链安全	P89
7.2 供应链质量	P92
7.3 负责任供应链	P94

7.1 供应链安全

老板电器高度重视供应链管理，通过多个部门的协同合作，确保供应链的高效与可持续发展。

老板电器供应链管理职责分工

采购部	负责供应商社会责任的统筹管理，包括供应商导入、评价、合同监控以及不可靠供应商的退出机制；同时，负责提升供应商的整体能力。
物流管理部	负责规划、实施和优化公司的运输、仓储、配送等物流活动，确保供应链高效运作并满足客户需求。
质量控制部	专注于供应商的质量管理，具体职责涵盖限制性物资的管理和监控，以及供应商年度审核（包括社会责任方面的审核）。
运营管理部	协助进行供应商审核工作，包括在社会责任方面提供支持和监督。

为确保供应链的安全与稳定，公司采取多层次的综合措施打造柔性供应，使供应链具备灵活性和适应能力，能够在快速变化的市场需求、技术进步和外部环境变化中迅速调整和响应，更高效地应对不确定性并保持竞争优势。

打造供应链韧性

老板电器以“产业协同”为己任，制定了在本省区域内供应商占比达到50%以上的本地供应布局目标。

老板电器供应链韧性管理

深化合作关系

- 注重与供应商建立长期稳定的合作关系，共享市场信息，协同创新。
- 对供应商实施“品牌定位”和“成本定位”的供应资源双轨制，深化合作关系，确保供应链稳定性。

多元供应布局

- 持续扩充新品类供应商，储备备用供应商，构建多元化的供应布局，增强供应链的适应能力。
- 适时引入具备独特优势的新供应商，满足品牌和渠道发展过程中对新产品、新技术的需求。
- 采取差异化的供应策略，根据不同产品线的特点、市场需求及品牌定位制定灵活多样的采购方案。

本地供应布局

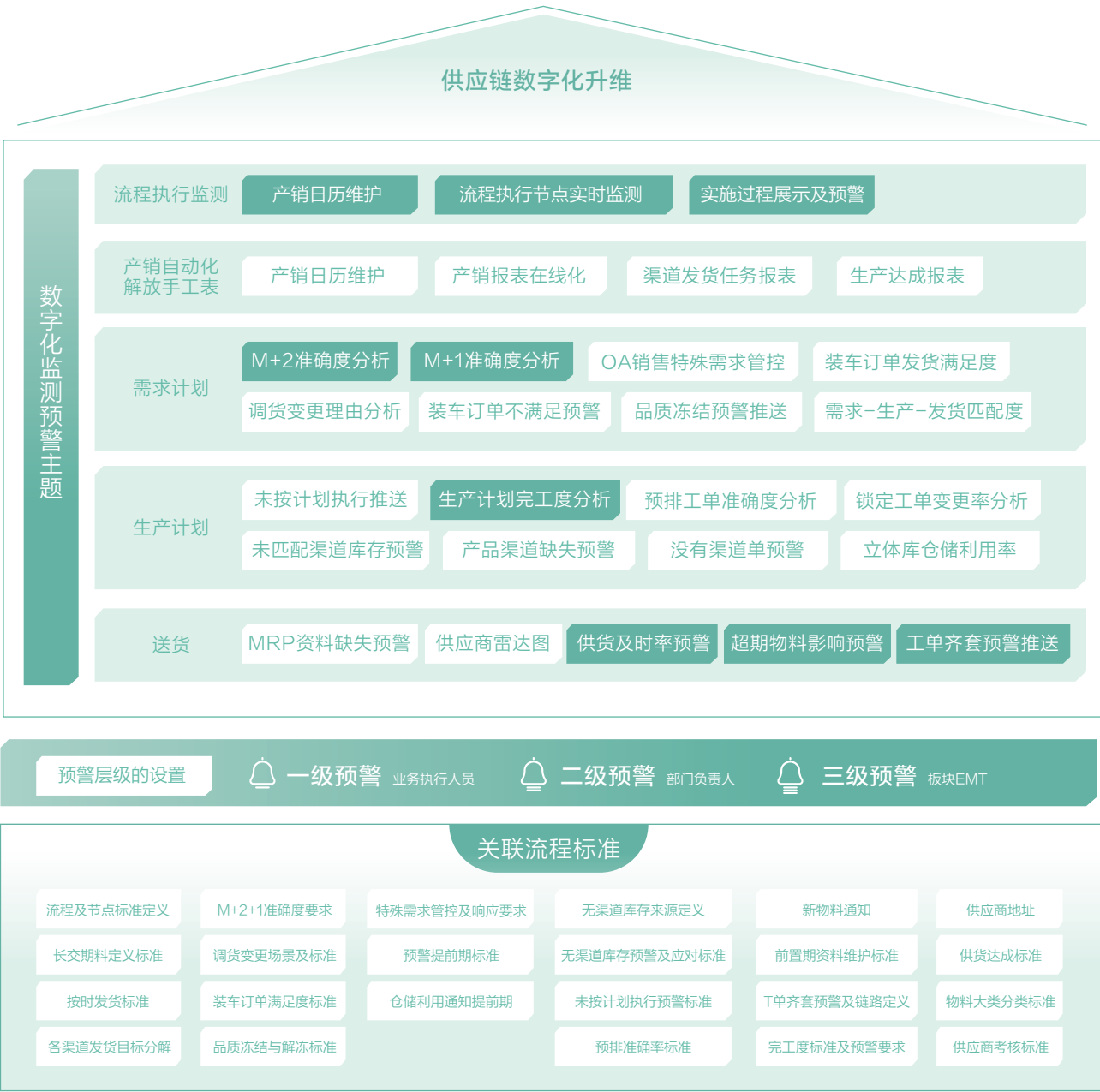
- 对供应链开展本地化布局，减少运输周期，缩短供应时间，提高供应链效率。
- 增设短周期供应商，提升响应速度，增强供应灵活性，确保快速应对市场变化。

风险防御机制

- 建立台风、高温等极端天气条件下的供应商质量风险预防机制，保障业务的连续性和可持续发展。

供应链数字化管理

面对不断变化的用户需求和内部运营管理优化等多重挑战，老板电器将供应链数字化升维作为提升整体运营效率、增强响应速度、降低风险和成本的关键战略举措。通过实时数据监控和分析，公司能够全面了解供应链业务状况，并及时发现和预警潜在问题；分层级的预警机制确保相关人员能够迅速介入并采取措​​施，从而保障业务过程的有效性和高效性。



同时，公司打造“直达用户数字一体化供应链”系统，以用户为中心，全面深化供应链管理变革，建设直达用户的采产存销一体化交付体系。该系统特点如下：

供应链前端	● 直接面向用户，实施直接配送改革，实现库存的统一管理和配送。
供应链中端	● 以需求为驱动，利用智能预测和补货系统，与敏捷制造和精准供应相结合，确保订单能够快速交付。
供应链后端	● 与供应商深度协同，采用供应商管理库存（VMI）和准时化生产（JIT）的物流模式，在保证准时交付和诚信品质的同时，持续增强成本竞争力，实现供应链各方的共赢。

此外，该系统依托物料需求计划（MRP）、供应商关系管理（SRM）、制造执行系统（MES）、仓库管理系统（WMS）等信息化集成技术和智能化的采产存销一体化体系，通过供应链数字地图实现“用户需求-生产计划-物料计划-生产制造-成品交付”全流程可视、全过程可控。

数字化集成供应链管理使得公司生产计划达成率稳定可控，制造领域生产效率提升6%、公司配送效率由93%提升至95%，持续提升用户满意度。



7.2 供应链质量

供应链质量管理

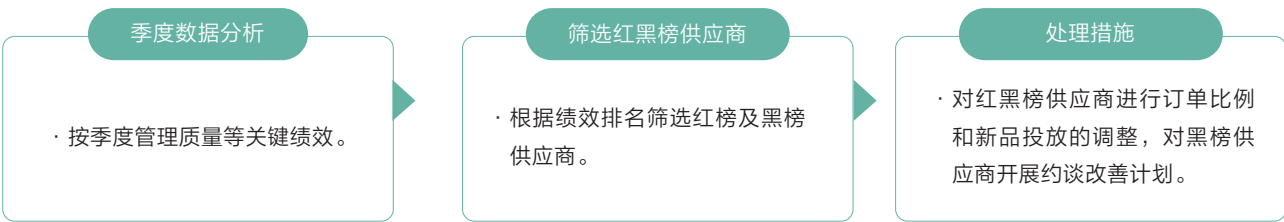
老板电器从全生命周期视角打造可持续供应链，制定《生产性物资供应商管理办法》《不可靠供应商管理办法》《采购业务及供应商商务行为规范》等供应商管理文件。

公司供应商包括生产性物资供应商和非生产性物资供应商，其中生产性物资供应商涵盖原材料、通用件、外协件三大类供应商。公司根据采购金额和供应风险，将供应商分为战略、瓶颈、一般和杠杆四个类别，对不同类别的供应商实施差异化管理策略。

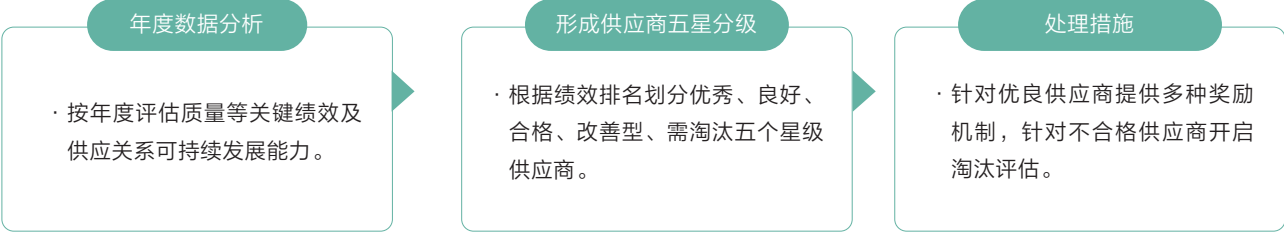
公司对供应商开展准入审核、日常绩效评估等质量管理工作。公司对供应商提出明确的质量要求，围绕进料质量、制程质量、客诉质量、质量改进、质量配合度、质量体系能力开展评估工作。在日常绩效评估中，根据不同供应商类别，质量维度的权重设定为30-35%。

公司对供应商实行月度、季度和年度绩效考核机制。季度绩效侧重短期激励，公司制定“红黑榜”规则应用于供应商订单比例和新品投放的调整，对黑榜供应商开展约谈改善计划。年度绩效侧重合作关系定位，公司依据供应商的日常绩效及可持续发展能力的整体评价，将供应商分为五个星级，对不合格供应商开展淘汰评估。

老板电器供应商季度“红黑榜”考核流程



老板电器供应商年度“五星”考核流程



2024年，公司启动供应商年度星级提升项目，由采购部协同工艺、品质等部门实施针对性改进。相较2023年，公司供应商在2024年共计提升30个星级，新增8家四星级及以上供应商。

提升供应链能力

老板电器围绕“精益管理”“外部研学”“培训提升”和“标杆学习”打造供应商赋能体系，持续推行系统化的供应商赋能项目，致力于通过推行内部孵化的精益改善项目、内外部辅导提升等方式，帮助供应商伙伴在提升产品质量的同时构建品牌价值与行业竞争力。



老板电器2024年度供应商赋能项目开展情况（部分）

精益管理	- 公司供应商赋能项目以精益成熟度为指导原则，在培训课程中融入精益生产、智能制造数字化和工厂成本管理等模块，并通过精益成熟度评级体系对项目进行验收评估。 2024年，公司开展供应商QCC+精益赋能项目，共计立项24项。该项目吸引23家供应商积极参与，共同致力于效能提升和流程改善，年度总收益达到233.53万元。
外部研学	2024年，公司每季度组织供应商伙伴参与一次外部标杆企业研学交流活动，共有超过40家供应商参与。被访企业包括行业领先的汽车制造或电子类企业。通过深入现场学习，供应商伙伴进一步掌握先进制造经验及精益工具的应用，助力其制定适合自身的变革路线。
培训提升	2024年，公司成功组织多场供应商培训活动，其中包括两场大型培训，内容涉及精益管理和企业社会责任，超过200家供应商参与。此外，公司举办9场质量专项培训，涵盖PPAP、8D、RoHS基础知识等内容，累计覆盖150余家供应商。
标杆学习	2024年，公司组织4次供应商内部标杆参观，同时在年度供应商赋能项目总结会上对优秀供应商进行表彰，激励所有供应商共同提升，进一步促进供应链协同优化。

7.3 负责任供应链

供应链可持续发展管理

老板电器与所有供应商100%签订《供应商企业社会责任（CSR）指导原则》《环境、职业健康安全承诺书》，对供应商的劳工人权、反歧视、强迫劳动管理、童工管理、工作时间管理、加班费管理、最低工资、结社自由及健康安全等提出明确的管理要求，若供应商违反规定则可能导致采购合同立刻终止，同时公司将采取法律行动追究其法律责任。

老板电器供应商社会责任指导原则（部分）

劳工和人权	● 供应商必须维护员工的人权，以国际社会认可的方式让他们能拥有尊严和得到尊重。
反对歧视	● 在招聘和就业过程中，供应商不得基于种族、肤色、年龄、性别、性取向、民族、残疾、宗教信仰、政治派别、工会资格、国籍或婚姻状况等原因，在求职、晋升、奖励、培训机会、工作安排，工资、福利、惩罚和终止劳动合同时歧视员工。
非自愿劳工的预防	● 供应商不能使用任何形式的强迫劳工。
未成年工的预防	● 严禁雇佣童工或支持雇佣童工的行为。
工作时间	● 供应商应遵循当地所有适用的工作时间和加班相关的法律法规。
工资和福利	● 供应商应当至少支付当地法律法规要求的最低工资给员工以及提供法定的福利。供应商除了支付他们正常工作时间的补偿以外，也应该按相关法律法规要求的比例补偿员工的加班时间。
自由结社	● 供应商必须尊重员工享有当地法律法规允许的自由结社权、自由组建和加入员工组织权、寻求代表权、集体谈判权。
健康和安全	● 供应商必须致力于为其所有员工创造安全的工作条件和健康的工作环境。

公司将供应商社会责任表现作为挑选供应商的条件之一。在日常绩效评估中，社会责任维度的权重设定为10%，评估内容包括劳工政策、职业健康安全、消防安全环保管理等。整体评估出色的供应商将获得相应激励，绩效考核机制详见“供应链质量管理”章节。

同时，公司持续赋能供应商提高劳工管理能力，组织供应商伙伴进行外部参观，学习被参观企业的员工管理方法，促进供应商之间就员工激励、员工责任等劳工相关问题进行深入交流。

在供应商风险防控方面，公司在供应商导入时与政府征信系统实现信息互联，监控新供应商的合规风险。此外，公司每年进行一次全面的供应商风险系统排查，涵盖财务风险、经营风险及违法违纪行为等方面的监控，并以完善的供应商审核体系有效防范供应商的不合规行为。

老板电器供应商审核体系

供应商自检	● 公司利用供应商关系管理（SRM）平台对供应商进行社会责任自检问卷调查。2024年，共有120余家供应商参与自检评估，涵盖采购额80%以上的供应商及所有战略核心供应商。
公司审核	● 公司制定供应商年度审核计划，组织内部相关部门对供应商进行涵盖产品质量、劳工政策、社会责任及供应链信用风险等多方面的审核。2024年，公司通过书面及现场开展的供应商审核涵盖全部品类供应商97家，包括最终产品组装供应商（OEM/ODM）5家，零部件供应商88家，原材料供应商4家，审核未发现任何违规项。
第三方审核	● 除内部审核外，公司还委托第三方机构对供应商社会责任相关问题进行审计。2024年，公司委托第三方机构对63家供应商进行劳工管理审计，审计内容包括是否存在使用童工、强迫劳动及其他严重违反劳动法或相关法律法规的现象，未发现任何触犯红线的行为，审计符合率达到100%。

在构建绿色供应链方面，公司在采购程序和合同中要求供应商明确环境责任、明确环境影响情况和负面环境影响削减措施。公司制定《战略供应商选择评价及降级准则》，环境管理作为一票否决项，对于战略供应商的选择和降准进行了明确的限制。同时，公司秉承绿色采购理念，通过将环境因素纳入质量、设计、包装、物流等管理环节，建立供应商激励机制，力求最小化产品对环境的影响。

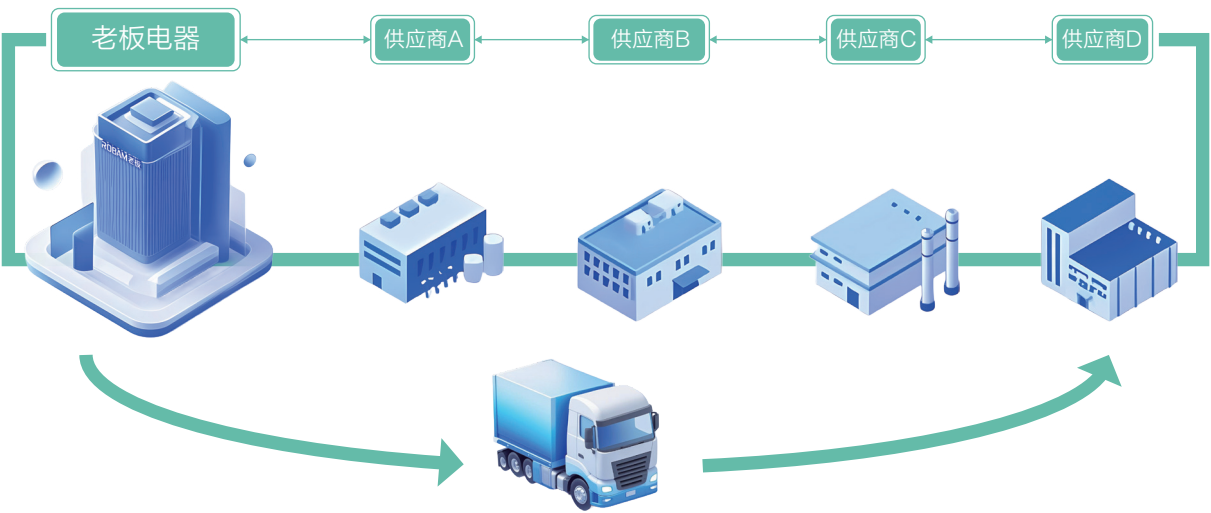
老板电器绿色采购管理

绿色质量管理	● 通过供应商全面能力评价选择优质供应商，将绿色产品纳入战略指标。 ● 公司采购的设备必须符合国家能源及节能法规要求，并优先选择高能效等级的节能设备。
绿色设计管理	● 根据绿色设计产品制作及环境准则选择合适的原材料，与符合绿色设计产品的供应商合作。
绿色包装管理	● 成立包装标准项目组，采用标准化盛装容器或设计专用器具。
绿色物流管理	● 评估供应商的运输车辆及物流方式，新增循环取货模式，规划合理路线及订单数量，提升物流效率，进而减少运输过程中的温室气体排放。 ● 与采用新能源车、铁路运输等减排措施的物流伙伴合作，共同构建绿色供应链。

老板电器循环取货模式

为提高供应链效率，公司对传统的物料运输方式进行革新，从以往的分散多次运输转变为采用循环取货模式。该模式通过一辆或多辆运输车辆按照既定的路线和时间表，从多个供应商处统一收集物料，并集中运送至生产基地，实现运输频次和空载率的降低，有效减少运输成本。

同时，循环取货模式在环境保护方面起到重要作用，通过减少运输车辆的数量和行驶距离，显著降低能源消耗和碳排放量，实现经济效益与生态保护的双重目标。



公司每年对供应商是否遵循公司指定的《供应商企业社会责任（CSR）指导原则》等供应商行为准则进行审核。

自2020年以来，公司仅发生过一起供应商不合规事件：2021年，某供应商在年度社会责任审核中被发现存在严重用工风险。公司随即对该供应商进行不可靠供应商评定，并于2022年将其淘汰。此次事件后，公司进一步加强对供应商的劳工审查，每年开展供应商社会责任评价，公司不仅审核直接供应商，还调查其与二级供应商的商业关系，以防止二级供应商出现严重违规行为，如使用童工、强迫劳动等。对于违反标准的供应商，公司立即将其纳入不可靠供应商名单，并进行淘汰评估。

报告期内，未发现任何供应商违反相关行为准则的事件，社会责任模块审核通过率达100%。

公司供应链管理的战略指标涵盖合同符合率、RoHS符合率和采购合规率，各项指标均达到100%。截至报告期末，共有126家供应商获得职业健康安全体系认证、195家供应商获得环境管理体系认证。公司将持续推进供应商进行社会责任相关认证并落实可持续发展管理，与供应商携手构建负责任供应链。

指标	年度目标	达成情况
合同符合率	100%	达成
RoHS符合率		
采购合规率		

供应链负责任矿产管理

老板电器在产品生产过程中会涉及到金（Au）和锡（Sn）的使用，为冲突矿物类别。公司遵循责任商业联盟（RBA）和全球电子可持续发展倡议组织（GeSI）的原则，遵循OECD指南进行负责任矿产管理，管理并降低公司供应链的风险。公司承诺不采购且不支持来自非法采矿活动或利润用以资助武装活动的冲突矿物，明确禁止从不尊重人权、非法贸易和资助暴力的地区采购原材料。

公司与所有供应商签署《冲突矿物声明》，要求供应商宣誓并保证产品不使用来自刚果及其周边国家和地区的冲突矿物，追溯所有产品中所含的金（Au）、钽（Ta）、锡（Sn）、钨（W）、钴（Co）及有色宝石的来源，不参与且不协助冲突矿物的开采，同时要求供应商向其上游供应商传递冲突矿物管理要求。

公司对矿产资源采购开展风险识别与管理，将“供应商冲突矿物调查”上线供应商关系管理（SRM）系统，要求供应商提供冲突矿物报告模板（CMRT），并要求供应链源头的一级冶炼厂通过第三方负责任矿物审验流程（RMAP）审计，保证使用的冶炼厂100%合格。2024年，供应商冲突矿物调查覆盖所有涉及冲突矿物的电控类供应商18家，并对16家OEM厂家的二级供应商也开展了冲突矿物调查，调查符合率达100%。

公司以产品材料原产地100%可追溯作为管理目标，通过建立严格的质量管理体系和SRM数字化管理平台，成功实现所有产品材料的全程可追溯性，进一步保障了产品质量和合规性。

未来，公司将继续落实无冲突矿物承诺，持续进行供应商冲突矿物调查，推进负责任矿产管理工作，进一步提升供应链的透明度和可持续性。



08 共享繁荣

8.1 推动行业发展	P101
8.2 热心社会公益	P102
8.3 弘扬烹饪文化	P106

8.1 推动行业发展

公司始终秉持开放合作的创新理念，通过产学研深度融合、行业生态共建和标准体系完善，不断提升自主创新能力，持续推动行业高质量发展。

在产学研合作方面，公司与武汉大学、中国计量大学等高校开展深度合作，组建专业联合研发团队，重点攻关智能油烟识别等关键技术。通过将高校的科研优势与企业的工程化能力相结合，实现多项技术成果的产业化应用，为产品创新提供了持续动力。

在行业交流方面，公司积极参与全国轻工行业质量管理创新提升成果交流会、亚洲质量功能展开与创新研讨会等专业会议，与行业专家深入探讨质量管理与技术创新的最新趋势。同时，公司定期举办行业技术研讨会，邀请供应链合作伙伴共同研讨智能厨电的前沿技术应用，促进产业链上下游的技术协同与创新发展。

在参与标准制定方面，公司致力于推动产业发展，积极参与或主持相关国家标准、行业标准及团体标准的编制。

老板电器2024年推动行业发展开展情况

类别	成效
产学研合作	- 公司与武汉大学共同研发基于机器视觉的智能油烟识别技术，通过创新算法实现油烟浓度的精准检测。该技术已成功应用于智能烟机产品，可根据实际油烟量自动调节风力，显著提升用户体验和节能效果。 - 公司联合中国计量大学进行中央净化系统核心技术攻关，重点开发"R"指标评价体系。通过建立污染物排放和设备状态的多参数数学模型，该研究成果为产品性能评估提供了科学依据，并已实际应用于产品优化升级。
行业交流	- 公司参与2024年度全国轻工行业质量管理创新提升成果交流会。 - 公司参加第九届亚洲质量功能展开与创新研讨会暨质量改进与创新案例大赛。 - 公司参与精益六西格玛方法及其应用工作组第四次会议。 - 公司参与浙江省质量协会举办的“QC质量小组发表交流”会议。 - 公司参与杭州市质量协会举办的“QC质量小组发表交流”会议。
参与标准制定	2024年6月，由公司主导的IEC吸油烟机国际标准已正式发布实施，宣告吸油烟机国际标准已经由中国品牌主导。 - 公司主导《健康家居数字烹饪通用要求》及《家用微波炉、烤箱、蒸箱及组合型器具智能水平评价技术规范》两项AI智能化领域的标准，均为行业在相关领域首次发布AI智能化相关的标准。 - 报告期内，公司共主持标准制定10项，其中国际标准提案1项、国家标准3项、团体标准6项。参与标准制定16项，其中国家标准10项、行业标准3项、团体标准3项。

AWE2024：老板电器推动行业交流，展示烹饪全链路整体解决方案

2024年3月，老板电器在AWE2024上以“烹饪全链路整体解决方案提供商”的全新定位亮相，通过1,600m²的品牌史上最大展厅，展示覆盖烹饪前、中、后全链路的整体解决方案。



硬件展示

- 展示旗下ROBAM、MQ名气、DACHOO大厨、De Dietrich、厨源等全品牌矩阵。
- 发布双超薄新品，树立了超薄近吸技术的新标准，并将真实烹饪场景融入展台设计，提供沉浸式体验。

软件生态

- ROKI数字厨电系统成为展会亮点，利用AI技术为用户生成个性化烹饪方案，优化人机交互体验。
- 互动体验区的自动翻炒锅等智能产品，让观众亲身感受智能化烹饪的便利。

此次参展不仅展示了公司从单一厨电制造商向“硬件+软件+内容+生态”综合服务商的战略转型，还通过科技与人文的深度融合，树立了烹饪全链路服务的新标杆。作为“中国厨房生态联盟”的发起者，老板电器正积极推动行业协作，探索产品互联与智能化场景应用，以更开放的生态模式助力厨房产业升级，为用户提供更便捷、高效的烹饪体验。

8.2 热心社会公益

公益慈善

公司积极承担社会责任，成立杭州市临平区老板电器公益慈善基金会（简称“基金会”），制定《杭州市临平区老板电器公益慈善基金会章程》《杭州市临平区老板电器公益慈善基金会慈善公益项目管理制度》等制度，系统化管理公司开展的公益慈善项目。报告期内，公司在原基金会章程和捐赠管理办法的基础上，进一步梳理并形成《老板电器公益慈善基金会捐赠管理制度》标准文件，确保公益慈善项目的规范化和透明化运作，持续提升基金会的社会影响力和公信力。

基金会以“扶危济困、回报社会、改善中国家庭生活烹饪环境”为宗旨，根据项目的具体情况，对批准资助的社会公益慈善项目采取资金、物品等多种形式的资助方式，并且在项目实施过程中由项目部派专人跟进管理。基金会以点带面，发挥区域引领示范作用，重点关注贫困帮扶、捐资助学、赈灾济难、社区慈善等领域。报告期内，共计开展各类公益慈善项目21项，累计投入资金及物资折合人民币1,453万元。

老板电器2024年公益慈善项目(部分)

贫困帮扶	帮扶临平区运河街道的困难家庭，共计捐赠2万元，帮助当地困难家庭改善生活条件。
捐资助学	在重庆文理学院设立助学基金，共计13万元，支持贫困学生完成学业。 助力重庆文理学院数字文创园项目，捐赠资金19.5万元，推动教育与文化创意产业发展。
赈灾济难	助力甘肃临夏州积石山县地区灾后重建，捐赠油烟机、燃气灶、蒸烤一体机共1,380台厨房电器设备，共计价值358万元，改善受灾地区厨房条件，助力灾后恢复与重建。
社区慈善	在浙江省杭州市临平区慈善总会捐赠留本冠名基金，共计100万，支持当地慈善公益事业，促进社区发展。

老板电器支援甘肃临夏州灾后重建

2023年12月中旬，甘肃临夏州积石山县发生6.2级地震。公司迅速响应，向临夏州捐赠价值358万元的物资，用于灾后重建工作。经过与甘肃省慈善总会的密切对接及持续关注，2024年7月，包含油烟机、燃气灶、蒸烤一体机在内的1,380台厨房电器设备正式发往临夏州，用于受灾地区的敬老院、福利院、学校及困难家庭的重建，显著改善当地厨房烹饪条件，助力灾区恢复与重建。



公司积极组织员工志愿活动，始终注重引导员工的慈善意识和社会责任感。公司组织开展“3.5学雷锋”便民服务、“六一·大手拉小手”活动、临平区元旦彩虹跑公益活动、教师节慰问、重阳节慰问，对交警、消防官兵、环卫工人开展高温慰问等社会公益活动，辐射周边社区，在激发全体员工热心奉献的同时，有效推动区域公益事业发展。

为增强公司对公益慈善事业的支持，激发全员参与公益的积极性，公司高层领导以身作则，组织党员和干部开展爱心捐款活动。2024年，共有322人参与捐款，捐款总额达784,200元。

参与捐款人数 **322** 人
捐款总金额达 **784,200** 元

荣誉与奖项

报告期内，公司获得“浙江省民营企业社会责任优秀案例”“2024杭州市上市公司ESG战略慈善影响力先锋20”“中国数央网第十四届公益节公益特别贡献奖”“第三届长三角慈善之星”等荣誉称号。



2024杭州市上市公司ESG
战略慈善影响力先锋20



中国数央网第十四届公
益节公益特别贡献奖



第三届
长三角慈善之星

共同富裕与乡村振兴

公司积极响应浙江高质量发展共同富裕示范区号召，围绕共同富裕，助力乡村振兴，将推动共同富裕高质量发展的新时代要求与企业的使命愿景深度融合。公司以“创造人民日益增长的美好生活需要，发挥老板电器范式效应，全面助力浙江高质量发展共同富裕示范区建设”为总目标，致力于通过实际行动支持乡村振兴和共同富裕战略，展现企业的社会责任与担当。

报告期内，公司在浙江省杭州市临平区运河街道螺蛳桥村、安徽省宿州市灵璧县、浙江省杭州市淳安县枫树岭等地开展帮扶捐赠项目，积极助力共同富裕与乡村振兴。

老板电器2024年助力共同富裕与乡村振兴捐赠情况

项目名称	金额（元）
浙江省杭州市临平区运河街道螺蛳桥村回馈家乡捐赠 ⁴	3,078,500
浙江省杭州市临平区运河街道螺蛳桥村老年食堂补助	313,110
浙江省杭州市临平区运河街道螺蛳桥村春节慰问	50,000
浙江省杭州市淳安县枫树岭镇结对帮扶	100,000
安徽省宿州市灵璧县结对帮扶捐赠物资	25,000
陕西省铜川市耀州区照金农民培训学校物资捐赠	40,000

“暖厨计划”及“靓厨行动”特色项目

公司为帮助低收入家庭改善落后的厨房条件，推动弱势群体共享社会文明，推出“暖厨计划”和“靓厨行动”特色项目。

“暖厨计划”项目覆盖北京市、辽宁省铁岭市、浙江省杭州市、宁波市、金华市、绍兴市等多个区域，通过前期摸排、实地考察、发货安装、验收签收等一系列流程，为当地困难家庭免费更换油烟机、燃气灶等厨房电器设备，帮助困难群众改善厨房烹饪条件。报告期内，项目覆盖**1,472户**困难家庭，捐赠产品价值**480万元**。

“靓厨行动”项目覆盖浙江省临平区、余杭区和建德市，致力于帮助低保、低收入家庭改变落后的厨房面貌，提升生活品质。报告期内，项目完成改造厨房**73间**，投入总价值**80万元**。



改造前



改造后

⁴ 该项捐赠数据包含老板集团捐赠金额。

社会贡献

随着我国老龄化进程加速，老年群体的居家生活安全问题日益凸显。作为厨电行业领军企业，公司积极响应国家关于适老化改造的政策要求，深入贯彻《关于进一步促进养老服务消费提升老年人生活品质的若干措施》等文件精神，将适老化理念融入产品研发与服务创新。公司特别针对老年用户烹饪过程中常见的沸水溢出熄火、忘关火干烧等问题，创新推出智能安全燃气灶解决方案，该产品严格遵循适老化产品设计规范，搭载自动熄火保护系统、智感探温技术和定时关火功能等多项安全配置。

公司积极参与浙江省“以旧换新居家适老化改造”项目，严格执行《浙江省消费品以旧换新居家适老化改造实施细则》要求。根据政策规定，60-79岁老年人可享受50%购机补贴，80岁以上老年人可享受60%购机补贴，公司旗下两款智能燃气灶产品已纳入政府补贴目录。通过这一政策支持，大幅降低了老年用户使用智能厨电的门槛。

此外，为响应国家补贴政策，公司推出“0元检测烟灶安全公益行”活动，为使用5年以上的油烟机和灶具（不限品牌）提供免费上门安检保养服务。通过“四检四养”标准化流程——检测控制系统、风量、燃烧状态及燃气安全，并进行专业清洁保养与维护指导，有效消除厨房安全隐患，提升家庭用气安全。

8.3 弘扬烹饪文化

公司作为聚焦烹饪的民族企业，秉持“以食启智，以食育人”的理念，积极弘扬中国烹饪文化。公司设立行业内独一无二的烹饪体验中心，持续研究产品和烹饪之间的关系，同时在线上线下发起中国烹饪大赛、烹饪创造者大会等一系列活动，让更多人体验烹饪的乐趣。

公司在杭州建成全球首个规模达8,000多平方米的全球烹饪艺术中心，该展馆主要由四部分组成，分别展现了中华美食文化的古今变迁、老板电器以创造为线索40余年创新之路及成果、用美术馆的展陈形式演绎产品与场景之美和集老板电器烹饪基础研究为一体的烹饪体验馆。其立足于国际视野，链接过去与未来，通过体感与情感、传承与创新、科技与人文、中国与世界四个维度，向世界传扬中国烹饪文化。

截至报告期末，老板电器全球烹饪艺术中心已接待内外部客户1,269批，累计42,932人次，举办活动达354场，吸引参与者10,355人次。

报告期末	接待内外部客户 1,269 批	累计 42,932 人次	举办活动达 354 场	吸引参与者 10,355 人次
------	---------------------------	------------------------	-----------------------	---------------------------



“知·行中国”——美国高校青年代表团参观全球烹饪艺术中心

公司坚信烹饪是世界的语言，是促进文化交流的重要纽带。为响应总书记关于“未来5年邀请5万美国青少年赴华交流”的号召，公司于2024年7月接待了“知·行中国”——美国高校青年代表团参观体验。代表团成员包括来自哈佛大学、芝加哥大学、康奈尔大学等世界知名高校的20多位美国学生以及北京大学的学生代表，他们走进老板电器全球烹饪艺术中心和未来工厂，深度体验AI与中国烹饪文化的碰撞，感受传统美食与数字厨电融合的独特魅力，进一步推动了中美文化的交流与融合。



公司注重食育文化在学生群体中的传播。2022年4月，教育部发布《义务教育劳动课程标准（2022年版）》中，明确将“烹饪和营养”列为1-9年级的课时目标，公司积极响应号召，联合浙江省杭州市临平区教育局共同打造了“食全食美”食育项目，致力于建设“食育基地+食育课程+食育活动”的完整食育链路。截至报告期末，公司已在当地学校建设了20座食育教学基地，并均已投入使用，基地中的设备采用最高等级的安全标准，公司还专门设计开发了适合学生烹饪的电磁灶，最大程度保障安全的烹饪学习环境。

公司持续完善食育课程体系，联合教育专家及多所小学专业教师共同开发食育教材，从内容架构到呈现形式进行系统性优化，确保教材符合6-12岁儿童的认知特点，并具备实际教学适用性。在食育课程中，学生们既能亲自动手烹饪，也能学习烹饪习俗和饮食礼仪，了解自然规律和营养知识，体验中式烹饪文化的博大精深。而通过协作烹饪，孩子与孩子之间、孩子与家长之间的情感连接也变得更加紧密，增加了班集体与家庭的“温度”，实现了学生综合素质与身心健康的全面提升。

报告期内，公司充分发挥自身在厨电领域的专业优势，为临平区首届“食全食美临小厨”争霸赛、大运河美食挑战赛等活动提供专业支持。

全民烹饪日

公司在2024年11月23日，即公司上市14周年纪念日，正式发起“全民烹饪日”公益行动。该行动旨在汇聚热爱烹饪、热爱生活的人群，通过体验烹饪的乐趣，创造全民性的烹饪盛宴，将烹饪变成传递温情、记录爱的特殊时刻，进一步弘扬家庭文化与健康生活理念。

在“全民烹饪日”当天，公司内部举办了精彩的“烹饪嘉年华”，通过丰富的活动环节，激发员工对烹饪的热情，提升员工的归属感和凝聚力。同时，全国线下门店也同步开展活动，邀请广大消费者共同参与。通过现场烹饪教学、互动体验等环节，让消费者在门店中亲身体验烹饪的乐趣、学习烹饪技巧，增强消费者对烹饪文化的认同感。

这一公益行动得到央视官方栏目《与未来同行》的关注，并对此进行了深度报道。通过央视的传播，“全民烹饪日”公益行动得到了更广泛的社会关注与认可，进一步提升了公众对健康生活方式的认知，推动了烹饪文化的普及，为社会营造了积极向上的生活氛围。



ESG数据表和附注



经济绩效

指标	单位	2022年	2023年	2024年
营业收入	万元	1,027,150.06	1,120,189.58	1,121,265.42
资产总额	万元	1,503,982.53	1,677,953.13	1,704,325.83
归属上市公司股东净利润	万元	157,240.49	173,278.93	157,740.06
基本每股收益	元/股	1.67	1.83	1.67

治理绩效

反商业贿赂及反贪污

指标	单位	2022年	2023年	2024年
员工接受反商业贿赂及反贪污相关培训的平均小时数	小时	8.00	5.55	8.00
反商业贿赂及反贪污培训覆盖的员工比例	%	100.00	100.00	100.00
董事接受反商业贿赂及反贪污相关培训的平均小时数	小时	32.00	29.00	30.00
反商业贿赂及反贪污培训覆盖的董事比例	%	100.00	100.00	100.00
反商业贿赂及反贪污培训覆盖的管理层员工比例	%	100.00	100.00	100.00
反商业贿赂及反贪污相关培训次数	次	9	11	10
反商业贿赂及反贪污诉讼事件数	件	0	0	0
员工举报的商业贿赂及贪污事件数	件	8	8	10

反不正当竞争

指标	单位	2022年	2023年	2024年
报告期内因公司不正当竞争行为导致诉讼或重大行政处罚的涉案金额	万元	0	0	0

环境绩效

环境管理

指标	单位	2022年	2023年	2024年
年度环保投资支出	万元	1,050.00	935.00	830.00
向员工开展环境培训次数	次	16	12	12
因违反环境保护法律法规而受处罚的事件数	件	0	0	0
报告期内因环境事件受到生态环境等有关部门重大行政处罚的处罚金额	万元	0	0	0

能源使用

指标	单位	2022年	2023年	2024年
直接能源用量	兆瓦时	45,152.73	56,111.54	52,519.19
天然气用量 ¹	立方米	3,550,000.00	4,335,200.00	4,080,000.00
移动源汽油用量	吨	22.94	25.41	25.99
移动源柴油用量	吨	100.08	94.22	88.48
光伏发电容量 ²	兆瓦	10.01	10.01	10.01
光伏发电总量 ²	兆瓦时	5,246.66	7,757.32	6,989.00
间接能源用量	兆瓦时	50,277.19	52,842.33	48,344.89
外购蒸汽用量	吉焦	10,562.00	8,794.50	7,214.00
外购电力用量 ¹	兆瓦时	47,343.30	50,399.41	46,341.00
清洁能源用量	兆瓦时	43,636.95	54,638.90	51,110.80
按能源类型分类的清洁能源用量：天然气	立方米	3,550,000.00	4,335,200.00	4,080,000.00
按能源类型分类的清洁能源用量：太阳能	兆瓦时	5,246.66	7,757.32	6,989.00
按能源类型分类的清洁能源比例：天然气	%	87.98	85.80	86.33
按能源类型分类的清洁能源比例：太阳能	%	12.02	14.20	13.67
综合能源消耗量	兆瓦时	95,429.92	108,953.87	100,864.08
综合能源消耗强度（单位营业收入）	兆瓦时/百万元	9.29	9.73	9.00

注：
[1] 根据第三方核查机构出具的《温室气体排放核查报告》，本公司对2022年度、2023年度天然气和外购电力相关数据进行了溯源复核。
[2] 2024年、2023年光伏发电容量与2022年一致；2023年光伏发电总量较2022年有较大提升，主要由于公司生产四部的光伏装机于2022年底完成并在2022年12月并网发电。

水资源使用

指标	单位	2022年	2023年	2024年
总取水量 ¹	立方米	723,076.00	683,068.00	683,418.00
总排水量	立方米	519,177.00	603,124.00	483,206.00
总耗水量 ²	立方米	203,899.00	79,944.00	200,212.00
耗水强度（单位营业收入）	立方米/万元	0.20	0.07	0.18
循环水总量	立方米	17,436,846.00	20,658,846.00	19,384,983.88

注：
[1] 公司取水来源均为市政用水。
[2] 公司总耗水量=总取水量-总排水量。

温室气体排放¹

指标	单位	2022年	2023年	2024年
范围一温室气体排放量	吨二氧化碳当量	8,070.55	10,045.26	9,187.45
范围二温室气体排放量	吨二氧化碳当量	28,313.20	28,293.95	25,660.12
温室气体排放总量	吨二氧化碳当量	36,383.75	38,339.21	34,847.57
每百万营收温室气体排放量	吨二氧化碳当量/百万元	3.54	3.42	3.11

注：
[1] 范围一温室气体排放量包括天然气、汽油和柴油消耗产生的直接温室气体排放，根据排放因子法计算。排放因子及相关参数来自《中国能源统计年鉴》（2022）、《省级温室气体清单编制指南（试行）》（2011）和《陆上交通运输企业温室气体排放核算方法与报告指南（试行）》（2015）。温室气体种类包括CO₂、CH₄和N₂O，温室气体当量选取IPCC AR6 GWP 百年平均值（GWP 100）计算。

范围二温室气体排放量包括外购电力、外购蒸气消耗产生的间接温室气体排放，根据排放因子法计算。其中，外购电力温室气体排放因子选取中国全国电网平均排放因子，2022年采用《关于做好2023—2025年发电行业企业温室气体排放报告管理有关工作的通知》中全国电网平均排放因子，2023年采用《生态环境部、国家统计局关于发布2021年电力二氧化碳排放因子的公告》中浙江省省级电力平均二氧化碳排放因子，2024年采用《关于发布2022年电力二氧化碳排放因子的公告》中全国电网平均排放因子；外购蒸汽温室气体排放因子来自中国发改委《工业其他行业企业温室气体排放核算方法与报告指南(试行)》(2015)。公司已对温室气体排放2023年相关数据进行追溯披露。

排放与废弃物管理

指标	单位	2022年	2023年	2024年
废气排放总量	立方米	1,309,940,000.00	1,608,900,000.00	1,512,100,000.00
废气中颗粒物（PM）排放量	吨	1.39	1.29	1.25
废气中硫氧化物（SOx）排放量	吨	0.14	0.13	0.12
废气中氮氧化物（NOx）排放量	吨	6.48	6.21	6.01
废气中挥发性有机物（VOCs）排放量	吨	1.61	1.30	1.10
废水总排放量	立方米	519,177.00	603,124.00	483,206.00
工业废水排放量	立方米	268,495.00	297,246.00	195,559.00
生活废水排放量	立方米	250,682.00	323,878.00	287,647.00
废水中化学需氧量（COD）排放量	吨	6.174	2.312	6.320
废水中氨氮（NH ₃ -N）排放量	吨	0.090	0.028	0.100
废水中总氮（TN）排放量	吨	3.311	1.109	3.480
废水中总磷（TP）排放量	吨	0.039	0.014	0.044
无害废弃物总量	吨	29,328.00	31,481.87	28,287.52
无害废弃物强度（单位营业收入）	吨/百万元	2.855	2.810	2.523
按处置方式划分的无害废弃物量：回收/再利用	吨	28,778.00	30,935.10	27,755.42
按处置方式划分的无害废弃物量：焚烧	吨	550.00	546.77	532.10
有害废弃物总量	吨	304.29	353.23	299.49
有害废弃物强度（单位营业收入）	吨/百万元	0.030	0.032	0.027
按处置方式划分的有害废弃物量：回收/再利用	吨	40.63	39.84	35.29
按处置方式划分的有害废弃物量：焚烧	吨	263.66	313.39	264.20

社会绩效

研发与创新

指标	单位	2022年	2023年	2024年
研发费用投入	万元	39,161.48	38,736.86	41,365.94
研发费用占营业收入比例	%	3.81	3.46	3.69
研发人员数量	人	929	919	893
研发人员占比	%	18.23	16.76	17.29
报告期内商标申请数量	件	28	60	87
报告期内商标获批数量	件	60	15	25
报告期内专利申请数量	件	1,351	1,530	2,185
报告期内专利授权数量	件	831	1,091	1,455
报告期内应用于主营业务的发明专利授权数量	件	28	64	321
报告期内有效专利数量	件	3,244	4,605	5,635

产品质量管理

指标	单位	2022年	2023年	2024年
在报告期内，违反有关产品和服务的安全与健康规定而受到罚款或处罚的事件	件	0	0	0
已售或已运送产品中因安全与健康理由而须回收的产品件数	件	0	0	0
报告期内发生的产品和服务相关的安全与质量重大责任事故损害涉及的金额	万元	0	0	0

用户服务管理

指标	单位	2022年	2023年	2024年
用户满意度	%	98.66	98.02	97.80
用户投诉反馈处理率	%	91.13	94.50	96.60

信息安全与隐私管理

指标	单位	2022年	2023年	2024年
信息安全相关培训次数	次	5	6	5
员工接受信息安全相关培训的人数	人	3,523	3,675	2,970
数据安全事件涉及的金额	万元	0	0	0
客户隐私泄露事件涉及的金额	万元	0	0	0

员工雇佣

指标	单位	2022年	2023年	2024年
员 工 人 数				
员工总数	人	5,095	5,482	5,166
少数民族员工数量	人	—	195	189
按 性 别				
男性	人	3,255	3,472	3,273
女性	人	1,840	2,010	1,893

指标	单位	2022年	2023年	2024年
按 雇 佣 类 型				
劳动合同制	人	3,941	5,032	4,822
劳务派遣制	人	1,154	450	344
按 年 龄				
30岁以下	人	1,400	1,370	1,171
30至50岁	人	3,333	3,785	3,626
50岁以上	人	362	327	369
按 职 能				
生产人员	人	1,937	1,850	1,882
技术人员	人	929	881	893
销售人员	人	1,467	1,758	1,621
财务人员	人	176	178	187
管理人员	人	586	815	583
按 类 别				
基层员工总数	人	4,920	5,265	4,941
中级管理层员工总数	人	143	182	168
高级管理层员工总数	人	32	35	57
按 学 历				
博士	人	8	8	3
硕士	人	200	244	262
本科	人	1,499	1,618	1,558
大专及以下	人	3,388	3,612	3,343

指标	单位	2022年	2023年	2024年
员 工 流 失				
员工流失率 ¹	%	13.66	17.79	14.85
按 性 别				
男性	%	13.93	17.65	15.03
女性	%	13.17	18.03	14.54
按 年 龄				
30岁以下	%	17.89	24.43	23.96
30至50岁	%	12.95	15.34	12.05
50岁以上	%	1.36	14.84	8.66
员 工 雇 佣 其 他 指 标				
劳动合同签订率	%	100.00	100.00	100.00
社会保障覆盖率	%	100.00	100.00	100.00
员工体检覆盖率	%	100.00	100.00	100.00
接受绩效考核或职业发展考评的员工百分比	%	100.00	100.00	100.00

注：
[1] 员工流失率=报告期内该类别员工流失人数/（ 报告期末该类别员工人数+报告期内该类别流失员工数 ）×100%。

员工培训

指标	单位	2022年	2023年	2024年
接受培训的员工总人数	人	5,095	5,482	5,166
员工培训覆盖率 ¹	%	100.00	100.00	100.00
员工接受培训的平均小时数 ²	小时	31.83	30.79	46.10
按 性 别				
男性	小时	35.15	28.95	45.67
女性	小时	25.95	33.98	46.85
按 类 别				
基层员工	小时	31.63	30.76	46.66
中级管理层员工	小时	40.85	33.91	40.91
高级管理层员工	小时	21.21	19.48	13.33
员工培训次数	次	378	385	397
员工培训总支出	万元	279.80	135.66	97.99

注：
[1] 员工培训覆盖率=接受培训的员工总人数/员工总数。
[2] 员工接受培训平均小时数=该类别员工接受培训的总时长/该类别员工数。

职业健康与安全

指标	单位	2022年	2023年	2024年
职业病风险岗位员工人数	人	1,692	1,692	1,873
职业病发病员工人数	人	0	0	0
职业病禁忌调岗率	%	100.00	100.00	100.00
职业性危害因素监测达标率	%	100.00	100.00	100.00
安全生产事故数	起	0	0	0
因工死亡事故起数	起	0	0	0
因工死亡事故人数	人	0	0	0
安全应急演练次数	次	17	23	27
安全培训总时长	小时	16,106.00	16,271.00	21,000.00
安全培训覆盖率 ¹	%	100.00	100.00	100.00
转岗（含3天以上借调）安全培训实施率	%	100.00	100.00	100.00
员工工伤保险覆盖率	%	100.00	100.00	100.00
员工工伤保险投入金额	万元	143.30	194.51	242.39

注：
[1]安全培训覆盖率=员工安全教育覆盖人数/员工总数。

供应商管理

指标	单位	2022年	2023年	2024年
供应商总数	家	324	329	345
本地化供应商数量	家	175	180	195
签署供应商行为准则的供应商总数	家	324	329	345
按公司供应商评估制度执行审核的供应商数	家	101	99	97
审核通过率	%	100.00	100.00	100.00

社会公益

指标	单位	2022年	2023年	2024年
社会公益金额	万元	624.29	1,529.00	1,453.00
慈善捐赠金额	万元	608.50	413.00	338.00
乡村振兴投入金额	万元	28.50	242.00	317.00
乡村振兴物资折款	万元	435.41	405.60	480.00
乡村振兴惠及人数	人	7,000	7,000	8,000
员工志愿服务人次	人次	409	231	202
开展志愿活动时长 ¹	小时	1,328.00	986.50	938.00

注：
[1] 经核查，2022年及2023年员工志愿支援活动的统计口径存在误差，公司已对数据进行追溯披露。

对标索引表

《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第17号——可持续发展报告（试行）》对标索引

披露要求	对应章节
第一章 总则	ESG管理体系
第二章 可持续发展信息披露框架	ESG管理体系 报告各章节
第三章 环境信息披露	
第一节 应对气候变化	
应对气候变化	应对气候变化
第二节 污染防治与生态系统保护	
污染物排放	排放与废弃物管理
废弃物处理	
生态系统和生物多样性保护	生态系统和生物多样性保护
环境合规管理	环境管理
第三节 资源利用与循环经济	
能源利用	能源利用
水资源利用	水资源与包装材料
循环经济	循环经济
第四章 社会信息披露	
第一节 乡村振兴与社会贡献	
乡村振兴	热心社会公益
社会贡献	
第二节 创新驱动与科技伦理	

披露要求	对应章节
创新驱动	研发创新
科技伦理	老板电器的主营业务为厨房电器产品的研发、生产和销售，不涉及生命科学、人工智能等科技伦理敏感领域的科学研究、技术开发等活动，因此公司不涉及该议题。
第三节 供应商与客户	
供应链安全	供应链优化
平等对待中小企业	老板电器报告期末未发生应付账款（含应付票据）余额超过300亿元或占总资产的比重超过50%的情况，且合并报表范围内企业均无需在国家企业信用信息公示系统披露逾期尚未支付中小企业款项信息，因此该议题和公司的相关性较低。
产品和服务安全与质量	质量管理 用户服务
数据安全与客户隐私保护	信息安全与隐私保护
第四节 员工	
员工	员工权益与福利 员工发展与晋升 职业健康与安全
第五章 可持续发展相关治理信息披露	
第一节 可持续发展相关治理机制	
尽职调查	ESG管理体系
利益相关方沟通	
第二节 商业行为	
反商业贿赂及反贪污	反商业贿赂及反贪污
反不正当竞争	知识产权管理 用户服务
第六章 附则和释义	

GRI内容索引

使用声明	老板电器在 2024年1月1日至12月31日参照 GRI标准报告了在此份 GRI 内容索引中引用的信息。
------	--

所用GRI	GRI 1：基础2021
-------	--------------

GRI标准	披露项	报告章节
GRI 2： 一般披露 2021	2-1 组织详细情况	关于老板电器
	2-2 纳入组织可持续发展报告的实体	报告编制说明
	2-3 报告期、报告频率和联系人	报告编制说明
	2-4 信息重述	报告编制说明
	2-6 活动、价值链和其他业务关系	关于老板电器
		员工权益与福利
	2-7 员工	员工发展与晋升
		职业健康与安全
		ESG数据表和附注
	2-9 管治架构和构成	公司治理
	2-10 最高治理机构的提名和遴选	公司治理
	2-11 最高治理机构主席	公司治理
	2-12 在管理影响方面，最高管治机构的监督作用	ESG管理体系
	2-13 为管理影响的责任授权	ESG管理体系
	2-14 最高治理机构在可持续发展报告中的作用	ESG管理体系
	2-16 关键问题的沟通	ESG管理体系
	2-22 关于可持续发展战略的声明	ESG管理体系
		反商业贿赂及反贪污
		知识产权管理
		信息安全与隐私保护
	2-23 政策承诺	质量管理
		用户服务
		负责任供应链
		员工权益与福利
		反商业贿赂及反贪污
		知识产权管理
		信息安全与隐私保护
2-24 融合政策承诺		质量管理
		用户服务
		负责任供应链
		员工权益与福利
		反商业贿赂及反贪污
2-25 补救负面影响的程序		知识产权管理
		信息安全与隐私保护
		质量管理
		用户服务
		负责任供应链

GRI标准	披露项	报告章节
GRI 2： 一般披露 2021	2-26 寻求建议和提出关切的机制	报告编制说明
	2-27 遵守法律法规	详见报告各章节
	2-29 利益相关方参与的方法	重要性议题管理
	2-30 集体谈判协议	员工权益与福利
GRI 3： 实质性议题 2021	3-1 确定实质性议题的过程	重要性议题管理
	3-2 实质性议题列表	重要性议题管理
	3-3 实质性议题的管理	重要性议题管理
GRI 201： 经济绩效 2016	201-1 直接产生和分配的经济价值	ESG数据表和附注
	201-2 气候变化带来的财务影响和其他风险和机遇	应对气候变化
	201-3 固定福利计划义务和其他退休计划	员工权益与福利
GRI 203： 间接经济影响2016	203-1 基础设施投资和支持性服务	热心社会公益
GRI 205： 反腐败 2016	205-1 已经进行腐败风险评估的运营点	反商业贿赂及反贪污
	205-2 反腐败政策和程序的传达及培训	反商业贿赂及反贪污
	205-3 经确认的腐败事件和采取的行动	反商业贿赂及反贪污
GRI 302： 能源 2016	302-1 组织内部的能源消耗量	ESG数据表和附注
	302-4 降低能源消耗量	能源利用 循环经济
GRI 303： 水资源和污水 2018	303-1 组织与水作为共有资源的相互影响	水资源利用 循环经济
	303-2 管理与排水相关的影响	水资源利用 循环经济
	303-4 排水	ESG数据表和附注
	303-5 耗水	ESG数据表和附注

GRI标准	披露项	报告章节
GRI 305： 排放 2016	305-1 直接(范围1)温室气体排放	ESG数据表和附注
	305-2 能源间接(范围2)温室气体排放	ESG数据表和附注
	305-4 温室气体排放强度	ESG数据表和附注
	305-7 氮氧化物(NO _x)、硫氧化物(SO _x)和其他重大气体排放	ESG数据表和附注
GRI 306： 废弃物 2020	306-1 废弃物的产生及废弃物相关重大影响	排放与废弃物管理
	306-2 废弃物相关重大影响的管理	排放与废弃物管理
	306-3 产生的废弃物	ESG数据表和附注
	306-4 从处置中转移的废弃物	ESG数据表和附注
	306-5 进入处置的废弃物	ESG数据表和附注
GRI 308： 供应商环境评估 2016	308-1 使用环境评价维度筛选的新供应商	负责任供应链
GRI 401： 雇佣 2016	401-1 新进员工雇佣率和员工流动率	ESG数据表和附注
	401-2 提供给全职员工(不包括临时或兼职员工)的福利	员工权益与福利
	401-3 育儿假	员工权益与福利
GRI 402： 劳资关系 2016	402-1 有关运营变更的最短通知期	员工权益与福利
GRI 403： 职业健康与安全 2018	403-1 职业健康安全管理体系	职业健康与安全
	403-2 危害识别、风险评估和事故调查	职业健康与安全
	403-3 职业健康服务	职业健康与安全
	403-4 职业健康安全事务：工作者的参与、意见征询和沟通	职业健康与安全
	403-5 工作者职业健康安全培训	职业健康与安全
	403-6 促进工作者健康	职业健康与安全
	403-7 预防和减缓与业务关系直接相关的职业健康安全影响	职业健康与安全
	403-8 职业健康安全管理体系覆盖的工作者	职业健康与安全
	403-9 工伤	ESG数据表和附注
	403-10 工作相关的健康问题	ESG数据表和附注

GRI标准	披露项	报告章节
GRI 404： 培训与教育 2016	404-1 每名员工每年接受培训的平均小时数	ESG数据表和附注
	404-2 员工技能提升方案和过渡援助方案	员工发展与晋升
	404-3 定期绩效和职业发展考核的员工百分比	ESG数据表和附注
GRI 405： 多元性 与平等机会 2016	405-1 管治机构与员工的多元化	员工权益与福利 ESG数据表和附注
GRI 407： 结社自由 与集体谈判 2016	407-1 结社自由与集体谈判权利可能面临风险的运营点和供应商	员工权益与福利 负责任供应链
GRI 408： 童工 2016	408-1 具有重大童工事件风险的运营点和供应商	员工权益与福利 负责任供应链
GRI 409： 强迫或强制劳动 (2016)	409-1 具有强迫或强制劳动事件重大风险的运营点和供应商	员工权益与福利 负责任供应链
GRI 414： 供应商社会评估 2016	414-1 使用社会评价维度筛选的新供应商	负责任供应链
	414-2 供应链的负面社会影响以及采取的行动	负责任供应链
GRI 417： 营销与标识2016	417-1 对产品和服务信息与标识的要求	用户服务

审验声明



商道融绿
SynTao Green Finance

审验声明：老板电器 2024 年度环境、社会和公司治理（ESG）报告

对杭州老板电器股份有限公司
2024 年度环境、社会和公司治理（ESG）报告的独立审验声明

致杭州老板电器股份有限公司的管理层及利益相关方：

北京商道融绿咨询有限公司（以下简称“商道融绿”）受杭州老板电器股份有限公司（以下简称“老板电器”）的委托，对其《老板电器 2024 年度环境、社会和公司治理（ESG）报告》（以下简称“《ESG 报告》”）披露的有关信息进行独立的第三方审验。商道融绿的审验情况如下。

审验范围

1. 时间范围

本次审验时间范围限于《ESG 报告》披露的 2024 年 1 月 1 日至 2024 年 12 月 31 日期间的信息，报告期之外的任何相关信息均不在本次审验范围之内。

2. 信息范围

本次审验的范围限于《ESG 报告》涵盖的老板电器的信息，不包括老板电器的供应商等其他第三方的信息。对于《ESG 报告》中披露的已经通过独立第三方机构审计或审验的信息和数据，本次不再重复审验。

3. 审验范围

本次审验范围为评估《ESG 报告》是否存在不符合 AA1000AP（2018）中包容性、实质性、回应性和影响性原则的情况。

责任

老板电器的管理层对《ESG 报告》的编制和内容负全部责任，并保证《ESG 报告》的内容以及提供给商道融绿的资料信息的完整性和真实性，不存在重大错误陈述。

商道融绿的责任是根据老板电器提供的资料信息，依据 AA1000 审验标准 v3（AA1000AS v3）出具独立的审验声明。

标准

商道融绿使用 AA1000AS v3 作为审验服务参照的标准。AA1000AS v3 是指由 AccountAbility 创建的审验标准。本次审验类型和深度为“类型一、中度审验”。

商道融绿依据《商道融绿非财务报告审验方法》编制本审验声明。

商道融绿同时参考的标准、原则及倡议还包括：全球报告倡议组织（GRI）《可持续发展报告标准》/香港联交所《环境、社会及管治报告守则》/沪深北三大交易所《上市公司可持续发展报告指引》/气候相关财务信息披露工作组（TCFD）框架/国际可持续准则理事会（ISSB）《国际财务报告可持续披露准则第 1 号——可持续相关财务信息披露一般要求》《国际财务报告可持续披露准则第 2 号——气候相关披露》/欧盟《企业可持续发展报告指令》（CSRD）/温室气体核算体系（GHG Protocol）等。

审验方法

1. 制定审验计划

商道融绿在审验计划中记录关键的资源需求、需收集的证据、任务、活动、可交付成果和时间表，形成审验计划书。

2. 收集信息

商道融绿依据明确性、平衡性、完整性、时效性的原则，评估所收集信息的质量。

3. 进行审验

- 开展访谈，访谈人员包括老板电器负责可持续发展相关工作的人员。



商道融绿
SynTao Green Finance

审验声明：老板电器 2024 年度环境、社会和公司治理（ESG）报告

- 审验老板电器所提供的相关文件资料。
- 审验《ESG 报告》的信息是否符合 AA1000AP（2018）中包容性、实质性、回应性及影响性原则。

4. 商道融绿认为其他必要的工作

独立性和能力

1. 独立性

商道融绿声明，与老板电器为完全相互独立的公司，对该公司不存在偏见和利益冲突。

2. 能力

商道融绿专注于为客户提供环境、社会和公司治理（ESG）评级、绿色金融战略规划、环境和社会风险管理（ESRM）、绿色金融产品创新、绿色金融与责任投资研究、绿色债券评估认证、绿色信贷和责任投资能力建设等可持续金融方面的专业咨询、研究和培训等服务。

商道融绿已获得使用 AA1000AS v3 的许可。该许可授权商道融绿使用和遵守 AccountAbility 的 AA1000AS v3，以及使用与此类可持续性审验服务相关的 AA1000AS v3 标志。

商道融绿审验团队人员拥有 AA1000 认证可持续发展审验师（CSAP）证书、ISO14001 内审员资质、CFA-ESG 证书、EFFAS-CESGA 证书、GRI 培训证书、碳资产管理师等可持续发展领域的资质，团队由拥有丰富可持续发展领域经验的专业人士构成，其对 AA1000AS v3 标准有全面的理解。

局限性

商道融绿在本次《ESG 报告》审验中，所需的信息和数据完全依赖老板电器提供的相关信息和数据，未从其他外部渠道搜集信息，亦未对外部利益相关方进行访谈。

审验内容

包容性：老板电器识别了主要利益相关方，为利益相关方参与提供了必要的能力建设。老板电器公开展示了与利益相关方沟通的情况。

实质性：老板电器确立了实质性议题的分析流程，识别出了与公司高度相关的 ESG 议题，并有明确的方法来确定实质性议题的优先度。

回应性：老板电器对其主要利益相关方关注的实质性议题做出了回应，将相关内容融入公司的战略规划，且在回应利益相关方关注的重点议题方面投入了资源。

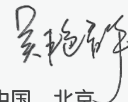
影响性：老板电器建立了衡量、评估和管理公司的影响的流程，并将部分影响纳入公司的实质性议题和战略目标。

结论

商道融绿未发现《老板电器 2024 年度环境、社会和公司治理（ESG）报告》存在不符合 AA1000AP（2018）中包容性、实质性、回应性和影响性原则的情况。

审验机构：北京商道融绿咨询有限公司

审验负责人：吴艳静



2025 年 4 月 25 日 中国，北京



2024年度
环境、社会和公司治理（ESG）报告



0571-86187810



wg@robam.com



www.robam.com

杭州老板电器股份有限公司