

证券代码：002162

证券简称：悦心健康



上海悦心健康集团股份有限公司
2024 年度社会责任报告

二〇二五年二月

目 录

一、报告说明	3
二、关于我们	4
2.1 公司概况	4
2.2 公司治理	4
2.3 组织机构	5
2.4 理念与目标	5
2.5 社会责任观	5
三、产品与服务	6
3.1 大健康业务	6
3.2 时尚健康建材业务	8
3.3 股东回报	10
四、环境篇	10
五、利益相关方篇	11
5.1 股东	11
5.2 员工	12
5.3 供应商/经销商	14
5.4 用户	16
六、社区篇	19
七、未来展望	20

一、报告说明

- **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。

- **报告时间范围**

2024 年 1 月 1 日至 2024 年 12 月 31 日，部分内容超出上述时间范围。

- **报告组织范围**

上市公司合并范围

- **报告采用称谓**

报告中采用的“公司”、“我们”、“本公司”均指上海悦心健康集团股份有限公司

- **报告编制依据**

全球报告倡议组织 GRI《可持续发展报告标准》

中国社科院《中国企业社会责任报告编写指南》

《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》

- **报告获取渠道**

本报告以网络电子版形式发布，可在深圳证券交易所网站（www.szse.cn）及巨潮资讯网（www.cninfo.com.cn）查阅获取。

若您在阅读过程中有任何意见或建议，请通过以下方式联系我们。

联系部门：证券部 联系地址：上海市闵行区浦江镇恒南路 1288 号 邮编：201114

电话：+86-21-54333699 传真：+86-21-54331229 电子邮箱：zqb@cimic.com

二、关于我们

2.1 公司概况

上海悦心健康集团股份有限公司成立于1993年6月,于2007年8月在深圳证券交易所上市。目前业务涵盖时尚健康建材的制造销售、大健康、投资性房地产租赁等。截至2024年末,公司注册资本为92,158万元人民币,资产总规模20.58亿元。

公司自成立以来专注于建筑陶瓷的制造销售,构建了自有的研发、生产、销售配套体系。“斯米克”瓷砖是国内建筑陶瓷行业知名品牌,定位高端,凭借精致的产品、优质的服务,在行业内具有较高的影响力和良好的声誉。公司秉承让更多客户享受“时尚空间·健康生活”的理念,通过加强创新、质量管理、打造品牌和开拓市场等手段,驱动业绩增长,服务消费者,提升品牌价值。

近年来,公司发展双品牌的运营战略,在巩固好建材业务的同时,稳步发展大健康产业。一方面以“斯米克”作为建材业务的品牌;另一方面以“悦心”作为大健康业务的品牌,聚焦于康养服务业务和医疗服务业务,采用“医养康教研”五位一体的产业模式积极推进。

公司融合欧美、日本以及台湾地区康养服务的经验和理念,积极整合国内外及两岸相关专家团队和优质资源,不断提升公司的核心竞争力。经过多年努力,公司整合创新,逐渐培养出康养整体化优势团队,并结合地区政策和相应市场情况,形成完整的“悦心照护体系”,全方位提升长者的生活质量和身心健康。“医养康教研”五位一体的发展模式为公司在康养服务领域铸就了强大的产业链支撑能力。康养业务上,公司全力打造三大产品线,一是活力长者康养生活服务品牌“悦心·漫活欣成”;一是失智失能长者专业照护品牌“悦心·安颐别业”;一是养老护理专业培训品牌“悦心照护教育培训”。

公司立足上海,深耕长三角,放眼全国,致力于打造以康养服务为核心、“医养康教研”五位一体的龙头企业。

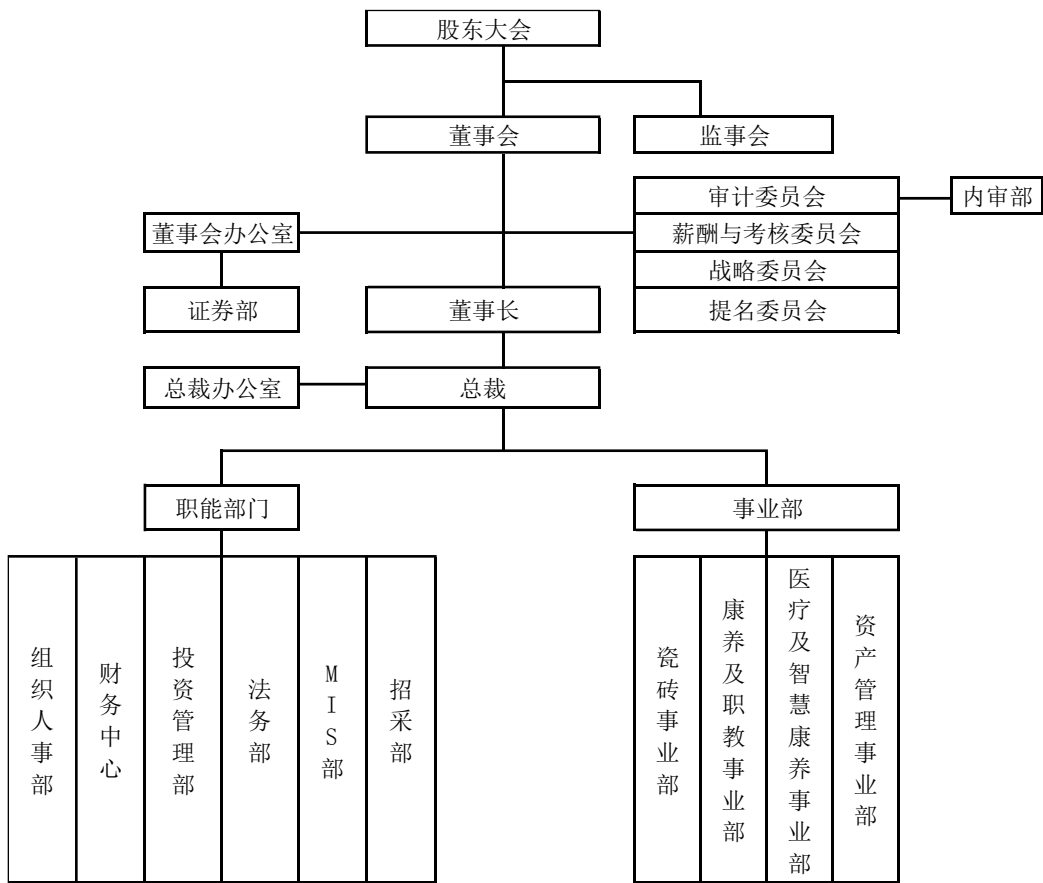
2.2 公司治理

作为一家上市多年的公司,公司注重规范运作,报告期内,公司严格按照《公司法》、《证券法》、《深圳证券交易所股票上市规则》及中国证监会、深圳证券交易所发布的有关公司治理规范性文件的要求,不断完善法人治理结构,优化内部管理,规范运作机制,切实保障所有股东特别是中小股东的利益。

公司依据相关的法律法规,建立健全了完善的“三会”议事规则,并在董事会下设立了审计委员会、薪酬与考核委员会、战略委员会、提名委员会等专门委员会,形成了权力机构、决策机构、监督机构权责分明的法人治理结构。

公司按照《公司法》、《证券法》和相关法律法规的要求，制定了公司章程、三会及各专门委员会议事规则等规章制度，形成了健全、完备的规章制度体系，明确了股东大会、董事会、监事会、经理层的职责和权限，形成了各司其责、协调运转、有效制衡的法人治理结构，从制度上保障了公司经营行为的合法合规、真实有效，促进了公司的生产经营和业务发展。

2.3 组织机构



2.4 理念与目标

服务理念：视您如己，全心关爱

愿景：百年基业，百亿事业

核心价值观：诚信务实、开拓创新、关怀共赢

经营哲学：提供舞台，成就人才，东西合璧，共创事业

经营宗旨：通过创新的产品、优良的质量、一流的服务，为客户创造价值，为公司提升业绩。

2.5 社会责任观

以人为本，为健康幸福的生活贡献力量

三、产品与服务

3.1 大健康业务

近年来，公司立足长三角地区，积极拓展康养产业版图，深耕细作康养服务领域。2024 年，我们持续优化悦心照护体系，致力于构建完整的康养服务产业链。目前，公司以托管运营公建民营项目为核心，采取“医、养、康、教、研”五位一体的创新模式，在上海、江苏、浙江等地成功托管并运营了多所公建民营养老机构，包括上海奉贤金海悦心颐养院、江苏宿迁悦心·泗洪康养中心、浙江温州龙港市医养康教研示范园在内的多个康养服务项目。

作为专业的运营管理方，我们致力于构建标准化的服务体系，依托医养结合、文化营造、智慧化管理及产教融合四大核心支柱，专注于为高龄自理、半失能、失能、失智的长者提供全方位的照护服务。通过养老机构与医疗机构的紧密合作，为入住长者提供高品质的生活照料与医疗护理服务。同时，以养老机构为基点，公司积极辐射社区养老和居家照护服务，逐步形成了覆盖机构、社区、居家的综合照护服务网络。

在品牌推广方面，我们持续加大宣传力度，不断提升品牌知名度和市场口碑。截至报告期末，上海奉贤金海悦心颐养院的床位使用率高达 97%，远超上海市养老行业的平均水平。浙江温州龙港市医养康教研示范园——龙港悦心颐养院自 2023 年四季度投入运营以来，入住率持续攀升，截至 2024 年末，床位使用率达 55%。同时，龙港悦心护理院也于 2024 年上半年正式开业，该护理院内设中医、内科、老年病科等多个专业科室，能够为长期卧床、晚期姑息治疗、慢性病及生活不能自理的患者提供包括医疗护理、康复促进、安宁疗护在内的多元化专业服务。

在医疗技术提升与“双向转诊”合作方面，龙港悦心护理院与温州医科大学附属第一医院龙港院区建立了紧密的合作机制，通过定期开展医疗团队培训学习，以及打通绿色通道等措施，确保了病情危重或难治愈疾病患者能够及时转诊治疗。2024 年，浙江温州龙港市医养康教研示范园还荣膺全国首个老年健康重点城市第一批重点培育的老年健康“样板医养综合体”称号。

为了进一步扩大康养业务布局，我们采取了内生孵化与外延并购并重的发展战略。在内生性发展的同时，我们积极寻求符合公司战略定位的合作项目，通过外延并购的方式不断拓展康养业务版图。报告期内，我们成功战略投资了浙江康芮嘉养健康管理有限公司，该公司成立于 2017 年 10 月，是集运营管理、顾问咨询、教育培训于一体的大健康综合运维服务商。其业务范围广泛覆盖浙江省的杭州、宁波、绍兴、湖州、台州、丽水以及河北省的衡水等地，现拥有运营服务单位 58 家，涵盖养老机构、护理院、互联网+养老、认知症专区、日间照料中心、“三位一体+”居家上门服务、社区食堂等多个业务板块。此次战略投资进一步巩固了我们在浙江省的康养业务布局和服务范围。

作为公司康养服务产业链向上游延伸、康养服务人才保障和质量保障的重要一环，在职业教育领域，公司于 2023 年初投资设立了温州东方悦心中等职业技术学校，通过产教融合，育训结合，打造“中职—高职—企业”一体化贯通的人才培养模式和体系。在专业设置上，学校围绕康养产业、战略性新兴产业，以“护理为主体，一老一小为两翼”定位专业，开设的专业有护理、康复技术、婴幼儿托育等，着力打造康养护人才培养高地。学校以就业市场需求为导向，坚持升学就业并重，通过“校企结合”“工学结合”、课程设置与企业需求对接等方式，针对性地培养“订单式”职业技术人才，拓宽学生就业渠道。2023 年 9 月，学校首届招生，截至 2024 年末，在校生近 1,300 人。

此外，随着信息技术的飞速发展，智能化应用正与传统养老行业深度融合，不断推动并变革着传统的养老服务模式。在深耕康养服务领域的过程中，我们充分利用智能化应用对康养业务进行赋能。报告期内，我们成立了全资子公司——上海悦心多宝智能科技有限公司，专注于养老机构智能化管理系统的开发与应用、智慧养老产品的应用研究。我们将智能技术及产品广泛应用于老年人的健康管理、照护和生活服务等方面，通过智能化的手段为老年人提供全面、个性化的养老服务方案，从而有效改善他们的生活品质和健康状态。目前，我们在养老场景的智能应用创新、集成和拓展方面已取得显著进展，通过场景联动共同推动养老机构的数字化转型和智慧康养发展。

在医疗服务领域，公司投资布局了综合医院及专科医疗服务。截至本报告披露日，公司投资的医疗机构及合作项目包括：安徽全椒同德爱心医院、江苏泗洪分金亭医院、江苏泗洪安颐医院（宿迁安颐老年病医院）、江西宜春市妇幼保健院妇产生殖合作项目等。



上海奉贤金海悦心颐养院



上海悦心泗洪康养中心



温州东方悦心中等职业技术学校



温州龙港市医养康教研示范园

3.2 时尚健康建材业务

2024年，建筑陶瓷行业市场竞争进一步加剧，需求增长放缓，消费主体更为多元化，需求也更加零散、多变。尤其随着90后、00后成为市场消费主力，瓷砖消费呈现出越来越个性化、小单化的特点。

为应对市场环境的变化，公司通过变革经营模式、整合有效资源、优化业务流程等举措，坚持“以销定产”的经营模式，以柔性化量产定单来满足并服务个性化消费群体，以寻求新世代消费者的品牌共识。

1、产品研发

产品品质源于技术研发的不断突破，2024年，公司持续以玻化石为产品核心灵魂，围绕产品重心，加大设备更新投入与升级，打造产品差异化。公司运用第九代多管布料技术、全新的智能化数码总控系统、智能下料工艺，推出全新玻化玉系列、800*1600MM超大规格全通体玻化石、“黄金洞石”、“炫彩宝石”、以及超大规格900*1800MM纯色莫兰迪系列，形成独具品牌调性的玻化石产品路线。

2024年，公司推出的瓷砖产品市场流行度高，其中包含以主题色彩表现形式为切入口来诠释色彩与技术有机结合的900*1800奢石系列、将复古理念与手法最大化呈现于砖体表面的云石代750*1500MM质感城堡系列、全规格子母系列圣莱娜、以低饱和度纹理呈现方式对产品题材深入挖掘的750*1500MM微光等系列。公司通过创意的设计，对产品不断创新迭代，通过产品界面，让时间、光影、肌理等石材的痕迹与产品共振。

目前公司拥有大理石、玻化石、云石代、釉面砖、艺术瓷等大类瓷砖产品，涵盖近百个系列，不同规格及面状的近千个产品，还包括花砖、腰线、转角等各类配件产品，产品丰富度位居国内瓷砖行业前列。

- **大理石：**包含大岩板、特色超白小岩板、至尊石、铂晶大理石、百丽晶等系列产品；
- **玻化石：**包含超大规格特色玻化石800*1600MM新澳洲砂岩、炫彩宝石、黄金洞石、900*1800MM莫兰迪纯色、及其他常规715、612、80、60等20大系列布料产品；
- **云石代：**包含臻石、都会、木纹三大系列产品，以质感产品为主；
- **釉面砖：**包含赫拉白、米兰灰、珀尔灰、波塞灰等30多套产品；
- **艺术瓷：**包括大料、中国画、西洋画、背景墙、装饰画5种类别产品。

2、产品销售渠道

（1）产品不断迭代升级，从玻化石到玻化玉，保持产品差异化优势

公司始终专注于产品研发，每年都会对特色产品玻化石加大研发力度，实现了多项技术突破，

持续不断地向市场推出新产品，为客户提供高端、差异化产品。同时柔性化、定制化生产更强化了产品的核心竞争力。2024 年，公司在全国举办多场次落地活动，以特色产品玻化石系列深入设计渠道推广，深化交流产品应用，提供加工应用展示工具，凸显产品差异化优势，助力渠道高质量拓展。

（2）销售渠道双轮驱动持续优化，不断扩大品牌影响力

公司持续优化“工程+零售”两大重要产品销售渠道，在零售渠道不断优化线下布点，填补空白市场，结合线上品牌曝光，提升品牌客户触达率。渠道运营模式仍坚持以经销商为主，直营为辅；零售经销商不断优化，扶持潜力经销商做大，优质经销商做强，淘汰不达标的经销商，引入符合品牌发展的新经销商；凭借高质量的产品服务，不断扩大品牌影响力。

在工程渠道，公司深耕优化客户资源，持续拓展商业战略渠道；作为自有品牌瓷砖生产销售服务商，凭借良好的客户口碑沉淀，并通过与优质商业客户建立战略合作关系，形成“战略合作联盟”；以过硬的产品质量、精细化的优质服务，积极参与各地重大项目建设，赢得良好的口碑与市场反馈。

3、产品服务提升

（1）专业设计团队提供更好的产品体验，强化新媒体平台推广，产品应用更直观

公司拥有专业的设计师团队，不仅提供瓷砖贴图、装修效果图，根据客户的需要将房屋装修的风格展现出来，还通过模型使业主更直观地理解全屋装修效果，不再仅限于平面图，有助于客户选到心仪的产品，从单片瓷砖到全屋效果，专业设计让产品体验更好更全面。

公司持续强化新媒体平台推广合作，不断通过公众号、视频号、抖音、小红书等线上平台发布产品推荐、装修应用、实案分享、设计风格等图文视频内容，加深品牌印象；小程序画册使客户在线看产品更方便，让客户对产品认知更直观，服务响应更精准便捷。

（2）通过“设计 31”飞扬计划及专业设计展，为设计渠道提供特色产品推广

公司搭建的“设计 31”飞扬计划作为培养年轻设计师的平台，在多个地区通过落地活动与设计师们有了良好的互动交流。公司在 2024 年 4 月参加了西安设计周，12 月与知名设计师联合策展参加了广州设计周，通过参加专业展会，提升品牌影响力，通过与设计师的深入互动，产品得到更好的展示推广。

（3）八星服务结合专业解决方案

公司始终坚持以客户为中心的服务理念，提供专业全程人性化服务——“八星服务”。服务方案包含面积测算、专业设计用砖方案、下单保留货源免费存放、送货上门、免费赠送定位架、铺贴指导、永久贴身服务以及日常保养指导。除八星服务，个别地区还推出局改服务，服务项目

根据客户需求人性化调整，同时在局改项目中更关注适老化产品的应用推进。

从铺贴设计到安装使用由专业团队指导服务，为业主及设计师提供定制化服务方案，全面满足业主、设计师个性化需求，频获客户好评。

3.3 股东回报

公司在自身成长与发展的同时，重视对投资者的合理回报，保障股东权益，特别是中小股东的合法权益，与投资者共同分享企业经营成果。公司现行的《公司章程》明确了分红原则、条件、比例以及相关的执行及决策机制，充分保护股东，特别是中小股东的合法权益，中小股东有充分表达意见和诉求的机会。

为维护投资者利益，提高对股东回报，增强投资者信心，2024 年上半年，公司通过集中竞价交易方式累计回购公司股份 650 万股并注销，成交总金额 2,500 余万元。

四、环境篇

公司树立“保护环境、节约资源、实现可持续发展”的企业宗旨，在运营中积极履行环境保护方面的使命，积极参与生态环境保护，将环境管理体系贯穿到公司的各项生产经营业务中，不断提高完善环境保护、能源消耗的管理水平，采取措施降低能耗，减少污染，为实现企业与自然和谐共生做出了努力。

公司生产基地位于江西省丰城市，全资子公司江西斯米克陶瓷有限公司（以下简称“江西生产基地”）负责生产建筑陶瓷。

（一）积极响应政府高耗能产业结构调整政策，做好节能减排工作，各项指标均达到国家标准

江西生产基地积极开展《建筑卫生陶瓷单位产品能源消耗限额》（GB21252-2013）国标的对标管理、节能管理工作，努力降低产品能耗和减排，2024 年继续通过了能源体系、环境管理体系、职业健康等的体系认证。公司 2024 年耗能折算为 1.852 万吨标准煤，吸水率 $E \leq 0.5\%$ 的陶瓷砖的产品综合能耗为 5.79Kgce/m²，远低于国家（地区）能耗限额的准入值（准入值为 ≤ 7.0 Kgce/m²）。

2024 年使用光伏发电 710 万 KWH，减少碳排放约 6106TCO₂。

（二）所有生产线的污染源第三方监测为达标排放

2012 年至今，江西生产基地一直采用清洁能源—天然气作为喷干塔、窑炉、卧干器等燃料，2018 年起污染物排放的监测采用在线监测+第三方检测的方式。江西生产基地 2024 年每季度均委托第三方检测机构南昌至诚技术服务有限公司进行环境监测，涉及生产污水、生活污水、有组织废气（窑炉、喷干塔、卧干器等）、无组织废气、厂界噪声等的检测，检测结果数据均在《陶瓷工业污染物排放标准》（GB25464-2010）及其修改单中标准限值和公司规定的超低排放值。合格排放，

无超标排放情况。

江西生产基地取得宜春生态环境局核发的《排污许可证》，有效期为 2022 年 10 月 17 日-2027 年 10 月 16 日。

（三）改进生产技术及工艺等多种方式，减少用气、用电消耗

江西生产基地通过工艺改进粉料特性及提升部分系列产品产能，合理利用窑炉余热，减少窑炉空烧时间。2024 年度江西生产基地提出了多条节能降本改进方案，投入技改资金对生产线进行了技改。通过改进生产工艺、余热利用、空压机报废更新等方式，使产品质量明显提高、能源单耗下降、生产效率提高，也大大提高了产能、降低了生产成本，做到了节能减排。

（四）积极做好生产过程中固体废物的循环再利用，降低固废委外处置量

江西生产基地贯彻工业固废“减量化、资源化”理念，促进资源回收和可再生资源的利用。生产过程中产生的压滤泥、回料、碎砖均得到进一步拓展和回用，2024 年工业废渣回收利用率达到公司内控目标。

（五）加大环保投入，实现“零”安全事故，工业三废全部达标

江西生产基地在生产经营活动中注重环境的保护、改善和社会效益，在保障现有环保设施正常运行的前提下不断加大环保设施的投入，危险废弃物 4.22 吨全部交有资质的环保公司处置，固废按照要求回用和处置，大气排放的各项指标基本达到低排放的标准。2022 年江西生产基地大气排放在线监测设施的监测数据已接入国家生态环境部、省生态环境厅、宜春市生态环境局、丰城市生态环境局、丰城市高新园区数据平台。2024 年度环保支出为 319.24 万元。

2024 年，江西生产基地没有发生任何重大环境事故，也没有因违反环境法律法规而受到环保管理部门的处罚和罚款，废气、废水、噪声这“三废”监测数据全部达标。

五、利益相关方篇

5.1 股东

公司严格按照《公司法》、《证券法》等有关法律法规的规定，致力于健全公司治理制度，完善公司治理结构，在保护股东权益的同时，实现股东价值增长。同时，公司公平对待所有投资者，及时、准确、完整地依法做好信息披露工作，以利于投资者及时了解掌握公司经营动态、财务状况及重大事项的进展情况。截至 2024 年 12 月 31 日，公司共拥有 57,139 名股东。

1、依法做好信息披露工作，维护广大投资者的知情权

2024 年，公司共召开 2 次股东大会、7 次董事会及 4 次监事会，并按相关规定披露了定期报告和临时公告，使投资者全面了解公司财务和经营状况。

此外，公司的法定信息披露报纸有 4 家，分别为《上海证券报》、《中国证券报》、《证券时报》、《证券日报》，投资者了解公司的渠道十分畅通。

2、利用多种途径加强与投资者沟通，实现投资者与公司深层次互动

公司日常设立专人接听投资者热线，积极利用深圳证券交易所“互动易”平台和投资者进行交流与互动，认真及时的回复投资者提问，增强投资者对公司的了解，对于投资者普遍关注的重点问题，及时予以记录归纳，并积极向管理层进行反馈。2023 年度报告对外披露后，公司举行了年报业绩网上说明会，在业绩说明会上，公司董事和高管就投资者提出的各项问题进行了详细解答和说明。

除此之外，电子邮箱、公司网站也一直保持畅通，确保投资者能够便捷、顺利地与公司取得联系，进行沟通。通过这些措施，有效提升了公司透明度，较好地履行了上市公司信息披露义务。

5.2 员工

5.2.1 员工结构

在职员工人数（2024 年 12 月 31 日）	803	
公司需承担费用的离退休职工人数	66	
专业构成		
专业构成类别	数量（人）	占比（%）
生产人员	196	24%
销售人员	384	48%
技术人员	58	7%
财务人员	44	5%
行政人员	121	15%
教育程度		
教育程度类别	数量（人）	占比（%）
高中及以下	327	41%
大专	279	35%
本科及以上	197	25%

5.2.2 职工权益

公司在生产经营活动中，坚持“以人为本”的理念，坚持“关怀共赢”的价值观，把保障员工的合法权益，视为自己的神圣责任。

公司严格遵守《劳动法》、《劳动合同法》、《社会保险法》等国家相关法律、法规以及《公司章程》的规定，与员工建立正规、合法的劳动关系，为员工提供均等的就业、晋升机会，对员工实行同等的福利待遇，积极促进企业与员工之间的共同发展，保障员工合法权益。公司积极搭建内部沟通、交流的平台，通过公司网站、企业微信平台、OA 系统、座谈会等多种方式加强公司与

员工之间的沟通交流，积极采纳员工合理化建议，增强公司凝聚力，促进公司和谐、稳定发展。

5.2.3 薪酬福利体系

公司重视薪酬福利制度及绩效管理、绩效考核，注意调查研究社会收入水平，公司根据企业所在地工资水平变化，以及行业薪资标准，对工资方案、奖金方案等进行优化，实现员工薪酬的调整与公司发展同步。

公司严格遵循按劳分配与绩效考核并重的原则，为员工提供合理的薪酬待遇，促进劳动关系的和谐稳定。另一方面，公司建立了全面的绩效管理体系，通过定期考核、不定期考核等多种考核方式相结合，将考核结果作为员工薪酬与奖金发放的依据，鼓励、调动员工的积极性，激发员工的工作热情，保证公司健康、稳定发展。

公司在关注同行业的薪酬福利水平的同时，更加关注他们绩效管理的办法，吸取有益经验为我所用，努力做到与同行业的薪酬水平保持同步的同时，在激励考核方面形成自己独特的风格。

公司关心职工身体健康，参加市职工互助保障计划，为在岗职工投保住院互助保障计划，在一定程度上为住院职工减轻了医疗负担，充分体现了公司对员工的责任和关怀。

5.2.4 员工成长和发展

公司一直致力于员工的发展和成长，2024 年公司共组织培训线下线上培训活动 162 场，其中总部职能部门完成线上培训活动 7 场，瓷砖事业部组织完成线上、线下培训共计 12 场(常州、合肥、石家庄、上海、太原、佛山、晋江、丰城、西宁等)，通过多类别的培训，增强员工技能，支持经销商，提升业务实战能力。课程包含：新产品、生产工艺、施工工艺、工程案例等，公司新进员工训练营(春季、夏季)、经销商销售人员的专业知识与销售技巧培训、经销商零售经验分享、设计软件操作学习、装饰公司专场讲座等。通过多类别的培训，增强员工技能，支持经销商，提升业务实战能力。通过培训和口试，对各大区的业务同事代表赋能，使其能独立讲解品牌和新品，助力提高品牌推广和新品宣讲的效率。

康养事业部共开展养老相关业务培训近 143 场，培训人数近 2600 余人次。通过这些培训提高了员工的职业道德、实操技能、基本操作规范及消防安全知识等。

5.2.5 员工文化生活

公司把企业文化建设作为一项重要任务来抓，开展并落实了一系列的举动用以关注员工和服务员工。公司通过组织丰富多彩的企业文化活动，宣扬企业文化、丰富员工生活。为丰富员工的业余生活，锻炼员工体魄，公司积极组织员工参加上级工会、地方等联合组织的各项全民健身活

动和比赛。通过一系列的活动，加强了员工之间和上下级之间的感情交流，同时也增强企业的向心力与凝聚力。公司还鼓励员工在业余时间学习国学，借此修炼心知、进一步提升内在素养。

5.2.6 职工劳动安全保护

1、建立安全和职业健康管理网络，做好全年安全教育工作

安全生产和职业健康方面，公司建立了安全和职业健康管理网络，先后完善和修订了《特种作业人员技术培训考核管理办法》、《安全教育制度》、《职业健康管理方法》等符合企业实际的管理制度。

2024年，全年三级安全教育培训104人次，特殊工种人员培训、复训人员3人次，持证上岗率达100%；全年未发生重伤和死亡事故（交通意外除外），不论发生大小安全事故，坚持“四不放过”，即事故原因没查清不放过、事故责任人没查清不放过、没处理不放过、事故整改措施没落实不放过，员工没受到教育不放过。

2024年，公司未发现职业病及疑似职业病病例。

2、严格把控劳动防护用品采购、使用过程

公司关注员工的劳动防护用品发放和使用，公司对采购的劳动防护用品实施严格的管理，对与员工劳动安全密切相关的保护足趾安全鞋、防静电鞋、防刺穿鞋、电绝缘鞋、自吸过滤防颗粒物呼吸器、手套、耳塞等用品，供应商必须持有特种劳动防护用品经营企业证书，并符合特种劳动防护用品安全标志规定的要求。使用过程中，诸如保护足趾安全鞋、自吸过滤防颗粒物呼吸器、耳塞等用品即使未满足使用期限，只要不能满足防护要求，都可以及时领换，取得了明显的保护效果。

3、充分做好高温季节防暑降温工作

公司重视高温季节对高温和室外工作人员的防暑降温工作，提前做好车间里通风扇的维修与保养，夏天除了采用机械通风外，在炉窑、压机等重点场所摆放冰块降温，按照政府的有关规定，在不能把温度控制在35摄氏度以下工作场所的1354人次发放高温津贴26.6万余元，此外还在所有工作场所的员工提供盐汽水、清凉油、人丹、毛巾、洗护用品等防暑降温用品，确保足够的清凉饮料，公司采取了上述改善工作环境等一系列降温措施，为员工提供了适宜、健康、安全的工作环境。

5.3 供应商/经销商

供应商和经销商是公司产品的提供者、服务的传达者，他们与公司一起生产和创造价值。上下游利益一致化是公司得以持续稳健发展的前提条件，在公平合理环境下进行上下游的有效合作

是公司近年来工作的目标。

5.3.1 供应商

公司不断推进供应商体系建设,促进长期稳定合作关系的建立和发展。高度重视合作方利益,不断优化各类材料的采购渠道的同时,形成了自己的核心供应商队伍。对原材料的采购通过招标比价的形式与主要供应商签订长期的《产品供货合同》,以确保原材料价格的相对稳定。取得货物或劳务后,及时进行财务核算,收取合规发票,按合同约定支付结算货款,保障供应商利益不受损害。近年来,由于国家持续加大环保、运输的整顿力度,对主要原辅材料的供应造成一定的困难,各种环节费用持续上涨,为此,公司加强与供应商的沟通,共同面对各种困难,基本保证了原辅材料的及时供应,采购价格随市场行情适度调整。公司不断加强供应商管理,加大质量方针的宣传力度,增强供应商质量意识,强化采购过程的监督管控,严把质量关。对供货质量进行持续督导,确保所供原料质量符合公司品质要求。

5.3.2 经销商

公司坚持“互惠互利,合作共赢”理念,与广大经销商共同发展,共同成长。公司重视经销商服务团队与经销商自身的协同建设,强化服务团队素质、执行力的同时,积极听取从市场与经销商处反馈回来的合理诉求,通过合理的销售区域规划、渠道推广、产品规划、价格策略、市场推广活动等,进一步优化市场推广投入模式,继续巩固、扩大市场份额,加大力度做好品牌建设,以持续不断的品牌增值服务为经销商产品销售提供基础动力,维护经销商的合理利益。公司还定期召开经销商大会,向经销商发布公司的新产品、新政策、新服务,推广优秀经销商的成功做法与案例,同时也提供给广大经销商一个互相学习、交流经验的平台;公司还安排专业培训团队,前往经销商网点,组织经销商、店长、店员进行培训,培训内容包含“销售技巧、产品知识、店面管理、活动策划、渠道建设”等,同时还会定期在线上开展全国性、地区性的考试,以此来检验和巩固经销商团队的学习成功,更组织部分优秀经销商,以身说法为新经销商进行多场培训。每季度公司牵头制定全国性的促销活动,放价让利回报消费者对公司品牌的支持,同时增加经销商终端销售份额。在市场竞争激烈的形势下做到经销商与经销商“团结一致、发展壮大”;公司与经销商“同心合力、共谋发展”。

公司持续优化售后服务体系,为广大的经销商和服务商提供产品支持、政策支持、技术传导等多方支持,为经销商产品销售提供保障与支持,重视经销商与公司之间的合作感受。经销商客服中心始终秉承着成立的初衷,一直关怀着处于市场最前沿的经销商,及时了解经销商对公司各类政策的解读、执行情况,收集反馈经销商遇到的有关困难,并能及时解决经销商的困难。让经

销商实实在在地感受到来自公司的关怀，增加双方感情，提升合作默契。

随着公司“工程+经销”双轮驱动的经营理念不断深化，公司大力发展新经销商，有大批优质的经销商陆续加入到我们的大家庭中，公司愿与志同道合之士共同创造、分享市场发展的经济效益。

5.4 用户

5.4.1 质量控制

公司视产品质量为生命，采用先进的质量管理模式，建立了完善的质量管理体系。确立了以“优化资源，制造一流产品，取信顾客；持续改善，争创卓越企业，回报社会”的质量方针。围绕这一方针，公司建立了质量目标，并对质量目标进行层层分解，落实到基层，明确质量责任，确保全员参与，提高全员质量意识，为树立公司的质量形象共同努力。

1、产品质量获得多项权威认证，倡导绿色建材概念

公司早在1997年就通过了ISO9001质量管理体系认证。2024年度，公司和全资子公司江西斯米克陶瓷有限公司顺利通过质量、环境、安全、能源、知识产权管理体系监督审核，同时还通过了3C、中国环境标志、中国低碳产品、绿色产品、绿色建材产品认证。

公司在满足国家标准GB/T4100-2015《陶瓷砖》的基础上，建立了严于国家标准的企业内控标准，产品多项性能指标达到或优于国际标准水平。在质量管理体系的有效运行下，公司能够严格依照企业内控标准的要求，对产品实施检验、验证和出库交付，公司生产的所有产品质量均符合国家强制性标准GB6566-2010、“3C”认证、中国低碳产品、绿色产品、绿色建材产品认证和中国环境标志产品认证要求，并获得产品质量合格证书和建材产品放射性检验合格证。全年未发生重大质量投诉及质量安全事故。

公司一贯主张绿色建材概念，为生产绿色建材打下坚实基础，公司产品已连续多次被财政部及环境保护部列入《环境标志产品政府采购清单》，属于政府优先采购的环境标志产品范围。

2、实施全过程控制方法，严格把控产品质量

目前，公司管理体系覆盖了原料选用、产品生产和服务的所有环节，将各过程纳入规范化、程序化的管理和控制之下，从而达到质量和环境行为双优，生产出环保安全可靠的绿色产品。在产品质量控制方面，公司采取供应商管理、进料检验、生产工序控制、成品验收的全过程控制方法，对影响产品质量的各个环节进行专项控制，以保证最终产品质量。为严格控制产品质量，确保检验检测数据的真实性、准确性和及时性，公司还成立了专门的测试中心和检验中心，对影响产品质量的各个工序，通过物理的、化学的和其他科学的手段和方法进行控制。两中心拥有从意大

利、日本等国引进的高科技、高精密的控制仪器，更加有力地保证了公司产品的质量稳定性。与此同时，公司建立了内审员队伍，对体系进行维护，并结合公司内部流程的梳理，逐步完善质量管理体系。定期开展体系内部审核和管理评审，及时纠正解决体系运行中出现的问题，保证了管理体系不断完善和持续有效，形成了企业自我完善机制。

一直以来，公司致力于质量队伍的建设，采取了多项措施来提升质量检验团队的整体素养和专业技能，为提高产品质量、完善管理体系、塑造品牌形象、满足消费者需求提供了有力的资源保障。

公司为全国质量检验先进单位，公司专设质量部门，主要负责产品全生命周期质量控制和质量管理体系的建设和提升。为了确保产品质量检测结果的客观公正性，公司规定任何组织和个人均不得干预质量部检验业务工作，支持质量部为保证检验结论公正性所采取的各种措施。并尽力帮助质量部检验室改善检测条件，提高检测结果准确性。

3、积极参与国家及行业相关产品及质量标准的编制修订工作

公司是全国建筑卫生陶瓷标准化技术委员会会员单位，积极参与标委会发起的相关产品及质量标准的编制及修订工作，与同行积极交流，为推动产品总体质量水平的提升贡献力量。

4、建立产品质量问题应对机制，保障消费者权益

公司基于对产品质量的重视，对产品质量风险做了识别、分析评估，建立了应对产品安全事故或重大质量问题的补救体系和运行机制。当产品发生重大质量事故时，公司会迅速启动应急预案，控制不良危害和影响，并及时向顾客说明问题的严重性和后续改进措施，最大限度地减少产品质量问题造成的危害，保障消费者的权益。

5、积极落实产品质量安全责任制

为了有效贯彻落实《工业产品生产单位落实质量安全主体责任监督管理规定》（市场监管总局第75号令）的要求，切实承担产品质量安全主体责任，确保产品满足国家和国际的质量安全标准、保护消费者权益促进公司品牌信誉，公司结合实际情况拟定了产品质量安全管理规定，设置了产品质量安全总监和产品质量安全员。

5.4.2 企业销售服务网络建设

公司倡导全员树立“顾客第一”、“第一次就把对的事情做好”的服务理念，全力以赴满足顾客的基本要求，在思想观念、组织机构、管理制度上注重对市场的快速反应，以及时了解、分析、掌握并采取应变的措施尽力为顾客提供方便。

1、充分发挥全国客户服务中心的作用，积极促进公司与客户互动

公司全国客户服务中心全面负责售前、售中及售后服务的培训、管理，组织开展全员质量和服务意识的培训，强化员工服务意识，保障售前、售中、售后服务工作齐头并进，设立多条与顾客的互动沟通渠道（客户服务热线、公司网站客户留言板、对外电子邮件信箱等），快速及时地解决消费者在产品使用中遇到的各种问题，并及时将消费者对产品、服务质量的意见和建议反馈至公司总部改进和完善，客服部对整改进程、结果全程追踪。近几年，为适应市场需求，产品更新换代频繁，产品规格多样化，对施工、加工等环节提出了更高的要求。公司售后服务结合现场施工碰到的问题，与品保、设计、研发团队一起借鉴国际上流行的施工方案，开发了瓷砖修补、空鼓补救、大板铺贴、旧砖翻新等售后服务方案。在应用中得到了广大客户的好评。

2、建立客户服务网络体系，为客户提供全过程优质服务

除客户服务中心外，公司还建立了配合全国销售网络的客户服务网络体系，只要有销售点的地区都会配备服务部门和人员，对客户购买使用产品的全过程提供优质服务，确保顾客满意。同时开辟投诉处理绿色通道，尽量缩短投诉处理流程。让客户的问题能在第一时间得到妥善解决，让客户真实感受到优质的品牌服务。

3、建立三级授权服务机制，保证客户服务的时效性

公司的服务工作采取“销售点服务人员——分公司客服专员——总公司客户服务中心”的三级授权机制，各级工作人员均按不同层次要求进行产品生产工艺、建筑陶瓷相关标准、建筑装饰装修工程施工规范、验收规范、产品质量法和消费者权益保护法、ISO 认证体系等相关知识的系统培训，人员综合素质和工作能力水平较高。每年安排总公司客户服务中心客服专员对口负责各大区的售后服务事宜，并采取轮换制每年更换服务大区。此种灵活有效的服务机制能最大限度地保证了客户服务的时效性，让各服务部门能迅速准确的判断问题的原因并在自身权限内进行快速处理，从而加快了信息的传递和处理速度，提升公司的整体服务工作效率，确保客户要求的及时处理。公司可根据客户的需要提供售前、售中和售后各项服务。如：售前用砖装潢设计、产品推荐，各项产品设计、铺贴、使用的问题解答；售中施工的现场指导；售后用砖的保养、清洁、修复、翻新等各项指导。

5.4.3 对消费者意见处理

公司不断开展全员质量和服务意识的培训，强化员工的“质量第一，客户第一，服务至上”的意识，为搞好诚信服务打好思想基础。客服人员的服务态度、处理时效列入年度个人绩效考评，把优质服务理念灌输到每一个员工的内心深处。

公司把客户意见当成一种良好资源，是产品和服务改进的动力和方向。在处理客户抱怨时积

极主动上门，热情与客户交流，虚心听取意见和建议，不推诿拖延，一般情况下 24 小时内即可初步答复客户。同时开辟投诉处理绿色通道，简化报备审批流程，保证第一时间处理客户需求。公司内部形成了“受理、查证、处理、反馈、跟踪、整改”的闭环系统，建立了高效的客户保障体制。“将顾客抱怨转化为第二次销售”。通过不断完善客户服务内容，提高处理客户投诉的时效性和有效性。对于客户较集中的意见，总部客服部会开具纠正预防措施表，全程监督责任部门分析、整改以及最终验证。

为了更好地了解顾客对公司产品及服务的满意度水平，公司连续多年委托上海市质协用户评价中心作为第三方进行满意度调查，旨在了解顾客对公司产品质量和服务质量的总体满意度，找出现有产品和服务中的短板和优势。随机抽取 1000 份客户样本，以电话回访的方式进行调研，了解直接顾客和间接顾客（经销商、装饰设计单位、家装装潢公司、施工单位和房地产公司）的满意度。研究顾客的潜在需求，不断改善产品品质和产品花色、优化和调整现有服务模式。

六、社区篇

公司积极践行社会主义核心价值观，将回馈社会作为企业经营发展应尽的社会责任，努力经营，以自身发展带动当地经济和社会的发展，为社会的稳定和繁荣发展作出贡献。

（一）诚信经营，依法纳税

自公司成立以来，公司不断建立、健全各项规章制度，支持国家政策，积极履行企业社会责任，坚持做到规范经营、诚信经营，积极承担并履行法定纳税义务。公司连续多年为上海市闵行区的纳税大户之一，有力地支持了国家和地方财政税收，促进和带动了自身及地方经济的发展。公司努力为当地居民创造就业机会，为人民生活改善做出了应有的贡献，使社会能够共享企业的发展成果。

（二）投身公益，回馈社会

作为上市公众企业，公司积极、主动地加强与政府、行业协会、监管机关以及媒体的沟通与联系，建立畅通的沟通渠道，并积极响应政府部门、企事业单位、媒体的参观、考察、采访等要求。

公司认真履行作为一个社会公民应尽的职责和义务，在力所能及的范围内，想社会所想，急社会所急，坚持参与社会公益活动，帮助弱势群体，以公司名义或组织员工举行捐款捐物的慈善行动，努力推动社会和谐发展。爱心基金是公司参与慈善事业的主要载体，用以援助困难员工，同时积极救助社会弱势群体和受灾群众。公司主动履行社会责任，2024 年公司志愿者团队积极参加各类社会活动与团体活动，与合作伙伴一起推动地方经济的发展，把促进社会和谐和经济繁荣

作为企业应尽的社会义务和企业对社会的承诺。

七、未来展望

公司充分意识到企业的成长与积极承担的社会责任相辅相成、密不可分。展望未来，公司将继续坚持绿色环保生产，继续以服务为宗旨，通过守法、诚信、稳健、持续的经营，为股东、员工、客户、社会创造更多价值。我们将不断完善社会责任管理体系，不断夯实业务，在更多的领域更好地承担和履行企业的社会责任，实现企业与社会、环境的和谐发展。

上海悦心健康集团股份有限公司

董 事 会

二〇二五年二月二十六日