



大连华锐重工集团股份有限公司

**2021 年度社会责任报告**

2022 年 4 月

# 目 录

关于本报告 .....	1
前 言 .....	2
综 述 .....	4
一、公司简介 .....	4
二、企业愿景、使命、核心价值观、理念 .....	5
三、质量方针及质量目标 .....	5
第一章 股东和债权人权益保护 .....	6
一、公司法人治理结构及规范建立情况 .....	6
二、股东大会召集、召开情况 .....	6
三、信息披露义务履行及投资者关系管理 .....	7
四、利润分配政策以及利润分配实施情况 .....	8
第二章 供应商、顾客权益保护 .....	9
一、坚持合作共赢理念，打造“亲清”供应商关系 .....	9
（一）供应商关系的建立 .....	9
（二）供应商关系的管理 .....	10
（三）供应商权益保护 .....	11
二、坚持以顾客为中心，维护顾客权益 .....	14
（一）顾客需求和期望的了解 .....	14
（二）顾客需求信息应用 .....	14
（三）适应市场新变化，了解顾客新需求 .....	15
（四）顾客关系与顾客满意 .....	15
第三章 员工权益保护 .....	20
一、健全劳动者权益保障体系 .....	20
二、重视职业培训 .....	20
三、深化厂务公开民主管理工作，构建和谐劳动关系 .....	22

四、进一步完善帮扶服务体系 .....	24
五、重视安全生产 .....	25
第四章 环境保护和可持续发展 .....	27
一、环保制度体系建立及运行情况 .....	27
二、低碳节能的生产方式 .....	29
第五章 疫情防控和生产经营发展 .....	29
一、积极开展疫情教育和舆论正确引导 .....	30
二、注重科学防治，全力保障公司干部员工生命安全和身体健康 .....	30
第六章 公共关系和社会公益事业 .....	32
一、纳税人义务履行 .....	32
二、社会公益事业 .....	32
三、社会公共关系 .....	33
第七章 企业社会责任预期与展望 .....	34

# 关于本报告

## 报告简介

本报告阐述了公司 2021 年在实现自身发展的同时，积极履行社会责任的具体内容，披露了公司履行经济、环保和社会方面责任的理念、践行和成绩。

## 编制依据

本报告编制遵循 GB/T39604-2020《社会责任管理体系 要求及使用指南》及利益相关方的期望，并结合公司对社会责任的独特理解和公司的具体实践编写而成。

## 时间范围

本报告中的 2021 年或报告期从 2021 年 1 月 1 日至 2021 年 12 月 31 日。部分表述及数据适当追溯到以前年份。

## 发布周期

本报告为年度报告，每年随年发布。

## 报告的编写和审定

本报告由公司社会责任报告编制小组编写和制作，由公司董事会审定。

## 组织范围

本报告覆盖公司及其控股子公司。

## 数据来源

本报告中的经营数据源于经过审计的公司年报，其他数据来源于公司内部文件和信息统计系统数据。

## 指代说明

为便于表述，在本报告中“大连华锐重工集团股份有限公司”简称为“公司”“本公司”“企业”“我们”。

# 前 言

《大连华锐重工集团股份有限公司 2021 年度社会责任报告》是公司根据《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》等规定，以公司 2021 年度工作为重点，真实、客观反映了公司在从事生产经营活动过程中履行社会责任方面的重要信息，是公司落实习近平新时代中国特色社会主义思想，把社会责任融入企业的发展战略和经营管理、参与构建社会主义和谐社会的自觉行动，将有利于推动与社会各界的广泛沟通和交流，促进公司高质量发展。

社会责任是指企业在创造利润、对股东利益负责的同时，还要承担对员工、社会和环境的社会责任，包括遵守商业道德、生产安全、职业健康、保护劳动者的合法权益、节约资源等。《大连华锐重工集团股份有限公司 2021 年度社会责任报告》（以下简称“本报告”）将从股东和债权人的权益保护、供应商和客户的权益保护，员工的权益保护、环境保护和可持续发展、公共关系和公益事业等方面系统阐述公司作为一家上市公司在 2021 年度所履行的社会责任。

本报告是公司在报告期内认真贯彻落实《公司法》以及《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》等规范性文件的重要反映，是公司在从事生产经营活动中，遵守法律法规、社会公德、商业道德，诚实守信，接受政府和社会公众的监督，承担社会责任的初步总结；也是公司落实习近平新时代中国特色社会主义思想，推动经济社会可持续发展，参与构建社会主义和谐社会的重要体现。

希望本报告能成为公司与社会各界交流、沟通的桥梁，成为投资者、员工、供应商和顾客、债权人等多方对公司了解、认知的窗口，并对公司起到社会监督作用，使公司在社会责任方面做得更好，欢迎社会各界人士发表意见和提出宝贵建议。

# 综 述

## 一、公司简介

大连华锐重工集团股份有限公司的前身系成立于 1993 年 2 月 18 日的公司集团重型铸钢厂。经大连市人民政府国有资产监督管理委员会批准，2007 年 3 月整体变更为股份有限公司，更名为大连华锐重工铸钢股份有限公司。经中国证券监督管理委员会批准，2008 年 1 月本公司公开发行人民币普通股 A 股于深圳证券交易所上市。2011 年 11 月 23 日，本公司获得中国证券监督管理委员会《关于核准大连华锐重工铸钢股份有限公司向公司•起重集团有限公司发行股份购买资产的批复》（证监许可【2011】1884 号）文件，核准本公司向公司•起重集团有限公司发行 215,193,341 股股份购买相关资产。本公司发行股份购买资产新增股份 215,193,341 股于 2011 年 12 月 19 日在中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司登记确认，并于 2011 年 12 月 27 日在深圳证券交易所上市。

公司拥有“一个总部、六大基地”、就业人员 6,498 人、总资产 197.44 亿元、占地面积 203 万平方米，主要为冶金、港口、能源、化工等国民经济领域提供大型高端装备和全生命周期智能服务解决方案，散料装卸机械、冶金机械、起重机械、港口机械、传动与控制系统等传统优势产品整体水平国内领先、世界一流，构建了国内规模最大、最具市场竞争能力的风电核心零部件、核电起重设备和大型船用曲轴专业化研制基地。

建有国家认定企业技术中心、行业唯一国家风电传动及控制工程技术研究中心等高端研发平台，拥有有效专利 608 项，创造 252 项“中国第一”，产品远销世界 93 个国家和地区；破解了世界首支最大船用曲轴、世界最大 500 米口径射电望远镜核心索驱动系

统、“华龙一号”核环吊、多功能火箭发射脐带塔等一批大国重器，为提升综合国力、保障国家经济安全做出了重要贡献。

“十三五”以来，企业始终坚持以市场需求变化为导向，持续推动“智能化、绿色化、国际化、服务化”战略转型，总体经营呈现出“稳中有进”“持续向好”的良性发展态势，主要经营指标保持连续增长，社会形象和市场影响力得到了全面提升，实现了高质量发展的新突破，获评2019年辽宁省省长质量奖金奖、2020年工业领域最高荣誉第六届中国工业大奖。

## 二、企业愿景、使命、核心价值观、理念

1. **愿景：**创建国际一流重工企业集团

2. **使命：**破解重大装备国产化课题 振兴民族装备制造业 实现由中国制造到中国创造

3. **核心价值观：**务实创新 世界一流

### 4. 理念

●经营理念：满足顾客期待 携手共赢未来

●人才理念：为敬业者搭建平台 为成才者培植沃土

●管理理念：以人为本 简捷务实

●创新理念：勇于创想 敢于创造

●工作理念：精益求精 追求卓越

●廉洁理念：廉洁奉公 诚信守纪

●质量理念：一次做对 一次做好 追求极致

## 三、质量方针及质量目标

●**质量方针：**顾客满意是我们永远的追求，诚信经营是我们坚守的准则。

●**质量目标：**1. 合格产品准时交付率 $\geq 95\%$ ；2. 顾客反馈问题的及时有效解决率 $\geq 95\%$ 。

# 第一章 股东和债权人权益保护

公司根据《公司法》《证券法》《上市公司治理准则》《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1号——主板上市公司规范运作》及其他相关法律法规，不断完善公司法人治理结构，不断健全内部管理和控制制度，不断加强信息披露工作，积极开展投资者关系管理工作，进一步规范公司运作，提高公司治理水平，公平对待所有股东及债权人的权益，具体包括知情权保障、受益权保障、股东表决权保障、公平披露信息、投资者关系管理等方面。

## 一、公司法人治理结构及规范建立情况

公司一直严格按照《公司法》、《证券法》等法律法规以及证券监管机构各项规章要求，不断完善公司治理，形成了以股东大会、董事会、监事会及管理层为主体结构的决策与经营体系。公司董事会下设战略委员会、审计委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会等4个专门委员会，各专门委员会严格按照《公司章程》及各自议事规则的规定开展工作，在公司发展战略、提名、审计、薪酬与考核等方面发挥着积极的作用，为公司发展提供专业建议，保障了董事会的有效运作；公司设立了公司办公室、董事会办公室、计划财务部、战略投资部、风险管控部、科技发展部、运行保证部、营销管理部、战略采购部、审计管理部、企业管理部、人力资源部等职能部门，建立了完善的管理体系，拥有健全的内部管理和控制制度。截至本报告出具日，公司治理的实际状况符合法律法规及中国证监会、深圳证券交易所发布的有关上市公司治理的规范性文件要求。

## 二、股东大会召集、召开情况

公司认真贯彻落实《上市公司股东大会规则》《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》《公



司章程》以及《股东大会议事规则》等规章制度的要求，依法规范股东大会召集、召开程序，平等对待全体股东，切实保护公司股东的合法权益。

2021 年度，公司共召开了 2 次股东大会，包括 1 次年度股东大会和 1 次临时股东大会，各次会议均通过现场和网络投票相结合的投票表决方式进行，平等对待所有股东，保障了未能到现场参加股东大会的股东的合法权益。

股东大会召开的时间及主要内容如下：

序号	会议日期	会议届次	审议议案
1	2021 年 2 月 9 日	2021 年第一次临时股东大会	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 《关于申请综合授信额度及为下属公司提供担保的议案》</li> <li>2. 《关于 2021 年度日常关联交易的议案》</li> <li>3. 《关于独立董事任期届满离任及补选独立董事的议案》</li> </ol>
2	2021 年 5 月 20 日	2020 年度股东大会	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 《2020 年度董事会工作报告》</li> <li>2. 《2020 年度监事会工作报告》</li> <li>3. 《2020 年年度报告及其摘要》</li> <li>4. 《2020 年度财务决算报告》</li> <li>5. 《2020 年度利润分配方案》</li> <li>6. 《关于续聘会计师事务所的议案》</li> </ol>

### 三、信息披露义务履行及投资者关系管理

公司高度重视信息披露工作，根据证监会及深交所的相关法律法规要求，认真履行信息披露义务。公司指定《中国证券报》、《证券时报》和巨潮资讯网为公司法定信息披露的报纸和网站，真实、准确、完整的披露公司经营活动信息以及重大进展情况，确保公司所有股东及时、公平的获得公司相关信息。

2021 年度，公司组织对外信息披露 41 次，发布公告 133 个，及时、准确、规范地将公司的生产经营情况、投资设立子公司、收购控股股东资产等事项进行充分的披露，以利于公司股东和债权人及时了解、掌握公司经营运营状态、财务状况及所有重大事项的进

展情况，为投资者提供了充分的投资依据。

公司通过上市公司年度业绩说明会、接听电话咨询、网上答疑等多种方式积极与投资者互动，关注社会公众和新闻媒体对公司的评论，提高了公司的透明度和诚信度，较好的保障了全体股东特别是中小股东的利益。

#### 四、利润分配政策以及利润分配实施情况

公司自上市以来，借助资本平台，坚持诚实守信、规范经营，与投资者分享公司经营成果。自 2008 年上市以来，公司坚持每年现金分红，积极回报广大投资者。截至 2021 年末，公司已累计现金分红 5.34 亿元，其中公司于 2021 年 6 月 11 日实施完毕 2020 年度利润分配方案，共计派发现金红利 6,759.80 万元，占 2020 年度归属于上市公司股东净利润 5,934.96 万元的 113.90%。

公司在《公司章程》已明确制定了利润分配政策，公司在兼顾长远及可持续发展的同时，非常重视对投资者的合理投资回报。自上市以来，公司始终坚持积极地分红政策，保持了利润分配的连续性和稳定性。2021 年，公司严格按照中国证监会《关于修改上市公司现金分红若干规定的决定》及《关于进一步落实上市公司现金分红有关事项的通知》，以及《公司章程》等有关制度的规定和要求，将公司 2020 年度利润分配方案分别提请第五届董事会第十二次会议、第五届监事会第九次会议和 2020 年度股东大会审议，董事会上独立董事基于独立判断的立场充分发表了独立意见，公司也对中小股东在股东大会上的投票进行了单独的计票，并于 2021 年 6 月按照股东大会决议组织实施分红，积极维护全体股东的利益。

2021 年度，公司实现营业收入 910,878.92 万元，利润总额 16,339.68 万元，归属于上市公司股东的净利润 11,538.89 万元。公司在创造经济效益的同时，重视对投资者合理并积极的回报，积极构建与股东的和谐关系。为此，结合公司经营的实际情况，制定稳

健的利润分配政策和分红方案，积极回报股东。

公司最近三年现金分红情况如下（单位：元）：

分红年度	现金分红金额 (含税)	分红年度合并报表中归属于上 市公司普通股股东的净利润	现金分红总额占归属于上市 公司股东的净利润的比率	年度可分配利润
2021年	57,941,100.96	115,388,873.10	50.21%	1,664,199,382.79
2020年	67,597,951.12	59,349,619.87	113.90%	1,516,034,711.07
2019年	57,941,100.96	49,627,317.29	116.75%	1,089,520,076.21

公司 2021 年度利润分配方案为：经中审众环会计师事务所（特殊普通合伙）审计，2021 年度公司实际可供股东分配利润为 166,419.94 万元，以公司 2021 年 12 月 31 日总股本 193,137.0032 万股为基数，向全体股东每 10 股派发现金股利 0.30 元（含税），共计派发现金股利 5,794.11 万元（含税）。上述现金红利派发后，剩余未分配利润 160,625.83 万元，继续留存公司用于支持经营发展。

## 第二章 供应商、顾客权益保护

本着“互利共赢”的原则，公司十分重视与供应商、顾客的关系，在生产经营过程中不断加强与各方的沟通和合作，切实维护供应商、顾客的利益。

### 一、坚持合作共赢理念，打造“亲清”供应商关系

#### （一）供应商关系的建立

##### 1. 供应需求建立

公司长期以来以客户需求为导向，以单件小批量定制化采购需求为主。根据采购需求按单设计制造，并根据设计需求对物资和服务进行采购，从而与供应商建立合作关系。

##### 2. 供应商开发、认证过程

供应商开发以生厂商为主，通过采购寻源与供应商建立关系，遵循采购总成本最低，性能价格比最优和竞争择优原则。供应商开发认证执行“4-1-1”规定动作。即4个认证程序文件审核（供应商基础情况调查表、预备供应商考察评价表、货品评价报告、现场考察报告）、1个评审小组（供应商评审小组）、1个审批流程（供应商评定审批流程）。并根据“物资-职能”供应商分级分类管理矩阵，成立供应商评审小组，采取资质文件审核、货品评价、现场考察相结合的认证方式完成供应商认证工作，认证通过的供应商纳入公司供应商管理体系。

供应商认证方式

分类	分级			认证单位
	A	B	C	
外采	资质审核 货评 现场考察	资质审核 货评	资质审核 货评	战略采购部 质量监管部 经营单位

外协	资质审核 货评 现场考察	资质审核 货评	资质审核 货评	运行保证部 质量监管部 经营单位
运输	资质审核 现场考察	资质审核 现场考察	资质审核	物流中心 经营单位

## (二) 供应商关系的管理

### 1. 供应商分级分类管理

公司采用“物资-职能”矩阵式的供应商分级分类管理模式。战略采购部、运行保证部和物流中心根据各自职能对供应商实施管控。主要是根据物料作用、功能、质量管控难度等关键因素，将采购物料依重要度从高到低划分为 ABC 三个等级，并根据物料等级将供应商划分为关键供应商、重要供应商、普通供应商。

#### 供应商分类分级管理

分管部门		战略采购部						运行保证部		物流中心
分级/分类		外采						外协		运输
供应商	A	机械	电气	液压	通用	进口品牌		毛坯	外包	运输
	B	机械	电气	液压	通用	进口品牌	代理	毛坯	外包	运输
	C	机械	电气	液压	通用		代理			

#### 供应商分级依据

类别		分级依据/标准	建立关系方法及成果
A	关键供应商	对产品功能具有关键影响，供应商有很强的研发和配套服务能力，设计工艺复杂程度高，顾客对该类物资或服务的质量较为敏感。	质量导向 长期协作
B	重要供应商	对产品功能影响程度较低，设计工艺标准化程度高，市场选择余地大的生产物资或工序服务，以及非直接用于产品的重要生产辅助性物资。	成本导向 绩效提升
C	普通供应商	物资价值低、品类杂，市场资源充沛，在产品上不发挥功能性作用，质量管控相对容易的生产物资或工序服务，以及非直接用于产品的一般生产辅助性物资。	工期导向 兼顾服务

## 2. 供应商评价和绩效管理

公司从质量、交期、价格、服务四个维度对供应商的供货业绩进行评价，绩效评价的权重系数如下：

供应商绩效评价权重

供应商分类		评价内容及权重			
		质量	交期	价格	服务
外采类	机电液通（生产商）	40%	30%	20%	10%
	进口品牌（生产商）	20%	40%	30%	10%
	代理商（进口品牌、国产品牌）	20%	20%	30%	30%
外协类	毛坯件、成品件	35%	35%	20%	10%
	外包、部件、表面处理	35%	35%	20%	10%
	土建安装	35%	35%	10%	20%
修理类	修理	20%	30%	20%	30%
运输类	产品运输（陆运）	30%	30%	20%	20%
	产品运输（海运）	30%	20%	30%	20%
	厂内倒运	30%	20%	20%	30%
	吊车租赁	30%	20%	20%	30%

### （三）供应商权益保护

#### 1. 为供应商提供发展壮大的机遇

公司严格落实大连市第十三次党代会提出的“三年挺进万亿GDP城市”的目标，积极促进产业链集群发展，遵循“互利共赢、共同发展”的经营理念，以提升公司整体供应链竞争力为目标，从增加长期合作供应商采购集中度、给予优质供应商出口项目配套资格和扶持本地配套企业做大做强三个方面为长期合作供应商提供共同发展的机会。一是与长期合作供应商建立长期稳定合作关系，推动采购率向长期合作供应商集中，不断壮大长期合作供应商队伍，截至2021年末，有1069家供应商与公司建立了长期稳定合作

关系，长期合作供应商采购率达到 76.1%；二是将 100 家综合服务能力较强的长期合作供应商纳入公司出口项目配套供应商名录，给予其在电机、减速机、轴承等 16 类关键配套件的优先出口配套资格；三是作为辽宁省大型国有企业，公司始终以带动和振兴区域经济发展为己任，不断挖掘省内优势配套资源，持续扶持省内机械制造、铆焊加工等配套企业做大做强。截至 2021 年末，公司省内配套供应商 735 家，省内配套供应商占长期合作供应商的 69%。

## **2. 与供应商构建巩固的合作伙伴关系**

公司高度重视与长期合作供应商建立伙伴关系，2021 年组织长期合作供应商，通过推广采购框架协议的方式打破以往“一单一招”的习惯做法，帮助供应商有效降低“一单一招”定价环节的管理成本，巩固了双方的长期供应关系，有效提升了长期合作供应商的质量稳定性、服务快捷性和研发协同性。公司 2021 年累计组织长期合作供应商签订采购框架协议 714 项，当年协议采购率达到 25.8%。

## **3. 为供应商制定针对性的培育措施**

公司本着相互提携、共同发展的原则，以帮助供应商提升技术质量能力为出发点和落脚点，针对性定制长期合作供应商培育措施。一是针对顾客回访反馈问题制定培育措施，公司根据重点顾客走访中收集到的设备升级诉求、配套件设计工艺痛点和质量频繁波动环节，组织相应供应商深入剖析根本原因，并帮助供应商制定精益管理提升措施。二是形成常态化培育提升机制。公司以配套件质量不合格信息为抓手，通过供应商现场约谈方式，组织技术、生产、质量、采购系统专家共同为其把脉会诊，形成快速改进措施，不断提升供应商综合管理水平和专业化配套服务能力。

## **4. 为供应商搭建便利的电子采购平台**

公司电子采购管理平台自 2018 年创建以来，通过线上接收需

求信息、投标报价、签订合同，为供应商带来了安全简捷高效的合作体验。2021年，公司通过电子采购平台大力推行综合评估评标法评标，充分考量技术、质量维度的评标权重，转变以往采购定价环节“最低价中标”思维，切实保障了供应商的合法权益，有效提高了供应商的良性竞争力。同时，借鉴京东自营平台营销模式，通过电子采购平台开发物资商城功能，待测试通过、实现线上直采，将进一步提高供应商供货的响应能力，使得采购更加方便快捷。

## **5. 进一步规范中小型企业款项支付**

2021年，公司深入贯彻落实国务院国资委发布的《关于认真贯彻落实〈保障中小企业款项支付条例〉进一步做深做实清理拖欠中小企业账款工作的通知》，制定下发《关于规范中小企业款项支付的通知》，提出进一步加强应付账款和应付票据管控的要求。明确“不得要求中小企业接受不合理的付款期限、方式、条件和违约责任等交易条件，不得违约拖欠中小企业的货物、工程、服务款项。”“支付方式需按合同约定执行，合同未约定的不得强制中小企业接受等非现金支付方式，不得利用商业汇票等非现金支付方式变相延长付款期限。”等要求，全面保障中小型企业权益。

## **二、坚持以顾客为中心，维护顾客权益**

### **（一）顾客需求和期望的了解**

公司产品以直销为主，因此顾客需求与公司供应端的链条较短，获取途经主要是主动方式，被动获取相对较少。另外，顾客需求与国家政策、产业趋势联系紧密，公司每季度进行市场形势分析，从宏观、中观、微观角度，分析行业走势，分析潜在需求。公司对产品需求信息，以信息化手段进行统一管理，信息库是制定当年营销指标的重要依据，需求信息总量的控制在300亿左右，是公司开展营销工作的重要保障。



## **(二) 顾客需求信息应用**

公司产品需求信息已实现 ERP 信息化统一管控，上下两级营销人员收集、修改信息必须即时录入 ERP 系统，公司统一进行信息分级、发布、使用，定期分析、实时跟进。产品需求信息是营销活动的基础，公司设计、工艺、生产、质量等部门，按照顾客需求信息制定技术方案，强化产品优势描述和推介，提前与顾客充分交流沟通，引导顾客事先接受和选择公司产品特点。

## **(三) 适应市场新变化，了解顾客新需求**

公司每季度进行经济活动分析，上下两级营销每季度进行市场形势分析，感知市场和顾客的新变化和新需求，以年度报告、营销专项计划、季度报告等文件为指导纲领，相继制定了“增量市场和存量市场并重”、“打造第二成长曲线”、“加快一带一路发展”、“向服务型制造调整”“发展智能化、环保化”等作为市场开发工作的指导性纲领，公司各层级采取以下多种方式贯彻落实。

----拜访各行业“领头羊”顾客，了解需求侧真实需要。

----通过营销技术对接会研讨，营销系统和技术系统共同挖掘、分析存量顾客新需求并加以实现和推广。

----践行“一带一路”“借船出海”，公司+华锐国际公司+内贸系统三个层面专项走访央企、行业知名设计院，了解出口需求。

----成立智能化公司，整合优势技术资源，为企业新一轮绿色“智”造发展提供动能。

----发启专项营销活动，了解顾客年度投资规划以及技改的存量需求。

----召开推广会、研讨会，参加展会、协会，推介新技术、新产品，把握新的需求信息。

## **(四) 顾客关系与顾客满意**

公司以“满足顾客差异化需求”为导向，以为顾客创造价值为

目标，坚持由经营产品向经营顾客转变，重视分析行业和顾客变化，不断提升产品技术、服务、质量，满足顾客需求，强化履约能力和服务能力，发展与顾客建立更高层次的合作关系。

### **1. 顾客关系的建立**

**(1) 注重行业预判，先人一步满足顾客预期。**公司长期以来强调政策研究和行业分析，定期研究国家、行业和顾客预期，储备技术、产品资源配置、调整营销策略侧重点，引导和推广顾客期盼。随着环保大势所趋，公司通过引进、消化、自主创新，在无烟、无尘技术上仍然走在前列，解决顾客多年困扰的“痛点”。目前国内无论是大型钢铁顾客还是独立焦化顾客，都与公司建立了深厚的合作关系。

**(2) 注重长期经营培育关键和重要顾客，建立更高层次更深领域的战略性合作。**公司与关键和重要顾客建立战略合作关系，重点考虑产业链、行业发展前景、产品质量、技术关联性、成本、企业信誉、资金情况、地理位置等因素以及双方实施战略合作的相互支持作用，在共同目标、合作方式、供货资源、交货期等方面与关键和重要顾客建立战略合作联盟，形成“互惠互利”的长期战略合作伙伴关系，公司目前已与 74 家企业签订战略协议。

**(3) 搭乘“一带一路”，大力实施国际化经营战略，健全国外顾客网络。**公司一直以来注重国际化经营长远战略、近期战略及关键项目有效结合。组织机构上的华锐国际公司总牵头，设立四个专业化自主出口经营单位，成立大重国际布局长远发展，顾客关系建立上，分级分层分区域定期“走出去”维系大顾客，一级走访注重长远发展和合作，二级走访注重近期项目推动，三级走访注重团队性具体交流和服务，四级走访常态化关系维护。

**(4) 注重存量顾客升级改造需求，提供整体解决方案，巩固顾客关系。**公司建立了完善的营销员例行走访、高管定期走访、专

项回访机制，深入顾客设备使用现场。高层交流，收集顾客升级改造需求，反馈技术部门专项研发，调整经营模式，满足顾客存量需求。近年来，公司在运维服务市场、环保除尘市场、翻车机改造市场、备件零库存市场、风电核心部件升级改造市场、起重机智能化、数字化料场等存量市场，不断取得进展和突破。

**(5) 注重业界影响力推广，推动潜在顾客的潜在需求变为现实购买。**公司一直以来重视新产品开发，构建“需求挖掘→研发→推广→经营顾客→需求挖掘”闭环体系，利用协会、展会、推广会平台，不断开拓了石油化工、水处理、光伏发电、天文台等行业，拓展了烟气处理、SmartTPC、两用翻车机、连续卸船机、UHV、污泥压缩泵、海上风电齿轮箱、大兆瓦陆上风电齿轮箱、大型注塑机模板、400吨以上大型铸造吊等新产品，并且在BOO（投资—建设—运营一体化）的经营模式上取得突破。

**(6) “急顾客所急、想顾客所想”，赢取顾客信任。**公司秉承“诚信”经营理念，“保履约、重服务”贯穿整个公司执行过程。敢于承接顾客“急、难”需求，锻炼自己同时赢得顾客信任。

## 2. 搭建“顾客服务一体化”平台，建立与顾客沟通渠道

公司实施服务流程再造，整合售后服务机构，搭建起售前、售中、售后的“顾客服务一体化”平台，建立了公司顾客服务中心，将服务职能延伸至售中、售前服务，从而形成与顾客保持便捷、畅通的沟通接触方式。

表 4.3.3-1 顾客对接触方式的要求

类别	主要接触方式	顾客对接触方式的要求	顾客要求的传递
交易方式	订货渠道：采取招、议标的方式	通过签订供货合同和技术协议的方式确定	形成相关文件，传达到相关单位和员工
	交货方式：直接交付		
	付款方式：按合同节点执行		

类别	主要接触方式		顾客对接触方式的要求	顾客要求的传递
查询 接触 方式	战略合作协议顾客		定期走访双向交流；深入沟通业务需求	以公司管理规定下发
	主动走 访机制	高管走访	高管分工分别专人负责，协调推进工作难点	
		质量回访	系统领导牵头到顾客现场走访，了解顾客对公司提供产品和服务的运行状态	
		营销随访	营销业务人员随时在顾客现场搜集顾客反馈的各类反馈和信息	
	公司网站		登录查询方便，公示所有营销人员联系方式（手机、固话、邮箱）	
	销售业务电话		打入方便，全天候有人接听	
	服务专线		打入方便，固话呼叫转移	
	展销会		参加专业展会，拓展与顾客的接触平台	
	传真		打入方便，24小时均能接收	
	营销综合信息		按期快捷传递	
诉求 方式	服务专线		固话呼叫转移，24小时接听	以公司管理规定下发
	信函		安全、及时传递	
	传真		打入方便，24小时均能接收传真	
	顾客来访		做好接待安排	

### 3. 建立顾客诉求管理过程

顾客服务中心负责对顾客诉求实行统一受理，通过 OA 系统传递顾客反馈信息和处理结果，对涉及跨部门的问题进行协调，对改进结果进行追踪落实，促进顾客满意程度持续达到较好水平。同时，负责顾客诉求（咨询、查询、抱怨等）信息的日常管理和顾客满意度的统计分析。顾客服务中心接受顾客查询信息或诉求后——呈送主管领导审批——转交相关部门处理——处理过程跟踪协调——处理结果反馈顾客。

公司接到服务信息后，组织相关人员立即研究，力争 2 小时内给予初步答复，并落实选派专业人员。省内派员于 24 小时内到达现场，省外派员于 48 小时内到达现场。特殊情况，应及时与顾客沟通，并组织技术人员做好现场整改方案，待顾客确认后具体实施。

#### 4. 建立顾客关系的方法评价

公司以顾客为关注焦点，通过顾客满意度、顾客忠诚度测量，定期评价所建立顾客关系方法的实用性、有效性，并进行分析和改进，使之适合公司的战略规划与发展方向。

根据顾客的意见随时改进建立顾客关系的方法，如通过电话、市场走访等方式，了解顾客对公司战略定位、市场定位、产品质量、售后服务等方面的意见和建议，不断完善建立顾客关系的方法。

营销管理部定期分析主要顾客流失信息，对建立顾客关系的方法进行评价和改进。

#### 5. 顾客满意及忠诚度

##### (1) 顾客忠诚度

由于公司市场和顾客的独特特点，长期顾客是按年度甚至更长时间采购同一产品，有的顾客只是一次性采购，因此，公司对顾客忠诚度只作为评价长期顾客级别的参考依据，每三年测评一次，顾客忠诚度评为优秀的纳入关键顾客，良好的纳入重要顾客，一般的纳入一般顾客。

表 4.3.3-2 公司顾客忠诚度评定方法

评定等级	评定方法
优秀	重复购买率:每三年平均订货额在5000万元以上或者每三年平均中标率在70%以上。
良好	重复购买率:每三年平均订货额在3000万元以上或者每三年平均中标率在30%-70%。
一般	重复购买率:每三年平均订货额在1000万元以上或者每三年平均中标率在30%以下。

##### (2) 顾客满意度

公司对顾客满意度调查的方式主要采用现场调查、网上调查问卷等方式，在产品交付后和使用过程中进行。公司每半年进行一次“问卷星”网上顾客满意度调查，调查对象主要包括主要顾客的设备使用者、设备维护者、设备采购者及公司管理者等相关人员，问卷从公司形象、价格、质量、工期、服务等8个大方面进行了调查。

公司以服务例会为抓手，对每次顾客满意度调查的结果进行分

析和研究，顾客服务中心及相关职能部门提出相关整改要求。针对满意度相对较低的顾客和存在“不满意”项的顾客，要求相关经营单位通过顾客回访进一步了解顾客需求和不满意内容，进行原因分析并纳入改进计划，制定改进措施并组织有效实施。需要时，提交高层领导下达整改指令，主管职能部门进行有针对性的改进。

通过对顾客满意度调查信息的收集、分析和整改，一方面促进了公司设计、制造、销售等各方面工作的改进；一方面了解了顾客的痛点和难点，收集顾客对新产品及设备国产化的需求，作为公司下一步工作的重点方向。通过不断提升顾客的满足感和体验感，提高顾客整体满意度，防止顾客流失，确保顾客反复购买，提升顾客忠诚度。

## 第三章 员工权益保护

### 一、健全劳动者权益保障体系

公司严格按照《劳动法》、《劳动合同法》等相关法律法规的规定，制定了涉及员工休息、工资、福利、奖惩、培训等 30 多个规章制度，每年结合企业经营变化和上级政策逐渐完善相关内容，保障员工的合法权益。

2021 年新招应届学生 114 人，均依法签订劳动合同，履行缴纳社会保险、公积金等法定福利。2021 年公司调整新入职大学生待遇，提高企业吸引力，打造吸引人才良好环境。公司继续执行调整后的大连市新员工（1999 年 1 月 1 日参加工作）住房货币补贴政策，将拟向公积金管理中心缴交的企业住房货币补贴 4000 余万元以“专项工资”形式直接发放给占比达到 67%的新员工，保证了年轻员工队伍稳定。

公司建立了工资总额与效益联动机制，按照“效益增、工资增，效益降、工资降”的基本原则，公司与主要 20 个经营单位签订承包经营责任制，负责人年薪和员工收入与经营成果挂钩，各单位内部建立二级分配制度，依法、依规落实。公司对不同岗位人员建立对应薪酬分配办法，重点倾斜技术人员和生产一线人员。2021 年公司设立 5000 万元创新创优奖励基金，让员工感受到了公司“创造利润价值，分享利润价值”的理念，形成广大员工努力创新创优，积极向上的氛围，促进企业不断提高市场竞争力和经济发展质量。公司对劳动派遣人员实行同工同酬，与在册人员享受同等工资福利待遇。

### 二、重视职业培训

公司按照“聚焦重点、补齐短板、线上线下结合”的原则，开展以“研修班”和“轮训班”为主要形式的针对性培训，着力推进

员工培训管理的向向体系化、常态化、案例研讨式转变，助推各类员工的知识更新和综合能力提升。营销系统开办“营销系统领导干部业务能力提升研修班”，从实战应用出发，通过“理论+研讨”培训形式对主营领域行业形势分析，并结合案例系统分析和把握公司未来市场发展方向；质量系统与东北财经大学合作开办“首席质量官研修班”，对国家有关质量法律、法规、政策等基本情况进行系统解读，并围绕质量管理理论知识与企业质量管理实践结合应用、质量管理人员战略能力与团队领导艺术的提升展开培训；公司办牵头开展综合管理系统业务素质能力提升培训，采取内外结合模式，聘请外部资深讲师授课管理思维与能力提升等内容，并由公司相关业务骨干讲授重要核心业务知识，切实提升综合管理人员业务能力，更好发挥好参谋助手作用。

充分发挥劳模结对子、“师带徒”等人才培养平台优势，2021年促成劳模结对子67对，“师带徒”82对，30个劳模（职工）工作室立项课题35项，深化员工群众性技术创新活动，评选出“三绝”、先进操作法、公司级和经营单位级优秀经验共54项，征集创新成果实物和设计制作展板参与市总集中展示，线上宣传群众性创新成果8例，推广典型，传承技艺。其中，港机事业部以重点项目沙钢3000t连续卸船机为依托，开展了“大车运行机构标准化操作法”推广及技能比武活动。获得大连市“技术创新优秀成果”三等奖1项，“三绝”6项，“优秀成果”5项，合理化建议一、二、三等奖及优秀奖54项，国家发明专利奖励3项，曲轴公司车工孙培桢被评为“大连市技术创新能手”，公司被评为2020年度“大连市技术创新工作先进单位”。修订《职工技能登高成才和群众性创新成果奖励实施办法》，新增设“高级工”“金点子”“国家专利”等奖励项目，技能登高成才奖励标准在原先的基础上提高300%，劳模“结对子”、师带徒奖励标准在原先的基础上提高100%，群



众性创新成果奖励标准在原先的基础上提高 50%。

以构建完善职工“技能登高体系”项目为特点，入选辽宁省第二批产业工人队伍建设改革项目试点单位，《辽宁职工报》先后 2 次对优秀工作经验进行了专门报道，公司获批建立“辽宁省职工技能提升平台”。举办了“劳模凝聚力量·创新引领发展”讲座 1 场，邀请市总工会智库讲师团开展了电工、钳工知识培训 2 场次，组织职工参加大连市知识产权、技术创新、劳动保护、围棋等相关培训，500 余人次参与。联合人力部、安环部开展了起重设备兼职操作人员技能大赛和技能培训工作，27 人获奖。积极参加大连市第三届“工匠杯”职工技能大赛，选派了 45 名职工参加数控加工、铸造工、维修电工、CAD 机械设计等在内的 10 个赛项，赛前设立集训班，聘请教练专业指导，最终 26 人入围决赛，其中 5 人获得大赛前五名并进入省级技能大赛决赛圈。

### **三、深化厂务公开民主管理工作，构建和谐劳动关系**

规范开展厂务公开、职代会工作。共召开职代会两次、职工代表组长联席会议六次，审议《职业健康安全和环境奖惩管理办法》等 4 项制度、5 个报告，推荐省工人先锋号、市五一劳动奖章等先进集体及个人奖项 5 个；对 2020 年度招待费、福利费及五险一金缴纳情况进行了公开。

职工食堂巡视检查工作卓有成效。组建职工代表巡视食堂工作群随时反馈职工对食堂的日常建议，每季度对公司各职工食堂进行巡视检查，共征集意见建议 219 条，为提升食堂品质提供依据；防疫期间，组织职工代表对办公区域的消杀情况进行巡视检查。

完善夏季防暑降温、安全和劳动保护工作专项监督检查，落实职工报告安全生产事故隐患和职业危害奖励制度。与劳模、职工代表座谈调研，针对职业病防治、劳动防护用品、高温高空作业征集了 13 项问题和需求，监督相应行政部门全部完成整改落实。深化

劳动保护监督检查工作机制，3人获得大连市“百佳劳动保护监督检查员”称号，27人获得大连市职工群众安全生产事故隐患和职业危害整改报告奖励。

#### 四、进一步开展职工帮扶服务工作

开展困难救济走访慰问工作。全年累计慰问救济困难职工、工伤、病休职工4800余人次，慰问金额184.66万元；为12名困难档案职工发放2.22万元助学金；为15名困难职工建立市总困难档案，完成公司内部困难档案的动态审核工作；应急救援全年补助477人次，发放补助金额107.31万元（市总互助医疗补助57.11万元）；

积极为职工兴办实事。在继续发放端午节慰问品的基础上，新增了劳动节、中秋节的传统节日慰问，投入资金169.41万元；为全体职工发放燃气报警器5641台，投入65.85万元；发放职工生日慰问品6014人，68.55万元，结婚、退休纪念品145人，5.65万元。组织单身职工参加2场联谊交友活动。开展厂内一线职工及用户现场“夏送清凉、冬送温暖”活动，按照职工需求更新了慰问品类，慰问近4000人，投入资金30余万元。

职工文体活动“双开花”。围绕建党100周年，征集并展出了百余件职工“建党百年”主题书画摄影及“红色文化月”文艺作品，开展妇女节、儿童节建党主题活动，热烈为党庆生。职工“以爱为家，留连过年”才艺展示视频和劳模工匠精神风采摄影作品在大连市展播；4名职工以主持人、歌手身份参演市总工会“永远跟党走，奋进新时代——劳动者之歌”文艺演出。“健身造就强壮体魄，奋斗助力高质量发展”全员健身季系列活动群情激昂，个人赛、团体赛、基地赛喝彩连连；拔河比赛、篮球赛、羽毛球赛、象棋赛等活动职工尽显身手，全年6000余人次参与。

创办“智慧女性课堂”。从女职工身心健康、艺术修养、厨艺、亲子教育等多方面开展9次“智慧女性课堂”活动，参与人次360

人次。举办女工委委员经验交流沙龙 2 次。开展女职工劳动保护政策培训工作。为提高女职工劳动保护意识，积极组织女工委委员参加女职工劳动保护政策培训，并向全体女职工宣贯女职工劳动保护政策。开展三八妇女节系列活动。投入 9.11 万元为全体女职工发放了节日礼物，并评选表彰 2019-2020 年度公司“贤内助”73 名，发放了董事长亲笔签名的慰问信，组织开展两级女职工活动，从女职工思想引领、建功立业、才艺展示、特色培训等多角度丰富女职工活动内涵。

## 五、重视安全生产

公司坚持“安全第一、预防为主、综合治理”的方针，以保障员工生命健康安全为基本出发点，以杜绝重特大事故为目标，倡导安全文化，落实安全生产主体责任，全力保障安全投入。

公司成立安全生产管理委员会，组建专职管理机构，配备了强有力的人才队伍（拥有国家注册安全工程师 15 人）；制定了 30 项安全生产管理制度、129 项安全操作规程及作业指导书，形成程序规范、运行高效的安全生产管理体系；科学设定方针目标，层层分解落实责任，将测量结果与员工安全奖金、安全生产管理人员专项绩效、领导干部年薪挂钩，不断健全齐抓共管、全员参与的安全生产责任机制。公司通过了安全生产标准化企业认证，职业健康安全管理体系持续有效运行。

公司注重安全文化建设，经常性组织开展制度规程、事故案例教育培训和各类安全生产应急演练，利用多种媒介和安全竞赛等手段大力普及安全知识，提高全员安全素质；公司坚持以人为本，不断强化员工职业健康管理和劳动防护，定期开展接触职业病危害人员健康体检，健全职业卫生监督档案，高标准配发劳动防护用具和防暑降温用品，有效保障员工身心健康；公司严格贯彻安全生产法规标准，近年来不断引入智能制造和信息化技术大力开展隐患排查

治理和危险源安全防护，努力为员工创造安全舒适的工作环境。

2021年，公司持续加大安全生产资金投入，投资5900万元用于安全提升项目建设，公司全年未发生一般及以上生产安全事故。

## 第四章 环境保护和可持续发展

公司将生态环境保护作为企业履行社会责任和践行绿色发展战略的重要内容，始终坚持在企业经营发展中加强环境保护，努力追求企业经营发展与资源环境的相互协调促进。

### 一、环保制度体系建立及运行情况

#### 1. 环境管理方针与目标

##### 环保方针：

节能减排，保护环境：一是推行清洁文明生产，不断改善生产作业环境和条件；二是积极采用新技术、新工艺、新材料、新能源，减少排放，消除污染；三是研发、制造、提供节能环保绿色型产品和服务，履行环境保护社会责任。

遵守法规，从我做起：注意执行标准的准确性，自觉遵守法律、法规，突出以人为本管理理念，不断提高预测预防风险的能力，并以保护员工为目的，强化员工的安全和环境责任意识。

持续发展，服务社会：顺应社会供给侧结构改革，优化公司产业结构，以市场为导向，以国家和地方各项法律、法规为依据，为客户提供优质满意的产品和服务的同时，用诚信实现企业的可持续发展。

##### 环保目标：

杜绝环境污染事故；危险废物无害化处理；控制“三废”达标排放；清洁生产、节能降耗。

#### 2. 环境管理体系

公司通过 ISO14001（GB/T24001）环境管理体系认证。设置了环境管理机构，配备了专业队伍；认真落实国家法律法规和标准规范，制定了相关环境管理制度；定期组织环境危害因素辨识和评价，持续开展运营过程环境监督管理；公司将环境管理有机融合

到产品设计、采购、制造、安装、发运、售后服务全过程，努力践行产品全生命周期环境管理理念。

### **3. 环境管理绩效结果**

公司持续加大“节能减排”策划与实施改善力度，治理产废源头，界定管控责任，保证“三废”处置及排放全部符合环保法规、标准要求，污染物排放满足总量控制要求、达标排放要求。

### **4. 达标排放与守法情况**

公司环境危险废物及固体废物 100%合规处置；有机废气、生活污水主要污染物排放监测结果持续达标；各类污染治理设备设施正常运转；建设项目均严格履行环保审批及验收程序。公司主要污染物及特征污染物的名称、排放方式、排放口数量与分布情况、排放浓度、执行的污染物排放标准、排放总量、超标排放情况等详见公司 2021 年年度报告第五节。

### **5. 完善环境保护应急预案**

公司制定了《突发环境事故应急预案》并定期组织开展实战演练，提高环境事件应急处置能力；及时响应《重污染天气应急预案》并落实相应减排措施，切实履行企业社会责任。

### **6. 加强监管、确保生产经营环境风险受控**

公司不断强化环保设备设施运行养护管理，确保生产活动污染物有组织达标排放；组织员工学习环保法规制度，深化全员环境意识；定期开展污染物排放检测和污染源普查，及时识别环境因素变化并制定落实整改措施，确保环境风险持续受控。

### **7. 近年来环保举措**

近年来，公司通过实施环保设备设施维修改造，引入污染物治理新技术，在厂区污水净化、有机废气治理、除尘降噪等方面不断加大资金投入，环境友好水平不断提升。2021 年，公司用于污染防治方面的投资达到 1,599 万元，创历史新高。

### 重点环保举措如下：

1. 投入 679.8 万元对铸业公司、减速机厂涂装作业场所有机废气净化装置进行升级改造。

2. 投入 310 万元对铸业公司 100t 落砂机除尘系统进行改造。

## 二、低碳节能的生产方式

公司在低碳节能管理方面，公司践行习总书记提出的“绿水青山就是金山银山”绿色发展理念，紧随国家保护环境、节能减排产业政策，围绕绿色、节能和环保要求，制定《绿色工厂建设实施方案》，从绿色物料使用率、单位产品主要污染物产生量等 13 个方面设立绿色工厂建设三年奋斗目标，全力推动公司生产制造方式绿色转型，为国家生态文明建设做出积极贡献。

公司加快产品向绿色环保方向转型升级和节能环保新产品深度研发，努力打造高效节能、先进环保、资源循环利用关键技术装备和服务，重点加快实施焦炉、散料、港机、起重机、矿热炉等传统领域产品向绿色节能方向转型升级。

公司不断完善节能减排管理机构及制度，抓好节能工作的宣传和教育，领导重视，机构健全，责任明确，制定了节能减排工作方案，健全节能减排管理体系，加强能源日常管理工作，做好能源数据的收集、统计、分析、核算工作。通过对节能减排数据的综合分析利用，使整个节能减排管理工作可控、可行。加强节能管理措施，依靠科学技术、提高节能水平，不断降低能耗指标，提高资源循环使用率。

## 第五章 疫情防控和生产经营发展

全面贯彻落实习近平总书记关于打赢疫情防控阻击战重要指示精神，公司牢固树立“疫情就是命令，防控就是责任”意识，始终把员工群众生命安全和身体健康放在第一位，坚决扛起市属国有企业政治责任和社会责任，尤其在公司区域临港增加了疫情传播与感染风险的情况下，坚决遏制疫情蔓延扩散，保持思想不懈怠、工作不放松、力度不减弱，抓细抓实、从严从紧抓好疫情常态化防控。

### 一、积极开展疫情教育和舆论正确引导

利用公司厂报、微信平台、车间展板等媒介做好员工疫情防控知识教育，及时发布国家、省市疫情相关信息，积极引导员工做好个体防护并配合社区完成核酸检测、隔离及疫苗接种工作。2021年10月，大连本地疫情扩散，市区各辖区先后组织5轮核酸检测排查风险，通过积极引导和宣传，坚决做到“不检测，不上岗”，公司本地4,743名员工全部按要求完成5轮核酸检测，第二针疫苗接种率86.5%，基本做到“应接尽接”，大连属地未出现疫情感染，为生产经营正常开展提供了坚实保障。

### 二、注重科学防治，全力保障公司干部员工生命安全和身体健康

严格落实重点人员管控措施，针对风险地区返连人员，全面开展员工“旅居史”排查和健康监测工作，积极组织引导重点人员采取相应隔离措施。全年累计隔离652人次，全部按要求完成隔离，无疫情传播，保证公司生产平稳运行，为区域疫情防控形势保持稳定做出贡献。针对疫情常态化趋势，制定了走访因工作原因进行隔离职工的慰问标准，慰问因工作原因隔离职工85人，共发放慰问金及慰问品4.29万元。根据境外疫情形势，制定对应的疫情防控方案，先后下发了应急办79号文“关于加强境外员工疫情防控工作的通知”和应急办80号文“关于加强境外员工疫情



防控工作的补充规定”，并结合国家、省市境外防控部署要求，编制《出境人员新冠肺炎疫情防控手册》，组织各单位宣贯学习和实施。切实关心关爱海外作业员工，定期组织与境外人员视频连线，关心慰问境外项目所在地的疫情防控形势和员工在现场工作、生活与防疫物资储备情况，给予境外员工最大的支持和帮助，确保境外员工身心健康。

## 第六章 公共关系和社会公益事业

### 一、纳税人义务履行

公司始终坚持发展经济为己任，着力发展战略性新兴产业，积极转变发展模式，大力推动了区域经济发展及转型升级的工作。公司依法按时缴纳税款、纳税额逐年稳步上升，2021年度累计上缴各种税收3.58亿元；依法进行税务登记、设置账簿、保管凭证、纳税申报；如实向税务机关反映公司的生产经营情况和执行财务制度的情况，并按有关规定提供报表和资料，没有隐瞒和弄虚作假。公司作为重点纳税大户，为国家财政税收及地方政府和社会的经济发展作出了较大贡献。

### 二、社会公益事业

公司注重将慈善理念融入到企业文化当中，在谋求发展的同时不忘回报社会，通过积极参加社会公益活动，援建贫困地区，关心社会困难群体，组织帮老助残、便民服务等各类活动，为各类公益事业发展做出了贡献。

序号	2021年公益性活动进展情况
1	2021年年底，向2名我公司驻村干部所在普兰店区安波街道杨屯社区、普兰店区同益街道蒿房社区，分别捐赠党建硬件投入帮扶费用及走访慰问费用，每个社区2万元，共计4万元。
2	按照计划，增强普兰店区同益街道蒿房社区基础设施，建设“蒿房社区摸黑路亮化”工程三期，改善村夜间道路照明状况，方便村民出行，向该村捐赠10万元。
3	2021年6月30日，按照公司年度公益性活动开展计划、企业和驻村干部相关文件要求，结合干部驻村的实际，向公司定点结对对象，普兰店区同益街道蒿房社区委员会捐赠办公电脑4台，打印机1台，以上费用1.4075万元。
4	公司驻村书记认真履行第一书记工作职责，坚守脱贫攻坚一线，以群众利益为中心，真抓实干，廉洁自律，积极筹集各类帮扶资金一百余万元，拉动社区集体经济收入，为社区提升党建水平、建桥修路、安装路灯、建设大棚等做出卓越贡献，成功带领社区脱离了大连市低收入村和集体经济空壳村行列。积极协助社区“两委”开展工作，疫情防控、防汛防讯等各项工作都以身作则冲在一线，保护群众生命财产没有受到大的损失，圆满完成了各项工作任务，在政治、工作、生活等各方面表现优秀，得到了广泛好评。

严格落实《大连市残疾人就业保障金征收使用管理实施办法》

要求，切实承担国有企业该承担社会责任，积极安置残疾人就业，目前已安置 47 人。

### **三、社会公共关系**

公司高度重视加强与政府部门和监管机关等的联系、汇报，主动配合政府部门和监管部门的监督和检查，涉及公司规范运作相关事项特别是重大事项都及时向监管部门汇报的咨询，积极争取监管部门的支持。同时，作为上市公司，公司在经营活动中，遵循自愿、公平、等价有偿、城市守信的原则，遵守社会公德、商业公德，主动接受政府部门和监管机关的监督和检查，重视社会公众及新闻媒体对公司的评论。

## 第七章 企业社会责任预期与展望

2021年，面对严峻复杂的市场形势和新冠肺炎疫情的持续冲击影响，在市委、市政府和市国资委的坚强领导下，公司坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，全面贯彻落实党的十九大和十九届历次全会精神，团结带领全体干部员工，深度落实创新驱动发展战略，坚持把创新作为引领发展的第一动力和工作主线，转变观念、精准施策、严抓落实，超额完成了年度主要经营奋斗目标。实现订货135.4亿元，同比增长14.6%，回款111.4亿元，同比增长11%，销售收入91.09亿元，同比增长11.52%，归属于上市公司股东的净利润为1.15亿元，同比增长139.69%，主要经营指标创八年来最好水平；经营运行基础不断夯实，盈利能力稳步提高，经营现金净流入持续增加，公司运行质量明显改善；产品和服务质量持续提升，科技创新取得积极进展，改革调整有效推进，公司持续发展能力稳步增强。公司经营稳中有进、稳中向好态势得到持续巩固，迈出高质量发展新步伐，实现了“十四五”良好开局。

2022年，公司将以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，全面贯彻落实党的十九大和十九届历次全会精神，认真贯彻中央经济工作会议精神，落实省、市第十三次党代会部署要求，坚持稳中求进工作总基调，完整、准确、全面贯彻新发展理念，以市场需求变化为导向，以全面创新为手段，大力实施人才兴企、科技强企工程，深化市场结构和产品结构调整，加快推进发展质量变革、效率变革、动力变革，开创高质量发展新局面，以优异成绩迎接党的二十大胜利召开。

经济责任是企业最重要的社会责任，但并不是唯一的责任，为股东创造利润的同时还要兼顾国家、劳动者、消费者等利益，公司一直在营造企业与环境、员工、顾客、竞争对手、投资者和所在地

区共荣共进的良好关系。2021年，公司在履行社会责任方面做了很多工作，也取得了一定成绩，受到了社会各界的认同和肯定，但与国家和社会的期望仍存在差距，还有很多工作要做。未来，公司将始终秉持诚实信用的原则，遵守社会公德、商业道德，接受政府和社会公众的监督，在追求经济效益、保护股东权利的同时，进一步加强对债权人和员工的合法权益维护，诚信对待供应商、顾客，积极从事公益事业，加强对员工社会责任的培训教育，从而促进公司本身和全社会的高质量发展。