



华茂集团
HUAMAO GROUP

安徽华茂集团

2022 年社会责任报告



2023 年 6 月 28 日

报告简介

华茂集团秉持“做纺织行业的排头兵”的企业使命，致力推动中国纺织工业的发展，积极营造公共责任、社会公益、道德行为三位一体的社会责任体系。

2022年，华茂集团纳税总额2.07亿元，主业利润0.89元。长期以来，华茂注重道德文化建设，诚信为本，信誉至上，对员工、对合作伙伴总是以诚相待。在企业发展的同时，造福社区、回报社会。在推进绿色制造上，淘汰高能耗产能，促进节能降耗，加强环保治理，实施清洁生产。

在经济新常态的形势下，华茂不断运用自动化、信息化、智能化技术升级改造传统产业，让产业链迈向高端，让品质铸就品牌，不断增强企业竞争力，打造发展新高地，为人类创造更美好的生活。

报告说明

报告可靠性保证：本报告经公司第七届董事会第十三次会议审议通过。

报告组织范围：安徽华茂集团有限公司，包括所属分、子公司。

报告时间范围：2022年1月1日至2022年12月31日，为保持报告连贯性与可读性，部分内容延伸出上述时间范围。

报告发布次数及周期：公司第一份社会责任报告，2017年起每年度一次。

报告数据说明：本报告披露的财务数据来自公司财务报表，其他数据来自行业及公司内部统计，特别说明除外。

报告参考标准：本报告编写参照全球报告倡议组织（GRI）《可持续发展报告指南》（G3.1版本）、《安徽省工业经济联合会社会责任报告编制指南》等。

解答报告的联络人及联络方式：联络人为陆先生，联络电话为0556-5919799，电子邮件：j_lu@huamao.com.cn。

报告获取方式：本报告分印刷版和电子版两种形式，其中印刷版采用经环保组织认可的环保纸张印制，可在安徽省工业经济联合会召开的社会责任会议上获取；电子版可在公司网站www.chinahuamao.net下载阅读。

公司地址：安徽省安庆市大观区纺织南路80号

邮政编码：264018

联系电话：0556-5919891

公司网站：www.chinahuamao.net

E-mail：aqfz@mail.hf.ah.cn



目 录

董事长致辞	4
一. 公司概况	6
(一) 公司简介	6
(二) 发展的历史沿革	7
(三) 取得的荣誉	7
(四) 企业文化	8
二. 责任管理	9
(一) 组织管理	9
(二) 制度和能力建设	9
(三) 利益相关方沟通和参与	13
(四) 监督和考核	16
(五) 组织实施和运行	17
三. 责任绩效	19
(一) 创新发展	19
(二) 诚信经营	28
(三) 和谐发展	38
(四) 绿色发展	50
(五) 共享发展	53
四. 责任展望	55

董事长致辞

尊敬的社会各界朋友：

岁月如歌。华茂经历了65年的发展历程，从一个纺白纱、织白布的小厂，发展成为一个集纺纱、织造、染整、服装和金融投资等多元化经营的企业集团。



作为一家国资控股企业，华茂集团自成立之初，就将企业发展融入国家富强、民族振兴、人民幸福的伟大事业中，积极参与构建社会主义和谐社会中。从当初提供满足皖西南人民穿衣基本问题到今天采用国产棉花，成功开发出当今世界最高纱支之一的 Ne600 纱线及面料……。半个多世纪以来，华茂集团秉持高度的社会责任感，以不断满足人民群众日益增长并不断提高的生活需求为追求，锐意改革，为推动中国纺织工业发展贡献了自己的力量。

长期以来，加强公共合作，推进企业可持续发展，提高员工收入，是华茂的责任所在。华茂集团在企业发展的同时，以造福社区、回报社会为己任，与当地政府、社区和部队都建立了良好的共建关系。在推进绿色制造上，淘汰高能耗产能，推广和使用节能装置、设备和各种节能技术，促进节能降耗；加强环保治理，实施清洁生产；严抓安全生产，实现“三无”



目标。

多年来，华茂注重加强企业道德文化建设，诚信为本，诚实经营，恪守信用，信誉至上。对员工、对合作伙伴总是以诚相待，奉行和倡导诚实做人、诚心做事、诚意合作，用诚信、正气和业绩集聚正能量，求得认同。把产品质量当成自己的生命来维系，企业内形成了浓浓的诚信文化、质量文化氛围，从而奠定了公司的质量效益型发展道路。

面对信息化和工业化深度融合的变革时代，华茂始终坚持“以质量为中心”的经营战略，秉承“以国家标准为底线，以用户满意为标准”的质量理念。以智能化为抓手，着力实施技术创新和管理创新，提高劳动效率。建立健全人才培养和激励机制，确保员工高素质、产品的高品质。履行社会责任，持续改善管理，服务客户，满足市场需求。

在经济面临新常态的形势下，我们有责任把产品做好，把企业做好，把中国纺织制造做好。不辱使命，坚定前行。不断运用信息化、自动化、智能化技术升级改造传统产业，努力生产优质产品、绿色产品和智慧产品。让产业链迈向高端，让品质铸就品牌，不断增强企业竞争力，打造发展新高地，为人类创造更美好的生活。

安徽华茂集团有限公司董事长



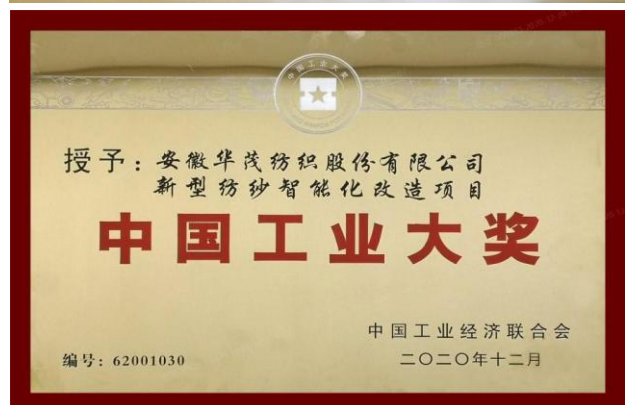
一. 公司概况

(一) 公司简介

安徽华茂集团有限公司（以下简称：华茂或公司）（前身安庆纺织厂）始建于1958年，1999年改制成立集团公司。集纺纱、织造、染整和金融投资等多元化经营的企业集团。安徽华茂纺织股份有限公司为集团控股的上市公司（股票代码：000850）。

经过65年的发展，华茂成为了中国纺织行业“中国棉纺织精品生产基地”，经济效益始终保持全国同行业先进水平。2011年华茂获得“国家认定企业技术中心”；同年6月华茂采用国产棉花，成功开发出当今世界最高纱支之一的Ne600纱线及面料；同年7月，时任国务院副总理李克强前来华茂视察工作，他称赞：“华茂不愧为中国棉纺织的NO1”。华茂“乘风”牌纱线和“银波”牌坯布分别荣获“中国名牌”产品和“全国用户满意产品”。2018年获得“国家级绿色工厂”。2019年获得“纺织行业智能制造试点示范”。2020年股份公司的《新型智能化纺纱改造项目》获得第六届中国工业大奖，2022年获得中国纺织服装品牌竞争力优势企业。

2011年6月华茂采用国产棉花，成功开发出当今世界最高纱支之一的Ne600纱线及面料。





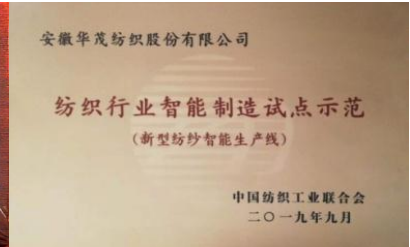
(二) 发展的历史沿革

第一次突破（1974-1985年）：治理整顿，建章立制。（治理整顿。推行全面质量管理。）

第二次突破（1985-1998年）：深入改革，转换机制。（深化改革。提出了“以国家标准为底线，以客户满意为标准”的质量理念。）

第三次突破（1998-2010年）：改制上市，迈向科技华茂、绿色华茂、百年华茂。（转换机制。实施精品战略。）

第四次突破（2010年-至今）：结构调整，战略转型，延伸产业链。（结构调整。延伸产业链，打造国际化精品品牌。）



(三) 取得的荣誉

2020、2021、2022年，华茂连年跻身“中国棉纺织行业竞争力百强企业”；

2018年获得“国家绿色工厂”；

2019年获得“安徽省劳动保障诚信示范单位”；

2019年获得“全国纺织行业质量奖”；

2019年获得“纺织行业智能制造试点示范”；

2020年《数字化赋能纺织企业高质高效发展的创新实践》荣获第九届全国纺织企业管理创新成果一等奖；

2020年获得第六届“中国工业大奖”；

2021年获得全国纺织行业设备优秀管理单位；

2021年获得中国棉纺织行业“十三五”高质量发展领军企业（集团）。

2022年获得2022中国纺织服装品牌竞争力优势企业等等-----。





(四) 企业文化

经过近六十多年的发展，华茂培育并形成了以“追求精品质量为核心的物质文化，以安全纪律、质量纪律、劳动纪律、组织纪律为主要内容的制度文化，以严、齐、勤、谦为重点的行为文化和以人为本的精神文化”的企业文化。

企业使命：做纺织行业的排头兵

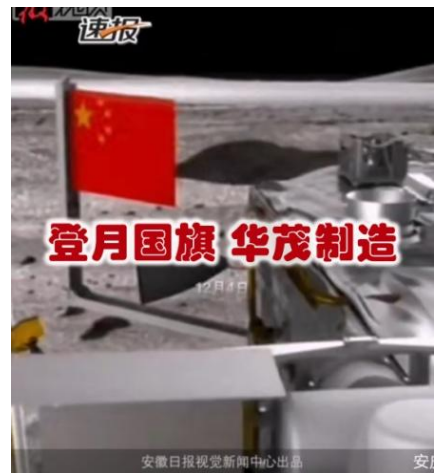
企业愿景：科技华茂、绿色华茂、智慧华茂、百年华茂

价值观：务实、诚信、创新、超越

经营理念：用户满意是我们永恒的追求

文化主流是：以精品质量为灵魂的品牌文化；以四大纪律为核心的制度文化；以四字厂风为规范的行为文化；以关爱员工为根本的激励文化。

管理体系方针：质量领先，服务一流；环境优先，绿色生产；以人为本，保障健康；持续发展，共赢未来。

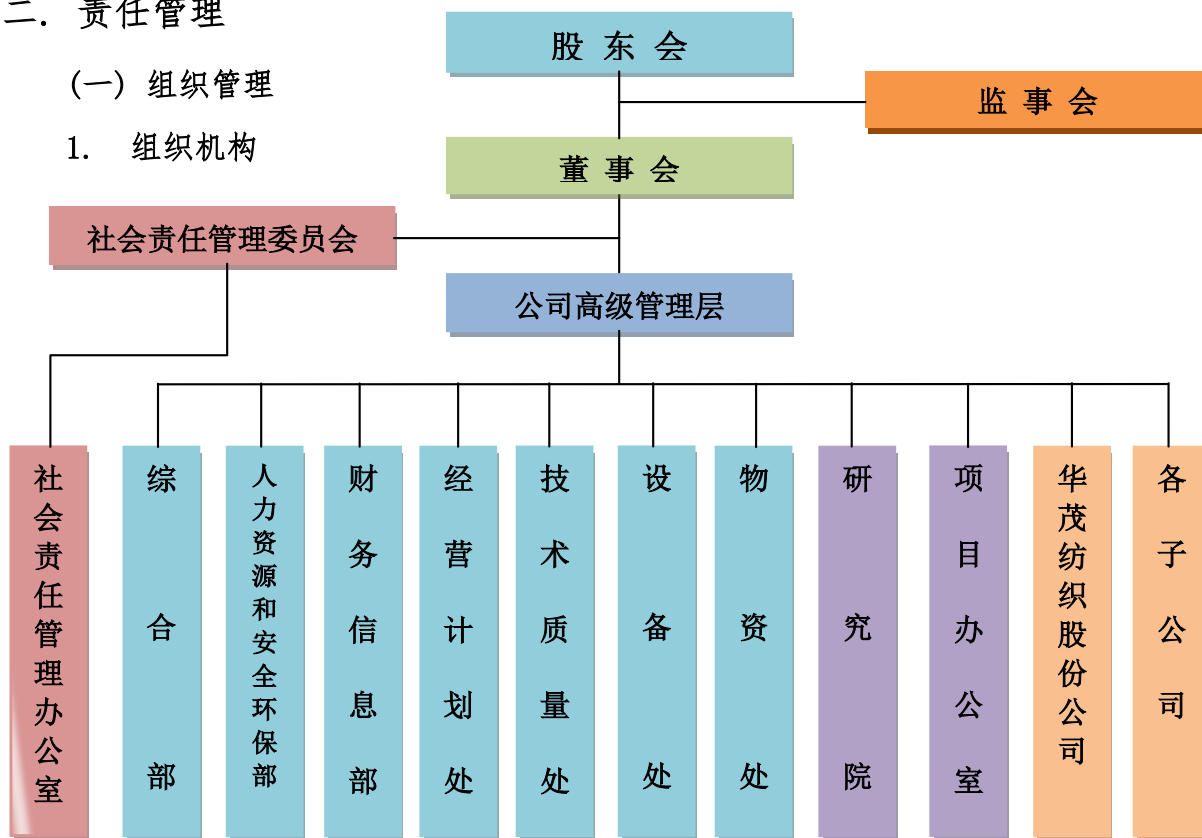




二. 责任管理

(一) 组织管理

1. 组织机构



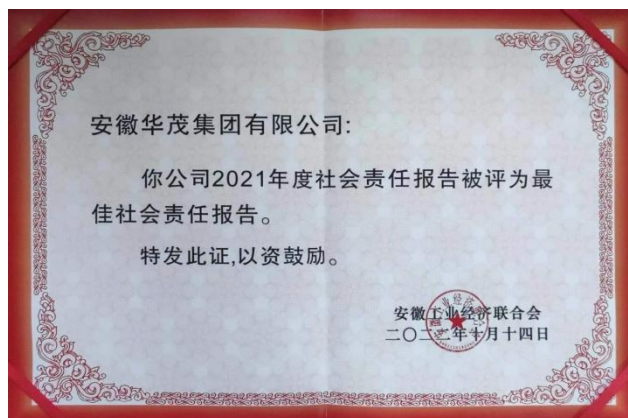
2. 社会责任建设组织结构和职责

公司成立了企业社会责任管理委员会，党委书记、董事长为委员会主任，全面负责公司社会责任管理工作；党委副书记、工会主席为副主任；公司总经理、副总经理和各部门主要负责人为委员会成员，委员会下设社会责任管理办公室，具体负责社会责任管理方面的工作。

(二) 制度和能力建设

1. 责任报告

2017 年华茂集团发布了首份社会责任报告，获得利益相关方的好评。这是华茂集团第六份社会责任报告，报告全面、客观披露了本公司的社会责任理念和绩效，报告将成为加强与利益相关方沟通、传播社会责任理念，完善企业管理模式的重要工具。



《安徽华茂集团有限公司 2022 年社会责任报告》从加强公共合作、推进企业可持续发展、保障员工安康、提高员工收入、推进绿色制造、促进节能降耗、加强环保治理、实施清洁生产、以造福社区、回报社会几个方面实现公司的核心价值观“用户满意是我

们永恒的追求”和“质量第一，客户至上”的经营理念。以“质量领先，服务一流；环境优先，绿色生产；以人为本，保障健康；持续发展，共赢未来。”的方针积极携手利益相关方共同创造经济、社会和环境综合价值最大化的履责过程。

华茂集团发布的社会责任报告，树立了企业的良好形象，进一步推动

了我司社会责任管理体系化建设。我司认真落实十九大会议精神和“创新、协调、绿色、开放、共享。”五大发展理念，主动适应经济发展新常态，在“中国制造 2025”战略指引下，不断运用信息化、自动化、智能化技术升级改造传统产业，努力生产优质产品、绿色产品和智慧产品。让产业链迈向高端，让品质铸就品牌，不断增强企业竞争力，打造发展新高地，为人类创造更美好的生活。

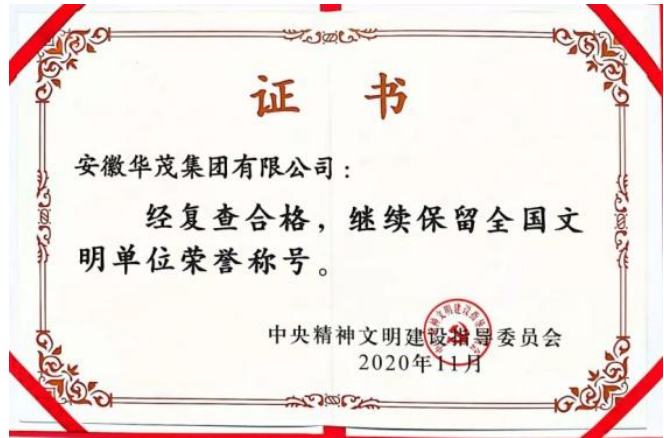
2. 完善法人治理结构

华茂集团严格按照《公司法》和《公司章程》有关规定，建立并完善组织治理结构，落实管理责任。

(1) 公司实行董事会领导下的总经理负责制

公司建立了股东大会、工会委员会、重大问题集体决策等民主决策制度和与利益相关方的沟通机制，对公司的发展战略、投资、经营、管理、人事任免等重要事务，明确了决策、执行、监督等职权。通过建立健全公司内部控制制度，明确了高层领导的管理职责及工作分工，确保各司其职并落实各项管理责任。

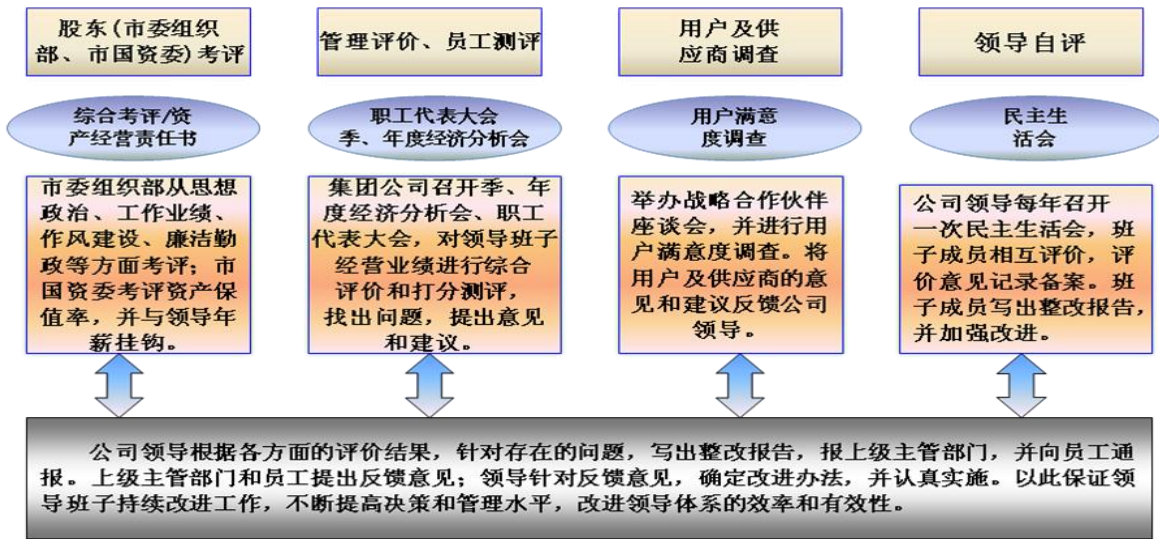
(2) 高层领导每年接受市国资委、股东大会、董事会和监事会的监督和考核，向股东大会和职工代表大会报告年度工作，向中层干部和员工代表进行述职述廉，接受员工的满意度测评，承担公司经营管理、道德和法律责任。





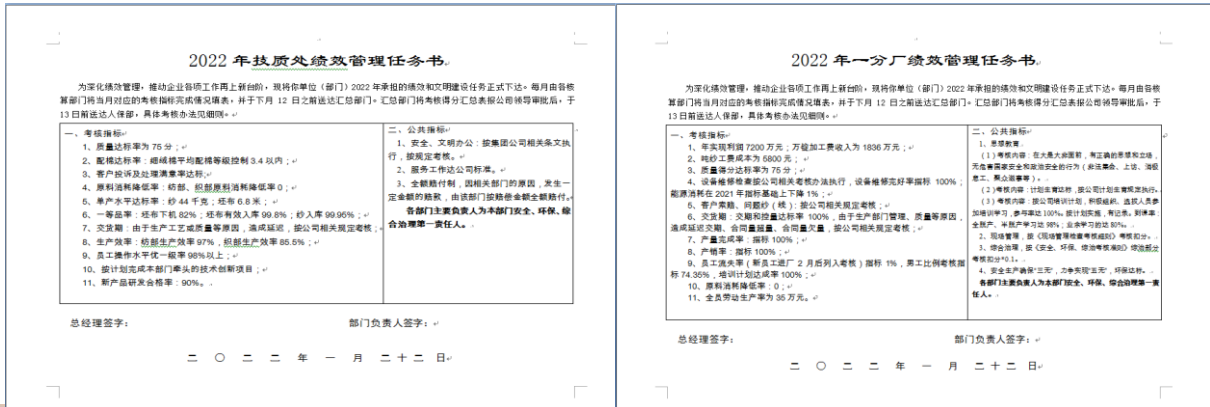
评价高层领导的责任绩效，提升高层领导及领导体系的有效性。

对公司高层领导的绩效评审体系



(3) 中层领导根据职责分工负责公司的制度建设、过程控制、操作指导和分析改进等责任，对总经理负责，对下达的绩效目标负责。公司每年组织一次年度考核，每三年组织一次任期届满考核，由公司领导和员工从德、能、勤、绩、廉等方面对中层领导进行综合考评。

评价中层领导的责任绩效，根据职责分工公司下达的绩效目标。



(4) 严格财务监管，健全财务制度

公司严格遵守《企业财务通则》、《企业会计准则》等一系列法律法规和制度的前提下，实行“一级核算、集中管理”。

公司按照相关规定，每年聘请外部审计机构对会计报表、内控报告进行审计。多年来均出具了标准无保留意见审计报告，保持了外审的独立性。公司还建立了内部审计制度，在董事会的领导下，独立开展内审工作，每年对有关经济业务进行内部专项审计，并向管理层汇报审计结果。

公司运用信息管理系统对资产和财务收支进行实时监控，各项费用的支出全面按公司设定的申请、审批、报销流程进行流转，增强了控制力度和透明度。

(5) 实施公开的信息披露制度，确保经营管理的透明性

公司利用企业网站、股东大会、职工代表大会及各种经营分析会议，及时向股东和员工通报企业经营情况、重大投资项目、重大战略调整、股东红利分配等信息，确保员工和股东知晓公司的经营及发展状况，增强经营管理的透明性。



3. 社会责任培训

公司制定了系统的社会责任培训计划，积极参加安徽省工业经济联合会召开的社会责任会议和活动。根据企事业自身和特点，选择性的导入国内先进的社会责任管理理念，按照社会责任管理体系的要求，建立了二级教育培训体系，即公司级和部门级，制定了《年度社会责任管理体系培训计划》。并组织对社会责任管理体系的管理人员及骨干员进行培训，再由管理人员及骨干员对基层员工进行培训。培训以公司的培训平台组织全体员工进行定期或不定期培训和活动，并通过公司《华茂通讯》、智慧华茂 APP、微信公众平台、公司网站、车间厂务公开栏等渠道进行培训，促进全体员工社会责任意识的提升。





(三) 利益相关方沟通和参与

为综合平衡各方权益，重视股东及相关方利益的保护，高层领导重视股东、员工、合作伙伴以及社会的利益保护，实现共建共享，和谐发展。

1. 建立完善的社会责任信息体系

华茂集团定期召开股东大会、董事会、工会委员会、员工座谈会和参加纺织品展销会等一系列利益相关方的沟通会。同时，华茂集团积极参加政府组织召开的相关会议，并定期向政府进行报告，报送相关统计报表及责任报表。

利益相关方	利益相关方的关注	参与方式
投资者	提高盈利水平，资产保值增值，规范运行，规避经营风险	定期召开股东大会
客户	长期稳定的产品质量，及时可靠的供应，热情周到的服务	合同、协议、走访客户、战略合作伙伴
员工	民主权力，职业健康安全，薪酬福利，个人成长，教育培训	开展班组民主活动、定期召开员工座谈会
供应商	诚信守信，长期合作，扩展市场	合同、协议、战略供应商
政府	遵守法律法规，保证税收，保障安全生产，提供就业	相关会议，工作汇报，统计报表信息报送，高层沟通
社区	和谐社区建设，公益事业，安全环保	公益活动，绿色生产与社区主动沟通
媒体	企业发展动态，重大事件	《华茂通讯》，智慧华茂 APP、微信公众平台、公司网站、车间厂务公开栏

2. 权益保护

我们始终关注现代企业制度建设，注重透明运营与股东回报，切实保障全体股东享有平等地位，保证全体股东享有对公司重大事项的知情权、发言权、参与权和表决权。公司良好的社会形象与内在的投资价值也得到了投资者的认可。

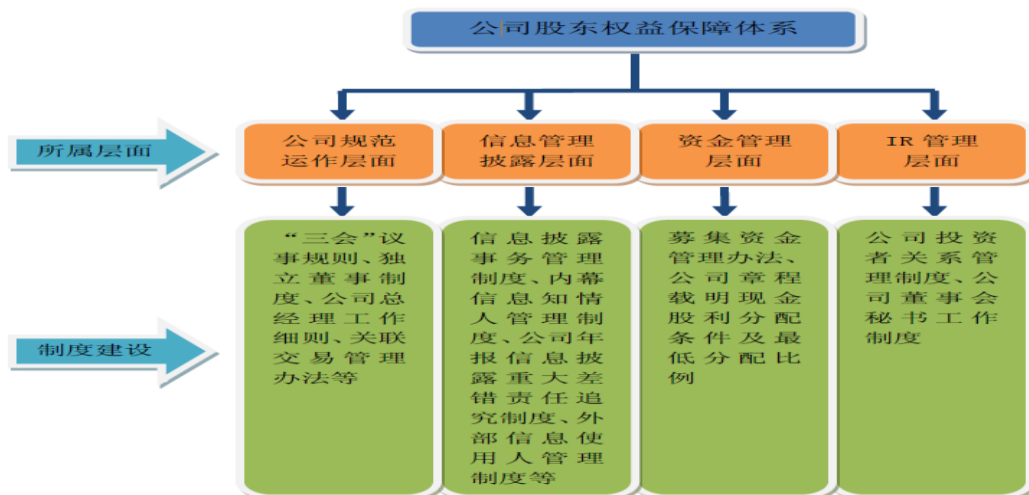
公司高度重视投资者关系管理工作，致力于构建与投资者的良好关系。根据《上市公司与投资者关系工作指引》及其他有关法律、法规的规定，华茂股份制定了《投资者关系管理制度》，通过发布定期报告和临时公告、接听投资者电话咨询、接待投资者来访、回复电子邮件和信函、登门与投资者当面交流等方式，加强与公司投资者沟通与交流，让投资者



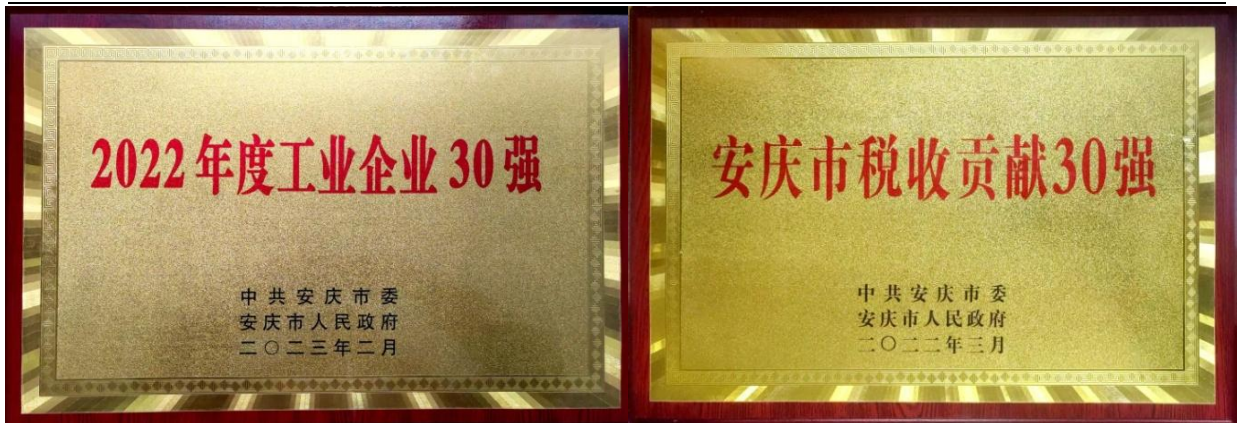
能够及时、全面了解公司的经营状况、财务状况及重大事项的进展情况，并将投资者的意见和建议反馈给公司管理层，提高了公司投资者关系和参与管理水平。报告期内公司指定专人做好投资者的来访接待工作，实现公司与投资者之间充分的双向沟通；通过公司设立的专用投资者咨询电话，全年共接听百余次投资者咨询，主动听取投资者的意见、建议，耐心解答投资者问题，受到多数投资者的好评。此外，公司还指派专人负责维护深交所“互动易”平台，及时回复投资者的咨询和提问。公司将尽最大努力来保护投资者，特别是中小投资者的合法权益。



2022年，公司投资者权益保护工作更加注重沟通实效，完善了公司股东权益保障体系。



公司切实保障并维护了股东的利益。公司依法与员工签订劳动合同，并将员工的职业发展、劳动报酬、福利保险等事项具体化，创造条件不断改善员工的工作和生活条件。近三年员工收入年均增幅 5.94%。



对合作伙伴,公司以实现共赢为目标,通过采购和公司产品的销售,使其在业务拓展以及企业发展上取得显著成绩,公司也实现了增值。

积极履行社会责任,注重资源节约和环境保护,实施清洁生产,确保生产中环保达标和生产环境的安全。

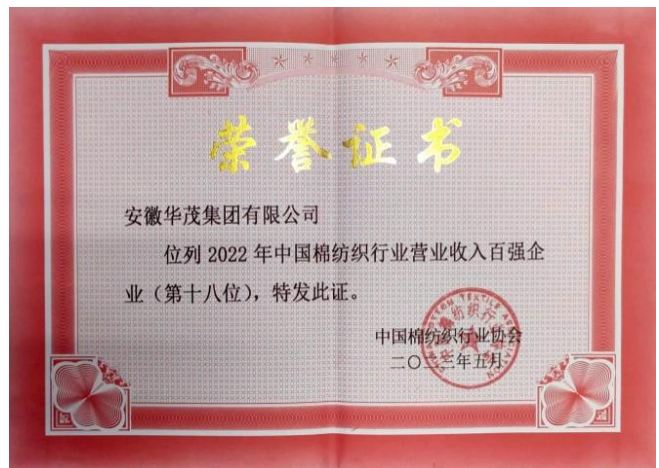
3. 股东回报

华茂集团控股子公司华茂股份自上市以来,公司严格遵照《公司法》和《公司章程》关于利润分配政策的有关规定,建立了对投资者持续、科学的回报机制,高度重视对投资者的合理回报。截至 2022 年底,华茂股份在上市的 24 个年度内共实施了 21 次现金分红,累计派发现金红利约 9.35893 亿元,给予投资者丰厚回报。

4. 建立沟通平台,满足相关方需要

公司邀请相关方参加公司社会责任报告的编写,并请安庆市工经联专家对报告进行点评。

公司与关键顾客(包括战略顾客和重要顾客)和关键供方通过各种方式保持良好的伙伴关系,采用各种沟通机制获得关键顾客和供方的信息,由供方变成合作伙伴,以持续改进,追求相关方满意。与关键顾客和供方沟通机制。



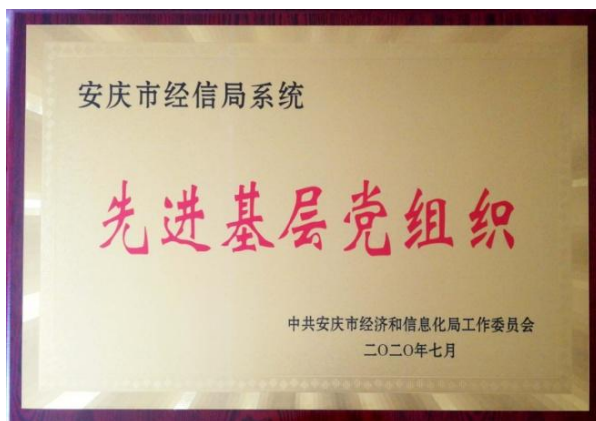


类别	沟通合作机制
关键顾客	注重价值链建设。不定期、不定时，多层次、PTP 方式进行沟通。相互交流、相互学习。定期进行客户回访，各种展览展示会，个性化用户调研，微信、微博、信息传递与共享，满意度调查，建立战略合作伙伴关系、实现利益共享等
关键供方	注重资源配置。与供应商定期交流会，关键供应商评估认定程序，公司质量体系延伸，信息传递与共享，公司文化传递与共享，建立战略合作伙伴关系、实现利益共享等

公司本着“诚信·合作·品质·共赢”的原则，与多家供应商和客户保持战略合作伙伴关系，面对市场共同探索、增进信任、协同承担，有力地发挥整体协同效应。

(四) 监督机制

华茂集团建立了履行社会责任的监督机制，专门成立了以党委书记、董事长为委员会主任的集团公司企业社会责任管理委员会，副书记、工会会主席、纪委书记为社会责任管理办公室主任。社会责任管理办公室主任带领办公室成员定期或不定期对各部门社会责任制度、措施、成效进行检查和绩效考核。通过现场检查、走访认证等方式，提升管理效果，同时落实以下风险防范工作：

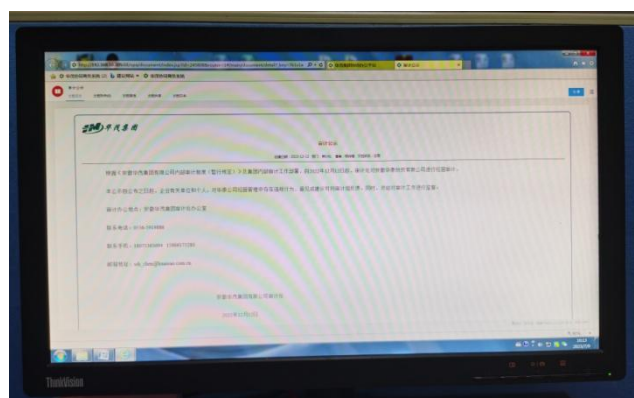


1. 法律风险防范体系建设

公司严格践行“依法给企、合规经营”的管理理念，2022 年度公司未出现一起违反法律法规事件。

2. 廉洁风险防控体系建设

以完善党务公开、厂务公开和廉洁风险防控体系为基础，以信息化平台为手段，信息互通为重点，集成党内监督、群众监督、职能监督、专向监督和第三监督等资源构建全方位的监督网络。



3. 评估风险、加强审计工作，完善管理制度

公司按照税务、财务部门、其它监管部门的各种外部监督机构要求披露财务信息，大力推动财务信息化工作，事前主动力筹划风险管控，积极防控财税风险。

为保持内、外部审计的独立性，公司制定了《审计管理办法》，并建立了内部会计控制制度。设立审计处，每年进行内部审核，2022 年提出审计整改建议 24 项。公司聘请外部审计机构进行独立审计。近三年审计均出具无保留意见审计报告。

4. 推进创新、尊重知识产权成果

公司以“激励创造、有效运用、依法保护、科学管理”为方针进一步健全知识产权管理与保护制度。2022 年度公司未发生侵犯知识产权事件。

(五) 组织实施和运行

1、完善社会责任治理结构

公司积极参与社会公益活动，规划公益战略方向。董事会通过审议年度社会责任报告，督查公司社会责任履职情况，保障公司规范化和制度化地开展社会责任工作。

董事会负责对重大社会责任事项进行决策部署，管理层负责落实决策。同时，公司各单位设有负责安全生产、职业健康、节能环保等方面的管理岗位和人员，具体落实社会责任日常管理工作。公司通过经济绩效、市场绩效、环境绩效、社会绩效等方面进行社会责任内部管理及与外部利益相关方进行沟通，社会责任管理办公室根据社会责任履行情况编制、披露年度社会责任报告以展示社会责任治理成果，并接受社会公众的监督。

2. 可持续发展 SWOT 分析

应用 SWOT 分析方法，充分认识公司的优势、威胁和面临的机遇、挑战，及时改进和完善社会责任体系和运行机制，不断提高履行绩效。见下表





SWOT 矩阵分析表

<p>内部优势</p> <p>外部优势</p>	<p>优势 (S)</p> <p>(1) 以供应链协同为牵引的全业务流程一体化协同正在形成, 逐步提升企业管理效率, 提增经济效益。</p> <p>(2) 公司目前的信息化和自动化水平在国内较高, 公司领导层较重视信息化和自动化方面的投入。</p> <p>(3) 较强的技术创新和管理能力。</p> <p>(4) 长期稳定的产品质量和品牌效应。</p>	<p>劣势 (W)</p> <p>(1) 劳动力成本较高, 且不断攀升, 需要通过信息化, 智能化手段控制劳动力成本。</p> <p>(2) 信息化建设有待进一步完善。</p> <p>(3) 人才储备相对不足。</p> <p>(4) 国际市场的推广还不够, 要进一步开拓国际市场需要更加稳定和精细的产品质量。</p>
<p>机会 (O)</p> <p>(1) 国家“一带一路”战略实施。</p> <p>(2) 亚洲等新兴市场快速崛起。</p> <p>(3) 纺织产业升级和转移步伐加快, 高端产品销量增加, 人们不断最求高品质和个性化。</p> <p>(4) 互联网技术的高速发展给华茂的信息化建设带来了机会。</p> <p>(5) 年轻人的受教育水平不断的提高, 为公司信息化和智能化的发展方向相一致。</p>	<p>SO (策略)</p> <p>(1) 加大信息化、自动化的投入, 提升品质稳定性和人均产能, 提升核心竞争力。</p> <p>(2) 加大生产线技术升级, 利用自动化、智能化装备提升生产能力和效率。</p> <p>(3) 以产供销协同为牵引, 打造全管理流程产供销财一体化协同。</p> <p>(4) 加强海外市场开拓力度, 稳步提升欧洲市场份额, 拓展新兴国家市场。</p> <p>(5) 大量采购进口棉。</p>	<p>WO (策略)</p> <p>(1) 持续加强产供销财一体化建设, 加快信息化改造; 提升整体竞争力。</p> <p>(2) 现有 ERP、EMS 等信息化实现全覆盖, 推行 MES 系统建设。</p> <p>(3) 加快智能化工厂建设和自动化、智能化改造。</p> <p>(4) 加强人才储备, 放眼全球吸纳人才, 创新人力资源管理。</p>
<p>威胁 (T)</p> <p>(1) 纺织行业进入壁垒较低, 同质化竞争激烈。</p> <p>(2) 原料市场价格波动较大。</p> <p>(3) 劳动力等生产要素成本上升较快。</p> <p>(4) 国家对绿色环保的要求不断提升。</p> <p>(4) 中美贸易的对抗</p> <p>(5) 美国和欧盟等对新疆棉产品的制裁。</p>	<p>ST (策略)</p> <p>(1) 信息化及自动化竞争战略, 提升品质控制成本。</p> <p>(2) 提升产品质量, 走高端路线, 规避同质化竞争。</p> <p>(3) 通过 ERP 等信息化手段, 提升生产过程智能化管控和产供销财一体化管控能力。</p> <p>(4) 利用多渠道信息数据, 打造一个基于大数据、数据库、数据挖掘等技术的智能系统, 提供经营数据关键指标计算及监控服务、提供统一的报表服务。</p>	<p>WT (策略)</p> <p>(1) 积极实施结构调整和产业转型升级, 实施好“126”发展工程</p> <p>(2) 加强与乌斯特标准对标分析, 找出质量短板, 开展全员质量攻关, 稳定提升产品质量, 增强市场竞争力</p> <p>(3) 规范管理, 将企业管理固化在 ERP 和 OA 流程里。</p>



三. 责任绩效

(一) 创新发展

1. 经营业绩

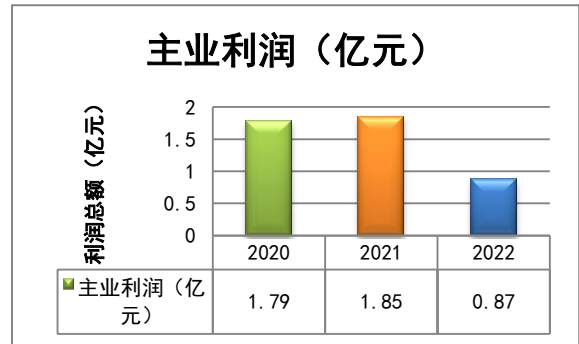
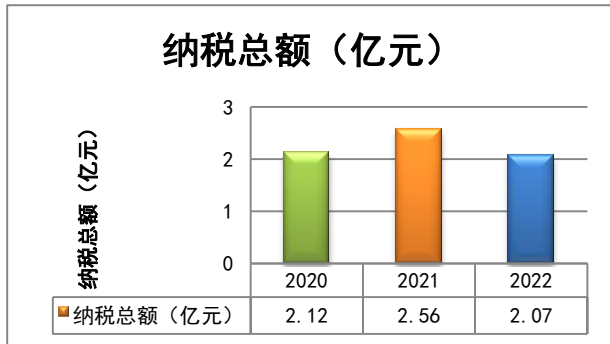
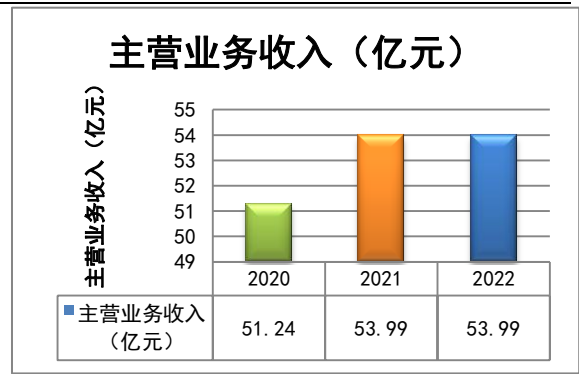
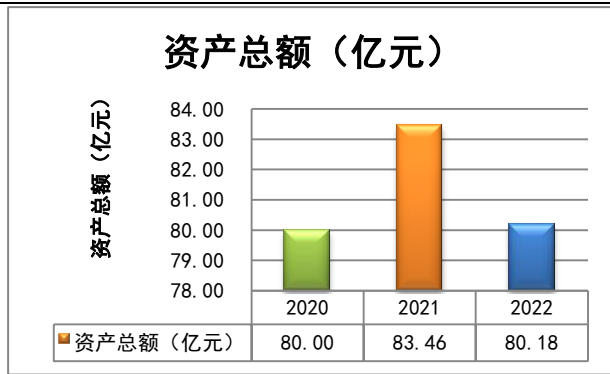
2022 年公司主业实现利润 0.87 亿元。公司获得第九届全国纺织企业管理创新成果一等奖、第六届“中国工业大奖”、纺织行业创新示范科技型企业和中国棉纺织行业“十三五”高质量发展领军企业（集团）。



2022 年,由于主要经济体贸易保护主义抬头,尤其是美国不断对中国经济进行打压,所国际贸易投资环境恶化,主要经济体在经济政策上“逆全球化”倾向严重,而中国经济仍然增速加速。但对纺织行业来说,产能过剩的问题仍存在,市场竞争仍将长期残酷。除了电费高、劳动力工资不断上涨因素的影响外,最大的影响因素是原料的不确定性、美国和西方国家对新疆棉的制裁。作为纺织企业生产的原料,棉花已经成为资本炒作的商品。由于现行国家政策的限制,中国的棉花将很难与国际接轨。面对复杂的外部经营环境,公司紧紧围绕既定方针目标,积极抢抓市场机遇,持续优化产品结构、巩固核心竞争优势,强化内部管理、提升公司市场综合应变能力和盈利能力,使公司的发展步入提质增效的新阶段。

序号	项目	单位	2020	2021	2022	省内行业排名
1	资产总额	亿元	80.00	83.46	80.12	首位
2	主营业务收入	亿元	51.24	53.99	53.99	首位
3	投资收益	亿元	1.82	2.09	0.47	
4	营业外收入	亿元	0.01	27.1		
5	纳税总额	亿元	2.12	2.56	2.07	首位
6	主业利润	亿元	1.79	1.85	0.87	首位
7	出口总额	万美元	12476.52	9582.65	8575.93	
8	总资产贡献率	%	10.09	14.63	3.8	首位
9	资产负债率	%	36.89	36.68	37.11	
10	全员劳动生产率	万元/人	13.34	19.20	13.86	
11	产品销售率	%	101.26	100.21	96.41	

主要经济效益指标



华茂集团以合法经营、依法纳税，实现企业和地方经济可持续发展为经营目标，秉承合法经营，依法纳税的经营理念，严格遵守税收法律法规，如实申报税额，足额缴纳税款，为安庆地方经济的繁荣和发展贡献了自己的力量，切实履行了企业公民依法纳税的责任和义务。公司多次受到地方政府相关部门的表彰，连续多年被税务部门评为 A 级纳税信用单位。2022 年，公司总资产 80.12 亿元，净资产 50.39 亿元，全年完成销售收入 53.99 亿元，出口创汇 8575.93 万美元。全年上缴国家税收 20661.62 万 39309.93 万元，支付银行等债权人借款利息 6517.42 万元，公益投入 91.87 万元，为社会经济的繁荣和发展承担了相应的企业社会责任。

2. 创新驱动进步

华茂通过不断的实践和改进创新，打造出华茂特色的“四个一”质量管理模式，形成了华茂技术的特色，主要体现在：纺纱方面的“高支”、“高难”；织造方面的“高密”以及面料方面的“高档”，



品质方面的波动小、差异小。华茂拥有的技术在国际、国内同行业中处于领先水平。在此过程中十分重视企业自主创新能力建设，把推动技术创新、培育创新能力作为增强企业发展的动力，并在本行业、本领域质量发展和技术创新中发挥了引领、示范和带动作用。

(1) 运用不同的方法改进与创新

主要改进与创新方法的应用

层 次		改进方法	应用内容
战略层面绩效		SWOT 分析、对比分析、趋势分析、综合分析	战略制定和部署、组织绩效测量与分析
部门层面绩效	职能部门实施部门	质 量	标杆对比, SPC, 技术攻关
		营销及产品	网络技术
		研 发	对标, 项目研发小组, 技术创新攻关
		生 产	精益生产, 标杆对比, QC、6S, SPC, 合理化建议、双革
		设备运行	全员生产维修, 定人定机, 定期评价维护
		采 购	对标, 集中采购与分散采购模式, 统一招标, 询价采购
		节能、环保、安全	标杆对比, 环评鉴定、清洁生产、深度处理工艺
部门层面绩效	职能部门实施部门	经济运行及财务指标	标杆对比, 边际效应分析, 机会成本分析, 比例分析法, 预算比较法
		人力资源	标杆对比, 头脑风暴, 满意度指标分析, 合理化建议
		综合管理	BPR, ERP, 管理创新课题, 大会提案, 合理化建议
		国际业务	对标, 头脑风暴, 满意度指标分析, BPR, 合理化建议
岗位层面		KPI 指标、对比分析、综合分析、调查表、自主考核	员工成长与激励

公司通过建立关键绩效指标体系和两化融合管理体系，定期对公司的战略发展及重大战略举措的实施，进行专题评价和分析，同时，进行必要的调整和改进，确保公司战略落地。

(2) 技术与创新评价

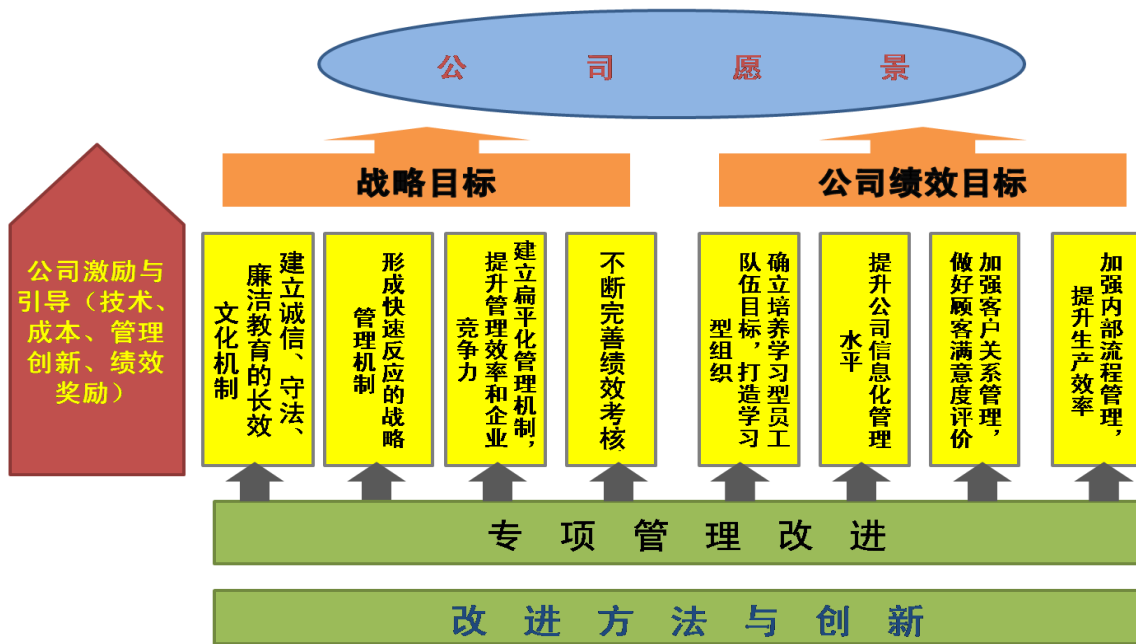
公司通过建立一系列的考核评价制度和办法，激励和激发专业技术人员的积极性、创造性，确保企业在行业的技术领先优势。同时，适时进行经营模式、营销方式和管理方法的创新应用。

公司建立 KPI 考核体系、ERP 系统等，对关键过程进行测量，从生产管理、工艺优化、质量控制等方面，不断对产品制造过程及效果进行评价、改进和创新，并按 PDCA 方法循环实施。同时，对采购、人力资源管理也根据测量结果、相关方反馈信息等，评价过程有效性和效率，并持续改进。



高层领导采取每半年一次的评审会、关键绩效指标分析、审阅经营管理绩效报告等方法，评审公司绩效。公司召开年度战略评审会，对公司的经营及战略实施情况进行了分析，确定了改进和创新的重点，并进行了排序，制订了改进的行动方案。

公司绩效评价改进总体方法



(3) 精益化的生产

公司长期以来坚持、贯彻质量是企业生命的理念，各生产单位和处室一把手亲自抓质量，组织并参与各类质量攻关活动，持之以恒地抓好“指标质量、实物质量、长期稳定的质量、包装质量和服务质量”五大质量。针对产品制造流程，设计输出了一系列程序文件和相



关作业指导书 124 份，满足了过程要求。

生产网络看板管理，形成经计处、纺部、织部三级网络体系，将职能处室与生产分厂之间有机联系起来，将市场、生产、仓库、物流等孤立信息形成共享资源，消除信息“孤岛”，便于相关人员及时发现问题、及时沟通和调整，以便前瞻性地完成生产计划。

生产进度看板 织部查询

生产单位: [] 起始日期: 2014-11-04 终止日期: 2014-11-04 布单类别: [] 布品种: [] 箱号: [] 日期: 2014-11-05

品种名称	计划	实际	合同量	交货日期	备注	整理未清	家纺未清	物纺未清	物机未清	机号
J250*(250*5400L) 123*71 81" 弹力府绸 (四)	6	6	61850	2014-11-30		9822	34655.7	2014-11-24	41	
J27*(27*630) 50* 60*(27*630)*7750 172*4	3	3	2500	2014-10-23	纱重	3802	1087.3	2014-11-11	43.33	
30*(30/5400) 110*66 61" 弹力斜纹 (四)	15	144500	2014-11-16		61534	3298	110446.9	2014-11-12	36.6	
JCF50*(1000)* (250*5400T) 169*127 79.5" 3/	9	60000	2014-11-05		19772	56200.3	2014-11-07	42.3		
32*(32*5700) 124*72 76" 弹力纱卡 (四)	16	16	108500	2014-11-18		78808	56328.1	2014-11-16	41	
JCF50*(250/5400T) 220*130 74" 双股弹力布 (四)	5	4	11000	2014-11-28		12048	2039.5	2014-11-24	55	
40*(40 141*112 61" 斜纹 (四)	14	7	65000	2014-11-20		22	19621.7	2014-12-11	33.8	
20*(20* 620/5700) 72.5*105 80" 弹力双股斜纹	1	1	4000	2014-11-10			1692.7	2014-11-22	36.2	
JCF50*(28(L)50*5400L) 235*130 75.4" 双股斜	5	0	11000	2014-10-05		12150			47	
J60*40 110*40 77" 府绸 (四)	7	7	33050	2014-11-17		11124	37206.1	2014-11-01	52.5	
J50*(30/5700) 200*119 73.5" 5/3 弹力直贡 (四)	1	1	2700	2014-11-04	少	3041	2251.4	2014-11-07	50	
JCF50/2*(30/5400T) 133*91 73.7" 弹力半梳卡	2	0	4100	2014-11-17	不少					
JCF50*(28(G)50*5400L) 220*140 74" 斜纹双股	0	11000	2014-10-15	计划						
J50*(250*5400L)* (21000*5400) 177*169 75"	1	1	2000	2014-11-19			425.4	2014-11-20	44.23	
40*(40/5400T) 120*60 72" 弹力纱卡 (四)	10	6	39500	2014-11-23			432.9	2014-12-04	46	
JCF50*(250*5400T) 220*124 74.2" 弹力双股	5	0	11000	2014-11-22	交期					
30*(30*5400T) 124*70 70" 弹力纱卡 (四)	6	0	30600	2014-11-28						
21*(20/5700) 100*79 76" 弹力纱卡 (四)	3	0	9602	2014-11-22	数量	217				
20*(20*5700) 140*62 75.5" 弹力直贡 (四)	1	0	1097	2014-11-13	数量	-128				
J50*(30*5400) 190*90 73" 5/3 弹力直贡 (四)	4	0	8300	2014-11-25	数量					

计划平台: 673 实际平台: 628 计划总日产: 167316.05 计划平均吨密: 88.29 实际平均吨密: 87.32

各生产分厂均设有试验室，按规定周期对各工序的质量指标进行监控，数据及时录入并反馈，便于相关人员及时查询、考核。

(4) 打破思维定势，在工艺上创新

近年来，公司进一步优化工艺，将前纺半成品定量提高 40%-50%，相应细纱采用大牵伸，形成了成熟的“短流程、重定量、大牵伸”工艺路线。近几年在加大前纺定量、提高细纱牵伸倍数方面再度突破，从而提高了公司的效益。



华茂采用国产棉花研制的当时世界最细的纯棉纱——600 英支产品制作出的黄山迎客松彩画，它代表着当前我国纺织工业的最高水平。

(5) 坚持技术创新，开展产、学、研合作

与武汉纺织大学联合成立了“安徽华茂纺织染整技术研究院”，先后承担了“高质高效环锭纺纱先进技术及装备与智能化技术的开发与应用”、“化纤混纺优质纱线的高端制造及产业化应用”、“多重集聚纺技术及其应用”、“自动多载落布机器人小车”、“高性能面料染色及功能整理”等课题研究，其中“高质高效环锭纺纱先进技术及装备与智能化技术的开发与应用”获得中国纺织工业联合会颁发的科学技术进步一等奖。



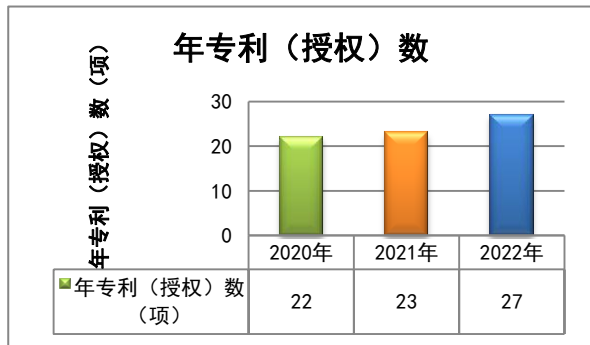
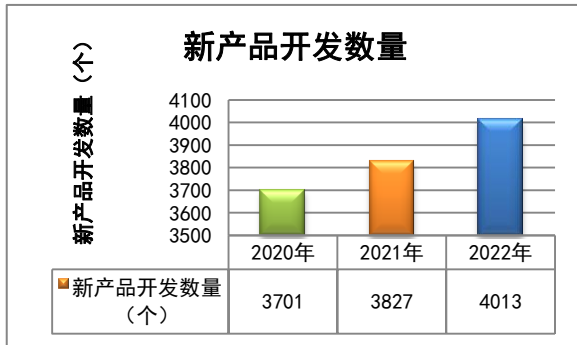
(6) 引领行业发展，在技术上创新

华茂依托国家级企业技术中心，三年来，开展技术创新和产权知识保护，获得专利

72 项，开发新品种 11541 个，研发人员有 552 多人，研发设备投入达 5000 多万元。积极营造技术创新的氛围，建立了长效激励机制。年均开发新品种近 3847 个，新产品产值率达 43.26%及以上。

技术升级、技术创新是华茂引领行业先进水平的关键，公司先后从瑞士、意大利、德国等国家引进了具有国际先进水平的纺织印染设备，为引领行业发展和在技术上创新，奠定了坚实的基础。华茂还是目前全国唯一的由中国纺织联合会授予的《中国棉纺织精品生产基地》。

项 目	单 位	2020 年	2021 年	2022 年
新产品开发数量	个	3701	3827	4013
新产品销售占销售收入比重	%	41.49	42.16	43.26
产品获奖数（省级以上）	个	11	5	6
设计开发周期	天	5	5	5
新产品利润贡献率	%	19.8	19.7	19.8
科研成果转化效果	项	49	44	46
年专利（授权）数	项	22	23	27





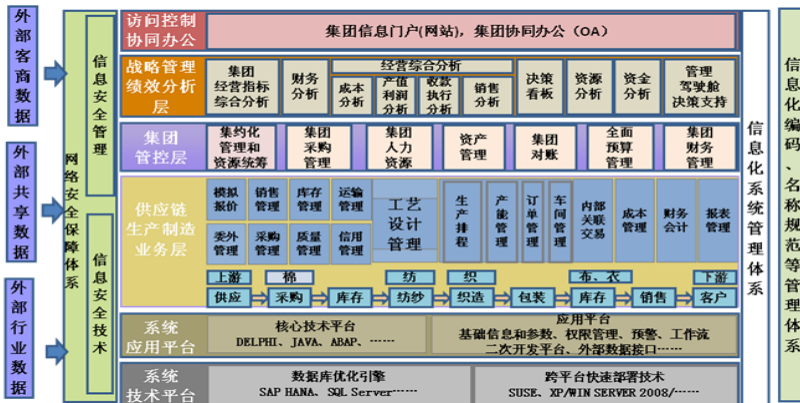
3. 企业信息化建设

持续的企业信息化建设投入，使得华茂走上信息化带动工业化，工业化促进信息化良性发展道路。公司持续加强信息化建设工作，快速有序地推进ERP深化应用、PLM上线等重点信息化项目，实现了信息化在公司业务整合中协调发展。为优化公司管理能力、提升公司软实力提供了强有力的支撑，华茂全面推进公司信息化升级改造项目，整合MIS“孤岛”，建立ERP系统，搭建工业化和信息化为一体的企业管理平台，实现物流、资金流、信息流的“三流合一”，把各类管理制度固化为华茂的智能文化。2015年安徽华茂获全国首批两化融合管理体系认定等认证。



企业能源管理中心建设了数据采集系统和信息管理系统，包括：计算机、服务器及网络通信设备等硬件改造、高档色织项目ERP系统、高档印染项目生产综合节能信息系统（染料助剂自动配送系统Lawer、执行系统PPM、自动打样系统Datacolor、在线检测系统Orgatex、生产经营综合管理系统EDA）；实现车间温湿度的远程实时监控、温湿度数据记录。把产品质量、产品效益与能效水平建立专家评价模型，优化当前操作标准，实现企业能源精益化管理，使能源管理与企业资源管理功能无缝对接，彻底解决能源管理信息孤岛问题。



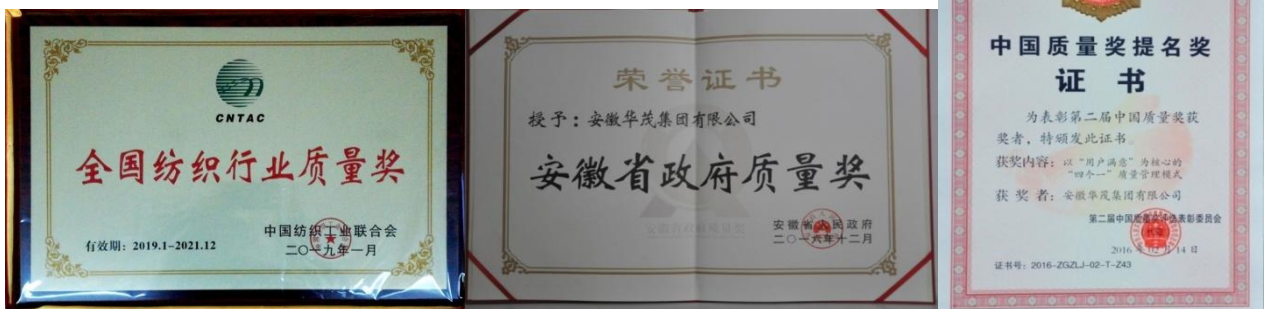


4. 卓越绩效管理模式

为全面提升综合运营管理水平，树立全员“大质量”意识，实现从优秀到卓越的跨进，公司配备精干队伍组成工作小组，培养卓越绩效管理自评师，全面导入卓越绩效管理模式。通过卓越绩效管理理念的导入，管理模式诊断工作的开展，促进公司基础管理水平和员工业务素质素质的进一步提升。



综合的公司绩效管理方法，使公司和个人得到进步和发展，提高公司的整体绩效和能力，为顾客和其它相关方创造价值，并使公司持续获得成功。在全体员工的共同努力下，公司分别荣获了第二届中国质量奖提名奖、第三届安徽省政府质量奖和安庆市政府质量奖、全国纺织行业质量奖等。



5. 智能制造

安徽华茂建成的“新型纺纱智能化改造项目”，采用国际领先的智能清梳联、粗细络联、自动包装等系统设备。通过自主开发的ERP、H-MES和MES等信息化系统，实现机联、物联和生产的智能化，大幅提高了劳动生产率，促进企业信息共享和业务协同，提高企业内部各部门、产业链上下游生产的协作效率。将企业资源规划系统与产品数据管理、能源管理中心系统、HMES/ERP、EMS和乌斯特专家诊断系统等的进行了集成，使华茂的两化融合从集成应用阶段走向了创新突破阶段。



“新型纺纱智能化改造项目”智能化管控平台：

(1)、监控平台
(实现生产过程的可视化管理)

(2)、预警平台
(实现生产的细化管控)

(3)、追溯平台
(实现订单预排和追踪)

(4)、工艺平台
(实现工艺管理和智能配棉)

(5)、质量平台
(实现质量溯源和质量预测)

(6)、设备平台
(实现专件管理和更换提醒)

(7)、智能分析平台 (实现生产决策支持)

数据采集流程系统：

通过系统可实现自动在线数据采集，可自动采集如生产数量、规格、合格率、不良原因的数据并实时自动完成统计分析，大幅度提升了效率和准确率。

2017年公司投资建设了智能化纺纱工厂“八分厂”，2018年5月份全部投产，实现了设备自动化，生产信息化，管理智能化，当年就实现了盈利。由于八分厂的成功，公司于2018年公司又投资新建15万锭规模的智能纺纱工厂“一分厂”。2019年利用八分厂的成熟技术对原七分厂进行了智能化升级改造到2020年全部投产。2022年公司投资



建设的新维智能化纺纱工厂“安庆新维智能纺织科技有限公司”顺利投产。使公司的智能化纺纱水平处于同行业领先水平，规模也是同行业最大的。



(二) 诚信经营

1. 完善的管理制度

(1) 建立健全规章制度

公司具有完善的合同管理制度、顾客财产保护规定和反腐机制等，合同管理归口在综合部，合同履约率 98.2% 以上。凡采购达五万元及以上的机、物、料都必需经招标办公室进行公开招标。同时由公司纪委牵头，建立了严格的检查和监督机制。

公司负责顾客提供财产的保护，顾客的财产主要包括：顾客提供的原料、辅料、样品、提供的工艺和资料以及软件等。

(2) 管理体系运行

作为国内棉纺行业的先进企业，公司产品生产过程严格按照 ISO9001、ISO140001 等国际标准运行，并建立了文件化的管理体系。先后通过了 ISO9001 质量管理体系认证、ISO14001 环境管理体系认证、GB/T45001 职业健康安全管理体系认证、ISO10012 测量管理体系认证和两化融合管理体系认证等。同时还通过了 BSCI (社会责任体系认证)、MARK & SPENSER、C & A 等社会审核。公司产品还通过了 Oeko-Tex100 (国际生态纺织品认证) 认证及 OE、GOTS 有机棉认证。



2. 为顾客提供优质的产品

为用户提供优质的产品，是使公司成为受人尊重企业的重要外部条件。公司长期以来坚持、贯彻质量是企业生命的理念，各生产部门一把手亲自抓质量。坚持组织开展群众性的 QC 小组活动，定期召开各类技术攻关活动，持之以恒地抓好五大质量，即“指标质量、实物质量、长期稳定的质量、包装质量和服务质量”。



(1) 全过程质量控制

公司秉承“以国家标准为底线，以用户满意为标准”的质量理念，优化抽检监测控制方法，加强质量考核，确保产品入库质量合格率达 98% 以上。2020~2022 年度省级对产品抽样检测结果全部合格，通过各种质量控制方法的具体实施，使得公司产品的合格率大幅提升，发挥了从半成品到成品全过程质量控制的协同效应。



为做好产品质量全过程控制，公司配有专门工艺管理人员和质量检测把关人员 192 余人，其中有高级职称技术人员 1 人，中级职称技术人员 29 人，并在各生产园区设立了质量检测中心与检测点，并配有先进的检测仪器设备，从原料、生产过程到最终的产品进行有效质量检测把关。

(2) 全员参与质量改善

多年来公司十分重视质量管理工作，形成了以“严、齐、勤、谦”的四字厂风和以“质量、安全、劳动、组织”四大纪律为核心的管理模式，建立了一支具有较高素质的职工队伍。



为积极树立以用户为中心的产品质量意识，公司积极鼓励全员参与质量改善活动，充分发挥员工主观能动性，营造质量改进氛围，推动 QC 活动及技术创新活动健康发展。截至 2022 年末，公司 QC 活动普及率达到 89.66%，活动开展率达到 88.96%，成果率达到 79.72%，评价一致率 89.93%。经过多年的积累，公司多数 QC 小组逐步重视运用质量工具开展活动，创新型成果逐渐增多，多次获得“全国优

秀质量管理小组”的称号和“全国质量信得过班组”的称号。

(3) 领先的技术和设备设施

多年来，华茂始终瞄准国际先进技术水平，在产品研发、工艺技术、品质稳定等方面，积累和掌握了大量核心技术，充分体现了较高的科技水平与创新能力，其技术特色体现在：纺纱方面的“高支”、“高难”，织造方面的“高密”以及面料方面的“高档”，品质上波动小、差异小。



主要核心技术

主要核心技术	水平	备注
超高支纱线纺纱技术	国际先进水平	
低配高纺纺纱技术	国内领先水平	
新型超仿棉聚酯纤维纺纱关键技术	国内领先水平	
“柔开松、轻打击、短流程”纺纱工艺技术	国际先进水平	4项发明专利；24项实用专利
赛络长丝复合纺纺纱技术	国内领先水平	
纯棉超高支高密面料的开发、生产技术	国内先进水平	1项发明专利；9项实用专利
无浆织物制造技术	国内领先水平	1项发明专利；4项实用专利
高比例混纺麻纺纱技术	国内领先水平	
ZZ强捻线上浆技术	国内领先水平	
新型纺纱智能化技术	国际先进水平	获得中国纺织工业联合会颁发的科学技术进步一等奖。
重聚纺纱线技术	国内领先水平	获得中国纱线流行趋势产品



公司拥有国际先进的纺纱、织布以及面料的生产和研发设备。厂房及技术中心办公楼有 20.2 万平方米。

质检主要装备



国际一流的生产线





3. 服务和沟通

(1) 公司关键顾客群和市场细分

公司按地域、产品、销售方式、品牌等对现有顾客和潜在顾客及市场进行了细分，并根据公司战略发展需要、顾客贡献和市场需求等综合考虑，把顾客分为战略顾客、重要顾客和一般顾客。

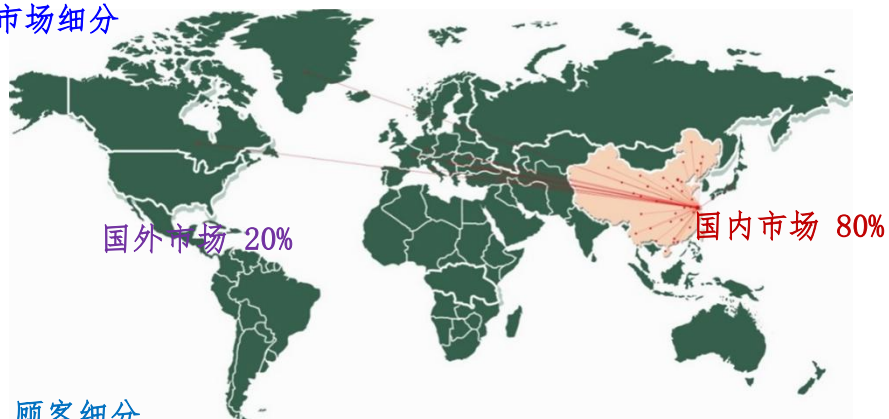
目标顾客群见表

目标顾客群		需求、期望及差异点
战略顾客	对公司发展及市场开发具有引领作用。是公司的战略合作伙伴。	高性能、高品质、高技术水平和优良的售后服务，良好的战略合作
重要顾客	对公司发展及市场开发具有支撑作用。且年销售额在 500 万元以上，与公司存在 3 年以上合作关系。	性价比、技术指标、交货期好，售后服务好，能够持续合作
一般顾客	对市场具有开发作用。销售额较小，但具有一定持续性和新客户。	质量、价格、交货期、售后服务

质量核心理念

- 指标质量、实物质量和长期稳定的质量的统一；
- 满足并超越客户需求，实现与客户共赢发展；
- 打造品牌背后的品牌

市场细分



顾客细分





(2) 关键的供方和经销商

关键供方：为公司提供生产原料、生产、研发和检测等设备。在长期的合作中建立了队伍。经销商（公司在国内主要采取自销方式，暂无经销商）：国外通过代理商经销和提供服务，建立了国外经销商队伍。

关键供应商和国外经销商

供方类别		名单	供方的角色	对他们的要求
关键供应商	新疆棉花	新疆利华棉业	是影响公司产品性能的关键因素，参与公司产品创新	稳定货源、产品质量、交货期、合理价格
	美棉 SJV/PIMA	美国路易达孚公北京办事处		供货能力、产品质量、交货期、诚信、价格公道
	生产、研发和检测设备	中国经纬纺机股份公司 常州市同和纺织机械制造有限公司 瑞士立达公司 瑞士乌斯特公司 意大利萨维奥公司 日本丰田公司 日本津田驹公司	是保证公司技术改造、产品创新、质量改进的关键因素。参与公司技术创新	设备具有国际先进水平、售后服务好
外经销商	国际市场销售和售后服务	意大利 ALBILI、BESTE、Prada、MANTAFIL SPA 等	是公司产品进入国际市场的战略合作伙伴	诚信、国际知名度高、认同华茂文化、市场开发力强

(3) 与关键顾客和供方的伙伴关系和沟通机制

公司与关键顾客（包括战略顾客和重要顾客）和关键供方通过各种方式保持良好的伙伴关系，采用各种沟通机制获得关键顾客和供方的信息，由供方变成合作伙伴，以持续改进，追求相关方满意。

与关键顾客和供方的沟通合作机制

类别	沟通合作机制
关键顾客	注重价值链建设。不定期、不定时，多层次、PTP 方式进行沟通。相互交流、相互学习。定期进行客户回访，各种展览展示会，个性化用户调研，微信、微博、信息传递与共享，满意度调查，建立战略合作伙伴关系、实现利益共享等
关键供方	注重资源配置。与供应商定期交流会，关键供应商评估认定程序，公司质量体系延伸，信息传递与共享，公司文化传递与共享，建立战略合作伙伴关系、实现利益共享等



① 建立沟通平台，满足顾客需要

公司的客户需要及时了解公司的生产、经营以及新产品开发等方面的信息，公司也需要及时了解他们的情况，及时满足顾客的需要并维护好合作共赢的关系。公司制定《客户管理制度》，规范客户关系管理与对接，及时让客户了解我司的生产和新产品开发等方面的信息。



终端顾客和经销商顾客沟通平台

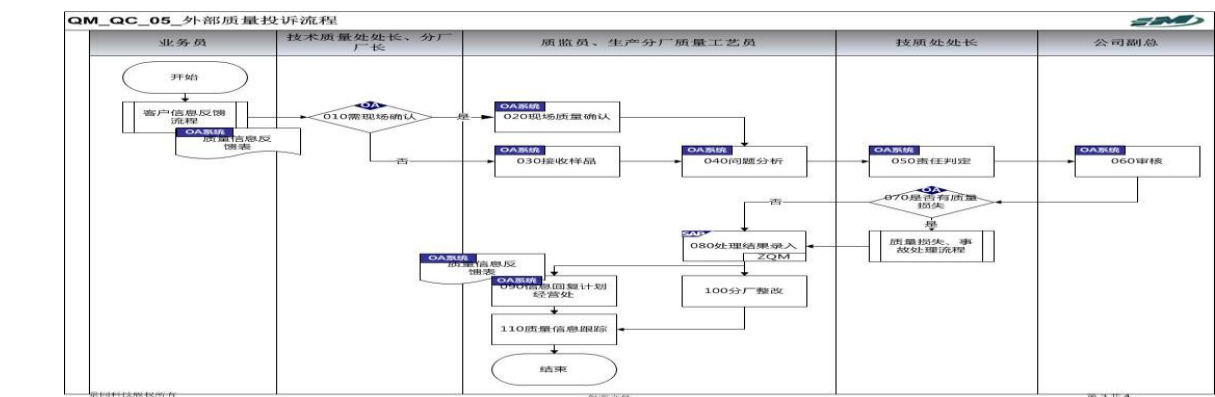
顾客要求	信息沟通	合作交易	投诉	相关制度
渠道、方便、投诉、顾客接触要求、落实到人	直接顾客和经销商顾客均通过不定期、不定时的基层互访、各层次营销人员经常性沟通；网站、微信、电话、电子邮件、传真等方式进行信息沟通和联络；公司还运用参加各类展会、论坛、技术交流会等形式，向顾客传递相关信息。每年分别邀请经销商顾客和终端顾客开展联欢活动，增进了解和友谊。	国内：直接与用户签订销售合同； 国外：除与用户直接签订经销合同和产品合同外，根据经销商需求合作研发产品。	公司建立了投诉快速反应机制，方便顾客进行投诉；同时，对战略和重要顾客，提供公司领导电话，便于直接投诉；还欢迎顾客运用传真、电子邮件、质量反馈单、满意度调查等形式对公司的产品和服务提出投诉和意见。	为保障沟通平台顺利运转，公司建立了《客户管理制度》、《客户投诉处理流程》、《合同管理办法》、《质量管理制度》等制度。

② 快速、有效的顾客投诉处理系统

a) 确保顾客投诉得到有效、快速解决

公司建立了《顾客投诉处理程序》，要求内勤人员和业务员在接到顾客投诉的第一时间，填写信息反馈单，将投诉信息传达到技术质量处，并传达到生产负责人。技术质量处确认后给客人明确回复。投诉处理流程。

顾客投诉处理流程





b) 利用顾客投诉信息，改进产品和服务质量

公司指定专人对顾客投诉进行统计、分析。每个月召开质量攻关会和生产会专门解决顾客投诉的相关问题，分析原因、落实责任。公司定期评价、不断改进在顾客关系方面的方法。通过不断对投诉流程的改进，投诉的响应时间也在逐渐缩短。投诉响应时间从2016年需36小时降到2022年只需24小时。

(4) 不断改进建立顾客关系的方法，适应组织发展战略

分析市场变化和顾客需求以及与顾客的关系，是公司高层会议的常态化主题。三年来，公司在与顾客的交流接触中逐步体会到塑造企业形象的重要性，加大了对外宣传力度，设立了对外宣传交流的网站，让长期合作的战略顾客和重要顾客加深对华茂的了解，也让竞争对手的顾客和其他潜在顾客对华茂和优质的华茂产品有深刻的印象。在加强对外宣传的同时，通过对市场变化和各类顾客的需求的了解，落实持续改进计划，主要体现在：

a) 通过对顾客需求的调研和分析，在营销策略的策划和执行中，不断改进，努力提高满足顾客需求的能力，最大限度稳固已建立的顾客关系。

b) 根据公司持续发展的要求，充分开发客户的信息资源，以点带面逐步扩大高端市场占有率。

c) 根据顾客需求和公司超常规发展追求卓越的要求，不断提高顾客服务水平，尤其是加快顾客服务的响应速度，更多的利用网络、ERP等平台提高查询和投诉的效率。

d) 建立网络营销团队，完善网络营销平台和渠道，积极发展网络顾客。

4. 顾客满意度的测量

(1) 顾客满意程度测量方法。公司针对直接顾客和间接顾客分别作了顾客满意度调查。分别从质量、交期、服务、产品性价比四个维度对顾客满意度进行调查分析，直接顾客的满意度测量分值偏重于质量和交期，间接顾客的满意度测量分值偏重于产品的性价比。



(2) 顾客满意度调查

2022年，纱线营销处、坯布营销处、织染公司等共收集了顾客的意见155份，并进行分析、汇总。

从调查结果来看，纱线、坯布和面料顾客综合满意度为97.71%，完成了年初制订的目标值，随着体系的不断完善和改进，我们将进一步提升目标，改善其中的薄弱环节，提升顾客满意度。

(3) 跟踪产品和服务质量,用于公司的改进活动

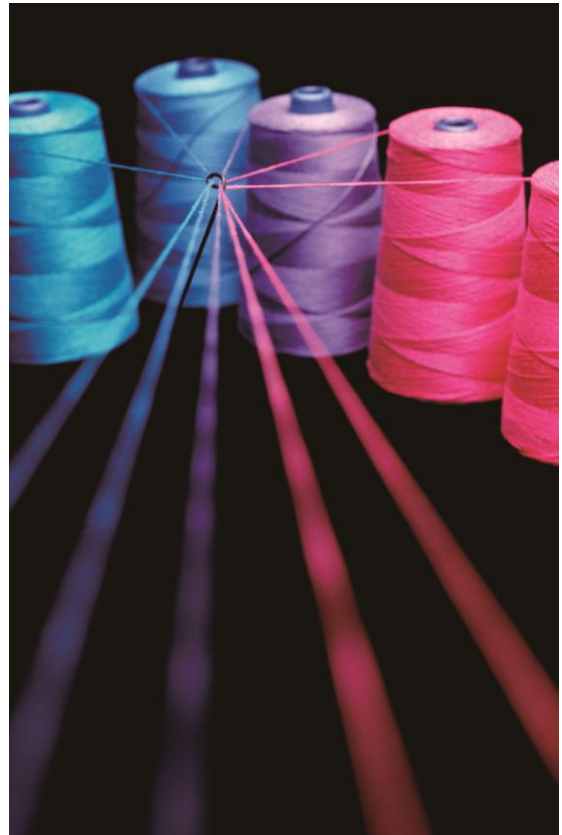
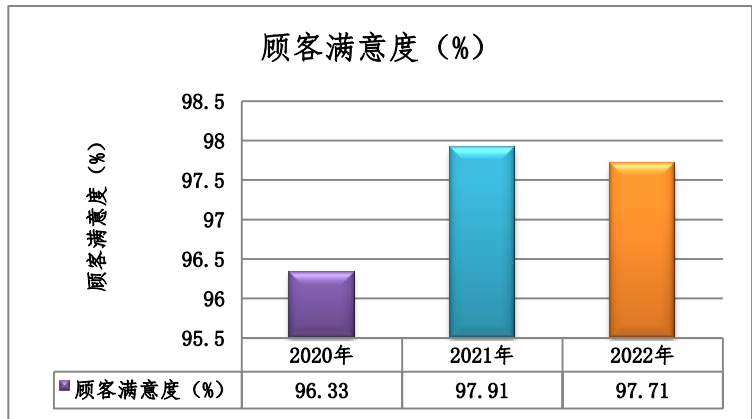
通过标签、批号、二维码和在筒管上植入芯片等形式跟踪产品质量。当发生质量问题时可以在第一时间追溯到问题纱锭和责任人。通过内勤人员跟踪业务经理的服务质量。

了解竞争对手和行业标杆的顾客满意信息，赶超先进水平

一直以来，公司在纺织行业中被公认为排在前列。但公司并未因此有半点松懈，非常关注行业的发展。定期收集、比较竞争者和行业的相关信息，分析对比公司与竞争对手的优势和劣势，不断调整公司的发展策略，改进公司的技术、生产和经营管理。主要采用的方式：

——通过销售人员和客户了解。

了解竞争对手产品在市场上的品牌影响力，价格定位和产品运行、售后服务、市场推广等方面的信息，由经营计划处汇总信息并进行分析，然后提出公司的改进方向和措施。



——通过行业协会了解。公司定期向行业协会了解行业内企业发展情况，同时，通过行业技术研讨会、论坛等，了解竞争者的发展情况。

——通过定期拜访竞争对手了解。了解竞争对手价格定位、以及市场推广方面的信息。

——购买竞争对手产品了解。了解产品的相关指标，分析自身的优势和不足。

华茂国际合作伙伴：



5. 打造品牌背后的品牌

质量是品牌的基础，品牌是质量的结晶。多年来，华茂始终坚持品牌至上理念，坚持走品牌兴企、品牌强企之路，全力打造品牌背后的品牌，着力扛起中国棉纺织品牌大旗。华茂产品已成为国内外知名企业 Zegna、Paolo、D&G、雅戈尔等指定配套产品以及他们的优质供应商，成就名牌背后的名牌。

6. 建立战略合作关系

公司本着“诚信·合作·品质·共赢”的原则，与多家供应商和客户保持战略合作伙伴关系，面对市场共同探索、增进信任、协同承担，有力地发挥整体协同效应。



公司每年积极开展供方评价，选择优质供应商，扶持、帮助供应商开展相关知识、技能培训和管理提升，有效的解决了采购质量瓶颈问题。并与百余家供应商签订了年度供货协议，明确双方的责任和义务，有效地确保了合同（协议）履行，维护了双方的利益，保证了供需的平衡。公司与众多供应商建立战略合作伙伴关系。如：与新疆建设兵团农一师二团、十团合作办厂和佳榆公司合作，购进 FLC 原料，返销棉亚麻针织纱，并逐步向其它客户推广等。通过与客户在产业链上互补，合作开发产品，如开发棉亚麻产品。

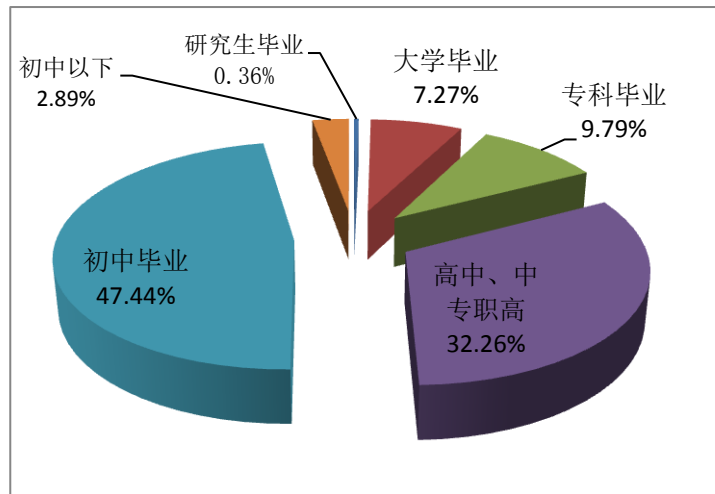
公司针对不同的顾客群建立差异化的顾客关系。与战略顾客建立战略合作伙伴关系。通过换股形式成立新的公司，开发新的产品和市场。如与意大利佰斯特公司以换股形式成立了安庆佰斯特公司，引入战略投资者



宁波申洲针织集团有限公司；同时定期由公司领导带领技术人员对重要顾客进行拜访，解决顾客技术上的难题。与国际上 SORONA 和 HX 公司合作，开发多种混纺及 AB 纱等系列产品。与部分高端客户签订协议，稳定合作。采取来料加工形式，稳定一部分机台长期生产。如与意大利知名品牌 ALBINI 公司的合作。与各行业标杆企业合作，开发新的产品。如与金泰公司合作，开发纯涤缝纫线产品。

(三) 和谐发展

2022 年，华茂集团在岗员工人数 3329 人，平均年龄 43.75 岁。其大专及以上学历员工 580 人，占总人数的 17.42%，；710 人拥有内聘职称。



三年来，每年公司加大了管理、技术、节能等方面的创新奖励。员工收入年均增长 5.94%，对涉及职业健康安全风险的指标实行定期检测，为员工定期提供免费体检、建立生产骨干疗、休养制度、保障房分配、持续“走出去”、“请进来”的学习与培训等福利待遇。

业健康安全风险的指标实行定期检测，为员工定期提供免费体检、建立生产骨干疗、休养制度、保障房分配、持续“走出去”、“请进来”的学习与培训等福利待遇。

1. 尊重劳动

我们尊重并依靠员工，员工忠诚成就“华茂”；我们努力把公司建设成为员工可以长期信赖的工作与生活家园，使得员工在“华茂”成长、成才，并进而为“华茂”的持续发展贡献力量。公司提倡“以人为本”，促进员工的全面进步，满足员工的发展需求，维护员工的根本利益，努力建设“和谐华茂”劳动关系，打造和谐稳定的用工机制和环



境，把企业发展与员工发展相统一，把企业进步与个人价值提升相融合。公司在员工招聘、薪酬、福利、晋升等方面坚持公开、公正、公平的原则，无性别、民族、年龄等任何形式的歧视，保障员工拥有平等机会。截止2022年末，公司共为40多名残疾员工提供

了力所能及的就业机会，并保证其享受平等的员工待遇。此外，公司关爱未成年人，拒绝招录未成年人从业。

2、福利保障

为保障企业和职工的合法权益，巩固和发展稳定和谐的劳动关系，维护企业正常的生产工作秩序，共谋企

业发展，特签订《安徽华茂集团有限公司集体合同》、《女职工权益保护专项集体合同》、《华茂集团工资专项集体合同》，严格依法治企，公司劳动合同签订率达100%，华茂集团连续第多年被评为“安庆市模范劳动关系和谐企业”。

建立企业职工困难救助基金，并规定了使用制度；在按时足额上交“五险一金”外，还给员工参保了“大病救助保险”，解决了员工大病住院的后顾之忧；建设了保障房，解决了无房职工的居住问题。为外地单身员工免费提供宿舍。为需要获得各种上岗证

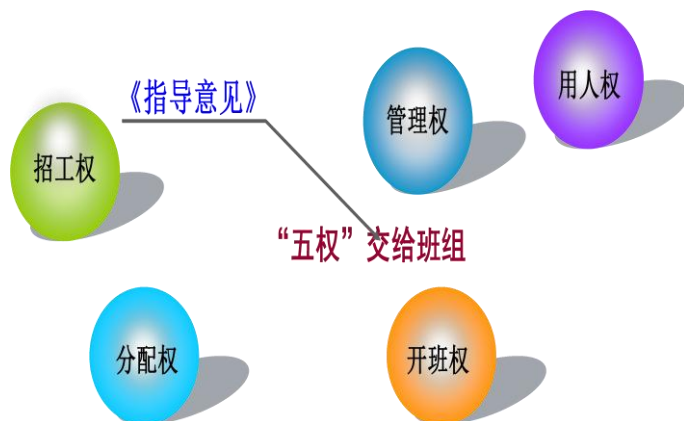


温暖工程

集团每年投资近500万元用于员工福利



安居工程



书、学历、技术职称的员工提供培训、费用报销等。公司提供免费可口的工作餐、舒适的集体宿舍条件，并对运转一线的员工提供便利的交通车。对于家在外地的单身员工，公司每年春节安排专车将每一位外地员工都送到家。这既方便了职工。也保障了生产。

3. 民主管理

职代会、工代会：公司每年召开一次职代会、工代会，会上代表们以高度的政治责任感和主人翁精神，认真履行职责，对行政工作报告、工会工作报告以及代表团提出的议案等进行充分的讨论、审议、表决。

班组民主管理：公司加强班组建设工作，推行班组民主管理，建立了班组“塔型体系”，并对命名班组、标杆班组进行成果发布。评比命名班组、标杆班组、优秀班组，通过班组自主管理，让员工真正当家作主，提高积极性，提升生产效率及效益，激发员工创造力。实行班组民主管理后，劳动生产率明显提高，员工收入明显上升，最低的涨幅为5.94%，最高的涨幅为10.24%。

4. 培训与发展

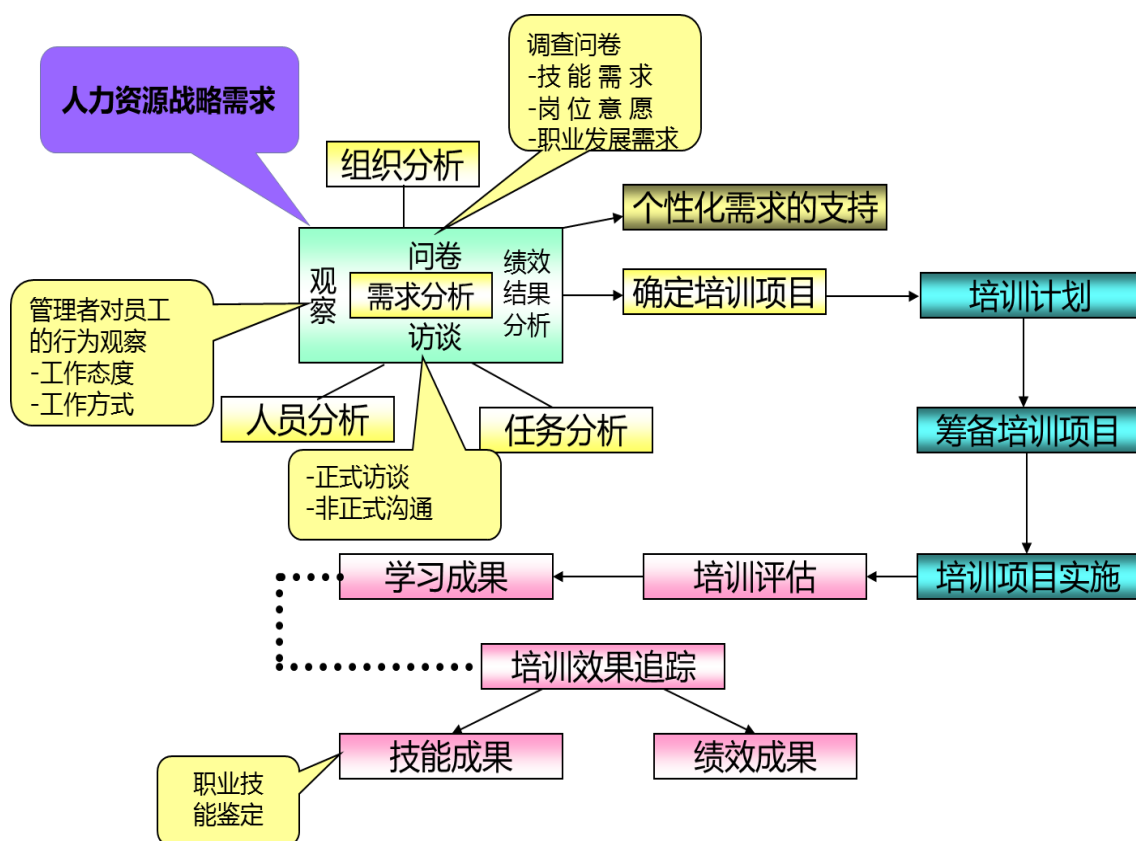
公司按照核心价值观和战略目标的要求，将员工教育和培训工作纳入发展战略规划，建立了二级员工教育培训体系，即公司级和部门级，制定了《员工年度培训计划》。

员工收入增幅5.94~10.24%





(1) 培训管理流程



(2) 培训层次及分类

培训分类	培训人员	培训方法
管理岗位	中层、大班级和班组长管理人员	能力培训、利用华茂智慧 APP 进行线上培训
专业岗位	设备维修人员	轮训、一专多能培训、利用华茂智慧 APP 进行线上培训
	操作人员	技能培训、一专多能培训、利用华茂智慧 APP 进行线上培训
	各专业技术人员	专业培训、一专多能培训、利用华茂智慧 APP 进行线上培训
	职能部门人员	岗位能力培训、利用华茂智慧 APP 进行线上培训
特种岗位	从事特种岗位人员	资格能力培训（委托外单位培训）
继续教育	参加学历教育人员	远程网络教育（东华大学）
	参加学历教育和需继续教育人员	校企联合办学（东华大学、安徽职业技术学院）
学术讲座	各专业技术、管理人员	每年按需求邀请相关学者专家来公司进行专题讲座、利用华茂智慧 APP 进行线上培训

员工培训



新员工岗前培训



外部讲师---管理层培训



管理人员学习战略管理



员工安全等各项培训

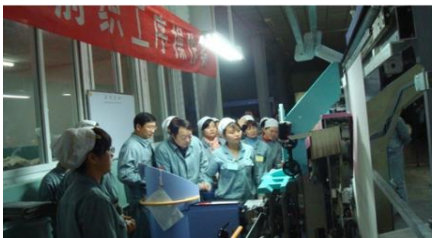


拓展培训

员工技能培训

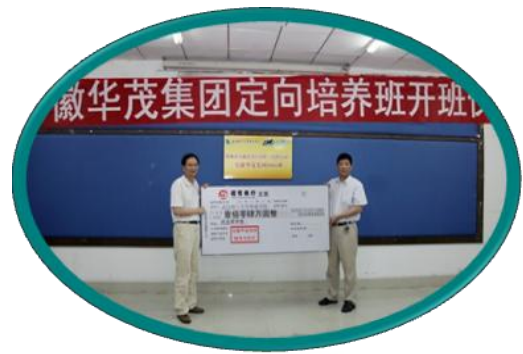
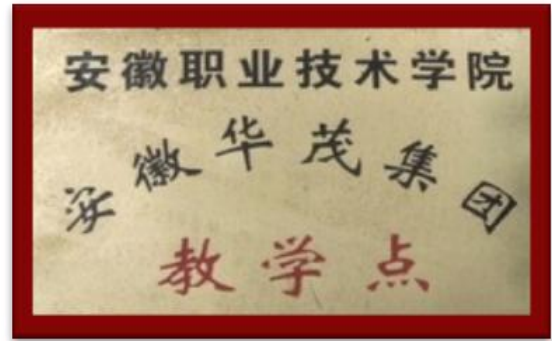
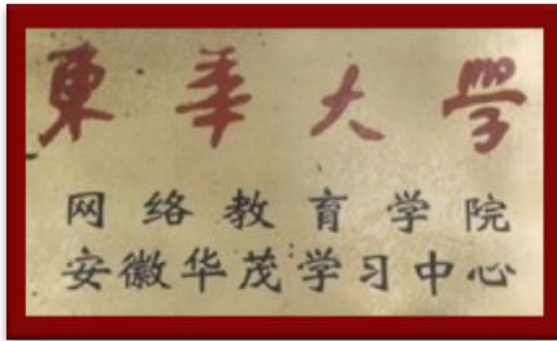


技能比赛



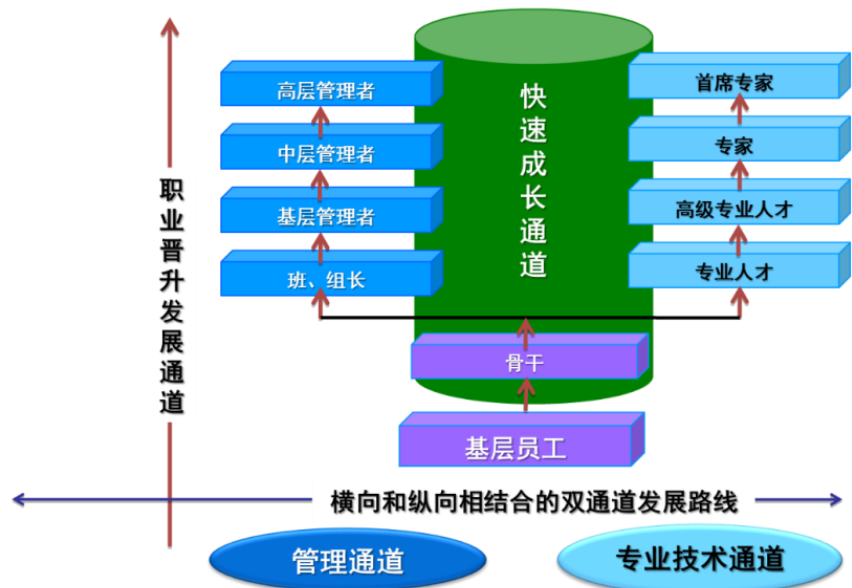
(3) 校企联合办学

拥有专门的办公和教学用房、联网多媒体计算机房、教学（二间多媒体教室和一间备有44台电脑的教学微机房）、远程教学设施、图书室和电子阅览室等，教学专用面积有700多平方米。建立了SAP、MIS系统和宽带10兆的局域网。



(4) 员工的职业发展

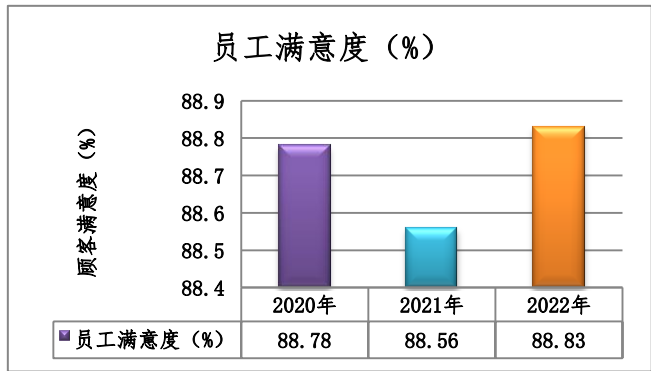
适应战略发展的需要，公司建立了管理及技术人才第二梯队，成立了复合型人才培养班、本科班、大专班等学历教育，做为管理和技术研发人才继任队伍。近三年，有多名新青年员工快速成长为管理骨干或研发骨干，并做出了相应成绩。



5. 员工权益和满意度



公司采用科学、系统、全面的员工满意度测量方法，由综合部、人保部等部门参加，问卷调查由物质回报、成长与发展、认可与赞赏、培训与学习等四个方面的内容构成，调查问卷每年随机发放481张，收回481份。通过调查了解



了员工的真实想法和发现管理工作的不足，相应提出改进措施并举一反三持续改进我们的工作，从而为提升公司的管理水平完善工作氛围确保公司的未来发展提供了保证。

丰富多样的员工活动



职工运动会



踏青联谊活动



春节联欢会



海南岛旅游



港澳旅游



江西、湖南旅游



齐全的娱乐设施



6. 沟通关爱

公司在与员工、相关方的有效沟通及激励员工方面，依法依规，以人为本做了许多积极的创新和尝试，内、外部沟通方式如下：

与内部员工，主要供货商和合作伙伴的沟通

对象	沟通方式与平台	内容	时间
内部员工	微信群、信息，广播、安徽华茂新闻网等	宣传公司重大事项和活动、改革创新新举措，员工应了解和需要知道的各类问题	每天
	厂务公开栏，《华茂通讯》、各单位宣传栏等		半个月、一个月
	董事长信箱，公司高管电话，公司局域网、留言栏，职工接待日、车间巡回等	在任何时间以信件、电话、信息方式与领导进行沟通	随时
	一、二级职代会、工作例会、调查问卷、座谈会等	释疑解惑、现场帮助解决问题和困难及其它需沟通的内容	一年二次
	员工培训	宣传公司企业文化、改革创新、转型发展新举措，提高员工综合素质	定期
供货方、合作伙伴、银行、高校等其他相关单位团体	特殊方式：参加展览会	常规内容：企业价值观、发展方向和绩效目标，以及企业的技术，经营能力及规模。 针对性的内容：视与供应商、合作伙伴的业务合作情况定。	根据发布日期和公司情况确定
	通用方式：招标会、评标会、专业评审会、参加讲座、论坛等相关专业会议，公司网站、向杂志撰稿，邀请人员来公司参观		视业务需要定期参加，领导层定期拜访交流

认真做好本单位困难职工的全面摸排，做到精准识别、精准帮扶，建立了困难职工解困脱困工作机制，在此基础上，以“四季送”（即春送岗位、夏送清凉、金秋助学、冬送温暖）为主要抓手，充分发挥了“特困补助、职工互助、会员生日慰问”等“三大基金”作用，为维护企业和职工队伍的稳定起到了重要作用。经统计，一年来，集团工会对特困职工及特困职工子女进行春节、端午慰问、中秋慰问共281人次，累计发放慰问金15.32万元；用于各单位职工生病慰问和父母去世的慰问395人次，累计发放金额为9.67万元。2022年，在9月开学季来临之前，将3万多元的助学金通过各基层分会一一转到家有学子的集团困难职工手中，解决了他们的燃眉之急。2022年，共有11名职工检查出患有癌症，发放了一次性补助金3.3万元，让患病职工感受到组织的温暖。

夏季高温时节，集团公司和工会共拿出10万元对在高温季节坚守在生产岗位上的工进行了慰问和送清凉，集团领导深入华泰公司、华意公司、织染公司、华维华欣等单位看望慰问一线职工；8月上旬大暑时节，安庆市副市长杨林和市总工会党组成员、副主席江凯等领导在集团领导的陪同下，专程来到华茂织染公司慰问正在生产一线岗位上辛勤工作的职工，市领导和总工会领导的关爱使大家倍感温馨和鼓舞。

7. 留人机制



为留住优秀的员工，公司从五个方面做好留住人才的工作。

(1) **职业发展留人**：即企业指导员工的职业生涯设计，并与员工共同努力，促进其职业生涯规划的实现；

(2) **企业发展留人**：企业制定明确的发展战略目标，使员工切身感受到他们的工作与实现企业的发展目标息息相关，同时让他们了解企业对他们的要求和期望；

(3) **公平竞争机制留人**：在企业内部建立健全各种必要的规章制度，努力促进公平竞争，使优秀人才脱颖而出；

(4) **沉淀福利制度留人**：中高层管理人员推行年薪制；劳模、标兵及生产骨干每年组织一次外出疗养，建造廉租房保障房等等；

(5) **以情留人**：尊重所有员工，关心员工的一切问题；全面坦诚的双向沟通，确保员工的认同感和忠诚度。



就餐



送职工回家过年



春节文艺汇演



趣味比赛

8、职业健康

公司领导每年组织专业人员辨识危险源点，对于重大、较大危险源点，编制管理方案，进行整改，预防事故的发生。另外，每年还组织员工进行职业健康体检，按规定发放劳动防护用品，保障员工身心健康。



《女职工劳动保护特别规定》落实情况：华茂是一个劳动密集型的大型纺织企业，

女职工占60%以上。企业在狠抓发展的同时，对《安徽省女职工劳动保护特别规定》进行了很好地宣传和贯彻，并从各个方面对女职工进行了特别保护和关爱，并维护了女职工和企业的两方面利益，实现企业和职工利益共赢，为构建和谐社会做出了努力。



9、安全生产

作为二级安全生产标准化企业，公司牢固树立安全发展理念，坚持“安全第一、预防为主”的安全生产方针，明确公司内各层级、各岗位的安全生产责任，实施安全生产绩效考核；通过制定安全生产规章制度、操作规程和安全生产应急预案，提高企业



安全生产水平；积极探索安全生产管理新模式，进一步完善管理制度、落实管理责任，逐步建立了符合公司发展需要的现代安全生产管理体系。

(1) 安全机构设置

公司成立安全生产委员会，董事长(主任)、总经理(副主任)、副总经理、各职能处室任第一负责人、各分厂厂长、子公司总经理任委员，下设安委会办公室，公司成立人力资源和环保部对公司安全生产进行监督管理。各二级单位成立安全生产分会，负责日常安全管理，全面落实安全生产主体责任。

(2) 安全管理体系建设

2007年通过职业健康安全管理体系认证；2013年通过省安全文化示范企业；2014年通过二级安全生产标准化企业，公司建立了完善的





安全管理体系，以标准化、程序化、制度化，提升安全、环境管理能力。

(3) 安全生产投入

公司每年末将计划下一年度安全生产投入，费用主要用于设备设施安全技术改造升级，消防设施器材装备配型和更换，员工职业健康安全体检，安全隐患治理，安全评价，职业卫生评价、消防安全评估、特种设备检测、特种作业人员培训、劳动防护用品购置等。

三年来公司制定安全管理方案24项，投入资金723.53万元，极大的改善了作业环境和条件。

(4) 安全生产培训

安全培训是安全生产工作中重要组成部分，集团公司高度重视员工安全生产培训工作，坚持培训不合格就是安全隐患。采取内培与外培相结合方式，主要有新员工入厂前军训，新员工三级安全教育培训、职业健康安全劳动保护培训、转岗员工安全教育培训、特殊工种安全教育培训、班组长专项培训、大班级管理人员专项培训、二级单位安全第一责任专项培训等。

(5) 安全检查与整改

安全隐患排查是安全生产工作重要抓手，坚持安全隐患就是事故的理念。华茂集团按照四级安全隐患排查责任体系，集团公司级：重大节日和特殊时期由集团公司领导带队，对全集团公司开





展安全大检查；公司安全主管部门每月进行策划检查；二级单位每周进行策划检查；大班（工段）每周至少一次安全大检查；班组每日落实安全检查。

安全隐患整改落实“四不推”原则；即：班组能解决的不推给大班（工段）；大班（工段）能解决的不推给分厂（子公司）；分厂（子公司）能解决的不推给集团公司；集团公司能解决的不推给主管部门，做到件件有落实。

(6) 安全事故应急响应与处置

公司成立了三个专职消防队共27人，配置三台3.5吨水罐消防车、10具正压式空气呼吸器及部分消防破拆工具。专职消防人员驻守在公司三园一城，主要负责原棉仓库守卫、防火监督检查、灭火救援、临时用火安全监护、消防安全培训。



各二级单位成立了义务消防队，负责本部门防火和灭火工作。

(7) 严抓安全生产，实现“三无”目标。公司获得“纺织企业安全生产标准化企业（二级）认证，安庆市“安全生产先进单位”。



(四) 绿色发展

1. 打造绿色产品

华茂持续的智能化创新，在技术装备、质量和管理等方面形成了较强的核心竞争力，加快了华茂产业升级力度，使公司全产业链实现节能减排，低碳经营模式。在中国棉纺织企业首次建



成企业能源管理中心(EMS)及产品“碳足迹”体系建设,能源管理中心建设根据纺织行业多工序、多机台的特点,因地制宜,独具特色的采用单机和小区域结合的联网形式,实现实时在线数据采集。采集的水、电、汽、空压能耗数据,进行分类分析处理,建立信息处理和能源预警系统,使集团公司可以对各重点耗能环节的能源利用状况实时监控,提高集团对部门用能情况监督管理的能力,提高节能监察工作的时效性和针对性,促进各部门提高节能意识。

2022年度公司充分发挥了能源管理中心(EMS)的作用,使公司的万元增加值能耗达到4.6844吨标准煤/万元,位于全国同行业领先水平。另外,有机棉产品和无浆布的推出,实现了华茂生产绿色产品的多年梦想。

2、环保节能

(1) 环境管理体系建设

公司于2004年通过环境管理体系认证,公司建立了完善的环境管理体系,以标准化、程序化、制度化,提升安全、环境管理能力。

根据公司“绿色、环保、节能”的核心社会责任,在履行安全、环保等公共责任方面,公司严格执行法律法规要求,并建立了测量方法和目标指标。

公司履行公共责任的关键过程、测量方法和指标



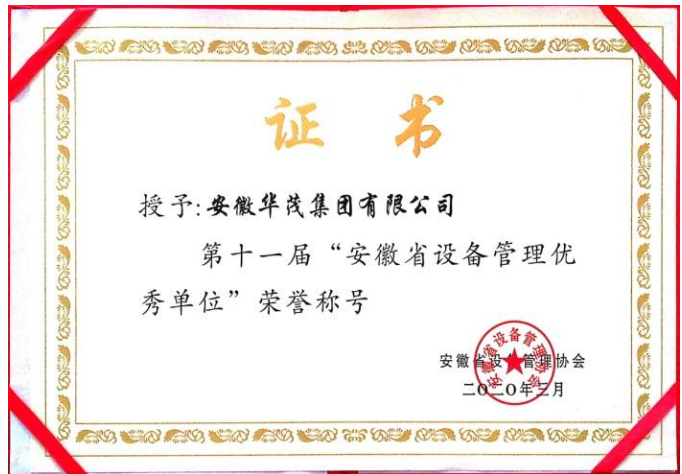
公共责任	关键过程	测量方法	目标	风险
环境、公共卫生	环境因素识别及评价； 环境目标、指标、管理方案制定及实施； 环境法规学习和培训； 环境运行程序的制定和实施； 环境应急预案制定、评价和演练；	生产过程中对污染物排放的例行监视和测量； 合规性评价； 内审和管理评审； 请第三方环保部门进行现场废水、粉尘、废气、噪声、固体废弃物排放监测；	重大环境事故：0； 生产现场产生的废水、粉尘、废气、噪声、固体废弃物等环境排放符合并超越国家规定标准；	设备噪音； 生产粉尘；
节能减排	列入战略规划； 提出约束性指标； 开展清洁生产； 技术改造；	推工业化和信息化融合； 能源合同管理； 使用变频器和LED光源； 淘汰耗能高的设备；	主要污染物排放达标合格率100%； 万元产值综合能耗0.16以下；	能耗超标； 主要污染物排放未达标；

(2) 投入资金，对设备进行改造，提升公司可持续经营能力

2022年，从设备技术升级、安全生产、节能减排等方面共实施了8项技术改造，投入资金62.74万元，提升装备水平，夯实质量基础。同时完善了能源管理中心系统(EMS)，实现企业各类能源管理的信息化、自动化。

(3) 淘汰高能耗产能，实现节能降耗

如淘汰燃煤锅炉、采用节能锭子、节能电机、使LED光源等，促进公司资源节约和综合利用；2022年公司万元产值综合能耗在省内同行业处最低水平，在全国同行业中也是名列前茅。



(4) 加强环保治理，实施清洁生产

建立污水处理站及锅炉水幕除尘装置等，三年来，公司用于生产废水、废气、环境在线监测等投资达36.22万元，主要污染物排放达标合格率100%，有效降低了生产过程中的污染源，并通过了安徽省清洁生产审核。



入
使
用
的
污
水



(5) 环境污染治理设施运行

公司建有一座污水处理站，其中：三园建有一座处理能力为180 m³/d，废水处理工艺采用EIC厌氧反应+SBR工艺。另外工业城企业工业废水，由第三方专业化运营单位进行集中进行处理，有效的节约环境资源，目前处理能力12500 m³/d。外排废水通过处理合格后，并经过在线监测，确保达标排放。



三年来公司制定环境管理方案20项，投入资金323.55万元，极大的改善了作业环境和条件。

(五) 共享发展

1、社区活动

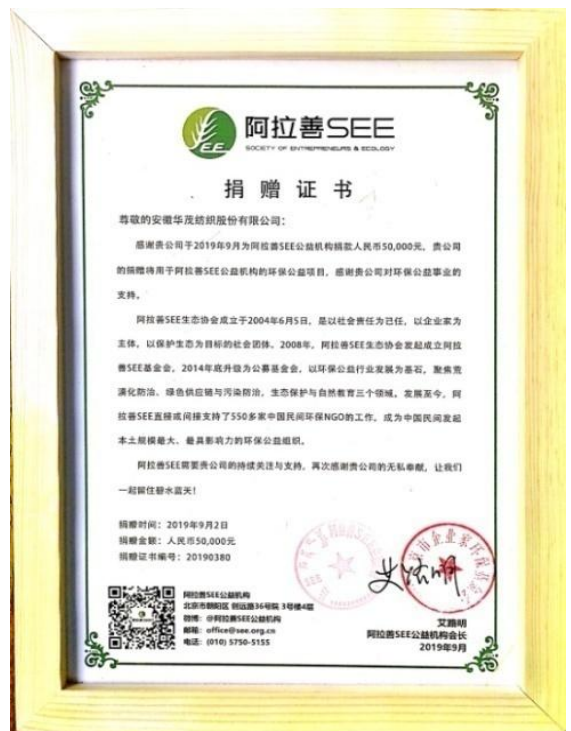
华茂集团勇担社会责任，积极参与安庆市创建全国文明城市建设，并成立志愿者队伍和突击队，为创建文明城市服务。

承办安庆市职工技能大赛，弘扬“工匠精神”。

公司坚持军民共建三十八年，每年的“八一”建军节和春节，公司高管组织军民共建小组到驻宜部队进行慰问，并在春节期间编排两支文艺节目参与部队“军民鱼水情”联欢晚会。

2. 公益活动

2022年以来，通过支持国家行业协会发展、参与行业标准制定、支持教育事业、建



设并改善希望小学教学条件、美好乡村建设、残疾人事业、精准扶贫，坚持军民共建活动、社区公共环境、帮困助学、扶贫救困等公益活动。

3. 关注弱势群体

公司董事长倪俊龙多次将自己的劳模奖金资助困难员工或学习型班组开展学习活动。高层领导的带头作用，深深影响着员工支持公益活动的热情。

4. 精准扶贫

华茂集团扶贫领导小组深入扶贫点，与所在地政府一起，按照实际情况共同商讨制定专项扶贫措施，并编制100万元的扶贫专项资金，在光伏基地、特色农产品种植、特色旅游、合作社入股、帮扶就业五个方面开展卓有成效的帮扶工作。华茂集团帮扶建设两个光伏电站已并网发电，特色农产品种植基地已完成主体建设，并荣获扶贫攻坚贡献奖。2022年经有关部门复查，华茂集团帮扶的扶贫点已实现脱贫。



四、展望未来



“十四五”期间，安徽华茂集团将紧紧围绕高质量发展的创新型纺织旗舰企业的总体定位，努力实现“百亿企业”的总体目标，进一步优级化纱线、坯布、面料、无纺布+贸易的“4+1”的业务板块，发挥产业链协同效应，逐步建立知识驱动型的高瑞纺织制造、现代化纺织贸易、绿色健康时尚的纺织产业新体系。



“新时代，新纺织，新征程”。华茂集团作为有深刻社会责任的企业，多年来一直秉承“追求卓越、奉献社会”的价值理念，在创造经济效益的同时积极参与社会公益事业，用实际行动和自身发展来影响、回报社会，努力将追求利润和承担社会责任有机融合在一起。2022年公司将积极发展绿色制造、参加社会公益活动，主动投身慈善事业，真诚关爱弱势群体，扶危济困，奉献爱心，回馈社会，切实履行了社会责任。

