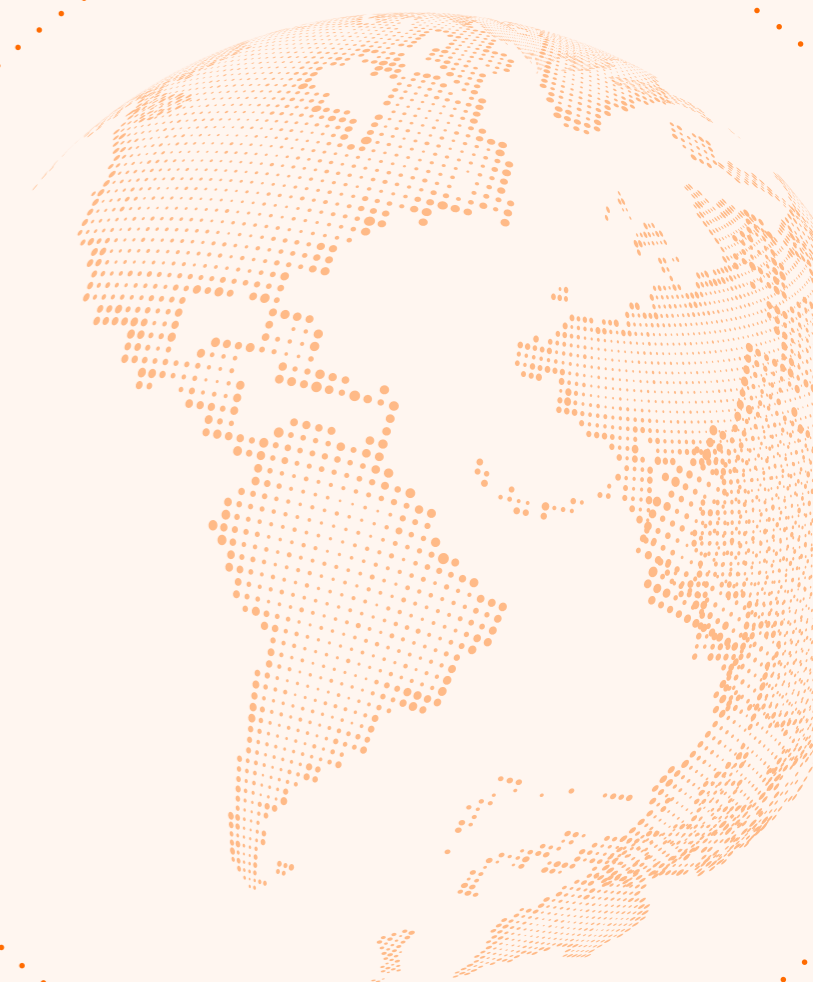
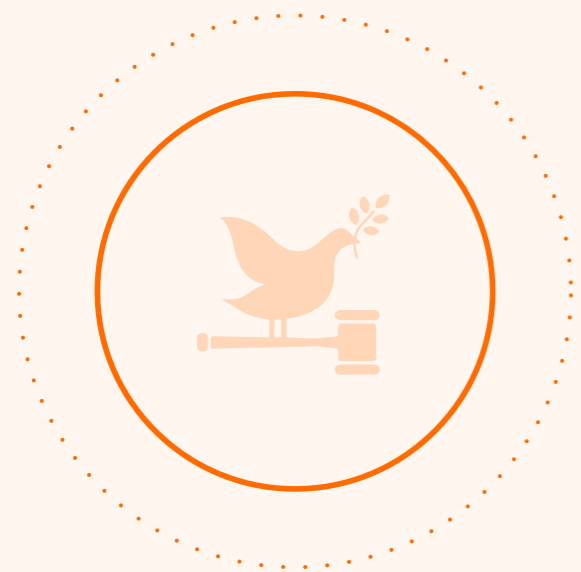


SUPOR 苏泊尔

2022年度环境、社会及治理（ESG）报告

2022 Environmental, Social and Governance Report



（证券代码：002032）

浙江苏泊尔股份有限公司

目录

P01



关于本报告

P03



管理层致辞

P07



1 关于苏泊尔

- 1.1 公司概况
- 1.2 企业荣誉
- 1.3 利益相关方沟通
- 1.4 可持续发展目标回应

P17



2 治理原则

- 2.1 治理机制
- 2.2 合规经营

P27



3 关爱地球

- 3.1 资源管理与循环革命
- 3.2 污染防治与绿色发展
- 3.3 气候变化与生态管理

P45



4 社会责任

- 4.1 平等雇佣与权益
- 4.2 员工福利与保障
- 4.3 职业健康与安全
- 4.4 员工培训与发展
- 4.5 公益及社区参与

P61



5 产品责任

- 5.1 品质管理
- 5.2 创新变革

P69



6 可持续供应链

- 6.1 严格准入，品质为先
- 6.2 责任采购，负责营销

P77



7 客户服务与权益保障

- 7.1 消费者运营
- 7.2 售后服务

P83



8 对标索引表



关于本报告



报告简介

本报告是浙江苏泊尔股份有限公司及其子公司(以下简称“苏泊尔”、“本公司”或“我们”)发布的环境、社会与治理报告(以下简称“本报告”),旨在呈现苏泊尔2022年度在环境、社会与治理方面的管理实践以及工作表现。

本报告于2023年3月29日经本公司董事会审议通过,真实、客观地反映与披露了苏泊尔2022年度对股东、员工、供应商、客户、消费者等利益相关方所承担和履行的环境、社会与治理责任。

苏泊尔董事会及全体董事保证本报告内容不存在任何虚假、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。



报告数据说明

报告所使用的数据和案例均来自本公司的内部文件、统计报告及相关履责情况的汇总和统计。



报告组织范围

本报告所披露的内容涵盖范围与年报口径一致。



报告编制基础

本报告按照《深圳证券交易所股票上市规则(2022年修订)》和《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》对企业社会责任履责和披露要求编制,并参考了中国社会科学院《中国企业社会责任报告指南基础框架(CASS-CSR 4.0)》、香港联合交易所《环境、社会及管治报告指引》以及全球报告倡议组织(Global Reporting Initiative,简称GRI)发布的《GRI标准》(GRI Standards)“核心”选项。



报告时间范围

本报告为年度报告,时间范围是2022年1月1日至12月31日。为增强报告的可读性,部分内容或数据涉及到以往年度或后续年度。



获取及回应本报告

本报告可在浙江苏泊尔股份有限公司官方网站(<https://www.supor.com.cn/>)、深圳证券交易所网站或巨潮资讯网下载电子版。本报告以中英文两种文字出版,在对两种文本理解发生歧义时,请以中文文本为准。



 管理层致辞

Letter from the Management

回顾 2022 年，苏泊尔在经营方面克服国内外市场低迷的困难，在外销业务下滑的情况下内销达成较好增长，全年销售额略有下降但净利润保持了小幅增长。随着国内外市场逐步恢复，公司对未来持续增长充满信心。

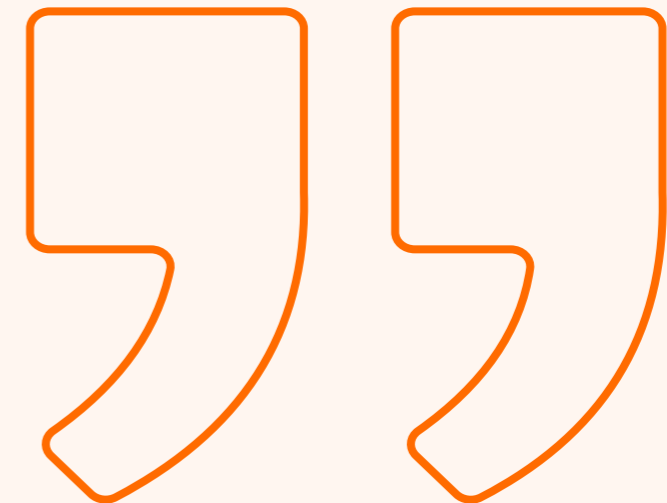
在国家的“双碳”战略的引领下，我们在责任供应、低碳物流、绿色消费等方面持续引入绿色运营的理念，以低碳行动为目标，提高资源利用率，持续降低温室气体及废弃物排放，推动行业及企业持续发展。同时，苏泊尔为绿色发展加速，不断推行能源综合利用，在公司层面制定节水和大气污染物治理方案，推动各基地分布式光伏项目落地建设，持续培育员工绿色环保意识，为建设美好地球提供有生力量。2022 年，面对遏制气候变化与企业绿色低碳转型的呼吁，苏泊尔积极承担环境责任，在节能减排方面积极探索，并新增落地多个减碳计划。

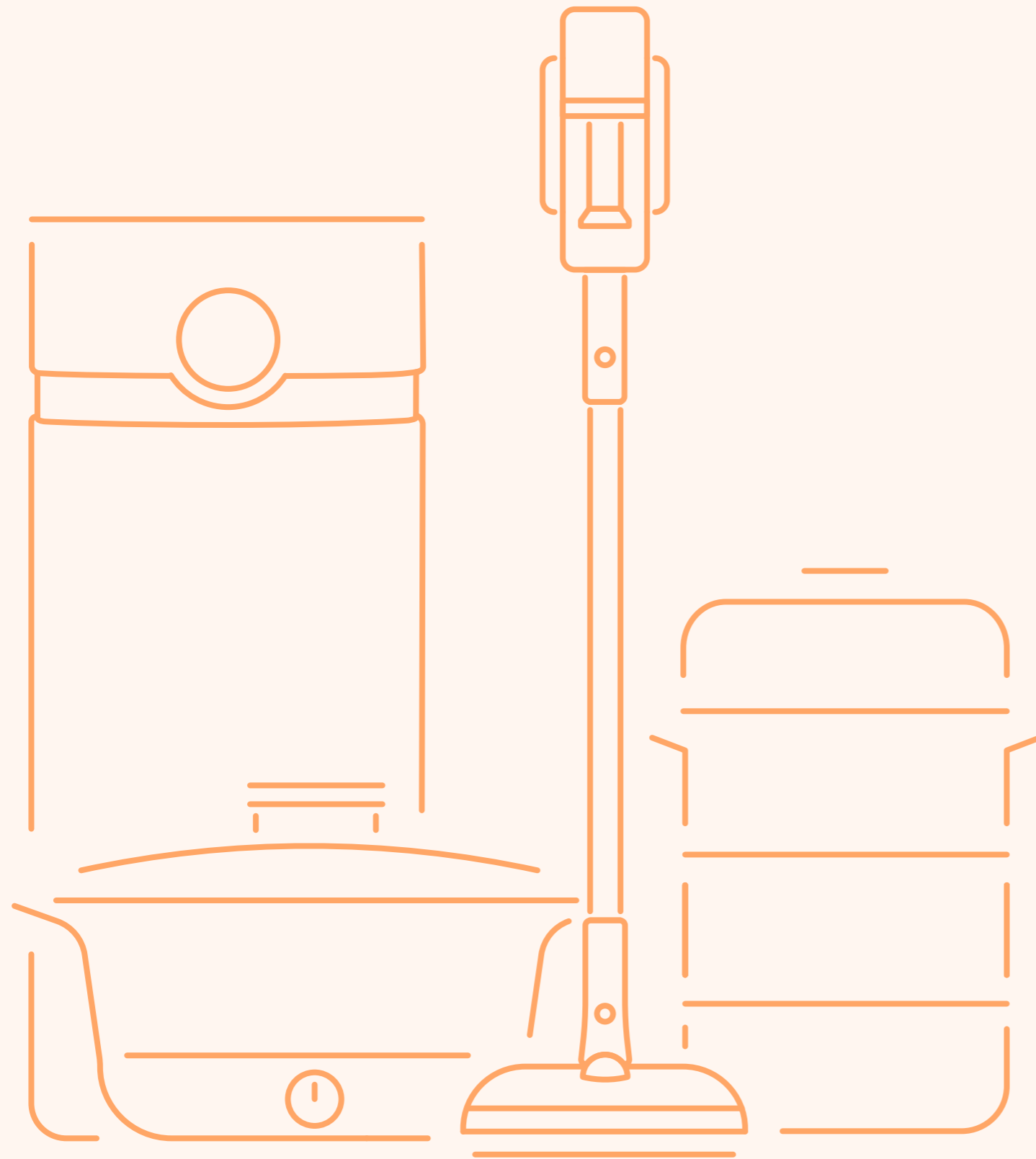
展望 2023 年，我们对创新驱动做了全面部署。我们专注于消费者行为洞察，以可持续、健康、绿色等为关键词，从受众群体出发，针对不同细分市场持续打造智巧产品。在内部创新闭环构建同时，大力推进产研结合，以更专业、科学的角度推进研发，借助外脑提高创新效率，在保证品质同时不断释放创新动能。

我们感激每一位苏泊尔人对公司的付出与奉献，公司竭力为所有员工创造能够实现自我的平台。在援建苏泊尔小学的同时，我们积极为下一代生活教育课程提供便利与支持，让不同地区的孩子都能够感受到更有温度的生活，为他们提供更美好的生活体验。

我们主张分享责任、权力和利益，健全监督系统，不断完善公司治理架构。公司全面加强风险管理，建立风险识别地图，借助数字化手段，体系化评估企业运行情况。同时，我们遵循公平公正公开原则，持续优化、努力营造良好的公司氛围。

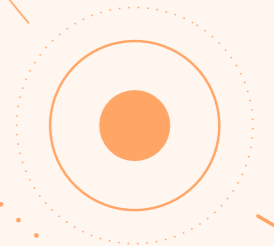
未来，苏泊尔将继续坚持品质与创新的企业战略，坚持较高的经营道德水准，不断将 ESG 理念融入企业经营管理中去。在生产经营领域不断借助技术力量，以低碳制造、绿色发展、数字智能为方向，不断推动 ESG 工作在企业的提升和发展。





01

About SUPOR 关于苏泊尔



关于苏泊尔

1.1 公司概况

苏泊尔是知名的炊具、小家电的领导品牌，创立于1994年，2004年在深交所上市（股票代码002032），是中国炊具行业首家上市公司。公司总部设在中国杭州，共拥有6大研发制造基地，分布在浙江玉环、杭州、绍兴（越城、柯桥）、湖北武汉和越南。截止2022年末，公司合计有10,224名员工。苏泊尔的主要业务包括明火炊具、厨房小家电、厨卫电器、生活家居电器四大领域。

 **1994**年
公司创立

 **2004**年
(股票代码 002032) 深交所上市

 **10,224**名员工
截至2022年末

6 大研发制造基地
玉环、杭州、越城、柯桥、武汉、越南

4 大业务领域
明火炊具、厨房小家电、厨卫电器、生活家居电器



1.2 企业荣誉



2022.01

荣获“第十一届中国公益节
年度责任品牌奖”



2022.04

荣获“中国上市公司
最佳投资者关系奖”



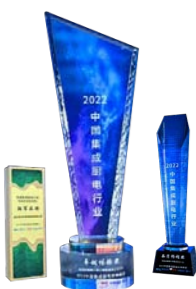
2022.05

荣获“湖北省五一劳动奖章”



2022.07

获评“全国小家电质量领先企业”
通过浙江省清洁生产企业验收



2022.08

入选福布斯发布的
“2022 中国数字经济 100 强榜单”
荣获“2022 中国集成厨电行业领
军品牌”“品质畅销奖”“卓越体验奖”



2022.09

入选“主板上市公司价值
100 强”
获评“浙江省知识产权示范企业”



2022.12

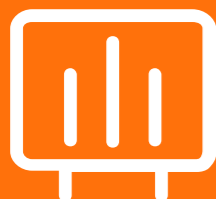
荣获“2022 年度
优秀社会责任报告奖”
入选浙江省年度节水标杆企业



2023.01

入选“2022 年度浙江上市公司
最佳内控奖 30 强”

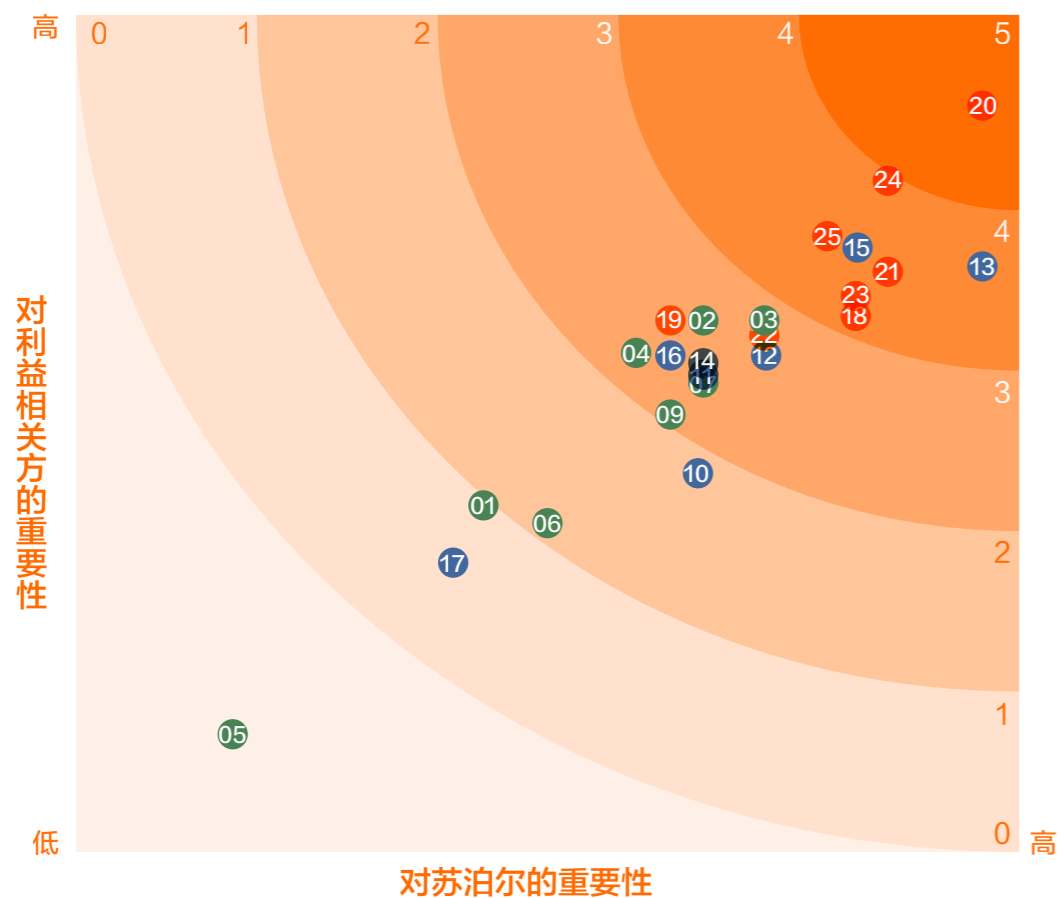
1.3 利益相关方沟通



公司开展了 ESG 重点议题分析的工作，以作为公司 ESG 治理及信息披露的重要参考依据。通过可持续发展背景分析、利益相关方识别、议题识别、问卷调研等流程识别出公司 25 个 ESG 关键议题，从“经济、环境和社会影响的重要性”和“对利益相关方评估和决策的影响”两个维度，对 25 个议题按重要性进行打分，形成 ESG 重点议题矩阵。



内外部利益相关方均值分布图



- 环境
- 社会
- 公司治理

E 环境

- 水资源 01
- 原材料 02
- 能源消耗管理 03
- 包装材料 04
- 废气 05
- 温室气体排放 06
- 环保投入 07
- 绿色产品 08
- 绿色环保行动 09

S 社会

- 员工薪酬与福利 10
- 员工平等与多元化 11
- 供应链环节管理 12
- 产品质量与安全 13
- 负责任营销 14
- 用户服务 15
- 行业发展 16
- 慈善行为 17

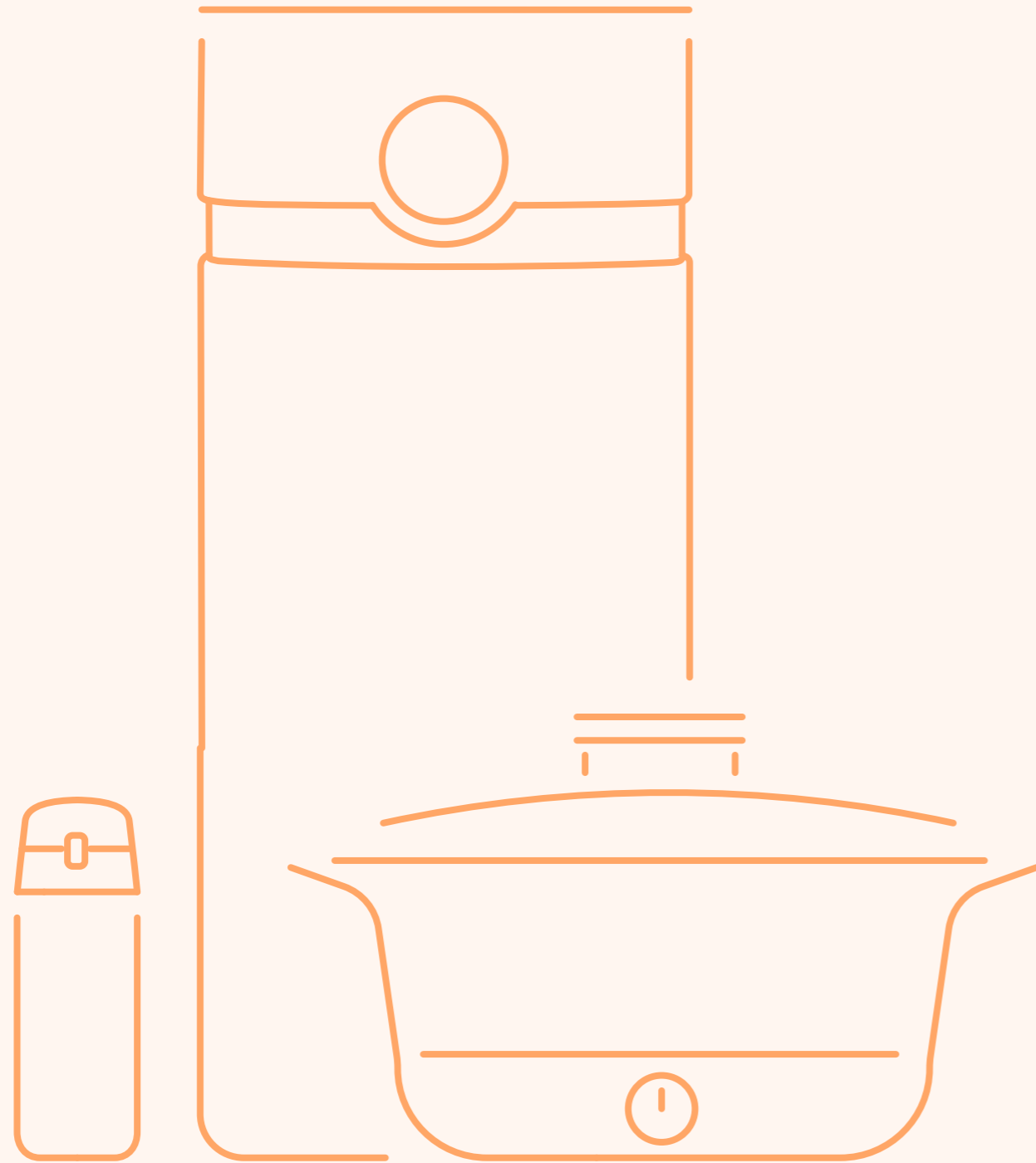
G 公司治理

- 治理战略及流程 18
- 内部控制 19
- 合规经营 20
- 廉洁建设 21
- 公平竞争 22
- 风险管理 23
- 数据安全与隐私保护 24
- 研发情况 25



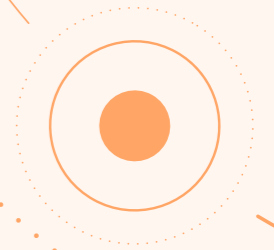
1.4 可持续发展目标回应





Governance Principles 治理原则

02



治理原则

公司以可持续发展为战略导向，以公司实际为出发点，持续建立健全企业管理机制。2022年，公司主要在治理机制和合规经营两方面积极履责，为公司的稳健发展夯实根基。一方面，通过完善组织架构，制定绩效考核体系，实现全员绩效考核；另一方面，公司进一步完善内部的合规管理机制，开展反贿赂、个人信息安全保护等多项专项主题培训，不断提升员工的合规意识，全面提升公司治理能力。

8 体面工作和经济增长



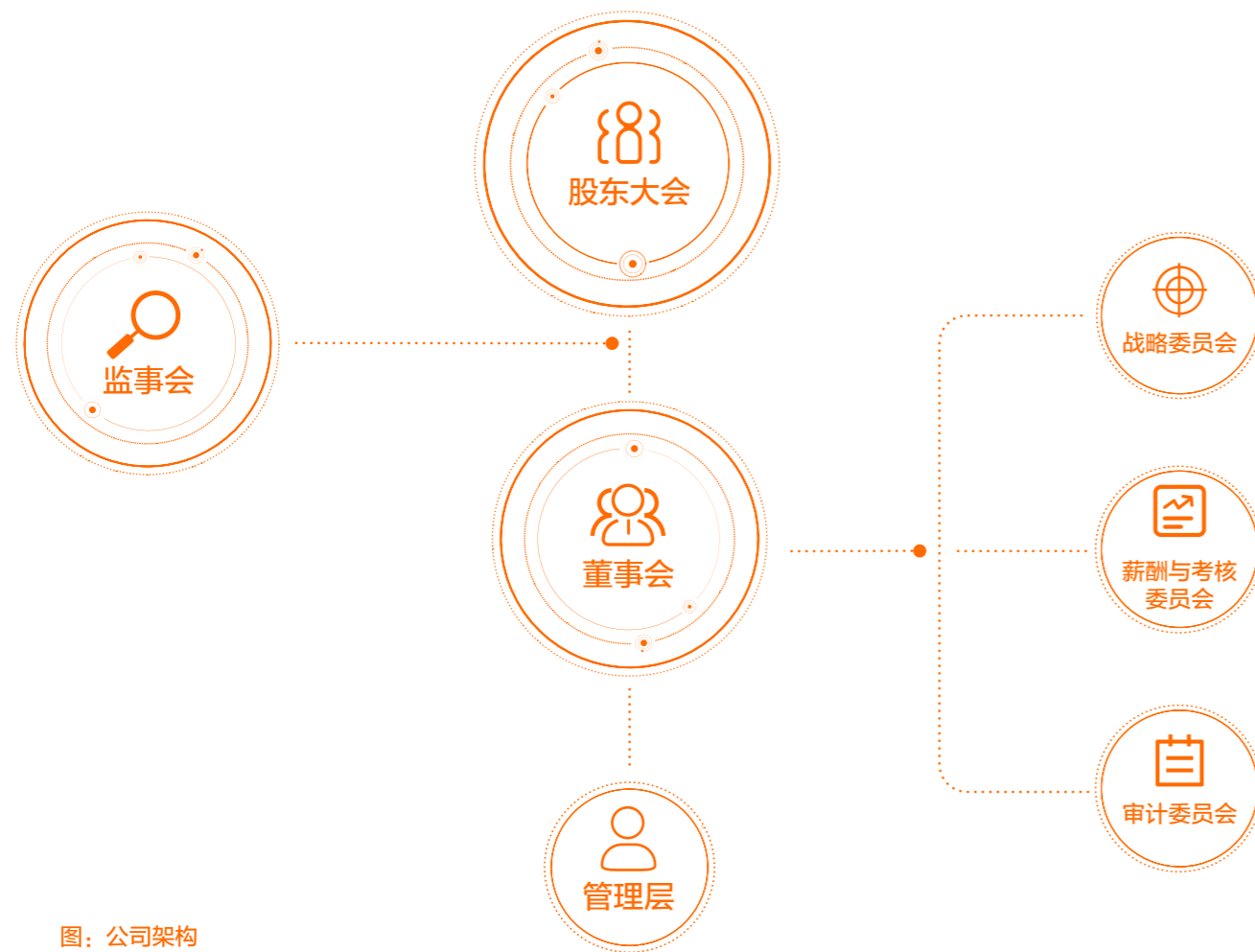
治理原则

2.1 治理机制

公司重视治理架构的完善和搭建。目前，公司按照相关法律法规设立了股东大会、监事会、董事会及下属委员会，并且通过建立全方位、多层次的董事会机制，提升董事履职能力，保障公司规范治理¹。目前，公司目前有独立董事三名，占全体董事的三分之一，独立董事充分发挥专业特长，为董事会开展审慎、科学的决策和促进公司规范运作方面发挥了重要作用。在组织架构方面，公司已建立规范有序的治理结构，形成了权责分明的制度体系，保障公司管治高效合规；在信息披露方面，公司严格按照证监会、深交所的要求²，参照定期报告的编制规定，及时、准确地完成了2022年度定期报告和临时公告的披露工作，对股东和投资者关心的重大或突发事件高度重视，并且严格做好披露前的保密工作，确保投资者能及时、公平、准确、完整地了解公司的真实状况。

2.1.1 组织架构

在长期的公司治理实践中，我们始终致力于实现高标准的企业管治，不断完善现代企业治理结构，持续规范内部治理框架，积极营造良好的内外部治理环境，切实维护全体股东利益，促进公司的健康稳定发展。



图：公司架构

¹ 公司严格按照《公司法》《证券法》《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》《上市公司治理准则》和中国证监会法律法规的要求

² 《深圳证券交易所股票上市规则》



2.1.2 绩效与考核

公司董事会下设薪酬与考核委员会，由2名独立董事和1名董事组成，负责审议公司薪酬与考核方面的重大事项。

公司实行全员绩效考核体系，每年根据实际情况制定年度考核方案，考核结果与员工绩效工资、职级升降等密切挂钩。其中，公司还建立了完善的高级管理人员绩效考评体系和薪酬制度，高级管理人员的工作绩效与其收入直接挂钩。每年年初，公司依据上一年年初制定的各项关键绩效考核指标（KPI）对公司高级管理人员的工作能力、履职情况、责任目标完成情况等进行年终考评，同时兑现年度绩效工资。

报告期内，公司实施了《2022年限制性股票激励计划（草案）》，该激励计划考核分为公司层面、业务单元层面以及个人层面，充分调动了公司中高层管理人员及核心员工的积极性，能够有效地将股东利益、公司利益和员工个人利益结合在一起，实现员工与公司的共同发展。

2.1.3 信息披露与投资者沟通

公司对于日常信息、重大信息、重要事件在经审议通过后及时进行了真实、准确、完整、及时、公平的披露。报告期内，公司信息披露考评等级为A级，编制与披露定期报告共4份，发布临时公告72个，并且做好了信息披露文件的归档管理及信息披露前的保密工作，在信息披露上做到了简明清晰、实质有效。

2.2 合规经营

合规经营是公司可持续发展的重要保证。近年来，苏泊尔通过健全监督系统，发布员工职业道德守则、内控手册及反舞弊制度、推动风险评估、完善审计结果评价体系等方式，进一步巩固了三道防线的公司治理和风险管理机制。未来，公司还将持续在优化内控流程，关注实质性风险，提升运营效率，加强绩效管理等方面不断前行，在数字化智能化的过程中实现业务稳步健康发展。报告期内，公司在风险管理、反舞弊与公平竞争，廉洁建设以及信息安全与隐私保护四个方面进一步完善合规的内部管理机制。





2.2.1 风险管理

公司重视风险管理，将风险管理工作与业务相融合，积极探索和建立有效的风险管理机制。公司根据既定的战略目标和风险偏好，按照业务发展不同阶段的特点，采取风险自我评估、反腐败调查问卷、风险地图、税务风险矩阵等不同形式，以定性与定量相结合的方法，全面系统持续地收集相关信息，及时识别和系统分析生产经营过程中的人力资源、管理、创新、财务、资产、健康、安全、环保、数据保密、营业损失、可持续经营等方面的内部风险和政治、经济、法律、税收、科技、自然环境、社会环境等方面的外部风险，在权衡成本效益原则的基础上，确定与公司风险承受能力相匹配的风险应对策略，采取适当的控制措施，实现对风险的有效应对。

公司根据《企业内部控制基本规范》及其配套指引的规定和其他内部控制监管要求，结合本公司内部控制制度和评价办法，在内部控制日常监督和专项监督的基础上，我们对公司年度内部控制有效性进行了评价。公司不断强化数字化进程，进一步利用信息技术固化内控流程，在兼顾效率的同时，降低内控风险，提升管理效力。同时，公司将更多的数字化技术运用到内审监管上，运用大数据检视非常规操作，并且把数字化工具推广用于部门自查。

公司设有审计部门，向董事会审计委员会汇报。审计部门通过开展内部审计、内控咨询、组织风险评估等多种方式，评价公司的内部控制水平及流程控制和组织的效率效果，对于监督检查过程中发现的内控缺陷和潜在风险，及时向管理层和审计委员会报告，并推动相关部门制定行动计划并跟进整改情况，确保内部控制有效执行。

2.2.2 反舞弊与公平竞争

公司严格遵循国家有关反贿赂、反舞弊等方面的法律法规，设立相关反舞弊制度，制度旨在体现公司价值观，加强公司治理和内部控制，降低经营风险，确保公司秉承公平、诚信、透明的原则开展业务。

公司建立有反舞弊委员会，委员会成员包括股份公司总裁、财务总监、法务总监和人力资源总监。反舞弊委员会定期召开会议，审阅舞弊案件的调查进展和结果，商讨和审批后续处理和行动方案。审计部负责反舞弊工作的日常运作。各责任中心如发现舞弊事件，应第一时间报告审计部。

公司对新晋管理者开展《预防职务犯罪》专项培训，已经累计培训近 386 名新任经理，内容涉及侵犯商业秘密、挪用资金、商业贿赂、职务侵占等职务犯罪相关课程。报告期内，32 位管理者参加了《刑事合规视角下职务类经济犯罪防范》培训，179 位新入职员工参加了《员工反舞弊》培训，4227 名新员工参加了《员工职业道德》培训。

4,227 参加了《员工职业道德》培训
名新员工

386 开展《预防职务犯罪》专项培训
名新任经理（累计）

179 参加了《员工反舞弊》培训
位新入职员工

32 参加了《刑事合规视角下职务类经济犯罪防范》培训
位管理者

反舞弊工作机制流程

反舞弊委员会对反舞弊工作进行协调、指导和监督。



登记

审计部登记



受理

评估确认是否属于
受理范围



调查

指定反舞弊调查负责人
小组展开调查



报告

向反舞弊委员会汇报调查进展和结果
并定期向审计委员会报告向责任中心
负责人报告调查结果



跟进

审计部跟进责任中心
处理结果和业务/流程风险
改进结果



反馈

向实名举报人反馈
调查处理结果



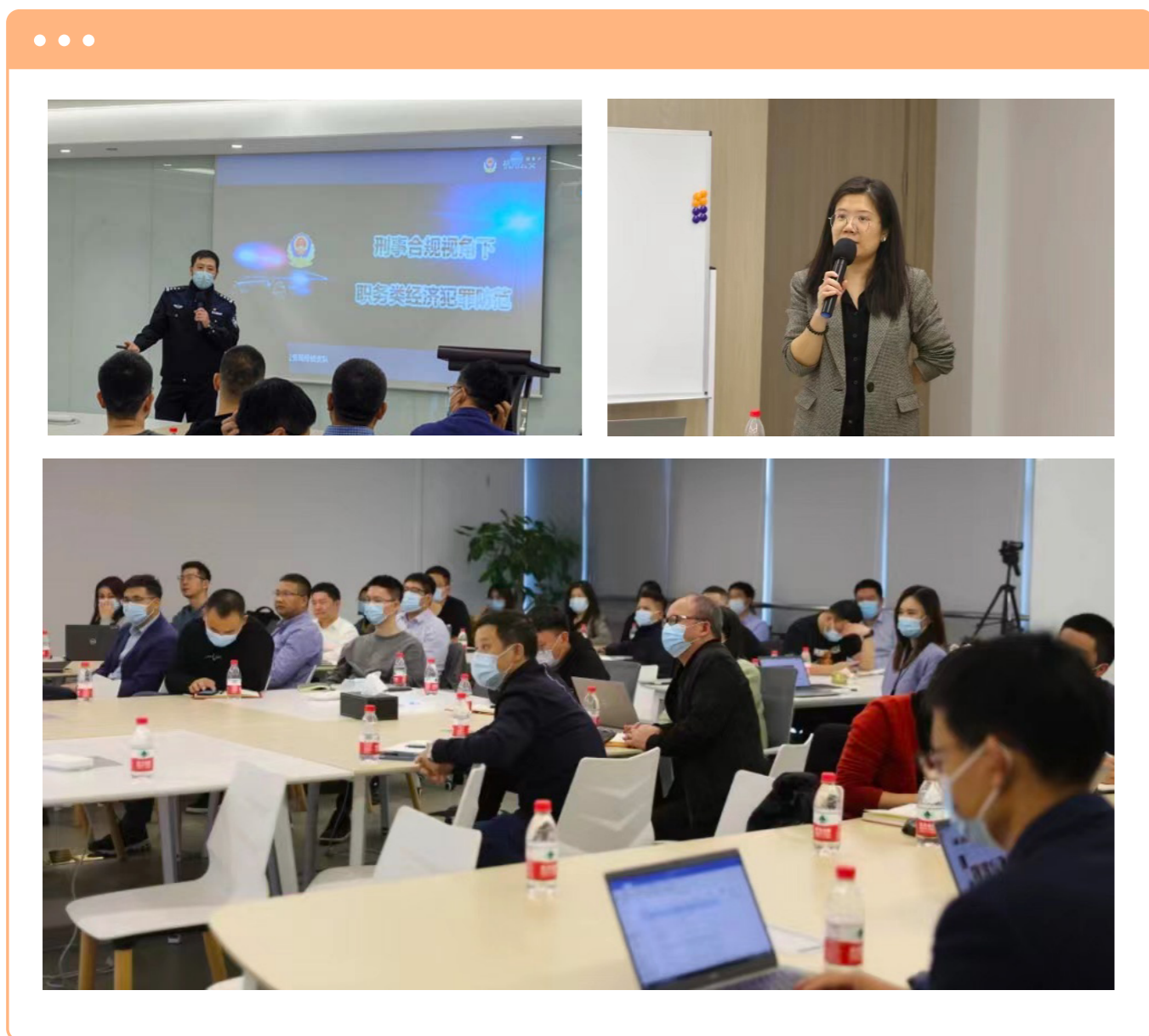
处理

责任中心/事业部报处理
方案经反舞弊委员会批准
视情况将处理结果在一定
范围内公示警示



2.2.3 廉洁建设

公司扎实有效地推进廉洁建设，为生产经营健康发展提供坚固保障。公司主动对员工开展廉洁主题专项培训活动，并请公安经侦专家来公司对业务部门骨干管理人员进行企业职务犯罪教育培训。公司设有指定监督举报渠道，并通过内部行文、官方网站、SRM、CRM 系统等方式公布，邀请供应商、经销商等利益相关方对员工的廉洁自律行为进行监督。同时，公司不定期在公司公众号发布宣传廉洁从业的提醒，在经销商供应商管理系统发布反腐提醒。



2.2.4 信息安全与隐私保护

公司不断完善内部相关制度，多措并举，规避隐私泄漏风险，构建安全有序的运营环境。公司制定了信息安全的相关策略，对办公设备、公司的互联网资源、公司邮箱的使用，以及密码使用策略、数据、文件安全和网络限制均予以规定，为日常办公运营所涉及到的隐私保护操作给予明确指引¹。

¹ 《中华人民共和国个人信息保护法》《中华人民共和国消费者权益保护法》

公司逐步建立健全个人信息保护制度、规范及流程体系文件，针对 APP、小程序、会员活动以及与个人信息处理有关的系统等开展个人信息保护审核，对涉及个人信息的相关业务进行 PIA 评估，通过风险项整改和相关文件签署进一步确保个人信息处理活动安全可靠。

个人信息保护

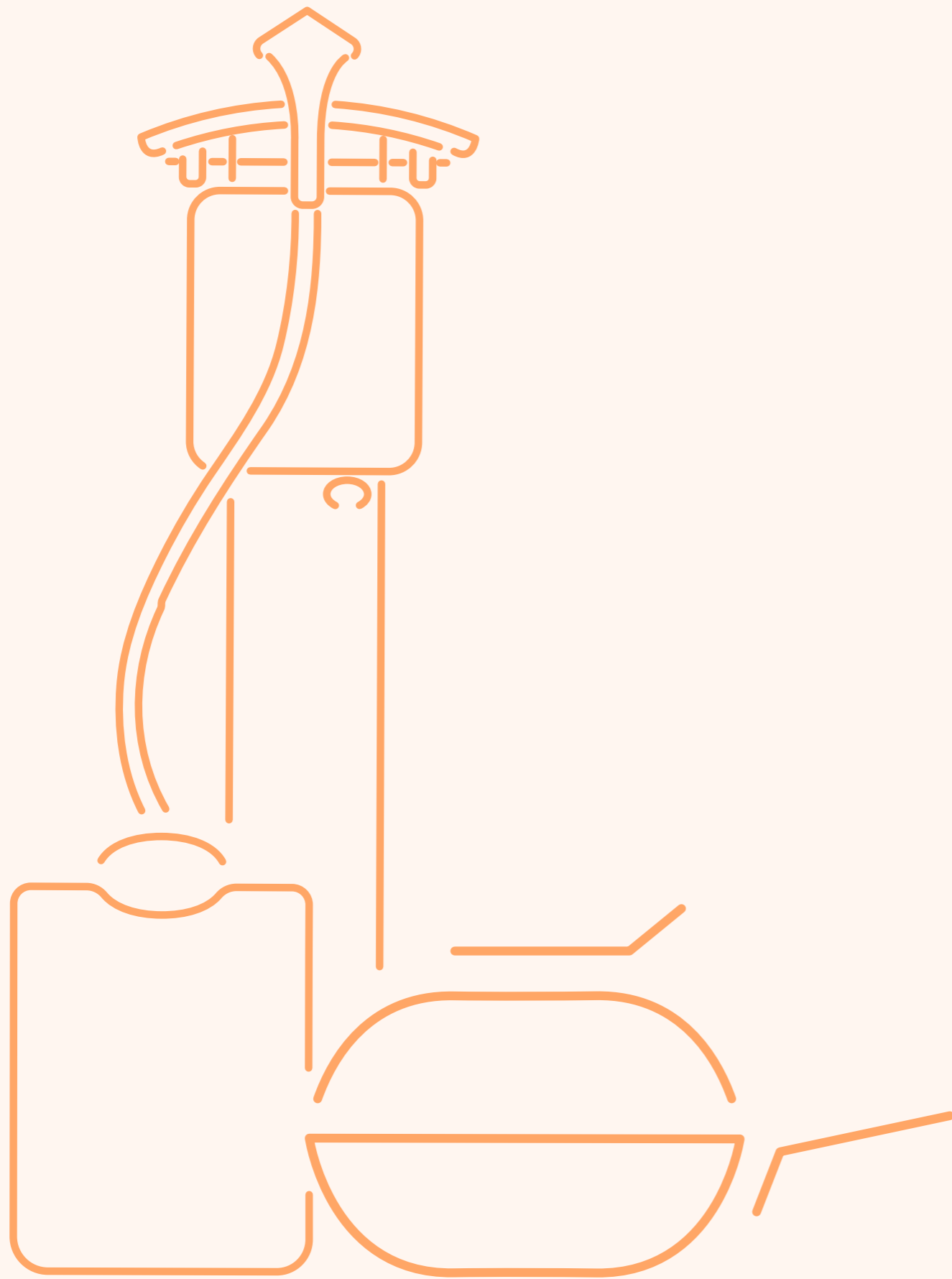
2022 年 12 月，苏泊尔的智能 IH 电饭煲产品及苏泊尔 App 成为国内首批通过 GB/T 40979-2021《智能家用电器个人信息保护要求和测评方法》产品评价的企业及产品之一。苏泊尔注重保护个人信息安全是保障消费者合法权益、促进行业健康发展的技术前提。未来，苏泊尔还将继续加强落实用户个人信息保护要求，在合规的基础上不断推动家居生活的智能化发展。



数据合规培训

公司通过线上、线下培训和测评，提高关键部门、关键员工以及全体员工的数据安全意识以及基本技能。





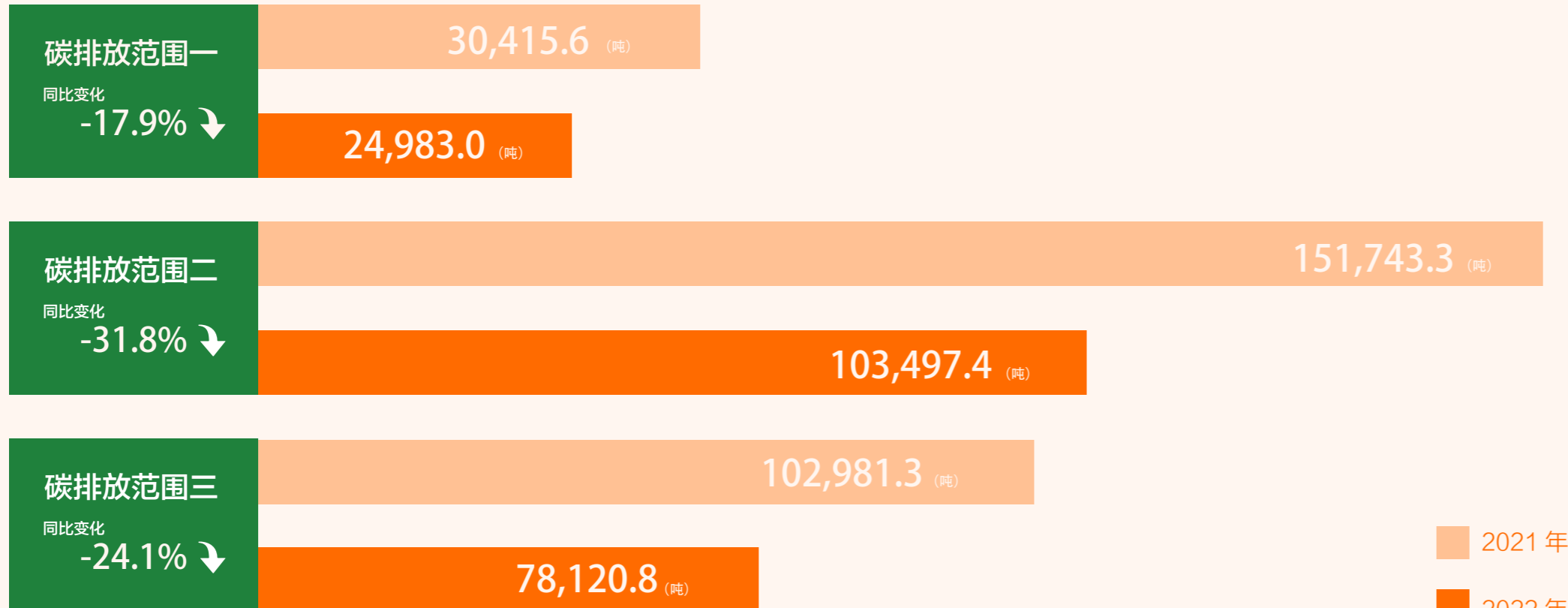
03

Caring for the Earth
关爱地球



关爱地球

公司提倡保护环境、可持续的百年发展理念，公司从资源利用、污染防治与绿色发展、气候变化与生态管理三方面加强资源管理和污染管控。一是建设绿色低碳循环的资源管理体系和清洁可持续的生产制造链，推动各基地分布式光伏项目落地建设。二是积极参与碳交易以及排污权交易，用绿色金融支付行动践行低碳经济绿色发展。三是密切关注气候变化，加速企业低碳转型，如公司与第三方公司签订共计 10000 兆瓦绿证转让协议，不断建立健全温室气体指标管理体系。



关爱地球

3.1 资源管理与循环革命

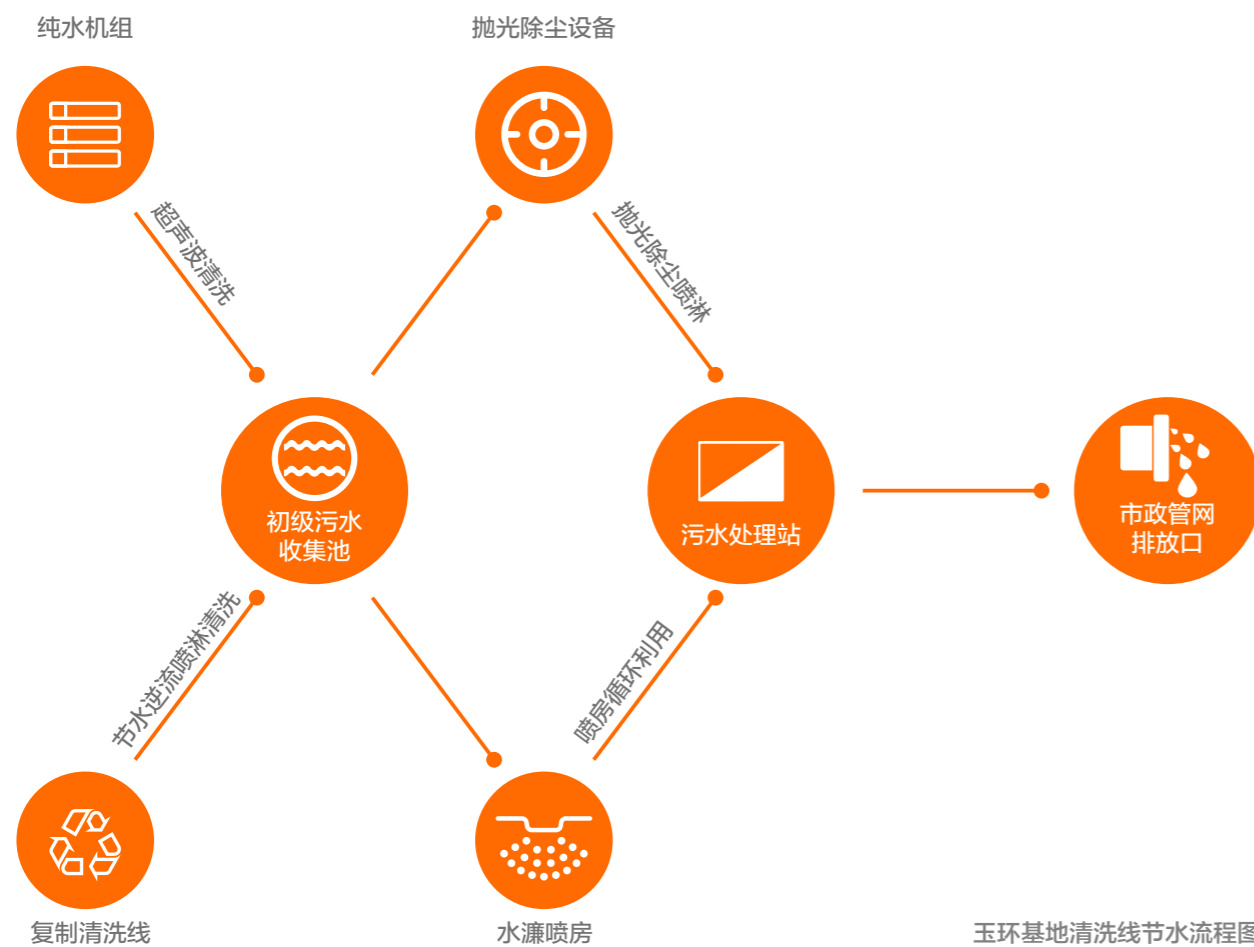
公司致力于实现资源使用效率最大化，多措并举提高资源管理能力。在水资源管理方面，绍兴与玉环基地改进生产线，显著提高中水回用率；武汉基地地下水管改明管，优化漏点排查与管网梳理，避免水资源浪费。在包装材料管理方面，公司采用可循环、易降解的材料，减少包装耗材并培养用户环保意识；推行仓储包装材料更换为轻量化或可循环材料，如玉环基地推进零塑料包装项目覆盖率已达到 57%，有效减少了资源消耗量。在能源管理方面，公司在生产端迭代节能设备降耗减排，设计光伏装机发电；运输端充分利用仓储区位优势，减少运输消耗。

3.1.1 水资源

公司各基地依据不同生产情况，针对性开展水资源高效利用工作，探索节约用水、中水回用等方式节约水资源。其中，绍兴基地中水回用率超 50%；柯桥基地优化生产流程发展资源节约型技术；越南基地替换高耗水工序，全年用水量同比减少 25%，达到节水减排的目的，避免水资源浪费。

清洗线水资源回收再利用

玉环基地清洗线采用节水逆流喷淋清洗工艺，清洗环节的剩余水集中到收集池后再由水泵回抽到喷房喷淋系统循环使用，每年可以节约用水 1200 吨，提高水资源的承载能力，减少水资源的污染。



玉环基地清洗线节水流程图

3.1.2 材料资源

公司逐步优化生产体系，积极探索可循环的包装与生产材料，推行包装重复使用、替代使用等措施，降低包装材料在公司总固废占比、纸托材料与发泡材料替代占比。其中，公司在绍兴基地将包装及生产辅材绿色化管理，有效减少报废包装。公司包装材料在总固废占比从 2021 年的 50.6% 降低到 2022 年的 49.3%，而纸托材料与发泡材料替代占比从 2021 年的 5% 增加到 2022 年的 8.8%，实现生产与包装环节的绿色循环。

降低包装用料 推行绿色包装

公司不断完善产品包装环节上的节能环保措施，通过使用绿色包装提高材料回收利用率。其中，玉环基地推进零塑料包装项目在2022年覆盖率已达到57%，有效减少资源消耗。此外，绍兴基地对不同包装进行改良，如塑胶包装改为钙塑箱，年减少报废2500个包装箱；玻璃杯包装由纸箱更改为缠绕膜，年减少使用4万个包装箱；五金件包装更改为铁笼筐包装，年减少报废5000个包装箱，有效降低对环境造成污染。

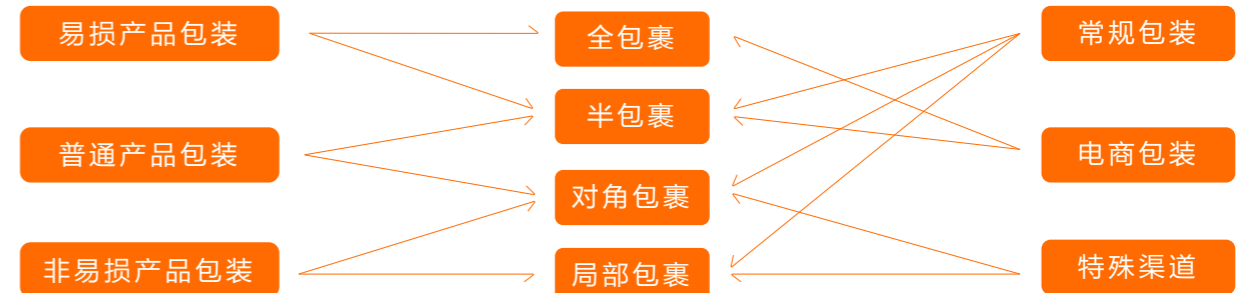


武汉基地配套外塑封设备



武汉基地替换后的纸浆模包装

武汉基地易碎品维度的包装分级使用说明





绍兴基地注塑生产环节绿色材料成本节约成效表

92,307 kW·h

材料减少项目丝印改镭雕工艺油墨、化学溶剂用量减少 400 公斤，取消过炉，能耗节约 92307kW·h，实现节约 26 万元/年

4,220 个

水口料回收利用自制周转胶框，新胶框用量减少 4220 个，实现节约 9 万元/年

738.4 万个

注塑塑胶件 PE 包装袋回收再利用，用量减少 738.4 万个，实现节约 110 万元/年

环保包装再升级

2022 年，公司开展了环保包装升级项目，针对包装所处电商环境和实际应用场景，对全品类电商包装和运输外箱进行了规范统一。该项目通过设计风格的优化，简化产品示意图线条，提升版面空间利用率，从而大幅度减少油墨用量，并降低了部分品类的纸张用量；针对小型工具品类包装采用更加灵活的“通用箱 + 产品信息贴纸”形式，从而减少了包装箱的浪费。



产品外箱简化示意图



小型工具品类包装示意图

RCS 认证

2022 年，玉环基地再次通过以 RCS2.0 标准的验厂审核认证。RCS 认证全称为 Recycled Claimed Standard, 是 TE 纺织交易组织于 2013 年推出的一回收（再生）方面的标准，为使用再生原料的产品认证提供了依据。



3.1.3 能源资源

公司支持节能技术改造项目，深挖节能潜力，采用多种路径节能降碳。一是推动各基地分布式光伏项目落地建设，其中绍兴基地即将建设 15 兆瓦分布式供电设施，玉环基地光伏项目建成后年发电量超 4.3 兆瓦。二是致力于优化节电设备，改进生产工艺并提高能效。举例而言，玉环基地空压机耗电下降 9.1%，年节约用电超 51 万度。三是公司最大化运用仓储区位优势，以业务经验为抓手进行仓库选点，减少运输环节能源消耗为未来绿色物流提供基础地理支持。四是由产品端出发，推行绿色节能产品，培养末端节能意识与需求，做到节能创收两手抓。



全面推动光伏落地，大力拥抱清洁能源

公司积极响应国家“双碳”目标，聚力发展水电、光伏等清洁能源，加大新能源支持。玉环基地启动分布式光伏项目，可用面积达43860平方米，预计年发电量4.3兆瓦。未来公司将持续推进该项目落实到各个基地，不断提高清洁能源比重，助力绿色经济发展。



玉环基地龙山厂区光伏项目效果图



加大设备改造投入，提高能源使用效率

公司积极贯彻新发展理念，加快推动能源使用。如武汉基地在2022年度对2台油压机进行变频改造，对6号车间真空泵的管道及烘干炉的变频控制系统进行改造；绍兴基地采用节能型空压机替代普通型空压机年度节电15%，有利于提高能源生产和供应能力，积极拓展能源发展新思路，促进公司清洁能源多元化发展。



绍兴基地采用节能型空压机



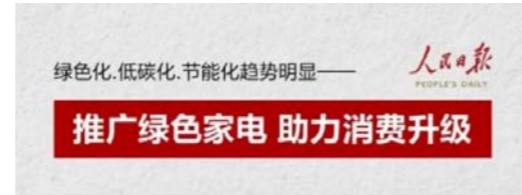
技术创新引领绿色物流，智慧运输迈向零碳社会

公司通过业务积累与技术创新，重新定位仓储量中心，整合货运线路与运力资源，优化货运方式，并且取消外租仓库，减少基地到仓库短驳运输量，实现运输碳排放最小化。为此，公司取消WMF等客户全国区域性直发，调整为配送到上海物流仓集中发货，减少物流距离，提高运输效率。



生态友好产品造福社会，倡导绿色低碳生活方式

公司将节能低碳理念带到用户使用场景，通过产品和服务，让客户体验可持续的生活方式，唤醒并提高消费者对能源节约的认知与意识，从此环节减少对气候的影响与对环境的污染。公司致力成为客户提供值得信赖和智巧的产品，同时持续将绿色环保节能理念融入产品的全生命周期，打造“生态友好设计产品”。



“以日常厨房场景为例，传统灶具往往因火力无法满足爆炒，导致烹饪时间变长，能源消耗加大；灶具热量散失导致烹饪效率不够高，不够节省液化气或天然气。这些功能上的短板，成为供给侧攻关的重点，不少家电品牌对此发力。苏泊尔厨卫大家电战略市场总监王亮亮介绍，新型燃气灶通过增压宽域极限火力技术、双层聚能锅架技术等多种技术创新，可优化厨房家电消费体验。”

人民日报报道公司绿色家电技术

3.2 污染防治与绿色发展

公司在遵守全球各运营及生产所在地有关三废排放的要求同时，制定了若干制度¹。一是对废水进行合规排放，符合再利用标准的积极建立回用流程，集中式合规排放污水。二是制定废气处置长期愿景，对现有废气处理实施主动技改，增加吸附脱附+催化燃烧等工序工艺，水性涂料全面取代油性涂料，逐步实现排放低浓度与零污染。三是积极回收产品生命到期产品，减少产品直接丢弃造成的环境污染；向客户推荐再生回收材料制成的基材，鼓励再生材料的使用。2022年，公司回收原材料达490吨（铝、铁、不锈钢），采购再生铝材2368吨、再生不锈钢4530吨。除此之外，公司线上、线下并行向社会全面宣传环保意识，通过宣传社会环保活动、举办环境主题月、设立低碳环保大奖赛等，培养用户群体绿色意识并发掘出多项绿色项目有效提高生产能效，让绿色发展融入公司的发展理念。



3.2.1 水污染物处置

公司积极响应国家大力推动制造业企业进行工业治水以及“五水共治”的重要部署，践行“两山”的绿色环保理念，不断探索废水处理、减少污水排放和提升中水回用的效能。其中，杭州基地提出了3年实现工业用水节约30%的目标。为此，杭州基地积极开展技术研发，利用创新工艺及高性能PTFE涂料涂覆现有基材表面应用技术，替代了高能耗、高污染的氧化工艺。通过工艺技术创新直接替代了氧化工艺，从源头杜绝污水的产生达到节能降本、污水减排双丰收。项目达产后，单道工序直接下降用水22.4%，预计年均实现节约用水5.6万吨。同时，公司也重视生活污水的治理。其中，绍兴基地实行生活污水简易杀菌项目，菌落总数去除率超94%，有效改善水质；玉环基地在抛光除尘喷淋系统实现制作纯水过程中的废水的100%回收利用。2022年度各生产基地废水排放量同比减少35%，股份公司被评为2022年度浙江省节水标杆企业。

废水再利用，节水新生态

玉环基地超声波清洗线所产生的废水将回收利用到抛光除尘喷淋系统，年度节约抛光除尘用水量约1500吨。同时，基地食堂蒸汽机制作纯水过程中，预计产生约55%的废水，经技术改善，设备将所产生的废水回收利用到压铸车间冷却水循环使用，2022年度节约用水1440吨。

玉环基地食堂蒸汽机废水回收利用装置

玉环基地超声波清洗线废水回收利用流程图

¹ 《工业污水排放管理办法》《生活污水达标排放制度》《废水排放控制规程》《废气排放控制规程》《废弃物收集、分类及处置控制规程》等



3.2.2 大气污染物处置

公司设立废气处理目标，认真履行污染防治主体责任，不断提高对大气污染物治理水平。2022年，杭州基地实施的产品方案调整及废气环保设施提升改造项目并经当地生态环境主管部门环评备案，该项目拟投资155万元用于对高VOCs涂料进行源头替代和对低效废气处理设施进行提升改造。同时，橡塑公司针对不同的废气污染及时管理与优化废气处理装置，并新增3套废气在线监测设备，100%连接环保专网实现实时监测，保障各车间废气吸收设施和废气处理系统长效运行，预计同比实现废气中有害物质排放下降60%，有效降低了废气的排放，减少了对环境的污染。绍兴基地也设立绿色工厂项目，用于治理部分喷涂产品生产过程中的废气排放，其中目标实现单位产品VOCs排放同比下降81.5%。

废气处理三步走，目标废气零排放

目前现有橡胶制品在二段硫化普遍会产生大量油烟。为尝试解决直接排放所造成环境污染等问题，公司技术团队采取对直排油烟采用处理后有组织排放方法，在符合《挥发性有机物无组织排放控制标准》(GB 37822-2019)要求下，采用过水喷淋、催化氧化、活性炭吸附、喷淋塔等复合工艺，解构废气中的油雾生成机制。经检测，经该方法处置后排放物浓度均远低于相应国家标准要求。



橡塑公司硫化废气、注塑废气等有组织排放效果图



3.2.3 固体废弃物

公司始终秉持废物减量化、资源化和无害化原则健全完善内部管理制度和程序，规范报废产品的收集、储存、利用及处置工作。2022年产品回收原材料达490吨。

废旧机器及退货产品处置制度

公司对经销商经营中出现的废旧机器进行现场监督报废，并要求经销商按当地废品分类规则，交由具备处理资质的公司绿色回收。公司按照政府要求的废品分类终端退货产品，采取绿色回收制度，确保不污染环境。针对质保期内用过及无法修复产品，则出售给材料加工厂，实现回收再利用。公司2022年产品回收原材料达490吨。

2022年
产品回收原材料达
490吨



3.2.4 绿色环保行动

公司积极推行绿色环保行动，对外组织各社交媒体参与各项环保行动，唤醒用户与潜在客户的环保意识；对内设定各项低碳赛事与专题活动，如环境主题月活动、苏泊尔最佳实践挑战大赛等，鼓励绿色技术创新与发展绿色企业文化。其中，多项绿色低碳技术已为各生产基地带来显著效果。

苏泊尔官微宣传

武汉基地海报宣传

环境主题月活动

公司积极践行绿色低碳生活方式，传播绿色低碳发展理念，在每年5月向全体员工发出节能降耗与绿色发展倡议，开展环境主题月活动。2022年，公司以“节能环保，共建清洁美丽世界”为活动主题，发起首届苏泊尔节能竞赛，通过一系列活动的开展，发动员工的能动性，深入了解环境保护、节能减排的使命。其中，绍兴基地在公司内发出了首份《节能降耗与绿色发展倡议书》。



2022年环境活动月活动流程



本届赛事围绕以下七个纬度，为达行业乃至跨行业标杆的目标而不懈努力。通过本届赛事激烈竞争，再一次为苏泊尔人揭示了改进的方向：突破创新、与市场共竞，不断挑战工业绩效新高度。

- 纬度一 以消费者为导向的质量·最满意奖**
 基于消费者反馈，推进质量系统转型，追求实现高满意度和低投诉率
 - “提升电商服务满意度” - 玉环基地
 - “精益布局，质量创新 - 真不锈钢四代客户满意度质量改善项目” - 武汉基地
- 纬度二 安全·最强风险防控奖**
 使用领先的风险分析工具和管理方法，重在有效预防安全风险，达成低损工事故率或者实施运用更具预防性的KPI
 - “车一刀自动化设备降低安全风险” - 杭州基地
 - “员工宿舍智慧用电管理” - 武汉基地
- 纬度三 环境·最佳低碳环保奖**
 使用先进的环保管理办法或高科技项目，从节能降耗、碳中和或管理废弃物等方面，有效达到低碳或者低污染排放
 - “表面废气处理装置改进” - 橡塑公司
 - “空压机热能回收利用节能降耗项目” - 武汉基地
- 纬度四 新品竞争力·最热新品奖**
 通过标准化、过程前移、整合协同等方式，在新品阶段体现整体成本效率，与竞品相比销量、毛利和市占表现优秀，同时优化和固化新品开发流程
 - “极具竞争力电水壶” - 绍兴基地
 - “创新打造远红外系列化产品竞争力” - 杭州基地
- 纬度五 生产竞争力·最精益奖**
 消除浪费，合理化工厂布局，有效的自动化和工艺技术改进，优化原材料/设备/人力资源弹性和利用率，提升运营效率
 - “工艺革新，引领行业 - 五代仿压铸工艺升级项目” - 武汉基地
 - “CCD视觉技术应用提升生产竞争力” - 绍兴基地
- 纬度六 采购竞争力·最具竞争力物料品类**
 以供应群管理为核心，通过供应商整合策略，规模化效应，供应商发展小组，实现节约贡献大、交付质量优，对标外部市场最具竞争力
 - “采购竞争力 - 包装物” - 炊具事业部
 - “PCBA品类采购降本” - 电器事业部
- 纬度七 物流竞争力·最敏捷供应奖**
 优化整体配送网络，既保持弹性来更好地服务电商，又精益改善来降低运输和仓储成本，最终满足客户期望
 - “内销敏捷柔性交付” - 绍兴基地
 - “售后配件服务满意度提升” - 电器事业部

第四届苏泊尔最佳实践挑战大赛

本届挑战大赛围绕“打造工业竞争力，铸就行业新标杆”的主题。26支项目团队就质量、安全、环境、新品、生产、采购和物流竞争力进行了成果展示。

作为公司顶级工业赛事，苏泊尔最佳实践挑战大赛自2018年首次举办以来始终秉持安全、公平、开放的理念，鼓励全员参与，增进苏泊尔各基地和事业部间最佳实践交流和分享，充分发挥引领作用。



3.3 气候变化与生态管理

公司落实国家“双碳”政策并积极应对气候变化，做出多方面应对措施。一是推进双碳建设并建立温室气体指标管理体系，各基地合计购买 10000 兆瓦绿证指标。二是对气候变化风险进行识别并制定一系列风险预防、规避及应对方法，面对极端天气等情况制定 BCP 方案，实现品类相近的生产基地产能互补。三是关注生产与经营地周边生态与生物环境影响，积极响应 COP15 生物多样性的号召。

3.3.1 温室气体排放

为贯彻落实国家双碳战略和重大相关决策部署，2022 年，各基地合计通过第三方购买 10000 兆瓦可再生能源的绿色证书指标。

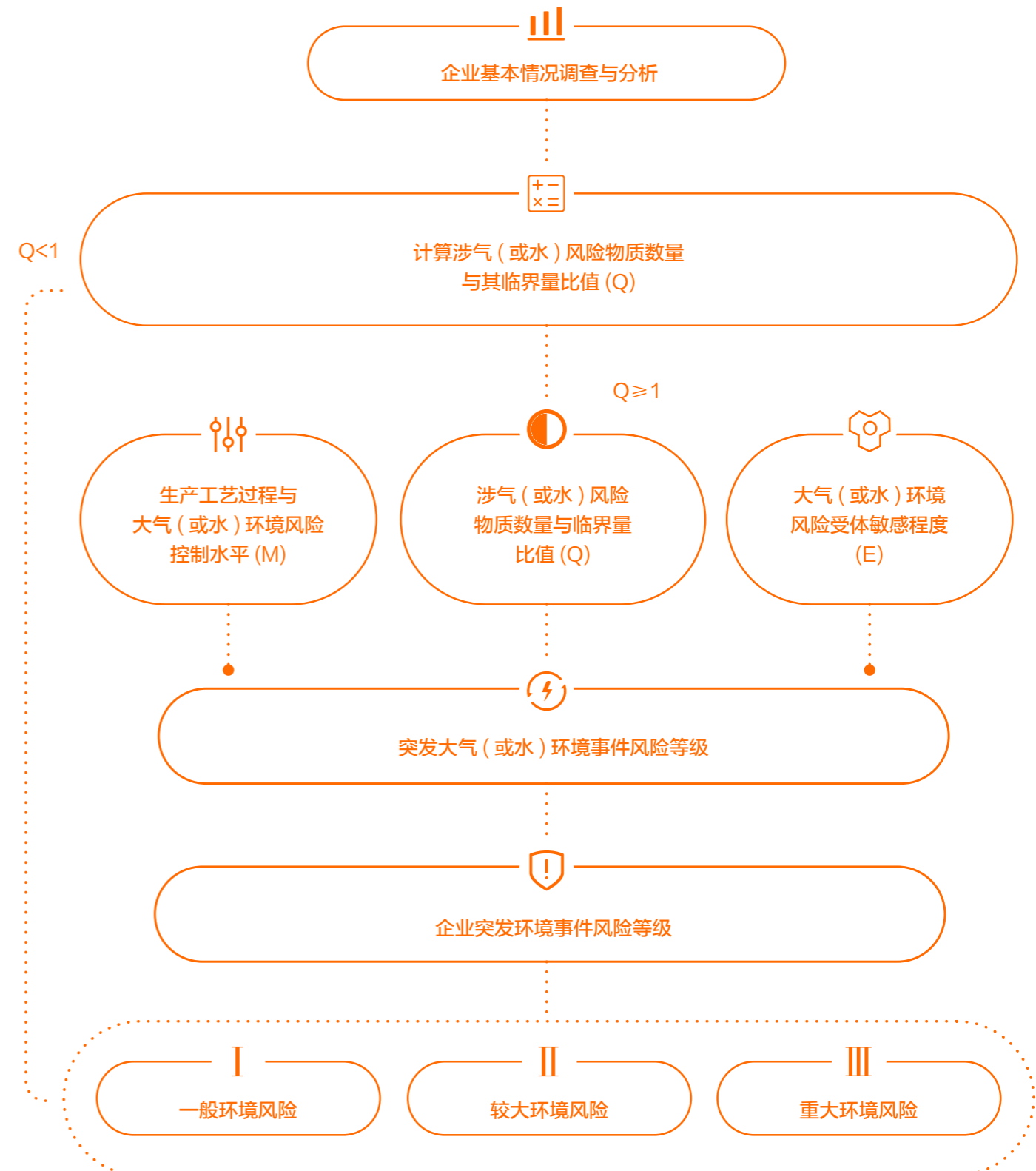


3.3.2 气候风险管理

公司制定《突发环境事件应急预案》，组建突发环境事件应急指挥部、实施极端天气应对措施，有组织、有规划地识别、规避、应对各生产基地的气候风险。同时为应对包括极端天气在内的特殊情况对部分生产基地点对点制定产能互补方案（BCP）。

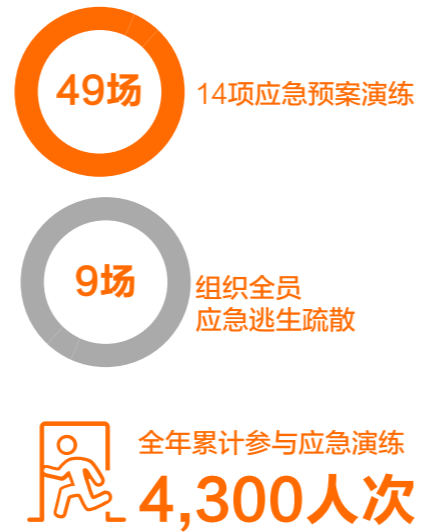
极端天气应对措施

公司通过制定针对性的极端气候管理措施对气候风险进行有效管控和规避。



玉环基地在台风季实际拉练突发气候环境应急预案

2022年，玉环基地就《台风及强降雨应急预案》开展制修订工作，做到该预案在现有厂区范围内的全覆盖，其中鉴于玉环基地龙山厂区毗邻港区的地理特点，对遭遇突发气候环境事件可能引发海水倒灌等次生灾害应采取的因应措施予以明确。2022年，玉环基地就14项应急预案开展演练49场，组织全员应急逃生疏散9场，全年累计参与应急演练4300人次。



3.3.3 生物多样性

公司在生产、制造等环节中重视保护所在地生态环境和动植物栖息地，积极响应相关号召与监管政策，积极落实生态环境修复措施，尽可能降低企业生产运营对周边环境造成的影响。

植树节志愿者活动

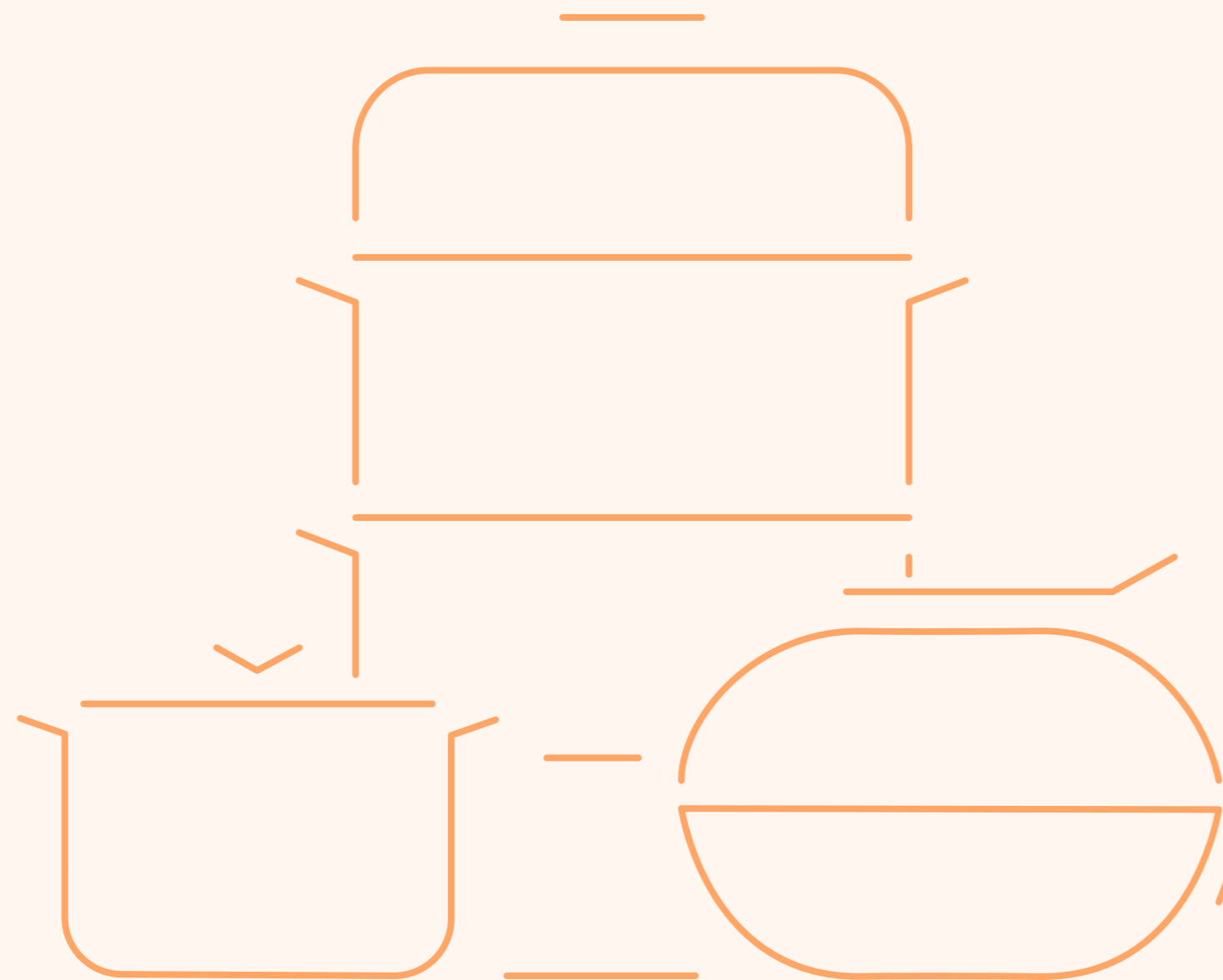
2022年植树节前夕，公司志愿者团队前往漩门湾国家湿地公园开展“拥抱春天，播种绿色”的植树活动。



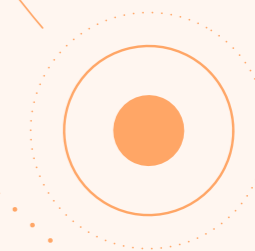
玉环基地应急预案体系

应急预案体系由综合应急预案、专项应急预案以及现场处置方案构成。





04
Social Responsibility
社会责任



社会责任

人力资源是苏泊尔生存发展的第一资源，也是苏泊尔最宝贵的财富，促进员工多样性发展，从人才平等与多样性、员工福利与保障、员工培训、职业健康与安全等方面全方面搭建人才体系。同时，公司积极推进公益项目及社区服务，共同助力区域持续发展。2022年，公司开展苏泊尔小学、爱心水杯、援助支教教师等活动，累计金额 293 万余元，在公众卫生安全特殊时期保障员工身心健康。



社会责任

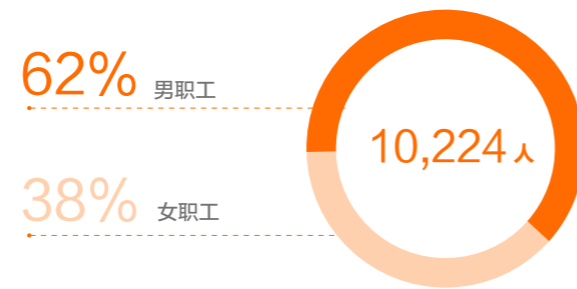
4.1 平等雇佣与权益

公司坚持平等雇佣准则，反对一切因性别、年龄、种族、性取向等不同而存在歧视行为，打造权益平等的职业环境。同时，公司建立和谐稳定的劳动关系，维护员工的合法权益，推动员工多样化发展。此外，公司严格遵守《职业道德及行为准则》，生产经营全程严格杜绝雇佣童工行为，规定员工发现任何使用童工的可疑情形时须向部门报告。

4.1.1 职工构成情况

总体数量

截至 2022 年底，公司共有职工 10224 人（包含非合同工）。其中，男职工占 62%，女职工占 38%。

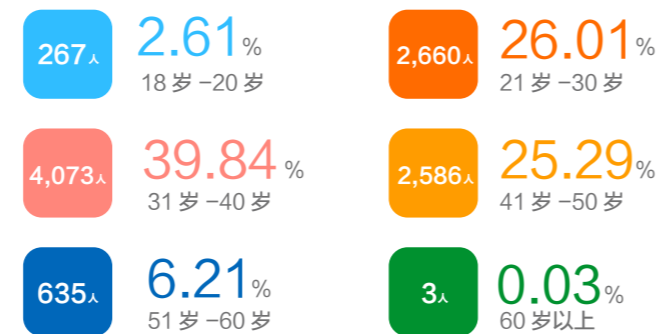


年龄结构

公司目前整体员工年龄较年轻化。其中，31-40 岁人数占比最高，达到 39.84%。



2022年公司年龄结构占比



4.1.2 人才平等与多样化

公司以战略规划和业务发展需求为导向，员工职业生涯发展及职业能力提升为依托，积极开展各类专业技术序列和管理序列的培训。依照公司人才发展战略配合人才梯队建设的规划，分层级、成系统的设计学习发展项目，并制定了《员工手册》《员工管理制度》以明确员工培训与发展的管理，使公司培训可以深入细致、有序高效开展，以支持公司战略目标及人才战略的实现。

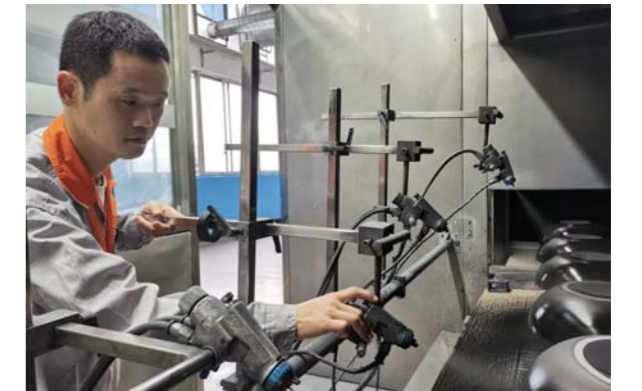
公司关注员工培训方式的创新。公司及各基地通过在线学习、直播，线下课堂学习、课题工作坊、内外部专题交流会、跨界参访等多元化的学习形式，多角度促学，以此提升培训体验度和学习转化率。同时通过践行公司人才建设与发展理念，为员工提供以内部管理者为主力军的教练资源和导师资源，师教结合，加速员工快速胜任、成长。

苏泊尔人才梯队建设卓效显著

2022年，玉环基地模具试制主管卓爱明被评为“浙江工匠”，其长期致力于模具开发和工艺研究，带领技术攻关。卓爱明已为公司培养了5位高级冲压工和2位高级锻造工，培养的技工曾获“2021年玉环市职业技能大赛”第二名。



2022年，以“台州工匠”、“五星技工”郑景旭命名的苏泊尔郑景旭工作室，获评“台州市高技能人才（劳模）创新工作室”荣誉称号。



4.2 员工福利与保障

公司遵循既有传统并结合国家法定假期，为员工提供福利保障，如在春节、元宵节、端午节、中秋节、国庆节、国际劳动妇女节等节日中，公司及各基地积极组织各项主题活动，并发放福利、礼物，创造融洽的工作环境。其次，公司积极组建内部足球、羽毛球和篮球俱乐部，并开展各项内部联赛，并遴选优秀选手参加当地业余比赛，深受员工的喜爱与欢迎，极大地增强了团队凝聚力，激发工作活力。2022年，分别有 239 名和 85 名员工达成在苏泊尔的成长，分别授领十年银牌和廿年金牌。

并肩同行，开创新篇

2022年8月27日，公司及各基地陆续开展“苏泊尔周年庆”等活动，并向金、银牌员工授颁金牌银牌。



员工活动 不断超越

2022年7-8月，各基地陆续开展“超越杯”篮球赛；8月，公司羽毛球俱乐部选手组队代表公司参加杭州高新区企业联赛；玉环基地超越足球队挺进玉环杯足球联赛半决赛。



致敬韶华 薪火相传

公司为退休员工举行荣休仪式，向退休员工送去美好祝愿和崇高敬意。



传统佳节 喜气洋洋

“五月五，端阳日”，为纪念中国传统节日，公司各基地开展端午佳节主题活动，感受节日氛围，传递节日温暖。



灯火璀璨 岁岁团圆

正值一元复始、大地回春、万象更新之日，公司及各基地准备了趣味猜灯谜，吃汤圆等丰富多彩的小活动，共迎元宵佳节。





4.3 职业健康与安全

公司高度重视员工的职业健康状况，依据各基地情况制定不同的职业健康安全程序 and 职业病危害防治责任制。武汉基地组织接触职业病危害因素岗位 594 名员工进行职业健康体检，岗中职业健康体检覆盖率 100%；绍兴基地通过开展注塑部设备改造，取消了高温危害岗位，大幅改善员工工作环境。与此同时，公司积极营造“零容忍”安全文化，制定了《安全生产事故应急预案》，并通过深度参与对安全隐患、违章作业等现象零容忍的安全生产培训，全面实现安全“零容忍”¹。

4.3.1 职业病防治

公司对所有员工进行岗前、在岗和离岗的体检，确保高度的检查覆盖率和健康率。其中，武汉基地 2022 年度组织接触职业病危害因素岗位 594 名员工进行职业健康体检，岗中职业健康体检覆盖率 100%；绍兴基地 2022 年注塑部设备技术改造，取消高温危害岗位，从而减少职业危害发生概率。公司通过员工体检，采取相应的改善工作环境和制度的措施，有效预防、控制职业病危害，切实保护公司员工职业健康及其相关权益。

● ● ● 员工职业病体检防治情况

公司各基地已建立健全职业健康管理制度。报告期内，绍兴、杭州、玉环、武汉等基地体检率为100%。



4.3.2 安全生产培训

公司根据安全生产标准化要求，不断加强安全管理队伍建设，各基地多次开展安全培训、应急预案演练等活动，提升安全管理团队专业性²。

¹ 公司遵循《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》《用人单位职业健康监护监督管理办法》等相关法律政策，依据各基地情况制定不同的职业健康管理制度和职业病危害防治责任制。

² 公司严格遵守《中华人民共和国安全生产法》《中华人民共和国消防法》等相关法律法规，制定了《安全生产管理制度》《消防安全管理规程》《台风应急预案》《触电应急预案》《粉尘爆炸事故应急预案》《高温中暑救助应急演练》等多项安全生产管理制度。



安全保障培训

公司为保障安全管理工作有效落实，分层次、分类别全面开展安全监督检查工作，充分发挥各级安全人员作用，确保安全管理工作有序开展，安全管理措施落实到位，安全风险隐患问题全面整改，形成安全管理闭环。公司及各基地积极落实 12 类安全主题培训 36 场次开展 156 类岗位 JSA 及 5 不破培训 22061 人次并推行安全部门月会、车间周会、班组日会 1450 场。

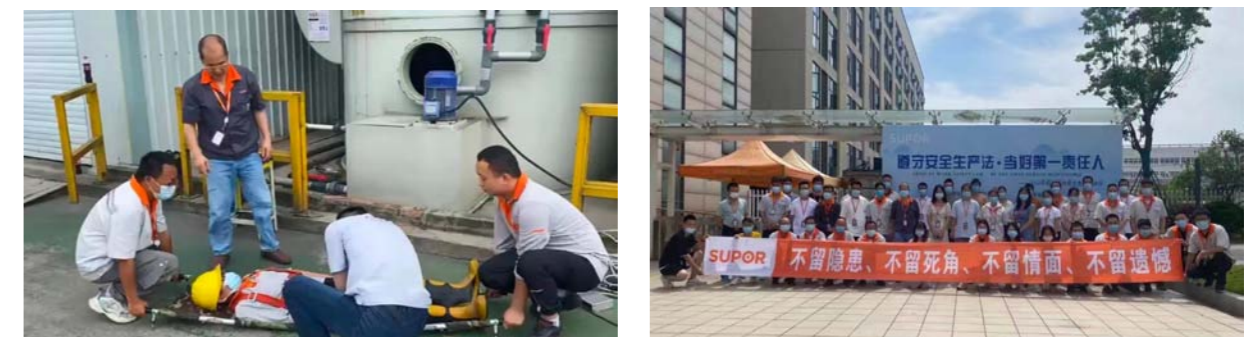


岗前工作培训
岗位实操培训
应急演练实操
应急演练总结



安全生产月活动

在全国第 21 个“安全生产月”，公司各基地积极开展多样活动，提高安全生产意识，强化安全生产观念，持续开展“安全生产月”活动相关内容，不断强化安全红线意识，促进安全生产形势持续稳定向好。公司通过组织开展设备防护专项检查、防坠落应急演练、消防演练、宿舍夜间消防演习、义务消防队比武、安全现场答题活动等一系列的培训、教育和实际操作演练等形式，提升公司安全生产水平。



4.4 员工培训与发展

公司以战略规划和业务发展需求为导向，员工职业生涯发展及职业能力提升为依托，积极开展各类专业技术序列和管理序列的培训。依照公司人才发展战略配合人才梯队建设的规划，对不同层级、不同岗位序列的员工制定从入职到各个发展阶段的培训计划，助力员工专业能力和综合素质能力的全面提升。

4.4.1 公司SLP领导力培训

公司为更好地培养中坚力量，特发起 SLP (SUPOR Leadership Program) 苏泊尔领导力培训项目；项目包含“SLP I 掘金计划”“SLP II 熔炉计划”“SLP III 钻石计划”三个项目阶梯式构成，以满足各层级领导力发展需求。

“SLP II 熔炉计划”为苏泊尔中坚管理者的必修内容，时间持续六个月，项目形式为“线下+线上”混合式培养模式。通过在线学习打卡、线下课堂知识输入、课后实践、案例研讨、社群运营等多种项目运营形式，提升培训体验度及知识转化率。



4.4.2 员工职业技能培训



入职培训

新员工进入公司时均需接受新员工入职培训，以便每一位具备不同工作经历、文化背景、思维方式的新员工尽快理解公司文化、经营理念、规章制度等内容，尽早掌握新工作环境要求的工作流程、方法，融入团队氛围和进入工作状态，达到岗位所要求的业务水平。



岗前培训

异动、转岗的员工在上岗前也应确保掌握该岗位要求的知识、技能，包括但不限于部门职能、岗位职责、操作规范、工作流程等内容；特殊工种必须持证上岗，并接受年度审核。



在职培训

人力资源部根据公司战略和各部门培训需求，组织实施不同层级在职员工的专业能力、核心能力和领导力方面的培训。

2022 年公司培训情况

培训小时数 (小时)

线上 57,060

线下 231,092

实际参训人数 (人)

线上 3,604

线下 12,408

人均 (小时)

线上 15.8

线下 18.6



创新培训

报告期内，公司持续推进各类创新工具的落地实践，赋能公司研发团队和产品团队在技术创新、产品创新方面的更多探索，充分挖掘和培育潜在创新项目，助力公司创新能力水平提升。2022 年，公司召集 50 名青年研发骨干参加《TRIZ- 创新问题解决工具训练营》。



4.4.3 继续教育培训

公司鼓励并支持员工在不影响本职工作的前提下，利用业余时间参加各类系统培训和专业知识培训（如学历教育、英语等语言学习、非持证上岗职业资格培训等）。员工经公司特批可按照一定比例报销相关费用，并依据《员工培训管理制度》与公司签订相应年限的培训服务协议（同外派培训），取得的培训成绩可记入人事档案，作为部门选人用人、晋级晋升的参考条件。



4.5 公益及社区参与

公司积极响应国家政策，多方面推进各项公益项目。一是共捐资 206 万元支持河南浚县苑庄苏泊尔小学完成灾后重建以及云南龙陵章赛苏泊尔小学修缮了基础设施，改善当地教育生活环境。二是为促进少年儿童的生活教育，启动了全新公益项目“苏泊尔·未来生活家”，并制作苏泊尔“爱心水杯”，送给了 17 所苏泊尔小学的 3000 余位山区学生。三是开展“让爱回家·微博打拐”日常社区慈善等项目。其中，公司向“微博打拐”项目中长年奔走在寻亲路上的父母们提供了捐助。同时，公司密切联系当地社区与政府机构，达成战略协作，促进在地就业，积极实施技术创新转型升级，并收到相关补贴。

4.5.1 乡村振兴

随着国家发展战略由脱贫攻坚转向乡村振兴和共同富裕，公司公益项目也由原来聚焦于偏远山区乡村学校基础改善，拓展至城乡学校生活教育的提升。2022 年，公司积极响应中共中央、国务院《关于全面加强新时代大中小学劳动教育的意见》以及教育部《义务教育劳动课程标准 2022》的政策要求，在继续巩固原有苏泊尔小学项目的基础上，从企业的愿景和使命出发，发挥自身产业和资源优势，支持城乡学校开展适合少年儿童的生活劳动教育。

开展爱心捐赠共助儿童成长

公司共捐资 206 万元支持河南浚县苑庄苏泊尔小学完成灾后重建以及云南龙陵章赛苏泊尔小学修缮了基础设施。同时，公司继续与 U 来公益、同一苍穹下等线上线下支教机构合作，捐资 30 余万元，为 14 所苏泊尔小学提供了音乐、美术、英语师资的补充，为大凉山深处的苏泊尔小学派遣支教老师，让偏远山村的孩子也享有更好的受教育条件。此外，公司援助的捞里苏泊尔小学被评为 2022 年州级民族团结示范单位。



2022年新落成的苏泊尔小学

4.5.2 教育公益

公司在十余年公益行动的基础上，升级了企业公益战略，确定“与每一个孩子共享美好生活”的全新公益主张。通过聚焦中国城乡少年儿童的生活教育，启动了全新公益项目“苏泊尔·未来生活家”，旨在“与每一个孩子共享美好生活”，从教育空间建设、劳动课程研发、教育活动策划等多个方面，为城乡学校开展生活教育、劳动教育提供支持，共同培养面向未来、热爱生活、关爱家庭的新时代少年儿童。报告期内，公司共开展苏泊尔小学、爱心水杯、援助支教教师等活动，累计金额 293 万余元。

“未来生活家”教育空间

公司积极配合各级教育机构开展中小学劳动教室建设项目¹。2022 年，首个苏泊尔支持共建中小学劳动教育样板“未来生活家”项目落户杭州。此后，公司与杭州闻涛小学、春晖小学、绍兴柯灵小学、缙云长坑小学等建立了共建关系，支持学校劳动教育课程、校园生活节的开展。

未来，苏泊尔将在儿童生活素养教育领域继续进行公益探索，将“苏泊尔·未来生活家”项目发展成熟，惠及到更多学校，尤其是中西部偏远山区的乡村寄宿制学校，促进中国基础教育的优质均衡发展。



¹ 积极响应中共中央、国务院提出来的《关于全面加强新时代大中小学劳动教育的意见》积极响应中共中央、国务院提出来的《关于全面加强新时代大中小学劳动教育的意见》

爱心活动助力山区儿童健康成长

公司积极发动产品团队参与社会公益事业。2022年六一儿童节前夕，公司儿童水杯团队面向全国各地苏泊尔小学征集创意水杯图案，并将图案精心设计在产品包装上，制作出独一无二的苏泊尔“爱心水杯”。该项目惠及17所苏泊尔小学的3000余位山区学生，精准帮扶少数民族地区教育脱贫。



彝族小朋友阿比里色为苏泊尔设计的“爱心水杯”以及小朋友获赠的儿童水杯

我们都是未来生活家

结合苏泊尔“人人大厨”社会活动项目，公司积极推动所属社区中小學生，到访公司参与“我们都是未来生活家”研学活动，认识和了解日常家用电器及炊具产品，初步了解家用电器的生产过程，使用新颖的苏泊尔产品制作美食，体验劳动创造美好生活。



4.5.3 社区服务

公司坚持对社区持续关注和深度融合，将社区公益事业作为企业社会责任发展的重要目标。公司持续开展“让爱回家·微博打拐”“社区慈善”等项目，助力区域发展。2022年，公司向“微博打拐”项目中长年走在寻亲路上的爸爸妈妈们提供了捐助。

社区服务

公司积极主动参与社区公益活动。2022年7月，公司员工利用周末时间会同社区社工组织，开展一次主题为“擦亮城市窗口——清洗公交站亭”公益活动。



节假日期间，公司组织慰问社区环卫工人，表达对城市美容师敬意，让社区因为互相关爱而更加温暖。



公司积极参与海外基地相关社区慈善，并为困难家庭送上新年礼物和新春祝福，积极融入当地社区，传递可持续发展理念，为促进当地社区发展和社会和谐贡献力量。



为困难家庭送去新春礼物

关爱老年人



Product Responsibility

产品责任

05

产品责任

9 产业、创新和基础设施



公司坚持质量为本，高度重视产品质量管理，全面保障产品安全性，同时大力推动产品创新，积极捕捉市场需求，推动产品变革。在品质管理方面，公司不仅建立了覆盖全流程、各个环节的质量管理体系，还健全了安全认证标准，保障所有产品均通过安全质量检测。在创新变革方面，公司高度重视研发创新工作，于2022年设立创新中心，与高校、科研机构及供应商等建立产研结合模式，实现技术与管理的合作统筹，同时积极推进知识产权研发与保护工作。

5.1 品质管理

公司高度重视品质管理，建立了覆盖产品研发、采购、生产、物流、销售及回收各环节的全流程质量管理体系，并积极接受外部质量安全认证机构审核，成为行业首家率先通过 ISO9002、ISO14000、GB/T28001 三体系认证的公司。同时，公司坚守产品安全的底线，确保所有产品均通过内部质量安全检查，以期全面保障产品安全性¹。

5.1.1 质量管理

“追求卓越品质，超越顾客期望”是公司一直以来的不懈追求。公司积极推进产品质量检验规范的建立和实施，从来料、过程、成品及出货检验均建立了相关的检验规范和作业指导书，督促检验人员按既定的工作流程、检验规范和作业指导书进行操作，保证产品满足相关标准的要求。

各基地通过 DNV 管理体系认证

为提升工厂风险防范水平，各基地已接受 DNV 专家组的审核，其质量、环境管理体系顺利通过转版 DNV 认证，进一步推动了公司工厂的质量管理建设，提升了公司的产品质量水平。



绍兴基地一线技术班长正在确认部件品质

5.1.2 产品安全

公司高度重视产品安全，为降低产品安全风险，保障产品安全性，公司建立了完善的安全认证标准，所有产品均经过安全质量检查，保证材料安全。以不锈钢压力锅为例，该产品通过 13 款 CS+CE 标准的认证与 5 款 CE+UKCA 标准的认证，为消费者提供质量安全的“保底线”，让消费者买得放心，用得安心。

保障产品安全，完善管理标准

为保障产品质量安全，玉环基地设定了详细的质量管理标准：

YSD YST YSH YSRB 四款压力锅于 2022 年 9 月完成 GS/CE 更新认证；

YSRB 压力锅因客户需求，于同年 9 月完成 UKCA 认证。

¹公司严格遵守《中华人民共和国产品质量法》等法律法规，在整个生产过程中贯彻实施严格的质量控制措施，建立了覆盖产品全流程的苏泊尔质量管理体系，并在各基地全面推行。

在产品安全宣传方面，公司为产品配备安全操作宣传说明书，详细说明使用方法，保障消费者使用安全。



产品安全操作宣传



认证证书

5.1.3 行业引领

作为中国炊具小家电品牌的引领者，公司积极参与标准制修订，用自身实践经验推动行业发展，展示公司负责的担当形象。同时，公司在规范国内小家电市场、引导生产企业技术创新及消费者导购等方面也起到了积极的示范引领作用。

参与重大标准制定，实现家电行业引领

报告期内，公司参与标准制修订项目数量达 57 项，参与国家标准制修订 25 项，参与行业标准制修订 13 项，参与团体标准制定 13 项，已发布标准共 6 项，其中包括生活饮用水卫生标准（国家标准）、饮用水处理装置能效限定值及能效等级（行业标准）和低糖电压力锅烹饪的米饭品质评价技术规范（团体标准）等，为推动中国小家电行业标准规范贡献苏泊尔力量。



公司参与标准制修订——2022 年发布标准内容

标准类型	标准号	标准名称	实施时间
行业标准 (1项)	QB/T 5679—2022	《饮用水处理装置能效限定值及能效等级》	2022-7-1
团体标准 (4项)	T/CAS 596—2022	《低糖电压力锅烹饪的米饭品质评价技术规范》	2022-5-11
	T/CAS 573—2022	《搭载物联网操作系统的智能家电的技术要求 电饭锅》	2022-3-7
	T/CAS 574—2022	《搭载物联网操作系统的智能家用电器技术要求 烹饪料理机》	2022-3-7
	T/CAS 570—2022	《家用吸油烟机免拆洗性能评价规范》	2022-2-18

5.2 创新变革

2022年,“创新”再次提升到公司发展的战略高度,公司对创新驱动又做了全面部署,并在总部层面设立创新中心。通过此次升级组织架构,加大创新职能和研发投入,形成以总部创新中心联动各事业部研究中心的“创新闭环”,实现创新资源优势最大化。在企业内部闭环建立后,更大范围地链接外部专家和机构,借助外脑提高创新效率。

5.2.1 研发创新

为了迎接市场变化,公司不断开发新产品以及新的产品适用场景。公司深刻洞察消费者需求,目前已针对不同消费群体、多个细分市场开发了多款产品以及应用场景,市场反响强烈。

创新银发产品, 守护父母健康

公司为适应国内老龄化趋势,针对银发人群推出“远红外本釜IH电饭煲”,特别开发智能语音导航功能,卡片式彩屏触控界面,以解决父母难以操作智能化产品的问题。同时,公司针对银发市场研发的“智能水杯”产品,拥有检测水质、定时提醒、健康管理等功能,全方位守护父母健康。



远红外本釜IH电饭煲



智能水杯产品

去繁化简, 赋能健康

公共卫生事件深刻改变大众对健康产品的需求,同时随着“懒人经济”的崛起,空气炸锅在近几年受到消费者的喜爱。苏泊尔洞察消费者需求,推出全新远红外免翻面空气炸锅,快速升温,脱脂率高,更香更嫩更健康;创新波浪式炸篮设计,上下均匀免翻面;搭载可视的可拆洗玻璃盖设计,易清洁更卫生。



远红外可视可拆洗空气炸锅

5.2.2 产研结合

公司创新中心致力于打造开放型创新生态系统,充分利用外部行业资源、专家资源等,为创新提供源源不断的资源和技术信息支持。2022年,创新中心已成功与4家行业头部供应商正式建立了创新战略合作关系,在多个领域建立联合创新项目。在食材、材料和电机等基础研究领域,公司成功与江南大学、东华大学等业内知名教授/专家签约合作,推进专项研究项目。

积极参与国际合作, 创新分享联合研发

公司创新中心与SEB创新中心定期沟通和分享双方创新信息及技术,旨在推进更多的协同项目和创新技术的全球应用。创新中心定期参加SEB月度创新会议,并在会议上分享公司的创新概念和项目。2022年,公司已有多个联合研发项目进行中。同时,双方还定期互享各个创新领域、不同市场地区的洞察信息,为创新提供信息输入。



SUPOR 远红外加热技术电饭煲
出口到 SEB 全球市场

- 本釜 2 代
- 顶部远红外加热技术



SUPOR 可拆刀技术破壁机出口到 SEB 全球市场

- .7L 防烫玻璃杯 (1.4L 加热模式)
- 可拆刀片易清洗
- 触摸面板易操作

加强校企合作，实现合作共赢

公司长期与多所专业院校保持研究合作，为创新研究奠定理论基础。2022年，公司持续与中国水稻研究院、华中农业大学就稻米、烹饪工艺等多项研究展开合作。同时，公司与江苏大学、江南大学等重点建设高校建立了新领域的研究合作项目。






5.2.3 知识产权保护

公司积极探索和发展拥有自主知识产权的技术，支撑产品的核心竞争力。报告期内，公司共取得已授权专利数 17110 件（含境外），已注册国内商标件数 567 件，境外商标数 182 件，已登记国内著作权（软件和作品）39 件。2022 年，苏泊尔首次进入全球智慧家庭专利榜单 TOP100，位列第 90 位。

管理团队

公司组建有专业知识产权管理团队，严格遵守运营所在地的知识产权法规，利用公司建立的知识产权制度保护创新。



提高意识

公司开展针对性的知识产权培训项目，培养和增强员工尊重知识产权和避免知识产权风险的意识。

合作创新

公司尊重合作方的技术创新，愿意与合作方合作进行技术创新，分担知识产权风险，共享知识产权成果，本着相互尊重知识产权的原则，倡导公平竞争。

风险管控

公司通过专利自由实施分析等措施避免知识产权侵权风险。

 **17,110 件**
已授权专利数（含境外）

 **567 件**
已注册国内商标件数

 **182 件**
已注册境外商标件数

 **39 件**
已登记国内著作权（软件和作品）

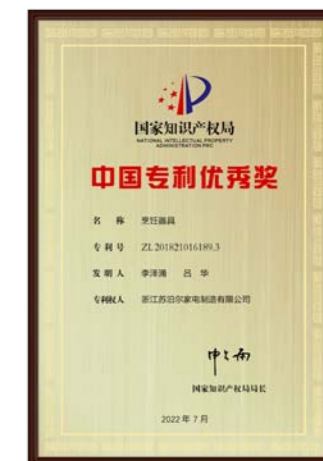
 **90 位**
全球智慧家庭专利榜单 TOP100



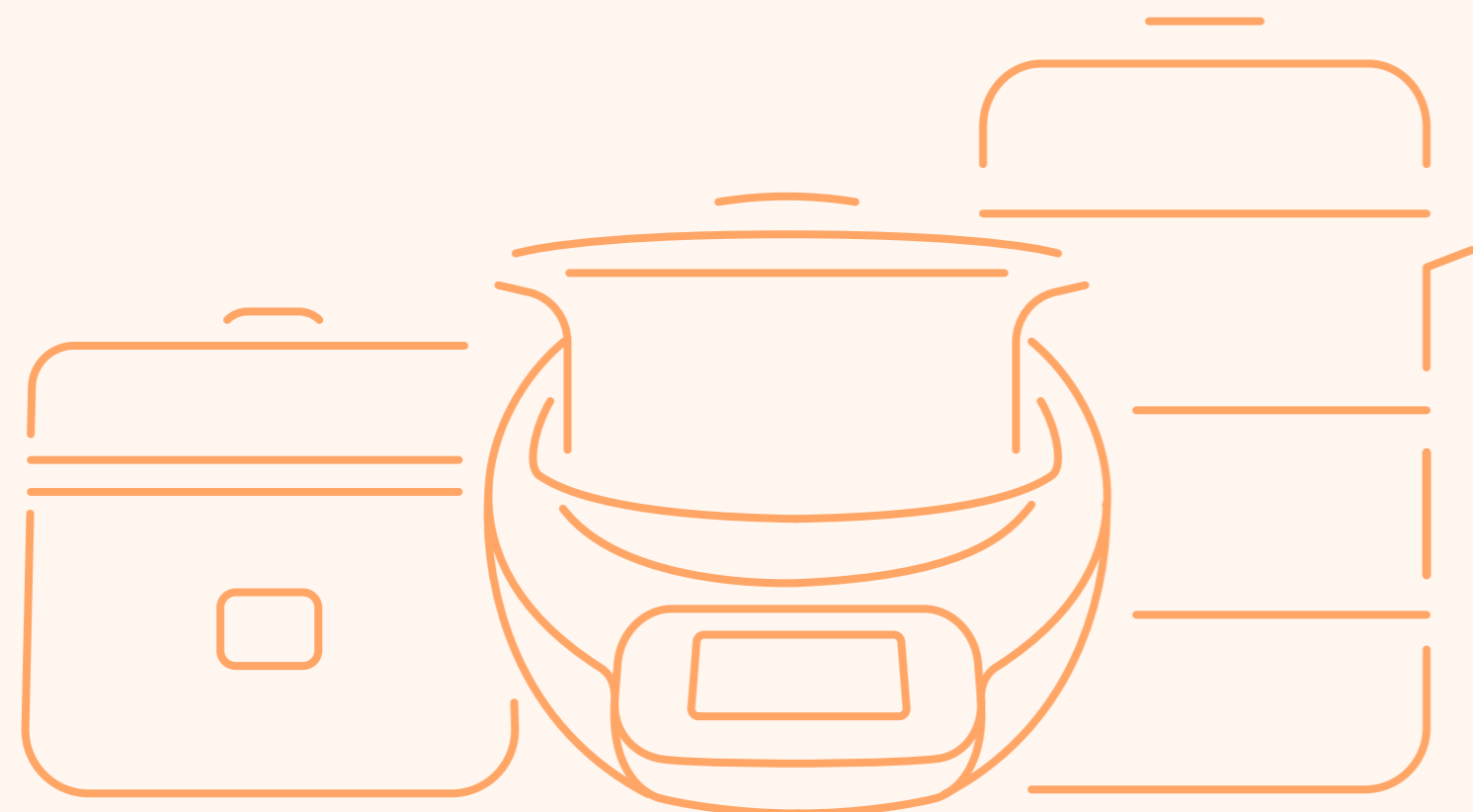
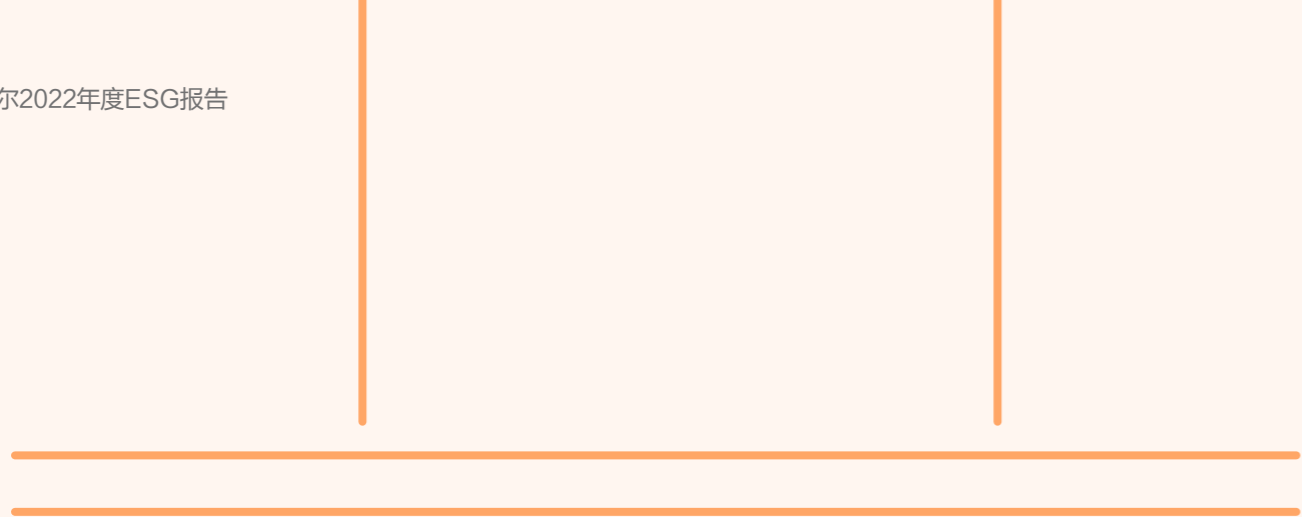
专利知识培训

重视专利保护，引领行业先锋

公司一直重视知识产权管理，截至目前，公司累计已获得 10 项中国专利奖，获奖专利领域覆盖了炊具、水杯、电压力锅、电炖锅和电饭煲等。在电饭煲领域，先后推出的 IH 球釜、蒸汽饭煲、低糖饭煲和小快饭煲接连获得中国专利奖，在 2018 年更是获得中国电饭煲行业首个中国专利金奖。2022 年，公司“小快饭煲”专利 ZL201821016189.3 获得中国专利优秀奖。



2022 年，公司开展了对部分供应商知识产权案件开展维权行动，涉案价值达到 947 万元，极大程度地维护了公司利益。同时，公司采取外部刑事打击与内部审计监督相结合的方式，开展供应商合规监管工作。一方面，通过刑事案件打击供应商违规、违法甚至犯罪行为，充分警示供应商，提高其合规意识；另一方面，要求供应商按照公司合规监管考察要求定期进行报告，并通过现场走访、检查等形式，监督供应商完善其规章制度及管理体系，提高其合规水平。



Sustainable Supply Chain

可持续供应链

06



可持续供应链

12 负责任消费和生产



公司高度重视供应链管理，积极打造可持续供应链。在准入方面，公司严格把控准入标准，提高专门门槛，并对供应商采用动态评估的模式，保障供应水平。在责任采购与营销方面，公司根据公司规范对上游供应商进行审查和管理，同时保障在下游客户的营销服务中坚持真实、客观、准确、全面的准则，全面推动负责任供应链的构建与完善。



6.1 严格准入，品质为先

公司坚持“品质为先”的供应商准入标准，通过修订《供应商现场评审表》审核条款，进一步细化评审分类，提升供应商准入门槛。同时，对于上游供应商，公司通过供应商监测及淘汰机制动态评估其绩效表现，确保供应商品质水平符合公司要求。此外，在供应商培训方面，公司通过搭建合作培训平台，与供应商保持密切沟通以促进产业共进，推动行业持续稳定发展。

→ 供应商准入

📊 供应商监测及淘汰机制

🗣️ 供应商培训

6.1.1 供应商准入

公司建立严格的供应商准入评审标准，对供应商根据物资分类设定现场审核人员层级，保障审核的严谨性和专业性。同时，公司修订《供应商现场评审表》审核条款，标注审核重点内容设定最低得分门槛，未达标需特殊纳入的审批权限需上升到事业部总经理审批，从而提升供应商准入门槛，保障供应商的品质水平。此外，各事业部也采取相应供应商准入机制。

● 细化评审分类，严格纳入标准

公司电器事业部根据类别将物料分为A、B、C三个类别，得分不低于85%的直接纳入；得分不足85%的，根据物料分类不同，A类不低于75%、B类不低于70%、C类不低于65%即为并在一个月内完成不合格项纳入；在这个基础上，A类不低于65%、B类不低于60%、C类不低于60%为不合格需重审，三个月内完成不合格项重审；在此基础上，A类低于65%、B类低于60%、C类低于60%，统一取消纳入资格。

● 新供应商纳入评审分类

物料类别	合格纳入	合格需改进	不合格需重审	取消资格
A类 关键类	X ≥ 85%	85% > X ≥ 75%	75% > X ≥ 65%	X < 65%
B类 重要类		85% > X ≥ 70%	70% > X ≥ 60%	X < 60%
C类 一般类		85% > X ≥ 65%	65% > X ≥ 60%	X < 60%
评审结论	直接纳入	一个月内完成不合格项纳入	三个月内完成不合格项重审	取消纳入资格

● 现场审核人员层级





6.1.2 供应商监测及淘汰机制

公司动态监测和管理供应商的绩效表现，对供应商建立了严格的监测及淘汰机制。公司根据《供应商管理规程》由战略采购、品管与物控部门对供应商的绩效与表现进行评估和分级，对低等级供应商采取改进或淘汰措施，经批准淘汰的供应商，一年内（少于12月）不允许再次备选，超出一年后仍须按供应商开发流程重新评审、报批。同时，公司对优秀供应商进行筛选和奖励，奖项包括“最佳供应商”“最佳创新奖”“最佳品质奖”“最佳合作奖”，履行对供应商奖优罚劣、互利共赢的原则。

定量指标名称	2022年	2021年	同比
供应商总数	571	508	12.4%
供应商审核次数	109	89	22.5%
因环保及社会责任水平被否决的供应商数目	0	0	0

设立评审等级，保障供应质量

公司根据《供应商现场评审表》审核条款中，将供应商的年度评审等级划分为A、B、C、D四个标准，A等为优秀，一个月内回复整改项；B等合格需改进，需提交不合格项改善报告并在一个月内完成不合格项改善及关闭；C等需要合格需重审，需提交不合格项改善报告，并完成改善并三个月后再复审；D等为不合格，限期三个月内完成整改并减少订单比率或淘汰。每个等级设置了相应的整改期限及限制措施，最大程度保障公司供应商的质量水平。

供应商年度评审等级

评审等级	A级	B级	C级	D级
评分区间	$X \geq 85\%$	$85\% > X \geq 70\%$	$70\% > X \geq 60\%$	$X < 60\%$
判定结论	优秀	合格需改进	合格需重审	不合格
改善措施	1.持续改进 2.一个月内回复整改项	1.提交不合格项改善报告 2.一个月内完成不合格项改善及关闭	1.提交不合格项改善报告，并完成改善 2.三个月后再复审	1.限期三个月内完成整改，减少订单比率或淘汰

6.1.3 供应商培训

供应商培训次数

同比增长 **8.1%**

2022 200

2021 185

公司重视与供应商的交流，通过举办供应商年度大会搭建无障碍沟通平台，聆听供应商合作诉求与发展期待，推动行业持续稳定发展。此外，公司每年开展不同主题的供应商培训活动，帮助供应商了解公司发展战略与管理规划，确保供应商充分了解企业责任采购的要求和标准。

供应商质量控制计划

2022年，公司开展《OEM产品验货控制程序》主题培训，共有19家供应商参加培训。



免检产品自检能力提升

2022年，共有13家供应商参加公司开展的免检产品自检能力提升、不合格8D纠正预防措施表学习宣贯主题活动。





6.2 责任采购，负责营销

在负责采购方面，公司积极规范合作单位行为，引导合作单位提升服务意识，并依据公司《责任采购宪章》等规范对供应商进行审查与管理，全面提升公司可持续发展能力。此外，公司重视负责营销，通过制定《广告素材审核指引》《广告自查清单》等广告审核制度和在公司内加强广告法宣传及培训活动，严格避免广告信息传递时的夸大宣传现象。



6.2.1 负责任采购

公司积极践行负责任采购，将可持续发展理念贯穿采购全过程。公司依据《责任采购宪章》等规范将可持续发展理念延伸至供应链环节，共同推动价值链履行社会职责，不断完善责任采购机制，推动供应链可持续发展。为帮助供应商在社会和环境问题上取得进展，确保供应商正确理解公司责任采购政策和检查指标。责任采购通过对供应商背景调查、资质审查，以及对基本能力评估是否能符合公司要求，如不符合供应商纳入自动停止。公司对新晋供应商以及关键核心供应商均有要求签署《社会责任承诺书》。

社会责任审核

公司每年选取一定数量关键部件供应商进行周期滚动 WCA (Workplace Conditions Assessment) 及 BSCI (Business Social Compliance Initiative) 社会责任审核。为帮助供应商在社会和环境问题上取得进展，公司会在年初对本年度需接受社会责任审核的供应商提供由 SEB 集团组织的社会责任主题培训，确保供应商正确理解我们的责任采购政策和检查指标。2022 年，共对 31 家供应商进行相应社会责任审核，对于首次审核不达标的供应商，会对其规定整改期限并进行二次审核，直到该供应商可达到审核要求。



6.2.2 负责任营销

公司从合规营销和可持续营销两个层面践行负责任营销理念。一方面，公司通过制定《广告素材审核指引》《广告自查清单》等广告审核制度和开展广告法普法宣传和培训活动，为业务部门进行广告素材制作和广告投放提供合规作业指引，并提供智能广告审核工具供业务部门在广告素材发布前进行合规初审，避免违规营销内容输出。与此同时，公司明确宣传材料的统计口径与数据来源，确保信息可追溯，保障客户知情权。

加强普法宣传，提高责任水平

公司在“315”国际消费者权益日前后，通过开展“广告法”主题培训、知识在线测试、经典案例宣讲及维权经验分享等活动，提升广告宣传人员的责任意识，进一步提倡负责营销，营造风清气正的广告市场环境。



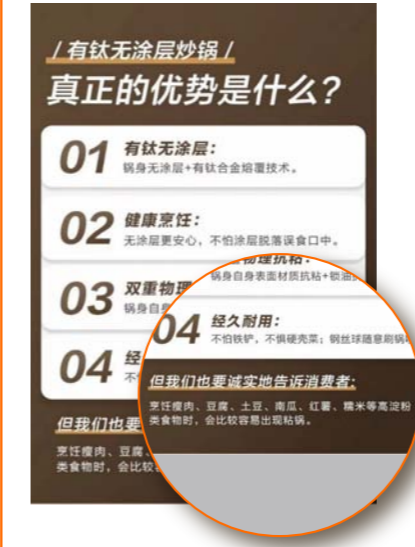
315 广告宣传普法活动页面

活动类型	时间	对象
“广告法”主题培训	3月15日-3月25日	总部品牌部、各事业部市场推广及销售相关部门、战略市场部、包装设计所有同事
广告法知识在线测试	3月15日-3月25日	总部品牌部、各事业部市场推广及销售相关部门、战略市场部、包装设计所有同事
电商页面抽查	3月15日-4月15日	直营和经销店铺
经典案例宣讲	5月择期举行	总部品牌部、各事业部市场推广及销售相关部门、战略市场部、包装设计所有同事
维权经验分享	5月择期举行	总部品牌部、各事业部市场推广及销售相关部门、战略市场部、包装设计所有同事

315 广告宣传普法活动内容

真实传递信息，避免夸大宣传

公司通过产品手册、公司官网、销售平台等渠道，向客户普及产品知识并进行品牌宣传，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、有效地传达给客户。



有钛无涂层不粘炒锅产品性能说明



远红外本釜电饭煲数据口径说明

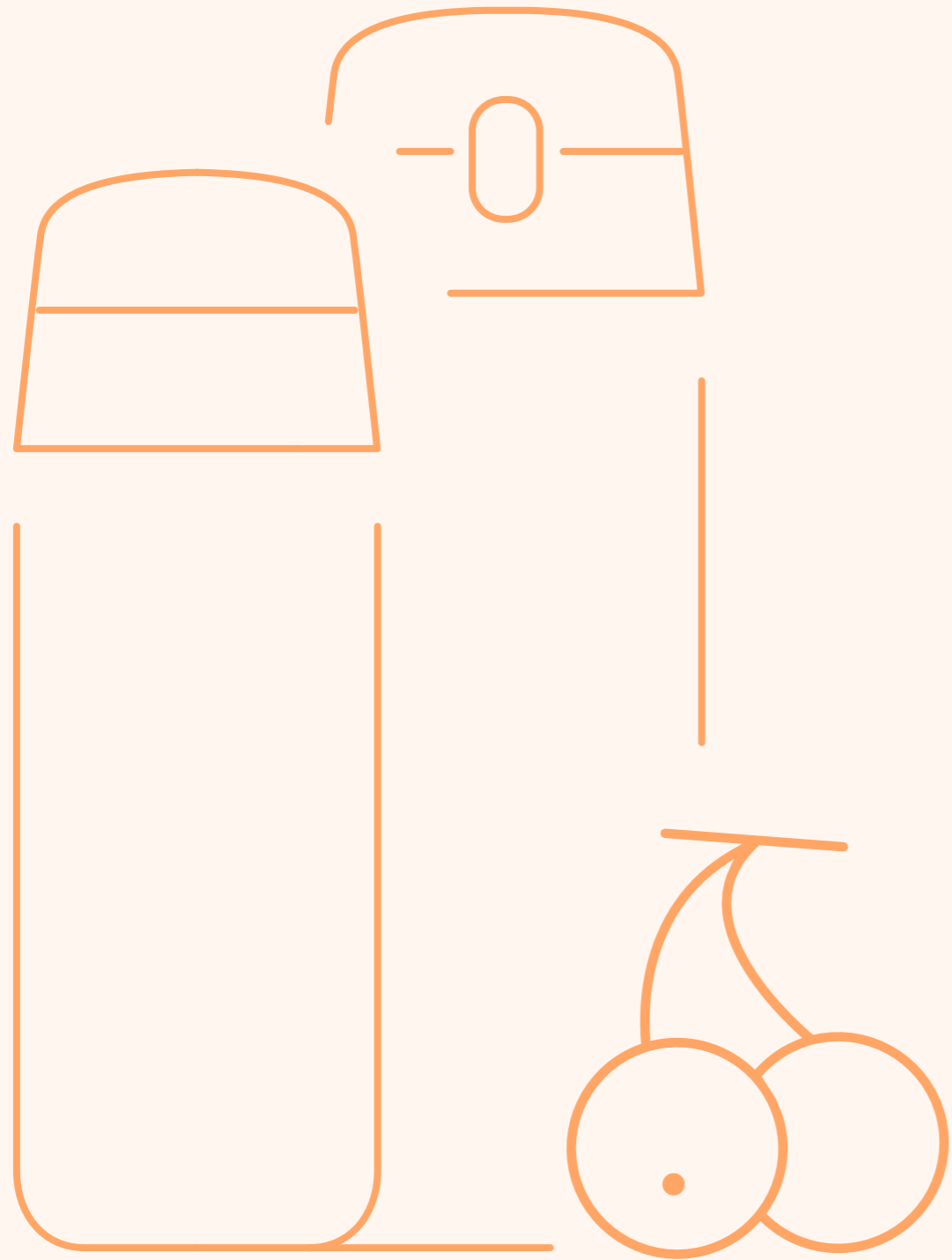


电压力锅数据口径说明

大促责任营销

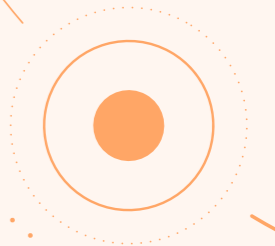
报告期内，公司发布了《大促期间促销合规指南》，主动指导各业务环节在双 11、618 等大型促销活动期间，做好合规工作。





07

**Customer Service
and Rights Protection**
客户服务与权益保障





客户服务与权益保障

公司始终以客户满意为原则，积极保障客户服务质量与权益。在消费者运营方面，公司积极拓展渠道网络，同时布局私域运营领域，探索品牌创新，全方位多层次地满足消费者多样化购买需求。在售后服务方面，公司目前已搭建形成覆盖全国的售后服务网络，同时公司积极提升客户投诉的响应质量，以客户的需求为中心，友善耐心处理各类投诉。

7.1 消费者运营

随着线上、线下市场的加速融合，公司持续围绕“以消费者为中心”，优化渠道布局，以多渠道、多模式布局店铺矩阵满足不同消费者的购买需求。同时，公司积极开拓以会员运营为核心的私域运营，通过会员模式增强消费者粘性，提升消费者的品牌忠诚度。此外，公司持续开展品牌健康表现情况监测，全面升级品牌平台，更好地匹配消费者新需求。

7.1.1 渠道网络

公司同步推进线上渠道和线下渠道转型，双管齐下优化渠道布局。

线上渠道方面，公司持续推进线上渠道转型战略，不断优化店铺矩阵与产品销售结构。得益于“一盘货”模式和 DTC 直营战略的稳步推进，公司线上业务保持较快增长，在 2022 年“618”和“双11”大促期间均取得优异成绩。同时，公司积极发展新兴电商渠道，在拼多多、抖音等平台销量与会员数量增长迅猛。

线下渠道方面，公司与经销商长期以来保持着良好的互利合作关系，相对较高的网点覆盖率和覆盖密度确保了产品能源源不断地输送到消费者手中。在一、二级市场，公司通过社群团购、到家业务等保持快速增长，加强和头部平台的合作关系，抢占渠道先机。同时，公司进一步深化三、四级市场发展战略，加强并推动和电商平台在下沉市场 O2O 渠道的全面合作。2022 年，公司 O2O 渠道在三、四级市场取得较好增长，京东专卖店、苏宁零售云、天猫优品等主要 O2O 渠道均有较高覆盖及较好的动销。



2022年“618”和“双11”大促战报
数据来源：天猫生意参谋、京东商智、拼多多商家后台、抖音后台

7.1.2 私域运营

公司重视会员运营，通过成立消费者运营部以及利用营销云平台，加强消费者精细化运营和全生命周期管理能力，为消费者提供完善的产品服务，不断提升满意度，使得会员数量持续保持高速增长。报告期内，公司从新品使用、产品周期规划和精选菜谱三个方面增强会员与平台之间的粘性，通过提升会员的活跃度来培养用户对平台的忠诚度。

NEW

新品试用活动

公司招募会员对新上市产品进行试用，及时了解产品使用反馈，改进产品设计，2022 年新品试用活动覆盖 3 个事业部，44 款新品，47889 人参与活动，共获得报名问卷 151015 份。此外，公司对核心品类不锈钢压力锅，开展商城胶圈“0 元购”服务，2022 年“0 元购”共计免费送出约 6100 条；为消费者提供增值服务体验。



🔄

产品生命周期管理

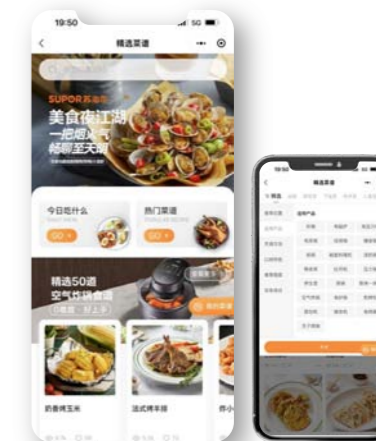
公司结合产品使用生命周期，针对购买苏泊尔产品的用户（全年预计覆盖近 200 万用户）精准推送产品使用方法、日常维护技巧等内容，引导用户更加科学和高频地使用产品，提升产品使用寿命和使用率；同时，公司为新会员在用户 1 年免费维修承诺的基础上自动延长 1 年免费维修服务，增强会员对产品的信任度和认可度。



☰

精选菜谱

公司在会员中心各板块提供各产品专属菜谱（近 1000 个菜谱），覆盖三大事业部核心品类产品，帮助用户更高效地使用产品，提升烹饪效率。





7.1.3 品牌创新

2022年，公司与益普索、凯度等知名调研公司合作，展开品牌定量、定性研究工作，持续追踪品牌健康度表现，并洞察高质量发展新阶段消费者的新生活趋势。在此基础上，公司进行了品牌平台的全面升级，并积极探索全新的营销模式。



品牌平台升级

在全新的品牌平台中，公司升级了品牌的核心价值。首先，继续强调“值得信赖”的重要意义，坚持对产品品质和营销传播内容真实性的高要求，以巩固苏泊尔值得信赖的品牌资产。其次，强调技术创新的重要性，通过核心技术的革新和智巧结构的升级，持续提升产品表现，带给消费者更好的产品使用体验。基于对当下颜值经济的洞察，公司首次指出了产品外观设计对品牌的战略性意义，通过形成苏泊尔独特的设计语言，让产品更加符合现代家居设计的审美，更好地融入消费者的家居生活之中。未来，苏泊尔将进入更多的产品领域和生活场景，持续满足消费者对品质生活的追求，让苏泊尔由家喻户晓的品牌逐渐升级成为人人喜爱的品牌，不断跟随消费者生活方式的脉动而脉动。



探索品牌营销新模式

在品牌营销方面，公司加速数字化营销转型进程，积极探索全新的营销模式。一方面，加强对抖音渠道的投入，直播GMV高速增长，多品类销售额处于行业领先地位，品牌认知度持续提升，达到了营销的“品效合一”。另一方面，探索“内容营销+投流”的新品上市新模式并取得初步成效，成功推出有钛无涂层不粘炒锅、多功能料理快锅、一盖双饮保温杯等新品，更高效地实现了新品打爆和营销闭环。

7.2 售后服务

公司高度重视用户服务建设，始终以用户满意为原则。一方面，持续完善售后服务网点，截至2022年底，已构建全国2000余家服务网点，实现全国联保、寄修全覆盖的有效响应机制。另一方面，公司注重品牌美誉度，悉心建设客户服务体系，友好处理客户反馈。2023年，公司将以“用户喜悦”为中心，持续打造更快捷、高效的苏泊尔特色寄修服务体系，保障消费者能够足不出户地享受优质售后服务。

7.2.1 服务网络

公司目前已形成覆盖全国各省的售后服务网络。截至2022年底，公司在全国建立了2000余家售后服务网点、30家全省寄修中心、120家电器寄修服务网点，拥有超5000余名专业服务人员，形成全国联保、寄修全覆盖的售后服务体系。提供4008全国服务热线（7*12h）、微信服务公众号、各大电商平台售后客服、遍及全国销售终端等多渠道受理消费者服务需求，售后满意度达99.7%。



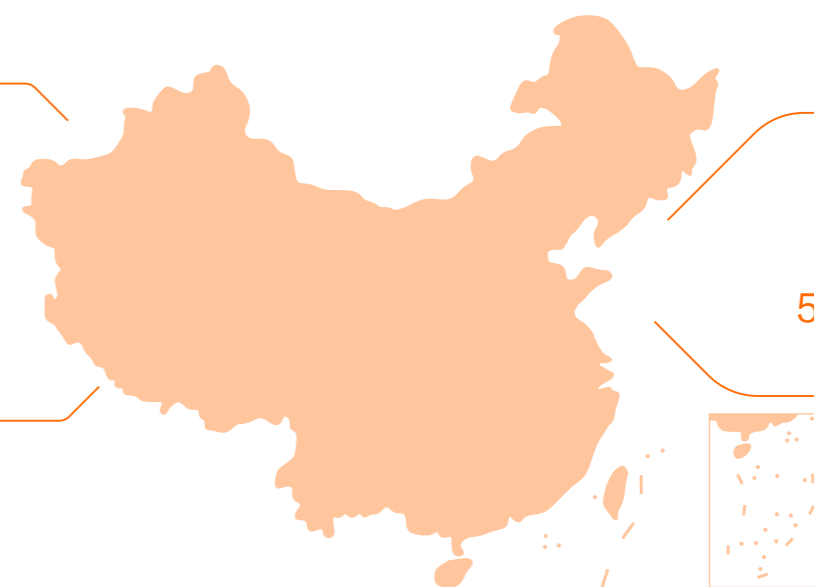
2,000余家
售后服务网点

30家
全省寄修中心



120家
寄修服务网点

5,000余名
专业服务人员



7.2.2 客诉响应

公司为提高客户投诉响应质量，根据《市场品质处理流程》(Q/SPE-G15018-2022)中的具体规范流程管理办法，以用户为中心，积极友好处理各类投诉。公司始终以用户满意为原则，注重品牌美誉度，悉心建设全渠道、优体验、高效能的客户服务体系，合理、合法、合情，友好处理客诉。

加快网点服务响应时效，提升便捷服务水平

2022年，公司消费者投诉派单全国服务站1小时内响应率超过99%，网点服务满意率达99%。同时，公司承诺24小时内反馈处理意见并主动回访用户，在服务全过程中充分注重消费者感受，对于无法即时满足的诉求，也会告知用户处理意见，与用户友好沟通，取得用户理解，形成闭环管理；在提升售后服务水平方面，公司加强数字化建设，努力实现各类服务功能如派单、响应、处理、回访等信息流统一在smart用户服务系统平台实现，并在官方微信公众号 & 小程序和企业官网为用户提供自助服务平台，实现智能客服在线服务。



微信公众号售后服务

7.2.3 提升消费者满意度

公司重视消费者的负面反馈，并积极寻找解决方案，提升产品质量，增强售后服务，降低产品差评率。公司利用 VOC 系统收集顾客评价相关信息资料以及消费者负面反馈、同业竞争负面反馈等相关材料形成可视化折线图，从而更加直观地观察产品评价的变化趋势。2022 年，VOC 电商客户评价信息化系统上线。



推广“以旧换新”活动，提升消费者满意度

公司动员超过 1000 家的电器服务商和生活馆，对老用户提供“旧机折价换新机”服务，在符合条件的原则上，征得消费者的同意后，对使用较久、维修成本较高的故障产品免费换机，提高用户满意度。此外，公司在天猫、京东、有赞官微等平台提供耗材类配件直配服务（22 年累计 20 万单），延长产品的安全使用寿命。



意见反馈

尊敬的读者：

您好！感谢您在百忙之中阅读本报告。为了不断提高和改进本公司可持续发展管理与环境、社会及治理信息披露，我们真诚地希望听取您的宝贵意见和建议。请您协助完成本页内容并选择以下方式反馈给我们。

电子邮箱：002032@supor.com

地址：中国浙江省杭州市高新技术产业区江晖路1772号苏泊尔大厦23层证券部

1.对苏泊尔来说，您所属的利益相关方类别是？

- 政府
- 媒体
- 社会公众
- 员工
- 消费者
- 合作伙伴（供应商与经销商）
- 非政府组织

2.您对本报告整体评价是？

- 好
- 较好
- 一般
- 较差
- 差

3.您认为本报告所披露的环境、社会及治理信息质量如何？

- 高
- 较高
- 一般
- 较差
- 差

4.您认为本报告的结构安排如何？

- 好
- 较好
- 一般
- 较差
- 差

5.您认为本报告的可读性如何？

- 好
- 较好
- 一般
- 较差
- 差

6.您对本报告的哪部分最感兴趣？

- 治理原则
- 关爱地球
- 社会责任
- 产品责任
- 可持续供应链
- 客户服务与权益保障

7.您对公司环境、社会及治理责任履责实践的意见和建议：

8.您对公司环境、社会及治理报告编制的意见和建议：

如果方便，请留下您的联系方式：

姓名： 职业： 工作单位：

邮编： 邮箱： 联系电话：

联系地址：



香港交易所《环境、社会及管治报告指引》内容索引

主要范畴、层面、一般披露及关键绩效指标		1.3 利益相关方沟通
A 环境		
层面 A1: 排放物	一般披露有关废气及温室气体排放、向水及土地的排污、有害及无害废弃物的产生等的： (a) 政策；及 (b) 遵守对发行人有重大影响的相关法律及规例的资料。	
	关键绩效指标 A1.1	排放物种类及相关排放数据。
	关键绩效指标 A1.2	直接（范围 1）及能源间接（范围 2）温室气体排放量（以吨计算）及（如适用）密度（如以每产量单位、每项设施计算）。
	关键绩效指标 A1.3	所产生有害废弃物总量（以吨计算）及（如适用）密度（如以每产量单位、每项设施计算）。
	关键绩效指标 A1.4	所产生无害废弃物总量（以吨计算）及（如适用）密度（如以每产量单位、每项设施计算）。
	关键绩效指标 A1.5	描述所订立的排放量目标及为达到这些目标所采取的步骤。
	关键绩效指标 A1.6	描述处理有害及无害废弃物的方法，及描述所订立的减废目标及为达到这些目标所采取的步骤。
层面 A2: 资源使用	一般披露有效使用资源（包括能源、水及其他原材料）的政策。	
	关键绩效指标 A2.1	按类型划分的直接及/或间接能源（如电、气或油）总耗量（以千个千瓦时计算）及密度（如以每产量单位、每项设施计算）。
	关键绩效指标 A2.2	总耗水量及密度（如以每产量单位、每项设施计算）。
	关键绩效指标 A2.3	描述所订立的能源使用效益目标及为达到这些目标所采取的步骤。
	关键绩效指标 A2.4	描述求取适用水源上可有任何问题，以及所订立的用水效益目标及为达到这些目标所采取的步骤。
关键绩效指标 A2.5	制成品所用包装材料的总量（以吨计算）及（如适用）每生产单位占量。	
层面 A3: 环境及天然资源	一般披露减低发行人对环境及天然资源造成重大影响的政策。	
	关键绩效指标 A3.1	描述业务活动对环境及天然资源的重大影响及已采取管理有关影响的行动。
层面 A4: 气候变化	一般披露识别及应对已经及可能会对发行人产生影响的重大气候相关事项的政策。	
	关键绩效指标 A4.1	描述已经及可能会对发行人产生影响的重大气候相关事项，及应对行动。
B 社会		
雇佣及劳工常规		
层面 B1: 雇佣	一般披露有关薪酬及解雇、招聘及晋升、工作时数、假期、平等机会、多元化、反歧视以及其他待遇及福利的： (a) 政策；及 (b) 遵守对发行人有重大影响的相关法律及规例的资料。	
	关键绩效指标 B1.1	按性别、雇佣类型（如全职或兼职）、年龄组别及地区划分的雇员总数。
	关键绩效指标 B1.2	按性别、年龄组别及地区划分的雇员流失比率。
	关键绩效指标 B2.3	描述所采纳的职业健康与安全措施，以及相关执行及监察方法。
层面 B2: 健康与安全	一般披露有关提供安全工作环境及保障雇员避免职业性危害的： (a) 政策；及 (b) 遵守对发行人有重大影响的相关法律及规例的资料。	
	关键绩效指标 B2.1	过去三年（包括汇报年度）每年因工亡故的人数及比率。
	关键绩效指标 B2.2	因工伤损失工作日数。
	关键绩效指标 B2.3	描述所采纳的职业健康与安全措施，以及相关执行及监察方法。

层面 B3: 发展与培训	一般披露有关提升雇员履行工作职责的知识及技能的政策，描述培训活动。	
	关键绩效指标 B3.1	按性别及雇员类别（如高级管理层、中级管理层）划分的受训雇员百分比。
	关键绩效指标 B3.2	按性别及雇员类别划分，每名雇员完成受训的平均时数。
层面 B4: 劳工准则	一般披露有关防止童工或强制劳工的： (a) 政策；及 (b) 遵守对发行人有重大影响的相关法律及规例的资料。	
	关键绩效指标 B4.1	描述检讨招聘惯例的措施以避免童工及强制劳工。
	关键绩效指标 B4.2	描述在发现违规情况时消除有关情况所采取的步骤。
	营运惯例	
层面 B5: 供应链管理	一般披露管理供应链的环境及社会风险政策。	
	关键绩效指标 B5.1	按地区划分的供应商数目。
	关键绩效指标 B5.2	描述有关聘用供应商的惯例，向其执行有关惯例的供应商数目，以及相关执行及监察方法。
	关键绩效指标 B5.3	描述有关识别供应链每个环节的环境及社会风险的惯例，以及相关执行及监察方法。
	关键绩效指标 B5.4	描述在拣选供货商时促使多用环保产品及服务的惯例，以及相关执行及监察方法。
层面 B6: 产品责任	一般披露有关所提供产品和服务的健康与安全、广告、标签及私隐事宜以及补救方法的： (a) 政策；及 (b) 遵守对发行人有重大影响的相关法律及规例的资料。	
	关键绩效指标 B6.1	已售或已运送产品总数中因安全与健康理由而须回收的百分比。
	关键绩效指标 B6.2	接获关于产品及服务的投诉数目以及应对方法。
	关键绩效指标 B6.3	描述与维护及保障知识产权有关的惯例。
	关键绩效指标 B6.4	描述质量检定过程及产品回收程序。
	关键绩效指标 B6.5	描述消费者资料保障及私隐政策，以及相关执行及监察方法。
层面 B7: 反贪污	一般披露有关防止贿赂、勒索、欺诈及洗黑钱的： (a) 政策；及 (b) 遵守对发行人有重大影响的相关法律及规例的资料。	
	关键绩效指标 B7.1	于汇报期内对发行人或其雇员提出并已审结的贪污诉讼案件的数目及诉讼结果。
	关键绩效指标 B7.2	描述防范措施及举报程序，以及相关执行及监察方法。
	关键绩效指标 B7.3	描述向董事及员工提供的反贪污培训。
社区		
层面 B8: 社区投资	一般披露有关以社区参与来了解营运所在社区需要和确保其业务活动会考虑社区利益的政策。	
	关键绩效指标 B8.1	专注贡献范畴（如教育、环境事宜、劳工需求、健康、文化、体育）。
	关键绩效指标 B8.2	在专注范畴所动用资源（如金钱或时间）。



GRI 内容索引

准则	编号	内容	报告对应章节
GRI 2 系列 General Disclosures 一般披露	GRI 2-1	组织详细情况	2.1.1 组织架构
	GRI 2-2	纳入组织可持续发展报告的实体	2.1.3 信息披露与投资者沟通
	GRI 2-3	报告期、报告频率和联系人	2.1.3 信息披露与投资者沟通
	GRI 2-4	信息重述	2.1.3 信息披露与投资者沟通
	GRI 2-5	外部鉴证	2.1.3 信息披露与投资者沟通
	GRI 2-6	活动、价值链和其他业务关系	1.1 公司概况
	GRI 2-7	员工	2.1.1 组织架构
	GRI 2-8	员工之外的工作者	2.1.1 组织架构
	GRI 2-9	管治架构和组成	2.1.1 组织架构
	GRI 2-10	最高管治机构的提名和遴选	2.1.1 组织架构
	GRI 2-11	最高管治机构的主席	2.1.1 组织架构
	GRI 2-12	在管理影响方面，最高管治机构的监督作用	2.1.1 组织架构
	GRI 2-13	为管理影响的责任授权	2.1.1 组织架构
	GRI 2-14	最高管治机构在可持续发展报告中的作用	2.1.1 组织架构
	GRI 2-15	利益冲突	2.1.1 组织架构
	GRI 2-16	重要关切问题的沟通	2.1.1 组织架构
	GRI 2-17	最高管治机构的共同知识	2.1.1 组织架构
	GRI 2-18	对最高管治机构的绩效评估	2.1.2 绩效与考核
	GRI 2-19	薪酬政策	2.1.2 绩效与考核
	GRI 2-20	确定薪酬的程序	2.1.2 绩效与考核
	GRI 2-21	年度总薪酬比率	未披露
	GRI 2-22	关于可持续发展战略的声明	2.1.3 信息披露与投资者沟通
	GRI 2-23	政策承诺	管理层致辞
	GRI 2-24	融合政策承诺	管理层致辞
	GRI 2-25	补救负面影响的程序	管理层致辞
	GRI 2-26	寻求建议和提出关切的机制	管理层致辞
	GRI 2-27	遵守法律法规	2.2 合规经营
	GRI 2-28	协会的成员资格	1.3 利益相关方沟通
	GRI 2-29	利益相关方参与的方法	1.3 利益相关方沟通
	GRI 2-30	集体谈判协议	1.3 利益相关方沟通
GRI 3 系列 Material Topics 实质性议题	GRI 3-1	确定实质性议题的过程	1.3 利益相关方沟通
	GRI 3-2	实质性议题清单	1.3 利益相关方沟通
	GRI 3-3	实质性议题的管理	1.3 利益相关方沟通
GRI 200 系列 Economic Disclosure 经济披露	GRI 201-1	直接产生和分配的经济价值	1.3 利益相关方沟通
	GRI 201-2	气候变化带来的财务影响以及其他风险和机遇	3.3.2 气候风险管理
	GRI 201-3	固定福利计划义务和其他退休计划	4.2 员工福利与保障
	GRI 201-4	政府给予的财政补贴	4.5 公益及社区参与
	GRI 202-1	按性别标准起薪水平工资与当地最低工资之比	未披露
	GRI 202-2	从当地社区雇用高管的比例	未披露
	GRI 203-1	基础设施投资和支持性服务	4.5 公益及社区参与
	GRI 203-2	重大间接经济影响	4.5 公益及社区参与
	GRI 204-1	向当地供应商采购的支出比例	6.1 严格准入，品质为先
	GRI 205-1	已进行腐败风险评估的运营点	2.2.3 廉洁建设
	GRI 205-2	反腐败政策和程序的传达及培训	2.2.3 廉洁建设
	GRI 205-3	经确认的腐败事件和采取的行动	2.2.3 廉洁建设
	GRI 206-1	针对反竞争行为、反托拉斯和反垄断实践的法律诉讼	2.2.2 反舞弊与公平竞争
	GRI 207-1	税务方针	2.2.1 风险管理
	GRI 207-2	税务治理、控制及风险管理	2.2.1 风险管理

准则	编号	内容	报告对应章节
GRI 300 系列 Environmental Disclosures 环境披露	GRI 207-3	与税务密切相关的利益相关方参与及管理	2.2.1 风险管理
	GRI 207-4	国别报告	2.2.1 风险管理
	GRI 301-1	所用物料的重量或体积	3.1.2 材料资源
	GRI 301-2	所用循环利用的进料	3.1.2 材料资源
	GRI 301-3	再生产品及其包装材料	3.1.2 材料资源
	GRI 302-1	组织内部的能源消耗量	3.1.3 能源资源
	GRI 302-2	组织外部的能源消耗量	3.1.3 能源资源
	GRI 302-3	能源强度	3.1.3 能源资源
	GRI 302-4	降低能源消耗量	3.1.3 能源资源
	GRI 302-5	降低产品和服务的能源需求量	3.1.3 能源资源
	GRI 303-1	组织与水作为共有资源的相互影响	3.1.1 水资源
	GRI 303-2	管理与排水相关的影响	3.2.1 水污染物处置
	GRI 303-3	取水	3.2.1 水污染物处置
	GRI 303-4	排水	3.2.1 水污染物处置
	GRI 303-5	耗水	3.2.1 水污染物处置
	GRI 304-1	组织在位于或邻近保护区和保护区外的生物多样性丰富区域拥有、租赁、管理的运营点	未披露
	GRI 304-2	活动、产品和服务对生物多样性的重大影响	未披露
	GRI 304-3	受保护或经修复的栖息地	未披露
	GRI 304-4	受运营影响的栖息地中已被列入世界自然保护联盟 (IUCN) 红色名录及国家保护名册的物种	未披露
	GRI 305-1	直接 (范围 1) 温室气体排放	3.3.1 温室气体排放
	GRI 305-2	能源间接 (范围 2) 温室气体排放	3.3.1 温室气体排放
	GRI 305-3	其他间接 (范围 3) 温室气体排放	3.3.1 温室气体排放
	GRI 305-4	温室气体排放强度	3.3.1 温室气体排放
	GRI 305-5	温室气体减排量	3.3.1 温室气体排放
	GRI 305-6	臭氧消耗物质 (ODS) 的排放	未披露
	GRI 305-7	氮氧化物 (NOX)、硫氧化物 (SOX) 和其他重大气体排放	3.3.1 温室气体排放
	GRI 306-3	重大泄漏	3.2.3 固体废弃物
	GRI 308-1	使用环境评价维度筛选的新供应商	6.1.1 供应商准入
	GRI 308-2	供应链的负面环境影响以及采取的行动	6.1.2 供应商监测及淘汰机制
	GRI 400 系列 Social Disclosures 社会披露	GRI 401-1	新进员工雇佣率和员工流动率
GRI 401-2		提供给全体员工 (不包括临时或兼职员工) 的福利	4.2 员工福利与保障
GRI 401-3		育儿假	4.2 员工福利与保障
GRI 402-1		有关运营变更的最短通知期	未披露
GRI 403-1		职业健康安全管理体系	4.3.1 职业病防治
GRI 403-2		危害识别、风险评估和事故调查	4.3.1 职业病防治
GRI 403-3		职业健康服务	4.3.1 职业病防治
GRI 403-4		职业健康安全事务: 工作者的参与、意见征询和沟通	4.3.1 职业病防治
GRI 403-5		工作者职业健康安全培训	4.3.2 安全生产培训
GRI 403-6		促进工作者健康	4.3.1 职业病防治
GRI 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	4.3.2 安全生产培训
GRI 403-8		职业健康安全管理体系覆盖的工作者	4.3.1 职业病防治
GRI 403-9		工伤	4.2 员工福利与保障
GRI 403-10		工作相关的健康问题	4.3.1 职业病防治
GRI 404-1		每名员工每年接受培训的平均小时数	4.4 员工培训与发展
GRI 404-2		员工技能提升方案和过渡援助方案	4.4 员工培训与发展
GRI 404-3		接受定期绩效和职业发展考核的员工百分比	4.4 员工培训与发展



GRI 内容索引

准 则	编 号	内 容	报告对应章节
GRI 400 系列 Social Disclosures 社会披露	GRI 405-1	管治机构与员工的多元化	4.1.2 人才平等与多样化
	GRI 405-2	男女基本工资和报酬的比例	未披露
	GRI 406-1	歧视事件及采取的纠正行动	4.1.2 人才平等与多样化
	GRI 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	6.1 严格准入，品质为先
	GRI 408-1	具有重大童工事件风险的运营点和供应商	6.1 严格准入，品质为先
	GRI 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	6.1 严格准入，品质为先
	GRI 411-1	涉及侵犯原住民权利的事件	4.5 公益及社区参与
	GRI 415-1	政治捐助	4.5 公益及社区参与
	GRI 416-1	评估产品和服务类别的健康与安全影响	5.1.2 产品安全
	GRI 416-2	涉及产品和服务的健康与安全影响的违规事件	5.1.2 产品安全
	GRI 417-1	对产品和服务信息与标识的要求	5.1 品质管理
	GRI 417-2	涉及产品和服务信息与标识的违规事件	5.1 品质管理
	GRI 417-3	涉及营销传播的违规事件	6.2.2 负责任营销
	GRI 418-1	涉及侵犯客户隐私和丢失客户资料的经证实的投诉	7.2.3 提升消费者满意度