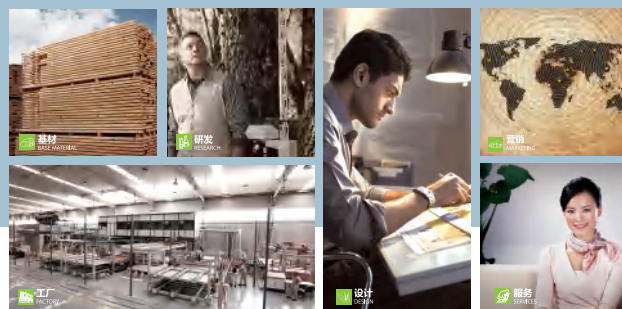


GREEN IS ALL  
圣象绿色产业链



2024 大亚圣象家居股份有限公司

社会责任报告



**2024**

**大亚圣象家居股份有限公司**

Dare Power Dekor Home Co.,Ltd.  
CSR Report 2024 **社会责任报告**

用爱承载 美好生活











# 报告规范

## ◎ 质量保证

大亚圣象家居股份有限公司保证报告内容的真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。希望以此报告为契机，促进与利益相关方的沟通，共同建设美好未来。

## ◎ 信息说明

本报告旨在向各位利益相关者汇报大亚圣象家居股份有限公司 2024 年所开展的社会责任活动。报告覆盖下属圣象集团有限公司、大亚人造板集团有限公司及各大工厂。报告中涉及的公司经营计划等前瞻性陈述，不构成公司对投资者的实质性承诺，请投资者注意投资风险。

## ◎ 时间范围

2024 年 1 月 1 日至 12 月 31 日，为提高报告完整性，部分信息超出上述范围。

## ◎ 编写标准

报告参考了中国社会科学院经济学部企业社会责任研究中心发布的《中国企业社会责任报告指南基础框架 CASS-CSR4.0》和 T/CNFPIA 4001—2017《中国林产工业企业社会责任报告编写指南》。

## ◎ 内容范围

报告内容包括大亚圣象及所有下属公司。为便于表达，报告中所提及的“大亚圣象”称谓，表示大亚圣象家居股份有限公司及其下属企业。使用“圣象”称谓，表示圣象集团有限公司及其下属企业。使用“大亚人造板”称谓，表示大亚人造板集团有限公司及其下属企业。

## ◎ 发布形式

本报告以印刷版和电子版两种形式发布。

## ◎ 获取方式

本报告发布后，可通过公司和中国林产工业协会网站或直接与本企业联系获取。



## 目录

---

### 报告前言 05

董事长致辞	06
会长致辞	08
企业简介	10

---

### 责任管理 17

愿景	18
战略	20
制度	22
参与	23

---

### 市场绩效 25

股东责任	26
客户责任	29
聚焦 2024年度大事件	38
伙伴责任	44

---

### 社会绩效 45

政府责任	46
员工责任	47
安全生产	50
社区责任	54

---

### 环境绩效 57

绿色管理	58
绿色运行	66

---

### 报告后记 72

未来展望	73
企业荣誉	74
意见反馈	78

---

# 01



## 报告前言

## 董事长致辞



陈也强

大亚圣象家居股份有限公司董事长

2024年是全面贯彻落实党的二十大精神，是“十四五”规划承上启下步入2025收官之年，也是大亚圣象赓续初心、开疆拓境、跨周期、迎挑战奔向又一个崭新30年的重要一年。面对国内外市场风云变幻和新技术挑战等大变局，大亚圣象顺应时代趋势和自身发展规律，立足当下，聚焦核心业务和品类，调整经营布局，以创新驱动，科技引领，数字赋能推动大亚圣象实现稳定发展。

这一年，我们坚持向“新”提“质”，在不确定性中做到了顺势识变、应变和求变，在服务新质生产力发展中实现了高质量发展。在碳中和目标的指引下，持续聚焦科技创新，坚定走绿色可持续道路，以“绿色设计、绿色采购、绿色制造、绿色物流、绿色回收、绿色服务”等形成大亚圣象绿色产业链核心战略的六个绿色抓手，为圣象绿色产业链不断赋予新的内涵，积极发展绿色生产力，制定绿色发展规划，创新绿色技术与产品，建立环保合规体系，携手产业链上下游共同坚定可持续成长，同时，大幅降低自身能源消耗，提高企业绿能占比，扩展绿色发展半径，赋能海内外合作伙伴。

这一年，我们践行诚信为本，坚持稳健经营，致力于构建诚信共赢生态，与各攸关方共创共享、共生致远。我们积极响应国家政策，抓住机遇，提前布局，继续支持废旧产品回收利用。在经营过程中，我们将责任意识融入企业文化，积极承担环境、社会、治理三方面的企业社会责任，致力于用科技打造全新应用场景，创造新的价值需求，激发消费热点，创造消费可能服务用户贡献社会，将自律和责任意识融入企业文化，协同供应商一起为广大消费者创造美好生活和未来。

这一年，我们始终以用户为中心，致力于以高科技、高效能、高质量的产品解决方案打造服务社会、造福于民。我们坚持科技自立自强，从产业核心材料的基础研发、建筑节能技术到未来工厂构想的多维度、多体系，释放企业生生不息的活力与创新力。绿色发展，坚定生长，努力拼搏坚定创造超越时代红利的产品。作为负责任的企业公民，在实现自身发展的同时，积极与用户、员工、投资者和社会公众共享企业发展的丰硕成果。我们坚持开放的用人机制，促进员工多样性发展，打造公平开放包容的组织文化；心系所在地社区发展，用实际行动反哺社会，以负责任的方式创造可持续的价值。在公司治理方面，秉持诚信、守法、廉洁、合规的基本原则，构建现代化的企业治理机制，维护股东方利益，保持公司稳健、良好的运转。

这一年，我们秉承“绿色共生”的理念，携手合作伙伴共建绿色价值链。全面推进集团各层级的可持续发展工作，不断提出新的发展目标，将社会责任深度融入公司战略与日常工作中。在合规治理上，我们通过不断变革治理机制、激励机制，强化合规管理，打造简单透明、公平公正的企业氛围，建设高效运转的公司治理体系。

当前，世界百年未有之大变局加速演进，以AI和新能源为代表的新一轮科技革命和产业变革深入发展，战略机遇和风险挑战并存。我们将在可持续发展方面继续努力，栉风沐雨，砥砺前行。大道至简，志存高远，在不确定的环境中建立起确定性的优势。深化产业战略布局，持续的高质量发展，长期地保持创业心态和革新精神。

在此，我们正式披露 2024 年度社会责任报告，旨在以更公开透明的方式全面展示我们在环境、社会及治理等方面的实践和绩效，以实事求是的态度，致力于集团的可持续发展。我们希望通过该报告，能与各利益相关方进行有效交流，系统性地回应利益相关方的期望和诉求，接受社会大众的进一步监督，更欢迎社会各界的监督和指正。大亚圣象愿与所有员工、用户、股东、合作伙伴一起，携手并进、共创未来。



## 会长致辞



周鸿升

中国林产工业协会会长

2024年是全面贯彻党的二十大精神，继续深化改革的一年，也是实施“十四五”规划承上启下的关键之年，2025年我们步入十四五规划的收官之年。

一年来，面对复杂严峻的国际环境和艰巨繁重的国内改革发展稳定任务，在党中央、国务院的坚强领导下，各地区各部门全面贯彻新发展理念，加快构建新发展格局，着力推动高质量发展，全面深化改革开放，着力扩大内需、优化结构，现代化产业体系建设取得重要进展，科技创新实现新突破，全面建设社会主义现代化国家迈出坚实步伐。



一年来，中国林产工业协会在中央社会工作部、国家林草局的领导下，在广大会员单位的支持下，准确把握发展形势，充分发挥行业协会桥梁纽带作用，促进跨行业合作，拓宽行业发展领域、延展产业发展链条，为产业高质量发展营造优良环境，为企业创新发展提供高水平咨询，积极促进国际合作与组织国际维权，全面完成了年初计划的各项工作，为林产工业行业可持续发展提供了有力支撑。

企业承担社会责任，不仅是义不容辞的使命，是自身成长壮大的必然要求，是企业做大做强的目标和追求；更是企业核心竞争力的源泉和根本，是共同构建行业发展与和谐社会的细胞和基石；同时也意味着企业将收获更好的经营环境、更多的资源支持、更高的企业声誉和社会认可度。我协会积极组织企业履行社会责任，是回报国家、回馈社会的责任担当，是实现我国林产工业高质量发展的根本要求。

2024 年是全面贯彻落实党的二十大精神的关键之年，也是实施“十四五”规划的攻坚之年。我们要立足新发展阶段，既要坚持底线思维，提高风险预见预判能力，严密防范各种风险挑战，又要善于抓住机遇，增强必胜信心，在准确识变、科学应变、主动求变中开辟发展新境界。

2024 年，协会顺利完成了换届工作。新一届理事会将进一步认清形势，提高认识，抓住机遇，开拓进取，充分发挥好协会的各项职能和作用。

我们将充分利用自身优势，深入开展调查研究，及时发现我国林产工业产业中存在的问题和困难，积极为行业发展把脉会诊，帮助会员、企业改善经营管理，增强创新能力，转变发展方式，全面提升质量和效益，引导林产工业健康持续发展。

我们将时刻注意将国家有关林业产业发展的法律法规、方针政策和行业信息，及时传达落实到会员、企业。同时，要将会员、企业对行业发展的意见、建议和要求，及时反馈到政府及主管部门，为政府及有关部门提供决策服务，在传递政务信息、反映行业呼声中，努力发挥好桥梁作用。

我们将不断探索和创新产业发展的组织形式，努力构建产业联合发展平台，在信息、技术、培训、团体标准、行业管理等方面，为行业、企业提供全方位、多层次的优质高效的社会服务。

我们将认真担负实施行业自律、规范市场秩序的重要职责，着力建立健全行规、行约等自律性管理制度，完善自律性约束机制，加强行业道德教育，推进行业诚信建设，着力规范会员、企业行为，切实维护公平竞争的市场环境。

随着我国现代林业建设的深入发展，林业产业任重道远，希望大家共同努力，为尽快做大做强我国林业产业做出新的更大贡献。

# 大亚圣象简介

大亚圣象家居股份有限公司于 1999 年 4 月 20 日成立，是农业产业化国家重点龙头企业，国家高新技术企业，地板和人造板行业龙头企业。旗下企业有：

## 圣象集团有限公司

### ◎ 承千万家之爱 载三十年前行

圣象集团创立于 1995 年，现总部位于上海，是中国民营企业 500 强大亚集团旗下上市公司大亚圣象家居股份有限公司（简称“大亚圣象”，股票代码 000910）的全资子公司。

### ◎ 以爱为基点，承载美好生活

自 1995 年创立起，圣象就确立了放眼全球的理念，稳步向前的坚定意志。圣象以“爱”为基点与起点。“用爱承载”是以木为始，打造对空间的挚爱。顺应消费趋势的变化，将木质产品、木质文化与人们的生活场景进行深度融合，塑造具有亲近感的人居空间；“用爱承载”是以人为本，守护对生命的关爱。关注人们的健康需求，以科技手段建立绿色标准，以情感诉求倡导绿色生活方式，让物理空间充满情感关怀；“用爱承载”是以设计为名，演绎对生活的热爱：不拘泥于特定风格，用智能解决方案打造满足个性化需求的生活灵感空间，让每个人都能成为生活的艺术家。

圣象将爱的内涵融于基材选择、研发设计、精密制造、营销推广、产品安装到售后服务全流程，持续关注消费者的需求、利益和情感，打造了温暖、有爱、愉悦的品牌内涵与形象，获得了千万消费者的价值认同，建立了强大的品牌忠诚壁垒。

### ◎ 以木为核心，专注于家居产业

近 30 年发展，圣象始终以木业为核心，专注于家居产业。作为以地面铺装材料为核心业务的家居解决方案提供商，圣象长期致力于为人们打造绿色、环保的高质量生活空间，传递有爱、健康的生活方式，向绿色人居生活的价值创造者不断迈进。以地面为起点，依托庞大的产业链体系，圣象实现了从地板行业拓荒者到家居行业领军者；从木地板产品到地、门、墙、柜、整装一体化解决方案；从家庭空间到商用、公共生活场景的成功跨越。

### ◎ 以用户为中心，守护对家的期待

圣象连续 9 年入选“中国 500 最具价值品牌”榜单，以 1021.71 亿元品牌价值稳坐中国品牌 100 强交椅。多年来，圣象始终秉持“用爱承载”的品牌理念服务全球用户。国内 40 余家分公司、3000 家品牌专卖店与线上电商平台形成了完备的全域营销网络；自有 4 大制造基地、14 家智能工厂搭建起全流程智造体系；地板、地门墙一体解决方案与定制家居构建了全场景空间能力；海外超 30 个营销足迹、全球 2 万名员工实现了中国品牌的全球影响力。

## ◎ 设计引领，科技驱动

用科技让资源得到更高效的使用，积极贯彻可持续发展战略，不断通过智能化设备来推进智能制造，加快转型升级，提升生产效率、技术水平和产品质量，降低能源资源消耗，将可持续发展的宗旨融入产业链运作，推进着人类向着绿色发展之路挺进。

用设计让用户体验家居生活的乐趣与改变，为消费者创造和兑现美好家居高品质生活而努力，以用户需求为主体，根据空间的功能和美学特性，为用户提供地墙空间的测量、设计、选材、运输、安装及售后服务的一体化解决方案。

## ◎ 以创新谋突破，推动产业高质量发展

圣象坚持研发驱动、创新驱动、产品驱动运作模式，充分发挥研发体系引领作用，以卓越产品开发、设计管理能力再拓行业价值高地。

2006 年，圣象建立了地板行业国内首批通过 CNAS 国家认可的企业实验室，致力于木地板新产品开发，打造公司技术领先优势。截至 2024 年底，圣象累计获得授权专利 250 件，参与制修订国家标准、行业标准和团体标准 70 项，为开发新产品提供了先决条件，此外还拥有多项独有的产品加工技术。

圣象自有 4 大制造基地、14 家智能工厂搭建起全流程智造体系，全面涵盖了木地板、新材料地墙产品、配件的产品品类，使用超一流制造 E 平台，数字化自动控制生产制造全过程，全球领先的“在线实时监控”实现从生产到产业链的全流程管控质量管理模式保证产品的可追溯性，保障了充足的产能与先进的技术品质，形成了庞大的科技产业制造集群。

企业  
愿景

绿色人居生活空间领军企业

品牌  
愿景

世界级可持续发展的生态健康和生活空间品牌





## 大亚人造板集团有限公司

大亚人造板集团有限公司（以下简称“大亚人造板”），是农业产业化国家重点龙头企业、国家高新技术企业、国家林业重点龙头企业、国家林业标准化示范单位、全国生态文化示范企业、全国林业首批知识产权试点单位，中国林产工业创新成果产业化示范基地，被列为“国家林草局十四五重点对口扶持企业”。大亚人造板是中国民营企业 500 强上市公司“大亚圣象”（股票代码：000910）的核心业务之一，公司建有国家级省级技术中心、研发中心和博士后科研工作站。

### ◎ 行业知名品牌

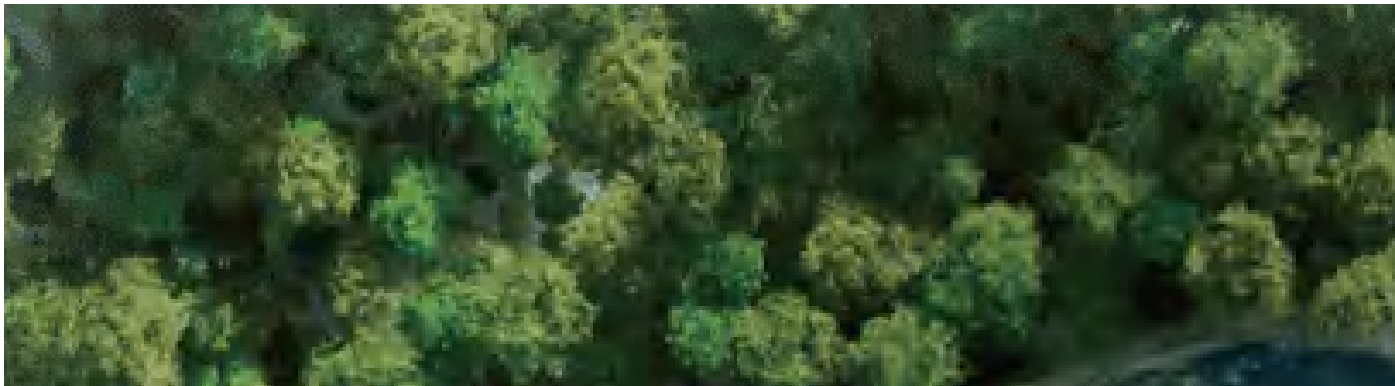
荣膺“中国十大纤维板品牌”、“中国十大刨花板品牌”、“中国板材行业最具影响力（品牌）制造企业”、“中国林业产业诚信企业品牌”、“中国板材国家品牌”，及“中国品牌年度大奖 NO.1”（人造板行业）等殊荣，连续多年入选“中国 500 最具价值品牌”。

### ◎ 绿色产业链建设的重要业务单元

大亚科技集团是林业全产业链的前端，是紧密联系“三农”，节约利用资源，实施农林产业化运营，国家鼓励资源综合利用的典型企业。公司深入贯彻绿色发展的基本理念，积极推进国土绿化，坚持以保护生态为原则，发展现代林业，采用“公司 + 基地 + 农户”方式营林造林，带动农民增收；高起点、高投入、高标准引进当今国际先进的人造板生产技术与设备，创办资源节约型和环境友好型企业。自 2002 年以来，公司以江苏为中心，辐射广东、广西、江西、黑龙江及安徽等林业资源集散地和林木产品集中区域，先后投资 80 多亿元，采用自建或合作经营方式，相继建成了八条国际先进的人造板生产线，年产能达 260 万  $m^3$ ，位居世界前列。

### ◎ 致力于满足消费者健康环保的需求

大亚人造板集团，以三剩物和次、小薪材为原料加工生产高端板材，在全国推广家居环保理念，率先推出 ENF 级环保标准，各分公司皆已通过 ISO9001:2000 质量体系认证和 ISO14001 环境管理体系认证，产品通过中国环境标志产品认证（十环认证）、日本 JIS 标准 F☆☆☆☆ 认证、美国加州 CARB 认证，美国 EPA 认证。产品广泛应用于地板、家具、木门、橱柜、衣柜、包装、装饰建材、工艺品、电子线路垫板、风扇叶板等行业，成为相关行业知名品牌的首选原料供应商，销售网络遍及国内外各主要市场，产品远销欧、美及东南亚等国家和地区。



我们的  
企业精神

追求卓越，挑战极限

我们的  
核心价值观

勇于变革、锐意创新  
服务客户、追求极致  
共享成长、奋斗不息

我们的使命

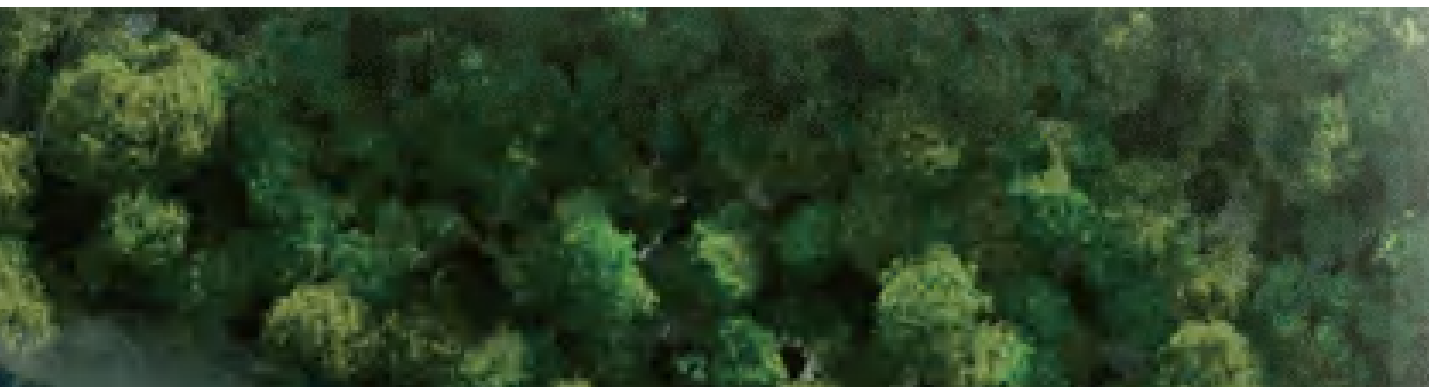
为客户创造杰出价值，为用户智造幸福体验。

我们的愿景

成为一家引领生活质感的世界级卓越公司。

我们理解的  
四大基本理念

管理理念：科学规划、团队协作、精益改善、持续发展  
营销理念：服务客户、创造价值、积极竞争、创新创意  
学习理念：寻求改变、相互学习、学以致用、共同成长  
人才理念：投资于人、奋斗为本、换位思考、信念共鸣



# 四大战略

## 大包装 + 大家居战略

界定了我们的业务领域和发展方向，即做大做强包装和家居产业。包装产业在夯实现有业务同时，积极向社会产品迈进；家居产业则不断整合资源，发挥优势，力争做到细分品类领先，进而带动定制、整装及智能化家居业务，满足更多人的消费升级的需求和对幸福生活的向往，创造更多价值，实现大发展、大提升。

## 数字化创新战略

数字技术的发展已经从互联网、大数据、迈入人工智能时代。数字化升级要求我们使用更多数字资源去实现更多业务目标。数字化企业的实现需要以客户为中心，具备多元化能力，构建智慧大脑，形成敏捷能力，以 AI 加持，并向云 +5G 延伸运营空间，促成 IT 组织能力全面转化。数字化创新战略要求我们：一方面用数据将业务全程联结，从用户体验、客户需求、生产、采购、物流、财务管理、营销、服务实现无缝链接；另一方面，在全程运行中发掘洞察，高效分析，柔性调节，控制成本，高效响应，对运营效率进行极大的提升；同时进行产品、商业模式、内部管理机制、外部资源关系四个维度的创新，创造新时代的更多可能。

## 国际化战略

是我们塑造核心竞争优势的主要逻辑。通过立足于全球视角，以全球格局看待问题，在全球范围之内配备资源，判研、发掘市场高需求产品，优选潜力和增长行业、新的产业发展机遇，对比、学习和赶超全球优秀企业，把引进来和走出去结合，利用资本整合全球优势资源快速构建长板，在全球市场竞争中，谋求更大发展空间。

## 绿色发展战略

将大亚长期坚持打造的绿色产业链作为产业发展的基础，将绿色环保、可持续发展与实现人们健康乐活的生活方式进行全面整合，是大亚基于时代面向未来的战略考量。绿色发展战略不仅将“全程绿色、健康到家”的理念贯彻落实到更多的产业板块，融入产业链的各个环节，顺应并引领行业绿色环保的大趋势；同时坚守健康可持续发展的理念，贡献和提升人们健康生活方式的品质，承担社会责任，关注环境改善，减少碳排放，为社会和未来贡献正向积极的发展能量。







## 责任聚焦

大亚圣象的绿色人居是以人为中心的健康生活方式，是物理环境的安心、情感关系的温暖，人与社会生态关系的和谐发展；公司的生活空间是物理空间与情感的共同支撑，可满足家庭空间、商业空间、公共空间多样生活场景，不断丰富文化内涵，提出“绿色人居生活空间的领军企业”的企业愿景以及使命，用爱承载中国亿万家庭对绿色人居生活的“象”往！在此基础上，大亚圣象品牌再度升级，提出“世界级可持续发展的生态健康与生活空间品牌”的新愿景以及“因你，梦想实现”的品牌新主张。绿色人居就是以更积极的心态，做健康生活的倡导者和践行者，推动家居产业绿色、健康升级，引领家居行业快速从产品环保时代升级至空间环保时代，开启新健康人居时代，让每一个家更和谐温馨，让心与心的距离靠得更近！

2024年，大亚圣象继续坚持绿色产业链的发展目标，坚持走品牌化和可持续发展之路，打造绿色、环保、健康的产品原料、开发、生产、销售和服务的供应链体系。在原材料采购上加强制度建设和管理，强化采购过程控制，集采降本，切实做好资源保障工作；在产品生产上开展精益化管理，不断优化生产管理体系，加大技术创新和新品开发力度；在产品销售上，主要采取自主品牌的经营模式，通过直销模式、经销商模式、网络销售模式及新零售模式，不断提高公司“大亚人造板”和“圣象”的品牌价值，提高公司品牌的知名度，创造更多的品牌溢价空间。大亚圣象绿色人居是一种文化承诺，家不在大，而在于长久陪伴、付出与坚持，它以健康为基础，用美丽来维系，从而引领绿色人居生活！“世界级可持续发展的生态健康与生活空间品牌”的新愿景以及“因你，梦想实现”的品牌新主张，是品牌升级，更是大亚圣象对中国社会的美好祝愿！



# 02



## 责任管理



## 愿景

Vision

## 行为准则

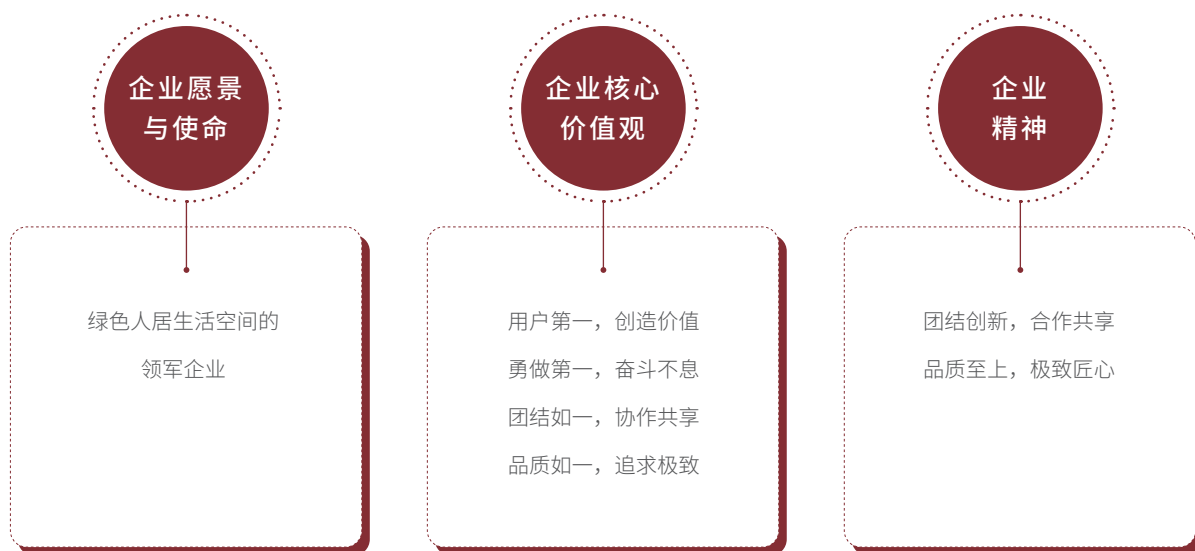
### 企业工作作风

- 目标明确，行动积极；大象赶路，不追小兔；激情超越，团队共赢

### 圣象人宣言

- 我们是圣象人
- 我们是绿色人居生活空间的价值创造者
- 我们拥有共同的事业、共同的梦想，遵循共同的原则
- 我们正处于全球经济数字化转型时期，生产的是绿色健康、舒适安全的家居空间产品
- 我们坚持“团结创新，合作共享；品质至上，极致匠心”的企业精神
- 我们提倡的核心价值观是：PowerDekor ONE

## 企业理念



## 制度文化



### 企业核心竞争力

- 资本与技术完美结合的创造驱动力
- 强大的供应系统与数字化的链接力
- 满足用户需求的差异化交付力



### 企业管理理念

- 目标明确，简单实效
- 团队创新，合作共享
- 信息效率，严控风险



### 企业营销理念

- 创新求变，美化生活
- 数字赋能，助力转化



### 企业产品理念

- 用科技让资源得到更高效的使用
- 用创新让用户体验家居生活的乐趣与改变
- 用美学让寻常生活充满艺术气息



### 企业服务理念

- 圣象好管家，用心做到家



### 企业用人理念

- 尊重人才价值；塑造人才品质；成就人才事业

大亚圣象从 2019 年开始创新提出“大美圣象，亲近万家”的社会责任理念，表达企业发展与社会责任的契合性。大亚圣象将“大美圣象，亲近万家”的社会责任理念升级为可持续发展理念，并将履责理念融入企业经营发展过程中，从政府、投资者、客户、员工、伙伴和社区等利益相关方角度出发，持续推动社会责任和可持续发展工作开展，努力成为更具品牌影响力和社会感召力的优秀企业公民。2024年初，大亚圣象再次将可持续发展理念升级为“大美圣象，承载美好”，谋“大”而后动，以“美”为调，匿大美于无形，藏万象于极简，以“大爱”坚守初心，用爱承载“家”的空间形态，实现从“造产品”向“造生活”转变。

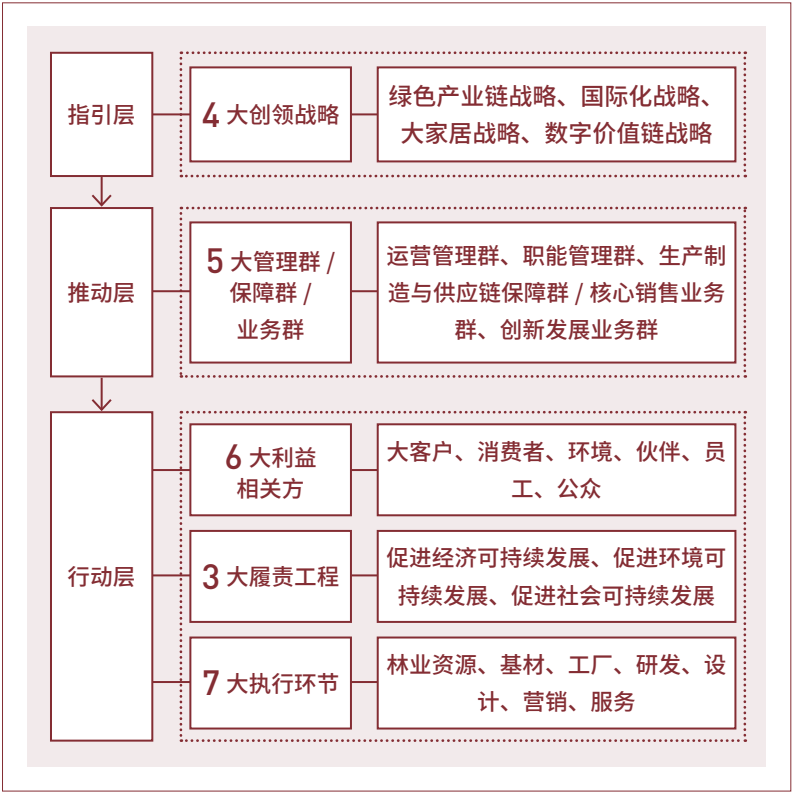
# 战略

## STRATEGY

大亚圣象结合自身发展战略和规划，逐步完善可持续发展实质性议题识别与管理，在可持续发展报告编制工作启动前期，制定专门的实质性议题调查问卷，向广大利益相关方推送，根据问卷调查结果筛选出对相关方影响和对自身发展重要的实质性社会责任议题，作为 2024 年报告信息披露的重点。

### 战略规划与年度计划

为持续提升可持续发展能力，大亚圣象将可持续发展融入企业文化基因，走出了极具大亚圣象特色的可持续发展道路，构建了涵盖“指引层——推动层——行动层”的可持续发展三维模型，旨在通过构建模型不断丰富可持续发展的内涵。模型指引层由绿色产业链战略、国际化战略、大家居战略、数字价值链战略四大战略构成，并将可持续发展战略变为纲领，融于品牌愿景；推动层由管理群、保障群、业务群构成；行动层由大客户、消费者、环境、伙伴、员工、公众 6 大利益相关方及经济可持续发展、环境可持续发展、社会可持续发展 3 大履责工程构成，并将可持续发展理念纵向贯通于涵盖林业资源、基材、工厂、研发、设计、营销、服务 7 大环节产业链上下游，形成全面完整的闭环体系。





## 推动社会责任融入企业发展战略与日常经营

### 融入企业战略和重大决策

制定战略和开展决策中，充分关注和满足利益相关方的期望与诉求，要制定重大决策的社会责任影响评估机制。

### 融入日常业务运营、职能管理

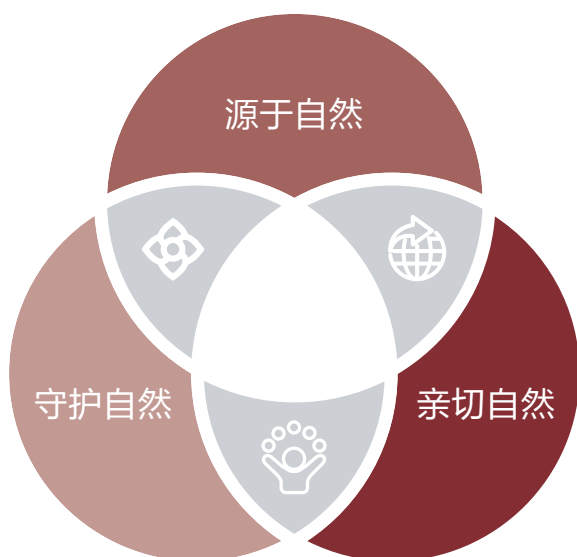
聚焦实质议题，将社会责任融入战略、人力、财务、法务、风控、审计、监察、信息等职能线，融入研发、设计、采购、生产、销售等业务环节。

### 融入供应链管理

将社会责任理念传到供应商、经销商、合作伙伴，通过准入审核、收购把关等方式，提升供应商履责意识，促进产业链共同履责。

### 融入企业文化

积极探索社会责任与企业文化融合机制，探索建立战略、文化与社会责任的融合长效机制，实现文化落地有抓手。



大亚圣象成为中国林产工业企业社会责任报告发布试点企业。多年以来，致力于在绿色产业发展、社会贡献等多个方面积极承担社会责任，回报社会与消费者关爱。

## 制度 SYSTEM

大亚圣象结合自身发展战略和规划，逐步完善可持续发展实质性议题识别与管理，在企业社会责任报告编制工作启动前期，制定专门的实质性议题调查问卷，向广大利益相关方推送，根据问卷调查结果筛选出对相关方影响和对自身发展重要的实质性社会责任议题，作为 2024 年报告信息披露的重点。

### 制定社会责任管理制度

公司将制度建设作为提高可持续发展水平的重要途径，通过健全制度规范，推动公司可持续发展工作制度化和常态化发展，形成较为完善的可持续发展制度体系，促进对总部各部门及下属分公司的有效管理。2024 年，在原有可持续发展指标体系的基础上，公司进一步对标全球报告倡议组织《可持续发展报告标准（GRI Standards）》、联合国可持续发展目标企业行动指南（SDGs）、中国社会科学院《中国企业社会责任报告指南（CASS-CSR4.0）》和同行业企业，按照报告前言、责任管理、市场绩效、社会绩效、环境绩效和报告后记六大维度持续升级指标体系，推动公司可持续发展工作和报告管理工作进一步发展，升级后的指标共有 160 余个具体项。

### 构建社会责任指标体系

#### 构建内控体系，建立健全规章制度

公司按照国家相关法律、法规和规范性文件要求，建立健全了各项规章制度，构建和完善了较为合理、有效的内控体系，并按照《企业内部控制基本规范》《企业内部控制应用指引》《企业内部控制评价指引》的规定，建立健全和有效实施了内部控制，确保了公司运作水平得到持续提高。

### 开展社会责任考核或评优

在客户服务、节能减排、安全环境、供应链优化等各个方面制定考核机制。

- ▶ 致力于健康环保
- ▶ 致力于森林的可持续发展
- ▶ 致力于消费者体验
- ▶ 致力于资源的回收再利用

## 利益相关方沟通

利益相关方的认知与认同，对圣象实现可持续的高质量发展具有重要意义。圣象分析识别不同利益相关方的期望和诉求，建立起有效的沟通方式，积极回应政府、客户、员工、供应商、环境、社会及公众合理期望，不断提高可持续发展工作绩效，实现与利益相关方的共赢发展。

企业社会责任报告内外部沟通机制和活动：内部包括但不限于内部社会责任报告刊物、网站建立社会责任专栏、社会责任知识交流大会、CSR内网等；外部包括召开及参加利益方交流会议、工厂开放日等。

 <b>政府及监管机构</b>	工作会议 函件往来 工作汇报	遵纪守法，接受相关部门监督 依法纳税 积极响应政府号召
 <b>客户</b>	圣象管家 圣象社区 微信管家 400 服务热线定期回访制	注重产品品质提升 提供环保型产品 提升客户满意度 收集客户问题并积极解决
 <b>员工</b>	员工培训计划 员工意见反馈探访 慰问 内部沟通机制	保障员工合法权益 建立完善的薪酬福利体系 完善教育培训体系 加强内部沟通和文化融合
 <b>同行</b>	行业交流大会 项目合作 行业研究	共建公平、透明的合作环境 经验分享、管理输出 实现双赢多赢
 <b>供应商</b>	供应商大会 联合活动 问卷调查	恪守商业道德 发展长期战略合作 给予支持与配合
 <b>社区</b>	行业知识宣传普及 与社区代表沟通 公益活动	带动当地就业 扶贫帮困 支持教育事业 鼓励员工参与志愿活动
 <b>环境</b>	环境信息披露 环保交流大会	生产环保产品 加大节能减排 倡导绿色消费



## 可持续发展理念





# 03



## 市场绩效

## 股东责任

### SHAREHOLDER RESPONSIBILITY

大亚圣象紧紧围绕企业战略和业务发展需要，持续优化内部治理，加大科技创新工作力度；立足市场和客户需求，强化产品品质控制，为客户提供贴心服务，以极致追求、匠心精神成就卓越价值。



回应联合国可持续发展目标（SDGs）

合规与诚信是企业稳健发展的“压舱石”。大亚圣象坚持诚信、廉洁经营，规范公司内部治理结构，加强合规建设并全面提高风险管理能力，强化合规信息披露，尊重和保护知识产权，促进公司决策和执行高效运作，为企业可持续健康发展护航。

### 强化党建引领

大亚圣象党支部坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指引，深入学习贯彻党的二十届历次全会精神，认真学习习近平总书记关于党的建设的重要论述精神，把党的领导融入公司治理体系，把党的政治优势、组织优势转化为发展优势，把党建成果转化为发展成果，着力推进全面从严治党，以优异成绩迎接建党百年。

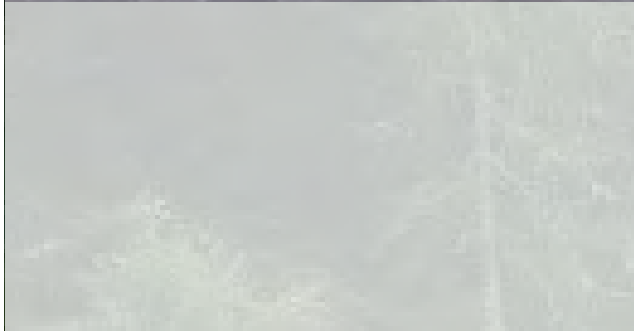
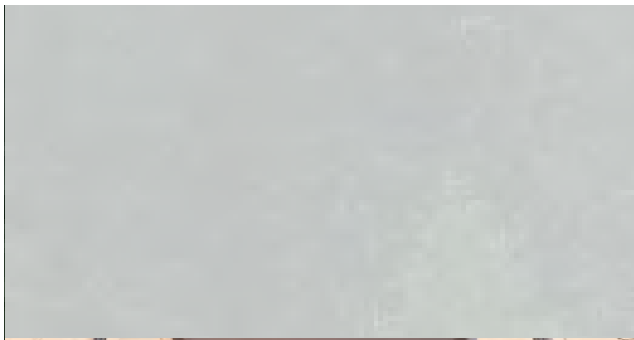
#### ◎ 筑牢思想根基

大亚圣象不断强化理论学习、思想铸魂，深入开展党史学习教育，加强党史宣传，普及党史知识，持续推动党史学习教育走深走实，用好“学习强国”、在线学习平台，引导广大党员干部学史明理、学史增信、学史崇德、学史力行，营造比学赶超的浓厚氛围。

#### ◎ 党旗领航新征程

2024年是全面贯彻党的二十大精神，继续深化改革年，大亚圣象坚持以党的政治建设为统领，将严的主基调贯穿始终，增强基层党组织政治功能和组织功能，锻造高素质专业化干部队伍，积极构建和健全全面从严治党体系，切实以高质量党建引领企业高质量发展。





## 全面风险管控

大亚圣象高度重视风险防控，在企业管理的各个环节和经营过程中执行风险管理的基本流程，建立完善风险管控体系，增强风险应对能力，提高企业管理水平，营造稳健合规的经营环境。2024年，公司着重对应收账款和担保风险防范制度进行设计，组织员工参加内外部企业风险管理相关培训并取得成效，不断提升全员风险防范意识，促进企业稳健、有序发展。圣象积极举办《大客户应收账款管理办法》《公司担保指引与证据保全实务》培训讲座。

## 反腐倡廉建设

大亚圣象重视内部反腐败管理，严格遵守《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国招标投标法》等法律法规，建立完善的内部控制及审计监察体系，严防严惩行贿、侵占、欺诈等违规、腐败行为发生。2024年，公司无贪污受贿等职务犯罪诉讼案件发生。

- ◎ 法务部建立以法务联络人为主体的法务组织体系，配齐配强公司合规管理团队，不断夯实合规管理基础。
- ◎ 通过廉洁宣贯等形式开展廉洁风险警示教育，向员工普及相关法律法规及公司相关要求，加强员工廉洁意识。
- ◎ 建立包括举报热线、邮箱、微信、网站等在内的廉政举报渠道，多渠道接收关于违规违纪相关行为的举报，及时调查、处理、反馈。
- ◎ 根据《员工手册》及其他相关规定，严肃处理审计、调查及后续整改过程中发现的违规违纪问题。
- ◎ 严禁泄露举报事项、调查情况以及与举报人相关的信息，保障举报人及参与反舞弊调查所有人员的信息安全。

# 客户责任

## CUSTOMER RESPONSIBILITY

企业对客户的责任，生产优质产品、提供良好服务、促进科技创新、保护客户基本权益。

### 提升产品 / 服务可及性

随着消费理念迭代升级，优质的产品、服务体验备受消费者们的青睐。圣象始终坚持“用心”服务客户，从细节入手，从“心”出发，打造的专属“服务管家”品牌一直走在行业前列，为客户提供真诚周到、主动贴心、值得信赖的服务，为客户创造价值。

#### ◎ 极致客户体验

圣象始终以客户为中心，构建全流程客户服务体系，不断创新服务举措和服务模式，严格服务规范、注重服务品质，确保以优质的客户体验获得广大消费者的好评和青睐。

#### ◎ 管家服务理念

圣象积极延伸“圣象管家”客户服务品牌触角，推动品牌化服务落地，基于标准化的服务体系、专业化的配备、诚信的信念，为所有客户提供标准化服务，为重要客户提供VIP服务，为个性化需求客户提供增值服务及定制服务，竭诚为客户打造一站式的综合性家居服务体验；以客户需求为导向，把服务做成最好的产品，赢得市场口碑，助力品牌提升和销售增长。

#### 强化服务管理

- ◎ 为进一步提升客户满意度，圣象坚持以客户需求为导向，持续完善客户管理体系，增强客户粘性。圣象不断强化专业的客服管理团队建设，将规范化、标准化的服务内容嵌入到客户服务全生命周期中；开展服务进社区活动，走进社区开展保养、维修等服务活动，让客户真正享受到省力、省钱的贴心服务。

#### 提升服务质效

- ◎ 专业的服务是赢得客户信赖的关键，专业的队伍是做好客户服务的落脚点。圣象注重服务人员能力和综合素质培养，构建起科学化、规范化、系统化的管理机制，优化完善服务培训和内部考核制度，推动对服务工作上下同心、齐抓共管，促进服务质效的全方位提升；积极组织服务人员培训学习，并将科学的安装知识、有效的服务技能等推广到各分公司，加快服务人员成长；组织开展安装服务比武大赛，以赛促学、以赛验效，着力提升服务人员的内在素质和服务技能。



## 产品 / 服务质量管理体系

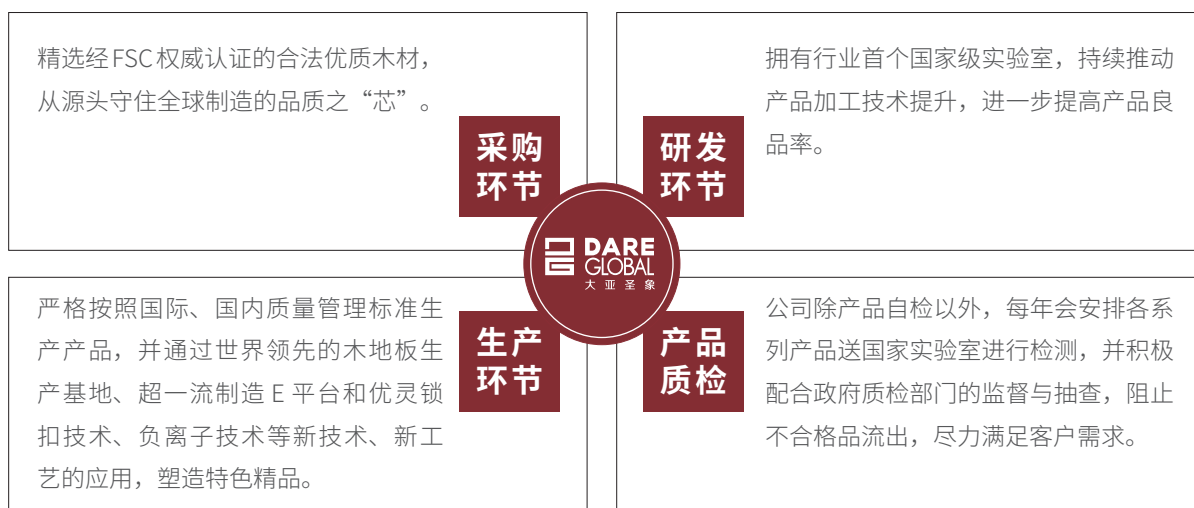
圣象视产品质量为企业的立身之本，恪守质量承诺，将精益品质精神贯穿于绿色产业链全流程，通过不断完善产品质量管理体系，加快生产优质产品，积极培育产品质量文化，以质量优先占领市场高地，努力为客户打造安全、健康的绿色产品。

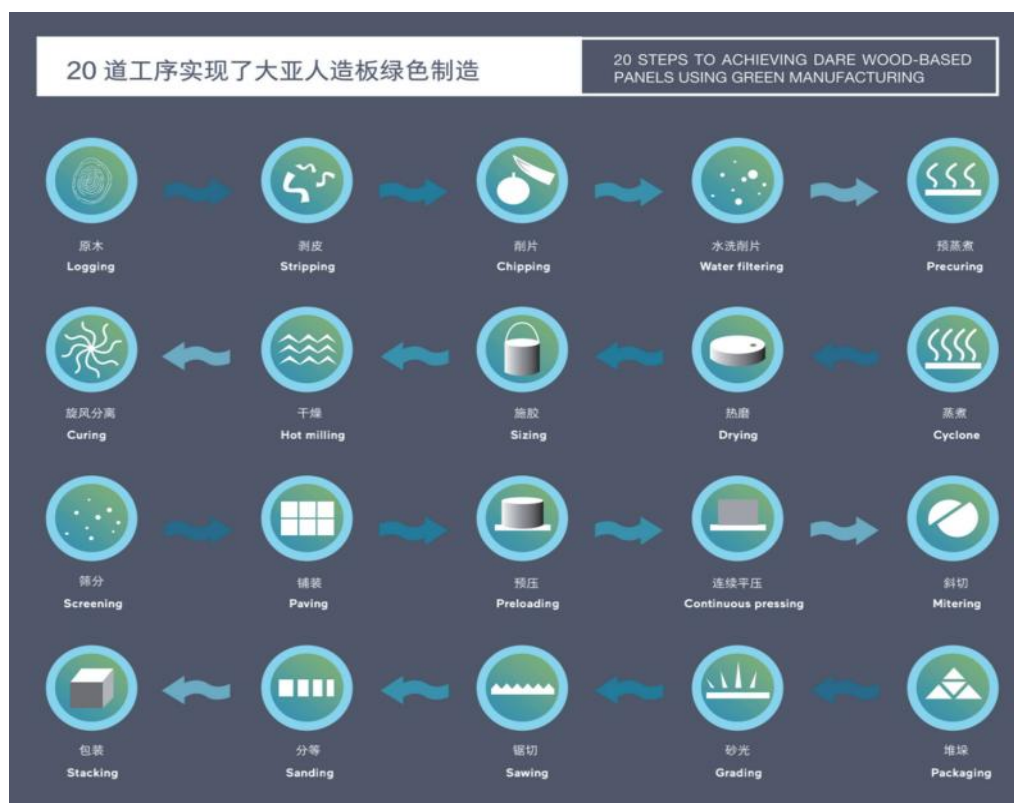
## 产品品质管理

圣象在长期的生产和质量管理实践过程中，总结凝炼了一套较为完善、高效、高标准且符合现代化生产的标准化生产质量管理体系，制定了相应的标准化生产质量管理体系文件，并强化落地执行；公司严格按照国内和国际最高标准生产与控制产品品质，连续多年通过 ISO 质量管理体系、美国委托第三方 BV 公司、中国环保产品 CQC 等认证，确保始终如一的品质坚持，赢取客户对品牌的认可度，提升行业竞争优势。

## 匠心铸就品质

圣象全面落实产品全流程质量管控，成立质量改善小组，负责立项检查，从采购、研发、生产、销售等环节严把产品质量关，以匠心品质成就卓越价值。





## 大亚人造板产品资格认证

- 美国加利福尼亚空气资源委员会的 CARB 认证，成为业内首家通过 CARB 认证的企业
- 通过美国 EPANAF 认证
- 通过日本 JIS 标准 F ☆☆☆ 认证
- 通过 ISO9001 质量管理体系认证
- 通过 ISO14001 环境管理体系认证
- 通过 ISO45001 职业健康安全管理体系认证
- 通过 FSC-COC 森林认证
- 通过江苏致远无醛人造板及其制品认定
- 通过北京绿林无醛人造板及其制品认定
- 通过北京绿林中国绿色产品认证

## QUALIFICATION AUTHENTICATION

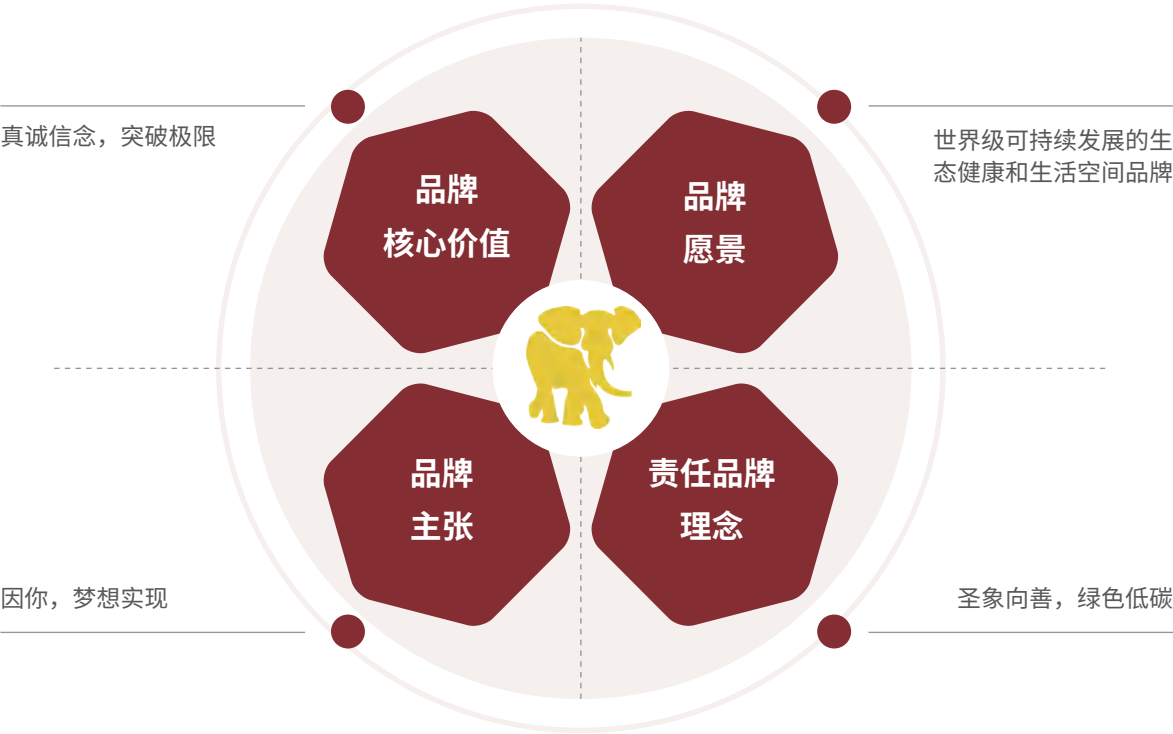


品质文化

新型消费的品质提升需要文化支撑。大亚圣象注重企业品质文化建设，通过将质量文化灌输于思想、浸润于环境、彰显于行为，不断丰富企业品质文化内涵。公司常态化开展质量月活动、质量技能竞赛，定期组织质量提升互检互查与交流，促进质量管理水平的提高，增强员工质量意识，在全公司上下形成人人重视质量、崇尚质量、追求质量的良好氛围。



品牌文化





## 搭建创新平台

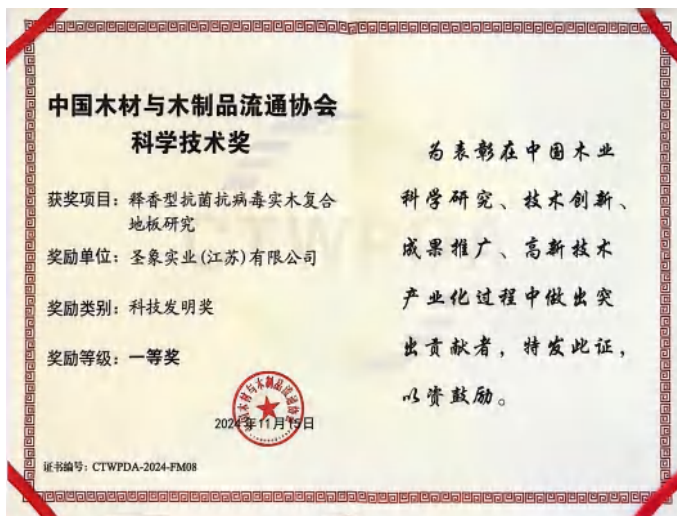
大亚圣象坚持创新驱动发展，积极构建创新协同平台、加大创新技术研发，加强创新文化建设，立足核心扎稳根基，以创新领军者姿态高歌勇进，开辟新领域谋求新发展。

随着消费理念迭代升级，优质的产品、服务体验备受消费者们的青睐。圣象始终坚持“用心”服务客户，从细节入手，从“心”出发，打造的专属“服务管家”品牌一直走在行业前列，为客户提供真诚周到、主动贴心、值得信赖的服务，为客户创造价值。

圣象围绕产业链打造创新链，持续优化整合科技资源，积极推进研发平台建设，加快推进科技成果转化。公司建设地板行业首批通过 CNAS 国家认可的企业实验室，实验室的 13 个项目检测指标均高于国家标准，累计申请并获得授权专利 205 件，为开发新产品提供了先决条件，同时还拥有多项独有的产品加工技术。

## 引领技术进步

圣象坚持锐意开拓创新，不断加大研发投入力度开创新品，积极开展包装线机械手自动上下料系统、高耐污水性涂饰地板、热压机下线自动化、智能地板等产品技术的研究与推广，有效带动产业转型升级，增强企业发展活力；优化布局产业链发展，通过智能化数字生产管理系统，促进生产效率达到行业全新高度，借助多套行业率先引进的数控机床、设备，使加工工艺水平达到前所未有的标准，注重多领域跨界的新技术、新材料、新工艺、新功能等要素投入，把握市场多层次的结构需求，利用智能化生产、定制出多种需求层次的产品，以满足多层次、多元化市场需求。



## 2024年新增专利数



## 2024年研发投入

**1.03** 亿元

大亚圣象研发投入

## 倡导可持续消费

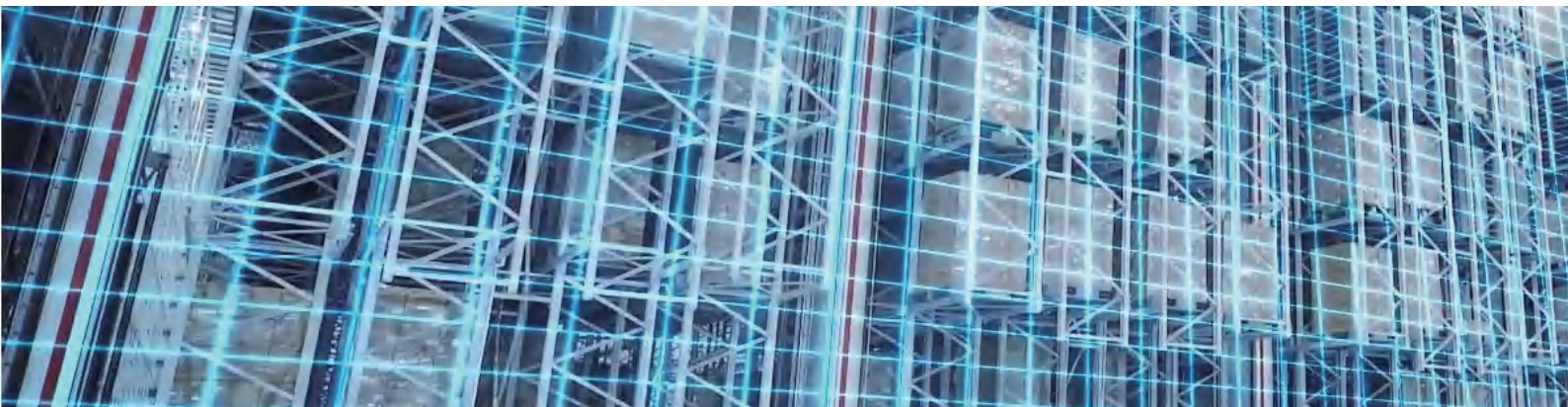
圣象从产品营销到销售安装全流程，积极引导客户践行可持续消费，与客户构建互信关系。为消费者制作购物环保袋作为礼品包装，提升客户可持续、绿色消费意识；在店内明示产品绿色环保性，让顾客对环保有基础认识，再选购商品；提倡顾客按需购买，多退少补；设计合理的安装方案，在实现安装效果的同时，避免材料浪费。



## 完善售后服务

圣象坚持客户至上，注重服务细节，不断完善客户售后服务体系，通过专业团队为客户及时解答在使用产品中遇到的各种难题，为客户提供最快速度、最专业和最安心的服务。公司客户中心设有 400 呼叫中心、售后服务组、服务推广组，三个团队负责完成售后服务工作，分别对应各分公司的不同部门、岗位，形成售后服务闭环。

### 售后服务

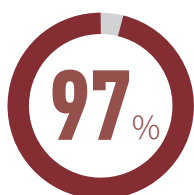


## 提供增值服务

圣象不断加码多元增值服务，通过开展老客户恳谈会、新春服务队、活动邀请抽奖、上门回访、VIP 客户维护等活动之余，新增服务进社区活动，主动到客户身边去，将服务送上门去。让社区居民深切体会到周到、用心的服务和极致的服务体验，有利于老客户的维护和新客户的发掘。



## 客户投诉处理



投诉解决率

圣象坚持用有温度的服务为客户排忧解难，及时妥善处理客户问题。公司制定“先行理赔”原则、“分选 / 挑拣”原则、“试铺确认”原则、“维修 / 局部更换”原则、“有限质保”原则、“避免现金赔付”原则等产品质量问题处理原则，积极应对止损和赔偿。当发生客户投诉事件时，做好记录，及时为客户提供有效解决方案，提升客户服务质效；当产品在安装之后存在质量问题时，售后服务人员参照《质量理赔办法》完成理赔工作，由相应的责任主体承担对客户损失的赔偿。

## 客户满意度调查

圣象积极开展客户满意度调查，以呼叫中心系统为载体，通过顾客回访形式，广泛听取来自客户的意见建议，不断提高客户服务体验满意度。客户可通过咨询或投诉来电，从接线员的电话服务、处理事件两个维度对满意度进行评价；对于客户来电会进行电话回访，跟进问题解决进度，并提供及时有效的解决方案，让消费者买得舒心、用得放心。



### 圣象集团近四年客户投诉相关数据指标 (%)

	2021年	2022年	2023年	2024年
400 电话及官网 投诉占比 (产品)	21.3	23.6	21.5	18
400 电话及官网 投诉占比 (安装)	21.9	17.8	17.4	22.2
400 电话及官网 投诉占比 (服务)	30.1	25.9	35.4	50.3
400 电话及官网 投诉占比 (缺货)	6.4	11.8	3.2	3.7
400 电话及官网 投诉占比 (响声)	4.3	4.3	2.7	4.2
400 电话及官网 投诉占比 (其他)	16.1	17.2	5.3	1.6
400 有效客诉数量	357	306	339	189
400 客诉解决率	96	97.7	100	98.4
400 客诉当月解决及时率	83	93.6	87	85.7
400 客诉回访满意度	88	97	95.3	96.3

注：投诉占比数据总和大于 100%，为四舍五入原因造成。

# 聚焦 2024 年度大事件

DAYA SAINT-IMAGE • FOCUS ON THE MAJOR EVENTS OF 2024

01

## ► 科技引领，谱写国际篇章

圣2024年1月11至14日，DOMOTEX HANNOVER 国际地面铺装展览会如期而至。作为本次大会唯一一个进入主场馆展示的中国品牌，圣象重磅亮相德国汉诺威展览中心20号馆，与来自60多个国家的约1,000家参展商齐聚一堂，以国际化的视野探讨最新的产品趋势，并向来自140个国家的约18,000名参观者展示杰出的创新成果及强大的品牌实力。



02

## ► 权威认证，行业先锋

2024年3月，圣象·元维运动木地板通过“国际篮球联合会”（中文简称“国际篮联”，英文简称FIBA）的认证。在篮球馆地面材料领域，能够通过国际篮联（FIBA）的认证的，无疑都是站在行业金字塔尖的企业，拥有较强的市场号召力，相对高端、稳定的产品供应能力和优质的客户服务能力，是产品力和品牌力的印证。



## 03

### ► 一象起，万相生

2024年3月，圣象2024年度品牌宣传片重磅上线。聚焦高质量产业链、绿色可持续及创新科技驱动力。从地面向整家扩展，从家向更多场景延伸一象起，盛相万千！



## 04

### ► 标准先行，实力为王

2024年春，圣象科技升级，打造出一系列行业内首屈一指的“有颜有质，技术过硬”的产品，在功能性产品方面获得国际SGS认证，成为全行业内获得多项“首个”认证的品牌。在“绿色高质量”发展战略的指引下，圣象通过多元化的科技创新，赋予产品强大的功能性，以满足消费者的需求升级。



## 05

### ► 象新出发，美好整家

2024年3月26日，“圣象整家定制”店——圣象在上海的第一家整装形象体验店在凯旋路家居建材商圈盛大开业。当“家居产品+解决方案”成为当下家居新零售的必要趋势，圣象乘势而上，从地面铺装材料向整家及更多生活场景延伸，完成从“造地板”到“造生活”的蜕变。



## 06

### ► 10亿历程，14亿美好

2024年5月，圣象“新生态伙伴合作大会”隆重召开。圣象携手新生态合作伙伴，共同洞察、探索和实践全链路链接消费者。来自全国各地的装饰公司、联盟品牌、设计师伙伴、工匠、大V、物业等合作伙伴代表相聚一堂，共赴共创14亿中国人民的美好生活。



## 07

### ► 圣象力量，10亿礼遇

2024年5月，第20届圣象力量隆重开启，圣象地板用累计销售超10亿m<sup>2</sup>的实力给2800+万用户最满意的答案。圣象用更宽阔的视野、更广泛的合作精神拥抱新的零售生态，精耕各渠道通路，实现业务的全速发展；科技创新驱动价值提升，场景引领、设计呈现，圣象通过服务满足用户体验，实现和保障用户需求。



## 08

### ► 超越十亿，突破想象

2024年6月，一部以“象”为意象主体，将自然与家居、力量与温柔完美融合的影片——圣象携手兆讯传媒倾心打造的全新裸眼3D大片——《Take Home》，在北京、成都两城地标大屏及全国22个高铁车站联动上映。以“象”这一独特的文化图腾为内容载体，传递亲和敦厚、值得信赖的品牌形象，诠释可持续发展的环保理念，彰显企业的社会责任。





09

► 百强品牌 千亿价值

6月19日，2024年（第二十一届）世界品牌大会暨中国500最具价值品牌发布会在北京·中国大饭店隆重举行。今年，中国家居行业领导品牌圣象再创新高，以1021.71亿元品牌价值稳坐中国品牌100强交椅。大亚人造板以品牌价值325.87亿元，第七次荣登最具价值品牌（人造板行业）榜首。



10

► 积极落实国家以旧换新绿色消费导向

积极落实推广国家家居建材以旧换新提振消费的政策举措，在落地推广过程中，积极推广绿色节能、适老化、智能化地板家居解决方案及制品，积极推广通过中国绿色产品认证及中国环境标志认证产品，成为品质优环境行为优的企业典范。



11

► 海外援建，圣象见证

2024年7月5日，圣象为中国政府援建塔吉克斯坦议会大楼和政府办公大楼铺就3700m²多层实木地板；2024年9月11日，圣象为中国援建斯里兰卡高法大楼项目铺就3000m² 实木地板……用爱承载世界人民大团结的现代化共建之路，助力“共筑人类命运共同体”这一伟大理想的实现！



## 12

## ► 京东优选，圣象承载

2024年9月26日，以“京东优选，圣象承载”为主题的政企商促进家居消费高质量发展系列举措暨圣象&京东战略合作签约发布会在北京京东总部举行。政企商共同携手，创新激发家居消费内驱力，共同引领家居消费高质量发展的新未来！



## 13

## ► 连续十年中国销量领先

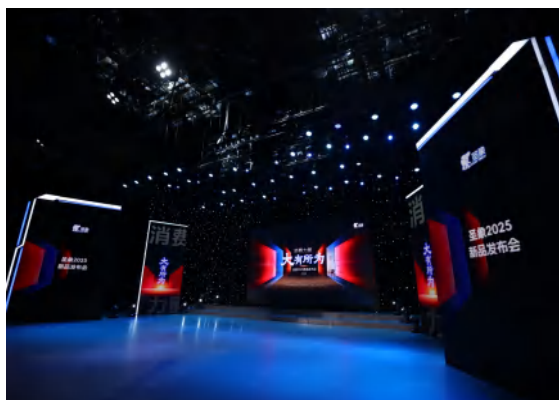
2024年10月15日，圣象29周岁生日之际，荣获国际知名调研机构弗若斯特基沙利文（Frost & Sullivan）颁发的“连续10年中国地板销量第一”、“连续10年中国地板销量领先”认证。用心铺就10亿m<sup>2</sup>生活空间，用爱承载2800万用户的信赖！



## 14

## ► 聚焦未来10-15年美好家

2024年11月11日，圣象2025全系新品重磅发布。发布会以“消费力量，大有所为”为主题，回应用户对场景空间需求、不同风格喜好以及对材质、收纳等考量，圣象整家定制以5大套系产品为不同人群提供一体化、一站式家居解决方案；圣象2025地板新品以“木种、色彩、科技、工艺”4大新标准重新定义好地板。



## 15

## ► 阿拉善SEE生态协会会员

自 2017 年 12 月，圣象集团有限公司已连续 8 年成为阿拉善 SEE 生态协会企业会员，持续向协会捐款，共同推动中国民间环保事业的发展，凝聚企业家精神，留住碧水蓝天！



## 16

## ► 领军品牌，荣耀登顶

2024年12月18日，被誉为“中国品牌奥斯卡”的年度奖项——“中国品牌年度大奖”评选在“世界经理人峰会”上揭晓。华为、雪花、徐工、圣象、飞鹤、雷士照明、九牧、双星轮胎、竹叶青、万家乐和东成等35个活跃在2024年度中国经济舞台的领军品牌入选“2024年中国品牌年度大奖”。圣象集团再度荣耀登顶2024年（第二十一届）“中国品牌年度大奖木地板NO.1”。



## 伙伴责任

### PARTNERSHIP RESPONSIBILITY

合作伙伴包括债权人、上游供应商、下游分销商、同行业竞争者及其他社会团体。伙伴责任包括企业在促进产业发展、促进价值链履责、开展责任采购方面的理念、制度、措施、绩效及典型案例。

#### 诚信经营

合规与诚信是企业稳健发展的“压舱石”。圣象坚持诚信、廉洁经营，规范公司内部治理结构，加强合规建设并全面提高风险管理能力，强化合规信息披露，尊重和保护知识产权，促进公司决策和执行高效运作，为企业可持续健康发展护航。

大亚人造板通过加强与品牌制造业的合作，通过“授权证书”的形式，把有限的资源主要用于满足战略合作伙伴的需求，维护战略合作伙伴的稳定，进而提升了公司管理水平和产品质量，提高了产品竞争力。

经济合同  
履约率

100%

#### 战略共享机制和平台

大亚圣象积极拓展合作伙伴圈层，注重与政府、高校、企业的战略合作，完善供应链管理、打造和谐供应链，积极参与行业交流，携手伙伴共同打造互惠共赢的生态，赋能行业高质量发展。

##### 拓展交流合作

大亚圣象继续深化与政府行业协会、客户、供应商、学术科研机构等合作伙伴的交流互鉴、务实合作，实现优势互补、资源共享，开创共生共赢新局面。

##### 政企商合作

大亚圣象积极搭建沟通交流、对接洽谈的平台，与合作伙伴共享发展成果。2024年9月，“京东优选，圣象承载”为主题的政企商促进家居消费高质量发展系列举措暨圣象&京东战略合作成功签约，旨在创新激发家居消费内驱力，共同引领家居消费高质量发展的新未来！

##### 校企合作

大亚圣象着力探索和发展校企合作的新领域、新途径，建立“产学研”长效合作机制，促进校企合作深度融合，取得互利共赢的丰硕成果。2024年，圣象与复旦大学、中国涉林高校等开展多元化产学研项目，重点围绕人才培养、技术合作、协作推广、科研成果转化等领域通力合作，为高校培养人才、企业引进人才搭建桥梁，实现校企双方合作互利、共同发展。

##### 工程合作

圣象组建专业的工程业务团队，全面进入房地产精装领域、商业空间、公共空间。在与众多客户合作的同时，不断应客户需求进行自我完善与创新提升，在行业内率先建立了圣象工程标准，以专业化、高标准要求，为客户提供高品质的交付成果，创造了众多行业经典案例。



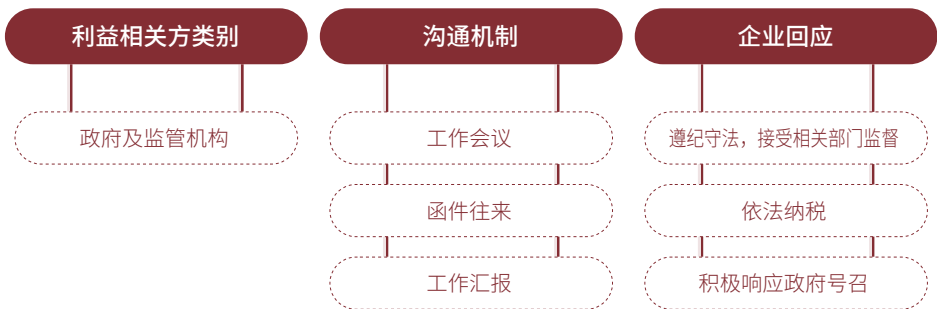
# 04



## 社会绩效

# 政府责任

## GOVERNMENT RESPONSIBILITY



2024年，大亚圣象定期开展加强客户信息保护培训工作，提升职工职业道德素养。

公司在全国各地建厂，有效地拉动当地居民就业，拓宽了当地居民增收渠道，带动了工厂周边富余劳动力的再就业，提高了当地居民的收入水平，极大地拉动了地方经济的发展。

大亚圣象 **80%** 以上工人都是工厂所在地的当地人。

2024 年，大亚圣象吸纳就业人数 **933** 人。

## 员工责任

### EMPLOYEE RESPONSIBILITY

#### 员工情况

大亚圣象坚持以人为本，支持员工本地化，依法维护员工基本权益，注重员工职业发展，关注员工身心健康，激发员工积极性、创造性、凝聚力，实现职企共赢。截至 2024 年底，圣象集团已连续 9 年荣膺“中国最佳雇主品牌”称号。

##### 维护员工权益

大亚圣象积极维护员工各项合法权益，持续完善员工薪酬福利制度，打造公平、民主、和谐、包容的就业环境。

##### 坚持平等雇佣

圣象严格遵守《劳动法》《劳动合同法》等法律法规，依法与员工签订劳动合同，坚持平等协商的用工政策，坚决杜绝针对国籍、性别、年龄、种族、宗教、孕残的歧视行为，严令禁止使用童工和强制劳动，尊重并保护员工隐私，切实保障员工享有法律所赋予的权利。奉行同工同酬原则，注重保护临时工、劳务派遣员工等各类用工人员合法权益。

大亚人造板集团遵照国际与国内有关就业歧视的法律法规，在雇佣员工的过程中，不以性别、年龄、国籍、民族、宗教信仰、肤色、语言、户籍所在地等与工作无关的个人特征作为标准做出选拔人员的依据，让员工享有平等的职位机会、升职机会、各种待遇等。



大亚圣象遵守国家劳动法律法规，按平等自愿、协商一致的原则与职工订立劳动合同，与员工劳动合同的签订率为 **100%**。

##### 加强民主管理

圣象尊重员工主体地位，鼓励并引导员工积极参与企业管理，充分保障员工知情权、参与权、表决权和监督权。搭建内部沟通平台，畅通民主管理、监督渠道，充分调动广大职工的主观能动性，让员工真正成为企业的建设者。

大亚人造板集团遵照《工会法》和《中国工会章程》，合法建立工会组织，完善职工代表大会制度，积极推进厂务公开，建立企业经营者与职工民主对话机制，通过职代会或其它形式，组织职工参与本单位的民主决策、民主管理和民主监督，维护职工合法权益；动员和组织职工参与企业生产运营，积极完成生产任务和工作任务。

## 多元化和机会平等

大亚圣象通过公正平等的程序，吸引并择优挑选符合岗位需求的人才，不考虑个人属性，并教育和培训员工了解多元化的价值，了解自身在多样化和平等机会方面的角度与责任，让各级员工享有平等的职位机会、升职机会、各种待遇。

每年人均带薪年假天数



## 完善薪酬福利

大亚圣象持续完善薪酬分配体系，构建多层次薪酬福利制度，提供固薪、奖金、股权等具有激励性质的薪酬保障；严格执行各类国家法定员工带薪休假制度；除购买社会保险、公积金等基本福利外，增加商业意外险、退休员工医疗互助险等险种；为员工提供多元化的福利体系，包括 3 类现金福利、8 类非现金福利、3 类生活补贴及新增员工食堂、购物卡福利等，加大员工福利渗透。

### 社会保险覆盖率

100%

2022 年

100%

2023 年

100%

2024 年

### 人均带薪年假天数

7

2022 年

7

2023 年

7

2024 年



## 五险一金

基本养老保险

失业保险

医疗保险

工伤保险

生育险

住房公积金

2 种  
补充险

商业意外险  
退休员工医疗互助险

3 类  
现金福利

节日慰问金  
年终奖金  
结婚贺礼

8 类  
非现金福利

往返班车、年度旅游、  
年度体检、员工生日会、  
节假日晚会、定期聚会、  
运动会、节日主题活动

3 种  
生活补贴

通讯补贴  
午饭补贴  
车辆补贴

**特殊福利：**住院或意外事故慰问

**新增福利：**员工食堂、节日购物卡

## 职业健康管理

大亚圣象将员工职业健康管理作为企业管理的重要内容，建立保护员工健康的有效机制，认真落实企业职业病防治主体责任，定期开展全员健康体检，建立员工健康档案，持续推动全员健康活动，保障员工身心健康；改善作业环境，加强劳动过程中的防护与管理，从源头上进行职业病危害有效防治；组织开展职业健康、心理健康等健康防治活动，提升员工健康意识，全方位关注员工身心健康。

## 工作环境和条件保障

公司严格执行国家劳动安全卫生规程和标准，为员工提供符合国家规定的劳动安全卫生条件和必要的劳动保护用品，创造良好的工作环境，保障员工在生产或工作过程的安全和健康。公司根据生产经营需要，合理安排工作定额和作息时间，合法支付劳动报酬，充分保障了员工的合法权益。

## 职业发展通道

### 助推职业发展

圣象为员工提供广阔的发展机会和成才空间，畅通员工职业发展途径，着力建强“营销岗位、技术岗位、管理岗位”三支队伍，持续完善横向纵向并列的职业发展体系，为员工提供施展才华的广阔舞台；同时，重点做好优秀人才的引进、培育工作，为公司发展提供强有力的人才支撑。

大亚人造板集团根据大亚圣象母公司大亚科技集团制定的职级与职位管理制度，将职位分为管理类（M）、专业 / 研发 / 技术类（P）、操作类（O）三种，为员工提供适合自己的职业发展通道，且各通道可互转，致力为员工打通职业发展通道，实现企业发展和员工发展的“双赢”。

### 职业技能竞赛

大亚圣象不断强化知识型、专业化人才队伍建设，注重提升队伍综合素质和专业技能水平，持续开展岗位职业技能培训，积极参与职业技能竞赛，充分展现圣象人的专业技术及服务能力。2024年3-4月，第十四届圣象服务比武大赛经历初赛、复赛和决赛，用高品质铺装标准、系统化客户服务、AI技术使用，将圣象的好管家、好服务做到实处。

## 安全生产

### SAFE PRODUCTION

## 安全管理体系

圣象严格遵守国家安全相关法律法规，压实安全生产主体责任，成立安全环保管理委员会，并于2024年7月升级安全管理体系，成立安全环保部，夯实企业安全生产管理根基。各工厂以安全生产责任制为基础，不断完善各类安全生产管理制度，建立安全生产组织架构及职业卫生、应急救援组织管理架构，明确各部门层级人员的安全管理职责，构建起“横向到边、纵向到底”“层层签订、层层落实、定期考核”“层层负责、人人有责、各负其责”的安全责任体系，有效保障公众及员工的生命、财产安全。

- 公司安环部切实履行安全监督管理职责，定期或不定期对工厂开展安全管理巡查及评定体系运行情况，形成督查考核评审，并将安全评定作为工厂年度经营管理考核的重要指标之一。
- 各工厂制定《危险化学品管理制度》，定期对危险化学品开展风险辨识，并设置专用仓库，对仓库储存设备和安全设施进行检测，定期对仓库人员进行教育培训合格上岗，组织开展危险化学品突发事件应急演练。
- 公司制定相应政策鼓励安全管理人员考取国家注册安全工程师，共有4人获取，共有5人获取，2024年对新获取的1名国家注册安全工程师进行表彰嘉奖。
- 公司致力于安全生产标准化建设，所属各工厂均通过国家三级安全标准化企业审核，并鼓励各工厂申报二级安全生产标准化企业。



校企合作



员工关爱



薪酬福利



春节慰问困难员工



新人培训



优才计划



带动就业



端午节活动

## 安全生产运营

大亚圣象坚持“安全第一、预防为主、综合治理”方针，以“强基础、防风险、提能力”为主线，制定年度安全环保管理目标计划，从安全、环保、消防、职业健康、其他项五方面入手，进一步强化落实各项安全管理工作举措，努力构建安全生产良好局面。

开展内外安全审核

26次

○ **安全审核：**各工厂每年度定期开展内外安全审核，共审核 26 次，并对审核出现的问题积极落实整改，确保安环管理体系平稳运行。

开展日常安环督查

36次

○ **安全检查：**2024年，圣象安环部对各工厂开展日常安环督查 36 次、专项季度督查 62 次，对安全隐患问题约谈总经理及相关部门负责人 4 次，出具整改单 13 张，形成督查与整改改进机制。督促各工厂完善安全检查制度，对重点管控区域及部位建立重点危险源点三级巡查制度，明确各级安全检查要求、内容、频次、形式，通过安全检查有效消除安全隐患。

专项季度督查

62次

○ **管理创新：**公司不断加强基础管理，创新管理模式，邀请华东安科院对各工厂安全生产管理体系“体检”；组织内部安全标准化体系竞赛评审等多项活动，以此提升总体安全管理水平。

○ **工厂防火：**公司高度重视消防安全管理，成立至今未发生等级火灾事故。各工厂均已建立完善的消防管理制度，建立消防档案，确定消防安全重点部位，设置防火标志；实行每日防火巡查点检，加强员工消防安全培训，新员工入职必须熟练掌握消防器材使用；成立义务消防队伍，编制重点区域部位应急预案并按年度培训计划实施演练，加强员工在突发情况下的应急处置能力。





2024 年圣象各工厂安全生产投入情况统计									
康逸工厂	●	✓	44.5	万元	居怡工厂	●	✓	31.57	万元
丹阳强化	●	✓	129.97	万元	句容工厂	●	✓	68.61	万元
阜阳强化	●	✓	12.75	万元	驰宇工厂	●	✓	42.95	万元
正奇工厂	●	✓	12.29	万元	新饰材工厂	●	✓	32.75	万元
厚邦工厂	●	✓	43.59	万元	居佳工厂	●	✓	60.09	万元
华宇工厂	●	✓	52.93	万元	数码工厂	●	✓	16.84	万元

2024 年圣象各工厂安全运营情况统计				
	安全生产事故数 (次)	员工工伤人数 (人)	员工死亡人数 (人)	
康逸工厂	0	1	0	●
丹阳强化	0	0	0	●
阜阳强化	0	0	0	●
正奇工厂	0	0	0	●
厚邦工厂	0	0	0	●
华宇工厂	0	0	0	●
居怡工厂	0	1	0	●
句容工厂	0	0	0	●
驰宇工厂	1	0	0	●
新饰材	0	0	0	●
居佳工厂	0	1	0	●
数码工厂	0	0	0	●

## 社区责任

### COMMUNITY RESPONSIBILITY

#### 植树造林

大亚圣象积极融入社区建设，鼓励员工弘扬“奉献、友爱、互助、进步”的志愿者精神，通过开展志愿服务、社区公益行动等形式，增进与运营所在地社区居民的沟通，深入挖掘社区服务需求，改善社区民生福祉。同时，积极开展夏季“夏日送清凉”慰问活动，对项目工人的辛苦付出致以感谢与慰问，用行动传递每一份关爱。

作为一家林业企业，大亚圣象一直秉承“用爱承载”的绿色品牌发展理念，从自然中获取原材料来生产优质产品，所以每砍伐一棵树木我们就会种下一棵新树苗。同时，也提醒人们意识到保护环境的重要性。多种树、种好树、管好树是企业的光荣使命。



员工本地化

大亚圣象坚持以人为本，支持员工本地化，依法维护员工基本权益，注重员工职业发展，关注员工身心健康，激发员工积极性、创造性、凝聚力，实现职企共赢。截至 2024年底，圣象集团已连续 9 年荣膺“中国最佳雇主品牌”称号。



采购本地化

大亚圣象积极践行本地化采购政策，优先使用本地供应商，对当地的就业、产业发展，都带来了积极的影响。

公益不是一掷千金，而是延绵、广阔的文化与精神传承。大亚圣象秉持“大美圣象，承载美好”的社会责任理念，将公益基因植入企业文化，以践行社会责任为己任，做公益慈善事业的“长跑者”。2024年，公司持续开展扶贫救困、捐助灾区、慈善助学、“绿校园”等公益行动，用实际行动践行社会责任，用爱回馈社会。

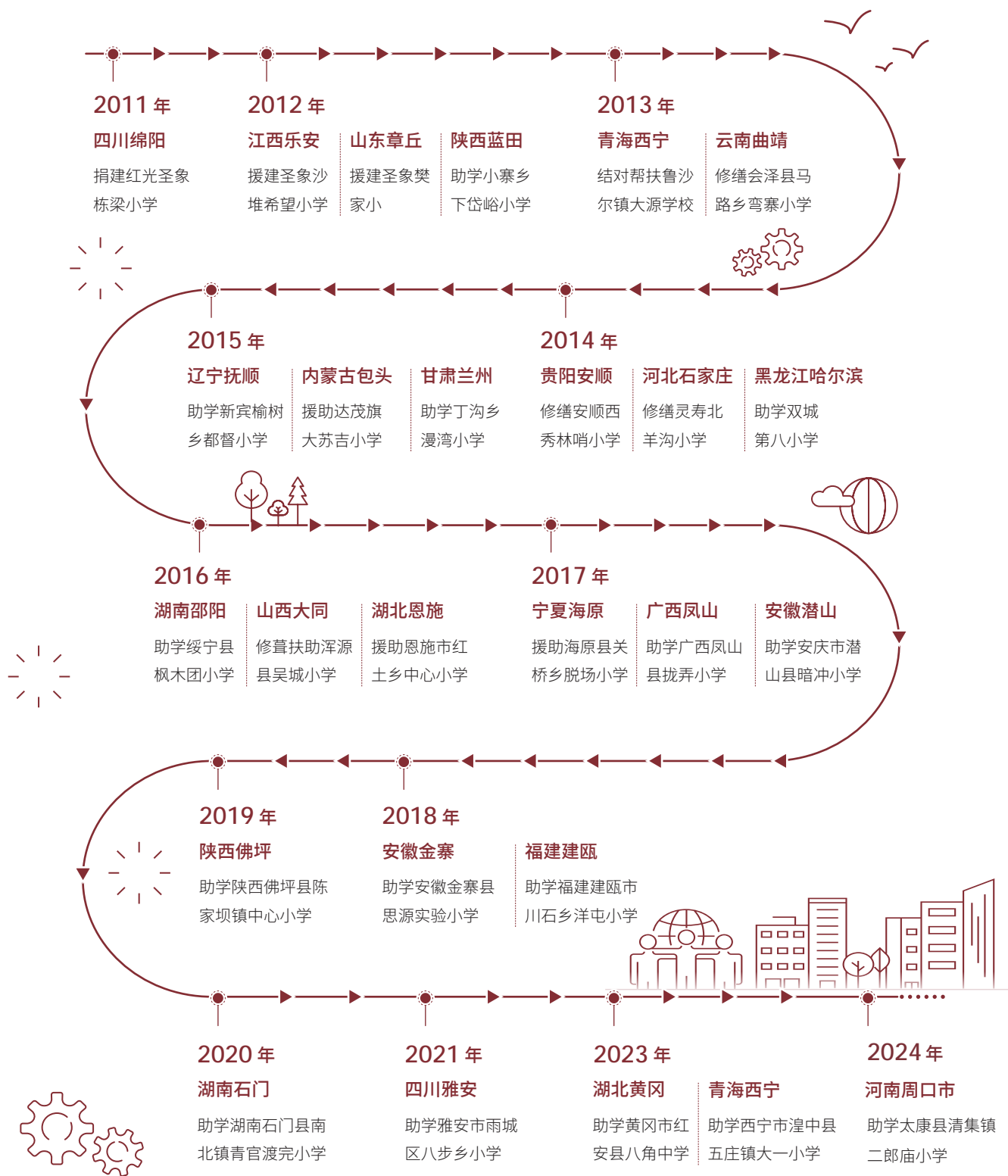
指标	单位	2022年	2023年	2024年
品牌价值	亿元	757.85	858.56	1021.71
年度公益捐赠总额	万元	76.13	82.47	12.73
“绿校园”年度总投入	万元	50.13	27	10
“绿校园”志愿服务人数	人	90	90	90
“绿校园”志愿服务总时长	小时	1200	1200	1200
“绿校园”人均志愿服务时长	小时	8	8	8

打造品牌公益项目

“绿爱”助学行动

圣象多年来聚焦深度贫困地区、边境地区、革命老区等乡村教育事业发展，持续关注孩子成长、扶志扶智，开展“绿校园”爱心助学专项公益活动，通过援建“圣象爱心小学”、设立助学基金、捐赠教学设施等举措，打造孩子幸福美好的学习生活空间。截至 2024年底，“绿校园”公益活动已走过江西、陕西、云南、青海、贵州、广西、内蒙古、河南等 20 多个省市，在全国 30 多所小学留下爱心足迹。

## “绿校园”公益地图





# 05



## 环境绩效

# 绿色管理

## GREEN MANAGEMENT

### 环境管理体系

大亚圣象建立并完善环境管理体系，压实环保责任，坚定推动全产业链走绿色、低碳、循环发展之路，厚植企业可持续发展根基。

圣象牢固树立绿色发展理念，建立完善环境管理体系，健全环保管理台账，制定年度环保管理目标及工作计划、年度环保培训计划，持续开展环境保护宣传教育，提高全员环境保护意识；公司秉持“绿色工厂”理念，所属各工厂依据 ISO14000《环境管理体系》管理要求，搭建环保管理组织架构，规范环保管理流程，获得各种环境相关体系认证。

圣象各工厂新建项目均依法履行环评手续及“三同时”管理要求，开展环境影响评估，并按照环评报告中提出的问题，制定整改计划，明确各污染源位置、环境影响，落实责任机构（人）；严格遵守国家相关法律法规，从水、气、声、渣四个方面全面分析、评估管理，尤其重点是废气、废水排放；在自我管理过程融合外部监管，相关涉及项均委托资质第三方现场及在线监测与跟踪，各项检查结果均符合国家排放限值标准，达标排放。2024年，圣象居家工厂、数码科技工厂的新建项目，通过环评验收，确保建设项目合规性；厚邦工厂因产能及工艺改进等原因，对旧有环评重新评审修订并通过环评验收。

大亚人造板通过 ISO14001 环境管理体系认证，建立和实施环境管理制度体系，并制定了相应计划、执行、检查、改进等环境管理制度。



○…………… 2024年人造板集团对下属工厂安全检查考核表 ……………○

检查考评要素	检查考评要点	标准分
环保管理架构及管理人员	落实并不断完善企业环保管理体系，明确环保管理机构，管理职能；高层领导对环保工作的重视程度；环保管理人员的管理知识、环保专业知识等，环保管理人员符合集团要求（新任职主管以上环保专员要求大专以上学历）；环保管理人员若有调整，及时向总部备案。	5
环保合规管理	取得环评报告、批复及验收报告；申报和变更排污许可证（正副本）；及时申报与缴纳环保税；编制、完善和有效执行环境应急预案；执行落实排污许可证合规管理。	10
环保工作计划	每年一月份编制年度环保工作计划（经第一责任人签署确定）；编制执行与考核月度环保工作计划；每月至少召开一次厂级安环专题会议，编制月度环保管理工作总结，通报政府相关环保政策和要求。	10
环保培训	每年一月份编制年度安环教育培训计划（经第一责任人签署确定，应包含环保管理方面，或者单独制定），培训计划的主要培训内容：环保标准、环保法律法规、环保知识、管理能力和污染防治操作技能培训，有效开展培训效果的评估和改进，做好培训记录，并建立档案。	10
环保法规及制度	及时收集更新与企业相关的环保法律法规、标准，并评审现有的环保相关规章制度、操作规程的符合性和有效性，并及时完善更新；现场作业环境及环保设备设施发生变更时，要及时修改相关操作规程。	5
环保台账资料管理	建立环保设施运行及管理过程、事件、活动、检查的记录台账档案，并加强对记录的有效管理，相关台账应有目录或汇总清单。  1、台账资料包括：环保设备设施管理台账、现有环保设施和技改工程方案及图纸、合同、验收报告、各级环保检查与信访投诉记录、环保专题会议记录（含纪要）、环保教育培训记录、应急预案及演练情况等、环保相关事故调查处理报告、环保奖惩记录、环保投入台账，应有分类名称、预算、进度计划、进度跟踪、责任单位（人）等内容；  2、排污许可证合规管理台账：主要生产设施运行工况信息，废气、废水和设备设施操作运行记录、加药记录，一般固废的产生与处置信息，环保重点岗位点检及巡查记录，污染物检测记录（按照自行监测方案）、季度与年度执行报告；  3、每月月底上报环保设施运行及排放情况的报告表。	30

2024年人造板集团对下属工厂安全检查考核表

检查考评要素	检查考评要点	标准分
固（危）废管理	做好标准化危废库、暂存区的建设及其管理；每年一月份危险固废管理计划（报环保部门备案）、处置协议；建立健全危废暂存及处置情况的台账：危废出入库台账、危废暂存台账、危废转移台账、危废点检及巡查记录等。	10
环境应急管理	按照国家有关规定制定突发环境事件应急预案，报环境保护主管部门和有关部门备案。建立应急管理组织机构（有组织架构和职责，且与社会应急救援体系能互动），建立应急设施，配备应急装备，储备应急物资；按照预案，制定计划开展应急演练，要有图片和文字记录档案，对演练效果进行评估，修订、完善应急预案，改进应急管理工作。在发生或者可能发生突发环境事件时，企业事业单位应当立即采取措施处理，及时通报可能受到危害的单位和居民，并向环境保护主管部门和有关部门报告。	10
事故报告、调查和处理	发生较大以上级别环保事故或收到政府环保处罚告知书，根据事故报告流程图立即电话或短信向上级报告；有事故调查和处理报告，有事故统计汇总；环保事故调查和处理参照《大亚圣象家居股份有限公司安全生产管理办法》（2017版）执行，月度合并提交各类事故汇总表。	5
改进和提高	公司半年或年度对环境管理评价（如管理文件评审、年度工作完成情况总结等）。	5
合计		100

环保预警及应急机制

圣象各工厂编制《环境突发事件应急预案》，组建由总经理负责的环保应急小组，每年至少组织一次环境突发事件应急演练，并建立经理 24 小时值班制度，对突发环保事件及时预警，按照环境应急预案进行处置上报，全面提升环境突发事件应急处置能力。大亚人造板各工厂建立了环保应急预案，并每年进行应急演练。



## 建设绿色供应链

圣象将可持续发展融入采购过程中，严格供应商环保准入标准，包括必须达到 ISO14000 环境体系认证等；积极推进绿色供应链建设，严格管控采购环节对环境产生的影响；以严谨的审核评估程序，强化供应商对环境的保护意识及行为规范，推动供应商持续提高环境管理水平，共同构建绿色供应链。

大亚人造板建立了供应商评价体系，将环保原则纳入供应商管理机制中，并采取相应的管理评价措施。

### 根据相关国家林业政策采购木材

采购木材原料前，查询供应商采伐木材的合法性及来源。

### 推行森林认证制度，保证木材的合法性

森林认证是由独立的第三方按照特定的绩效标准和规定的程序，对森林经营单位和林产品生产销售企业进行审核并颁发证书的过程。通过对认证的产品加载认证标识，将市场中的“绿色消费者”与可持续经营的森林有效地连接起来，实现原材料来源的可追溯。森林认证是为了更好的保证森林可持续经营，是森林经营的保障体系。木材砍伐行为合法化，供应环节规范化，有效消除了企业顾虑，防范了企业经营风险。森林认证最突出的特点为可追溯性，将管控的触角延伸至终端客户，家具厂商、地板厂商等终端产品纷纷亮出“警示灯”，优质的板材从单一的追求质量上升至原材料、加工过程、销售渠道一条龙的木材取用合法性高度，市场准入制为林产品深加工全程烙上森林认证的烙印。

### 环保知识宣贯

大亚圣象结合环保工作要求及岗位需求，制定年度环保培训计划，保证环保教育所需的人员、资金和物资。要求在职员工每年至少进行一次环保培训，新员工上岗前必须参加环保知识培训，包括国家法律法规及上级部门规章制度、公司环保事故应急预案及预防事故的基本知识、典型环保事故案例等内容；定期组织开展环保突发事件应急演练，提高员工环保意识及应急技能，防止和减少各类环保事故发生；各车间结合自身需求安排环保宣教，每月对认真开展宣教的车间给予表彰和奖励。

## 核心价值观



### PERMANENT STRIVE FOR INNOVATION 持久创新

Work together to successfully bring new ideas, concepts and processes.  
通过通力合作，成功导入新的想法、概念和工艺。

- Continuously bring new ideas to the table.  
创新就是要提出不同的新想法。
- Not judging new ideas with a closed or critical mindset but applauding people to think out of the box.  
创新就是要摒弃成见，打破常规，积极鼓励新想法、新建议。
- Continuously brainstorm on how to make existing products and processes better.  
创新就是要集思广益，力求现有产品没有最好，只有更好。

"Think outside the box"  
"打破思维定式"



### INTEGRITY 正直

The quality of being honest and having strong moral principles.  
我们要具有诚实的品质，更要具备强烈的社会道德意识。

- Being honest to colleagues and customers alike.  
坦诚待人，诚信待客。
- Taking ownership of failures and not hiding them.  
敢于直面失败，承担责任。
- Not cutting corners by doing things that are morally wrong or related to the environment.  
做事脚踏实地，切勿做违背道德的事情，譬如：破坏环境。

"If you don't want anyone to find out, don't do it"  
"若要人不知，除非己莫为"



### TEAM WORK 团队合作

The combined action of a group of people, especially when effective and efficient.  
团队合作是指一群人共同努力，有效且高效地完成任务。

- Success and failure is shared. This also means that if the company is performing well, people that are part of its success will share the success of the company.  
共享成功，共担失败。这也意味着为公司成功做出贡献的员工将分享成功的果实。
- Everyone works on the same targets, also when personalities, skills and cultures are very different.  
即使个性、技能和背景大相径庭，团队中的每一个人都会为同一个目标努力。
- Everyone helps in training new colleagues.  
训练新人，人人有责。

"Teamwork makes the dream work"  
"团队合作使梦想成真"



### COST AWARENESS 成本意识

Being aware that it is in the long time benefit of the company and all its stakeholders to be competitive.  
控制成本对于公司和所有公司职员是长期有益的，有利于保持公司竞争力。

- Setting up processes to ensure we are not overpaying for material.  
建立流程确保我们控制材料成本。
- Continuously thinking on how to make processes more efficient without impacting quality.  
要不断思考提高效率，同时保证产品质量。
- In every action that is made in the name of the company reflect that cost control is important.  
公司采取的任何举措都体现成本控制的重要性。

"Perfection is not when there is no more to add, but no more to take away."  
"完美并不是无谓添加，而是无可删减。"



### SAFETY 安全

To protect you, your colleagues and customers from practices likely to cause danger, risk or injury.  
保护自己、同事及客户，远离会带来危险、伤害的事情。

- Use safety gear provided by the company.  
使用公司提供的安全设备。
- Take initiative and make your department responsible aware of safety risks.  
积极主动并令本部门负责、了解安全风险。
- Don't walk past unsafe places without informing your supervisor.  
看到或听到安全隐患，第一时间上报。
- Don't leave unsafe things for others or to harm others.  
请勿将危险物品留给他人或伤害他人。

"Safety doesn't happen by accident"  
"安全无侥幸"



### POSITIVE COMMUNICATION 积极沟通

Pro-actively conveying messages, even negative ones, in a positive manner.  
以积极的态度主动传递信息，即使是负面消息亦如此。

- When problems happen, address them immediately.  
一旦问题出现，立即处理。
- Positive communication between different divisions.  
部门之间保持积极沟通。
- Not hiding behind others but actively solving problems between departments.  
不要推卸责任，而要积极主动解决部门之间的纠纷。
- Try to solve issues not only by talking with superiors but first and foremost by discussing with other people so that you can suggest a workable solution that is agreed upon with other departments.  
尝试解决问题，不仅要跟上级沟通，更要第一时间跟其他部门的相关人员一起讨论，提出可行的解决方案。

"Always discuss the solution not the problem."  
"凡事多讨论对策，不要纠结于问题。"

圣象集团2024全年能源消耗总量

指标	单位	康逸工厂	丹阳强化	正奇工厂	居怡工厂	新饰材
能源资源消耗						
全年能源消耗量	千瓦时	18,828,120	—	—	15,486,200	1,549,920
全年电能消耗总量	千瓦时	13,428,120	7,537,912	2,901,445	6,087,008.87	1,549,920
全年热能消耗总量	千焦	5,400,000	—	—	22,580,540	—
全年天然气消耗总量	万立方米	0	18.8	0	0	—
单位产品综合能耗	吨标煤 / 平方米地板产量	0.00449	—	0.7570	0.7570	0.000246
年度新鲜水用水量	吨	381,061	14,366	—	3,624	2,199
废气排放						
挥发性有机废气排放量	吨	0.12	0.013	0	0	—
甲醛排放量	吨	0.114	0.014	0.058	0.058	—
苯类化合物排放量	吨	0.003	—	0	0	—
氮氧化物排放量	吨	3.258	0.098	2.7	2.7	—
二氧化硫排放量	吨	0.0228	0.03	0	0	—
粉尘排放量	吨	0.244	—	16.6	16.6	0.37
颗粒物排放量	吨	0.52	0.81	2.39	2.39	0.37
二氧化碳排放量	吨	1.423	—	0	0	—
废水排放						
化学需氧量	毫克 / 升	186	50	—	0	—
氨氮排放量	毫克 / 升	18	—	—	0	—
有害废弃物排放						
废胶水桶产生量	吨	厂家回收	18.091	—	厂家回收	—
废油漆桶产生量	吨	12	—	0	2.4	—
废活性炭产生量	吨	—	0.375	0	0	—
除尘灰产生量（锅炉灰）	吨	32	—	0	16	—
废油漆渣排放量	吨	4	—	0	0	—
废胶黏剂排放量	吨	18	—	0	0	—
无害废弃物排放						
废纸产生量	吨	0.82	3	6	12	1.59
生活垃圾产生量	吨	340	6	6	20	4.79
废木屑、废木料产生量	吨	2,150	200	100	1,620	—
废木屑、废木料回收使用量	吨	2,150	200	100	1,620	—
料仓粉尘产生量	吨	9,520	1,600	2,000	1,191	1.65
料仓粉尘回收使用量	吨	9,520	1,000	1,609	822.47	1.65

指标	单位	丹阳人造板	居佳工厂	厚邦工厂	句容工厂	华宇工厂	驰宇工厂
能源资源消耗							
全年能源消耗量	千瓦时	132,090,411.53	8,290,700	4,680,178.16	8,736,741.683	7,389,359	1,144,081.18
全年电能消耗总量	千瓦时	4,898,910	8,290,000	3,375,800.00	6,154,150	5,430,673	9,218,319
全年热能消耗总量	千焦	2,379,160,000	2,620,000	0	20,254,859,747	10,076,981	—
全年天然气消耗总量	万立方米	0	0	9.6134	0.8951	—	—
单位产品综合能耗	吨标煤 / 平方米 地板产量	0.1073	0.74	0.00044	0.000539571	0.00067	0.488
年度新鲜水用水量	吨	131,740	1,249	20,897	43,972	34,534	1,800
废气排放							
挥发性有机废气排放量	吨	40.26	11.8	0.56628	0.776256	0.3145	0.0216
甲醛排放量	吨	0.89	0.32	—	0.0147	0.01376	0.0216
苯类化合物排放量	吨	0	0	—	—	—	—
氮氧化物排放量	吨	93.12	8.532	0.0353808	—	1.638	—
二氧化硫排放量	吨	0.81	0.612	—	—	0.328	—
粉尘排放量	吨	0	0	0.3535136	—	7.861	3.5752
颗粒物排放量	吨	9.46	8.9	0.00239616	2.900352	0.562	3.5752
二氧化碳排放量	吨	0	—	—	—	—	—
废水排放							
化学需氧量	毫克 / 升	117	13.7	128	34	20	—
氨氮排放量	毫克 / 升	48.48	0.001325	8.34	4.29	37.8	—
有害废弃物排放							
废胶水桶产生量	吨	0	0	—	—	—	—
废油漆桶产生量	吨	0	2.1	3.0815	10.52	12.3	1.2
废活性炭产生量	吨	1.8	0.84	0.8095	8.74	3	—
除尘灰产生量（锅炉灰）	吨	2,400	3,500	—	—	2316.15	—
废油漆渣排放量	吨	0	0	—	—	—	—
废胶黏剂排放量	吨	0	0	—	—	—	—
无害废弃物排放							
废纸产生量	吨	0	10	0.3	—	4.53	—
生活垃圾产生量	吨	25.5	32	21.76	—	23	20
废木屑、废木料产生量	吨	29,167	3,500	3.95	422.16	878	—
废木屑、废木料回收使用量	吨	29,167	235	—	—	878	—
料仓粉尘产生量	吨	10,225	3,500	246.3	1,033.94	3,476	3.5752
料仓粉尘回收使用量	吨	6,769	2,565	—	—	1,110	—



## 绿色包装

圣象结合产品质量防护、安全环保、循环再生考量，积极推进包装减量化和重复利用，部分产品包装盒由六面纸盒转为五面纸盒一面塑封，减少包装材料使用；同时，圣象所使用的包装产品从原料选择、产品制造到使用和废弃整个生命周期，均符合生态环境保护要求。

大亚人造板建立了完善的绿色包装制度，如塑料包装袋、打包袋、缠绕膜等包装材料循环利用。

### 句容工厂卡扣打包带代替缠绕膜

句容工厂前后工序不在同一车间，板坯成型后需要进行车间移动，进入油漆包装工段；为减少甚至避免板坯下线码拖时使用机动叉车运输导致倾倒、散落的问题，成型线试用缠绕膜对码拖产品进行固定，经统计，每日需消耗缠绕膜 35 千克，消耗量较大。

考虑到缠绕膜使用成本，精益项目小组提议板坯使用卡扣捆绑带固定代替缠绕膜，此操作既简单省时，卡扣捆绑带也可循环使用。经统计，若每日使用缠绕膜按照 35 千克计算，2024 年全年共需缠绕膜 10,465 千克；而替换后需要卡扣捆绑带 800 根，既节省了生产成本，又减少了原辅料消耗。

## 绿色运输

圣象依托强大的物流运输中心，持续优化物流运输、配货方式，以生产基地为中心点，通过订单统筹手段，利用福建铁路运输线，克服迂回和重复运输，提高运输效率，降低了汽运量，减少碳排放。

大亚人造板建立绿色供应商考核体系，尽量选择使用国五排放标准的车运输的供应商。



## 绿色办公措施

大亚圣象倡导简约适度、绿色低碳的工作和生活方式，积极开展环保公益活动、宣贯环保知识，推动形成崇尚绿色环保新风尚。

### 倡导绿色办公

大亚圣象号召员工从自身岗位做起，从点滴做起，养成适度简约、绿色低碳的良好习惯。公司持续加强办公用电管理，在办公区采用节能灯具照明，下发“人走灯灭，人离电断”政策、落实保安下班巡检，杜绝长期亮灯，真正做到人走、机停、电断。圣象执行线上平台审批内部流程，提倡无纸化办公和双面打印，减少纸张浪费，2024年圣象总部办公用水量为3,915吨，较2023年下降234吨；在办公区设计个性化温馨提示标引导员工厉行节约，以实际行动携手共建绿色家园。

签

### 降低噪声污染

工厂对生产过程产生噪声较大区域采取各种有效治理改进措施，如建设隔音房，阻断噪声的传播，既保护员工职业健康安全，又达到降噪目的；厂区绿化种植常绿乔木和灌木，能有效减轻噪声对外界影响；每年定期对厂区、厂界噪声进行监测，均低于排放标准限值。

## 绿色办公绩效

2024年圣象总部办公用水量3,915吨，总部办公用电量675,921吨，比2023年下降2.4%；总部办公用纸量为0.998吨。



### “象”善的力量——圣象积极支持生物多样性亚洲象保护项目

圣象践行“人与自然是生命共同体”的理念，积极参与到研究亚洲象、提供绿色的陆地生态及亚洲象保护行动中，开启“人象和谐”的三部曲，树立了“可信、可爱、可敬”的责任品牌形象。2024年，圣象继续支持亚洲象保护性研究的科研项目。

#### ◎ 开展亚洲象的研究项目

为进一步保护亚洲象，圣象联合浙江大学（国家濒危野生动植物种质基因保护中心）等单位，在国家林业和草原局野生动植物保护司批复下，于2023年立项合作完成“亚洲象种群结构和遗传特性研究”科研项目。

#### ◎ 守护亚洲象的国家公园

中国设立了三江源、武夷山等地首批5个国家公园，推动各类资源合理利用反哺亚洲象保护。

#### ◎ 承载亚洲象的陆地生态

世界四大建筑材料中，木材是唯一可再生、可循环利用和可自然降解的绿色低碳材料。圣象及其母公司一方面开源：拥有20万亩自由林地保护森林；另一方面节流：选用优质环保基材及再生资源在全国建立8家人造板基材工厂总产能年产能155万立方米，有效缓解中国木材供需矛盾，节约木材资源。

## 零净砍伐

从林业资源到基材，大亚圣象主张把家当成地球的一部分，选用优质环保基材及再生资源，保护森林资源。坚持可持续发展战略，努力创办资源节约型和环境友好型企业，坚持以保护生态为原则，采用“公司+基地+农户”方式营林造林。2024年，圣象取得速生林制品的重大科研成果——低质速生林制造高品质复合层基材。

#### 植树活动

2024年，圣象“用爱承载 美好生活”植树活动如期而至。圣象集团总部、分公司、经销商团队、各工厂、圣象集团制造中心生产管理部、质量互检团队及三家基材供应商积极参与，为绿色美丽的家园贡献力量。

## 可持续发展理念



圣象集团以联合国可持续发展目标(SDGS)为指引,2019年提出“大美圣象,亲近万家”的社会责任理念,并将其贯穿于集团各项业务的发展经营之中。2021年圣象将“大美圣象,亲近万家”的社会责任理念升级为“大美圣象,承载美好”的可持续发展理念,体现出圣象在不断提供符合美好生活需求的产品和服务的同时,积极履行担当企业公民的义务和责任。2024,圣象再次将可持续发展理念升级为“大美圣象,承载美好”,谋“大”而后动,以“美”为调,匿大美于无形,藏万象于极简,以“大爱”坚守初心,用爱承载“家”的空间形态,实现从“造产品”向“造生活”转变。

## 可持续发展战略



圣象集团秉持“永不止步,创领象之追求;饮水思源,汇聚象之灵魂”的企业使命,坚持绿色产业链、数字价值链、国际化、大家居四大企业战略,从“造产品”到“造生活”,相互赋能形成闭环。

### ◎ 可持续发展规划

圣象将可持续发展融入企业文化,探索出极具圣象特色的可持续发展道路,构建了涵盖“指引层--推动层--行动层”的可持续发展三维模型,旨在通过构建模型不断丰富可持续发展的内涵。模型指引层由圣象绿色产业链、数字价值链、国际化、大家居四大战略构成,并将可持续发展战略变为纲领,融于品牌愿景;推动层由管理群、保障群、业务群构成;行动层由大客户、消费者、环境、伙伴、员工、公众6大利益相关方及经济可持续发展、环境可持续发展、社会可持续发展3大履责工程构成,并将可持续发展理念纵向贯通于涵盖林业资源、基材、工厂、研发、设计、营销、服务7大环节产业链上下游,形成全面完整的闭环体系。







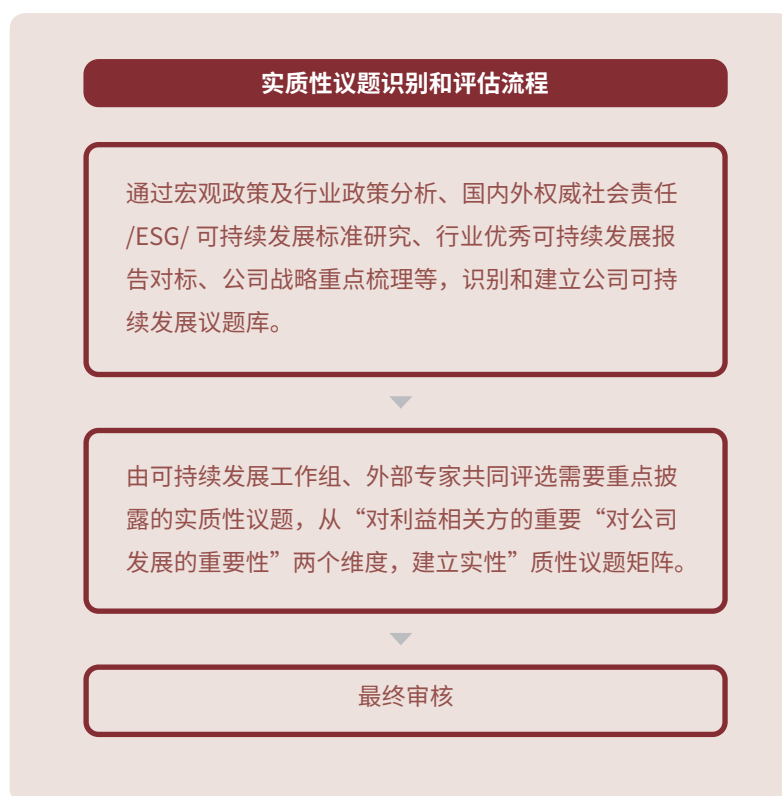
## ● 可持续发展三维模型

### ◎ 可持续发展品牌

在可持续发展理念的指引下，圣象以创新的精神、务实的态度，正式将责任品牌理念定义为“圣象向善绿色低碳”，具体指导公司可持续发展工作高质、高效开展。

### ◎ 重大性议题管理

为准确呈现圣象可持续发展表现及工作进展，公司建立了规范的议题识别和评估流程，构建实质性议题矩阵，明确重要议题并在报告中予以重点披露。



● 实质性议题二维矩阵图

- 1 主责主业发展
- 2 科技创新
- 3 数字化运营
- 4 产品与服务质量管理
- 5 售后服务管理
- 6 大客户服务保障
- 7 消费者权益保护
- 8 诚信合规管理
- 9 应对气候变化



- |             |              |
|-------------|--------------|
| 10 绿色人居产品   | 18 战略合作与交流   |
| 11 加强环保宣教   | 19 产学研一体化    |
| 12 安全标准化建设  | 20 国际化战略     |
| 13 企业文化建设   | 21 经销商管理     |
| 14 平等包容雇佣   | 22 负责任供应链建设  |
| 15 员工培训与发展  | 23 共同富裕      |
| 16 职业晋升通道   | 24 社会公益与志愿服务 |
| 17 工作与生活的平衡 | 25 可持续发展管理   |

可持续发展治理



圣象高度重视可持续发展报告编制工作，形成跨部门联动的可持续发展报告编制工作机制，各部门分工明确，以品牌中心牵头，负责项目整体规划及部门间的沟通协调；其他部门配合，负责收集素材并协助完成报告编写；各工厂、下属分公司协助挖掘并提供优秀案例素材，保障报告真实性、完整性。

持续推动可持续发展工作制度化发展，形成较为完善的可持续发展制度体系，促进对各部门及下属分公司的有效管理；从报告导读、责任专题、经济责任、环境责任、社会责任、附录六大维度，构建完善的社会责任指标体系，系统梳理和规范公司可持续发展工作。2024 年 6 月，圣象召开报告编制工作启动会，邀请总部部门及下属分公司可持续发展工作联络人、社会责任专家等参会，推动上下协同、共同参与，为高质高效完成编制工作打下坚实的基础。

## 可持续发展文化



企业文化是战略实施的精神力量，企业的成功靠精神的统一和由此产生的能量积极共振。圣象把打造特色文化与践行可持续发展理念有机结合，以POWERDEKOR ONE 为核心价值观，坚持“团结创新，合作共享，品质至上，极致匠心”的企业精神，通过多层次、全方位开展文化创建活动，培育、锤炼出了独具特色的企业文化。公司积极组织与参加内外部培训及研讨会等活动，了解国内外可持续发展最新进展及知识；邀请中国社会科学院专家参与可持续发展报告编制过程，学习专业意见，进一步提升报告整体质量；以官微、圣象社区等为依托，向员工、顾客等宣贯可持续发展知识，积极传播可持续发展理念。同时，主动参加外部可持续发展评级活动，对标优秀补齐短板，不断提升综合履责能力。2024年7月，在绿色家居板材新质生产力大会和2024板材产业峰会中 大亚人造板荣获“2024板材强国品牌”和“匠心板材十大品牌”殊荣。



● 大亚人造板再次荣登“板材强国品牌榜”和“匠心板材十大品牌榜”

## 可持续发展沟通



圣象关注利益相关方诉求和期望，建立健全利益相关方参与机制，搭建多元化内外部沟通平台，开展多种形式的内外部社会责任沟通；定期发布可持续发展报告、年报、半年报、季度报告，利用官网、官微、社交媒体平台等发布社会责任相关信息，组织媒体宣传，开展线下消费者互动活动等，传播责任理念及履责动态，增进利益相关方沟通交流。同时综合吸纳多元利益诉求，将利益相关方的建议融入经营管理方式，并在年度可持续发展报告中予以呈现，为企业的可持续发展争取社会各界更多的支持。

# 06



## 报告后记





## 未来展望

行之力则知愈进，行之深则行愈达。在追求高质量发展的道路上，大亚圣象从未停歇。

任重道远须策马，风正潮平好扬帆。2025年，大亚圣象将紧紧围绕新时代党的建设总要求和高质量发展新理念，坚定不移沿着总书记指引的方向前进。继续秉承创新、绿色、可持续的发展理念，以更加昂扬的态度，不断开拓进取，为实现更高质量的发展目标而努力奋斗。

期待在新的一年里，大亚圣象能够与各界同仁同心同行，创造更多辉煌，为中国乃至世界的可持续发展贡献更大的力量。

## 大亚圣象 2024 年度荣誉奖项

获奖名称	授予单位
2024年(第二十一届中国500最具价值品牌	世界品牌实验室
2024年(第二十一届中国500最具价值品牌	世界品牌实验室
潜力新兴奖	上海市浦东新区北蔡镇人民政府
上海市江苏镇江商会会长单位圣象集团有限公司	上海市江苏镇江商会
阿拉善会员证书	阿拉善SEE生态协会
2024年度家居行业服务榜样圣象集团	网易新闻家居
2024年新质家居品牌价值100强	乐居财经研究院
2024年美好生活服务商	乐居财经研究院
2024中国品牌年度大奖木地板NO.1	世界品牌实验室
圣象·元维2024长租公寓供应链白名单企业	中国房地产业协会中房优采测评
圣象·元维最佳酒店工程设计品牌奖	上海国际酒店及商业空间博览会
圣象·元维符合2024医院建设供应商数据库入库标准	医院建筑设计与工程大会组委会
国际篮联FIBA认证证书	国际篮联
弹性地板行业TOP10	弹性协会
圣象·元维荣获第十二届中国医院建设十佳装饰材料供应商奖项	筑医台
公益捐赠锦旗	河南省太康县清集镇二郎庙小学鹏程校长
2023社会责任报告发布证书	上海市经济团体联合会上海市工业经济联合会
中国铁路媒体传播优选案例	兆讯新媒体科技有限公司《圣象》项目
圣象集团裸眼3D场景营销案例2024年度创新场景营销金奖	第31届中国国际广告节组委会广告主年度征集活动组委会
良好企业人才工作服务站	句容市人力资源和社会保障局
江苏省智能制造车间	江苏省工业和信息化厅
省四星级上云企业	江苏省工信厅
适老型实木复合地板研究科技进步一等奖（祝鹏深）	中国木材与木制品流通协会
适老型实木复合地板研究科技进步一等奖（魏强）	中国木材与木制品流通协会

大亚圣象 2024 年度荣誉奖项

获奖名称	授予单位
适老型实木复合地板研究科技进步一等奖（句容工厂）	中国木材与木制品流通协会
国家木竹产业技术创新战略联盟科研计划课题评级为优秀	中国林业科学研究院木材工业研究所
第五届江苏企业(研发机构)创新大赛新能源与新材料产业选拔赛三等奖	江苏省科学技术情报研究所江苏省企业研发机构促进会
第五届江苏企业（研发机构）创新大赛决赛优秀奖	江苏省科学技术情报研究所江苏省企业研发机构促进会
中国地板国家品牌	中国木材与木制品流通协会
《林影》全球表面装饰纸原创设计秀作品花梨奖	全球表面装饰纸原创设计秀组委会 中国林业科学研究院木材工业研究所
《雪域森林》全球表面装饰纸原创设计秀作品优秀奖	全球表面装饰纸原创设计秀组委会 中国林业科学研究院木材工业研究所
《山中锦书》全球表面装饰纸原创设计秀作品优秀奖	全球表面装饰纸原创设计秀组委会 中国林业科学研究院木材工业研究所
适老型实木复合地板研究——科学进步一等奖	中国木材与木制品流通协会
释香型抗菌抗病毒实木复合地板研究——科学发明一等奖	中国木材与木制品流通协会
南平市健康企业	南平市卫生健康委员会、人社局、总工会、生态环境局等
23年南平市安康杯竞赛活动先进班组	南平市总工会、南平市卫生健康委员会、南平市应急管理局
企联工作先进单位	建瓯市企业与企业家协会联合会
2024房建供应链综合实力TOP500首选供应商·地板类	中房优采
2024房建供应链综合实力TOP500首选供应商·地板类	中房优采
2024年建材供应商综合实力测评三星	采筑
供应链大数据企业入库证书5A供应商	中国房地产协会
烁光奖-采筑政府采购优选合作伙伴	采筑联合者大会
《上海装配化装修产业发展报告》参编单位	上海闵行区装饰装修行业人才教育培训中心
2023年度A级供应商	中能建城市投资发展有限公司
2023年度优秀供应商	中能建城市投资发展有限公司
24年中国教育后勤协会会员证书	中国教育后勤协会
24年中国教育后勤协会会员单位	中国教育后勤协会
全联房地产商会产业链与建筑工业化分会会员证	全联房地产商会

## 大亚圣象 2024 年度荣誉奖项

获奖名称	授予单位
2023年度集采A级合作方	中国电建地产集团有限公司
2024央国资房地产开发企业优选供应商(民族品牌)地板类	中房优采
中城联采第十四批(地板)战略合作伙伴	中城联采
中城联采第十四批(地板)绿色台作伙伴	中城联采
EPC国际工程优选品牌	北京国际工程采购大会
长租房供应链白名单	中房协
《绿色建筑》常任理事单位	《绿色建筑》编辑部
2024年度中央企业集采供应链年会先锋企业	第七届中央企业集采供应链年会组委会
中国饭店业最具价值品牌	中国饭店业采购供应年会组委会
蜂王优秀合作伙伴	云筑
2023年度优秀供应商	星河地产集团
小革新优秀——Butfering 砂光机控制技术	丹阳市总工会
小设计优秀——开樵毛刺改进项目	丹阳市总工会
实用新型专利证书——隔声保温的框剪结构地板	国家知识产权局
广东省科技进步奖证书（二等奖）	广东省人民政府
江苏省绿色工厂	江苏省工业和信息化厅
江苏省专精特新中小企业	江苏省工业和信息化厅
纳税十强企业	中共阜南县委阜南县人民政府
新建扩建投产突出企业	中共建瓯市委建瓯市人民政府
2024中国家居行业价值100公司圣象集团	搜狐焦点家居财经科技
2023-2024十大优选地板品牌	家居优品
中国地板灯塔工厂	中国木材与木制品流通协会
中国地板时代功勋陈建军	中国木材与木制品流通协会

## 大亚集团 2024 年度荣誉奖项

获奖名称	授予单位
2024中国制造业企业500强榜单， 大亚集团以3753657万元的营业收入位列第309位	中国企业联合会、中国企业家协会
2024年中国民营企业500强榜单 大亚集团位列第335位	全国工商联
2024江苏民营企业200强、江苏民营企业制造业100强， 江苏民营企业研发投入100强 大亚集团分别位居第48位、37位和18位	江苏省工商联



## 意见反馈

本报告是大亚圣象家居股份有限公司向社会公开发布的2024年度企业社会责任报告，为持续改进公司社会责任工作，不断提高履行社会责任的能力和水平，我们非常希望倾听您的意见和建议。恳请您协助完成反馈意见表中提出的相关问题，并选择以下方式反馈给我们。

**1. 您对报告的喜欢程度？（0-10 分）**

☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐ 6 ☐ 7 ☐ 8 ☐ 9 ☐ 10

**2. 您对报告的整体评价？（0-10 分）**

☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐ 6 ☐ 7 ☐ 8 ☐ 9 ☐ 10

**3. 您认为报告是与各界进行沟通的工具吗？**

☐ 是 ☐ 否

**4. 您最喜欢报告里面哪一部分内容？**

☐ 履责意愿 ☐ 履责行为 ☐ 履责绩效

**5. 您认为报告的哪一方面需要改进？**

☐ 版面设计 ☐ 报告篇幅 ☐ 披露信息 ☐ 发布形式

**6. 您对报告的改进建议？**

姓 名:	性 别:
电子邮箱:	联系电话:
传 真:	手 机:
通讯地址:	邮政编码:

公司部门：大亚圣象家居股份有限公司

地 址：上海市浦东新区五星路 727 弄汇公馆 5 号楼

邮政编码：201206

电 话：400-770-8866

E-mail：denghuan@powerdekor.com.cn