

宁波材源帝木业有限公司

2022 年度社会责任报告

2023 年 1 月

关于本报告

本公司保证本报告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对报告内容的真实性、准确性和完整性承担个别及连带责任。

报告编制说明所提信息的报告时间：2022 年 1 月 1 日-2022 年 12 月 31 日

报告参照标准：GB/T 36000-2015 社会责任指南（即 ISO26000-2010）

GB/T 36001-2015 社会责任报告编写指南

报告涵盖范围：宁波材源帝木业有限公司（以下简称“公司”）

数据评估方法及运算基础：公司审计报告及相关统计。

公司地址：宁波市鄞州区姜山镇茅山工业区华盾路 19 号

法定代表人：黄国荣

电 话：0574-83005856

公司网址：www.cncyd.com

电子邮箱：cyd@cncyd.com

邮政编码：315193

目 录

第一章 公司简介.....	02
第二章 企业文化.....	06
第三章 维护股东权益.....	08
第四章 维护职工权益.....	10
第五章 维护供应商、客户权益.....	14
第六章 环境保护与可持续发展.....	15
第七章 道德行为与社会公益事业.....	17
第八章 结束语.....	

第一章 公司简介

公司概况



宁波材源帝木业有限公司是一家集研发、生产和销售【材源帝】牌高档实木门、橱柜门及系列产品于一体的专业化、现代化企业公司。现为中国木材流通协会木门专业委员会常务副会长单位，公司拥有近 30000 平方的现代化标准厂房及多套进口生产线，月生产能力可达 8000 套，规模实力目前国内同行业中首屈一指。产品原材料全部来自印尼专业木材供应商 PT.SARIBUANA 公司，产品均符合国家标准，经过几十道工序精制而成，力求产品达到质与美的完美结合。

我们深知品牌以质量为本，质量以人为本，为此，我们不断引进优秀人才，吸收先进的管理模式，建立一套健全、科学、规范、高效的管理机制，努力提升现代型企业的形象意识，品牌观念。“材源帝”以品牌化经营为思路，建立有专门的售后服务部，以定期或不定期的方式对客户的进行回访，及时解决出现的问题，在设计、制造、营销、服务于一体的每一个环节都力臻完美，全力以赴，止于至善！“材源帝”木门取法天然，别成格致。不断从中国古代建筑、家具中探寻创作灵感，使产品融北派的方正大气及南派的婉约细致于一身，深得有识之士的钟爱。

“材源帝”木门已通过中国绿色材料环保认证，现为“中国品牌”，“全国木门三十家市场放心产品”。“天行健，君子以自强不息；地势坤，君子以厚德载物”。我们将坚定不移地推进实施，名店战略，热烈欢迎各地朋友的加盟，共创“材源帝”木门的辉煌！

第二章 公司文化

公司基于多年来的实践经验，在充分分析公司的内外部环境、系统总结创业成功因素的基础上，通过内部广泛的讨论，平衡所有利益相关者的价值，逐步形成了特有的企业文化，具体如下：

使命：加快转型升级改造，减少环境污染，保护环境从我做起。

愿景：打造有国际影响力的材源帝木业品牌。

核心价值观：坚持绿色、环保的发展理念，让绿色产品享誉中外。

企业精神：诚实乐群、开拓超越。

公司创建于 2011 年，历经 10 余年的拼搏，企业文化也随着公司的发展不断演变，具体经历以下三个发展阶段，详见表 2-1：

企业文化建设发展过程表 2-1

阶 段	企 业 文 化	阐 释
第一阶段 (2011 年-2014 年)	创建以诚信守信为主的价值观，形成“诚实做人、踏实做事”的核心价值观	一是对员工诚信；二是对股东诚信 三是对用户诚信；四是对供方诚信 五是对社会诚信。
第二阶段 (2015 年-2019 年)	企业使命： 为员工、为股东、为社会创造财富，勇担责任。	企业使命是向社会提供有经济价值的商品和服务，让顾客满意，让企业为员工、为客户、为股东、为社会创造物质财富和文化精神财富。使我们的产品和服务遍布全国乃至世界各个角落，使人类的精神生活更加丰富多彩。
	企业愿景： 让企业文化促进企业经济的繁荣。	活跃企业文化，坚持包容开放、实事求是，学习国内外优秀企业，以自我创新为主，反对墨守成规，倡导真善美，开创自主品牌，用卓越的产品和服务做行业的引领者。主张在企业、顾客、员工与合作者之间结成互利共赢，为企业繁荣昌盛、为顾客持续满意、为员工及其家人的满意而不懈努力。
	核心价值观： 忠于职守，德才兼备	提倡讲实话，办实事，言必行，行必果，认真负责，忠于职守，诚实守信。提倡干一行，爱一行，钻一行，忠于

阶 段	企 业 文 化	阐 释
		事业，忠于企业，敢于挑战，有德有才。
第三阶段 (2020 年-至今)	企业使命： 加快转型升级改造，减少环境污染，保护环境从我做起。	开展技术改造，增加环保设备、节能减排设施投入，淘汰落后设备，提高环境保护管理能力，环境保护从我做起，履行社会责任义务。
	企业愿景： 打造有国际影响力的材源帝木业品牌	好的质量迎来好的口碑，好的口碑会带来无限大的产品销售市场敢于创新科技，打造国内、国际品牌。
	核心价值观： 坚持绿色、环保的发展理念，让绿色产品享誉中外。	加快推动生活方式绿色化，实现生活方式和消费模式向勤俭节约、绿色低碳、文明健康的方向转变，力戒奢侈浪费和不合理消费。促进人与自然和谐共生，构建科学合理的城市化格、自然岸线格局，推动建立绿色低碳循环发展产业体系坚持绿色发展理念，实施绿色发展战略，走文明发展新路。

公司非常重视企业文化的打造，为确保公司的使命、愿景、核心价值观深刻影响员工、关键供应商、顾客和其他利益相关者，统一思想，共同努力，公司高层领导以身作则、率先垂范，并通过多媒体、多渠道将公司的愿景、价值观进行宣传和贯彻，使员工、关键供应商、顾客和其他利益相关者等相关方充分了解公司的文化内涵，将企业文化渗透在各个领域。

第三章 维护股东权益

公司一直严格遵守《公司法》、《劳动法》等法律、法规的要求，努力提高法人治理水平，完善公司内部控制制度，规范公司内部管理运作。在实践中逐步形成以股东会、董事会、监事会为权力、决策和监督的机构，并在董事会下设立薪酬与考核委员会、战略委员会、审计委员会、提名委员会等四大委员会，同时三会与管理层之间权责分明、各司其职、有效制衡、科学决策、协调运作的法人治理结构。通过对国家法规和内控制度的严格执行，已经从机制上有效保证了对所有股东的公平、公开、公正，保障所有股东享有法律、法规、规章所规定的各项合法权益。公

司对所有股东一视同仁，通过持续、稳定的分红政策，及时、准备的信息披露，有效、顺畅的投资者沟通渠道，进一步完善投资者沟通平台，强化投资者服务，努力兼顾各方需求，维护公众利益，切实履行企业社会责任，持续回报股东，在各项重大经营决策过程中，充分考虑股东利益，特别在财务方面努力保持稳健政策以保证公司财务安全。

公司严格按照《公司法》、《公司章程》及相关规定，真实、准确、完整、及时、公平地进行信息披露，积极主动履行信息披露义务。在新媒体时代，公司建立了“腾讯”微信公众订阅号，在符合相关法规、规定的情况下，相关信息披露更主动、更及时，在官网上专设新闻中心模块，以文字、图片、视频等多种形式及时发布公司新闻、行业资讯、公司活动等。

通过多渠道、多样化的投资者沟通模式，促进公司与投资者之间的良性互动，增进投资者对公司的进一步了解和熟悉，反馈投资者对公司经营发展的合理意见，形成服务投资者、尊重投资者的企业文化，认真做好投资者关系管理。

公司一贯秉承稳健、诚信的经营原则，坚持降低自身经营风险从而降低财务风险，降低债权人权益风险的策略，经年来，公司的资产负债率均保持在较低水平。公司在追求股东利益最大化的同时，业兼顾债权人的利益，公司的各项重大经营决策过程，均充分考虑了债权人的合法权益，公司及时向债权人回馈于其债权权益相关的重大信息，按照与债权人签订的合同履行债务。

严格遵守国家法律法规和各项规章制度，坚持依法经营，诚信经营，自觉营造和构建和谐诚信的经营环境，获得了社会各界的认可，见表 3-1

表 3-1 企业荣誉

2018 年 11 月被评为“宁波家具家居行业优秀企业”；（宁波市家具商会）

2019 年 4 月被评为“消费者喜爱品牌”称号；（“我心目中的宁波品牌”评选活动组委会）

2019 年 6 月被评为：“2019-2020 年执行会长”；（全国工商联家具装饰业商会实木定制家居专业委员会）

2019 年 6 月被评为“中国实木定制家居行业高质量发展示范企业”（全国工商联家具装饰业商会）

2019 年 9 月被评为“定制领导品牌（整木定制）”；（中国木材与中国木材与木制

品流通协会木门窗专业委员会)

2019 年 11 月被评为“中国家居业高质量发展示范企业”；(全国工商联家具装饰业商会)

2019 年 3 月被被评为“双承诺活动单位”(中国木材与中国木材与木制品流通协会木门窗专业委员会)

2020 年 6 月被评为“双承诺活动单位”(中国木材与中国木材与木制品流通协会木门窗专业委员会)

2021 年 3 月被被评为“双承诺活动单位”(中国木材与中国木材与木制品流通协会木门窗专业委员会)

2021 年 3 月被评为：“定制示范品牌”；(中国木材与木制品流通协会木门窗专业委员会)

2022 年 7 月被被评为“双承诺活动单位”(中国木材与中国木材与木制品流通协会木门窗专业委员会)

第四章 维护职工权益

建设一支稳定的具有高素质、高技能，德才兼备的职工队伍，是公司多年来一直努力追求的目标之一。

公司十分注重员工的学习培训与发展，同时从制度上保障职工的合法权益，满足职工的教育权和技能提升机会。

一、员工的学习与发展

A) 员工学习

公司由行政部主管培训工作，每年制定《教育培训计划》，按照工作培训需求、落实培训计划，并对实施计划和培训效果进行评价，具体可参考表 4-1 不同员工层次培训内容及方式汇总表。

表 4-1 不同员工层次培训内容及方式汇总表

培 训 主 题	主 要 培 训 内 容	培 训 方 式	培 训 人 员
---------	-------------	---------	---------

培 训 主 题	主 要 培 训 内 容	培 训 方 式	培 训 人 员
核心竞争力的培养	领导力、管理思维管理创新、组织管理、团队管理、沟通管理、岗位技能、专业知识、新工艺新技术培训、现场管理	现场授课、专业书籍阅读、研修班、专题讲座 参观考察、技术交流、赴外培训、视频授课、师带徒、轮岗、交叉培训等	全体员工
战略挑战及行动计划的实现	战略管理、宏观经济管理、执行力		管理人员
商业道德规范	职业道德		管理人员 行政人员
技能人才培养	各特殊岗位特殊技能		一线 生产员工

B) 员工发展

公司为不同类型的员工设立多种发展通道，鼓励员工精其所长和一专多能，不同类型的员工职务通道具有相同和平等的晋升机会，给予员工充分的发展空间，详见表 4-2。

表 4-2 职业发展通道

管 理	技 术	技 能
总经理	总工程师	首席技师
副总经理	高级工程师	高级技师
部门经理	工程师	技师
部门副经理	助理工程师	高级技工
文员	技术员	技工

考虑公司的发展需要，员工个人实际情况及职业兴趣，员工在不同通道之间有转换机会，即技术岗位员工有机会均等转换到管理岗位，技能岗位有机会转换到管理岗位和技术岗位，但转换必须符合其他类型岗位的任职条件。

公司对所有的岗位进行了识别，识别出本公司的关键岗位，关键岗位识别的标准分别为岗位的战略价值和岗位的不可替代性。并对关键岗位的职业通道进行了建设，每一级岗位的建设应与岗位的胜任力相关。

2、实施继任计划，形成人才梯队

公司重视人才梯队的建设，对各个岗位储备相应的人才。各部门负责人及以上

岗位及关键岗位均配备储备人员，领导需对各自的储备人员进行重点培养和教育，并进行适当轮岗，使其掌握所要储备岗位的各项工作技能和要求，对没有培养合格的后备人员，则领导不能晋升。高技能人才公司实行师傅带徒弟制度，公司对师傅进行物质奖励并考核徒弟。公司常设岗位及特定岗位继任者由内部培养，为适应公司发展新开拓岗位和不成熟岗位可进行外部招聘。

二、员工的权益与满意

A) 员工权益：

1、员工职业健康安全

公司严格执行《劳动法》、《劳动合同法》、《安全生产法》等有关法律法规，通过规范的管理过程支持安全和健康的预防理念。为保障员工的职业健康，公司自2021年起执行ISO 45001职业健康安全体系，针对不同的关键工作场所确定相应的测量指标和目标。

公司成立安全领导小组，制订公司安全生产的重要决策，下设安全环保部，负责公司日常安全生产事务；公司安全生产部门组织每月一次的安全生产大检查，对公司所有区域内进行安全隐患排查，发现苗头及时整改。安全管理员每天对车间每天进行日常安全巡查，对机器设备、生产区域、人员进行安全隐患排查。

2、应急准备

为保障员工的职业健康，根据安全因素制订相关的安全预防措施和组织相关培训，从火灾、工作岗位安全要求、交通、急救等方面内容进行宣讲、培训。

3、针对不同的员工群体，提供针对性、个性化和多样化的支持，保障员工合法权益

公司通过员工满意度调查、员工座谈会、领导走访、员工代表反映及日常沟通等多种途径识别员工对福利的需求。根据了解到的不同员工的福利政策需求所采取的个性化支持如下表 4-3：

表 4-3 员工福利政策一览表

员工类别	关键需求	个性化支持措施	共同支持
基层人员 (操作类员工)	生活的需要	子女就学、春节回家安排、膳食窗口、旅游、困难家庭帮扶	社会保险、假期、公积金、团体意外险、医疗互助、医药用品、节假日慰问、晚会、建立党员活动中
	学习成长需要	以老带新、一人多岗、培训机会、安全生产防护、时效奖、质量奖、出勤奖	

			心、文体活动中心。
行政人员	实现个人价值的需要	职称评定、弹性工作时间、通讯费、工具补贴	
	发展空间的需要	畅通的职业通道、有计划的培训、配备助理、出境学习交流机会	
管理人员	实现个人价值的需要	有适当的授权、职称评定、股权激励、团队激励、充分的医疗保障、购车补贴、通讯费	
	事业成功的需要	创造良好的与高层沟通渠道、良好的团队工作氛围、国内外考察学习机会	

B) 员工满意

公司通过离职调查、面试调查、员工座谈会、工资协商会、董事长信箱、员工满意度、职代会等途径了解影响员工满意程度积极性的关键因素，建立了完善的满意度调查程序，明确了人力资源部和各部门的职责，调查方式采取抽样调查的方式，对于不同的人群不同的抽样人员组成与数量。满意度调查固定为一年一次，一般采取问卷调查的形式。

2021 年满意度调查从文化氛围、管理环境、工作环境、职业发展、薪酬福利五个方面进行调查，区分职级、年龄和岗位，并设计相应的问题。通过数据收集、统计分析，形成满意度调查报告，报总经理审批后，反馈给各相关部门整改，并将满意度调查的落实情况作为人力资源部的目标考核指标。

第五章 维护供应商、客户权益

一、关键供方

致力于与供应商建立战略合作关系，维护供应商权益。将“以顾客为中心”的经营理念传递到供应商处，帮助配件供应商分析其“顾客的顾客”的需求，以改进产品设计、提高安全可靠。同时，在某些领域，供应商具有更专业的实力，则积极与他们探讨新技术、新材料的应用，借助于他们的实力，为产品品质提供了强有力的保证。公司定期评价现有的供应商，整合供应商的数量，增加一些长期的、战略合作伙伴，增强抗风险能力；通过订单拉动，共同减少库存。

二、顾客

顾客关系：实业以“顾客至上，服务第一”为宗旨，配置“客服部”为中心的服务体系。我们有一个固定团队与客户保持密切的联系，同时建立客户档案。

顾客满意：公司从 2015 年开始每年专门组织了阶段性的顾客满意度调查，其中包括月度的顾客满意度跟踪，季度的满意度调查，年度的满意度的汇总分析等。从 2015 年开始，连续六年顾客综合满意率达到 95%以上。

三、与主要供应商和顾客的伙伴关系和沟通机制

公司每年底定期召开供应商大会，传递共赢的理念与文化，传递合作的发展讯息，将每月的交货情况和产品质量情况进行统计、反馈给供应商。到供应商处进行第二方的审核，持续传递公司对质量保证的要求。与沟通供方需求，在合作共赢的基础上，相互促成。

为了加强与用户的沟通，及时收集到客户的反馈意见，公司从 2011 年开始开通了 24 小时销售服务热线和售后服务热线，全天候为用户提供售前、售后咨询服务；设立了网站，方便客户随时随地了解我公司的产品结构和特点，同时可在留言板上提出各自的意见和建议。公司制定了顾客定期回访制度和售后三个月内满意度调查制度，以确保顾客满意，真正为顾客解决实际问题。通过一系列措施，确保了顾客的权益。

第六章 环境保护与可持续发展

公司重视环境保护、能源消耗、资源综合利用、安全生产、产品安全、公共卫生等各方面，根据国家法律法规和强制标准的要求，遵循“四不原则”（不以污染环境为代价、不以员工安全健康为代价、不以超越法规为代价、不以浪费资源破坏生态为代价）。公司投入资金对车间进行油漆废气环保改善、热压有害气体收集、木屑房排放系统改善。公司所有固体废物经过分类处理，部分进行回收利用，将其对环境的污染减少到最低程度，见表 6-1。

表 6-1 质量安全、环保、节能、资源综合利用、公共卫生控制方法表

控制方面	质量安全	环 保	节 能	资源综合利用	公共卫生
控制项目	产品质量 安全生产	工业三废	电、水、蒸汽	木材	木屑尘
风险因素	产品质量缺陷 生产事故	污染水体、大气、 土壤 危险身体健康	增加生产成本 浪费资源	浪费资源	危害身体健康
控制指标	无重大质量事故和 生产事故	达到国家标准 危害固废委托有 资质的机构处理	根据全市工业企 业先进水平，制 定年度计划，每 年下降 5%	资源综合利 用率 90%以上	无职业病发生
测量方面	定期检查	定期监测	内部统计	内部统计	定期进行监测
控制过程 及方法	实施 ISO90001 体 系、实施 GB/T50430 体系、 编制并发放《安全 管理制度》	实施 ISO14001 体 系、污水纳管、危 废台账建立并委 托有资质的机构 定期处理	改进生产工艺， 采用节能设备和 工艺，制定了能 源计算考核机制 等，开展清洁生 产审核	改进生产工艺， 提供资源利用， 加大资源回收 率	实施 ISO45001 体 系、落实《职业病 防治法》、职业场 所危险因素识别 和控制、人员定期 体检、个人防护用 品的发放和佩戴， 每一年进行一次 体检

通过对顾客及相关方的调研、分析、政府访谈、媒体报道及顾客满意度调查等，预见公众对产品、服务和运营中当前和未来对产品责任、安全责任、环境责任、纳税责任、管理责任等方面的隐忧，应对措施，见表 6-2。

表 6-2 公众隐忧及应对措施

涉 及 方 面	识 别 方 法	不 良 影 响	应 对 措 施
质量安全	客户投诉	有毒有害物质含量	产品送检
环 保	与政府、所在村的交流、 环境检测报告、周边单位	污水、废气、噪声、固 废造成环境污染	实施 ISO14001 体系

	和居民投诉		
节 能	能耗指标控制	高能耗占用社会公共资源	开展清洁生产
资源综合利用	废料回收、循环水利用	浪费资源	测量资源利用率实行控制
公 共 卫 生	环境卫生、传染病防治	对公众健康带来隐忧	制定具体管理措施

我司自成立以来，一直坚持做好安全生产和环境保护工作，无环保、安全等违法行为发生，无立案处罚。

第七章 道德行为与社会公益事业

一、道德行为

A) 确保组织遵守诚信准则，建立组织的信用体系

将“诚实做人、踏实做事”确定为公司核心价值观，充分体现了高层领导道德观。高层以他们实际行动告诉着所有员工，我们是个重道德、讲诚信的企业。是浙江省信用管理示范企业，国家级守合同重信用企业，严格遵守国家法律法规和各项规章制度，坚持依法经营，诚信经营，自觉营造和构建和谐诚信的经营环境，按时缴纳有关税费，合法经营，无任何不良记录。

公司聘请了法律顾问，对经营行为进行法律指导和监督把关；编制了《奖惩制度》及《廉政建设制度》等制度，要求每位员工做出廉洁承诺，对经济交往中的道德行为和违反道德行为查处办法进行了规定；采取了纪律处罚、廉政绩效考核、规范招标流程、任期责任审计、设立董事长意见箱、公布举报电话等措施，从事前预防教育、事中流程控制到事后监督检查，全过程对道德行为进行约束，有力促进内部组织和个人诚实守信、遵纪守法。

B) 确保组织行为符合道德规范，用于促进和监测组织内部、与顾客、供方和合作伙伴之间及组织治理中的行为符合道德规范的关键过程及绩效指标

公司开展的一切商业活动和经营行为，均有相应的规章制度和行为规范加以约束和监督，公司营建了遵纪守法、遵守道德的经营环境，与此同时，还建立了完善的制度体系、行为规范，在行为上引导和约束员工，确保组织在经营活动过程中，遵守道德行为。在与相关方交往过程中，识别了关键过程和测量指标具体见下表：

表 7-1 与相关方的交往过程中的监控

行为对象	关键过程	测 量 指 标
供应商 合作伙伴	合格供应商评价表	一年一审
		违规招标的次数
	合同管理	合同兑现率
顾 客	顾客服务	合同兑现率

表 7-2 公司监控和处理违反道德行为的过程和测量监督表

监督对象	监督措施	目 标	监 督 主 体	处 理 方 式
高层领导	举报投诉 述职评价 内控程序 公开信箱	违法违纪事件数为零；不收受礼物、现金和回扣、公款消费；不行贿受贿	股东会、监事会	罢免提案、谈话、绩效考核
			审计、财务等部门	按公司规定处理
			职代会	通过否决议案
中层人员	高层领导监督 审计调查 绩效考核 公开信箱	违法违纪事件数为零，不收受礼物、现金和回扣、公款消费；不行贿受贿	高层领导	绩效考核，高层领导现场办公
			审计、财务、人力资源部	按公司规定处理
基层员工	入职面谈 绩效考核	违法违纪事件数为零	上级主管领导	绩效考评、工作班会
			财务、人力资源部	按公司规定处理

二、公益支持

高层领导在支持公益事业中率先垂范，从 2011 年至今，积极鼓励员工参加公益活动，工会每年动员公司员工参加义务献血，多次不定期组织员工参加姜山镇各项公益义务活动。

第八章 结束语

材源帝木业从一个小规模并且产品单一的门类加工厂,经过 10 多个年头的成长,目前在国内拥有一百多家材源帝专卖店,产品和服务已经遍布全国,产品知名度已经打响。面对新形势,木门行业将进入一个较快增长阶段,中高端实木门市场前景可观。因此公司首先要整合渠道,让营销渠道更加合理,同时进一步提升供应链效率,开发个性化设计与服务。同时全体员工决心以诚实守信为第一要素,继续实施材源帝品牌战略,砥砺前行,开拓创新,勇往直前。创造更加美好的明天!

宁波材源帝木业有限公司

2023 年 1 月