

ROBAM 老板



2025

老板电器年度环境、社会
和公司治理 (ESG) 报告

目录

01
关于本报告 03

02
走进老板电器

2.1 公司简介	05
2.2 发展历程	07
2.3 产品与解决方案	09
2.4 业务运营布局	09
2.5 核心资质&荣誉	10

03
善治固本，信守致远

3.1 完善ESG管理	13
3.2 规范公司治理	21
3.3 强化风险防控	27
3.4 遵守商业道德	29
3.5 维护信息安全	32

04
精工智造，悦享厨房

4.1 创新驱动发展	41
4.2 全面质量管理	49
4.3 用户服务	55
4.4 负责任供应链	63
4.5 数智制造升级	79

05
绿色炊烟，净美家园

5.1 环境合规管理	87
5.2 应对气候变化	90
5.3 精细能源管理	94
5.4 严控污染排放	97
5.5 重视资源利用	100
5.6 保护生态平衡	101

06
以人为本，共筑美好

6.1 员工权益与福利	105
6.2 员工培训与发展	112
6.3 安全生产与健康	118
6.4 员工关爱与团结	123
6.5 行业合作与发展	126
6.6 社会公益与慈善	128

07
附录

ESG数据表和附注	131
指标索引表	140
独立审验声明	145

01 关于本报告

报告范围

本报告范围涵盖杭州老板电器股份有限公司（以下简称“公司”、“老板电器”或“我们”）及其附属公司，与老板电器（股票代码：002508）年报合并财务报表范围一致。

报告期间

本报告为年度报告，报告涵盖范围为2025年1月1日至2025年12月31日。部分信息超出此范畴，在所涉及处予以说明。

编制依据

本报告依据《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第17号——可持续发展报告（试行）》及《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第1号——主板上市公司规范运作》（深证上〔2023〕1145号），同时参考全球报告倡议组织《可持续发展报告标准》（GRI Standards 2021）、联合国可持续发展目标(SDGs)等国际权威披露准则。

数据说明

报告中的数据 and 案例来自公司实际运行的原始记录或财务报告。报告中的财务数据均以人民币为单位。财务数据与公司年度财务报告不符的，以年度财务报告为准。

联系方式

杭州老板电器股份有限公司 董事会办公室电话：0571-86187810。

您可通过公司官网（www.robam.com）和巨潮资讯网（www.cninfo.com.cn）获取老板电器更多ESG信息。

报告编制原则

重要性

公司结合自身所处行业和经营业务的特点等情况，基于双重重要性视角，识别公司的重要性ESG议题，作为本报告汇报重点。本报告对重要性议题的汇报关注公司运营涉及的行业特征以及所在地区特征。重要性议题的分析过程及结果详见本报告“重要性议题管理”章节。

准确性

本报告尽可能确保信息准确。其中，定量信息的测算采用国内外公认标准的规范术语、单位和计量方法；涉及数据引用的，注明来源；结果均说明数据口径、计算依据与假定条件，以保证计算误差不会对信息使用者造成误导性影响。

老板电器承诺本报告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，公司董事会对其内容真实性、准确性和完整性负责。

平衡性

本报告内容反映客观事实，对涉及公司正面、负面的信息均予以不偏不倚的披露。报告期内，公司未发现应当披露而未披露的负面事件。

清晰性

本报告以简体中文及英文发布，凡中英文表述可能产生的不一致情形均以中文表述为准。本报告中包含表格以及模型图等信息，作为本报告中文字内容的辅助，便于利益相关方更好地理解报告中文字内容。为便于利益相关方更快获取信息，本报告提供目录及ESG标准的对标索引表。

量化及一致性

本报告披露报告期内的ESG量化绩效指标，并尽可能披露相应的历史数据。本报告对同一指标在不同报告期内的采集、测量与计算方法保持一致，若采集、测量与计算方法有更改，将在报告中对相关数据进行追溯调整，并予以充分说明，以便相关方进行有意义的分析与评估。

时效性

本报告为年度报告，与公司2025年年度报告同时发布，为利益相关方决策提供及时的信息参考。

02 走进老板电器

2.1 公司简介

杭州老板电器股份有限公司（股票代码：002508，股票简称：老板电器）创立于1979年，是中国厨房电器行业的开创者之一。四十余年来，公司始终坚守“创造人类对厨房生活的一切美好向往”的企业使命，将烹饪视为星辰大海，以科技创新持续引领行业变革。

如今，老板电器已成长为中国厨房电器行业发展历史、市场份额、生产规模、产品类别、销售区域均位列前位的社会公认领导品牌，核心品类吸油烟机、灶具连续11年全球销量领先，深受全球5,000万家庭的选择与青睐。老板电器率先推出了全球首套数字厨电，并率先将前沿技术在烹饪场景落地，让产品从基础应答、被动适配，进化为主动服务、个性指导的烹饪伙伴，打造陪伴式的烹饪体验。

面对新时期国家打造新质生产力的发展要求，老板电器坚持“科技+人文”的主线，以“烹饪全链路整体解决方案提供商”的企业定位，积极探索自我升级与行业发展的新路径。未来，老板电器将持续秉持对烹饪的坚定信仰，为用户提供千人千面的个性化烹饪解决方案，让更多人享受烹饪创造的乐趣，凝聚家庭情感，促进社会和谐，让烹饪的意义生生不息。



企业文化



企业宗旨

做一个让社会尊敬的企业



企业使命

创造人类对厨房生活的一切美好向往



企业愿景

成为引领烹饪生活变革的世界级百年企业



企业价值观

艰苦奋斗的老虎钳创业精神

2.2 发展历程



2.3 产品与解决方案

公司基于战略目标深化组织架构调整，围绕烹饪全场景需求，将核心产品划分为厨房空气环境产品线、烹饪产品线、洗净存产品线三大业务板块。厨房空气环境产品线以吸油烟机为核心，聚焦厨房空气环境优化，提供高效吸排烟解决方案。烹饪产品线涵盖燃气灶、电磁灶、集成灶、蒸烤一体机等多元化设备，覆盖明火烹饪、电烹饪等全场景需求，持续推动烹饪方式智能化与便捷化。洗净存产品线包含洗碗机、净水器、燃气热水器、消毒柜、冰箱、集成水槽等产品，围绕水处理、清洁存储等环节，打造厨房健康管理闭环。公司通过产品线协同实现研、产、销端到端拉通，以数字厨电技术及套系化解决方案为核心竞争力，持续为消费者提供高效、智能、绿色的厨房全链路服务。

2.4 业务运营布局

公司构建了覆盖线下零售、线上电商、精装修工程及海外市场的全渠道网络。线下零售渠道以老板全国营销中心为核心，覆盖专卖店（老板全国营销中心专卖店、红星美凯龙、居然之家等）、KA卖场（苏宁、五星及地方连锁渠道）、家装合作方（家装公司及燃气公司）、定制服务商（全屋定制公司）及下沉市场（京东专卖店、天猫优品、苏宁零售云等）。线上电商渠道以公司电商部门直营为主，通过京东、天猫、抖音等平台高效触达消费者。精装修工程渠道聚焦央国企客户（国资背景的全国性房企）、战略客户（经营较好的全国性民营房企）及区域城投单位。海外渠道已拓展至全球5大洲40个国家和地区，推动品牌全球化进程。



海外渠道已拓展至
全球**5**大洲**40**个国家和地区

2.5 核心资质&荣誉

外部重点奖项

杭州老板电器股份有限公司

全国首批高质量数据集建设先行先试单位
国家数据局

中国轻工业科技百强企业
中国轻工业联合会

浙江省第一批高质量数据集典型案例
浙江省数据局

中国轻工业二百强企业
中国轻工业联合会

2025年浙江省先进技术创新成果
浙江省经信厅

虎啸奖年度品牌数字大奖（3c家电类）
虎啸奖组委会

数据要素大赛（杭州市）-行业潜力奖
杭州市数据局

入选首批中国消费名品名单
工业和信息化部

第二十五届中国外观设计金奖
国家知识产权局

第八届“浙江慈善奖”机构捐赠奖
浙江省人民政府

中国轻工业联合会科学技术进步奖三等奖
中国轻工业联合会

2025杭州市上市公司ESG战略慈善影响力
先锋20企业
杭州市慈善总会（杭州市慈善联合会）、
杭州市企业上市与并购促进会等

主要资质认证

杭州老板电器股份有限公司

浙江制造精品
浙江省经济和信息化厅

数据产权登记证书
杭州数据交易所有限公司

03

善治固本 信守致远

在老板电器可持续发展实践进程中，卓越的公司治理是衔接企业社会责任履行与长期价值创造的核心基石。公司始终秉持，ESG 治理并非单纯的合规遵从与信息披露义务，而是深度融入企业运营全流程、根植于发展内核的系统性治理承诺与实践体系，为企业高质量、可持续发展筑牢治理根基。

贡献 SDGs



3.1 完善ESG管理

老板电器高度重视ESG治理体系建设，将ESG管理全面融入战略决策与全流程运营。通过持续构建并完善契合企业发展特色的ESG治理架构与管理机制，公司不断夯实稳健经营基础、积极履行社会责任、持续提升治理效能，以系统化的ESG管理实践，驱动企业实现高质量、可持续的长远发展。

ESG管理策略

公司围绕“诚信经营、品质创新、和谐发展、环境保护、供应链优化、共享繁荣”六大方向，审慎规划 ESG 管理策略，将相关理念与要求深度嵌入公司整体战略及经营管理全过程。



ESG管理架构

公司构建了多层级的ESG治理架构，推动ESG理念全面融入企业经营管理全过程。在决策层，董事会承担ESG相关事项的决策与监督职责，为公司ESG工作推进提供保障与战略支撑；在管理层面，董事会办公室负责统筹各项ESG工作的整体规划、组织协调与落地推进；执行层面，各职能部门及下属子公司结合自身业务特点与资源优势，将ESG理念转化为具体的行动，贯穿于日常运营之中。





老板电器ESG管理架构








利益相关方沟通

公司将利益相关方定义为对公司经营活动产生影响，或受公司运营行为所影响的个人与团体。结合行业特性与自身运营实际，公司将股东及投资者、员工、用户、政府及监管机构、供应商、社区与社会公众等列为核心利益相关方。

公司致力于搭建多元、畅通的利益相关方沟通机制，通过官方网站、媒体平台、专项会议、可持续发展报告、主题活动等多种渠道开展常态化沟通，主动倾听并积极回应各方期望与诉求，将利益相关方重点关注的议题纳入经营管理与决策流程，持续提升公司运营管理与可持续发展能力。

利益相关方类型	相关方代表	关注重点	沟通及回应方式
 股东及投资人	公司股东及潜在投资者	公司治理 内部控制与风险管理 反商业贿赂及反贪污 研发创新	股东会、财务报告、业绩报告、商业道德管理等。
 高级管理层 员工	总经理、副总经理、部门负责人	公司治理 研发创新 质量管理 用户服务	内部管理会议和报告、公司治理相关培训、内部信息沟通平台等。
 其他员工	工会会员代表和职工代表、其他服务于公司的工作者代表	信息安全与隐私保护 员工权益与福利 员工发展与晋升 职业健康与安全	内部信息沟通平台、员工活动、职代会活动、员工手册、员工培训、员工考核与晋升等。
 终端用户	购买与使用厨电产品的消费者	公司治理 反商业贿赂及反贪污 信息安全与隐私保护 研发创新 质量管理 用户服务	科研创新、产品展览、用户调研、用户服务热线、用户满意度调查、用户隐私保护措施等。

利益相关方类型	相关方代表	关注重点	沟通及回应方式
 渠道客户	渠道合作伙伴	研发创新 质量管理 用户服务	代理商会议、销售会议、营销活动、营销培训及技术支持、渠道客户满意度调查等。
 政府及 监管部门	运营所在地国家/当地政府、深圳证券交易所、中国证券监督管理委员会浙江监管局	内部控制与风险管理 反商业贿赂及反贪污 质量管理 应对气候变化 能源利用 排放与废弃物管理	机构考察、公文往来、政策执行、信息披露等。
 供应商	最终产品组装供应商、零部件供应商、原材料供应商	反商业贿赂及反贪污 质量管理 供应链安全 供应链质量 负责任供应链	供应商管理制度、透明公平的采购、战略合作、交流互访等。
 合作伙伴	运营所在地国家/当地行业协会商会、标准工作组、合作高校	研发创新 质量管理 行业发展	交流互访、产学研合作项目、标准政策相关协会及工作组会议等。
 社区及公众	非政府组织、慈善机构、社会组织、主流媒体	排放与废弃物管理 生态系统和生物多样性保护 社会公益与乡村振兴 弘扬烹饪文化	加强环境管理、社会公益项目、社区志愿者活动等。

重要性议题管理

公司严格遵循《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第17号——可持续发展报告（试行）》关于“议题重要性分析”的要求，同时对标全球报告倡议组织（GRI）《可持续发展报告标准》中实质性议题管理要求，从财务重要性与利益相关方影响重要性双重维度，开展ESG议题双重重要性分析。

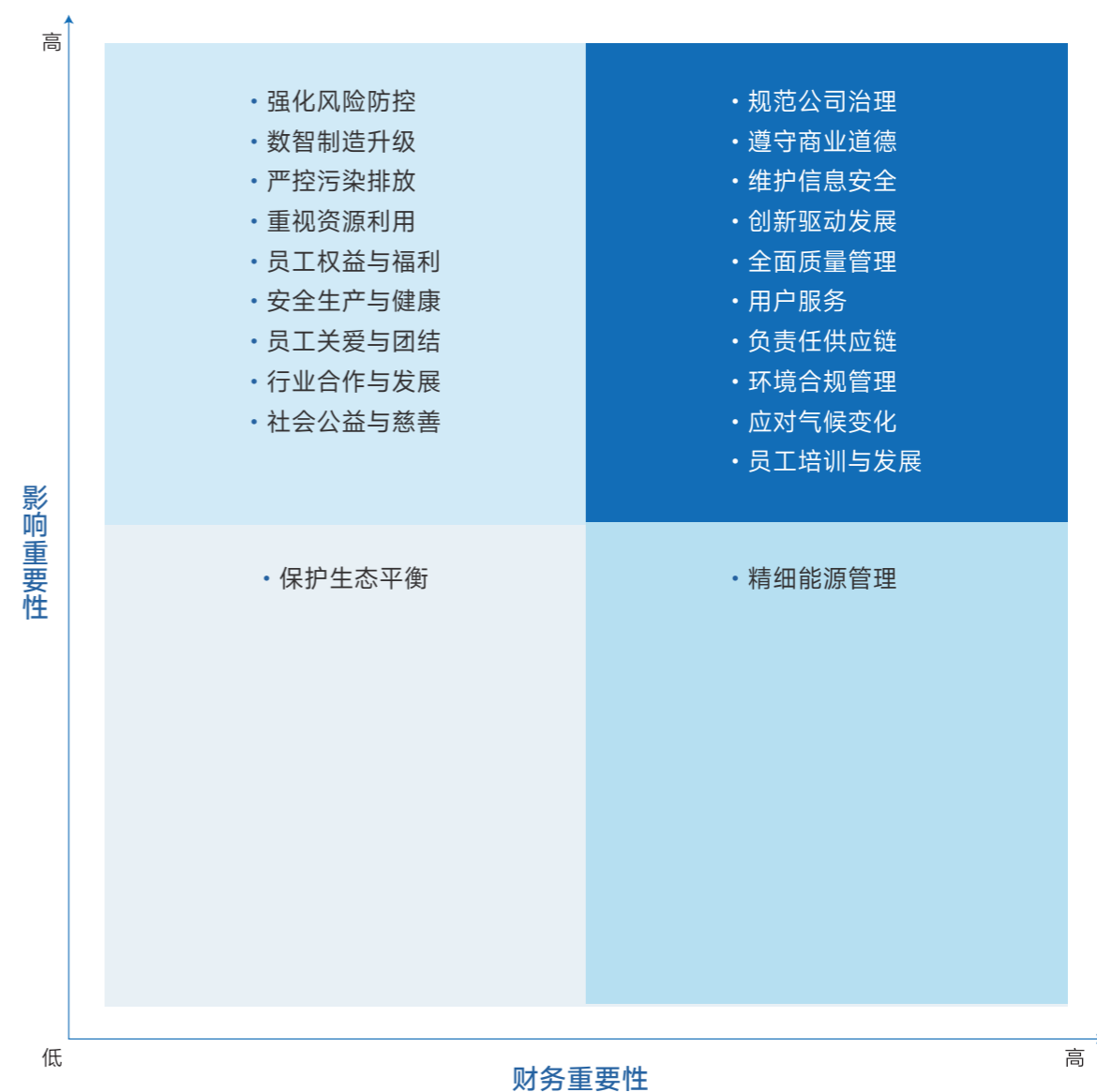
公司按照议题识别、尽职调查、评估和审议的规范流程，明确对公司经营发展及利益相关方具有重大影响的ESG议题，为可持续发展战略制定、资源配置优化及信息披露质量提升提供科学、坚实的决策支撑。

老板电器重要性议题分析程序



报告期内，公司结合标准对标、政策分析及同业对标，对原有ESG议题进行重新梳理，对个别议题进行新增、更名或整合，以确保现有ESG议题清单更贴合公司运营实际。公司初步识别并筛选出21项ESG议题。经分析，其中共有10项议题具有双重重要性，1项议题仅具有财务重要性，9项议题仅具有影响重要性，1项议题既不具有财务重要性、也不具有影响重要性，具体分布如矩阵所示。

老板电器重要性议题矩阵



重要性议题影响分析

重要性议题	影响重要性分析		财务重要性分析		
	影响范围	受影响的利益相关方	风险分析	机遇分析	影响周期
规范公司治理	·上游 ·自身运营 ·下游	·股东及投资者 ·员工 ·终端用户 ·渠道客户 ·政府及监管部门 ·供应商 ·合作伙伴 ·社区及公众	伴随公司业务规模的不断拓展，治理架构持续升级，公司管理层需不断提升管理能力，若缺乏外部新鲜视角，可能降低对新兴技术、市场需求变化的敏感度，导致公司错失行业转型机遇。	高分红政策与稳定的回报规划显著增强公司对长期价值型资金的吸引力，结合投资者关系管理，形成市场信任溢价。	短期 中期 长期
遵守商业道德	·上游 ·自身运营 ·下游	·股东及投资者 ·员工 ·终端用户 ·渠道客户 ·政府及监管部门 ·供应商 ·合作伙伴 ·社区及公众	厨电行业高度依赖终端用户信任，一旦发生供应商行贿事件，公众易将“供应链腐败”与“产品质量黑箱”关联，削弱品牌的高端化形象，增加合规成本。	严格的合规记录（如报告期内零诉讼）有助于形成行业领先的合规体系，助力公司通过欧美企业供应链尽职调查，加速切入国际高端厨电市场。	短期 中期 长期
维护信息安全	·上游 ·自身运营 ·下游	·股东及投资者 ·员工 ·终端用户 ·渠道客户 ·政府及监管部门 ·供应商 ·合作伙伴	数智化转型下核心数据资产增多，若安全管控存在漏洞，易引发数据泄露，影响业务落地与品牌信任。	公司完善的信息安全体系保障数据运营安全，为食神、数字厨电等核心业务提供安全支撑。	短期 中期 长期
创新驱动发展	·上游 ·自身运营 ·下游	·股东及投资者 ·员工 ·终端用户 ·渠道客户 ·政府及监管部门 ·供应商 ·合作伙伴 ·社区及公众	公司重点布局数字厨电等前沿领域，若技术转化效率不及预期或市场需求增速放缓，可能对短期利润空间形成持续挤压。	公司通过数字化研发打造烹饪全链路解决方案，食神通过国家备案并实现数据资产“四权合一”，形成差异化技术壁垒与品牌溢价。	短期 中期 长期
全面质量管理	·上游 ·自身运营 ·下游	·股东及投资者 ·员工 ·终端用户 ·渠道客户 ·政府及监管部门 ·供应商 ·合作伙伴 ·社区及公众	若出现质量问题或产品召回，不仅会直接增加售后成本，还可能因声誉受损而失去市场份额。	通过质量损失率管理和预防性改进，推动质量成本占营收比例下降，释放利润空间，持续提升用户满意度与品牌信任。	短期 中期 长期

重要性议题	影响重要性分析		财务重要性分析		
	影响范围	受影响的利益相关方	风险分析	机遇分析	影响周期
用户服务	·自身运营 ·下游	·股东及投资者 ·员工 ·终端用户 ·渠道客户 ·政府及监管部门 ·合作伙伴	高端用户对服务体验要求显著提升，若服务响应不及时，服务补救成本将大幅增加，同时高端用户流失会影响品牌高端化建设与长期业绩增长。	用户对“按约服务”依赖度高，公司依托“按约服务、一次就好”承诺与差异化服务能力，支撑服务溢价，提升用户忠诚度。	短期 中期 长期
负责任供应链	·上游 ·自身运营 ·下游	·股东及投资者 ·员工 ·终端用户 ·渠道客户 ·政府及监管部门 ·供应商	智能厨电行业需求迭代快，若核心部件断供，新品上市周期可能延长，影响市场窗口期。	公司可通过与供应商数据共享深化协同创新，数字化供应链建设提升敏捷性与透明度，增强客户信任，巩固产业链竞争优势。	短期 中期 长期
环境合规管理	·上游 ·自身运营 ·下游	·股东及投资者 ·员工 ·终端用户 ·政府及监管部门 ·供应商 ·社区及公众	若公司环保投入布局不合理、设施运行低效，可能增加运营成本；供应商危废处理不当，公司作为责任主体可能面临罚款或停产整改。	公司可通过持续加大环保投入，推进设施升级改造与环境风险防控体系建设，有效降低运营风险，夯实绿色制造基础。	短期 中期 长期
应对气候变化	·上游 ·自身运营 ·下游	·股东及投资者 ·员工 ·终端用户 ·政府及监管部门 ·供应商 ·社区及公众	全球气候变暖易引发极端天气，可能中断运营、加剧低碳消费市场压力，叠加气候政策趋严，推高合规成本。	公司可通过提升资源效率、研发低碳产品、转向清洁能源，降低运营成本，增强产品竞争力，塑造绿色品牌形象。	短期 中期 长期
精细能源管理	·上游 ·自身运营 ·下游	·股东及投资者 ·员工 ·终端用户 ·政府及监管部门 ·供应商 ·社区及公众	若能源供应中断或价格波动，可能导致生产线停滞，直接推高能源成本，影响盈利水平。	公司通过屋顶光伏、储能、数字能源监测平台及节能技术改造，构建清洁能源和智能调控的低碳生产体系，推动单位能耗下降并抢占绿色制造先机。	短期 中期 长期
员工培训与发展	·自身运营 ·下游	·股东及投资者 ·员工 ·渠道客户 ·终端用户	如果培训体系与业务转型需求脱节，导致关键岗位人才技能滞后，影响产品创新或服务品质，进而削弱市场竞争力；如果职业发展通道不畅或晋升机制僵化，核心人才流失风险上升，增加招聘成本与团队稳定性风险。	数字化培训平台与辅助学习工具的应用，提升培训精准度与效率；双通道机制与内部活水计划的深化，使人力资源灵活适配战略调整，避免外部招聘的滞后性；系统化人才梯队建设，强化雇主品牌，吸引高端人才主动加入。	短期 中期 长期

3.2 规范公司治理

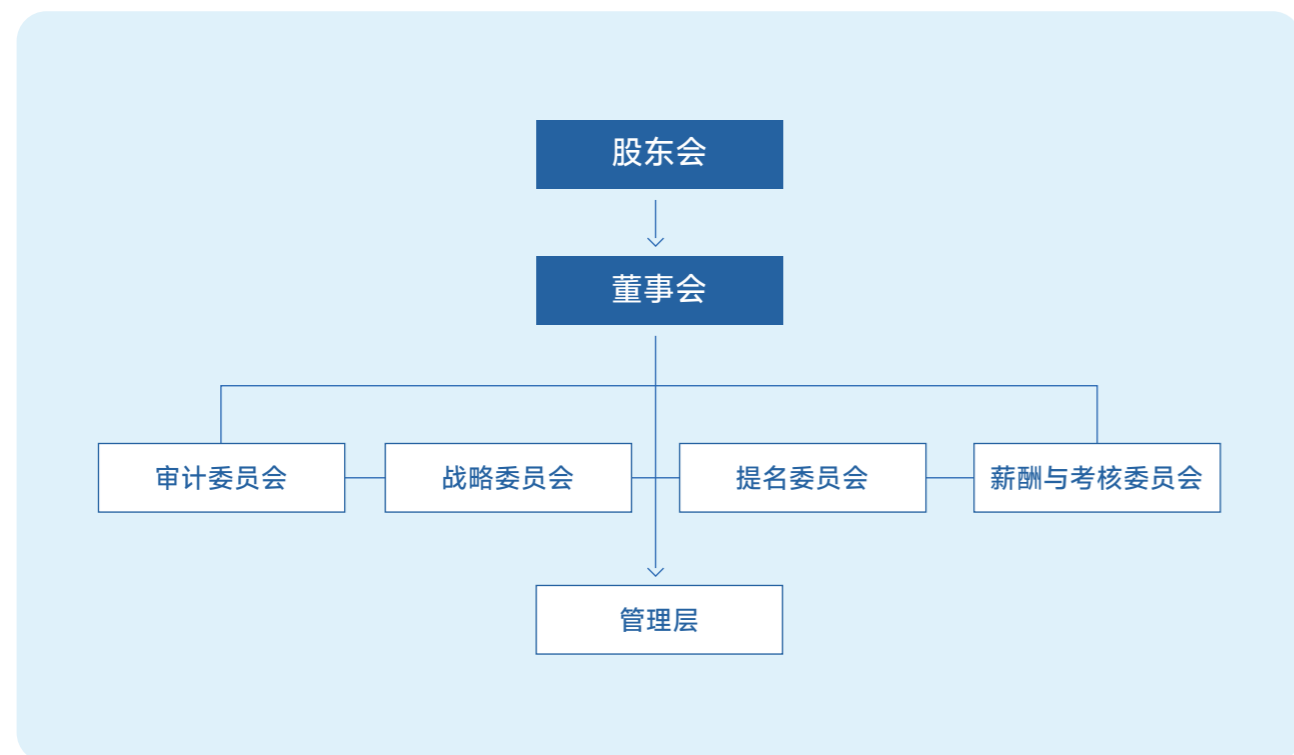
老板电器严格遵守法律法规与监管要求，持续完善治理体系、明晰权责分工、提升合规效率，保障企业稳健可持续发展；同时，通过优化薪酬激励、规范关联交易、保护投资者权益等举措，持续提升治理水平，坚持公开透明与公平公正，为股东创造长期价值。

健全治理架构

公司严格遵守《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国证券法》《深圳证券交易所股票上市规则》等法律法规及规范性文件要求，持续完善《杭州老板电器股份有限公司章程》《董事会议事规则》《股东会议事规则》等内部制度，明确各机构职责边界与议事程序，落实决策、执行、监督相互分离、有效制衡的治理机制。

报告期内，公司紧扣监管要求与自身发展需求，进一步优化组织架构，取消监事会设置，明确由董事会下设的审计委员会承接原监事会职权，推动公司治理体系持续升级，切实提升规范运作与科学决策水平。公司董事会下设审计委员会、战略委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会等专门委员会，各专门委员会严格按照职责分工履职尽责，推动公司高效、科学、规范运行。

老板电器公司治理架构



股东会

公司严格遵守相关法律法规及规范性文件，依据《杭州老板电器股份有限公司章程》《股东会议事规则》等内部制度，规范组织召开股东会，严格执行议事表决程序。股东会作为公司最高决策机构，主要职权包括审议批准公司的经营计划和投资方案，选举、更换由非职工代表担任的董事，决定有关董事的报酬事项以及审议批准董事会工作报告等。

报告期内，公司共计召开股东会3次，审议议案15项。公司始终坚持平等对待全体股东，切实保障包括中小股东在内的所有股东合法权益，报告期内未发生任何损害股东权益的情形。



召开股东会
3次



审议议案
15项

董事会

公司严格遵循《杭州老板电器股份有限公司章程》及《董事会议事规则》，按照规定的议事程序召开董事会会议，会议应有过半数的董事出席方可举行。公司按照《公司章程》规定提名和任免董事会成员，公司董事由股东会选举或更换，任期三年，任期届满可连选连任；任期内，股东会不得无故解除董事职务。

董事会依法行使核心职权，包括召集股东会、执行股东会决议、统筹公司信息披露管理等事项。董事会严格依照《公司法》规定，坚决维护公司整体利益，高度重视对中小股东合法权益的保护，确保董事会及专门委员会充分发挥经营决策的核心作用，审议公司发展相关重大事项。报告期内，公司共计召开董事会8次，审议议案36项。

公司董事会下设审计委员会、战略委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会，各专门委员会有效协助董事会履行决策与监督职能，报告期内运行规范，会议召开及决议事项均符合相关制度要求。



召开董事会
8次



审议议案
36项

董事会专业化与多元化

公司致力于推动董事会专业化、多元化建设，充分考虑董事会成员的行业经验、教育背景、综合素养等因素，确保董事会构成兼具多元化与专业性。现任董事会成员拥有产业、财务、经济学、人力资源管理等多领域的专业能力，且均具备丰富的行业经验。



董事会成员构成多元化，董事会由9名董事组成，其中独立董事 3 名。提名委员会、审计委员会、薪酬与考核委员会中独立董事占比均超半数且均担任召集人一职。

独立董事严格遵循《独立董事工作制度》，秉持忠实与勤勉义务履职，深度参与公司重大经营决策，独立发表客观公正的专业见解，充分发挥决策参与、监督制衡与专业咨询作用，推动公司治理结构持续完善与运营管理规范。



优化薪酬激励

公司持续完善《薪酬与考核委员会工作细则》，明确董事及高级管理人员的薪酬与考核标准。董事会下设的薪酬与考核委员会负责制定并审核董事、高级管理人员的考核标准，拟定并审查其薪酬政策与方案。其中，董事薪酬计划需经董事会同意后，提交股东会审议通过方可实施。该委员会由3名成员组成，其中独立董事占2名，并由1名独立董事担任主任委员，以保障薪酬决策的独立性与客观性。

公司在《杭州老板电器股份有限公司章程》中明确规定，董事及高级管理人员需定期申报所持公司股份及其变动情况。任职期间，每年转让股份不得超过其所持公司股份总数的25%；离职后半年内，不得转让所持公司股份。此外，持有公司5%以上股份的股东及相关人员，若在买入公司股票或其他股权性质证券后六个月内卖出，或在卖出后六个月内再次买入，由此产生的收益将归公司所有，公司董事会有权收回该部分收益。

为建立健全长效激励机制、吸引并留存优秀人才，公司依据《公司法》《证券法》《管理办法》等法律法规及《杭州老板电器股份有限公司章程》，遵循收益与贡献对等原则，制定《2025年股票期权激励计划》。该计划旨在充分调动中层管理人员及核心技术（业务）骨干的积极性，将股东利益、公司利益与核心团队个人利益紧密结合，共同推动公司长期发展。同时，为保证激励计划的顺利实施，公司制定《2025年股票期权激励计划实施考核管理办法》，保证公司股权激励计划的顺利实施，并在最大程度上发挥股权激励的作用。

详细规则已在巨潮资讯网 (<http://www.cninfo.com.cn>) 等平台公布，方便相关方查阅了解。

规范关联交易

公司严格遵守《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国证券法》《深圳证券交易所股票上市规则》《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第7号——交易与关联交易》等法律法规，以及《杭州老板电器股份有限公司章程》相关规定，建立《关联交易管理办法》等配套管理制度，全面规范关联人及关联关系认定、关联交易类型界定、决策流程、信息披露及日常管控等事项，确保关联交易行为公平公正，切实维护公司及非关联股东的合法权益。

公司明确要求关联交易须遵循诚实信用、等价有偿的原则，并采取有效措施防止关联人通过垄断采购或销售业务渠道等方式干预公司经营。关联交易的价格或收费原则应不偏离市场独立第三方的标准，且公司须对定价依据予以充分披露。关联交易应签订书面合同或协议，明确具体内容。同时，公司严格禁止股东及其关联方以任何形式占用或转移公司的资金、资产及其他资源。

公司制定完善的关联交易决策流程，对需股东会批准的公司与关联法人之间的重大关联交易事项，聘请具备证券、期货相关业务资格的中介机构，对交易标的进行评估或审计。2025年4月，公司发布年度关联方资金占用专项审计报告，确保信息披露的真实性、准确性与完整性。报告期内，公司发生的关联交易均基于正常生产经营及业务发展需要，定价遵循公允、合理原则，且均已履行必要的决策程序及信息披露义务。

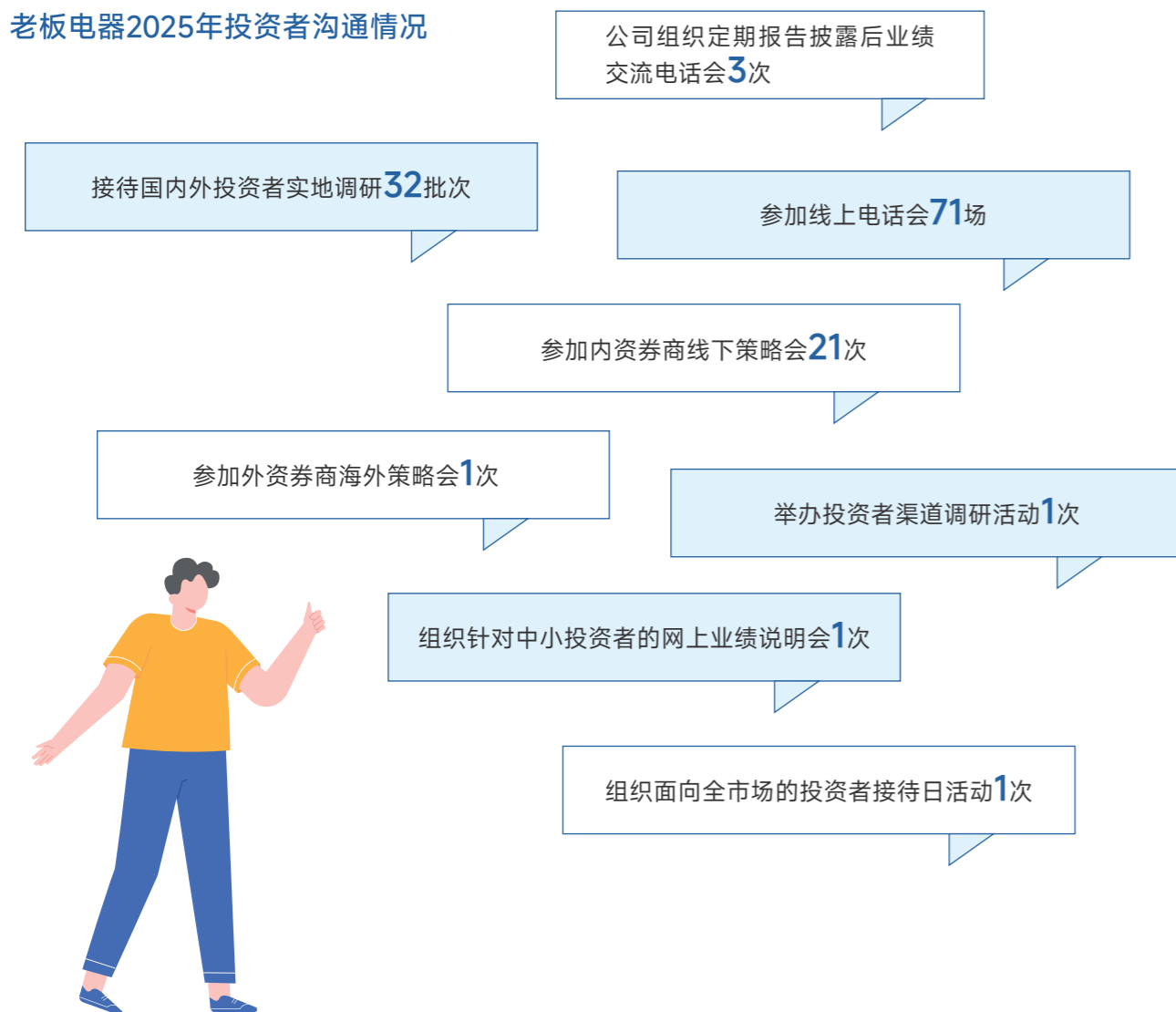
投资者关系管理

公司严格遵守《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国证券法》《上市公司投资者关系管理工作指引》《深圳证券交易所股票上市规则》等法律法规及《杭州老板电器股份有限公司章程》的规定，持续修订并完善《投资者关系管理办法》《信息披露管理办法》等内部制度，系统开展投资者关系管理工作，切实保障投资者合法权益。

公司董事会高度重视投资者关系的维护与管理，将投资者关系工作范畴拓展至机构投资者、战略投资者及中小投资者等各类市场参与主体。公司通过投资者热线、深交所互动易平台、网上业绩说明会、投资者接待日、策略会及反向路演等多种渠道，与资本市场保持常态化、多元化沟通。

在信息披露方面，公司坚持真实、准确、完整、及时的原则，通过年度报告、半年度报告、季度报告及临时公告等形式，向所有投资者公平披露信息。相关内容刊载于《中国证券报》《证券时报》《上海证券报》《证券日报》及巨潮资讯网（www.cninfo.com.cn）等指定媒体，确保投资者能够及时、便捷地获取公司动态。2025年度，公司累计披露公告62份，其中定期报告4份，临时公告58份。

老板电器2025年投资者沟通情况



公司始终关注投资者回报，依据《未来三年（2024年—2026年）股东回报规划》，明确每年实施两次现金分红，上、下半年各一次，现金分红比例不低于50%，并承诺随经营发展稳步提升分红水平，持续完善与投资者在分红决策中的沟通机制。

指标	(年度) 目标	达成情况
	现金分红次数	2

A 凭借在信息披露与投资者关系领域的持续优秀表现，公司在深圳证券交易所信息披露考核中获评**A级（优秀）**，连续**12**年获此殊荣。

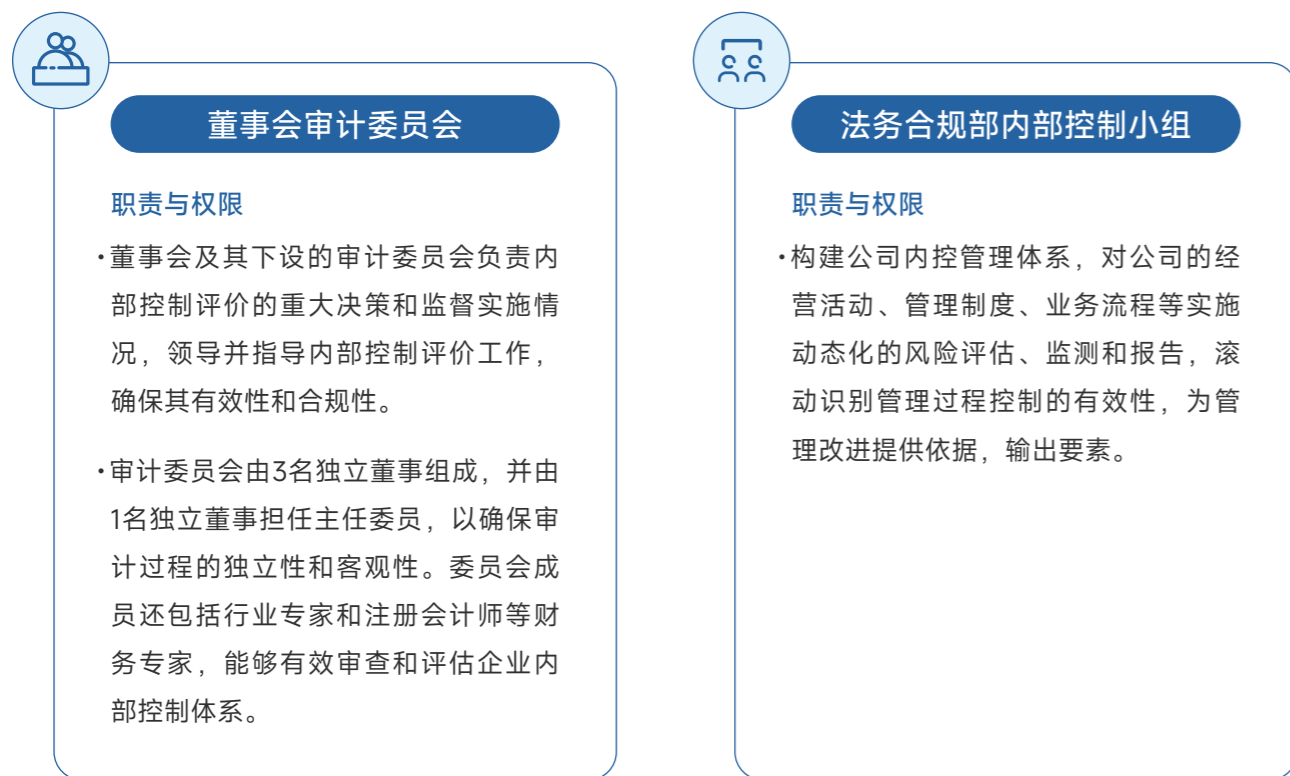
3.3 强化风险防控

老板电器持续识别内外部合规风险，依据统一标准对其发生原因、来源、可能性及潜在后果进行评估，并执行相应的应对措施，从而实现对整体风险的识别、评估、应对与动态监控闭环管理，确保公司在复杂环境中的稳健运营与持续发展。

强化内控建设

公司依据《中华人民共和国审计法》《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》及《杭州老板电器股份有限公司章程》等规定，制定并实施了《内部控制审计管理制度》，建立了由董事会审计委员会及法务合规部内部控制小组构成的内部控制管理架构，规范内部控制审核活动，持续提升经营管理水平和风险防范能力。

老板电器内部控制治理架构

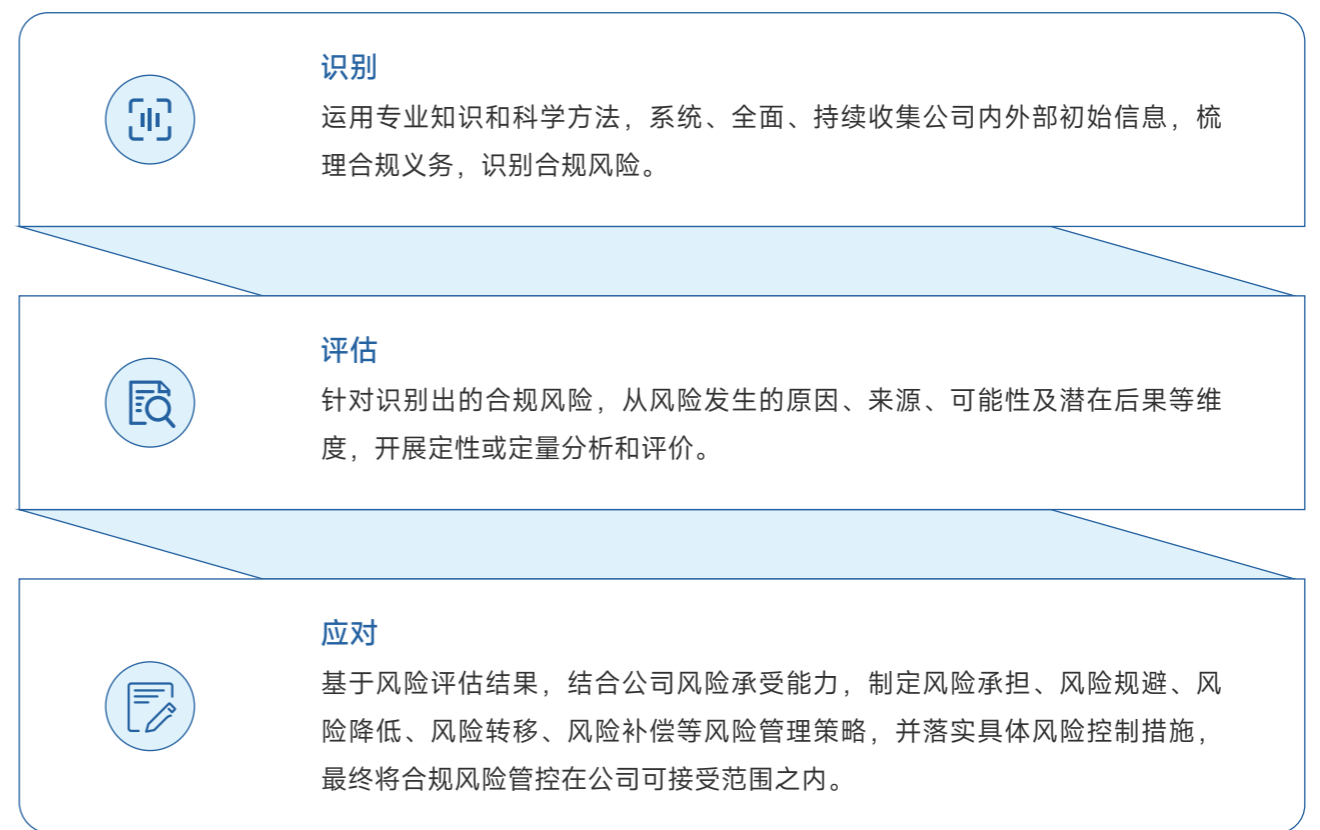


报告期内，法务合规部内控小组严格执行《2025年度内部控制审核工作计划》，聚焦“加强内控规范、提升内控有效性、防范经营风险”的核心目标，共计开展并完成了11项内部控制审核项目。审核范围覆盖职能、销售、生产、物流等关键业务板块，内容涉及食堂管理、采购管理、资产管理、电商销售业务流程、物流退货管理、电商招投标管理流程等多个领域。报告期内，公司无重大内部控制缺陷，对于审核中发现的内部控制缺陷，均已推动落实整改。

加强风险控制

公司健全风险管理机制，构建起以董事会决策、总裁直接领导为核心，业务及职能部门、法务合规部、审计部分别承担第一、二、三道风险管理职责，层层履职、协同联动的风险管理体系。公司以纯粹风险（即一旦发生通常会产生损失等负面效应的风险）属性突出的合规风险为切入点，优先聚焦并识别、评估各部门、各单位及各项业务的合规风险，着力培育合规风控文化，牢固树立“底线思维”与“红线思维”，重点管控、优先处置影响公司健康发展与可持续经营的突出风险，保障公司在复杂经营环境中持续稳健运营。

老板电器合规风险管理流程



公司高度重视风险文化建设，通过推广实用的风险管理工具与方法，助力各业务部门及员工提升自身风险识别与防范能力，共同筑牢风险防线。报告期内，公司内控组通过常态化监督督促各部门规范化作业；在审计实践中，积极推广《风险汇总表》《风险等级坐标图》等风险管理工具，并引入COSO内控框架等专业理论，协助业务部门建立“目标-风险-控制”的系统性思维，推动风险管理从“被动应对”向“主动预防”转变，持续提升公司的经营管理水平与风险抵御能力。

3.4 遵守商业道德

老板电器致力于构建诚信、公正、透明的商业环境，将商业道德要求全面融入制度体系与日常运营。公司对任何可能涉及贪污腐败以及不正当竞争的行为迹象均保持高度警觉，一经发现便立即启动调查程序，并依法依规严肃处理，坚决维护廉洁健康的经营环境。

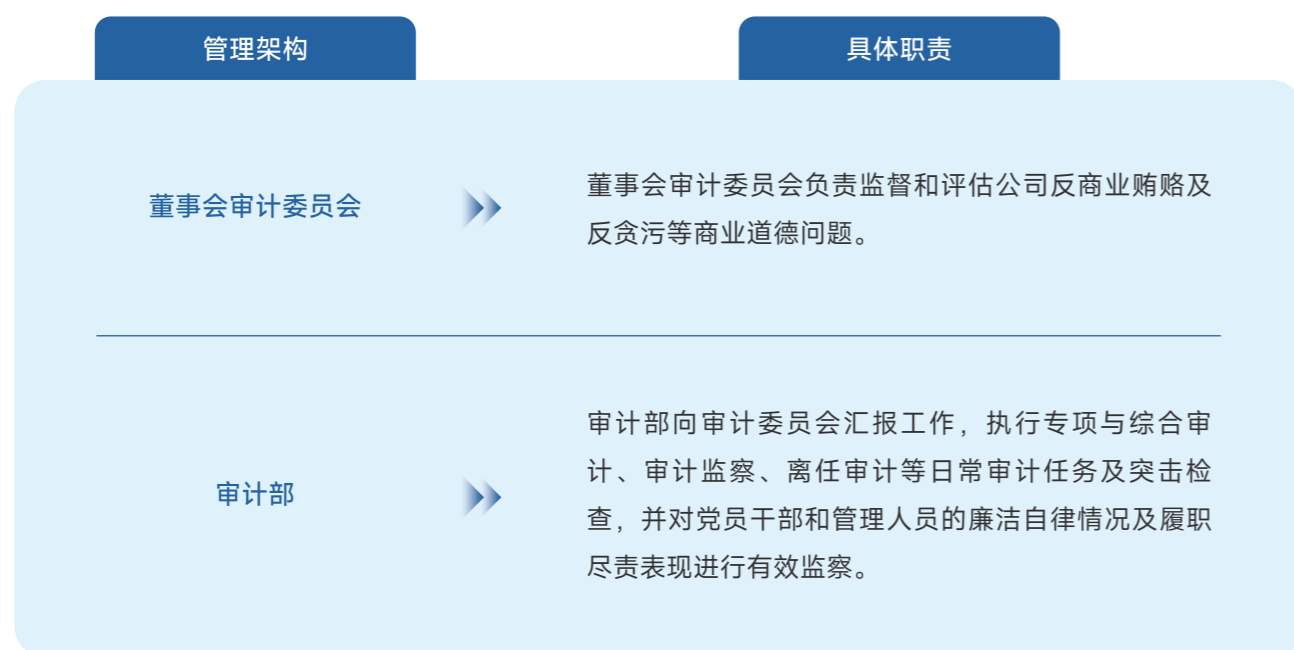
治理与战略

公司严格遵守运营所在地关于反商业贿赂和反贪污的法律法规，制定并严格落实《廉政建设标准》《审计标准》《采购业务及供应商商务行为规范——廉政公约》《员工日常行为规范》等制度，要求重要岗位人员签署《干部廉洁自律承诺书》，督促全体员工严守商业道德底线。

为保护供应商与企业开展合作的公平公正环境，公司与供应商签订《合约廉洁条款》《廉洁公约》，在与所有供应商签订的合同中设置了明确的反贿赂和反腐败政策条款。公司建立了供应商准入筛查机制，从中甄选出符合企业规范要求的供应商。

公司高度重视反商业贿赂及反贪污问题，设立专门的反商业贿赂及反贪污监督机制，预防和及时发现潜在的违规行为，维护诚信声誉。

老板电器反商业贿赂及反贪污治理架构



影响、风险和机遇管理

公司定期开展商业道德风险排查，围绕关键业务环节及供应商、合作伙伴等外部关联方，识别潜在的营私舞弊、利益冲突、贪污贿赂等风险点，结合监督机制、文化建设及举报投诉机制，不断完善商业道德风险管理工作。

监督机制

公司通过审计确保对营私舞弊、贪污贿赂等问题做到“横向到边，纵向到底”的监管全覆盖，每年度对供应商进行商业道德例行审计，每三个年度至少对所有业务进行一次和商业道德相关的审计，根据审计结果持续改进，优化公司的政策，程序及整体合规管理。

廉洁文化建设

公司每年通过董事会定期总结、定期召开“党员干部警示教育大会”、案例讲解警示等方式，面向董事会、党员干部及全体员工开展商业道德培训，强化全员商业道德与廉洁自律意识。

举报与投诉

公司鼓励员工以及相关方举报可疑的违规行为，制定《举报奖励制度》，设立专门的审计监察举报平台，提供微信公众号、举报二维码、举报邮箱及电话等匿名举报渠道，匿名举报渠道公开在内部办公系统、业务系统，方便员工以及供应商等相关方查询。

老板电器举报渠道

联系电话 0571-86282818	微信号 ROBAM-InternalAudit	邮箱 sjb@robam.com
-----------------------	----------------------------	---------------------

在对举报人及审计监察人员的保护方面，公司通过最小化知情人、专人保管举报材料等保密管理措施保护举报人；同时，公司依照审计标准的规范程序，对举报处理过程与结果的公正公平性负责，严格保护举报人及审计监察人员的个人隐私。若发生针对检举人打击报复的情况，公司将严肃处理，在必要情况下移交司法机关。



指标和目标



指标	(年度) 目标	达成情况
反商业贿赂及反贪污诉讼事件数	0件	达成：报告期内，公司未发生涉及贿赂、贪污、欺诈、勒索或洗钱的诉讼案件。

反不正当竞争

公司严格遵循《中华人民共和国反不正当竞争法》等相关法律法规，确保各项业务活动合法合规推进，坚决防范并杜绝侵犯商业秘密、侵犯知识产权、假冒和混淆行为等不正当竞争行为，主动维护公平有序的市场竞争环境。公司承诺在商业活动中坚守公平竞争原则，不参与任何形式的垄断及不正当竞争行为，并积极倡导、支持各类组织与个人对相关违规行为实施监督。报告期内，公司未发生侵犯商业秘密、侵犯知识产权等不正当竞争行为。

3.5 维护信息安全

老板电器建立了完善的信息安全管理体系，组建跨部门信息安全小组，定期开展信息安全管控工作制定、实施与效果评估，实现部门间安全管理能力联动，及时发现风险隐患，提前规划信息安全建设工作。此外，公司在各部门设立信息安全员，负责信息安全工作的落实与反馈，持续提升公司业务安全运营能力。

治理

公司严格遵守《中华人民共和国网络安全法》《中华人民共和国数据安全法》等法律法规，构建了涵盖《保密管理制度》《信息安全预警预案》《个人信息安全管理暂行办法》等制度文件在内的管理体系。2025年，公司新增《业务系统基础资源变更管理办法》《IT建设运行管理制度》等文件，并完成《IT系统项目管理管理办法》的修订，进一步规范信息安全管理流程。

报告期内，公司通过系列整改举措，推动信息安全管理成熟度提升10%。截至报告期末，公司已通过ISO 27001信息安全管理体系统认证年度复评，并获得数据管理能力成熟度（DCMM）稳健级（3级）认证。



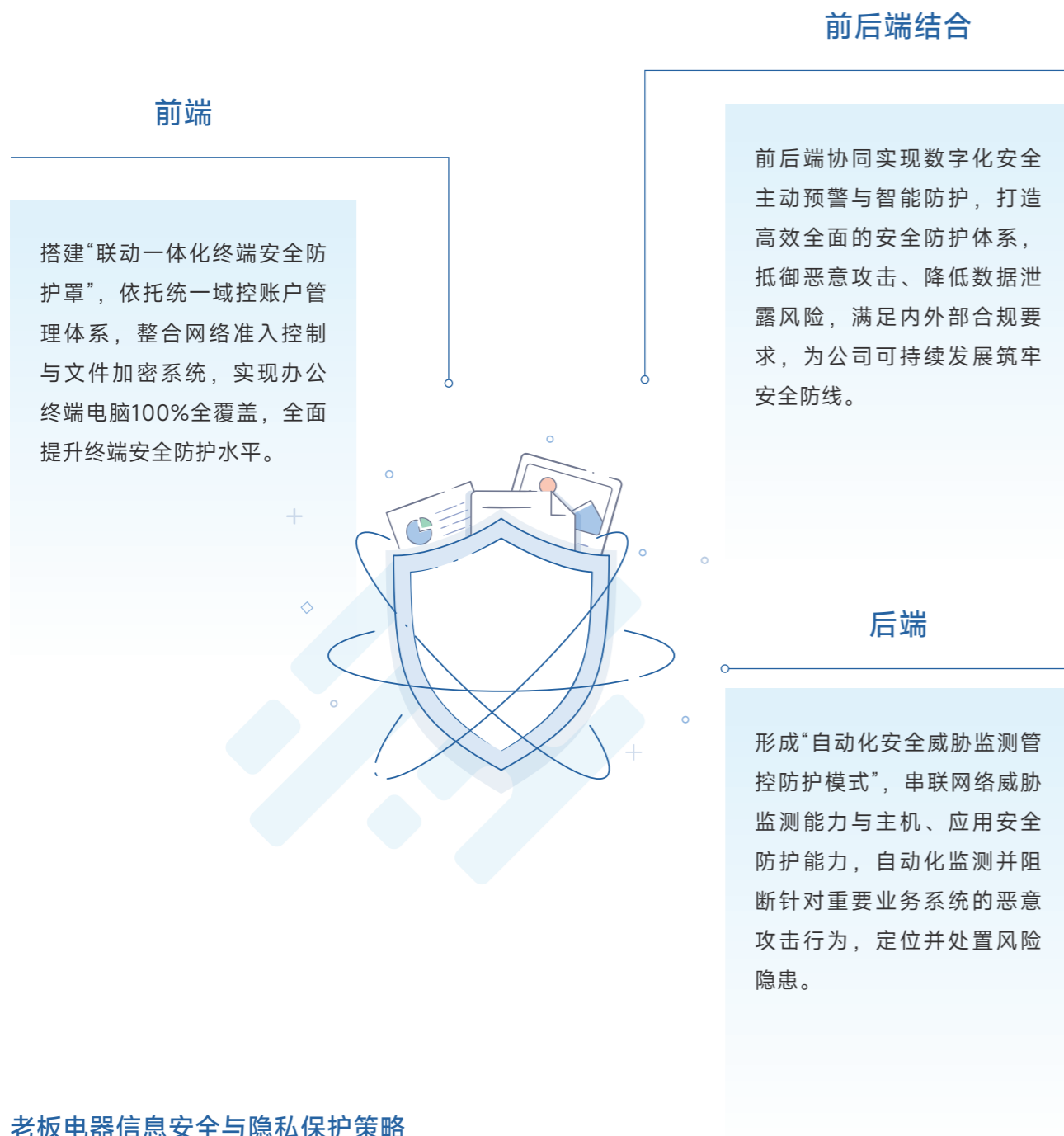
ISO 27001信息安全管理体系统认证证书



数据管理能力成熟度（DCMM）等级证书

战略

公司围绕数字化安全，从终端、应用、网络及云端四个层面展开全面的安全建设工作，提升整体安全防护能力，确保公司核心业务系统的稳定运行和敏感信息的安全。



影响、风险与机遇管理

公司每年依据《信息安全风险评估管理制度》，系统化地开展风险评估工作，通过识别重要信息资产、分析威胁与脆弱性，评估风险等级，并对不可接受风险制定处置计划与整改措施，不断完善信息安全风险管理工作。



信息安全保障措施

公司制定了信息化项目全生命周期安全管理标准，建立了数据泄露风险应急响应机制，并采取一系列保障信息安全的行动措施，全面控制信息安全风险。报告期内，公司开展内外部审计工作，共开展1次内部审计、1次外部审计，审核结果无否决项，梳理出5项建议整改项。针对整改建议，公司已落地多项整改措施。



信息安全宣贯

公司高度重视全员信息安全意识培育，持续推进信息安全宣贯工作，通过多样化培训与宣传形式，提升员工信息安全素养，指导员工规范开展加密环境下的安全办公，增强员工对信息安全风险的识别与防范能力。

报告期内，公司发布信息安全小贴士5篇，内容涵盖电信诈骗、新技术应用风险、文件解密安全等重点领域，累计阅读量超1,600人次；开展普适性信息安全培训1次，覆盖员工150余人，重点讲解商业秘密保护、电脑使用安全规范、办公环境安全等基础内容；针对运维、开发等核心岗位人员，开展专项信息安全培训2次，覆盖60余人，聚焦系统安全配置、代码安全开发等专业领域，提升核心岗位人员信息安全实操技能。通过多渠道、多层次宣贯培训，全面提升公司全员信息安全意识与专业技能，筑牢公司信息安全防线。

应急事件管理

公司建立并完善“预防为主、快速响应、协同处置”的应急工作机制，严格依据《国家网络安全事件应急预案》《信息安全预警预案管理制度》等内外部规范要求，系统性推进应急管理各项工作。公司成立由高层领导直接牵头负责的信息安全应急领导小组，下设专业工作小组，明确各岗位在应急管理全流程中的具体职责，实现权责清晰、分工明确、协同高效。

通过定期开展贴近实战的综合应急演练，公司持续检验应急预案的可行性与有效性，优化各环节流程衔接，强化跨部门协同处置能力，同时提升关键岗位人员的风险防范意识与应急实战技能，确保在真实信息安全事件发生时，能够迅速高效处置，最大限度降低事件造成的损失。报告期内，公司组织开展1次数据安全应急演练，进一步提升了公司网络与信息安全管理与应对能力。

案例：老板电器多场景数据安全综合应急演练

为应对新型数据安全威胁，公司于2025年12月4日组织开展了涵盖勒索病毒攻击、数据暗网售卖及研发数据第三方泄露三大场景的综合应急演练。演练由公司信息安全应急领导小组指挥，投入核心人员19名，通过线上模拟完整验证了从监测发现、分析研判、应急启动、技术处置到恢复总结的全流程。

本次演练不仅有效提升了跨部门协同效率与信息传递速度，还暴露出并优化了3处流程衔接环节，发现了原有预案在外部数据追溯与清理方面的不足，为应急体系的持续完善提供了精准的改进方向。

- 监测发现
- 分析研判
- 应急启动
- 技术处置

隐私保护

公司高度重视客户隐私保护，依据《个人信息安全管理暂行办法》明确各部门协同职责与流程，实现个人信息全生命周期规范管理。各业务场景严格遵循合法、正当、必要原则及明示授权要求，官方商城注册以独立勾选形式获取用户对隐私政策和用户协议的明确同意。截至报告期末，公司官方商城注册用户8,981人，其余线上销售场景均遵循各平台隐私政策。公司对个人敏感信息实施加密存储与传输，按“最小必要”原则建立访问权限管控机制，每年开展个人信息安全影响评估及保护措施有效性审计，有效规范数据处理行为，降低信息泄露风险，切实维护客户信息安全与合法权益。

指标与目标

报告期内，公司未发生因违反信息安全和隐私保护相关法律法规而受到行政部门处罚的事件，亦无其他相关诉讼案件和争议性事件发生。

指标	(年度) 目标	达成情况
信息项目体系符合率	100%	达成
信息泄露事件数	0发生	达成



数字厨电11

Robam kitchen intelligent

04

精工智造 悦享厨房

老板电器以创新为核心、质量为本、服务为保障、供应链为支撑、数智化为动力，持续提升产品与服务品质，从基础研究、全新品类培育、产品形态创新、核心技术攻坚等多个维度发力，全面驱动企业创新变革，持续夯实核心技术壁垒，推动厨电行业高质量、可持续发展，助力实现“创造人类对厨房生活的一切美好向往”的企业使命。

贡献 SDGs



4.1 创新驱动发展

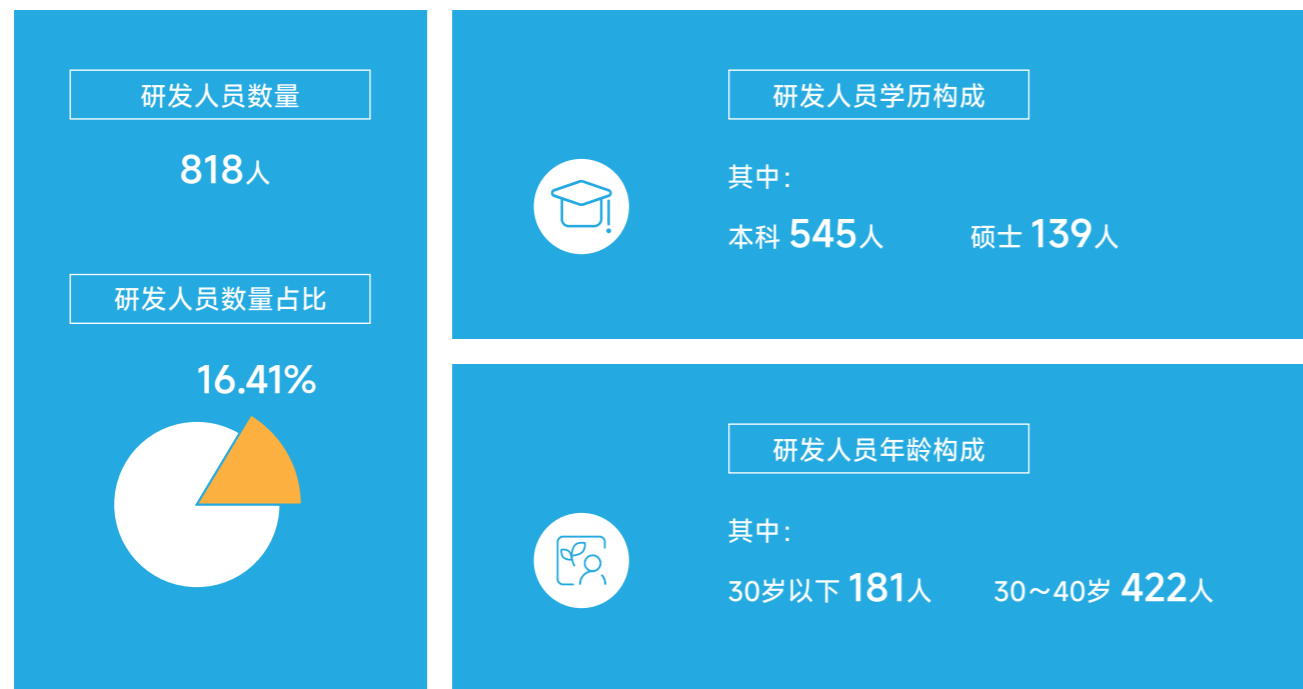
老板电器始终将创新作为核心战略支柱，深度融入企业运营全流程，以“科技+人文”为发展内核，构建系统化、多层次的创新治理体系，通过完善组织架构、健全制度保障、强化资源投入，持续激发创新活力，打造从基础研究到技术转化、从产品创新到生态共建的全链条创新能力，为企业可持续发展注入强劲动力。

治理

公司建立了完善的研发创新治理架构，以经营管理委员会为统筹，通过研究院与多部门的紧密协作，共同推进各项创新项目的决策与实施，从基础研究、全新品类、全新形态、新材料应用、技术突破等多个维度推动公司创新变革。

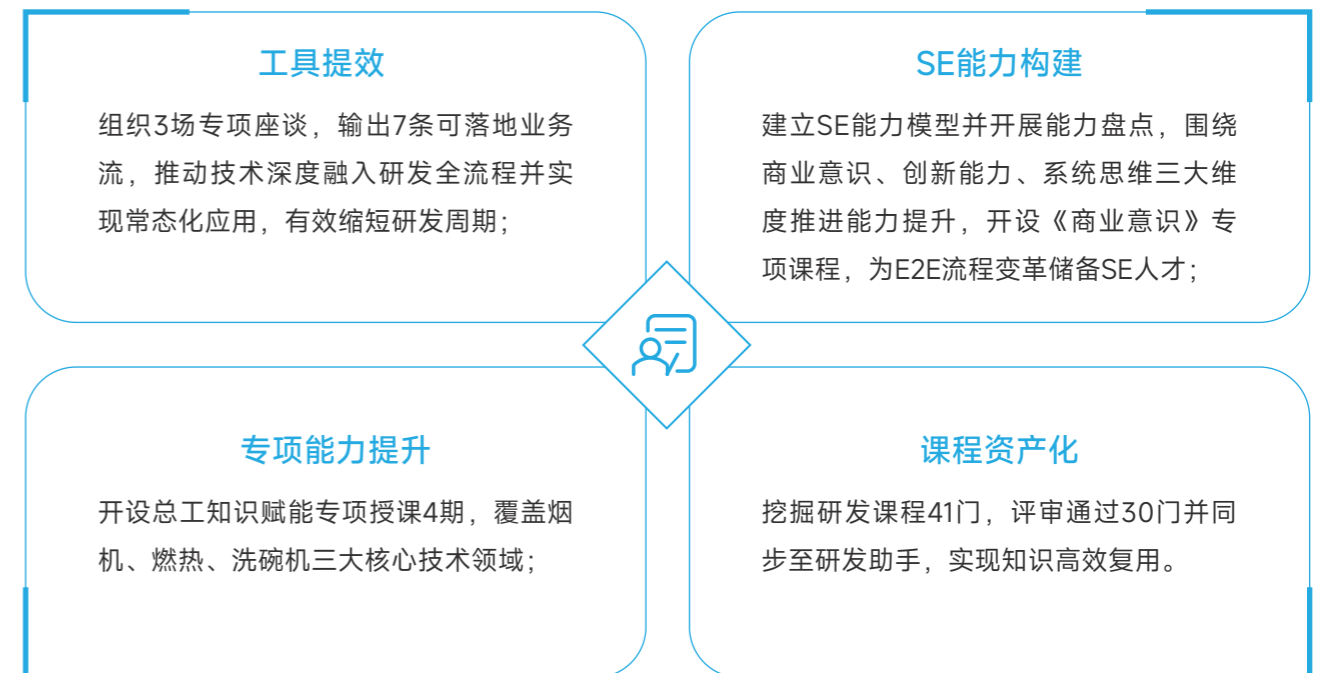
研发队伍建设

在人才队伍建设方面，公司致力于内生型人才的培养，并积极引入行业高端人才，打造充满活力的研发人才队伍，实现组织体系持续进化。公司紧跟技术发展趋势推进研发数字化变革，于2023年前瞻性布局数字厨电研究院，并于2024年、2025年分别组建成都研究院算法团队，成立杭州研究院，创新探索远程团队管理与跨院协同模式。



研发人员培训

2025年，公司围绕研发效能提升、创新氛围搭建、能力体系建设三大核心方向，落地多项重点培训工作，实现研发端价值提质增效。



研发激励

公司建立全方位、多层次的研发激励与发展保障体系，充分激发研发人员创新活力。2025年，公司开展技术知识产权激励、技术诀窍激励、重点项目技术攻坚激励以及烟机一体化项目专项激励，相关激励总预算588万元，实际已兑现544.96万元。

产学研合作

公司深化产学研协同创新，携手意大利米兰理工大学、重庆大学、江南大学、中国计量大学等海内外优质高校，搭建深度合作平台并组建联合研发团队，聚焦智能化产品设计、智能油烟识别、灶具燃烧效率提升等核心技术方向开展联合攻关。依托高校前沿科研优势与公司成熟的工程化转化、产业化落地能力，实现技术研发与市场应用的高效衔接，推动多项核心技术成果成功产业化，为公司产品持续创新升级注入不竭技术动力。

知识产权管理

公司严格遵循《中华人民共和国专利法》《中华人民共和国商标法》等相关法律法规，制定《知识产权管理制度》《专利申请制度》《商标管理制度》《知识产权维护管理标准》等标准化制度文件，构建全流程的制度保障体系，确保企业创新活动规范化、有序化开展。公司持续完善知识产权管理体系，在巩固原有商标管理优势的基础上，优化数字化管理系统功能，推动知识产权管理向规范化、系统化、高效化迈进。

在商标管理方面，公司延续并深化《商标管理制度》，保障商标申请、维护、维权等全流程管理的规范与连贯。2025年，为精准适配著作权管理需求，公司正式新增《著作权管理制度》，将此前分散在各部门的版权登记、信息化软件管理、软件著作权登记等实操惯例，整合为统一的公司级标准制度，明确著作权全生命周期管理的职责划分、操作流程与管控要求，实现著作权管理的标准化、集中化运作。

报告期内，公司完成商标管理系统优化升级，新增公文重复上传提示功能，实现系统全面深度应用，全年所有商标业务均通过系统闭环管理。系统功能已覆盖商标档案数据同步官方更新、案件汇总统计、内部需求提报处理、外部协同文件传输、官方文书接收存档等核心环节，实现全流程自动化、流程化运转，所有操作可追溯留痕，检索验证高效便捷。



战略

公司始终秉持“创造人类对厨房生活的一切美好向往”之使命，将“科技+人文”双螺旋基因植入企业发展的血脉。我们不仅是厨电制造的领航者，更是中式烹饪文明现代化的推动者。

以数智基座破解烹饪门槛

依托“数字烹饪”战略，我们将复杂的烹饪经验转化为可量化的算法语言。通过“食神”深度研发，将中式烹饪中模糊的“艺术”转化为精准的“科学”，真正实现技术赋能创造，让每个人都能在数字科技的辅助下，享受烹饪创作的成就感。

以文化传承滋养技术灵魂

科技不应是冰冷的替代，而是文化的延伸。我们大力推广“全民烹饪日”，将中医养生食疗知识与食学教育融入产品逻辑，让传统智慧在现代厨房中焕发新生。

以全员共创践行匠心精神

科技与人文的融合不仅在产品，更在组织。公司鼓励全员考取厨师证，从算法工程师到行政人员，人人皆是烹饪文化的实践者。这种“知行合一”的企业文化，确保了我们的技术创新始终带着烟火气的温情与对食物的敬畏。

影响、风险与机遇管理

公司持续推动创新驱动管理体系迭代与组织变革优化升级，以IPD3.0项目为核心抓手，通过全链路流程重塑、组织模式升级与数据驱动决策，全方位支撑公司的战略转型，显著提升研发效率、产品核心竞争力与市场响应速度。

作为公司技术创新的第三次重大升级，IPD3.0核心定位为“以产品线为经营单元、以项目为载体”的体系化作战平台，打通“需求识别—产品定义—项目管理—上市执行—反馈迭代”全业务流程，推动企业实现从“职能驱动”到“流程驱动”、从“经验决策”到“数据决策”的转变，为数字厨电等创新战略落地提供坚实的组织与流程保障。

为积极响应国家“碳中和”和“碳达峰”的双碳战略，老板电器吸油烟机、蒸烤一体机、洗碗机、热水器等全系列品都深入贯彻绿色设计理念。公司提出面向大流量净化需求的表面增材和表面缺陷自动识别方法，创立降噪技术开发准则，解决流量提升、噪音下降与全粒径谱油烟高效去除等行业难题。公司创建了多参数“明火自动烹饪”技术，研发全球首个城市油烟领域智能系统，通过大数据技术实现净化过程智能控制；提出净化设备监测指标新体系，建成覆盖VOCs多组分的油烟排放大数据模型，形成“监测-监管-治理”的闭环治理模式。

案例：绿色水性纳米陶瓷涂料，驱动厨电环保升级与VOCs深度减排

2025年，公司聚焦绿色制造与技术创新，深耕新材料研发领域，成功开发绿色环保型水性纳米陶瓷涂料系列，实现厨电涂料的环保升级与技术迭代，为产品绿色化发展注入核心动能。

该系列涂料已完成多场景产业化应用落地：

多款产品成功适配搪瓷烤盘生产需求，涂层性能与产品适配性经实践验证表现优异；专属定制型号实现技术替代，全面取代某款不锈钢灶具面板原用溶剂型耐指纹涂料，完成核心部件用涂的环保升级。经专业权威机构检测，系列新涂料VOCs排放量较国家标准限值降低70%以上，大幅削减挥发性有机物排放，从设计环节践行绿色低碳理念，既契合国家环保政策要求，也彰显了公司在新材料研发与绿色制造领域的技术实力与行业担当。



案例：老板电器双超薄吸油烟机入选“浙江制造精品”名单

公司旗下双超薄吸油烟机5009S凭借颠覆性工业设计、核心技术创新及市场影响力成功入选。

针对中式厨房空间受限、重油烟等痛点，该产品搭载自研双超薄风道，实现“小尺寸、大作为”，从源头阻挡油烟，同时兼具内部免拆洗、外部易擦净及静音智能体验。

目前，老板电器构建了由国家级工业设计中心、国家级企业技术中心、国家级认可的实验室等组成的全球顶尖研发体系。公司位于杭州的全球最大厨电创新研究院，汇聚了千余名研发工程师，在基础材料研究、核心部件研发、智能算法开发等多个领域不断取得突破，为企业创新发展提供了强大的动力。近五年来，公司收获有效专利5,000余项，吸油烟机创下连续10年全球销量领先的成绩。



案例：老板电器旗舰吸油烟机斩获第二十五届中国外观设计金奖

产品以“琢石成玉”为设计灵感，秉持“源点近吸”技术理念，精准解决传统吸油烟机纵深过厚、视野干扰、油烟逃逸、清洁困难等痛点：18cm超薄机身释放橱柜空间并避免磕碰，下部圆弧前倾进烟腔实现低位拦截油烟，提升吸排效率；支持手机APP、语音助手远程操控及环境自适应调风，实现人机智能协同；一体式壳体与92%高油脂分离度设计，搭配缩短油路与大容量集油槽，显著降低清洁难度。是公司继2018年后第二次荣膺该奖项，成为厨电行业唯一两度摘得这一中国知识产权领域最高荣誉的品牌，彰显了企业在技术研发与工业设计领域的持续引领地位。



附件2 第二十五届中国外观设计金奖项目名单 (10项)

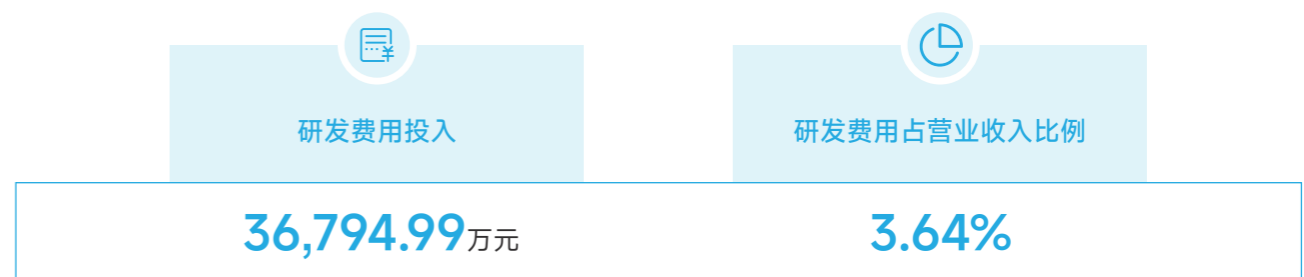
序号	专利号	专利名称	专利权人	设计人
1	ZL20231004923.5	汽车	比亚迪股份有限公司	陈玉波、王磊、刘宇天、王东、王洪、王博、王博
2	ZL202310047984.3	汽车整车	深圳车和家科技有限公司、北京车和家信息科技有限公司	陈玉波、王博、王博、王博
3	ZL202310050006.3	汽车	阿维塔电动汽车有限公司	陈玉波、王博、王博、王博
4	ZL202310113407.9	家用电器 (A18H1)	罗克韦尔自动化有限公司	王博、王博、王博
5	ZL202310112872.2	无人机	深圳市大疆创新科技有限公司	王博、王博、王博、王博、王博
6	ZL202310057985.4	空调风机	美的集团股份有限公司、佛山市顺德区美的制冷设备有限公司、珠海格力电器股份有限公司、格力电器 (深圳) 有限公司	王博、王博、王博、王博、王博、王博、王博、王博
7	ZL202010086437.0	汽车 (DC7a)	浙江吉利控股集团有限公司、浙江吉利汽车集团股份有限公司	A: 李洪
8	ZL202010024435.5	油烟机	杭州老板电器股份有限公司	傅国祥、傅国祥、李中伟、李中伟、李中伟
9	ZL201910511130.7	吸尘器手柄	亿智机器人技术有限公司	傅国祥、傅国祥、李中伟、李中伟、李中伟
10	ZL201810744061.1	子母包 (K2200)	深圳顺丰丰泽科技股份有限公司	王飞

科技类奖项清单



指标与目标

公司重点聚焦“科技+人文”双核驱动，持续深化全球化创新资源整合、多元化数字生态构建与核心技术成果领先，通过IPD3.0流程变革与绿色智造升级夯实创新竞争力。报告期内，公司研发创新目标全部达成，公司研发费用投入36,794.99万元，研发费用占营业收入比例3.64%。



科技伦理

老板电器严格遵循相关政策要求，将科技伦理深度融入技术研发与产品应用全流程。报告期内，公司未出现任何违反科技伦理的相关行为。

作为公司研发的行业首个烹饪垂域技术体系，“食神”将科技伦理置于核心考量，已实现从传统“实验室规范”向数字伦理的延伸覆盖：

- 食神算法公平与无偏见**

食神在推荐食谱或识别食材时，不会产生歧视或偏误，对于所有用户均采用同样的算法策略，保证不对任何针对特殊用户群体带有偏误或歧视性的倾向性。
- 数据安全与可靠性**

食神服务用户的过程中，智能烹饪指令（如自动控制火候）优先考虑物理安全，防止技术漏洞导致安全事故。
- 数据隐私保护**

研发过程及在线服务中对用户个人信息、烹饪习惯、厨房监控数据等敏感信息进行脱敏处理与合规使用，保证用户信息的绝对安全。
- 优化用户体验**

在推动“数字厨电”和“食神”时，平衡技术进化与人文关怀的关系，为用户提供情绪关怀，以用户需求和用户体验为第一准则。

4.2 全面质量管理

治理

老板电器围绕全流程质量管控需求，持续完善《测试管理制度》《不合格品管理标准》《产品客诉信息管理制度》《市场质量预警和分级处理操作规程》等一系列标准化制度文件，覆盖研发设计、供应链管理、生产制造、市场服务等全环节，明确各部门质量职责、管控要求与操作流程。截至报告期末，公司已通过ISO 9001质量管理体系认证和浙江制造认证（产品检测 + 管理体系）。

公司构建了完善的质量管理体系，由经营管理委员会统筹，组建了跨部门的质量管理架构。该架构整合研发、生产等各环节的资源和流程，通过全面协同的方式，持续提升自身质量管理效能。

老板电器质量管理职责分工



战略

公司以用户体验为质量提升核心导向，全面推进质量管理体系迭代升级，构建全链路质量管理新格局，持续夯实并提升企业整体核心竞争力。

战略

聚焦用户体验，打造全链路质量管理新格局。

内容

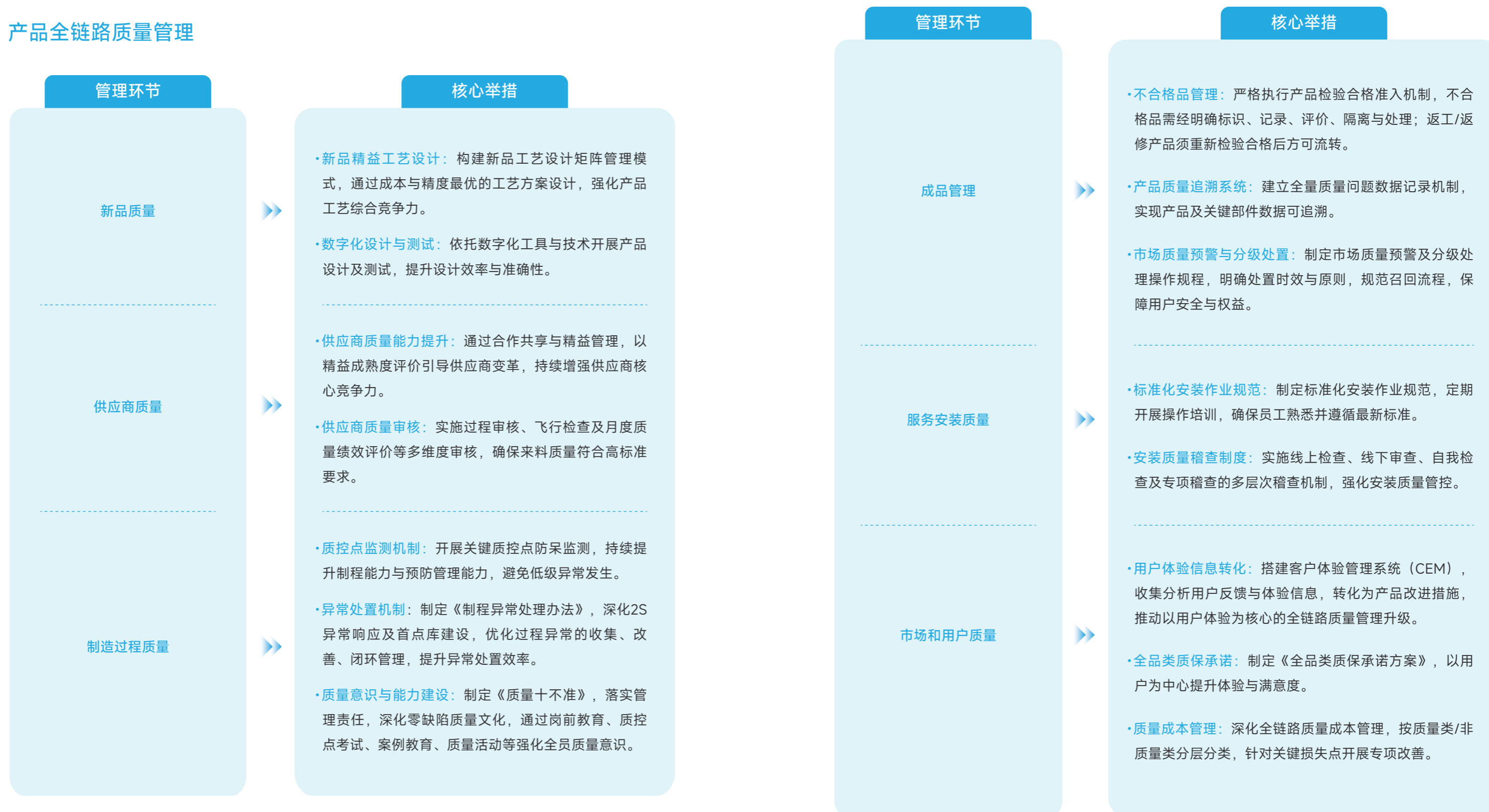
- 实施以用户体验为导向的质量管理升级，实现市场质量指数提升，助推公司净推荐值（NPS）；
- 推进数字化质量管理建设，围绕质量损失率等绩效指标管理，推进新品、供应商、制造过程及市场质量管理模式变革优化，打造全链路质量成本管理。



影响、风险与机遇管理

公司通过整合内外部全链路资源，构建覆盖产品设计、生产、供应链管理到用户购买、安装、使用及售后服务的全流程质量管控闭环。

产品全链路质量管理



实验室检测质量管理

公司实验室聚焦厨房电器与燃气灶具等核心产品，全面开展安全性能、使用性能及可靠性测试，并覆盖关键零部件与材料的专项检测。所有检测活动严格遵循国际标准 ISO/IEC 17025:2017、CNAS-CL01:2018 及其电气领域应用说明（CNAS-CL01-A003:2018），并依据中国合格评定国家认可委员会（CNAS）相关法规，建立《质量管理手册》及配套程序文件体系，确保检测数据准确、结果可靠、服务合规。



报告期内，公司持续强化实验研究综合能力，完善实验项目管理机制，制定专项人员能力培养计划，全面提升实验人员专业技能与工具方法论应用水平。截至报告期末，公司实验室已被评定为

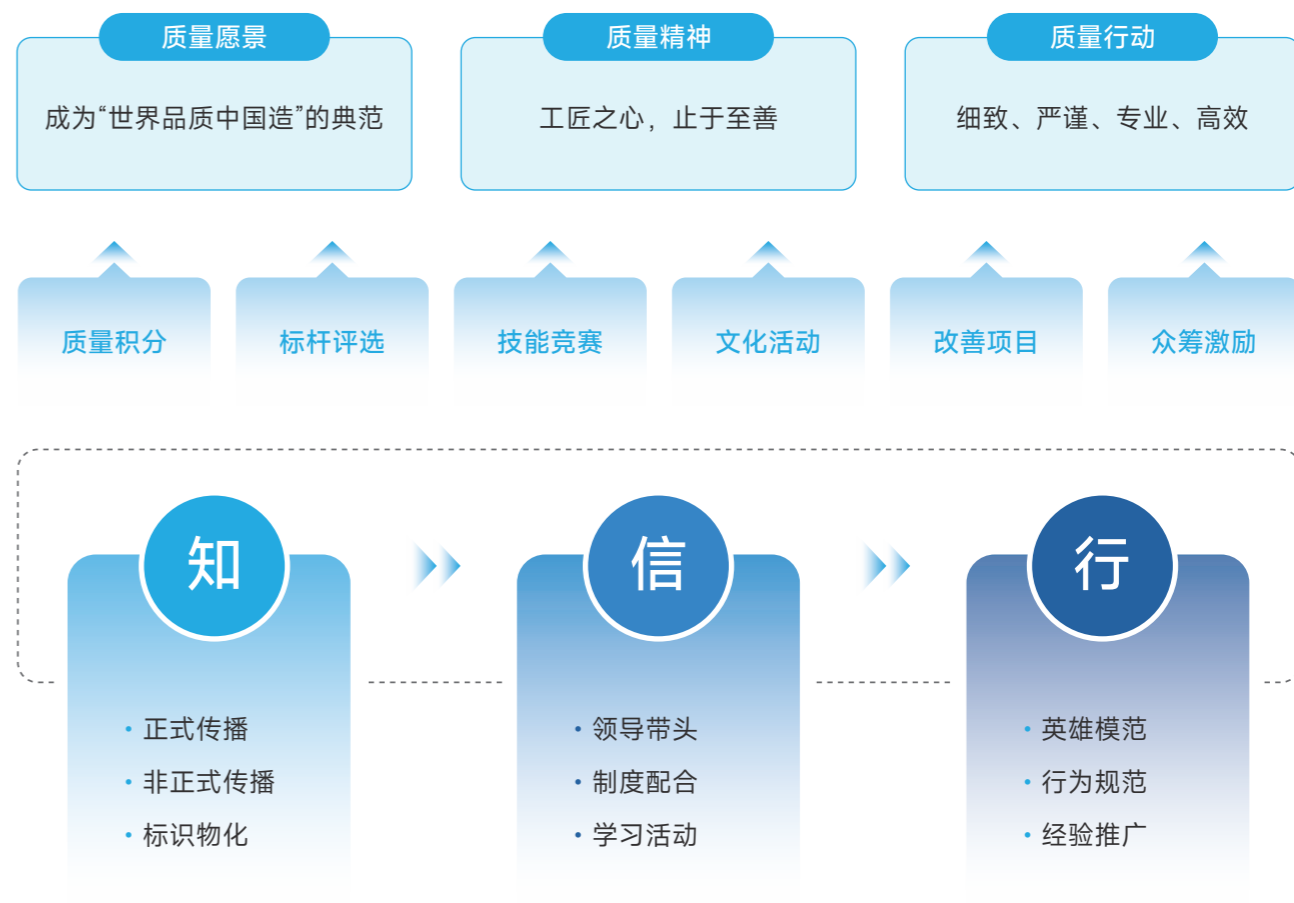
- 国家CNAS认可实验室
- 中国能效标识管理中心备案实验室
- 中国检验检测学会的电子电器领先实验室

成为吸油烟机领域首家获认可的“七星级”领先实验室，并受聘为中国检验检测学会的实物标准协作实验室。

质量文化建设

公司大力推进质量文化建设，成立质量文化推行委员会，建立了基于“老虎钳”精神的公司特色“243质量文化体系”：双“零”追求：零缺陷、零投诉；四“共”手段：共识、共创、共担、共享；三步贯彻：知、信、行。同时，公司编制了《老板电器质量文化手册》并进行全员学习与践行，通过开展丰富的质量活动，形成良好的质量氛围，为相关方创造价值，提高企业经济效益和社会效益。

公司按照国标 GB/T 32230-2015《企业质量文化建设指南》的相关要求部署质量文化的宣导工作，建立了质量文化传播“知——信——行”三部曲。



指标与目标

公司围绕“零缺陷、零投诉”的双零追求，聚焦市场质量、新品质量、供应商质量、制造过程质量、服务安装质量等关键环节，全面推进质量管理升级。报告期内，公司质量指标较上一年度有所提升。

4.3 用户服务

老板电器始终秉持“即时、温暖、专业、细致、透明”的用户服务理念，以用户需求为核心，致力于构建完善的用户服务管理体系，通过标准化流程、数字化赋能与人性化体验，持续提升服务质量与用户满意度，筑牢品牌与用户间的信任纽带。

治理与战略

公司持续修订完善《服务管理制度》，对用户服务全流程实施标准化管理，制度涵盖服务网点、服务形象、退货管理、服务危机及事故处理、工程服务、厨房改造、服务培训、投诉处理、服务单据管理、服务营销产品及销售管理、老用户运营管理等15项内容，构建全面规范的用户服务管理体系。

老板电器用户服务职责分工

服务体验部

负责制定并优化用户服务体验相关目标、制度与标准，打通全链路用户服务闭环；围绕“履约服务、一次就好”的服务承诺，持续提升服务NPS。

服务增值部

负责建立面向老用户运营管理的组织，发挥老板销服一体机制优势，探索老用户服务促换购模式，打造老用户价值转化标杆模式。

2025年，服务本部全面落实全品牌服务整合，践行“履约服务、一次就好”的服务承诺，打造适配数字厨电高端用户的差异化服务体验，持续提升服务净推荐值（NPS）；推进老用户全生命周期、全触点管家式服务，研发并推广厨房生态产品，实现与用户的长期深度链接，持续挖掘用户价值。

老板电器用户服务战略

履约服务，一次就好



通过全品牌服务整合，致力于打造“履约服务，一次就好”的服务承诺，为数字厨电的高端用户创造差异化的服务体验。

增值服务，创造价值



推进老用户全生命周期、全触点管家式服务，通过研发和推广厨房生态产品，实现长期链接用户，不断提升用户终身价值。

报告期内，公司围绕用户服务战略落地推进各项工作，聚焦服务质量与用户体验双提升，取得一系列显著工作成效，以“履约服务，一次就好”为核心开展服务攻坚行动，全面升级用户服务体验、夯实用户口碑，全年总站总派48H达成率**76.88%**，服务非常满意率达**98.7%**。

2025年，为持续完善用户服务体验，公司重点开展以下行动：

数字厨电差异化特色服务行动



公司推行VIP用户分层管理，为高端用户提供“优先接入、优秀坐席接听、优秀技师上门”的服务体验，数字厨电高端用户服务满意率提升至**99%**且实现零投诉；加大服务门店拓展与资源整合力度，优化服务流程、打造数字厨电差异化服务权益，建成**10**家管家式试点服务门店；依托“好技师好服务”推动用户口碑传播，在各大内容平台布局种草内容，全年发布数字厨电种草图文**5,809**条。

一线安装与维修技能认证行动



公司将厨改基地升级为数字厨电实操基地，开发全新技能认证课程，完成EHR与CRM系统技师信息打通，实现系统认证标签及层级化管理，对服务人员开展分层分级认证，累计完成初级认证**2,083**人、中级认证**150**人，覆盖**72**个营销中心，2025年度一次问题解决率达**97.89%**。

服务配件管理提升行动



公司上线“安全库存模型、停产预留模型”双模型，更新建立“料号变更流程、供应商淘汰流程、服单缺件流程”，同时搭建“数据看板、完善会议协同机制”，构建“服务配件效率提升231机制”，截至2025年底，实现月服务配件缺件率下降至**4.24%**。

外围服务提质行动



公司实施分层分级区域化管理，开拓外围服务网点，完成总站站长精英认证，提升片区快速服务与按约执行效率。全年县级服务网点覆盖率达**78%**，网点优化率**3%**。

提升服务效率行动



为精准提升服务效能，服务本部积极赋能一线服务人员，全方位升级用户体验。服务本部打造专属座席助手与技师助手，帮助一线人员精准调取产品尺寸、参数、材质、故障代码等核心信息，高效处理安装、维修、投诉、故障排查等标准化业务问题，为一线服务工作提质增效提供有力支撑。目前，已在全国全域落地普及，覆盖总分所有一线服务人员，不仅显著提升服务响应速度，更从多维度夯实了企业服务能力，推动整体服务品质实现升级。



影响、风险与机遇管理

公司高度重视用户服务的管理工作，构建覆盖售前、售中、售后的全流程专业服务体系，通过与用户良性高效互动打造差异化高端服务体验，切实防范因服务缺失、体验不佳引发的用户流失、品牌声誉受损等风险，依托服务优势抢抓市场竞争与品牌价值提升机遇。

公司以总部为核心，搭建延伸至全国营销中心、服务终端的分层分级用户服务管理模式；按产品品类配置专职技术支持工程师，在全国营销中心设立技术主管，为售后全环节提供全方位技术保障，同时依托全国灯塔顾问管理体系全面赋能一线技师，确保全国服务质量均衡稳定。

2025年，公司持续深化服务专业化体系建设，通过迭代升级“即时尊享服务”，打造“五优无虑”厨改焕新方案、发挥销服一体化协同优势等举措，全面提升服务效率与规范化水平。

此外，公司持续完善营销中心服务网点管理体系，对营销中心服务网点引入、运营、培训、考核、退出制定全流程规范，以标准化管理规避营销中心服务网点服务不规范带来的品牌风险，切实保障用户体验；通过深度走访各级营销中心深耕服务落地，同时定期开展员工培训，持续提升团队专业能力与服务水平。

案例：老板电器“即时尊享服务”再升级

老板电器持续迭代售后服务体系，升级推出“即时尊享服务”，覆盖新老用户全周期服务场景。针对洗碗机用户专属开放前置服务预约通道，由专业工程师上门实地勘察安装环境并提供专业指导；产品配送后提供免费上门安装服务；安装完成后，工程师现场讲解产品操作方法与日常注意事项，实现全流程闭环服务。

通过以用户需求为核心的服务升级，公司将售后服务从单一故障维修，延伸至全生命周期厨房体验管理，实现服务效率与用户体验双重提升。主动式前置服务、专业化保养指导，在切实解决用户问题的同时，有效提升用户生活品质；标准化服务承诺与技术化服务创新，进一步巩固高端品牌形象，既优化运营成本，也为县级市场服务布局开辟了新的增长空间。



案例：老板电器“五优无虑厨改服务”

老板电器聚焦消费者厨房焕新核心需求，打造“五优无虑厨改服务”，推出五大标准化无忧服务：24小时在线答疑的无忧咨询、专业认证上岗的无忧技能、规范流程设计的无忧设计、最快2小时完工的无忧施工、现场全程保障的无忧验收。服务覆盖碗柜/消毒柜换装洗碗机、加装洗碗机、全屋厨电套系改装等全类型需求，适配各类家庭厨房格局。

公司以八大标准化服务流程（电话预约、工具准备、形象整理、进门规范、上门设计、现场施工、现场清理、现场验收）为支撑，可专业承接台面、橱柜、水电、吊顶、墙体及各类特殊改造，工程师结合家庭装修风格与厨房布局定制最优安装方案。依托“厨房焕新”计划与“食神”，公司为用户提供个性化改造方案，大幅降低使用门槛，有效提升用户忠诚度与品牌口碑。

案例：老板电器老用户乐享计划

老板电器发挥销服一体化优势，联动售前、售后团队开展老用户专属服务，推出“0元检测，烟灶安全公益行”活动，上门提供免费安检与保养服务。同时针对老用户推出以旧换新、以坏换新专项福利，覆盖吸油烟机、燃气灶等核心品类，并提供“拆旧+换新”一站式便捷服务。

公司全年主动服务触达老用户38万，在强化用户关怀、提升服务体验的同时，有效实现存量用户向增量业绩转化，构建起全周期用户服务与价值挖掘体系。

案例：老板电器组织开展“春季服务技能大练兵”专项赋能行动

为践行“按约服务、一次就好”的服务承诺，保障全国服务网络高效响应与问题一次性解决能力，老板电器组织开展“春季服务技能大练兵”专项赋能行动，覆盖全国总站及外围服务团队。

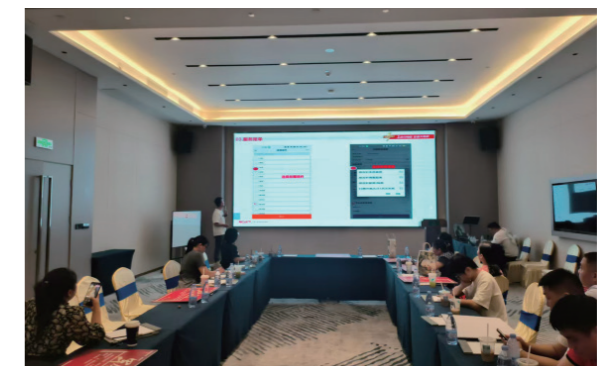
本次练兵以“四讲一评”为课程核心，围绕“四项知识赋能，一阶认证行动”，面向服务工程师、客服座席代表开展系统化技能培训与统一认证测评，重点强化服务工程师涉水产品安装、复杂故障维修能力，以及座席代表一线接线一次性问题解决能力。



通过大练兵赋能推动参训人员问题解决能力达到技能标准，全面提升一线服务团队专业水准与响应效率。

案例：老板电器服务大区深耕服务落地

2025年，老板电器服务大区围绕“按约服务、一次就好”的服务承诺，通过走访营销中心182次、二级营销中心60家，召开服务中高层会议176场，组织技师及坐席座谈会102场，开展上门安检86次，拜访总经理43次，并完成竞品调研51次、门店走访83家、网点走访84家，全面推动服务升级，持续扩大品牌服务口碑。



负责任营销

公司制定《营销中心服务营销经理岗位标准》《营销中心服务营销过程管理制度》《营销中心服务营销产品管理制度》《营销中心服务营销培训管理制度》《营销中心服务营销销售订单管理制度》等多项规范，完善营销管理制度体系。针对新品详情页、新品发布会广告等宣传内容，实行提交部门、专利技术支持、产品线、实验室、法务多部门联合合规审查，从源头杜绝侵权及违反广告法的宣传内容，确保营销宣传合法合规。

报告期内，公司未发生因产品推广、信息公示、标签标注等行为违反相关法律法规而被行政监管部门处罚的情况。所有服务营销类产品均符合国家标准，配套完整专业检测报告，产品功能、核心卖点均如实阐述，无虚假宣传、误导消费等行为，切实保障产品信息的真实性与合法性。

同时，公司聚焦用户与一线服务团队，常态化开展专业培训赋能，精准传递产品性能、使用效率、安全风险、操作规范及维护保养等关键信息。2025年全年累计开展培训51场，培训覆盖率达80.4%。

老板电器专业培训赋能



新品专项赋能

紧扣新品上市节奏，以“快速普及、全面落地”为目标，针对双叶片金属阀、可调挂脚2.0、厨房清洁6件套等新品，开展线上培训6场、线下培训12场，实现新品知识100%全覆盖，助力一线团队快速掌握产品核心价值与推广话术，为销售增长提供支撑。



灯塔团队赋能

持续推进灯塔讲师团队扩容升级，上半年完成13名优秀灯塔讲师（含二级）替换更新；依托灯塔资源开展不锈钢风管、电动金属止回阀等重点品类跨区域赋能，全年累计调配讲师24人次，覆盖66个营销中心，实现核心知识与实战经验高效共享，天津、芜湖、重庆、襄阳、沈阳等区域经赋能后销售业绩显著增长，充分验证灯塔体系对业务的驱动价值。



标杆案例复制

聚焦新品及管阀核心品类，萃取推广18个优秀实战案例，通过内容提炼、平台宣传、经验复用，强化一线技师产品销售与服务能力，以标杆示范带动整体服务营销水平提升。

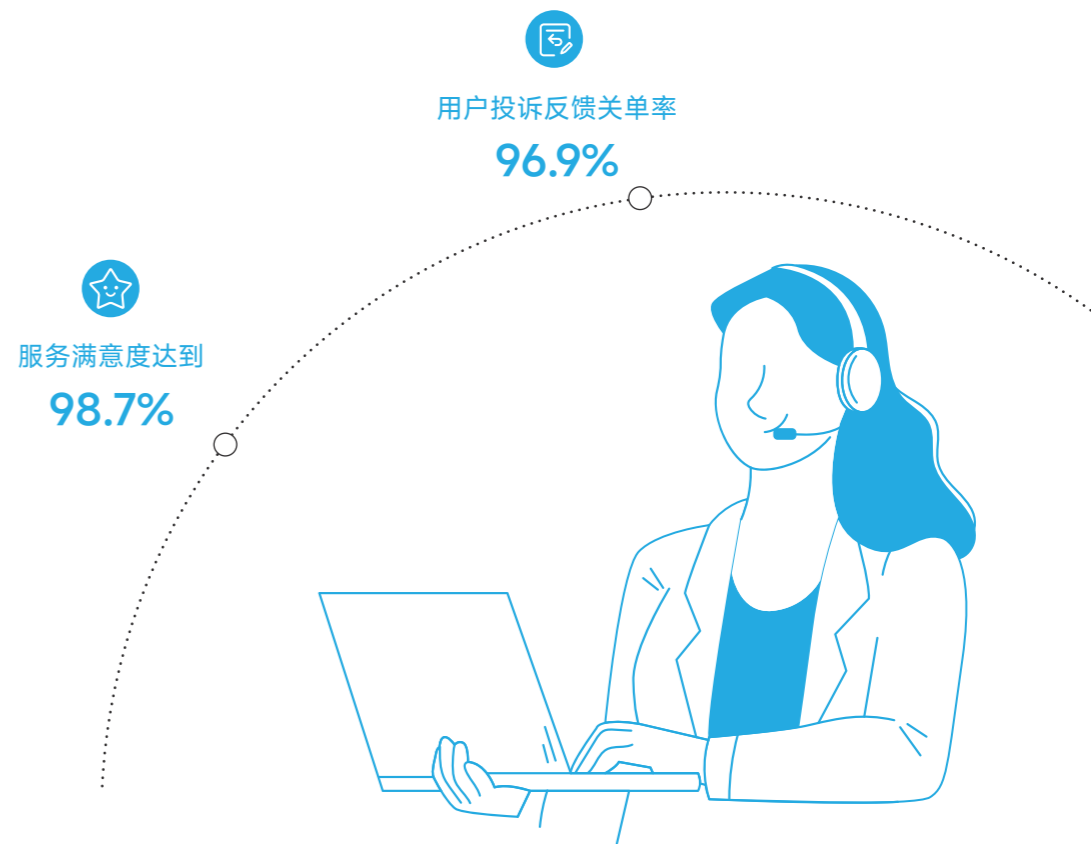
用户投诉管理

公司建立规范的用户投诉管理体系，通过《营销中心服务危机及事故处理管理制度》《营销中心老板电器投诉处理制度》等制度，明确服务投诉与服务危机的全流程处理规范。

2025年，为提升服务响应效率与用户体验，公司围绕快速响应体系，通过系统集成智能提醒、地区待处理事项精准推送、智能派工优化订单分配、结合实时路况规划最优路线、服务填单自动触发审核及优化自动抽样等功能，构建“派工-识别-推送-抽样-回访”的服务链路闭环。同时，内部设立闭环及舆情管理专项小组，对服务单据全程闭环跟踪，推动闭环管控从结果导向升级为过程干预，上线服务预警工作台推进风险前置防控，对预警单据实行100%跟踪。此外，公司积极搭建服务体系并上线视频客服，实现用户故障快速排查与远程解决。

指标与目标

公司高度重视用户反馈，就四个关键指标进行调研：是否按约定时间上门、是否一次性解决问题、服务收费情况及整体服务评价。2025年，公司服务满意度达到98.7%，用户投诉反馈关单率96.9%。同时，公司制定总站总派48H达成率等用户服务管理指标与目标，并在报告期内全部顺利完成。



4.4 负责任供应链

老板电器高度重视供应链管理，建立规范的物料与供应商管理流程，秉持公平公正原则平等对待中小供应商，在供应商选择、合作条款约定及资源分配等环节确保公平性。

治理

公司建立健全跨部门协同治理机制，通过多部门权责清晰、高效联动的分工协作，共同保障供应链安全稳定与可持续运营。

采购部	统筹供应商全生命周期管理，覆盖供应商准入导入、综合评价、合同履约监控及不合格供应商退出机制，开展供应商社会责任审核，同时负责推进供应商综合能力提升。
物流管理部	负责物流体系的规划、实施与优化升级，统筹运输、仓储、配送等全链条物流运作，确保供应链高效运作并满足客户需求。
质量控制部	专注于供应商的质量管理，具体职责涵盖限制性物资的管理和监控，以及供应商年度审核（包括社会责任方面的审核）。
运营管理部	协助进行供应商审核工作，包括在社会责任方面提供支持和监督。

公司建立健全供应商全生命周期管理体系，制定《生产性物资采购及供应商管理制度》《采购业务及供应商商务行为规范》《供应商指南》及《非生产性物资采购管理制度》，涵盖供应商开发导入、选择、评估及退出以及物资需求、核定价、采购执行、入库管理等环节。

2025年，公司持续深化供应链管理建设，固化供应商能力建设项目的标准与工具方法论。通过精益赋能助力供应商优化生产流程、减少浪费、提升效率与产品质量，依托综合能力赋能推动供应商在技术、管理、质量、成本、交付等维度实现全面提升；修订优化《供应商指南》，从供应商诚信业务准则、廉洁公约、社会责任、信息数据安全等方面为供应商提供规范化运营指引。

公司对供应商开展准入审核、日常绩效评估等质量管理工作，明确供应商质量管控要求，围绕进料质量、制程质量、客诉质量、质量改进、质量配合度、质量体系能力开展多维评估。

此外，公司对供应商实行月度、季度和年度绩效考核机制。季度绩效侧重短期激励，公司制定“红黑榜”规则应用于供应商订单比例和新品投放的调整，对黑榜供应商开展约谈改善计划。年度绩效侧重合作关系定位，公司依据供应商的日常绩效及可持续发展能力的整体评价，将供应商分为五个星级，对不合格供应商开展淘汰评估。



公司于2024年启动供应商年度星级提升项目，由采购部协同工艺、品质等部门实施针对性改进，选取供应商联动第三方机构成立赋能小组开展专项及综合能力赋能提升。相较上一年度，公司供应商在2025年共计提升45个星级，新增11家四星级及以上供应商。

战略

公司围绕烹饪链路全品类产品交付需求，以全流程透明可视为核心支撑，聚焦供需融合、成本领先、用户满意、生态协同四大核心战略，推进供应链深度变革与体系升级，持续强化供应链韧性、运营效率及风险管控能力，全方位提升用户满意度与供应链可持续发展水平。

• 供需融合

推动供应链管理从产销平衡向供需融合转型，将管理端口向前端研发、市场需求环节深度渗透，依托数字化工具赋能，实现供应链全流程数据可视、信息互通与供需匹配。

• 成本领先

实现成本管理从单点、分段式管控向TOC全链路成本领先升级，将成本管控维度从原有分段5端拓展至供应链全链路9端，通过精细化、全流程化成本管控，持续优化资源配置效率。

• 用户满意

以用户价值为核心导向，实现质量管理从单一产品品质管控，向以用户满意为目标的质量与服务闭环管理转型，通过全流程品质把控与端到端服务优化，持续提升终端用户体验与品牌满意度。

• 生态协同

深化供应链合作模式从传统供需合作向全域生态协同升级，在业务协同基础上，实现供应链伙伴间文化理念、能力建设、成本管控、信息数据的多维互通与匹配，全面提升供应链综合核心竞争力。



老板电器供应链韧性管理

- 注重与供应商建立长期稳定的合作关系，共享市场信息，协同创新。
- 对供应链开展本地化布局，减少运输周期，缩短响应时间，提高供应链效率。
- 对供应商实施“品牌定位”和“成本定位”的供应资源双轨制，深化合作关系，确保供应链稳定性。
- 增设短周期供应商，提升响应速度，增强供应灵活性，确保快速应对市场变化。



以过程透明可视为核心支撑



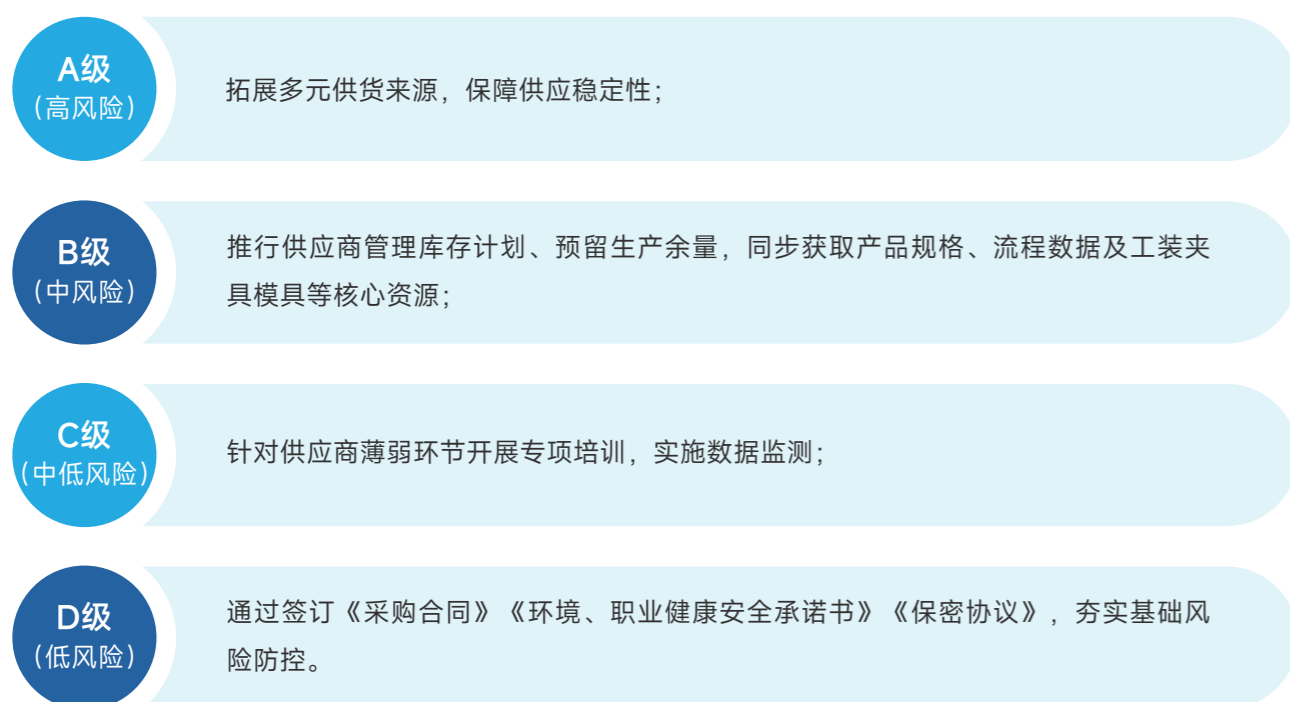
- 持续扩充新品类供应商，储备备用供应商，构建多元化的供应布局，增强供应链的适应能力。
- 建立台风、高温等极端天气条件下的供应商质量风险预防机制，保障业务的连续性和可持续发展。
- 适时引入具备独特优势的新供应商，满足品牌和渠道发展过程中对新产品、新技术的需求。
- 采取差异化的供应策略，根据不同产品线的特点、市场需求及品牌定位制定灵活多样的采购方案。

影响、风险与机遇管理

供应链风险识别

2025年，公司采购部为保证采购业务的连续性及可持续发展，建立了采购风险预防机制，从内生风险（采购成本风险、合规性及信誉风险、供应商破产、质量故障、供应安全、合同风险）、外在风险（政策风险、市场风险、自然意外风险）进行识别、开展风险分析工作。

公司结合风险发生概率与影响严重程度判定风险等级，并针对性制定分级防控机制：



供应链廉洁管理

公司质量控制部供应商质量管理板块制定并输出《品质人员法规纪律及廉政风险行为管理规范》，组织全员宣贯学习、签字确认并上墙公示；定期召开供方高层座谈会，与供应商围绕廉政政策、质量报告、质量工作配合情况等开展坦诚交流，同时在供应商质量报告中公布质控部总监、部长、组长的联系方式，作为廉政投诉专属渠道。年末面向全体供应商开展廉政360度调研，全面排查供应链廉政风险点。

2025年，公司采购部遵循“阳光、高效、公正、担当”的核心价值观，优化了《采购业务及供应商商务行为规范》，明确全体采购业务人员禁止收受供应商礼品、礼金、回扣，禁止与供应商进行不正当交往，禁止利用职权干预采购流程、为特定供应商谋利等行为；组织采购人员签署《廉洁诚信承诺书》并向全体供应商系统公示，强化全员廉洁责任意识；同时建立组织保障、流程管控、技术赋能、监督问责四项保障举措：

组织保障体系

明确跨部门协同职责，清晰界定采购、技术、质量、财务、法务等跨部门的采购相关主体的权责、边界管控及禁止行为，采购部门负责全流程组织实施，审计监察部门负责全程监督，财务部门负责预算管控与资金支付审核，法务部门负责合同合规性审查，形成分工明确、协同联动的工作机制。

流程管控体系

梳理采购全流程关键节点，建立标准化管控体系，涵盖供应商开发管理、核定价、合同签订、采购执行、验收付款、供应商评价与淘汰等全环节，每个节点明确操作标准、审批权限、记录留存，确保流程规范有序。

技术赋能体系

采购部进一步完善供应商管理平台，整合供应商管理、需求管理、新品项目管理、合同管理、采购执行管理、支付管理等功能模块，实现采购全流程线上化、数字化运行。通过技术手段固化流程规则、记录操作轨迹、实现智能预警，为廉政防控提供技术支撑。

监督问责体系

建立“内部监督+审计监督+外部监督”的监控模式。内部整合审计、风险内控的力量，开展常态化监督检查；公开监督渠道，接受供应商和社会公众监督。

公司深化供应链协同管理，积极开展供应商帮扶培训与技术技能优化指导工作，编制发布供应商质量报，系统披露质量数据、典型案例、稽查结果、审核通过情况等信息，同步预告各供应商改善工作安排，并宣贯供应链管理重要制度规范。

报告期内，公司线上线下联动开展4场专项培训，涵盖TOP5异常供应商整改培训、RoHS相关知识培训等内容，切实提升供应商质量管控能力与合规意识。公司于2025年12月29日举办供应商改善项目大赏活动，共有16家供应商参赛比拼。



供应链可持续发展管理

公司与所有供应商签订《供应商CSR指导原则》及《环境、职业健康安全承诺书》，通过新供应商导入审核与社会责任专项审核相结合的方式，对供应商准则的符合程度进行审计，覆盖劳工权益、人权、冲突矿物、环境合规、商业道德、信息安全等维度，同时核查一级供应商是否向下级传导合规要求、是否纳入合同条款并承担连带责任。2025年，公司按照“风险+重要性”原则，筛选出关键原材料、核心零部件、高风险地区（高污染行业）及大额采购品类共126家供应商纳入现场审核，审核通过率为100%。

同时，公司鼓励并支持供应商获得环境安全、职业健康、社会责任、信息安全等第三方认证，监控供应商的认证审计结果，并将其纳入供应商绩效评价中。报告期内，共有147家供应商获得职业健康安全管理体系认证，206家获得环境管理体系认证，11家获得社会责任认证。

2025年，采购部在供应商环境及社会责任方面尽职调查，依据审查、监控及供应商调查的方式进行：



审查

对新供应商开展环境及社会责任管理调查，结合天眼查公示履行数据，制定环境及社会责任红线指标，规避高风险供应商的导入。同时，联动运营管理部开展新供应商社会责任方面的现场审核，涵盖劳工政策、次级供应商社会责任管理、职业健康、环境安全及供应链风险等多个方面。2025年共对75家供应商进行审查，其中1家未通过审查，未被纳入老板电器供应链。



监控

采购部建立供应商风险评估机制，将供应商社会责任相关内容纳入其中，定期核查天眼查系统公示数据，并输出供应商风险评估报告。2025年开展两次供应商监控审查，累计覆盖500余家供应商，未发现高风险供应商，监控审查通过率为100%。



供应商社会责任尽职调查

在供应商平台上线供应商ESG定制调查问卷，2025年共对130余家供应商开展调查，涵盖采购额80%以上的供应商及全部战略核心供应商。同时，公司策划在供应商现场考察模块中上线供应商社会责任自评表，由供应商每年开展自评，并计划于2026年启动供应商自评及二方抽查机制。

构建绿色供应链

在构建绿色供应链方面，公司将环境管理要求深度融入采购全流程，制定《战略供应商选择评价及降级准则》，明确将环境合规性作为供应商准入与评价的一票否决项，从源头把控环境风险。公司秉承绿色采购理念，围绕产品全生命周期（设计、原材料采购、包装、物流、回收处置）推动资源高效利用与环境影响最小化，通过上下游协同实现降碳、减污、增效，兼顾经济效益与可持续发展。



建立绿色供应商准入标准

公司将环评验收、排污许可证、能源消耗指标及废弃物处理能力等环保资质纳入供应商准入门槛，坚决杜绝高污染、高能耗企业进入。优先选择通过ISO 14001环境管理体系认证、绿色工厂认证的供应商，确保合作方具备良好的环境管理基础。



推行绿色原材料采购

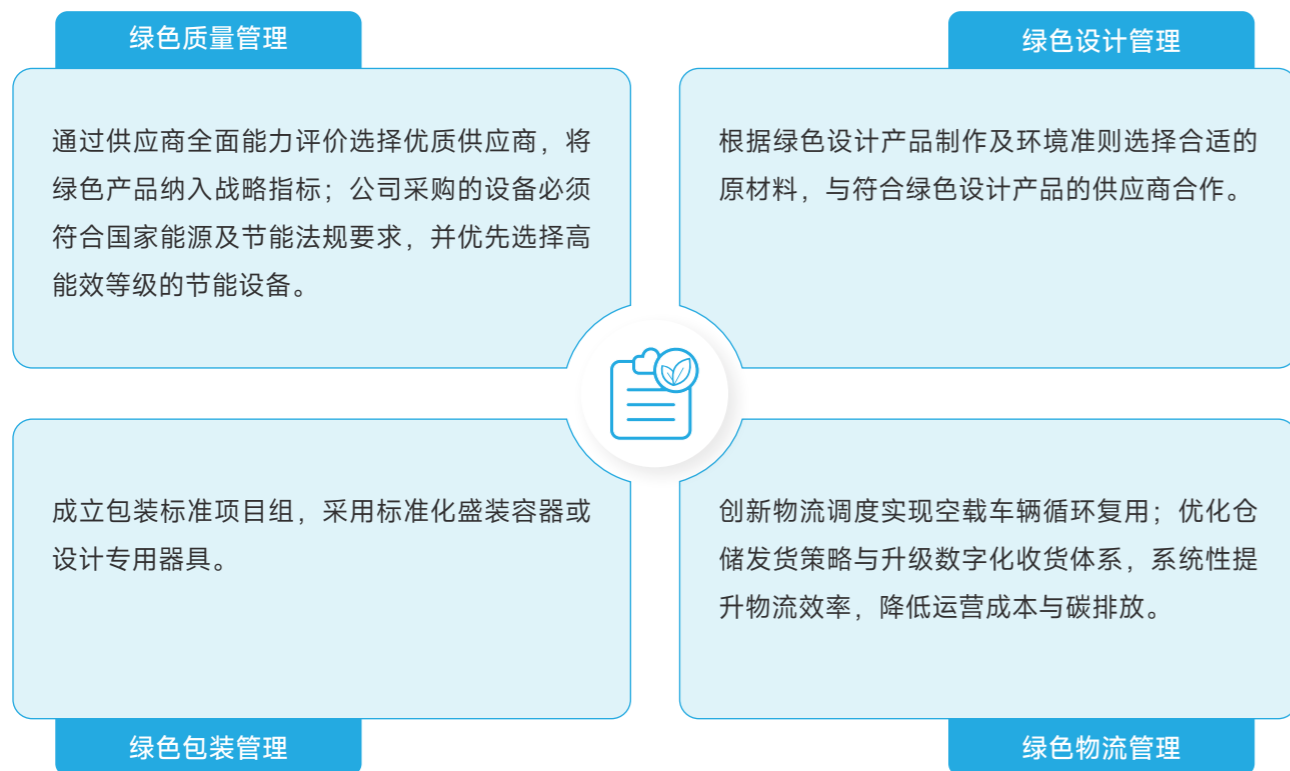
公司积极采购可回收、可降解、低毒低害的绿色原材料，从设计源头选用再生塑料等环保材料，减少产品全生命周期的环境足迹；同时，与核心供应商携手研发绿色材料及环保工艺，共同开发低能耗生产技术，通过分担研发成本、共享创新成果，推动产业链绿色升级。



实施供应商分级动态管理

公司定期对供应商开展绿色审计，重点核查环保合规性及碳减排进展，并将审计结果与供应商绩效直接挂钩。在战略供应商评价中，公司优先选择绿色采购符合度高的企业，给予订单倾斜、付款优惠等激励；对高风险供应商限期整改，整改不达标者纳入不可靠供应商名单，持续优化供应商队伍的环境表现。

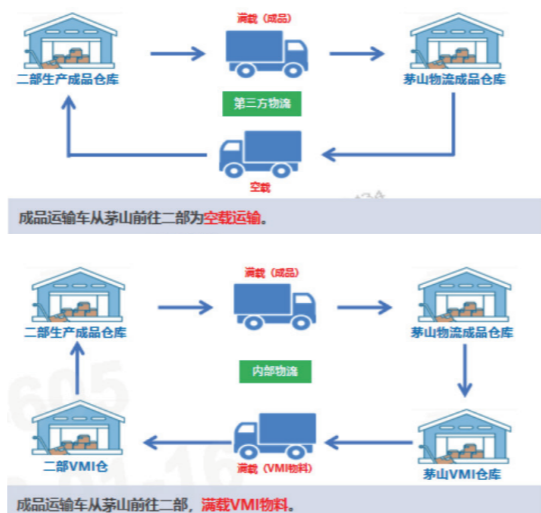
绿色采购管理



案例：老板电器优化物流运力调度，实现空载车辆循环复用降本增效

为践行绿色低碳供应链理念，提升物流资源利用效率，公司创新物流调度模式，充分利用茅山成品仓返回生产二部的空载成品货车，搭载运输VMI配件至生产二部，实现空载运力的高效复用，有效减少额外物流车次，降低物流运输成本。

2025年8月至12月，公司通过该物流优化举措，累计减少运输车次1,200趟，在提升物流周转效率的同时，切实降低物流运营成本与碳排放，推动供应链绿色高效运营。



案例：老板电器多措并举提升物流效率

公司聚焦供应链物流全流程提质增效，通过成品仓储发货策略优化、生产物料收货数字化升级，系统性提升出入库、转运、收货检验效率，降低运营成本，打造高效协同的物流运转体系，为供应链可持续发展提供坚实支撑。

- 一 成品物流效率多维优化
- 二 生产物料收货在线一体化升级

1. 产品码垛层数优化：严格遵循产品码垛高度≤1.5m、重量≤800kg的安全规范，针对性优化产品码垛方案，将吸油烟机码垛由2层调整为3层、灶具由6层调整为7层，在保障安全合规的前提下，大幅提升产品入库及转运效率。

2. 电商产品入库策略调整：结合立体库流量瓶颈及AB区发货体量差异，优化三部电商干线产品入库模式，实行产品直接入立库发货，破解仓储流转瓶颈，显著提升出入库效率。

3. AB区发货资源及订单动态调配：针对干线、快递大批量集中发货场景，提前完成库存转移，动态平衡AB区出库流量，实现发货资源精准投放，最大化提升物流运营效益。

4. 高峰发货整合与OEM产品就近入库：订单高峰期通过订单A转B调度，进一步平衡AB区出库流量，实现物流效率最优；以订单属性为驱动，推行OEM产品一次性到仓就近卸货，减少中间转运环节，直接提升出入库效率。

通过供应商预约、车辆自动识别、品质检验在线化的全流程数字化收货体系，实现生产物料收货流程高效、规范、可追溯。

1. 供应商线上预约到货：依托SRM系统，供应商在创建发货单时同步完成到货时间预约与车牌绑定，预计到货时间、物料型号数量、车牌信息实时同步门禁系统，供应商按约定时间到厂即可免排队入场，有效避免车辆等待耗时。

2. 门卫车辆自动识别管理：在门卫处部署车辆自动识别系统，完成供应商车辆信息统计与平台系统化管理；通过监控自动识别进出车辆，与门卫检查流程互通，确保车辆进出规范高效。

3. 品质检验全流程在线化：升级IQC系统，实现物料报检、检验、入库全流程线上化操作；通过检验效率精准测算核算检验工效，合理规划到货检验时段；依托全流程数据采集，实现物料检验状态可视化查询与全程追溯。

公司高度重视绿色供应链建设，致力于打造优质、可持续的供应链体系。为强化供应商对产品中有毒有害物质及食品接触材料卫生安全的认知与管控能力，公司持续提升产品在该领域的合规符合性。2025年，公司组织开展《有毒有害物质3.0》贯标及执行培训，实现全部350余家供应商全覆盖，确保供应商全面掌握相关管控要求并落地执行。

报告期内，公司进一步升级产品及零部件有毒有害物质管控标准，在原有RoHS 2.0 6项受限物质基础上，新增4种邻苯二甲酸酯类物质，将管控物质扩展至10项，全面推行RoHS 3.0有毒有害物质管控要求。截至目前，公司已完成全部零部件RoHS符合性检测及供应商声明回收工作，RoHS 3.0十项管控物质检测符合性达100%，切实保障产品安全合规，践行绿色供应链发展理念。

提升供应链能力

公司着力构建系统化、全维度的供应商赋能体系，常态化推进专项赋能项目，通过标准完善、数字化建设、能力培育、绿色协同等方式，助力供应商伙伴在提升产品质量与运营效率的同时，持续构建品牌价值与核心行业竞争力。

老板电器2025年度供应商赋能项目开展情况

2025年，公司围绕环境、社会、治理三大维度搭建结构清晰、覆盖全面的供应商赋能管理模块，推动供应链协同高质量发展。



环境维度

- **资源效率与绿色运营**：在设备与能源管理方面，推动供应商落地设备状态可视化、快速换线等项目，减少停机损耗；通过维保协同延长设备使用寿命，降低资源消耗。开展工艺优化，实施“降低品质不良率”专项，减少废品产生与原材料浪费。深化现场6S管理与精益改善，优化场地利用及工装夹具管理，提升空间与能源利用效率。
- **环境管理体系建设**：将环境管控要求纳入标准化文件体系，覆盖《生产安全操作规程》《员工危险预知训练》等流程，强化供应商环境风险全过程管控。



社会维度

- **供应商能力建设与公平合作**：全年开展14场专项培训，覆盖115家供应商，围绕质量意识、6S管理、绩效管理等内容开展赋能，传递“艰苦奋斗”“生态协同”合作理念，构建公平、开放、共赢的供应链生态。
- **基层管理者赋能**：为5家供应商提供基层管理培训，强化工作关系、方法指导等维度，推动“学习型企业”建设。
- **新供方融入**：组织17家新供应商开展集中培训，覆盖成本核算、交付流程等核心内容，营造公平竞争、良性发展的合作氛围，激发供应链整体活力。
- **供应商员工权益**：发布《人才发展与晋升管理制度》《人力资源配置一览表》等文件，规范供应商人才发展体系；推行《员工改善提案》机制，鼓励基层员工参与管理，平衡企业与员工权益；推动供应商应用《岗位技能矩阵图》等工具，强化员工多技能培养，降低职业健康风险。



治理维度

- **标准化建设**：持续完善供应商赋能体系，完成255个条款优化调整、10个条款删减，输出标准化文件97份，实现质量、仓储、设备、安全等供应链管理领域全覆盖，配套《质量成本管理办法》《仓库管理制度》等制度落地执行。
- **信息化推行**：发布《供应商信息化操作手册》，细化8个程序模块，推动供应商管理流程线上化、数字化，提升供应链管理透明度与全流程可追溯性。
- **合规与风险管控**：开展《诚信与合规》专项培训，强化供应商合规经营意识；组织供应商对标标杆企业研学，引入先进管理经验，提升供应链整体风险防控水平。全年推动20个改善项目孵化，带动33个供应商衍生改善项目落地，覆盖全自动静电防护、设备数字化稽查等领域，有效降低供应链运营风险。

案例：开展供应商《质量意识》培训

2025年4月16日，老板电器对杭州某公司实施质量意识培训，帮助供应商管理人员重塑质量敬畏之心，引领管理人员全员参与到企业的质量管理工作中，传递公司“零缺陷”的品质管理理念，帮助企业推行TQM。



案例：闭门会《企业精益管理》培训

2025年5月15日，公司在闭门会议上，通过企业精益管理培训，向核心供应商传递，“从降本增效，到增效降本”的理念转变，呼吁核心供应商与公司一起扩大供应链优势，面对外部企业的行业入侵，打好阵地战，做好反击战的准备。



案例：宏博《6S管理方法与技巧》培训

2025年6月18日，公司通过培训杭州宏博6S管理方法与技巧，帮助企业推行现场目视化管理，提升企业员工士气改善作业环境，打造“敢于争先，力争上游”的工作氛围，针对管理者提出以身作则的要求，传递公司“领导带头”的管理要求，帮助企业发现和实施内生性人才战略。



案例：《供应商绩效管理》集中培训

2025年7月4日，公司依据部门管理需求及外部培训成果，开发《供应商绩效管理》课程，并首次实施对外集中培训。培训围绕供应商绩效的价值、构成、实施策略及未来应用四大模块，传递“生态协同”理念，旨在助力供应商迅速掌握绩效管理基础模式，降低管理难度，提升协作效率。



案例：供方年度集中培训

2025年10月17日，公司以“利他”为文化基因，组织新供应商与核心供方共计33家，针对《诚信与合规》《成本核算》《交付注意事项》《新品流程》四个模块进行集中培训，帮助新供方快速了解公司管理要求及合作模式，鞭策核心供应商不断学习，创造“你追我赶”的供应链氛围。



供应链负责任矿产管理

公司在产品生产过程中涉及金（Au）、锡（Sn）等矿产的使用，始终坚持合规、透明、可持续的矿产管理原则，对原料采购全链条开展溯源、风险识别与精准管控，确保所用矿产来源合法合规，坚决杜绝涉及武装冲突、人权侵害、环境破坏等问题的矿产采购，严格遵循经合组织（OECD）负责任矿产供应链尽职调查指南，同时全面满足SEC冲突矿产规则、欧盟冲突矿产条例等国际国内监管要求。

公司明确冲突矿产管理执行目标，核心是避免采购源自刚果（金）及周边高风险地区、由武装组织控制或资助开采的矿产，严格符合各国监管法规，并积极响应下游客户的供应链尽责要求。通过建立从终端产品反向追溯至矿产开采源头的全链路溯源体系，明确供应商及次级供应商的矿产管理职责，针对高风险供应商实施差异化管控，通过现场核查、第三方审计等方式，筑牢矿产采购合规防线。

为强化供应商协同管控，公司与所有合作供应商签订《冲突矿物声明》，将采购部冲突矿物管理相关政策全面传递至各供应商，要求供应商盖章确认并严格履行承诺：保证产品不使用来自刚果（金）及其周边国家和地区的3TG矿物，全面追溯产品中所含3TG矿物的来源，不参与、不协助3TG矿物的违规开采，并将3TG矿物管理要求有效传导至上游各级供应商，构建全链条责任传导机制。

公司对物料供应商实施分级差异化管控，针对高风险供应商，明确要求其提交CMRT（冲突矿产报告模板）并提供合规冶炼厂清单；同时建立供应商动态管理档案，每年度更新供应商合规状态、冶炼厂认证信息，同步查询OECD合规冶炼厂清单，从源头规避矿产采购风险。

2025年，公司完成全部产品BOM清单3TG矿物筛查工作，对涉及3TG矿物的**135**家供应商开展冲突矿物专项调查，调查符合率达**100%**，实现合规全覆盖。

针对筛查出的3TG高风险供应链源头节点，公司明确要求相关供应商提供具备资质的第三方机构出具的现场审计报告，确保矿产溯源数据的真实性与准确性。

目前，公司主要3TG矿物重要使用部件的**18**家电控供应商，其源头冶炼厂已**100%**通过RMAP（负责任矿产保证程序）认证，充分证明所用矿产来源合法合规、管控流程规范。

为验证尽职调查流程的有效性，2025年老板电器对**126**家供应商开展冲突矿物管理能力现场审查，重点核查冲突矿物管理策略及执行情况、次级供应商冲突矿物声明签署及尽职调查开展情况等，审查通过率达**100%**；针对其中**2**家高风险电控供应商，已完成IPSA（独立矿产供应链审计）独立审计，进一步强化高风险节点管控，确保负责任矿产管理体系落地见效。

指标与目标

公司以推动产业协同发展为己任，明确制定本地供应布局不低于50%的目标，持续强化供应链自主可控能力。2025年，公司供应商总数364家，本地化供应商数量185家。

指标	(年度) 目标	达成情况
合同符合率	100%	达成
RoHS符合率	100%	达成
采购合规率	100%	达成





4.5 数智制造升级

老板电器始终将数智化制造升级作为企业可持续发展的核心支撑，制定清晰的数智化发展战略规划与目标，通过技术创新、体系完善、平台搭建与场景落地，推动研、产、销、服全链路数智化转型，实现提质增效、组织升级与价值创造的多重目标，助力企业高质量可持续发展。

公司全方位赋能厨电硬件产品，同时借助高质量数据驱动运营策略迭代与产品创新，最终实现品牌价值与市场销量的双重提升；同时，公司将数智化理念融入研发、生产、销售、服务各环节，加速数智化转型进程，推动组织能力全面升级。公司高度重视数智化管理体系建设，严格依据《数据管理能力成熟度评估模型》（GB/T 36073-2018）国家标准开展体系搭建工作，目前数据管理能力成熟度已达到稳健级（3级），实现数据资产的规范化、体系化管理。

案例：厨电行业高质量数据集建设项目入选国家首批高质量数据集建设先行先试试点

2025年8月28日，在国家数据局主办的2025中国国际大数据产业博览会上，老板电器《厨电行业高质量数据集建设》项目成功入选国家首批高质量数据集建设先行先试试点，成为厨电行业首个且唯一入选单位、全国工业制造领域15家入选企业之一。

公司组建180余人数字厨电研究团队，历时2年半构建覆盖私域（菜谱、烹饪知识库等）与公域（营养知识、健康百科等）的多模态数据资产池，形成菜谱、研发、用户等9大高质量数据集。项目以“TOB+TOC双赋能”为目标，C端满足个性化需求，B端通过创新使研发、客服效率提升超25%，依托CDP系统实现营销效率提升50%。



公司将通过“试技术融合、试场景支撑、试标准验证、试机制建设”四大任务

构建覆盖厨电行业“研发-生产-销售-服务-用户”全链路的高质量数据集

打造“数据驱动、智能协同、生态共享”的工业制造数智化转型样板

打造厨电行业全链路数智化转型样板，并联合高校、科研机构推动数据建设经验转化为国家标准/行业标准，助力行业数据互联互通。

案例：老板电器获得厨电烹饪领域首张数据产权登记证书

2025年9月23日，老板电器正式获批7张数据产权登记证书，并在“中国数谷”成果发布会中发布，一举成为厨电行业内首个实现数据持有、使用、经营、知识产权“四权合一”的企业，标志着公司数据产权规范化运营迈入新阶段。

涵盖烹饪研究垂直数据、热量精准识别图谱、食材精准数据、菜谱营养与健康价值关系、烹饪条件与减盐效果关系等关键领域，凝结了烹饪科技领域的智慧结晶与实战经验，既全面展现了烹饪场景的多元价值，更凸显公司在数据产权研究与应用上的深度探索，未来将为烹饪赛道的技术创新、产品升级提供坚实的数据支撑和强劲驱动力。



案例：老板电器“厨电行业高质量数据集”入选浙江省第一批高质量数据集典型案例

2025年9月25日，在国家商务部和浙江省政府共同主办的第四届全球数字贸易博览会上，浙江省数据局正式公布了我省第一批高质量数据集典型案例评选结果，老板电器申报的“厨电行业高质量数据集”经过多轮角逐，凭借其卓越的数据质量和创新应用成功入选，而此次全省入选企业仅16家，覆盖工业制造、农业、医疗、旅游、具身智能、电子商务、智能驾驶等重点领域。

这不仅标志着政府层面对老板电器在数据要素建设方面所取得成果的权威认可，更是对公司在数据要素应用与数字化转型领域的创新实力与行业引领性的肯定。在浙江省“一地创新、全国复用”的改革导向下，公司案例将被作为典型案例进行推广。



数字化平台建设

公司将数字化平台建设作为数智化转型的核心技术支撑，依托专业研发团队，融合深度学习、大语言模型等前沿技术，构建起覆盖数据治理、知识管理的全链路数字化平台体系，持续夯实企业数智化发展的技术与数据底座，为研产销服全业务链的数智化升级提供坚实保障。

案例：老板电器数字厨电研究院搭建全自动化知识库管理平台

2025年，老板电器数字厨电研究院在数字化转型的核心领域成功搭建了全自动化知识库管理平台。该平台利用深度学习与大语言模型（LLM）前沿技术，将公司沉淀多年的非结构化文档转化为驱动业务增长的智能数字资产。

海量数据深度治理与结构化

平台针对公司40多年来积累的核心业务领域多模态知识数据进行了深度加工。通过自研的文档解析算法，将其进行物理切片、语义识别与结构化重组，最终形成了5TB高质量数据集。

PLM系统无缝集成与全自动同步

为彻底解决传统知识库“手动上传、维护滞后”的痛点，平台实现了与PLM系统的整合，只要PLM系统中的技术或产品文档发生变更，平台即可触发自动抓取与解析任务，并确保研发端与应用端知识的高度同步，极大地降低了运维成本。

多维文档解析算法与国际化支持

平台能够精准识别产品手册中复杂的结构图、参数表及长图文混合排版。并特别强化了对海外版文档的英文解析及召回能力。

核心业务价值

该平台的建成，标志着公司拥有了企业大脑的原始素材库，并把这些知识应用在食神的众多Agent场景中。

案例：杭州研究院正式挂牌成立，加速数字厨电技术与烹饪场景的深度融合

2025年7月，老板电器杭州研究院正式揭牌成立，该院纳入数字厨电研究院统一管理体系，依托长三角产业生态优势，重点布局机器视觉与运动控制、语音交互与物联网等数字厨电核心技术研发，加速新一代信息技术在厨电产品中的高效转化。

针对烹饪依赖个人经验、设备协同效率低、智能功能碎片化等厨房场景痛点，研究院将整合多领域技术构建完整的“感知-决策-执行”能力体系，落地毫秒级端侧实时响应的轻量化技术推理框架，积累视觉-语音-运控（VLA）核心技术经验。同时依托食神与IoT平台，探索创新产品研发，联动智能厨电设备打造个性化烹饪全链路整体解决方案。

此前公司已布局数字厨电研究院、成都研究院，杭州研究院的成立，与两大研究院形成技术互补，进一步强化公司在硬件联动、场景应用方面的研发能力，助力公司完成数字厨电“技术研发-场景落地-生态构建”的全链路闭环。



数字化实践

老板电器凭借品牌数字化领域的创新实践，斩获2025年度虎啸奖“年度品牌数字大奖”，标志着公司数字化转型成效获行业高度认可，推动厨电行业迈入“数字烹饪”新纪元。



公司数字化转型以三大核心抓手重构烹饪生态：

一是构建全域数据中台，整合销售、服务、电商及社媒数据，形成用户全旅程“数字镜像”，精准刻画细分用户画像，使新品研发效率大大提升；



二是打造AII-IN-ONE用户平台，整合小程序矩阵为统一入口，半年内吸引350万注册用户，日均活跃量超40万，构建“线上社群 + 线下体验店”闭环生态；

三是通过数据回流优化营销策略，个性化内容与权益定制实现品牌活动ROI提升30%，子品牌销售额翻倍。

未来，公司将推进三重战略布局：

- 建立“数据洞察烽火台”系统，将用户洞察融入研发、营销及服务；
- 构建用户全生命周期管理机制，目标提升用户生命周期价值30%；
- 深化精准营销，预计将营销效率提升50%，实现从“产品交易”到“用户运营”的商业模式跃迁，树立行业数字化转型标杆。

05

绿色炊烟 净美家园

老板电器始终将环境责任融入战略规划与生产运营，以高标准环境管理体系护航企业可持续发展。公司严格遵循国家及地方生态环境保护法律法规，持续完善环境管理架构与制度体系，聚焦资源高效利用，通过技术改造、数字化赋能与循环经济实践，不断提升资源利用效率，从源头降低环境负荷，深化绿色低碳转型，以更扎实的环境治理成效，践行企业生态责任。

贡献 SDGs



5.1 环境合规管理

治理

老板电器构建多层次、权责清晰的环境管理治理架构，将环境合规管理纳入企业运营核心管理体系，设立应急管理委员会作为环境管理工作的最高领导机构，统筹负责公司环境保护工作的指导、检查与督促落实。行政部作为环境管理执行部门，承担委员会决策的落地执行、环保制度推进实施及各类环境管理事务统筹协调工作。行政部下设专项应急组，具体负责组织开展环境因素识别与评价、落实环境应急管理相关工作，并定期组织环境安全培训，强化员工环保意识与应急处置实操能力。

公司严格遵循《环境保护法》《水污染防治法》《大气污染防治法》《固体废物污染环境防治法》等国家法律法规，以及生产经营所在地相关地方规定，制定《环境管理制度》《环境因素识别与评价管理制度》《环境与职业健康安全绩效监测管理标准》等一系列内部标准化制度，保障环境管理体系的规范化运行与持续迭代优化。截至报告期末，公司ISO 14001 环境管理体系认证维持有效。

战略

公司秉持“保护优先、预防为主、综合治理、公司参与、损害担责”的环境保护方针，以环境风险前置管控为核心导向，系统识别生产运营全流程的环境风险点，持续优化环境风险应对管理策略，保障环保资金的常态化投入，通过科学的管控手段实现能源资源的高效利用与各类污染排放的源头减量、有效管控。

经对生产、办公、运维等全环节开展全面的环境因素识别与梳理，确定公司运营过程中的重要环境因素主要包括水体污染、大气污染、固废污染、噪声污染以及火灾隐患等。针对各类重要环境因素，公司制定针对性、可落地的应对措施，形成全流程管控机制，确保各类环境影响得到有效控制和减量，保障公司运营全周期符合国家及地方环保法律法规与标准要求。

重要环境因素及应对措施

重要环境因素	应对措施
水体污染	配套建设专业污水处理设施，对生产、生活污水进行全流程处理，建立水质常态化检测机制，确保污水排放指标全面符合国家及地方排放标准。
大气污染	采用活性炭吸附、滤芯除尘等专业工艺净化生产废气，建立废气排放装置定期清理、检测与维护机制，保障废气达标排放。

重要环境因素	应对措施
固废污染	制定标准化废弃物管理体系，对危险废物实行统一分类收集、规范暂存，全程委托具备相应资质的专业单位合规处置。
噪声污染	通过生产设备定期维护、润滑降噪，配合车间关窗密闭等物理措施减少噪声传播，建立厂界噪声常态化检测机制，确保噪声达标。
火灾隐患	按标准配备全品类灭火器具并定期检查维护，开展常态化现场安全隐患排查，制定标准化火灾应急处置预案并落地执行。

公司通过定期环境检查、环境影响评价、突发环境事故应急演练、全员环保知识培训及相关方协同管理等多重举措，全方位减少生产运营对周边环境的不利影响，同时推动环保理念融入企业日常运营各环节，持续强化全员环保合规意识，让环境管理成为全体员工的自觉行为。

影响、风险与机遇管理

公司建立系统的环境风险识别与评估流程，实现对各项生产经营活动、产品设计研发及服务全流程中潜在环境因素的全面识别、科学评价与动态管控，精准研判环境因素的潜在影响，为环境风险防控、绿色发展机遇挖掘提供基础。

环境因素识别流程

1. 确定识别范围

各部门结合自身业务职能与运营实际，全面梳理本部门开展的各项活动、生产的产品及提供的服务，明确本部门环境因素识别的具体环节与边界，确保识别工作无死角、无遗漏。

针对每项活动、产品及服务，逐一识别其产生的具体环境因素，以及可能造成的各类环境影响，涵盖大气排放、水体排放、土地污染、能源资源使用等多个维度；识别过程中充分考量过去、现在、将来三种时态，以及正常、异常、紧急三种运行状态，保障环境因素识别结果的全面性与准确性。

2. 识别环境因素

3. 环境因素评价

根据环境因素评价指标体系，围绕发生频率、影响范围、危害程度、相关方关注程度、法律法规符合性、可控程度及降低影响的可行性七个评价因子进行量化评分，通过计算风险总值确定环境因素的风险等级；若风险总值超过设定阈值，则将该环境因素列为重要环境因素，纳入公司重点管控范围并制定专项管控措施。

环境管理措施

报告期内，公司严格执行各项环境管理措施，同时持续加大环保投入力度，2025年环保运营费用及投资支出共计680万元，重点用于环保设施日常运行、环保设施升级改造、环境风险防控体系建设、环保培训与应急演练等方面。

环境管理检查

- 对各基地进行日常环境状况检查，及时发现并整改环境管理问题；
- 每周开展EHS专项检查。

环境影响评价、验收

- 对新建、扩建项目严格执行环境影响评价制度，按国家及地方相关要求完成项目环保验收与批复工作，确保项目建设与运营全流程环保合规。

环境事故应急演练

- 制定突发环境事件应急预案，明确应急处置流程、责任主体与处置要求；
- 定期组织开展环境应急演练，切实提升公司整体的环境应急响应水平与实操能力。

环保知识培训

- 开展环境保护相关培训，培训内容涵盖环保安全、危废合规性处理、环保设施应急处理、三废种类及排放标准等，提升员工环保意识。

相关方管理

- 将环境安全管理要求纳入合作方管理体系，加强对施工方、承包商、供应商等相关方的环境安全管控；
- 要求相关方作业前完成环境因素识别并接受公司环保标准培训，作业过程中接受公司不定期环保检查，作业结束后按要求将作业现场恢复原状。



环保培训



环保演练

指标与目标

公司以“环境污染零事故”为管理目标，报告期内，公司通过严格执行环境管理措施，并持续加大环保投入力度，实现水体、大气、固废、噪声等方面的有效控制，未发生任何环境污染事故。



5.2 应对气候变化

治理

老板电器将气候变化议题纳入ESG管理的高重要性议题，由董事会对气候变化议题开展监督与管理，自上而下推进应对气候变化治理，相关职能部门及子公司同步将气候变化管理纳入日常工作重点，识别、分析气候变化相关风险与机遇并制定相应应对措施，确保气候变化管理工作有序推进。

战略

公司积极识别温室气体排放主要来源，研判气候变化相关风险对公司运营的影响，将气候相关风险与机遇纳入整体运营风险管理体系。公司将逐步降低碳排放强度作为长期战略方向，持续优化能源结构，不断提升清洁能源在整体能耗中的占比，同步组织碳中和路径设计，探索“碳中和”厨电新模式。

为有效应对气候变化带来的挑战与机遇，公司建立了一套系统化的识别与评估机制，通过调研政策趋势、开展行业对标以及结合专家意见，全面评估公司在短期、中期和长期面临的气候相关风险与机遇，评估范围涵盖公司自身运营及其价值链的上下游环节，并分析其可能对财务产生的影响，基于评估结果制定并实施相应的气候变化应对策略，以支持可持续发展目标的实现。

气候相关风险与机遇及应对策略

类型	具体描述	影响范围	潜在财务影响	应对策略
急性实体风险	极端天气事件（如洪水、台风、干旱）可能直接破坏生产设施、供应链及物流网络，导致生产中断、设备损坏、原材料供应延迟，进而影响运营连续性。	短期	运营成本增加 营业收入减少	<ol style="list-style-type: none"> 对生产设施进行抗灾加固，建立分级应急预案，定期开展防灾演练，提升极端天气下的运营韧性。 构建多元化供应链体系，降低单一供应商依赖，保障关键物料供应稳定性。 引入智能化物流管理系统，实时监控运输状态，动态调整路线以规避受影响区域。
市场风险	消费者环保意识提升，偏好加速向低碳、节能产品转移，传统高能耗产品需求萎缩，可能导致公司市场份额下滑、营收承压。	中期 长期	运营成本增加 营业收入减少	<ol style="list-style-type: none"> 建立市场偏好跟踪机制，定期分析行业趋势，动态调整产品组合。 有序淘汰高能耗产品，加大低碳、节能产品研发与推广力度。
政策和法律风险	全球气候变化相关法规趋严，碳排放限制、能效标准等政策要求持续升级，将推高合规成本，并可能带来罚款、停产等合规风险。	短期 中期 长期	运营成本增加	<ol style="list-style-type: none"> 建立政策跟踪与合规评估机制，确保运营符合国内外最新环保法规要求。 提前布局低碳转型，通过技术升级、流程优化降低合规压力，主动适配政策导向。
声誉风险	政府、客户、投资者等利益相关方对企业气候行动的关注度显著提升，若应对不力，将损害品牌声誉与市场信任，进而影响业务合作与融资能力。	中期 长期	营业收入减少	<ol style="list-style-type: none"> 定期通过ESG报告等渠道，主动披露气候变化应对进展与成效，提升透明度。 将气候变化议题纳入公司核心管理战略，明确各部门责任，推动气候治理融入日常运营。

类型	具体描述	影响范围	潜在财务影响	应对策略
资源效率	“双碳”目标与绿色制造政策驱动资源高效利用，公司可通过技术创新与流程优化，降低生产与运营成本，抢占绿色市场先机，塑造差异化的环保品牌形象。	中期 长期	运营成本降低	<ol style="list-style-type: none"> 推动生产工艺与流程再造，提升原材料、能源和水资源的利用效率，减少单位产出的资源消耗。 加大绿色技术研发投入，将资源效率优势转化为市场竞争力，打造行业领先的绿色制造标杆。
产品与服务	政策与市场需求双轮驱动下，家电行业向高效能、低碳化、智能化转型。公司可通过开发绿色产品与增值服务，提升品牌竞争力，实现业务增长与营收提升。	短期 中期 长期	营业收入增加 运营成本降低	<ol style="list-style-type: none"> 推出符合国际能效标准的高效节能家电，降低用户使用成本，抢占低碳消费市场。 开发智能家电与物联网解决方案，实现能源使用的实时监控与优化，拓展服务场景。 开展以旧换新、废旧家电回收等循环经济服务，促进资源循环利用，培育新的业务增长点。
能源来源	政策支持与技术进步推动可再生能源成本持续下降，公司通过扩大清洁能源使用比例，可降低能源成本、减少碳排放，同时提升企业的可持续发展形象与品牌美誉度。	短期 中期 长期	运营成本降低	<ol style="list-style-type: none"> 制定清洁能源替代路线，逐步用可再生能源替代化石能源，降低能源成本。 投资建设分布式能源系统，提升能源自给率与供应稳定性。 将清洁能源转型成果纳入品牌传播，强化企业在可持续发展领域的领先地位。

影响、风险与机遇识别

公司重视气候变化带来的各类风险，着力提升气候韧性与运营稳定性。针对极端天气事件可能引发的生产中断及环境突发事件，公司结合自身运营特点，建立多元供应链体系，通过备选供应商机制保障关键物料供应；同时制定完善的突发环境事件应急预案，组建专业的环境应急队伍，并储备了充足的应急物资，确保在突发状况下能够快速响应、有效处置，最大限度降低对运营连续性的影响。

在低碳转型方面，公司主动将可持续发展融入核心战略，持续加大绿色低碳产品研发投入，积极推进清洁生产技术应用，并稳步提升可再生能源在整体能源消费中的占比，以主动姿态拥抱转型机遇，保证公司战略及商业模式对气候变化的适应性较强，具备较好的抵御外部冲击、维持稳健运营的能力。同时，为提升公司在碳管理领域的专业能力，积极开展相关的培训及认证工作，夯实气候治理专业基础。

此外，公司在资源节约与减排领域开展各项管理行动，通过优化生产流程、提升能源利用效率等方式，有效减少能源消耗带来的温室气体排放；同时倡导员工绿色办公，推动全员参与减排行动。为科学评估气候管理成效，公司定期核算并公开排放量及排放强度，基于连续年度的排放数据开展趋势分析，为制定科学、量化的气候目标奠定坚实的数据基础。

指标与目标

2025年，公司完成2024年度全厂区碳盘查及温室气体排放初步核算工作，识别生产与办公环节的主要能源消耗流向，厘清高耗能设备能效水平，为公司有序推进碳减排工作提供了坚实的数据支撑与明确的优化方向。2025年公司温室气体排放总量为34,890.87吨二氧化碳当量，排放强度为3.45吨二氧化碳当量/百万营收。



5.3 精细能源管理

治理

老板电器始终将能源管理作为重点工作，严格遵守《节约能源法》《可再生能源法》等法律法规，并根据GB/T 23331能源管理体系要求，制定《能源管理制度》《生产节能管理制度》，并建立了科学、系统、覆盖全公司的能源管理组织架构。公司设立能源管理领导小组，各单位第一负责人为各单位能源管理负责人，并设立专职与兼职能管员，专职能管员负责关键能源数据采集与系统运维，兼职能管员聚焦各单位能源使用自查自纠，及时发现并整改跑冒滴漏等浪费问题，形成上下联动、责任到人的管理网络，保障能源管理工作的规范、高效推进。

战略

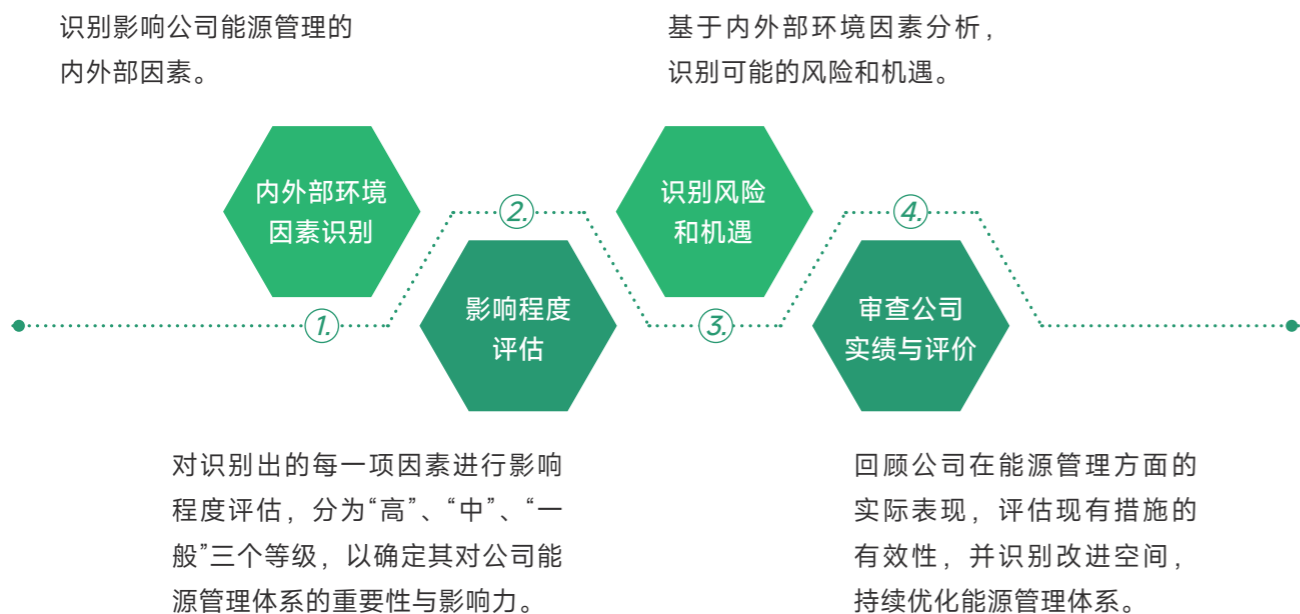
公司能源消耗主要为电力、天然气和蒸汽。公司提出了“优化运行、节能低碳、技术创新、持续改进”的能源方针，建立能源风险与机遇识别流程，全面评估内外部环境因素对能源管理的影响，识别潜在的风险与机遇，并采取相应的措施进行应对和改进。

公司梳理出多项不同影响程度风险，主要包括生产设备能效水平偏低、关键能源及物料供应中断、单位产值碳排放强度较高、员工节能意识与技能有待提升、外部环保及碳相关法规合规压力加大，以及极端气候对运营稳定性带来的挑战。同时，公司明确识别出科学实现节能目标、推进绿色工厂建设、加快高效技术与先进设备应用、深化绿色低碳产品开发等核心发展机遇。针对上述风险与机遇，公司全方位推进能源管理提升工作，采用高效节能设备，优化用能结构与使用效率，挖掘生产组织优化空间，识别节能机会，制定并落地能效提升专项计划，不断提升能源利用效率与能源管理水平。



影响、风险和机遇管理

能源风险与机遇识别流程



节能工作

公司以能源管理体系为核心抓手，构建覆盖合规、评审、采购、运行、人才及基础管理的全链条节能管理机制，推动能源利用效率持续提升。公司定期开展能源管理体系运行合规性评价，确保体系运行全程符合监管及标准规范；同时制定年度能源管理目标与能源指标，建立月度跟踪分析机制，对各责任单位目标指标完成情况进行常态化监测与复盘，保障能源管控目标有效落地。

公司严格按照体系要求制定能源评审计划与实施方案，依托能源使用数据开展能源使用与能源消耗分析，识别能源绩效改进机会，形成能源评审报告，为能源优化工作指明方向。结合公司管理实际与能源管控要求，公司构建公司、工厂、主要耗能设备三级能源绩效参数体系，实现能源绩效的量化对标与动态评估。

公司规范能源采购管理，耗能设备采购严格执行节能要求，优先选用高效节能设备，同时利用现有的生产厂房屋顶建设光伏发电，所发电力直接供应给生产环节使用，优化用能结构。公司强化日常运行管控，落实设备定期检测制度，将设备运维责任明确到人，严格执行能源管理各项要求，规范设备润滑、保养等全流程管理，降低设备故障率，避免主要耗能设备频繁启停造成能耗攀升，切实提升设备运行能效。每年公司针对高耗能设备进行节能改善，2025年全年共计完成节能改善项71项，节能收益超过160万元，减碳量达5,681.74吨二氧化碳当量。

案例：喷淋清洗系统优化

嵌入式超声波清洗线喷淋系统用于清洗除油后的工件，由于清洗水循环使用含较高浓度除油剂，运行过程中易在管道内形成水垢，而原设计为不可拆卸结构，导致清理困难、维护成本高，且喷淋压力与流量持续下降，部分产品经常需重复清洗两次才能达标，不仅影响效率，也增加能源和资源消耗。

公司重新优化喷淋管路的结构设计，使其具备快速拆装与高效清理能力。改善后，单次管路清理时间由原来的45分钟以上缩短至15分钟以内，清理效果提升两倍以上，每年可节省管路材料更换以及大量维护人工成本。同时喷淋系统的水流量和压力稳定性显著提升，产品一次清洗合格率明显提高，大幅减少二次清洗带来的额外能耗。年均可节约电力约5,400千瓦时、天然气约1,500立方米。

在能源管理中，公司一方面夯实基础，规范建立用能台账，完善计量器具与设备档案，按规范补齐重点耗能环节计量配置，按月梳理能耗数据并排查异常，提升精细化管控水平；另一方面，通过构建高耗能设备混线线体单台能耗计算模型、部署能源监测物联网网关与能耗监测平台，实现能源流向可视化与混线产品能耗精准区分，并依托多周期用能数据分析，开展超耗诊断与预算节超评估，在月度会议中输出优化建议，推动能源管理向数据驱动转型。

此外，公司制定专项能源管理培训计划，开展能源管理体系内审员培训、能源管理知识培训、体系标准宣贯培训及岗位作业指导书培训等，持续提升全员能源管理专业能力与实操水平。报告期内，公司开展节约能源培训2次。



能耗管理平台



节约能源培训

2次

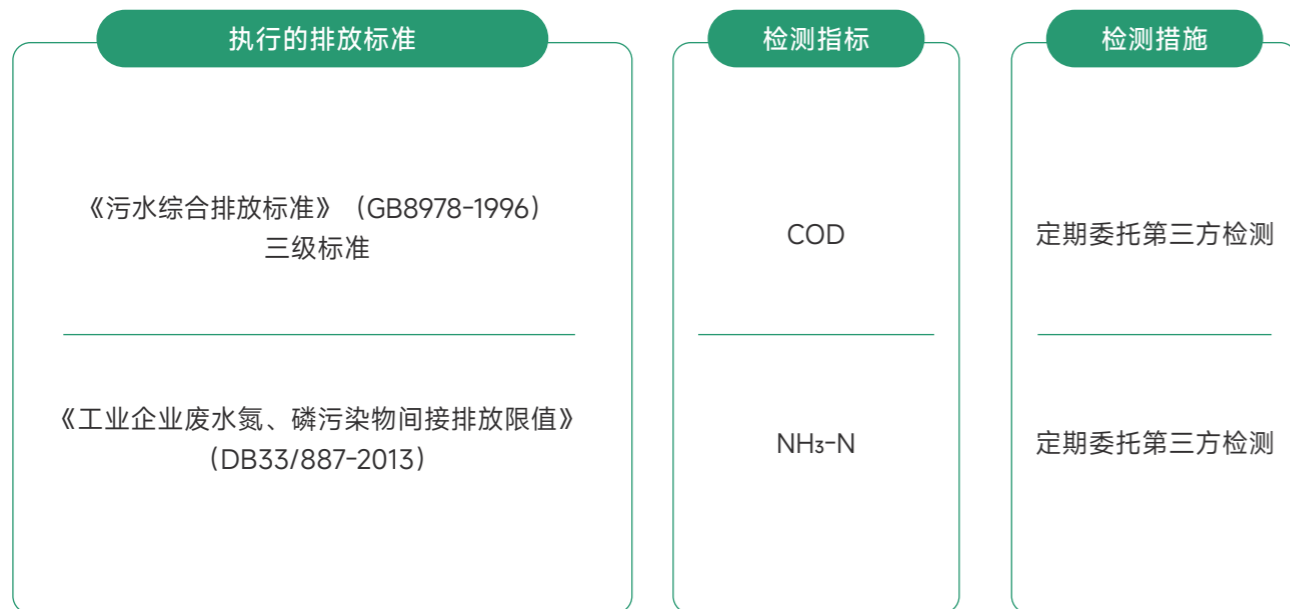
指标与目标

公司严格规范能源采购管理，优先选用高效节能设备，并加大清洁能源使用力度。报告期内，公司持续优化用能结构，清洁能源使用量较上一年度有所提升。

5.4 严控污染排放

废水排放管理

公司重视废水规范化管理，制定《污水处理管理制度》《喷涂污水处理操作指导书》《三线污水处理设备PM日常保养作业指导书》等制度文件，全面规范并细化废水排放全过程操作行为与管理流程，确保废水治理有章可循、过程可控。公司严格按照国家及地方相关法规要求办理排污许可证，依规完成排污申报与排污登记，建立完善的污水处理系统，实行常态化、标准化水质监测，明确监测频次、监测指标与分析流程，做好监测数据记录与台账管理，对生产过程中产生的化学需氧量、氨氮等关键污染物指标实施全过程监控与动态管控，确保生产废水经处理后通过规范排放口稳定达标排放。生活污水经化粪池预处理、食堂废水经隔油池预处理后，统一纳入市政污水管网，实现生产与生活废水全流程合规处置。



案例：废水在线监测数据超标应急演练

报告期内，公司开展废水在线监测数据超标应急演练。按照模拟废水处理站pH值异常偏低的情景，相关人员迅速响应，第一时间关闭污水排放阀门，排查确认为pH探头故障导致加酸系统持续运行，并立即停泵、校准设备，在水质复测达标后恢复排放。本次演练各岗位人员响应及时、处置规范，有效防止了异常废水外排。此次演练验证了应急预案的可操作性，进一步提升了团队对水污染风险的快速应对能力。

废气排放管理

公司生产经营过程中产生的大气污染物主要包括燃气烟气、食堂油烟及喷塑粉尘等。为实现废气全流程规范化管理，公司制定《喷涂废气处理设备作业指导书》《喷涂线废气处理设备安全操作及保养作业指导书》《喷粉固化炉废气处理设备安全操作及保养作业指导书》等一系列实操性文件，对废气处理设备的操作、维护及安全管理进行细化规范，确保废气排放管理有章可循。

公司建立了完善的废气排放监督机制，针对不同类型废气执行相应的地方及行业排放标准，通过专业处理设施与严格的检测措施（如定期委托第三方检测），对排放指标进行全过程管控，确保各项排放物指标稳定达标，切实履行大气环境保护责任。



废弃物管理

公司严格遵循《固体废物污染环境防治法》《危险废物经营许可证管理办法》等法律法规，制定《废弃物管理制度》《废弃物管理标准》，并在报告期内结合最新法规要求与生产实际修订《废弃物管理制度》，优化废弃物分类规则，进一步提升管理规范性，确保废弃物分类、规范化处置，最大限度控制其对环境的影响。

公司遵循减量化、资源化、无害化原则，建立覆盖全厂区的废弃物分类管理体系，对危险废物、一般工业固废、生活垃圾及可回收物实施分类处置与全过程管控。在生产过程中，公司优先对金属废弃物进行挑选，可直接利用的部分出售给下游厂家作为原料，不可直接利用的则交由再生厂家回收利用；同时对塑料、废纸、泡沫等可回收废弃物进行分拣，其他废弃物则委托具备资质的单位规范处置。

针对不同类型废弃物，公司明确分类管理与处置路径：

具体内容	处理措施
 <p>水处理污泥、油漆渣、废活性炭、废油、废油桶、威特隆空瓶、硅酮胶包装物、酒精瓶（桶）、油抹布手套、实验室废液、废乳化液、研磨污泥等。</p>	委托有资质单位规范化处置

分类	具体内容	处理措施
 <p>工业垃圾</p>	钣金边角料、废纸箱、废泡沫、废木材、废塑料等。	定期招标出售或委托有处置资质单位进行综合利用
生活垃圾	饮料瓶、食品包装物、餐巾纸、卫生间垃圾等。	委托环卫部门处理
建筑垃圾	施工过程中产生的废弃物。	委托有资质的单位处置
废弃油脂	食堂正常活动产生的废弃油脂。	委托有资质单位入厂打捞清理

公司建立“收集—清运存放—处理—预防—检查”的全流程管理机制：各部门分类收集废弃物，由清洁工人清运并规范存放；委托有资质单位进行处置；在新、扩、改项目中优先考虑废弃物减排措施；定期开展日常检查。同时设定废弃物分类存放率、废弃物收集处置率、危险废弃物无害化处理率三项核心指标，截至报告期末，三项指标均达 100%，全面实现废弃物管理预期目标。

在废弃物减量方面，公司通过优化生产辅料与包装设计，从根本上减少废弃物产生，将塑料、木质材质物料底托升级为铁制，大幅提升生产辅料的重复利用率，降低一次性辅料废弃物的产生量；同时通过优化包装设计，有效降低单台产品的包装克数，从源头减少包装材料消耗及后续废弃物排放。此外，公司在物流环节试点循环取货配送方式，采用循环周转箱、循环围板箱等可重复使用的包装器具，进一步提高材料使用率，推动生产与物流全链条低碳循环。

5.5 重视资源利用

水资源利用

公司用水主要来源为外购市政用水。公司持续关注运营所在地流域的水资源管理现状，在建设工厂前充分考虑运营活动对当地水资源的影响，通过完善用水管理制度、建立全产供水管网及设备巡检机制，及时发现并维修漏水问题，有效消除跑冒滴漏现象。同时，公司通过定期检查、节能技改、节水教育等多维度措施，持续降低水资源消耗，不断挖掘节水潜力。

公司加强办公大楼、卫生间等重点区域的用水管理，定期排查各用水点的长流水及跑冒滴漏现象，从源头减少浪费。在节水技术改造方面，公司实施多项节水项目，包括将冷却塔从敞开式改造为封闭式、改造溢流口以回收溢流水、优化嵌入式超声波清洗线喷淋系统、对水泵房进行智能节能改造，以及完成冷却塔升级等，同时在生产中推动水资源循环利用，将生产过程中产生的废水处理设施处理后部分回用于生产。而在节水教育方面，公司通过在主要用水点张贴宣传贴纸等方式，提升员工节水意识，推动形成全员参与的节水氛围。

循环回收

公司严格遵循《巴塞尔公约》要求，承诺不向发展中国家和地区出口电子废弃物，持续加强全生命周期电子废弃物管理工作，致力于最大化利用电子废弃物以减少环境污染及资料浪费。公司与供应商签订年度采购合同，明确要求将市场退回的电子部件返回至对应供应商进行规范处置，并要求供应商提供其委托的有资质第三方处置机构的合同及资质证明，确保电子废弃物得到合规、妥善处理。

公司响应落实消费品以旧换新政策要求，面向中国境内全品类产品开展“以旧换新”项目，采用“拆旧 + 安装 + 补贴”模式，通过代理商回收、维修人员上门拆卸回收或消费者邮寄回收等多元渠道，确保废旧产品得到规范处置。

2025年，公司针对吸油烟机、燃气灶、洗碗机等核心厨电产品开展回收置换服务，并严格执行国家补贴标准，对二级能效产品给予 15% 补贴，一级能效产品给予 20% 补贴。通过政府补贴与企业资源深度结合的方式，公司持续助力消费者优化厨电升级方案，推动绿色消费升级与循环经济发展。



5.6 保护生态平衡

公司始终秉持生态保护与绿色发展理念，严格遵守《环境影响评价法》《野生动物保护法》《野生植物保护条例》及国务院办公厅《关于进一步加强生物多样性保护的意见》等相关法律法规与政策要求，将生物多样性保护与生态环境保护理念全面融入工程建设、生产运营、战略规划的全生命周期管理体系。在基地选址、项目建设前期，公司会开展全面的生态环境调研与评估，充分考量项目对周边生态系统、动植物生存环境的潜在影响，制定科学的生态保护预案，从源头规避生态风险。报告期内，公司所有研发、生产基地及运营网点均未设置在自然保护区内部、周边缓冲区域及生物多样性丰富的敏感区域，生产运营活动、产品研发与全流程服务均严格遵循生态保护要求，未发生任何对区域生物多样性造成重大影响的情形，切实履行生态环境保护的企业主体责任。

选址阶段

核心措施

严格遵循国土空间规划和生态保护红线要求，优先选择已规划的工业用地。

对拟选址区域进行基础生态调查，确保避开自然保护区、重要湿地等生态敏感区。

编制环境影响评价报告，分析项目对周边生态系统的潜在影响。

工程设计阶段

核心措施

严格按照环评批复要求，将环保设施纳入整体设计方案，确保环保设施与主体工程同步设计、同步建设、同步投入使用。

优化总平面布置，合理规划绿化用地，通过科学布局减少项目建设对周边生态环境的干扰，同时利用绿化措施改善区域生态环境。

工程施工阶段

核心措施

制定施工期环境保护方案，明确生态保护措施，严格控制施工范围，减少对周边植被和野生动物栖息地的破坏。

落实扬尘、噪声等污染防治措施，规范处置建筑垃圾，防止对生态系统和生物多样性造成二次污染。

工程竣工阶段

核心措施

严格开展环保设施竣工验收，确保各项环保指标达标；实施场地生态修复，及时恢复施工临时占地植被，减少施工对生态系统和生物多样性的长期影响。

编制竣工环保验收报告并依法公示，同时建立完整的环保档案留存各项验收证明材料。

项目运营阶段

核心措施

严格执行废水、废气、固废处理标准，定期开展环境监测，及时排查环境隐患，确保污染物达标排放。

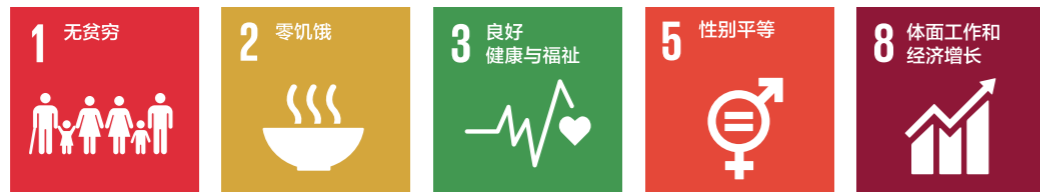
定期对环保设施进行巡检，确保其正常运行，并按要求进行环保信息公开，接受社会监督。

06

以人为本 共筑美好

人才是老板电器发展的核心驱动力，也是公司践行可持续发展战略的最宝贵伙伴。公司坚持公平公正的用人原则，通过搭建多元化的职业晋升通道与全方位的赋能平台，激发员工内生动力。同时，我们通过构建EHS管理体系与倡导工作生活平衡，全方位守护员工的身心福祉。在此基础上，老板电器积极延伸企业责任边界，投身公益慈善，将内部的关爱转化为对社会的贡献，与员工携手助力社会共同富裕。

贡献 SDGs



6.1 员工权益与福利

老板电器将构建合规、公正的雇佣关系作为企业发展的基石。公司严格遵守劳动法律法规，致力于消除各类就业歧视，全面保障员工的合法权益。在此基础上，公司持续优化薪酬福利体系，确保薪酬分配的公平性与市场竞争力；同时，公司高度重视民主管理机制建设，通过畅通的沟通渠道与全员参与，推动构建和谐、共赢的劳动关系，实现员工与企业的共同发展。

保障员工权益

公司严格遵守《中华人民共和国劳动法》《中华人民共和国劳动合同法》等法律法规，制定并完善《人力资源管理手册》《员工考勤管理标准》《招聘管理制度》等制度，构建合规雇佣体系。公司坚持平等雇佣原则，建立了公平、公正、公开的选人用人机制，明确反对因性别、年龄、地域、宗教、国籍等因素产生的歧视行为，积极打造具备多样性与包容性的职业环境，切实保障员工基本权益。

在合规运营层面，公司严禁使用童工、强迫劳动、超时工作及骚扰虐待行为，并制定了《女职工和未成年人劳动保护管理标准》，重点强化对女员工及残疾员工的权益保障。报告期内，公司在招聘与雇佣全流程中均符合监管要求，未受到相关行政处罚；未发生任何劳动纠纷、歧视骚扰、使用童工或强迫劳动事件，实现了高质量的合规雇佣。

此外，公司将权益保障的承诺延伸至三方外包人员，与合作方共同构建合法、公正的用工环境。公司确保三方人员享有符合法律法规的劳动保护，提供同标准的安全作业环境及技能培训，并积极协助处理其合理诉求。针对薪酬福利，在由合作方主导管理与发放的基础上，公司通过统一的管理标准进行价值对标，保障三方人员的薪酬水平符合市场规律，切实维护其合法权益。



老板电器员工权益保障概览

关键议题

平等雇佣与合规管理

薪酬增长与价值激励

工时平衡与休假权益

权益政策与管理举措

- **公平招聘**：践行平等就业原则，严格执行《招聘管理标准》，确保选拔过程公开、透明且无歧视，构建多元包容团队。
- **合规退出**：完善员工退出机制，依法合规处理劳动关系解除事宜，切实保障员工在离职过程中的合法权益。
- **薪酬体系**：建立具有市场竞争力的薪酬制度，落实每年2次的薪酬回顾与调整机制，确保员工收入与企业发展同步增长。
- **多元激励**：实施“物质+精神”双轨激励模型，针对超额贡献与价值创造设立专项奖励，充分激发员工内生动力。
- **规范工时**：严格执行工时管理规定，实行规范化作息制度，确保标准工时与综合工时合规，保障员工休息权利。
- **完善休假**：全面落实国家法定节假日及事假、病假、年休假、婚假、产假、陪产假、哺乳假、丧假等全方位福利假期，支持员工平衡工作与生活。

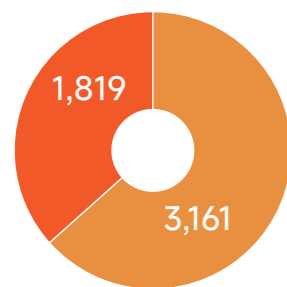
老板电器系统构建《招聘管理制度》《入离职管理制度》《试用期管理制度》等制度体系，每年通过校招、社招、猎头招聘、内部推荐等多种招聘渠道广泛吸纳人才加入公司，为赋能公司长期发展注入强劲实力。

关键绩效：报告期内



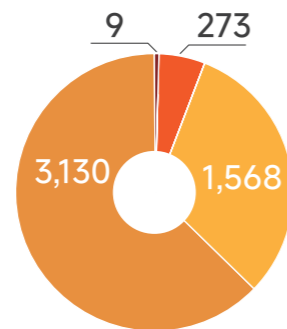
老板电器员工结构

按性别划分的员工结构 (人)



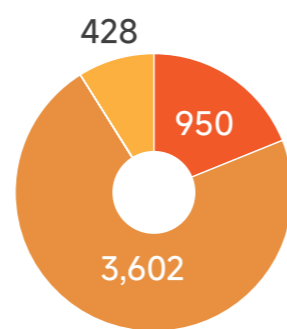
■ 男性 ■ 女性

按学历划分的员工结构 (人)



■ 博士 ■ 硕士
■ 本科 ■ 大专及以下

按年龄划分的员工结构 (人)



■ 30岁以下 (不含30岁)
■ 30-50岁 (含30岁, 不含50岁)
■ 50岁以上

其中女性员工



员工薪酬与福利

公司建立了健全、富有市场竞争力的薪酬福利体系，制定了《薪酬管理制度》《岗位绩效管理制度》等制度文件，确立了“基本工资+绩效奖金+津补贴+加班工资”的多元化薪酬结构，公司将奖金与个人绩效紧密挂钩，有效激发员工潜能与组织活力。

公司建立了科学的绩效管理闭环，涵盖目标设定、过程辅导、考核评价及结果应用。考核结果直接关联薪酬激励，并作为员工晋升、调岗及优胜劣汰的重要依据。为保障评价公正性，公司设有完善的申诉机制：员工若对结果存疑，可优先通过沟通解决；如未达成一致，可在7个工作日内向人力资源部提起正式申诉，提交绩效联合评审小组或经营管理委员会决策，并向申诉人答复最终申诉结果。此外，公司推行常态化绩效沟通机制，落实半年度及年度强制面谈，定期编制并公示面谈报告，促进员工与企业的共同成长。



老板电器绩效考评及辅导反馈会议

在落实严谨绩效考核的同时，公司同样重视员工福利保障工作，制定了《福利管理制度》等制度，持续投入资源优化福利标准，从基础保障延伸至生活关爱，旨在通过这一系列暖心举措，增强员工的获得感、归属感与幸福感，激发团队持续奋斗的内在动力。

老板电器员工福利体系

无忧生活·坚实保障

- **法定与基础：**五险一金、住房补贴、餐饮补贴、高温津贴。
- **通勤与出行：**通勤班车、新员工报到路费报销。

温情关怀·美好生活

- **假期权益：**超长春节假、婚假路程假、丧假路程假、暖心产检假、温暖育儿假、贴心陪伴假。
- **节日与纪念：**节日福利、上市纪念日特别奖金、生日积分。
- **生活悦享：**工间能量包、持续改善积分、员工社团、部门团建、产品内购折扣、合作商户消费打折。

健康守护·身心呵护

- **多维保险：**商业保险、住院医疗互助金、高端医疗险。
- **健康服务：**年度健康体检、健康讲座、中医理疗、口腔医疗服务、健身设施。

赋能成长·荣耀时刻

- **人才培养：**板栗学堂(E-learning)、专业分学院、企业图书馆、专项培训计划、外派培训。
- **人才认定：**杭州市/临平区高层次人才、四项人才、应届大学生、技能人才、高水平工程师认定支持。
- **荣誉表彰：**星光荣耀榜（老虎钳精神奖、金牛奖、创新奖、优秀团队奖、季度标杆、季度三星文化员工、优秀党员/党务工作者、工匠精神突出贡献奖、十佳青年标兵/新秀、三八红旗手）。



老板电器
派发上市纪念日
红包



员工
商业保险福利

民主管理

老板电器重视与员工的交流和沟通，致力于构建开放、平等的职场环境。在组织治理层面，公司确立了以工会、职工代表大会及企业劳动争议调解委员会为核心的民主管理架构，切实保障劳动关系和谐稳定。在此基础上，公司搭建多维度的沟通矩阵：一方面，创新设立“老虎钳大会”“老夏私房菜”“何总调味时光”等管理层面面对面交流渠道，有效拉近组织距离；另一方面，报告期内严格执行每季度工会小组长会议机制，并组织召开2次员工代表座谈会，辅以常态化设置的意见箱及数字化线上平台，确保员工诉求畅通无阻。通过上述举措，公司实现了从“倾听、回应”到“落实、反馈”的闭环管理，确保员工建议能够转化为实质性的管理改善，形成良性互动的内部沟通循环。



员工代表座谈会



上海老板工会会员大会

老板电器员工沟通交流渠道

老虎钳大会

“老虎钳大会”是公司构建的员工与高层直接对话的重要平台，旨在促进组织内部的信息透明与战略共识，以总裁为核心的高管团队通过定期开放对话，向全员清晰传递公司重大战略、关键决策及其深层意义。在这一双向沟通机制下，员工不仅能深入理解公司发展方向，亦可直接反馈见解与建议，推动上下同频、共识凝聚，实现个人与组织的协同成长。

老夏私房菜

以非正式聚餐的形式，定期邀请高层与季度优秀员工展开轻松深入的交流。

何总调味时光

围绕业务发展、烹饪信仰等议题组织高层对话，持续促进上下同频与共识凝聚。



老虎钳大会



高管与员工座谈会

2025年，公司持续深化员工倾听机制，开展全员敬业度与满意度调研，搭建多元反馈渠道，广泛吸纳员工诉求，本次调研共回收有效问卷4,744份及改进建议6,107条。调研结果显示，组织氛围持续向好，员工敬业度与满意度表现突出：员工敬业度提升至90.75%，较2024年的87.52%实现显著增长，彰显了员工对公司发展的认同感与投入度持续提升；员工满意度稳定在88.78%的高位水平，充分体现了公司在员工关怀与管理优化方面的成效。针对调研收集的各类反馈意见，公司已启动系统性分析工作，同步开展专项改善行动，聚焦组织机制完善、人才发展赋能、文化氛围营造等核心维度，制定针对性提升计划，切实将员工诉求与建议转化为优化管理体系、激发组织内生动力的高效举措，推动员工与公司协同发展。

此外，为强化员工关怀与发展的责任落实，公司将员工敬业度指标纳入总裁及人力资源总监的绩效考核体系，进一步压实管理层对员工发展的责任。

关键绩效：报告期内

公司敬业度与满意度调研共回收
4,744份

员工敬业度为
90.75%

6.2 员工培训与发展

人才是企业发展的活力源泉。老板电器始终将员工成长发展置于战略高度，坚信每一位员工的成长都与企业的未来紧密相连、同频共振。公司致力于构建系统化、分层分类的培训发展体系，打造多元化职业成长通道，让员工在持续学习中提升专业能力，在实践磨砺中拓展职业边界，真正实现个人价值与企业战略目标的双向奔赴、共生共荣。

治理

公司建立健全人才发展制度体系，制定《人才发展管理制度》《学习发展管理制度》《外派培训管理办法》《内训师管理与课酬管理办法》等制度文件，覆盖人才选育用留全周期管理。在组织保障层面，公司总裁直接领导人才发展工作，人力资源本部统筹战略制定与执行落地；下设组织与人才发展部，专责人才梯队建设、晋升通道设计及绩效评估优化；同步设立老板大学，系统打造学习型组织，以组织能力持续提升支撑内部人才梯队的健康生长。

战略

公司高度关注业务增长对人才供给的影响，通过完善人才顶层设计，将员工成长转化为推动技术创新与制造升级的正向驱动力。公司建立了动态人才盘点与任职资格复评机制，通过“活水计划”内部竞聘与能上能下的职级调整，有效降低人岗错配带来的经营风险。同时，公司积极捕获数字化转型机遇，利用“板栗学堂”与智能化手段降低知识生产成本，并凭借职业技能认定制度打通激励路径，将人才潜力转化为可持续的竞争优势。

面向2025年，老板电器以“再造一个新组织”为战略远见，系统重塑人才发展生态，致力于构建年轻活力、专业敬业、包容多元的组织新范式。公司坚信唯有打破成长桎梏、激活个体价值、凝聚多元力量，方能在时代变革中持续领跑。

老板电器人才发展战略图



影响、风险和机遇管理

公司高度重视人力资源管理风险与机遇识别工作，建立了常态化的评估机制。在2025年风险评估中，员工培训与发展被识别为重点关注议题（详见ESG管理章节重要性议题分析表）。对此，公司系统梳理人才流失现状与趋势，深入分析流失特点及根本原因，通过统筹管理，近年来公司员工流失率呈连续下降趋势。

指标与目标

2025年，公司根据发展规划和业务实际情况，研究制定了员工培训与发展的目标。

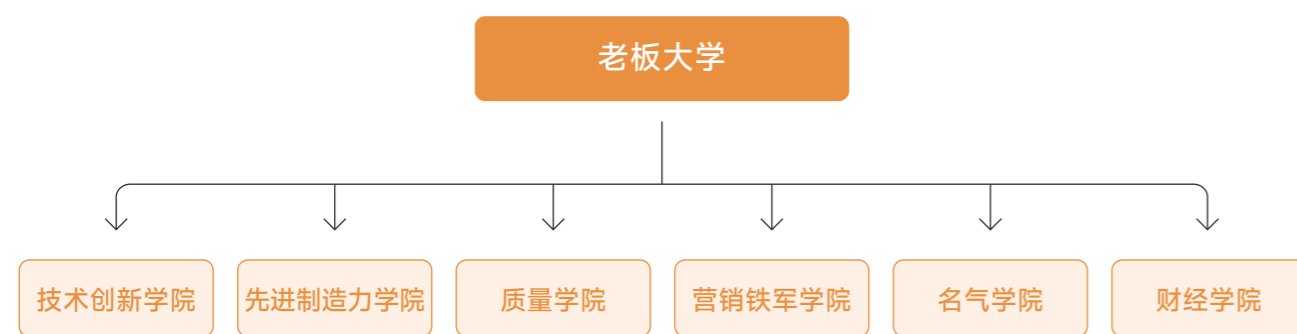
指标	2025年目标	达成情况
在线学习库建设	课件不低于 5,000 份	5,904 份
板栗学堂活跃度	95%	95.08%
员工年度人均在线学习时长	不低于 24 小时	24.67 小时

在落实目标过程中，公司不仅通过内外部培训资源拓宽员工战略视野，更积极推进数字化学习平台建设，利用新一代信息化技术提升知识转化效率，形成“沉淀—学习—考核—应用”的闭环。同时，公司构建了M、P、O三类职业发展通道与“活水计划”，并完善技能人才自主认定机制，通过持证激励与专业评审，确保人才评价的公平与活力，为企业的可持续成长提供坚实的人才保障。

培训体系

老板电器积极完善人才培养顶层设计，依托“老板大学”构建起多层次、全覆盖的职能赋能体系。老板大学下设技术创新学院、先进制造力学院、质量学院、营销铁军学院、名气学院及财经学院共6家分学院，实现了从技术研发到生产制造、质量管理及营销财务的全业务链条覆盖。为精准支持不同梯队人才的成长需求，公司通过开展“超级公开课”“常青藤计划”“柠檬计划”及“蓝鲸计划”等核心人才项目，持续深化人才梯队建设，为公司的可持续发展储备战略性人才资源。

老板电器人才培养组织架构



案例：蓝鲸计划第111期培训

蓝鲸计划旨在帮助社招新员工快速适应环境，深入了解公司制度、常用流程及企业文化。2025年9月，公司开展了为期2天的蓝鲸计划第111期培训，课程设置涵盖了从品牌战略到个人成长的全方位赋能。在培训过程中，学员通过《享受创造》等课题，深度研读品牌内涵与公司战略发展规划；同时，围绕《烹饪全链路解决方案》进一步强化对产品的认知。为了促进文化融入，项目特别设计了“寻味老虎钳”小组共创、文化展示以及“我为同学做顿饭”等特色互动环节，并引入湖州实训轮岗介绍，帮助学员在实践中体悟企业精神。



通过蓝鲸计划的系统化引导，新员工得以建立起跨部门的沟通协作基础，明确个人在组织中的发展路径，从而大幅缩短了入职适应期。

内外部培训

老板电器高度重视内部知识传承与讲师队伍建设，通过系统化的赋能机制打造专业化培训团队。公司为培训师提供全方位的能力成长支撑，鼓励其参加行业学习以丰富知识体系，并通过多样化的内外训课程提升培训技巧。为确保教学内容贴近市场，公司推行每周不少于2天的驻店实践制度，并实施季度课程认证与阶梯课时薪酬激励，激发讲师的专业积极性。

在内训师团队管理方面，公司构建了常态化的学习与评估机制。通过每月至少一次的线下交流学习会、外请专家专项赋能以及组织游学活动，持续拓宽内训师的视野与专业能力。同时，公司定期通过《内训师课程学习报告》对讲师表现进行深度复盘，针对授课技巧、教学对象分析及课件二次开发等核心维度提供个性化改善建议，助力讲师攻克教学枯燥、互动不足等痛点。



公司内部讲师培训

此外，除了构建扎实的内部培训体系，公司亦积极拓展外部培训资源，持续拓宽人才战略视野与专业边界。

报告期内公司开展的部分外部培训



创新培训：数字化学习平台

老板电器持续深化数字化学习平台建设，为员工打造便捷高效的学习生态。板栗学堂作为面向全体在职员工的免费线上学习阵地，汇聚海量案例与知识资源，支持员工随时查询、获取及储存学习内容，夯实自主学习基础。

2025年起，公司深化平台应用，通过“技术诀窍智能化内生项目”引入数字化制课与出题功能，将传统的文档高效转化为高质量视频微课，在制课与考核环节累计节省人力约60个工作日，显著提升了知识生产效率。目前，平台已沉淀生产技术诀窍2,520项，首批上线115门课程覆盖工艺、设计、制造与设备的智能化课程，配套756个数字化生成的题库，核心受众学习覆盖率达83.33%，员工累计学习时长1,775小时。通过数字化学习平台与OA台账的联动，公司构建了“沉淀—学习—考核—应用”的全流程闭环管理模式，促进知识高效传承与业务价值转化，以数字化手段赋能人才发展与可持续成长。

晋升发展

老板电器秉持内生型人才发展策略，构建起 M（管理）、P（专业）、O（操作）三条互通的职业发展通道，并全面推行能上能下的职级管理模式。公司基于教育背景、绩效及能力维度建立严谨的任职资格标准，通过每年两次职级晋升及年度人才盘点，确保人才评价的专业化与公平公正。

此外，为优化人才配置，公司启动“活水计划”建立内部人才流动市场，允许在岗满1年的员工主动发起竞聘，并建立闭环反馈机制，通过钉钉问卷收集员工对评审过程的意见以持续优化制度。

完善技能人才自主认定与晋升

老板电器积极开展职业技能等级自主认定，为一线员工开辟清晰的晋升通道。2025年，公司组织钳工工种等级认定，涵盖中、高级两个级别，通过由内部专家组主导的“理论测评+实操鉴定”模式，重点考核员工解决生产难题的实效能力。

公司打通了“评价—持证—使用”的激励闭环，认定合格者可直接享受技能津贴，实现“技高者多得”。这种标准化的认定机制不仅完善了技能人才体系，更让基层技术人员预见明确的成长空间，有效激发了产业工人的技术钻研热情与内生动力。

6.3 安全生产与健康

安全生产与职业健康是公司发展的根基，也是老板电器对每一位奋斗者的郑重承诺。2025年，公司持续深化安全管理体系建设，以制度规范行为，以培训提升意识，将安全理念融入生产运营的每一个环节。从重点岗位的专项复训到覆盖全员的线下培训，从职业健康体系的持续优化到安全目标的全面达成，为员工构筑坚实可靠的安全防线。

安全生产

老板电器将安全生产责任作为企业运营的基石，以系统化风险评价与防控为核心抓手，全面推进安全生产文化建设。公司严格遵循《中华人民共和国安全生产法》《生产安全事故应急条例》等法律法规，并建立起包括《各级组织及人员安全管理职责》《重大事故隐患判定标准》《危险作业安全管理标准》在内的完整制度体系。通过设立应急管理委员会与专项工作组，公司层层压实安全责任，推动管理制度有效落地，系统防控安全风险，最大限度预防事故，切实保障人员、资产与企业运营安全。报告期内，公司未发生任何火灾、爆炸、化学品中毒等安全事故，工伤导致的死亡人数为零。

2025年老板电器安全生产管理与应急体系

安全检查与隐患整改



- **完善风险监测机制：**执行定期EHS专项检查，并在生产现场部署安全隐患上报渠道，支持员工主动识别并反馈安全风险，实现风险信息的全面收集。
- **闭环治理安全隐患：**持续开展隐患排查工作，对发现的问题落实及时整改措施，确保生产环境的安全性。

应急管理能力建设



- **优化制度科学性：**更新应急管理考核标准与安全生产事故应急预案，重点通过修订隐患类别，提升管理体系的指导意义与实际操作性。
- **强化专项演练能力：**组织覆盖突发事故疏散、消防救援、有限空间及特种设备等多个领域的专项演练，检验并提升对各类危险作业及突发事件的应对水平。
- **迭代应急预案体系：**开展安全生产主题月、技能比武等活动，通过模拟事故现场的实战化环节，持续优化并完善应急响应预案。



老板电器年度安全生产目标	达成情况
工伤事故0次	已达成
火灾事故0次	已达成
中毒事故0次	已达成
安全培训覆盖率100%	已达成
安全隐患整改率100%	已达成

安全培训

公司构建全方位、多层次的安全生产培训体系，多措并举强化全员安全意识、提升岗位安全履职能力，筑牢企业安全生产防线。公司常态化组织日常岗前培训，夯实新员工岗位安全基础，帮助其快速掌握岗位安全核心要求；同时定期开展月度安全专项培训，覆盖各作业部门、实验室及行政部，培训主题丰富多元，涵盖节前安全培训、复工安全培训、环保专项培训、消防安全专项培训、电气安全专项培训、粉尘防爆安全专项培训、化学品安全专项培训等，实现各岗位、各场景安全培训全覆盖。在此基础上，公司采取线上线下相结合的方式，定期组织重点岗位人员参加安全生产培训。针对危险性较高企业的重点岗位人员，公司额外组织开展专项复训并配套安排考核，确保参训员工持续熟练掌握安全知识与操作要求，切实将安全培训成效转化为安全生产保障能力。

案例：部门安全生产培训

2025年3月13日，生产二部组织生产系统员工专项培训，围绕环保安全、消防安全规范、化学品安全应知应会、劳动防护用品佩戴标准、手持电动工具管理规范及现场基础管理等核心内容，覆盖多名一线员工，实现生产系统相关岗位人员全覆盖。本次培训采用线上线下授课模式，兼顾理论讲解与现场互动，助力员工直观掌握安全操作准则，厘清日常作业中易忽视的安全细节、明确风险防控要点。公司通过开展此类常态化线下安全培训，持续强化员工安全合规意识，推动安全操作理念融入日常作业全过程、转化为岗位行为习惯，为车间现场规范化管理、生产安全风险防控筑牢基础，切实履行安全管理责任，保障员工作业安全与企业安全生产稳定运行。

案例：参与浙江省安全网络学院“企业百万员工安全大培训”

2025年3月，公司组织危险性较高、重点岗位的相关员工60余人参与了“企业百万员工安全大培训”，内容紧扣岗位安全知识与操作规范，参训员工均顺利通过考核，确保培训成效落地。本次线上培训有效巩固了员工岗位必备的危险品管理、应急处置等专业知识，进一步深化了员工对安全生产重要性的认知，夯实了岗位安全履职基础。



60余人
参与了“企业百万员工安全大培训”



职业健康

公司严格遵循《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》等法律法规要求，构建系统化的职业健康管理体系。公司制定并持续完善《职业病管理标准》《职业病危害监测及评价管理制度》等一系列内部制度，覆盖危害监测、警示告知、应急响应、项目申报、健康检测及防护设施管理等关键环节。该体系已通过ISO 45001职业健康安全管理体系认证，标志着公司在职业健康风险的制度化、流程化管控方面已达到国际标准，切实履行对员工职业健康的主体责任。报告期内，公司未因违反职业健康与安全相关法律法规受到处罚。



ISO 45001职业健康安全管理体系认证



老板电器年度职业健康目标	达成情况
职业禁忌及时调岗率100%	已达成
转岗（含三天以上的借调）安全培训实施率100%	已达成
一线员工岗前体检率100%	已达成
一线员工离岗职业卫生手续齐全率100%	已达成
职业病事件发生0件	已达成

职业危害识别与透明化管理

公司建立了系统化的职业病危害因素识别机制，涵盖物理因素（噪声、辐射等）、粉尘类（玻璃棉、电焊烟尘等）及化学物质类（苯系物、醇类、丙烯酸等）等主要风险点。公司每年委托专业第三方机构开展职业危害因素监测，确保监测结果合规上报监管部门并记入卫生管理台账。为保障员工的知情权，公司通过车间告示及传阅等方式，实时向岗位人员公开危害因素浓度值及防护措施，实现风险信息的透明化披露。

职业危害防护

针对监测反馈的重点风险，公司采取“源头控制+个体防护”的组合策略。公司重点开展了噪声危害治理，通过设备更新和工艺优化，从物理源头降低噪声污染，并给相关岗位员工配发3M防噪声耳塞等高性能防护用品。此外，公司坚持预防为主，通过定期组织职业病防治专项培训及年度职业病专项体检，动态跟踪员工健康状况，确保职业健康保障措施落实到位。

心理健康关怀

公司将健康保障范畴由身体机能延伸至心理维度。通过设立员工关系专岗、拓宽多渠道沟通平台，公司建立了动态的员工心理状态监测与反馈机制。在赋能层面，公司引入互动式心理健康课程，利用案例讲授与学员互动，激发员工在在职场心理建设中的积极性，构建起覆盖身心全方位的健康服务体系。

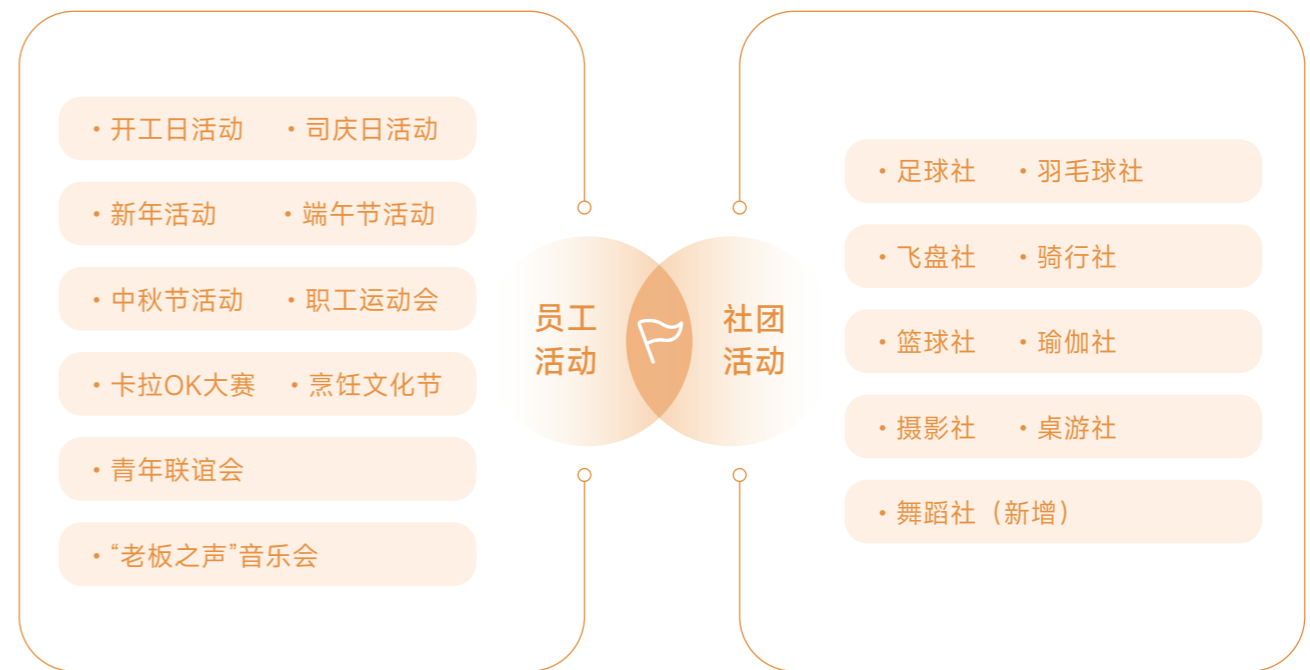
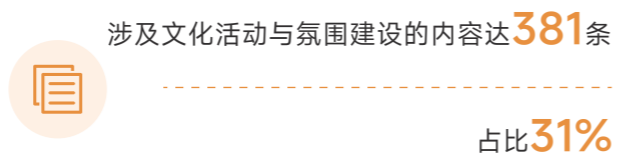
6.4 员工关爱与团结

老板电器致力于打造温暖、包容且充满活力的职场家园，切实筑牢女性员工特殊权益保护防线，并深化常态化困难职工帮扶机制，精准响应并解决员工的“急难愁盼”诉求。为倡导工作与生活的平衡，公司系统性搭建了全方位的员工关怀体系：在组织层面，定期开展节日庆典与不仅限于形式的激励性文体竞赛；在员工层面，大力赋能兴趣社团建设，通过支持纳新、专项培训及主题聚会，持续丰富员工业余生活。上述多维举措有效营造了互助互爱、团结向上的组织氛围，在促进员工交流与成长的同时，显著增强了企业的凝聚力与员工的归属感。

丰富员工活动

公司高度重视员工文化活动建设，致力于打造多元包容、充满活力的组织氛围。2025年，公司主导开展各类文化活动59场，并辅以223场“老板圈圈”社团活动，实现了全员全场景覆盖。公司通过“司庆日”“攻坚日”“2025老板烹饪节”线上综艺IP《去你家吃饭好吗》及“快乐星期六免单计划”等多元载体，将烹饪信仰融入日常；同时借力开工日“新年幸运锦鲤”及收官作“乘风2026：我的年度之味”，以饮食记忆为纽带强化情感联结，持续夯实互信、温暖的组织氛围。

公司深度的文化投入获得了员工的高度认可与积极回应。数据显示，2025年度文化活动满意度高达94.89%，较2024年提升2.5个百分点。在年度敬业度调研收集的1,260条正向反馈中，涉及文化活动与氛围建设的内容达381条，占比31%，位居各维度之首。这一结果有力印证了“吃的人有回应，做的人有满足”的良性互动，标志着公司已成功构建出一场全员共创、饱腹感满满的文化盛宴。



案例：以技艺致敬匠心——第十六届厨艺大赛诠释“享受创造”

2025年第十六届厨艺大赛以“越烹饪·越享受”为核心主题，旨在通过高水平的技能切磋，进一步深化“享受创造”的企业文化内涵，激发员工对烹饪艺术的热爱与钻研，营造热爱厨房、热爱生活的组织氛围。本届大赛在赛制设计上进行了全面升级与细化，保留并优化了中式面点、冷烹饪、煎炒炸、焙烤、蒸煮炖五大专业赛道，为不同特长的员工提供了广阔的展示舞台。选手们以精湛的技艺与创意的表达，呈现了一场视觉与味觉的盛宴。



关爱女性员工

2025年，公司持续深化对女性员工的关怀，围绕身心健康、兴趣培养与情感连接等多个维度，开展了一系列精准、温暖且形式丰富的专项活动。公司积极回应女性员工在健康、成长与生活品质方面的多元需求，持续营造包容、支持、赋能的组织氛围，助力每一位女性在职场与生活中自信成长、从容绽放。



“巧手生花·悦享生活”

“巧手生花·悦享生活”插花活动以花为媒，吸引了超过80位女性员工积极参与。大家在亲手创作与交流分享中，不仅陶冶了情操、舒缓了身心，也展现出积极向上的精神风貌与艺术追求。



“关爱女性·健康同行”

“关爱女性·健康同行”健康服务持续升级。2025年，公司与临平区妇幼保健院联合打造“国医养国娃”健康嘉年华，整合多学科专家资源，聚焦“科学减重”“乳腺保健”等女性关注议题，通过义诊、筛查、讲座与体验相结合的形式，为超过百名女职工提供贴心、专业的健康支持，切实提升员工的健康意识与自我管理能力和。



“瑜伽圈圈”

“瑜伽圈圈”社团持续稳定开展活动，全年累计活动近50次，成为女性员工舒缓压力、调节身心的常态化“能量站”。今年新成立的“舞蹈圈圈”社团，则以古典舞等形式，帮助女性员工在韵律中提升气质、增强自信，进一步拓宽了展现自我、丰富精神生活的平台。



帮助困难员工

2025年春节期间，公司聚焦困难员工群体，精准开展帮扶救助工作，以实际行动传递组织温暖、筑牢员工权益保障防线。针对33名面临生活困境的员工，公司精准投放总计11.8万元慰问金，切实纾解员工们的经济压力，让困难员工真切感受到公司帮扶的实效性与针对性。同时，公司高度关注身患重病的同仁，始终将员工身心健康放在重要位置。报告期内，公司划拨11万元专项医疗救助金，切实减轻患病员工医疗支出负担，助力患病员工安心接受治疗、渡过难关。

当员工遭遇生活困境、身体变故等突发状况时，公司主动作为、精准发力，以实打实的经济帮扶解决员工实际难题，将守望相助的企业温情传递至每一位困境员工手中，既彰显了企业的责任与担当，也进一步增强了员工的归属感与幸福感，推动形成企业与员工共生共荣的良好局面。

6.5 行业合作与发展

公司坚持以开放协同推动创新，通过深化产学研深度融合、主动融入行业发展生态、积极参与标准体系建设三大举措，系统性提升企业自主创新实力，为行业高质量、可持续发展注入持久动力。公司与江南大学、中国计量大学等国内知名高校建立长期稳定的深度合作关系，联合组建专业化研发团队，聚焦智能油烟识别等行业关键核心技术开展定向攻关，高效推动多项前沿技术成果实现工程化转化与产业化落地，切实将科研优势转化为市场竞争力与行业引领力。

在行业生态共建方面，公司积极参与浙江省“十链百场万企”系列对接活动、2025中国国际大数据产业博览会等高水平行业盛会，与业内权威专家、骨干企业深入交流技术发展趋势与质量管理经验，拓宽创新视野；同时，公司定期牵头举办供应链技术研讨会，联动上下游合作伙伴凝聚创新共识、共享技术资源，协同推动智能厨电领域技术迭代升级与产业协同发展。在标准引领层面，公司主动承担行业责任，积极投身国际标准提案、国家标准、行业标准及团体标准的制修订工作，以标准规范引领行业技术进步，完善产业发展体系，助力构建健康有序、协同共赢的产业生态。



参与标准制定

截止2025年年底，

公司共累计参与标准制定**165**项，主持标准制定**46**项，其中国际标准提案**2**项、国家标准**6**项、行业标准**3**项、团体标准**35**项；

参与标准制定**119**项，其中国家标准**52**项、行业标准**17**项、团体标准**50**项，技术成果转化率行业领先。



浙江省“十链百场万企”系列对接活动之“智能+制造”专场活动暨新一代信息技术赋能制造业试点启动会

案例：促进行业数智化转型：入选国家首批高质量数据集建设试点

2025年8月，公司的《厨电行业高质量数据集建设》项目成功入选国家首批高质量数据集建设先行先试试点名单，成为厨电行业首个且唯一入选的国家试点单位，也是全国工业制造领域15家入选企业之一。

作为该试点单位，公司立足行业责任，在推进自身数字化转型的同时，重点推动行业数据生态共建。未来，公司将联合行业协会与科研机构，推动企业数据建设经验向行业标准转化，参与制造业数据标准制定，助力实现厨电行业数据互联互通，为“数据要素×实体经济”提供可复制、可推广的“厨电经验”，以协同合作赋能行业高质量发展。



6.6 社会公益与慈善

公司始终坚持主动担当、规范运营，积极履行企业社会责任，通过搭建专业化公益平台、完善制度体系，推动公益慈善工作常态化、系统化发展。为此，公司成立杭州市临平区老板电器公益慈善基金会，作为统筹推进各类公益慈善项目的核心载体，实现公益资源的集中整合与高效调配。为确保基金会运营规范、公益项目落地有序、捐赠流程合规透明，公司结合公益慈善工作实际需求，系统性制定了配套管理制度，包括《杭州市临平区老板电器公益慈善基金会章程》《杭州市临平区老板电器公益慈善基金会慈善公益项目管理制度》《老板电器公益慈善基金会捐赠管理制度》等一系列规范性文件，为后续各类公益慈善项目的有序开展筑牢基础，以务实举措彰显企业的社会责任与担当。

公司坚持“科技+人文”双轮驱动，将主业能力转化为社会价值。在共同富裕领域，“暖厨计划”与“靓厨行动”已累计为近7,000户困难家庭免费更新厨房设备，完成300余间低保家庭厨房改造，2025年共帮扶“暖厨计划”2,755户、“靓厨行动”52户，累计捐赠设备物资价值约1,200万元。在文化教育领域，公司联合浙江省青少年发展基金会启动“食育启航计划”，计划五年内建设不少于500所食育教学基地，以烹饪教育赋能中小学劳动教育体系建设。在社区服务领域，公司聚焦老龄化社区居家安全需求，在凉城、曲阳等街道开展“公益服务管家”项目，为2,200户家庭提供免费厨房安检与设备清洗服务，建立120户独居老人长期关怀档案，联合消防部门举办24场安全知识讲座，覆盖居民2,100人次，形成“服务+教育”的社区参与模式。

案例：从灶台到社区：以专业服务守护银发厨房安全

针对老龄化社区“厨房安全隐患多、独居老人照护缺位”痛点，老板电器上海子公司设计“服务+教育”双轮驱动模式：

服务

+

教育

联合街道居委会建立**120**户独居老人动态档案，每月上门探访并协助申请适老化改造补贴；

联动消防部门开发“隐患找茬”互动课程，以场景化体验替代单向宣讲，覆盖居民超**2,000**人次；

培训服务人员使用“慢语速、通俗化”沟通技巧，确保老年群体有效接收信息。

项目为**2,200**户家庭提供免费安检与清洗服务，居民满意度达**98%**，为社区公益服务的可持续运营提供实践样本。

案例：连获省市级慈善殊荣，以专业优势深化公益实践

2025年“中华慈善日”期间，公司公益贡献获多方认可。



公司荣获浙江省公益慈善领域政府最高奖——第八届“浙江慈善奖”机构捐赠奖；



蝉联“2025杭州市上市公司ESG战略慈善影响力先锋20企业”；



同时，公司完成第三届总额**5,000**万元留本冠名基金捐赠，延续对慈善事业的长期承诺。



案例：从厨房到课堂：以新一代信息技术赋能青少年食育教育

2025年5月29日，在杭州举办的中国陶行知教育研讨会上，公司与杭州市行知小学联合发布食育创新成果《浙味童年》，并向陶行知教育联盟37所成员学校捐赠首批图书，以校企协同模式推动青少年食育普及。



自2016年率先布局食育领域以来，公司历经九年深耕，构建起完整的食育实践体系，目前已在全国建成**42**个食育实践基地，累计为**20**余万青少年提供沉浸式食育体验；

杭州总部全球烹饪艺术中心年接待量突破**5**万人次，成为特色研学阵地，2025年获评**杭州市级基层特色人文空间**；

2024年推出的“**食神**”，构建系统饮食知识网络，为食育教学提供智能化支撑，实现了新一代信息技术与传统饮食文化、食育教育的创新融合。

ESG 数据表和附注

经济绩效

指标	单位	2023 年	2024 年	2025 年
营业收入	万元	1,120,189.58	1,121,265.42	1,011,606.94
资产总额	万元	1,677,953.13	1,704,325.83	1720,806.31
归属上市公司股东净利润	万元	173,278.93	157,740.06	125,587.98
基本每股收益	元 / 股	1.83	1.67	1.33
现金分红总额（含税）	元	944,094,916	944,533,116	944,938,916

治理绩效

反商业贿赂及反贪污

指标	单位	2023 年	2024 年	2025 年
员工接受反商业贿赂及反贪污相关培训的平均小时数	小时	5.55	8.00	9.00
反商业贿赂及反贪污培训覆盖的员工比例	%	100.00	100.00	100.00
董事接受反商业贿赂及反贪污相关培训的平均小时数	小时	29.00	30.00	35.00
反商业贿赂及反贪污培训覆盖的董事比例	%	100.00	100.00	100.00
反商业贿赂及反贪污培训覆盖的管理层员工比例	%	100.00	100.00	100.00
反商业贿赂及反贪污相关培训次数	次	11	10	10
反商业贿赂及反贪污诉讼事件数	件	0	0	0
员工举报的商业贿赂及贪污事件数	件	8	10	9

反不正当竞争

指标	单位	2023 年	2024 年	2025 年
报告期内因公司不正当竞争行为导致诉讼或重大行政处罚的涉案金额	万元	0	0	0

环境绩效

环境管理

披露项	单位	2023 年	2024 年	2025 年
年度环保投资支出	万元	935	830	60
环保运营费用	万元	-	-	620
总费用	万元	935	830	680
向员工开展环境培训次数	次	12	12	10
因违反环境保护法律法规而受处罚的事件数	件	0	0	0
报告期内因环境事件受到生态环境等有关部门重大行政处罚的处罚金额	万元	0	0	0

能源使用

指标	单位	2023 年	2024 年	2025 年
直接能源用量	兆瓦时	56,111.54	52,519.19	56,868.56
天然气用量	立方米	4,335,200.00	4,080,000.00	4,400,000.00
移动源汽油用量	吨	25.41	25.99	24.66
移动源柴油用量	吨	94.22	88.48	82.27
光伏发电容量	兆瓦	10.01	10.01	10.02
光伏发电总量	兆瓦时	7,757.32	6,989.00	7,943.60
间接能源用量	兆瓦时	52,842.33	48,344.89	47,356.40
外购蒸汽用量	吉焦	8,794.50	7,214.00	2,340.00
外购电力用量	兆瓦时	50,399.41	46,341.00	46,706.40
清洁能源用量	兆瓦时	54,638.90	51,110.80	55,525.20
按能源类型分类的清洁能源用量：天然气	立方米	4,335,200.00	4,080,000.00	4,400,000.00
按能源类型分类的清洁能源比例：天然气	%	85.80	86.33	85.70
按能源类型分类的清洁能源用量：太阳能	兆瓦时	7,757.32	6,989.00	7,943.60
按能源类型分类的清洁能源比例：太阳能	%	14.20	13.67	14.30
综合能源消耗量	兆瓦时	108,953.87	100,864.08	104,224.96
综合能源消耗强度 ¹	兆瓦时 / 百万元	9.73	9.00	10.30
向员工开展节约能源培训次数	次	-	-	12

注：

[1] 本年度综合能源消耗强度较上一年度有所上升，主要是由于报告期内公司新建大楼投入使用，增加了综合能源消耗总量，叠加当期营业收入规模同比下降，共同导致指标上升。

水资源利用

指标	单位	2023 年	2024 年	2025 年
总取水量 ¹	立方米	683,068.00	683,418.00	719,048.00
总排水量	立方米	603,124.00	483,206.00	609,202.00
总耗水量 ²	立方米	79,944.00	200,212.00	109,846.00
耗水强度	立方米 / 万元	0.07	0.18	0.11
循环水总量	立方米	20,658,846.00	19,384,983.88	18,566,720.00
向员工开展节水管理的意识培训次数	次	-	-	12

注:

[1] 公司取水来源均为市政用水。

[2] 公司总耗水量 = 总取水量 - 总排水量。

温室气体排放

指标	单位	2023 年	2024 年	2025 年
范围一温室气体排放量 ¹	吨二氧化碳当量	10,045.26	9,187.45	9,851.05
范围二温室气体排放量 ²	吨二氧化碳当量	28,293.95	25,660.12	25,039.82
温室气体排放总量	吨二氧化碳当量	38,339.21	34,847.57	34,890.87
百万营收温室气体排放强度	吨二氧化碳当量 / 百万元	3.42	3.11	3.45

注:

[1] 范围一温室气体排放量包括天然气、汽油和柴油消耗产生的直接温室气体排放，根据排放因子法计算。排放因子及相关参数来自《中国能源统计年鉴》(2022)、《省级温室气体清单编制指南(试行)》(2011)和《陆上交通运输企业温室气体排放核算方法与报告指南(试行)》(2015)。温室气体种类包括 CO₂、CH₄ 和 N₂O，温室气体当量选取 IPCC AR6 GWP 百年平均值 (GWP 100) 计算。

[2] 范围二温室气体排放量包括外购电力、外购蒸气消耗产生的间接温室气体排放，根据排放因子法计算。其中，外购电力温室气体排放因子，2023 年采用《生态环境部、国家统计局关于发布 2021 年电力二氧化碳排放因子的公告》中浙江省省级电力平均二氧化碳排放因子，2024 年采用《关于发布 2022 年电力二氧化碳排放因子的公告》中全国电网平均排放因子，2025 年采用《关于发布 2023 年电力二氧化碳排放因子的公告》中全国电力平均二氧化碳排放因子；外购蒸汽温室气体排放因子来自中国发改委《工业其他行业企业温室气体排放核算方法与报告指南(试行)》(2015)。

排放与废弃物管理

指标	单位	2023 年	2024 年	2025 年
废气排放总量	立方米	1,608,900,000.00	1,512,100,000.00	1,748,180,000.00
废气中颗粒物 (PM) 排放量	吨	1.29	1.25	1.69
废气中硫氧化物 (SO _x) 排放量	吨	0.13	0.12	0.17
废气中氮氧化物 (NO _x) 排放量	吨	6.21	6.01	8.18
废气中挥发性有机物 (VOCs) 排放量	吨	1.30	1.10	1.06
废水总排放量	立方米	603,124.00	483,206.00	548,368.00
工业废水排放量	立方米	297,246.00	195,559.00	211,922.00
生活废水排放量	立方米	323,878.00	287,647.00	336,446.00
废水中化学需氧量 (COD) 排放量	吨	2.312	6.320	6.980
废水中氨氮 (NH ₃ -N) 排放量	吨	0.028	0.100	0.076
废水中总氮 (TN) 排放量	吨	1.109	3.480	4.160
废水中总磷 (TP) 排放量	吨	0.014	0.044	0.058
无害废弃物总量	吨	31,481.87	28,287.52	29,882.00
无害废弃物强度 (单位营业收入)	吨 / 百万元	2.810	2.523	2.954
按处置方式划分的无害废弃物理量: 回收 / 再利用	吨	30,935.10	27,755.42	29,355.00
按处置方式划分的无害废弃物理量: 焚烧	吨	546.77	532.10	527.00
向员工开展减少废物培训次数	次	-	-	10
有害废弃物总量	吨	353.23	299.49	331.85
有害废弃物强度 (单位营业收入)	吨 / 百万元	0.032	0.027	0.033
按处置方式划分的有害废弃物理量: 回收 / 再利用	吨	39.84	35.29	94.12
按处置方式划分的有害废弃物理量: 焚烧	吨	313.39	264.20	237.73

社会绩效

创新研发

指标	单位	2023年	2024年	2025年
研发费用投入	万元	38,736.94	41,365.94	36,794.99
研发费用占营业收入比例	%	3.46	3.69	3.64
研发人员数量	人	919	893	818
研发人员占比	%	16.76	17.29	16.41
报告期内商标申请数量	件	60	87	45
报告期内商标获批数量	件	15	25	45
报告期内专利申请数量	件	1,530	2,185	1,971
报告期内专利授权数量	件	1,091	1,455	1,577
报告期内应用于主营业务的发明专利授权数量	件	64	321	363
报告期内有效专利数量	件	4,605	5,635	7,134

产品质量

指标	单位	2023年	2024年	2025年
违反产品 / 服务安全健康规定的罚款 / 处罚事件	件	0	0	0
因安全健康原因需回收的已售 / 已运送产品件数	件	0	0	0
产品 / 服务安全质量重大责任事故损害金额	万元	0	0	0

用户服务

指标	单位	2023年	2024年	2025年
用户满意度	%	98.02	97.80	98.70
用户投诉反馈处理率	%	94.50	96.60	96.90

信息安全与隐私管理

指标	单位	2023年	2024年	2025年
信息安全相关培训次数	次	6	5	4
数据安全违规事件总数	次	0	0	0
员工接受信息安全相关培训的人数	人	3,675	2,970	3,256
数据安全事件涉及的金额	万元	0	0	0
客户隐私泄露事件涉及的金额	万元	0	0	0

员工雇佣

指标	单位	2023年	2024年	2025年
员工人数				
员工总数	人	5,482	5,166	4,980
少数民族员工数量	人	195	189	187
新员工招聘总数	人	-	-	550
内部招聘百分比	%	-	-	8.55
平均招聘成本 ¹	元	-	-	11,282
按性别				
男性员工	人	3,472	3,273	3,161
女性员工	人	2,010	1,893	1,819
女性占STEM职位总数的百分比	%	-	-	28.86
女性在创收职能部门担任管理职位的比例的百分比	%	-	-	33.33
女性占最高管理职位总数的百分比	%	-	-	13.33
女性占初级管理职位总数的百分比	%	-	-	31.78
女性占管理职位总数的百分比	%	-	-	31.63
按雇佣类型				
劳动合同制	人	5,032	4,822	4,612
劳务派遣制	人	450	344	289
按年龄				
30岁以下	人	1,370	1,171	950
30至50岁	人	3,785	3,626	3,602
50岁以上	人	327	369	428

指标	单位	2023年	2024年	2025年
按职能				
生产人员	人	1,850	1,882	1,933
技术人员	人	881	893	714
销售人员	人	1,758	1,621	1,691
财务人员	人	178	187	160
管理人员	人	815	583	482
按管理层级				
基层员工总数	人	5,265	4,941	4,774
中级管理层员工总数	人	182	168	132
高级管理层员工总数	人	35	57	74
按学历				
博士	人	8	3	9
硕士	人	244	262	273
本科	人	1,618	1,558	1,568
大专及以下	人	3,612	3,343	3,130
员工流失				
员工流失率 ²	%	17.79	14.85	13.00
按性别				
男性	%	17.65	15.03	12.66
女性	%	18.03	14.54	13.59
按年龄				
30岁以下	%	24.43	23.96	20.90
30至50岁	%	15.34	12.05	10.62
50岁以上	%	14.84	8.66	13.18
员工雇佣其他指标				
劳动合同签订率	%	100.00	100.00	100.00
社会保障覆盖率	%	100.00	100.00	100.00
员工体检覆盖率	%	100.00	100.00	100.00
接受绩效考核或职业发展考评的员工百分比	%	100.00	100.00	100.00

注：

[1] 平均招聘成本 = 全年的招聘费用 / 全年新进全职工数，即企业为招聘每名新进全职工所花费的平均费用。

[2] 员工流失率 = 报告期内该类别员工流失人数 / (报告期末该类别员工人数 + 报告期内该类别流失员工数) × 100%。

员工培训

指标	单位	2023年	2024年	2025年
接受培训的员工总人数	人	5,482	5,166	4,980
每个全职工用于培训和发展的平均金额	万元	-	-	0.044
员工培训覆盖率 ¹	%	100.00	100.00	100.00
员工培训次数	次	385	397	419
员工培训总支出	万元	135.66	97.99	154.20
员工接受培训的平均小时数 ²	小时	30.79	46.10	32.73
按性别				
男性	小时	28.95	45.67	31.82
女性	小时	33.98	46.85	33.91
按类别				
基层员工	小时	30.76	46.66	32.93
中级管理层员工	小时	33.91	40.91	28.49
高级管理层员工	小时	19.48	13.33	11.83

注：

[1] 员工培训覆盖率 = 接受培训的员工总人数 / 员工总数。

[2] 员工接受培训平均小时数 = 该类别员工接受培训的总时长 / 该类别员工数。

职业健康与安全

指标	单位	2023年	2024年	2025年
职业病风险岗位员工人数	人	1,692	1,873	1,495
职业病发病员工人数	人	0	0	0
职业病禁忌调离率	%	100.00	100.00	100.00
职业性危害因素监测达标率	%	100.00	100.00	91.87
安全生产事故数	起	0	0	0
因工死亡事故起数	起	0	0	0
因工死亡事故人数	人	0	0	0
安全应急演练次数	次	23	27	46
安全培训总时长	小时	16,271.00	21,000.00	21,133.00
安全培训覆盖率 ¹	%	100.00	100.00	100.00
转岗(含3天以上上岗)安全培训实施率	%	100.00	100.00	100.00
员工工伤保险覆盖率	%	100.00	100.00	100.00
员工工伤保险投入金额	万元	194.51	242.39	254.17

注

[1]: 安全培训覆盖率 = 员工安全教育覆盖人数 / 员工总数。

供应商管理

指标	单位	2023年	2024年	2025年
供应商总数	家	329	345	364
本地化供应商数量	家	180	195	209
签署供应商行为准则的供应商总数	家	329	345	364
经评估有重大实际 / 潜在负面影响的供应商数目	家	-	-	0
通过案头评估 / 现场评估进行评估的供应商总数	家	-	-	126
支持实施纠正措施计划的供应商总数	家	-	-	126
参与能力建设项目的供应商总数	家	-	-	115
各主要原材料的采购总量中，经认证部分的采购量占比	%	-	-	37.08
按公司供应商评估制度执行审核的供应商数	家	99	97	364
供应商审核通过率	%	100.00	100.00	98.66

社会公益

指标	单位	2023年	2024年	2025年
社会公益金额	万元	1,529.00	1,453.00	535.00
慈善捐赠金额	万元	413.00	338.00	175.00
乡村振兴投入金额	万元	242.00	317.00	760.00
乡村振兴物资折款	万元	405.60	480.00	1,200.00
乡村振兴惠及人数	人	7,000	8,000	15,000
员工志愿服务人次	人次	231	202	105
开展志愿活动时长	小时	986.50	938.00	272.00

指标索引表

附录二《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第17号——可持续发展报告（试行）》对标索引

披露要求	对应章节
第一章 总则	完善 ESG 管理
第二章 可持续发展信息披露框架	完善 ESG 管理、报告各章节
第三章 环境信息披露	
第一节 应对气候变化	
应对气候变化	应对气候变化
第二节 污染防治与生态系统保护	
污染物排放	严控污染排放
废弃物处理	
生态系统和生物多样性保护	保护生态平衡
环境合规管理	环境合规管理
第三节 资源利用与循环经济	
能源利用	精细能源管理
水资源利用	重视资源利用
循环经济	
第四章 社会信息披露	
第一节 乡村振兴与社会贡献	
乡村振兴	社会公益与慈善
社会贡献	

附录三 GRI 内容索引

使用声明：老板电器在 2025 年 1 月 1 日至 12 月 31 日参照 GRI 标准报告了在此份 GRI 内容索引中引用的信息。
所用 GRI：GRI 1：基础 2021

披露要求	对应章节
第二节 创新驱动与科技伦理	
创新驱动	创新驱动发展
科技伦理	创新驱动发展
第三节 供应商与客户	
供应链安全	负责任供应链
平等对待中小企业	老板电器报告期末未发生应付账款（含应付票据）余额超过 300 亿元或占总资产的比重超过 50% 的情况，且合并报表范围内企业均无需在国家企业信用信息公示系统披露逾期尚未支付中小企业款项信息，因此该议题和公司的相关性较低。
产品和服务安全与质量	全面质量管理、用户服务
数据安全与客户隐私保护	维护信息安全
第四节 员工	
员工	员工权益与福利、员工培训与发展、安全生产与健康
第五章 可持续发展相关治理信息披露	
第一节 可持续发展相关治理机制	
尽职调查	完善 ESG 管理
利益相关方沟通	
第二节 商业行为	
反商业贿赂及反贪污	遵守商业道德
反不正当竞争	
第六章 附则和释义	

GRI 标准	披露项	报告章节	
GRI 2：一般披露 2021	组织及其报告做法	2-1 组织详细情况	走进老板电器
		2-2 纳入组织可持续发展报告的实体	关于本报告
		2-3 报告期、报告频率和联系人	关于本报告
		2-5 外部鉴证	独立审验声明
	活动和工作者	2-6 活动、价值链和其他业务关系	走进老板电器
		2-7 员工	员工权益与福利 员工培训与发展 安全生产与健康 员工关爱与团结 ESG 数据表和附注
	管治	2-9 管治架构和组成	规范公司治理
		2-10 最高治理机构的提名和遴选	规范公司治理
		2-11 最高治理机构主席	规范公司治理
		2-12 在管理影响方面，最高管治机构的监督作用	完善 ESG 管理
		2-13 为管理影响的责任授权	完善 ESG 管理
		2-14 最高治理机构在可持续发展报告中的作用	完善 ESG 管理
	战略、政策和实践	2-16 关键问题的沟通	完善 ESG 管理
		2-22 关于可持续发展战略的声明	完善 ESG 管理
		2-23 政策承诺	遵守商业道德 创新驱动发展 维护信息安全 全面质量管理 用户服务 负责任供应链 员工权益与福利 员工培训与发展
		2-24 融合政策承诺	遵守商业道德 创新驱动发展 维护信息安全 全面质量管理 用户服务 负责任供应链 员工权益与福利 员工培训与发展

GRI 标准	披露项	报告章节	
GRI 2: 一般披露 2021	战略、政策和实践	2-25 补救负面影响的程序	遵守商业道德 创新驱动发展 维护信息安全 全面质量管理 用户服务 负责任供应链
		2-26 寻求建议和提出关切的机制	关于本报告
		2-27 遵守法律法规	详见各报告章节
	利益相关方的参与	2-29 利益相关方参与的方法	完善 ESG 管理
2-30 集体谈判协议		员工权益与福利	
GRI 3: 实质性议题 2021	3-1 确定实质性议题的过程	重要性议题管理	
	3-2 实质性议题清单	重要性议题管理	
	3-3 实质性议题的管理	重要性议题管理	
GRI 201: 经济绩效 2016	201-1 直接产生和分配的经济价值	ESG 数据表和附注	
	201-2 气候变化带来的财务影响和其他风险和机遇	应对气候变化	
	201-3 固定福利计划义务和其他退休计划	员工权益与福利	
GRI 203: 间接经济影响 2016	203-1 基础设施投资和支持性服务	社会公益与慈善	
GRI 205: 反腐败 2016	205-1 已经进行腐败风险评估的运营点	遵守商业道德	
	205-2 反腐败政策和程序的传达及培训	遵守商业道德	
	205-3 经确认的腐败事件和采取的行动	遵守商业道德	
GRI 302: 能源 2016	302-1 组织内部的能源消耗量	ESG 数据表和附注	
	302-4 减少能源消耗量	精细能源管理	
GRI 303: 水资源和污水 2018	303-1 组织与水作为共有资源的相互影响	重视资源利用	
	303-2 管理与排水相关的影响	重视资源利用 严控污染物排放	
	303-3 取水	ESG 数据表和附注	
	303-4 排水	ESG 数据表和附注	
	303-5 耗水	ESG 数据表和附注	
GRI 304: 生物多样性 2016	304-2 活动、产品和服务对生物多样性的重大影响	保护生态平衡	
GRI 305: 排放 2016	305-1 直接 (范围 1) 温室气体排放	应对气候变化 ESG 数据表和附注	
	305-2 能源间接 (范围 2) 温室气体排放	应对气候变化 ESG 数据表和附注	
	305-4 温室气体排放强度	应对气候变化 ESG 数据表和附注	
	305-7 氮氧化物 (NO _x)、硫氧化物 (SO _x) 和其他重大气体排放	ESG 数据表和附注	

GRI 标准	披露项	报告章节
GRI 306: 废弃物 2020	306-1 废弃物的产生及废弃物相关重大影响	严控污染物排放
	306-2 废弃物相关重大影响的管理	严控污染物排放
	306-3 产生的废弃物	严控污染物排放 ESG 数据表和附注
	306-4 从处置中转移的废弃物	严控污染物排放 ESG 数据表和附注
	306-5 进入处置的废弃物	严控污染物排放 ESG 数据表和附注
GRI 308: 供应商环境评估 2016	308-1 使用环境评价维度筛选的新供应商	负责任供应链
GRI 401: 雇佣 2016	401-1 新进员工和员工流动率	ESG 数据表和附注
	401-2 提供给全职员工 (不包括临时或兼职员工) 的福利	员工权益与福利
	401-3 育儿假	员工权益与福利
GRI 402: 劳资关系 2016	402-1 有关运营变更的最短通知期	员工权益与福利
GRI 403: 职业健康与安全 2018	403-1 职业健康安全管理体系	安全生产与健康
	403-2 危害识别风险评估和事故调查	安全生产与健康
	403-3 职业健康服务	安全生产与健康
	403-4 职业健康安全事务工作者的参与、意见征询和沟通	安全生产与健康
	403-5 工作者职业健康安全培训	安全生产与健康
	403-6 促进工作者健康	安全生产与健康
	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	安全生产与健康
	403-8 职业健康安全管理体系覆盖的工作者	安全生产与健康
	403-9 工伤	安全生产与健康 ESG 数据表和附注
	403-10 工作相关的健康问题	安全生产与健康 ESG 数据表和附注
GRI 404: 培训与教育 2016	404-1 每名员工每年接受培训的平均小时数	ESG 数据表和附注
	404-2 员工技能提升方案和过渡协助方案	员工培训与发展
	404-3 定期接受绩效和职业发展考核的员工百分比	ESG 数据表和附注
GRI 405: 多元性与平等机会 2016	405-1 管治机构与员工的多元化	员工权益与福利 ESG 数据表和附注
GRI 407: 结社自由与集体谈判 2016	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	员工权益与福利 负责任供应链
GRI 408: 童工 2016	408-1 具有重大童工事件风险的运营点和供应商	员工权益与福利 负责任供应链
GRI 409: 强迫或强制劳动 2016	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	员工权益与福利 负责任供应链
GRI 414: 供应商社会评估 2016	414-1 使用社会标准筛选的新供应商责任	负责任供应链
	414-2 供应链中的负面社会影响和采取的行动	负责任供应链
GRI 417: 营销与标识 2016	417-1 对产品和服务信息与标识的要求	用户服务

独立审验声明

AA1000独立审验声明意见书

致老板电器的管理层及利益相关方：

博涵可持续发展中心有限公司（以下称“博涵可持续发展中心”）接受杭州老板电器股份有限公司（以下称“老板电器”）的委托，对《老板电器2025年度环境、社会和公司治理(ESG)报告》（以下简称ESG报告书）披露有关企业在环境、社会及公司治理方面的资料及信息执行独立有限保证审验工作，并以发表独立审验声明的形式，向老板电器ESG报告书的阅读者及利益相关方披露审验结果及结论。

审验范围

1. 本次审验时间范围限于ESG报告披露的2025年1月1日至2025年12月31日期间的信息和数据，报告期之外的任何相关信息均不在本次审验范围。
2. 审验老板电器ESG报告书中涵盖老板电器及其附属子公司的数据与信息。
3. 本次审验不包含老板电器的供应商、合作伙伴以及其他第三方的数据和信息。
4. 评估老板电器的ESG报告书对AA1000AS v3原则包容性、实质性、回应性和影响性的遵守程度。
5. 对于ESG报告中披露的已经通过独立第三方机构审计或审验的信息和数据，本次不再重复审验。

审验标准

博涵可持续发展中心采用 AA1000AS v3 类型 1 中度审验等级，内容包括老板电器对包容性、实质性、回应性和影响性这四项 AA1000AS v3 审验原则的遵守情况和程度的评价。

审验信息来源

报告名称：《老板电器2025年度环境、社会和公司治理(ESG)报告》
来源：老板电器

审验职责和声明

1. 老板电器的管理层对老板电器ESG报告书的编制和内容负全部责任。博涵可持续发展中心的责任是基于该意见书所描述之范围进行审验，并提供给报告阅读者及利益相关方专业验证意见与独立的审验声明意见书。
2. 基于审验范围限制事项，博涵可持续发展中心依据AA1000AS v3对老板电器的ESG报告书中（老板电器的管

理层对报告书的编制和内容负全部责任）的界定范围内的事项，进行独立有限的审验工作及保证结论。除对该等结论对应的查证事实提出独立审验及作出其他声明意见书外，对于任何其他目的之质询，以及对于阅读此独立审验声明意见书的其他任何人，博涵可持续发展中心并不负有或承担任何有关法律或其他责任。

3. 对于这份独立审验声明意见书所载内容或相关事项之任何疑问，将由老板电器一并回复。

审验流程与工作

为了收集与形成结论有关的证据，我们执行了以下工作：

1. 在审验计划中记录关键的资源需求、需收集的证据、任务、活动、可交付成果和时间表，形成审验计划书。
2. 通过访谈及文件审查，了解老板电器履行环境、社会及公司治理责任的整体情况及相关管理流程。
3. 验证老板电器有关组织的关键性发展与政策执行情况，以及审查报告书中所作宣告的支持性证据。
4. 通过访谈与查验相关文件，了解老板电器的主要利益相关方及利益相关方的期望与需求、双方具体的沟通渠道，以及老板电器如何回应利益相关方的期望与需求。
5. 选定本报告中环境、社会及公司治理相关部分信息，对相关信息执行分析性核查程序，对其整体履行情况进行评估，并验证其与报告披露内容的一致性。
6. 针对公司报告书及其相关AA1000中有关包容性、实质性、回应性及影响性原则进行验证，以确认本声明书的合适性。
7. 对选定的特定绩效信息有关数据的可靠性及质量的支持性证据进行抽样检查。
8. 执行博涵可持续发展中心认为必要的其他程序。

独立性及审验能力

1. 博涵可持续发展中心与老板电器互为完全独立的组织机构，双方不存在任何会导致利益冲突的商业关系；博涵可持续发展中心审验团队独立执行本次审验；
2. 博涵可持续发展中心的审验团队由行业内经验丰富的ESG专家组成，相关人士均接受过如全球报告倡议组织发布的GRI标准、AA1000AS v3、ISO 14001、ISO 14064、EcoVadis全球供应链评级等可持续发展相关标准的专业培训，以及符合博涵可持续发展中心可持续审验服务资格人员组成，均具有实施审验的能力。

局限性

1. 本次审验采用抽样方法对相关信息进行核查，因此未能覆盖报告所披露的全部信息。
2. 报告中部分信息（如重要性议题识别及利益相关方参与结果）依赖于管理层判断及相关方法，存在一定的主观性。
3. 本次审验过程仅针对老板电器内进行。

审验结论

1. 根据老板电器所提供资讯以及抽样之测试，老板电器的ESG报告书并无重大之不实陈述。
2. 针对AA1000AS v3中包括的包容性、实质性、回应性及影响性原则，详细审验结果如下：

原则	评价
包容性	报告书反映出老板电器已建立系统化的利益相关方参与机制，识别主要利益相关方群体，并通过多元化沟通渠道（如定期沟通、信息披露及专项交流）持续收集其期望与关切。相关结果已纳入公司ESG管理及重要性议题识别过程，并在报告中予以回应。
实质性	老板电器已建立重要性议题识别与评估机制，通过系统化流程识别关键ESG议题，并结合财务重要性及对环境与社会的影响重要性两个维度进行评估与排序，形成重要性议题清单，并在报告中披露。
回应性	老板电器针对利益相关方关注的实质性议题，建立了系统化的回应机制，通过制定相关政策、管理制度及具体行动措施予以回应，并在报告中披露相关进展与成效，体现了持续改进的管理闭环。
影响性	老板电器已建立对关键ESG议题影响的识别、评估与管理机制，通过设定相关绩效指标，对环境及社会影响进行监测与量化，并在报告中披露。同时，公司逐步完善影响管理流程，以支持决策优化和持续改进，从而更客观地反映其在可持续发展方面的实际影响。



AA1000
Licensed Report
001-181/V3-ZHK5S



博涵可持续发展中心
Bohan Sustainability Centre

审验机构：博涵可持续发展中心有限公司
审验时间：2026年4月
审验成员：博涵可持续发展中心可持续审验团队

ROBAM老板

2025年度
环境、社会和公司治理（ESG）报告



0571-86187810



wg@robam.com



www.robam.com

杭州老板电器股份有限公司