

诺力智能装备股份有限公司

2018年度社会责任报告

NOBLELIFT 诺力

证券代码：603611

2019年3月

报告编制说明

本公司董事会及全体董事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，并对其内容的真实性、准确性和完整性承担个别及连带责任。

一、报告范围

本报告期间为 2018 年 1 月 1 日——2018 年 12 月 31 日。本报告覆盖诺力智能装备股份有限公司（以下简称“公司”或“本公司”或“诺力股份”）及其全资子公司、控股子公司。

二、报告编制依据

本报告根据上海证券交易所发布的《关于加强上市公司社会责任承担工作暨发布〈上海证券交易所上市公司环境信息披露指引〉的通知》等相关要求编写，力求详尽地披露公司 2018 年度履行的社会责任情况，以此进一步加强公司与社会各界的沟通交流，促进公司更好地履行社会责任、和谐发展。

三、报告发布形式

本报告以电子版形式发布，电子版可在上海证券交易所网站查阅。

四、联系方式

诺力智能装备股份有限公司证券部

地址：浙江省长兴县太湖街道长州路 528 号

联系人：贡满

电话：0572-6210906 传真：0572-6210777

电邮：sec@noblelift.com 网址：www.noblelift.cn

目录

第一部分 关于诺力股份.....	4
第二部分 关于 2018 年度社会责任履行情况.....	6
一、股东和债权人权益保护.....	6
1、 不断提升公司运作水平.....	6
2、 建立健全股东回报机制.....	6
3、 切实履行信息披露义务.....	7
4、 构建与投资者的良好关系.....	7
二、 消费者权益保护.....	8
1、加强供应链管理.....	8
2、加强产品检验检测.....	8
3、持续提升质量管理水平.....	9
4、加强质量控制、提高质量改进.....	10
5、推行质量过程稽查.....	10
6、持续提升科研实力推动产业发展.....	10
三、 供应商、经销商权益保护.....	11
1、 供应商.....	11
2、外销方面.....	12
3、内销方面.....	13
四、职工权益保护.....	14
1、 员工权益.....	14
2、 员工安全.....	14

3、 员工成长.....	15
4、 员工关爱.....	16
五、环境保护和可持续发展.....	17
1、 实施新工艺节能降耗.....	18
3、可持续发展.....	19
六、公共关系和社会公益事业.....	20
第三部分 展望 2019.....	23

第一部分 关于诺力股份

诺力智能装备股份有限公司主要从事物流装备的研发、制造、销售及其相关服务，提供智能仓储物流整体解决方案。公司主要业务涉及生产专用车辆制造、连续搬运设备制造、升降机制造和机械式停车设备制造等通用设备制造行业；应用软件开发、信息系统集成服务、运行维护服务等软件和信息技术服务行业；以及工程设计服务等专业技术服务行业。公司主要产品包括轻小型搬运车辆、机动工业车辆、AGV 叉车等工业车辆以及高空作业平台等其他通用设备；WCS、WMS 等仓储物流管理软件；以及堆垛机等仓储物流自动化设备的系统集成服务。

公司的主要经营模式是以工业车辆、仓储物流自动化设备、仓储物流管理软件为基础，发展高附加值的物流科技服务，通过提供具有不同技术特征的产品和服务，满足仓储物流、连锁零售、电气、机械、锂电、医药、汽车、食品饮料等行业的内部物流需求。在物料搬运板块，实行销售预测与订单驱动相结合的生产模式，采用直营销售、代理经销和租赁商销售相结合的销售模式。在系统集成板块，按照工程项目经营模式通过规划设计、设备定制、软件开发、电控开发、系统集成、安装调试和运营维护等业务环节，为客户提供定制化的智能仓储物流系统解决方案。

公司所处物流装备制造及其相关服务行业持续稳定发展，特别是电动仓储车和仓储物流

自动化设备及其系统集成的市场需求快速增长，新兴信息技术在行业内加速推广应用，行业整体表现出轻量化、绿色化、智能化的发展趋势。在物料搬运板块，工业车辆市场保持稳定增长，公司在液压搬运车、电动仓储车领域继续保持行业领先地位，并不断通过科学管理促进技术创新，加强对外合作提升精益制造能力，实现了工业车辆业务的健康快速发展。在系统集成板块，新能源、医药等领域对智能立体仓库的需求快速增长，公司通过外延发展和内涵发展相结合的方式，持续巩固在仓储物流自动化设备及其系统集成领域的行业领先地位，实现了业务销售规模、产品服务能力和技术研发水平的高质量发展。

未来任重而道远、充满希望，诺力将以“以智能物流提升生活品质”为愿景，以“重诺力行 物动随心”为口号，实现“中国领先的全领域智能内部物流系统提供商”的战略目标。

本报告是第 5 次向社会公开发布，以 2018 年工作为重点，客观、真实地反映公司在生产经营过程中履行社会责任的重要信息，希望本报告成为与社会各界沟通、交流的桥梁，深化各界对公司的认知，并以此接受社会的监督，促进公司与全社会协调、和谐发展方面的工作做得更好。

第二部分 关于 2018 年度社会责任履行情况

一、股东和债权人权益保护

1、不断提升公司运作水平

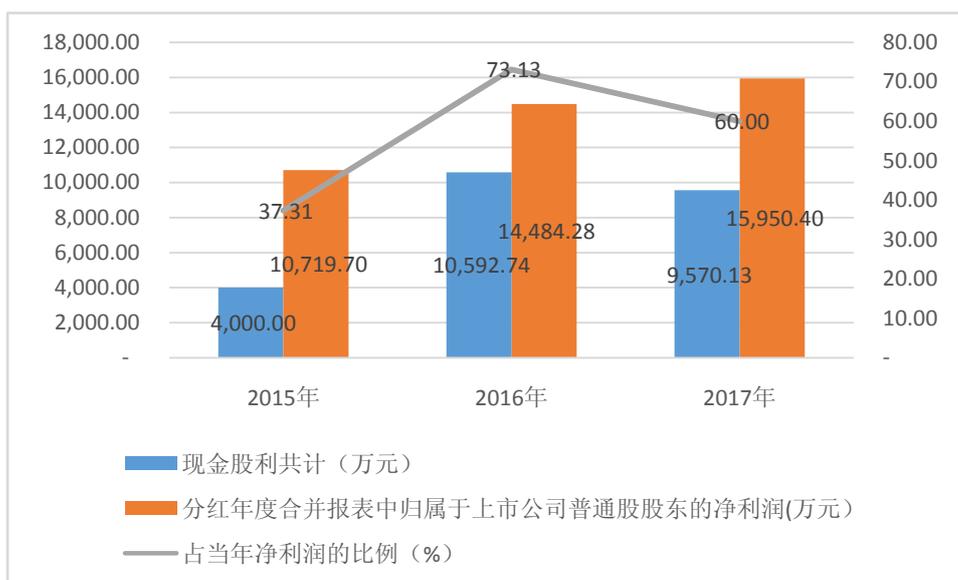
公司不断完善由股东大会、董事会、监事会和经理层组成的法人治理结构，逐步健全内部控制制度，切实提高规范运作水平，从机制上保护了全体股东和债权人的各项合法权益，特别是保护了中小股东的利益不受损害。2018 年，公司股东大会、董事会、监事会按照法律和公司章程规定履行各自的权利和义务，召开年度及临时股东大会共 4 次，董事会 7 次，监事会 5 次。公司独立董事勤勉尽职，及时了解公司的经营情况，积极认真参加公司董事会会议、各专门委员会会议和股东大会，在关联交易、聘任高管等重大事项上发表独立、客观的意见，对董事会科学决策及公司规范运作等方面起到了积极作用，切实维护了公司、股东及债权人的合法权益。

报告期内，公司董事会组织了多种形式的学习培训活动，帮助公司董事、监事及高级管理人员提升业务能力、提高自律意识、规范执业行为，证监局、上交所等监管部门文件及时通过公司内网下发董监高进行学习，组织董、监事及高管人员参加监管部门的后续培训。邀请了广发证券投资银行部华东二部蒋勇总监为公司董监高、股东等相关人员开展一次系统的内部培训，学习了最新政策文件精神，重温董监高、股东的权利和义务，以提升董监高履职水平，培训还对相关违法违规案例进行了学习和警示。

2、建立健全股东回报机制

公司制定了相对稳定的利润分配(包括现金分红)政策，以保护股东特别是中小股东的利益，在兼顾长远和可持续发展的同时，重视股东的合理投资回报。根据中国证监会《关于进一步落实上市公司现金分红有关事项的通知》(证监发[2012]37 号文)、中国证监会浙江监管局《关于转发进一步落实上市公司现金分红有关事项的通知》(浙证监上市字[2012]138 号文)和中国证监会《上市公司监管指引第 3 号——上市公司现金分红》(证监发[2013]43 号文)的要求以及《公司章程》等相关规定，综合考虑公司发展战略规划、行业发展趋势、股东回报、社会资金成本以及外部融资环境等因素，公司制订并完成了三年股东回报规划，进

进一步规范了公司现金分红，增强了现金分红透明度。



图表 1：2015-2017 年利润分配

公司 2018 年度利润分配预案：拟以截至 2018 年度利润分配股权登记日的公司总股本为基数，向全体股东每 10 股派发现金股利人民币 5.00 元（含税），本次利润分配不送红股，不实施资本公积金转增股本。上述利润分配方案实施后，剩余未分配利润结转以后年度分配。（本预案需提交公司 2018 年年度股东大会审议通过后方可实施）

3、切实履行信息披露义务

公司不断完善信息披露相关制度，建立健全对外信息披露复核流程和信息披露台账，通过媒体、网络等平台构建了完备的信息披露渠道，保障了信息披露的畅通性。依法按规定完成年度报告、半年度报告、季度报告和日常董事会决议、投资项目及其他重大事项等临时公告的编制和披露。

2018 年，公司共对外发布了 72 份临时公告和 4 份定期报告，做到临时公告的及时性和有效性，尽可能做到把必须披露的、能公开的信息及时公开，缩短决策时限，及时召集会议，缩小内幕知情人范围，做到信息汇集和披露的及时，并加强相关人员的学习，不断提高信息披露业务水平，确保信息披露的及时性、真实性、准确性、完整性，使广大投资者能够及时准确地得到公司的信息，减少投资风险。

4、构建与投资者的良好关系

2018 年，公司累计接待机构和投资者来访调研 126 人次，累计接听投资者来电 385 次，接收投资者邮件 19 次，官网等互动平台答复投资者 61 次，接待投资者参加股东大会 7 人

次，组织投资者交流会 2 次。公司努力做到工作时间不间断、合理信息有问必答，在接听投资者电话时做到有礼有节、耐心倾听，并对电话访问内容作简要记录，全面了解掌握投资者关心关注的问题并汇报管理层，更好地与投资者作有效沟通。

二、消费者权益保护

“质量打造诺力”是公司一贯以来的方针，质量是企业的生命，面对市场的激烈竞争，公司始终坚守产品品质第一，致力于从市场调研、产品研发、产品制造、包装运输、售后服务等全方位的整个产品生命周期的品质管理。品牌提升的同时始终坚持传承创新，一切经营活动和产品服务的创新都围绕着广大消费者的愿望、需求和价值观念来开展，以实现“客户的利益是核心利益”的承诺。

1、加强供应链管理

2018年，公司致力于构筑供方全阶段全良品的交付体制，推行优质、绿色、智能产品管控体系，控制源流，强化供方对质量现状认知、产品初期管理、变更管理、应急管理，要求各位供方关注质量、树立质量标杆。

公司招聘了SQE对供方进行持续管理，针对不同的供应商制定了年度、月度评审计划，分阶段、分时间对供方进行查、帮、扶协助改善，优化了《供应商奖惩细则》和供方引入评审流程，从而更加关注供应商的过程能力、改善能力、售后能力，跟踪供方全过程改善，保证产品质量。

2018年公司召开了主题为“匠心智造、砥砺前行”的供应商大会，来自全国各地300多位诺力供应商代表齐聚一堂，总结过去，规划未来，就协同开放、绿色发展、技术创新、质量提升等议题展开探讨，力争打造更具竞争力的供应链体系，实现深度合作共赢。携手共进，强化绿色供应链建设，实现新发展。

2018年的全国质量月，公司联动了38家供方一起参与质量月专题活动，并邀请19家供方代表来公司一起参与质量月活动启动大会。公司董事长丁毅出席大会，并对供应商提出了殷切的要求，要求供应商树立与诺力“同心，同行，共赢”的理念。

2、加强产品检验检测

公司在把好原材料第一关、加强生产过程控制确保产品品质的基础上，通过全面的出厂

检验保证出厂产品的安全可靠,通过关键重要零部件的风险检测防止潜在的功性能安全隐患。公司拥有三坐标测量机、X射线荧光光谱仪、拉伸试验机、直读光谱仪、蓄电池充放电容量测试仪、充电器老化测试仪、盐雾腐蚀试验箱、铂金 3.0 米 6 轴测量臂等国际先进的检测仪器,检验检测能力达到国内先进水平,主要用于:焊接结构件高精度的检测、零部件及原材料的材质分析、原辅材料及产品中有害物质的分析测定、电器件的监控检测等。公司依托浙江大学、上海交通大学等高校院所,不断进行新的检测技术探索及新的检测项目的开发,检测技术得到不断提升。2018 年随着四期项目的建设,建立新的综合试验室,重新购置了智能检测设备和高精尖检测仪、综合测试平台、3D 扫描三坐标,为产品零部件及产品质量提供保证。

3、持续提升质量管理水平

“质量打造诺力”的质量意识为全体员工所共识,并持续形成了全员参与质量管理活动的良好氛围,鼓励员工参与技术创新和质量改善,对岗位人员持续不间断培训、反复教育。

2018 年开展质量月主题为“提升自检意识、夯实质量基础”活动等手段,各大厂区开展了各项技能焊接技能竞赛、质量知识竞赛、操作技能竞赛、质量先进车间评选、质量标兵评选和异常客诉案例员工宣导大会。持续的质量管理培训学习和相关活动的开展,为进一步提高公司产品质量打下了坚实的基础。将卓越的质量意识自觉转化为具体实际行动,将“精品出自细节,细节源于责任”的质量观落实在生产过程管理的每一个环节,确保产品质量。

公司全面推行标准作业法,建立产品数据库,规范产品工艺操作、外观实物及包装要求。根据 GB/T19001:2016、GB/T24001:2016、GB/T28001:2011、GB/T23331:2012、GB/T29490:2013、等管理体系的要求,对生产过程设立关键控制点及特殊岗位,并逐步完善和修订,确保整个体系的持续改进和有效运行。公司一直以来推行 6S 管理,明确各工位、区域的要求,将产品要求、工艺流程、关键特性、注意事项,以展示台、看板、图片等形式直观在生产现场呈现,时刻提醒作业人员规范操作。

2018 年,为了提升企业的先进质量管理方法,积极导入“浙江制造”认证和创建“国家绿色工厂”;此外,公司被湖州市商检局重点评为 2018 年“湖州市质量示范点”企业。

公司在 2018 年持续推行体系每季度滚动审查工作，对现场管理及流程出现的问题全厂通报，并及时责令各部门进行整改和跟踪结案，并制定和推行《体系考核管理制度》，强化体系管理的提升。

4、加强质量控制、提高质量改进

质量部门使用数据透视统计表、自动抓取数据，形成周报及月报分析产品的质量动态趋势走向，定期召开质量月会、专题会，并通过日常的检验、试验、调整和配备必要的资源来消除异常波动。公司在 2018 年成立了 QC 小组，加强质量改善，减少不良产生，不断提升产品质量。

5、推行质量过程稽查

公司积极推行四大厂区质量过程稽查工作，从人、机、料、法、环五个方面全方位监督至各个岗位和工序，以此对检查中所暴露的问题进行质量曝光，并及时责令车间进行整改及跟踪。

2018 年公司进一步优化了《产品质量管理制度》，增加了以奖金方式奖励发现问题的员工，并在车间早会进行宣导，产品一次交检合格率和制程交验质量得到了很大的提升，真正做到生产过程品质全员参与。秉承“谁做的产品谁负责”的原则，狠抓员工自互检工作，提高了产品质量和企业市场的竞争力。

6、持续提升科研实力推动产业发展

(1) 建设研发创新平台，助力公司创新驱动。

2018 年，公司先后建立了国家级企业技术中心、浙江省智能物流装备工程研究中心、省级工业互联网平台、浙江省智能物流装备工程技术研究中心、浙江省院士专家工作站等研发创新平台。公司依托各创新平台的人才和技术优势，大力加强智能物流装备和智能物流信息技术的研发和创新。同时，借力上海交通大学、浙江大学、浙江工业大学等相关高校院所的优质资源，公司重点在“无人驾驶工业车辆（AGV）导航技术”，“工业物流智能叉车系统”，“高速、节能、轻量化的有轨巷道堆垛机相关技术”，“智能物流系统集成技术”等领域开展研究，加快提升了企业的智能制造水平。

(2) 牵头制定国家和行业标准，规范、引领行业健康发展。

本着“以科技创新提升技术标准水平，以技术标准引领企业转型升级，提升企业核心竞争力”的原则，公司长期以来重视标准化创建工作，曾先后获得“浙江省标准创新型企业”、“浙江省技术标准研究创新基地”、“浙江省工信领域第一批标准化示范企业创建单位”等荣誉。截至 2018 年 12 月，公司主持或参与制修订已发布的国家标准 27 项、行业标准 3 项、团体标准 2 项，其中主持制定 7 项。多项标准填补了行业空白，有效推动了行业的良性稳健发展。

(3) 加强知识产权创新、运用与保护，促进创新成果转化。

近年来，公司以创新成果为依托，将技术的研发运用和企业的专利战略有机结合，持续加大了对自身知识产权创造、运用与保护的投入力度与深度，形成了较为完善的知识产权管理体系，有效地提升了企业的核心竞争力。截至 2018 年 12 月，公司新申请专利 113 项（含子公司），其中发明专利 46 项。此外，发明专利“一种工业车辆升降机构的控制装置及控制方法”获评浙江省专利优秀奖；“基于智能控制的四向堆高车”项目获评省科学技术进步奖三等奖和中国机械工业科学技术奖三等奖。公司还获评国家技术创新示范企业、浙江省商标品牌示范企业等荣誉。这些奖项及荣誉的取得，充分展示了公司在技术创新和知识产权建设方面取得的成果。

未来，公司还将坚持高强度研发投入，大力加强知识产权建设，不断发挥创新企业辐射带动作用，为制造强企、制造强国建设提供有力支持。

三、 供应商、经销商权益保护

1、 供应商

在与供应商的合作过程中，公司与供应商积极全方位沟通，确立公司自主采购体系，充分给予供应商平等的竞争关系，公司与供应商之间制定并遵守一定的交易行动规范，通过现场走访，调查供应商的经营状况，按期结算货款，并以宣传公司绿色、创新发展理念、反馈客户信息等方式指导供应商不断改善经营，与供应商建立良好的合作伙伴关系，实现双方的互利共赢。

2、外销方面

2018 年公司海外市场进一步执行并完善已有的品牌战略，严格按照以总部和子公司为起点，向周边重点国家辐射，最终覆盖全球的诺力品牌渠道建设布局。经过一年的努力取得了不错的成绩，海外经销商的数量较 2017 年翻了一番，品牌销售业绩取得了快速的发展，销售额达到了 1.67 亿，同比增长 67%。

随着品牌建设的日渐成熟，诺力作为供应商想要在 2019 年继续延续品牌发展的良好态势，重点要考虑好与经销商如何建立友好合作关系，保护彼此的权益，实现共赢。如果 2017 年和 2018 年诺力海外品牌经销商建设重点是追求数量，那么在积累了一定数量的经销商后，2019 年重点就是要提升经销商的质量，加强对经销商的管理，使其在遵循诺力品牌战略的原则下大力推广公司产品，确保诺力品牌授信给予经销商后得到应有的权益。对现有经销商的要求完善为：遵循绿色环保、低碳环保的理念；资金实力较好、推广能力较强、沟通能力较强；信誉度非常好、要求无不良贷款记录；货款结算方式：按公司结算方式执行；不能窜片经营、不能低价销售、实行公司统一方案；结果要达到公司的销售目标等。

当然，诺力作为供应商，也要赋予经销商权利、帮助经销商完成某些指标。具体来说包括：

- 1、为经销商打造市场，比如可以通过海外子公司、展会、大项目合作等方式，提升品牌的知名度，为经销商创造良好的经营环境。

- 2、帮助经销商进行市场运作和推广。2019 年挑选几个重点国家，通过与经销商合作开展产品发布会的形式，协助经销商扩大品牌的当地影响力，目的是为了增强经销商的竞争力，增加市场份额。还可以帮助经销商进入到空白区域比如说海外的一些中资企业，中国工业园区等，诺力可以通过自身的渠道将经销商引入到这些空白区域中。

在品牌建设中，供应商和经销商都承担着不同的职能，2019 年诺力的海外品牌建设重心，就是要提炼出优质的经销商，在确立好一定的方式和合作标准后，及时有效沟通，真正形成利益同盟，共谋发展。

3、内销方面

2018 年内销经销商数量持续上升，网点布局更加完善，区域化服务能力进一步提高，销售和服务网点已达 200 多家，二级分销网点已超过一千家，产品销售和服务更加贴近消费者，渠道延伸至县级。

公司 2018 年度渠道管理更进一步，优化完善后的经销商管理制度有效规范内部竞争。拥抱互联网，积极鼓励经销商开展线上业务的同时，对于线上销售制定电子商务规范。线上线下在管理体系内稳定运行，快速发展。

公司积极开展 4S 体验店的创建升级工作，引导经销商走出五金市场，扩大经营面积，开设地方性的标杆 4S 体验店。以形象店标准化、信息化、集成化打造样品全，多维度，强服务的旗舰店模式，取得优异效果，2018 年共在杭州、青岛、北京、武汉、中山、厦门等地建设 4S 点十余家。

提升销售网点的销售能力和服务能力是 2018 年内销渠道建设的重点工作。以走访式培训和集中标准化培训相结合，有效开展走访式销售培训和服务培训 20 多场。工厂集中售后培训 3 场，工厂集中销售培训 3 场。各种形式的培训有效促进经销商的综合能力，竞争能力有效提高。

使研发工作贴近市场，让经销商更加直接的参与到企业的产品研发中来，内销组织多场经销商技术交流会，听取经销商的市场反馈和产品研发建议。同时多次组织研发人员与销售人员一同走访经销商，走访市场，将一线的需求带入到产品改进和新品研发中来。

以客户满意度为工作指南，从服务速度、配件供应、上门维修、产品包装、产品技术改进、质量管理、市场管理、后市场服务等全方位进行满意度调查，对于一些满意度不高的方面进行有效改进。18 年公司持续在质量管控方面加大力度，给予经销商更加可靠的产品；对特殊产品的出图及生产提高了效率，缩短了交期；对部分产品的价格进行了调整降价，使更加具有竞争力；对产品包装进行了更加完善的改进，减少了物流损伤；通过各种改进提高了客户满意度。

在知识产权保护方面的力度，对市场上的假冒诺力产品进行有效打击，对恶意注册带有“诺力”字样的商标进行异议处理，对侵犯诺力专利的产品进行维权，有效保护经销商的权

益。

四、职工权益保护

公司始终坚持将员工成长与企业发展紧密相联，在注重员工价值创造的同时，通过完善平台机制建立沟通渠道、提升员工能力，改善工作环境、丰富员工生活，激活员工队伍活力，从而实现组织绩效改善和经营目标达成。

1、员工权益

公司严格遵守劳动法规定，根据所在地有关劳动用工的法律、法规和制度，依法与员工签订劳动合同，为员工参加基本养老、医疗、工伤、失业、生育为主的各类劳动保障、公积金和各岗位所必须的劳动保护，并为员工额外参加医疗互助、商业险等，切实保障了员工的利益。公司坚持以职代会为基本形式的企业民主管理制度，凡涉及到员工切身利益的福利、工资等事项，均须经职工代表大会审议通过，切实保障员工的知情权、参与权和监督权。

公司目前建立的员工工资集体协商机制，确保员工收入能随着公司效益增长而增长，有力保障了职工队伍的稳定性。2018年度员工整体薪酬同比2017年度上浮10%，并加大了对骨干员工队伍的激励幅度，有效提升组织内部的积极性和创造性。

2、员工安全

公司多年来根据自身机械行业的实际情况，积极采取加强安全生产管理的新方法和新途径，狠抓、细抓安全生产检查防范工作，努力实现了全年度安全生产工作平稳运行的工作目标。2018年10月9日通过国二级安全标准化企业评审并取得证书，并在安全体系建设、日常安全生产管理、安全教育培训等方面取得了较好的成绩。多年以来未发生过重特大事故，无人员死亡发生。

2018年，公司继续深化安全生产隐患排查整治，抓好安全生产责任制的层层落实工作，与公司各级单位负责人均签订了安全生产责任书，做到了各司其职、各负其责。通过强化安全组织架构来落实、实行安全生产逐级负责制。公司各部门负责人实行一岗双责，负责分管范围内业务的同时，负责本部门的安全生产工作，接受生产综合管理部的监督考核。全年各级负责人主持召开安全会议每月不少于两次，公司每月不少于一次的安全会议，安全管理力度得到了加强。

2018年，公司全面开展安全生产活动，采取多种形式开展宣传和现场监督检查。根据

安全生产标准化规范内容，现场纠正各类违规行为 133 余人次，以查促改等方式、手段，排查整治各类问题和安全隐患 56 余项，发放纠正和预防措施处理单 10 余项，处罚违规人员 133 人次，开展新工安全教育 12 期共计 264 人，深入车间（部门）现场安全教育共 13 次，召开班长以上安全管理例会 12 次，邀请交警部门来公司开展交通安全知识培训 2 期，安全生产知识“每日一练”活动开展 300 多期。

积极开展安全生产月活动，活动形式多样、内容丰富。公司聘请县交警大队警官和县人民医院专家，利用业余时间对职工组织开展了交通安全和职业健康保护知识专题培训，强化了职工的交通安全意识，提升了职工的职业危害防护水平和职业卫生防护技能。为了增强电动车、叉车、行车操作人员的安全操作意识，提高操作技能，公司对以上三工种进行了操作培训，各类车辆除取得质检机构的年度定期验审外，公司还在利用车辆生产企业的自身优势，每年安排专业人员对各类车辆进行验审和维修，保证了车辆的各项安全性能均能在可控范围。

2018 年全年公司发生轻微事故 9 起，同比 2017 年的 14 起下降 35%，公司安全生产管理工作有了明显提升，有效保障公司的生产稳定有序进行。

3、员工成长

公司十分重视员工的精神文化生活，经常组织各类企业文化活动，包括文化沙龙、技能竞赛、趣味运动会、先进团建、素质拓展活动、市县各种协办活动等。春节前，公司党委还牵头在长兴大剧院举办“诺力之春”职工文艺汇演，为全体职工营造了“展示自我、激励先进、协同奋发”的企业文化氛围，得到了企业领导和员工的充分肯定与好评。除了以上各种文娱活动的开展，公司还通过企业宣传栏、车间看板、官方网站和公众微信号等方式，营造浓厚的企业文化氛围，增强了企业员工的向心力与归属感。

同时，为提升员工专业能力，为不同岗位不同层次的员工打通职业发展通道。公司人力资源部在 2018 年初拟定全年培训计划，通过线上教学和线下教学、外部集训和内部轮训等多种形式开展年度培训工作。

2018 年公司组织的员工培训主要有：

常规培训：新员工入职培训，周一学习分享会。

营销类培训：诺力体系内服务商模式切换培训，渠道开发与管理、授信政策解读、开票事宜解答、配件物流答疑，销售团队综合能力提升（团建），销售团队综合能力提升（面授

课程), 工作效能提升修炼, 新形势下经销商转型升级之道。

证书类培训: 结构焊工考证, 焊工证复审培训, 桥门式起重机司机上岗证复审, 危险化学品安全管理培训, 焊工证复审考试, 低压电工、高压电工证复审, 内审员证培训, 低压电工证。

专业技能类培训: 抽样水准培训--(AQL), SQE 供应商质量管理, 浙江制造评价规范转版培训, 环保培训, 业务流程及表格制作培训, 焊接相关理论知识培训, 6S 现场管理培训, 机加工加工余量、热处理基础知识培训, OFFICE 办公软件培训, 数据管理, 国际贸易合同风险防范, 服务管理和售后相关知识培训, 注册计量师资格培训, 生产效率提升十大法宝, 企业家能力素质提高班, Excel 操作培训, 市场质量投诉专题培训, 高空平台产品培训, 电动堆高车和搬运车产品培训, 精益生产导入培训。

管理能力培训: 经理人的角色定位、非财部门财务培训、中层管理人员情绪修炼、领导行为艺术、创新思维与问题解决、激励的技巧、高效员工职业化训练、生产流程管理与优化、薪酬体系设计中的难点与疑点问题解决。

公司通过系统化的员工培训, 帮助各级员工夯实管理理论、拓宽管理视野、加强经验交流, 促进人员队伍快速成长, 加快高素质、高技能技术工人队伍建设, 进一步推动优秀管理经验、先进技术方法在公司的沉淀与传承, 提升了受训人员的职业技能和综合素养, 初步实现了公司年度规划的“学习型组织”的建设目标。

4、员工关爱

公司坚持以人为本的人性化管理, 重视和关心员工的工作、生活, 把推进企业发展和关心呵护员工作为企业生存与发展的基本切入点并真正落到实处。

2018 年度, 公司在多个方面开展员工关爱工作, 员工稳定性和归属感进一步得到增强。

(1) 更换提升生产设施设备, 改善劳动环境, 减轻员工体力消耗, 保护员工身体健康。(2) 公司党委、工会、人力资源部门多次牵头并参与调处、调和各类矛盾, 及时有效地化解企业与员工、员工与员工之间的各种内部矛盾纠纷, 全厂没有出现因调解不当引起矛盾激化的事例。(3) 改善员工食宿, 做好员工食堂、员工宿舍的整改和协调工作。今年公司对食堂进行了全厂范围的问卷调查, 对用餐环境、菜品研究等作了大规模的调整与改革, 赢得了广大员工的肯定与好评。(4) 在平时, 公司高度重视关注关心公司困难员工生活、工作问题,

对困难员工情况进行调查核实并进行慈善慰问。一直以来我们坚持“3+3”困难员工帮扶机制，每年都对全厂困难员工排摸、补助和发放仪式，工会领导亲自参加并对困难员工进行教育，2018 年度累计帮助困难职工 40 余人次。（5）慰问外来员工，解决外来员工子女就学等实际困难问题。（6）提供各种福利，从细微处关心关怀员工：如认真做好五险一金社保工作；每逢春节、端午等传统节日，给员工发放节日礼品；给公司女职工、特殊工种职工以及其他职工、干部每年安排一次健康体检；给生日月员工提供蛋糕券福利；每年为外地一线符合相应条件的工人补贴春节探亲路途费等等。（7）在关心关爱内部员工的同时，公司还认真做好慈善工作，开展诺力阳光慈善助学基金帮扶，资助品学兼优而又家境贫困的学生；中秋节、建军节、春节等传统节日，带着礼品和慰问金慰问敬老院、孤儿院、部队等单位群体；对特殊困难的人员进行个别慈善捐助。公司的慈善工作得到了地方政府组织以及地方百姓的高度肯定和好评。

五、环境保护和可持续发展

作为一家有社会责任感的上市企业，诺力股份坚决遵循绿色发展理念，认真贯彻国家和地方的绿色节能、环境保护方针和政策，坚持可持续发展的科学发展观，统筹人与自然的和谐发展。积极响应国家关于加强环境保护、落实生态文明建设的要求，建立节能减排长效机制，提高能源利用效率，实现节能减排、降本增效，促进企业与社会的全面、自然、协调发展，从而增强企业综合竞争实力。

公司建立了完备的环境管理体系，设立专职的生产综合管理部，配备 6 名专职人员负责公司环境保护、安全健康等事宜。具体对环保设施运行和环境因素达标排放等情况展开日常监督检查，还对环保工作所涉及的工艺、工序进行科学调整、改善，进一步完善和推进环境保护工作，各生产车间均配备了兼职环保管理员和“三废”、“危废”处理负责人，负责管理所属的环保监测和环保设施的正常运行。公司于 2004 年 5 月通过 ISO14001 认证，2007 年 5 月通过清洁生产审核，根据 ISO14001 环境管理体系的运行要求，制定发布了废气、废物、废水等 13 个控制管理规定、17 个操作技术规程和 32 个环境控制岗位的环境岗位职责。2018 年 10 月制定了危险废物贮存场所环境应急预案。

公司重视生产过程产生的各类环境有害因素处理，规范废物管理，对废水、废气、噪声等均采取了有效的治理措施，其中废水、废气均 100% 达标排放；厂内厂界噪声 100% 满足相关国家标准；委托资质单位对磷化污泥、废乳化液及漆渣等危险废物进行最终处理处置，工业固体废物及危险废物的安全处置率为 100%；焊接废气吸收装置、漆雾 RTO 设备、污水站、抛丸布袋式除尘装置、喷涂脉冲式带式除尘装置及水排放在线监测设备的安装，和国家环保局进行联网，更有效的监测水排放的标准，纳入污水处理厂等环保设施达到 100% 稳定运行率；除内部定期对环保设备进行保养外，公司每年还会定期请第三方监测机构对设备的处理能力进行数据监测，以实测数据评估设备处理能力，有效杜绝了有害因素外排和滴漏现象。2018 年共投入 300 多万元用于环保设备改造提升、维护，减少了对周围环境的影响。

生产综合管理部每日都会对各分厂环境控制点、环境管理方案实施、废水处理设施运行、废水监测、废气排放、废物处置、噪声、能耗和化学危险品管理等十项内容进行检查考核，对查出的问题以书面形式落实整改；公司还制订了环境事故和化学危险品事故的应急准备和响应措施预案，并定期组织演练；每年也会定期召开环保工作专题会议，研究解决公司的重大环保管理问题。

1、实施新工艺节能降耗

公司钢铁件涂装前处理有浸泡和喷淋两条生产线。为减少废气废渣及废水排放，浸泡线采用北京爱尔斯姆科技有限公司提供的环保新工艺进行表面处理。

新工艺包含除油、环保酸洗、活化、中和、偶链 5 个工序，中间水洗，偶链完毕不水洗。

新工艺优点：

- (1)、酸洗加温，除油槽冬季低于 8°C 加温。其余槽均不加温，能耗大幅度降低。
- (2)、由于磷化会产生大量泥渣，改用偶链剂后，泥渣消失。产生泥渣的主要成分就是铁氧化物，没有磷化白泥。
- (3)、环境更好，没有水汽，没有磷化时产生的有毒氮氧化物废气（主要是一氧化氮和二氧化氮）。
- (4)、药液成本和改造前相比，大幅度下降。

(5)、废水处理压力减少，由于磷化液会产生较多磷酸盐，特别是磷化前使用的磷酸钛胶体表调剂排放后按一般污水净化处理工艺很难沉淀澄清，废水净化后很容易造成磷含量超标。

对废水处理的影响：使用新工艺后，废水处理压力大大降低，磷含量易于达标。原因是：

(1)、磷化过程中采用磷酸钛胶体表调剂，表调剂在酸性条件下呈现透明状态，在 pH 值大于 7.0 后即变为半透明胶体状，不易沉淀。无论表调槽是否排放，带出后均以胶体形式表现出来，处理不当很容易超标，这正是磷化废水磷含量超标的主要原因。磷酸和非胶态磷酸根处理并不困难，很容易和石灰生成不溶性沉淀。

(2)、废水中泥渣量大幅度减少，废水浑浊度显著下降。磷化沉渣和表调剂胶体消失，排出的废水没有白色沉淀物，只有中和槽产生的红色氧化铁。这一点可以从喷淋线排出的浑浊污水得到充分证明。

(3)、废水净化后可以全部回用。

3、可持续发展

“企业可持续发展（SCORE）项目”是一个深入企业的实用型培训项目，通过培训，提高企业的生产力和工作场所条件。2017 年 5 月，SCORE 走进长兴，公司高层领导非常重视，要求结合公司实际情况，成立 SCORE 项目小组，具体负责项目的落地实施和日常运行。小组成员初步确定之后，安排小组主要成员 4 人，参加了国际劳工组织和县安监部门在县委党校共同组织的培训学习活动。

通过两天的培训，4 名主要成员掌握了一定的基础知识，回来后立即进行小组内部宣贯和培训，并正式成立项目小组，由公司常务副总经理担任组长，生产综合管理部负责人担任项目具体负责人，并指定专人担任小组秘书。成员中不仅包含了生产厂长、车间主任，还有党工团专员，以及一线男女员工共 10 人。并在第三方项目老师的指导下，召开了首次项目小组会，讨论项目小组成立后各小组成员的具体工作分工，以及小组日常工作运作流程等。

为配合项目运行，公司组织定期开展安全生产月活动，为鼓励更多的人参与到活动中来，促进工作场所合作，打开员工与管理者的沟通渠道，公司开展了“我身边的安全隐患”活动，活动开展后，员工们积极主动。通过反馈平台，公司在收到每条建议后，对每位员工都及时

给予了回复，并得到落实。将安全隐患消灭在萌芽状态。

项目通过改进小组会议、头脑风暴、意见张贴板、提议专项奖励资金等完善了企业内部沟通机制。让员工感受到“说话”被重视，促进沟通合作。隐患排查和 SCORE 项目的持续推进为我们公司注入了活力。公司在环保、安全、现场、职业健康、员工娱乐活动等诸多方面都有了长足的进步。

公司成立环保、安全、现场检查小组，每天对公司各个厂区、各个车间循环进行现场检查，对现场上的问题每天通过公司 OA 内部邮件在公司全网上进行曝光，通过不间断的 PDCA 过程。经过整改，现场管理方面有了大幅提升，员工的安全意识得到了加强，作业现场安全隐患得以消除，员工的作业环境进一步得到改善。

公司党委和企业文化部举办了“欢乐有约趣味无限”秋季趣味运动会、“诺力达人，有“cai”快来活动”。丰富职工精神文化生活，增强职工团队协作能力、企业凝聚力和向心力，提供展现集体风采舞台。

SCORE 项目通过尊重员工权益，改善工作环境，加强员工和管理层的沟通，鼓励员工建言献策，提升员工安全素养，预防生产安全事故。诺力将进一步深化 SCORE 项目在公司土壤里生根发芽，长出企业可持续发展的参天大树。

2018 年 9 月由国际劳工组织北京局颁发（2017-2018 年成功完成了国际劳工组织企业可持续发展项目“工作场所合作”与“职业安全与健康”模块的培训与辅导）证书。

六、公共关系和社会公益事业

诺力股份在努力追求自身发展的同时，勇于承担社会责任，以实际行动反哺社会、助推地方经济、支持教育事业，将慈善行为与企业发展目标有机结合，2018 年开展的结对联村、扶贫帮困、慈善救助、支持公益等系列活动有：

2 月，为体现“诺力大家庭”的温暖与真情，让困难员工安心工作生活，公司集中组织 2018 年度“3+3”困难员工帮困活动，共资助困难员工 32 人，发放帮扶基金 141,000 元。

2 月，党委副书记施菊生携公司员工代表、年轻党员代表走访了虹星桥、林城、泗安、

吕山、夹浦、洪桥等九个村镇共计 38 户社会困难户，提前为他们送去了新春祝福和关爱，本次走访活动共送上慰问金 164700 元。

6 月，为激励和扶持在社会道德文化方面做出模范表率作用的集体和个人，促进社会风气向上向善，形成“好人有好报”的浓厚氛围，长兴县文明办建立了“长兴县道德建设基金”。诺力股份作为一家富有社会责任感的企业，积极参与其中，向该基金捐赠了 10 万元。

7 月，困难员工杨倩，父亲早亡，母亲身患癌症，家庭十分困难，公司捐款 50,000 元用于该困难员工家属治病。

7 月，“八一”建军节来临之际，诺力股份党委副书记陈刚、诺力民兵排排长、人力资源管理部企业文化主管与政府相关领导一起到驻长某部开展慰问活动。为了保证广大官兵的食品安全，诺力从部队的实际需求出发，为部队官兵捐赠了一台双开门冰箱，同时为了保证战士们能在艰苦的日常训练工作后得到充分的能量补给，为他们提供了饮料、矿泉水、方便面、饼干等丰富的物资支持。

8 月，2018 年度“诺力阳光慈善助学基金”发放仪式在公司八楼报告厅隆重举行。在本次发放仪式上，公司共资助了我县 82 位贫困家庭学生，发放助学金共计 348,000 元，其中的 9 名大学生，3 名中学生为公司董事长丁毅家庭资助。

8 月，诺力股份积极响应“千企结千村、消灭薄弱村”专项行动项目推进工作，诺力股份向丽水市庆元县五大堡乡捐款 400,000 元用于该乡结对帮扶。

9 月，为长兴县戏剧曲艺家协会举办“戏韵长兴·迎国庆演唱会”提供赞助 10,000 元。

10 月，中秋节前夕，党委副书记陈刚携公司职工代表和党员代表先后走访了虹星桥、林城、夹浦三家敬老院，一共为 133 位孤寡老人送去月饼礼盒；慰问了长兴培智学校，为 80 名学生每人送去了一套冬季校服，资助金额共计 23,970 元。

11 月，为了积极响应全县开展“慈善一日捐”活动，诺力股份为太湖街道新开河村、杨湾居委会分别捐款 5,000 元、20,000 元。

11月，诺力股份为春蚕公益组织开展的“爱心年夜饭”活动捐款 10,000 元用于为贫困儿童家庭购买过年物资。

第三部分 展望 2019

2018 年，公司在股东和债权人保护、消费者权益保护、供应商经销商权益保护、职工权益保护、环境保护和可持续发展、公共关系和社会公益事业等方面承担了相应的社会责任，并取得了一定的成绩。

2019 年，公司将一如既往地履行社会责任。在提高企业经济效益的同时不断提高公司运作水平、完善股东回报机制，保护员工、消费者权益。坚持绿色发展，研发设计绿色新产品，推动生产过程绿色化，健全资源回收体系，构建完善的绿色供应链。作为资本市场的重要参与者，除了面对行业本身的挑战外，还会契合国家发展战略。公司将继续承担社会责任，并创造企业价值。