

# 上海马利画材股份有限公司

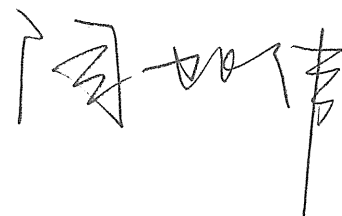
## 2022 年度社会责任报告

## 公开陈述

上海马利画材股份有限公司是一家有百年历史，专业生产经营“马利牌”颜料和画材的企业。2022年度公司创建文明单位工作，在金山区文明办、金山区国资委和红双喜（集团）有限公司的领导下，紧紧围绕“以创新立品牌，以品牌促发展，以发展聚人心”的整体发展思路，坚持自主创新，弘扬品牌，增强企业的凝聚力和市场竞争力，进一步推动了企业文明建设向前发展。

2023年7月28日，上海马利画材股份有限公司2022年度《创建上海市文明单位社会责任报告》向社会公众发布。报告覆盖范围：2022年，上海马利画材股份有限公司党支部、总经理室及全体员工保证本报告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，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。

总经理：

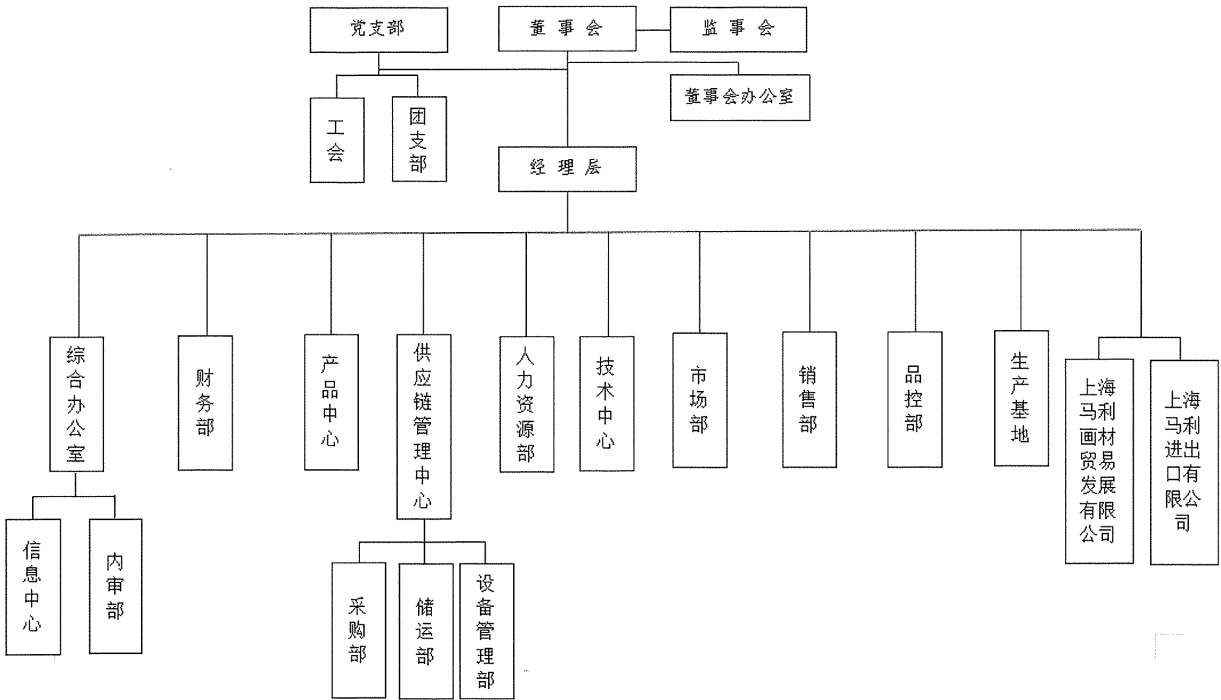


## 基本情况

上海马利画材股份有限公司是中国历史悠久、规模较大、品种齐全的美术颜料和各类配套画材的专业生产经营企业，注册地在金山区枫泾镇，注册资本为 6000 万元人民币，国有股股东为上海红双喜（集团）有限公司（发起人股东）、上海文教体育用品有限公司（发起人股东）和上海金投实业有限公司，分别持股 35.52%，21.32%和 3.16%；其他股东为上海晗松企业发展中心（有限合伙）、上海布彦企业发展中心（有限合伙）、上海嵩斌企业发展中心（有限中心）和珠海崇山私募基金管理有限公司，分别持股 18.53%，11.90%，9.54%和 0.03%。2022 年是马利建厂创牌 103 周年，作为老字号的国货品牌，产品品类涵盖水彩、水粉、油画、中国画、丙烯画颜料，以及绘画铅笔、画笔、画架、画框等画材类产品。为有效提升品牌知名度，扩大品牌影响力，马利正积极从一家传统的制造型企业向文化品牌经营企业转型。2022 年公司主营业务收入 36,812 万元，净利润 2,292 万元。

马利品牌于 2018 年 6 月获得首批“上海品牌”认证，2020 年马利牌油画颜料、水彩画颜料、丙烯画颜料荣获“上海品牌”认证。马利美术颜料商标是中国国家工商局第一批认定的全国 43 个驰名商标之一、是上海市首批著名商标之一、1995 年至今连续获得各届上海市名牌产品称号、被国家商务部认定为中华老字号、被上海工商局认定为上海最具潜力的老商标企业。

公司组织架构如下:



## 主要内容

### I -1 领导班子团结有力，创建机制完备

#### II-1 理论学习

1. 创建要求：2022 年是党和国家历史上极为重要的一年，党的二十大胜利召开，擘画了全面建设社会主义现代化国家、以中国式现代化全面推进中华民族伟大复兴的宏伟蓝图。马利股份认真学习贯彻落实党的二十大精神，全面贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想 and 治国理政新概念思想新战略以及关于精神文明建设的重要论述，以党的二十大精神为指引，深刻领悟“两个确立”的决定性意义，不断增强“四个意识”、牢固树立“四个自

信”、坚决落实“两个维护”，紧紧围绕坚持和加强党的全面领导，以推进社会主义核心价值观落小落细落实为根本任务，以精神文明建设为抓手，全面推进公司的班子建设、制度建设、道德建设、素质建设、作风建设和形象建设，提升社会文明程度。

2. 创建目标：公司领导班子要团结拼搏、务实进取，思想政治工作深入实际，扎实有效，管理制度科学规范，全体干部职工精神饱满、奋发向上、有创新意识，责任意识强、工作效率高，精神文明建设成果显著，达到文明单位的标准。

公司有良好工作风气，公司以服务职工、爱岗敬业为宗旨，修订完善各项规章制度，内部管理严格有序，努力营造务实高效的工作环境，全体职工以“我是马利人为荣，以维护马利品牌为责”转变工作思路，不断提高业务水平。

3. 创建规划：以创建文化建设为重点，进一步提高企业凝聚力和向心力。聚焦“四个阵地”，提升党史学习教育成效。强化宣传教育，提高思想认识，持续发挥廉洁文化教育点功能。注重党建同业务相结合，成立公司价格委员会，筑起廉洁防护网。经常开展党性教育活动，提高党员党性修养。落实主体责任和“一岗双责”，对重点部门、关键岗位人员进行约谈，及时了解思想状态，对一些苗头性、倾向性的问题早提醒早预防。定期组织党员、员工开展培训活动，为每个党员准备配送学习材料，提供网络课程学习路径。

## II-2 员工教育

1. 以公正、包容、责任、诚信的价值取向为指导，引导员工积极参与国际文化大都市的建设，并形成特色。

公司注重宣传教育，坚持正确的舆论导向。公司设有党建办公室，已经成为公司重要的对外宣传窗口和开展员工思想教育的场地。公司定期对员工进行安全教育培训，加强员工的安全意识。

2. 扎实推进社会主义核心价值体系建设，引导本单位从业人员形成正确的世界观、人生观、价值观

公司确立的价值观是：用完美的产品、卓越的服务报效社会；用和谐的工作、美好的生活造福员工；用优良的业绩、持续的发展回报股东。

公司注重员工培训，以有效的教育培养各类人才。人力资源部有专人负责培训工作，通过相关培训来提高员工队伍的整体素质。2022 年公司开展各类培训 12 期，共有 108 人次参加。培训形式多种多样，培训种类有管理体系、岗位技能、职称培训、质量管理、安全教育等。

3. 引导员工践行社会主义荣辱观，知荣辱、明是非、分美丑，养成科学、文明、健康的生活方式。学以修身，习以养德，是美好生活的开始，是社会文明的基础，公司为职工设立了书屋角，普及科学知识，不断丰富自我，提升素养；移风易俗除陋习，倡导职工遵守“新七不”规范。

公司颁布的《员工手册》和《员工违纪处罚条例》已经成为员工的行为规范。

## II-3 员工录用

### 1. 员工录用程序规范、透明

根据《员工招聘录用制度》，所有员工均是通过各类社会招聘渠道进行招聘甄选，根据各岗位不同，安排进行初试、复试。面试合格以后，安排入职体检，待体检合格以后，发出录用通知，新进员工在规定时间内，携带相关入职材料前往公司报到入职。

### 2. 劳动合同签订率

所有员工 100%签订书面劳动合同。

### 3. 本单位正式员工、派遣制职工和外来务工人员的情况

正式员工：126 人、外来务工人员：0 人、派遣制员工：15 人。

### 4. 公布企业员工学历构成比例、员工年龄段的比例：

(1) 30 岁以下员工：21 人（所占比例：14.89%）、31 岁-40 岁员工：43 人（所占比例 30.50%）、41 岁-50 岁员工：44 人（所占比例：31.21%），50 岁以上员工：33 人（所占比例：23.40%）；

(2) 大学本科学历占员工 39%；大专学历占员工：24.11%；高中及以下学历：36.89%。

5. 杜绝使用童工，不得安排未成年工从事禁忌劳动，公开用工年龄段的比例。

根据国家相关法律要求，未招录过未满 16 周岁年龄以下的员工，也没有安排未成年人从事禁忌工种。

6. 严格禁止在招用、薪酬、福利、晋升等方面出现性别歧视、民族歧视、种族歧视、宗教歧视、生理歧视。

本公司在招录过程中从未在性别、民族、种族、宗教、生理

等方面进行过限制。公司还积极与政府相关部门配合，招录一定比例的残疾人。

另外公司每年在全公司范围内进行先进集体和先进个人的评选。通过评选活动，树立优秀典型，大力宣传他们的先进事迹和崇高精神，激励广大职工以先进人物，先进集体为学习工作的榜样，开拓进取，奋发向上，为马利的持续健康发展做出自己的贡献。2022 年度公司评选的先进有：马利股份优秀党员 5 人，合格党员 19 人，优秀员工 20 人及优秀新人 4 人。

#### II-4 劳动保护

##### 1. 实行员工休息与休假制度，员工健康定期检查制度

我公司严格执行相关法律法规规定的工作时间，每日工作时间不超过八个小时，平均每周工作时间不超过四十个小时。

公司每年均安排员工去有资质的体检机构进行健康体检，以及定期安排特殊工种进行职业病安全体检。

##### 2. 员工培训制度（包括年度员工培训总支出与人均支出、员工培训覆盖率）

公司具有完善的培训制度。根据员工的岗位不同，每年组织员工培训。培训种类有 ISO 管理体系内审员培训、职称培训、岗位操作技能培训、特殊工种培训、新员工入职培训、安全培训等。2022 年度员工培训支出 7,350 元，人均培训支出 565 元，员工培训覆盖率：70%。

员工培训三年对比表

| 项目      | 2020 年 | 2021 年 | 2022 年 |
|---------|--------|--------|--------|
| 培训批次（次） | 14     | 9      | 33     |
| 培训支出（元） | 25,080 | 39,820 | 7,350  |
| 人均支出（元） | 295    | 390    | 565    |

3. 公司每年组织一次员工进行体检，特殊工种岗位每年还进行一次职业病体检，对保障员工的健康起到了积极的作用。

公司为员工投保上海市职工保障互助会综合大病保险、住院保险、女职工保险，公司建立了《员工医疗互助基金会》，对医疗自费负担过多的员工进行补助，起到了帮困和排忧解难的作用。

4. 劳动保护用品每年有所递增。

## I-2 诚信与生产经营

### II-5 诚信经营

诚信是企业的基石，是支撑企业发展的软实力，公司在遭遇风险时，首先保证客户的利益，在处于顺风顺水时，也仍坚持诚信，在与客户合作中，关注双方的利益。公司的管理人员诚信为本，从而使广大员工从内心真正获得感知与认同，建立相互信任的基础。在双方合作中，公司保障客户的利益，维护好企业的声誉。在企业管理中，经营者从诚信与能力两个方面来考量员工，员工的诚信度越高，在企业中所获的信任就越大，工作面就宽，做事往往能事半功倍。

#### 1. 诚信经营的理念与制度保障

严格遵循企业管理体系和 5s 管理系统。

## 2. 消费者投诉体系健全

除了售后服务的电话外，公司对于客户质量反馈信息收集有以下几个渠道：

（1）销售代表出差走访报告。

（2）每个月退货的统计和质量报告。

（3）顾客满意度调研。

（4）每年销售副总和经理走访市场收集的关于质量的投诉。

通过各个渠道收集的信息，统一交由市场部做相关分析和处理。

## 3. 合同管理规范，公布合同履约率 100%

对于所有的合同进行统一规范的管理，年底对每个客户的合同履约率进行考核和嘉奖，对每位销售员负责的各个区域进行总体考核。

## 4. 采购责任制度及方针

杜绝私心、抵制诱惑，公平公正，合法合理，执行完善严密的采购申请和审批制度，严把供应商资质、产品价格、产品质量和产品数量关，确保品牌声誉和库存量。

## 5. 保障供应商、分包商与客户经销商合法权益

严密合约条款、严肃合约执行、公平公正操作，建立供应商客观公正的评价体系。

## 6. 公开对供应商和经销商的政策及承诺

不定期与供应商沟通告知公司经营动态，年末供应商洽谈协商新一年的采购计划，签订年度供应商合同。

#### 7. 上海市公告信用信息服务平台查询结果

统一社会信用代码：913101166310089142

类型：其他股份有限公司（非上市）

注册资本：6000 万人民币

法定代表人：蒋熙洲

登记机关：上海市市场监督管理局

公司登记状态：续存

成立日期：1998 年 1 月 6 日

经营范围：许可项目：餐饮服务；游艺娱乐活动。一般项目：颜料制造；颜料销售；办公用品销售；建筑材料销售；包装材料及制品销售；玩具销售；文具用品批发；文具用品零售；化妆品批发；化妆品零售；珠宝首饰批发；珠宝首饰零售；工艺美术品及收藏品批发（象牙及其制品除外）；工艺美术品及收藏品零售（象牙及其制品除外）；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；互联网销售（除销售需要许可的商品）；玩具制造；游乐园服务；货物进出口；技术进出口。

公司每年按时在上海市公共信用信息服务平台公示企业信息；公司无行政处罚、无列入经营异常名录信息、无列入严重违法失信企业名单（黑名单）信息。

#### 8. 财务管理规范

加强财务工作规范化管理，对于提高综合财务管理机制和经

费使用效益将起到积极作用。财务规范化管理活动主要体现在预算管理科学化，经费管理制度化，业务建设规范化，队伍建设专业化，内部审计日常化五个方面。

一年两次的财务审计，定期进行财务清查，有健全的财务管理规章制度，并严格执行，配合各个部门需要出具销售各类数据，妥善保管各类凭证，积极主动与有关机构及财政、税务、银行部门沟通，及时掌握法律法规变化。

#### 企业纳税信用信息

统一社会信用代码：913101166310089142

纳税人名称：上海马利画材股份有限公司

税务人状态：正常

纳税信用等级：A 级

纳税信用等级评价年度：2019

#### II-6 诚信服务

##### 1. 产品达到国家法律法规和国际规则规定的安全标准。

公司依据国家标准、行业标准和企业标准进行生产，检验记录和顾客反馈意见表明达到规定要求，产品质量优良稳定。2017年国家质量技术监督机构对本公司产品进行监督抽查，结果合格。出口产品符合国家标准、行业标准、企业标准及顾客要求。2018年马利牌中国画颜料荣获首批“上海品牌”认证，2020年马利牌油画颜料、水彩画颜料、丙烯画颜料荣获“上海品牌”认证。公司的产品质量与管理水平在业内领先。

##### 2. 产品或服务的销售和售后服务体系健全。

公司高层具有很强的质量意识和以顾客为中心，满足顾客和法律、法规要求的意识。设立售后服务小组，建立了完善的售后服务体系，妥善处理顾客反映的意见和建议。

3. 建立客户管理档案，完善客户意见反馈机制、投诉处理机制和快速响应机制。

公司有系统的客户管理档案，建立了多渠道的客户意见反馈机制，并在内部制订了《产品售后服务条例》，规范售后服务流程，提高售后服务的效率。

#### 4. 客户信息保护

公司制订相关制度对客户信息实施控制管理，确保客户的利益。

#### 5. 产品服务创新制度。

公司定期对顾客的需求和服务质量的满意程度进行测评，每季度召集相关部门召开内部信息交流会、售后服务协调会进行沟通，分类确定需改进的内容。通过走访市场、电话和上门的方式，听取专业画家、大专院校美术专业学生以及绘画爱好者的意见，及时了解顾客满意或不满意的信息，持续改进产品和服务质量，并不断创新管理。

#### 6. 通过产品质量管理体系和环境管理体系认证。

公司已建立了完善的 ISO 质量管理体系和环境管理体系，并保持有效运行，已完全具备达到规定目标的能力。2019 年 12 月顺利通过上海质量审核中心对我公司 ISO 质量环境管理体系的再认证审核。

7. 顾客投诉率。

顾客投诉率较低，质量风险管控处于可控状态。

8. 产品或服务质量负面信息或报道。

公司未发生产品或服务质量负面信息或报道。

## II-7 利润与经济效益

1. 2022 年主营业务收入 36,812 万元, 净利润总额 2,292 万元;

2. 资金回笼率 100%;

3. 存货周转次数 (天) 51.41;

4. 权益乘数 2.05;

5. 营业净利率 6.04%;

6. 企业税后净资产收益率 14.78%;

## 近三年主要财务指标对比

单位: 万元

| 取值范围      | 年份        |           |           |
|-----------|-----------|-----------|-----------|
|           | 2020      | 2021      | 2022      |
| 合并资产负债/利润 |           |           |           |
| 主营业务收入    | 36,278.33 | 46,830.13 | 36,811.69 |
| 营业利润      | 2,558.83  | 5,392.83  | 3,305.48  |
| 净利润       | 2,278.64  | 4,050.48  | 2,291.79  |
| 资产        | 22,549.32 | 33,111.42 | 31,803.80 |
| 应收账款      | 1,640.97  | 2,596.36  | 2,111.34  |
| 净资产       | 13,289.16 | 14,510.75 | 15,505.78 |
| 主要财务指标    |           |           |           |

|         |        |        |        |
|---------|--------|--------|--------|
| 资产负债率   | 41.07% | 56.18% | 51.25% |
| 总资产周转率  | 1.80   | 1.75   | 1.19   |
| 应收账款周转率 | 14.43  | 20.25  | 17.98  |
| 权益乘数    | 1.70   | 2.28   | 2.05   |
| 营业净利率   | 6.04%  | 8.34%  | 6.04%  |
| 净资产收益率  | 17.15% | 27.91% | 14.78% |

备注：1. 2020年初由于新冠疫情突发，严重阻碍了公司的销售业务，故主营业务收入下降较多。

2. 2021年为恢复销售业绩，鼓励下游经销商，公司适度放松了信用政策，从而扩大了销售规模和盈利水平，具体表现为应收账款及应收账款周转率提高，主营业务收入和净利润大幅增加。

3. 2022年受新冠疫情影响，上海地区长达2个月的全面封控致使上半年的销售业绩步履维艰，公司于下半年开始发力，从供销两端入手，加大促销力度，严控进货渠道，保证产品质量与供货速度，使得公司全年扭亏为盈，实现增长。

## 7. 社会保障和保险实施情况良好。

目前所有在岗职工，均按时足额为其缴纳社会保险。本市户籍员工及外省市城镇户籍员工缴纳四金，外省市农村户籍派遣工缴纳综合保险，无拖欠或者少缴等情况。

## I-3 参与社会治理

### II-8 参与文明共建

马利一直注重与社区进行文明共建，结合实际，优势互补、双向互动，因地制宜地开展丰富多彩、形式多样的联谊活动，进一步融洽企业与社区之间的关系，做到在精神文明建设上互相促进，共同提高创建水平，例如发挥企业优势，为社区学生和美术爱好者开展美术课堂活动，组织员工积极参与社区组织的各项比赛、党建活动等。

### II-9 志愿服务

马利公司志愿者立足公司发展和企业社会责任，结合本职工作开展志愿服务工作。不断丰富活动载体，创新活动内容和形式，坚持多措并举，加大志愿服务文化培育，充分发挥专业人士作用，建立常态化工作机制，将其提升塑造为广大员工的精神文化，转化为公司履行社会责任和服务和谐社会建设的不竭动力。

## II-10 救灾与慈善捐助

1. 设有救灾与慈善捐助的实施部门，开展救灾与慈善捐助活动情况。

马利在自身发展的过程中，经常通过各种形式来回报社会。2000 年我公司在中国美术学院首次设立了马利艺术奖学金，用微薄的力量来关心帮助那些有才华的青年学子。短短的几年里“马利艺术奖学金”遍及中央美院、中国美院、鲁迅艺术学院、西安美院、湖北美院、四川美院、天津美院、广州美院、清华大学美术学院、上海大学美术学院等国内各大美院。公司和中国美术家协会合作赞助全国美术作品展，专设“马利艺术创作奖”（油画、中国画、水彩水粉）；和《美术报》合作赞助举办全国马利杯少儿书画大赛，并向上海市的部分艺术教育特色学校、美术社团捐赠各类画材等。

2. 积极参加扶贫帮困、帮老助残、便民服务等各类社区服务活动。

2022 年，我公司工会进一步完善困难职工帮扶体系，深入实施送温暖工程，努力为职工办实事、做好事、解难事，解除他们的后顾之忧。通过深入了解职工家庭情况，及时探望患病职工。

对生活比较困难的职工给予一定补助，为职工排忧解难。

## II-11 救灾捐助

1. 适应社区居民需求，积极参与“学习雷锋、奉献爱心”服务活动；

为社会开展各种募捐和赞助活动。企业在不断发展的同时也没有忘记自己的社会责任，每年公司都要以各种形式捐款、捐物，回报社会。

2. 积极参与文明礼仪、扶危救困、应急救援社会志愿服务；

公司积极配合虹桥镇安全办，派出志愿者进行交通疏导服务。

3. 以社会志愿服务为载体，促进社区志愿服务项目培育、志愿组织及职业化、专业社工组织发展。

公司积极开展献血工作宣传，引导员工们正确认识献血知识，积极参加义务献血活动。

## I-3 绿色环保形象

### II-12 环境管理

1. 环保管理体系规范；

2. 通过环境管理认证；

公司通过 ISO14001:2004 环境管理体系认证

3. 环保治理绩效（环保污染物排放减少、固体废弃物处置）。

根据 ISO14001:2004 环境管理体系要求，公司的各类污染物排放符合相关标准，固体废弃物按程序处置。

### II-13 低碳节能

1. 低碳节能管理（低碳节能制度、低碳节能活动、清洁生产

审核)规范;

2. 绿色办公理念、制度、措施和绩效;

3. 低碳节能绩效(完成综合能耗降低指标、综合能耗降低率、资源循环使用率)。

在节能管理上,我公司建立了企业节能减排工作小组,在公司节能小组的领导下,分别在节电和节水两个方面搞好日常的管理工作,在节电管理上,根据公司的要求,夏季办公室空调开启制冷需最高温度超过 32℃,开启后室内温度不低于 26℃,冬季设置温度不得高于 22℃。办公室做到人走关灯、关电脑以及其他各类电器。

## II-14 环保形象

1. 环保宣传教育氛围良好;

2. 无环保产品研发或应用的投入;

3. 无新投资项目的环境影响评估;

4. 无环保违规负面信息。

## 报告预期与展望

马利作为一家有着强烈社会责任意识的公司,一直以回报社会、推动中国美术事业发展为己任。马利发展的轨迹正如品牌创始人所赋予它的含义:“马到成功,利国利民”。2022年,马利画材将以党的二十大会议精神、习近平新时代中国特色社会主义思想为指导,积极落实行业“十四五”规划要求,紧紧围绕“以创新立品牌,以品牌促发展,以发展聚人心”的整体发展思路,

众志成城，齐心协力，确保全年目标指标的全面实现。

## 社会评价

### 一、社会荣誉

1. 公司 2019 年获 ISO9001 质量管理体系认证证书；
2. 公司 2019 年获 ISO14001 环境管理体系认证证书；
3. 公司荣获“爱心联盟企业”称号；
4. 公司荣获百年上海工业我最喜爱的十大品牌称号；
5. 公司荣获首批上海品牌国际认证联盟“上海品牌”认证；
6. 公司荣获抗击疫情、复工复产突出贡献单位；
7. 公司荣获品牌故事微电影优胜奖（百年马利的前世今生）；
8. 公司荣获品牌故事微电影参赛奖（拾百年记忆、创百年辉煌）；
9. 公司荣获 2020 年中国企业品牌创新成果奖；
10. 公司荣获中国轻工业文教用品行业十强企业（第七）；
11. 公司荣获第八届全国品牌故事征文比赛总决赛二等奖；
12. 公司被授予上海市品牌引领及培育示范企业、被选树“上海轻工卓越、知名、新锐品牌（产品）”；
13. 公司入选上海品牌 100+（时尚消费品）榜单。

### 二、公司活动

#### 2022 年公司参与及举办活动

1. 与成都、上海复星美术馆年度合作，全年举办美术展览的公教活动赞助；

2. 与 889 广场合作 “一罐致过去，一罐致未来” 马利颜料罐回收环保公益活动；

3. 与旭辉商场合作休闲艺术坊活动；

4. 参加万达商场红双喜集团 “老字号进社区” 中秋晚会活动；

5. 参加兴业太古汇钢琴涂鸦活动；

6. 赞助梵高光影展、初芒计划等美术展；

7. 举办 “探秘民族品牌” 研学主题活动；

8. 与 SMG 集团《上海电视》合作 “爱我中华” 公益绘画大赛；

9. 与上海国际艺术节合作；

10. 参加 116 届 CSF 中国文化用品商品交易会；

11. 开设枫泾老字号品牌博物馆一楼、二楼品牌馆；

12. 开展华山 263 · 老字号品牌馆二楼童年记忆展区；

13. 参加进博会、工博会、文房四宝展。

### 三、公众反响

近年来，马利股份在金山区国资委和红双喜集团的正确领导下，紧紧围绕 “巩固文明单位创建成果” 这一中心工作，以创建和谐企业为工作准则，不忘马利创始人 “马到成功，利国利民” 初心，努力满足广大美术爱好者、专业画家和学生对优质美术用品的需求，获得消费者的普遍认可。公司与共建单位积极联系沟通，配合社区各项工作，积极承担社会责任，形成良性互动机制，获得社区积极评价，良好的社会声誉与公众反响。