



2023 可持续发展报告

SUSTAINABLE DEVELOPMENT REPORT





爱承载
“象”未来
共美好

目录

CONTENTS

04 董事长致辞

06 走进圣象

06 公司概况

07 组织架构

08 企业文化

10 品牌文化

11 主要产品

12 圣象档案

14 责任专题一

聚焦科技前沿，
驱动消费新潜能

16 责任专题二

保护大象家园，
用爱承载新梦想



象步稳健

创新引领发展新篇

诚信经营，守正合规	22
创新驱动，引领革新	24
匠心品质，科技人居	26
专属管家，服务升级	27



象盾守护

携手共护绿色家园

绿色治理，生态守望	32
低碳运营，绿色转型	34
绿色制造，亲近自然	38
绿色文化，深入人心	39



象行天下

同心筑梦美好生活

育才有方，激发活力	44
以人为本，安全第一	49
携手伙伴，共赢发展	52
感恩前行，回馈社会	55

56 可持续发展管理

62 未来展望

64 附录

64 报告导读

65 关键绩效

69 指标索引

70 评级报告

71 意见反馈

◆ 董事长致辞



圣象集团董事长
陈建军

以奋进之圣象，奏时代之华章。2022 年是党的二十大召开之年，也是踏上全面建设社会主义现代化国家、向第二个百年奋斗目标进军新征程的开局之年。面对百年未有世界之大变局，圣象将这一转折视为巨大的发展机遇和全新起点，以不屈的精神与智慧，做创新发展、环境保护和行业进步的“领头象”，为行业发展提供“象形守护”、贡献“象形力量”！

创新赋能发展，共创数字新潮。我们始终秉持用爱承载的品牌理念，通过科技、美学、制造技术以及服务，设计创生出很多新型应用场景，进一步秀出了世界波、国潮风、科技范、数字潮。我们积极拥抱数字化，以科技创新持续推动企业不断迭代升级，以创造消费新需求。2022 年，圣象地板累计销量突破 9 亿平方米，用户规模超过 2,500 万，创下品牌全新市场纪录。

响应双碳战略，共建绿色生态。我们积极践行绿色发展理念，始终以极致的环境友好型产品专注绿色增长，以长期主义驱动从绿色产业链到绿色增长的转变。我们制定企业降低碳强度以及助力碳达峰目标计划，通过 FSC 森林认证中的产销监管链认证，打造一系列低碳、节能、绿色产品，从源头把控绿色环保，在提质增效、稳定供应链的同时聚焦双碳，共建绿色供应链，共享绿色生态。

用爱承载未来，共享美好生活。我们坚持以人为本，视员工为最宝贵的财富和最根本的力量，为每个员工提供广阔发展空间和事业平台，与员工共进步、共发展。我们携手国家亚洲象保护中心、国家濒危野生动物基因大数据研究中心等单位，长期开展云南亚洲象基因组研究公益平台项目；持续开展保护母亲河——长江绿色邮局项目；深入持续推进圣象“绿校园”公益行动，播撒绿色理念、成就绿色梦想。

为者常成，行者常至。2023 年，圣象将继续意气风发、斗志昂扬地迈步在实现企业绿色高质量发展的新征程上。圣象人将始终践行可持续发展战略，立足实业，以科技创新实现转型升级，充分展示民族品牌的情怀与梦想，为早日实现人们“象”往的健康、美好的生活不懈努力！

 走进圣象

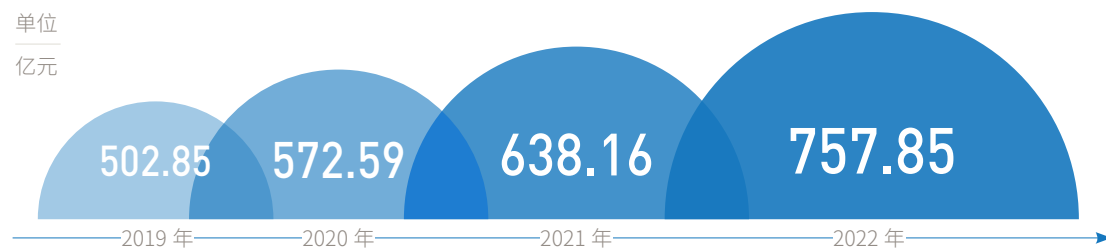
公司概况

圣象成立于 1995 年，总部位于上海，是一家以地板及其相关产业为主的大型企业。经过 28 年的发展，圣象构建了完整、庞大、成熟的绿色产业链，打造了绿色、环保、健康并可可持续的产品原料、开发、生产、销售和服务的供应链体系，是中国木地板行业开拓者。

多年来，圣象从地板领军者，到家居梦想践行者，始终站在行业的前端，并以前瞻的视野、创新的思维和拼搏的精神，不断超越自我，创造了一个又一个辉煌的成绩，引领和推动行业的整体发展。

品牌价值

单位
亿元



多项第一

- ### 多项第一

 - **第一家** 将强化复合木地板从欧洲引入中国的地板企业
 - **第一家** 逆向 OEM 的中国地板企业
 - **第一家** 引进国际一流的强化复合木地板生产线
 - **第一家** 以品牌专卖店形式销售地板的中国地板企业
 - **第一家** 通过在央视投放电视广告启动品牌全面塑造的地板企业
 - **第一家** 打造完整产业链的中国木业企业
 - **第一家** 在中国推出 E0 环保标准
 - **第一家** 全面采用“F ★★★★★”国际环保至高标准
 - **第一家** 中国林产工业协会颁发“质量信誉信得过企业”的地板企业

2022 年，圣象品牌再获新荣誉、再登新高度。不仅连续六年入选公信力和认同度最高、权威性最强的中国品牌国家队阵容，今年更是再度入选中国 500 最具价值品牌 top100，且木地板单品类荣耀夺魁，获得“中国品牌年度大奖木地板 NO.1”荣誉，是家居行业当之无愧的领军企业。

1995年
成立

1↑
国家认可实验室



2,500万
忠实用户



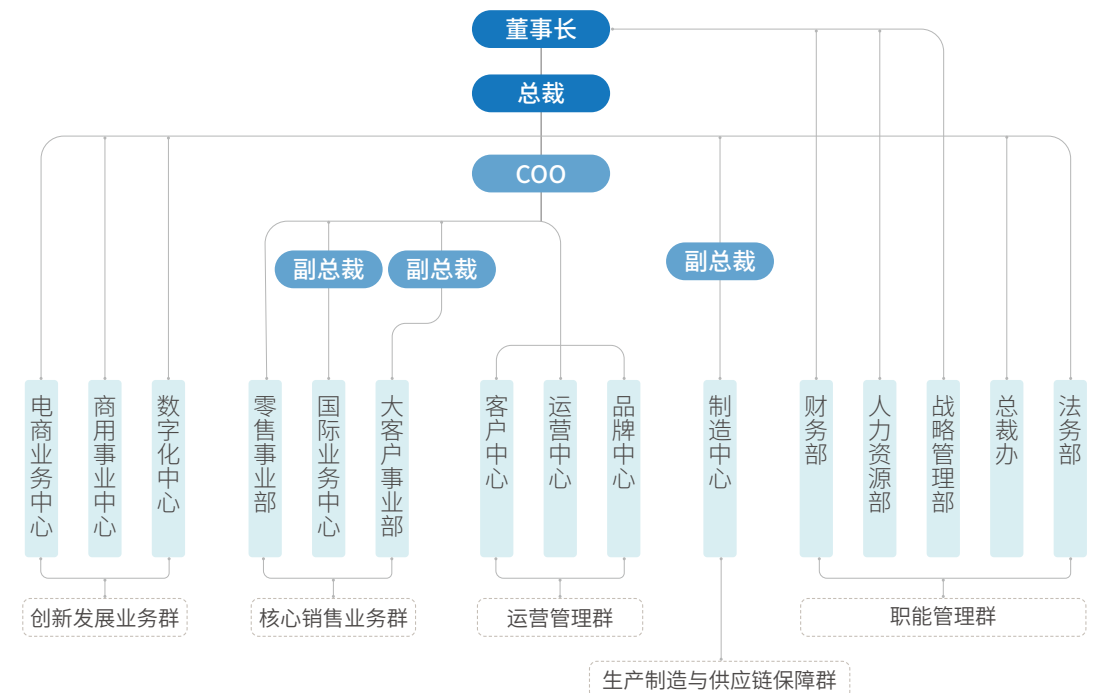
营销遍及
33个国家和地区

3,000+ 家
地板专卖店

地板累计销售
9 亿平米



组织架构



企业文化

行为准则

行为准则

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

企业工作作风

目标明确，行动积极；
大象赶路，不追小兔；
激情超越，团队共赢。

企业理念

核心价值观

- 用户第一
——代表着我们对于客户的服务意识和态度
- 勇做第一
——代表着我们对于新消费市场竞争积极进取的坚定意志
- 团结如一
——代表着我们对于团队伙伴的认可和期望
- 品质如一
——代表着全体圣象人在工作中的坚守与准则

企业愿景与使命

绿色人居生活空间的
领军企业。

企业精神

团结创新，合作共享；
品质至上，极致匠心。

企业核心竞争力

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

企业经营理念

不断探索、超越，创领智慧家居生活新方式，与
消费者一起激发出更多美好的生活空间灵感！



企业战略

- ◆ 圣象绿色产业链战略；数字价值链战略；国际化战略；大家居战略。

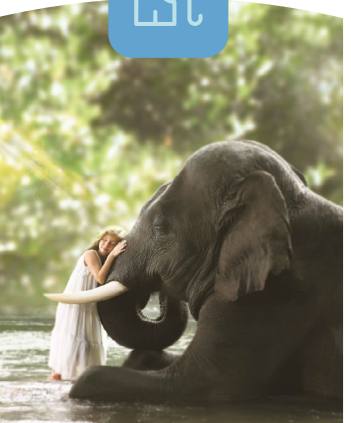
品牌文化

家文化



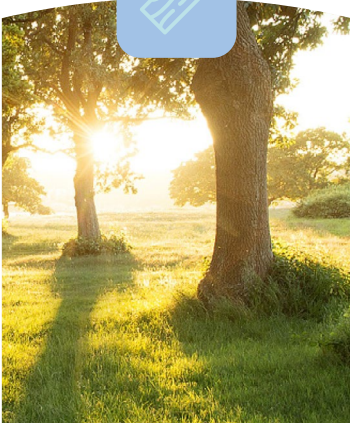
相亲相爱，和睦同心

象文化



信赖温情，力量承载

木文化



自然质朴，匠心治木



圣象

地板|木门|墙板|衣柜|弹性地材

用爱承载
美好生活

大亚圣象·000910·



主要产品



至今

在全球拥有员工

20,000 多名

在全球拥有专卖店

3,000 多家

圣象成立于 1995 年，总部位于上海，是一家以地板及其相关木业（装饰）产业为主的大型集团。多年来，圣象已成为木地板行业领军企业，围绕地板核心品类，立体延伸地门墙的设计价值体系，无论是家用空间还是商用空间，集成品质、生产、环保、设计、服务、体验等关键环节，从优质产品及服务的品牌运营者到通过设计提供生活空间的整装解决方案运营者。我们将绿色健康理念深深地根植于产业链的每个细节，贯穿林业资源、基材、工厂、研发、设计、营销、服务七大环节，通过绿色产业链战略，生产绿色产品，引导绿色消费，创造绿色生活方式。至今，圣象的营销网络遍及全球，43 家分公司全面覆盖国内市场，40 家海外合作伙伴携手共进，在全球拥有 20,000 多名员工，3,000 多家专卖店。

圣象档案

1995 年

圣象成立，将强化地板品类产品引进中国。

2002 年

大亚集团成为圣象投资方，成立圣象集团有限公司，总部迁至上海，并建成国际领先的健康基材生产基地。

2003 年

国家质量技术监督检验检疫总局公布圣象强化地板在行业内成为首批“国家免检产品”。

2004 年

圣象提出全球一体化构想。

2006 年

圣象实验室获得国家级实验室认可。

2008 年

圣象国际化战略全面发布；作为家居建材行业的唯一代表，受邀参加 2008 夏季达沃斯年会。

2010 年

圣象在博鳌·21 世纪房地产论坛上荣获“年度供应商大奖”；建成行业规模最大、最完整、最先进的绿色产业链。

2019 年

圣象受邀参加第十届世界品牌大会暨中国 500 最具价值品牌发布会，并以 502.85 亿元品牌价值位居中国家居行业榜首，同时连续三年入选公信力和认同度高、权威性强的中国品牌国家队阵容。

2018 年

圣象以 415.62 亿元品牌价值获得“中国 500 最具价值品牌”荣誉，蝉联中国家居行业榜首；与世界级经济大师对话，深入探讨在“中国制造 2025”大框架下，如何通过产品创新和品牌建设建立和维持竞争优势，为打造全球化品牌新创之路找到出口。

2017 年

圣象以 345.68 亿元品牌价值获得“中国 500 最具价值品牌”荣誉，位居中国家居行业榜首；举办商用地板发布会，正式进军商用地板领域。

2016 年

圣象作为发起单位之一，参与首届中国社会责任百人论坛；第三届全民地板日取得辉煌战绩，并邀请女排运动员助力南京主会场。

2015 年

全球圣象人优秀代表集聚北京人民大会堂，与各界领导和友好人士一起庆祝圣象成立 20 周年。

2014 年

圣象首次参加广州建博会，并在建博会上发布大家居战略；发起首届圣象力量全民地板日活动。

2011 年

“十年树木·百年树人”圣象绿校园公益行动启动，首站走进四川绵阳，在安县秀水村成立红光圣象栋梁小学。

2020 年

圣象 25 周年庆典隆重举行；与中国石化、伊利等 23 家中国社会责任百人论坛理事会单位共同发起“可持续发展宣言”，承诺秉持“创新、协调、绿色、开放、共享”的发展理念，全面深入落实 2030 年可持续发展议程。

2021 年

圣象以 638.16 亿元的品牌价值再次荣膺 2021 年“中国 500 最具价值品牌”榜单，并首次入选 100 强，连续五年入选公信力和认同度高、权威性强的中国品牌国家队阵容。

2022 年

圣象再次蝉联“中国 500 最具价值品牌”，以 757.85 亿元品牌价值稳坐中国品牌 100 强交椅，连续六年入选公信力和认同度最高、权威性最强的中国品牌国家队阵容。

2023 年

圣象致力于成为世界级可持续发展的生态健康与生活空间品牌，怀揣着为中国亿万家庭创造美好生活的远大梦想，荣耀亮相由国家八大部门联合牵头举办的 2023 中国品牌博览会暨中国品牌发展国际论坛，向世界展示品牌形象，讲述品牌故事，分享品牌理念。

FEATURES I

责任专题一

圣象聚焦科技前沿，以“产业兴企、科技强企”为新发展理念，用科技的手段建立全新产业；以高质量发展路径为代表，链接消费价值，以供给创造全新需求，以科技为家居产品焕发新的升值空间，为消费者提供更美、更强大的地板及其延伸产品新品类。

聚焦科技前沿
驱动消费新潜能

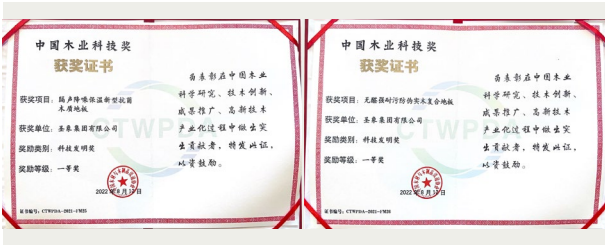
圣象利用创新与智能化生产，定制出符合市场不同结构需求的产品，携手各级经销商，联合各界合作伙伴，共同在新的发展时期开辟更多崭新的家居应用场景，实践出更多极具细分市场特色的绿色人居解决方案。

统筹科技布局

作为地板行业的龙头企业，为保证技术的先进性，圣象积极与高校、科研院所、企业建立合作，初步形成《科研项目管理办法》。

坚持创新研发

圣象坚持研发驱动、创新驱动、产品驱动运作模式，充分发挥研发体系引领作用，以卓越产品开发、设计管理能力拓展行业价值高地。圣象研发中心 CNAS 国家认可实验室参与国家林草局科技司组织的 2022 年林产品检验检测能力验证，“人造板干燥器法甲醛释放量测定”和“人造板静曲强度的测定”均获得满意结果。



赋能人居生活

圣象聚焦科技前沿，致力于以产业科技链接消费价值，以供给创造全新需求，以科技为家居产品焕发新的升值空间，为消费者提供更美观、更智能、更强大的家居产品，从造产品到造生活，从地板立体延伸地门墙设计价值体系，以科技赋能生活，匠心营造安心、便利、舒适的智慧人居生活，承载用户美好生活场景。

圣象年度七大科技

冻颜 2.0 科技

采用纳米工艺科技使地板表面历久弥新；
针对家居木制品，圣象提出三个维度的健康标准方向。

热能指向科技

将热能快速均匀辐射到地板表面，形成稳定的热场效应。

艺数科技

使用先进的数码科技打印技术，表面可矢量化定制，丰富产品多样性。

柔石地板科技

把大理石等硬质地材的防潮、耐磨、防霉等特性，与木地板脚感舒适、富有弹性、便于安装的特点相结合。

拓印科技

通过磨压钢板的艺术设计，实现光泽、凹凸等创意效果，在不同材质的表面展现木纹纹理特色。

数字体验

在小程序为用户提供一套个性化的系统解决方案。

FEATURES 2

责任专题二

保护大象家园
用爱承载新梦想

作为行业领军企业，圣象坚持投身社会公益事业，长期关注野生动物保护行动，不断提出人类和大自然共同追求的理想境界，倡导守护地球、保护生物多样性，用圣象公益行动成就社会大爱。



亚洲象是亚洲现存最大和最具代表性的陆生脊椎动物，是森林生态系统的“伞护种”，是“雨林工程师”。作为我国一级重点保护野生动物，亚洲象在中国主要分布于云南省西双版纳、普洱和临沧 3 个州市，是热带森林生态系统的旗舰物种。截至 2022 年底，亚洲象已从上世纪 80 年代末期的 180 头增长到 300 多头。

作为以“象”为品牌图腾的企业，圣象与大象有着不解之缘。从品牌创立之初，圣象的品牌理念就是“让生命与生命更近些”。大象踏实、稳重、值得信赖的形象气质成为了圣象一路成长的企业精神，品牌“用爱承载，美好生活”的理念，与象文化中的承载、担当一脉相承。

2022 年 8 月 12 日，圣象集团董事长陈建军在“2022 世界大象日系列活动”上发表“为中国亚洲象创造美好生活”倡议书，呼吁加大中国亚洲象种群科研投入，系统性建立中国亚洲象保护措施，用科技保护中国亚洲象种群，对亚洲象生存的自然生态进行全面修复，关注传播中国亚洲象种群保护行动。该倡议得到了国家林业和草原局亚洲象研究中心、国家濒危野生动植物种质基因保护中心及社会各界的积极响应。

圣象集团还着手与国家林业和草原局亚洲象研究中心、国家濒危野生动植物种质基因保护中心、南京多禾互娱科技股份有限公司联合开展“云南亚洲象基因组大数据平台和科普传播”项目。该项目旨在进一步创建云南亚洲象的基因组大数据平台，抢救性保护云南亚洲象的遗传基因资源，并创造性地对阶段性成果进行广泛传播，彰显我国“人象和谐”“人与自然命运共同体”和“创建亚洲象国家公园”等新发展理念。



“为中国亚洲象创造美好生活”倡议书

2021 年，中国亚洲象北迁南归的故事牵动了亿万中国人民的心，也引发了全社会对中国亚洲象保护、栖息环境的密切关注。这群亚洲象的奇游记说明大象也觉得“世界那么大，我想去看看”，去追求它们“象”往的美好生活。

资料显示，野生大象属于国家一级保护动物，中国亚洲象种群约 300 头，它们以家庭为单位野外群居生活。

“万物各得其和以生，各得其养以成”，我们每一个人都应该参与到生态建设、野生动物保护的社会公益中来，成为“象”往美好生活之路上的守护者。

今天，圣象将与国家林业和草原局亚洲象研究中心、国家濒危野生动植物种质基因保护中心等机构就“云南亚洲象基因组大数据平台和科普传播”项目进行签约，通过为中国亚洲象采基因、列家谱、上户口、找对象，确保它们吃好住好，健康安全有医保，保护中国亚洲象的绿色家园，并且进行这项科研成果和保护行动的真实记录和传播。

借此，圣象发起“为中国亚洲象创造美好生活”的联合倡议，希望通过科技手段、友善行为、野生动物保护政策等为中国的野生亚洲象创造自然宜居、安全、不被骚扰的生活环境；同时，我们呼吁各界共同加大中国亚洲象种群科研投入，系统性建立保护措施，用科技保护野生动物，对自然生态进行全面修复，关注传播中国亚洲象种群保护行动。

“用爱承载，美好生活”是我们共同的生活理念。去年大象的北迁南归是大象寻找美好生活的过程，在此过程中，全社会的努力和付出是“用爱承载”的生动诠释。

圣象与亚洲象因“象”结缘，今天是圣象为亚洲象保护公益事业迈出的实质性的第一步，我们愿意更深入和持久地投入到亚洲象保护公益行动中，也呼吁更多的社会力量参与到这项行动中去，共同营造人与自然和谐共生的人类美好家园！

陈建军 董事长

2022 年 8 月 12 日 世界大象日



◆ 2022 亚洲象保护论坛

“深度参与到对亚洲象的实质性保护的公益行动中是企业的责任使然，系统性建立保护措施，用科技保护野生动物，用具体的行动关注和传播中国亚洲象种群保护行动是企业核心价值观的具体体现。”

——圣象集团董事长
陈建军



“为中国亚洲象创造美好生活，也是对‘用爱承载，美好生活’的践行。美好生活的载体是家庭，不仅仅是小家，进而可以延伸成为全球人类的大家庭。圣象高质量发展的理念就是全球配置资源、全球发展市场，将最先进的设计、材料、空间、科技融入到各类用户需求场景中，通过供给侧创造全新的需求升级，为全世界的家庭创造美好生活的全新场景和应用；关注中国亚洲象种群以家庭为单位的野外生存状态，保护他们的生存状态和环境，为他们营造美好生活家园，这与圣象的发展理念息息相关。”

——大亚圣象家居股份有限公司总裁
吴谷华



◆ “云南亚洲象基因组大数据平台和科普传播”项目授牌仪式



象步稳健 创新引领发展新篇

圣象集团秉持匠心经营，以守正合规夯实发展根基，以创新求变驱动革新建设，以臻选品质打造科技人居，为客户提供优质服务，在践行新发展理念、营造新发展业态的道路上，砥砺前行，行稳致远。

诚信经营，守正合规	22
创新驱动，引领革新	24
匠心品质，科技人居	26
专属管家，服务升级	27



诚信经营，守正合规

圣象集团始终坚持党的领导，加强党的建设，优化完善治理结构，推进依法合规经营，全面管控风险并保护知识产权，强化反腐倡廉建设、鼓励合规营销创新，为企业规范、稳健发展注入生机与活力。

坚持党建引领

圣象坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指引，深入学习宣传贯彻党的二十大精神，为集团完成经营目标任务、实现高质量发展提供坚强的政治保障、思想保障和组织保障。

◆ 加强理论学习

圣象将党建作为企业提升业务能力的抓手，引导职工自觉加快知识更新，优化知识结构，强化“思想内功”。通过看视频、听理论、读文章、做答题等，掀起人人学、时时学、处处学的学习热潮，营造学以致用的浓厚氛围，使党建成为打造政治素质高、业务能力强、服务态度好的学习型队伍的强力引擎。

倡导诚信经营

诚信经营是立身之本。圣象始终把诚信守法作为企业经营的一项基本原则，建立健全诚信合规制度，坚持诚信合作、守法经营，倡导并履行健康的商业价值伦理，使公司的发展规划和行动始终与法治社会的建设方向保持一致。

全面风险管控

圣象始终将风险管控放在工作的首位，不断完善全面风控体系，开展风险防控培训，提升员工风险管控能力。



◆ 公司年会宣讲《应收账款管理及风险防控》

保护知识产权



圣象充分尊重知识产权在企业发展中的重要作用，积极建立知识产权保护机制，加大知识产权保护力度，加快对知识产权侵权违法行为的追责行动，有效保护知识产权，维护品牌形象和公司合法权益。

◆ 著作权保护和风险防范培训讲座

强化反腐倡廉

圣象着力防范廉洁风险，坚决惩治腐败问题，紧盯集中采购等重点领域，建立健全监督约束机制，始终保持反腐败高压态势。深化构建反腐倡廉长效机制，坚持“不敢腐、不能腐、不想腐”一体推进，推动集团上下开展专项防治，加大违纪违法问题查处力度，完善权力制约机制，筑牢全体员工拒腐防变的思想根基。

加强合规营销

圣象严格遵守《中华人民共和国广告法》等法律法规，注重保障消费者知情权，建立合规营销管理制度，客观、真实、准确地向消费者宣传产品信息。制定品牌宣传制度，规范品牌宣传推广；规范产品标签使用，确保产品标签合规性；持续加强营销全流程的监督管理，保证产品信息透明，优化营销意识，全力保障营销流程符合法律规范，多维度强化负责任营销。

制定风险告知制度，充分提示产品风险，倡导可持续消费理念，为用户提供专业、安全、可信赖的产品服务。

通过举办线下活动、新媒体平台推送、社交媒体直播等形式，开展消费者产品知识普及宣教，为客户普及产品知识。

圣象地板专卖店所在建材商场有针对消费者发现产品价格问题，差价补偿3-10倍不等的承诺，同时接受当地市场监管局的监督。

创新驱动，引领革新

创新是引领发展的第一动力。圣象以创新驱动发展、科技自立自强、持续战略升维为导向，构建科技创新体系与机制，推进数字化体系建设，以专业铸就优质品质产品。

数字化体系建设

圣象部署数字价值链战略，将数字技术植入开发、生产、销售和服务的供应链体系中，通过数字技术激活 2,500 万用户，创造新的客户流量。以数字化技术融合圣象集团绿色化和数字化两大战略协同发展，通过业务数字化实现数字化业务。2022 年，圣象新启数字化项目 9 项，建设和维护数字化相关系统 18 个。

数字化体系建设

建设目标

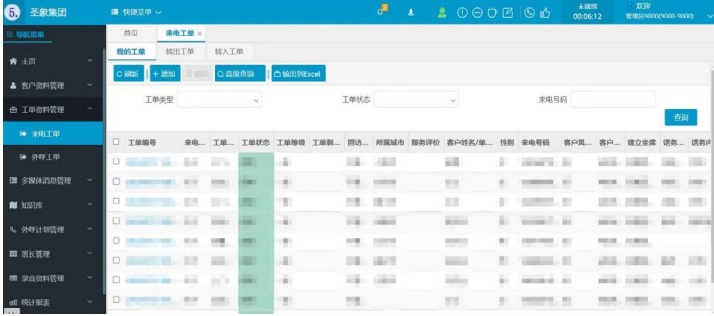
短期目标：分块、分期上线、小步快跑的方式，实现最小闭环；
长期目标：持续迭代，通过业务数字化实现数字业务化。

数字架构

规划采用前中后台体系架构，前台面向营销推广、转化和交易，中台支撑运营，后台针对内部管理及后勤给予支持。

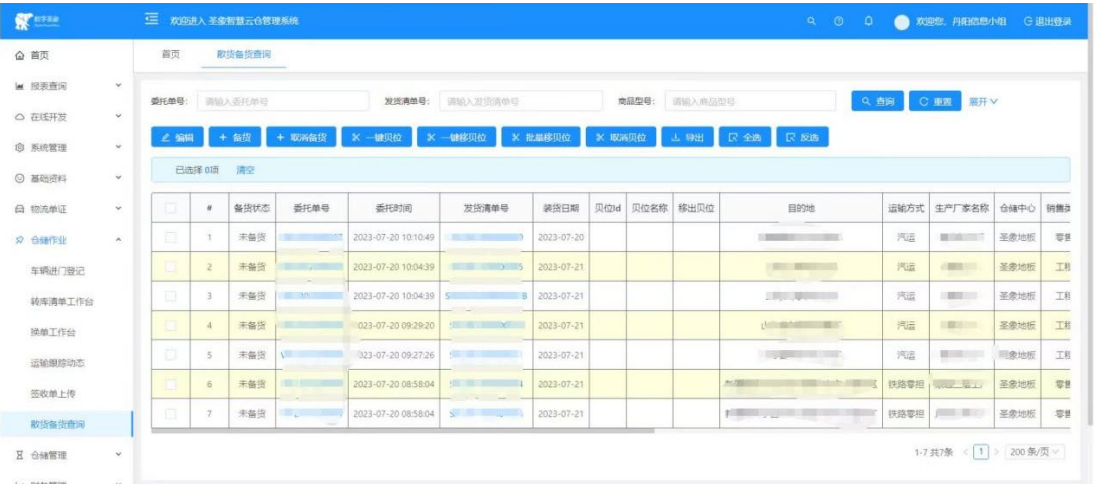
客服 AI 智能呼叫中心系统

AI 智能呼叫中心通过建立集团化信息呼叫平台，将公司客户服务统一规划、管理，实现了对客户服务业务的有效支撑；搭建一套集呼叫咨询、投诉、派工、回访为一体的售后服务体系，进一步提高客户服务质量，强化服务监督，有效提高客户服务满意度。AI 智能呼叫中心的成功实施，提高了业务操作的规范性、流程性，实现了售后服务业务的数字化管理。



圣象智慧云仓与智能物流系统

物流中心通过智慧云仓与智能物流的部署应用，实现产品从生产到仓库运输各环节的高效运转；通过智能贝位功能，优化物流中心的堆放和拣货模式，由系统自动分派区位，提升了产品的批次管理，保证产品外观一致性，提高客户满意度；通过运输路线智能择优的系统算法，智能选择最优的运输公司承担运输，减少人为因素对费用的影响，降低运输成本，打造可视化、标准化、规范化的管理体系，实现降本增效及支撑未来业务长远发展的需求。



重视技术创新

圣象高度重视技术创新，打造技术领先优势。公司建有省级研究中心，以及重点研发平台，建立了地板行业首个 CNAS 国家认可实验室，致力于木地板新产品的开发，打造公司技术领先优势。公司开发的隔声降噪保温木质地板经行业专家鉴定，达到“国内领先水平”。截至 2022 年底，圣象累计获得授权专利 278 件，其中发明专利 49 件、实用新型 144 件、外观专利 85 件，拥有核心自主知识产权数量 80 个，占比 29%；参与制修订国家标准、行业标准和团体标准 54 项，其中参与制修订国家标准 19 项，牵头制定团体标准 1 项。

营造创新氛围

圣象敞开怀抱积极拥抱变化，有效利用线上流量和工具，增强所有到店访客的认可度，以积极的态度应对物流运输、安装服务等可能面临的困难；加大基础建设，利用好视频会议等线上交互工具，从产品到技术上多层次强化所有前端客户的自主能力。

匠心品质，科技人居

产品质量是企业发展的基石，也是企业生存发展的根本。圣象集团持续夯实产品品质管理，以工匠之心塑造产品卓越价值，以智慧之力打造科技人居，全面落实流程质量管控，用心用情为客户打造梦想之家。

产品质量管理



◆ 质量管理体系认证证书

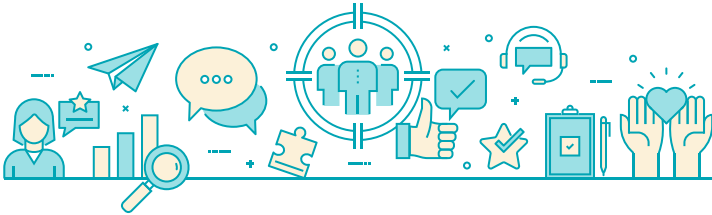
圣象注重全流程产品质量，采用独创性质量管理模式，加大产品质量管控力度，不断提高公司质量管理水平。从采购开始，严格遴选来源合法的优质木材，从源头把关，保证全球制造的品质之“芯”，建有行业首个 CNAS 实验室，依托多项独有的加工技术，确保“产品品质管控前置”；严格按照国家质量标准制造木地板，把控每一项产品指标，落实到每一个生产环节，确保以一流技术工艺造就一流产品；制造研发、智慧体验、大数据分析和智能服务“4 大平台”，为消费者提供数据支持、服务保障、研发创新和体验创新，实现质量价值链全流程管控，有效提升公司产品竞争力。截至 2022 年底，公司已通过 ISO 质量管理体系、美国委托第三方 BV 公司、中国环保产品 CQC 等多项认证。

赓续至臻品质

圣象积极探索优化产品管理模式，建立健全从采购、研发、生产到终端销售的全面质量管理体系，成立质量改善小组，对全流程各环节进行质量把关，确保将优质产品交予客户。

塑造品质文化

圣象着力强化产品质量培训，通过开展多种培训活动，提升员工的产品质量意识；通过系统开展“质量月”、QC 小组活动，渗透高品质理念。



专属管家，服务升级

圣象坚持以客户为中心，不断提升产品服务质量和效率，积极探索无边界、有温度、多元化的贴心服务，提供优质的产品与客户体验。

规范服务体系

圣象积极完善客户关系管理政策，制定《圣象集团服务考核标准》，在售前、售中、售后全流程规范客户管理工作，建立健全客户服务体系，为客户提供全渠道、全方位贴心服务。



◆ 客户赠送锦旗

完善售后服务



圣象重视客户需求，坚持以客户的声音反哺售后服务质量提升，建立健全售后服务体系和投诉机制，完善质量投诉业务处理流程，为客户提供全渠道、全方位贴心服务。客户中心设置 400 呼叫中心、售后服务组、服务推广组，三个团队协同负责完成售后服务工作，形成完善的售后服务闭环体系。2022 年，圣象集团投诉解决满意度为 95%。

时间	客户投诉数量 / 起	客户投诉率 / %	投诉解决满意度 / %
2019 年 ▶	260	0.19	95
2020 年 ▶	175	0.13	91
2021 年 ▶	357	0.25	88
2022 年 ▶	397	0.29	95



提升服务满意度

圣象坚持以客户为中心，完善修订《圣象集团服务管理制度》等，提高服务质效，优化客户体验，提升客户满意度；持续开展客户满意度调查，收集消费者对产品和服务的意见建议，推动服务管理质量改进提升。2022 年，圣象集团客户满意度为 99.99%。

客户增值服务

圣象为客户提供多元化的增值服务，通过开展节日关怀、上门维保、新春服务队、服务进社区等活动，主动将服务送到客户身边，为消费者提供周到、用心的服务。



为客户提供专业服务

产品知识宣导

- 定期组织现场营销活动，由专业人员讲解产品知识或进行服务宣讲，如圣象力量主题活动、康逸三层实木节等；
- 发放《圣象地板服务手册》，介绍安装方法、品质保证及服务、日常使用及维护常识，附保修卡和安装反馈卡；
- 定期组织老客户上门服务，由专业的售后服务人员上门，完成地板清洁、地板抑菌、地板保养、地板轻微划痕修补、扣条深度清洁、脚线脱落修复、踢脚线深度清洁等，如贵州公司小象入户活动；
- 安装师傅在安装现场安装结束后，与客户再次交代日常使用及维护常识。

02

象盾守护 携手共护绿色家园

谋生态保护就是谋长远根本、谋全局发展。圣象始终坚持将绿色发展理念与企业治理相融合，持续推进低碳运营并以绿色创新推动可持续发展，真正做到生态环保深入企业“心”，以“象盾”力量守护地球美丽家园。

绿色治理，生态守望	32
低碳运营，绿色转型	34
绿色制造，亲近自然	38
绿色文化，深入人心	39



绿色治理，生态守望

圣象秉承绿色发展理念，通过不断完善环境管理体系、建立环境影响评估制度与环境应急制度，严格落实环境管控，持续推动公司走绿色低碳的可持续发展之路。

环境管理体系

圣象致力于将绿色理念与可持续发展进行深度融合，并以环境管理体系认证要求严格落实环境管理责任，开展 ISO 14001 环境管理体系认证。通过建立完善的环境管理体系与环境管理组织制度、制定年度环保管理目标计划、污染防治设施稳定运行和维护，健全环保管理台账、对生产工厂开展环保管理实地督查及考评工作等方式，严格落实环境管理责任；同时积极开展生态环境保护宣教工作，提升团队生态保护意识与能力。

提升应急能力

圣象持续完善环境管理应急管理体系，强化环境突发事件应急能力建设。不断建立健全《环境突发事件应急预案》并备案，建立以总经理为主要负责人的环保应急责任制为主要抓手，通过设立经理 24 小时值班制度、定期开展不同类型环境突发事件应急演练，全面加强环境风险防控与完善应急体系，整体提升全员综合应对环境突发事件的处置能力。

环境影响评估

圣象积极实施可持续发展战略，为促进经济和环境的协调发展并及时预防因规划和建设项目实施后对环境造成不良影响，各工厂严格遵守相关法律规定与“三同时”管理要求，及时制定解决方案及整改计划，压实环境管理责任，从水、气、声、渣四方面着手，以废气、废水为重心，不断开展新建项目环境影响评估工作，落实检查结果均符合国家排放限值标准。2022 年，福建建瓯居佳家居有限公司新建项目，严格落实合规建设，正组织进行环评验收。

坚持绿色产业链

圣象注重生产源头的环境保护和整体绿色产业链的搭建。2022 年 11 月 27 日，集团顺利通过全球最为严苛的认证——FSC 森林认证中的产销监管链认证，从原木的运输、加工到流通整个链条均得到严格鉴定，圣象地门墙柜全品类产品均源自于经营良好的森林。此项认证的获得，意味着圣象在对地门墙柜全品类木材加工各个环节均通过了 FSC 链条监管与确认，更是对圣象高质量发展绿色环保具体行动的又一力证。而对于广大用户而言，选择 FSC 认证的产品，就是选择环保健康的生活，就是对家人更好的呵护，同时也是用点滴行动践行环境保护。



◆ FSC 森林认证——产销监管链认证



低碳运营，绿色转型

圣象始终坚持用低碳、科技、绿色生产方式以及最贴合用户全新需求的场景，依靠科技手段、数字手段在产品原料开发、生产、销售和服务的供应链体系中，实现对节约能源、保护环境的承诺，积极落实绿色发展，助力双碳战略目标实现。2022 年 9 月，圣象获批“碳足迹国家创新联盟副理事长单位”。

减少能源消耗

圣象始终致力于建立完善的能源管理制度，并持续推进节能减排。通过强化绿色技术与产品的创新力度、完善清洁能源使用政策等措施，从不同方面促进减排降碳，提升能源使用效率、降低环境影响，真正促进资源节约型、环境友好型企业的建成。

节约电能

- 所有厂房均采用双层采光带设计，充分利用自然光对厂房内部进行照明；
- 所有路灯均使用 LED 光源，在同等亮度的情况下能节省 70% 的电能；
- 所有设备严格执行人离电停的原则，避免不必要的电能浪费；
- 合理安排计划排产，减少空机运转时间，节约电能。

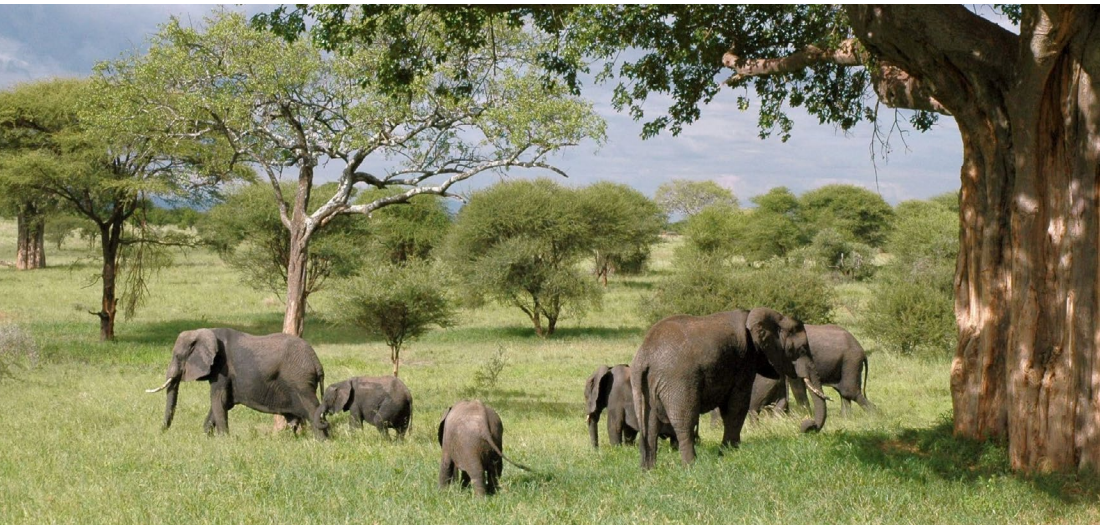
节约热能

对厂区所有热水管道及蒸汽管道均采用双层隔热措施，所有热水管道均采用循环利用的建造原则，减少热量在流传过程中的流失以及不必要的热能浪费。

节约水资源

各工厂改进提升工艺，对重点用水环节制定管理措施，加强节水技术改造，实施绩效考核目标，推进工业废水回用，提高水资源重复利用率，提高职工节水意识。

- 生活用水方面：逐步将厂区的水龙头更换成节水型的水龙头，能够节水 30%。
- 工业用水方面：对锅炉水进行重复利用，用于浇灌厂区绿化，大大节省了用水量；锅炉废气处理设施改为布袋除尘，每天可节省水幕除尘用水 20 吨。



实施减排降碳

圣象适应新形势、承担新使命，积极促进企业全面绿色转型。同时持续开展减排降碳工作，不断加强“三废”全生命周期管理；强化减污降碳制度与措施有效融合，严格把控“三废”治理过程，为打好碧水与净土保卫战提供良好支撑。2022 年，强化工厂 4 台生物质锅炉技改为天然气锅炉公司，每天可减少约 12 吨木粉的消耗。

废气排放

圣象制定完善的“一企一策”VOCs 专项整治方案，组织各工厂开展 VOCs 收集控制专项行动，在产生 VOCs 的工段设备处增设环保处理设施，有效降低 VOCs 排放量，并根据重污染天气预警等级，采取相应的减排措施。另外，生产环节配套布袋除尘器，对除尘器过滤下的粉尘进行统一收集，废气由 15 米高排气筒排放。

废水排放

各工厂均完成雨污分流，并建有 4 座污水处理站，通过改善废水产生源头工艺及清洗操作方法，降低污染源产生量；加强废水收集过程、二次转运、存储过程各类废水、废液的防泄漏管理；做好废水处理设施运行、维护与保养工作，各工厂依据排污许可证管理要求，废水处理后通过总排口排放当地市政污水管网后接入污水处理厂，委托资质第三方定期对相关涉及项进行现场监测与跟踪，各项检查结果均符合国家排放限值标准，达标排放。

废弃物排放

各工厂对一般工业固废及生活垃圾进行相应分类，可回收利用垃圾进行二次利用或出售给有资质的资源回收公司；针对有污染的固废，做好标准化危废库、暂存区建设及管理，建立健全危废全过程管理台账，并交由具备处置资质的第三方合规处理处置，同时，制定相应的工艺提升改进措施，从源头控制减少危废产生。

废气排放国家环保标准与公司内部标准

污染物种类	国家排放标准	公司实际排放标准
PH 值	6-9	7
甲醛排放浓度	≤ 25mg/m ³	≤ 0.8mg/m ³
低浓度颗粒物	≤ 30mg/m ³	≤ 3mg/m ³
氮氧化物	≤ 200mg/m ³	≤ 72mg/m ³
二氧化硫	≤ 200mg/m ³	≤ 22mg/m ³
林格曼黑度	1 级	<1 级

废水排放国家环保标准与公司内部标准

污染物种类	国家排放标准	公司实际排放标准
PH 值	6-9	7
化学需氧量（COD）	≤ 500mg/L	≤ 45mg/L
悬浮物（SS）	≤ 400mg/L	≤ 25mg/L

降低噪声污染

圣象注重加强对于噪声污染的治理，不断优化噪声治理制度，持续推进噪声检测与噪声污染防治工作；以建设隔音房、更换节能设备、在厂区种植常绿乔木和灌木等为主要治噪措施，从不同角度真正降低噪音对外界影响，让噪音防治政策发挥更大的作用。

◆

将原废水站曝气风机——罗茨风机更换为节能高效的空气悬浮曝气风机，改善现场噪音环境并实现节能目标；

◆

通过引进叠螺机大大提升污水处理站的压泥效率，在减少电能的同时，大大减少压泥产生的噪声时间；

◆

建设隔音房，通过物理降噪方式阻隔噪音源，将生产现场的噪音控制在 85 分贝以内，改善工作环境，减少噪音对员工听力的损伤。

资源循环利用

圣象致力于建立健全废旧物、废旧产品及包装的再回收利用制度，提升资源循环利用能力，促进绿色低碳循环发展。以使用食品级 PVC 树脂粉等可循环利用材料，提升资源循环使用率；循环使用木材边角料等，提高木材综合利用程度；将回收的木粉、木屑经过锅炉转换为物质燃料，减少粉尘污染的同时，强化废旧物资循环利用体系建设。

应对气候变化

圣象不断推进应对气候风险变化政策优化，从减排降碳相关工作入手，以完善低碳运营制度为路径，从采用可再生能源、开展新建项目评估、不断推进能源技术创新等各个角度，采取以优质能源代替化石能源、多使用太阳能及天然气等清洁能源的重要举措，切实实现在企业高质量发展过程中减少温室气体排放，把控气候变化给企业带来风险的同时，也为全球共同应对气候变化这一挑战贡献一份力量。

- 每年逐步用电动叉车替换柴油叉车，减少温室气体的排放。
- 在辅料用品方面，重复利用来料包装的辅料来降低成本，减少碳排放。



◆ 电动叉车

绿色制造，亲近自然

圣象始终坚持将绿色发展理念深深根植于产业链的每个细节，严控产品在全生命周期中均符合绿色发展要求，持续以创新驱动绿色技术与产品研发，在专注提升消费者体验的同时担起保护环境的重任。

无醛技术

圣象以市场为导向、以客户为中心、以研发绿色创新型产品为责任，致力于从不同方面满足消费者对于健康产品更深层次的需求，让消费者能无惧有害物质侵袭，带来更亲近无碍的家居体验。公司于 2020 年就率先推出无醛科技。2022 年，木质地板无醛产品通过无醛认证，且强化产品采用大亚无醛芯基材，基材中不含甲醛，地板整体的甲醛释放量极低，可达国内至高环保标准，使无醛技术迈上新台阶；强化木地板、多层地板产品通过 CFCC 认证；句容工厂、居怡工厂通过绿色产品认证；居怡工厂、句容工厂通过绿色工厂认证。

绿色产品

圣象积极践行新发展理念，以人为核心设计研发绿色低碳产品，并先后开发出隔声保温升级地板、装配式地面架空系统等绿色低碳产品，为用户打造健康舒适的绿色人居空间的同时，将产品质量、安全环保与循环可再生相结合，积极从减轻包装对于环境的污染入手，严格保障各项内容均符合生态环境保护要求。

隔声保温升级地板，践行绿色发展理念

隔声降噪保温强化木质地板实物图

地板正面

侧面

背面

厚度：20mm(基材 15mm、静音垫 3mm、防潮膜 2mm)

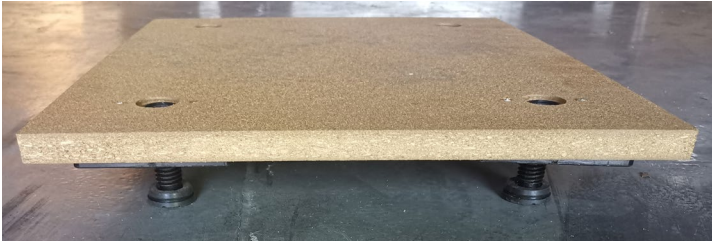
随着国家对绿色低碳环保的重视，建筑领域对隔声及节能方面的产品要求愈发严格，房地产开发商迫切需要可以有效降低能耗、绿色低碳且成本不高的隔声保温产品。2022 年，圣象针对这一需求，先后研发出一代和二代隔声保温地板，有效解决常规产品带来的隔声保温湿法施工工期长、成本高、不环保、不节能等问题，为保护环境、绿色低碳发展做出贡献。

装配式地面架空系统，打造绿色人居

CERTIFICATE

中国绿色产品认证证书

◆ 中国绿色产品认证证书



绿色文化，深入人心

绿色低碳既是一种意识，也是一种企业文化理念。圣象积极倡导绿色办公，引导员工选择更加低碳、环保的生活与工作方式，争做勤俭节约的践行者、低碳生活的传播者。

倡导绿色办公

圣象鼓励员工把绿色低碳理念转化成日常生活与工作中的行为规范，促进员工在工作与生活中行为向绿色的方式转变；持续加强大楼用电管理，以实现合理利用和发挥用电效率为宗旨，制定《圣象集团总部大楼节能管理制度》，切实保障公司用电安全；规定依据实际情况选择照明设备，下班后自觉关闭空调等电器设备，做到“人走关灯”，杜绝长期亮灯；办公区禁止私自使用大功率电器；公共场所内的照明设备施行“谁使用、谁负责”的管理原则；设立严格的空调管理制度、用水制度、用纸管理制度以及惩罚条例，真正做到为绿色办公提供制度依据与保障，以实际行动助力建设绿色家园。

环保知识宣贯

圣象注重环保知识的宣贯，致力于让环保知识深入员工心，满足不同岗位的环保需求；积极制定年度环保培训计划，要求在职工每年至少进行一次环保培训，新员工上岗必须参加环保知识培训，培训内容主要包括相关法律法规、制度以及案例等；定期开展环保事件应急演练活动，让员工在实践中真正提升整体环保意识与应急处置能力，减少环保事故带来的风险与影响，切实形成节约资源和保护环境的空间格局、产业结构、生产生活方式。



◆ 应急事件现场处置方案培训演练



◆ 环保适用法律法规培训

开展环保公益

圣象坚持走绿色环保、对环境友好的高质量发展路线，不断参与并开展形式多样的生态保护及环保公益活动，以“长江 11 号”主题邮局等公益活动为依托，在实践中引导人们提升环保意识，承担环保责任，真正促进形成“人人环保”的良好氛围，努力提升全社会绿色发展参与度。

守护万里生态长江，圣象助力“长江 11 号”主题邮局落成！

案例

长江主题邮局是世界首个以河流流序命名的主题邮局，由绿色江河首先倡导，从青海长江源的“长江 1 号”到上海长江口的“长江 11 号”，长江干流流经的 11 个省市区各设立一个主题邮局。

主题邮局以长江环境变化和生态保护为话题，浓缩了当地文化、自然风景与生态文明，通过开展一系列公益活动，促进和影响公众的广泛参与，通过生活中的行为选择，为长江生态环境保护做出自己的贡献。

2022 年 10 月，上海市科学技术协会、宝山区人民政府、中国邮政集团有限公司上海市分公司、中国包装联合会、四川省绿色江河环境保护促进会、青海省格尔木市长江源生态环境保护中心、上海宝山长江口绿色发展促进中心等单位联合举办了“长江 11 号”主题邮局落成暨“城市生活、低碳选择”公益活动启动仪式。圣象支持赞助长江 11 号主题邮局的地墙材和家具，多年来，圣象积极探索新工艺、新技术，本次地墙材产品使用了行业前沿的 5G 数码打印技术，以实际行动践行生态环境保护，为消费者低碳环保生活提供更多可能。



03

象行天下 同心筑梦美好生活

圣象在实现企业蓬勃发展的同时，时刻铭记履行社会责任，保障员工合法权益，重视员工成长成才，协同共建高质量的行业生态圈，关注公益事业，携手员工、合作伙伴、社区等利益相关方，共建共享美好生活。

育才有方，激发活力	44
以人为本，安全第一	49
携手伙伴，共赢发展	52
感恩前行，回馈社会	55



育才有方，激发活力

圣象始终将人才视为企业第一资源，秉承“以人为本，待人以心，携手前进”的用人理念，保障员工基本权益，关心员工身心健康，完善人才梯队建设，为每个员工提供广阔发展空间和事业平台，与员工共同进步、共同发展，持续构建企业雇主品牌影响力。

保障员工权益

圣象严格遵守《劳动法》《劳动合同法》等法律法规，尊重员工权益，关心关爱员工，切实维护员工的合法利益，依法与员工签订劳动合同，履行劳动合同义务。

平等雇佣

公司坚持以公开、公正、竞争、择优为原则进行人才招聘，依法与员工签订劳动合同，坚决杜绝针对国籍、性别、年龄、种族、宗教、孕残的歧视行为，严令禁止使用童工和强制劳动，尊重并保护员工隐私，切实保障员工享有法律所赋予的权利；奉行同工同酬原则，注重保护临时工、劳务派遣员工等各类用工人员合法权益。截至 2022 年底，员工总数为 5,117 人。

薪酬福利

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

民主管理

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

职业健康

职业健康工作事关公司的持续健康发展与众多员工家庭的幸福。圣象贯彻“安全第一、预防为主、综合治理”方针，认真落实企业职业病防治主体责任，定期开展全员健康体检，建立员工健康档案，保障员工身心健康；通过完善防护设施等有力措施，减少和消除职业危害因素；组织员工开展职业健康培训、心理健康培训等活动，针对新入职员工进行岗前职业病危害告知，全方位提升员工健康意识。



2022 年，圣象开展 EAP 心理工作坊，帮助缓解员工心理压力，有效管理情绪，改善人际关系，提升工作效率。

- 组织所有员工进行职业健康培训；
- 针对新入职员工进行岗前职业病危害告知培训；
- 制定职业病防治目标方案，严格落实职业健康制度；
- 紧抓员工职业健康体检，建立个人健康档案；
- 定期对工作场所职业危害因素检测，每三年开展一次职业病危害现状评价。



开展新员工入职教育



开展职业健康岗中体检

助力员工发展

圣象秉承“尊重人才价值，塑造人才品质，成就人才事业”的人才理念，开拓多元化招聘形式，重视员工成长，不断完善人才培养和人才队伍建设体系，拓宽员工发展通道，为员工提供广阔的发展空间。2022 年，公司连续七年获得“中国最佳雇主”荣誉。



员工招聘

公司把促进就业作为履行企业社会责任的一项关键内容，通过校园招聘、社会招聘、协助招聘等渠道，积极开展线上线下的招聘活动，持续推动人才引进工作。2022 年，公司共吸纳就业人数 1,263 人，其中校园招聘 47 人，社会招聘 1,216 人。

此外，公司设定相关政策缓解本地及周边人才就业压力，稳定就业局势，大量吸纳本地及周边人才。同时，保持录用男女比例平衡，女生比例不低于三分之一。



公司共吸纳就业人数

1,263人

其中，社会招聘

1,216人



圣象集团 2023 校园招聘——西南林业大学站

职业发展

公司致力于规范公司的晋升制度和流程，不断为员工提供广阔的职业晋升路径，畅通职业发展通道，通过“优才计划”干部竞聘等方式打造公平、公开、透明的竞争机制。同时，围绕员工能力持续建设职业发展体系，便于员工设定带有个人特色的职业目标，提升员工职业化能力。



圣象“优才计划”第二届干部竞聘



集团总部管培生转正述职分享会

新象计划——新入职员工职业发展恳谈会

案例



为增强新员工归属感，加深对圣象企业文化的了解，快速融入公司的氛围和环境，更好地开展工作，2022 年，圣象集团人力资源部为总部半年内入职员工举办职业发展恳谈会，加强员工对公司的归属感，真正做到公司发展心系员工，员工成长进步依归公司。



公司共开展线上直播课程

242 场

累计学习

364,550 人次

◆ 员工培训

公司不断完善培训课程体系，通过黄埔特训营、“千人店长”密训、终端实战特训营、高端产品研学特训营、渠道经理特训营等培训项目，为员工搭建专业学习平台，加大培训投入，开展多项培训项目，助力人才梯队建设。2022 年，公司共开展 242 场线上直播课程，累计直播 354 小时，学习人数 8,252 人，累计学习 364,550 人次；同比 2021 年，新增用户 4,233 人；开展线下培训 13 场，共计 40 天，覆盖 780 人。

圣象企业培训课程体系

企业培训课程体系包含基础系列和专业系列，分为必修和选修两大类，其中基础系列课程包含一般职员（含新进员工）、主管 / 中层管理者、高层管理人员培训等；专业课程系列包含人力资源、培训、行政、销售 / 营销、服务、财务管理、质量管理、生产技术等。

案例

2022 年 10 月 18 日 -20 日，圣象教育联合集团大零售事业部举行“训战结合、火力全开”全国渠道经理专场培训。

落实员工关爱

圣象重视员工人文关怀，开展基层员工、困难员工慰问，帮助解决员工的困难诉求，真正做到为员工办实事、解难题；配置小型图书角、健身房和活动室，丰富员工精神生活，帮助员工强身健体，促进员工工作生活平衡；举办员工生日会、趣味运动会、团建活动等特色活动，营造和谐、愉悦的工作氛围，增强员工凝聚力与向心力，提高员工幸福指数。2022 年，员工满意度达 99%。



◆ 举办员工生日会



◆ 开展女神节活动

以人为本，安全第一

圣象坚持生命至上，安全第一，压紧压实全员安全生产责任，加强安全风险分级管控及隐患排查治理，着力提升安全管理意识及能力，以本质化安全为目标，筑牢安全防线。

夯实安全管理

圣象强化责任意识，落实安全主体责任，建立较为完善的安全生产管理组织架构，以安全生产责任制为基石建立健全各项安全管理规章制度，各生产制造工厂均为三级安全生产标准化企业；建立并落实安全风险分级管控及隐患排查治理双重预防机制，有效开展各类安全培训、隐患排查、专项检查、应急预案管理等工作，牢牢守住安全生产底线；发布并实施对制造中心工厂的安环管理绩效考核细则，细化月度、季度、年度的考核要求。2022 年，各工厂安全环保管理责任目标均达成，句容工厂成为体系内首家通过江苏省安全生产二级标准化单位。

2022 年集团安全
环保管理责任目标



- 无安全生产责任工亡事故。
- 无直接经济损失 100 万元以上设备损坏事故。
- 无直接经济损失 100 万元以上火灾事故。
- 无因环保问题造成的停业停产事件及 1 万元（含）以上的环保处罚事故。
- 无其他不利于公司生产经营、社会影响等重大事件。

安全生产运营

圣象按照安全生产风险分级管控和隐患排查治理机制要求，定期开展安全生产风险评估及分级，制定管控措施，定期或不定期开展各项隐患排查治理活动。2022 年主要开展厂区间安全检查、电气线路专项排查、粉尘涉爆专项检查、雷暴天气安全排查、宿舍安全检查、车棚安全检查等各类综合安全检查和专项检查；严格执行日常检查和公司级月度检查及集团公司季度安环督查等制度，对检查出各类型隐患问题，落实到责任部门及人员，定期完成整改；对各类特殊作业实施《特殊作业审批流程制度》及票证管理制度，严格按照各项制度要求执行；通过增设微型消防站、员工绿色通道、车间安环文化角、安全宣传栏，生产车间内实施人车分流，有效降低叉车及人员事故发生率等方式，提高安全防范能力。



◆ 微型消防站

安全文化建设

圣象坚持从安全意识出发，根据企业日常运营中可能面临的安全问题开展安全培训、专项安全活动，促进安全文化与员工实际应用的有效结合，让安全理念根植每一位员工心中。

2022 年，公司通过微信群发布关于安全、消防、环保、职业健康、防疫等各类风险提示、事故案例警示、安环管理知识、培训教案等内容 351 次；组织开展 11 场大型专项安全教育培训，780 人次参与，分别为危险源辨识、班组长精益安全管理提升、企业机械伤害事故预防，企业安全文化落地；组织开展 7 项专项安全活动，分别为年度安环管理目标责任书签订、节前节后“反三违”专项活动及复工复产活动、安保集训、安全月活动、培训教案竞赛活动、“战高温斗酷暑 保安全 稳生产”活动、消防比武竞赛活动，通过各类型的安全活动，做到全员参与，形成良好的安全文化氛围，有效提高全员安全管理技能及意识。



◆ 安保集训活动



◆ 百日安全奋战活动



◆ 安全月活动



◆ 危险源辨识培训

携手伙伴，共赢发展

圣象坚持诚信经营、公平竞争，秉持合作共赢理念，不断加强供应商管理，积极推进行业合作交流，与政府机构、高校、知名企业等利益相关方开展全方位深入合作，促进共同发展。

推进供应链管理

圣象致力于构建合规供应链管理，落实责任采购，加强供应商管理，积极与供应商开展深入交流与沟通，打造开放共享、合作共赢、负责任、可持续的良好供应生态圈。

◆ 负责任采购

圣象秉持开放共享、合作共赢、负责任、可持续的理念，在实施采购中严格遵守负责任的林产品采购政策，实行负责任的林产品采购，致力打造绿色责任供应链。

◆ 供应商准入

公司建立“资格初审、现场考察、样品测试、综合评审”的多阶段供应商选拔机制，并将征信、生产能力、社会责任等要素纳入供应商选拔环节；除关注产品质量外，还关注供应商是否存在强迫劳动或其他严重违反劳动法规的行为。

◆ 供应商评估

公司将供应商的社会责任（包括人权、环保等要求）纳入供应商评估表，作为供应商评级的依据，对违反任一所列社会责任项目的供应商不予采购；不定期组织人员进行飞行检查，每年对合格供应商进行评估；每年对合格供应商进行复查，对不合格供应商予以除名。2022 年，公司共审核供应商数量 394 家。



◆ 供应商交流与培训

公司建立公平、公开、公正的供应链，积极与供应商开展深入交流与沟通，持续带动供应商成长。建立责任供应链激励机制，用心倾听供应商的困惑与诉求，为供应商提供专业技术指导和支持，实现双赢与共同发展；连续多年开展主要供应商培训会，对供应商进行环境教育，分享集团绿色发展经验，提升供应商企业内在环境责任素养。2022 年，供应商培训覆盖率 100%。

◆ 本地化采购

公司积极推行本地化采购，优选本地供应商，在加快采购速度、减少运输成本的同时，带动更多本地人实现创业就业。公司在开发本地供应商的同时，注重培养本地战略合作伙伴，通过信息与知识传递，加深合作了解，实现公司与供应商共成长。

◆ 绿色采购

公司推进绿色供应链的建设，对所有原料采购、运输、使用过程中对环境影响施加影响，严格推行责任采购，以公平严谨的审核评估程序促使供应商不断改进自身环境管理及社会责任管理。同时与供应商分享公司在环境、能源管理标准化体系建设过程中的经验，致力于实现共发展、同进步。

加强战略合作

圣象本着“沟通、互动、进步、双赢”的合作精神，持续加强与政府机构、知名企业、高校伙伴等利益相关方的合作，汇聚更多资源和力量，不断提升创新能力，实现多方专业分工、优势互补，推动行业共生共赢。

- 2022 年 3 月 9 日，圣象集团、圣象家居与名匠家装签署战略合作协议。双方将在家装地板、木门等家居产品领域展开深入合作。
- 2022 年 8 月 15 日，东北林业大学与圣象集团举行校企合作共创推进会，推动未来校企双方在产学研合作上到达新高度。



- 2022 年 9 月 16 日，圣象集团与上海高等教育建筑设计研究院就教育空间地墙材需求、产品表现力与性能等各方面进行了深度探讨，初步达成合作意向。

参与行业共建

圣象一直致力于标准化工作的建设，定期对生产、销售等人员进行标准宣贯；时刻关注国内外标准发展新动向，将产品标准做到最前沿，为新产品的研发提供有力支持，以高质量企业标准引领新产品发展，推动产业高质量发展。截至 2022 年底，圣象参与制修订国家 / 行业标准共计 60 余项。

圣象行业标准化建设成绩

- 圣象集团研发中心实验标准部总经理、全国人造板标准化技术委员会委员姜志华先生获得“2022 年全国人造板标准化技术委员会优秀委员”荣誉称号。
- 圣象（江苏）木业研究有限公司获得“2020-2022 年度全国人造板标准化技术委员会优秀单位委员”荣誉称号。
- 圣象集团研发中心 CNAS 认可实验室技术负责人兼标准研究员赵保成先生获得“2020-2022 年度全国人造板标准化技术委员会优秀单位委员代表”荣誉称号。
- 2022 年底，全国人造板标准化技术委员会对圣象积极参与标准化工作建设给予肯定并表彰。

感恩前行，回馈社会

作为中国家居行业的领跑者，圣象集团坚持与人民共享发展成果，勇于担当社会责任，以实际行动关注学校发展、孩子成长，热心奉献社会，积极参与志愿服务活动，参与社区帮扶，尽最大努力回馈社会，用爱承载美好生活。

捐资助学



- ◆ 2022 年，圣象商用事业中心参与 SK 集团幸福联盟的“创新教室”项目，共同携手促进欠发达地区青少年的教育发展。

圣象聚焦乡村教育事业，持续关注孩子教育成长、扶志扶智，开展“绿校园”爱心助学专项公益活动，通过援建“圣象爱心小学”、设立助学基金、捐赠教学设施等形式，提供清洁饮水与卫生、音乐教室、硬化校园道路等学校人居设施硬件，帮助打造孩子幸福美好的学习生活空间。多年来，圣象已相继在四川、江西、山东、青海等多个省市、地区实践了“绿色的心意”，为学校建设和孩子们的受教育之路献出自己的一份力，传递温馨与希望。2022 年，圣象集团、大亚圣象整装、湖南圣象公司出资对武陵源军地小学进行基础设施改造，捐赠地板 2,816 平方米，价值人民币 68 万元。

社区共建

圣象支持社区公益事业，成立志愿者队伍，鼓励员工积极参与义务植树、爱心献血、社区慰问等志愿行动，树立员工志愿者榜样；积极增进与社区居民间沟通，通过公益活动、志愿者服务等形式，拉近与运营所在地社区居民间距离；每年夏季开展“夏日送清凉”慰问活动，感恩项目工人的辛苦付出，用行动践行企业公民应尽的社会责任，让点滴爱心惠及更多需要帮助的人。2022 年，圣象向各地方舱医院捐赠医用抗菌地面材料 9,500 平方米，配合全国方舱基建地材建总计约 15 万平方米。



- ◆ 向方舱医院捐助医用抗菌地面材料



- ◆ 开展爱心献血活动



58
可持续发展理念
可持续发展战略

可持续发展 管理

61
可持续发展文化
利益相关方沟通

60
可持续发展治理

可持续发展理念



圣象集团以联合国可持续发展目标（SDGs）为指引，于 2019 年提出“大美圣象，亲近万家”的社会责任理念，并将其贯穿于集团各项业务的发展经营之中。2020 年，圣象将“大美圣象，亲近万家”的社会责任理念升级为可持续发展理念，体现出圣象在不断提供符合美好生活需求的产品和服务的同时，积极履行担当企业公民的义务和责任。2021 年初，圣象再次将可持续发展理念升级为“大美圣象，承载美好”，谋“大”而后动，以“美”为调，匿大美于无形，藏万象于极简，以“大爱”坚守初心，用爱承载“家”的空间形态，实现从“造产品”向“造生活”转变。

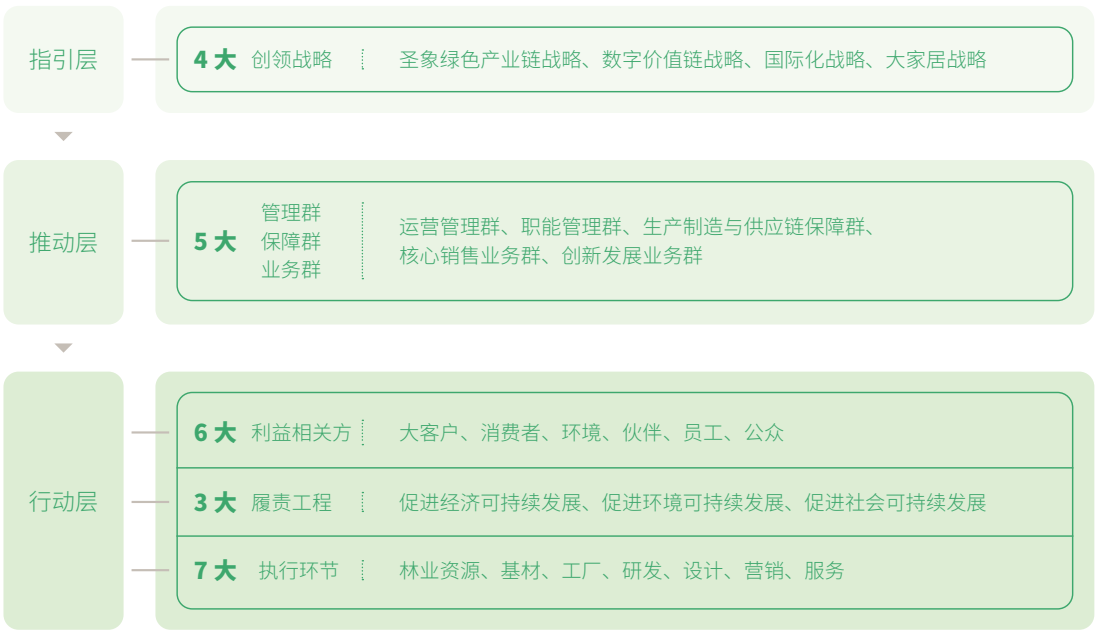
可持续发展战略



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

◆ 可持续发展规划

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



◆ 可持续发展三维模型

◆ 可持续发展品牌

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

◆ 重大性议题管理

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

实质性议题识别和评估流程

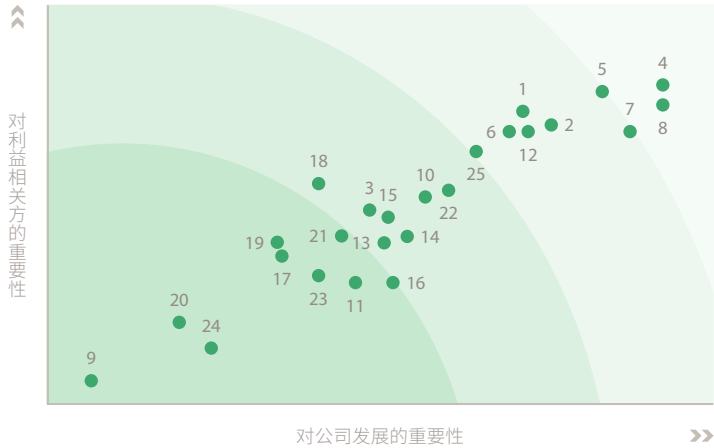
通过宏观政策及行业政策分析、国内外权威社会责任 /ESG/ 可持续发展标准研究、行业优秀可持续发展报告对标、公司战略重点梳理等，识别和建立公司可持续发展议题库。

由可持续发展工作组、外部专家共同评选需要重点披露的实质性议题，从“对利益相关方的重要性”“对公司发展的重要性”两个维度，建立实质性议题矩阵。

最终审核

◇ 实质性议题二维矩阵图

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



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

可持续发展治理



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

持续推动可持续发展工作制度化发展，形成较为完善的可持续发展制度体系，促进对各部门及下属分公司的有效管理；从报告导读、责任专题、经济责任、环境责任、社会责任、附录六大维度，构建完善的社会责任指标体系，系统梳理和规范公司可持续发展工作。2023 年 6 月，圣象召开报告编制工作启动会，邀请总部部门及下属分公司可持续发展工作联络人、社会责任专家等参会，推动上下协同、共同参与，为高质高效完成编制工作打下坚实的基础。

可持续发展文化



企业文化是战略实施的精神力量，企业的成功靠精神的统一和由此产生的能量积极共振。圣象把打造特色文化与践行可持续发展理念有机结合，以 PowerDekor ONE 为核心价值观，坚持“团结创新，合作共享，品质至上，极致匠心”的企业精神，通过多层次、全方位开展文化创建活动，培育、锤炼出了独具特色的企业文化。公司积极组织与参加内外部培训及研讨会等活动，了解国内外可持续发展最新进展及知识；邀请中国社会科学院专家参与可持续发展报告编制过程，学习专业意见，进一步提升报告整体质量；以官微、圣象社区等为依托，向员工、顾客等宣贯可持续发展知识，积极传播可持续发展理念。同时，主动参加外部可持续发展评级活动，对标优秀补齐短板，不断提升综合履责能力。2022 年，《圣象集团 2022 年可持续发展报告》获中国企业社会责任报告评级专家委员会“五星级”评价。



◆《圣象集团 2022 年可持续发展报告》被评为“五星级”

利益相关方沟通



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

未来展望

时代的前行，总以奋斗者为荣，以创造者为耀。展望 2023，立足新征程，圣象当始终奋进在时代前列，昂首争先，严格贯彻落实党的二十大精神，继续以四大战略为导向、以勇毅前行的姿态迎接更多重大考验；持续以创新为高质量发展的驱动力，时刻践行新发展理念；积极拥抱新技术，坚持数字价值链战略，做创新者，做创造者，以变革理论实现突破性新进展，为建设现代化强企提供不竭动力。

望穹宇星辰，映照人间景。

公司将坚定“圣象向善 绿色低碳”的责任品牌理念，继续以“象”善的初心勇担行业领军企业的使命与责任，持续提升履责能力，打造责任品牌、绿色品牌、公益品牌，探索品牌推动高质量发展新路径，为人民带来更加美好的生活体验，与广大利益相关方携手，共同创造卓越成就，铸就美好，迈“象”未来！

附录

报告导读



报告周期

本报告为圣象集团有限公司对外公开发布的第四份《可持续发展报告》。

称谓说明

报告中也使用“圣象集团”“圣象”“集团”“公司”“我们”等称谓表示圣象集团有限公司及其下属企业。

编制依据

本报告主要依据全球报告倡议组织《可持续发展报告指南 (GRI Standards) 》、联合国可持续发展目标企业行动指南 (SDGs)、中国社会科学院《中国企业社会责任报告指南 (CASS-ESG5.0) 》。

报告范围

除有特殊说明，本报告主要描述圣象在 2022 年 1 月 1 日至 2022 年 12 月 31 日期间（部分内容超出上述范围）在科技创新、绿色低碳、伙伴成长、员工关爱、社会公益等重点社会责任领域的实践及绩效。

质量保障

公司承诺，本报告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。报告中披露的信息来自圣象正式文件且通过相关部门审核。报告中的财务数据以人民币为单位，特别说明之处除外。

报告获取

官网：www.powerdekor.com.cn

地址：上海市浦东新区五星路 727 弄汇公馆 5 号楼

联系电话：021-68553266

关键绩效

指标	单位	2020 年	2021 年	2022 年
品牌价值	亿元	572.59	638.16	757.85
总资产	亿元	45.75	52.68	51.60
净资产	亿元	15.62	15.34	14.92
营业收入	亿元	57.78	69.24	56.79
营业利润	亿元	1.57	2.09	1.38
净利润	亿元	1.08	1.14	1.08
研发投入	亿元	1.36	1.56	1.30
研发人员数量	人	609	586	566
研发人员比例	%	9.01	8.37	8.64
年度申请专利数量	项	79	46	54
年度申请发明专利数量	项	23	18	21
年度申请实用新型专利数量	项	29	12	16
年度申请外观设计专利数量	项	27	16	17
年度新增专利授权数	项	79	40	26
400 电话及官网投诉占比（产品）	%	21.60	21.30	30.73
400 电话及官网投诉占比（安装）	%	22.80	21.90	7.56
400 电话及官网投诉占比（服务）	%	30.50	30.10	49.12
400 电话及官网投诉占比（缺货）	%	6.00	6.40	0.25
400 电话及官网投诉占比（响声）	%	4.20	4.30	2.77
400 电话及官网投诉占比（其他）	%	15.00	16.10	8.31
400 有效客诉数量	个	175	357	397
400 客诉解决率	%	100	96	100
400 客诉当月解决及时率	%	90	83	80
400 客诉回访满意度	%	91	88	95
经济合同审核率	%	100	100	100
经济合同履约率	%	100	100	100
供应商数量	家	547	557	394
年度审核供应商数量	家	547	557	394
供应商培训覆盖率	%	100	100	100
年度吸纳就业人数	人	1,720	1,115	1,263
员工总人数	人	6,988	5,153	5,117
男性员工人数	人	4,385	3,043	3,265

指标	单位	2020 年	2021 年	2022 年
女性员工人数	人	2,603	2,110	1,852
30 岁及以下员工数量	人	1,244	917	900
30-40 岁员工数量（不含 30，包含 40）	人	2,257	1,664	1,460
40-50 岁员工数量（不含 40，包含 50）	人	2,399	1,769	1,633
50 岁以上员工数量	人	1,089	803	1,124
硕士及以上学历员工数量	人	65	48	44
本科学历员工数量	人	1,132	835	831
本科以下员工数量	人	5,791	4,270	4,242
女性管理者比例	%	34.40	20.18	14.40
少数民族员工比例	%	3	3	3
残疾员工雇佣人数	人	1	1	1
校园招聘人数	人	69	79	47
社会招聘人数	人	2,027	1,036	1,216
劳动合同签订率	%	100	100	100
社会保险覆盖率	%	100	100	100
员工健康档案覆盖率	%	100	100	100
员工年度体检覆盖率	%	100	100	100
人均带薪年假天数	天	7	7	7
员工参加工会比例	%	80	80	80
员工培训覆盖率	%	86.70	93.20	87.40
员工培训总投入	万元	7,700	8,000	7,400
参加员工培训人数	人次	20,032	18,000	18,630
困难员工帮扶投入	万元	2.28	2.86	3.00
员工满意度	%	99	99	99
员工流失率	%	5.40	22.60	9.20
年度公益捐赠总额	万元	395.50	124.20	76.13
“绿校园”年度总投入	万元	60	90	50
“绿校园”志愿服务人数	人	100	150	90
“绿校园”志愿服务总时长	小时	800	1,200	1,200
“绿校园”人均志愿服务时长	小时	8	8	8
总部办公用纸量	吨	1.02	1.00	0.98
总部办公用水量	吨	1,834	4,811	4,297
总部办公用电量	度	259,324	912,141	734,942
包装材料消耗量	吨	16,401	16,102	16,008
产品合格率（强化地板）	%	99.2	99.2	99.3
产品合格率（多层实木地板）	%	99.4	99.0	99.3
产品合格率（三层实木地板）	%	99.5	99.0	99.2
年度新增职业病例数	例	100	121	109
安全培训覆盖率	%	100	100	100

各工厂 2022 年环保数据

指标	单位	康逸工厂	丹阳强化	阜阳强化	正奇工厂	厚邦工厂
能源资源消耗						
全年能源消耗量	千瓦时	21,568,212	—	213,359	3,047,350	10,179,171
全年电能消耗总量	千瓦时	19,297,120	—	2,028,647	3,028,782	7,094,791
全年热能消耗总量	千焦	4,320,000,000	—	206,502,309	668,442,187	—
全年天然气消耗总量	万立方米	0	—	0	—	22.73
单位产品综合能耗	吨标煤 / 平方米地板产量	0.0013	—	0.000123	0.00011	0.00
年度新鲜水用水量	吨	368,843	—	10,492	—	29,491
废气排放						
挥发性有机废气排放量	吨	0.12	—	0	—	1.05
甲醛排放量	吨	0.117	—	0	—	—
苯类化合物排放量	吨	0.003	—	0	—	—
氮氧化物排放量	吨	6.516	1.638	2.1	1.095	0.065
二氧化硫排放量	吨	0.228	0.096	1.19	1.4	ND
粉尘排放量	吨	0.244	—	2.23	1.8	1.007
颗粒物排放量	吨	0.61	0.098	2.29	1.27	0.009
二氧化碳排放量	吨	1.4322		0	—	—
废水排放						
化学需氧量	毫克 / 升	210	36	—	—	68
氨氮	毫克 / 升	20	5.78	—	—	38.4
废弃物排放						
有害废弃物排放						
废胶水桶产生量	吨	—（厂家回收）	0.2	0	—	—
废油漆桶产生量	吨	14	—	0.36	—	0.675
废活性炭产生量	吨	—	7.2	0	—	0.784
除尘灰产生量	吨	36	—	7	—	—
废油漆渣排放量	吨	14	—	2.21	—	0.648
废胶黏剂排放量	吨	14	18		—	—
无害废弃物排放						
废纸产生量	吨	—	—	2.1	1.3	0.6
生活垃圾产生量	吨	340	—	4.5	11.1	24
废木屑、废木料产生量	吨	2,474	—	100	—	8
废木屑、废木料回收使用量	吨	2,474	—	100	—	0
料仓粉尘产生量	吨	10,981	—	1,320	1,300	500
料仓粉尘回收使用量	吨	10,981	—	820	100	0

指标	单位	华宇工厂	居怡工厂	句容工厂	驰宇工厂	新饰材
能源资源消耗						
全年能源消耗量	千瓦时	13,350,497	10,815,421	11,696,423	10,905,000	1,984,692
全年电能消耗总量	千瓦时	8,175,767	11,853,500	9,250,000	10,590,400	1,984,692
全年热能消耗总量	千焦	18,629,028,000	20,080,740,000	8,807,123,283	1,134,287,635	—
全年天然气消耗总量	万立方米	—	—	—	—	—
单位产品综合能耗	吨标煤 / 平方米地板产量	0.00048	0.00068	0.02313	0.00055	0.00002
年度新鲜水用水量	吨	38,721	2,200	68,084	—	3,633
废气排放						
挥发性有机废气排放量	吨	0.35736	—	0.06323	—	—
甲醛排放量	吨	0.01658	0.058	0.00225	—	—
苯类化合物排放量	吨	—	—	—	—	—
氮氧化物排放量	吨	1.965	2.07	—	4.052	—
二氧化硫排放量	吨	0.393	—	—	3.48	—
粉尘排放量	吨	9.024	1.66	2.239	0.576	0.36
颗粒物排放量	吨	0.743	—	—	5.543	0.37
二氧化碳排放量	吨	—	—	—	—	—
废水排放						
化学需氧量	毫克 / 升	24	44	1.02543	44	—
氨氮	毫克 / 升	43.2	10	0.00176	4.3	—
废弃物排放						
有害废弃物排放						
废胶水桶产生量	吨	—	0	—	—	—
废油漆桶产生量	吨	1.2	2.4	20.1	1.2	—
废活性炭产生量	吨	—	—	3	—	—
除尘灰产生量	吨	16	16	3,781.92	—	0.36
废油漆渣排放量	吨	—	—	—	—	0
废胶黏剂排放量	吨	—	—	—	—	—
无害废弃物排放						
废纸产生量	吨	5.9	1.2	2	8.9	1.89
生活垃圾产生量	吨	36	22	200	18	3.51
废木屑、废木料产生量	吨	1,201	1,440	727	—	—
废木屑、废木料回收使用量	吨	1,201	1,440	727	—	—
料仓粉尘产生量	吨	4,868	4,142	3,782	2,650	1.93
料仓粉尘回收使用量	吨	1,650	2,000	—	2,650	1.93

指标索引

一级标题	二级标题	中国企业社会责任报告指南 (CASS-ESG5.0)	报告位置
董事长致辞		P2.1-2.2	P04
走进圣象	公司概况	P4.1	P06
	组织架构	P4.1	P07
	企业文化	P4.2	P08
	品牌文化	P4.2	P10
	主要产品	P4.3	P11
责任专题一：聚焦科技前沿，驱动消费新潜能		P3.1	P14
责任专题二：保护大象家园，用爱承载新梦想		P3.1	P16
象步稳健， 创新引领发展新篇	诚信经营，守正合规	G1.3,G1.5,G1.7,G1.9,S4.3,S4.4	P22
	创新驱动，引领革新	V2.1-2.2,V2.4-2.8	P24
	匠心品质，科技人居	S4.1,S4.3	P26
	专属管家，服务升级	S4.1-4.3,S4.5,S4.7-4.8	P27
象盾守护， 携手共护绿色家园	绿色治理，生态守望	E1.1-1.2,E1.4-1.7,V4.4-4.5	P32
	低碳运营，绿色转型	E2.1,E2.4,E2.9,E3.1,E3.3,E3.5, E4.1,E5.1-5.4,V4.4	P34
	绿色制造，亲近自然	E1,E1.8,V4.4	P38
	绿色文化，深入人心	E1.7,E2.14,V3.4,V4.4	P39
象行天下， 同心筑梦美好生活	育才有方，激发活力	S1.1-1.2,S1.6-1.7,S1.10-1.11,S2.1-2.2,S2.4,S3.1	P44
	以人为本，安全第一	S3.4-3.7,S3.9	P49
	携手伙伴，共赢发展	S5.1-5.2,S5.6-5.7,V2.5-2.8	P52
	感恩前行，回馈社会	V1.1-1.4V3.3-3.6	P55
可持续发展管理	可持续发展理念	V1.1-1.2	P58
	可持续发展战略	G3.2-3.3,G3.5	P58
	可持续发展治理	G2.3,G3.1,G3.3	P60
	可持续发展文化	P4.2,G3.9,G3.11	P61
	利益相关方沟通	G3.6	P61
未来展望		A1	P62
附录	报告导读	P1.1-1.3	P64
	关键绩效	A2	P65
	指标索引	A4	P69
	评级报告	A3	P70
	意见反馈	A5	P71

评级报告

《圣象集团有限公司 2023 可持续发展报告》评级报告

受圣象集团有限公司委托，“中国企业社会责任报告评级专家委员会”抽选专家组成评级小组，对《圣象集团有限公司 2023 可持续发展报告》（以下简称《报告》）进行评级。

一、评级依据

中国社会科学院《中国企业社会责任报告指南（CASS-CSR 4.0）》暨“中国企业社会责任报告评级专家委员会”《中国企业社会责任报告评级标准（2020）》。

二、评级过程

1. 评级小组审核确认《报告》编写组提交的《企业社会责任报告过程性资料确认书》及相关证明材料；
2. 评级小组对《报告》编写过程及内容进行评价，拟定评级报告；
3. 评级专家委员会副主席、评级小组组长、评级小组专家共同签审评级报告。

三、评级结论

过程性（★★★★★）

集团品牌中心牵头成立报告编制小组，集团董事长担任组长，负责整体规划，品牌中心总经理统筹具体工作并审核确认报告，各部门和子公司提供报告基础资料；将报告定位为披露履责信息、回应利益相关方关注、完善社会责任管理、展示企业负责任形象的重要工具，功能价值定位明确；依据国内外社会责任标准、国家宏观政策、公司发展战略开展实质性议题调查，识别重要议题作为报告披露重点；计划通过集团官网发布报告，并嵌入中国林产工业协会、上海市经济团体联合会平台多次发布，报告将以电子版、印刷版形式呈现，具有卓越的过程性表现。

实质性（★★★★★）

《报告》系统披露了产品质量管理、产品创新、职业健康管理、安全生产、环保技术和设备的研发与应用、节约能源资源、减少“三废”排放、厂区周边环境治理等所在行业关键性议题，叙述详细充分，实质性表现卓越。

完整性（★★★★★）

《报告》主体内容从“象步稳健 创新引领发展新篇”“象盾守护 携手共护绿色家园”“象行天下 同心筑梦美好生活”等角度系统披露了所在行业核心指标的 93.43%，具有卓越的完整性表现。

平衡性（★★★★☆）

《报告》披露了“客户投诉数量”“员工流失率”“废弃物排放”“废气排放”等负面数据，并简要描述“废水排放达标”情况，平衡性表现领先。

可比性（★★★★★）

《报告》披露了“品牌价值”“研发投入”“包装材料消耗量”“全年能源消耗量”“社会保险覆盖率”“人均带薪年假天数”等

72 个关键指标连续 3 年的对比数据；通过“中国品牌年度大奖木地板 NO.1”进行横向比较，具有卓越的可比性表现。

可读性（★★★★★）

《报告》框架结构清新，重点议题突出，详细阐述了企业对客户、环境、员工、伙伴、社会等利益相关方的年度履责实践与成效；封面设计采用矢量风格，融入“小象”“绿叶”等图标元素，凸显企业特性；章节跨页融入实景图片，嵌入叙述性引言，提纲挈领，便于读者快速了解章节内容；多处嵌入二维码进行影像化延伸，扩展了报告内容，增强了报告沟通性，具有卓越的可读性表现。

创新性（★★★★☆）

《报告》设置“聚焦科技前沿，驱动消费新潜能”“保护大象家园，用爱承载新梦想”两大责任专题，聚焦企业在科技创新、关注野生动物保护方面的履责绩效，彰显了企业的责任担当；以利益相关方证言形式呈现履责成效，强化了报告的可信度，具有领先的创新性表现。

综合评级（★★★★★）

经评级小组评价，《圣象集团有限公司 2023 可持续发展报告》为五星级，是一份卓越的企业社会责任报告。



圣象集团有限公司可持续发展报告连续两年获得五星级评价

四、改进建议

1. 增加对负面数据及企业履责不足之处的披露，提高报告的平衡性；
2. 增强报告内容和设计的表现形式，进一步提升报告的创新性。

量洪基

评级专家委员会副主席

张惠

评级小组组长

魏秀丽

评级小组专家

出具时间：2023 年 8 月 30 日



扫码查看企业评级档案

意见反馈

尊敬的读者，您好！本报告是圣象向社会公开发布的第四份可持续发展报告，为持续改进公司可持续发展工作，不断提升可持续发展能力和水平，提升公司治理水平，进一步探索高质量发展路径，我们特别希望倾听您的意见和建议。请您协助完成意见反馈表中的相关问题，并选择以下方式反馈给我们：

☎ 电话：021-68553266

📍 地址：上海市浦东新区五星路 727 弄汇公馆 5 号楼

您的信息

姓名

联系电话

工作单位

职务

电子邮箱

传真

选择题

1. 请您评价本报告反映圣象对经济、社会、环境的重大影响程度
☐ 很高 ☐ 较高 ☐ 一般 ☐ 较低 ☐ 很低
2. 请您评价本报告对利益相关方关心问题进行的回应
☐ 很高 ☐ 较高 ☐ 一般 ☐ 较低 ☐ 很低
3. 请您评价本报告所披露信息的清晰度、准确性、完整性
☐ 很高 ☐ 较高 ☐ 一般 ☐ 较低 ☐ 很低
4. 请您评价本报告的可读性
☐ 很高 ☐ 较高 ☐ 一般 ☐ 较低 ☐ 很低
5. 请您对本报告的质量进行综合评价
☐ 很高 ☐ 较高 ☐ 一般 ☐ 较低 ☐ 很低

开放题

1. 您对圣象可持续发展工作有哪些意见或建议？
2. 您认为本报告为您提供了哪些有价值的信息？
3. 您认为本报告还需要增加披露哪些信息？
4. 您认为本报告存在哪些需要改进之处？



＜ 用爱承载 ＞



圣象集团官微二维码

圣象集团有限公司
上海市浦东新区五星路727弄汇公馆5号楼
邮 编：201204
服务热线：400-770-8866
www.powerdekor.com.cn