

价值引领 共赢未来



2011 年度

山推工程机械股份有限公司



社会责任报告

目录

报告导读	2
董事长致辞	2
第一章 关于我们	3
一、公司概况	3
二、公司战略	5
三、公司治理	6
四、关键绩效表	7
第二章 社会责任管理	10
一、企业文化核心理念	10
二、利益相关方期望与沟通	11
第三章 市场发展	12
一、产业布局	12
二、技术创新	13
三、多元化市场	14
四、运营管控	16
五、安全责任管理	17
第四章 服务延伸价值	18
一、为客户提供卓越的产品质量	18
二、为用户创造价值	20
三、供应商管理	22
第五章 环境保护	23
一、环境管理	23
二、低碳运营	25
第六章 尊重员工	27
一、权益保护	27
二、成长发展	29
三、关爱员工	31
第七章 奉献和谐社会	31
一、国防建设	32
二、合作共赢	32
三、纳税就业	32
四、社会公益	32
第八章 社会责任展望	34

报告导读

一、报告时间范围：本报告是山推工程机械股份有限公司（以下简称“山推”、或“公司”）自 2008 年发布社会责任报告以来的第四份报告。报告时间范围为 2011 年 1 月 1 日-12 月 31 日，部分内容因对比需要适度延伸至 2011 年以前。

二、报告组织范围：山推总部及所属企业。

三、报告数据说明：报告中数据均来自公司正式统计数据或文件。

四、报告参照标准：本报告参照深圳证券交易所上市公司社会责任指引、国务院国资委《关于中央企业履行社会责任的指导意见》、全球报告倡议组织(CRI)《可持续发展报告指南》(G3.1 版)、《中国企业社会责任报告编写指南(CASS-CSR2.0)、国际化标准组织 ISO《ISO26000 社会责任指南(2010)》、中国工业经济联合会《中国工业企业及工业协会社会责任指南》编制。

五、报告可靠性保证：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。

六、报告重大改进：在报告标准应用上，较为广泛吸收了和企业相关的国内外普遍参考的社会责任及社会责任报告编制标准；在报告结构上，增加了报告导读、董事长致辞、社会责任管理、市场发展、内控建设五大部份；在报告内容上，完整地体现了公司发展战略、产业布局、关键绩效指标、利益相关方期望与沟通；在报告形式上，应用图表、图片等，方便阅读。

七、报告获取方式及延深阅读：查阅公司 2011 年社会责任报告（网络版）、请登陆公司网站：<http://www.shantui.com>

董事长致辞

2011 年是“十二五”开局之年，对于工程机械行业而言，因国家 4 万亿元经济刺激计划的实施进入收官阶段，加之复杂多变的国际国内经济形势，导致国内工程机械市场呈现“前高后低”的起伏走势。面对峰谷跌宕的经济形势，公司坚持“相关多元化，经运双驱动，国际化视野，跨越式发展”的发展战略，加快优化“四主机、四部件”产业布局，奋力拼搏，激情干事，国际化战略成效显著，公司业绩在外部经济环

境不景气的情况下，实现稳步增长。

我们清楚的认识到，履行社会责任已成为全球优秀企业的普遍实践，并成为企业推动自身乃至整个社会、经济和环境可持续发展的必由之路。鉴于此，我们积极承担社会责任，提升企业经济、社会和环境综合价值。

我们积极承担市场责任，夯实发展基础。通过推行精益化管理，建立公司全面质量管理体系；加快研发体系建设，开展营销服务平台建设，规范业务流程，提升市场反应速度，为股东创造良好回报，与战略伙伴实现合作共赢。

我们积极承担员工成长责任，共享发展成果。“人才强企”是山推的战略方针，实施引进和培养并重，在引进海外高端人才的同时培养优秀大学毕业生，用山推的广阔平台吸引人才、留住人才，实现员工与企业共同成长。

我们积极承担环保责任，共建生态文明。以“转方式、调结构”科技创新为依托，保护生态环境、节约能源材料、实现资源综合利用，积极推进节能减排，建设环境友好型和资源节约型企业。

我们将不断加强社会责任管理，建设履行社会责任的长效机制，提高履责能力。我们将继续秉承“价值引领 共赢未来”的品牌理念，积极践行企业公民责任，与社会各界携手共创美好明天！

第一章 关于我们

一、公司概况

（一）公司简介

公司创建于 1980 年。是中国生产、销售铲土运输机械、压实机械、路面机械、建筑机械、工程起重机械等主机及工程机械关键零部件的国家大型一类骨干企业。全球建设机械制造商 50 强、中国制造业 500 强。产品涵盖推土机、吊管机、推耙机、平地机、装载机、压路机、垃圾压实机、混凝土搅拌运输车、混凝土臂架式泵车、履带起重机、高空作业车、消防车、履带底盘、工程机械“四轮”、传动部件、金属结构件等十大类系、140 多个规格型号的产品。1997 年 1 月“山推股份”在深交所挂牌上市（股票代码:000680），为“深证 100 指数股”、“沪深 300 指数股”。2011 年山推完成营业收入 147.02 亿元，比上年同期增长 9.72%，实现稳步、健康发展。

目前，国内已形成山推国际产业园、山推重工产业园、山推武汉产业园、山推抚

顺产业园四大产业基地，总占地面积达 200 万平方米。并在阿联酋、南非、俄罗斯、巴西等地建立子公司。拥有国家级技术中心、山东省工程技术研究中心和博士后科研工作站等创新平台。现年生产能力已达到 1.5 万台推土机、7000 台道路机械、5000 台混凝土机械、18 万条履带总成、16 万台液力变矩器、5 万台变速箱、140 万件工程机械“四轮”。公司拥有健全的销售体系，完善的销售服务网络，产品销售 130 多个国家和地区。主导产品推土机，连续三年产销量世界第一。

（二）发展历程

公司组建成立期（1980—1982 年）

1979 年 9 月，原国家第一机械工业部与日本小松制作所签订《履带式推土机技术合作合同》，引进小松制作所 D85A-18 型推土机制造技术。

1980 年 1 月，根据原国家第一机械工业部在我国建立大功率推土机厂的要求，由原济宁机器厂、济宁通用机械厂、济宁动力机械厂合并，组建成立山东推土机总厂。

基础建设期（1983—1987 年）

1986 年 12 月，与美国卡特彼勒公司签订履带式推土机行走机构技术转让合同。

1986 年，推土机产品开始进入国际市场。

快速成长期（1988—1992 年）

1990 年，TY220 推土机获中国推土机行业唯一国家金质奖章。

1992 年，被国家经贸部批准为进出口自营权企业。

平稳增长期（1993—2000 年）

1993 年，山东推土机总厂改制成为山东山推工程机械股份有限公司（2000 年更名为山推工程机械股份有限公司）。

1995 年，与日本小松制作所合资成立“小松山推工程机械有限公司”，引进日本小松液压挖掘机制造技术，开始生产国际领先技术水平的履带式液压挖掘机。

战略推进期（2001 年—2009 年）

2001 年 1 月，公司首次确定了“十五”发展战略为“强化主业，厚积薄发”，战略实施后，取得较好效果。

2003 年 10 月 29 日，山推国际产业园 A 区隆重开业，有多家控股、参股公司入驻，并发展成为国内较大工程机械产业基地。

2008 年，公司成功收购湖北武汉楚天公司，山推进入了混凝土机械行业，产品多元化加速；出口额突破 2.2 亿美元，国际化进程加快。

2009年6月18日，山推股份成为山东省国资委新组建的山东重工集团的子公司。

跨越式发展期

2010年销售收入过百亿，公司位列2009年全球工程机械制造商50强第25位，位次较2008年提升11位，成为提升最快的国内工程机械制造商。

2011年启动公司供应链体系优化工程、信息化工程、人力资源体系建设三大工程。



(2010年10月，代表着山推历史的两台元勋级推土机 D85A-18、T3-100作为山推32周年的见证者，予以长期展示。)

(三) 2011 年公司荣誉

公司 2011 年荣誉		
序号	颁奖单位	荣誉名称
1	《中国工程机械》杂志	全球建筑机械 24 位
2	中国企业文化促进会	企业文化建设百强单位
3	中国机械工业联合会	装备中国功勋企业
4	中国机械工业联合会	全国机械行业文明单位
5	中国安全生产协会	安全生产标准化一级企业（机械）
6	山东省人民政府	山东省省长质量奖
7	山东省机械工业协会	“十一五”山东省机械工业科技创新典范企业
8	山东省质量兴省工作领导小组	创建山东省优质产品生产基地龙头骨干企业
9	济宁市人民政府	济宁市市长质量奖
10	中国工业报社	2011 中国工业行业排头兵企业
11	中国工业报社《装备制造》杂志	中国装备工业品牌价值 50 强
12	中共山东省委宣传部	山东省首届优秀企业文化品牌
13	济宁市人民政府安全生产委员会	2011 年度全市安全生产工作先进单位

二、公司战略

公司所处行业属工程机械整机、配件制造业，是投资驱动型行业，行业发展景气具有周期性，受固定资产投资、宏观调控、汇率和原材料价格影响较大。公司产品推

土机、压路机主要用于基础建设等土石方工程，混凝土机械主要运用于高速铁路、桥梁建设，水利水电、高层建筑等方面，公司未来业绩更多地受到基础设施建设的影响。

（一）机遇与挑战

从国内来看，十二五期间是我国深化改革开放，加快转变经济增长方式的攻坚时期，经济增速将由过快趋于放缓，这对工程机械行业来说又将面临新一轮挑战。但“稳中求进”成为2012年经济社会发展的总基调，2012年国家重点续建项目尤其是收尾工程、“十二五”规划确定的重大项目工程、保障性安居工程、水利工程以及国家重点支持的“三农”等领域的基础设施将续建，这将成为工程机械行业掘金的源头活水。

从国际市场来看，受到欧洲债务危机、新兴经济体通货膨胀率居高不下等因素的影响，全球经济自金融危机之后复苏放缓，进入了相对低速的增长阶段，全球工程机械产业也随之进入了新调整、新变革及新突破的重要发展阶段，产业格局与增长重心等均发生重大变化，核心产品的市场份额将逐步被重新瓜分，来自发展中国家的工程机械厂商凭借高性价比产品和快速、优质的服务，势必获得更多国际客户的青睐。随着公司近年来致力于打造海外基地，逐步扩大海外销售网络等强有力国际化战略的实施，公司品牌效应突显，这将为公司进一步拓展海外市场，加快国际化进程创造有利条件。

（二）公司发展战略

2010年下半年，基于“集团化、多元化、国际化、资本化”的发展思路，公司制定了“十二五”发展战略为“相关多元化、经运双驱动；国际化视野、跨越式发展”；编制了公司“十二五”规划和2020年战略发展规划。公司将根据“十二五”战略规划，大力发展推土机、混凝土机械、道路机械及工程起重机四大主机和工程机械核心零部件，使公司成为拥有核心技术、具有国际竞争力、可持续发展的工程机械制造商。

三、公司治理

（一）企业治理

自上市以来，公司严格按照国家有关法律法规及上级监管部门的有关规定，制定并实施了《公司章程》《股东大会议事规则》《董事会议事规则》《监事会议事规则》《总经理工作细则》《内部控制制度》等一系列规章制度，涉及公司“三会一层”的运作、组织机构、行政管理、财务管理、人力资源管理、项目管理、产供销管理、安全管理、企业标准管理、工会管理等各方面，使公司运作快速高效，有章可循，形成

了一整套相互制衡、行之有效的内部管理和控制制度体系。

公司不断自我审视公司治理的各个环节，补充和完善公司的规则制度，2011 年，结合公司实际情况修订了《公司章程》《总经理工作细则》《董事会议事规则》《公司内部控制制度之企业会计制度》《公司内部控制制度之计提资产减值准备和损失处理的内部控制制度》及《公司内部控制制度之固定资产内部控制制度》，制定了《公司董事会秘书工作制度》《公司外部信息使用人管理制度》《公司独立董事年报工作制度》《公司董事会审计委员会年报工作制度》《公司防范控股股东及关联方资金占用制度》《公司董事、监事和高级管理人员持有、买卖本公司股份管理办法》等相关制度，进一步完善了公司治理结构，促进公司规范运作，切实保障全体股东和债权人的合法权益。

（二）守法合规

1、公平运营 公司高度重视并时刻遵守商业道德和社会公德，认真贯彻落实中纪委、省纪委会议精神，建立健全了一系列纪检监察制度，严格监控和防范公司员工与客户和供应商进行各类商业贿赂活动。

2、风险管控 第一步风险识别：集体讨论可能的风险领域

第二步对主要风险进行评估：风险发生的可能性及相对重大程度

第三步确定风险评级和应对计划：公司运用精益生产管理办法，加强产品质量管理，为客户和消费者提供高品质产品，防范产品质量风险。根据企业业务内容并结合内控对经营风险的防范要求，依据国家的法律法规和山推的内部控制管理程序，制定了内控评价体系，提高内控实施效率。

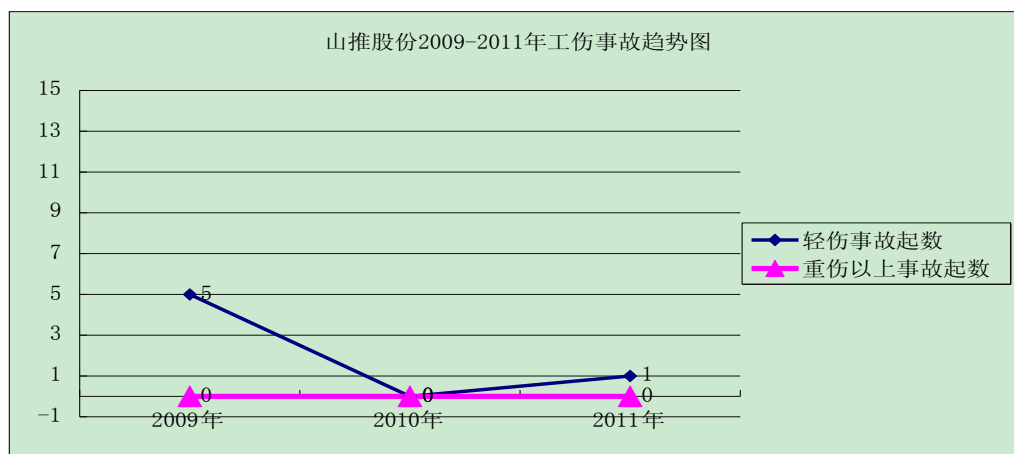
（三）商业道德

公司坚持标本兼治、综合治理、惩防并举、注重预防的方针，着力推进反腐倡廉制度建设，自觉把反腐倡廉工作融入企业生产经营工作中。签订了 2011 年度党风廉政建设责任书；将领导干部问责追究工作规范化、制度化；组织公司中层以上管理人员进行了廉政申报登记。进一步做好效能监察工作，组织采购、招投标人员开展了预防职务犯罪教育。深入开展治理商业贿赂专项工作，依法严厉查处商业贿赂案件，营造良好的商业竞争环境，提高公司生产经营的管理水平。

四、关键绩效表

（一）安全管理绩效结果

2011 年公司安全生产目标完成情况：因工死亡事故为“零”；重大火灾事故为“零”；年重伤事故为“零”；年度轻伤事故率控制在 0.3‰以下；一般事故隐患整改率 $\geq 98\%$ ；重大事故隐患整改率 100%。



（二）环境管理绩效结果

2009-2011 年，公司的废水、废气、噪声排放均达到国家及山东省济宁市相关排放标准；固体废弃物严格按照公司废弃物管理标准要求进行分类存放，其中生活垃圾、有害危险废弃物全部委托有资质公司进行合规处置，工件清洗废水和涂装废水等高浓度废水全部委托有资质单位进行深化处理，各项生产活动均严格按照国家及地方相关法律法规执行，无超标现象及相关方投诉事件发生，一直受到当地环保部门褒奖。（图表 1 至表 8）为公司近三年废水排放（COD_{Cr}、石油类和氨氮）、废气排放（苯、甲苯、二甲苯、大气颗粒物）及厂界噪声排放情况与环保部门要求排放标准的对比。

公司近三年环保指标及重点水污染物排放指标完成情况一览表：

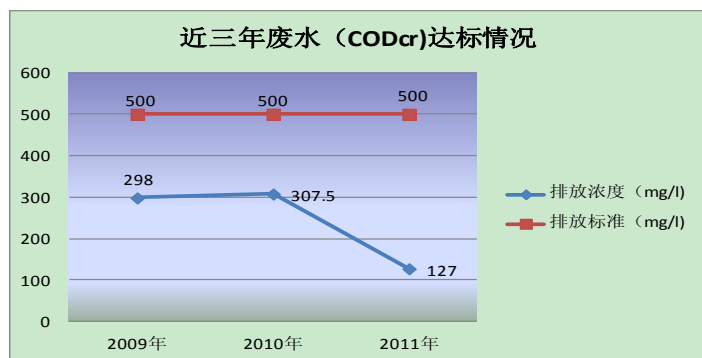
图表 1、主要环保指标完成情况

项目	指标	完成情况		
		2009 年	2010 年	2011 年
环保设施运转率	95%	100%	100%	100%
有害废弃物无害化处置	100%	100%	100%	100%
废弃物分类管理	100%	100%	100%	100%
废水排放达标率	100%	100%	100%	100%
废气排放达标率	100%	100%	100%	100%
厂界噪声达标率	100%	100%	100%	100%
重大污染事故	0	0	0	0

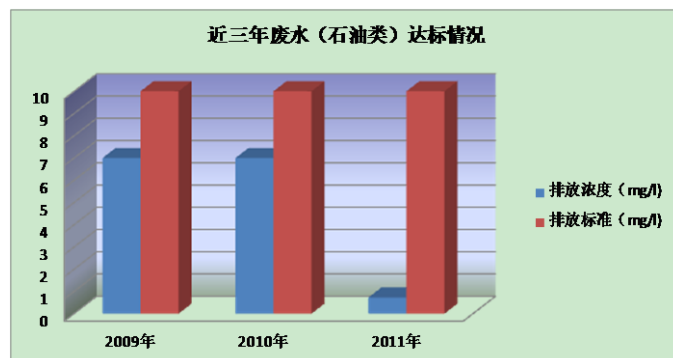
图表 2、重点水污染物排放指标完成情况

污染物名称	允许排放量 (吨/年)	实际排放情况 (吨/年)		
		2009 年	2010 年	2011 年
COD	237.3	17.89	14.89	30.41

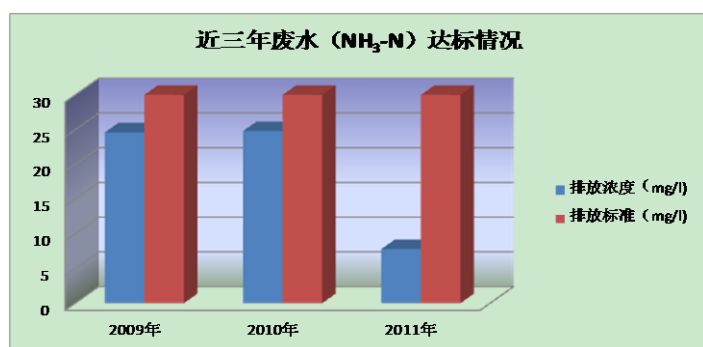
图表 3、废水排放 (COD_{Cr}) 达标情况



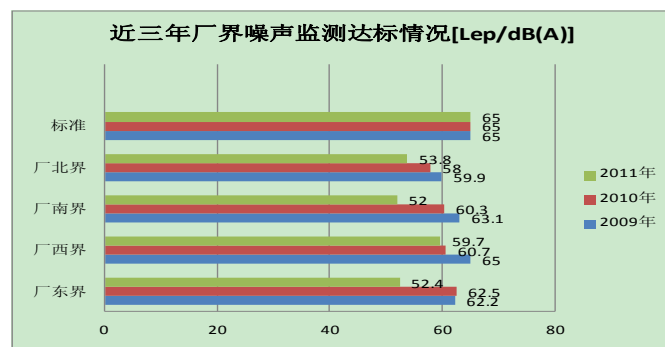
图表 4、废水排放 (石油类) 达标情况



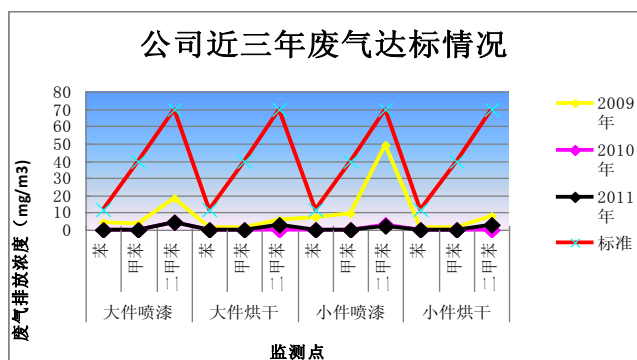
图表 5、废水排放 (氨氮) 达标情况



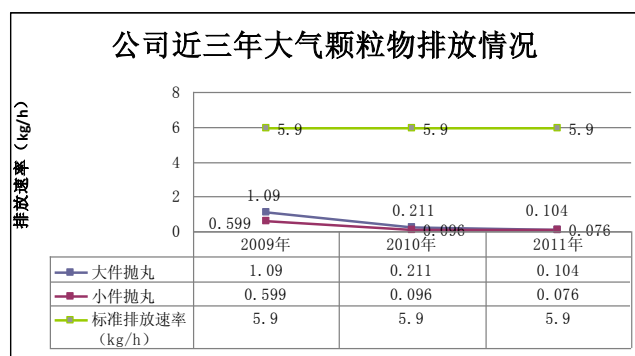
图表 6、厂界噪声监测情况



图表 7、有机废气排放达标情况



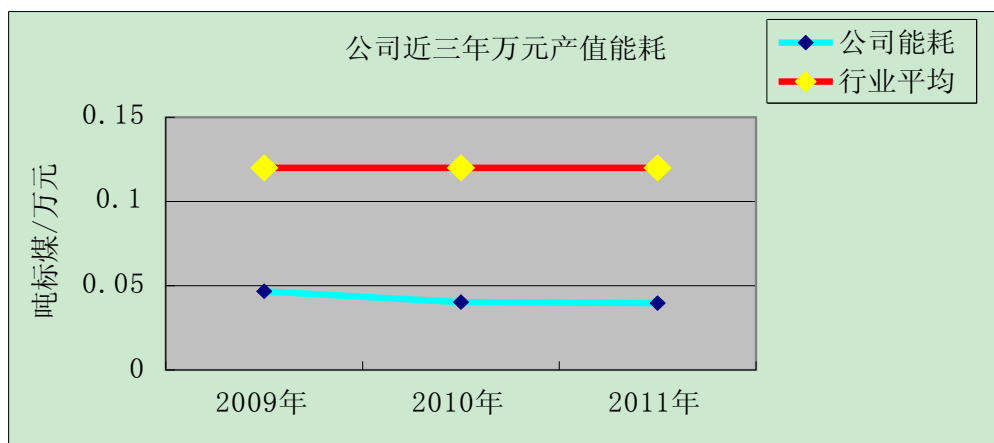
图表 8、粉尘排放达标情况



（三）节能管理绩效结果

公司年度能耗 0.0397 吨标煤/万元，与同期比下降 1.5%，超额完成山东省济宁市经贸委 2011 年度公司节能目标。

能源及资源综合利用结果：图显示了近三年来公司能耗（吨标准煤/万元产值）与工程机械制造行业能耗对比情况。



第二章 社会责任管理

公司将企业文化视为企业发展的灵魂，立足当前，着眼长远，创新思路，始终把企业文化作为增强凝聚力，打造核心竞争力的重要举措，坚持文化强企，文化塑人，做企业就是做文化，塑造科学的企业价值观，打造员企合一。多年来，逐步培育了独具山推特色的“厚德坚韧 创新奋进”为内容的文化体系。

一、企业文化核心理念

核心价值观：人为本、德为先、新为用

精神：学习 改善 创新 超越

使命：自强不息，追求卓越，以一流的业绩回报客户、股东、员工与社会

愿景：成为拥有核心技术、具有国际竞争力、可持续发展的工程机械制造商

社会责任理念：创造价值 和谐发展



（280 米的山推企业文化长廊全面展示了公司责任文化、沟通文化、安全文化、质量文化、班组建设、劳模风采等，是企业与员工沟通互动的平台，有效促进了企业文化落地。）

二、利益相关方期望与沟通

公司重视自身运营对利益相关方的影响，加强与利益相关方的沟通与协调，营造适合公司内部和外部环境。公司主要利益相关方包括：股东与投资者、员工、客户与代理商、供应商、金融机构等，2011 年，公司面向利益相关方开展的主要沟通活动有：

（一）与投资者共享公司发展 公司结合实情情况，制定相对稳定的利润分配政策和分红方案，坚持与投资者共享公司成长的理念，积极回报股东。近三年累计现金分红 30,366.58 万元，占公司最近三年的年均净利润的 51.58%。

年度	利润分配方案	现金分红金额	实现的归属于上市公司 股东的净利润	占归属于上市公司股东 的净利润的比例（%）
2008 年度	10 派 1 元（含税）	7,591.65	50,449.61	15.05
2009 年度	10 派 1 元（含税）	7,591.65	42,214.30	17.98
2010 年度	10 派 2 元（含税）	15,183.29	83,964.50	18.08
近三年累计金额		30,366.58	176,628.41	17.19
最近三年累计现金分红金额占年均净利润的比例（%）				51.58

（二）不断加强投资者关系管理 为了进一步加强与股东（投资者）之间的沟通，加深投资者对公司的了解和认同，建立公司和投资者之间长期、稳定的良性关系，促进公司诚信自律、规范运作，提升公司的投资价值，公司制定了《公司投资者管理制度》《公司接待与推广制度》。以公司网站、电话、传真、接待投资者实地调研和考察等多种方式积极与投资者进行交流，向股东及投资者介绍公司的基本情况、行业情

况及公司在技术、规模和市场等方面优势，使他们更加全面的了解公司， 2011 年度接听股东的来访和咨询约 750 次，其中 2 次大型投资者联合调研；充分利用公司北京宝马展览会的机会，接待投资者 20 余人；通过投资者互动平台回复投资者提问 26 条。

（三）加强信息披露管理，公平对待所有投资者 公司严格按照相关法律法规的规定和要求，自觉自愿履行信息披露义务，做好信息披露工作，确保信息披露的真实、准确、及时、完整和公平，以利于公司股东和债权人及时了解、掌握公司经营动态、财务状况及所有重大事项的进展情况。有效的执行和维护了信息披露的责任机制，为投资者提供了充分的投资依据，树立了投资信心。2011 年，公司共完成 39 份公告的信息披露工作，未发生选择性信息披露的情况。公司的信息披露工作在 2008 年、2009 年、2010 年的深交所的考核中连续三年被评为“信息披露优秀上市公司”。

（四）保护债权人合法权益 严格按照与债权人签订的合同履行债务，及时通报与其相关的重大信息，配合债权人了解公司有关财务、经营和管理等情况，保障债权人的合法权益。公司连续多年荣获中国工商银行的“AA+”、中国农业银行、中国建设银行等多家银行的“AAA”信用等级评定。

（五）召开年度供应商大会 公司不定期召开质量交流与改善年会，高层互访，供应商质量第三方审核和各种分析会、研讨会、供应商培训班、ERP 网络平台等多种形式，实现与供应商从企业文化理念、发展战略到业务信息的有效沟通。

第三章 市场发展

一、产业布局

目前，山推股份的产品涵盖推土机、装载机、压路机、平地机、搅拌运输车、臂架式泵车、消防车等十大类系、120 多个规格型号的产品。已经形成山推国际事业园、山推重工事业园、山推武汉产业园、山推抚顺产业园四大产业基地，跻身为集铲土运输机械、混凝土机械、路面及压实机械、消防车、工程起重机械及工程机械核心零部件研发、生产、销售于一体的大型国际工程机械制造商。目前，推土机产业已成为全球推土机行业最重要的企业之一，产销量居世界第一。市场占有率已达到 60%以上，从 2003 年以来一直连续保持国内同行业第一的佳绩。

产业基地	所在地	产品
山推国际事业园	山东·济宁	推土机及其零部件

山推重工产业园	山东·济宁	道路机械
山推武汉产业园	湖北·武汉	混凝土机械
山推抚顺产业园	辽宁·抚顺	消防车、高空作业车等

二、技术创新

2011 年，依据公司战略发展规划及事业部制的实施，以研究院为平台，以事业部为依托，通过整合优化内、外部资源，设立了技术发展部负责技术发展规划，研究院负责整机产品及公共技术的研究开发，各事业部技术部门负责部件产品开发的格局，使公司技术管理、开发设计、产品试制、试验验证等形成的研发体系得到进一步完善和提升。

（一）创新体系完善 经过近几年的发展，山推研发系统的硬件和软件设施均得到了较大改善，现已发展为拥有机械设计、液压、电子电气、材料、力学等多种专业技术人才的科研机构。山推研发中心是国家级企业技术中心、山东省工程技术研究中心、山东省工业设计中心，并拥有国家人力资源和社会保障部批准设立的博士后科研工作站。同时，根据公司战略建立了以技术、管理、生产制造、试验验证、营销等相关部门为主体的技术实施与评价体系，完善研发体系建设。通过参加行业协会、访问工程机械网站、查阅期刊、组织相关人员参加国内外工程机械展览会等方法跟踪收集各类行业数据信息，分析当前国内外同行业的技术发展状况和趋势，为公司制定技术发展战略提供参考和依据。

（二）创新方向及成果 为客户创造最大价值一直是公司不懈追求的目标。在产品的研发过程中把节能、环保作为最主要的评价依据之一。为了公司未来更好的完成节能环保的社会责任，2011 年公司承担的国家“十一五”科技支撑计划全液压推土机项目通过了科技部验收。随后，又投入大量资金用于电传动推土机、全液压推土机等一系列的新理念机型的研究和研制，其中两款全液压推土机均在上海宝马展上展出。2011 年公司在 SD10YE 全液压推土机上进一步开发 SD08YE、SD13YE 和全液压推耙机。

节能降耗方面，公司 2011 年进行泵车节能控制技术、双钢轮压路机控制技术、提高模具寿命等相关研究，从过程中控制能耗，对余热淬火技术进行了研究，利用工序合并热处理加热法节约了大量的电能消耗，实现绿色产业节能减排的要求。

安全环保方面，公司 2011 年在降噪方面进行了推土机减震技术研究及应用，进行了压路机 VBS 智能安全控制系统研究、臂架复合材料应用研究、泵车智能臂架及远程

诊断系统研究等，有效的保障了现有车型的工作安全并成功地推向市场，发挥了山推品牌效应。

三、多元化市场

2011 年整个工程机械市场前高后低，变化剧烈，在严峻的市场形势面前，公司巩固国内市场，大力开拓国际市场。国内市场主业保持稳定，新业快速提升，国外国际化战略成效显著，品牌效应突显。

（一）国内市场主业保持稳定，新业快速提升

公司始终秉承“价值引领，共赢未来”的市场理念，通过完善的营销网络，主动深入地进行市场调研，对市场进行分类和管理。

1、市场分布 目前，公司产品按区域遍布国内所有的省、直辖市、自治区，广泛使用在公路、铁路、水利、矿山、环卫、电力、港口、机场、房地产、开发区等多个行业，支持各行业发展建设。

2、市场重点 根据公司产品客户使用情况统计，国内各行业中，公路、铁路、水利、矿山四大行业，是公司主要客户群。但近年随着公司的发展，产品的丰富多元化以及国家政策导向，混凝土机械使用为代表的行业以及环保类行业，在公司客户中逐渐占据越来越重要地位，成为公司发展新的关注点。

3、营销手段 按照不同顾客群体的个性化需求，细分市场，丰富产品类型、产品功能，最大限度地满足顾客需求。为赢得和保持顾客的满意和忠诚，实现顾客与公司的共同发展，公司采取了多元化的营销手段。产品促销会、交流会、行业会、区域洽谈会等多会议营销，既实现了产品销售订单，又树立了公司品牌形象；招投标、商谈议标、座谈会，实现了客户需求与公司产品的直面对接；展览会、新产品发布会，开拓了市场；市场调研分析、需求问卷等，促进了营销工作的有目的计划的开展和实施。

4、营销考核 考核方面，依据代理商综合情况，根据销售业绩、服务能力、管理水平、网点布局、人才培养等多项要求，设立不同的考核政策和支持措施，更好的激励代理商完成全年各项任务指标，依据代理年终综合考评成绩排名，对代理进行 S/A/B/C/D 评级。信用销售管理方面，根据代理公司债权管理能力、信用销售规模、或有债权规模、债权管理团队等，对代理进行信用 A/B/C 评级。服务方面，通过年终对代理服务成绩排名，评定 A/B/C/D 级，颁发相应证书，成绩影响代理相应服务费标准。

所有这些举措，都保障了公司代理制渠道的顺利实施和开展完善，在市场上取得

了良好的效果。国内各区域代理，近年都不同程度的取得迅速的发展和壮大，代理商日渐成熟，营销服务能力、管理水平、市场运作都实现了跨越发展，代理商业务的影响，也真正让客户看到山推的实力，提升了山推的品牌价值和影响力。

（二）国际化战略成效显著，品牌效应突显

根据公司多元化、国际化战略，山推海外市场主要呈现以下特点：

1、市场分布 工程机械作为基础建设的主要力量，市场分布与区域基础建设热点分布趋同。非洲、东南亚、中东地区、拉丁美洲、独联体及中亚地区等区域，理所当然的成为工程机械的热点市场。

另外，随着中国与各国/地区政府间合作的建设项目投资增加，山推设备也随之投入到促进各地区经济繁荣，推动社会发展的建设中。

2、市场重点 山推海外市场分布广泛，各地区的发展各有不同。

近些年来，非洲地区随着自身经济实力逐步提升，以及中国和其他发达国家的投资，基础建设项目数量和范围都逐步增加，对工程机械设备也保持强力的需求；拉丁美洲以巴西带动，对中国工程机械产品需求及购买意愿逐步增加；俄罗斯带动中亚俄语区域，一直以来对中国工程机械保持长期需求。基于以上因素，山推成立了南非公司、东非公司、西非公司、巴西公司、俄罗斯公司，作为这些地区的重点发展、逐步壮大的基地。

产品多元化扩展：随着经济不断发展，客户希望设备供应方提供越来越便捷的一揽子供货方案，企业也有提供更加宽泛产品线，扩大业务内容的意愿，整体供货、一体服务、形成规模、降低成本。因此，公司提出了产品多元化发展的战略，形成土方产品、道路机械产品、混凝土机械产品、战略产品等四大产品体系，满足客户以及企业的多元化产品需求。

3、营销手段 随着世界经济形势的不断变化，营销手段也逐步变化，由完全对外派遣业务人员开拓海外市场的传统直销方式，逐步转变为发展各地区区域经销商，依靠各地对当地市场充分了解的经销商开拓市场，扩大公司产品在当地市场的占有率。同时根据不同情况，逐步调整支付方式、促销方式，加大售后服务力度，在重点区域召开展示会或 open day 活动，让各阶层、各地区的现有客户、潜在客户以及客户关联人全方位的认识、了解山推产品，坚定他们的信心。各地区子公司提供销售、服务、配套等多种服务，实现及时高效的全方位售后功能，消除客户的后顾之忧。

4、经销商影响力 随着经销商制度的开展，对经销商选择标准也逐步严格要求，

具有一定雄厚的经济实力，在当地市场机械行业甚至商界有一定声望，有正面形象影响力等必要考察因素，保证其在当地市场有推广山推产品，扩大山推市场规模，维护其企业本身及山推品牌正面形象的影响力。

四、运营管控

（一）完善管理体系 为保证公司管理体系的高效运营，充分发挥绩效考核的导向作用，为顺利完成公司生产经营计划提供保障。根据公司战略发展的要求，结合各部门的职能特点，建立了全面绩效考核体系，对各职能部门、事业部及控股子公司按照规定的考核周期开展绩效考核工作，并及时通报考核结果。

1、绩效考核 公司将管理创新工作考核纳入绩效考核体系中，通过起草考核规定和管理标准明确了创新工作的流程、申报周期等相关事项，并使创新工作能够按照多个不同的维度量化评比，使创新工作的评定标准化。公司每季度收集汇总各部门管理创新项目，组织相关专家开展创新工作的考核评审，并将成绩在相关单位绩效考核结果中体现。通过管理创新考核工作的开展，极大提升了公司整体管理水平和工作效能，开创了公司管理创新工作的新局面。

2、责任目标管理 依据公司战略目标和公司年度事业计划，与公司各单位签订年度目标责任书，强化对公司各单位生产经营责任的管控。同时，按季度分解各单位年度责任目标，结合责任目标预警管理标准，分季度对责任目标实施预警考核与管理，并形成责任目标预警管理体系，及时对超出预警的指标分析整改并监督验证整改落实情况。

（二）信息化建设 山推深入贯彻和落实“激情干事、有效沟通、方法科学”的信息化工作理念，信息化工作目标明确，积极推行项目式管理的工作方法，管理措施有力。公司从信息化平台建设、信息化团队组织及管理、信息安全、网络等层面全面开展工作，年度信息化计划完成率达到了 100%，在信息化层面主要完成以下工作：

1、企业资源管控平台 建立以企业资源管控为核心的企业管控平台，逐步实现决策支持数字化，支持业务扩展；建立业务管理工作平台，提升对事业部制业务管理水平，更好地支持新业务扩展。建立三种业务模式标准：整机业务类型，配套件业务类型和项目型业务类型，实现三大关键目标：财务业务一体化、计划体系精细化和成本核算精细化。

2、产品研发支撑平台 为公司的产品设计和制造建立一个并行化的协作环境，建

立统一的产品数据管理平台、优化固化研发工作标准流程，实现跨业务、跨部门、跨地域协同设计。

3、营销服务协同平台 为迅速应对复杂多变的市场环境，公司启动营销协作平台建设项目，以整合营销部门各业务系统。通过走访代理店，深入调研一线营销人员对营销管理理念的理解，整理完成协作平台需求说明书，现进入招标阶段。

4、完善规范制度建设 根据公司信息化建设需要，通过信息化战略分解，有计划制定一套体现科学性、先进性、实用性的信息标准和规范。

5、信息分类管理 随着精细化、数字化管理的不断深入，各类信息的管理是制约公司管理水平的主要问题点，开展信息分类分级管理，加大对各类信息的关注程度，理清责任主体，控制信息总量，提升信息管理效率。

五、安全责任管理

“一级”安全生产标准化是国家安全生产监督管理总局推行的国家最高级别的安全体系认证。公司继 2008 年 4 月被核准为国家“一级”安全生产标准化企业后；2011 年 9 月，国家安监总局发布第 26 号公告，我公司再次被核准为“一级”安全生产标准化企业。

（一）安全体系 总经理担任公司安全生产委员会主任，领导并组织建立健全各项安全生产保障机制，强化公司、事业部（子公司）两级管控模式，全面实施“精细化、流程化、模板化管理”的工作方式，持续改进并提高国家“一级”安全生产标准化企业工作成果，推行安全生产“双基”管理模式，推进“危险预知训练”和“安全标准化班组建设”。

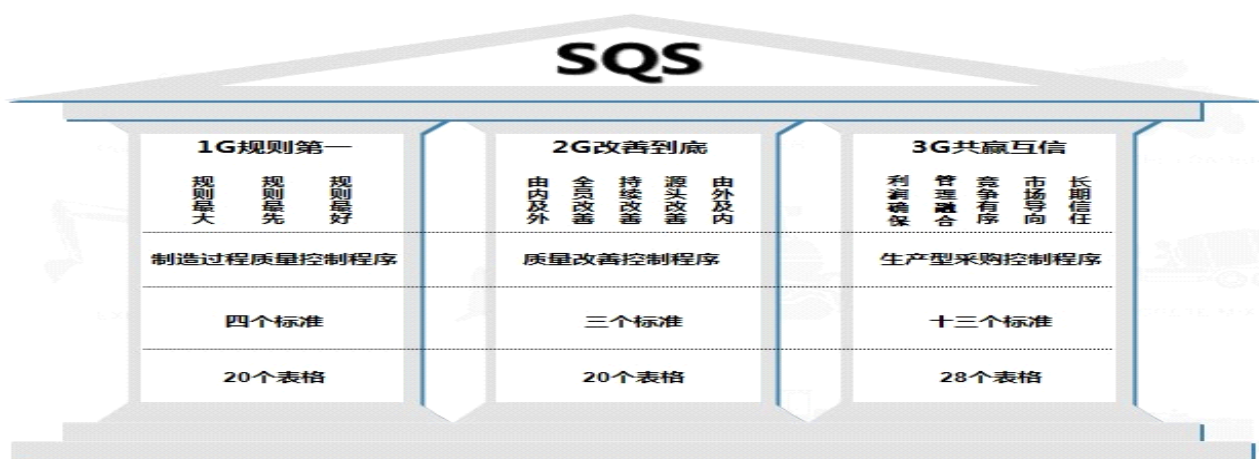
（二）安全落实 公司积极落实企业的安全生产主体责任，每年与各事业部、子公司等责任单位签订年度“安全生产目标责任书”，明确了责任和内容，细化安全指标，层层分解。将安全管理体系所要求的“分级管理，分线负责”的原则落到了实处，明确了各基层单位是安全工作的主体和落脚点。

公司实施了《安全教育培训卡》，并对各单位实施效果进行考核，形成了公司、事业部、工厂（车间）可追溯化的“三级”安全教育体系，规范、统一了公司各单位安全、环保教育的管理方式。做好了九种安全、职业健康教育工作；对入公司的 35 名复员军人、513 名新放职大学生、526 名定向实习生人员进行安全教育、培训和考核工作，提高了员工的安全操作技能和意识。

公司自 1997 年即开展安全评价式检查,从“安全责权”、“管理机构”、“制度执行”和“管理效果”等方面实施自我评价方式。2005 年全面导入《机械制造企业安全生产标准化》,进一步完善了安全自评标准。改进后,评价检查从五大类目、75 个评分项,按月对各安全主体单位进行评价,评价结果纳入公司运营管控考核中进行考核,并与干部业绩考核挂钩,真正做到了一岗双责。2011 年强化了公司、事业部(子公司)两级管控模式,深化各级主体责任的落实,细化管理职责,持续巩固安全长效工作机制,健全管理网络体系,为公司安全生产工作提供强有力的支撑。

（一）重视质量管理体系建设，不断推进标准化作业，提高制造过程的稳性

公司以 ISO9000、ISO14000 国际标准为基础，建立了自己的质量管理体系 SQS，他包括“规则第一、改善到底、共赢互信”三部分，每一部分又包括“理念-程序-标准-表格”四个层次。



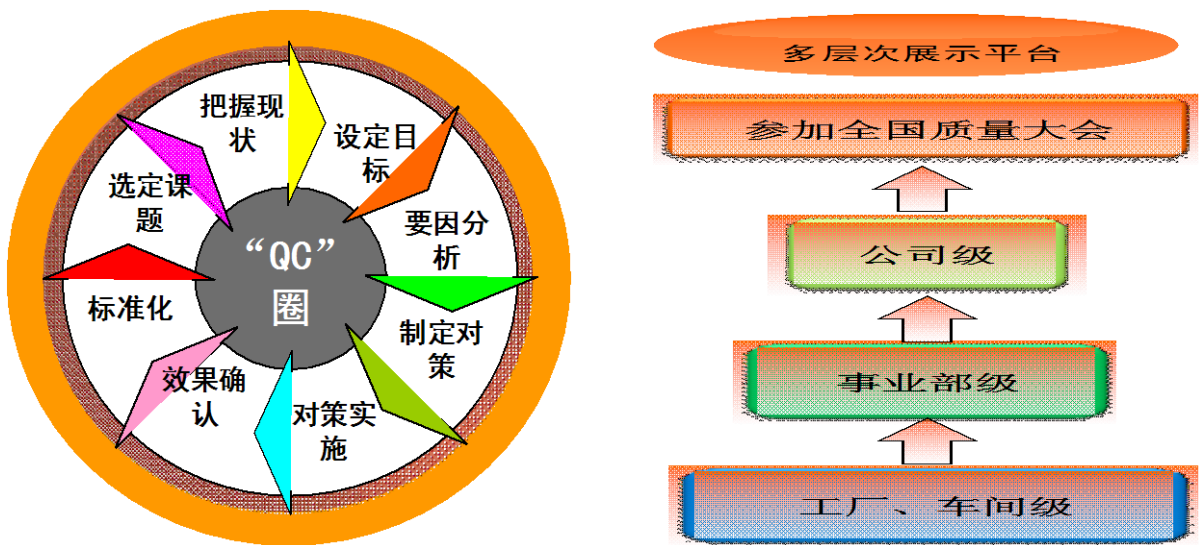
这套管理系统，是通过山推多年来的管理实践加上与国际知名企业合作中不断学习到的适用的管理方法加以系统的整合提炼而成的具有山推特色的管理模式。另外，公司与中国质量协会合作，实施了管理体系再造，建立了卓有特色的流程化的网络版质量管理体系平台，深入推行“卓越绩效评价准则”建立了独特的制度体系和制度梳理体系，创新的把 ADLI 模式在公司的各个职能层面进行实践，使公司的产品连续 8 次 24 年被行业协会评价为用户满意产品；TY220 推土机荣获中国推土机行业唯一一块金牌。公司还荣获中国驰名商标和中国名牌产品称号；荣获国家构建“五位一体”管理体系先进单位；全国质量管理先进企业等荣誉称号。



（二）重视质量改善，持续改进产品 and 质量管理

公司的质量方针是——把改善进行到底，让顾客更加满意。改善作为一种文化始

终贯穿于山推管理全方面、全过程。公司设计了三位一体的改善体系，以全员“QC”思维作为改善的基础土壤，建立公司级重要品质问题事业部级重要品质问题的双级“重品管理制度”，公司在内部网络上建立的双级的“重品”管理台帐对各级重要品质问题的改善进行跟踪管理，事业部和公司都有主要领导参加的“重品对策会”对各级重要品质问题的改善成果进行评审。公司还建立了“重要项”管理制度对重点质量问题进行专项攻关。公司的“QC”活动成为了公司员工参与公司管理最通常的方式，每年都有“QC”项目 500 多项，各事业部都进行年度的“QC”发布会，公司还要举行盛大的年度“QC”发布，表彰优秀的改善员工。



二、为用户创造价值

公司以“为用户创造价值”为宗旨，“视客户的时间比黄金更宝贵”的服务精神，为客户提供简捷、全面、主动、及时的服务。

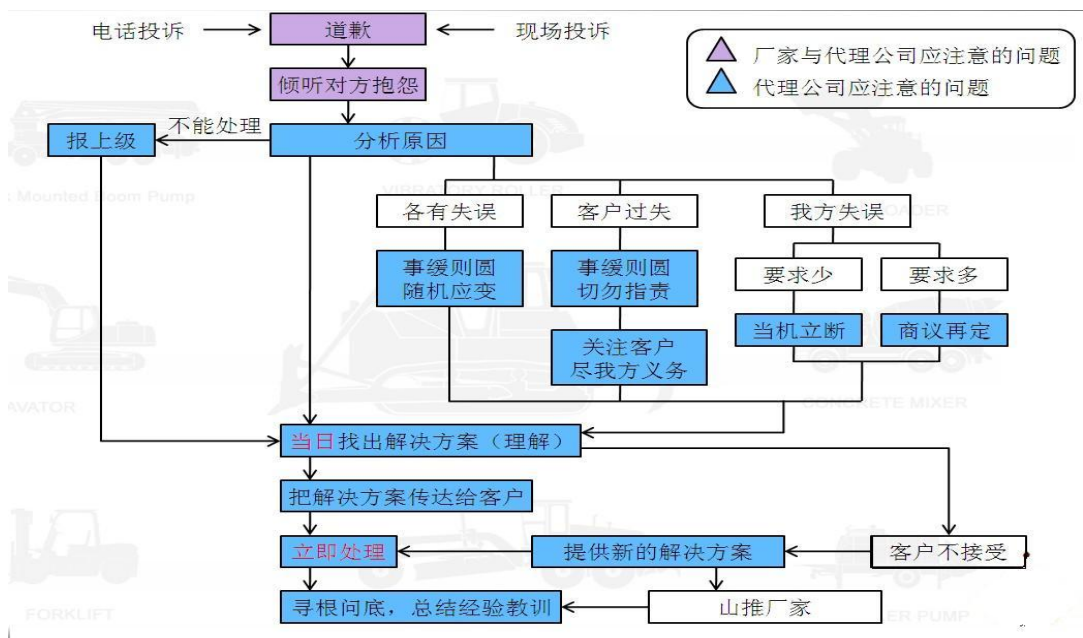
（一）打造高端呼叫中心平台 为体现客户关怀，开创全新的服务理念，投入大量人力、财力，经历半年，研发出 GPS 报警系统，该系统会将报警信息自动上传至呼叫中心，坐席人员根据报警内容主动联系用户。并迅速派出服务人员前去解决问题，这就使用户可以更好的管理设备，将故障与隐患尽早发现、及时处理，缩短维修时间，为用户赢得时间，节省成本，创造更多价值。

（二）倾听客户声音 对一个企业而言，了解客户的需求、建议与抱怨，是服务客户重要的表现。因此公司对呼叫中心坐席人员也进行了系统化的培训。为了使服务规范化，公司制定了专门的热线受理规范和受理程序。并对代理公司服务制定了一系

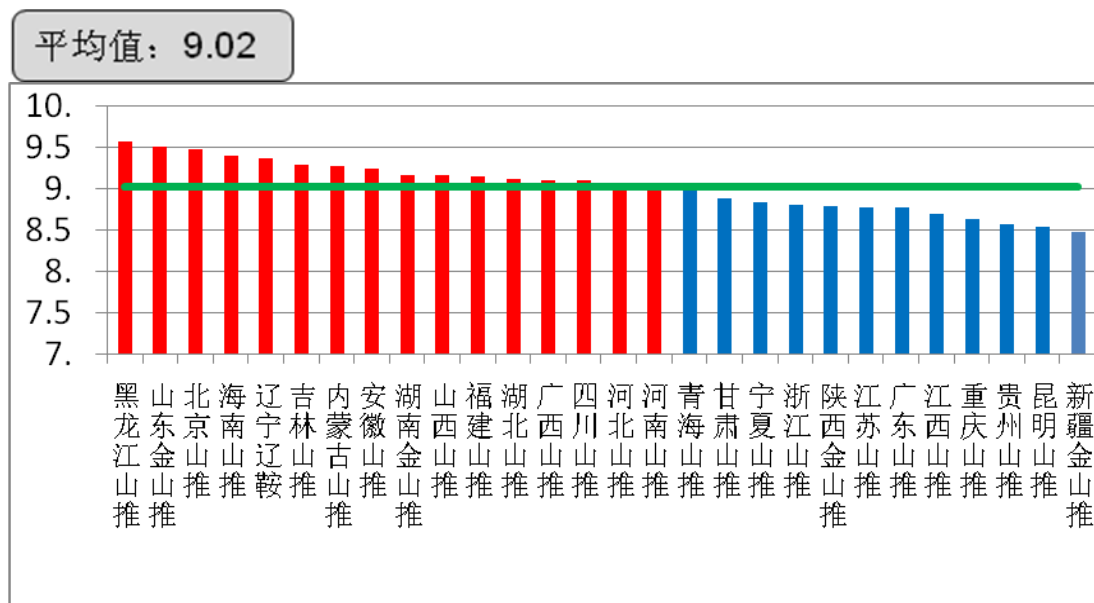
列的考核政策。

（三）建立完善的服务业务受理体系 针对各项满意度回访以及投诉受理中用户反馈的不满意问题点，呼叫中心坐席人员在第一时间联系代理公司，并且要求代理公司在一个工作日内给予回复，呼叫中心坐席人员根据回复结果，再次回访用户，直至客户反馈的问题解决为止。通过呼叫中心对代理公司二次服务的回访督查，最大限度的提高了代理公司的服务及时性，确保各项服务的满意度。为保证更及时的为用户解决问题，公司制定了投诉受理流程，并对代理公司服务制定了一系列的考核政策。监督并帮助代理公司提高服务质量。信息分析，改进管理。针对典型的投进行专题分析，制定整改措施，并通过质量体系专项审核，实现系统性改进。

（投诉受理流程）



（四）顾客满意度提升 一直以来，公司作为价值创造者，难题解决者，为客户提供最佳施工解决方案以及专家级保姆式的服务。尤其为大马力推土机统一配备了一批专家级“设备保姆”，全天 24 小时服务在施工现场。一方面可以及时发现和检测到设备故障及出现的隐患，另一方面，可以通过沟通拉近与客户和机手的距离，为用户创造更大的价值。2011 年山推客户在保期内的满意度调查中发现，全国 28 家代理公司中有 15 家代理公司高于平均值，2011 年用户在保期内对代理公司的综合满意度平均分是 9.02 分。（评分标准为 0-10 分）



2011年11月18日，在题为“价值引领，精益求精——打造工程机械供应链中国典范”的山推供应商大会上，江苏苏万万向节有限公司总经理王春林感慨地说：“在我心目中山推是中国工程机械行业最值得信赖的企业。多年来，一直对质量问题十分看重，在质量改进、工序能力提升、售后服务和产品可靠性等方面做了大量的工作，赢得了我们的信赖与常期合作。”

三、供应商管理

公司坚持“合作、共赢”的供应商管理理念，以合作为纽带、诚信为基础，将供应商管理纳入采购体系建设，并把供应商视为企业价值链上重要的环节，在资金、技术、人员、管理等方面进行帮助、扶持，将供应商合法权益的保护贯穿于采购活动的各个环节，最终通过长效合作机制的建立，达到供需双方互惠互利、共同发展、共同效力于社会进步的美好愿景。

（一）签订相关协议 公司与全体供应商及其他相关方签订“相关方安全生产/环境保护管理协议”，保障公司生产安全、环境保护及相关方（供方、合同方或承包方）从业人员的生命安全健康，创造安全、良好的生产经营环境，使相关方增强安全环保意识，防止、避免、减少安全危险和环境影响，共同承担社会责任。

（二）开展“精益生产”活动 公司通过开展“精益生产”活动推动供应商不断改进产品和服务质量，从而促进供应商质量管理水平的提升；并通过与关键供应商建立战略伙伴合作关系等，与供应商共同致力于成本的降低，实现供应链总成本最低；

从小批试制至小批量产，对供应商进行技术指导，对在制造工序中的暴露出的问题进行分析解决，提高其工序能力；对生产线中影响质量的各种因素、偏差进行跟踪调查，保证其制造质量。

（三）建立采购信息管理平台 公司建立了由ERP系统、营销服务系统、采购模块及采购信息网上发布系统等组成的信息管理平台，实现采购订单、质量信息反馈、库存查询、公告、技术通知单改图单等信息即时传送和共享，保证了公司对市场变化的快速反应，同时对提高协同效率、缩短采购周期、降低采购成本和提高服务效率具有积极推进作用。

第五章 环境保护

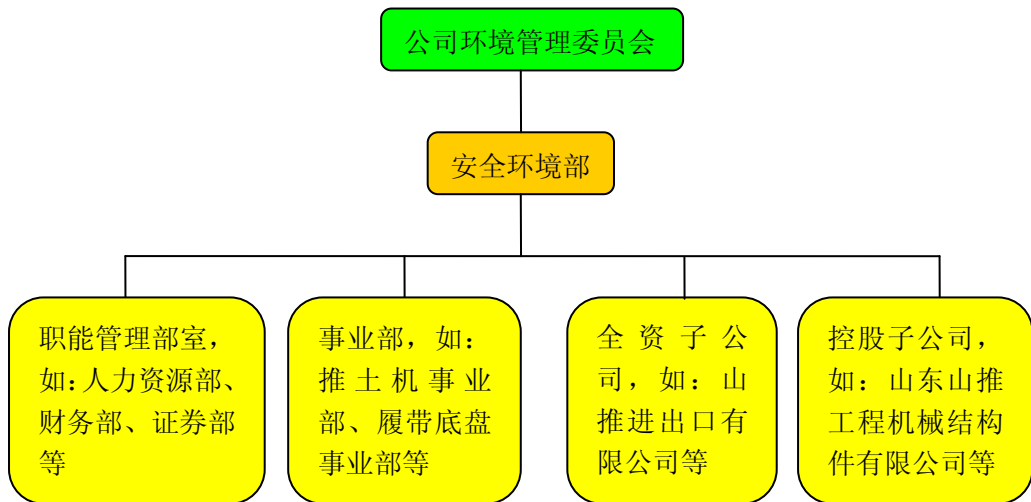
一、环境管理

公司建立并保持环境管理体系有效运行，2009 年再次获得了 CCCI 和 CNAS 颁发的 GB/T24001-2004/ISO14001: 2004 环境管理体系认证证书，并于 2010 年、2011 年顺利通过了认证机构的监督审核，保持了 ISO14001 环境管理体系认证注册。

（一）管理体系 公司建立了三级环保、节能管理网络（见图表 9、环境管理体系网络图），严格执行环保、节能法律法规及相关标准，按照国家、行业及地方政府环保法律、法规和标准的要求，结合公司自身的特点及重要环境因素，制定下发了《大气污染防治管理程序》、《水污染防治管理程序》、《工业噪声污染防治管理程序》、《固体废弃物程序》、《环保设备设施程序》、《电能消耗管理程序》、《水资源管理程序》、《加强固体废弃物管理的规定》等 30 余种专项管理制度，每年初公司制定下发环境目标、指标及管理方案，将市政府对我公司下达的节能指标、污染物排放指标进行分解下达至各生产单位，并定期组织环保、节能专项检查，掌握各单位指标完成情况，年底对各单位进行考核，确保公司环保、节能各项指标全面完成。

每年根据公司的组织机构调整，将部份新增部门纳入 ISO14001 环境管理体系进行运行管理，并及时调整公司环境管理委员会成员、公司环境保护管理网络及环境管理体系网络图，明确各单位环境管理责任人，严格落实了各级主体责任，细化管理职责，持续巩固环保长效改进机制。

环境管理体系网络图



（二）事故应急 为应对突发环境污染事故，公司制定了突发环境事件应急预案、危险废弃物应急预案等相应的应急响应预案，并报当地环保部门备案，通过对各单位进行应急预案宣贯及现场演练，提高了员工对突发环境事故的应急处理能力，如发生污染事故，确保将污染影响降至最低，消除了公众对环境保护的隐忧。

（三）环保培训 公司非常重视对员工的环境保护知识宣传及培训教育工作，日常管理中公司各单位利用早会、电子办公平台、厂区宣传栏、电子屏幕、公司报刊、标语等媒介，采用委托外部机构培训、公司内部组织培训等方式大力宣传环保知识，如：对新入职员工按期开展公司级、事业部级、工厂级环保知识培训并建立个人培训档案；对重要环境因素岗位人员进行公司级、事业部级环保知识培训；每年组织各单位环境管理员、环境管理体系内部审核员进行有关 ISO14001 环境管理体系标准的学习，并聘请外部专家进行专题培训、问题解答，以提高公司环境管理人员的知识技能，确保公司环境管理体系运行的有效性、持续性、适宜性。

每年组织公司各单位环境管理人员学习、贯彻国家环保法律法规及地方政府下达的环保要求；在当地环保部门的帮助下，组织公司环境管理人员到济宁兴和机械公司、济宁伊顿液压有限公司进行危险废弃物管理的参观、学习和交流，以提高公司危险废弃物管理水平；日常管理中组织各单位积极开展了“六·五世界环境日”、“世界水日”、“世界无烟日”、“地球一小时”、“节能宣传周”等宣传活动，通过开展各种环保教育培训及知识宣传活动，使大家逐渐将环保行为融入到了日常工作、生活中，着实提高了大家的环境意识，有力保障了公司各项生产经营活动的环保合法守规。

二、低碳运营

（一）建立、健全公司能源管理体系，提高能源利用率

公司成立了节能管理委员会，建立公司节能管理网络，严格执行国家节能各项法律法规，设立专职节能管理部门，制定公司能源管理制度和能源统计、分析制度。规范了相关节能管理程序，加强对公司耗能设备、能源统计、计量方面的管理，明确节能工作岗位的任务和责任，通过岗位责任制及能耗定额管理等形式，将能源使用管理制度落实到基层，建立完善的节能考核机制。制定公司能源方针：“合理利用资源能源，开发、节约并重”和公司能源目标：“十二五期间万元产值能耗比 2010 年下降 1%，万元增加值取水量比 2010 年下降 2%”。

（二）节能工作开展

根据公司“十二五”节能规划和 2011 年工作计划，开展各项节能管理工作，提高公司能源管理工作质量。通过能源统计、分析制度的建立，能及时反映，全面监控公司、各事业部、子公司的耗能状况，准确查找能耗异常，指导各单位进行针对性的改善措施，力争综合能耗降到最低，有效提高公司及各事业部、子公司节能管理、理化计量水平，为公司实施节能考核提供依据。公司开展各种节能宣传和培训工作，组织内、外部培训，通过培训、板报、电子屏、横幅、宣传画及内部办公网络 OA 系统开展各种形式的节能宣传工作。

（三）再生资源利用和新技术开发

1、在淘汰落后产能加大节能技改投入方面：近二年投入 1.6 亿元对热加工电炉技术改造及锻造余热淬火的应用项目进行改造，节约标煤 1.43 万吨，使公司的万元产值能耗保持同行业最低。再生资源利用方面，铸钢公司每年利用锻造和材料成型公司边角料 1.8 万吨；全公司水循环利用达 6 万吨。

2、开展节能技术改造工作：公司淘汰落后产能和高耗能设备设施 400 余台（套），在新技术领域（无功补偿、节能灯改造、循环水改造、变频、大功率电机改造）更新改造方面深挖节能改造潜力，增加节能改造投入，近三年累计投入 1,280 万元。

3、加强产品技术开发：倡导绿色设计，开发、生产环保型推土机，特别是（SD10YE、SD08YE、SD16-3CE）三种机型，在安全性、降低噪音和新材料的使用上，达到了欧盟 CE 认证和欧排放，成为山推进军国际市场尤其是发达国家的有力武器。

（四）环保产品

在能源紧缺和环境污染日益严重的今天，工程机械油耗大、排放差，已逐渐成为

节能环保领域关注的主要对象之一。高效、节能一直是国内外工程机械生产企业追求的目标，工程机械节能技术显得十分必要和迫切。山推在 30 余年的发展过程中，一直没有停止技术升级的步伐，始终将企业可持续发展摆在重要位置，并取得了可喜的成就：

1、电气系统原先采用粗狂式的制作工艺，统一性差，保护套管耐高温能力差，照明设备为普通的灯泡。改进后，采用分线板制作线束，线束工整，标准化度高，整个电气系统采用新型环保电气材料、元器件和绿色照明设备，节能环保性能好。

目前正在努力研发新一代混合动力推土机，优化动力、传动系统，达到欧三排放的电喷发动机，使工作点总是处在高效区，符合人机工程学的控制手柄，使驾驶人员处在一种舒适的环境中，既提高了整机工作效率，又实现降低了整机排放。

2、推土机全部机型传动油全部升级换代，由原先的CD级更换为CF级，使用周期比原型号高2倍，减少了用油量，从而使排放量降低50%；同时，制动系统也进行了优化，摩擦片由铜基变为纸基，摩擦系数增加，减少了对铜基金属的消耗，材料可降解，对油液染性大大降低。

3、老产品液压系统采用定量齿轮泵，压力等级低，系统流量高，导致液压件体积较大，整机布置不美观，而齿轮泵固有的结构特性导致泵出口的瞬时流量不断变化，且存在困油现象，以致系统噪声很大；主阀则为手动控制换向滑阀，要用连杆机构实现阀芯的换向，费力且微动功能不易实现；液压系统在长时间的微动操作时，由于老机型主阀采用旁通节流的方式，系统用于负载的功率很小，大部分功率则通过旁通节流损失掉了，能量浪费现象非常严重。

山推新型推土机液压元件采用变量泵+电液比例控制主阀，以节能、降耗为主。新机型液压泵能根据负载大小自动匹配压力和流量，节约发动机的功率。变量柱塞泵的应用则使系统噪音更低，而效率更高。此外进口的液压密封件提高了其它液压件的可靠性，减少了液压泄漏以免对环境产生污染。

4、旧款驾驶室采用框架结构，拼焊结构工期长，工序多，易引起变形误差，不美观。改进后，采用异型钢结构，提高生产加工效率，降低成本，精度更高，更美观。在驾驶室门与框架接触处增加密封橡胶，由原先的单层密封结构变为双层密封结构。提高了空调工作效率从而降低噪音。内饰选择环保材料，符合国家燃烧特性标准，提高了驾驶舒适性。同时加强防翻滚结构，从而大大提高了驾驶员的安全性。

绿色制造，低碳经济已成为国际社会的共识。山推根据国家排放法规要求，制造

完全符合国 II 排放标准的推土机。为降低排放，开拓国际市场，又设计出符合欧美排放规定的EPATier3产品。

第六章 尊重员工

一、权益保护

公司为实现“十二五”战略目标，紧紧围绕“以人为本、吸纳人才、发展人才”的企业文化理念，建立支撑企业发展的核心人才队伍，为员工提供广阔的个人发展空间、优良的个人成长环境，培养具备“T”型能力和“H”型素质德才兼备的人才，创建一流的战略导向性的人力资源管理体系，赢得员工的承诺与投入，实现员工与企业共同成长发展。从人才供需、人力资源配置两方面，满足公司发展战略的要求。

（一）平等雇佣 公司用工，基于员工自愿、双向选择、协商一致的原则，严格按照《劳动法》、《劳动合同法》等法律法规签订劳动合同，明确员工所在岗位的责任、权力、义务及待遇等，对所有员工形成较强的激励和约束。并通过续签、继续履行、变更、解除或终止劳动合同的方式，规范全体员工劳动关系，依法用工并依法管理，从而规范企业的行为，创建和谐的劳动关系。

1、劳动用工分为两种形式，一是全日制用工，即山推正式员工（与山推股份公司签订劳动合同），二是通过人事派遣机构派遣的劳务派遣人员（与人事派遣机构签订劳动合同）。完善各种手续办理流程，注重规范化操作。在招聘和入职管理中，努力做好录用方案的设计和员工入职前的资格审查；在离职管理尤其是与员工终止和解除劳动合同时，严格按照法律规定的程序办理。

2、为维护职工的切身利益和合法权益，规范公司和职工的行为，发挥员工工作积极性、主动性和创造性，促进企业和谐、稳定、健康发展，将公司生产经营目标及工作要求、权利和义务、劳动报酬、工作时间、休息休假、劳动安全卫生、女职工特殊权益保护、保险福利等事项平等协商签订集体合同。

3、提供均等发展机会，在雇佣关系中严格遵守国家相关法律法规及行业行为准则，严禁在任何岗位上雇佣童工，严格避免强制劳动和雇佣歧视现象的发生。

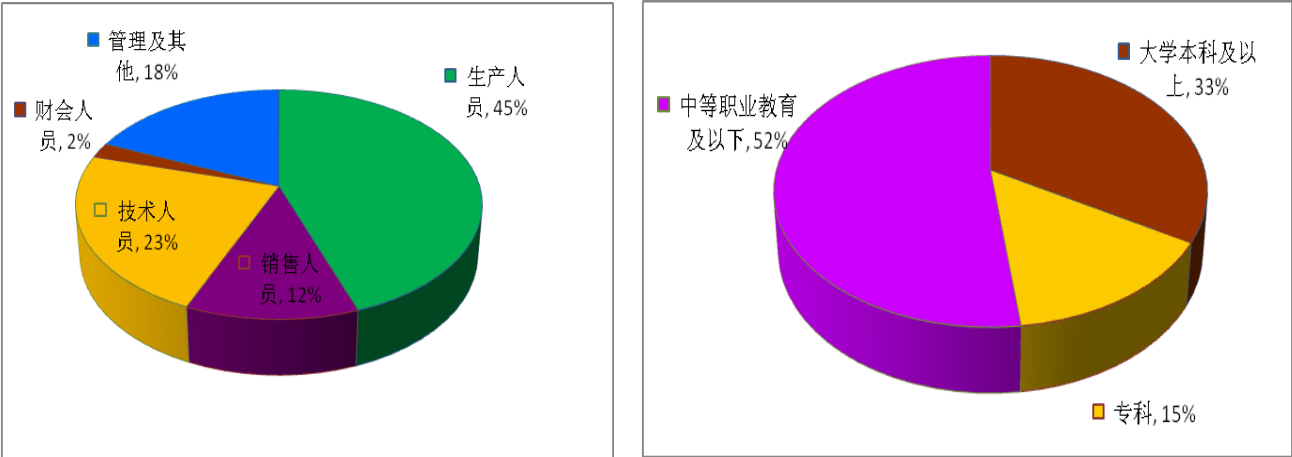
4、关注员工健康与安全。通过加强保安和劳动保护措施，创造安全的工作环境；同时注重对员工的安全教育与培训，如消防培训与演练等。因工作需要，公司每年有大部分员工会多次往返国内外，为了强化出国员工的安全意识，多次组织境外安全培

训。同时，公司也会为每一位出国工作的员工购买境外紧急救援及意外医疗保险，为员工在国外遇到受伤、生病或财产丢失等情况提供保障，解决员工后顾之忧。

5、女职工孕期、产期、哺乳期和生育等待遇，均按国家有关政策、法律、法规及公司《管理标准》执行。在孕期、产期、哺乳期内未有终止和解除劳动合同女职工。

（二）员工统计情况

截止报告期末，公司正式员工的人数为 3944 人，简要分类如下：



（三）员工薪酬福利 公司每年度根据发展战略及事业计划，适度调整薪酬考核指标及权重；优化年度薪酬分配方案，加强各条分配线的薪酬与业绩考核、劳动成果挂钩，加大二次分配单位薪酬分配过程的审核和控制。

2011 年，根据山东省人民政府鲁政字【2010】89 号文《关于 2010 年企业工资指导线的通知》精神，结合公司生产经营及经济效益状况，对符合公司要求、能保质保量完成全年工作任务的员工，给与晋升两级技能等级，并提高了技能工资起点标准及年功计算标准，人均增资 287 元/月；2011 年，公司根据员工考核业绩，及时足额发放工资达 21560 万元，极大调动了员工的工作积极性与主动性，为公司跨越式发展夯实了基础。公司对国家规定的法定节假日、休息日、婚丧假、探亲假、带薪休假均按相关规定执行。在国家规定的法定节假日加班的员工，公司按相关规定及时足额支付加班费 417 余万元。

公司奉行“以人为本”的企业文化，实行“对内具有公平性，对外具有竞争性”的薪酬；为固化员工“以厂为家”主人翁的理念，公司依据国家政策，结合公司实际情况，为员工设计了多项福利条目，充分体现了公司对员工的人文关怀。

（四）员工健康 在基础设施设施的运行过程中，公司定期开展安全检查和数据分析工作，识别出需要改进的重点场所、环节、工序和更新的设备设施，制定了“年度安全、环保、节能措施计划”及方案，纳入公司年度投资计划，加大了资金投资力度，全力改善作业环境。及时处理基础设施设施和有毒有害作业工序、场所引起的环境和职业健康安全隐患。如：焊接工厂安装通风、净化设备，可以有效消除焊接烟尘，改善了工作条件和环境，保护了员工的安全、健康。通过实施各项规范、整改工作，不断提高设备设施的本质安全性。

（五）沟通交流 公司致力于建设规范、和谐的企业与员工的关系，严格执行国家和地方劳动法规，维护广大员工的正当合法权益。坚持一年一次召开职工代表大会，坚持职工代表团长联席会、生活监督委员会沟通交流会、季度职工代表座谈会以及厂务公开等各种形式实施民主管理和民主监督制度，通过走基层与职工代表面对面交流，进行职工满意度调查，开展职工合理化建议、“金点子”评比等系列活动实现职工参与公司的民主管理。

公司重视发挥职工聪明才智，鼓励职工改善创新，坚持多年开展合理化建议活动，2011 年共征集合理化建议 242 条，采纳率 85%，并优选出 10 条效益突出，成果显著的合理化建议命名为公司“金点子”项目。

二、成长发展

（一）员工培训 公司始终秉承“培训——促员工增值，助企业腾飞”的理念，将培训作为员工提升价值的强大保障和公司快速发展的有力支撑，为公司员工创造、提供一切学习机会，致力于员工与企业共同成长。

1、培训管理制度的建立

公司参照 ISO10015 培训管理体系标准，建立了山推培训管理体系，建立健全了包括《山推股份培训流程管理标准》、《培训管理规定》、《培训课程开发设计规定》、《内部培训师管理标准》、《培训协议管理标准》、《技能类培训管理标准》、《培训设备管理标准》等在内的多种培训规章、制度，确保培训需求分析、培训计划制定、培训计划实施、培训绩效考核四个环节顺利衔接、有效实施，为公司的发展战略目标提供人才支撑。

2、培训组织架构

公司培训组织架构是由公司人力资源部作为一级组织单位，二级培训组织单位则

是事业部级的人力资源科。

3、培训课程体系

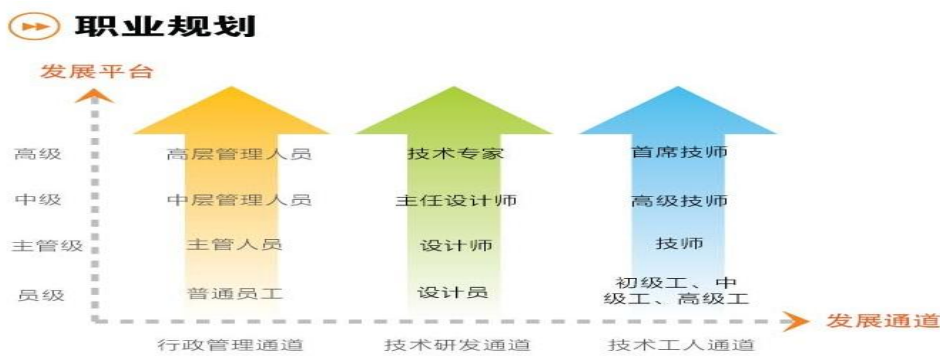
公司培训课程体系的构建，即横向 4 个类别和纵向 2 个层级。横向类别分别为管理、营销、技能、研发，纵向则包括公司级与事业部级两个层级。因为每个层级的培训需求是不相同的，这样的模式避免了重复培训，有助于针对性的培训。

4、培训的师资

公司的培训除了少数依靠外部培训资源以外，人力资源部还在公司内部组建内部培训师队伍来组织更有实效性，更具针对性的培训。制定出了《内部培训师的管理标准》，此标准从内部培训师的初选—培训—复选—培训—面试—聘任的流程进行了描述，以及成为一名内部培训师以后的考核标准、晋升通道、奖惩的措施等，使得内部培训师队伍更加的规范化。

公司内部培训师分为公司级内部培训师和事业部级内部培训师，目前公司级内部培训师 13 名，其中 4 名高级讲师，9 名助理讲师。所有内部培训师主讲课程涵盖了管理、营销、技术、礼仪、国学等工作切实有用的课程，课程推出后受到了全员职工的关注。

（二）成长发展通道 公司注重员工职业生涯发展，建立起科学、完整的员工绩效激励与反馈机制，注重不同岗位员工的职业生涯规划，建立一岗多级的薪酬体系和多样化的职业生涯通道（技术工人体系、技术研发人员体系、行政管理通道）聆听员工心声，提出改进建议，促进员工发展。



（三）人才战略 根据公司人才需求计划，与智联招聘公司合作，面向全国 14 所 211 重点高校进行宣讲招聘，共签约 504 名学生，全部来自 211 重点院校及专业排名靠前的目标院校，研究生以上学历 214 名。建立起支持山推国际化发展的人才引进体系。

成立专门招聘面试团队，负责高端人才引进工作。借助重工集团平台，通过美国招聘网站等多渠道，共引进海外高端人才 23 人、博士后进站 4 人、博士 3 人充实到研发和管理团队。

三、关爱员工

公司倡导营造“平等、尊重、和谐”的人文环境。为全体职工提供免费午餐，公司领导和基层职工不分等级，统一就餐标准和就餐地点。关注职工身心健康，组织职工每天做早操，每天定时播放工间音乐，缓解生产工人的紧张疲劳状态。

1、做好夏季防暑降温及冬季取暖工作。2011 年共发放防暑降温费用 274 万余元，并对各单位的执行情况进行专项检查，检查结果纳入经济责任制严格考核，为职工安全生产提供了保障；结合公司支付能力，发放冬季取暖费 503.3 万元，有利的激励员工的工作积极性。

2、开展“关爱女工 关注健康”体检活动。自 5 月中旬起，历时一个半月，为公司 1100 余名在职女职工进行了健康体检，保障了女职工的身心健康。为做好女职工妇科大病互助保障工作，上半年共为 7 名女职工发放妇科大病互助保障金 7000 元，使患病女职工感受到工会组织的温暖，体现出“无病我帮人，有病人帮我”的爱心互助理念。

3、开展丰富多彩的文体活动。2011 年公司工会、团委、企业文化部组织了羽毛球、乒乓球、游泳、摄影、征文演讲、入职员工文化广场等系列丰富多彩的文体活动。并组队参加了济宁市总工会主办的工会基本知识竞赛，提高了职工依法维权、主动维权的理论水平，荣获省行业工会企业文化评选一等奖，市健身排舞比赛三等奖。这些寓教于乐、文明健康的活动既弘扬了主旋律，增强了企业活力，又提高了广大职工的身体素质，增强了职工凝聚力。



第七章 奉献和谐社会

一、国防建设

山推依托企业优势，组建了120人的山推民兵装甲装备修理队，人员主要以退伍军人为基础、以技术工人为主体的、以科技人员为骨干，主要担负战时机械装备的维修保养任务。为国防和军队建设量身定做了适用于部队建设、战时需要的各种机型的推土机，并多次为国际维和部队输送高质量的推土机产品。公司在保证这些产品质量的同时，更是加大了售后服务的力度，为部队培养大批的使用维护人才，有力地支援了国防建设。

二、合作共赢

公司长期与银行保持良好的合作关系，严格按照与债权人签订的合同及时足额还本付息，及时通报与其相关的重大信息，配合债权人了解公司有关财务、经营和管理等情况，保障债权人的合法权益，在各家银行都具有良好的信用记录。公司连续多年荣获中国工商银行的“AA+”，中国农业银行、中国建设银行等多家银行的“AAA”信用等级评级。

三、纳税就业

（一）依法纳税 公司严格遵守税收法律法规，积极宣传和组建财务人员学习与公司业务密切相关的税法政策，并严格依照税法规定，缴纳税款。公司最近三年纳税总额分别为：2009年28,589万元、2010年51,473万元、2011年55,756万元。

（二）带动当地就业 2011年，公司为技校学生提供长期实习机会，每月在公司技校长期实习人员最高达到1200余人；通过东方圣地公司择优录用了642名派遣员工；12月份接收、安置了35名复退军人。在解决自身发展的同时也为社会解决了就业岗位。

四、社会公益

公司积极参与慈善公益活动，把献爱心活动作为加强精神文明建设的重要实践，建立了困难职工帮扶和送温暖活动办法等内部制度，积极参与重大救灾救济活动，先后荣获“省级精神文明先进单位”、首届孔孟之乡慈善奖“最具爱心慈善捐赠单位”等称号。

（一）抗震救灾 在抗击南方冰冻自然灾害、支援四川抗震救灾中，公司累计捐款 340 万元，职工捐款 97 万多元，调拨了 45 台各种机型推土机支援抗震救灾，其中 8 台 SD13 推土机在堰塞湖抢险工程中发挥了巨大作用，得到了水利部、全国总工会、省行业工会和四川省总工会的表彰。

2011 年 6 月底 7 月初组织了“慈心一日捐”活动，共收到山推职工的捐款 29 万余元，再一次展示了山推人“一方有难，八方支援”的高尚品格。



（二）支持教育事业 作为回报社会的一项举措，公司于 2011 年上半年先后在吉林大学、山东大学、华中科技大学、长安大学、太原科技大学等 5 所知名院校设立奖学金、助学金，对贫困新生和品学兼优的学生给予一定的助学金和奖学金。根据奖学金、助学金所涵盖的院系和专业不同，公司为每所学校每年提供 20-40 万元的捐资助学金。为高校建设起到积极促进作用。



第八章 社会责任展望

2011 年，对于工程机械行业而言，是极不平凡的一年，市场形式跌宕起伏，公司积极应对宏观形势波动，努力追求效益，提升业绩，实现稳步、健康发展，再次入围全球建设机械制造商 50 强，行业地位得到巩固和提升。

在迎战市场危机、参与市场竞争的同时，作为上市公司，保障股东、职工、债权人、客户、消费者及其他利益相关者的共同利益，同时兼顾保护环境与生态，发展循环经济，促进可持续发展，支持社会公益事业是我们一直深入践行的责任与义务。

展望2012年，公司站在新的起点上，将持续深入宣贯社会责任，以“品牌服务年”为契机，将进一步加大新产品的研发投入，做好产品深度开发，不断优化产品性能，为客户提供全套工程机械施工方案；将继续严控产品质量，保障服务渠道畅通，延伸售后服务网路，加快后市场建设，实现上下游的链合共赢；将大力推广应用新技术、新工艺、新装备，降低生产能耗，实施更高水平的节能减排工程；将不断强化安全环保意识，提高安全装备水平，全力保障安全生产，争取更加优异的业绩，并认真履行企业公民的社会责任，回馈社会，回报股东，继续赢得市场的肯定和客户的信赖，促进公司与社会的可持续发展。

山推工程机械股份有限公司董事会
二〇一二年四月二十五日