

厦门力鼎光电股份有限公司

2025年度企业社会责任报告



二零二六年一月

报告编写说明

1. 报告简介

《厦门力鼎光电股份有限公司2025年企业社会责任报告》是厦门力鼎光电股份有限公司发布的第一份企业社会责任报告。报告回顾了力鼎2025年所面临的机遇与挑战，披露了相关的社会责任实践和绩效。

2. 时间范围

报告中的2025年均指2025财年。

3. 发布周期

本报告为年度报告。

4. 报告范围

与厦门力鼎光电股份有限公司的业务范围一致。

5. 数据来源

报告使用数据来自力鼎2025年报，以及公司正式文件和统计报告。部门数据由于数据统计和口径的原因，有不完善的地方。我们将在日后不断完善数据指标统计系统，以保证将来提供更加全面的信息。

6. 指代说明

为便于表述，报告中“公司”、“我们”、“力鼎”均指代“厦门力鼎光电股份有限公司”。

目录

公司概况	3
一、责任聚焦	5
二、战略与管理	10
三、守法合规	23
四、回报股东	25
五、服务客户	26
六、造福员工	26
七、合作伙伴	28
八、存在问题及改进	29

公司概况

厦门力鼎光电股份有限公司（以下简称“力鼎光电”）成立于 2002 年 9 月 27 日，是一家 A 股上市的主板公司，股票代码为 605118，公司统一社会信用代码：91350200612047694J，住所：厦门市海沧区新阳工业区新美路 26 号 1 号厂房，法定代表人：吴富宝，注册资本：4.07 亿元。公司经营范围：光学仪器制造；光电子产品制造；汽车零部件及配件制造；经营本企业自产产品的出口业务和本企业所需的机械设备、零配件、原辅材料的进口业务（不另附进出口商品目录），但国家限定公司经营或禁止进出口的商品及技术除外。

组织的主要产品和服务：公司光学镜头产品根据使用时能否调整焦距，可以分为定焦镜头和变焦镜头两大类。根据组立成光学镜头的镜片特性，光学镜头主要分为玻璃镜头、塑料镜头以及玻塑混合镜头三大类。公司的产品主要以玻璃镜头为主，主要应用领域集中在中高端安防视频监控和新兴消费类电子、车载镜头及机器视觉等领域，终端品牌客户以下游细分领域中国际知名一线厂商为主。在性能方面，一方面，公司拥有优秀的光学镜头设计能力、可靠的制程能力和工艺水平，在普通定焦镜头、变焦镜头、鱼眼系列镜头等主打光学镜头的产品性能、品质稳定性方面接近或优于日本一线厂商同类产品，并更具性价比。另一方面，在各细分产品类别下，公司拥有一系列具有独特性能优势的光学镜头产品，在部分核心指标上能够达到国际领先水平。

产品与服务的交付：光学镜头的下游应用领域技术革新较快，加快自身产品上市的速度成为下游厂商应对日趋激烈市场竞争的重要手段，能否与终端客户的开发同步进行镜头研发设计，并在样品试制、产品量产等一系列过程中对客户有关技术咨询、参数调整、生产交期等进行快速响应，成为光学镜头厂商获取客户订单的关键因素之一。经过多年的经营积累，公司形成了一套快速响应客户需求的机制：公司拥有一支技术型、顾问式销售团队，通过内部技术培训、跨部门轮岗以及多年销售实战历练，公司销售骨干对产品技术参数、性能指标、产品开发周期等方面具有较为完备的知识储备，在获取业务过程和后续业务沟通中能够主动、快速、准确地理解客户需求，为公司及时响应客户需求提供了基础；其次，公司销售、研发、生产等部门已构建起有效的内部协调沟通机制，客户需求能够在公司内部快速和有效

传递，加快客户反馈的解决速度；此外，经过多年生产经验积累，针对不同行业客户订单特点，公司能够灵活、系统地调配生产能力，从而能快速响应下游客户的订单需求。

研发情况与主要设备：公司研发设备原值超 5000 万元，所示。现拥有授权发明专利 117 件。专职研发人员共计 129 人，研发团队核心成员包括享受国务院特殊津贴专家、教授级高级工程师林春生，厦门高层次人才、教授级高级工程师、工学博士徐代升，长沙千人计划 3635 重点引进人才勾志勇。公司注重自主创新和研发，从产品门类和技术上的先进性上引导潮流，而且引进了国内外最先进的生产设备，生产适合各种客户需要的产品。

一、责任聚焦

力鼎光电作为上市企业，是厦门市海沧区的纳税大户，一直坚持承担应有的社会责任，并以良好的行为保持对社会的积极影响，充当一个正面的角色，对地方和国家的经济发展做出贡献。

公司在履行公共责任、公民义务和恪守道德规范方面主要是从自身生产经营活动出发，分析相关活动对社会产生的影响，结合社会实际情况和要求，主动承担相应责任和义务。

1.1 社会责任观

随着全球化经济的不断发展，可持续发展的理念已经成为许多国际型企业发展战略的核心。支持社会公益事业，倡导社会环境的可持续发展，做负社会责任的企业公民，已成为企业公共关系的重要主题。在企业发展的过程中，我们逐渐认识到，公共关系策略不再是简单地运用产品进行促销，基于传统营销传播观念的公共关系已经远远不能适应时代潮流以及公众对环保的需要，取而代之的应该是企业对社会责任的承诺与行动，它们不但应该融入企业的发展战略，而且应成为公共关系传播的出发点和着眼点。于是我们始终把“做负责任的企业”视为企业经营的长远战略，视为企业发展战略的精髓，视为企业文化的核心基石。

企业社会责任不是口号，我们创立之初就确定我们是一个价值观公司，没有历史，社会责任是无根的；没有对未来的承诺，社会责任是短命的。多年来，公司坚持以“打造名族品牌，成就光荣梦想”作为企业使命，以“成为受人尊敬的世界一流光学解决方案供应商”作为公司愿景，以“敬畏客户，持续创新；团队精神，诚信感恩；精益求精，永不言弃”为公司核心价值观，在履行企业社会责任中做了大量工作。

1.1.1 社会责任方针

以人为本、遵纪守法、健康安全、持续改善

1.1.2 公司政策

社会责任是本公司及全体管理层认识到遵守国际劳工标准和维护员工权益是一个负责任的公司所具备的基本条件，也是消费者、客户、公众和政府等利益相关方的期望。

本公司承诺遵守国家劳动法律法规、遵守国际公认的劳工标准、以及其它适用的行业标准和国际公约，持续改善工作条件和员工福利。社会责任管理是本公

司日常运作的一个有机组成部分，履行社会责任是公司提供良好产品满足客户需要的一个必要条件。公司安排人力行政部负责社会责任管理，建立、实施和维持良好的社会责任管理体系，并将这一要求延伸到供应商和分包商。

1.1.3公司声明：

- 1) 支持客户社会与环境责任要求；
- 2) 遵守法令，保护环境，确保产品中使用物质达到客户禁用物质要求；
- 3) 禁止使用童工，不接受任何使用童工的供应商或分包商；
- 4) 禁止使用任何形式的强迫劳动、抵债劳动或非自愿劳动，根据《劳动法》和工人签署劳动合同；不得以任何形式限制工人合法的辞工自由；不得扣押员工的原始证件和收取押金；
- 5) 未成年员工定期向当地劳动部门进行报备，并定期组织未成年员工进行体检，直至该员工年满18周岁为止；
- 6) 提供平等和公平的工作环境，禁止任何形式的歧视行为；
- 7) 尊重员工的基本人权，禁止任何形式的侮辱人格的行为；
- 8) 提供合理的沟通渠道，以利于员工与管理层之间公开直接的沟通；
- 9) 工作时间：依照劳动法规要求，合理安排生产计划，合理安排工人的工作时间及休息休假；
- 10) 每月工资不低于当地政府规定的最低工资标准，依照法律法规要求为员工办理养老、工伤、医疗、生育、失业保险；
- 11) 廉洁经营，禁止任何及所有形式的贪污、敲诈勒索等非法行为；
- 12) 尊重知识产权，技术和生产经验要妥善保护；
- 13) 推崇公平、透明和自由的竞争机制，并保护客户信息；
- 14) 建立完善的保密机制，以保护检举者身份的机密性；
- 15) 积极参与社区活动，尊重集会与结社自由，以推动社会和经济的发展；
- 16) 依照国家法律法规标准为员工提供安全、清洁和健康的工作环境，为员工提供适当的劳动保护和健康保护；
- 17) 建立社会责任管理体系，并向公司内外相关方公开政策及体系建立情况，并向供应商推行企业社会责任。。

1.1.4持续改进体系

- 1) 本公司执行国家的法律法规及各项社会责任行为守则，在同一行为多项

法律法规要求不一样时，选高从严的标准。

2) 公司建立健全一系列关于员工权益、工资福利待遇、健康安全、工作条件、环境保护等制度与实务，完善社会责任管理体系。

3) 公司的车间、仓库、写字楼等建筑物都按国家规定的标准建成，通风、采光良好，空间要求符合标准。消除或降低有害因素，使生产作业环境达到健康、环保、无害、舒适标准要求。

4) 生产区与生活区消防系统与厂房主体工程同时设计、建造、同时投入使用。通过政府部门的消防验收合格，能保证火灾的预警和发生火灾迅速疏散。为确保员工的生命安全，指定行政部对消防设施进行日常维护(委托有资质的机构进行保养)，定期对全厂进行安全检查与督导，防患未然。

5) 对车间现有的洗手间，饮水设施、通风降温设施和节能环保电力、照明等设施进行相关监测、维护和不断改进，做到以人为本，为员工提供安全舒适的生产、生活条件。

6) 对生产车间的空气、粉尘、噪声、温(湿)度等有害物，建立必要的管理程序，挂牌告知员工，定期检测监控，保留文件化的记录，并要在符合国家相关标准的基础上，再不断改善，采取各种方法降低与消除各种有害因素，为员工创造健康安全的工作与生活条件。

7) 生产设备安装安全装置，指定专业人员维护，有效防止安全事故的发生；对新设备、新工艺、新材料要先进行安全识别与评估，事先采取了安全预防措施才投入使用。

8) 员工的素质与能力是制约公司发展的重要因素。对新员工和对调职员工进行入职培训或车间岗前培训，合格后才能上岗，对老员工必须进行重复的操作技能、安全卫生、员工权益与义务等等的培训与再培训，不仅要让员工能熟练地掌握安全操作规程，还能有效地保护自己，维护自己的正当权益。

1.2 利益相关方

企业所有的利益相关者的利益都是通过企业共同愿景的实现来达成的。没有共同的愿景，缺乏共同的信念，就没有利益相关的前提。所以，认同共同的企业愿景和价值观，是建设和完善企业与利益方关系管理体系的前提和基础。

利益相关方	责任与举措
股东与投资者	准确及时披露经营状况和重大事项信息，提供合理投资回报 遵循责任经营和责任投资的基本原则
客户	提供优质的产品和服务；产品具有安全性和便利性；持续提升客户满意度；及时合规的信息沟通
员工	维护员工合法权益；创造良好的工作环境；给予合理的待遇 提供教育和培训，为员工创造发展空间
合作伙伴	实行公平采购；协助履行社会责任；建立相互尊重的合作关系；坚持诚实守信，维护企业的信誉
政府	依法纳税，提供就业机会，带动地方经济发展
自然环境	推行绿色生产，实践环保经营，倡导节能减排，开展水资源保护，改善自然生态系统
社区居民	参与社会公益活动，为社会可持续、和谐发展做贡献

1.3 责任体系

对利益相关者的法律责任，这一责任主要包括企业根据《中华人民共和国公司法》、《中华人民共和国合同法》等法律法规，对出资人、债权人、供应商、合作商、客户、社区及其它社会团体等所有利益相关者必须遵守各类合同，按照法律规定进行利益分配，为社会提供最基本的产品和服务质量保证，不损害企业所在社区的合法权益，不影响其它社会团体的利益等内容。

对环境的法律责任，这一责任主要包括企业根据《中华人民共和国环境保护法》等法律法规，在生产经营活动中必须履行资源和能耗的节约标准，必须达到国家强制规定的污染排放标准，对不能达标的项目必须加强技术改造和污染治理，努力达到国家规定的各项环保标准等内容。

对员工的法律责任，这一责任主要包括企业根据《中华人民共和国合同法》等法律法规，必须为员工生产提供安全保障，必须按照国家政策保证员工的各项福利待遇，必须为员工办理各种国家所规定的生育、失业、养老、疾病等基本社会保险等内容。

对社会的法律责任，这一责任主要包括企业根据《中华人民共和国企业所得税法》、《中华人民共和国增值税暂行条例》等法律法规，必须完成所得税、增值税等各种利税上缴等责任。

1.3.1 公共责任

公司依法执行国家的各种法律法规，依据公司产品的特性、产品的生命周期对环境的影响，突出强调对环境的保护，注重企业所承担的公共责任。

从产品、服务和营运对环境保护、能源消耗、资源综合利用、安全生产、产品安全、公共卫生等社会影响所采取的措施；为满足法律法规要求而采取的关键过程、测量方法和目标；对相关风险采取的关键过程、测量方法和目标。

公司的环境职业健康安全方针：预防事故，消除隐患；防止污染，控制废物；遵守法律，持续改进。公司各项环安指标均优于国家和地方政府的监管要求，各类产品生产与制造过程的监管和认证结果的目标由公司领导层确定和审批。

首先推行ISO14000环境管理标准，对企业环境实行系统的管理，识别产品过程的重大环境因素，并予以监控，严格控制“三废”。其次，在职业健康安全方面，推行ISO45001职业健康安全管理体系，识别生产过程中的重大职业健康因素，并予以监控与测量，确保管理体系的系统性和有效。

公司在实施ISO14000环境管理体系、ISO45001职业健康安全管理体系过程中分别针对法律法规要求、对产品、服务和营运的相关风险的关键过程、测量方法和目标指标做出规定，并细化到具体的部门和事业部。总体而言，实施三级管理：公司层面针对关键的过程有具体的监测测量管理办法、环境方案和职业健康方案和目标指标；而具体的部门、事业部有自己细化的管理规定或操作手册以及相应管理方案；中间执行层面有主管部门予以监控，主要是针对部门、事业部的执行检查和必须由主管部门才能解决或监测的过程或问题。

1.3.2 道德行为

公司领导层十分注重法律法规的宣传教育工作，恪守经营道德，倡导“先

做人，后做事”。基本道德规范具体细化详见于《公司员工手册》中。在新员工入职培训中对道德规范做突出要求，确保道德规范传递到公司的每个员工。

公司突出领导干部在道德规范方面的模范带头作用，要求所有领导干部在工作和生活中遵守道德的规范，并鼓励广大员工通过公司总裁信箱对领导干部的言行予以监督。

公司通过事务公开透明来形成良好的道德规范氛围；同时，让广大供应商、外协厂、销售商清楚公司在规范方面的立场和要求，通过外部压力来促使内部员工干部遵守道德规范的要求。

1.3.3 公益支持

公司高层高度重视公益活动，并且结合公司的发展战略，在公司战略规划上，做出专门规划和转向资金进行系统的公益活动。公司领导以身作则积极参与社会的公益活动。在公司领导的推动下公司参与抗洪赈灾；参与“疫情期间”公益活动；参与植树造林活动；从文化、教育、卫生、体育、慈善、环境等方面给予积极捐助。

二、战略与管理

力鼎光电自2002年成立以来，战略思想十分清晰，始终坚持“专业化”的发展道路。二十多年来，公司通过明确的战略目标，科学的战略规划以及有效的部署，使企业在激烈的市场竞争中保持着快速稳健的发展，2020年，公司成功在上海证券交易市场上市，成为光学镜头行业唯一一家在主板上市的公司，公司领导层坚持长期主义，为了打造名族品牌，让EVETAR成为享誉海内外的光学品牌而坚持不懈。

力鼎光电以“成为受人尊敬的世界一流光学解决方案供应商”为愿景，以“打造镜头的民族品牌，成就光荣梦想”为使命，专注于光学镜头的设计、生产和销售业务，凭借国际化的视野、敏锐的市场意识、专业的设计技术、高效稳定的生产能力，设计和生产定焦、变焦、鱼眼、无畸变等系列光学镜头产品，广泛应用于安防视频监控、车载成像系统、新兴消费类电子、机器视觉等领域，在国际光学镜头市场上“EVETAR”品牌已成为高质量、高性价比代名词。

2.1 战略制定

公司在制定发展战略过程中，科学地贯彻“基于事实”的管理思想，广泛收集各方面的信息，并系统运用PEST分析，五力模型分析，价值链分析，产品生命周期，以及SWOT分析等方法。公司战略管理委员会会进行中长期战略目标的修正和确定，并确定策略组合，以充分发挥优势，弥补短板，把握机会，迎接挑战。广泛收集的信息包括如下几方面：

①上下游行业波动的影响因素

光学镜头是光学成像系统的核心组件，广泛应用于智能手机、安防视频监控、机器视觉、车载成像系统，以及智能家居、视讯会议、运动DV、VR/AR设备、无人机、动作捕捉、3DSensing、计算机视觉等新兴消费类电子行业。公司产品主要应用于安防视频监控、新兴消费类电子等行业。近年来，安防视频监控、新兴消费类电子等下游行业处于快速增长期，推动了光学镜头市场繁荣，但不排除未来受国内外宏观经济、产业政策等影响，下游行业景气程度波动，进而导致公司经营业绩波动。公司主要从事光学镜头的设计、生产和销售，主要产品为光学镜头。

②出口业务的影响因素

出口业务是公司重要的收入、利润来源。2022年-2025年，公司主营业务中境外销售收入平均约为80%。因此，主要销售国贸易政策变化、汇率变动等因素对公司经营业绩有较大影响。

③市场竞争的影响因素

现代光学镜头产业于19世纪60年代发端于德国，随着现代科学技术的迅速发展及国际产业转移和分工，光学镜头市场已发展成为一个全球化、多极化市场，市场竞争较为激烈。以安防视频监控领域光学镜头市场为例，凭借先发优势日本的腾龙、富士能等企业长期占据国际高端市场；近年来舜宇光学、力鼎光电、福光股份等中国企业开始涉足国际市场，凭借性价比优势在国际市场与日本的腾龙、富士能、CBC以及中国的舜宇光学、福光股份等企业，以高性价比著称。若公司不能持续提供高性价比产品，或者竞争对手通过研发新技术或新产品、降价促销等方式抢占市场份额，公司可能面临市场竞争加剧从而导致产品价格下跌、毛利率下降或重要客户丢失等风险，对公司业绩造成不利影响。总体而言，光学镜头行业市场化程度较高，但在不同应用领域市场竞争格局呈

现不同特点。

安防视频监控市场：市场集中度较高，且国内厂商占主导；但国际高端市场仍被日本腾龙、富士能等厂商占据，舜宇光学、联合光电、福光股份及本公司等部分国内厂商开始在国外市场与之竞争。

车载镜头：市场集中度较高，市场仍以日系、美系光学厂商为主，国内仅舜宇光学处于领先地位；联创电子、力鼎光电等厂商积极布局车载镜头市场，有望提升国内厂商整体市场地位。

新兴消费类电子：市场细分较多，且多数仍处于前期培育阶段，光学镜头厂商市场集中度较低，无明显优势厂商。

机器视觉：市场主要被德系、日系光学厂商占据，国内厂商仍处于经验积累和技术沉淀阶段。

公司高层从优势（S）、劣势（W）、机会（O）、威胁（T）四个维度来进行分析，分别从财务的角度、客户的角度、内部运营的角度、学习与成长的角度来设置指标，监控战略的执行，并均衡的考虑各相关方的需求，制定以下发展战略：

在光学镜头行业方面，未来公司将立足于光学镜头行业巨大的发展空间，紧抓国家大力鼓励高科技产业发展的良好政策背景及光学镜头应用领域不断增加的契机，继续加大研发投入和人才培养力度，持续推进技术创新能力建设；加大先进技术装备投入，扩大生产规模，提高光学镜头加工生产自动化、智能化水平；顺应下游市场发展趋势，巩固安防镜头市场竞争地位的同时，深入开拓车载成像系统、机器视觉、智能家居、VR/AR、无人机、运动DV、视讯会议、动作捕捉、3DSensing、计算机视觉等下游应用市场，实现公司经营规模的快速扩张，成为全球领先的专业光学成像解决方案和高品质光学镜头产品供应商，打造光学镜头民族品牌。

在光学领域全产业链方面，公司以“成为受人尊敬的世界一流光学解决方案供应商”为发展愿景，以“打造民族品牌，成就光荣梦想”为企业使命，秉承“敬畏客户、持续创新、团队精神、诚信感恩、精益求精、永不言弃”的核心价值观，专注在全球光学领域精耕细作，不断强化现有的光学元器件及光学镜头业务，并延伸开拓下游光学模组市场，做精、做多、做大光学产业，为客户、股东及企业创造更大的价值。

具体实施规划为：

未来，公司持续聚焦光学产业主业，拓展产品市场和品类布局，拓宽在光机电算一体化技术研发方向，逐步成为具备高端光电软硬件技术融合能力和垂直整合能力的综合性光学解决方案供应商，巩固和提升公司在全球光学市场的地位。：

一是，在扎根已久的光学镜头行业继续推动技术和工艺创新，在已全面实现冷加工镜片、塑料镜片、模造玻璃镜片及红外镜片等核心光学部件自主生产的基础上，继续发展上游局部关键部件开发自制能力，以愈发高效的研发速率和优异性能，紧跟客户产品升级换代步伐，满足细分领域客户多样化高端定制需求，夯实公司传统镜头业务市场竞争力。

二是，拓展产品品类和应用领域，以公司在无人机镜头积累的技术经验为切入口，继续与合作伙伴共同推动低空经济领域产品的创新和投入，以公司在夜视光学硬件上的良好基础深度融合计算光学新思维，进一步深入民用微光夜视赛道，推进红外热成像、医疗健康相关产品研发和市场发展，构建为客户供应其所需光学软硬件的直接或间接渠道，增加公司业绩贡献来源。

三是，加大关键制造环节高端智能设备投入，尤其是加快首次公开发行“光学镜头智能制造”项目建设，提升生产自动化水平，优化生产流程，提高生产效率和产品质量，提升企业竞争力。

四是，推动马来西亚生产基地建设，提升为全球客户服务效率，深化与现有客户合作粘性，开拓新的海外客户，推动全球化布局，进一步分散国际贸易风险。

五是，充分借助资本市场平台，对内积极通过股权激励，激发核心团队创新活力和开拓动能，强化股东、公司与员工的凝聚力。对外审慎择机通过产业投资布局，扩大光学镜头境内市场份额，整合光机电算一体化资源配置，做精、做多、做强光学产业，为股东创造更大的价值。。

2.2企业文化

公司希望力鼎优秀的企业文化能培养更多的优秀人才，继而以优秀的人才团队推动企业的快速发展，使力鼎早日成为国际一流的知名企业，早日达到既定目标，实现崇高理想。近年来，公司将“企业文化培训”作为新员工入职学习内容之一，每年由高层领导亲自讲解和引导；公司通过力鼎网站、宣传海报、企业文化手册、丰富多彩的企业文化活动等方式，将核心文化传播至各层次、各部门，营造浓郁的企业文化氛围。

与相关方进行沟通，激励员工以强化组织的方向和重点

图表2.2-1企业文化宣传一览表

对象		宣传渠道	宣传内容	效果	评价机制
内部	员工	通讯平台、年会、培训、优秀文化案例等	文化制度、活动展示、优秀文化案例、优秀员工事迹、高层讲文化与自身创业故事	提高员工企业文化认知度、认同度、满意度	员工满意度调查、标杆员工等
	顾客	展示厅、文化墙、文化案例传播、员工培训等	文化动态、优秀文化案例、文化讲解、成果展示	提高客户公司文化认同度	满意度调查、企业文化认同等
外部	供方	供应商会、官网等	质量文化、效率文化	质量承诺书的签订	提高交付效率和质量、文化落地情况和效果
	股东	微信公众号、股东会等	企业使命、企业愿景、企业文化	投资交流活动、文化之旅	股东认可、投资交流频次
	社会	文化交流、企业文化交流等	社会贡献、企业使命、企业愿景、党建文化	文化之旅、党建文化访问、企业文化访问	提升社会知名度、交流接待数量

1) 加强与员工及其他相关方的沟通

公司通过多种方式向股东、员工、客户、供应商等利益相关方传播企业文化，激励企业全员为实现公司战略目标而努力，也促使相关方充分理解公司经营

营理念。

图表2. 2-2公司与相关方双向沟通方式

对象	沟通方式
员工	公司网站、《员工手册》、企业宣传册、企业文化墙、公司展厅、宣传片、宣传窗等
	电话、QQ、微信、大蚂蚁平台、电子邮件系统等
	新员工入职培训、企业文化培训、素质拓展训练、专业培训、技能培训等
	职工活动、联谊活动、文艺活动、旅游活动、公益活动等
	周例会、生产例会、季度总结大会、年度总结大会等
顾客	展会沟通、企业宣传册、广告宣传、传真、电子邮件、新闻媒体、行业杂志、客户服务热线、现场走访等
股东	股东大会、网站、报刊、各种财务报表、审计报告、新闻媒体宣传、个别沟通
供应商	供应商实地考察、供应商评选、供应商会议、电话沟通、电子邮件等
合作伙伴	公司网站、新闻媒体、行业协会活动、项目开发等
政府公众	工作汇报、项目评审、参观指导、接待相关人员来访、参加公益活动、慈善捐赠等、企业网站、企业刊物、宣传册、宣传片等

2) 激励员工以强化组织发展

为了激励员工的正确行为，公司从文化、制度和活动多方面进行了激励，鼓励员工的行为符合公司发展方向。

文化激励：力鼎人以“快乐工作、和谐团队”为宗旨，坚持“为公司前途发展、为客户创造价值、为员工谋取福利、为人才搭建平台。”努力营造以人为本、和谐共事、快乐工作、激情创业、健康生活的氛围，真正形成团结和谐谋发展、众志成城创大业的合力，实现企业和员工的文明、和谐、科学、有效的发展。正确、扎实、快速、有效应该是力鼎的工作风格，在保证事情做对的前提下，实现行事高品质、高效率、低成本，那最后的高效益就会成为必然。

制度激励：公司制定了员工手册，规范员工行为，并通过制定各种奖励制度，鼓励员工表现公司期待的行为。

物质激励：为鼓励全体员工实现卓越绩效的活动，强化公司未来的发展方向和发展重点，公司设立了优秀员工、优秀团队、创新奖等荣誉，为员工的优秀表现给予精神奖励及物质奖励。在供应商与顾客方面，公司定期评级，根据评级结果相应提供增值性服务，以增进双方友谊，朝着对双方都有利的方向迈进。

c) 营造良好的内部经营环境

1) 创造诚信守法的环境

公司高层领导致力于营造守法重德的环境，坚持战略引领、创新驱动、以人为本、追求卓越、遵纪守法、依法纳税。公司每年组织各部门开展法律法规监督与检查，严格遵守国家的法律法规，建立商业行为准则和员工商业行为规范。公司一直践行廉政文化，逐步完善制度，规范公司及员工行为。此外，公司定期接受国外多家知名品牌客户验厂，不断完善诚信守法体系。

公司通过各种方式对合作方实施影响，例如，公司以合同的形式规范供应商行为，通过对供应商的评审，认定其供应资格。近几年来，公司没有发生一件诉讼或纠纷。

公司坚信诚为做人之源，信为立业之本是企业做大做强的根本，求真务实的思想作风是企业对社会、客户、员工等责任承诺的保障基础。在公司内部企业、部门、员工之间都要讲诚信、守承诺，相互信赖、相互支持；在外部则是做事业要务实，注重长期经营，坚持合作共赢，承担社会责任，关注节能环保问题，成为行业节能环保先行者。

2) 创建有利于改进和创新的环境

力鼎的快速发展离不开管理层的不断创新的思维和实践，正是由于力鼎的发展动力来自于源源不断的创新，使得创新意识已植根于企业文化，并不断促进公司的发展。

公司在多年的经营过程中不断契合客户需求，追求产品应用、环保等方面的创新，追求产品高标准高质量。公司新产品开发以市场需求为坐标，了解市场的需求和用户的心理，以此研发新的产品，开拓新的消费需求领域，以领先行业研发水平的智造能力为产品性能加码。

科技创新：公司建立技术研发中心，为保证研发部各项工作的顺利、有序开展，公司从制度入手，注重抓源头，建机构，建立并不多完善各项管理制

度，使研发部各项工作有章有循、有规可依。

公司建立了完善的财务分析制度，充分收集有关财务、销售、市场、技术、政策、法律等方面的有关信息资料，根据不同情况分别采用比较分析、因素分析、平衡分析等方法。跟踪检查公司资金计划执行情况，有效控制资金使用，使公司实时掌握资金情况并根据各种需求做出调整。

在人员激励上，为鼓励技术人员的创造性，企业制订相应的激励措施，对围绕企业生产能力有关产品，新开发研究成功的全新产品，直接给予资金奖励。同时，将产品的新创意、新技艺等方面列入研发部人员绩效考核的指标内容，极大地调动了研发人员致力新产品开发和研制的工作热情。

管理创新：此外，为推进企业生产经营、技术创新、制度建设、内部管理等，公司规定合理化建议范围及奖励方式等。该管理办法为员工合理化建议提供了良好的实施环境，极大地鼓舞了员工争做创新标杆的士气。

企业内部有利于改进和创新环境的建立，使企业产品质量、服务以及内部管理有了新的提高，品牌效益初步显现，奠定了力鼎光学镜头的领先地位。

3) 营造快速反应的环境

力鼎秉持“反应迅速、计划周密、执行有力”的行事理念高效处理各项事务。高层领导以顾客和市场、员工为中心，推行“快速反应”的管理原则，建立快速反应机制。

对于内部员工，建立覆盖各种紧急情况的应急预案，并开展应急演练，培育员工的危机处理意识和能力，实现对意外情况的快速处理，例如顾客投诉应急处理预案、火灾、停电等紧急处理预案等。

在组织结构方面，建立扁平化的组织结构，通过缩短指令向下传达或信息向上传递的层级，提升组织的响应速度，通过构建信息化办公系统，为实现将财务、销售、仓库、物流等业务实现一体化管理，持续高效运营，识别和开发并及时、准确的获取相关信息和知识资源，通过企业微信号、QC小组、项目攻关等方式，实现信息资源有效传递和应用，科学、高效的资源管理成为公司持续、稳定发展，以及提升核心竞争的有力保障。

在工作方面，通过优化业务流程，引进先进的软硬件和技术人才，提升新品的开发速度。目前，公司新产品开发速度在业内处于领先水平。针对外部事件，及时进行危机处理，召开营销会议等活动进行应急战略、战术调整，高效

对各环境变化做出反应。

4) 营造全员学习的环境

公司领导非常重视员工的培训和学习，积极建设学习型组织，构建了“多层次培训发展体系”，针对高层、中层、基层、专业人员、新员工等开展丰富多样的培训活动。并采用外派与内训、线上线下相结合方式给予员工最全面、便捷的学习途径。为了创造一个更好的环境，公司配备了先进的多媒体教学设施，宽敞舒适的学习环境，完善的培训教学的软件资源。

为保证准确的识别培训需求、制定并实施培训计划，公司每年发放《培训需求调查表》，以此收集各部门员工的培训需求，并以此制定培训计划。依据总体培训规划，公司明确了分级培训体系，分别针对高管人员、中层人员和基层人员确定相应的培训内容及培训方式，使得培训项目的实施更加符合公司整体战略发展规划。

图表2. 2-3培训层级体系表

培训级别	主要培训内容	培训方式
高管人员	侧重于观念、理念方面，此外还有市场经济所要求的系统管理理论和技能，如管理学、组织行为学、市场营销、企业经营战略、企业经营过程控制、领导科学与艺术等。	以外派培训为主。诸如，有计划地安排高层管理者参加MBA学习、高级论坛、赴外地考察等等。
中层人员	管理基本知识与技能：管理学、组织行为学、人力资源开发与管理、市场学、领导科学与艺术等课程。 业务知识与技能：负责的业务领域如技术、销售等领域的知识与技能。 工作改进：工作分配、工作方法的改进、工作流程的改进。	以公司内训为主，外训为辅。
基层人员	针对在岗员工岗位职责、专业技能、操作规程、业务流程等进行反复强化培训，以使员工在充分掌握理论的基础上，能自由地应用、发挥、提高。	参考中层管理人员。

此外，公司还注重员工自我学习氛围的构建，强调员工在工作之余不断自我学习的重要性，以此培育“与时俱进”的学习文化。

d) 履行确保组织所提供产品和服务质量安全的责任

在光学镜头领域，产品品质、技术创新有着同等重要的位置，追求卓越的产品品质和领先的研发技术是一条漫长的道路。力鼎在十多年的坚持不懈中，高层领导始终坚持完善服务体系，努力提高产品品质，以市场规律为依据立足市场，在质和量的矛盾面前，确保产品质量再扩大产量、规模，以品质取胜。

为履行确保组织所提供产品和服务的质量安全的职责，引导组织承担质量安全主体责任，公司从价值链角度对包括设计开发、采购、生产、质量管理、销售等涉及产品和服务质量安全的过程进行了梳理、识别和分析，并根据创新与效率原则对过程进行设计，充分运用绩效系统对过程的实施进行监控，关注过程输入与输出，持续改进，形成有效的PDCA循环。为了保证所设计的流程能够有效的执行，公司针对每一过程分别制定操作说明书，并定期进行考核与监控。

公司内部导入并运行ITAF16949与ISO9001质量管理体系，以质取胜，以创新拓市场。在履行确保组织所提供产品和服务质量安全的责任方面，公司在原料采购上对各原材料实施订单协议收购，强化对采购原材料的检验及质量全过程控制。

在产品自主创新方面，公司内部成立了技术中心，致力于光学镜头的研发创新，获得多项国家专利。公司建有专业检测室，对于产品质量保障有极大的提升。

此外，公司完善的质量控制管理体系有效保证了产品质量的稳定，已制定了多项具体的质量控制措施，涵盖了从产品设计、原材料采购、产品制造、产品检验、性能测试、包装储运到客户服务等全过程等各个环节，对各部门的质量控制工作进行有效的指导和监督；同时，公司以满足客户要求作为标准，由各专门部门负责，认真抓好产品质量的持续改进工作。

e) 推进品牌建设，提高产品质量和服务水平

为推进品牌建设，公司依据发展战略目标，制定了相应的品牌发展规划，通过积极参与行业协会活动、主导行业标准制定、加大技术创新投入、完善渠道建设及售后服务等方式不断提高产品质量和服务水平。

对于海外自主品牌形象建设，公司通过各种展会以及多渠道宣传，取得了一定的效果。根据每月定期的数据分析，对拓展海外市场和品牌建设起到了很好的作用。经过多年运作和市场积累，公司力鼎品牌在国内外取得了一定的口碑。

同时，公司致力成为光学镜头行业持续领军者，将中国自主创新品牌走向全球市场，打造中国自主的国际一流开关制造商。

f) 强化风险意识以推动组织持续经营，积极培养组织未来的领导者

1) 提升风险管理意识，推动组织持续经营

公司创立至今，在取得众多成就的同时，不断强化风险意识，推动组织的持续经营。为此，公司经营管理团队严格把控各部门工作中可能存在的风险点，密切关注外部环境中的潜在风险因素，积极采取风险预防措施，在国家政策、市场需求、产品质量、财务资金、运营管理等方面严格推行风险监测与保持风险敏感性，高层领导不断向公司各级员工灌输风险意识，强调市场竞争的残酷性及环境的复杂性，最小化各种潜在风险对公司的影响。在内部运营风险管理方面，公司对主要内部运营风险评价指标进行识别并采取预防措施，如财务管理每年定期对应收账款进行动态跟踪与管理，防范呆账和坏账风险。

图表2. 2-4力鼎风险管理所采取的行动示例

风险类型	可能的负面影响	导致风险的主要因素	风险控制措施
经营风险	经营决策失误导致公司经营问题	产业政策变化、市场分析与定位不准、战略决策过程不合理等	成立战略管理小组，完善战略管理流程，运用科学的战略分析与制定工具，确保战略落地；建立战略监控管理机制，定期动态调整
财务风险	财务危机，影响收益，导致经营困境	税收、汇率等财务环境变化，投资、筹资措施不科学，资金回收与管理不善，分配政策不规范	建立完善的财务管理体系，健全全面预算管理、建立财务风险管控机制、不断提升资金周转率和使用效率等
品牌	品牌损害	重大质量事故或因舆	持续完善内部品牌管理过程，建立

风险类型	可能的负面影响	导致风险的主要因素	风险控制措施
牌 风 险		情监控管理不当导致	舆情监控系统，维护品牌知名度与美誉度
质 量 风 险	法律追责、产品失信	产品设计考虑不周、生产技术水平不够、生产过程把关不严	推行首席质量官机制、建立产品全生命周期管理体系，从设计-采购-生产-物流-营销-售后服务等全过程管控质量
安 全 风 险	员工人身损害，资产损失，法律追责	全员安全意识不足、日常管理不规范、安全防护措施不到位	建立安全生产责任制，强化员工安全意识，定期开展安全生产培训，提升安全管理水平
环 境 风 险	环境变化影响正常经营	气候恶劣变化、“三废”排放等	持续完善环境管理体系，每年开展关键场所环境影响因素的识别、评价和应对工作，建立方针、目标和管理方案等
市 场 风 险	产品市场认可度降低、市场占有率降低	市场客户意见反馈处理不到位，产品售后服务不及时，产品上市管理不足	关注竞争对手、标杆企业的动态，分析市场竞争成功要素，努力形成自身核心竞争优势，把握市场变化，产品研发创新，并通过品牌营销，提升品牌形象
人 才 风 险	人才流失、后备人才不足、关键岗位人才缺失、人员工作积极性不足	人才选拔、培养、配置、激励机制不健全，人才梯队建设不到位	注重人员内部培训与外部引进；建立储备干部培养制度，并重点培养、考察，逐步培养企业核心人才及未来领导者

2) 加强未来管理者培养，建立组织人才梯队

为确保组织的延续性，根据人力资源发展规划，公司在人力资源管理过程

中设定人才梯队建设这一关键绩效指标，定期开展人才盘点工作，识别组织的关键岗位及后备管理人员，对关键岗位继任者进行甄选、组织管理形式、培养方式、评估、晋升等内容进行梳理。

同时，公司针对不同类型岗位开展针对性的培训，通过专业技能、管理学科等方面的培训提升综合素质，结合公司内部培训以及外部培训、岗位轮换等方式，不断提升各级领导者的综合领导力。

g) 定期评价组织绩效并不断提升改进

1) 建立科学的绩效评价体系以评价组织绩效

高层领导从财务、顾客与市场、内部运营、学习与成长、战略管理等方面定期评估组织的绩效和能力，并适时调整，持续改进，追求卓越绩效，提升组织的应变能力。

高层领导为了实现战略目标和行动计划，推行以目标管理为主的方法。每年的经营任务指标和方针确定后，将公司的年度经营任务目标化解成每季每月目标，向全体员工传达、分解，确保每一位员工都了解当年的目标任务。

公司高层领导进行绩效评审，并对未完成的指标加以明确，并进行跟踪，及时掌握指标完成情况，必要时采取适当措施。

通过年度形势分析会、年度战略研讨会、月度例会、绩效考核等方式，定期对关键绩效指标、战略经营情况、生产经营指标、日常运营情况进行审核、评价，以不断改进组织绩效，采取必要的行动。

通过每月的成本、绩效考核、项目的分阶段例会等活动，对公司取得的阶段性经营结果、成功案例进行分析，及时总结，及时推广。

公司领导在年度战略讨论期间确立下年度公司层面的总体目标，各个部门根据目标进行分解，制定各自的行动计划。本年度的行动计划由董事长签署后实施。每月举办一次业务工作会议，对目标进度进行回顾和比较，由负责人汇报工作情况及下一阶段的工作实施计划。同时，高层领导积极引入先进的管理工具。

图表2. 2-5公司组织绩效评审方式示例

评价模块	评价内容	评价方法	评价周期
长短期绩效目标达成情况	关键绩效指标达成情况	经营分析会议、总结会议等	季度、半年度、年度
	战略实施情况、战略调整	战略研讨会	次/年
竞争绩效	主要指标与标杆和竞争对手对比	对比分析等	次/年
体系管理有效性	各项管理体系运行情况	运营部等部门内部审核	次/年
	生产、消防安全及职业健康工作落实情况	行政人事部、生产部等相关部门进行评审	次/月
社会责任	公益支持、相关方利益的保护等	各相关方信息反馈、公益支持计划完成情况等	年度

2) 确定和落实改进关键业务的优先次序，识别改进与创新机会

高层领导通过战略研讨会、管理评审会、定期的经营分析会等方式评价公司的关键绩效指标，以识别改进和创新的重点。根据绩效评审结果，按照与公司使命、愿景、目标、顾客满意度等相关性大小，确定改进问题，明确改进优先次序并识别创新机会，通过“立项”方式，明确责任部门 and 责任人，对改进计划采取重责考评限期改进等办法推进落实。一方面做好内部策划实施，另一方面及时沟通合作伙伴，以便步调一致，协同创新。

三、守法合规

公司遵守商业道德和法律规定，建立了完备的合规体系。力鼎合规体系包括内部合规制度、内部合规通报体系、内部监督制度和惩戒制度，重点关注环境、职业健康、商业道德、劳工管理、产品质量和供应链领域。

公司员工遵循诚实守信、平等公正、符合法规、不谋私利、利益回避和信息保密等基本准则。对待同事平等尊重；对待客户以提供高品质的产品和服务为己任；对待供应商诚信公正寻求双赢。此外，还要求员工在与政府等部门交易时必须要做到诚实、准确，严禁以公司或个人的名义向任何政府官员、党派等提供或许诺提供资金或财物以试图影响其决定。

在环境管理方面：公司及子公司不属于重点排污单位。公司在生产经营中涉及环境污染的具体环节及主要污染物包括：

①废水，主要是清洗工序产生的清洗废水和员工生活污水；

②废气，主要是涂墨等工序产生的有机废气；

③固体废弃物，主要是生产过程产生的边角料、不合格品、少量危险废弃物及员工生活垃圾；

④噪声，主要是冷却塔、空压机、研磨机等机械设备运行产生的噪声。

针对上述具体环境和主要污染物，公司每年度均聘请外部专业检测机构对厂区内废水、油烟、噪声、废气进行检测，近年检测结果均符合国家和地方排放标准，最近一期（2025 年）经厦门市华测检测技术有限公司检测的厂区内采样点结果如下：

1. 噪声

1）新美路厂区：选取测量的厂区各区域昼间生产噪声测量值在 60.9~61.8dB(A)；

2）海景路厂区：选取测量的厂区各区域昼间生产噪声测量值在 48.7~54.5dB(A)；

上述测量值均符合《工业企业厂界环境噪声排放标准》（GB12348-2008），厂界环境噪声均低于监测技术规范噪声测量修正值 HJ706-2014 标准第 6.1 条规定的厂界外部环境功能区 3 类的排放限值。

2. 工业废气：

采样点未检出二甲苯排放浓度及速率，即不存在二甲苯；未检测出甲苯排放浓度及速率，即不存在甲苯；未检测出苯排放浓度及速率，即不存在苯；非甲烷总烃排放浓度平均 1.70mg/m³、排放速率平均值 0.029kg/h。均符合《厦门市大气污染物排放标准》（DB35/323-2018）；

3. 工业废水：

1）新美路厂区：pH 值 6.7、五日生化需氧量 298mg/L、化学需氧量 392mg/L；悬浮物 43mg/L、氨氮 25.3mg/L。

2）海景路厂区：pH 值 7.5、五日生化需氧量 236mg/L、化学需氧量 390mg/L；悬浮物 34mg/L、氨氮 21mg/L。

上述各物质均符合《污水综合排放标准》（GB8978-1996）。

公司按照《中华人民共和国环境保护法》等有关法律、法规和规范性文件的规定，根据建设项目环境影响报告或登记文件及环保主管部门的批复，购置了相关环保设备并进行相应的环保投入，落实了相关环境保护措施，并就生产

经营过程中的废水或废气排放事项依法向环境保护主管部门申请排污许可。在日常生产经营过程中，公司执行了规范的环保措施，对可能造成环境污染的情形均采取了相应的保护措施。公司及下属子公司不存在因违反环境保护方面的法律、法规和规范性文件而受到行政处罚的情形。

在节能减排方面：公司积极响应国家“碳达峰、碳中和”政策号召，实施以下减碳措施，推动公司健康发展，促进绿色环境的建设：

1. 公司严格执行环境管理相关的法律法规，贯彻清洁能源、节能减排的环保政策，积极开展节能降耗、减少排放、降本增效等工作，将人均能效指标及能源成本纳入生产管理考核指标，加强能耗监测频率，提高原材料、自动化设备、生产场地利用率，不断提升能效利用管理水平，强化提质增效，降能降耗，减少碳排放，切实履行环保责任，不断推进节能减碳工作。

2. 公司严格执行国家和地方环保管理标准，专门为首次公开发行募投项目所在地海沧南区新厂建设了自用环保站，在环保站内购置废水净化或处理设备、环保指标监控设备等废水中和处理环保设备，严控厂区污染源，确保水质合规排放，保证新厂区的废水排放数据达标，持续改善环境质量。

3. 公司积极向员工宣传普及环保知识，大力倡导无纸化、信息化及办公用品循环利用等绿色低碳办公的工作方式，通过实际行动将减碳任务融入日常办公，通过全体人员的努力，为减少碳排放实现、优化能源利用及减缓温室效应等长远目标奉献力量。

四、回报股东

企业只有不断创造股东价值，才能吸引股东资本，实现稳步发展。有效地提升股东价值，能增强公司在资本市场的竞争力，同时也有利于公司的持续经营。企业的决策者应主动协助股东和投资者增加对企业的了解，唤起对企业的兴趣，刺激投资者对企业的长期投资，在股东和投资者心目中树立良好的形象。

4.1 保障股东权益

公司始终坚持及时向债权人通报与其债权权益相关的重大信息，配合债权人了解公司有关财务、经营和管理等情况，进一步加强投资者关系管理工作。针对投资者关系管理中存在的薄弱环节，公司丰富和完善了公司的网站功能，建立网络、电话、邮件等多方位的沟通渠道，通过充分的信息披露加强与投资者的沟通，促进投资者对公司的了解和认同，树立公司良好的市场形象与投资者营造良好的内

外沟通运行环境，保证投资者关系的健康、融洽发展。

五、服务客户

很多客户对企业的评价当中相当多的原因不是由于产品质量服务等实质性问题，而是企业与客户之间的沟通不够。因此，与客户保持沟通、特别是高层的沟通渠道畅通是非常重要的，只有产品质量与服务质量双重保障才能获得客户的最终满意和认可。力鼎以机构改革为契机，从传统的产品制造商向现代化工业服务商转型，建立以市场为中心、以客户需求为重点的服务理念。机构改革后，营销中心各自针对客户开展服务工作，不断优化服务流程，提升服务理念，强化服务质量，急客户之所急，想客户之所想，在初期的工作中得到了客户的充分肯定。

六、造福员工

对于员工，公司始终“专注、极致、匠心、智造”的企业精神，致力于打造一个和谐的工作环境，让员工轻松地工作和生活。

6.1 确保员工权益

在全球经济形势不稳定、变化多变的影响下，在公司身处逆境的时候，如何处理好职工利益和公司的利益关系，稳定队伍，凝聚人心，储备人才，是摆在公司管理层面前一个重要难题。员工是企业最宝贵的财富，企业的发展离不开员工的辛勤劳动，公司始终秉承“为员工创造机会”的价值观，在企业发展的同时，没有忘记对员工的回报，并致力于提高和改善员工的工作环境，职业发展平台以及合适的收入。

当前严峻的经济环境给企业的生存带来了巨大压力，公司现有的人力资源素质和结构与经营规模失调，更与公司转型新模式的要求不匹配。在此情况下，企业不得不进行结构调整，优化人力资源结构，推行减员增效。并采取多种方式竞争上岗。对于年纪大的员工企业不是简单的将其推向社会，而是尽最大的能力提高内退标准，企业内退员工工资标准高于行业 and 地区的标准，能够满足内退人员的基本生活保障。公司在减员增效过程中，未发生任何影响企业稳定、社会稳定的不良事件。

6.2 重视职业健康安全

公司始终坚持“质量为根、诚信为本、依法管理保护环境污染预防安全健康”的方针，以超前预防作为安全工作的核心，以安全生产责任制为重点，以安全评价、考核、责任追究和过程动态控制为手段，以安全教育培训为保障，以安全生产标准化为主体，建立安全生产的长效机制。

公司十分重视、关爱员工的健康，除了按照国家及地方有关社会保险方面的法律、法规参加社会养老保险、基本医疗保险、工伤保险、生育险等社会保险外，为进一步解决职工对医疗、健康的需求，为全体员工购买商业保险的补充医疗保险，为出差员工购买意外伤害保险，让职工更多的享受医疗保障，适度减轻个人住院费用负担、解决特殊工种岗位疾病导致的经济损失、补偿经常出差在外职工疾病、意外伤害和乘坐交通工具所引发的风险带来的损失，尽力完善员工的保障范围，免除员工的后顾之忧。

公司也十分重视职工群众的身心健康，工会牵头积极开展活动，并组织员工技能比拼、运动会等活动。职工可以根据自己的爱好特长和情趣，展示自己的才华，充实精神生活，既活跃了职工的精神生活，也增强了企业的向心力和凝聚力。

6.3 拓展员工职业成长

随着公司产品结构优化调整步伐加快以及尽快提高公司技术创新能力，适应市场对科技人才的需求，现有技术人员资源已不能满足公司发展的需要，为保证公司各技术岗位能够及时有效地补充所需的优秀人才，适时、适度、适量地招收一批不同地区不同学校的优秀大中专应届毕业生，并加以培养，使其尽快胜任工作，解决公司现有的人力资源不足，改善公司人才结构，提高公司人才创新能力。

公司在招聘引进人才的同时，注重人才培养措施，根据公司发展的需要和稳定人才的工作实际，建立技术、管理、技能人才骨干队伍，争取逐步形成结构合理、高效精干的人才队伍群体，以满足公司参与市场竞争和追赶世界先进水平的需要。为此，企业制定了人才培养措施和人才培训计划，确立“人才经营”和“逐级育人”的理念，面向市场和研发，实施人力结构调整，着力建设后备人才库、开发分类课程、优化内部讲师队伍、打造校企合作基地、依托网络系统搭建力鼎网络学习平台，重点实施营销人才、核心管理人才、关键技术人才、重点高技能人才、班组长、三年以内新员工、第二能力开发等几大人才培育专项工程。这些措施计划，有利于增强人才队伍的责任感和使命感，强化企业荣誉感和忠诚教育度，提高人才队伍的工作主动性、创造紧迫性，这不仅是公司发展需要，也是国家建设制造强国的需要。公司不断完善用人机制，大力营造一个良好的施才环境，加大优秀人才的引进力度，以待遇吸引人，以事业留住人，以感情打动人。采取多种渠道发现、培养、造就人才，实施“走出去、引进来”两条腿走路方略，促进人才队伍技术技能素质的迅速提升。

6.4 完善管理体制与软环境建设

公司建立了以人为本的人力资源开发和管理工作系统、激励机制和员工培训与教育体系。公司始终坚持观念创新、制度创新的原则，创造一种公平、公正、公开的氛围，建立一套充分发挥个人潜能的机制，提供一个充分实现自我价值的发展空间。公司人力资源部对各部门岗位进行普查，并进行关键岗位识别，加大对关键岗位的人力资源配置和管理，建设公司后备人才梯队，完善人才引入制度，形成“能吸引、有门槛、留得住、有限制”的合理化人力资源管理。

人才的培养离不开软环境和硬环境的建设，软环境方面，加强技术人员、管理人员、技术工人的团队建设，团队作为一个集体，是一个企业发展和竞争的核心力量，企业与企业之间的竞争，关键是团队与团队之间的竞争，通过领导协调，各团队分工合作，互敬、互爱、互助、互学，逐渐磨合，形成优势互补、取长补短，相互克服、相互激发，最终实现最高的工作效率。

6.5 构建祥和和工作氛围

公司十分注重调动全体员工的积极性，在推出与员工切身利益密切相关的政策、规定时，公司都通过座谈会、协商会、专题调研等形式，广泛听取意见。对职工反映的问题进行认真地调查并通过职工代表大会、工会等方式进行讨论、研究，给予解决和答复，使广大员工感受到自己是企业的主人，企业是自己的家。为使员工了解企业的经营情况、发展战略、改革措施等重大事项，搭建员工与高层管理人员的有效沟通平台和渠道。公司工会制定了员工定期座谈会管理办法，每月设定员工接待日，听取员工对公司发展过程中的意见和建议及员工最关心、最直接的问题和意见，解答员工的疑问。

同时，通过举办多种多样的文艺活动、体育竞赛、素质拓展、培训讨论等活动来增强员工凝聚力和向心力，提高员工身心素质。家庭是企业的细胞，只有职工家庭唱响和谐之音，职工才能全力以赴地投入到工作中，企业才能实现稳定发展。公司深入实施文明家庭创建工程，努力构建和谐稳定家园，为公司的稳定健康发展创造安定向上的良好氛围。

七、合作伙伴

每一个伙伴关系都有其独特的成功因素，这与公司独特的环境相关联。然而在不同产业国家与市场中，每个成功企业的业绩后面，有三个共同的因素存在于每个成功的伙伴关系中：贡献、亲密、远景。这三个因素是促使伙伴关系成功不可或缺的因素。

7.1 共享共赢

公司早年就推行供应商整合调整项目，即培养一批优秀的供应商，合并或放弃一批零散繁杂的小供应商，使得供应商的积极性得到了充分发挥，公司与供应商的关系不再是简单的买卖关系，而是一种共生共荣，共享共赢的战略合作伙伴关系。目前，公司与一些国际大型知名企业都建立了良好的合作关系。

7.2 杜绝商业贿赂

随着公司的发展，供应商采购管理中的地位显得越来越重要。公司对供应商的选择是在ISO9001、IATF16949、ISO14000、ISO45001四大体系文件的原则下进行的。不仅给供应商搭建一个公平、公开、公正的竞争平台，也对供应商的不断推陈出新、优胜劣汰建立了正常渠道，并且能有效杜绝商业贿赂，维护供应商的利益，保证了供应商队伍的健康发展，同时也保证了公司倡导的“阳光采购”工程建设。

八、存在问题及改进

公司在履行社会责任各方面做了大量的工作，但与相关规定仍存在差距。2025年，经济下行压力增大，市场需求低迷，面对中国经济新常态下的发展，不得不面对力鼎转型发展中的不适应：一是规模和效益方面：2025年以来，公司整体经济效益增长仍然趋势上升，公司经营管理有待进一步完善。二是人员结构和薪酬方面：人员结构优化结果与预期还有差距，薪酬结构和薪酬水平与规模和效益不匹配，有待进一步深化改革。三是国际化的竞争水平不高，国际化战略刚见雏形、国际化市场资源配置不科学。四是商业模式传统并单一，还未完全实现工业服务商转型。

未来三年，是我们“雄鹰展翅翱翔”之年。公司将继续专注于光学镜头等产品的研发、生产和销售业务，瞄准国际前沿技术，坚持以实业经营为根本，以资本运作为手段，二者循环促进，推动公司成为光学镜头行业的创新者和领导者，贯彻“品质、品牌、新品”的经营理念，最终实现“成为受人尊敬的世界一流光学解决方案供应商”的愿景。明确了发展战略为：

未来的三到五年内，进一步扩大生产规模，拓展国际市场，满足更多市场客户的需求；建立强有力的营销团队，储备人才，做好人才梯队建设，培养或引进一批专业的管理人与技术人才，建立科学可行的员工晋升通道，提高个人价值；完善组织架构，制定科学明确的部门及岗位职责，实现分工合理，权责明确，高效协作；

升级生产管理系统，实现产品销售服务市场最大化，实现股东、客户、员工等相关利益者的多赢局面，为社会创造更多价值；通过完善内部管理流程以保证产品品质，进而提升顾客满意度及品牌美誉度。

总之，在国家发展规划的引领下、在市政府的大力支持下，通过努力，相信力鼎未来五年规划会顺利实现，为当地经济的繁荣发展献上一己之力！最终造福股东、造福员工、造福社会。实现用心做好品质，提升行业地位，扩大健全全球化市场布局的总目标。

厦门力鼎光电股份有限公司

2026年1月