

2023 年度可持续发展报告

2023 年度可持续发展报告

前 言

《四川迈科隆真空新材料有限公司》，成立于 2017 年 1 月 11 日，现设厂于四川达州，注册资本 3214 万元。主营真空绝热板、复合真空绝热材料、真空绝热设备等的研发、生产和销售。

公司是技术先进的 VIP 真空绝热保温板、建筑用真空绝热板专业制造商，占地面积 2.77 万平米，现有员工 500 余人。公司地处风景优美的四川达州宣汉微玻纤产业园，毗邻中国最大的超细玻璃纤维棉生产商和亚洲最大的天然气生产基地，基于突出的原材料供给优势和能源优势，公司于 2017 年 6 月 15 日正式投产。公司产学研结合，2019 年被认定为高新技术企业，与四川大学、上海海事大学签订了产学研协议，公司自主积极培育自有的知识产权，目前总共申请专利 42 项，现已获得国家级“专精特新小巨人”称号、发明专利 6 项、实用新型专利 36 项。公司建设年产 500 万平方米 VIP 真空绝热板生产线已经投产，2023 年实现销售收入约 2.9 亿元，目前已成为 VIP 行业内的龙头公司。

公司倡导“以人为本”的管理原则，提供良好的工作、学习、生活环境给员工，为员工的发展和提升积极创造条件，始终坚持“为客户增值服务，与员工共创辉煌”的核心价值观。立足长远，实现科学发展，《四川迈科隆真空新材料有限公司》充分认识并积极履行自身所承担的责任，在开展合规经营，创造价值回报的同时，注重履行社会责任，自觉承担对顾客、员工和社会等利益相关方的责任，做一个负责任、有担当的新材料环保企业，《四川迈科隆真空新材料有限公司》一直以“不以盈利为最终目的，专注于提升组织管理价值和管理绩效”为经营理念。这些年来，公司在积极履行社会责任方面做了一些有益的尝试和创新。

目 录

一、机构概况.....	1
二、可持续发展的内涵.....	2
三、可持续发展的必要性.....	2
(一) 经济全球化的要求.....	2
(二) 保护生态环境的要求	3
(三) 消费市场的需求	3
四、企业可持续发展战略的内容	3
(一) 企业能耗现状	4
(二) 未来预估	4
(三) 可持续发展战略	5
五、结语	12

一、机构概况

《四川迈科隆真空新材料有限公司》具有独立的法人地位，统一社会信用代码为91511722MA633Q4P8H，本公司投资方均不从事本公司开展真空绝热产品制造和贸易，所从事的业务范围，不构成任何外来或内在因素干扰或影响本公司行使社会责任结果。

《四川迈科隆真空新材料有限公司》坚持公正准确、优质高效、诚信求实、规范服务的工作方针。

《四川迈科隆真空新材料有限公司》拥有一批经验丰富的真空绝热板行业管理人员，上述人员均具备与承担的工作相适应的必要的教育、培训、技术知识和经历。

《四川迈科隆真空新材料有限公司》依据国家法律法规有关规定和经营范围授权开展认证工作并严格遵守真空绝热板行业管理规定。

二、可持续发展的内涵

企业可持续发展是指在一个较长的时期内，根据对企业“生态-经济-社会”复合系统的各种因素、条件的估量，从关系企业可持续发展全局的各个方面出发，使这个系统的计划和行动过程能够保证企业经济健康运行、整体协调、持续增长、能力增强、全面发展，达到企业发展的生态代价和社会成本最低，并使企业发展目标同生态发展和社会发展的目标相协调。

企业必须根据自身实际情况制定符合企业发展状况的可持续发展战略。企业可持续发展战略的制定要遵循两个基本原则：一是不仅要考虑企业目前的发展现状，还要预估企业未来发展中可能面对的问题，既满足当代人的需要，又不对后代人满足其需要的能力构成危害的发展；二是不仅要实现企业自身的发展，还要对国家、社会和自然生态负责，要有长远眼观，实现企业可持续发展。

三、可持续发展的必要性

企业可持续发展战略是在国家可持续发展战略的前提下提出的。改革开放以来，我国社会经济得到飞跃式发展，但是不可否认，社会经济的发展也造成了严重的环境

问题。我国政府在这种情况下提出可持续发展战略，具有非常重要的现实意义。可持续发展战略不单纯强调自然资源的可持续发展，更重要的希望实现人民生活质量的全面提升，实现人与自然的和谐发展。具体到企业可持续发展战略，其迫切性和必要性主要体现在以下三个方面：

（一）经济全球化的要求

在我国加入世界贸易组织之后，我国企业与国际社会的交往越来越频繁，为了不断适应经济全球化的发展趋势，我国也开始学习国外先进经验，在各种法律法规和规章制度方面严格规范企业行为，在保证企业合法权益的同时更加强调企业的可持续发展。国外发达国家的发展经验告诉我们，先污染后治理的发展道路是行不通的，要想实现企业的健康、长远发展就必须转变发展观念和发展方式，坚持可持续发展战略，以适应经济全球化的发展大潮，实现人与自然的和谐发展。

（二）保护生态环境的要求

我国生态环境问题是随着我国经济发展而产生的，也必须在经济发展过程中加以解决。毋庸置疑，近年来我国社会经济实现了大发展大繁荣，可是资源枯竭、环境污染等问题也随之而来，如果不加以重视，形式会更加严峻，不仅会影响我国经济的健康发展，更重要的是会危害人民群众的生活质量和生命安全。所以企业必须坚持可持续发展战略，转变传统的高投入、高消耗、高污染、低产出的发展方式，努力发展低投入、高产出的集约型、绿色经济，保护生态环境，实现人与自然的和谐发展。

（三）消费市场的需求

随着社会经济的发展，人民生活水平和生活质量的提高，人们对各种生产生活用品的要求越来越高。在政府和媒体的宣传引导之下，越来越多的消费者开始推崇对环境零污染或者少污染的绿色产品。面对消费市场的巨大转变，企业必须转变发展战略，走可持续发展道路，生产绿色产品，以适应消费者的需求，增加自身产品的市场份额，提高企业的市场竞争力，最终实现企业的长远发展。

四、企业可持续发展战略的内容

（一）企业能耗现状

随着“碳达峰、碳中和”倒计时的提出，公司不断深耕环保新材料，研发绿色健康产品，紧跟时代低碳步伐，不断激发绿色潜力。同时，公司坚持站在科技的风口前沿，利用 5G 时代的数字化技术，不断优化、持续迭代现有生产方式、产品品质，提高生产效率，同时与同业伙伴及用户一起分享信息、分享资源、共享技术，发挥共生优势。公司领导一直以科学发展、和谐发展和可持续发展为理念，十分重视环境、资源等的保护和节约，坚持经济效益和社会效益并重，始终把节能降耗作为企业做强做大的有效途径，通过走精细化管理之路，积极依靠科技进步进行节能技改，以下内容为公司 2021 年至 2023 年的能耗统计：

	2021 年	2022 年	2023 年
用电 KWh	17130700	13798000	16634964
柴油 Lt	18610.7	10106.69	9265.01
能耗 (TOE/产值) TOE / Euro Turnover	0.00002828	0.00003072	0.00003580
TOE/产能 TOE / Number of Production	0.000129767	0.00013429	0.00013065
TOE	146	108	115
节能量 %	10	9	8
危废 Ton	5.5695	2.6055	1.89
非危废 Ton	170.06	140	288.83
包装废物 Ton	307.04	218.107	146.635
总废物/产量 Tonne / Product	0.000042	0.000041	0.000040
用水 m ³	54174.1	37708	39850
用水/产量 m ³ / Product	0.00471038	0.004236854	0.003619437
排水量 m ³	3818.88	3774.82	3062.448

（二）未来预估

通过对环境的保护、强大的合作和技术的应用，我们长期致力于减少业务运营对环境造成的影响。我们还展开与政府、企业、供应商等机构的广泛合作，帮助其他各

方减少对环境的影响。我们中期目标 2025 年、长期目标 2030 年的战略方向亦在响应“采取更紧迫行动”的呼吁，通过进一步努力，实现碳中和计算目标，实现水资源的有效利用，实现减少废弃物填埋总量，在显著扩大制造能力的同时进一步降低绝对碳排放量。以下为公司 2024 年的目标及中期目标 2025 年、长期目标 2030 年的预测对比：

	2024 年
用电 KWh	17000000
柴油 Lt	10000
能耗 (TOE/产值) TOE / Euro Turnover	0.00003613
TOE/产能 TOE / Number of Production	0.00013013
TOE	117
节能量 %	8
危废 Ton	1.9
非危废 Ton	300
包装废物 Ton	160
总废物/产量 Tonne / Product	0.000041
用水 m ³	40000
用水/产量 m ³ / Product	0.003539823
排水量 m ³	3157.92

	2023 年	2025 年	2030 年
总废物/产量 Tonne / Product	0.000040	0.000048	0.000045
用水/产量 m ³	0.003619437	0.00541692	0.005146074
TOE/产量 TOE / Number of Production	0.00013065	0.00012887	0.000122427

(三) 可持续发展战略

要建立全面的公司可持续发展计划，首先要分析公司某些要素的增长与公司发展之间的联系与区别。公司的发展，更多地表现为公司整体上转化资源、增加价值的能力的提高，这种能力的提高，既有量的变化，又有质的变化。实际中较为常见的，公司的可持续发展是按照“调整”的方式实现的。在调整过程中，公司的资源、工艺、

组织结构等因素的变化，都是以公司盈利能力的提高、公司的未来利益最大化为指导的。公司可持续性发展应是“渐进式”的改革战略，而且这种“渐进式”的战略在目前公司中有其现实的接受性、操作性。

公司可持续发展战略的提出应当是一个系统性的工程，并涉及到公司的方方面面，下面就对这几个方面进行简述：

1. 创新与文化

创新是公司保持活力和竞争力的基本驱动力。在管理、市场、组织上的创新是公司发展的推动力和成果标志。技术创新是公司的核心任务，管理创新和制度创新是保障和服务。创新是不断否定现有事物的前进脚步，而文化则是对过去和现有的积淀和固化。正确处理好创新与文化的关系，就是要处理好继承和发扬、传统与新生、守持与变革的关系，防止邯郸学步或新陈代谢掌握不当，出现组织混乱和机能失调现象，甚至引发一些危机，威胁公司的生存和发展。在公司哲学和宗旨上、处理内外事情重要性和优先性的取舍原则上、员工的基本准则、作风，基本管理制度以及环境、风貌等建设中，点点滴滴中提炼、催化、巩固有利组织的公司文化，是公司培育核心竞争力与可持续发展能力的关键要素之一。

2. 管理与治理

在产品过剩、资本过剩的时代，对大多数公司来说，制约公司发展主要因素已经不是资金和生产能力，而是公司的技术创新和管理能力，是公司技术知识和管理知识对公司的贡献大小。为了增强公司的灵活性和应变性，公司将不再贪大求全，应降低管理费用、提高管理效率、调动员工的积极性、创造性，公司的组织结构出现前所未有的变化——一方面是组织结构从金字塔式更加扁平化，另一方面公司部门要根据形式的变化而不断增减。

公司治理有外部治理和内部治理。治理的本质是内外各种关系的正确协调处理。外部有社会公众、社区、政府监管、市场等，内部则有投资者、经营者、监督者在决策、执行、监督方面分工协作、相互制衡的机制安排。内部治理有行为治理、财务治理以及文化治理，重在建立和完善如决策、监督、利益、风险、行为规范、投资、筹资、审计、信息披露、资本结构和股权管理、激励约束等机制，机制的目的和作用根本在于提高人本和资本的效率。法人治理结构完善了，就能充分发挥公司的智慧和人力资源，决策、执行、监督专门化和专业化，提高运行效率，把事情做对做好，防范风险。

管理在广义上包含治理，在狭义上则专指具体的经营管理，如战略、生产、营销、人力资源与组织、筹资投资、技术、公司行为等的专业化管理，以及各种基础管理。广义上的管理是公司的核心竞争力之一，扁平化、信息化、人性化、柔性化、系统化、创新集成化是现代管理的趋势。

3. 制度与应急

制度是公司管理的具体表现，是公司运营的基础。良好全面的制度体系能够合理的分配管理公司的各项资源，保证各项工作的正常运行，所以完善现有制度，并根据发展现状和未来发展计划对制度体系进行调整是公司可持续发展的重要组成部分。良好的制度体系应该包括内部管理、人员管理、公司运营、工作流程管理、信息管理、市场管理、客户管理、财务管理等方面。每一个方面都应建立独立的管理流程和制度文件，让日常工作有据可依。此外从公司整体角度出发，对各个方面应综合的形成公司制度管理总则，对所有的公司行为和工作模式的主要纲领和主要内容进行确定，从而形成统一的管理理念，保证公司的正常发展。并且制度体系中还应包含应急处理制度，对各个方面出现突发事件或紧急状况时的处理方法和工作流程进行确定，从而保证公司在面对突发事件时能够管理有序。

4. 人才与培养

人是公司经营的第一要素，因此人力资源管理成为公司管理的重中之重，主要集中在公司的薪筹设计、绩效考核、工作分析、素质模型、激励约束、竞争淘汰、招聘引进、培训开发等方面，主要的目的是为了充分调动员工的积极性、凝聚力和向心力。首先要调整人才引进政策，积极通过各种渠道引进人才，用政策吸引人才，补充人力资源。

一是积极接收大学（专）毕业生，提高大专以上学历人员在职工总数中的比例。二是紧紧抓住公司重组、业务调整、人才交流之机，根据公司发展的需要，引进管理、专业技术人才，培养成公司的骨干和中坚力量。三是通过重点工作锻炼人、培养人，建立全面的培养方案，通过科学合理的培养和实际工作经验，提高员工素质和公司管理水平。四是通过组织多层次、多技能培训提高员工素质，创造条件，鼓励员工参加各类学历教育。五是制定公平、合理的晋升制度，科学合理地调配人才，把成熟的技术、管理人才应用到合理的岗位上，从而对人力资源进行合理的调配，做到人尽其才、才尽其用。六是初步建立人力资源管理体系。通过几年来的改革实践，不断总结经验，进一步完善了人事、用工、分配、考核等配套制度，初步建立了符合现代公司制度的人力资源管理体系。按照不同部门的技术类型去完善人力资源管理，实现培训与绩效管理工作的差异化和精细化。

5. 资源与能力

核心竞争力的两个基本理论中，一个是资源理论，另一个是学习理论。前者主要观点是公司的核心竞争力来自公司掌握的资源，资源越稀缺、公司占有的越多，那公司的核心竞争力就越强。巧妇难做无米之炊，没有原料，高价买进或干脆就买不着，那自然就生产不出产品或有价格竞争力的产品。后者是强调公司以学习为核心的能力，公司只有不断学习新东西并且学的比别人快，比别人好，才能做到人无我有，人有我

优，人优我专。这里的学习实际就是公司的各种能力，对环境变化的反应，新技术的吸收开发，管理上体制与机制的变革，流程和资源的整合，学习型组织的建立和员工素质持续提升，文化上的调整，战略上的权变等。

6. 定位与发展

任何事物都不是孤立的，一般都有属于与自己相同或类似以及相关的群体。群体中个体对其他个体的影响力奠定了该个体在群体中的地位。公司战略中我们关注的三个地位是为了分析战略优势和劣势，是公司在特定时点的静态定位。业务在公司中、公司在行业中、行业在国民经济中，这三个关系的理清与竞争战略、总体战略紧密相关。战略是对未来的筹划，而公司的未来基本上就是公司成长性的表现。地位反映公司过去的积累和现在的实力，成长性建立在地位和最佳走势之上。地位一般通过主要指标重要性反映如产量占行业产量、市场占有率、产品的差异性和独特性等，成长性则通过增长性来判断，如收益增长、利润增长、资产增长、权益增长、销售额增长等。成长性的考虑需要综合国民经济增长速度、地区经济和行业发展速度以及本公司的具体情况等诸多因素，是一个预测性和价值判断的重要指标，它涉及具体的筹资、投资和人力资源、营销部署等具体职能战略，科学合理的成长性判断是研究公司战略的关键之一。对于成长性的判断还有重要一点是对其周期的考虑。经济周期、行业周期或产品周期、公司周期在很大程度上影响着公司的成长。

7. 竞争与合作

公司是一个营利为目的经济组织，内外各种关系都可以归结为两类。一类为有利因素，通过合作取得共同利益的合作关系；一类可归结为不利，这种不利本质上是争抢利益，即通过互相排斥对抗来实现各自利益的竞争关系。处理好竞争与合作关系，就是要处理好公司的公共关系，公司是各种社会关系的总和。一个公司会有同行竞争关系、顾客关系、社区关系、资源关系、金融关系、媒体关系、政府关系、教育科研

关系、国际关系、名流关系、员工关系、股东关系等各种内外关系，不同关系面对不同特点的公众，需要使用不同管理职能和沟通途径与手段去理顺关系，把握好竞争与合作的尺度。现实中，更多的是竞争与合作的交叉关系，有利和不利的并存，妥善处理竞争和合作，不仅是基本的战略问题，也是灵活多样、与时俱进的经营管理艺术。

五、结语

迈科隆将持续以不竭的创新力，为大家营造洁净的生活、生产、运营环境，与客户、伙伴、员工、股东共同成长，铸造未来的节能世界。未来美好生活，由迈科隆开启！