



我们作为社会的公器，致力于实现企业、社会和环境的和谐，通过事业，为未来可持续发展作贡献。

松下电器的 可持续发展方针

①商品·服务·解决方案

携手顾客与合作伙伴，创造社会及环境问题的解决方案，提高世界人民的生活品质，实现地球、环境与社会的可持续发展。

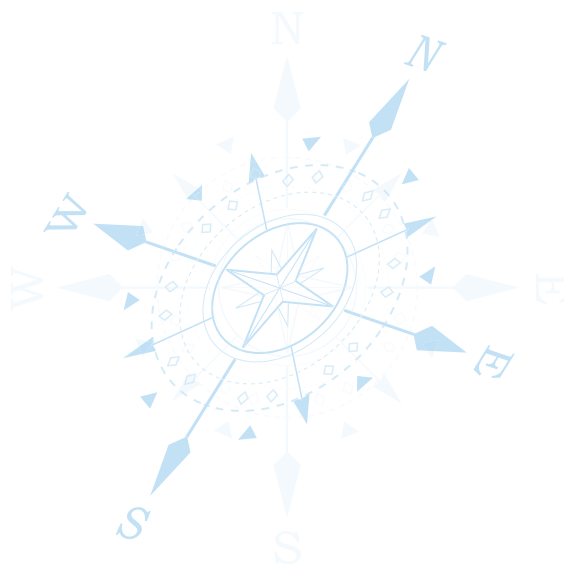
③供应链

重视事业活动对社会、环境的影响，与供应商一道，推进CSR采购。

②所在地·社区

作为全球性的跨国公司，我们为秉承同一经营理念的所有员工提供平等对话的机会、舒适的工作环境以及广阔的成长空间。

同时，尊重多样化的文化与价值观，重点关注当地问题，为所在地区的发展作贡献。



⑥环境

我们以实现可持续社会为目的，推进创造环境价值的事业发展。

因此，在通过事业活动改善环境问题的同时，赢得社会大众的认同，扩大环保活动。

⑤人才培养·革新

创造良好的合作文化，使员工能最大限度地发挥自己的专业技术和才能。

同时，向能为社会带来变革和为全球问题提出创新解决方案的人才提供职业发展机会，使其成为行业专家。

④与利益相关方合作

以创造更加美好的社会为目的，与国际组织、政府、行业、社会、员工、消费者、投资者、NGO、专家合作，在对公共政策的谏言和全球性行业准则的制定方面发挥领军作用。

倾听你的声音，做最值得信赖的伙伴

中国松下2013年企业社会责任报告围绕这一主题，开展管理，组织内容，制定结构，进行设计。以此强化报告全生命周期管理，体现工作重点，突出报告特色，赋予报告灵魂。



33 开展员工培训

——中国松下统一入职培训

14 我们的责任——完善责任治理

2013年是中国松下的社会责任战略升级年，我们从强化社会责任战略，完善社会责任治理，加强社会责任沟通，优化社会责任绩效和提升社会责任能力等方面构建起科学系统的社会责任管理体系。



48 应对气候变化

——松下系统网络科技（苏州）有限公司建造太阳能发电站



56 加强战略合作

——参与大连生态科技创新城建设

67 坚持客户导向

——松下空气净化器加入PM2.5去除技术



82 支持教育事业

——松下·友成志愿者驿站

封面故事



——松下电器走进中国35周年

目 录 contents

中国松下企业社会责任报告2013

| | | | |
|------------------------|-----------|----------------------|-----------|
| 开篇 | 2 | 服务客户 | 60 |
| 大泽英俊谈松下电器的可持续发展.....4 | | 我们创造可持续的快乐生活 | |
| 松下电器走进中国35周年 | | 以顾客需求为导向的解决方案.....62 | |
| 实践贡献中国社会的企业承诺.....6 | | 以创新价值为导向的研发战略.....72 | |
| | | 以一流品质为导向的生产准则.....73 | |
| | | 以优质服务为导向的客户方针.....74 | |
| 正道经营 | 18 | 回馈社区 | 78 |
| 我们开展公正诚信的事业活动 | | 我们为下一代构筑美好未来 | |
| 诚信经营.....20 | | 下一代的生存环境.....80 | |
| 守法合规.....21 | | 下一代的美好梦想.....82 | |
| 风险管理.....24 | | 扶贫济困 同舟共济.....87 | |
| 全员经营 | 26 | 未来展望 | 88 |
| 我们培养人才先于制造产品 | | 履行承诺，与社会共进步.....88 | |
| 员工权益.....28 | | | |
| 员工培养.....29 | | | |
| 员工成长.....34 | | | |
| 安全管理.....36 | | | |
| 民主沟通.....38 | | | |
| 人性关怀.....39 | | | |
| 环境革新 | 40 | 附录 | 89 |
| 我们以先进技术保护美丽地球 | | 报告概况.....89 | |
| 加强环境管理.....42 | | 关键绩效表.....90 | |
| 应对气候变暖.....46 | | 专业名词解释.....91 | |
| 降低环境负荷.....49 | | 评级报告.....92 | |
| 发展循环经济.....53 | | 报告指标索引.....93 | |
| | | 意见反馈表.....94 | |
| 合作共赢 | 54 | | |
| 我们与合作伙伴共同履行社会责任 | | | |
| 加强与政府的沟通与合作.....56 | | | |
| 培养行业人才.....57 | | | |
| 加强与经销商的沟通与交流.....57 | | | |
| 加强与供应商的沟通与合作.....58 | | | |

大泽英俊谈松下电器的可持续发展 倾听你的声音，做最值得信赖的伙伴

对于松下电器而言，CSR活动可以追溯到很早以前。1969年，创业者松下幸之助先生在公司内部成立了社会业务本部，并专任一名董事担任主管。这一为了保障企业纲领的实施而设立的具体组织，就是松下电器企业社会责任专职部门的雏形，当时世界上还并没有CSR这一概念。

35年前，松下电器带着创业者向邓小平先生许下的“为中国社会做贡献”的这一承诺来到了中国，此后一直追随着中国时代的变迁和社会的发展，倾听本土的声音和需求，在丰富和提高人民生活的同时，实现企业的可持续发展。

至2014年3月31日，松下电器在中国设立了包括研发、生产、销售等100家企业，雇佣员工6万余人，产品遍布多个领域，松下电器已成为集个人消费电子、电化住宅设备、美容健康、通信科技、环境方案、汽车电子、能源设备等综合性的著名企业。

创业者松下幸之助先生对于海外事业的经营理念是“为所在国的繁荣做出贡献”。他对从当地短暂回国的派遣者都会问这样3个问题：“我们当地的公司是否受到所在国的欢迎？”，“当地的人们是否喜欢我们的商品？”，“员工是否工作开心？”。我视之为企业经营的真正法宝。

依据当地的需要，将现有的技术扩展到尽可能多的领域。从解决现有社会问题入手，松下电器从环境保护、交通管理、能源管理等更广阔的市场，来审视自己的价值。3月，中国松下在杭

州的家电回收工厂正式运营，借助先进的分离技术等对废旧家电进行回收、无害处理和资源再利用。未来松下电器还将继续向更加节能、环保的方向发展，引领市场变革。

除了在产品应用领域的拓展外，让顾客享受到更全面的服务是目前工作的重点。2013年，我们继续建立松下生活馆，让顾客体验最新的产品、享受最全面的服务。

CSR工作与企业整体运营密不可分，我们将CSR作为松下电器应有的企业态度，从遵纪守法、人权、环境、供应链、产品服务、社会公益等多个方面，自主、诚实地履行责任。2013年，我们在中国松下全集团范围正式成立了“企业社会责任委员会”，意味着中国松下将企业社会责任上升到更为重要的企业战略层面。

2014年，松下电器以新口号“百年传承，智美未来”来表明我们的决心：进一步加深顾客对松下电器悠久历史和企业文化的信赖以及感情，同时为中国的美好未来做出贡献。

在中国工作两年的时间里，我对这里的传统习惯、风土人情都有了更加深刻的了解，对所有为松下电器扎根中国而齐心努力的员工，我也更加欣赏。今年恰逢松下中国事业35周年，能够见证这一历史时刻，我倍感荣幸，我想，只要满怀真诚，认真倾听来自各方的声音，松下电器与中国的情缘就会越结越深。



大泽英俊
松下电器（中国）有限公司 董事长



松下电器走进中国35周年 实践贡献中国社会的企业承诺

1978年，中国国家领导人参观了松下电器日本电视机工厂。在双方会谈中，创业者松下幸之助先生表达了为中国经济社会发展和人民生活改善做贡献的决心，并于1987年在北京设立了第一家中国合资工厂。

迄今为止的35年里，松下电器一直潜心于研发和制造，致力于为中国消费者提供更好的产品。希望通过这些事业活动，推动中国电子工业发展，丰富和提高人们生活水平，努力成为受中国社会喜爱和信赖的企业。

2013年中国松下企业社会责任活动成果

截止2014年3月31日，在华员工总人数

63,764 人

2013年，在华销售额

606.28 亿元

2013年，研发投入超过

10.21 亿元

截至2014年3月31日，累计植树超过

40 万棵

截至2014年3月31日，持续开展儿童环境教育活动，累计超过

67 万人次

2013年，中国松下各企业参与志愿者活动超过

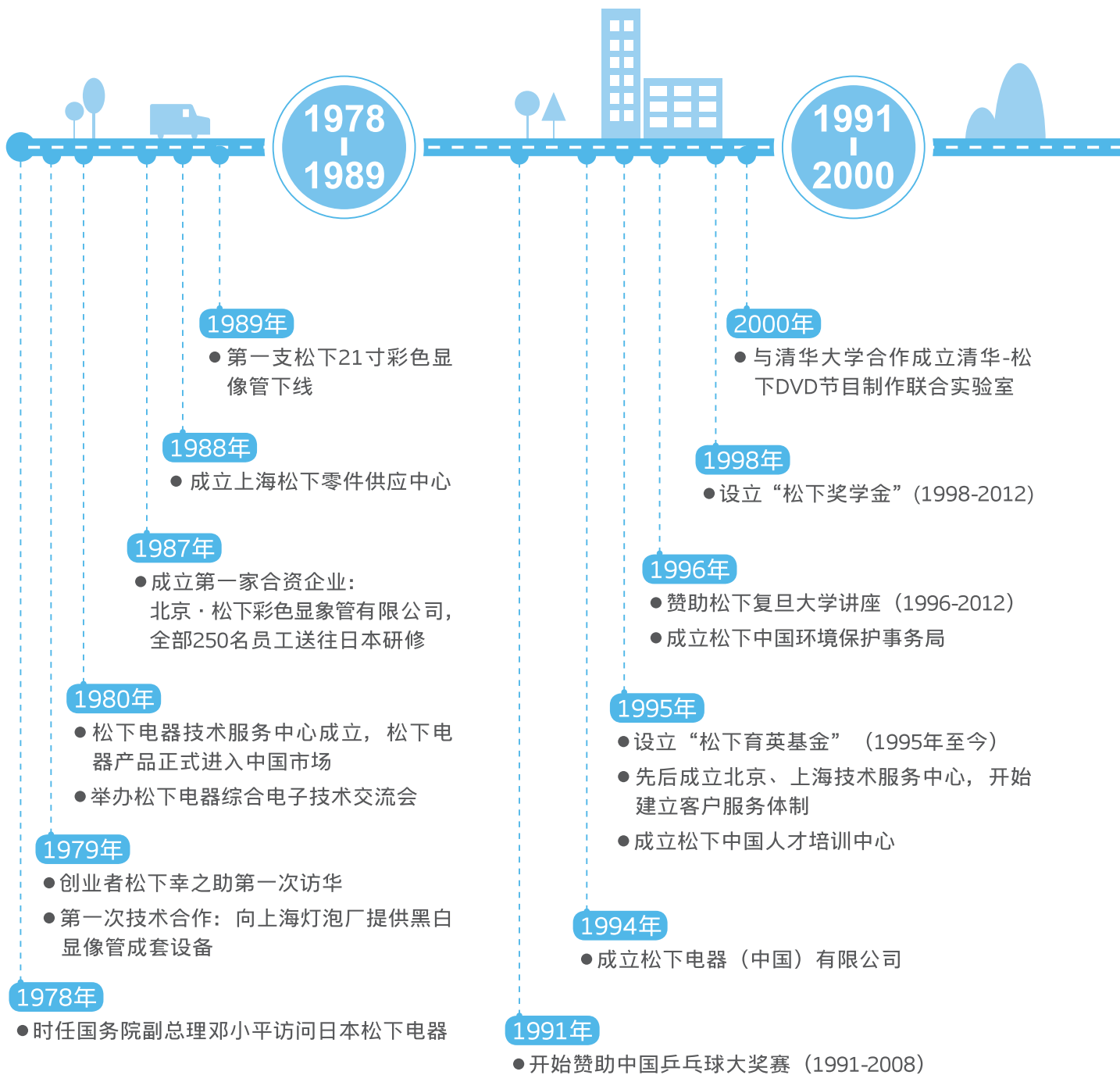
志愿服务时间超过 **40,680** 小时

11,122 人次

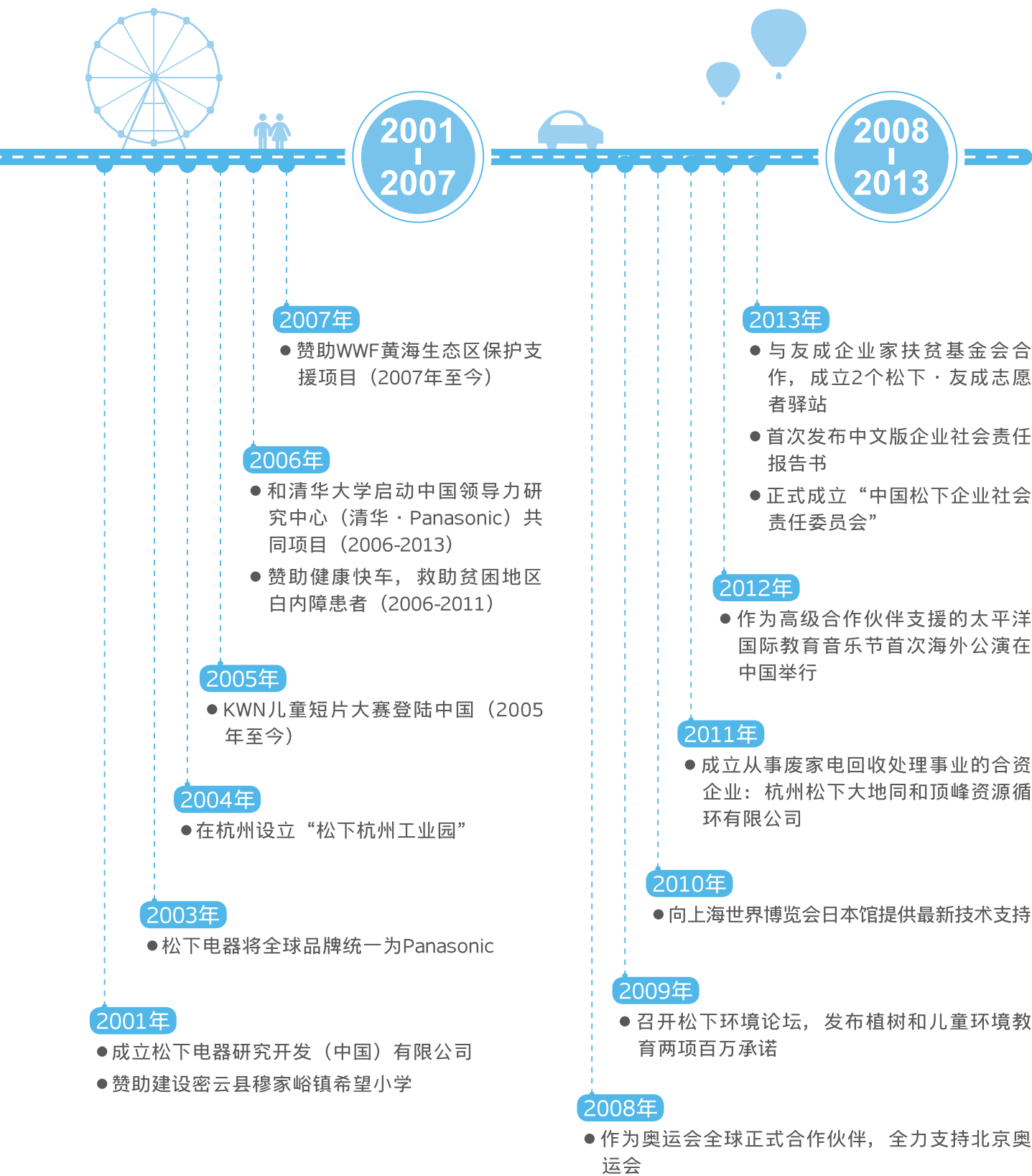
2013年，公益捐赠超过

743 万元

松下电器35年中国路



Panasonic 35 years' memory
in China

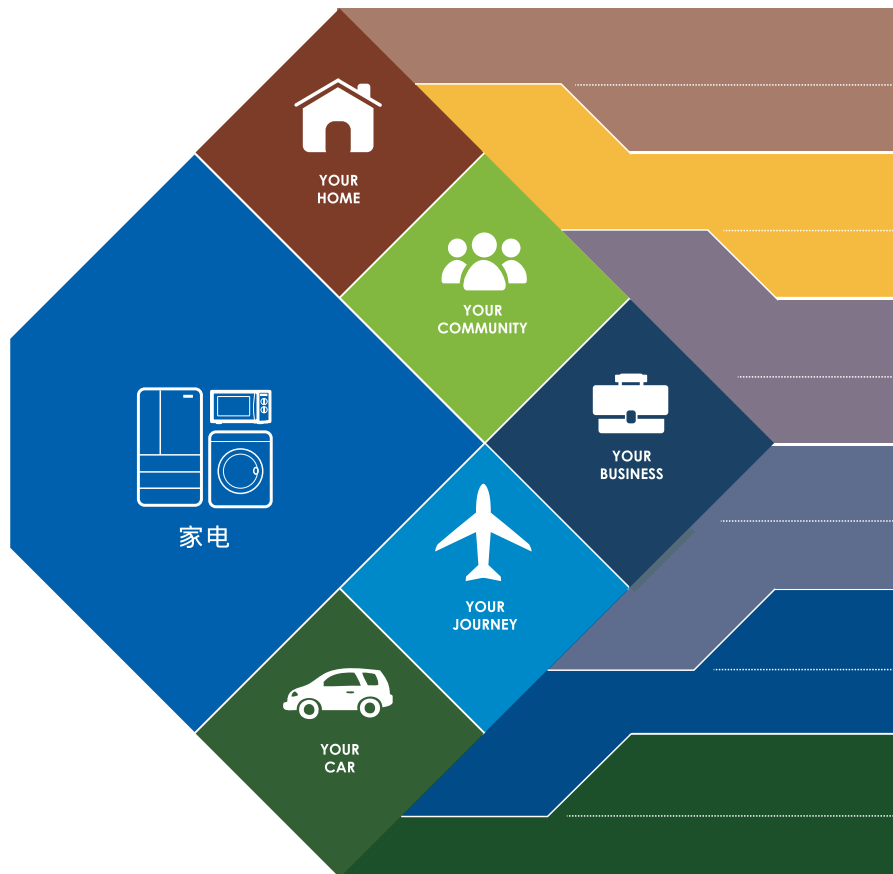


中国松下的事业和责任

我们的事业

目前松下电器的产品遍布多个领域，成为集个人消费电子、电化住宅设备、美容健康、通信科技、环境方案、汽车电子、能源设备等于一体的综合性世界著名企业。

面向未来，松下电器将凭借在家电领域培育积累的优势，借助各个领域与地域的事业合作伙伴的支持，从居家到办公室，从店铺到街区，从汽车到飞机，在顾客活动的各个空间，不仅提供硬件产品，更提供包括软件、服务在内的综合解决方案，为每一位顾客创造更美好的生活及前所未有的全新价值。



事业领域


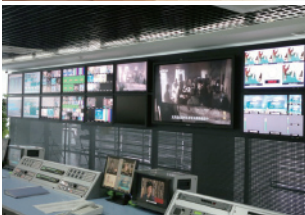
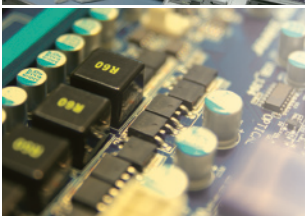
事业内容

AVC网络

- 影像解决方案事业：安防摄像头、投影机、商用AV设备、数码相机
- 移动解决方案事业：PC、平板、手持终端、手机、SD卡、BD档案库存储器
- 通信解决方案事业：PBX^{※1}、固定电话

电化住宅设备机器

- 家电的研发与生产：数码AVC相关商品、烹饪相关商品、家务相关商品、美容健康相关商品
- 空调相关产品的研发、生产与销售：家用空调器、办公室店铺用空调器、吸收式冷冻机等
- 冷链的研发、生产与销售：商用电冰箱、制冰机、陈列柜、自动贩卖机等
- 元器件的研发、生产与销售：压缩机、马达、仪表装置、纳米粒子等

| | | |
|--------|--|-----------|
| ◆ 美容健康 |  | 电化住宅设备机器 |
| ◆ 住宅产业 |  | 环境方案 |
| ◆ 流通零售 |  | AVC网络 |
| ◆ 公共事业 |  | 汽车电子和机电系统 |
| ◆ 航空领域 | | |
| ◆ 汽车科技 | | |

| 事业领域 | 事业内容 |
|-----------|---|
| 环境方案 | 照明（照明器具、照明器件、灯泡）、配线、配电、创能蓄能（配电系统、配线器具、太阳能发电系统、蓄电池）、住宅设备（建材、厨卫产品）、空气质量（换气送风、空气净化器、除湿加湿器）的研发、生产与销售以及环境工程安装技术事业、护理设备、服务事业 |
| 汽车电子和机电系统 | <ul style="list-style-type: none"> ● 汽车电子相关事业：车载多媒体相关设备、环保汽车相关设备、电装品等 ● 机电相关事业：电子零部件、电子材料、半导体、光器件、电池、充电电池、充电器、蓄电系统、电池应用商品和部件等 ● 生产制造相关事业：电子零部件封装相关系统、焊接相关系统以上及自行车相关等的研发、生产、销售与服务 |

★ 我们的责任

责任战略

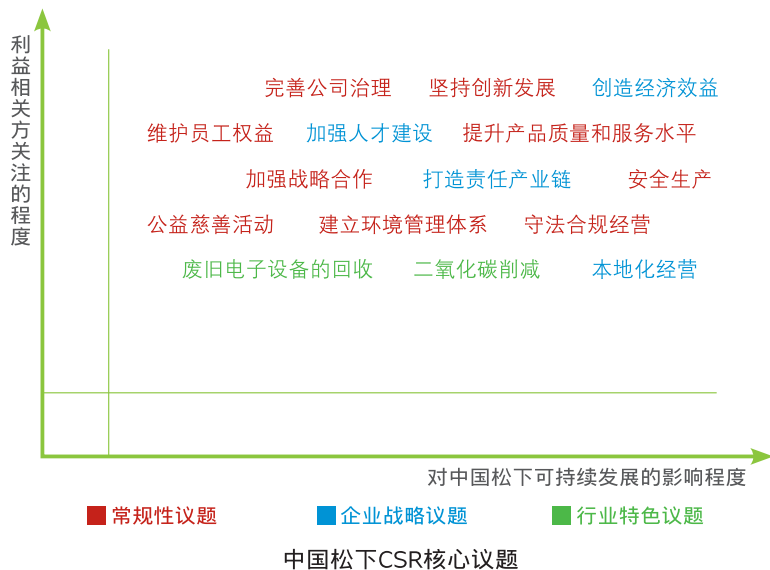
◆ 责任理念

中国松下秉承“企业是社会的公器”的责任理念，致力于“通过不断的技术革新，为人类的繁荣和幸福作贡献。”通过企业和产业的可持续发展，助力环境和社会的可持续发展。



◆ 责任议题

我们紧跟全球报告倡议组织可持续发展报告编写指南（2013年版）、中国企业社会责任报告编写指南CASS3.0等国内外标准倡议，结合企业自身实践和利益相关方普遍要求，开展企业社会责任核心议题的甄别与筛选，明确社会责任工作的重点和报告内容的边界。



凝聚集团向心力，明确品牌战略方向，脚踏实地收获成果

- 建立CSR组织体系
- 开展CSR专项培训
- 确立报告编写与发布制度
- 设计与市场战略、国家政策相一致的公益项目

2013年

植入理念 建立制度

- 发布在华CSR Newsletter
- 整合在华集团公益项目，开展在华CSR优秀案例的评选
- 积极参与CSR社会评选
- 完善CSR报告
- 整合公益资源，提升运营效率

2014年

制定规划 专项沟通

- 建立CSR内部管理与评价体系
- 建立利益相关方管理手册
- 设立公益与投资项目，建立可持续发展CSR战略

2015年

树立品牌 持续发展

中国松下CSR规划

◆ 责任规划

中国松下积极开展社会责任计划与规划管理，明确社会责任管理工作的总体要求、阶段目标和重点任务，力争通过三年努力，实现公司社会责任管理和实践水平的快速提升。

愿景策略

重点任务

机制推动

Panasonic 追求的目标姿态：扩展顾客的美好生活

可持续发展规划：以责任引领品牌发展，改善经营环境，提高竞争力！

责任管理

- 健全组织体系
- 制定责任规划
- 建立责任制度
- 完善责任沟通
- 构建指标体系
- 开展责任培训
- 加强议题管理

强化基础管理

以人为本

- 保障员工基本权益
- 促进员工职业发展
- 关注员工身心健康
- 员工多样性与本地化实践

培育责任文化

正道经营

- 守法合规
- 诚信经营与公平竞争
- 提供优质产品与服务
- 保护环境

优化商业模式

负责任地参与

- 服务城镇化和新农村建设
- 帮扶社会弱势群体
- 积极参与灾害救助
- 公益项目创新与合作
- 供应链管理

提升品牌价值

中国松下CSR管理委员会

社会需要

全球CSR倡议：ISO 26000 / GRI / EICC / CASS 3.0

中国松下CSR推进机制

◆ 责任推进

中国松下不断完善社会责任推进机制。以企业愿景为指引，以企业社会责任规划为策略，以重点任务为依托，以科学的管理体系为保障，扎实推进社会责任实践。

责任治理

中国松下设立企业社会责任委员会，大泽英俊董事长挂帅，各部门和各法人主要负责人任成员。松下中国公共关系部作为CSR推进事务局，负责社会责任工作的统筹、协调和日常管理，包

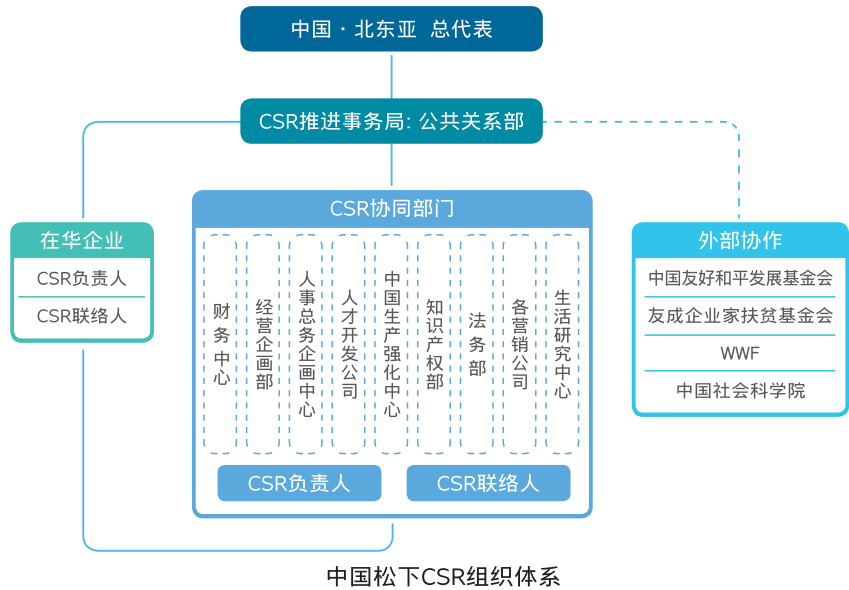
括制定社会责任规划和年度发展计划，建立和完善社会责任工作的组织和制度，开展社会责任研究、培训和交流，编制和发布公司年度社会责任报告等。



中国松下首届CSR大会



大泽英俊董事长为委员会成立揭牌



中国松下CSR组织体系

责任绩效

2013年，我们建立了《中国松下企业社会责任指标手册》，从社会责任、市场责任和环境责任三方面，明确管理指标和体系。指标手册将作为中国松下社会责任信息搜集、社会责任报告编

制和社会责任考核评价的重要依据。各部门和各法人已将社会责任核心指标纳入年度统计范围，以保证企业社会责任工作的落实，不断推动公司社会责任工作的科学化和系统化。



中国企业社会责任蓝皮书
外资企业第五名



德勤中国可持续发展奖
“最佳环境绩效奖”



2013中国五星级企业公民



中国公益慈善企业奖

责任能力

中国松下重视培育责任文化，积极开展社会责任培训，提升公司员工社会责任的意识和工作能力。2014年1月，我们邀请来自中国社科院的社会责任专家对各部门、各法人社会责任负责人和联络人进行培训，内容涵盖社会责任管理体系、相关政策、最新实践及发展趋势等，极大地提升了公司员工对企业社会责任的认识和重视。53家在华企业的副总经理、相关部门长等代表共约80人参加培训。



参加培训企业：

53家

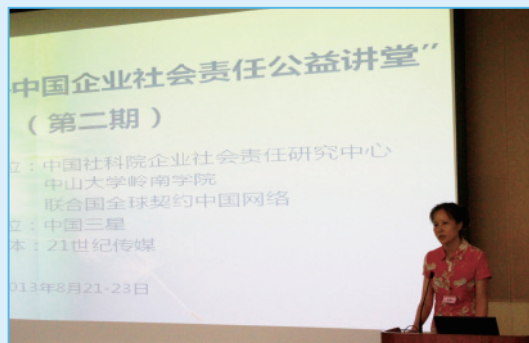
参加培训人员：

80人

案例

◎ 参加企业社会责任公益讲堂

中国松下分别于2013年8月、11月和2014年4月组织在华企业的CSR相关负责人参加了由社科院企业社会责任研究中心协同其他机构主办的“分享责任——中国企业社会责任公益讲堂”培训，系统学习了企业社会责任的理论基础、实践经验、相关标准和最新趋势。



松下中国公共关系部部长徐纓在第二期“公益讲堂”上作为学员代表发言

责任沟通

中国松下把加强与利益相关方的沟通作为履行社会责任、实现可持续发展的重要途径，不断建立健全集团内外部社会责任沟通机制，积极回应利益相关方的期望。

我们积极参加政府、行业协会和科研院所举办的关于企业社会责任会议、论坛和活动。同时，不断加强企业内部社会责任沟通，每年召开集团社会责任大会，发布CSR年度战略和指标体系，下发CSR调查问卷，并就社会责任报告书广泛征集意见，培育集团浓厚的责任文化。



2014年4月8日至11日，大坪特别顾问出席“博鳌亚洲论坛2014年年会”

| 利益相关方 | 政府 | 合作伙伴 | 客户 |
|--------------|--|--|---|
| 对企业的期望及企业的回应 | <ul style="list-style-type: none"> ● 遵守法律法规 ● 坚持诚信经营 ● 依法足额纳税 ● 带动社会就业 | <ul style="list-style-type: none"> ● 与合作伙伴搭建战略合作机制 ● 带动供应链合作伙伴履行社会责任 ● 开展公平贸易，推动产业链持续健康发展 | <ul style="list-style-type: none"> ● 提供优质产品与服务 ● 开展客户满意度调查，听取客户意见及建议 ● 保护客户的信息安全 |

案例

◎ 参加“国际社会责任民间论坛”并介绍优秀案例

2013年12月16日，松下电器参加由中国扶贫基金会主办的“国际社会责任民间论坛”，面向来自政府相关部门、联合国驻华系统、中资企业、在华跨国企业代表、专家学者、国际国内民间组织等300余名参会者介绍了松下电器在教育支援方面开展的公益项目，并接受《中外企业履行国际社会责任优秀案例》的表彰。



| | 员工 | 环境 | 社区 | 社会组织 |
|--|---|--|--|---|
| | <ul style="list-style-type: none"> ● 保障法律赋予员工的基本权利 ● 为员工创造没有天花板的舞台 ● 建立消除员工工作生活后顾之忧的保障体系 | <ul style="list-style-type: none"> ● 遵守国家环境法律法规和相关产品的环保标准 ● 将环境管理和环境保护贯穿研发、生产、销售全过程 ● 推进环保理念在企业内外的宣贯和落实，提升全社会环保意识 | <ul style="list-style-type: none"> ● 通过企业经营带动社区经济社会发展 ● 尊重各地区的法律法规和人文风俗，与社区充分沟通，和谐共存 ● 积极支持灾害救助和社区扶贫济困等慈善公益活动 | <ul style="list-style-type: none"> ● 重视社会团体的诉求并积极与之沟通 ● 积极参与、支持社会团体组织的各项活动 ● 就社会责任议题主动与社会团体开展形式多样的合作 |



正道经营

我们开展公正诚信的事业活动

正道经营，我们开展公正诚信的事业活动

| | |
|-------------|----|
| • 诚信经营..... | 20 |
| • 守法合规..... | 21 |
| 遵守行为准则 | 21 |
| 增强员工意识 | 22 |
| • 风险管理..... | 24 |

【我们始终在倾听】

松下电器不仅应提供合格的产品，同时应是一个守法的、对社会负责任的企业。

【我们一直在行动】

秉承诚信经营的理念，通过开展遵纪守法活动、合规规范等项目使每一个中国松下企业都能够开展公正、诚信的事业活动。

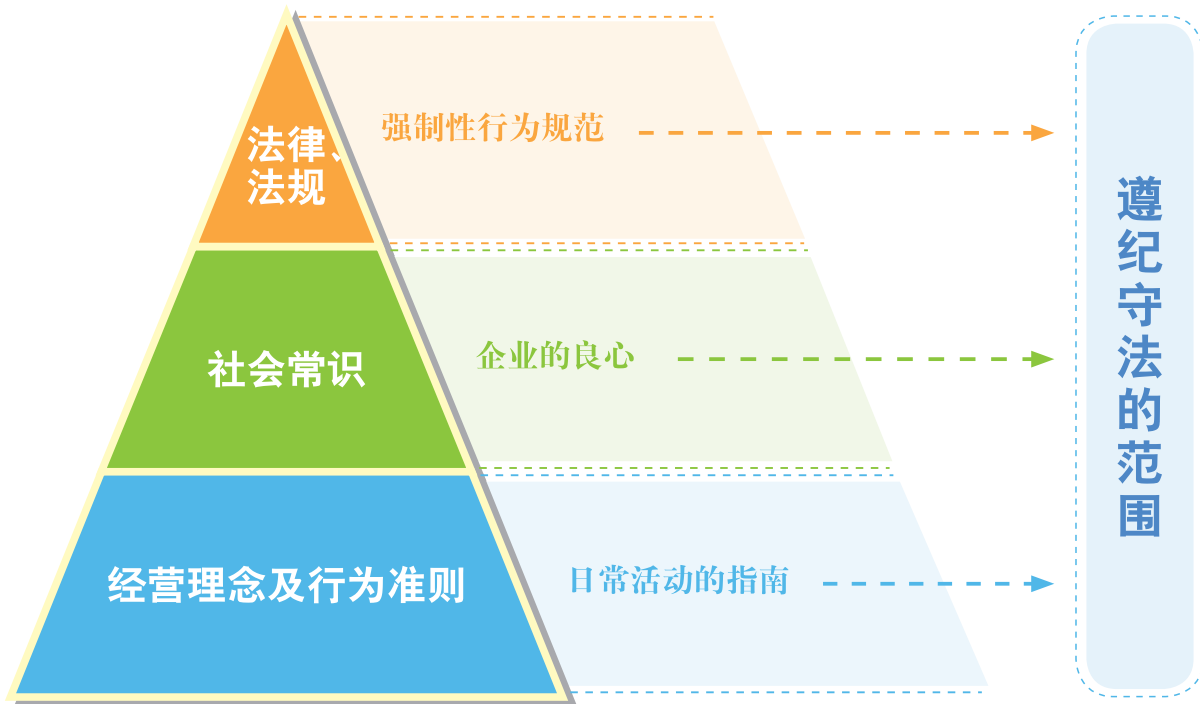
诚信经营

诚信建设是政府倡导、企业主导和社会参与的系统工程。中国松下大力响应政府“诚信文化”建设号召，通过理念宣贯、制度执行和文化倡导，积极构建诚信企业。2013年，公司合同履行率达到100%。

中国松下始终秉承创业者松下幸之助的“遵循社会正义，与社会共命运”的经营理念，将遵守所在国家法律法规、尊重所在地区风俗习惯作为公司的基本行为准则。我们坚决贯彻遵纪守法经营的方针，确保在提供符合客户要求产品的同时，履行企业的基本社会责任。在“企业是社会

的公器”的理念指导下，中国松下通过与各种不同的利益相关方的对话，倾听他们的声音，在生产经营的过程中保持高度的透明，采取公正、诚实的行动，满足利益相关方的诉求。

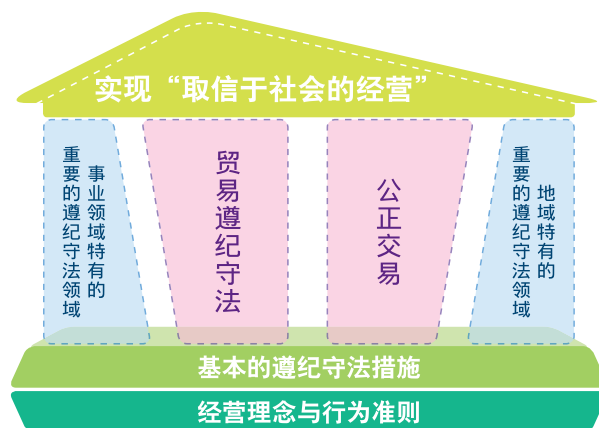
在中国松下，诚信分为三个层次：第一层次为诚信地贯彻经营理念及行为准则；第二层次为诚信地遵守社会常识；第三层次为诚信地执行法律和法规。三重诚信，层层递进，造就值得信赖的中国松下。



守法合规

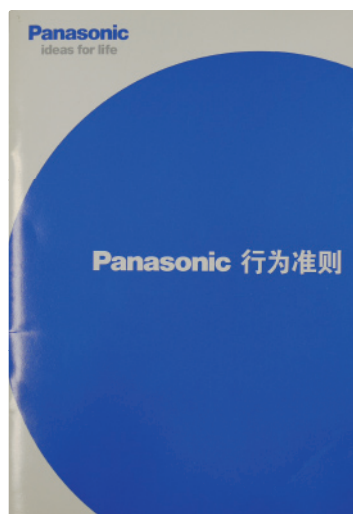
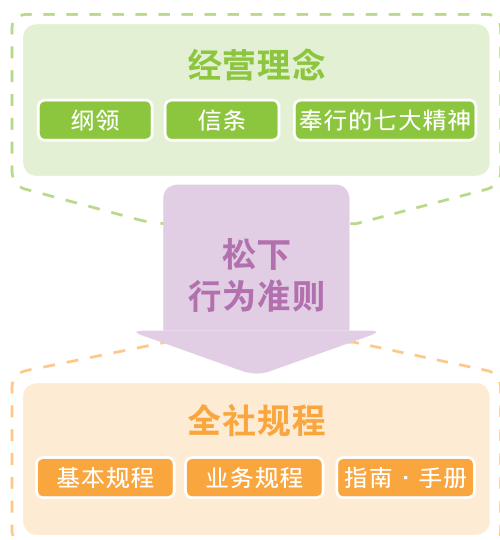
松下电器全球性遵纪守法活动包含“贸易遵纪守法”和“公正交易”两大支柱，以此实现“取信于社会的经营”。贸易遵纪守法包括遵守海关法和安全保障出口管理，公正交易包括禁止垄断联盟、防止向公务员贿赂。松下电器的遵纪守法推进活动，秉承PDCA循环管理的原则，通过内部规程的制定完善、业务流程中的监督管理、研修教育活动的推进以及风险自查等一系列活动，实现风险控制和管理全覆盖。中国松下在积极贯彻执行集团全球性遵纪守法准则和管理模式的同时，立足中国地区实际，实施包括防止商业贿赂，遵守中国广告法和海关法等特殊的遵纪守法措施。同时，中国松下积极推动各法人企业遵

纪守法，在各企业确立了法务责任者、法务担当的组织体系，推动该企业法务工作。



遵守行为准则

由松下电器编制，并获得分布在全球各国的下属公司董事会认可的《Panasonic行为准则》是集团全体员工的基本行动指南。中国松下高度重视《Panasonic行为准则》的宣贯和执行，除了在入职教育时人手一本进行发放以外，还以E-learning等多种形式对员工进行教育和培训。中国松下严格执行行为准则中的相关条款，规范企业和员工行为，实现正道经营的目标。



松下行为准则

● 反垄断

为了防止国际垄断联盟（卡特尔）行为的发生，松下电器明确了禁止与竞争对手交流有关产品价格、数量、市场份额等方面的信息，同时规定了在接触其他竞争对手时的事前许可制度。为了尽可能规避风险事件的发生，建立集团内部热线，并导入奖惩分明的管理制度。中国松下积极倡导公平竞争的商业模式，严格执行集团防止国际垄断联盟的政策和措施。2013年，公司针对个别风险较高的领域及部门，加强并实施了研修教育以及企业自查等活动。

● 反商业贿赂

中国松下在产品销售、推进公共设施系统项目、规格标准化活动、日常申请行政审批许可等活动中，为了避免发生因不当接触行为导致公务员贿赂的问题，制定严格禁止向本国及外国公务员的行贿行为规程，以及相关接待公务员的规范标准，并在所有事业领域予以贯彻。2013年，针对个别风险较高的领域及部门（B2B\B2G），加强并实施了研修教育以及企业自查等活动。

● 广告合规

松下电器在华地区的所有广告宣传活动均遵守中国广告法，不做与事实不符的夸大宣传和虚假广告，对于所有对外发布的广告及宣传内容，公司内部加以严格审核。松下广告（上海）有限公司内部配备2名广告审查员，均经上海广告协会培训并颁发证书，一般业务均由广告审查员审核后执行，发布活动及宣传品等则由广告审查员初审后提交中国广告协会审查并出具《广告咨询认证书》后执行。

增强员工意识

每年9月是松下电器的“遵纪守法月”，在此期间，集团面向全体员工实施遵纪守法宣传教育等活动，包括向经营干部发送守法寄语、张贴遵纪守法海报、实施遵纪守法意识调查等。中国松下重视员工法律教育和知识普及，积极参与集团组织的培训活动，同时制作了“遵纪守法手册”，通过漫画及Q&A等形式形象生动地讲述日常工作中的注意事项。



遵纪守法手册



遵纪守法五视点

中国松下开展多种形式的守法合规培训活动，在E-learning的推进方面，除了不断提高受训学习率以外，还根据公司的业务特点开发制作出更多的符合业务需求的课件。为了使集团全体员工接受更为系统的法律知识教育，中国松下积极推进分职能、分等级的系统化研修体系。2013年，松下中国面向在华企业进行遵纪守法研修20场，共计735人次参加。



2013年9月，面向在华企业进行遵纪守法研修

遵纪守法研修：

20 场

参加：

735 人次

2013年，为了不断增强员工遵纪守法意识，松下中国及时提供法律法规的立法、修订等信息，并针对各种需要特别关注的课题，在搜集公司内外相关案例的基础上加以分析和总结，制作了“他山之石”栏目，以中日文两种语言发送给各企业，并在公司内网上公开发布。2013年，共累计制作发送11期。

案例

◎ 遵纪守法注意事项

2013年9月，松下中国连续21天以“每日一话”的形式，以中、日文两种语言向全体员工再次重申日常工作中的遵纪守法注意事项。

营业

交易开始之前，关于交易对象的适合性是否进行了确认？

这家公司真的靠谱吧，还是骗钱吧！

可是，前几天听说这家公司因为涉嫌造假而遭到调查，与他们交易没问题吗？

不得与有违法嫌疑的公司进行交易！

在研讨与某公司开始交易之前，必须要取得对方最新的营业执照，以确认对方的法人资格以及经营范围。除此之外，还要就其财务状况等进行信用调查，但更重要的是要确认对方公司是否重视企业的遵纪守法经营。

RISK 公司经理

如果交易对方是经营电器从事经营活动，一旦受到行政部门的纠正，相关交易有可能被中止，而使企业面临意想不到的经营风险。

营业

由于不叫合同书，所以无须仔细确认内容就随便签署了？

那么难道想先签署这个备忘录吧，我们到后面再正式签署。

行，没问题。

只是备忘录，又不是合同，事后再说也没办法吧。

不得随便签署或盖章任何文件！

交易相关的书面文件通常被称为合同，但是合意书、协议书、备忘录、议事录、规格书等名称的文件经双方达成一致意见后也具有合同效力，属于合同的一种。因此，无论签署何种书面文件，必须要注意仔细确认其内容后方可签字。

RISK

签署合同时，必须根据公司内部关于合同内容的确认、审查及签署的决断程序。另外，签署完毕的合意书必须根据合同管理的相关规定进行保管，并严格按照合同约定履行义务。

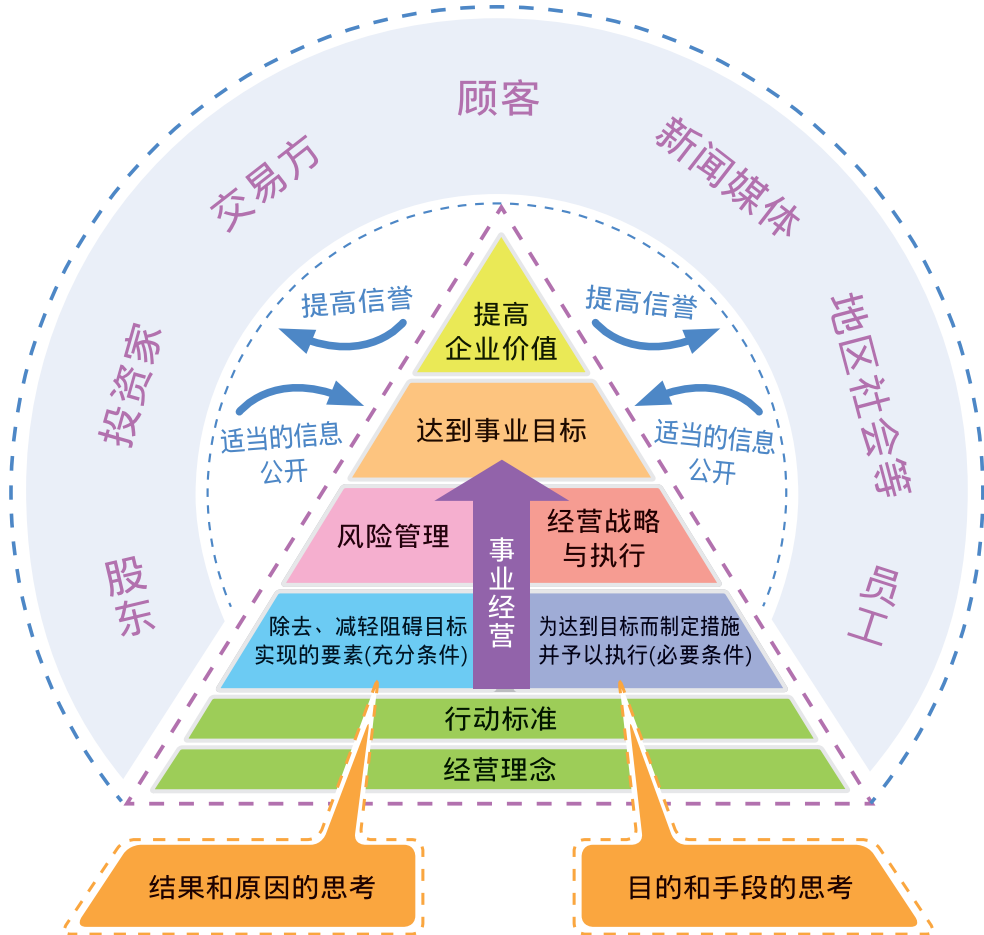
风险管理

松下电器自创业初期就建立了风险管理制度，并不断根据社会发展和外界环境的变迁，逐渐完善全集团范围的风险管理体系。

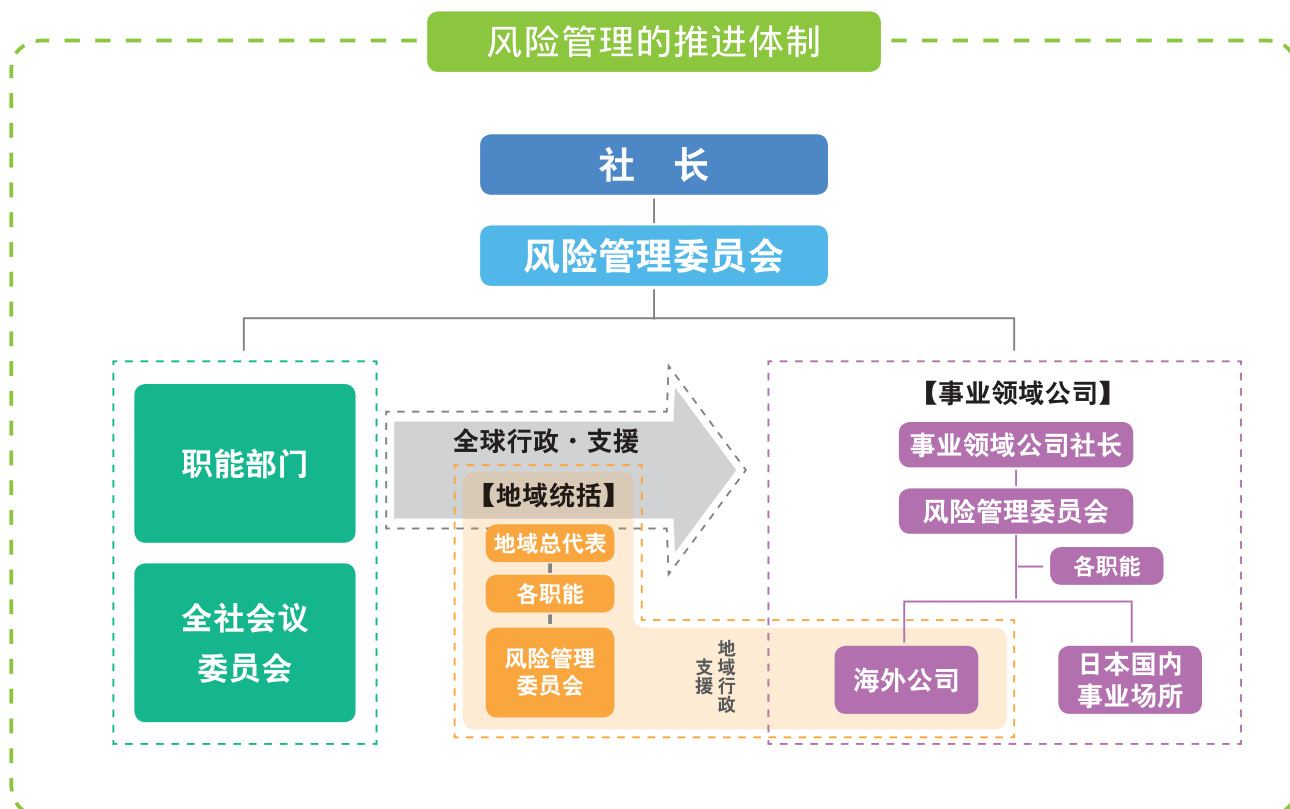
松下电器防患于未然的风险管理活动，与在企业经营中制定并实施引导成功的经营战略一道，是推动事业发展的“两个轮子”。两者的有机

结合，有助于确保事业目标的实现，提升企业价值。此外，松下电器认为，通过恰当地向社会公开风险信息，提高事业经营的透明度，同时针对风险，采取事前对策，有效地控制风险成本，可为利益相关方和地域社会创造安心与放心的环境。

经营战略和风险管理是事业经营的汽车的两个轮子



风险管理的推进体制



案例

◎ 自主监察及SOX监察

通过自主监察及SOX监察模式，确保包括中国在内的全球监察制度落实，建立、健全内部控制体系，积极履行社会责任。

全松下集团采用相同标准，在各地区的各关联公司落实，并对总部进行宣誓承诺，通过集团信息披露委员会审查，最终由集团CEO/CFO对报告书负责。

2009-2013年落实情况（以松下中国为主导的监察实施落实数量）

| | | | | | |
|-------|------|------|------|------|------|
| 业务监察 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 |
| 现地 | 8次 | 8次 | 7次 | 8次 | 6次 |
| 课题改善 | 12次 | 6次 | 7次 | 9次 | 10次 |
| SOX监察 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 |
| 现地 | 4次 | 5次 | 4次 | 3次 | 4次 |
| 课题改善 | 2次 | 5次 | 3次 | 1次 | 2次 |



全员经营

我们培养人才先于制造产品

全员经营，我们培养人才先于制造产品

| | |
|-------------|----|
| • 员工权益..... | 28 |
| 员工基本权益 | 28 |
| 平等就业 | 28 |
| • 员工培养..... | 29 |
| 员工本地化 | 30 |
| 员工培训 | 30 |
| • 员工成长..... | 34 |
| 人才战略 | 34 |
| 职业发展规划 | 35 |
| • 安全管理..... | 36 |
| 职业健康保护 | 36 |
| 安全卫生管理 | 37 |
| • 民主沟通..... | 38 |
| • 人性关怀..... | 39 |

【我们始终在倾听】

松下电器应有着奖惩分明的体制，积极向上的企业文化，活泼、开放的沟通渠道，能够给员工以清晰的职业规划和创造挑战的可能性。

【我们一直在行动】

保护员工基本权益，争取员工最大福利，注重员工健康安全，培养员工长远发展，保障员工工作生活平衡。

员工权益

员工基本权益

为了保障员工的权益不受侵犯，在选、用、育、留的全过程，中国松下均遵照国家的相关法律法规。我们维护国际人权公约和劳工标准，保障员工结社自由，杜绝使用童工和各种形式的强制劳动，坚持同工同酬；认可个人的多元价值观，确保员工基本权益的实现。

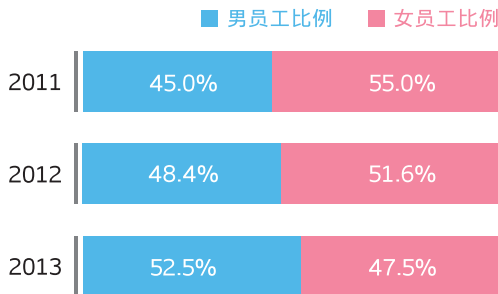
通过创建健康、安全、舒适的职场环境，中国松下确保体面劳动，劳动合同签订率、社会保险覆盖率、健康体检率均达到100%。同时，我们秉承创业者“培养人才先于制造产品”的经营理念，关爱每位员工，力争提供在同行业、同地区有竞争力的劳动条件和薪酬福利。



中国松下每年通过实施满意度调查，了解员工对企业的各种想法，从而更好地促进企业调整各项管理制度，力求在实现经营持续发展的前提下，确保人才流失率处于稳定的状态。

平等就业

中国松下遵守所在国的法律法规，以努力为当地社会做贡献为宗旨，倾听社会各界特殊人群的需求，坚持平等雇佣，提供均等就业机会。我们特别设立了专人专岗，从“开发岗位、扩大招聘”和“促进交流、稳定就业”两方面加速推进残障人士招聘工作，积极举办残疾人招聘会。同时，不断尝试新方式，探索一条促进就业与稳定就业相结合的推进之路。



中国松下员工性别构成 (2011-2013)



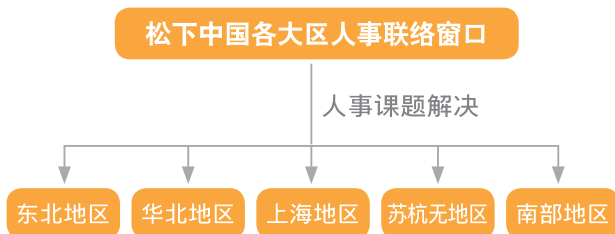
残障员工雇佣人数 (2011-2013)

员工培养

中国松下重视员工的个人发展意愿，将培养人才作为重点工作进行推进，2013年8月，为解决各地区在华企业的人事课题为目标，中国松下成立了分地区的人事对策委员会。明确了东北地区、华北地区、上海地区、苏州-杭州-无锡地区和南部地区的5大在华企业地区在松下中国的人事联络窗口，强化了体制的共同联结和支援。

为充分发挥中国松下在华企业培训资源的力量，实现更高效，更高标准的人才培养效果，2013年中国松下完成分地区培训平台体系的搭建。

中国松下集团人事对策委员会



分地区培训平台搭建

2013年，由松下中国集团人事部门和松下中国下属的人才开发公司支持，14家苏州-杭州-无锡地区的在华企业完成了分地区的培训平台体系搭建。



效果：

- ◆ 内部讲师相互活用，人才培养高效化
- ◆ 集团整体培训资源共享，提高各公司培训水平，培训效果最大化
- ◆ 集团内部学员相互交流学习，成果分享优质化

案例

员工本地化

中国松下在不断扩大事业规模、拓展经营领域的同时，一直十分重视本土人才的培养。在人员招聘和管理者任命上积极采取本地化举措，招聘更多的中国本土人员作为公司员工，或是招聘

海外归国人员来充实公司的人才实力。2013年，中国松下本地管理者比例为 82%，其中女性管理者比例为23%。

本地管理者比例：

82%

女性管理者比例：

23%

员工培训

中国松下的员工培训贯穿于员工入职后的每一个阶段。松下电器（中国）有限公司下属的人才开发公司，以培养中国松下集团开展经营所需要的管理·制造·技术·营销的本地人才为使命，把握和应对各公司对于经营本地化、设计本

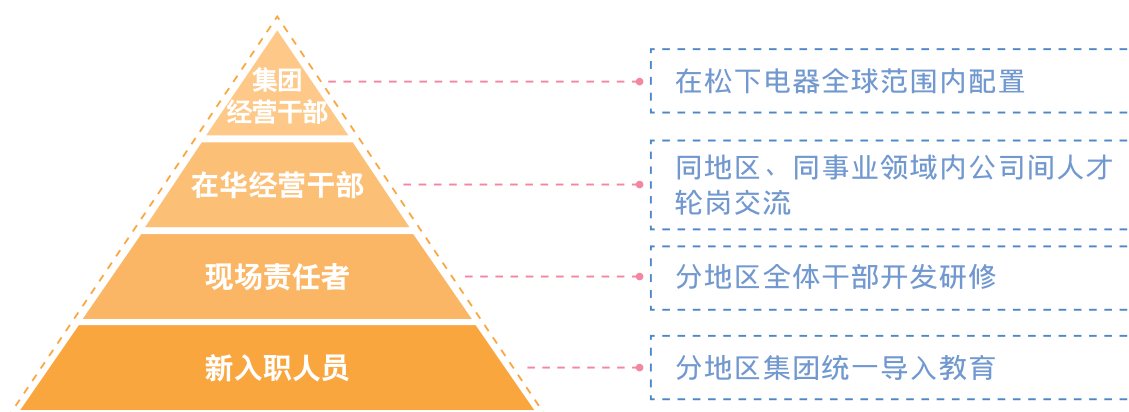
地化、强化制造现场场力的需求，高效率地提供人才培养方面的支援，以构筑招聘·培养·任用相联动的人才培养系统为中期目标，在此系统中，人才开发公司作为地域共有的研修机构提供服务。

| 级别 | 经营理念 | 一般研修 | | 技术研修 | 制造相关研修 | | | | | 职能研修 | | | | | | | | | |
|------|---------|--|------|----------|-----------------|----------|----------------|---------|---------|----------|------|------|------|------|------|---------|----------|-------|------|
| | | 选拔研修 | 管理研修 | 设计研发 | 制造管理 | 品质管理 | 资材调达 | 物流管理 | 环境管理 | 财务相关 | 法务相关 | 人事相关 | 技术法规 | 信息安全 | 安全卫生 | | | | |
| 经营干部 | 经营理念的实践 | P-EDP (全球) | | 制造者责任者育成 | 品质责任者研修 | 供货商管理 | 物流管理 | 环境责任者 | 工厂节能的基础 | | | | | | | 工厂废弃物管理 | 环境风险管理研修 | 生产供应链 | 库存管理 |
| 部长职 | | 经营修补充育成 | 现任部长 | 技术经营管理 | | | Next Cell 革新干部 | 制造现场负责人 | | 品质审查实践研修 | 采购谈判 | | | | | | | | |
| 课长职 | | 次世代干部育成 | 现任课长 | 技术综合管理 | Next Cell 现场管理者 | 品质管理基础研修 | | | | | | | | | | | | | |
| 系长职 | | | 现任系长 | 技术 PJ-TL | 现场干部 | | | | | | | | | | | | | | |
| 骨干员工 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 新入社员 | | 各社自行举办研修： 工作的基本方法、QC、5S、一线员工、现场管理、生产技术等 | | | | | | | | | | | | | | | | | |

中国松下研修体系示意图

为了响应松下电器全球干部开发体系，在中国地区培养全球性人才，中国松下通过轮岗加速本地化的推进，解决事业体间人才不足的课题，最大限度的活用人才，扩大视野，培养出适应松下电器的复合型人才及适合于国际化标准的管理型人才。

中国松下针对于不同级别的人才，进行不同重点的培训与培养。



● 管理人才育成研修

通过各个级别干部研修，与人才培养与任用联动，促进经营干部本地化，培养中国地区干部人才。

案例

◎ 中国地域 经营后备人才育成研修课程

自2004年起，与北京大学光华管理学院共同合作，北大教授与松下中国地域经营干部亲自参与指导。培养能够支撑公司未来事业的现地经营干部队伍，累计毕业人数达到183人。



● 制造人才育成研修

面向制造型企业，为包括一线班组长在内的各级管理人员，提供技能强化、现场强化等研修和竞技训练，并针对安全管理、组装实践等重点领域开设研修课程。

案例

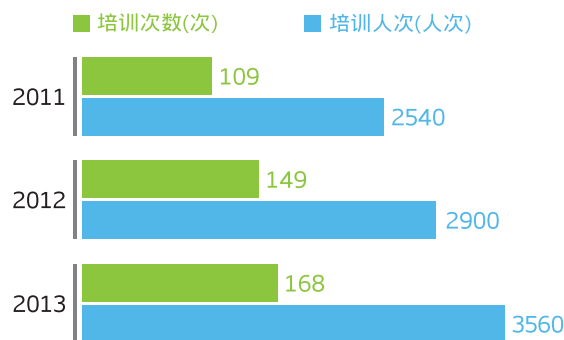
◎ 中国制造技术学院

“好学之心是企业迈向繁荣的第一步”。2009年，中国松下在杭州经济技术开发区设立了“中国制造技术学院”。学院的办学宗旨是通过强化训练学员的制造技术力、革新实践力和领导力，以提升企业骨干的经营管理能力。学院课程设置分为制造现场干部培训和制造现场短期研修。截至2013年3月，累计8,102人次参加了包含56个课程的培训。



● 技术人才育成研修

针对不同岗位的技术人才，开设软件、硬件、结构、技术法规等各类技术相关研修，为“专业型技术人才”和“管理型技术人才”双通道的职业发展提供支持。

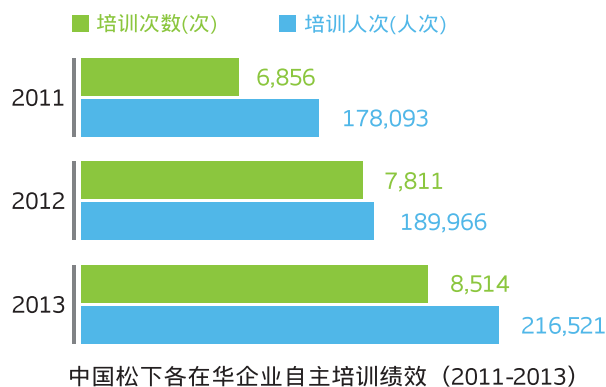
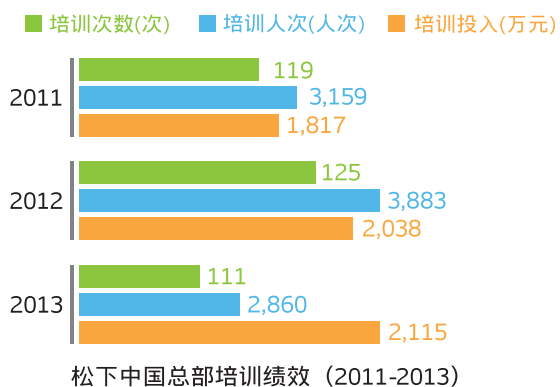


人才开发公司举办的干部、骨干员工培训绩效 (2011-2013)

● 职能别研修

除了人才开发公司开展的各项研修以外，松下中国每年都面向全集团开展包括风险管理、遵纪守法、环境保护、财务知识、品质管理等职能研修课程。公司还设有自我培训的E-learning在线学习系统,通过在线课程进行自主学习。

中国松下各在华企业在接受以上培训的同时，积极在企业内开展各项培训，从而提升职工的绩效，确保企业、组织及个人的发展。



● 新员工入职研修

松下中国统一入职培训从2006年开展到2013年已经举办八届。新员工入职后被分配到各自岗位工作，在具体岗位中，继续由其上司和前辈在工作中进行OJT培训。

◎ 中国松下统一入职培训

“2013年Panasonic集团中国统一导入教育”于2013年7月10日-7月26日先后在杭州、大连召开，共257名新员工参加，通过三天的培训消除新员工的不安，提升新员工的归属感。



案例

员工成长

松下电器始终秉承“培养人才先于制造产品”的理念,视员工为实现基业长青最重要的财富,致力于培养充分理解松下电器的经营理念、经营方针,且时时领会这一方针、为实现使命而努力进取的人才。

人才战略

中国松下在员工培养的过程中以松下电器制定的“对员工的要求”和“管理者的基本原则”为指引,积极培养领会经营基本方针,预见并能积极应对变化,战胜艰难和险阻,勇于挑战创新的员工。营造良好的发展氛围,最大限度发挥员工的积极性格和个人能力,满足全员自我实现的需求。为了实现这个目标,松下电器制定了“对员工的要求”和“管理者的基本原则”。

松下电器认为,培养人才是管理者最重要的职责,贯穿于日常工作的全过程,我们要求所有管理者贯彻“松下事业的根基在于员工”这一理念,不断提高下属的素质,促进下属的成长。

松下电器员工所追求实现的形象:

- 经营理念的实践者
- 自主自立的挑战者
- 不断探索的专家
- 具有丰富个性的人
- 视野开阔的国际人

管理者的基本原则:

- 努力提高自身素质
- 建立培养人才的组织和风气
- 焕发个人的积极性
- 提出适当的要求,并提供发挥个人才智的机会
- 实现多样性
- 正确的评价人,调动人的积极性
- 发展健全的劳资关系

职业发展规划

中国松下重视员工的个人发展意愿，在人才培养方针中强调“时常保持挑战的态度”、“焕发个人的积极性”、“提出利于激发挑战精神的恰当要求，并为员工提供发挥个人才智的机会。”

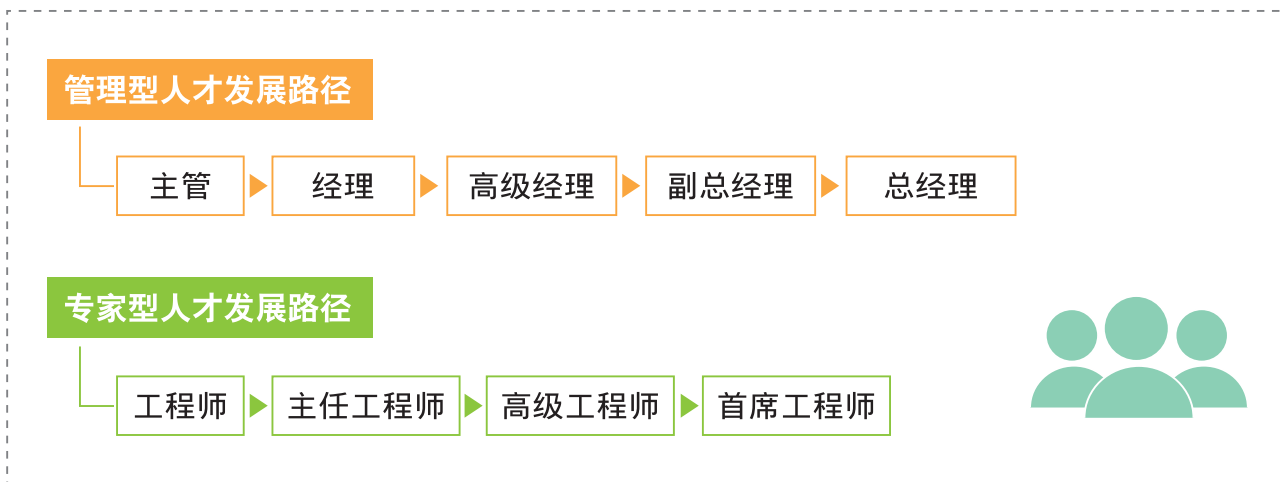
2013年，松下中国首度推出并实施新的人才开发机制和职业发展规划。通过人才面谈、人才

育成、任用·配置三个环节，帮助员工达成个人职业发展目标。

松下中国全年共协助532名员工完成了他们未来三年的职业规划设计，并以此为基础，进一步确定了今后的提升和研修方向。



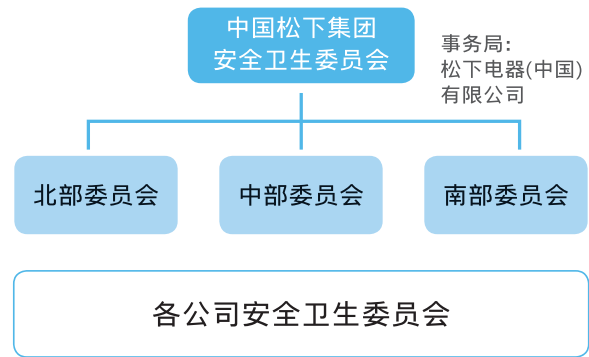
中国松下还为员工提供了“专家”和“管理者”双通道的发展方向。



安全管理

劳动安全卫生宣言

我公司将根据经营理念揭示的“尊重人性”的精神，为实现“身心健康、安全、舒适的职场”，进行全面的考虑和坚持不懈的努力。



职业健康保护

中国松下专门设立了“集团安全卫生委员会”，作为全集团职业健康与安全的领导机构，以松下电器劳动安全卫生方针为指针，通过整体活动的推进实施，在全集团和全员的共同努力下，不断健全健康和安全管理体系统，通过了OHSAS认证，消除或控制职业健康风险，努力营造健康、安全、舒适的职场环境。2013年，中国松下员工职业体检、健康档案覆盖率达到100%，职业病率为0%，全年未发生重大安全生产责任事故。



职业卫生管理实施步骤

中国松下根据国家安监总局设定的13项指标，结合安全卫生监查企业存在的不符合项，制定了8项主要目标，要求100%达成。

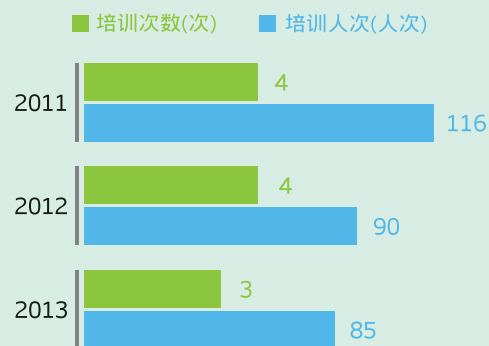
此外，中国松下大部分企业建立了员工心理健康咨询室，开展员工心理健康帮助计划；集团安全卫生管理委员会举办EAP^{*2}研修，对人事责任者及安全卫生管理者进行相关培训，以了解员工心理变化，及时发现问题，对员工开展心理疏导和帮助，消除不安定因素。

安全卫生管理

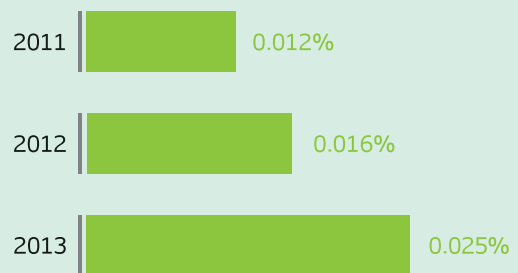
根据中国松下劳动安全卫生宣言中的劳动安全卫生行动指南，集团各生产企业设立了应急管理体制和应急管理预案并定期进行演练，将安全生产作为年事业计划中的重要项目进行推进。2013年中国松下企业工伤事故率为0.025%。

2013年安全卫生管理重点活动

| | 融合（协力·共通） | 强化（基础·行动） | 提升（意识·能力） | |
|------|--|---|--|--|
| 目标 | 加速安全卫生协同管理，协同四大公司，强化地区职能，实现全面融合。 | 推进企业安全生产标准达标和OHS ^{※3} 体系的导入；持续改进安全生产标准化，职业健康管理体系，实现PDCA管理循环。 | 转变固有的思维模式和安全生产观念，增强安全管理专职人员的思想意识、知识水平和专业技能。 | |
| 重点内容 | <ul style="list-style-type: none"> ● 集团安全卫生大会 ● 地区安全对策小组活动 ● 集团安全卫生评估 ● 安全自主监察活动 | <ul style="list-style-type: none"> ● 安全生产强化月主题活动 ● 安全生业务标准化培训和OHSAS推进工作 ● 日常事故预防管理 | <ul style="list-style-type: none"> ● 人才培养 ● 安全卫生管理团队建设 ● 安全管理资格取得 | |
| 事例照片 |  <p>风险评估研修</p> |  <p>地区安全对策小组活动</p> |  <p>集团安全生产大会</p> |  <p>安全督导师资格培训</p> |



中国松下安全卫生培训绩效 (2011-2013)



中国松下工伤事故率 (2011-2013)

民主沟通

企业的内部沟通是企业蓬勃发展的内在动力。中国松下不断完善民主、畅通的沟通机制，通过工会、恳谈会、厂务公开等方式，尊重、鼓励并引导员工参与到公司经营管理的全过程，充

分保障员工的知情权和参与权，拓展员工表达想法和建议的渠道，发挥员工的积极性、主动性和创造性，从而创建和谐稳定的工作氛围，增强员工的归属感与认同感。

工会入会率：

100%

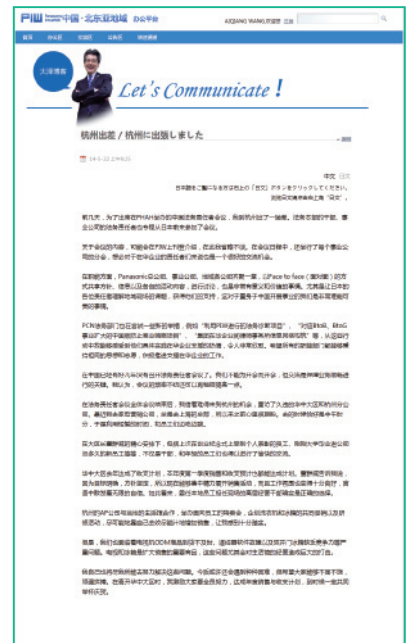
员工BBS：

10 个板块

董事长博客：

311,058 次浏览量

2012年4月，松下中国董事长大泽英俊先生面向集团全体员工开设了“大泽博客”，大泽董事长亲自执笔，讲述自己对公司经营方面的心得和感想。每篇文章下设自由回复功能，中国松下员工均可随时回复个人感想，与大泽董事长公开、直接地进行交流。博客开通两年以来，员工深刻地感受到了现任经营者的思想，大泽董事长也表示通过博客的发表和评论，了解了员工更真实的想法，公司的经营氛围也随之活跃起来。



◎ 人性关怀

中国松下以工会为主导，认真开展对特殊人群帮扶工作，关注和尊重职场女性，努力满足她们在工作和生活上的不同需求，针对女性员工给予特别的慰问和优待。多年来，中国松下坚持开

展困难员工帮扶，对身患重病等有特殊困难的员工，及时给予援助，送去温暖。2013年，困难员工帮扶投入逾92万元。

案例

◎ 暖心的手语培训课程

珠海松下马达有限公司于2013年12月组织开展了手语培训，在籍的聋哑同事一起参与授课，为学员创造了更多与聋哑同事交流的机会。随后展开的拓展训练，进一步增进了企业与残疾员工的感情，加深了沟通与了解。



◎ 广东松下环境系统成立“济难基金”

广东松下环境系统有限公司工会于1999年正式成立了“济难基金”，专门用于救助因重病或意外事故出现经济困难的职工。公司工会组织员工每月定额（小额）认捐，公司等额拨入员工认捐的金额共同形成资金来源。至2014年初，共资助困难员工59人次、为会员购买重大疾病保险，累计使用资金99.2万元。2013年为3名困难职工共资助金额5万元，并为全体“济难基金”会员购买重大疾病保险，使用资金13.6万元。2014年困难救助对象将扩充到员工的配偶及子女。

中国松下定期举办丰富多彩的员工活动，如新年会、旅游、运动会等，在身心放松的同时，也给员工提供了很好的交流机会，丰富了员工生活，增强了员工的归属感与积极性。



公司年会



员工歌唱比赛



员工运动会



环境革新

我们以先进技术保护美丽地球

环境革新，我们以先进技术保护美丽地球

| | |
|--------------|----|
| 加强环境管理..... | 42 |
| 优化环境管理模式 | 42 |
| 夯实环境管理基础 | 44 |
| 应对气候变暖..... | 46 |
| 商品的二氧化碳削减 | 46 |
| 生产活动中的二氧化碳削减 | 48 |
| 降低环境负荷..... | 49 |
| 降低“三废”排放 | 49 |
| 化学物质管理 | 50 |
| 水资源的保护 | 51 |
| 绿色包装与绿色运输 | 52 |
| 践行绿色办公 | 52 |
| 发展循环经济..... | 53 |

【我们始终在倾听】

松下电器应借助在环保方面的世界领先技术和经验，通过产品与服务积极为中国社会的可持续发展作出新的贡献。

【我们一直在行动】

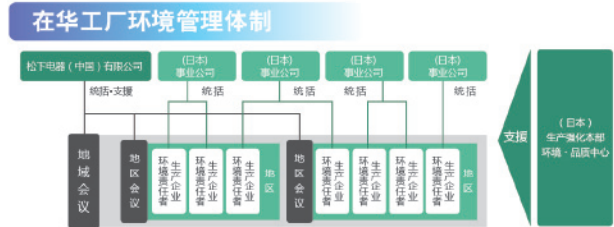
从组织建设、制度建设和能力建设等方面不断优化环境管理体系。确立了产品和工厂为重点的全生命周期管理模式，加大了二氧化碳减排、资源循环、化学物质管理、水资源保护和循环经济等专项议题的推进力度，同时有意识地通过事业活动为解决中国的环境问题做出贡献。

加强环境管理

优化环境管理模式

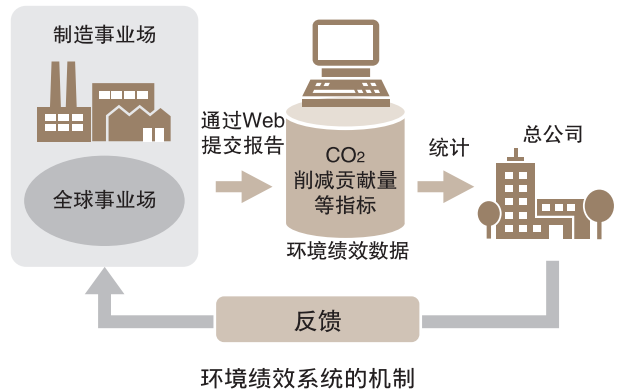
● PDCA管理体制

松下电器将环境管理置于企业经营的重要位置，不断建立和健全环境经营体制机制，促进事业经营和环境保护协调发展。以PDCA的模式持续推进包括二氧化碳削减、资源循环等多项环境目标的实现。



垂直管理和地域管理并行的在华工厂环境管理体制

中国松下采用集团统一建立的环境绩效系统，各工厂定期上报能源使用量、废弃物·有价物产生量、化学物质排放·转移量和用水量等相关环境信息，在支撑集团全球环境战略的同时，通过环境绩效系统的实施，为PDCA模式环境管理奠定坚实的数据基础。



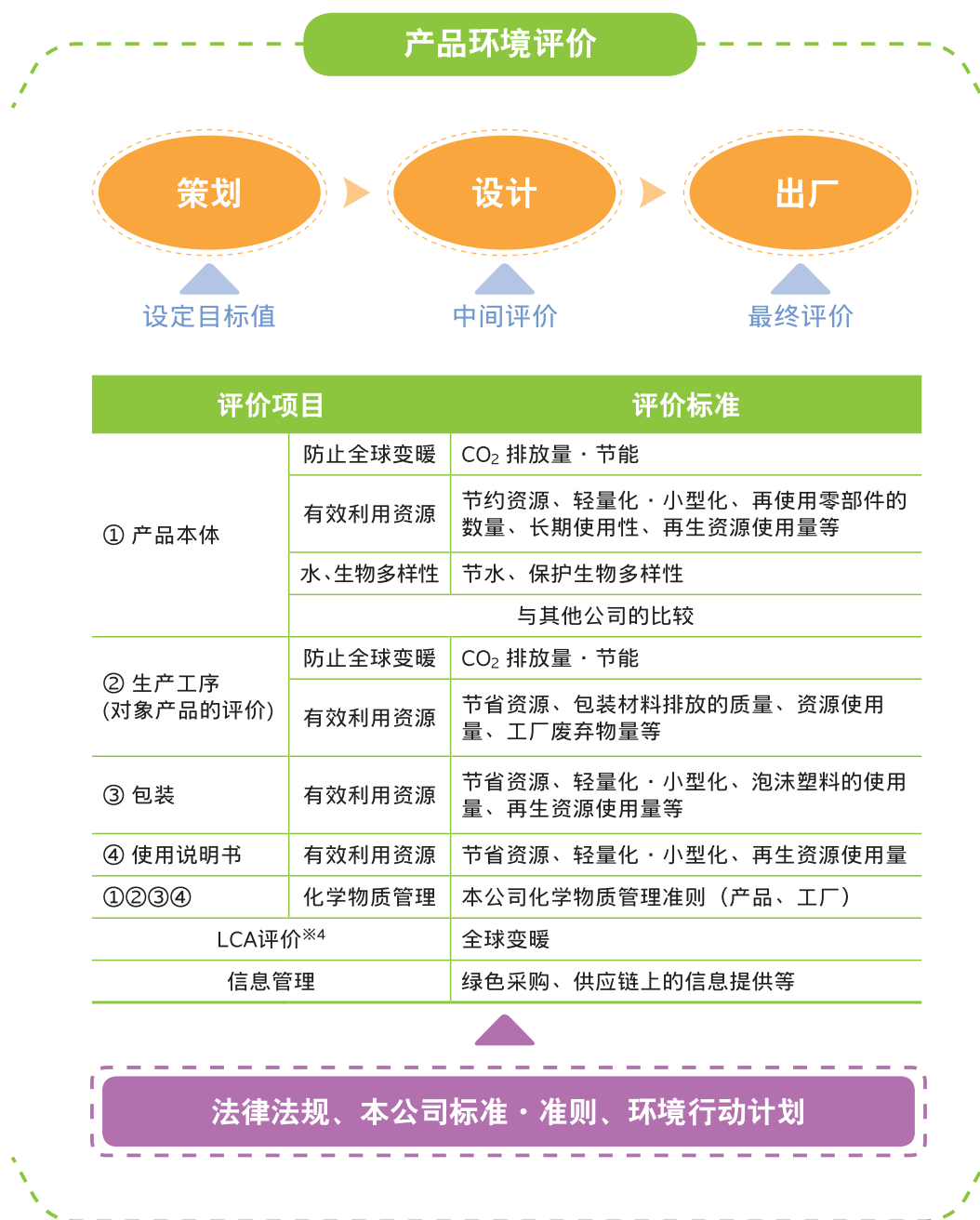
● 绿色产品生产与绿色工厂建立

中国松下充分借鉴行业企业环境工作的成果和经验，结合自身事业特点，探索出以“绿色产品（GP: Green Product）”生产和“绿色工厂（GF: Green Factory）”建立为主要方向的

环境管理与实践活动。打通环境管理的上下游环节，理清环境管理的重点与边界，为环境保护工作的推进奠定坚实的基础。

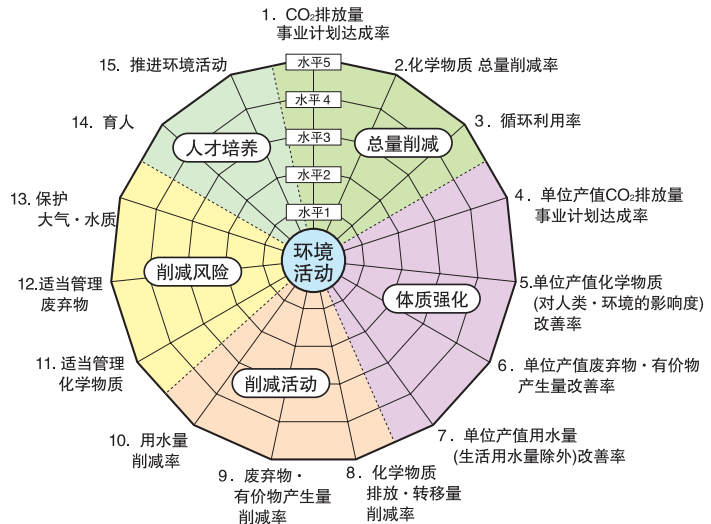
◆ 绿色产品

“设计的不绿色是最大的不环保”，松下电器建立起基于全生命周期的产品环境影响评价制度，在策划、设计和出厂的各个环节，评价产品对环境的影响，不断降低产品和服务在生产和使用过程中的环境负荷。



◆ 绿色工厂

松下电器为实现“在生产环节持续降低全球所有工厂对环境造成的负荷”的目标，建立了“绿色工厂”评价制度，并以此为基础持续开展节能减排活动。中国松下的生产工厂积极开展GF建立，并基于各自的实际状况推进诸如重金属削减、可再生能源运用、绿化美化环境等活动，不断降低生产过程中的环境负荷。



- | | |
|---|---|
| 管理: 16. 二氧化碳管理·活动等级 17. 化学物质管理等级 18. 废弃物管理等级 19. 水管理等级 | 必要项目: ISO14001的持续取得 环境相关法律法规的遵守 土壤污染对策的推进 月度数据登记 |
|---|---|

“GF评价制度”的评价指标

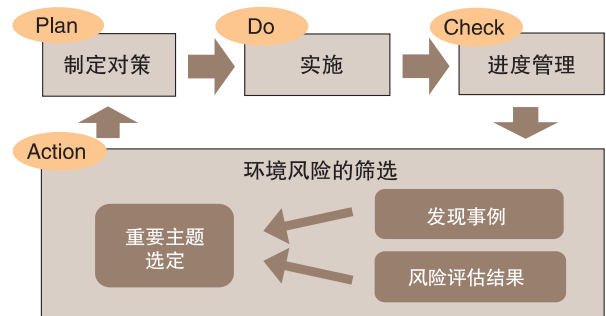
夯实环境管理基础

● 遵纪守法与环境风险应对

中国松下严格执行建设项目环境影响评价、防治污染措施“三同时”、排污申报等环境法律法规要求。各工厂通过定期的废气、废水、噪声等监测和环境管理内部审核，对污染物排放和环境管理过程进行监控。同时还通过ISO14001环境管理体系的建立和运行以及清洁生产的实施持续提升自身的环境管理水平。

中国松下建立与集团和事业公司联动的环境风险管理体制，推进环境风险的定期筛选、风险管理和发现环境风险时的迅速应对机制，持续降低环境风险。为了实现环境风险的筛选与风险管理的推进，我们根据集团环境风险的发现事例以及风险评估的结果，筛选出需要管理的环境风

险。同时，将这些环境风险按照“发现频率”和“对经营的影响度”划分等级。以风险等级高、应加强管理的重要主题为核心，制定并实施对策。



环境风险的选定与对策推进的示意

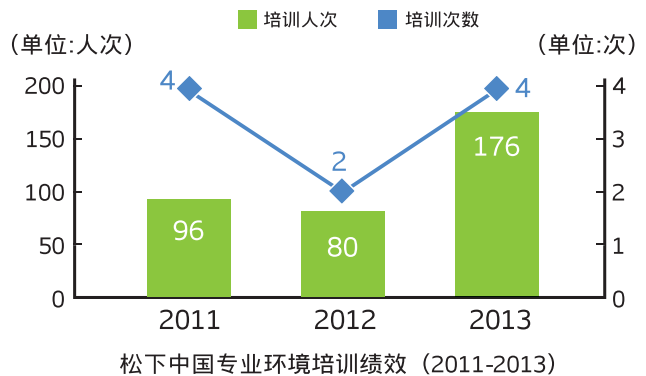
◎ 以守法和风险预防为中心的地区活动

2013年，松下中国将守法和风险预防设定为地区间企业环境交流活动的主题。各工厂围绕化学品和挥发性有机物环境管理、环境风险预案的制定和设施强化等内容，开展深入探索，全年有80家次的工厂参加了于东北（含华北）、华东和华南三地举办的环境交流活动。



● 环保培训与宣教

中国松下根据岗位需求，每年派遣员工参加外部机构组织的环境培训。2013年，累计参训突破4万人次。同时，松下中国结合集团的环境管理要求和年度目标，每年有针对性的开展以学习环境基本知识为目的的“一般教育”和以加强、提高环境技能为目的的“专业教育”。



| 类别 | 一般环境教育 | 专业环境教育 |
|------|------------------|---------------------------------|
| 针对对象 | 制造工厂以及职能部门管理者 | 制造工厂环境专业人员 |
| 培训内容 | 工厂环境管理、环境活动、环境经营 | 环境法律概要、危险化学品风险应急、废弃物管理、工厂排水排气管理 |
| 培训绩效 | 3次，33人次 | 4次，176人次 |

照片



松下中国环保培训绩效2013

● 环境会计

松下电器将环境保护成本和经济效果与环境负荷量(削减量)联系起来，在全球范围内开展统计工作，并将其作为环境经营的基础信息有效利用，通过有效的价值管理，达到协调经济发展和环境保护的目的。

| 指标 | 单位 | 环保投资额 ^{※5} | 环保费用额 ^{※5、6} | 效果金额 |
|--------|-----|---------------------|-----------------------|------|
| 工厂环境保护 | 百万元 | 96 | 7 | 37 |

2013年中国松下工厂的环境会计数据

应对气候变暖

为了实现“到2050年，二氧化碳等温室气体的排放量与2005年相比减少一半”的目标，松下电器率先提出包含生产活动和商品使用等多维度的二氧化碳削减方法。为此，引进了独有的指标“二氧化碳削减贡献量”^{※7}，从“商品”、“生产活动”两个切入点着手，加快推动减排活动。中国松下也将最大化地推动二氧化碳削减贡献量。

商品的二氧化碳削减

松下电器自2009年起就持续开展提高商品节能性能的活动以减少能源使用并推进环境标志的取得。

● 节能商品

在中国全社会的用电总量中，家庭用电约占12%，而在中国家庭用户中，公认的耗电大户是空调、冰箱、洗衣机。基于此，中国松下向市场

推出了节能效果更为突出的家电产品，并通过产品环境标志的获取，强化与消费者的交流，减少二氧化碳排放量。

◎ 电冰箱

案例

应用在电冰箱上的“ECONAVI节能导航”功能，同时配备了亮度感应器与门开关感应器，将环境亮度与主人使用冰箱的频率记录下来，并分析使用者长达3周的使用习惯，掌握家庭作息规律，根据当日使用情况调整运行状态以达到节电的目的。

获得国家能效1级认证的松下大容量冰箱NR-F605TT-N5，通过搭载“ECONAVI节能导航”功能，变频压缩机与风冷系统双重组合节能，平均节电15%。



◎ 空气净化器

随着PM2.5污染问题的持续，空气净化器产品逐渐受到关注。松下在空气净化器产品上装备的“ECONAVI节能导航”功能，可实现人体感应、异味感应、灰尘感应、亮度感应和湿度感应五重感应，通过感知系统来调节净化速度，达到节能降耗的目标。

搭载了“ECONAVI节能导航”的净化器F-VXJ90C-S/K，与自动模式相比可以达到约41%的节能效果。



◎ 吸尘器

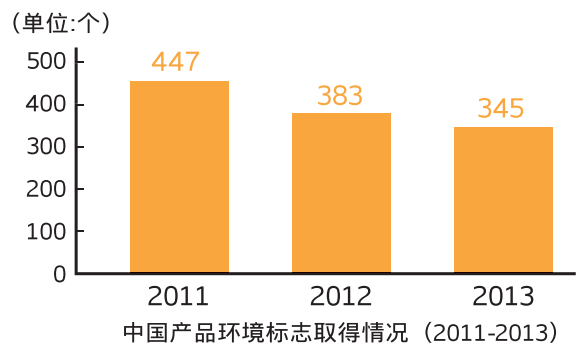
2014年全新发布的MC-BR30GC无绳吸尘器，融合了松下顶级的高智能科技，特有的微尘感知功能，即使是眼睛看不见的20 μm微尘，也能轻松被捕获。

独有的“ECONAVI节能导航”功能智能感应系统，可以根据垃圾量自动调节功率，耗电量比非“ECONAVI节能导航”功能模式下运行节省48%-50%。



● 产品环境标志取得

中国松下努力通过技术开发提高产品的环境性能，并积极推进产品环境标志的取得工作。除能效标识之外，还努力获取自愿性产品环境标志^{※8}。2013年，在空调、洗衣机等主要对象产品类别中，中国松下共取得了345个产品环境标志。



十环标志I型和II型

节能认证标志

环保标志



十环标志I型



十环标志II型



节能标志



节水标志



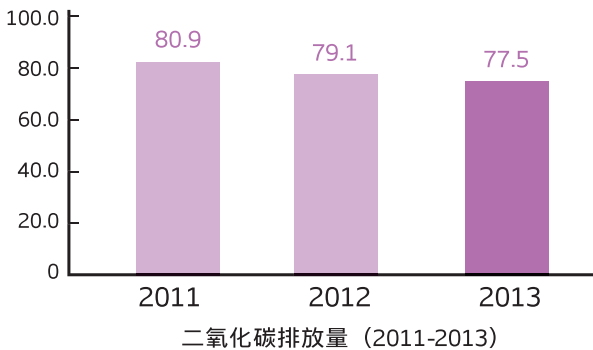
生产活动中的二氧化碳削减

除了研发与生产节能环保产品，推进二氧化碳减排外，松下电器还致力于削减生产活动中产生的二氧化碳。

● 二氧化碳削减贡献量的最大化

中国松下通过持续改善节能体制、降低单位产值的二氧化碳排放量，通过技术改进和新能源的使用，努力实现生产活动中二氧化碳削减贡献量的最大化。2010年起通过推进二氧化碳板粉^{※9}活动，横向推广削减事例以及培养专业人才等持续推进二氧化碳减排。

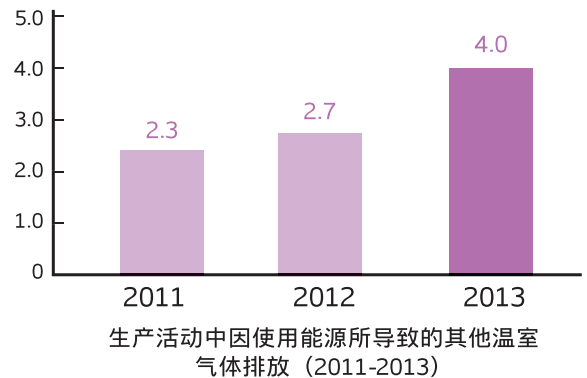
(单位:万吨)



● 其他主要温室气体的排放

除二氧化碳外，中国松下工厂还积极监控PFCs（全氟化碳）、SF₆（六氟化硫）等其他主要温室气体的排放。

(单位:万吨)



◎ 生产活动中的二氧化碳削减贡献量

案例

松下系统网络科技(苏州)有限公司通过在工厂屋顶安装约5千平米的太阳能面板发电，为工厂提供部分电力。自2013年9月试运行以来8个月累计发电84,698度。



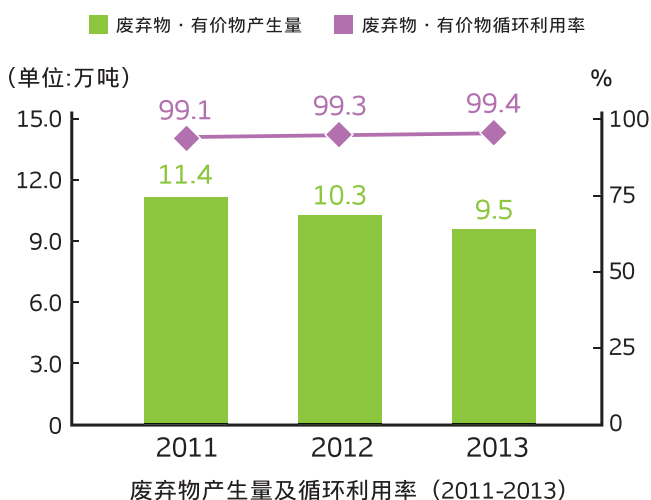
松下系统网络科技(苏州)有限公司太阳能发电站

降低环境负荷

降低“三废”排放

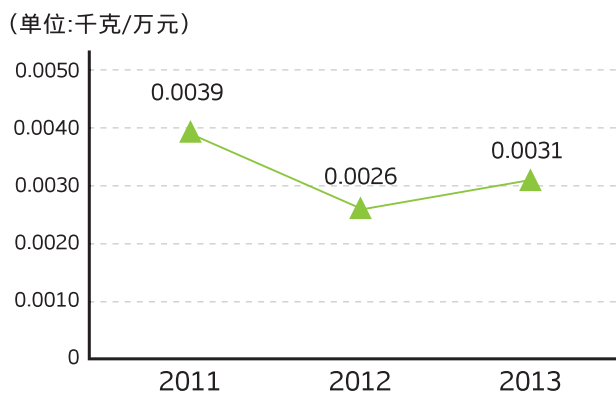
● 工厂废弃物零排放

松下电器将工厂内产生的废弃物·有价值物划分为三类，并致力于在生产工序中提高材料的成品率以控制废弃物的产生量，同时通过进一步提高废弃物的再资源化量以实现最终处置量无限接近于零的“工厂废弃物零排放^{*10}”目标。2013年，通过组织地区间工厂围绕共同课题探讨解决方法 and 共享处置信息等持续推进提高废弃物循环利用率^{*10}的活动。

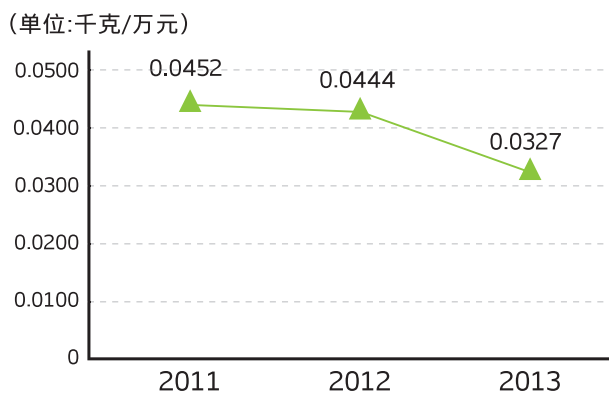


● 大气污染物和水污染物排放的削减

二氧化硫和氮氧化物以及氨氮和化学需氧量 (COD) 是中国政府“十二五”规划中的主要污染物排放总量控制指标，中国松下工厂也积极开展针对这些污染物质的削减工作。



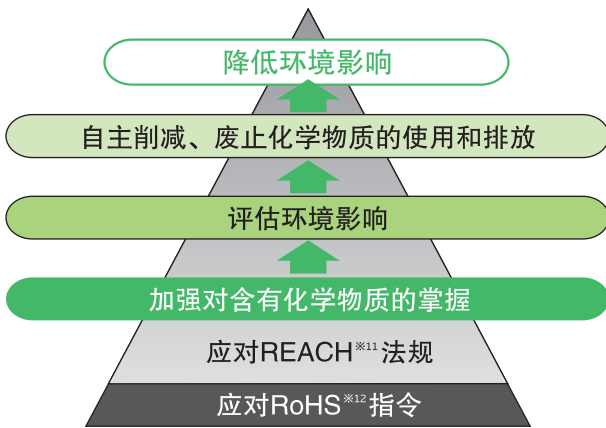
单位产值二氧化硫排放量 (2011-2013)



单位产值COD排放量 (2011-2013)

化学物质管理

松下电器致力于在产品整个生命周期中最大限度减少可能对人类和环境造成不良影响的化学物质。颁布《化学物质管理等级准则》并持续更新，对产品和工厂的推进活动分别制定了禁止物质和管理物质方面的规定，同时也要求供应商严格遵守该规定。



降低环境影响的活动流程

● 降低产品环境影响的推动活动

为降低产品中化学物质对环境的影响，松下电器努力掌握化学物含有信息，并根据RoHS等相关法律法规的规定，指定禁止物质并实施严格的管理。同时，运用松下电器对产品所含化学物质外部影响的评估结果，不断开发和生产环境负荷低的产品。

| 等级 | 定义 |
|-----------|--|
| 禁止 等级1 | <ul style="list-style-type: none"> ● 现在由法律限制禁止产品含有，或规定含有浓度的上限的物质 ● 预定于本准则改订后一年以内由法律限制禁止产品含有，或规定含有浓度的上限的物质 |
| 禁止 等级2 | <ul style="list-style-type: none"> ● 属于1级禁止物质所规定的物质以外，由条约、法律限制规定期限禁止产品含有的物质 ● 本公司推进比条约、法律限制所规定的期限提前禁止产品含有的物质 ● 由本公司的主动工作限制使用的物质 |
| 管理 等级3 | <ul style="list-style-type: none"> ● 目前不属于我公司管理的禁止物质，但是由于各类法律限制已在考虑禁止其使用 ● 本公司在明确了寻找其代替品的课题的同时，根据今后法律限制的变化趋势，考虑确定其禁止时期的物质 |
| 管理 | <ul style="list-style-type: none"> ● 应该掌握使用实际情况，考虑健康、安全卫生、适当处理等的物质 ● 并非限制有意使用，而是应该对于有无使用及含有浓度掌握数据的物质 |

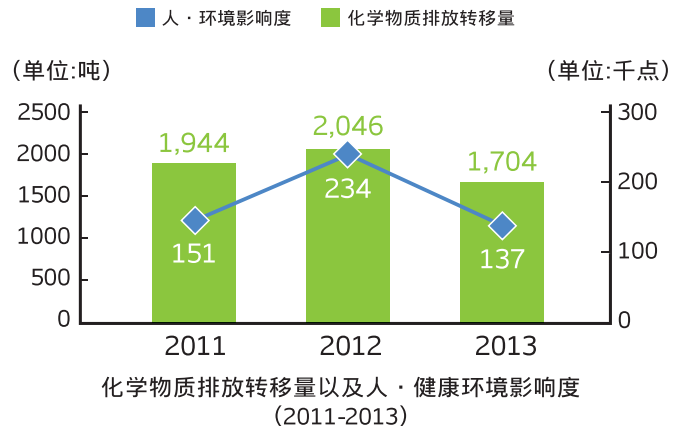
化学物质管理等级准则(产品)的体系

● 降低工厂环境影响的推进活动

松下电器根据与化学物质有关的法律法规选定对人体健康及环境有害的化学物质作为管理对象。还以这些有害性信息为基础制定“人·健康环境影响度^{※13}”指标。中国松下的工厂全部按照相同标准执行并积极开展减排工作。

| 等级 | 定义 |
|----|--|
| 禁止 | <p>在万一被使用时必须立即停止使用的符合以下描述的物质</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 对人类有致癌性 ● 破坏臭氧层的物质（不包括HCFC） ● 本公司禁止使用的物质 ● 日本化学物质审查规制法第一种特定化学物质 ● 劳动安全卫生法制造禁止物质 ● 国际条约中禁止制造、使用等的物质 |
| 削减 | <ul style="list-style-type: none"> ● 掌握使用量、排放·转移量，应削减排放·转移量的物质 ● 在禁止等级以外的、对人类和环境具有有害性的物质 |

化学物质管理等级准则(工厂)的体系



水资源的保护

地球上可利用的淡水仅占整体水资源的万分之一左右。中国松下在以循环型生产为目标的同时，向客户提供节水产品，致力于保护水资源。

● 创新节水产品

中国松下深入分析商品的用水方式，通过增强水流控制、水量控制等功能以提高用水效率。XQG70-VD76ZN斜式滚筒洗衣机，耗电量为0.716度，用水量为49升。



XQG70-VD76ZN斜式滚筒洗衣机



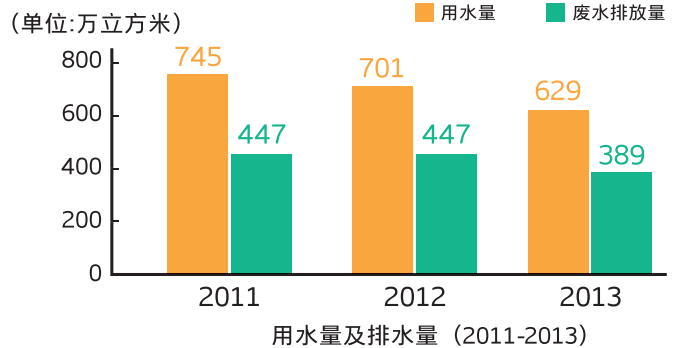
XQG70-VD76ZN
洗衣机1级能效标识



中国节水认证标识

● 工厂生产节水

中国松下的工厂通过削减用水量和提升水循环利用率开展节水工作。每年制定单位产值用水量的降低指标，要求空调系统禁止直排，并且凭借循环利用型设计使水资源得以再利用，减少新水消耗量及废水排放量，降低对水资源造成的负荷。



◎ 循环利用生产废水

松下能源（无锡）有限公司利用反渗透和蒸馏技术对生产废水进行回收再利用，每年可循环利用生产废水80,000吨。



松下能源（无锡）有限公司废水回收再利用系统

案例

绿色包装与绿色运输

● 坚持使用绿色包装

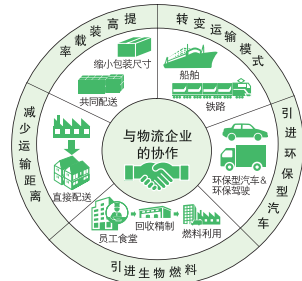
为了减少对环境的影响，中国松下在保证产品质量的同时，持续治理与削减瓦楞纸和泡沫聚苯乙烯的使用量，工厂间的运输使用可重复利用包装并注重提高运送货物时的装载能力。通过掌握物流情况和进行产品强度试验、包装试验等，提高所需部位的产品强度，选择并设计合适的缓冲材料，努力控制包装材料使用量的增加。

在循环型制造的过程中，积极地推进减少资源投入量的同时，加大再生资源的有效利用，根据资源的种类建立符合其特性的循环结构。中国松下通过调查各种资源的投入量，明确再生资源有效利用的课题。

● 提倡实施绿色运输

中国松下致力于防止气候变暖，降低环境负荷，在物流方面重点开展“转变运输模式”，“缩短运输距离”，“提高装载率”等活动。

2013年，松下电器全球运输二氧化碳排放量为81万吨，其中中国占比约13%。松下电器全球的二氧化碳排放量原单位^{※14}较去年比削减了8%，较2005年比削减了40%。



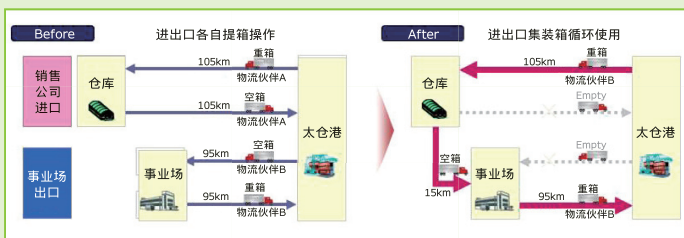
松下电器全球绿色物流重点活动

案例

◎ 缩短运输距离

进出口集装箱的循环使用

通过循环使用中国进口时和海外出口时的集装箱，削减空箱的运输和削减二氧化碳排放量。同时，为了加速绿色物流的普及，松下电器将绿色物流行动方针、二氧化碳排放量把握要点以及优秀事例汇编成《绿色物流手册》在全球范围内开展绿色物流的推进与教育普及活动。



践行绿色办公

中国松下在非生产型办公场所提倡绿色办公。通过放置分类垃圾箱，无纸化办公或双面打印，张贴节能减排宣传海报等方法，节约水、电、纸等办公耗材的使用，营造节约资源能源和保护生态环境的良好氛围。

发展循环经济

针对关注度与日俱增的资源问题，松下电器将其置于了与应对气候变化同等重要的地位，积极推动“资源投入量的最小化、再生资源的最大化”，同时还通过建立资源回收利用工厂，为中国废家电的循环利用做贡献。此外，2013年松

下中国还通过参与《废弃电器电子产品处理目录（2014版）》以及《废弃电器电子产品处理指导手册》的制定，为中国政府强化废弃电器电子产品管理献计献策。

案例

推进在中国废弃电器电子产品的再生利用

■ 进展

松下中国与杭州大地环保有限公司、DOWA控股株式会社、住友商事株式会社携手于2011年11月在浙江省杭州市成立合资企业杭州松下大地同和顶峰资源循环有限公司，从事废弃家电的再生利用事业。自2014年2月18日正式启动生产以来，截止到2014年3月31日，累计拆解数千台废弃电视机、洗衣机和电冰箱。

■ 先进设备

竖式破碎机（氟利昂回收技术）

使用竖式破碎机、滚筒式磁选机、有色金属分选机、风力分选机、保温层材料中所含氟利昂的回收装置等设备，进行自动分选。

功能：为了实现从废旧家电中回收各种资源（铁、有色金属、树脂等），可对投放物按一定大小进行破碎。

特点：可将废旧家电整体破碎

处理能力：5吨/小时

处理效果：产出物呈35mm块状物



竖式破碎机

激光式P/F切割技术^{※15}

使用6轴联动装置，通过激光照射对CRT电视机的屏玻璃、锥玻璃进行切割

功能：可自动辨别CRT的尺寸，根据不同尺寸调整激光照射能源

特点：提升处理能力和切断面品质

处理能力：90台/小时 处理14寸~36寸CRT

处理效果：切断面品质平整干净，切割速度是电热丝式切割机的3倍



激光式切割机



合作共赢

我们与合作伙伴共同履行社会责任

合作共赢， 我们与合作伙伴共同履行社会责任

| | |
|---------------------|----|
| → 加强与政府的沟通与合作..... | 56 |
| → 培养行业人才..... | 57 |
| → 加强与经销商的沟通与交流..... | 57 |
| → 加强与供应商的沟通与合作..... | 58 |
| 松下电器的采购方针 | 58 |
| 对供应商CSR采购的要求 | 58 |
| 绿色采购活动 | 58 |
| 通过与供应商的协作实现成果共享 | 59 |

【我们始终在倾听】

松下电器拥有世界上领先的技术和经验，应积极开展在中国节能环保领域的相关合作，培育出更多专业人才，加强分享经验，促进长期合作和共同发展。

【我们一直在行动】

通过参与生态科技城的创建，助力重大项目和民生工程；凭借先进技术和经验，培训行业专业人才；加强与利益相关方的沟通交流，实现共存共荣。

加强与合作的沟通与合作

中国松下积极响应政府宏观政策要求，参与政府投融资平台建设，助力重大项目和民生工程，积极构建和谐政企关系。

案例

参与大连生态科技创新城建设

科技生态型城市是国家倡导的城市发展方向，中国松下充分发挥企业技术优势和业务优势，积极参与大连生态科技创新城建设，根据中国特有的情况，推进在智能家居领域的导入，实现了室内空气环境的可视化，节能的同时，带来一个安心、安全、舒适健康的高附加值住宅空间。松下在项目的035区高层导入舒适性精装修、节能型家电及家庭能源控制系统（HEMS系统），实现了先进智能化家居的商业样板的同时，还为生态城提供了空气质量管理以及安防管理系统。



大连生态科技创新城效果图

案例

五水共治

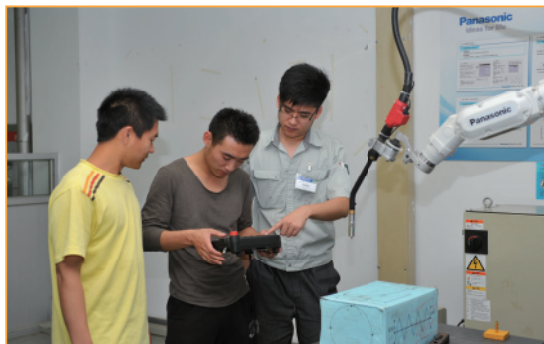
为提升杭州经济开发区的水环境质量，全力响应市委市政府治理污水、防患洪水、排放涝水、确保供水、紧抓节水的“五水共治”号召，松下杭州地区六家企业联合认养了开发区2号渠-三号大堤护塘河，连续三年每年提供经济支持2万元，定期确认认养河道是否正常排水排污，追溯影响河道水质的污染根源，制定和实施解决方案。真正实现政企合作，企业声誉与民众影响力进一步提升。

培养行业人才

中国松下积极加强与同业伙伴的合作，通过松下电器（中国）焊接学校培养焊机维修专业型人才，支撑行业发展。

成立于1995年的松下电器（中国）焊接学校，以“培养高水准的焊接作业者及设备维修者，为焊接新技术的普及和发展做贡献”为使命。二十年来，学校为汽车、摩托车等各行各业培训了近六万人次的焊接作业者和设备维修人员。同时，该校与大专院校合作，开展校企合作办学，培养机器人操作及维修的专业型专科人才，向企业输送综合性的焊接施工人员。

2013年，开展了焊接技能、焊接维修、机器人操作等9个培训项目，共计培训1390人。



加强与经销商的沟通与交流

经销商是中国松下的组织延伸、事业延伸和责任延伸。公司高度重视并不断加强与经销商的交流与合作，通过组织召开经销商大会、代理店大会等形式，传递公司的经销商政策，倾听经销商的困难和心声，与经销商共担责任，共享收益，共同发展。



2013年3月，松下空调全国销售代理店大会



2013年8月，中国松下家电经销商大会

加强加强与供应商的沟通与合作

采购是企业价值链的核心，中国松下致力于和供应商建立战略合作伙伴关系，并通过自身努力带动供应商履行社会责任，打造责任产业链。

松下电器的采购方针

- 1 VE采购※16的实践
- 2 质量以及安全性的确保
- 3 推进成本降低活动
- 4 通过缩短交货期以实现最佳采购
- 5 通过绿色采购来实现与地球环境的共存
- 6 推进全球采购
- 7 遵守法令以及社会规范
- 8 有效地使用信息并确保信息安全
- 9 对人权和劳动安全卫生等的考虑

对供应商CSR采购的要求

成为CSR企业

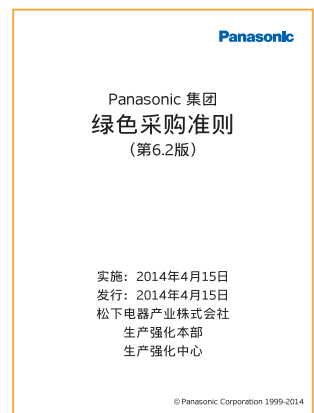
- ① 廉洁采购
实施自律，公正的交易
- ② 绿色采购
积极的进行环境保护和环境管理，要求按照松下电器推进的绿色采购方针进行交付活动
- ③ 遵纪守法
要求基于松下电器下属企业和供应商之间的交易基本合同，遵守法律以及社会规范
- ④ 信息安全
提高供应商的信息安全水准，达到松下电器的交易要求
- ⑤ 人权、劳动、安全卫生
以尊重人权为基础的企业与员工之间的关系

与CSR企业交易

绿色采购活动

松下电器严格按照《绿色采购准则》推进注重环境保护的采购活动，并根据实际情况不断修订该准则，以适应时代发展的需要。2013年7月，在准则的修改中明确提出在与供应商协作方面，将“与合作伙伴一起扩大环境贡献活动”，彻底贯彻绿色采购和“ECO·VC活动※17”作为主要推进目标。

2013年重点实施绿色采购和NGO的对应管理。松下电器与世界自然保护基金会（WWF）达成协议，为了维护生物多样性及资源的可持续利用，制定了《木材绿色采购方针》，并已正式开始实施。



通过与供应商的协作实现成果共享

● 成果共享

松下电器从2009年开始与供应商共同开展ECO·VC活动。该活动以探讨松下如何实现采购部品和资材的环境负荷最小化、成本合理化和商品力强化为目标。活动采用前后对照形式进行归纳汇总，并在供应商表彰大会中对于优秀事例和提案予以表彰，实现优秀案例在事业领域间的共享。2013年中国地区ECO·VC活动评出金银铜奖各一名，鼓励奖五名。



2013年中国地区ECO·VC活动颁奖现场

2009—2013年ECO·VC全球活动提案情况

▶ 2009年

512 件

▶ 2010年 (去年比130%)

668 件

▶ 2011年 (去年比135%)

901 件

▶ 2012年 (去年比96%)

866 件

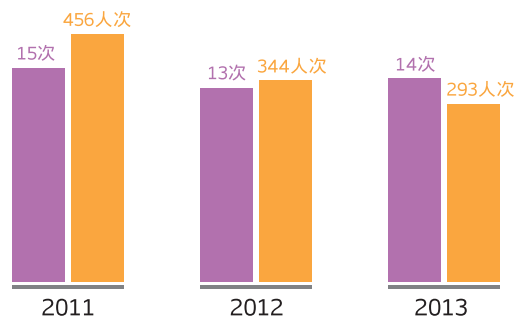
▶ 2013年 (去年比124%)

1077 件

※其中，中国区2012年25件，2013年16件。

● 教育培训

中国松下每年对供应商进行VE基础、成本控制与供应链管理、供货商与生产现场物料管理等专门培训，提高供应商的履责能力。并通过培训，与优秀的合作伙伴建立起长期合作关系，实现共同努力，共同成长。



中国松下采购培训绩效 (2011-2013)



服务客户

我们创造可持续的快乐生活

服务客户，我们创造可持续的快乐生活

| | |
|----------------------|----|
| • 以顾客需求为导向的解决方案..... | 62 |
| 创造舒适的居住空间 | 62 |
| 创造新价值的行业系统解决方案 | 64 |
| 创造贴近顾客需求的智感生活 | 66 |
| 创造行业领先的元器件革新企业 | 68 |
| 创造研产销一体的自主化事业 | 70 |
| • 以创新价值为导向的研发战略..... | 72 |
| • 以一流品质为导向的生产准则..... | 73 |
| • 以优质服务为导向的客户方针..... | 74 |
| 产品知识普及客户培训 | 75 |
| 积极应对客户投诉 | 76 |
| 止损和赔偿 | 76 |
| 客户满意度调查 | 77 |
| 保护客户信息安全 | 77 |

【我们始终在倾听】

松下电器应跨越固有框架，与相关行业合作伙伴一起，创造更大的价值。

【我们一直在行动】

立志于从住宅、社会、商务、旅行、汽车等空间和领域，为客户扩展可持续发展的、集舒适、便利、安心为一体的美好生活。

以顾客需求为导向的解决方案



环境方案公司的产品涵盖住宅和非住宅的各个领域，以专业的LED节能、智能建筑管理、室内空气质量改善等解决方案，向消费者倡导舒适、节能、环保的生活方式。2014年，我们将更加贴近消费者的真实需求，加速在传统渠道和新渠道的成长。

松下电器(中国)有限公司环境方案公司总经理 山本晃弘

创造舒适的居住空间

面对日益严峻的能源和污染问题，我们以”住宅”、”楼宇”、”街区”、”工厂”等空间为对象，向社会提供创造舒适环境的技术和能源控制技术，减轻环境负荷，创建舒适的居住空间。

我们在电工照明、住建、空气质量改善、能源管理等领域提供各种住宅与非住宅的产品、技术与管理服务。

● 电材

通过高效照明灯具、开关插座、低压配电、安防设备及电动工具等产品，为客户提供改善居住环境的住宅解决方案和道路楼宇等非住宅解决方案。

● 住建事业

始终保持安全便捷、收纳性强的特点，提供全面的住宅设备、建筑材料、以及装修材料，包括厨具、浴具、室内存储设备等。

【住宅】



【非住宅】



● 空质

积极发展全热交换器、送风机、天埋扇、浴霸、干手机、风幕机等换气送风产品，坚持用户至上，向用户提供专业、到位的售前及售后服务。



● 智能建筑

提供面向建筑和区域的设备管理、能源管理、业务管理和安全应急管理的整体解决方案，通过先进的网络技术和设备互联技术为客户提供节能、安全、舒适的环境和精细化的管理服务。



案例

◎ 新风提案，解决室内空气污染

针对室内空气污染问题，我们提出了“家居空气解决方案”，并将松下电器的新风系统技术引入中国，可以有效实现室内换气，去除PM2.5，清除室内装饰后长期缓释的有害气体，调节室内湿度，排除室内各种细菌、病毒。我们根据房型、面积不同，设计出与住宅相适合的整体换气方案，有针对性地为客户量身设定，并定义新风路径、风量等。其中单向流新风系统、双向流新风系统和简易新风系统可有效解决室内空气污染问题，不开窗也能换气。



Voice



以前都是家里一直开着空调，空气不流通，总觉得很闷，特别是我所在的城市空气质量也不太好。出于对身体健康的考虑，综合比较之后，安装了松下的全热交换器。该设备既可以通风换气，又可以净化PM2.5，同时节能效果显著。重要的是，投入的费用也并不高。现在就是不开窗，我家的空气也好了很多，而且生活成本也确实降低了不少，我很满意。

山西客户 朱先生



- ◎ “智能建筑电气行业2013年优秀品牌”之“智能家居”、“建筑设备监控及管理系统”、“供配电”十大优秀品牌
- ◎ 2013全国家居建材品牌影响力“照明电工行业十大畅销品牌”
- ◎ 恒大集团2013年优秀供应商

荣誉 2013



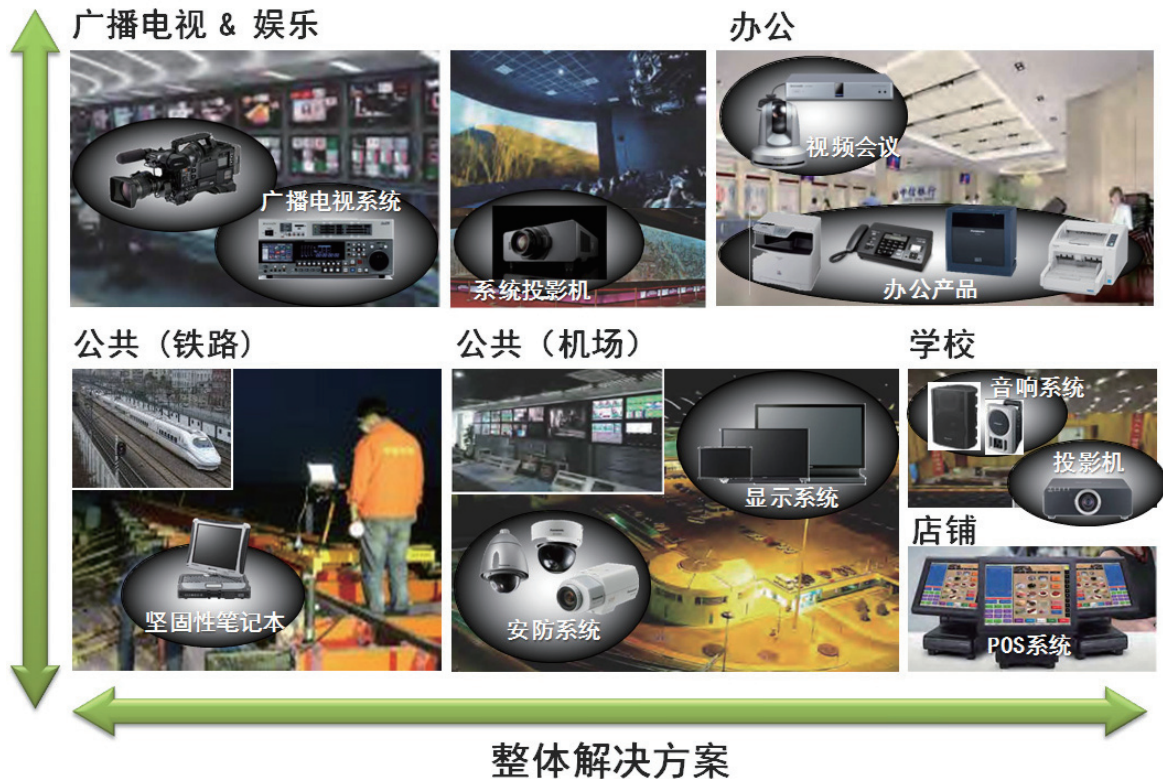


在松下电器的众多事业领域中，我们从事B2B事业。通过提供先进的技术、优质的服务和满足顾客需求的系统解决方案，为创建安心、安全、便利的社会不懈努力。

松下电器(中国)有限公司系统通信营销公司总经理 小川彰久

创造新价值的行业系统解决方案

在瞬息万变的社会环境和商业背景下，我们的创新内容始终围绕中国用户的需求，以松下电器所擅长的影像关联技术和常年育成的办公关联技术为中心，提供适用于各种应用的解决方案。在中期的事业规划中，以广播电视行业、铁道和机场为主的交通行业、展览展示等文化、教育、办公行业为重点，为行业顾客提供更高品质的商品和服务。



◎ 2013年松下系统解决方案全国巡展

2013年，在北京·上海·广州·成都·武汉5个地区举办松下系统解决方案巡回展览会，并参加业界著名的中国国际社会公共安全产品博览会和北京国际广播电视设备展览会，将松下电器从公共基础设施到一般商业的各行业整体解决方案成果向社会展示。



文化娱乐、交通运输、健康医疗等场合采用松下电器的系统。



边缘融合系统



高铁路线检查系统



3D远程影像医疗系统

Voice



不禁让我感叹，是什么样的创始人和优秀的团队文化基因，能够成就一家全球著名企业；作为一家与松下合作超过8年的合作伙伴，我们见证了松下对产品创新的尝试、对产品质量的追求，以及松下员工认真高效的工作态度，这些都是安恒能够有信心与松下持续合作、长期发展的保证。

每一个企业的发展、每一个市场的成长从来都不是一帆风顺的，我们总是会面临各种各样的挑战，会面对各种各样的压力，但是，只要我们双方能够相互信任、团结互助，就一定可以实现最终的目标。有一句话说的好，“因为有压力，喷泉才比普通的水更美丽。”让我们共同努力、迎接挑战！

工程投影机代理商 安恒集团总裁 梁立志



◎5千流明以上工程投影机连续6年市场占有率第一 (25.6%)





时代在改变，人们的生活质量也在不断的提高，同时也在面临着许多诸如环境、食品安全等新的课题。如何顺应时代的变化，满足和引领中国消费者的需求，并向炫酷、智能、环保等方向持续改进，是今天的松下电器必须也必然要面对和解决的课题。

松下电器（中国）有限公司家电营销公司总经理 张凯

创造贴近顾客需求的智感生活

我们以贴近中国家庭的生活习惯及需求为宗旨，通过数字视听和生活家电两大类产品，给中国消费者带来可持续的、安全、舒适和充满快乐的智感生活。

其中视听产品包括电视机、数码相机、摄像机、影音产品、电话、录音笔等。

生活家电包括美容&护理产品、料理家电、健康产品、家居产品等。

我们不断开发具有创新价值的新品，并以其高品质，人性化的设计，融入消费者的生活，打造安心、舒适的整体生活方案。



◎ 松下空气净化器加入PM2.5去除技术

针对中国环境和气候特点，松下电器在空气净化器产品中重点加入了加湿和去除PM2.5功能。

针对中国大部分地区气候干燥的情况，特别在中高端产品普及了加湿功能。

针对中国今年的环境污染问题，滤网加入了除甲醛、PM2.5粉尘技术。

外观设计：提供丰富选择的外观颜色，2013年新品中加入了LED和触屏功能，以满足中国客户的需求



业内首创的精灵型桌用加湿空气净化器
F-VXJ05C-W/A

◎ 为消费者提供烹饪技巧和体验的交流平台

松下美食沙龙通过网站、微博、线下活动等多种方式为消费者提供最新的松下料理家电产品信息、最具创意的料理食谱和最健康的饮食资讯。并定期开设料理课堂，为用户提供产品体验和试用机会。

2013年5月19日，松下美食沙龙与ABC Cooking Studio合作举行用户体验活动，请美食专家现场传授烘焙知识，并邀请用户现场制作面包美食。



Voice



有了宝宝以后，我格外注重饮食的安全，所以买了松下的厨房电器，开始尝试自己在家给宝宝烹饪食品。第一款使用的是松下面包机，它的自动化程度非常高，整个制作面包的过程，只是放入了原料，就做出了美味健康的面包。后来又陆续买了电烤箱、微波炉等其它料理家电，慢慢爱上了自制的点心甜品，不久前我的烘焙工坊在淘宝开张了，很多人夸我做的蛋糕、点心美味，非常感谢松下带给我的美食体验。

私家烘焙工坊淘宝店主 孙维



◎2013年消费电子产品信息化指数评测结果发布：松下三门冰箱NR-C31WX2-N凭借行业领先的ECONAVI节能导航技术，获得“2013年最佳智能环保技术奖”

◎松下LED电视TH-L55WT60C在2013年中国平板电视行业大会上荣获“2013-2014年中国平板电视十大精品奖”



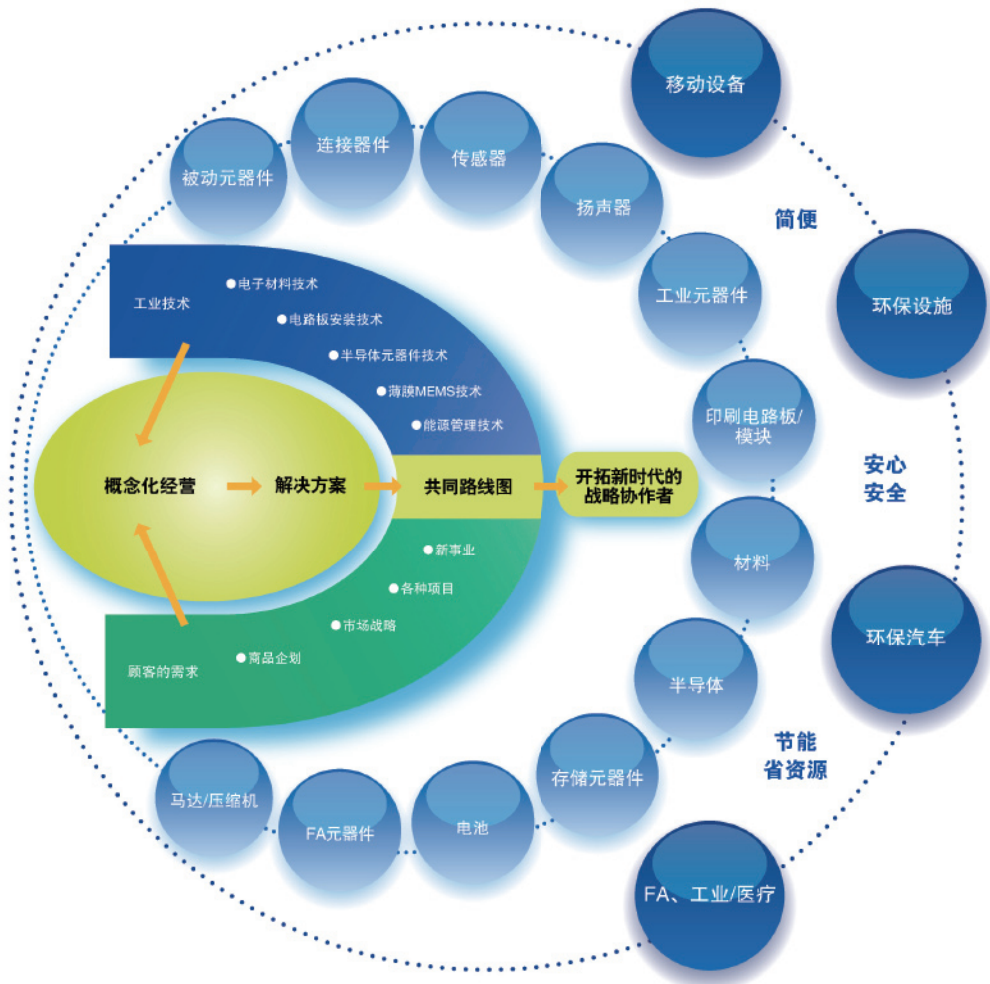


我们在立足于现有移动通信、家电、AV、汽车、工厂自动化等事业领域的基础上，努力开拓在基础设施建设、安防、医疗等新领域的商品销售，以现地化管理、现地化开发为中心，向客户提供从单一商品到整体方案，从前端研发到量产制造的全面支持。

松下电器汽车电子和机电系统（中国）公司总经理 日置吉光

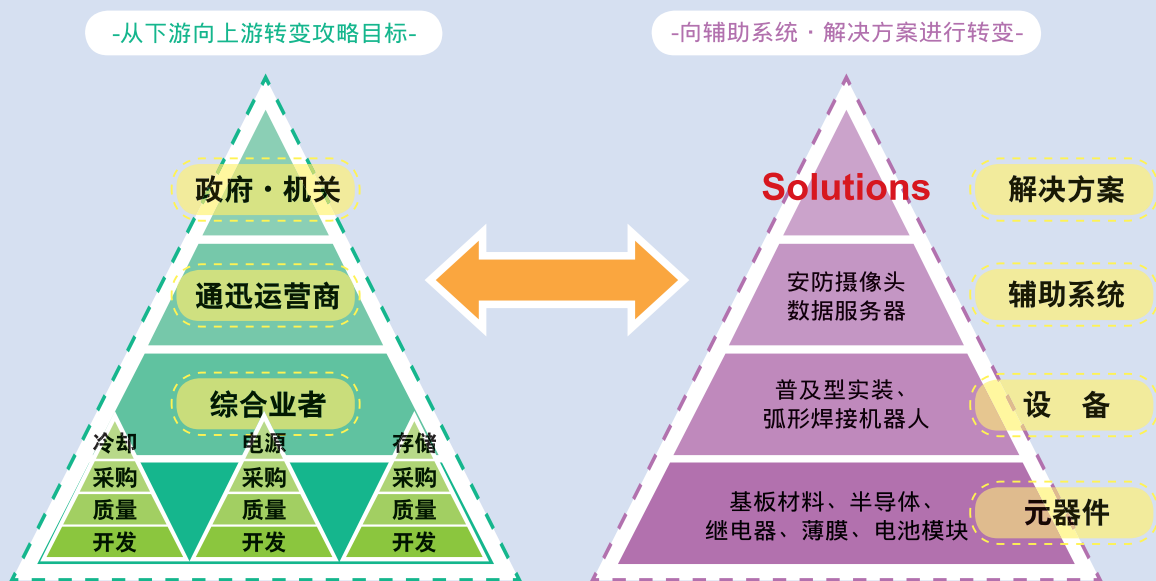
创造行业领先的元器件革新企业

致力于为客户提供电子部品、电池、马达、显示面板、半导体、汽车电子、控制机器、FA设备等最值得信赖的优质产品和解决方案，结合客户需求与技术创新，与客户共同构建新时代的战略协作关系。



◎ 与客户结为战略伙伴，共同发展创新

针对一般安防系统终端设备不稳定、机房散热差、电源效率不高等问题，松下对此提出了整套完备的解决方案，使用蓝光盘库系统（存储）、站立式供电系统（能源）和热对流冷却系统（散热），结合从上游向下游推进的创新销售模式，为客户提供了从开发到制造的全方位支持，并与客户结为战略合作伙伴，共同发展创新。



Voice

我很尊敬松下的创业者，松下给人以亲切感，我关注松下的FA技术和元器件的技术，很期待双方的深入交流。

京东方高层领导

松下在津贺社长的带领下，已变得很有活力，松下将会发展的更好。

华为高层领导



◎2013联宝供应商创新奖

◎东本发动机（DHEC）最优秀供应商

◎四川一汽丰田汽车有限公司2013年国产化贡献奖





我们将日本最尖端的技术和产品引入中国，同时紧贴中国消费者的生活习惯进行研发和生产，通过“研产销”的整体实力，让中国消费者通过产品进一步了解松下电器，进一步喜爱松下品牌。

松下电化住宅设备机器社（中国）总经理 木嶋忠敏

创造研产销一体的自主化事业

松下电化住宅设备机器在中国重点专注于产品的研发、生产、销售一体化过程，努力实现中国事业的自主化，旗下拥有21家公司，北至大连、北京，南至广州、珠海，其中独资公司10家，合资公司11家。2家公司负责技术研发，19家负责产品制造。



◎ 提出基于顾客调查、市场分析的新产品创意

位于上海的美健生活商品企画中心通过用户调查，明确客户对象，继而开展有针对性的深度调研，准确把握客户需求。在12年-13年不断推出适应中国本地需求的新产品。例如，让熨烫更加便捷的流线型底板设计、便于悬挂裤子的熨烫板设计以及便利的蒸汽随时暂停功能，都深受中国消费者的好评。



◎ 满足消费需求 松下空调创领节能健康生活

松下空调为了满足消费者节能及健康的需求，在怡岚、怡迅等系列新品中融入了nanoe-G^{※18}纳米离子技术，轻松实现除PM2.5、除菌、除尘等三大功效。并继续搭载ECONAVI节能导航技术，成功开发带球体聚光镜的红外线“人体感应器”，将室内分为3个区域，对是否有人进行监测。同时，利用凉感原理，避免无效送风，提高节能效果；对于部分敏感人群，可以使用避风模式，避免直吹人体，实现舒适节能的生活。

Voice



我在上海松下生活研究中心工作，我们通过家庭访问等调研活动，了解到消费者在使用空调的过程中，由于不方便开窗换气，造成室内相对封闭的环境。而消费者对这种封闭环境中的细菌、灰尘、异味等非常在意。尤其对使用空调时间较长的卧室环境，改善的意愿更加强烈。我们将消费者的需求提交给产品开发的部门，于是针对消费者的需求，松下电器从2012年开始推出了搭载nanoe-G纳米离子技术的商品，极大满足了消费者使用空调过程中的除菌、除尘、除味需求。

上海松下生活研究中心所长 王仁



◎2013年5月，冰箱专题讨论会上，无锡电冰箱获得“优秀质量奖”、“F555T智能优秀奖”和“C28PX3优秀销售奖”

◎松下空调、电冰箱、洗衣机和空气净化器在2014年中国家电博览会上荣获商品奖



以创新价值为导向的研发战略

松下电器在中国设立6家研发公司，科研人员3402人，占集团总人数的5%。中国松下积极推进与科研院所的合作，不断提高研究、设计和开

发能力。2013年，研发投入10.21亿元，申请发明专利2009件，根据《中华人民共和国国家知识产权局2013/年度报告》统计，外企中排名第二。

研发公司：

6家

科研人员：

3402人

研发投入：

10.21亿元

申请发明专利：

2009件

| | 2011年 | 2012年 | 2013年 |
|------------|-------|-------|-------|
| 研发人员比例 | 4% | 5% | 5% |
| 研发投入金额（亿元） | 8.99 | 9.44 | 10.21 |
| 专利申请数 | 1802 | 2191 | 2009 |

松下电器的研发准则：

- ◆ 为实现丰富多彩的未来从事研究开发：力求研发成果不会被使用到与地球环境保护、维护世界和平、社会道德、人道主义相反的用途上。
- ◆ 开发能满足顾客需求的商品：充分考虑商品的质量、性能、安全、外观造型、使用方便、价格、环保等因素，力求开发出能使顾客生活变得舒适、充实的商品。
- ◆ 开发成果的利用和尊重知识产权：将研究成果作为知识产权予以确立和积累，积极保护的同时最大化地应用。
- ◆ 开放性的规格、标准化：以顾客的最大利益为目的，公平地公开相关的信息。

◎ 以一流品质为导向的生产准则

基于“顾客第一”的经营理念，中国松下将“始终满足顾客和社会的要求，提供令人满意的产品和服务，真诚为顾客奉献”作为公司的质量方针。根据现场、现物、现实的实践，制定严格的质量管理体系并实行产品安全规格检查，特别注重从设计、原材料等生产环节的起点，保障产品的质量。公司全员始终秉承“产品的品质、安

全是经营的根基”、“下道工序就是顾客”的理念，绝不销售一件不良品，绝不向不良品妥协。

松下电器在中国大陆地区设立制造型公司72家，除了严格的质量管理体系和合规检查，中国松下面向生产员工，以提高制造人才的技能为目标，定期举办集团范围的学习、交流和竞技活动。

案例

◎ 中国松下生产革新成果交流展示会

2013年，中国松下分别在杭州、北京、广州举行了三次生产革新成果交流和展示会，包括环境生产技术、计测、检查技术、生产强化解决方案、环境·品质解决方案等众多领域，来自中国松下制造企业的相关人员通过此项活动互相交流学习成功经验，提高企业生产力。



◎ 中国松下制造竞技大会

2013年7月19日-20日，第三届中国松下制造竞技大会在中国制造技术学院（杭州）隆重召开。包括在华企业总经理、制造责任者、人事责任者在内的300余人参会。中国松下制造竞技大会旨在强化中国制造的现场力，提高制造人才的技能，并强化本地化运营体制，强化自立、稳定的制造推进力。

大会设有电子复合、机械复合、制品检查、IE工序改善、环境意识、品质稳定化设计、工厂管理、工序品质改善，共8项竞技项目，在2天的比赛中，角逐金、银、铜、努力奖四类奖项。



以优质服务为导向的客户方针

为确保给客户优质的服务，松下电器设立了松下电器（中国）有限公司客户服务中心（综合CS中心），全面负责产品的售前、售中及售后服务工作。并于2002年成立呼叫中心，在中国地区开通了全国服务热线4008100781，投资启用了先进的CRM系统平台，全年365天，每天24小时为客户提供全方位、透明化的优质服务。2014年，我们将通过合理的人员分配和考核管理，强化培训，充实FAQ系统等方式，进一步提升客户的问题解决率。

用户服务咨询电话30秒内接通率：

90%以上

一次性问题解决率：

89.6%

我们在全中国认定了700多家服务网点，服务覆盖率达到100%，以此保证服务的迅速开展。采用Siebel CRM系统，快速地对遍及全国的客户做出服务响应，将客户的服务请求指派到客户最近的服务网点，实现“客户一个电话解决所有问题”。同时开展完善的市场品质信息收集分析及客户购买喜好分析。

此外，为了给客户提供一站式的轻松购物体验，在全国各地建设松下电器生活馆，展示和销售品种丰富的松下产品，致力于为顾客创造安心消费，省心购物，精心服务和开心体验的购物环境。

全国认定服务网点：

700 多家

服务覆盖率：

100%

◎ 多元化的销售模式—松下生活馆

2013年12月7日，与松下电器合作长达20年的赛荣公司在温州开设了第二家松下生活馆。生活馆产品种类齐全、质量可靠、陈列良好，在满足顾客需求的同时，通过舒适的购物体验、优质的售后服务，为顾客提供销售与售后综合的一站式服务。

2014年开始，赛荣生活馆定期参加小区路演，让顾客零距离地体验松下电器的优质产品。



产品知识普及客户培训

中国松下十分重视与客户的交流，为了确保顾客能够真正的了解商品和有效的使用商品，通过客户交流活动、提供FAQ、购买后的商品使用说明和安全事项的说明等多种形式，为顾客提供产品使用方面的专业咨询和指导。同时，通过松下主页、微博、微信等网络平台，普及商品知识、收集客户反馈信息。



松下美容健康官方微博



官方网站刊登全面的用户FAQ



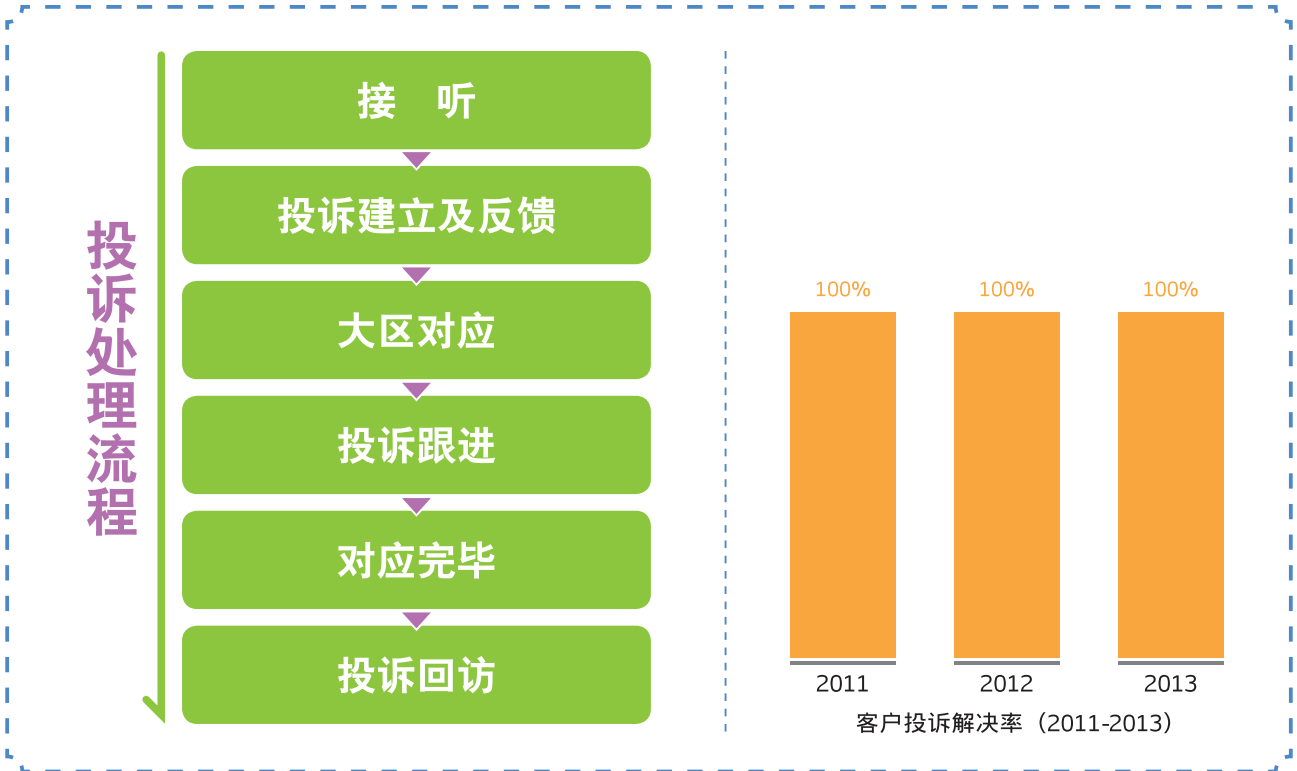
路演活动



苏州松下生产科技有限公司顾客日活动

积极应对客户投诉

中国松下建立了一套完善的客户投诉对应机制，以保证客户的投诉能够得到快速、圆满的解决。



中国松下呼叫中心拥有独立的投诉对应组别，以保证用户投诉得到有效的反馈并最终得到合理的解决。同时，中国松下各部门每日都在为呼叫中心维护和更新用户所需的产品、维修店信息提供支持，以保证消费者可以获得最新、最准

确的数据。同时，呼叫中心也具有完善的反馈机制，一旦发现产品、服务信息出现异常情况，会立即通过有关部门反馈，在指定时限内(一般为24小时内)确认到真实情况，并将结果告知用户，保证用户利益。

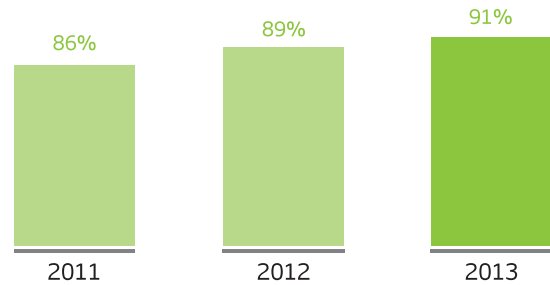
止损和赔偿

中国松下一直以强化商品品质为己任，建立了严格的商品品质管理制度，特别是对于会造成安全性问题的商品。2010年8月，我们针对部分型号电冰箱，由于其冷媒控制阀中采用了红磷阻燃剂，高温高湿环境下，可能造成冷媒控制阀线圈断线，导致发生“冷藏室不冷”或“冷藏室过

冷”的不正常现象，在中国实施了电冰箱的主动召回，开创了中国家电市场首例也是至今唯一一例的家电电器商品的自主召回。至2014年3月31日，电冰箱自主召回274,377台，完成率已经达到75%，目前召回仍在进行中，我们力求实现100%。

客户满意度调查

为了保证服务的质量，中国松下建立了一套完善的客户满意度调查体系，包括自身和通过第三方开展的满意度调查，以确保调查的真实性和完整性。通过分析结果和针对性的改进措施，改善中国松下的服务质量。



客户满意度调查结果 (2011-2013)

保护客户信息安全

我们从以下方面保证不会泄露客户的私人信息：

- 1) 我们每个组织均指定专人负责保护客户个人信息。
- 2) 如果要求客户提供或注册个人信息，例如姓名、地址、Email地址或电话号码等，我们会告知其用途以及咨询方式，并限定在合适范围内。
- 3) 我们只会将客户提供的信息用于客户所同意的目的范围。
- 4) 在未征得客户事先同意的情况下，我们不会向第三方提供或透漏客户的个人信息。
- 5) 如果客户希望检查个人信息，可以联系其所提交或注册个人信息的网站。我们会尽快妥善应对客户的要求。
- 6) 我们努力采取合理的方式维护网站安全，以保障个人信息得到安全管理。
- 7) 我们不断改善并升级，以保护客户个人信息。

2013年10月25日，全国人民代表大会常务委
员会审议通过了《消费者权益保护法修正案》，此
修正案从2014年3月15日起正式实施。

在正式实施前，松下对集团在华企业以及
信息安全担当人员进行了相关内容的解读，并对
《Panasonic集团个人信息管理指导基准》进行了
确认，旨在不断强化对于客户个人信息的保护。



回馈社区

我们为下一代构筑美好未来

回馈社区，我们为下一代构筑美好未来

| | |
|-------------------------------|----|
| • 下一代的生存环境..... | 80 |
| 中国松下植树活动 | 80 |
| 黄海生态区保护支援项目， 支持海洋系统生态可持续发展 | 81 |
| 开展各具特色的环保公益活动 | 81 |
| • 下一代的美好梦想..... | 82 |
| 松下·友成志愿者驿站项目 | 82 |
| 世界遗产环境教育项目 | 84 |
| 童眼看世界 童心写未来 | 85 |
| 儿童环境教育活动 | 86 |
| 松下育英基金项目 | 86 |
| • 扶贫济困 同舟共济..... | 87 |

【我们始终在倾听】

松下电器应结合自身的特长和优势，参与到社区公共事业的发展中，扶贫济困，为实现社区的和谐与发展贡献力量。

【我们一直在行动】

分享经营成果，以环境保护和下一代教育为重点，关心并帮助那些困难的人们，开展富有成效的社会公益活动。

松下电器以全球方针为基准，在“培养与共存”理念指导下，主要围绕“环境”和“下一代的教育支援”等重点领域展开社会贡献活动，在从事经营活动的同时，回馈我们的社区。

下一代的生存环境.

松下电器作为地球公民，保护地球环境和未来的可持续发展是我们义不容辞的企业责任。松下员工与集团一起，通过一系列环保活动，为改善气候、保护环境进行着有效的实践。



◆ 中国松下植树活动

“面向2018年创业100周年，植树100万棵”，是中国松下于2009年向社会发出的植树造林百万承诺。截止2014年4月，中国松下已经在北京、天津、上海等19个地区植树超过40万棵。在东北、华北、华中、华南等地打造了十几个松下碳汇林。

2013年4月中国松下开始在内蒙古鄂尔多斯市达拉特旗库布其沙漠北缘开展大规模的植树造林活动，种植适合防风固沙的树种超过10万棵，造林超过600亩。



达拉特旗樟子松种植区

2014年4月17日，中国松下100余名公益志愿者与受邀前来的20余名社会志愿者在中国松下公益林再植新绿，新增森林面积600多亩。截至2014年4月，中国松下公益林已实现樟子松、沙柳、大白柠条、杨树等共计21万棵的种植规模，占地面积近1300亩。

与此同时，由中国松下发起的“感动·明天一松下公益志愿者行动计划”也通过此次活动全面启动，得到近40家在华企业的积极响应。



Voice



作为一名松下的消费者，我们也很希望能近距离地接触和感受松下产品的制造者，近距离地感受松下产品制造者的活动、理念、员工的工作状态和精神面貌，近距离地感受产品所拥有的企业文化内涵。松下的公益林植树活动，是对国家环保事业的重大贡献，承担了作为知名企业的社会责任，让我们增强了对品牌的认同感和对产品的喜爱度，更让我们坚定了以后对产品和品牌的持续关注。

◆ 黄海生态区保护支援项目，支持海洋系统生态可持续发展

2007年9月，松下电器、世界自然基金会（WWF）和韩国海洋研究院（KORDI）在北京共同签署“黄海生态区保护支援项目协议书”，致力于保护黄海生态系统。此项目将黄海、渤海和部分东海的约46万平方公里的海域面积定为“黄海生态区”，以海洋生态系统更加完善，海岸居民的生活更加富足为目标。松下电器作为WWF全球赞助商提供资金保证，WWF提供自然保护相关专业技术支持，此项目历时7年共捐款1.7亿日元。

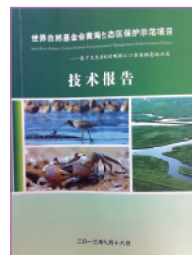
中国区项目“基于生态系统的鸭绿江口滨海栖息地管理示范项目”启动于2010年3月。经过对示范区域内生物、社会经济及生态关联分析的调查和研究，相关科研机构取得了显著研究成果，为黄海、渤海滨海湿地开展基于生态系统的管理奠定了科学基础。



春天大批水鸟在鸭绿江口滨海湿地停歇



日韩专家在鸭绿江口滩涂开展科研调查



调研技术报告

◆ 开展各具特色的环保公益活动

除集团统一开展的环保活动外，松下电器在华企业于各自企业所在地域分别开展着各具特色的环保公益活动。



清扫活动



垃圾分类宣传活动



无车日



地球一小时



环保徒步大赛

下一代的梦想

中国松下建立了一套从小学到大学的教育支援体系，为不同阶段的学生实现自己的梦想提供支持。2013年，对教育支援的投入超过273万元。



◆ 松下·友成志愿者驿站项目

2013年中国松下与友成企业家扶贫基金会合作，建立以“常青义教”为主的志愿者驿站。

该项目采用“授人以渔”的新公益理念，组织城市优秀退休教师到贫困乡村学校，培训当地教师，帮助乡村学校建设。项目计划通过3年时间从根本上改变贫困地区师资落后的面貌，打造持续发展的教育新公益。2013年已经成立了在扶贫志愿者驿站网络中具有战略意义的松下·友成深

平志愿者驿站和首批试点的专业型松下·友成扎赉特旗志愿者驿站。

● 第一年打好基础

● 第二年培养乡村名师

● 第三年创办特色学校



松下·友成深平志愿者驿站揭牌仪式

松下·友成滦平志愿者驿站

四大功能

- ◆ 动员城市老教师发挥余热，提高农村教师教学技能
- ◆ 整合资源，搭建网络就诊、分诊平台
- ◆ 开展小学生灾害逃生演练项目
- ◆ 开展“第二课堂”，丰富学生社会实践

四大成效

- ◆ 动员志愿者305人次
- ◆ 为7个乡镇提供科技、医疗、教育等志愿服务活动
- ◆ 直接受益群众10886人
- ◆ 累计服务时间1557天

中国松下将在中国各地已经成熟开展的儿童环境教育课程及兴趣课堂引入驿站，动员扶贫志愿者与企业志愿者参与项目的实施。



松下志愿者在授课



松下志愿者和孩子们在一起

Voice



作为外资企业的松下公司，在积极参与我国教育事业发展、环境保护和灾后重建等贡献活动的基础上，进一步拓宽扶贫渠道，参与扶贫志愿者行动计划，支持扶贫志愿者驿站建设，充分体现了作为全球性知名企业高度的社会责任感和创新意识。这对丰富我国社会扶贫工作内涵，进一步完善扶贫工作机制，将起到积极的推动作用。

国务院扶贫办国际合作和社会扶贫司司长 李春光

◆ 世界遗产环境教育项目

松下电器自2011年开始，在全球推广“世界遗产环境教育项目”，该项目由松下电器和联合国教科文组织世界遗产中心以及获选世界遗产地共同举办，是一项独具特色的教育计划，邀请同学们亲自来到世界遗产地，体验世界遗产的美丽和重要。2013年，松下电器将这项全球性活动引入中国，来自北京、天津、贵州等地的近百名学生代表受邀到山西平遥、云南丽江和法国巴黎等世界遗产地，参观学习。



2013年12月 世界遗产环境教育
巴黎站



2014年2月世界遗产环境教育
丽江站



2013年8月世界遗产环境教育
平遥站

Voice



感谢松下电器给我们提供了这么好的平台，让我们有机会参加世界文化遗产丽江之旅。通过世界遗产的讲座让我们更深刻地学习和了解了相关知识，参观茶马古道博物馆、东巴文化博物馆、学习东巴文字，还让同学们通过绘画来设计文化衫，这些都是很特别的环节。希望以后松下公司能够继续带领更多的学生学习、参观和传承世界各地的自然和文化遗产。

北京市少年宫高级美术教师 赵欣

◆ 童眼看世界 童心写未来

中国松下将松下电器在全球以比赛形式开展的国际交流活动引入中国，记录中国孩子们眼中的多彩世界，将中国孩子的风采展现给世界。

● KWN儿童微电影大赛

KWN (Kid Witness News) 儿童微电影大赛是松下电器专门面向全球中小學生创立的教育项目，为参与KWN活动的学校提供拍摄设备并举行年度评选活动。迄今为止，已经有近40所学校加入到中国KWN活动的阵营之中。



● 环保绘画日记大赛

儿童环保绘画日记大赛是松下电器在全球范围内开展的儿童环保绘画比赛，由松下电器免费向参加比赛的学校和学生提供“环保绘画日记本”，邀请学生将自己的环保行动或者环保创意，以绘画搭配文字的形式记录下来，并每年在各个国家开展评选活动。2013年北京、上海等地中国儿童参与人数超过16万。



Voice

我们的影片在2013年入围了KWN全球总决赛，我们来到了巴黎参加了全球颁奖典礼，参加了凡尔赛宫的世界遗产学习活动，认识了来自世界各地的小伙伴们，让我们度过了快乐时光，感受到了大家都是一家人的温馨与幸福。感谢我的合作伙伴们，感谢为我创造这个美丽童话的KWN活动。

北京育才小学学生 李泳政

◆ 儿童环境教育活动

中国松下2009年对外发布了10年内对100万名儿童实施环境教育的社会承诺。

中国松下儿童环境教育是以公司自编的教材教案为基础，面向小学生实施的环境教育活动，中国松下在华企业分别于东北、华北、华东、华南地区相继开始了儿童环境教育活动。松下员工担当志愿讲师，到各地的小学授课。目前的课程

有节约能源、全球变暖、生物多样性、制造与环保活动、注重环境的环保技术和注重环境的绿色生活等。截至2014年3月，参与儿童环境教育的在华企业达69家，接受环境教育的儿童超过67万人次。其中，2013年儿童环境教育人数超过19.9万人次。

案例

◎ 具有代表性的儿童环境教育活动

2013年，中国松下不断探索新的活动模式，从以往的走进学校授课为主，逐渐拓展出多样的授课方式，受到当地老师、学生和家长的欢迎。

● 工厂参观学习

● 亲子环保互动

● 大型环保讲座

● 环保服装秀



松下系统网络科技（大连）有限公司开展与儿童环境教育相结合的亲子活动



杭州师范大学·学正实验幼儿园成为松下电器杭州六社儿童环境教育首批幼儿园试点校

◆ 松下育英基金项目

延伸阅读：

松下育英基金项目设立于1995年，由松下电器产业株式会社通过中国日本友好协会向中国友好和平发展基金会捐赠100万美元而设立的教育专项基金。从1995年成立至今，松下育英基金已资助中国22个省、市、自治区累计36所大学，颁发金额835.2万元，累计资助品学兼优但经济困难的大学生8446名。受奖大学中既有北京大学、中山大学等全国重点大学，也有云南、贵州、甘肃、宁夏等边远地区和少数民族地区的大学。

2013年松下育英基金向全国18所大学发放奖学金56万元，260名贫困优秀大学生获得资助。公司高层领导亲自出席奖学金的颁发仪式，加强校企互动沟通 and 交流。



大泽总代表出席北京大学颁奖仪式

扶贫济困 同舟共济

中国松下一直致力于关注、关心并支持弱势群体，通过持续性的捐赠、帮扶等措施，实现帮扶效益最大化。2013年，中国松下捐赠资金超过743万元。



案例

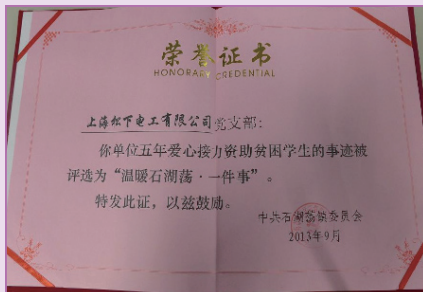
◎ 捐助雅安地震灾区

2013年4月20日上午，四川省雅安市发生了7.0级地震。中国松下第一时间紧急向受灾地区捐赠总额超过140万元的款项和物资，用于受灾者救济以及灾后重建。同时，为保证地震灾区广播电视系统的正常运转，松下电器系统通信营销公司第一时间与受灾地区电视台联系，在地震后的第三天，与四川地区经销商共同驱车100多公里，向雅安市电视台赠送了紧急抗震救灾应急宣传广播电视设备，与灾区人民携手共度难关。



◎ 温暖石湖荡

松下住宅电器（上海）有限公司自2007年与石湖荡镇新源村开展共建以来，连续7年资助贫困学生和老人，获得石湖荡镇委员会2013年“温暖石湖荡·一件事”殊荣。



Voice



松下住宅电器（上海）有限公司党支部连续7年资助本村陈建同学的学习和生活，使其顺利完成小学学业，这种爱心接力棒精神难能可贵。不仅为外企树立了一面旗帜，更为社会传递正能量，也必将对陈建小朋友今后的人生和价值取向产生重要影响，是我们身边学习、实践社会主义核心价值观的榜样。

上海市松江区石湖荡镇新源村村民委员会主任 曹巧峰

履行承诺，与社会共进步

35年前，秉承“为所在国的繁荣做出贡献”的责任理念，坚持“21世纪是日本和中国等亚洲国家繁荣的时代”的战略判断，松下电器积极践行“从更广阔的视野出发为中国的现代化而努力”的承诺。从技术引进，到合资建厂；从产品生产，到研究开发的本地化；为更好地服务于中国经济社会的协调发展，我们一直在行动。

● 倾听声音，源于内心的真诚

中国松下不局限于白色家电，依据本地需要，将现有的技术扩展到尽可能多的领域，开拓更多市场，做倾听中国社会需求的企业。在青岛，我们开发了缓解拥堵的智能交通系统，可收集周边交通信息，计算到目的地拥堵时间并告知车主；在顺德，我们建立了空气净化器工厂，研发新技术用于缓解室内空气污染；在大连，我们开发了家庭能源管理系统，一个遥控器即可让整个家庭电器处在最节能状态……从解决现有社会问题入手，松下电器以环境保护、交通管理、智能街区等更广阔的市场，来审视自身的价值。包括废旧家电先进处理技术的落实，利用极具优势的电池技术助力汽车产业发展，我们将和更多中国厂商合作，推进新能源汽车核心技术的研发和商用等，未来松下还将立足中国社会的声音，继续向更加节能、环保的方向发展，满足客户需求，引领市场变革。

● 落实责任，企业是社会的公器

企业并不属于某个人或某些人，企业是社会的公器，只是为了方便起见，才将人、财、物委托给企业管理者来经营。“以增进国民的福祉为目标，谨慎地加以经营”，这就是松下电器经营的理念，也是企业经营不变的宗旨。

我们突出“培养人才先于制造产品”，以“七精神”传承经营之心，培养对企业和社会都能承担相关责任的社会人。实现企业价值最大化与员工个人价值最大化的有机统一；为更加明确落实企业社会责任管理，2013年成立了“中国松下企业社会责任委员会”，进一步深化与利益相关方的战略合作；加强供应链管理，完善交流、审核、协查及帮助机制；继续投身社会公益事业，强化社会建设，动员更广泛的志愿者力量，关注社会弱势群体的帮扶，努力成为受中国社会欢迎和尊敬的企业，努力成为推动公正、和谐、发展的重要力量。

● 展望未来，持续打造美丽的家园

2018年，松下电器将迎来创业100周年，在新的时代背景下，我们始终不忘以生态文明和美丽中国建设为目标，更加积极地将在日本实践的智能生活街区建设成果，应用到中国的城市建设中来。助力绿色汽车产业发展、智能医疗、空气净化等各个领域，不断的将惊喜带给中国消费者。

同时，为实现10年间儿童环境教育100万人、植树100万棵；年不低于4000人次的常青义教、义务扶贫落实，促使受益人群在15000人次以上等承诺而不懈努力；持续关注贫困大学生的资助、帮扶问题；同时，还将积极主动地开展各具特色的环保活动，加强包括与自然和谐共生发展的实质性课题研究在内的社会责任课题研究，进一步强化与社会团体、研究机构的紧密合作。恰逢松下中国事业35周年之际，我们愿意并将为“美丽中国”再立新功！

◎ 报告概况

● 时间范围：

2013年4月1日-2014年3月31日，部分内容超出上述范围。

● 发布周期：

松下电器中国社会责任报告为年度报告。

● 组织范围：

本报告覆盖松下电器中国集团在华地区投资及合资公司，为便于表达，在报告的表述中分别使用如下代称：

松下电器产业株式会社、全球松下集团……松下电器

松下电器（中国）有限公司……松下中国

松下在华企业……中国松下

● 参考标准：

本报告编写参照《中国企业社会责任报告编写指南CASS-CSR3.0》；全球报告倡议组织（GRI）《可持续发展报告指南》（G4），同时突出企业特点和行业特色。

● 数据说明：

本报告所引用的2013年度数据均来自松下电器的统计报告、内部文件等最终统计数，财务数据如与年报有出入，以年报为准。

2013年，我们扩大了统计范围，优化了统计方法，往年数据若与2012年报告有出入，以2013年最新披露为准。

● 可靠性承诺：

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。报告经过企业内部审核，并聘请社会责任报告评级机构给予指导和评价，保证报告真实、准确、完整。

● 延伸阅读：

本报告以印刷版和电子版两种形式发布，如需纸质版报告，请发电子邮件至wangaiqiang@cn.panasonic.com，或致电010-65626236。获取网络版报告，请登录松下电器（中国）有限公司网站：<http://panasonic.cn>。

● 报告体系：

公司建立社会责任信息日常和年度披露体系，日常社会责任信息参考中国松下官方网站；年度社会责任信息参考中国松下社会责任报告（2012/2013）。

● 联系我们：

松下电器（中国）有限公司 公共关系部 社会贡献课

地址：北京市朝阳区景华南街5号远洋·光华国际大厦C座 5层 100020

电话：（010）65626236

传真：（010）65626199

◎ 关键绩效表

货币单位：人民币

| 类别 | 指标 | 单位 | 2011年 | 2012年 | 2013年 |
|----------|-----------------|-----------------|---------|---------|---------|
| 市场绩效 | 客户满意度 | % | 86 | 89 | 91 |
| | 客服电话投诉一次性解决率 | % | 96.6 | 96.8 | 89.6 |
| | 产品合格率 | % | 100 | 100 | 100 |
| | 科研投入金额 | 亿元 | 8.99 | 9.44 | 10.21 |
| | 研发人员数量 | 人 | 2,975 | 3,261 | 3,402 |
| | 发明专利申请数 | 件 | 1,802 | 2,191 | 2,009 |
| | 合同履约率 | % | 100 | 100 | 100 |
| | 累计投资总额 | 亿元 | 241 | 278 | 260 |
| | 销售额 | 亿元 | 745.21 | 783.54 | 606.28 |
| 社会绩效 | 纳税总额 | 亿元 | 17.28 | 16.36 | 18.78 |
| | 员工数量 | 人 | 71,591 | 70,724 | 63,764 |
| | 报告期内吸纳就业人数 | 人 | 36,077 | 22,473 | 31,281 |
| | 劳动合同签订率 | % | 100 | 100 | 100 |
| | 社会保险缴纳率 | % | 100 | 100 | 100 |
| | 参加工会员工比例 | % | 100 | 100 | 100 |
| | 每年人均带薪休假天数 | 天 | 7.4 | 7.5 | 8.1 |
| | 本地管理者比例 | % | 77 | 79 | 82 |
| | 女性管理人员比例 | % | 20 | 21 | 23 |
| | 残疾人雇佣人数 | 人 | 397 | 400 | 409 |
| | 职业病发病次数 | 次 | 0 | 0 | 0 |
| | 工伤事故率 | % | 0.012 | 0.016 | 0.025 |
| | 体检及健康档案覆盖率 | % | 100 | 100 | 100 |
| | 员工流失率 | % | 37 | 33 | 29 |
| | 本地化雇佣比例 | % | 99 | 99 | 99 |
| | 捐赠总额 | 万元 | >800 | >500 | >743 |
| | 公益植树 | 棵 | 84,666 | 26,548 | 107,521 |
| | 儿童环境教育人数 | 人 | 159,531 | 224,515 | 199,059 |
| | 培训总次数 | 次 | 7,084 | 8,085 | 8,793 |
| | 培训总人次 | 人次 | 183,792 | 196,749 | 222,941 |
| 员工培训投入金额 | 万元 | 1,817 | 2,038 | 2,115 | |
| 环境绩效 | 能源消耗总量 | 吨标煤 | 311,203 | 304,039 | 298,062 |
| | 二氧化碳排放量 | 吨 | 809,128 | 790,501 | 774,960 |
| | 生产活动中的二氧化碳削减贡献量 | 万吨 | 94.1 | 77.5 | 78.9 |
| | 节能商品的二氧化碳削减贡献量 | 万吨 | 734 | 582 | 435 |
| | 废弃物循环利用率 | % | 99.1 | 99.3 | 99.4 |
| | 废弃物排放量 | 吨 | 113,786 | 102,649 | 94,821 |
| | 废弃物再资源化量 | 吨 | 109,408 | 97,809 | 90,398 |
| | 废弃物最终处置量 | 吨 | 936 | 602 | 511 |
| | 单位产值二氧化硫排放量 | 千克/万元 | 0.0039 | 0.0026 | 0.0031 |
| | 单位产值化学需氧量排放量 | 千克/万元 | 0.0452 | 0.0444 | 0.0327 |
| | 化学物质对人·环境影响度 | 千点 | 151 | 234 | 137 |
| | 用水量 | 万m ³ | 745 | 701 | 629 |
| | 废水排放量 | 万m ³ | 447 | 447 | 389 |
| 废水减排量 | 万m ³ | 147 | 0 | 58 | |

◎ 专业名词解释

- ※1: PBX — 用户交换机, 完成企业内部之间以及与公共电信网络的电话交换, 并将电话、传真、调制解调器等功能合并, 处理分机之间的通话同时再通过主干线与公共交换电话网连接
- ※2: EAP — 员工帮扶计划 (Employee Assistance Program)
- ※3: OHS — 职业健康安全 (Occupational Health And Safety)
- ※4: LCA评价 — 产品在生命周期的各阶段给环境造成影响的定量评价手法
- ※5: 环保投资额 — 关于投资额及费用额, 当不能将全额判断为环境保护成本时, 则进行差额合计或分摊合计
- ※6: 环保费用额 — 费用额中含有设备投资的折旧费
- ※7: 二氧化碳削减贡献量 — 是指假定自2005年起商品的节能性能及生产效率没有改进, 用没有改进情况下的排放估算值减去实际排放量, 加上创能商品发电的排放抑制量
- ※8: 自愿性产品环境标志 — 十环标志 (I型和II型)、节字标志(节能、节水)、环保标志这3种标志
- ※9: 二氧化碳板粉 — 本公司创造的词汇, 是指在商品开发环节中, 当我们查找商品设计上的无用功时, 将商品的构成要素分解至“板”和“粉”, 用成本分析进行逐一排查找出浪费的手法。我们将该手法的思路应用于削减二氧化碳
- ※10: 工厂废弃物零排放 — 本公司定义: 工厂废弃物循环利用率99%以上。
废弃物循环利用率 = 再资源化量 ÷ (再资源化量+最终处置量)
- ※11: REACH法规 — “化学品注册、评估、许可和限制” (Registration, Evaluation, Authorization and Restriction of Chemicals), 是欧盟对进入其市场的所有化学品进行预防性管理的法规
- ※12: RoHS指令 — 2003年1月27日, 欧盟议会和欧盟理事会通过了2002/95/EC指令, “在电子电气设备中限制使用某些有害物质指令” (The Restriction of the use of Certain Hazardous Substances in Electrical and Electronic Equipment), 简称RoHS指令
- ※13: 人·健康环境影响度 — 人·健康环境影响度=有害性系数 × 排放 · 转移量
- ※14: 二氧化碳排放原单位 — 二氧化碳排放原单位=二氧化碳排放量 ÷ 物流重量
- ※15: 激光式P/F切割技术 — 激光式显像管屏锥切割技术
- ※16: VE采购 — Value Engineering (价值工程), 进行用最少的成本支出达到最合适的产品功能的采购
- ※17: ECO·VC活动 — ECO(Environmental Protection), VC(Value Creation), 环境负荷的减少和成本合理化的活动
- ※18: nanoe-G — 纳米离子发生器

《中国松下社会责任报告2013》评级报告

中国社会科学院经济学部企业社会责任研究中心（以下简称“中心”）受松下电器（中国）有限公司委托，从“中国企业社会责任报告评级专家委员会”中抽选专家组成评级小组，对《中国松下企业社会责任报告2013》（以下简称《报告》）进行评级。

一、评级依据

《中国企业社会责任报告编写指南（CASS-CSR 3.0）》暨《中国企业社会责任报告评级标准（2014）》。

二、评级过程

1. 过程性评估小组访谈中国松下社会责任部门成员；
2. 过程性评估小组现场审查中国松下及下属单位社会责任报告编写过程相关资料；
3. 评级小组对企业社会责任报告的管理过程及《报告》的披露内容进行评价；
4. 本次评级基于企业诚信和可靠性保证作出。

三、评级结论

过程性 (★★★★☆)

公司公共关系部牵头成立编写组，高层领导参与编制及审定；编写组对利益相关方进行识别与排序，并以问卷调查、意见征求会等方式收集相关方意见；根据公司重大事项、国家相关政策、行业对标分析对实质议题进行界定；拟定在公司“35周年庆典”期间对报告进行推广，并计划在公司生活馆展示报告；将以印刷品、电子版等形式呈现报告，具有领先的过程性表现。

实质性 (★★★★★)

《报告》详细披露了“产品质量管理”、“产品创新”、“售后服务体系”、“家电召回”、“安全生产”、“员工权益保护”、“环保产品的研发和销售”、“产品和包装回收再利用”等所在行业关键性议题，叙述详细充分，具有卓越的实质性。

完整性 (★★★★☆)

《报告》从“政府责任”、“员工责任”、“环境责任”、“伙伴责任”、“客户责任”、“社区责任”等角度披露了所在行业80.0%的核心指标，完整性表现领先。

平衡性 (★★★★)

《报告》披露了“职业病发生率”、“重大安全生产事故数”、“工伤事故率”等负面数据信息，并对“部分型号电冰箱召回”的进度及完成情况进行披露，平衡性表现优秀。

可比性 (★★★★☆)

《报告》披露了33个关键绩效指标连续3年的历史数据，并就“投影机市场占有率”、“申请发明专利数”等指标在行业内进行对比，可比性表现领先。

可读性 (★★★★★)

《报告》框架合理，篇幅适宜，语言优美；图表、流程图等表达方式丰富，与文字叙述相辅相成；报告设计精美，整体感强，色调清新，并对专业词汇进行解释，显著提高了报告的悦读性，具有卓越的可读性表现。

创新性 (★★★★☆)

《报告》以“倾听你的声音，做最值得信赖的伙伴”为主题，系统回顾了公司35年在华经营历程和当年责任重点，通过“我们倾听的声音”、“我们采取的行动”总结相关方诉求及公司回应措施，主线明确、内容突出、互动性强，具有领先的创新性。

综合评级 (★★★★☆)

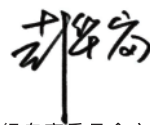
经评级小组评价，《中国松下企业社会责任报告2013》为四星半级，是一份领先的企业社会责任报告。

四、改进建议

1. 增加负面数据信息及负面事件的披露，进一步提高报告的平衡性。

评级小组

组长：中国企业联合会企业创新工作部主任 程多生
 成员：北方工业大学经济管理学院副教授 魏秀丽
 中国社科院企业社会责任研究中心常务副主任 张惠
 中心过程性评估员 方小静、王梦娟



评级专家委员会主席
中心常务副理事长



评级小组组长
中心副理事长

◎ 报告指标索引

| 目录 | | 中国企业社会责任报告编写指南 (CASS-CSR3.0) | GRI | 页码 |
|------------------------------|---------------|--|--|--------|
| 松下可持续发展方针 | | | | P1 |
| 董事长致辞 | | P3.1-3.2 | 1.1-1.2 | P4-5 |
| 松下电器 走进中国35周年 | 2013年CSR活动成果 | P5.1, M1.4 | 2.8, EC1, SO6 | P7 |
| | 松下电器35年中国路 | | | P8-9 |
| | 中国松下的事迹和责任 | P2.2, P4.1-4.2, G1.1, G1.3-1.4, G2.1, G2.3-2.4, G3.1, G4.1, G5.1, G5.3-5.6, G6.2, G6.4 | 2.1-2.2, 3.5, 4.14, PR3 | P10-17 |
| 正道经营, 我们开展公正诚信 的事业活动 | 诚信经营 | M3.2-3.4 | | P20 |
| | 守法合规 | S1.1-1.3 | SO4, SO7 | P21-23 |
| | 风险管理 | | | P24-25 |
| 全员经营, 我们培养人才先于 制造产品 | 员工权益 | P4.5, S1.7, S2.1-2.2, S2.6, S2.9, S2.13, S2.15 | LA1-2, LA13-14 | P28 |
| | 员工培养 | S2.25-2.26, S4.5-4.7 | EC7, LA10-11, HR3 | P29-33 |
| | 员工成长 | S2.24 | LA12 | P34-35 |
| | 安全管理 | S2.17-2.19, S2.21-2.22, S3.1-3.4, S3.7 | LA7 | P36-37 |
| | 民主沟通 | S2.3-2.4 | | P38 |
| | 人性关怀 | S2.27-2.29 | | P39 |
| 环境革新, 我们以先进技术保 护美丽地球 | 加强环境管理 | E1.1, E1.4-1.7 | EN30 | P42-45 |
| | 应对气候变暖 | E2.2, E2.18-2.19, E3.4 | EC2, EN6, EN16, EN18, EN26 | P46-48 |
| | 降低环境负荷 | E1.10, E2.7-2.12, E2.15, E3.6 | EN2, EN5, EN7, EN10, EN20-22, EN27 | P49-52 |
| | 发展循环经济 | E2.3, E3.5 | | P53 |
| 合作共赢, 我们与合作伙伴共 同履行社会责任 | 加强与政府的沟通与合作 | S1.6 | | P56 |
| | 培养行业人才 | | | P57 |
| | 加强与经销商的沟通与交流 | M3.1 | | P57 |
| | 加强与供应商的沟通与合作 | G3.2, G3.7-3.9, E3.2 | EC6, HR6-7 | P58-59 |
| 服务客户, 我们创造可持续的 快乐生活 | 以顾客需求为导向的解决方案 | P4.3-4.4, P5.3 | 2.3, 2.10, PR1-2 | P62-71 |
| | 以创新价值为导向的研发战略 | M2.7-2.10 | | P72 |
| | 以一流品质为导向的生产准则 | M2.5 | | P73 |
| | 以优质服务为导向的客户方针 | M2.1-2.4, M2.13-2.14 | PR5-6 | P74-77 |
| 回馈社区, 我们为下一代构筑 美好未来 | 下一代的生存环境 | E4.1, E4.4 | EN12, EN14 | P80-81 |
| | 下一代的美好梦想 | S4.9, S4.13 | | P82-86 |
| | 扶贫济困 同舟共济 | S4.12 | | P87 |
| 未来展望 | | A1 | 4.17 | P88 |
| 附录 | 报告概况 | P1.2-P1.5 | 3.1-3.4, 3.6, 3.9 | P89 |
| | 关键绩效表 | P5.2, M2.6, S1.5, S1.8, S2.11, S2.31, S4.14, E2.3 | EN3, | P90 |
| | 专业名词解释 | | | P91 |
| | 评级报告 | A2 | | P92 |
| | 报告指标索引 | A3 | 3.12 | P93 |
| | 意见反馈表 | A4 | | P94 |

◎ 意见反馈表

尊敬的读者：

本报告是松下电器（中国）有限公司向社会公开发布的第二份社会责任报告，为了不断改进报告编制工作，我们特别希望倾听您的意见和建议。请您协助完成反馈意见表中提出的相关问题，并选择以下方式反馈给我们。

传真：010-65626199

邮寄：北京市朝阳区景华南街5号远洋·光华国际C座6层

松下电器（中国）有限公司 公共关系部 社会贡献课（100020）

您的信息

姓名：

工作单位：

职务：

联系电话：

传真：

E-mail：

选择题（请在相应位置打✓）

| 选项 | 很好 | 较好 | 一般 | 较差 | 很差 |
|--|----|----|----|----|----|
| 1. 本报告全面、准确地反映了松下电器（中国）有限公司对经济、社会、环境的重大影响？ | | | | | |
| 2. 本报告对利益相关方所关心问题的回应和披露？ | | | | | |
| 3. 本报告披露的信息、指标、数据清晰、准确、完整？ | | | | | |
| 4. 本报告的可读性，即报告的逻辑主线、内容设计、语言文字和版式设计？ | | | | | |

开放性问题

1. 您认为本报告最让您满意的方面是什么？

2. 您认为还有哪些您需要了解的信息在本报告中没有反映？

3. 您对我们今后发布社会责任报告有何建议？

主要参编人员

主 编：大泽英俊总裁
副主编：小川雅美、徐纛

编委会主要成员

公共关系部：王爱强、张明艳、节婧
法 务：张晖、刘蕾、施慧
环 境：赵向东、何燕
培 训：高巨、尹晓薇
人 事：松永佳大、张建国、朱筱菁、刘媛媛、张萍、周波、赵静、杨颖
客户服务：李杨、王卫
供 应 链：李孟、孙南
市 场：顾萍、冯宛晶、大江彻直、金井彩乃、姜玮、金子大辅、朱双双、
林滨、陆晟
制造强化：张书臣
物 流：山口真人

Panasonic 松下电器
百年传承 智美未来
1918 - 2018



松下电器（中国）有限公司
Panasonic Corporation of China
北京市朝阳区景华南街5号远洋·光华国际大厦C座6层