

Panasonic

# 中国松下 社会责任报告2014

China Panasonic  
Corporate Social Responsibility Report 2014



创造美好生活 共享美好世界

中国松下社会责任报告 2014

China Panasonic Corporate Social Responsibility Report 2014

**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

松下在您身边  
创享生活 **美** 一天



**7:00** 电动牙刷为您开启  
崭新一天



**7:30** 调理小家电不仅带来营  
养健康，更带来满满的  
幸福感



**8:00**  
搭载nano-e™的车载空气  
净化器，让您远离  
PM2.5，为您带来清新车  
内空气



**9:00** 高清监控画面，守护您  
的安全



**11:00** “新风系统”放送清新  
洁净的空气，为您带来  
整天的饱满精力



**21:00** 整体卫浴让您独享  
放松、温暖时光



**19:30** 扫地机器人分担家务，按摩  
椅驱散一天疲劳，您只管畅  
享4K大片



**22:00** 渐弱灯光，伴您进入甜美  
梦乡；nano-e™离子美容  
器，让您睡出美丽健康



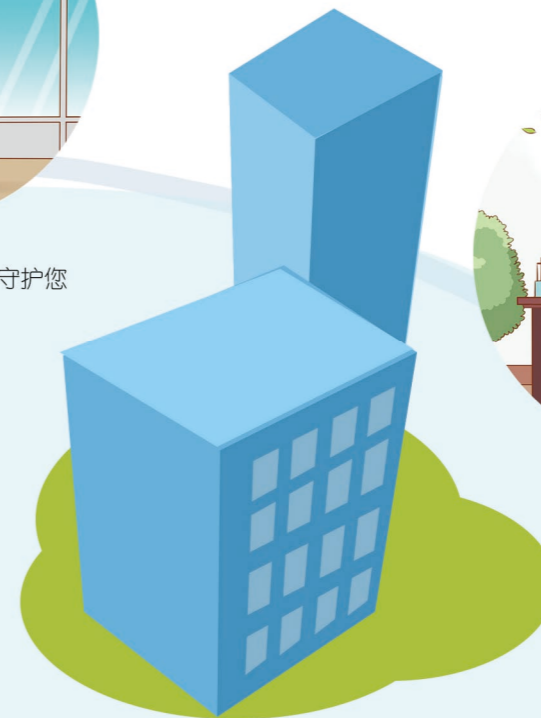
**18:00** 冰箱蓝光杀菌，保障  
食材的新鲜、健康



**17:30** 回到家中，空调1分钟智  
能启动，畅享清爽气流



**15:00** 高清视频会议系统，让  
绿色办公无障碍





# 目录

## Contents



对话董事长.....	02
关于松下..... <ul style="list-style-type: none"><li>• 我们创造的智美生活</li><li>• 我们的中国历程</li><li>• 我们的事业</li></ul>	04
我们引领的责任未来..... <ul style="list-style-type: none"><li>• 正道经营</li><li>• 责任管理</li><li>• 专题：制定责任标准 引领行业发展</li></ul>	09
我们为您提供品质生活..... <ul style="list-style-type: none"><li>• 至臻服务提升客户体验</li><li>• 优质产品点亮美好生活</li><li>• 科技创新引领智慧未来</li><li>• 专题：需求导向研发 只为满意智造</li></ul>	23
我们为您奉献绿色生活..... <ul style="list-style-type: none"><li>• 促进循环经济发展</li><li>• 推进绿色运营实践</li><li>• 打造节能环保产品</li><li>• 应对环境气候变化</li><li>• 完善企业环境管理</li><li>• 专题：倾听多方声音 改善环境管理</li></ul>	35
我们与您共创幸福生活..... <ul style="list-style-type: none"><li>• 幸福社区</li><li>• 幸福伙伴</li><li>• 幸福员工</li><li>• 专题：梦想守护家园 行动改变明天</li></ul>	51
我们共同的智美未来.....	70
附录..... <ul style="list-style-type: none"><li>• 意见反馈</li><li>• 关于报告</li><li>• 评级报告</li><li>• 关键绩效表</li><li>• 指标索引</li></ul>	71





## 对话 董事长

——松下电器（中国）有限公司 董事长 大泽英俊

“作为社会的公器，我们努力追求企业、社会与环境的和谐，通过事业为未来可持续发展做贡献。”

### 中国松下将CSR活动作为企业价值实现的重要一环，其基本思想和方针是什么？

自创业以来，松下电器始终坚持“通过事业为人们生活改善和社会的发展做贡献”。秉承这一经营理念，创业者松下幸之助在1978年与时任邓小平副总理会谈中，承诺为中国工业经济的发展做贡献，松下电器的中国事业由此开始。我们始终认为，公司经营的目的不仅仅是为了追求销售和利润，今天，松下仍然把为中国社会做贡献作为重要的使命，开展日常的事业活动。从这个意义上，我们的CSR活动是对经营理念的传承和实践。

时至今日，我愈发认识到履行CSR的意义不应限于提升企业品牌美誉度、彰显企业文化，更应该用来强化经营管理，创造社会价值的同时，实现企业的基业长青和永续发展。可以说，CSR就是企业经营本身。因此，对于中国松下来说，我们时刻都在努力思考，如何通过更智慧的方式，使CSR成为松下核心竞争力的来源，并进一步造福社会。未来，我们将在正道经营、人权、环保、供应链、商品与服务、社会公益活动等多个方面，一丝不苟、实实在在地履行企业责任。

### 2014年，中国松下在履行社会责任方面取得了哪些成果？

如果将2013年作为中国松下的CSR战略升级之年，那么2014年可以看作是实践之年。我们进一步完善了集团CSR管理委员会的体制建设，并真正发挥其作用。制定CSR规划，强化内部沟通和能力建设，提升全员意识，配以持续性的公益活动，切实履行社会责任。

2014年，正值松下电器进入中国35周年，我们在家电、住宅、车载等事业领域潜心研发，提出多种智能解决方案，以应对经济发展随之而来的社会问题。在松下重点关注的环境和教育公益领域，位于库布齐沙漠边缘的松下集团中国公益林项目，全年再添近87万平方米新绿，同时在杭州落成面积约7万平方米的松下友好公园。儿童环境教育、世界遗产学习等教育支援活动在2014年持续开展，覆盖儿童人数逾16万。

值得骄傲的是，2014年中国松下获得了“中国优秀企业公民”、“中国企业社会责任杰出企业奖”等十多项社会责任奖项，我们的社会责任工作得到了各界的高度评价和广泛认可。今后，我们将继续思考，以新的思维和模式，建立长期的与公司整体经营相融合的CSR战略，通过事业活动，贡献未来的可持续发展。

### 面向2018年创业100周年，中国松下将如何继续更好地开展CSR工作？

2018年，松下集团将迎来创业100周年，为了实现“传承百年的技术和品质，松下为人们创造智能而美好的未来”的愿景，我们将坚持贯彻“企业是社会的公器”的经营理念，通过不断的技术革新，为人类的繁荣和幸福做贡献。

随着时代的发展，我们为中国社会做贡献的方式也在发生改变。36年前，我们的目标是为中国电子工业的发展做贡献。现在，我认为我们对中国社会的贡献是要去解决困扰当今中国的社会问题，如随着经济发展而产生的环境污染、老龄化、交通拥堵、能源短缺、城市安全等等。我们将密切关注中国政府为解决社会问题而推出的系列政策，以我们所擅长的技术和解决方案服务于中国经济的发展和社会的进步。带着这一愿望，2014年，为了融合众多具有优势的事业，提供综合解决方案，中国松下成立了B2B事业开发中心。我们将在继承长期以来在B2C领域形成的“家电DNA”的同时，大力推进B2B事业，为中国社会做出更大的贡献。

# 关于松下

## About US

**理念：**企业是社会的公器

**纲领：**贯彻产业人之本分，努力改善和提高社会生活，以期为世界文明的发展做贡献

### 我们的事业

松下电器是全球领先的电子产品制造商，主要为住宅空间、非住宅空间、移动领域以及个人领域的用户提供先进的电子技术和系统解决方案。公司自1918年创立以来，业务拓展遍及全球，目前已有近500家子公司分布在全球各地。公司致力于打造跨行业、跨领域的企业核心价值，力争为广大用户创造更美好的生活、更美丽的世界。

现在，松下电器在继承贴近顾客生活的“家电DNA”的同时，从住宅、社会、商务、旅行、汽车多个领域扩展顾客的美好生活。

1987年，第一家合资工厂的设立开启了中国松下事业，发展至今，中国松下的事业活动涉及研究开发、制造、销售、服务、物流等多个方面。如今松下在中国的事业规模日益扩大，已在中国国内拥有近100家公司，职工人数6万余人。

迄今为止，中国松下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。



#### 全球事业

¥ 77,150 营业额  
亿日元

254,084 员工数  
人

469 关联公司数  
家



#### 中国事业

¥ 587 营业额  
亿元人民币

60,002 员工数  
人

91 在华企业数  
家

注：以上数据截止至2015年3月31日。其中，中国事业营业额数据来源于松下电器产业株式会社2014年报，根据2014年度每季度日元兑换人民币汇率计算，最终相加得出。

### 我们的中国历程

“为中国社会做贡献”是松下电器创业者向邓小平先生许下的郑重承诺

松下在中国的事业始于1978年，时任邓小平副总理访问日本时参观了松下电器电视机工厂。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。

- ◎ 1978年 时任国务院副总理邓小平访问日本松下电器
- ◎ 1979年 创业者松下幸之助第一次访华  
第一次技术合作：向上海灯泡厂提供黑白显像管成套设备
- ◎ 1980年 松下电器技术服务中心成立，松下电器产品正式进入中国市场
- ◎ 1987年 成立第一家合资企业：北京·松下彩色显象管有限公司
- ◎ 1989年 第一支松下21寸彩色显像管下线
- ◎ 1994年 成立松下电器（中国）有限公司
- ◎ 1995年 设立“松下育英基金”
- ◎ 1996年 成立松下中国环境保护事务局
- ◎ 2000年 与清华大学合作成立清华-松下DVD节目制作联合实验室
- ◎ 2001年 成立松下电器研究开发（中国）有限公司
- ◎ 2004年 在杭州设立“松下杭州工业园”
- ◎ 2007年 赞助WWF黄海生态区保护支援项目
- ◎ 2008年 作为奥运会全球正式合作伙伴，全力支持北京奥运会
- ◎ 2009年 召开松下环境论坛，发布植树和儿童环境教育两项百万承诺
- ◎ 2010年 向上海世界博览会日本馆提供最新技术支持
- ◎ 2012年 吸收合并松下电工（中国）有限公司
- ◎ 2013年 建立以“常青义教”为主的志愿者驿站项目
- ◎ 2014年 发布“百年传承 智美未来”品牌标识语





## 助推智慧城市建设 共绘未来城市蓝图

随着云计算、物联网、移动互联、大数据等技术的发展，人们可以通过先进的互联网技术改善传统城市建设在信息互联、公共服务等方面存在的不足，让城市生活更加安全、安心、舒适、高效、环保，社会对智慧城市建设充满期待。中国松下的创新内容始终围绕中国用户的期待，提出适用于智慧城市建设整体解决方案。

## 我们创造的智美生活

### ■ 智能交通——让人们的出行更加安全、有序

通过ITS无线通信构成的安全驾驶辅助系统将安心安全的交通推向全球

#### 路车间通信

通过向十字路口处的车辆、行人，传达堵塞信息，可以防止交通事故及缓和交通堵塞



#### 车车间通信

在能见度低的十字路口处，通过将相互位置传输给接近的车辆，从而防止交通事故的发生



#### 人车间通信

通过传达有行人通过的信息以避免交通事故发生



早在上世纪70年代，松下电器已然开始参与交通管理系统，发展至今，利用丰富的经验和先进的技术手段，开发并应用了智能画像信息系统、公共车辆优先系统、紧急车辆行车支援系统、车辆运行管理系统、动态路线引导系统、交通信息系统、行人支援信息系统、交通公害低减系统、紧急通报系统、安全驾驶支援系统等多项智能交通管理的完整解决方案。

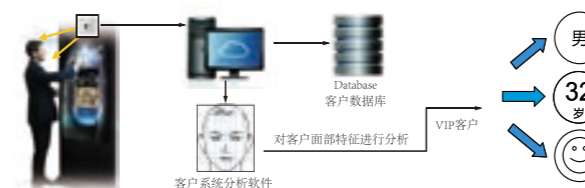
### 【案例】松下智能交通系统（Intelligent Transport Systems）

松下智能交通系统（ITS）可以通过超声波检测道路车辆，并通过所提供的时间、车速、车高等基础数据，经由电脑软件处理生成交通量、速度、占有率等交通管理、指挥所需要的数据，协助交通指挥中心更有效地进行交通车辆疏导、紧急车辆管理和路车协调，不仅为救护车、消防车等紧急车辆提供了绿色通道，而且可以通过信息提示，有效降低追尾、车辆并道等事故的发生，让道路交通更加安全、有序。该系统可做到车型与速度同时检测，精度达95%以上。目前，此技术已在青岛推广应用。

### ■ 智能商业——让人们的消费更加便捷、舒心

松下电器通过在商业应用中的电子标牌系统、交通信息的商业化应用、大型商场超市的节能以及对客流分析的智能识别系统等解决方案，在帮助商业提高管理效率、降低资源和能源成本的同时，努力为顾客带来更人性、智能、便捷、绿色的消费体验。

#### 【案例】客流统计分析解决方案



松下人脸智能识别系统，可以在大型商场、机场或车站等场所，进行人数统计、人脸对比、年龄识别、表情识别、性别识别、视线识别等智能判断，并基于识别结果，按照客户要求进行分析、门禁、考勤、安防等系统定制。

- 商圈的客流统计与分析系统可以根据客户特点及消费偏好，控制店内播放客户更感兴趣的商业广告，并且通过POS联动系统为商户提供客人消费信息统计、结合消费者的面部特征分析出消费行为与消费者特征（年龄、性别等）之间的关系。
- 区域人数统计分析可以对大型展会的参展人数进行统计，观察观看者驻留时间、观看者面部特征、性别和年龄等详细信息，并统计参展人员的当日消费情况。
- 通过提供十万人的来客面部数据存储，系统还可以自动检索出VIP客户及回头客户，并为他们推送相关服务，提升VIP及回头客户的客户体验及客户忠诚度。

### ■ 智能建筑——让人们的生活更加舒心、环保

松下电器统集成管理平台下的智慧楼宇能源管理综合监控系统、楼宇安防视频监控系统、照明器材及照明控制系统、建筑新风系统、酒店绿色房间能源管理系统等，可为办公写字楼、居民小区、学校、酒店的智能建筑提供整体解决方案，有效降低楼宇的运行成本，让人们的生活更加智能高效、放心安全、绿色健康。

#### 【案例】UAMS智能建筑管理系统

为了有效降低建筑运行成本，提高建筑管理效率，松下电器UAMS智能建筑管理系统应运而生。UAMS系统主要应用于如办公楼、商场、学校等大型智能化建筑物内，以及户外广场、公园等特定园区内，是面向建筑和区域提供能源管理、设备管理、业务管理的整体解决方案，力图通过对建筑运行管理的有力支撑，实现建筑运行的低能耗、低成本、高效率。

#### DO YOU KNOW?

近年来，能源消耗成本、设备管理成本和人员管理成本正在成为建筑管理的一大挑战。据统计，在中国，建筑能耗已经达到能源总消耗量的1/3，4%的大型建筑占据了22%的能源消耗，中国既有的近500亿平方米建筑中，约75%~80%属于高能耗建筑。有数据表明，将能源成本以及设备管理与人员管理成本综合计算，中国建筑管理总体效率只及发达国家的三分之一，而成本却是后者的三倍。



# 我们引领的**责任**未来

- 参与编制国内家电制造业**第一本**CSR报告编写指南
- 在《企业社会责任蓝皮书2014》中位列外资企业100强**第四名**
- 发布**首份**《中国松下企业社会责任专刊》
- 荣获**“诚信经营示范企业”**称号

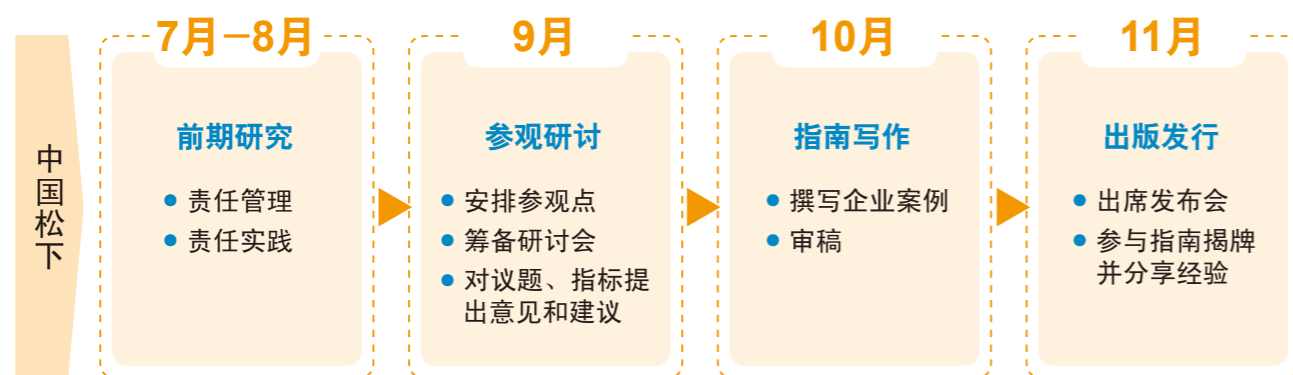


## 制定责任标准 引领行业发展

中国松下积极推进企业社会责任研究，与中国社科院联合制定发布《中国企业社会责任报告编写指南3.0之家电制造业》，以企业社会责任实践经验推动行业社会责任发展。

家电制造业是国民经济实现可持续发展的中坚力量。家电制造业企业积极承担社会责任，对推动经济、社会和环境的可持续发展具有重要意义。但国内家电制造业在社会责任领域起步较晚，发布社会责任报告的时间也相对滞后。目前，国内家电制造业社会责任报告虽然在质量方面不断提高，但仍旧存在内容不够完善、形式不够创新、编制不够科学等问题，还需要进一步改进。

2014年7月-10月，中国松下与中国社会科学院共同开展了《中国企业社会责任报告编写指南3.0之家电制造业》的调研、编制和发布工作。这也是中国松下首次参与社会责任标准制定。



中国松下在《中国企业社会责任报告编写指南3.0之家电制造业》中的全程参与

### 案例 实践出真知



2014年9月4-5日，厦门建松电器有限公司迎来了由企业社会责任领域权威机构人士组成的专家调研团，调研团参观了生产车间、办公区域等地，现场了解了厦门建松的履责实践，并与一线生产管理人员沟通交流，听取他们对家电行业社会责任指标体系、中国松下社会责任管理与实践的意见和建议。

### 案例 成果发布，引领未来



2014年11月13日，《中国企业社会责任报告编写指南3.0之家电制造业》在北京新闻大厦正式发布，松下中国公共关系部代表受邀参加了揭牌仪式，并向政府领导、专家、同行者以及新闻媒体等与会嘉宾分享了松下在中国开展企业社会责任工作的经验。

作为国内家电制造业第一本企业社会责任报告编写指南，中国松下参与编制的《中国企业社会责任报告编写指南3.0之家电制造业》具有开创性的意义和价值。指南以其实用性和科学性，为家电制造业企业编写社会责任报告提供了符合行业实际的标准，成为家电行业企业开展社会责任管理的指导和依据，切实推动了行业社会责任的发展。

### Voice

公司此次参与《中国企业社会责任报告编写指南3.0》（家电分册）的编制，通过面对面与专家研讨，不仅得到了进一步完善和提高公司社会责任活动水平的机会，还通过指南的出版将公司的优秀活动事例与社会共享，为行业社会责任活动水平的提高尽了绵薄之力。

——松下中国环境推进部  
赵向东 部长

《中国企业社会责任报告编写指南3.0之家电制造业》的发布再一次让我们领略了“一流的企业做标准”，必将推动家电行业社会责任更好地发展。

——中国社科院企业社会责任  
研究中心 钟宏武 主任

企业社会责任专家调研团来我公司实地考察，对家电行业社会责任热点问题进行了深入交流，让我们更加深刻认识到：只有使社会责任深入每一个业务环节，才能获得竞争的优势，获得社会的认可。

——厦门建松电器有限公司  
黄文贤 总经理



## 责任管理

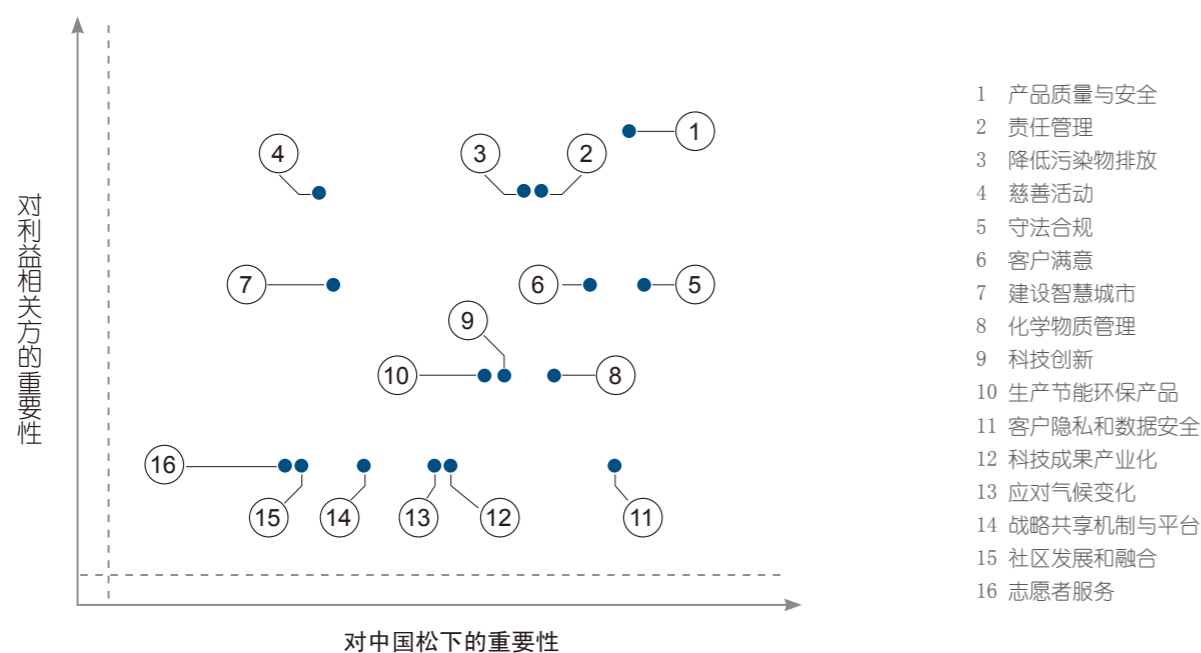
### 1. 责任战略

#### 责任理念

中国松下始终秉持“企业是社会的公器”的责任理念，贯彻“通过不断的技术革新，为人类的繁荣和幸福做贡献”的经营理念，以理念促行动。2014年中国松下发布新品牌标识语“百年传承 智美未来”，倡导“传承百年的技术与品质，松下电器为人们创造更加智能而美好的未来”的品牌理念，通过松下在中国的事业活动，为中国社会的发展贡献力量。

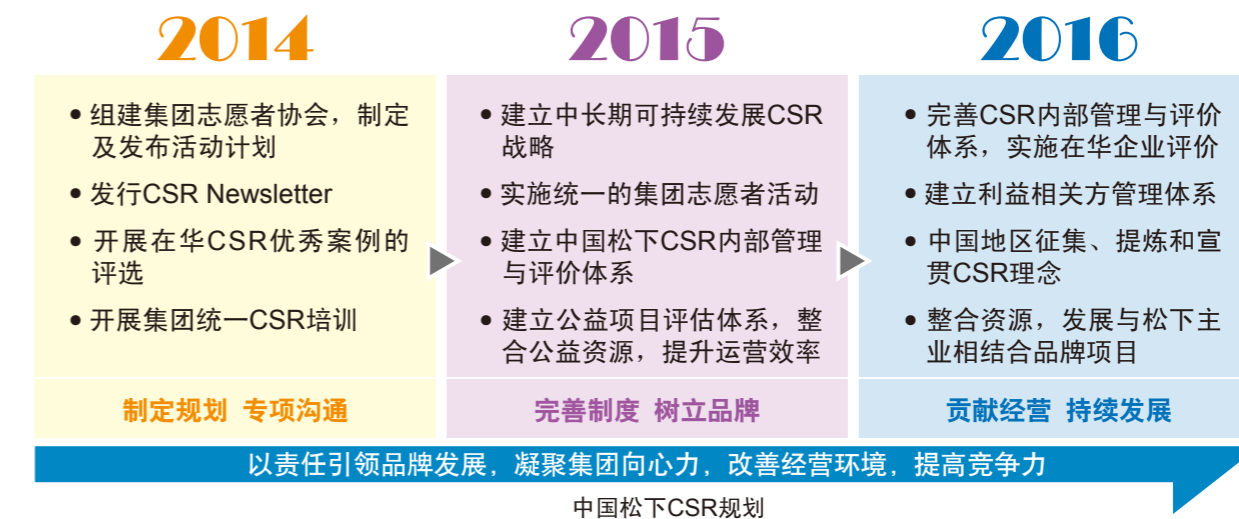
#### 责任议题

通过分析国际和国内社会责任主流标准、政府政策要求的社会责任指标，并对业内多家社会责任先进企业进行对标后，结合中国松下的发展战略和规划，梳理出中国松下履行社会责任的一般性议题；随后，对各利益相关方进行访谈和调查，向中国松下集团企业发放《2014年度中国松下CSR调查及实质性议题筛选调查》问卷，了解利益相关方对各个议题的态度，并建立“对利益相关方的重要性”和“对中国松下的重要性”二维矩阵，最终确定公司2014年的核心议题。



#### 责任规划

中国松下围绕公司整体战略规划，于2013年制定了2013-2015年社会责任发展规划。2014年已按照规划完成相应工作，发布中国地区社会责任专刊（CSR Newsletter），开展在华CSR优秀案例评选等。同时，结合业务发展，对社会责任规划进行滚动编修，确保企业社会责任工作始终与时俱进、始终服务于企业整体发展战略、始终具备较高的效率和较好的效果，并不断加强社会责任规划的执行和考核，提升社会责任管理水平，把履行社会责任融入企业经营发展的各个环节之中。



#### 责任推进

中国松下建立并完善了符合企业自身实际的社会责任推进机制。在科学的管理体系的推动下，参考社会需要与国际国内CSR相关标准和要求，同时结合企业愿景与可持续发展规划，制定出CSR发展的重点任务，并扎实推进，稳步落实。



## 2. 责任沟通

中国松下高度重视社会责任的内外部沟通与交流，不断健全社会责任沟通机制，拓展与利益相关方的沟通方式，积极回应利益相关方的期望。

- 中国松下加强企业外部社会责任沟通，积极参与政府、行业协会及科研院所举办的社会责任会议、论坛等活动。
- 中国松下建立良好的企业社会责任内部沟通机制，每年召开集团社会责任大会，发布社会责任年度战略和指标体系，向各在华企业下发社会责任调查问卷，了解利益相关方对公司的意见和建议。

利益相关方	对企业的期望以及企业的回应
 政府	遵守法律法规 依法足额纳税 带动社会就业
 合作伙伴	坚持诚信经营 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
 客户	提供优势产品与服务 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
 员工	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
 环境	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
 社区	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
 社会组织	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

### 通过CSR刊物增进沟通

#### 《中国松下企业社会责任专刊》

2014年12月，为了更好的分享中国松下企业社会责任工作推进的成果和心得，《中国松下企业社会责任专刊（CSR Newsletter）》创刊号正式发布，建立与利益相关方沟通的新平台，同时传递我们努力实现“成为受中国社会喜爱和信赖的企业”的决心。

主要内容：

- 责任专题
- 精彩2014
- 公益行动进行时
- 履责进行时
- 责任沟通



#### 《中国松下企业社会责任报告》

自2013年起连续两年定期发布中国版企业社会责任报告，搭建社会公众了解中国松下的有效渠道。



### 利用网络平台促进交流

#### 对内CSR网络交流专区

内部网络平台开设“CSR交流专区”，为中国松下企业提供信息共享、企业交流、员工沟通的内部CSR交流平台。

- 公益创意、行业知识
- 优秀案例分享
- 员工参与公益活动心得
- 集团活动信息

#### 新华网建设中国松下企业社会责任专题

2015年1月，松下企业社会责任专题页面在新华网北京频道正式上线，利用这一沟通平台，积极向社会大众传递松下可信任的CSR企业形象。



### 参与责任活动分享经验

#### 参与教育协助活动传播企业正能量



2014年11月20日，松下中国公共关系部小川雅美部长走进中国传媒大学CSR系列讲座，为该校数百名学生讲授松下在华的社会贡献事业。本次讲座是松下电器首次面向学生分享企业社会责任实施的内容和成果，提升了下一代对社会责任的认识，彰显了松下电器负责任的企业社会形象。

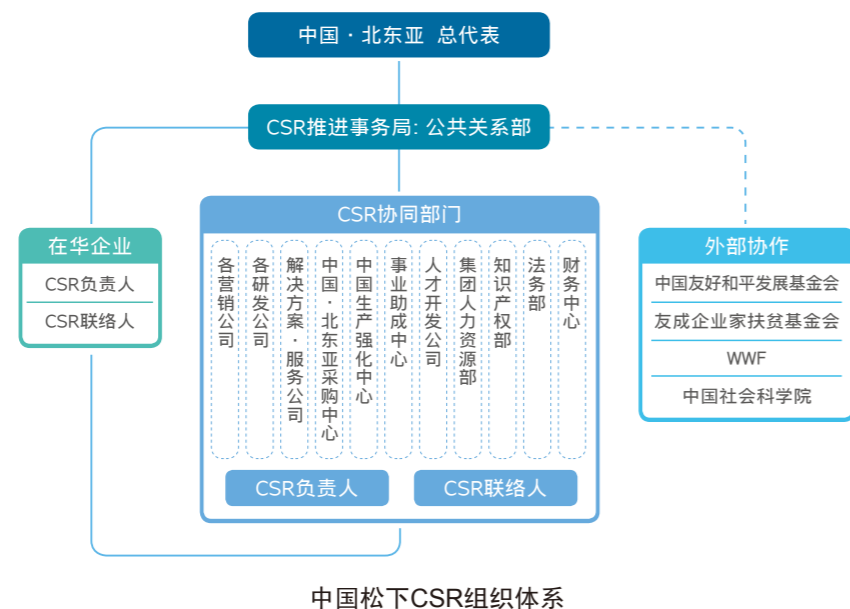
#### 受邀参加灵山公益慈善促进会



2014年5月17日，以“爱心善行——全球视野下的中国公益慈善”为主题的2014灵山公益慈善促进大会在无锡灵山开幕，来自四大洲共15个友好国家的各界代表约400余人出席会议。中国松下在主题论坛上介绍了公司的公益理念和在全球开展的“LED太阳能提灯捐赠项目”，赢得了与会嘉宾的兴趣和好评。

### 3. 责任治理

中国松下于2013年设立企业社会责任管理委员会，由大泽董事长领导各部门及集团企业主要负责人共同组成，有松下中国公共关系部主要负责社会工作的日常统筹、协调和管理工作，包括制定社会责任规划、建立健全社会责任工作制度、研究社会责任发展方向和重大问题，组织审核责任报告的编制和发布等，以有效提高中国松下企业社会责任工作的水平和质量，切实推动社会责任理念融入到中国松下经营管理的各个环节。



### 4. 责任能力

中国松下注重集团企业社会责任负责人的能力建设，通过组织集团社会责任专题培训，推荐参加社会责任公益讲堂等方式，提升员工对企业社会责任的认识和在工作中践行企业社会责任的能力。



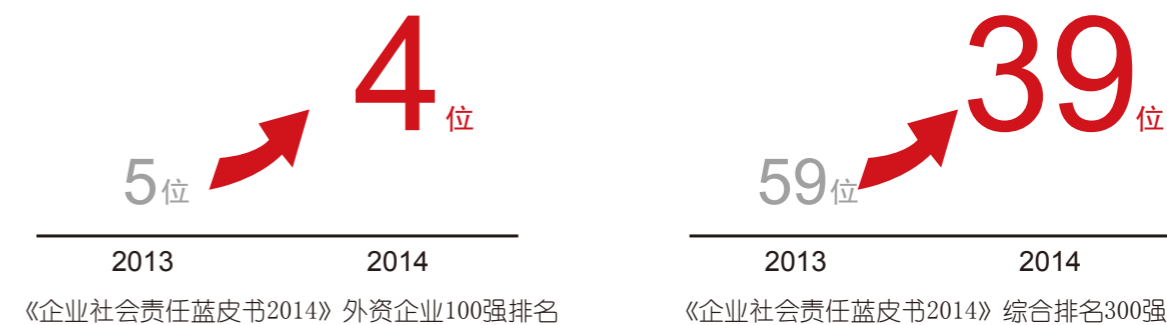
连续七期参与“分享责任—中国企业社会责任公益讲堂”



知名社会责任学者钱为家为中国松下集团CSR培训研修班授课

### 5. 责任荣誉

依据2013年建立的《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个方面，对各部门和各法人企业社会责任工作的落实进行考核评价。在2014年11月由中国社会科学院发布的《企业社会责任蓝皮书2014》中，中国松下在外资企业100强中位列第4、300强综合排名39名。



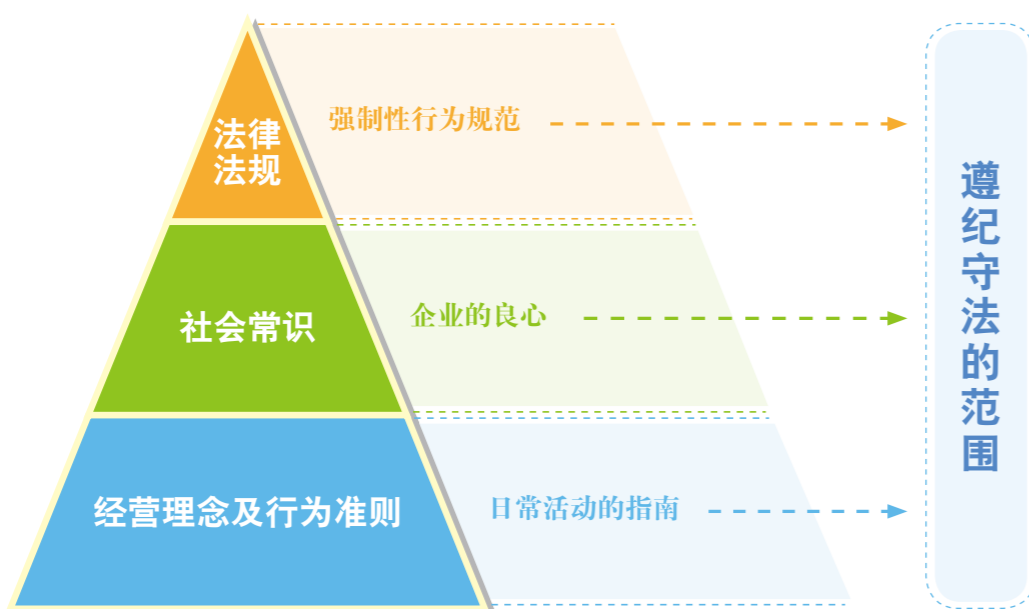
#### 2014年中国松下社会责任主要奖项

序号	获得荣誉	授予单位
1	诚信经营示范企业	商务部中国国际贸易学会
2	2014中国优秀企业公民	中国社工协会企业公民委员会
3	中国企业社会责任公益项目卓越奖	公益时报
5	2014年度中国最佳雇主企业	中国雇主品牌论坛组委会
6	CSR中国教育奖-最佳公益影响力	团中央学校部、教育部司政司
7	2014年度中国企业社会责任杰出企业奖	新华网
8	年度中国最具影响力企业公益项目奖	《环球时报》
9	2014中国高校公益最佳推动力	中国扶贫基金会

## 正道经营

### 1. 确保诚信经营

中国松下始终秉承创业者松下幸之助“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、尊重所在地区社会习俗作为公司基本行为准则的重要内容，通过与各种不同的利益相关方对话，进行高透明度的事业活动，努力做到迅速地采取公正且诚实的行动，坚决贯彻守法经营。

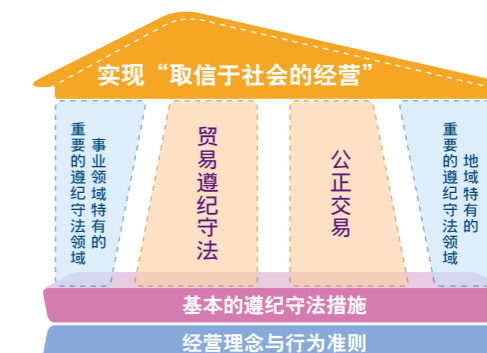


### 2. 坚持守法合规

#### 遵守行为准则

为了实现“取信于社会的经营”，中国松下围绕“贸易遵纪守法”和“公正交易”两大支柱，积极实施防止商业贿赂等特殊遵纪守法措施。集团建立了以法务责任者、法务联络人为主体的法务组织体系，在集团内针对高风险的事业场推进“遵纪守法”自查确认活动。

- ▲ 推进主要遵纪守法项目，包括出口管理、公务员接待、企业垄断联盟等。
- ▲ 建立贯彻推进的体制，实现P（规程制度）D（研修学习）C（确认自查）A（结果改善）的管理。

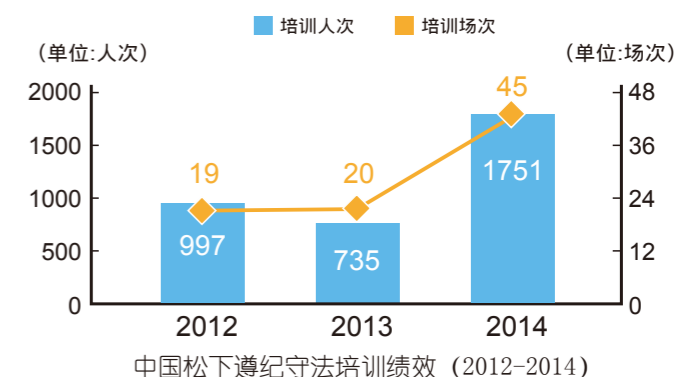


拥有包括中文在内22种语言版本的《Panasonic行为准则》，是松下电器经营理念的基本体现。中国松下高度重视《Panasonic行为准则》的宣贯和执行，除了在入职教育时人手一本进行发放以外，还以E-learning等多种形式对员工进行教育和培训。

#### 加强合规培训

中国松下重视员工法律教育和知识普及，制作了“遵纪守法手册”和“遵纪守法专刊”。每年9月，是松下集团的“遵纪守法月”，在此期间面向集团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。

中国松下开展多种形式的守法合规培训活动，不仅进行集中培训，还开展网上E-learning学习，并于2014年12月面向所有松下中国的企业制作了“遵纪守法基础篇”与“行为准则基础篇”的学习课件，并率先在松下中国总公司内导入、推荐，今后还将在中国松下的企业中进行导入、推进。针对集团外部、内部的典型案例制作成“他山之石”栏目，提供给全员进行学习。截至2014年12月共累计发送21期。



#### 案例 荣获“诚信经营示范企业”称号



2014年6月24日，松下电器（中国）有限公司被授予“诚信经营示范企业”荣誉称号，这是目前中国家电行业唯一一家获此殊荣的外资企业。

#### 案例 禁止商业贿赂及不正当行为的贯彻说明会



中国松下制定了“防止商业贿赂及不正当行为”地域规程，并针对公司内外采取了具体措施。对内，要求所有在松下员工（包含日方、中方）签订“誓约书”，承诺遵守国家的法律法规以及公司的规章制度，同时召开了各种研修说明会；对外，面向所有供应商召开了供应商大会，说明中国松下相关措施的同时，要求供应商自律以及配合实现遵纪守法、公平公正的交易。

案例 发布“集团遵纪守法专刊”

2014年10月，发布“集团遵纪守法专刊”，通过漫画和Q&A形式形象生动地讲述日常工作中的注意事项。



案例 遵纪守法“每日一话”

2014年9月，松下中国连续22天以“每日一话”的形式，以中、日文两种语言向全体员工重申日常工作中的遵纪守法注意事项。

**侵犯著作权的行为**

Q 漫画、照片、文字、应用程序等作为“著作物”受到著作权的保护。下列选项中，侵犯著作权的行为有哪些？（可多选）

- A 从网站，将下载的软件在公司PC中安装。
- B 对本公司进行介绍的TV广告节目的录像，在营业场所放映。
- C 将从商店购买的正版办公软件，在部门内的多个PC中安装。

**A** 正确答案是A、B、C。  
请遵守内部规定（关于营业场所的合理使用和管理的规定）。

**著作權を侵害する行為**

Q 漫画やイラスト、写真、文章、正規版のソフトウェアは、「著作物」として著作権法で保護されています。下記のうち、著作権を侵害する行為はどれでしょう。（複数回答可）

- A Webサイトから、開発用ソフトウェア会社のPCにダウンロードしてインストールする。
- B 当社が紹介したTV番組の録画データを、売場、展示会で放映する。
- C 部内多数のPCに正規版ソフトウェアをインストールする。

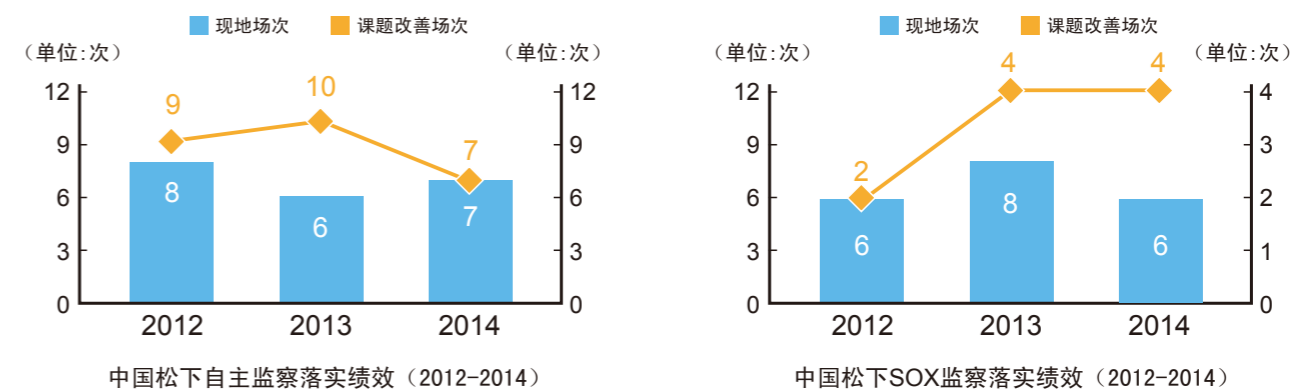
**A** 正解はA、B、Cです。  
目的の行為は、「著作物の適法な利用、管理のあり方」について、お気を付けてください。

3. 加强风险管理

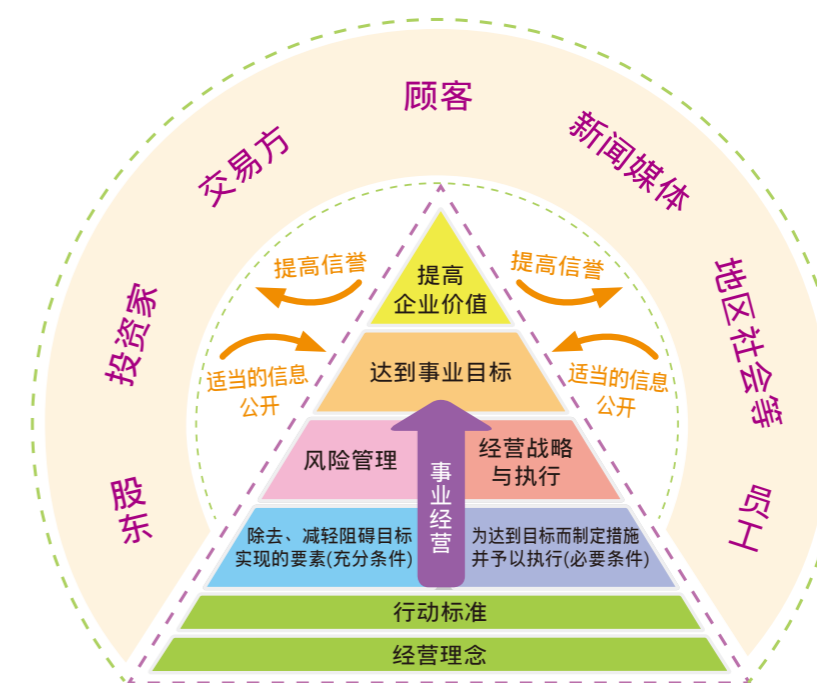
中国松下始终相信，防患于未然对于事业的可持续发展是必不可少的。中国松下在集团层面建立风险管理体系，并根据社会发展和公司内外环境的不断变化进行持续完善和升级。

在中国松下，经营战略和风险管理并称为推动事业发展的“两个轮子”。正确的经营战略可以引导企业在经营中取得成功，有效的风险管理则为企业提供安全的内外部环境，二者相辅相成，共同推动事业目标的实现。

向公众适当披露风险信息及相应的应对措施，有利于利益相关方更加全面地了解公司经营状况，增强利益相关方对公司的信心，为公司发展营造良好的外部环境。



经营战略和风险管理是事业经营的汽车的两个轮子



# 我们为您提供**品质**生活



研发投入金额 **10.52** 亿元，研发人员数量 **3,020** 人



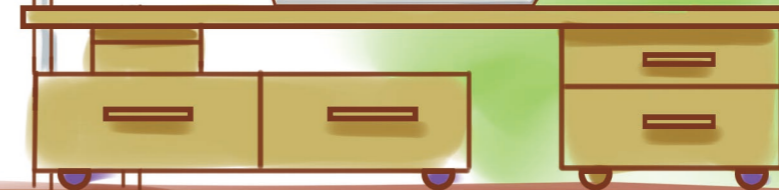
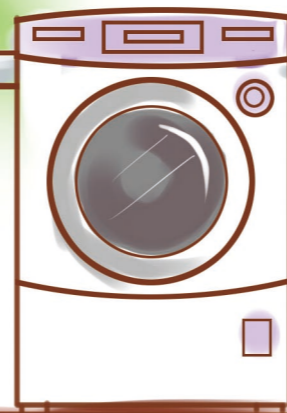
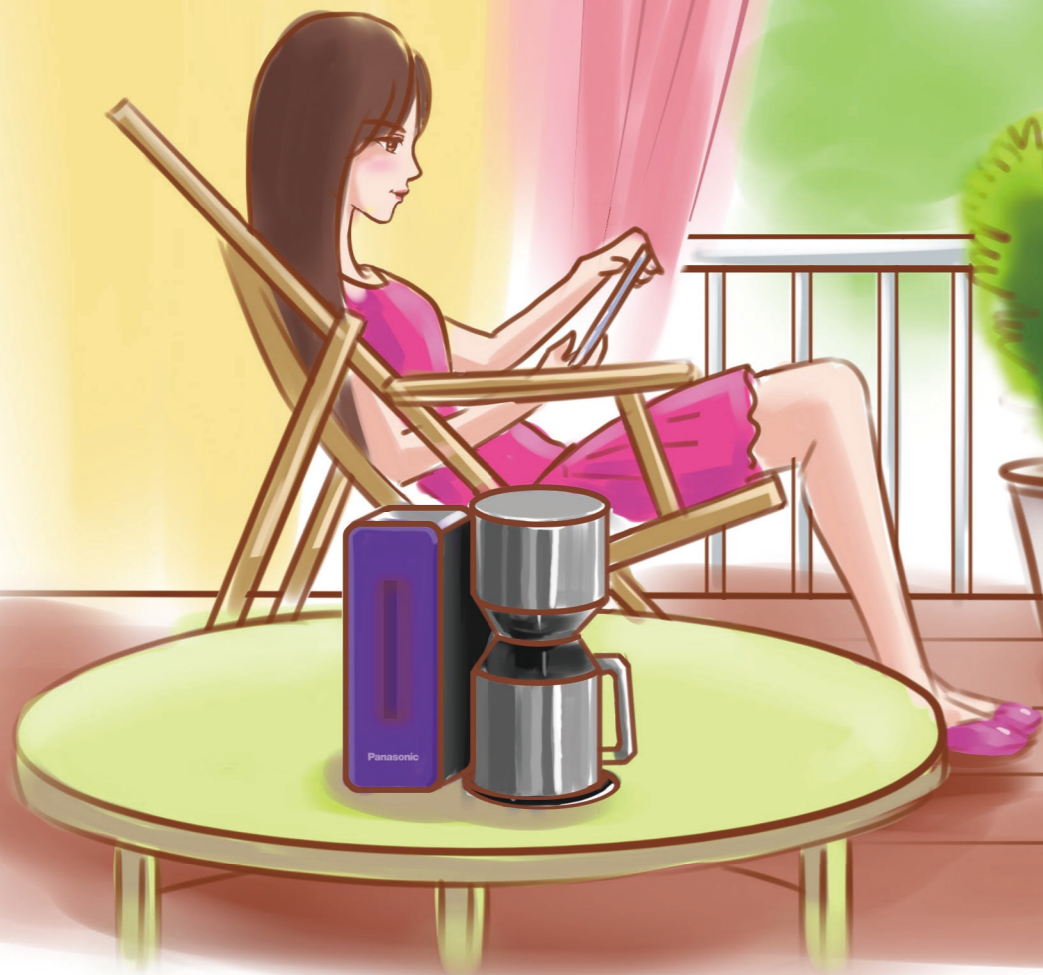
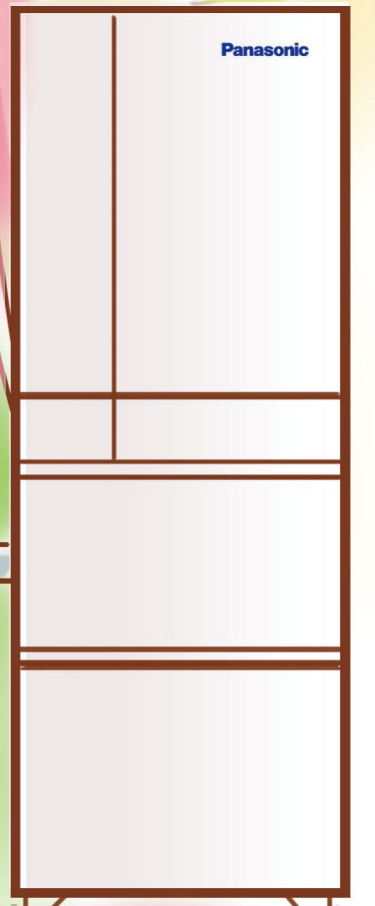
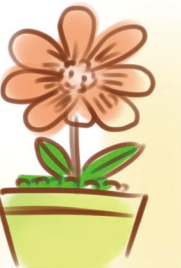
发明专利申请数 **1,474** 件



售后网点服务覆盖率 **100%**



客户满意度 **88%**



## 需求导向研发 只为满意智造

中国松下立足现地需求，积极发挥自身技术与研发优势，2014年推出松下“宝贝星”儿童专用洗衣机，解决中国妈妈洗衣烦恼。

对于新妈妈而言，在日常生活中看似简单的问题，随着宝宝的降临，变得越来越复杂。

- 宝宝的肌肤娇嫩而且抵抗力差，很容易受到有害细菌、过敏物质、化学残留等刺激性物质的影响，特别是每天都与宝宝亲密接触的尿布、口水巾、衣服等，更是病菌滋生的温床，若清洗不干净，会危害宝宝健康。
- 传统运用煮洗的方式，并不能完全应对宝宝所有衣物污渍，煮洗不当还有可能造成衣物损坏和二次污染。
- 被广大妈妈普遍认可的手洗方式也不能去除宝宝衣物上常见的，容易导致宝宝感冒、咳嗽、拉肚子的金黄色葡萄球菌和大肠埃希氏菌。

我们帮您解决

中国松下研发了具有4重除菌抗菌洗涤科技的、专为0-3岁宝宝打造的婴幼儿专用洗衣机——松下宝贝星，轻松应对各种宝宝衣物难缠污渍，高效除菌抗菌，贴身呵护宝宝健康。

## “宝贝星”的诞生之路

通过对消费者需求的敏锐洞察与深入挖掘，改变过去以产品为导向的研发、营销模式，中国松下率先在婴幼儿洗衣领域找到突破口，真正做到以消费者需求为导向进行产品的研发、生产与销售。

	需求分析	提出方针	市场调研	研发生产
内容	中国人洗衣习惯： ① 外套、内衣分开洗涤 ② 部分衣物另行手洗	“我们要通过能够解决顾客实际困难的突出商品，挖掘第二台需求。”	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 家庭手洗衣物的种类和洗涤方法</li> <li>● 松下迷你洗衣机实际使用情况和客户评价</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 容量设定</li> <li>● 除菌、抗菌效果</li> </ul>
结果	开发一种能够省去这种麻烦的专用洗衣机，在每个家庭推广普及第二台洗衣机	决定开发行业首创的婴幼儿专用洗衣机“宝贝星”	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 迷你洗衣机大多用于清洗三岁以下婴幼儿的外衣</li> <li>● 围嘴儿、内衣有90%依然手洗</li> <li>● 近九成家庭育儿费用占总收入比率超过30%</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 容量设定为3公斤</li> <li>● 创新光动银除菌</li> <li>● 95℃高温除菌</li> <li>● 抗菌内筒</li> <li>● 筒自洁防霉菌</li> </ul>



## “宝贝星”的品质保证

“宝贝星”的外观设计为滚筒式，不仅完全符合商品概念，而且与“年轻父母”、“宝宝”的形象相宜。商品企划人员多次访问顾客，对外观、价格和功能等方面进行验证，确保商品概念、滚筒式机体和外观设计获得顾客认可。

为了让产品线更加丰富，“宝贝星”设定了6种颜色，对机身材料也进行了严格的挑选。把所有的零部件小型化，反复实验、评价、改善，确立自主的工艺，最终实现了保证品质的制造。



严格工艺规程，铸造放心品质



“宝贝星”荣获德国IFA家电展第十届“中国家用电器创新成果”“产品创新奖”

## Voice



张继攀  
杭州松下家用电器有限公司 营业部 副部长

为了让商品深入人心，我们通过多种渠道展开了普及战略。还需要进一步提高认知度。中国市场有很大的潜力。



林一斌  
松下家电研究开发(杭州)有限公司 部长

我们拥有满足顾客需求的要素技术。充分展现这种优势就是我们的价值所在，我们也一直为此而努力。接下来的目标是要开发出顾客向往的商品。



王仁  
松下中国 生活研究中心 所长

通过家庭访问倾听顾客真实的声音，掌握顾客自己都没有意识到的潜在需求，这是我们的优势。我们将继续共同努力去开发“宝贝星”这种能够满足顾客潜在需求的商品。

## 用户反馈

松下宝贝星婴幼儿专用洗衣机真的不错，不仅洗的干净，而且除菌效果很好，以前洗过的衣服我也会经常担心细菌问题，现在完全不用怕了。它还有专门的特渍洗，不同的污渍有不同的方法清洗，以前最让我头疼的污渍繁杂问题现在就轻松多了。洗过的衣物也很柔软，我家宝宝穿着也很舒服，还是很感谢松下的这款婴幼儿专用洗衣机。

-- Corinna安

松下宝贝星洗衣机，除菌快、洗的干净还不伤手。我们家宝宝很淘气，经常被家具碰伤脑袋，现在家里有了四角圆形设计的松下洗衣机，还有儿童锁，非常贴心，我们也放心了不少。

-- hero

松下电器在“家电”、“住宅”、“车载”、“B2B解决方案”和“元器件”5大领域拥有领先产品、技术与实力，努力通过研产销一体化，实行地域一站式经营，并积极推动现地资源开发。致力于通过技术和产品创造为生活带来“憧憬”，通过至臻服务提升客户体验。

松下电器注重对创新成果的保护，2014年，研发投入10.52亿元，发明专利申请数\*1,474件。

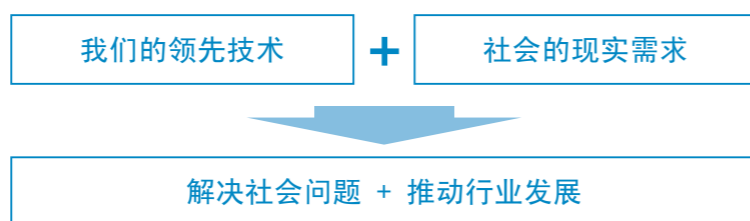
## 科技创新引领智慧未来

科研人员：**3,020** 人      研发投入：**10.52** 亿元  
发明专利申请数：**1,474** 件

注：\*1 发明专利申请数：2014年度数据为松下电器产业株式会社内部统计的在中国的发明专利申请数

### 1. 创新管理

松下电器制定并实施全球统一的研发准则，鼓励通过科技创新为生活带来感动。中国松下在将日本先进技术带入中国的同时，坚持以创新价值为导向的研发战略，根据现地需求，对日本技术进行改进或大幅度改良，以更好、更广泛地服务于中国社会。

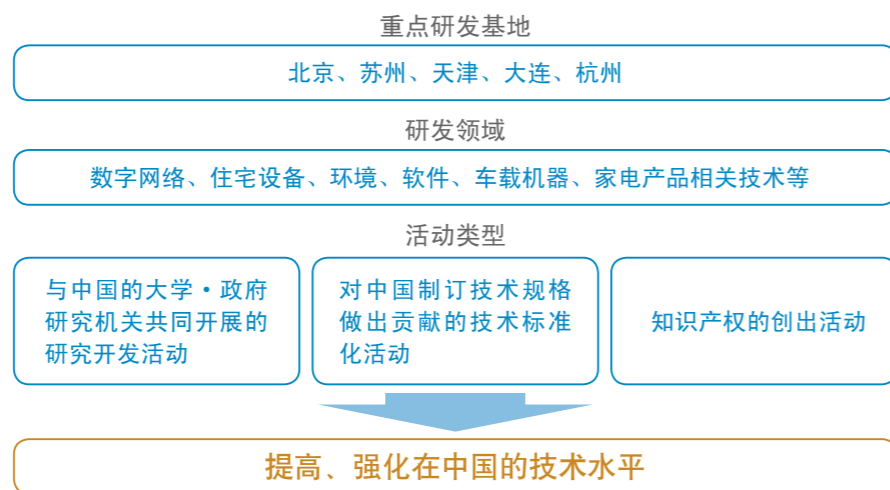


#### 松下电器的研发准则

- ◆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。

### 2. 创新平台

中国松下为了研发出满足中国客户需要的商品，积极搭建与政府、科研院所的合作研发平台，开展充分结合中国各地域特点的研发活动，不断提高研究、设计和开发能力。



### 3. 科技成果产业化

中国松下注重科技成果的实际应用，同时将在全球应用的领先技术引入中国并融入多品类产品，让中国消费者畅享现代科技生活。近年来，中国松下的研发型企业与在华销售公司紧密合作，以开创新面向中国顾客的B2B新事业为目标，通过在华“开发、制造、销售、服务”的自主责任经营体制，为客户量身打造全方位的解决方案。

#### 案例 nanoe™ 纳米水离子技术

nanoe™就是纳米水离子，是通过施加高压来分离纳米水离子而产生的带电净水粒子。

nanoe™技术具有以下5大特点\*2：

- 1 水分含量高** 更保湿、更水润，水分含量为一般负离子含水量的1000倍
- 2 小颗粒** 可渗透到纤维及角质层深处
- 3 弱酸性** 更适合皮肤和头发
- 4 稳定性** 其结构易与空气中的氧和氮结合，难以接触细菌，与一般负离子相比，稳定性高达6倍
- 5 羟自由基多** 羟自由基将细菌中的氢抽出，氢和羟自由基结合变成水，从而抑制细菌

注：\*2 上述nanoe™特点均经过SGS通标标准技术服务有限公司检测

nanoe™纳米水离子技术现已广泛应用于松下空气净化及美容美发等多领域产品中，得到广大消费者的喜爱和认可。

#### ■ 空气净化产品：

抗菌、脱臭、去除室内异味、分解PM2.5、抑制霉菌、抑制花粉

#### ■ 美发产品：

提供水分，使头发顺滑有光泽预防静电，使头皮更健康

#### ■ 面部美容产品：

强渗透性、高保湿力、高含水量、弱酸性、安全性

#### ■ 应用于汽车产品：

制造并生产中国的第一批车内用nanoe™净化器，去除车内异味、去甲醛、除去PM2.5，更可以起到滋润肌肤的作用





## 优质产品点亮美好生活

松下电器致力于开发给生活带来憧憬的商品，通过优质产品不断对生活模式进行新的提案，营造提升居住空间价值的场所氛围和环境。

### 1. 从居住体验感动

#### ● 融入居住空间，提升空气质量


需求: →	对策: →	效果: →	改变:
PM2.5是当前社会所面临的最棘手的环境挑战，改善室内空气质量已成为社会大众的期待	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 新风系统技术引入中国</li> <li>· 研发以“PM2.5对应型全热交换器”为代表的新风系统产品</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 抑菌、除臭、调节室内湿度</li> <li>· PM2.5过滤率超过95%</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 室内生活环境更健康、更舒适</li> <li>· 24小时全屋安心、洁净新风成为现实</li> </ul>



### 2. 为美丽健康护航

#### ● 人性化设计，带来美丽生活新对策

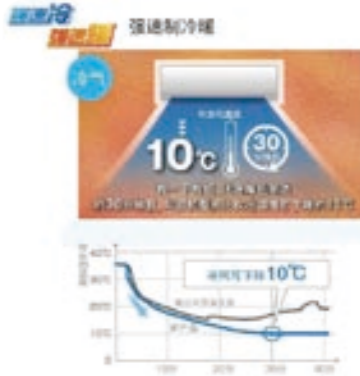
需求: →	对策: →	效果: →	改变:
现代人长期曝露于阳光或空调环境下，皮肤易干燥暗淡；头发水油失衡易毛躁。快节奏的现代生活让人们无暇时刻关注面部和秀发保湿护理	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 研发一款随时可以提供高效保湿锁水产品</li> <li>· 应用nanoe™纳米水离子技术牢固锁水</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 随处可放，简单操作，工作美容两不误</li> <li>· 保持肌肤滋润</li> <li>· 让头发更服帖、更健康</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 让美容护理随时随地</li> <li>· 让美丽生活轻松容易</li> </ul>



### 3. 让家电带来憧憬

#### ● 强速冷暖，适应城市快节奏

需求: →	对策: →	效果: →	改变:
中国的城市消费者以双职工为主，一般都是在下班回家后或者是睡觉前开启空调，希望空调具备秒速冷暖功能	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 推出强速冷暖等功能新品空调</li> <li>· 搭载ECONAVI节能导航技术</li> <li>· 搭载nanoe-G纳米离子技术</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 1分钟实现速冷或速暖</li> <li>· 根据室内人的活动量实现智能送风</li> <li>· 除菌率高达96%，PM2.5去除率高达99%，PM2.5过滤率超过95%</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 居家环境更舒适、健康和节能</li> </ul>



#### ● 快捷健康，体验多彩料理时光

需求: →	对策: →	效果: →	改变:
外卖的早餐用料不让人放心，自己制作面包总是不成功，方便、快捷地制作健康营养的早餐成为品质生活的新趋势	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 推出符合中国消费者制作习惯的面包机</li> <li>· 近20种中西式自动菜单</li> <li>· 自动投酵母功能和预约功能</li> <li>· 个性化的面包制作程序</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 使用方便，操作简单</li> <li>· 成功率高，口感佳</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 生活方式新选择</li> <li>· 美好早餐随心享</li> </ul>



## 至臻服务提升客户体验

### 1. 售前：优化质量管理体系

#### 建立更完善的质量管理体系

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。基于“顾客第一”的经营理念及现场、现物、现实、原理、原则的现场管理实践，在集团内建立起了完善的质量管理体系并彻底贯彻实施。

#### 进行更严格的安全合规检查

中国松下建立合规监察工作机制，通过强化优秀的设计、正确的作业、丰富的品质提高活动，注重从源头打造产品质量。

#### 案例 全员参与的品质管理（QC）小组成果发表会



2014年9月26日，第16届松下集团中国QC小组成果发表会在广东省江门市圆满召开。来自38家在华企业和日本本部的185人出席了本次大会。通过前期的成果资料评审，共选出27个优秀QC小组参加了现场发表，最终有六个小组获得了金奖。同时，本年度还初次设置了间接部门QC小组成果发表会场，共有两个小组胜出。他们也将作为中国小组的代表，参加全社举办的世界大会。

#### 提供更全面的制造技能培训

松下电器在中国大陆地区设立制造型公司55家，每年都在大力推进全员参与的品质改善/生产效率提高等小集团活动，同时也定期举办集团范围的学习、交流和竞技活动，以提高全员的质量改善意识及技能水平。

#### 案例 中国松下集团制造竞技大会



2014年7月17日-18日，第四届中国制造竞技大会在中国制造技术学院（杭州）召开。包括企业总经理、制造责任者、人事责任者在内，共385人参加了此次会议。中国制造竞技大会是由松下中国生产强化中心与人才开发公司联合举办，旨在强化中国制造的现场力，提高制造人才的技能。

#### Voice

在竞技场上，证明自我，挑战自我，让生活更丰富，同时也是把日常工作中的一些习惯的一次放大。工作中好的与坏的习惯都能在竞技中本性地体现出来。我们只要把好的习惯留下，坏的习惯进行更正，这样我们就会有提高、有收获，也会在以后工作的各个方面取得更大的成功。

——本届大会参赛选手 杨洋

### 2. 售后：提升客户服务水平

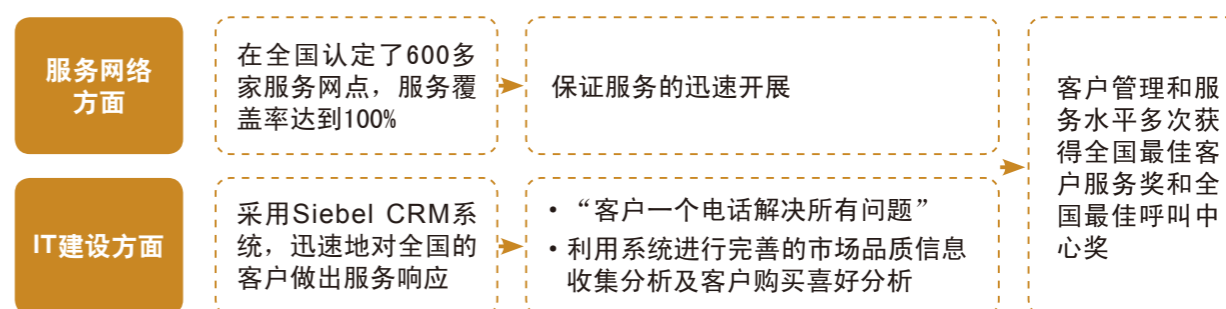
#### 完善客户服务体系

松下中国设立了客户服务中心（综合CS中心），全面负责产品的售前、售中及售后服务工作。

- 2002年设立呼叫中心，开通全国服务热线4008100781，投资启用了先进的客户关系管理（CRM）系统平台，全年365天，每天24小时为客户提供售前、售中、售后的全方位、透明化优质服务。
- 各部门为呼叫中心全天候地维护和更新用户所需的产品、维修店信息等，以保证用户获得最新、最准确的数据。
- 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1日内）确认到真实情况，并将结果告知用户。

用户服务咨询电话  
30秒内接通率：**87%**人

客服电话投诉  
一次性问题解决率：**87.7%**

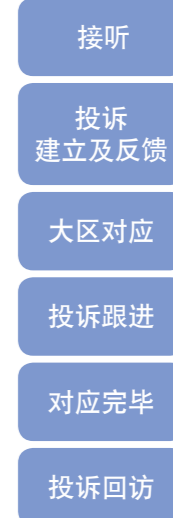


#### 积极应对客户投诉

中国松下拥有完善的客户投诉对应机制，确保客户投诉得到快速、圆满的解决。

- 独立的投诉对应组别：保证用户投诉得到有效的反馈并最终得到合理的解决。
- 完善的投诉处理标准：如果无法为用户当时解决，会将用户情况反馈给责任者进行处理，处理完成后呼叫中心对用户进行回访。
- 严格的投诉时效要求：一旦发现投诉，立即向责任者反馈并要求处理。如在对应过程中存在困难，会联络其他人员协助尽快解决，使用户投诉在短处理时间内完成。

#### 投诉处理流程



### 案例 耐心处理客户投诉

2014年9月，用户吴女士投诉松下面包机烘烤不熟。公司售后第一时间安排检查、维修，并邀请吴女士到店试机验收。虽然检查显示一切正常，但吴女士对维修后的产品烘烤的面包色泽仍不满意，担心面包不熟。为了解除吴女士的顾虑，公司提出可进行消协咨询、第三方检测等方法，并联合销售、维修和松下美食沙龙体验馆共同多次用该机器制作成品面包，并拍摄过程图片、视频等提供给吴女士。2014年9月到2015年3月期间，松下售后耐心、专业地与消费者进行沟通、说明，近20次邀请不同烘焙师进行试做，最终得到吴女士的理解和认可。

### 完善止损赔偿制度

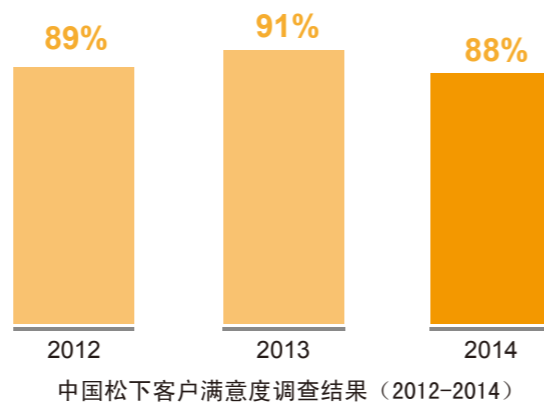
止损和赔偿是产品质量管理的最后一道防线，中国松下不断完善止损与赔偿的制度、标准与流程，以对产品负责、对客户负责的理念积极跟踪和监测重大产品和服务隐患，及时、主动地对质量事故进行合理处置，最大限度地降低客户的利益损失。

### 案例 实施首例中国家电市场自主召回 坚持五年不达目标不放弃

2010年，松下开创家电市场首例也是至今唯一一例的家电商品自主召回。针对部分型号冰箱，由于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，实施主动召回。截止2015年3月31日，电冰箱自主召回278,783台，完成率达76%。尽管召回已实施5年，很多用户因为联系方式更换而难以联络，但中国松下力求实现召回100%，不达目标不放弃。

### 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调研机构开展满意度调查，以真实性和完整性。2014年，客户满意度调查结果较前年下降了3个百分点。我们本着客户第一的理念对满意度降低的原因进行深入的分析，并根据分析结果采取了诸如加强客服人员培训等针对性的改善措施，从而提高服务质量。



### 产品信息咨询和培训

为了给用户提供方便的服务，中国松下构建了多样化的服务渠道。通过微信、微博、官网等线上平台和线下路演等形式，宣传产品知识和提供信息咨询。同时，通过体验会、培训会的举办，官方FAQ，购买后的使用和安全事项说明等方式，确保顾客能够全面地了解商品和更好地使用商品。



建立烘焙粉丝交流群



构建主题官方微信号



松下烘焙大师赛现场活动

### 案例 走近美丽松下，共话“智美生活”



2014年，“美丽松下中国行”系列活动备受消费者的喜爱，2015年1月，上海站活动如期登陆上海梅陇镇伊势丹。

在为期一周的活动期间，以强大的松下商品力为现场消费者描绘了“智美生活”的美好蓝图。以“小松”家为概念，将家电、系统、电工、卫浴等产品整合在“小松客厅”、“小松SPA”、“小松美食天地”和“小松Office”几大区域中，让松果们零距离接触松下商品，了解科技带给生活的美好。

### 确保客户信息安全

松下中国根据《消费者权益保护法修正案》，修订了《Panasonic集团个人信息管理指导基准》，进一步明确客户信息安全保护细则，在每个组织均制定专人保护客户个人信息，在未征得客户个人同意的情况下，不向第三方泄露客户信息，采取合理的方式维护网站安全，不断强化对客户个人信息的保护。

# 我们为您奉献**绿色**生活



环境保护投资额**1.43**亿元，与2013年相比**提高48.7%**



二氧化碳排放量**64.17**万吨，与2013年相比**减少17.2%**



化学物质排放转移量**0.15**万吨，与2013年相比**减少11.7%**



水使用量**583**万立方米，与2013年相比**减少7.3%**



## 倾听多方声音 改善环境管理

中国松下积极开展环境专项沟通，2014年举办环境管理专题交流会，倾听科研院所、环保NGO等多方意见，不断提升环境管理水平。

### 沟通的缘起

全球变暖、资源枯竭以及生态危机等地球环境问题，已成为全世界面临的共同课题。松下电器秉承国际环境公约、行动倡议和行为准则，始终将可持续发展与环境保护贯穿于所有活动，致力于事业经营和环境保护的协调发展。松下电器在中国的发展也秉承着“环境贡献与事业成长一体化”这一理念。松下中国自1996年设立环境保护事务局并召开第一届中国生产企业环境责任者会议开始，不断强化中国地区环境管理活动，稳步提升环境管理水平。

### 沟通的内容

随着近年来中国社会环境保护形势的不断变化，为了更好地通过事业活动为中国环境问题的解决做贡献，松下中国不仅将目光投注在持续开展的环境保护活动上，更将视野范围扩大，邀请环境领域有影响力的专家、NGO代表等，于2014年11月在北京召开环境管理专题交流会，就中国松下环境管理活动进行意见交流，听取专家对环境管理的建议。



环境管理专题交流会

### 沟通形式

- 现场交流、意见征集
- 非定期持续会议机制
- 主题展示

### 沟通人员

- 环境领域有影响力的专家
- NGO代表
- 科研院所

### 沟通内容

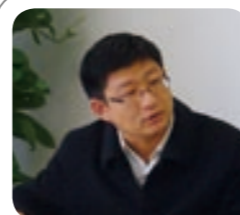
- 环境管理现状
- 环境实践活动
- 环境管理政策

### 沟通的成效

#### ● 存在的问题

通过本次沟通，利益相关方主要就环保技术的应用、环境信息的公开、供应链环境管理提出了较多的意见和建议，为我们未来改善环境管理指明了方向。

### Voice



李鹏辉

环境保护部宣传教育中心

希望更多的将日本解决环境问题的先进技术导入中国。



周泓

中国环境学会环境监察研究分会

在环境法律改变的背景之下，企业除持续改善自身环境活动外，应进一步强化对外交流以及与环保部门的沟通。



汪杰

中国社会科学院 企业社会责任研究中心

期待积极开展环境信息公开和供应链环境管理。

#### ● 未来的计划

针对各位专家给出的建议，松下中国已经就环境信息公开项目开展内部调查及方案研讨，制定以下规划：

- 继续将环境数据作为社内管理及环境活动开展的主要依据
- 主动、全面地对外公开环境绩效数据，接受公众监督
- 推动供应商环境管理水平的提升

松下电器一直在为改善中国的环境不断努力，今后还有更多的能量等待发挥。中国松下将继续加强环境管理，实现环境信息公开和环保交流的常态化。同时，在产品的策划、设计阶段不断提高产品环境性能水平，通过“绿色产品（Green Products，简称GP）”的生产与销售，为消费者奉献绿色生活；在产品的生产制造环节，基于持续降低工厂对环境造成的负荷这一目标，致力于通过削减生产过程中的能源消耗、降低污染物的排放、提高资源的循环再利用，努力呵护消费者的绿色生活环境。

松下电器在中国的事业发展坚持以实现可持续发展为指向，通过推进注重环保的事业活动来履行企业的社会责任，在维持和提高经营的健全性和信誉的同时，通过产品及生产过程两方面的活动，致力于环境问题的解决，力争在保护地球环境的同时为人们奉献绿色生活。

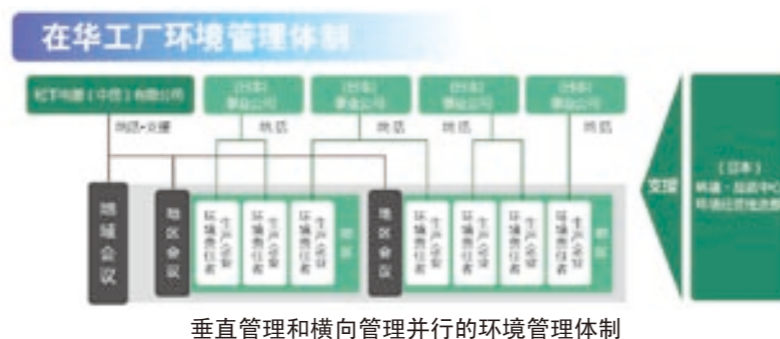
## 完善企业环境管理

### 1. 管理制度

#### 地域环境经营和推进体制

松下电器以事业部为轴心，通过事业公司环境经营部门、地域统括环境经营部门以及环境·品质中心的相互协作，共同推进集团环境经营活动。

在地域工厂环境管理上，采取事业公司垂直管理与地域横向管理相结合的模式。



### 案例 「地区会议」环境管理地区别信息共享会

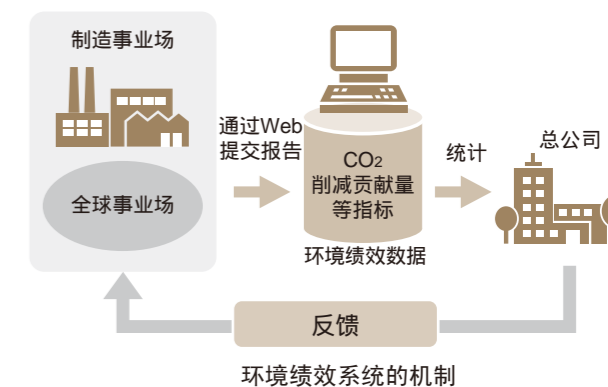


为促进共通环境课题的解决和提升各公司环境管理水平，松下中国通过组织地区会议——工厂环境管理地区别信息共享会，针对环境管理所具有的地区特点，开展课题研讨和经验交流活动。

2014年以削减环境负荷和降低环境风险为目标，围绕危险化学品、环境保护法及其配套法规等主题开展。

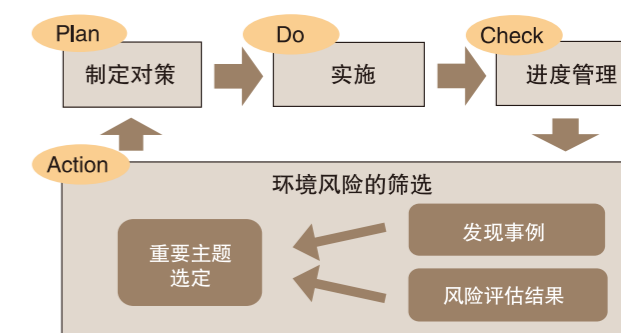
#### 环境绩效系统

在环境经营的管理模式上，松下电器坚持实践PDCA（Plan-Do-Check-Action）循环。通过建立环境绩效系统“Eco System（工厂）”，在全球范围内对所有制造工厂的环境相关数据进行收集和管理。各工厂以月度为单位上报能源使用量、水使用量、废弃物·有价值物产生量、化学物质排放·转移量等环境绩效数据。有了这些庞大的数据基础，集团、事业公司和地域统括的环境经营部门可以清晰地了解各制造工厂环境管理活动的进展情况，发现课题并贯彻实施课题的解决对策，从而推进环境活动不断完善。



### 2. 应急机制

为持续降低环境风险，松下电器的各事业公司均建立了环境风险管理体制，以推进环境风险定期筛选并实现发现环境风险时的迅速应对。



### 案例 「地域会议」环境责任者会



作为地域统括公司，松下中国每年召开环境责任者会议，介绍全球及中国环境方针和对应措施、环境法制最新动向并分析可能对事业活动的影响，共享具体环境推进活动的经验，针对重点环境主题进行交流讨论，使各公司环境责任者明确新的目标、工作任务和推进方法。

2014年7月召开的第十五届会议重点围绕环境保护法修订后产生的影响和变化进行社内研讨和交流，明确今后环境活动开展的重点方向。

### 3. 环保培训

中国松下根据岗位需求，每年安排员工参加公司自主开展的或外部机构组织的环境培训。2014年，累计参训超过4万人次。

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”。

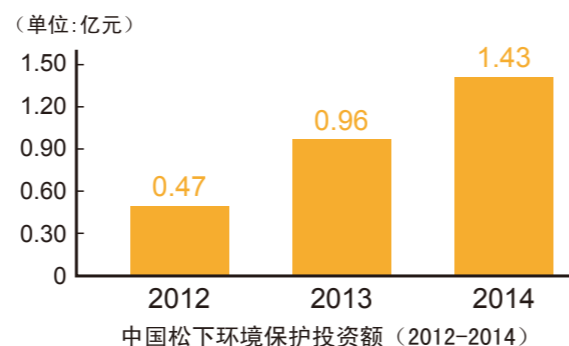


类别	一般环境教育	专业环境教育
培训对象	制造工厂以及职能部门管理者	制造工厂环境专业人员
培训内容	工厂环境管理、环境活动、环境经营等	中国环境法律概要、危险化学品风险评估、工厂环境管理法律、环境守法检查表运用
培训绩效	1次, 9人	4次, 165人次

2014年松下中国环保培训绩效

### 4. 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。



### 5. 环境信息公开

松下幸之助先生在1974年出版的著作《企业的社会责任》中，提出“因产业的发展而使得自然被破坏，人类失去幸福是本末倒置。”松下电器也一直秉承创业者的经营理念开展事业的经营。不仅从产品和生产过程两方面致力于降低环境影响，而且主动将环境保护的绩效向外公开，接受公众监督。

1998年，松下电器首次发行环境报告书（1997年版），此后从2005年起不仅发布环境报告书，还补充发布《环境数据册》，就松下电器的事业活动对地球环境的影响以及减少对环境的影响所开展的一些列环保活动进行报告。

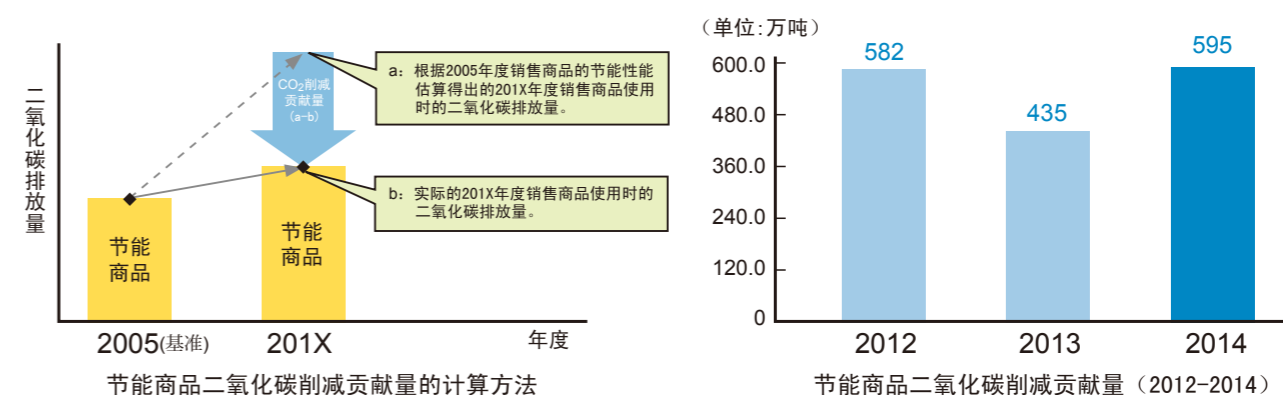
2013年，中国松下首次发布《企业社会责任报告2012》，松下电器在中国开展的环境活动及环境绩效通过《中国松下企业社会责任报告》对外披露，此后形成定期发布机制。松下中国的官方网站也设置有“环境革新”板块，对松下电器在中国开展的环境保护活动及成果进行公开。

## 应对环境气候变化

### 1. 商品的二氧化碳削减

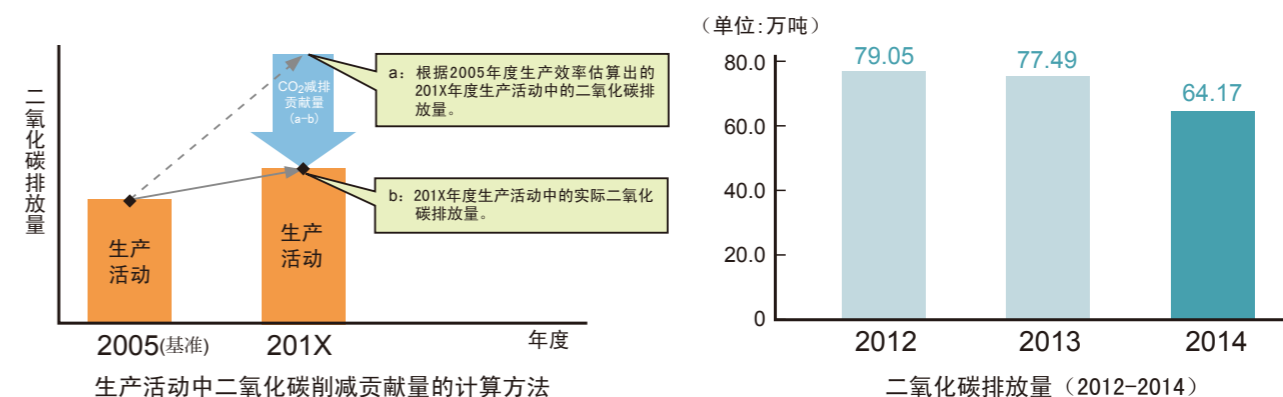
松下电器通过研发和技术改进，提高商品的节能性能，降低能源消耗，引入独有指标“二氧化碳削减贡献量”<sup>※1</sup>用以表征节能减排的实际表现，助力全世界“到2050年，二氧化碳等温室气体的排放量与2005年相比减少一半”这一目标的实现。

松下电器在创造节能商品的同时，还通过发展创能事业，使用太阳能发电以及燃料电池提供的电力，抑制普通火力发电站等设施产生的二氧化碳排放量，从而扩大二氧化碳削减贡献量。



### 2. 生产活动中的二氧化碳削减

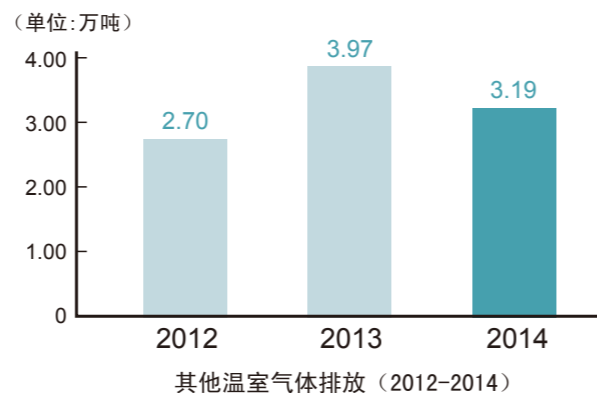
中国松下通过持续改善节能体制、降低单位产值的二氧化碳排放量，努力实现生产活动中二氧化碳削减。自2010年起通过在企业中推进二氧化碳板粉<sup>※2</sup>活动，横向推广削减事例以及培养专业人才等持续推进二氧化碳减排。



注：※1 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。

※2 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。

除二氧化碳外，中国松下工厂在生产过程中还积极降低全氟化碳、六氟化硫等其他主要温室气体的排放。



### 案例 活用周转箱 纸箱废弃物



中国松下原来采用纸箱运输，一次性使用，无法回收利用。之后利用通用塑料周转箱代替纸箱，循环运输使用，减少工厂包装材料成本和二氧化碳排放量（削减量测算 620吨二氧化碳）。

### 案例 推进清洁能源的使用



松下·万宝（广州）压缩机有限公司从建筑、技术和经济角度综合考虑，利用工厂屋顶平台安装太阳能光伏发电系统，建造规模达2,207kW，可实现年发电量205万kW·h。该系统于2014年10月开始并网发电，每年可削减二氧化碳1,517吨。

## 打造节能环保产品

### 1. 产品环境评价

松下电器以“产品环境评价”为基础，即在策划、设计阶段就事先评价产品对环境带来的影响，根据评价结果将环境性能得以提高的产品与服务认定为“绿色产品”。

### 3. 包装和运输过程中的二氧化碳削减

#### 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。

- ▶ 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。
- ▶ 在包装制造的过程中，中国松下要求供应商加大再生资源的有效利用，根据资源种类建立符合其特性的循环结构，通过各种资源的投入量，明确再生资源有效利用的课题。

#### 提倡实施绿色运输

中国松下通过“转变运输模式”、“缩短运输距离”、“提高装载率”等活动降低运输过程中的环境负荷，防止气候变暖。

2014年，松下电器全球运输二氧化碳量排放量为81万吨，其中中国占比约18%。松下电器全球的二氧化碳排放量原单位<sup>※</sup>较去年比削减了7%，较2005年比削减了36%。



松下电器全球绿色物流重点活动

注：<sup>※</sup> 二氧化碳排放量原单位：二氧化碳排放原单位=二氧化碳排放量÷物流重量。

### 产品环境评价



评价项目		评价标准
① 产品本体	防止全球变暖	CO <sub>2</sub> 排放量·节能
	有效利用资源	节约资源、轻量化·小型化、再使用零部件的数量、长期使用性、再生资源使用量等
	水、生物多样性	节水、保护生物多样性
与其他公司的比较		
② 生产工序 (对象产品的评价)	防止全球变暖	CO <sub>2</sub> 排放量·节能
	有效利用资源	节省资源、包装材料排放的质量、资源使用量、工厂废弃物量等
③ 包装	有效利用资源	节省资源、轻量化·小型化、泡沫塑料的使用量、再生资源使用量等
④ 使用说明书	有效利用资源	节省资源、轻量化·小型化、再生资源使用量
①②③④	化学物质管理	本公司化学物质管理准则 (产品、工厂)
LCA评价 <sup>*</sup>		全球变暖
信息管理		绿色采购、供应链上的信息提供等

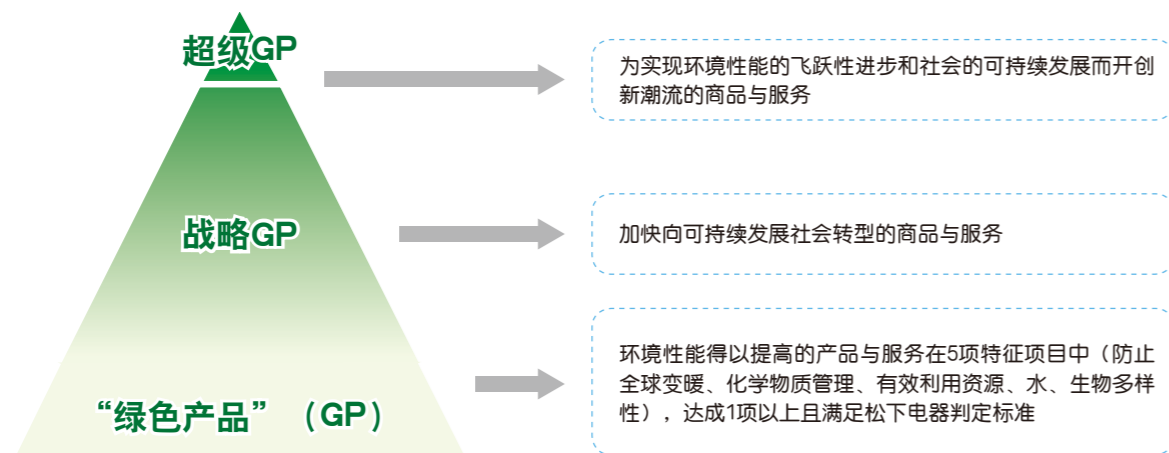
法律法规、本公司标准·准则、环境行动计划

注：<sup>※</sup> LCA评价：产品在生命周期的各个阶段给环境造成影响的定量评价手法。



自2013年起，随着以B2B事业扩展为代表的事业结构改革的推进，松下电器不仅追求民用产品的环境性能，还进一步致力于扩展有效减低环境负荷的商品与服务。为此，“绿色产品”判定中的“突出GP”被发展成为“战略GP”，其中开创新潮流的产品被认定为“超级GP”。

2014年松下电器战略GP的销售占比为19%。其中，基于可对治理地区环境负荷提供支持的角度而遴选出面向中国市场的“空气净化器F-VXJ90C”被认定为2014年度超级GP产品。今后将继续致力于扩大战略GP的销售占比。



## 2. 节能环保产品研发和销售

中国松下不断加大环保产品的研发，通过提供尽量少消耗能源的产品以及有助于改善生活环境质量的产品帮助消费者提高现有生活质量，同时也为改善人们的居住环境、降低大气污染做贡献。

### 案例 引进先进技术，打造节能环保精品



松下环境系统株式会社始终致力于研发改善空气质量的相关产品。针对节能环保这一话题，研发出ECONAVI节能导航技术，通过自动感知，减少用电，节约能源，实现生态环保。2014年12月11日，采用ECONAVI节能导航技术的松下空气净化器产品荣获“2014中国政府采购奖——节能环保奖”，其创新特性与卓越价值受到多方关注。

### 案例 创新技术，铸就节能环保领先品牌



松下空调产品进入中国市场20余年，将保护地球和生态环境作为第一战略要务，是国内最早应用R410A新冷媒的企业。在2014中国空调行业高峰论坛上，凭借过硬品质和创新能力，一举摘得“2014冷冻年度空调行业智能空调领先品牌”。



### 案例 多功能一体机，提供新一代办公解决方案



中国松下在办公产品的研发和生产中也注重创新，不断导入适合中国客户需求的产品。2014年11月新推出的多功能一体机，融合最新技术与环保节能的理念，在适应桌面级办公的前提下显示出超越同类产品的突出优势，其独有的高速双面打印技术，让用户打印效率得以显著提升，减少能源消耗的同时减少纸张消耗，为客户提供便捷高效的新一代办公解决方案，受到市场广泛好评。

### DO YOU KNOW?

#### ● 战略GP的定义

加快向可持续发展社会转型的商品与服务：

- (1) 凭借行业顶级环境性能抑制对地球环境所产生的负荷的商品与服务  
(例：节能/节约资源/节水商品等)
- (2) 促进普及本身就是抑制对地球环境所产生的负荷的商品与服务  
(例：创造可再生/新能源的商品、蓄能商品、能源管理系统、智能家居/智能城市、为新型汽车与店铺的环境性能提供支持的商品与服务、新型电力表、新型照明等)
- (3) 减低某一地区的环境负荷、或对治理环境负荷提供支持的商品与服务  
(例：空气净化器、净水器、环境工程服务等)

### 3. 提供环保解决方案

中国松下从整机产品到零部件，不仅将优秀的产品和技术带到中国，更在各个领域积极融入中国社会。

#### 案例 绿色松下路，智慧中国行



2014年5月，在北京中国大饭店，中国松下举办了“2014智慧中国行”，展示包括智能交通（机场，地铁）行业、云服务、智能楼宇社区、智能商业四个领域的13项解决方案。以应对环境污染、降低PM2.5、并且还可以进行杀菌、除臭的新型通风系统方案为例，通过这套系统，人们可以过滤掉室外空气中95%的PM2.5污染物，令进入室内的空气焕然一新，给城市居民提供更绿色、健康、舒适的居住环境。

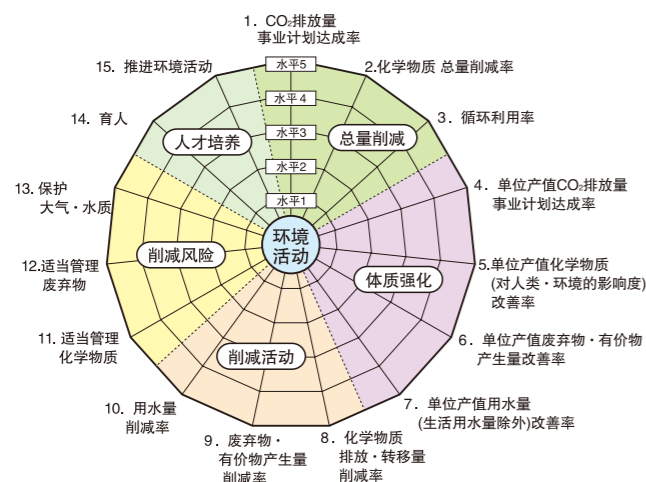
通过这套系统，人们可以过滤掉室外空气中95%的PM2.5污染物，令进入室内的空气焕然一新，给城市居民提供更绿色、健康、舒适的居住环境。

## 推进绿色运营实践

### 1. 绿色工厂评价

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（GF：Green Factory）评价制度，并以此为基础持续开展节能减排活动。

中国松下积极开展GF创建活动，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、绿化美化环境等环境活动，以此不断提升环境管理水平。

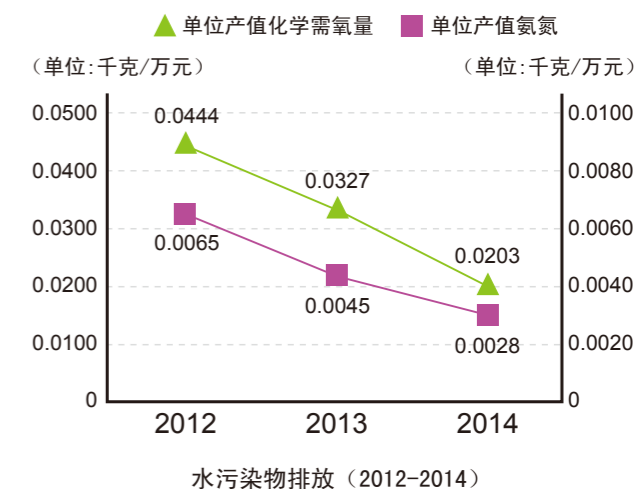
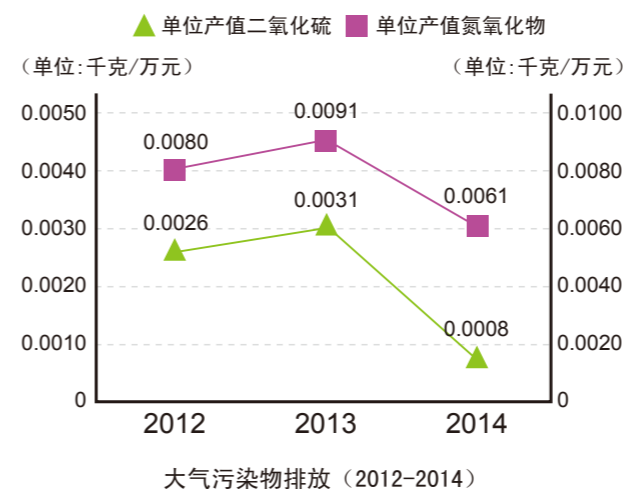


- 管理：**
- 16. 二氧化碳管理·活动等级
  - 17. 化学物质管理等级
  - 18. 废弃物管理等级
  - 19. 水管理等级

- 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

### 2. 大气污染物和水污染物排放量的削减

中国政府在“十二五”规划中提出了总量控制目标，将大气污染物中的二氧化硫和氮氧化物以及水污染物中的氨氮和化学需氧量列为总量控制指标，中国松下也积极响应国家号召，强化推进这些污染物质的削减工作。

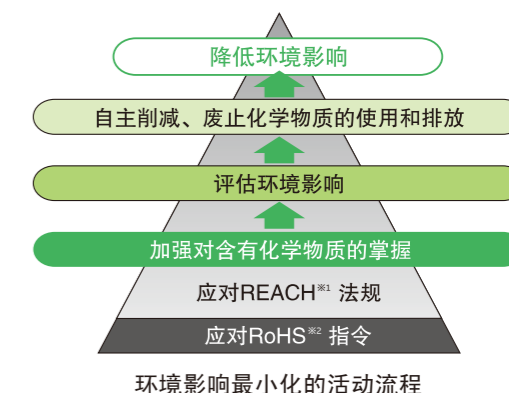


### 3. 化学物质管理

为了降低化学物质在产品 and 生产活动中对人体和环境的影响，松下电器致力于在产品整个生命周期中最大限度减少化学物质的使用，并为此发行了《化学物质管理等级准则》，对产品和工厂的推进活动中涉及到的化学物质分别制定禁止、管理和削减不同级别的规定，同时也要求供应商严格遵守该规定。

#### ● 严守标准严格执行

松下电器积极应对各国有关产品化学物质使用的规定，在资材供应商的协助之下，面向全球范围内销售的所有领域中都进行了特定化学物质（铅、汞、镉、六价铬、两种特定溴系阻燃剂）含有情况的调查和替代工作。中国松下在生产经营的过程中严格遵守松下电器关于产品化学物质使用和管理的相关规定，不断降低化学物质的环境影响。



#### ● 生产过程严格管理

松下电器明确禁止使用致癌性高的化学物质，削减使用对人体和环境有害的物质。此外，还对化学物质具有的有害性进行风险评估，制定“人·环境影响度”<sup>※3</sup>指标，以降低其对人体和环境的影响。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。

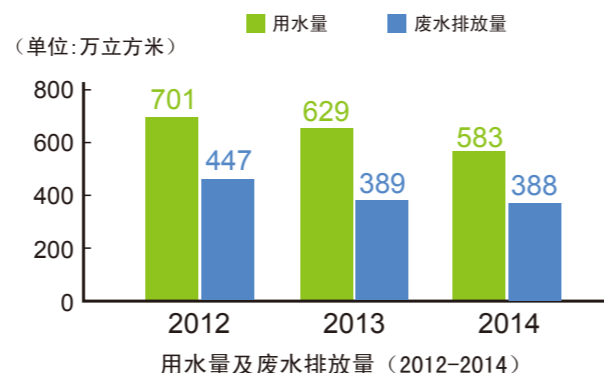
注：※1 REACH法规—“化学品注册、评估、许可和限制”(Registration, Evaluation, Authorization and Restriction of Chemicals)，是欧盟对进入其市场的所有化学品进行预防性管理的法规

※2 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

※3 人·环境影响度—用于表征化学物质对人体健康和环境损害影响程度的指标，其计算公式为：人·环境影响度=有害性系数×排放·转移量

## 4. 水资源的保护

地球上可利用的淡水资源仅占整体水资源的0.01%左右。松下电器致力于通过事业活动保护水资源。中国松下的工厂每年制定单位产值用水量的降低指标，通过削减用水量 and 提高水循环利用率开展节水工作。例如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，减少新鲜水消耗量及废水排放量，降低对水资源造成的负荷。



### 案例 循环利用生活污水



为提高水的循环利用率、削减用水量，厦门建松电器有限公司建成中水回用系统，将生活污水经过深度处理后用作厂区绿化和冲厕用水，每年回用水量约1.4万吨，年平均中水循环利用率达40%左右，在生产生活过程中践行持续降低环境负荷这一目标。

## 5. 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。我们致力于通过提升办公的科技含量，应对人类共同面临的环境挑战，积极推进高清视频会议的应用，减少因差旅产生的二氧化碳。



办公场所节能标识

## 促进循环经济发展

### 1. 循环型制造

随着全球经济的快速增长，社会对资源的关注度正在与日俱增。采掘新资源不仅给地球环境造成巨大的负荷，矿物资源的匮乏以及资源价格的增长更是左右企业经营的重大问题。为此，松下电器提出“循环型制造”。

循环型制造包括两项活动：“资源投入量的最小化、再生资源的最大化”、“将生产活动中排放的废弃物最终处置量降至零”。迄今为止，松下电器一直通过产品的轻量化、小型化，推进减少资源投入量的活动。同时，通过引进再生利用技术，增加资源的回收量，加大再生资源的有效利用。此外，尽可能减少工厂废弃物的产生量的同时，还通过推进再资源化，使最终处置量无限接近于零。以实现可持续发展社会与事业的持续发展和谐统一。

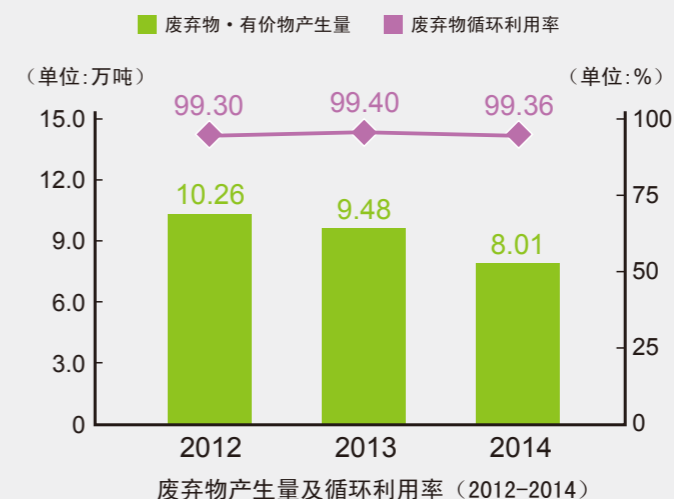
### 2. 工厂废弃物零排放

#### DO YOU KNOW?

松下电器将工厂内产生的废弃物·有价值物划分为以下三类：

- (1) 再资源化量（与有价出售、有偿·逆向有偿转让无关，可再资源化的量）；
- (2) 减量化量（通过焚烧、脱水处理所减少的量）；
- (3) 最终处置量（只能进行填埋处理的量）。

中国松下在生产工序中提高材料的成品率以控制废弃物的产生量，同时还通过进一步增加废弃物的再资源化量，以实现最终处置量无限接近于零。



# 我们与您共创幸福生活



公益捐赠投入**786**万元



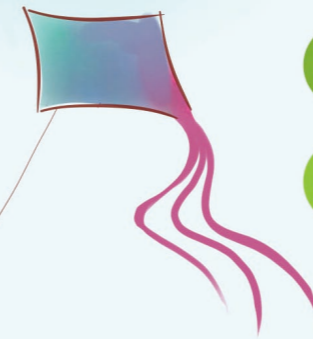
员工志愿者活动参与**12,792**人次,时长**42,515**小时



累计植树**55**万棵



儿童环境教育累计覆盖**833,331**人次



## 梦想守护家园 行动改变明天

中国松下不忘初心，2014年继续推动在内蒙古库布齐沙漠种植松下集团中国公益林，努力实现“面向2018年创业100周年，植树100万棵”的承诺。

### 今天我未来种一棵树

昨天经历一场地震  
今天要去圆一个梦  
你笑我真天真  
我只是执着  
十年种一百万棵树  
听上去有一点嚣张  
努力看得见  
改变不再远

我要你看见片片新绿  
我要你体验种种感动  
沙柳不会说谎 蓝天可以见证  
今天我为未来种一棵树  
我们坚信  
十年光阴  
终将换来一个奇迹



--社会志愿者参与松下集团中国公益林活动的感想

达拉特旗库布齐沙漠项目区位于黄河南岸，库布齐沙漠北缘，这里水土流失和草场退化现象严重。恶劣的自然环境原因导致该地区长期遭受严重风沙危害，各族群众的生产、生活和地方经济的发展备受影响，这也成为“松下集团中国公益林”建设在这片区域的出发点。

2009年6月至2015年4月，中国松下在全国范围内累计植树超过55万棵，其中持续三年在达拉特旗库布齐沙漠进行植树造林活动，栽植樟子松、杨树、沙柳、山桃、山杏等乔灌木树种近37万株，新增森林面积87万平方米，形成了一道防风固沙的天然绿色屏障。



松下公益林航拍图片



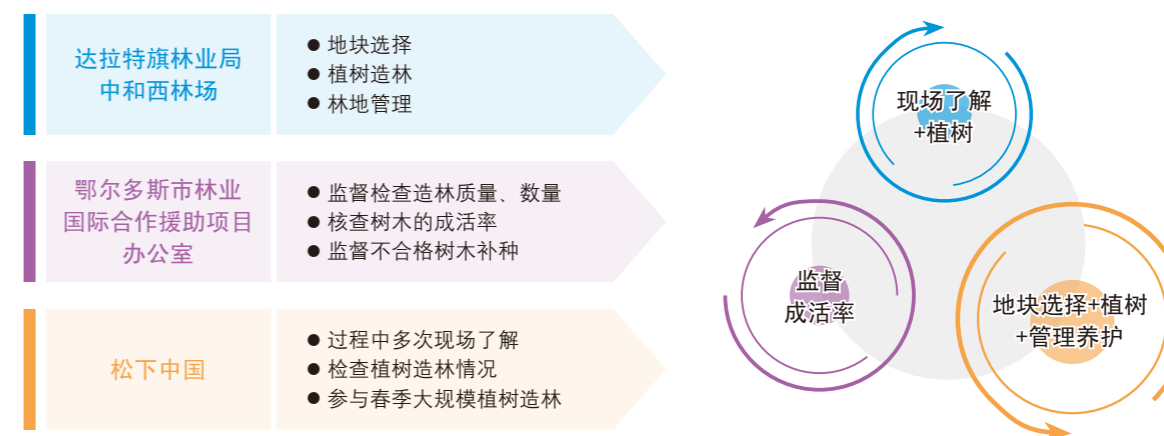
公司领导连续三年参与现场植树

2013年树木成活率 **84.81%**

2014年树木成活率 **93.10%**

## 政府、企业、NGO强强联手

松下集团中国公益林是中国松下与鄂尔多斯市林业国际合作援助项目办公室及达拉特旗林业局联合打造的公益林项目，是多方参与资源整合的典范。



## “公益”与“消费”碰撞火花

2014年12月24日，中国松下在官方网站、微博同步发布公益林活动口号“征集令”，承诺凡购买松下指定产品的消费者，中国松下将在内蒙古库布齐沙漠为其捐赠一棵绿树。活动得到了社会各界的广泛关注和高度参与，微博话题阅读量超过11.4万，“种一棵绿树，还一片蓝天”的口号让“可持续消费”理念，深入人心。



松下公益林纪念碑

## 项目成效“触手可及”

松下集团中国公益林项目得到了松下高层和内外部志愿者的广泛参与，获得了当地政府、企业和及广大群众的极大好评。公司马云飞副总裁连续三年参加现场植树，由经销商、消费者、媒体、NGO代表及松下员工组成的志愿者更是积极加入其中。通过徒步沙漠和绿树种植的强对比性活动，亲身感受公益林的建设成果。

### 生态效益

增加森林面积87万平方米，提高了森林覆盖率和林地质量，为吸收和固定二氧化碳、减少温室气体和保护环境贡献力量。

### 经济效益

项目的实施包括整地、栽植、浇水、抚育等，为林场职工及当地农民提供了一定就业机会，增加了收入。

### 社会效益

项目建设点在沿黄高速公路两侧，吸引了附近林场及农牧民的积极关注和参与，增强农牧民环保绿化意识。

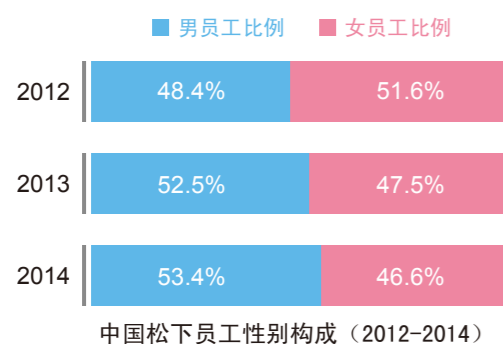
中国松下对内关注员工快乐成长，坚守基业长青之道，对外搭建合作平台，携手伙伴互利共赢；热心参与社会公益，积极回馈社会，全力打造幸福社区。

## 幸福员工

### 1. 保障员工权益

中国松下坚持以人为本，根据法律、法规、习俗、劳资关系等确立因地制宜的雇佣和劳动管理制度，确保员工基本权益的实现。公司每年进行满意度调查，了解员工的期待，建立和谐稳定的劳动关系。

<b>薪酬福利</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 提供在同行业、同地区有竞争力的劳动条件和薪酬福利</li> <li>▶ 社会保险覆盖率达100%</li> </ul>	<b>平等就业</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 杜绝使用童工和各种形式的强制劳动</li> <li>▶ 坚持同工同酬</li> <li>▶ 平等雇佣，提供均等就业机会</li> <li>▶ 严格遵照国家相关法律法规，100%签订劳动合同</li> </ul>
<b>推进员工本地化</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 重视本土人才培养，实现经营人才本地化</li> <li>▶ 充分发挥本地人才的经验、优势，从事事业的经营</li> <li>▶ 为本土技术员工提供海外研修机会，达到技术人才本地化育成</li> <li>▶ 2014年中国松下本地管理者比例为83%，其中女性管理者比例为23%</li> </ul>	<b>民主管理</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 员工工会入会率达100%</li> <li>▶ 召开部门别和层级别恳谈会</li> <li>▶ 鼓励年轻员工积极开展跨部门革新活动</li> <li>▶ 开设员工BBS</li> <li>▶ 通过内部强化交流，营造信息畅通的企业氛围</li> </ul>



### 案例 关注和促进残障人士就业

中国松下重视残障人士的就业和残障员工的管理。通过完善制度，加强培训，深化实践，实现残障人士雇用管理的规范化、人性化。

- 中国松下制作《残障员工雇用与管理手册》，培训中国松下集团企业人事及基层管理人员，提升残障员工管理水平。
- 首次尝试为残障大学生提供实习岗位，实习期间，参与了《残障员工雇用与管理》手册的编辑设计工作。
- 公司员工作为志愿者，为北京市残疾人联合会“残障大学生就业助力计划”、上海市残疾人联合会“应届残障大学生就业辅导班”担当志愿讲师，帮助残障大学生解答他们在择业、就业过程中遇到的问题 and 困惑。



员工志愿者为上海市残疾人联合会“应届残障大学生就业辅导班”授课

### 案例 畅通民主沟通渠道，群策群力来“革新”

中国松下通过部门别、层级别恳谈会、谈话会等各种形式与员工进行面对面沟通和交流。自2015年1月开始，大泽英俊董事长和年轻员工在午餐时间进行恳谈，每月两次左右，每次五至六名员工。应年轻员工希望实现跨部门的沟通和交流，提升经营参与度的呼声，公司设立了员工可自由申请的跨部门革新项目小组，提出经营课题及解决方案。革新小组最终成果报告会上，大泽董事长真诚聆听了员工提案，鼓励员工积极思考，大胆发言，以革新小组项目为契机，全员参与公司经营改革。



大泽董事长与员工恳谈

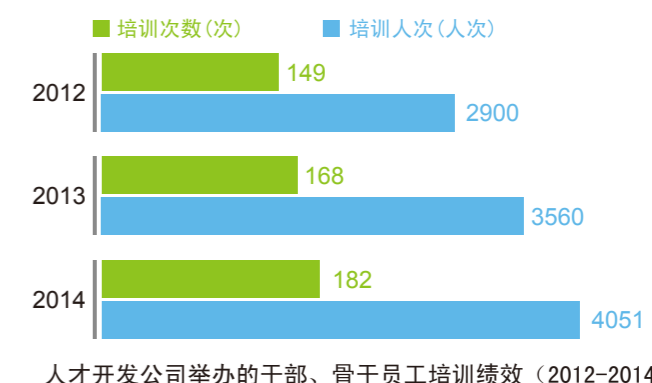


革新小组成果汇报会

### 2. 助力职业发展

#### 加强员工系统培训

中国松下建立专门的人才开发公司和分层分类的人才培养体系，从新入职员工到管理职及高层经营干部，均可根据所在职位、工作内容，选择相应培训课程，既包含经营理念学习和一般类管理研修，还涵盖设计研发、品质管理、财务等专项职能研修。



管理研修

针对经营后备人才，开展公司经营理念、领导力实践等具有松下特色的管理研修，培养中国地区现地干部。



松下中国和北京大学光华管理学院合作举办的“经营后备人才育成研修”

制造研修

针对制造型企业的各级管理人员，开展工厂运营、制造革新、品质审查等各类研修，培养具有制造技术力、革新实践力和领导力的制造骨干人才。



一线班组长实践课题研修

技术研修

针对不同岗位的技术人才，开展技术综合管理能力研修，召开技术交流会，培养国际通用型技术人才。



第五届中国松下技术交流

专项职能研修

松下中国各个职能部门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、品质管理等专项职能研修课程，提升员工在专业方面的技能和水平。



松下技术法规担当基础研修

各企业内部研修

中国松下集团企业内部积极开展各项培训，从而提升员工的绩效，确保企业、组织及个人的发展。



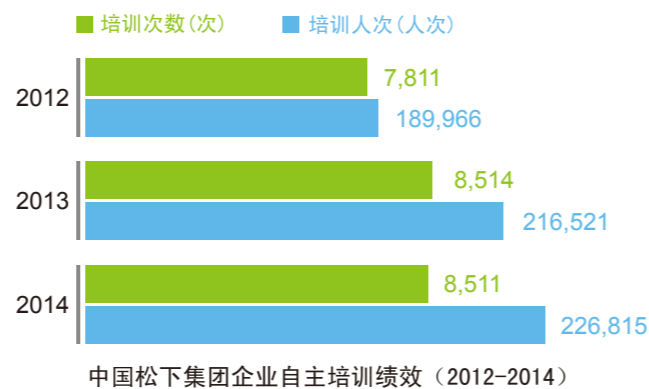
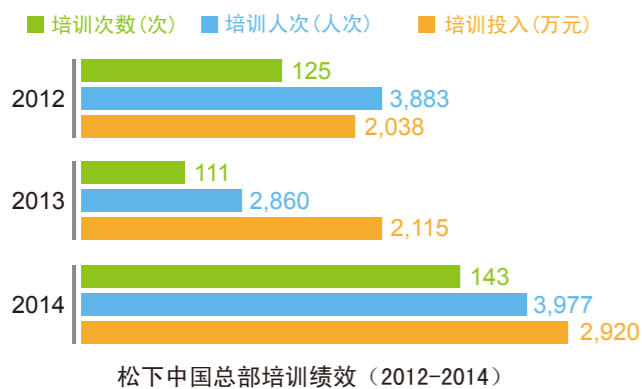
广州松下空调器2014年营业研修

新员工入职研修

自2006年开始持续举办中国松下新员工入职统一培训，2014年7月分别于杭州、大连两地举办了“2014年度中国松下统一入职培训”。



2014年度中国松下统一入职培训



搭建员工职业发展通道

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。中国松下坚持以“对员工的要求”和“管理者的基本原则”为指引，最大限度发挥员工个人能力，同时要求所有管理者贯彻“松下事业的根基在于员工”这一理念，助力员工快速成长。

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

中国松下在职业发展通道建设上，开展中国地域之间的人才交流，实施中国地域内企业间调动的规定，在中国松下集团企业间培养和聘用优秀人才，拓展员工发展空间，实施人才成长计划。

优秀人才的确保·稳定

传达有更多发展空间可能性的信息

【超越所属公司】  
跨越国家——发现发展空间·培养

【超越所属公司】  
同一地域内——发现发展空间·培养  
同一事业公司内——发现发展空间·培养

同一公司内——发现发展空间·培养

中国地区 后备干部人选

Voice



迟思远

松下电器(中国)有限公司 人事总务中心 薪酬福利室

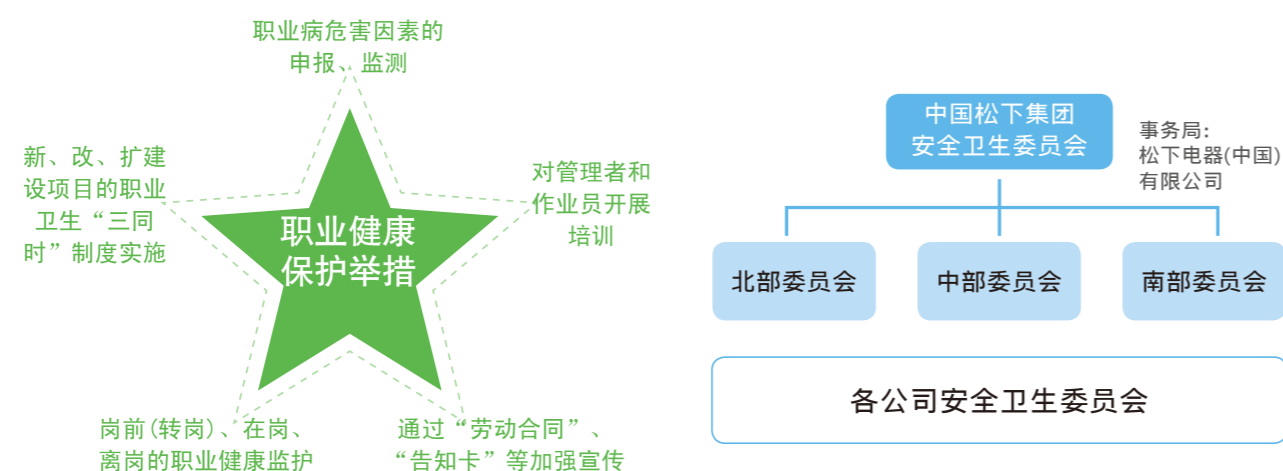
为了更好地服务现场，公司安排我于2014年4月起异地派遣至沈阳担当大区人事工作。经过一年的时间，我充分了解了现场的工作方法、团队的合作方式等，积累了相关人事企画的一线工作经验，面对风险及挑战，处理问题的方式方法也比以前更加多样化了。感谢公司给予我这样培养锻炼的机会，让我不断成长！

### 3. 推进EHS管理

#### 职业健康保护

中国松下以“创建无伤害、无职业病的职场环境”为目标，倡导安全工作习惯，强化职场风险管理意识，预防工作场所的伤害。“集团安全卫生委员会”作为全集团职业健康与安全领导机构，狠抓健康和安全管理建设，努力营造安全、健康、舒适的职场环境。2014年中国松下员工职业体检、健康档案覆盖率达到100%，全年未发生重大安全生产责任事故。

- 根据国家安监总局设定的13项指标，制定了8项主要目标，要求100%达成
- 举办EAP研修，对人事责任者及安全管理者进行培训，对员工开展心理疏导和帮助
- 大部分企业建立员工心理健康咨询室，关爱员工身心健康

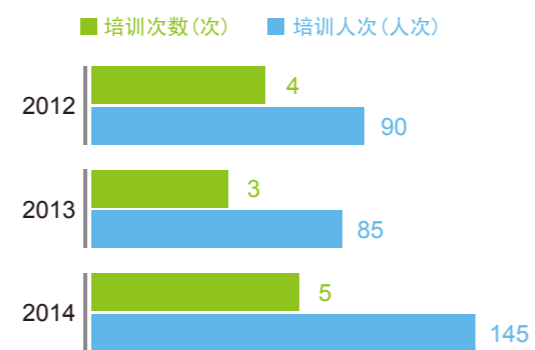


#### 安全卫生管理

中国松下在华企业设立了应急管理体制和应急管理预案，面向不同层次人群定期进行各项培训和演练。2014年中国松下企业工伤事故率为0.008%。



安全标准化评审员培训



中国松下安全卫生培训绩效 (2012-2014)

### 4. 建设温暖家园

#### 关爱员工生活

中国松下以成为员工幸福指数最高的企业为目标，让每一位员工都能在公司收获成长和幸福，特别关注那些身处困境的同事，2014年对他们的帮扶投入超过234万元。



为孕妇和哺乳期母亲开设母婴室



公司领导亲自为员工卫生室剪彩



三伏天工会为员工送清凉



困难员工家庭慰问

#### 工作生活平衡

中国松下定期举办园游会、运动会、歌唱比赛、员工生日会等丰富多彩的活动，促进员工交流，放松身心，增强员工的凝聚力和归属感。



厦门建松电器有限公司园游会



广东松下环境系统北京分公司歌手大赛



杭州地区松下美食节



松下能源(无锡)有限公司员工生日Party



## 幸福伙伴

### 1. 加强战略合作

中国松下不断拓展和深化与利益相关方的合作，积极搭建战略合作机制与平台，践行互惠互利、合作共赢的原则，坚持公平竞争、诚信经营的理念，大力发挥行业优势和企业特色，充分利用伙伴优势与社会资源，与合作伙伴共同发展。



家电经销商大会

#### 案例 参与“大连生态科技创新城”的规划建设



中国松下充分发挥企业技术和业务优势，积极参与大连生态科技创新城的建设。拓展智能家居领域事业，实现室内用电能耗的可视化，在节能的同时，带来一个安心、安全、舒适、健康的高附加值的住宅空间。

中国松下充分发挥企业技术和业务优势，积极参与大连生态科技创新城的建设。拓展智能家居领域事业，实现室内用电能耗的可视化，在节能的同时，带来一个安心、安全、舒适、健康的高附加值的住宅空间。

#### 案例 与行业协会开展战略合作项目

立足中国经济新常态，中国松下与中国节能协会、中国循环经济协会就在节能、新能源、循环经济等相关领域发挥松下技术优势开展合作，签订了战略合作协议。同时与全球商务合作伙伴富盛科技有限公司就解决大数据的收集、处理、传送、保存及其相关的能源消耗和信息安全等课题签订了战略合作协议。



### 2. 促进行业发展

中国松下发挥在行业中的领军作用，通过制定与完善行业标准、创新与推广行业技术、构筑与拓展交流平台、引进与培养行业人才，积极带动行业发展。

#### 案例 基地共建，推动行业发展



中国松下与上海市同济医院共同建立了“3DHD高清手术演示系统和远程医疗示教系统上海基地”，以此项目系统为基础，共同向医疗界宣传推广3D手术示教的应用，建立国内国际远程医疗支援体系，并在医疗现场应用方面合作进行更深层次的研究开发。

#### 案例 中国松下参加2015上海国际车展



面对企业产业绿色化、智能化、舒适化的新趋势，以领先技术为特色的松下车载事业竞争优势日益显现。在2015上海国际车展期间，中国松下不仅带来了多元化的车用解决方案，还举办了一场“松下车载事业媒体交流分享会”，在交流沟通中增进专业媒体对松下车载业务及B2B事业的了解。

#### 案例 培养专业人才，举办焊接机技能大赛



广州松下空调器有限公司宝江制造学校举办焊接机技能大赛。通过赛前培训和选拔，所有参赛焊工都重新理解了本岗位的技能要求，技能水平得到进一步提升。

### 3. 打造责任产业链

中国松下严格按照《绿色采购准则》等社会责任标准，实施负责任的采购活动，推动供应链合作伙伴履行社会责任，打造责任产业链。

#### 松下电器的采购方针

- ① VE采购\*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

注：\* 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

## 与供应商的协作

松下电器从2009年开始与供应商共同开展ECO·VC活动，通过与供应商的协作实现成果共享。2014年中国地区ECO·VC活动中共评选出银奖铜奖各一名，鼓励奖六名。获得银奖和铜奖的企业受邀前往日本总部，参加一年一度的松下电器优秀合作伙伴大会。

### DO YOU KNOW?

ECO·VC活动以探讨松下电器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。

### 2010-2014年ECO·VC全球活动提案情况



## 对供应商的培训

中国松下每年对供应商进行提高履责能力的培训，并通过培训与优秀的合作伙伴建立起长期合作关系，实现共同成长。

### 案例 供应商CSR采购方针会议召开



2014年，中国松下在北京、上海、广州、厦门、大连、新北市六地举办了八场面向供应商的CSR采购方针会议。以清廉采购作为会议重点签署了清廉采购倡议确认书。通过本届会议，各位供应商对渗透了松下企业战略的CSR采购方针有了更加全面的认识，并表示愿意通过支持中国松下的清廉采购，进而与中国松下构筑健康健全的商业合作关系，开创美好的商业前景。

## 幸福社区

### 1. 公益管理

#### 公益理念

中国松下始终秉承“企业是社会的公器”，为实现可持续发展社会，以全球方针为基准，在“培养与共存”的理念指导下，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。

#### 公益管理评估体系

2014年，中国松下建立了公益项目评估体系，通过自我评估、对象满意度调查等方式，从项目设计、项目效果、项目影响力三个维度对所开展的公益项目进行评估，将成果和影响可视化。根据评估结果，结合中国现地需求提出有效的改善方案，进行公益项目优化和创新，以确保项目的有效性。



#### 公益项目评估指标

1 项目设计	2 项目效果	3 项目影响力
<ul style="list-style-type: none"> <li>● 项目目标、主题、内容</li> <li>● 资源融合</li> <li>● 传播规划</li> <li>● 风险评估</li> <li>● 项目经费规划</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 直接产出</li> <li>● 项目成效</li> <li>● 带动效应</li> <li>● 助力业务</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 媒体影响</li> <li>● 社区影响</li> <li>● 影响范围</li> </ul>

#### 公益项目领域

1 环保公益	2 教育公益	3 其它
<ul style="list-style-type: none"> <li>● 植树活动</li> <li>● 儿童环境教育项目</li> <li>● 各具特色的环保公益活动</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 松下育英基金</li> <li>● 世界遗产学习项目</li> <li>● 松下·友成志愿者驿站</li> <li>● 松下儿童学校</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 自闭症儿童关爱</li> <li>● 赈灾</li> <li>● 贫困资助</li> </ul>

## 2. 公益项目

### 我们珍惜每一片绿色

**我们承诺：面向2018年，植树100万棵**

中国松下积极响应“美丽中国”号召，在全国各地开展植树造林活动，努力在这片土地上布上新绿。2009年6月至2015年4月，中国松下在全国范围内累计植树超过55万棵。



深圳植树



大连植树



广州植树

### 案例 杭州松下友好公园



2014年10月18日，集环境教育、绿化于一体的“松下友好公园”正式落成，公园由松下杭州地区6家企业共同建设，位于松下杭州工业园正南方，长520米，宽137米，占地71,240平方米，对进一步改善开发区环境面貌，构建和谐开发区具有重大而深远的意义。

**我们承诺：面向2018年，儿童环境教育100万人**

松下儿童环境教育项目是以公司自编的教材教案为基础，员工志愿者担任讲师，面向小学生实施的环境教育活动。课程内容涵盖节约能源、全球变暖、生物多样性、制造与环保活动、环保技术和绿色生活等。2009年6月至2015年3月31日，已有来自全国各地的833,331名学生参与过儿童环境教育课程学习。



参观工厂制造过程中的环保技术



学生自制电池实验

### 我们呵护每一个梦想

松下电器进入中国36年来，始终秉承“造物之前先育人”的经营理念，为中国下一代教育的改善，为下一代梦想的实现贡献着自己的力量。

#### ■ 松下育英基金

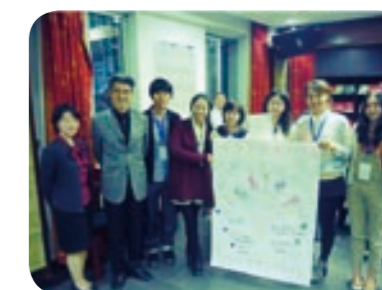
松下育英基金自1995年设立至今，已资助中国22个省、市、自治区累计36所大学，颁发金额891.2万元，累计资助品学兼优但经济困难的大学生8,706名。2014年松下育英基金共向18所高校260名贫困优秀大学生颁发奖学金，并邀请获奖学生走进松下企业近距离体验企业的文化和氛围。



育英基金获奖学生厦门工厂体验



育英基金获奖学生走进大连地区企业参观学习



松下育英基金北大获奖学生参加中日学生研讨会

#### ■ 松下·友成志愿者驿站项目

自2013年起，中国松下与友成企业家扶贫基金会建立了河北滦平、内蒙古扎赉特旗、江西石城三个“松下·友成扶贫志愿者驿站”。

截止2014年12月，三县共计招募志愿者604人次、开展各类调研与志愿活动69次、受益学校42所、受益师生132,279人次。

招募志愿者 **604** 人次

受益师生 **132,279** 人次



江西石城驿站揭牌



项目校调研

### 世界遗产环境学习项目

松下电器和联合国教科文组织（UNESCO）携手合作，在全球范围内开展世界遗产环境学习活动。从2013年该项全球性活动引入中国起，截至2015年3月，共有来自北京、天津、唐山、贵州等地200余名学生代表受邀到中国及世界遗产地参观学习。



2014年7月，北京周口店站



2015年2月，福建土楼站

### 儿童环保绘画日记大赛

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。2014年，来自北京、上海、天津、河北、海南、贵州等地的超过12万名中国儿童参与了该项大赛。



2014年中国区颁奖典礼在北京展览馆举行



获奖学生作品在北京城市科学节上展示

### KWN儿童微电影大赛

KWN（Kids 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。



KWN视频交流连接北京、大阪两地学生



2014年度中国区冠军万泉小学主创团队

### 关爱自闭症儿童：北京·大连

#### DO YOU KNOW?

有这样一群特殊儿童，在西方被称为“星星的孩子”——像星星一样，孤独地闪烁在另一个世界。他们是自闭症儿童：有不同程度的社交障碍，情感上极度孤独，对父母缺乏依恋，不与同龄人交流玩耍。这是一个数目不断增加，却不为社会所广泛关注、理解的群体，是个缺乏社会普遍关爱的群体。

中国松下自2014年开始关注自闭症儿童群体，希望通过我们的行动，呼吁社会各界对自闭症儿童的关注，给自闭症儿童和家长多一份支持，助力自闭症儿童梦想飞翔。



深圳：出资赞助深圳自闭症儿童举办“星星音乐会”



北京：慈善义卖，支持自闭症儿童救助



北京·大连：松下爱心志愿者对自闭症儿童看护慰问活动

我们奉献每一份爱心

中国松下积极投身扶贫、救灾、志愿者帮扶等公益实践，致力于企业与社会的和谐发展。2014年中国松下捐赠资金超过786万元。

捐赠总额 **786** 万元

开展扶贫济困活动

【地震救灾】支援鲁甸地震



2014年8月3日，中国云南省昭通市鲁甸县发生里氏6.5级地震。松下中国第一时间通过中国红十字会向地震灾区捐款100万元，用于灾后学校的重建。中国松下各地在华企业也纷纷献出爱心，捐款总额近130万元。

【为灾区送光明】支援芦山灾区重建



芦山地震2周年期间，松下中国环境方案公司通过中国红十字基金会再次向灾区捐赠价值115万元的照明设备，帮助解决芦山、名山两个重灾区部分学校、卫生院（站）等生活基础设施环保照明问题。

【弱势群体帮扶】



向无锡新区弱势群体慈善捐款



为弱势群体捐赠冬衣

倡导志愿服务活动

2014年中国松下正式发布了“感动·明天”-松下电器公益志愿者行动计划，于2014年11月成立志愿者协会，秉承“奉献、友爱、互助、进步”的志愿服务精神，开展了关爱自闭症儿童、爱心义卖、扶弱助残等一系列志愿活动。2014年度，志愿者活动达12,792人次，累计42,515小时。

“感动·明天”——松下电器公益志愿者行动计划

- 1  
环保类：绿色行动
- 2  
教育类：梦想行动
- 3  
宣讲类：传播行动
- 4  
帮扶类：爱心行动

案例 松下中国成立志愿者协会

2014年11月，松下中国志愿者协会正式成立，并开展了爱心义卖、扶弱助残等一系列形式多样、内容丰富的志愿者活动。



松下志愿者参与徒步挑战赛为罕见病儿捐善款



松下志愿者为打工子弟学校学生体检义卖筹款

案例 中国松下于各地开展的员工志愿者活动

松下中国鼓励在华企业根据现地需求开展志愿服务，为地方经济社会的发展和当地居民生活质量的改善贡献力量。



松下冷链(大连)员工志愿者参加公司第十届徒步大会大赛，倡导环保理念



松下苏州志愿者走进社区开展防诈骗宣传活动



松下厦门地区志愿者海滩清扫活动



广州地区志愿者义务献血

## 我们共同的智美未来

### 实现全新的松下电器

#### 与中国共同发展 为世界繁荣做贡献

松下电器自1918年创业以来，一直将“通过事业活动为提高全世界人们的生活水平和社会发展做贡献”作为所有事业活动的基本理念。时刻以“人”为核心，着眼于“人们的生活”，努力让人们的生活更美好，这是松下电器恒古不变的原点。

自2012年，通过包括三洋电机和松下电工在内的整个集团范围内的事业重组，松下电器开始结合三洋电机和松下电工的优势，以环保为基轴，通过将各商品联接，形成“生态”和“智能”的全新解决方案，为社会创造新的价值。目前，松下电器已有多项领先的智能化技术引入中国，并在合作应用中突显对于传统城市建设的革新价值。

如今，中国的销售额已达到600亿元，占集团整体约13%，构成了事业重要部分。松下在中国拥有约6万名员工和近百家公司。除去总部所在的日本市场，中国是拥有多经营资源的国家，是松下电器最重要市场之一。

2015年，中国松下专门成立了“松下解决方案 服务公司”，在中国强化松下的B2B解决方案事业，充分利用松下优越的最尖端的技术和节能环保技术等，以为急速增加的中国社会问题作贡献，提供“解决社会课题的解决方案”。

未来，松下电器所不断追求的目标，是在所有领域和空间，无限扩展顾客的“美好生活”。从居家到办公室、店铺、汽车、飞机，进而到街区，在顾客活动的各种空间，不仅提供硬件单品，更提供包括软件、服务在内的综合解决方案，追求每一位顾客而言更美好的生活、更美好的世界。

松下电器将凭借在家电领域培育积累的优势，与事业合作伙伴一道，创造过去所没有的全新的价值。这是松下电器新的挑战。通过这些活动的积累，将实现蜕变的目标，成为“全新的松下电器”。

面向2018年创业100周年，全新的松下电器会努力成为人们所喜爱的和信赖的企业，并一同为中国以及世界的美好未来而不懈努力。



## 指标索引

目录	CASS-CSR3.0 家电制造业指标	GRI	页码
对话董事长	P3.1-3.2	1.1-1.2	P2-3
关于我们	我们的事业	P4.1-4.4	2.1-2.2, 3.5, 4.14, PR3
	我们的中国历程		P5
	我们创造的智美生活	M4.7	P6-7
我们引领的责任未来	责任管理	G1.1, G1.3-1.4, G2.1-2.5, G4.1-4.3, G5.1-5.5, G6.1-6.4, P2.2, P5.3	P10-17
	正道经营	M3.10, S1.1-1.4, M1.6	SO4, SO7
我们为您提供品质生活	科技创新引领智慧未来	M2.6-2.9, M2.11	P26-27
	优质产品点亮美好生活	M4.2, M4.5-4.6	P28-29
	至臻服务提升客户体验	M2.1-2.5, M2.13-2.15, M2.17-2.21	2.3, 2.10, PR1-2, PR5-6
我们为您奉献绿色生活	完善环境管理体系	E1.1, -1.2, E1.5-1.6	EN30
	应对环境气候变化	E2.12-2.16, E2.18, E2.7-2.8, E2.12	EC2, EN6, EN16, EN18, EN26, EN2, EN5, EN7, EN10, EN20-22, EN27
	打造节能环保产品	E3.1-3.3	
	推进绿色运营实践	E1.20, E2.1-2.2, E2.11, E2.15-2.16, E2.18-2.19, E2.4-2.6, E1.7	EN30
	促进循环经济发展	E2.17	
我们与您共创幸福生活	幸福员工	P4.5, S1.7-1.8, S2.1-2.2, S2.13-2.14, S2.16, S2.9-2.13, S2.25-2.27, S3.1-3.4, S3.11, S2.17, S2.19, S2.20-2.24, S2.28-2.30	LA1-2, LA13-14, EC7, LA10-11, HR3, LA12, LA7
	幸福伙伴	S1.6, M3.1, G3.2, M3.2-3.5	EC6, HR6-7
	幸福社区	S3.9, E1.8, S3.12-3.13	EN12, EN14
我们共同的智美未来	A1	4.17	P70
附录	指标索引	A3	3.12
	关键绩效表	P5.2, M2.6, S1.5, S1.8, S2.11, E2.3	EN3
	评级报告	A2	
	关于报告	P1.2-1.5	3.1-3.4, 3.6, 3.9
	意见反馈	A4	

## 关键绩效表

货币单位：人民币

类别	指标	单位	2012年	2013年	2014年
市场绩效	客户满意度	%	89	91	88
	客服电话投诉一次性解决率	%	96.8	89.6	87.7
	产品合格率	%	100	100	100
	科研投入金额	亿元	9.44	10.21	10.52
	研发人员数量	人	3,261	3,402	3,020
	发明专利申请数	件	2,191	2,009	1,474
	合同履约率	%	100	100	100
	累计投资总额	亿元	263.27	263.27	264.97
社会绩效	营业额	亿元	784	606	587
	纳税总额	亿元	16.36	18.78	21.24
	员工数量	人	70,724	63,764	60,002
	报告期内吸纳就业人数	人	22,473	31,281	29,192
	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	7.5	8.1	9.2
	本地管理者比例	%	79	82	83
	女性管理人员比例	%	21	23	23
	残疾人雇佣人数	人	400	409	403
	职业病发病次数	次	0	0	0
	工伤事故率	%	0.016	0.025	0.008
	体检及健康档案覆盖率	%	100	100	100
	员工流失率	%	33	29	30
	本地化雇用比例	%	99	99	99
	捐赠总额	万元	500	743	786
	公益植树	棵	26,548	107,521	117,487
	儿童环境教育人数	人	224,515	199,059	162,595
	培训总次数	次	8,085	8,793	8,818
培训总人次	人次	196,749	222,941	233,859	
员工培训投入金额	万元	2,038	2,115	2,920	
环境绩效	环保总投资	亿元	0.47	0.96	1.43
	能源消耗总量	吨标煤	304,039	298,062	246,794
	二氧化碳排放量	万吨	79.05	77.49	64.17
	生产活动中的二氧化碳削减贡献量	万吨	77.49	78.94	64.79
	二氧化碳以外的其他温室气体排放量	万吨	2.70	3.97	3.19
	节能商品的二氧化碳削减贡献量	万吨	582	435	595
	废弃物循环利用率	%	99.30	99.40	99.36
	废弃物·有价值物产生量	万吨	10.26	9.48	8.01
	废弃物再资源化量	万吨	9.78	9.04	7.54
	废弃物最终处置量	万吨	0.060	0.051	0.049
	单位产值二氧化硫排放量	千克/万元	0.0026	0.0031	0.0008
	单位产值氮氧化物排放量	千克/万元	0.0080	0.0091	0.0061
	单位产值氨氮排放量	千克/万元	0.0065	0.0045	0.0028
	单位产值化学需氧量排放量	千克/万元	0.0444	0.0327	0.0203
	化学物质排放·转移量	万吨	0.2046	0.1704	0.1505
	用水量	万立方米	701	629	583
	废水排放量	万立方米	447	389	388

## 评级报告



## 《中国松下社会责任报告2014》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《中国松下社会责任报告2014》（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松下电器（中国）有限公司社会责任相关部门成员；
- 2.过程性评估小组现场审查松下电器（中国）有限公司社会责任报告编写过程相关资料；
- 3.评级小组对社会责任报告的管理过程及《报告》的披露内容进行评价。

## 三、评级结论

过程性（★★★★★）

企业公共关系部牵头成立报告编写小组，高层领导负责编写推进及报告审定；编写组对利益相关方进行识别，通过意见征求会、问卷调查等形式收集相关方意见；根据公司发展战略、国家相关政策、相关方意见等对实质性议题进行界定；计划以内览会形式发布报告，并将以印刷品、电子版、H5版本等形式呈现报告，具有卓越的过程性表现。

实质性（★★★★★）

《报告》系统披露了“贯彻宏观政策”、“产品质量管理”、“产品创新”、“售后服务体系”、“家电召回”、“员工权益保护”、“产品和包装回收再利用”等家用电器制造业关键性议题，叙述详尽充分，具有卓越的实质性表现。

完整性（★★★★☆）

《报告》从“我们引领的责任未来”、“我们为您提供品质生活”、“我们为您奉献绿色生活”、“我们与您共创幸福生活”等角度系统披露了家用电器制造业核心指标的81.6%，完整性表现领先。

平衡性（★★★★☆）

《报告》详细披露了“工伤事故率”、“员工流失率”等负面数据信息，并以案例形式，简述了部分型号冰箱召回的原因及经过，具有领先的平衡性。

可比性（★★★★★）

《报告》披露了“纳税总额”、“客户满意度”、“营业额”等72个关键绩效指标连续3年的可比数据，可比性表现卓越。

可读性（★★★★☆）

《报告》以“我们”及“生活”的形式编排框架，逻辑清晰，语言流畅；采用卡通手绘设计，色调清新，富有亲和力，具有领先的可读性表现。

创新性（★★★★★）

《报告》以“松下在您身边创享生活美一天”的图画形式，带领读者感受松下创造的价值，拉近与读者距离；各章节以专题开篇，详述企业重点案例，并嵌入相关方声音，提升报告柔性沟通，创新性表现卓越。

综合评级（★★★★★）

经评级小组评价，《中国松下社会责任报告2014》为五星级，是一份卓越的企业社会责任报告。

## 四、改进建议

增加对公司可持续发展未来计划的披露，进一步提高报告的完整性。

## 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：中国社科院企业社会责任研究中心常务副主任 张蕙  
北方工业大学经济管理学院副教授 魏秀丽  
中心过程性评估员 王梦娟

出具时间：2015年6月30日

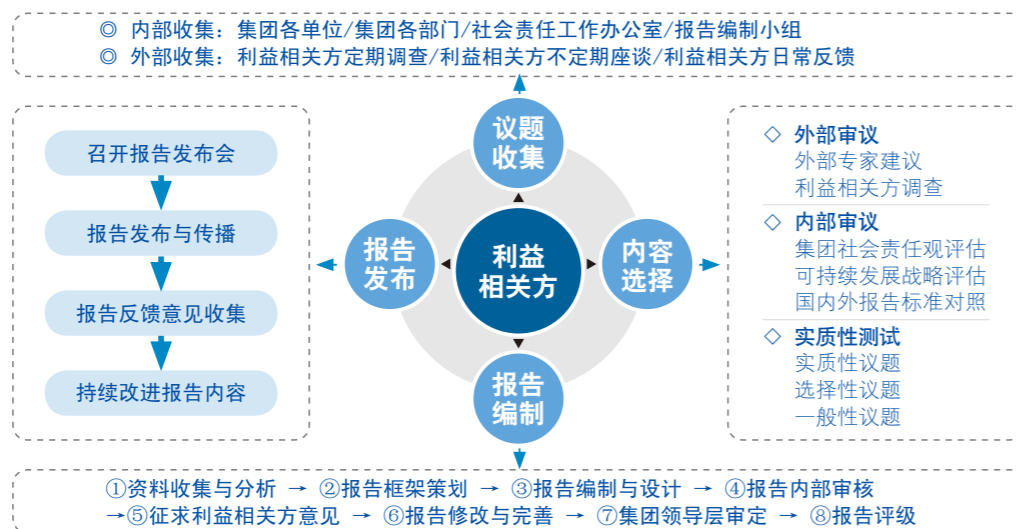
评级专家委员会副主席  
中心常务副理事长

评级小组组长  
中心副理事长



## 关于报告

- 时间范围:**  
2014年4月1日-2015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地区投资及合资公司, 在报告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  
松下电器中国地区企业……中国松下
- 参考标准:**  
中国社科院《中国企业社会责任报告编写指南》(CASS-CSR3.0);  
中国电子工业标准化技术协会《中国电子信息行业社会责任指南》和《电子信息行业社会责任报告编写指南》;  
全球报告倡议组织(Global Reporting Initiative, GRI) 可持续报告发展之南(G4.0);  
联合国“全球契约”(Global Compact) 十项原则;
- 数据说明:**  
本报告所引用的2014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据, 财务数据如与年报有出入, 以年报为准。  
2014年, 我们扩大了统计范围, 优化了统计方法, 往年数据若与2013年报告有出入, 以2014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与指导和评价, 保证报告真实、准确、完整。
- 延伸阅读:**  
本报告为中文版, 以印刷版和电子版两种方式发布。您可以在中国松下官网下载本报告的电子版本, 并获取更多关于中国松下的社会责任信息。  
中国松下官网: 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(2012/2013/2014)。
- 报告编写流程:**



## 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三份社会责任报告, 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

5 · C 6

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、准确地反映了中国松下对经济、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?





1 0 0 0 2 0

**Panasonic**

松下电器（中国）有限公司 公共关系部  
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  
电话：（010）65626236  
传真：（010）65626199

	贴 邮
	票 处

邮政编码：

**主要参编人员**

主 编：大泽英俊  
副主编：大桥智加、小川雅美

**编委会主要成员**

公共关系：王爱强、张明艳、节婧  
法 务：刘蕾、施慧  
环 境：赵向东、何燕  
人才开发：高巨、尹晓薇、刘琳、周波  
人 事：松永佳大、张建国、朱筱菁、刘媛媛、王荔、  
赵静、杨颖  
客户服务：赵国华、范丽艳  
供 应 链：李孟、孙南  
研 发：大岩阳子、徐洁  
制造强化：张书臣  
物 流：山口真人