



索尼中国
企业社会责任报告

2012 CSR Report

我们的地球 我们的城市

OUR EARTH OUR CITY





关于本报告

这是索尼（中国）自 2006 年以来发布的第七份企业社会责任报告。

报告依据《中国企业社会责任报告编写指南》CASS2.0 和全球报告倡议组织（GRI）《可持续发展报告指南》（3.1 版）编制。

报告组织范围包括索尼（中国）以及如下索尼在华投资企业：上海索广映像有限公司、上海索广电子有限公司、北京索明科普乐园有限公司、索尼信息系统（大连）有限公司、索尼凯美高电子（苏州）有限公司、索尼数字产品（无锡）有限公司、索尼物流贸易（中国）有限公司、索尼电子（无锡）有限公司、索尼电子华南有限公司、索尼精密部件（惠州）有限公司、索尼电子（深圳）有限公司。

时间范围自 2011 年 4 月 1 日至 2012 年 3 月 31 日。

报告中“索尼集团”表示索尼公司和由其直接或间接控制的法律实体，“索尼公司”是日本国法人索尼公司，“索尼（中国）”是索尼（中国）有限公司，“索尼在华企业”为本报告组织范围内所有公司的统称。

读者可以登录以下网站获取本报告，或者阅读更多相关资料：

<http://www.sony.com.cn/csr/index.html/>



C 目录 CONTENTS



关于本报告	2
致辞	5
运营历史	7



CSR

责任管理	15
责任理念	16
责任推进	18
利益相关方沟通	19
实质性议题筛选	20

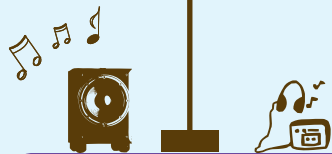


员工责任	21
员工权益保障	22
员工沟通	23
职业健康与安全	24
员工成长	27
员工关爱	28



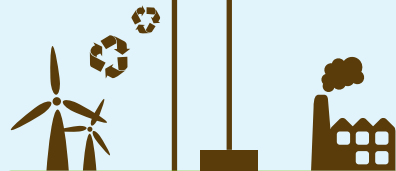
公司概况	9
企业治理机构	11
合规管理	13





产品责任 29

产品创新	30
产品质量管理	31
供应商战略管理	33
客户服务	34
客户信息保护	36



环境责任 45

环境管理	46
产品生命周期中的负荷减少	47
环境教育和公益活动	53
索尼在华企业、工厂环境数据	57



社区活动 37

索尼探梦	38
索尼学生设计工作坊	43
索尼爱心助学工程	44



所获奖项 58

未来展望 59

GRI 索引 60





索尼集团执行副总裁兼驻中国总代表
索尼（中国）有限公司 董事长
久保田 阳

索尼（中国）有限公司 总裁
栗田伸树

致 辞

索尼集团在中国已经耕耘了数十载。近年来，高速发展的中国市场更成为索尼集团未来发展的重中之重。“植根中国、长远发展”是索尼公司对中国的长久承诺和在华业务拓展的宗旨。索尼（中国）自成立以来，一方面强力打造适合本土发展需要的集产品企划、设计、研发、生产、销售和服务为一体的综合性运营平台，为中国的消费者带来更多具有高附加值的产品和服务；另一方面积极投身教育、文化、环保等社会公益领域，为促进中国社会和经济的发展做出自己长久的贡献。

追根溯源，这是索尼社会责任使命、理念和价值观的体现。我们认为，作为一家在电子和娱乐领域领先的跨国公司，索尼应当秉承“为了下一代”的责任理念，不断通过创新科技引领时尚生活，激发人们对科技的梦想和对愉悦的渴望，为后代创造一个梦想成真、生活愉悦的绿色家园。我们的使命是尽最大努力获得各利益相关方的信赖和认可。

索尼（中国）的关键利益相关方包括客户、员工、政府、供应商、合作伙伴和社区。我们注重与他们建立顺畅、透明的沟通机制，用心倾听他们的诉求并积极反馈。我们在中国开展的社会责任活动正是对他们的回应。

在员工责任方面，我们努力保障员工的合法权益，不断扩大福利范围，采取各种措施保障员工的职业健康与安全。同时，我们注意倾听员工的声音，建立沟通的文化，关注员工的职业发展，并努力实现员工的工作生活平衡。通过构建积极向上的企业文化，为员工提供良好的发展机会，充分激励大家贡献自己的才干和力量，努力令索尼成为“员工乐于工作的地方（A Great Place to Work）”。

索尼集团执行副总裁兼驻中国总代表
索尼（中国）有限公司 董事长
久保田 阳

久保田 陽

在产品责任方面，我们将“从客户观点出发，提供高品质产品和服务”视为经营基础之一。2003年5月制定的《索尼集团行为规范准则》中明确规定，为了保证使用索尼产品或者接受索尼服务的客户的安全，在业务活动的任何阶段都必须达到乃至超过法律法规规定的标准。我们站在客户的立场，将向客户提供高质量的产品与服务放在最重要的位置。同时，我们还采取多种措施，保护客户隐私，确保信息安全。

在社区责任方面，我们积极承担责任，融入当地社区，在改善社会中扮演积极的角色。我们通过“索尼探梦”科技馆，开展学生设计工作坊、爱心助学等活动，为广大青少年提供了亲近科学、追寻梦想、身心愉悦、卓越创新的广阔舞台，以期提高国民素质，推动社会进步。

在环境责任方面，我们确立了在2050年实现“环境零负荷”的长期愿景，不仅针对索尼产品的研发和生产，还涵盖了原材料采购、工厂活动、产品物流及回收，并为此制定了详实的环境管理计划、相应的管理体系和绿色管理2015目标。在“为了下一代”的企业社会责任理念的引领下，索尼还在华积极展开绿色之路的环境教育计划，在小学、高中、大学等以生物多样性、电子废弃物循环利用等为主题进行环保意识的普及教育。我们力求在自身的经营活动及产品的整个生命周期范围内，最大限度减少对环境的影响。

我们很高兴通过这份《2012索尼中国企业社会责任报告》，将索尼（中国）过去一年的社会责任工作总结并呈现到您的面前。我们希望这可以让您对索尼（中国）有更多了解，也希望您能对我们的社会责任工作提出改进建议。

索尼（中国）有限公司 总裁
栗田伸树

栗田伸樹



运营历史

1978年开始开展中国业务，先后在北京（1980年）、上海（1985年）、广州（1994年）和成都（1995年）等地设立了代表办事处。



1995年11月，索尼精密部件（惠州）有限公司成立，1996年1月开始运营。主要从事光学拾音头和L-LCD的生产。



2002年5月，索尼电子（深圳）有限公司成立。在保税区内经营各种贸易、仓储物流业务，提供电子产品技术服务和采购商品的内部品质检测。



1993年9月，与上海广电股份有限公司合资成立“上海索尼电子有限公司”（索尼出资70%）。1994年2月开始运营。主要生产和销售摄像机及数码摄像机部件。



1995年12月与上海广电集团和上海真空电子有限公司合资成立“上海索尼映像有限公司”（索尼占70%的股份），1996年12月开始运营。主要从事液晶电视、专业器材的生产。

2000年10月，北京索尼科普乐园有限公司成立。以“光”和“声音”为主题的面向青少年的公益型体验型科普场馆—索尼探梦在北京开业并被评为全国科普教育基地。2006年索尼探梦迁址朝阳公园。



1994年4月，索尼凯美高（苏州）电子有限公司成立，1995年4月开始运营，主要生产着触摸屏和异方性导电膜等电子元件。

1996年10月，独资区域性管理公司索尼（中国）成立。



1998年8月，索尼电子技术（中国）有限公司成立。主要从事以索尼电子产品为主的在华地区的国际采购及物流供应链管理。

2000年8月，索尼电子（无锡）有限公司成立，2001年4月开始运营。主要生产聚合锂离子电池等。



2002年8月，软件研究开发工程中心在上海成立，主要设计适合中国市场的AV类产品的软件。

2002年9月，作为索尼在华展示推广最先进数码生活方式的体验中心，国内第一家Sony Gallery在北京开业。

2011年7月，中国科学院上海硅酸盐研究所与索尼公司合作成立“中国科学院上海硅酸盐研究所-索尼锂电池联合实验室”。



2011年12月，索尼高清影视技术学院3D-4K技术中心在京揭幕。

2006年1月，原索尼电子（无锡）有限公司第二工场变更为索尼数字产品无锡有限公司。

2003年6月，索尼（中国）注资成都索尼数码科技有限公司。该公司是目前中国国内最大规模的专业电视多媒体设备制造商之一。



2010年4月，索尼信息系统（大连）有限公司成立。主要开展面向索尼集团业务的应用程序开发、维护及BPO业务。



2003年索尼电子（无锡）有限公司第二工场开始为中国市场生产数码相机、镜头组等。

2004年4月，索尼电子华南有限公司成立，2006年2月开始运营，生产光学拾音头、激光晶体管、物镜。



2009年8月，北京Sony Style索尼销售体验店—北京店（Sony Style Store）在北京东方新天地开业。

2004年6月，上海技术中心在上海浦东新区张江高科技园区成立。

2008年11月，索尼物流贸易（上海）有限公司更名为索尼物流贸易（中国）有限公司。

2011年10月，作为索尼在中国的第三家直营门店，Sony Store 北京悠唐广场店开张。

2005年8月，“Creative Center（创造中心）”在上海成立。作为索尼全球创意源泉之一，上海创造中心将根据中国消费者需求、喜好及生活方式量身设计各类新品。

2005年10月，索尼电子技术（上海）有限公司更名为索尼物流贸易（上海）有限公司。

2007年4月，由中国科学院上海硅酸盐研究所与索尼公司合作的上海硅酸盐研究所-索尼联合实验室在上海正式成立。该实验室将主要从事太阳能电池相关技术的研究与开发。

2007年12月，索尼（中国）的索尼销售体验店“Sony Style Store”在上海淮海中路开业。



1

公司概况

Company Profile



在“全球本地化”的运营策略下，索尼于 1996 年 10 月在北京设立了统一管理和协调在华业务活动的全资子公司——索尼（中国），旨在从事中国国内电子信息行业的投资、产品市场推广、顾客售后服务联络，并针对索尼在中国各所属企业进行宏观管理及广泛的业务支持。近年来，索尼集团把高速发展的中国市场作为未来发展的重中之重。索尼（中国）充分利用集团总部的资源优势，在中国强力打造适合本土发展需要的集产品企化、设计、研发、生产、销售和服务为一体的综合性运营平台，为中国的消费者带来更多具有高附加值的产品和服务。

“植根中国、长远发展”是索尼公司对中国的长久承诺和在华业务拓展的宗旨。在中国发展各项业务的同时，索尼还积极投身教育、文化、体育、环保等社会公益领域。几年来，索尼公司积极投入中国的公益事业，赢得了中国教育界、科技界和文化界等社会各界的好评。秉承以技术贡献社会的发展理念，索尼将继续为成为优秀的企业公民而不懈努力，为促进中国社会和经济的发展做出自己长久的贡献。

企业治理机构

索尼（中国）设立了由股东委派的董事组成的董事会。

董事会

制定索尼（中国）的基本经营方针，决定公司的一切重大事宜，包括总经理的任免等。

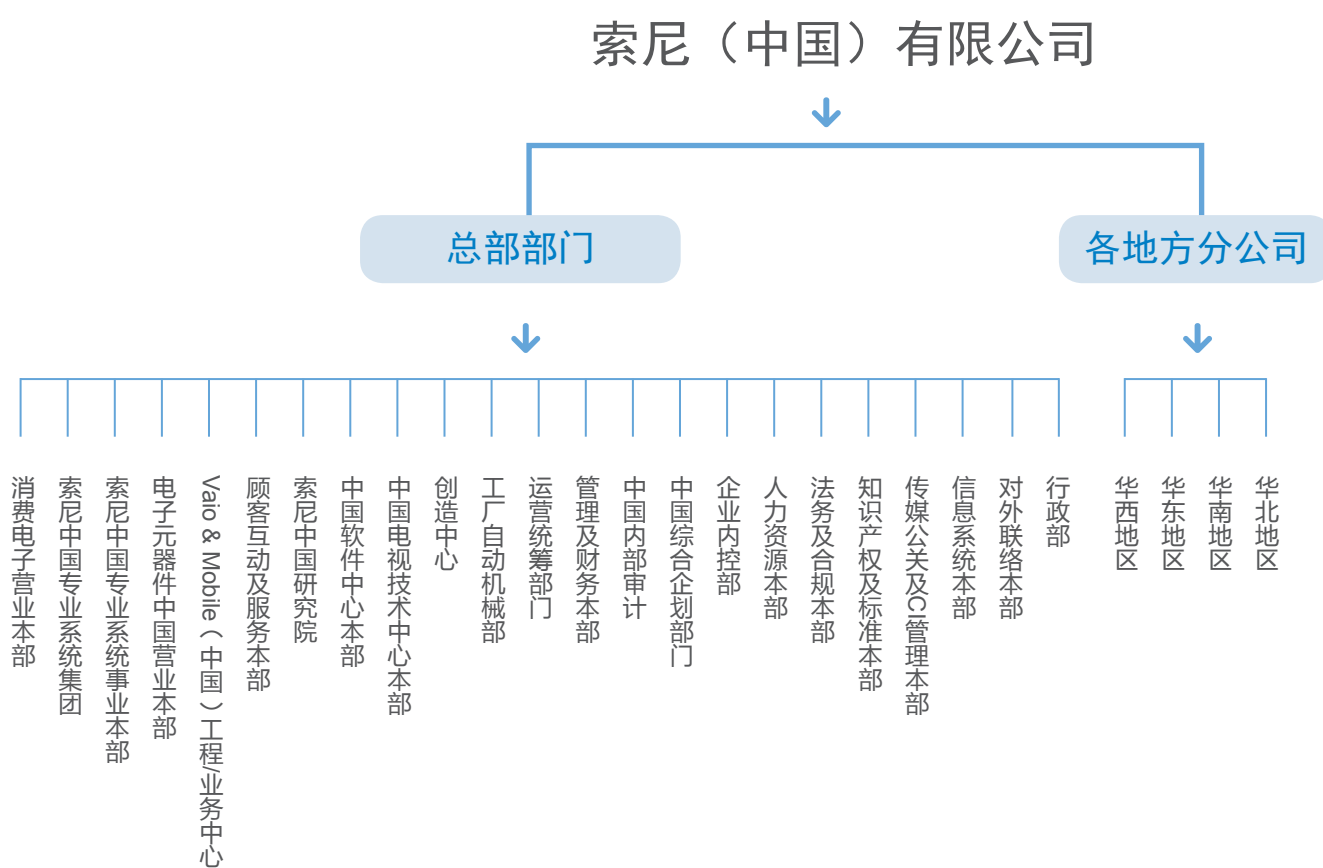
总 裁

在董事会授权范围内，负责索尼（中国）经营决策的制定与执行。

Governance Committee

是由索尼（中国）董事会根据公司章程设立的经营管理机构，负责公司的日常经营管理业务。

索尼（中国）公司结构框架图



合规管理

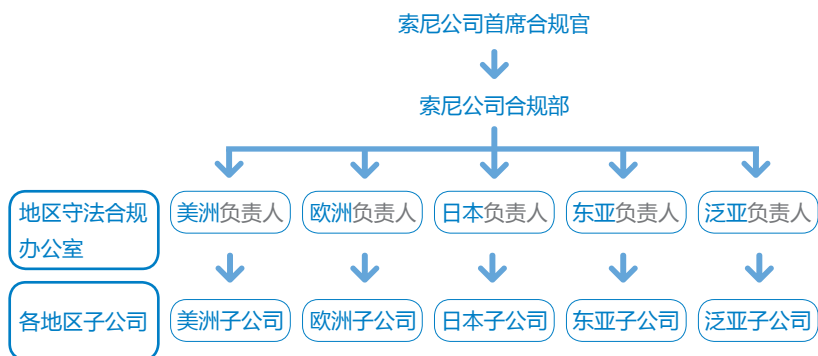
- 合规准则

索尼集团深知遵守法律法规、公司内部规章制度及诚信、道德地开展业务活动的重要性，积极建立应对法律与道德规范问题的企业经营体制和开展符合商业道德规范的业务活动。

索尼集团于 2003 年 5 月制定了《索尼集团行为规范准则》，该准则明确规定了索尼集团所有董事、高级职员以及普通员工都必须遵守的基本事项。除了遵守法律法规的要求以外，该准则还规定了尊重人权、产品和服务安全、环境保护、公司信息的披露等与索尼集团的企业道德和业务活动相关的基本方针。索尼在华企业在开展业务活动的时候均严格执行《索尼集团行为规范准则》的规定。

作为索尼集团合规管理网络在东亚地区的重要部门之一，索尼（中国）设立了全面管理索尼在华企业合规活动的主管部门（以下称“索尼（中国）合规主管部门”），负责索尼在华企业的合规管理体制的建立和完善以及索尼在华企业风险和危机事件的管理应对等工作。

索尼集团合规管理网络



- 合规重点

在 2011 财年中，索尼（中国）的合规工作的重点主要有：

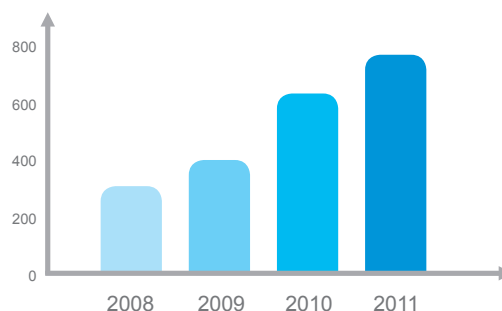
- 维护和完善公司内部规章制度以保证公司遵纪守法，防止或减少潜在的风险。
- 通过现有的合规和风险管理机制进行监控和协调以降低和控制风险。其中，索尼在华企业一直受到合规举报热线的监控。另外，索尼（中国）组织索尼在华企业通过包含上百个内容的“合规自我评估”，了解有待提高合规和风险管理的领域，并积极采取对应措施。
- 根据新制定的合规培训规则广泛地开展合规培训，使员工更加深刻的了解和理解公司的各项规章制度，提高员工的风险意识。
- 继续进行内部合规审查。

– 合规培训

为了确保和索尼在华企业进行充分的沟通，索尼（中国）在 2011 财年制定了适用于所有索尼在华企业的新合规培训规则，该规则规定了合规培训的最低要求。在该规则的框架下，除了通过新老员工培训、行为规范准则培训和专题讲座普及合规知识以外，索尼在华企业还根据业务部门的实际需求开展与该部门业务相关的培训，解答员工在实际工作中遇到的合规问题。

2011 财年，索尼（中国）对所有员工进行了行为规范准则再培训，也举行了 27 次现场合规培训，共计近 800 名员工参加。其中，针对经理级别以上员工开展了约 20 次专门的反垄断、反贿赂、反洗钱等培训，共有近 400 名员工参加。针对销售部门的员工，索尼（中国）分别在深圳、北京和上海开展 3 次反垄断培训，共有超过 100 名员工参加。同时，索尼（中国）为近 300 名新员工开展了 4 次新员工合规培训。

索尼（中国）现场合规培训人数



– 日趋完善的风险和危机管理体制

为了及早发现、识别、检测、控制在索尼在华企业业务领域内可能给索尼集团造成损失的风险，索尼（中国）合规主管部门也在不断维护和改进风险管理体制。2011 财年，索尼（中国）组织索尼在华企业开展了“合规自我评估”项目，通过对包括行为规范准则、合规举报热线等上百个内容的合规自我评估，审查和评估可能存在的风险，以寻求合规和风险管理体制的不断完善。

今后，索尼在华企业将继续加强对合规风险方面的预防和应对，进一步完善内部管理流程。同时，将继续对所有员工开展合规培训，并制定更具有针对性的培训计划。此外，索尼（中国）将加强在华企业之间的沟通和合规信息的交流，与索尼在华企业共同分享合规管理方面的经验。



2

责任管理

Responsibility Management

索尼深知企业社会责任与业务的可持续发展紧密相关，因此索尼采取多种措施，将这一理念深入地融合到企业决策、企业文化、企业员工及其他利益相关方沟通中。为落实索尼（中国）的社会责任实践，索尼建立了自上而下的企业社会责任管理架构，筛选出实质性的责任议题，认真将“为了下一代”的企业社会责任理念执行到实处。

责任理念

索尼 CSR 方针

索尼集团认识到其经营活动直接或间接地对其业务运营所在的社会产生影响，因此，完善的商业运行要求在决策时充分考虑到利益相关方，如股东、客户、员工、供应商、商业伙伴、当地社会及其他相关组织的关注焦点。索尼集团将努力在遵守上述内容的基础上发展索尼业务。

企业社会责任使命：

尽最大努力获得各利益相关方的信赖和认可。

企业社会责任理念：

为了下一代。

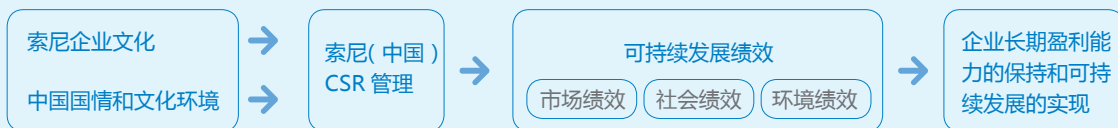
企业社会责任价值：

作为一家在电子和娱乐领域领先的跨国公司，结合“梦想、情感与创新”（愉、梦、创）的品牌内涵，不断通过创新科技引领时尚生活，激发人们对科技的梦想和对愉悦的渴望，为后代创造一个梦想成真、生活愉悦的绿色家园。

- 索尼 CSR 模型

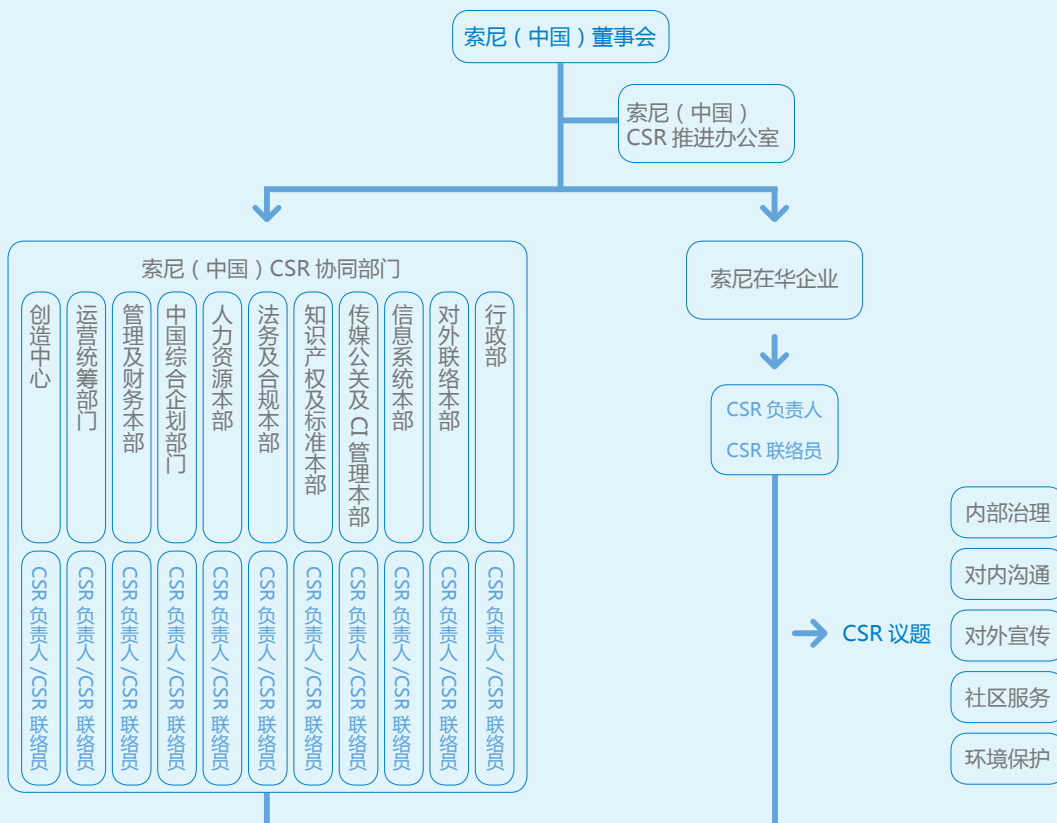
索尼（中国）时刻秉持“为了下一代”的社会责任理念，传承索尼集团的 CSR 战略、方针，结合中国可持续发展背景，关注中国重点关注的责任领域，建立了索尼（中国）特有的企业社会责任管理系统，并通过不断完善市场绩效、社会绩效和环境绩效，旨在保持企业长期的盈利能力，实现可持续发展。

For the Next Generation



- 索尼（中国）企业社会责任管理架构

为完善索尼（中国）企业社会责任的工作体系，加强内外部企业社会责任的管理、沟通，索尼（中国）设立了 CSR 推进办公室，并通过参与外部各利益相关方组织的活动、召开 CSR 圆桌会议和建立 CSR 联络员制度，形成具有索尼特色的企业社会责任管理架构，并不断强化索尼在华企业的社会责任意识，将企业社会责任不断深入到每个员工的日常工作中，切实践行企业社会责任理念。



责任推进

- 索尼内部 CSR 圆桌会议

为了加强索尼（中国）各职能部门、索尼在华企业与 CSR 推进办公室之间的沟通和合作，整合索尼在华企业的企业社会责任绩效，索尼建立了 CSR 圆桌会议制度，邀请索尼公司 CSR 部门、索尼（中国）CSR 推进办公室、人力资源等总部职能部门代表和其他索尼在华企业代表参加，共商索尼 CSR 事宜。

2011 年 4 月，索尼（中国）召开了第一次 CSR 圆桌会议。会议特别邀请索尼公司 CSR 部长富田秀实先生出席，介绍集团 CSR 工作内容、组织结构、主要挑战、CSR 信息披露及风险管理机制，并共同探讨了供应链中的人权保护问题和相关行动。会议还总结了索尼集团和索尼（中国）2010 财年 CSR 工作成就和经验，制定了索尼（中国）2011 财年 CSR 计划。

时隔半年，索尼（中国）召开了第二次 CSR 圆桌会议，共有 28 名职能部门和其他索尼在华企业代表参加了此次活动。会议详细介绍了索尼（中国）企业社会责任的政策、主要工作和利益相关方，并介绍了索尼（中国）企业社会责任的定义及信息的收集与披露。索尼公司 CSR 部门分享了 CSR 管理经验、社区活动和员工教育的情况，索尼（中国）各职能部门分享了他们与 CSR 相关的工作，其他索尼在华企业代表则展示了他们开展的 CSR 活动。为了加强索尼在华企业间的企业社会责任沟通，此次大会上还成立了企业社会责任沟通委员会，并详细介绍了该委员会的工作模式和信息分享机制。

- 推进企业社会责任培训

2011 年 12 月，索尼（中国）开展了 CSR 内部工作分享，邀请各职能部门代表和其他索尼在华企业代表，相互交换社会责任工作和活动方面的心得，并邀请了企业社会责任专家为与会代表做了详细的 CSR 培训。

2012 年 3 月，索尼（中国）CSR 推进办公室为索尼电子（无锡）有限公司开展了企业社会责任内部培训，不仅介绍了 CSR 的基本概念和索尼（中国）开展的相关活动，还介绍了其他索尼在华企业开展的 CSR 活动及索尼（中国）2012 年的 CSR 规划。通过小范围交流，索尼电子（无锡）有限公司学习了其他索尼在华企业的优秀案例，并且可以根据 CSR 规划提前对自己的 CSR 活动进行合理安排和准备。

- CSR e-learning 课程

为了让每一位员工都真正了解企业社会责任的含义，了解索尼开展过哪些企业社会责任活动，索尼（中国）还专门设计了企业社会责任 e-learning 课程。课程由“企业社会责任等于慈善？”、“可持续发展与企业社会责任”、“企业为什么要履行社会责任？”、“利益相关方”、“索尼的利益相关方沟通”和“索尼中国的 CSR 体系”六小节组成，由浅至深、由略到详地介绍了企业社会责任的基本理念和索尼开展的社会责任活动。

为了让员工真正掌握所学知识，每两小节结束后都会安排相关练习。只有正确回答问题后才能进入下一小节。同时，该课程提供中英文双语教程，方便外籍工作人员参与学习。

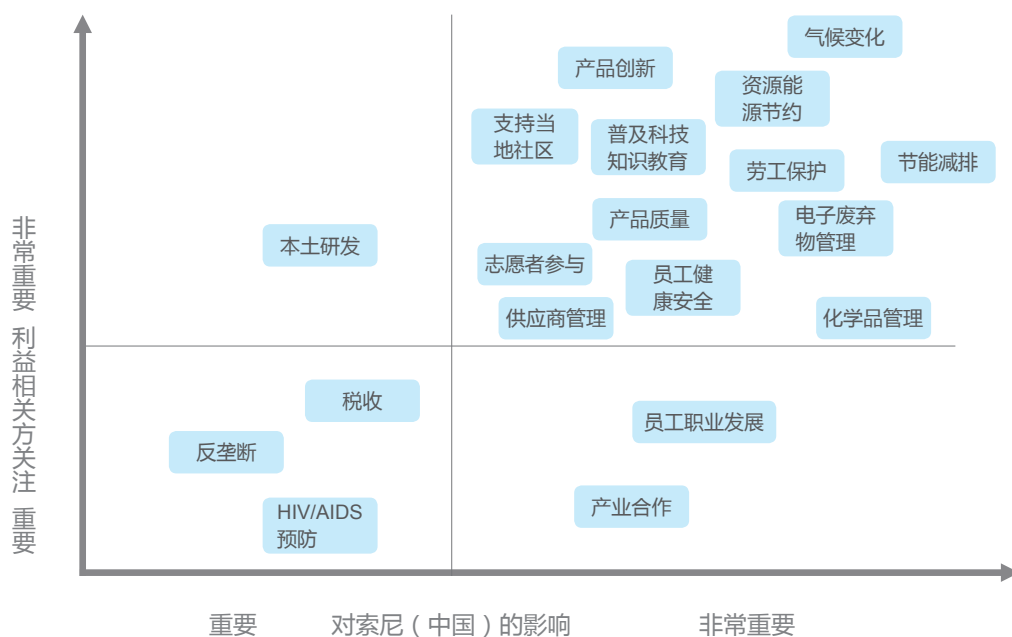
利益相关方沟通

索尼（中国）的发展与各利益相关方的支持密不可分。索尼（中国）注重与利益相关方建立顺畅、透明的沟通机制，用心倾听他们的需求并严谨反馈。在未来，索尼（中国）仍将积极主动学习各利益相关方的长处，建立更多沟通渠道，使问题更加有效、快速的解决。

利益相关方	对索尼（中国）的期望	回应措施与成效	主要沟通渠道
客户	<ul style="list-style-type: none"> 时尚优质高效绿色产品 快速安心便利售后服务 	<ul style="list-style-type: none"> 持续加大产品创新投入 进一步完善服务流程 强化客户关系管理 “神秘顾客”项目 对特约维修站进行 5S 检查 	<ul style="list-style-type: none"> 客户满意度调查 NPS（净推荐值）计划
员工	<ul style="list-style-type: none"> 保障合法权益 尊重多元文化与生活方式 合理的薪酬激励 良好的工作环境 能力提升和职业发展 归属感与认同感 	<ul style="list-style-type: none"> 严格遵守法律法规、严格执行《索尼集团行为规范准则》 建立网络学习系统和全面的培训课程体系 建设多元、互助、平等的企业文化 倡导工作和生活的平衡 	<ul style="list-style-type: none"> 工会会员代表大会 总裁员工座谈会制度 员工内部网络沟通平台 关心员工职业健康与安全
政府	<ul style="list-style-type: none"> 诚信守法 依法纳税、保障就业 促进社会和谐发展 	<ul style="list-style-type: none"> 支持政府宏观经济政策 守法合规 积极履行企业社会责任 	<ul style="list-style-type: none"> 积极与主管及相关部门开展沟通对话 公司治理保持透明 推动行业发展
供应商	<ul style="list-style-type: none"> 公平透明采购 促进共同发展 	<ul style="list-style-type: none"> 继续深入落实《索尼供应商行为规范准则》 导入“全球采购合同”制度 开展供应商 CSR 培训 	<ul style="list-style-type: none"> 召开供应商大会 索尼（中国）的“绿色伙伴”制度审查
合作伙伴	<ul style="list-style-type: none"> 共促行业发展 共享发展成果 	<ul style="list-style-type: none"> 共享“CSR 采购”框架 共同推进绿色伙伴认证制度 	<ul style="list-style-type: none"> 行业会议、研讨会
社区	<ul style="list-style-type: none"> 缩小社区数字鸿沟 扶助弱势群体 积极推动环境保护 参与社区公益活动 	<ul style="list-style-type: none"> 通过“索尼探梦”科技馆及“科普万里行”项目为公众普及数码知识 通过“爱心助学”项目关注农民工子弟的教育问题。 	

实质性议题筛选

可持续发展涉及领域众多，每个领域又有众多议题。为了筛选关键利益相关方关注的对索尼（中国）影响重大的议题，索尼（中国）从社会关注热点议题、客户关注、外部参与可持续发展论坛和会议、业内交流等不同渠道收集相关议题，采纳英国 AccountAbility 研究机构制定的 AA1000 标准，开展了企业社会责任议题的实质性分析。



实质性议题矩阵展示出索尼（中国）应关注的可持续发展主题，从而有效帮助索尼（中国）将这些议题融入索尼的企业社会责任理念，切实开展各方关注的社会责任活动。



3

员工责任

Employee Responsibility

索尼的发展离不开员工的努力和付出，索尼亦重视与员工共享企业发展的成果。索尼（中国）积极保障员工的合法权益，采取各种措施保障员工的职业健康与安全。同时，索尼（中国）注意倾听员工的声音，建立沟通的文化，为员工打造畅通的上升空间，关注员工的职业发展，并努力实现员工的工作生活平衡。

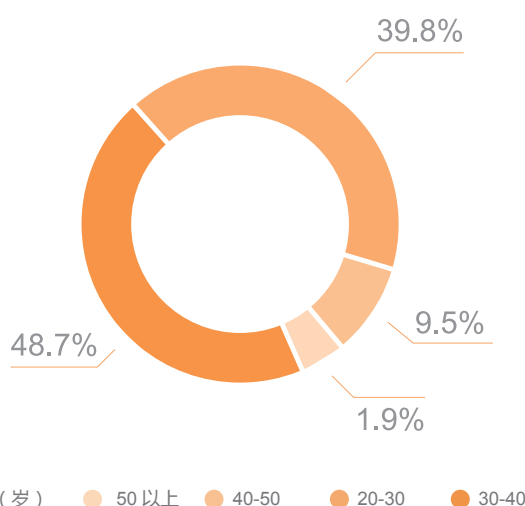
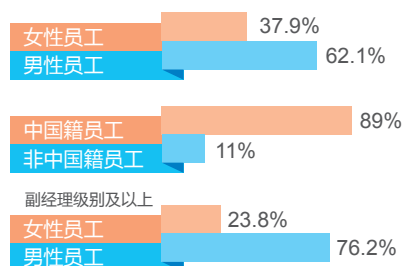


员工权益保障

员工是企业的宝贵资产，是企业成长的基石。索尼维护员工的各项合法权益，重视与员工共享企业发展成果。多年以来，索尼在华企业一贯遵守《劳动合同法》规定，严格执行《索尼集团行为规范准则》，尊重员工多元化发展，坚持平等雇佣，任人唯贤。不因种族、信仰、肤色、国籍、性别、年龄等因素歧视员工，反对强迫劳动和使用童工，员工合同率和保险率亦全部达到了 100%。

 索尼（中国）员工年龄构成表

截至 2012 年 3 月 31 日，索尼（中国）共有员工 1978 人。



同时，在中国，索尼建立了现代化的薪酬管理体系，为员工提供有竞争力的薪酬，保障每位员工享受各项法定的社会保险和福利，同时还为员工提供了年度体检，补充医疗保险，交通、人寿及海外医疗保险，补充带薪年休假等福利内容，多层次保障员工的生活与工作权益。

此外，索尼在华企业积极推进集体协商和集体合同进程。2011 年 12 月，索尼物流贸易（中国）有限公司与员工在平等协商的基础上签订了集体合同。工资专项集体合同制也已提上日程。

索尼（中国）充分尊重女性员工作为母亲的权利，上海分公司为哺乳期女性员工专设了育婴室。

员工沟通

企业内部沟通是企业健康运营的保障，良好的沟通不仅可以明确并统一目标和方向，而且可以增添企业的活力。索尼青睐于建设与推广“沟通的文化”，建立了多重沟通渠道，最大程度地传递信息并增进沟通，倾听员工的声音。

- 高层沟通

为了让员工了解公司的发展现状和管理层的策略思考，同时让高层直接听到各地员工的想法和声音，从而促进一线员工与企业管理层之间的交流，索尼（中国）建立了总裁员工座谈会制度。2011年，总裁员工座谈会分别在北京、上海、广州、深圳、成都五个城市举办了六场，每场约30名员工参与。

时任索尼（中国）总裁永田晴康先生亲临每一场座谈会，不仅回顾了索尼品牌发展的历史沿革，而且畅谈了自己对“增长与赢利并重”、“企业社会责任”、“使索尼成为员工乐于工作的地方”的解读，还针对员工非常关注的产品差异化、品牌价值提升、员工的职业发展、公司运营效率等问题，分享了自己的经验和想法。

索尼（中国）的总裁员工座谈会不是泛泛而谈，也不是从上至下传达精神，而是真正做到员工与总裁一起进行坦诚、直率的无限制话题交流。双方通过发表自己的意见和建议、交流观点、集思广益，共同寻求助力索尼更好成长的方法。

- 跨部门沟通

通过对主要业务部门领导的内部访谈，分享各部门的业务发展策略和动态，并根据员工满意度调查选取员工关注度最高的问题请各部门领导分享想法，促进了部门间的信息交流以及员工与部门领导间的沟通。

- 员工专访

更多精彩的故事来自一线员工。他们每个人都各有特色，面对不同的业务环境在自己的岗位上用创新和努力做出优秀的业绩。2011财年，共有12位来自不同部门业绩优秀和创新表现突出的索尼（中国）员工接受了内部专访，从业绩提升、团队建设、创新、运营效率提升、跨部门沟通到职业发展，从不同的切入点，和所有员工分享他们的故事。

受访员工一方面介绍所在部门的职责和发展，实现不同部门之间的业务互通与经验交流；另一方面分享他们个人对业务发展、本地业务拓展、运营与创新的理解，介绍如何在实践中运用这些理念，对全体员工起到了很好的经验共享和示范作用。

职业健康与安全

职业健康与安全是企业可持续发展不可或缺的一部分。源自这一认知，索尼始终致力于为员工创造安全、卫生的工作环境，并在 1998 年制定了普适于索尼所有子公司和分公司的《索尼集团职业健康与安全全球政策》。在其影响下，2011 财年，索尼在华企业的安全意识、防灾意识、5S 管理意识（整理、整顿、清扫、清洁和素养）等得到进一步提升，全年未发生重大安全事故，所采取的各项安全措施也得到了外界的普遍认可。

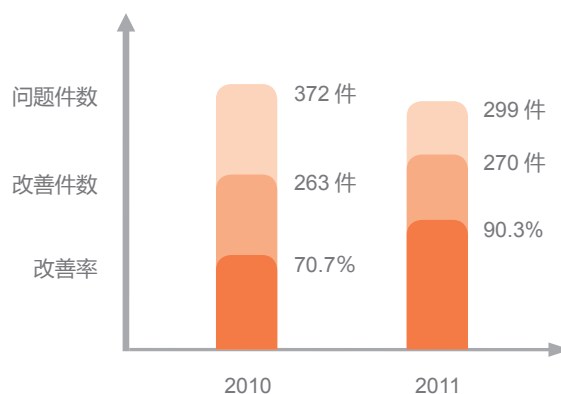


索尼集团职业健康与安全全球政策

1. 遵守当地所有与职业健康和安全相关的法律、法规和协议，建立独立标准，通过实践积极改善索尼的职业健康和安全管理能力，而不仅仅是依照法律规定而行。
2. 建立并维持一个合理的组织架构，明确界定各方责任，推动索尼所有公司履行职业健康与安全责任。
3. 在所有运营地开展职业健康与安全风险分析，评估潜在危险，提供积极、科学的分析结果。
4. 尊重员工声音。通过雇主与员工的良好沟通，真正落实员工的健康和安全。
5. 为所有索尼员工开展职业健康与安全培训，并与外部其他公司进行相关交流活动，推进索尼的职业健康与安全发展。
6. 进行内部推广和宣传活动，提高安全意识。
7. 定期进行职业健康与安全审计，不断努力改善职业健康与安全管理系统。
8. 参与政府和当地社区组织的各种职业健康与安全公共活动。
9. 开发、引进各种新方法和新技术，保护员工的职业健康与安全。
10. 投入相应资金推行这一政策，并持续完善职业健康与安全管理体系。

索尼在华企业严格遵守《索尼集团职业健康与安全全球政策》，采取积极措施应对安全与健康问题。以上海索广电电子有限公司为例：2011 财年，由各部门课长组成的安全健康与 5S 委员会制定了年度安全健康计划，按季节与月份特点安排不同的主题，并将安全计划落实到各个部门具体实施。

5S 索广的 5S 检查结果



- 安全巡回点检查

以上海索广电子有限公司为例：安全巡回点检查贯穿整个财年，由各部门课长组成的安全健康委员推进会负责，力图发现并排除各项安全隐患。安全巡回点检查涉及电气设备及插线板检查、建筑设施及外围检查、消防及时检查和具体场所检查等四项检查内容，涵盖 25 个检查点，以整洁度、畅通度等指标作为检查标准，仓库、储物柜、消防安全通道、消防设备、天花板、门窗等都在检查之列。

- 夏季安全健康月

针对夏季高温、干燥、多雨的特点，索尼安全健康活动集中在夏季防火、高温健康与汛期预防三个方面。对于防火与防汛，索尼（中国）组织人员定期检查防台、防汛、防火设备，举办防灾讲座，并购置压缩饼干、手锤、急救包等 17 种应急物品。针对高温健康问题，索尼（中国）采取了高温防暑降温方法宣传普及和配备降温物资两种方式应对。

- 消防安全月

针对消防安全，索尼（中国）不仅开展了 119 消防日、消防安全宣传月活动，还专门聘请了消防部门的专业人员，对员工进行消防知识普及、消防技能的培训。同时组织员工参加红十字会举办的心肺复苏培训。在 2011 财年内，索尼（中国）及其所属分公司，索尼物流贸易（中国）有限公司，北京索明科普乐园有限公司，索尼信息系统（大连）有限公司分别举办了消防演习，消防演习出席率均达到了 98%。



以索尼在华企业中的工厂为例：

消防安全月期间，上海索广电子有限公司还特地制定了针对外省劳务工人的安全生产知识培训，不仅组织其集中学习《安全生产基本常识》，提高安全作业意识，同时，强化其自我保护技能，确保生命安全和健康。2011 财年，共计 744 名外省劳务工人参与培训。

避难训练：

2011 财年，上海索广电子有限公司继续开展避难训练，共有 2,283 名员工参与，比 2010 年增加 427 名。

为提升全体员工的避难意识，索尼（中国）还专门制作了“地震逃生技巧” e-learning 课程，通过生动、有趣的动画，加强员工对灾难逃生技巧的掌握。

2011 财年总计 **46** 名来自索尼（中国）**43** 个分公司的员工参加了心肺复苏培训并取得证书

2011 财年，索尼（中国）还在北京、上海、广州、深圳及成都的主要办公室开展了防灾知识讲座，共有 **145** 名员工积极参加。

- 假期安全大检查

即使是假期，索尼也不放松安全检查。临近假期时，各索尼在华企业中的工厂会组织人员进行节前安全检查，对工厂门窗、设备、电源、工具、电气电路、电脑等进行检查。假期期间，各工厂也会安排不同的部门对以上这些进行检查，做到安全检查“365天全年无休”。

上海索广电子有限公司还设有交通安全月、冬季防火月等，力图防患于未然，实现全年安全生产和严重安全事故零发生率。

- 社会认可

由于措施得力，2011财年，索尼在华企业的职业健康与安全举措发挥了良好的效用，安全成绩得到了外界的普遍认可。

上海索广电子有限公司因其安全卫生方面的突出表现，被评为“2011年度上海市闵行区社会治安综合治理先进企业”和“闵行区江川社区安全生产管理先进企业”。



索尼电子（无锡）有限公司采取积极措施，实现安全管理，被授予无锡新区“2011年度安全生产先进单位”。



员工成长

人才对企业的发展至关重要。人才培养一方面来自于企业实践，一方面依靠企业提供良好的职业发展通道，理论与实践并行，促进员工快速成长。

- 职业发展规划

索尼积极关注员工的个人成长与职业发展，并针对员工的发展方向，制定了管理型和专家型两种职业发展路径，并针对每一条路径设置了不同级别的职位，对不同级别的职位又设定了具体的要求和职责。

员工不仅可以了解每条路径的发展轨迹，更可以根据职位设定，了解自己与该职位的差距，从而制定自己的职业规划。索尼（中国）则会根据员工的选择提供指导和相应的培养与培训计划。

管理型人才发展

主管 → 副经理 → 部门经理 → 高级经理

专家型人才发展

工程师 → 高级工程师 → 项目主管兼副主任工程师 → 项目经理兼主任工程师

- 培训管理体系

为更好地促进员工发展，索尼（中国）制定了复杂而系统的培训计划，根据员工工作内容开展个人效能和领导力效能两大方面培训，确保培训既有很高的覆盖率，又有很强的针对性。

个人技能培训

个人技能培训覆盖所有员工，特别针对副经理级别以下的员工，索尼（中国）强调“自我管理”，强调工作规划和有效执行。索尼（中国）开展了包括新员工入职定向课程、目标制定与执行、沟通效率、问题解决能力和工作效率五大方面 14 项能力的课程，加强员工的沟通技巧、项目管理、语言学习、时间管理等能力，为员工提高工作效率以及个人能力奠定坚实的基础。

领导力效能培训

针对管理层员工，索尼（中国）为每位管理者安排了绩效管理、财务管理和人力资源管理三门“必修课”，确保他们掌握了管理者的必要技能。同时，索尼（中国）还根据职级，进一步将这些管理者分为基层管理者、管理者和决策管理者，并提供阶梯式领导力发展培训项目。

2011 财年，索尼（中国）开展各种培训 **37** 场，受训人员总计 **757** 人次，覆盖了公司 1/3 以上的员工。

员工关爱

索尼(中国)对员工的关怀不仅仅局限于工作,工作之外,关爱、福利、活动是索尼(中国)关怀员工生活的三大主题。索尼(中国)开展了各种特色活动,帮助员工实现工作生活的平衡。

- 员工关爱

索尼(中国)建立了慰问金制度,包括婚丧嫁娶慰问金和特殊慰问金。其中,特殊慰问金是在员工生活困难或者受伤、过世时给予的慰问金。

索尼(中国)关怀单身员工生活,索尼(中国)工会每年组织4-5场单身员工活动,并与多家企业合作,组织1:1比例的单身员工活动。



- 员工福利

索尼(中国)鼓励员工参与文体活动,并提供了一系列诸如健身卡、地方特色活动等形式的额外福利。例如,上海分公司、索尼(中国)北京办公室办有团队健身卡;广州分公司不仅组织采摘节活动,更是当地“足球争霸赛”的忠实参与者;成都分公司的户外活动和农家乐活动每年都是备受期待。



- 员工活动

索尼(中国)每年都会组织丰富多彩的员工家庭活动,以增进员工之间和员工家庭成员之间的交流,并让员工家属了解索尼的企业文化。

2011年的儿童节,索尼(中国)工会委员会为会员家庭安排了三场别具特色的北京海洋馆深度体验游活动,这场丰富的海洋饕餮,成为最受孩子们欢迎的节日礼物。

2011年7月,“索尼(中国)有限公司工会委员会家庭日义卖活动”在北京朝阳公园拉开帷幕,100多位会员及家属参加了此次活动,绝大多数拍品都是来自员工捐献。

义卖最终募集善款超过 **20,000** 元,全部捐给了北京市阳光友谊儿童康复训练中心,用于自闭症儿童的慈善救助。

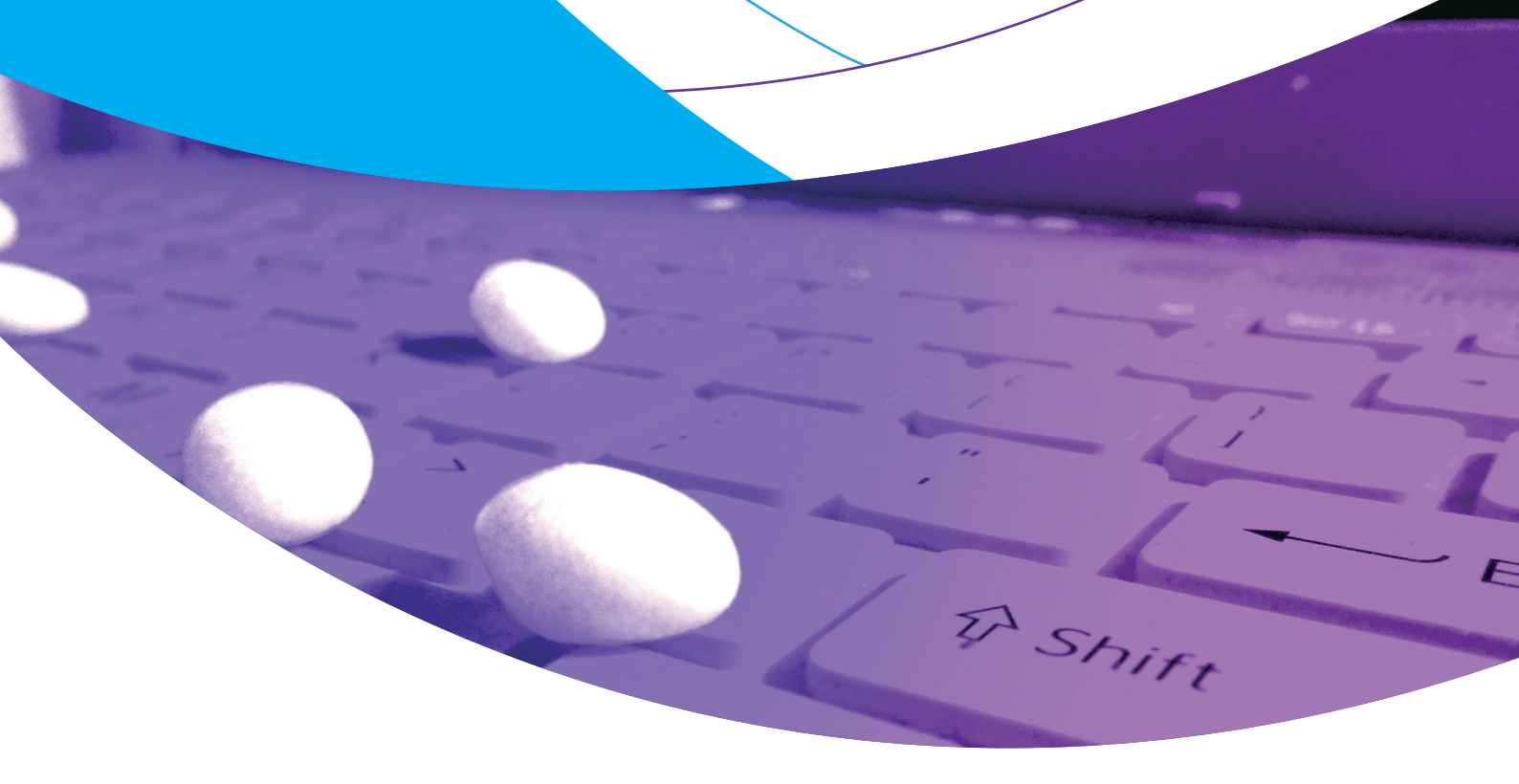
4



产品责任

Product Responsibility

索尼自成立以来，一直非常注重从客户观点出发，提供高品质产品和服务，并将其作为经营基础之一。2003年5月制定的《索尼集团行为规范准则》中明确规定，为了保证使用索尼产品或者接受索尼服务的客户的安全，在业务活动的任何阶段都将持续地制定和实施保证产品和服务安全的计划，以达到或超过法律法规规定的要求。索尼站在客户的立场，将向客户提供高质量的产品与服务放在最重要的位置。同时，索尼（中国）还采取多种措施，保护客户隐私，确保信息安全。



产品创新

创新是企业生存和发展的灵魂，也是行业发展的推力。作为电子业界的领军企业，索尼十分注重产品创新。长久以来，索尼一直致力于诠释其“梦想、情感与创新”（愉、梦、创）的品牌内涵，帮助人们实现更高品质的娱乐生活。为此，索尼集团制定了产品创新方向，并在全球建立了东京、上海、洛杉矶、伦敦和新加坡 5 个创造中心。



索尼产品创新方向

Sony 的设计哲学

“做前人未做之事，领时代潮流之先”，秉承这一创业伊始的企业理念，以设计美学的价值观来塑造 Sony 的风格是 Sony 设计的使命。作为这一设计美学的根基，Sony 设计的 5 个追求揭示了 Sony 的设计哲学。

Sony 设计的 5 个追求

愉快

营造开心、轻松、快乐的氛围，是 Sony 设计的原则。

“自由豁达，轻松愉快的理想工厂”是 Sony 的创业精神。

只有发挥旺盛的好奇心和乐趣心，尽情享受设计的乐趣，才能创作出令人愉快和感动的作品。

人本

Sony 设计不局限于有形之物的表面，而是追求理性与本能，实用与感性的共存。

在体现物品的功能性，易用性和美感前提下，满足人们感官的舒适并为其带来知性的愉悦，

使每个人的时空更多彩，提供更丰富体验。

本质

Sony 设计基于事物的本质，追求真正的简约。

这并非是单纯的减法运算，而是反复的提炼和不断凝缩的精益求精。

通过更洗练更明快的表现手法来传达强有力的设计诉求就是 Sony 设计所追求的本质理念。

独到

Sony 设计尊重个性。

每一个具有独特气质的个体彼此之间产生不断的相互共鸣，

孕育出卓尔不群的设计，推动 Sony 风格日新月异。

前瞻

Sony 设计一贯无惧成为时代的先驱。

用前所未有的独特手法将崭新的概念具体化，变为现实。

进而产生新的潮流，实现对索尼“设计原型”的追求。

- 创新产品

2011 财年，索尼在高端电子产品领域频现突破，在家用视听产品、数码摄像机、数码照相机、个人电脑、个人音频产品、专业广播电视器材等领域均推出了新产品。

索尼 2011 财年新产品一览

领域	产品	创新点与产品特色
处理引擎	 X-Reality	业界首个针对 3D 画质进行优化的处理引擎
投影摄像机	 Handycam 投影摄像机	业界首款具有内置投影功能的“乐投派”PJ 系列摄像机。无需外接设备或数据线，可以随时随地投影、分享刚拍摄的高清影像
数码相机	 Sony DSC-TX55 数码相机	成功实现将全新的技术放入超薄的 12.2mm* 机身内，时代性地创造了 T 系列产品 (* 测量不包含镜头盖)
	 NEX-7 微单数码相机	画质更加卓越，采用了为“创作”而生的操作系统，具有很大的珍藏意义
液晶电视	 KDL-HX850 液晶电视	采用业界首个针对 3D 画质进行优化的处理引擎，和全面升级的外观设计与背光技术
平板电脑	 索尼平板电脑 P 系列	索尼独创翻盖式双屏设计，小巧机身、易握易携
摄录望远镜	 摄录望远镜 DEV-3	可以在使用望远功能探索的同时，拍摄 1920x1080、3D/2D 高清视频和 2D 静态图像
3D 显示设备	 头戴式 3D 显示设备 HMZ-T1	配备了最新研发的 0.7 英寸高清分辨率屏幕，为顾客营造 720 寸影院巨幕视听效果
播放器	 Walkman 播放器 NWZ-Z1050N	索尼有史以来第一台兼备智能操作系统的播放器

2011 年 8 月，索尼推出了单电产品——索尼 a77/a65 数码相机。单电相机可以实时检测自动对焦，无需抬起的半透镜，避免了单反在由于反光镜抬升和下降所造成的振动，同时通过电子取景器，能预览曝光补偿、直方图、白平衡效果，大大提高了拍摄的成功率，减少了回放次数。单电产品凝聚了索尼雄厚的创新与研发实力，全面拓展了数码影像产品线，使消费者在“微单”、“单反”之外，又有了新的“单电”选择。



- 创新荣誉

索尼的创新实力得到了业内人士的普遍认可。其中，索尼平板电脑 S 系列以其独特的书卷式偏重力设计和预置的“酷划”功能，征服了专业人士，荣膺 CES 国际电子消费展“2012 最佳创新奖”。



产品质量管理

《索尼质量宪章》中规定，“为用户提供超越期待的‘品质优异，可放心享用的产品’和‘令用户心动的精进服务’是我们的不懈追求。”通过不断优化质量控制，索尼集团将质量管理改善措施贯穿从生产到销售到客户服务的全过程，努力达至提供的产品“零缺陷”。

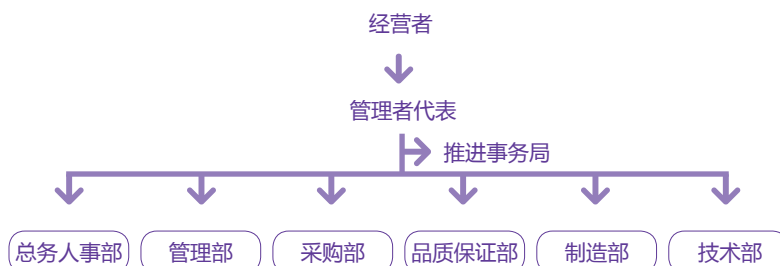
- 质量管理体系

索尼集团定期召开由总裁、业务部门、生产部门、营销部门等高级管理人员出席的“品质战略会议”，讨论并制定质量改善的核心措施，并对相关事宜做最终决策。在每个商业组下，设有质量专员，定期召开质量专员会议，分享质量相关议题的信息，策划质量管理活动，并回应遇到的挑战和问题。



为加强索尼在华企业中 7 家工厂的横向联协，索尼在华企业成立了中国工程 / 制造及客户服务本部。上海索广映像有限公司总经理担任品质委员会委员长，主要推进索尼在华企业中 7 家工厂在品质方面的提升活动。

上海索广映像有限公司根据 ISO9001：2008 质量管理体系标准，以及相关顾客对于质量体系的特殊要求，建立和实施质量管理体系。由管理者代表为首，推进事务局为协调，总务人事部、管理部、采购部、品质保证部、制造部和技术部为支持的质量管理组织将质量改进措施整合到从产品的研发、企划、设计、生产，直到销售以及售后服务活动全业务过程，贯彻执行相关法律法规和质量工作要求，组织管理评审，持续改进质量管理体系，制定公司质量方针和质量目标，确保生产顾客满意的产品。



过程质量管理规则 (PQMR) 体系

针对上海索广映像有限公司平板电视机生产过程的质量控制，公司建立了 PQMR 体系，对平板电视机的生产过程进行管理。每年索尼 HE 事业本部都会派 ([专业人员进行 PQMR 的监察并指导，监察范围为平板电视机产品从部品接受到成品出厂的全过程。为确保平板电视机生产过程符合索尼 PQMR 要求，上海索广映像有限公司在公司内部实行每季度一次的 PQMR 内审，旨在发现问题并及时解决。

- 生产过程中的质量管理

除了严格按照 PQMR 产品生产过程体系进行品质控制，上海索广映像有限公司在内部质量管理中始终贯彻 ISO 标准，应用科学的质量管理工具，及时地监视、测量制造品质及过程能力指数。

科学的管理工具助力质量管理

上海索广映像有限公司从 5W1H (即为什么做、做什么、什么时候做、在哪里做、谁来做和怎样做) 的角度去把握事实、分析原因、发现规律、拟订对策，形成标准化，并持续不断的改进，形成 PDCA (计划、执行、检查和处理) 循环往复的工作流程，以改进产品品质，实现六西格玛零缺陷的卓越制造品质。

为提升工厂员工产品质量意识，提升员工改善流程动力，上海索广映像有限公司组织了制造班组间“五星奖监查活动”。通过综合考虑“人、机、料、法”四个方面的品质管理要求遵守情况，以及质量抽检、市场反馈等方面的因素进行评分，以此加强品质保障部门与制造部门的品质联协机制，共同推进品质的提升。

上海索广映像有限公司还非常重视产品投放到市场后的不良反馈。通过索尼内部的维修服务网站 newsis 信息中心收集国内市场维修站点反映的产品故障信息，进行数据整理分析归类。针对重大品质不良采取改进措施，并在社内进行横向展开，以提高产品及其他同类产品的品质。

质量检查上“前线”

上海索广映像有限公司将质量检查的部分项目搬到生产线，并增加了针对制造作业流程环节的检查项目。该方式不但提高了质量检查效率，也从单纯的整机质量检查升级到对工程作业等各环节的监察。目前该方式已经在上海索广映像有限公司全面实施，并且达成制造倾向性不良流出为“零”的目标。

供应商战略管理

- 供应商管理制度

索尼（中国）不仅要求各供应商严格遵守《索尼供应商行为规范准则》，确保其工作环境的安全、尊重职员、制造过程符合环保要求，还开发并引入了与其他同行的共享框架“CSR 采购”，即对供应商进行包括遵守劳动、安全卫生、环境、商业道德方面等在内的 CSR 管理。

为了掌握各供应商的遵守情况，索尼（中国）还分阶段引入供应商自我评估制度，并召集供应商举办说明会，通过 EICC（电子行业行为标准）共同监查对部分供应商进行试点监查。在索尼（中国）实施采购时，CSR 评价不合格的新供应商将不予导入；更新评价时，索尼（中国）会对不符合要求的供应商进行改善指导、追加监查等措施直至符合要求，否则不予采购。

- 采购合同

在以往各地域分别实施地域采购合同的体系基础上，按照索尼公司的指示，索尼（中国）于 2011 年底导入了“全球采购合同”与“地域采购合同”并行的运用制度。新的“全球采购合同”的基本理念是当两个或更多不同地域的索尼工厂需要采用同一个供应商及 / 或其工厂时，只需由索尼公司与该供应商签订一份基本采购合同，适用于索尼与供应商本身及双方所有指定工厂。这项举措节约了谈判时间，减少了供应商同时应对来自索尼不同工厂、不同语言、不同合同范本的麻烦，同时还增强了对风险的控制，通过在中国地域的管理，增强了索尼集团对知识产权的管控。

- 绿色伙伴认证制度

由于部分原材料存在有害物质的风险较高，索尼集团于 2002 年启动了“绿色伙伴”环境质量认证项目，并于 2006 年引入中国，对供应商产品质量进行认证。针对此项目，索尼（中国）设计了风险评估表和绿色伙伴监查员，并与其他八家大型同行企业联合，形成共同标准，相互承认，且只有通过认证后才可以进行采购，并且只向通过认证后的“绿色伙伴”进行采购。

为了帮助供应商更快成为“绿色伙伴”，索尼（中国）还提供无偿指导，并由绿色伙伴监查员通过书面确认和现场监查的方式进行审查认证。当场发现不符合“绿色伙伴”标准的，供应商在要求的时间内进行改善。改善后若通过索尼环境审议委员会的审议，即可成为索尼（中国）的“绿色伙伴”。如果改善无法达到要求，或者成为绿色伙伴后无法通过持续跟踪的更新监查时，索尼（中国）将停止导入或终止与其合作。

自此项目导入中国，索尼在中国已经拥有大约 50 名合格的绿色伙伴监查员，发展了超过 1,000 家“绿色合作伙伴”供应商。“绿色伙伴”从生产及采购阶段开始实施源头管理，贯穿整个生产线，直至商品仓储和出库，确保索尼推向市场的产品都是符合环境标准的产品。

索尼集团制定的绿色采购标准对整个产业的可持续发展也作出了积极的贡献。“绿色合作伙伴”产品符合国际上最严格、最先进的环保要求，不仅有利于推动这些企业开展国际业务，也带动了本土企业环保标准的提高。此外，索尼还积极参与由政府、媒体和业界团体举办的各种环保交流论坛，将索尼绿色伙伴管理的成功经验分享给中国专业的研究机构和同行。

客户服务

索尼一直将客户的声音视为宝贵财富和推动内部改善的原动力，把与客户的密切沟通视为本地化业务提升与发展的关键。索尼（中国）坚持“安心与便利”的服务理念并逐年加以深化和拓展，努力为用户提供超越期待的“品质优异可放心享用的产品”和“令用户心动的精进服务”。



-NPS（净推荐值）项目

2011 财年起，索尼（中国）服务团队在公司内率先推出了 NPS（净推荐值）项目。通过邀请接受过索尼服务的最终用户对服务进行打分，以此衡量用户对于服务的满意程度及发现用户新的需求。净推荐值满分 10 分，最低 0 分，凡是在 0-6 分之间的评分，都会被逐一跟进和分析，找出具体原因并在实际工作中加以解决。通过 NPS 项目，索尼（中国）不仅能在第一时间发现并解决问题，满足用户新的服务需求，同时整个服务网络逐步从维修中心向方案解决中心转变，为用户提供更加安心和便利的服务。

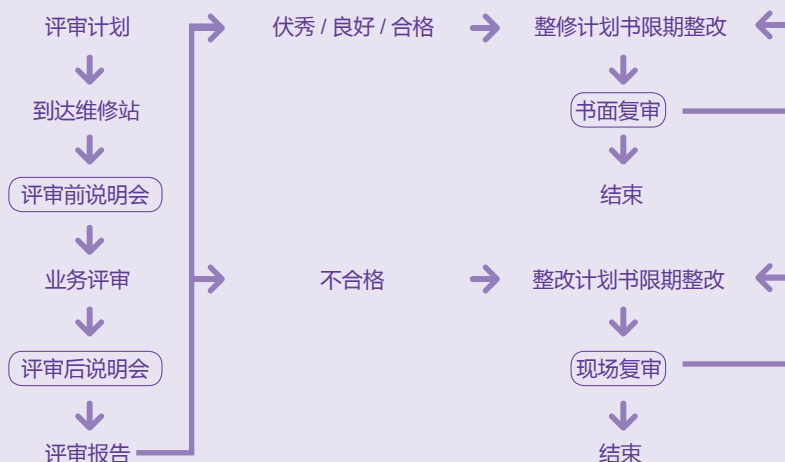
-“神秘顾客”项目

为了解维修网点服务规范的执行情况，客观评价各网点的服务水平，为服务管理提供客观、中立、公正的数据支持，2011 财年，索尼（中国）推出了“神秘顾客”项目，即：由第三方调查机构的访客以真实用户的身份对授权维修网点的服务进行体验和评估。通过持续的服务监控，跟踪各网点的服务改进执行效果，客观评估服务改进措施的有效性，以落实服务管理科学化。该项目的实施，大大加强了维修站对于日常服务规范的执行力度，促进了服务水平标准化。

-“业务评审”项目

为了提高业务规范的执行力，不断提升服务品质，从 2011 财年开始，索尼（中国）还开展了维修站业务评审项目，由索尼（中国）服务本部各部门的专业管理人员组成评审小组，在维修站现场对维修站的工作进行全方位的全面检查，发现问题、发现困难及时改善及时解决。

业务评审流程



- 安心产品

在上海市技术监督局、上海市质量协会用户评价中心和上海市家用电器行业协会一同开展的“2011年笔记本电脑满意度测评”中，索尼分别获得了“顾客总体满意度评价第一名”、“笔记本电脑售后服务排名第一”、“笔记本电脑产品质量的顾客评价排名第一”和“笔记本电脑服务质量评价排名第一”四个单项第一名。



客户信息保护

索尼集团承诺确保客户及交易伙伴等的信息安全，索尼集团规定全体董事、高级管理人员及普通员工都必须遵守《索尼全球信息安全政策》。为防止客户信息泄露和被滥用，索尼（中国）严格限制信息的访问权限。

- 客户信息管理

在客户信息的管理中，索尼（中国）严格遵循“收集—保管—使用—销毁”的流程。索尼（中国）对每一个需要使用客户信息的项目都会严格遵循“信息使用申请—审批—信息销毁—项目审计”的步骤，以此加强客户信息的管理。

在任何一个项目中，项目部门需要在申请中明确需要使用客户信息的缘由、使用期限、使用方式和相关负责人，索尼（中国）信息安全部门会事先了解项目内容，寻找容易出现信息泄露的步骤并消除泄露风险。在项目审计之后，信息安全部门会确认信息使用部门已经将信息删除。

- 信息安全培训

索尼深知提高员工对客户信息保密的意识，对贯彻执行信息安全及个人信息管理具有十分重要的意义。2011财年，索尼（中国）面向公司员工及索尼在华企业员工分别开展了信息安全培训，以提高其与信息安全及个人信息管理相关的合规意识。

索尼（中国）员工采用 e-Learning 的形式进行培训，95% 以上的员工参加培训并在培训后参加测验，没有通过测验的员工会进行再续培训直至测验通过。对于新入职员工，索尼（中国）安排了专门的信息安全培训。此外，针对在索尼办公的第三方机构人员，索尼（中国）每年安排 2 次课堂培训和测试，确保他们同样遵守索尼的信息安全政策。

- 信息保护措施

索尼（中国）对所有公司信息安全系统定期进行检查，扫描电脑软件、用户信息管理工具、互联网浏览等。在漏洞点测试中如果发现问题，信息安全工程师会在第一时间进行修补。此外，索尼（中国）每年会安排两次信息保护提醒，每次 30 天，员工在开启电脑时即可看到，不断强化员工的信息保护意识。

5



社区责任

Community Responsibility

索尼积极承担责任，融入当地社区，在改善社会中扮演积极的角色。索尼（中国）遵循“为了下一代”的社会责任理念，通过“索尼探梦”科技馆，开展学生设计工作坊、爱心助学等活动，为广大青少年提供了亲近科学、追寻梦想、身心愉悦、卓越创新的广阔舞台。



索尼探梦

“索尼探梦”科技馆于2000年在北京建立，是一个主要面向青少年的公益型科普乐园，开馆11余年，共接待来馆者约130万人次。索尼公司持续投入约四亿元人民币，用于场地、展馆运营、高科技展品引进、先进科普教育模式的导入、专业科普工作人员的培育以及公益活动的延伸开展等。“索尼探梦”科技馆融汇了索尼在数码、IT、音视频等领域的顶尖技术，使客人在体验先进数字技术带来的娱乐享受的同时，可以轻松地了解光与声音的科学原理。

“索尼探梦”科技馆共有三层。地上一层有“特别展示区”和“数码知识课堂”等，这里每隔三至四个月就会推出全新的主题展览。地上二层是声音展区和实验梦工房，声音展区的展品都与声音有关，实验梦工房是互动体验DIY区，用来展开科学小实验和制作等活动。地下一层是光色区和现场表演区，光色区的展品都与光有关，现场表演区举办过很多如科普童话剧表演、探梦实验室表演、“闪电百科二选一”知识抢答以及科普讲座等深受孩子和家长喜爱的活动。

“索尼探梦”科技馆紧紧围绕着“为了下一代”（For the Next Generation）的公益主题，为广大的青少年打造了一个能够亲身体验科学的神奇，了解科学的意义，培养对科学的浓厚兴趣的场所，开启中国青少年对科学的好奇心，积极支持着中国教育事业的发展。

- 丰富多彩的馆内活动

作为中小学校正规科学教育的有效补充，“索尼探梦”积极发展对青少年的校外科普教育，为广大中国青少年提供亲手探究科学奥妙的场所和机会。通过高科技展示品、别开生面的特别企划、实验表演和冬令营、夏令营等活动，“索尼探梦”丰富了青少年的科技经历，拓宽了青少年的科技视野，对广大青少年培养科学兴趣、创造力及想象力起到了不可估量的作用。

作为一家公益型科普场馆，“索尼探梦”科技馆于2005年推出“免费接待打工子弟学校学生”的政策。截至2012年3月31日，来自北京市各城区87所打工子弟学校的五万七千余名师生受到了免费接待，使他们有机会参观代表高新技术的科普场馆。

📷 展示品

“索尼探梦”运用索尼在光与声音等视听领域的领先技术，推出了寓教于乐的以“互动、趣味、体验”为特色的展示品。现在展馆已经拥有承载科普理念、趣味性强、可动手参与的展品五十余件。

🔍 鲜花长椅

索尼独创了被称为“超级皮肤（hyper skin）”的特殊传感器，它能够感知人体所具有的微量电能。当人一坐上安装了这种传感器的椅子时，计算机便会通过接收“超级皮肤”传来的信号来控制影像，使人的四周立即开满鲜花。



📷 特别企划展览

除新颖独特的高科技展品外，“索尼探梦”科技馆还会针对社会热点，围绕环保、生物、传统文化等设计互动展览，挖掘其中的科学奥秘。科技馆每年会举办 4 个左右不同主题的特别企划展，不仅吸引了大量的参观者，还引起了媒体和社会各界的关注。索尼关注并支持推进青少年教育的努力受到了广泛的好评。

🔍 “索尼探梦”科技馆地球日活动

在 2011 年 4 月 22 日，世界地球日到来之际，“索尼探梦”携手“中国-欧盟生物多样性项目”推出了“守护生物多样性”环保主题企划展。展览采用多媒体资料、互动游戏等方式让参观者多方位去了解生物多样性，多角度瞩目环保和关注气候变化对生物带来的影响。

除此之外“索尼探梦”科技馆还推出了儿童环保摄影大赛，鼓励小朋友观察身边的小动物，了解小动物在生态系统中的重要角色，唤起他们保护生物多样性，爱护我们共同的地球的环保意识。

📷 科普童话剧、科普互动实验 SHOW



“科普童话剧”是“索尼探梦”独创的艺术表现形式，它主题多样，风格夸张、幽默、时尚，变幻多样的音乐结合诙谐的表演，让新颖的科学实验与离奇剧情充分体现了索尼品牌中“梦想、娱乐、创新”的内涵。“探梦实验室”以生活中简单易得的素材，进行各类花样翻新的实验表演让大家充分感到科普的魅力，目前已经有“大气压力版”、“静电版”、“空气动力版”、“可爱泡泡版”、“声音版”等。

📷 夏令营、冬令营活动

2011 财年暑期，共有 **75** 个城市的夏令营来馆参观，共接待 **20,194** 人次。

“索尼探梦”会在每年暑期根据不同主题举行夏令营，让同学们共同生活，一起体验自然和科学的神奇与乐趣。2011 财年的“乐在‘棋’中”活动，共有近 300 名青少年参加了初赛角逐，其中 32 个小朋友胜出，参加了五子棋比赛决赛夏令营。

2011 财年 开业天数	325 天
-----------------	-------

科普童话 剧表演	165 场
-------------	-------

探梦实验 室表演	430 场
-------------	-------

QUIZ SHOW	150 场
--------------	-------

实验梦 工房	约 1,400 场
-----------	--------------

- 爱心助学，传递梦想

“索尼探梦”科技馆将所有门票收入全部用于“爱心助学”系列馆外科普活动，为没有机会来科技馆的孩子开启科普启蒙的理念，通过“大型户外实验表演科学”和“室内趣味动手实验体验科学”，将光与声音的科学传递到偏远及贫困学校，为偏远地区的青少年带去爱心。截至2012年3月31日，活动已惠及北京、河北、江西、湖南、山西、陕西、四川、河南、湖北等地共计136所偏远地区学校，参与活动师生达6万7千余人。

在这些活动中，索尼的科普专家还对偏远乡村中小学校教师进行如何开展轻松有趣的科学互动教学的指导，与他们共同探讨科学的教育理念，旨在为孩子们提供更科学的教育支持。“科普下乡”作为“爱心助学，传递梦想”的重要组成部分，已联手贫困边远地区的各所校园走过了3年，使师生们充分体验了探索科学知识的乐趣，激发了同学们对科学知识探索的兴趣。

“科普下校”将“科普下乡”活动延伸到北京市城区校园内，继续强调活动互动性过程，提高学生的科技素质，促进学生的全面发展。同时“索尼探梦”的专家与校园科学课教师相互交流协作，探寻新的科普教学方法，提高教学水平，从而丰富教学课的内容，为学生开创更大的科学知识学习空间。

在爱心助学活动全程启动的2011财年中，“科普下乡”共计到访29所北京周边地区学校，惠及师生**15,773**人；“科普下校”次数达到了8次，**2,200**人参与其中。

趣味科学 魅力无限

2011年10月，“索尼探梦”科技馆与北京市教育委员会合作的“中日科技教师交流暨大型科学趣味实验表演”在北京四中礼堂举行。“索尼探梦”科技馆邀请了“科普表演之父”米村传治郎先生和科普表演专家西村先生，连同“索尼探梦”科技馆工作人员一起为现场千余名师生献上了一场精彩的大型科学趣味表演。作为“索尼探梦 爱心助学”系列内容之一，此次活动在激发青少年学习科普知识的好奇心和求知欲的同时，更旨在促进中日科普工作者之间的交流与学习，辅助国内科普教学活动汲取有益的经验。





- 爱心助学，科普万里行

“科普万里行”活动自 2010 年开始启动，活动旨在将“索尼探梦”科技馆内精彩的科普互动活动带到全国各地更多的科普场所。希望借助各地科技馆和青少年宫等科普场所的力量，以趣味的科教手段、真诚的现场交流和互动表演形式，让全国各地更多的青少年朋友体验到科学的乐趣。截至 2011 财年，“科普万里行”活动共在南京、西安、哈尔滨、重庆和上海等五个城市进行了 45 场演出。今后“科普万里行”的脚步还将陆续走遍全国，和更多的青少年一起探索科学的奥秘。

截至 2011 财年，“科普万里行”活动共在南京、西安、哈尔滨、重庆和上海等五个城市进行了 **45** 场演出。



“索尼探梦 科普万里行”上海站

2012 年 2 月“索尼探梦 科普万里行”活动在上海科技馆开幕。在三天的时间里，“索尼探梦”为上海的青少年共带去了 9 场大型科普实验表演。探梦科技馆馆长李曦女士与 200 余名来自徐行农民工子弟学校的小学生一起，共同观看了精彩的科普实验表演。同时，各位嘉宾还向孩子们赠送了 100 套科普读物及科学小实验用品，以培养孩子们对科学的浓厚兴趣。

本次“爱心助学 科普万里行”在上海科技馆的三天演出之外，还分别前向了崇明县长兴镇文化中心及位于宝山区的上海长江河口科技馆，为上千名在校学生进行 4 场科普实验表演，让更多的孩子感受科学的魅力，体验科学的神奇。



截止到 2012 年 3 月 31 日，索尼探梦“爱心助学”系列馆外公益活动持续开展的 **4** 年时间里，共到访全国各地 **200** 余所学校，惠及各地师生接近 **100,000** 名。



哈尔滨站

历时3天，演出9场

西安站

历时3天，演出8场，
观众约2000人

重庆站

历时3天，演出9场

南京站

历时4天，演出8场，
观众约4000人

上海站

历时3天，演出9场，
并现场捐送了科普书籍



索尼学生设计工作坊

创新，帮助人们实现享受更高品质娱乐生活的梦想是索尼长久以来的努力方向。同时，索尼亦致力于为中国创意事业做一份贡献，“索尼学生设计工作坊”便应此而生。“索尼学生设计工作坊”是由索尼（中国）主办的设计类公益活动，旨在激发中国青年大学生创意潜能，促进中国工业设计领域的人才培养，推广索尼设计理念。

“索尼学生设计工作坊”面向全国的大学生，从2006年至今，已经成功举办了六届。与其他的设计竞赛不同，除图纸作品的提交外，还要求优胜者在九天的时间内，制作出样品。期间，优胜者们将与索尼的资深设计师一起，在其指导中对创意进行深化与再创作，并亲身体验索尼产品设计的独特流程。

2011年，索尼学生设计工作坊的主题为“旅·乐”，要求参赛者设计一个产品让旅行更愉快。在全国400多个创意设计中，“美味纪念”、“缤纷的旅程”等六项设计赢得了索尼（中国）创造中心资深产品设计师们的青睐，成为本届赛事的优胜作品。2012年4月1日到任的索尼（中国）新总裁栗田伸树先生专程为获奖学生进行了颁奖。



索尼 2011 财年新产品一览

项目名称	项目内容
美味纪念	一个可以制作带有特色小吃图片和气味的明信片，专为拍摄食物的特殊照相机。采用类似于餐具的造型，使之能更好的和食物相关联，同时采用像抽气筒抽拉的方式拍照和记录气味。
缤纷的旅程	一款实用性与趣味性统一的旅游交互设备，只要预先安排好行程，便可为旅行者提供实时的天气及交通信息，方便出行。
飞鸟	一款以飞行拍照方式进行拍照的相机。从宠物鸟的概念出发而设计，借助螺旋桨的旋转启动、起飞，而底部装置摄像头则可自动进行捕捉拍摄并调整拍照的角度。
乐寻	FIND 是一款导航仪。其设计结合了 UI 交互体验与产品设计，不仅时尚动感，而且可以让旅行者自主选择到达目的地的路线，途中还会提示附近有趣和评价高的地方。
随动之音	一款与城市和环境互动的音质产品，汇集了城市的所有故事与信息，旅行者可以随意切换不同的声音，了解城市的方方面面。
小小世界	一款集相机与投影于一体的设备，不仅可以进行 360 度拍照与录影，还可以记录录像时的声音。其设计理念是将旅途中的美丽景色真实的带回家。

索尼爱心助学工程

目前，我国约有 5,800 万留守儿童，因为亲情缺失和教育不足，留守儿童的心理、学习、成长等问题日益突出。基于此，自 2003 年起，索尼（中国）针对欠发达地区的中小学学生开展了一项长期性公益项目——“索尼爱心助学工程”，为这些学校改善教学设施和条件。

2011 财年，索尼（中国）开展了第八次“爱心助学工程”活动，并委托中国儿童少年基金会向位于山西、江苏、安徽、陕西、辽宁、湖北、甘肃等 11 省的 12 所留守儿童和打工子弟集中的学校捐赠课桌椅 2,791 套，黑板 265 块，并为部分学校添置了电脑、投影仪、图书、体育用品等相关教学设备，共计 13,080 名儿童受益。通过“爱心助学工程”，索尼（中国）希望不仅为同学们改善教学环境，更能丰富他们的课余生活，开阔眼界知识，树立积极的人生观和世界观。



“索尼爱心助学工程”走进湖北宜昌站

宜昌市夷陵区实验小学成为索尼（中国）第八次“爱心助学工程”的启动学校。索尼（中国）向该校捐助了价值超过 10 万元的捐赠，将坑洼不平的破旧桌椅换成了崭新的可调节桌椅，用环保黑板代替了反光黑板，并为学生添置了图书、电子 IT 设备、体育用品等教学用具。捐赠仪式之后，索尼探梦科技馆的工作人员还为学生们进行了精彩的大型互动实验表演“空气屋”。同学们不仅体会到趣味科普带来的超强震撼，同时也切身感受到“温室效应”带给生态环境的巨大影响，同学们的环保意识则在无形中得以提升。

截至 2011 财年，索尼（中国）已累计投入 **750** 多万元人民币，捐助桌椅超过 **2.5** 万套，黑板近两千二百块，160 余所小学近 **4** 万名小学生从中受益。

索尼（中国）董事长久保田阳先生表示：作为“植根中国”的优秀企业公民，索尼公司秉承“为了下一代”的企业社会责任理念，致力于为中国的教育事业做出贡献。

作为科技创新先导的跨国企业，索尼希望利用自身优势，全方位加强贫困和边远地区孩子们的综合素质教育，使孩子们在社会界的关心下健康快乐地成长，帮助他们实现自己的梦想，将来成为对社会、对国家有用的人才。

针对上述地区儿童的公益活动也不应仅是捐款捐物，社会各界应该共同努力，给孩子们送去欢乐和感动，打开他们的思想空间，培养他们的科学梦想，为他们的健康成长创造更好的“软环境”。





6

环境责任

Environmental Responsibility

为了实现环境的可持续发展，索尼集团力求在自身的事业活动及产品的整个生命周期范围内，于2050年达成“环境零负荷”的长期愿景。

环境零负荷
2050年

2015年目标



Road to

ZERO

索尼走向「环境零负荷」

Road to Zero/ 走向零负荷之路是索尼的环境计划。

环境管理

- 4 个领域出发实现环境零负荷

索尼的事业活动是建立在良好的地球环境的基础上，为了人类能持续、健康、幸福的生活，索尼在环境的四个领域分别设定了目标，为实现自身对地球的“环境零负荷”而行动。



- 绿色管理目标

为了在 2050 年实现“环境零负荷”的长期愿景，索尼集团制定了详实的环境管理计划、相应的管理体系和绿色管理 2015 目标。

 绿色管理 2015 的主要目标如下

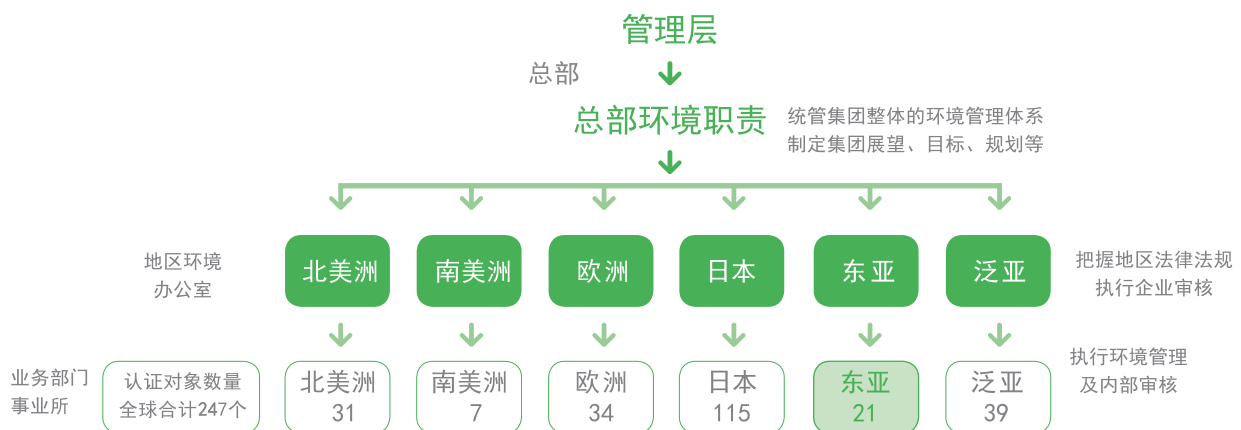
 <p>技术研发</p>	<ul style="list-style-type: none"> 以「环境·能源」为研发的重点领域进行积极投资 与中国研究机构合作，开发环境相关技术
 <p>产品规划设计 (环保产品)</p>	<ul style="list-style-type: none"> 产品平均年耗电量削减 30% (与 2008 年度相比) 对于中国节能标准对象产品，力求达成节能评价价值 单位产品重量削减 10% (与 2008 年度相比) 继续推进以索尼化学物质管理规定 SS-00259 为基础的化学物质管理
 <p>采购</p>	<ul style="list-style-type: none"> 建立把握供应商 (零部件、ODM/OEM 供应商) 的温室气体排放量的体制 在挖掘或开采时，对生物多样性的影响进行评估
 <p>工厂活动 (环保工厂)</p>	<ul style="list-style-type: none"> 温室气体排放量削减 30% (与 2000 年度相比) 遵守水资源排放标准，水使用量削减 30% (与 2000 年度相比) 废弃物总生产量削减 50% (与 2000 年度相比) 索尼的工厂、办公室每年根据中国各地的社会需求开展地区环境贡献活动
 <p>物流</p>	<ul style="list-style-type: none"> 与产品物流相关的 CO₂ 排放量削减 14% (与 2008 年度相比) 因接收部件包装材料产生的废弃物削减 16% (与 2008 年度相比)
 <p>回收</p>	<ul style="list-style-type: none"> 与回收工厂等合作，构筑并运行回收体系 推进易于循环利用的设计

注：基于索尼 2006 年度加入的世界自然基金会 WWF 碳减排先锋行动 (Climate Savers Program)，接受世界自然基金会的评审。

- 环境管理体系

为了完成制定的环境计划，实现绿色管理目标，不断改进自身的环境行为，号召全员参与环境管理，索尼集团制定了全球环境管理体系，搭建了完善的环境组织结构，明确总部和各地区环境办公室职责，最大程度上防止企业运营对环境造成不利影响。

索尼的环境管理体系由索尼集团管理层决策，索尼集团环境推进中心统管集团整体的环境管理体系，制定集团的环保展望、目标和规划。位于北美洲、南美洲、欧洲、日本、东亚和泛亚的六大地区环境办公室负责把握地区法律法规，执行企业审核。各工厂业务部门负责执行环境管理及内部审核。截至 2012 年 3 月，索尼全球的认证对象数量已达 247 个，索尼在华企业中的所有工厂均取得了 ISO14001 整合认证，纳入环境管理体系。



减少产品生命周期中的环境负荷

任何产品都在整个产品生命周期——资源开采、产品制造、物流、使用以及最后的废弃中，对环境产生影响。索尼为了在产品的整个生命周期中负责任地开展活动，将生命周期分为 6 个阶段，设定了到 2050 年实现环境零负荷而要达成的具体目标。



- 技术研发

索尼致力于研发新型发电装置、再生材料、生物能材料，以及支撑环保生活方式的信息技术和媒体技术。索尼的目标不仅是制造功能强大、表现卓越和质量可靠的产品，更致力于使用风险物质替代材料和研发更高的能源利用效率，能够最大限度的降低对环境造成影响的产品。索尼拥有自己的环境保护标准，并正在依据此标准研发世界一流环保表现的产品。

索尼非常重视与中国本地高校及研究院的合作，于 2004 年在北京创立了索尼中国研究院，与中国科学院和国内知名重点大学开展多方面的共同研究。索尼在 2009 年创建了上海研究部，定位于基础研究，致力于环境友好材料、新能源、新器件的开发等。



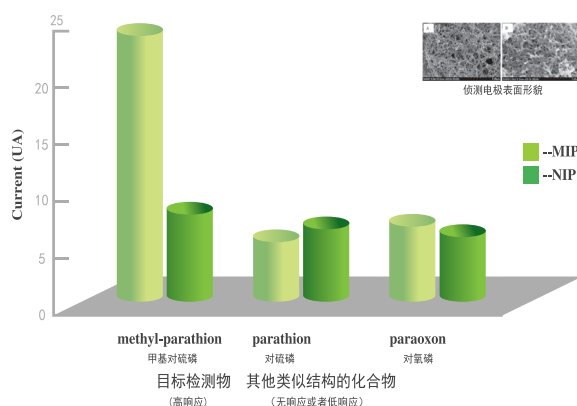
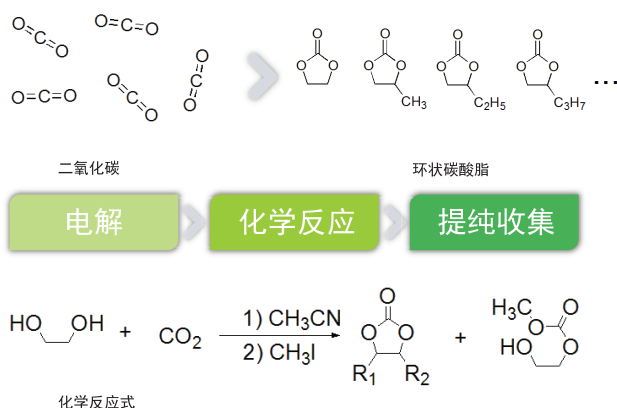
以二氧化碳为原料的有机化合物

索尼利用电化学方法，以 CO₂ 为原料成功合成二次锂电池电解液用碳酸酯。为了确保碳酸酯可以达到电解液所需要的纯度，索尼正在优化二氧化碳的还原、合成以及提纯工艺，以实现最终二氧化碳固定的目标。



生物传感器

索尼正在开发能够方便地检测出食物或者饮水中是否含有残留的农药和重金属的便携式传感器，到目前为止已成功验证了一系列检测原理，包括采用分子印迹技术来检测农药，利用农药具有使酶活性降低的特性来检测农药是否有残留，根据重金属离子导致的表面特征的变化，以及由重金属络合生成物引发的颜色变化来检测是否含有重金属残留。



- 产品规划设计

索尼集团将“为了下一代”的理念贯彻到每一件产品的设计规划中。索尼通过自身在技术研发中的优势，将产品设计更小型化、轻量化，使用节约资源、可再生的环保工业材料。索尼产品不仅符合国际、国家环保标准，更赋以更高要求，将自身产品对环境的影响降至最低。2011 年开始，索尼在一系列的电子产品中，实现了环保方面的业界领先。



Blu-ray Disc™ DVD 播放器



立体声录音笔



数码相框



家庭影音系统



3D 摄像机



智能手机



“α” 数码相机



VAIO® 个人电脑



更低功耗 更高画质 BRAVIA HX750/HX850 系列液晶电视

索尼 BRAVIA HX750/HX850 系列液晶电视采用的动态炫薄 LED 背光源，能够以更低能耗实现更好的画质，在通过调节背光源亮度控制液晶面板图像的同时，大幅提高对比度，在保持原有亮度的基础上提高节能水平。该系列产品的节能功能还体现在，具备能够根据室内环境光线调节屏幕亮度的环境光线传感器，和电视处于一段非活动状态后会自动进入待机模式。通过丰富的功能，HX750/HX850 系列液晶电视在确保高画质，为消费者提供更佳观赏体验的同时亦能有效地减少能耗。



BRAVIA™ 液晶电视



便携、高效的 Cyber-shot

索尼研发的 Cyber-shot DSC-HX30 在机内实现了 20 倍的光学变焦。但大变焦并不是它唯一的优势，其资源和能源节约的环保表现也同样令人印象深刻。该机具有一个新的 18.2 万有效像素的 Exmor R CMOS 传感器和 BIONZ 影像高速处理器，使其拍摄图片数量约为之前机型的 1.5 倍以上，在确保拍摄高像素质量照片的同时显著提高了能源利用效率；其机身使用了由索尼自行研发的 99% 可再生 SoRPlas 塑料，这种塑料不仅具有达到甚至超过普通新树脂的性能及耐久度，确保产品对环境的影响更小；而且其体积也仅为前代体积的五分之二，重量减少了一半，在制造和运输中节约了资源。



Cyber-shot® 数码相机

- 绿色采购

为了减少环境负荷，索尼公司与合作伙伴及相关方一起，通过绿色采购体系，积极采用低环境负荷的产品、零部件和材料。向消费者提供环保产品，努力减少环境负荷，旨在实现可持续发展的社会。

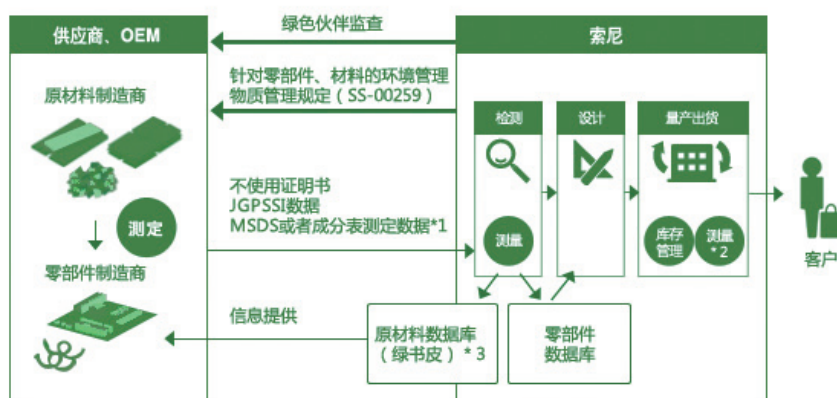
索尼公司通过自 2001 年以来所推广的绿色伙伴认证制度，对索尼产品中的化学物质进行严格的管理，索尼（中国）在原材料和零部件采购活动中也同样导入了这一认证体制。并通过要求在华的相关业务伙伴签订并彻底执行《绿色伙伴环境质量认证协议》，遵守索尼技术标准《零部件和材料中的环境管理物质管理规定（SS-00259）》、与绿色采购调查共通化协会（Japan Green Procurement Survey Standardization Initiative，略称为 JGPSSI）制作的关于对象物质群的含有量的调查回答，对产品中使用的化学物质进行调查和追踪，以确保严格遵守中国《电子信息产品污染控制管理办法》、欧盟 REACH 指令以及 RoHS 法规等各项环境法律和法规。

在 2011 年，索尼公司还对全球的供应商展开了环境风险评估，不仅对产品中的环境风险（环境有害物质），也对其生产环境进行了环境调查和评估。并针对高风险类产品和其生产环境实施强化指导和评审，旨在协同业务伙伴一起提高环境质量管理水平。

同时，为了更加高效地实施供应链的绿色伙伴认证和评审，索尼公司还联合电子信息技术产业协会（Japan Electronics and Information Technology Industries Association，略称为 JEITA）推进共通监查工具和标准，致力于与业界共同提高环境质量管理体系的构建和减轻供应链的重复劳动。



对于产品中含有的化学物质的管理



* 1 以塑料（包括橡胶）/ 涂料 / 油墨中的镉、铅以及包装部品 / 材料中的镉、铅、六价铬、水银为对象

* 2 开始量产时检测

* 3 对于直接业务往来的供应商，从 2003 年秋季开始在电子采购系统上建立原材料数据库 - 绿色白皮书，公开数据

1. 化学物质管理

索尼集团针对化学物质进行严格的等级分类管理，对其规范采购、保存、使用等操作做出了专门的规定，并对排放量、排放方式进行统计，汇报至环境数据库。同时，工厂还对含化学物质废液收集系统建立双重防漏及泄漏报警系统。

产品化学物质管理三原则

1. 源头管理。绿色伙伴环境质量认证制度
2. 品质管理。根据测定原则进行零部件检验，制造检验、出厂检验等多次确认
3. 测定原则的应用。根据实测数据，对公司内部以及零部件供应商进行管理

2. 气候变化

索尼集团关注气候变化问题，处理使用最新技术削减产品耗电量以及工厂的直接排放量之外，还通过与 NGO 合作，积极使用可再生能源以及参与排放权交易市场等方式推进综合环保措施。

为达到 2015 年环境管理目标，最终实现 2050 年环境零负荷，索尼集团对各在华企业进行节能诊断和改善工作。建立专门的环境交流平台，共享企业的优秀节能措施，积极推广能源监控、空调管理及替代、节能照明、建筑物节能、生产设备节能控制及革新等，努力减少温室气体排放量。

3. 节约资源能源

为了实现可持续发展，达成环境零负荷的最终目标，索尼在华企业在生产运营中通过增强管理、改进技术、提高员工意识等方面最大限度地提高资源使用率和减少资源能源消耗。

在节约资源、实现可持续发展方面，索尼在华企业与零部件供应商、回收供应商合作，采用了可回收的包装方式，大量削减了废弃物的产生并通过对废弃物的彻底分类实现 90% 的废弃物回收再利用，并采用水循环设备，将生产中使用的水进行净化并作为纯水或工业水进行二次利用，积极保护中国水资源。

上海索广映像有限公司从 2010 年 6 月开始推进废弃物资源循环项目，推动一系列的中间商合作（**废纸回收商** → **中间处理商** → **造纸厂** → **纸箱厂**），把公司的废纸和废纸箱变为索尼电视产品的外包装箱，废弃物削减量达到了 **21** 吨/年。

挑战节能极限 (Eco-Attack)

为了达成环境零负荷的最终目标，在节约能源、削减温室气体方面，索尼集团已经做出了很多的革新和措施，例如导入先进的节能设备，改造生产线，削减不必要的照明，给建筑物刷节能涂层等等。通过这一系列的努力，从 2005 年到 2010 年，五年间内已经削减了四分之一的碳排放。

为了进一步挖掘和提高工厂的节能潜力，索尼集团于 2011 年策划并全面展开了挑战节能极限 (Eco-Attack) 活动，主角则是生产一线的员工们。每个工厂在活动开展之初，都会由一线员工组成环保小组，并邀请日本的设备专家，对员工进行能源和设备的基础说明。同时专家还会巡视现场，在提出观察方法的同时培养员工的自我观察力和发现力。接下来，每个环保小组开始为设备安装检测装置，观察设备的规模和结构，发现可能的节约能源的细节。通过思考，提出节约能源的方案并进行调试。节能方案一旦确认可行，就将得以在企业内部推行。该项目的亮点是通过丰富多彩的形式，充分发挥一线员工的积极性，肯定他们在实践中积累的经验。

索尼电子华南有限公司：仅改进所有使用的高压空气设备一项，削减二氧化碳 189 吨 / 年，相当于每年节约用电

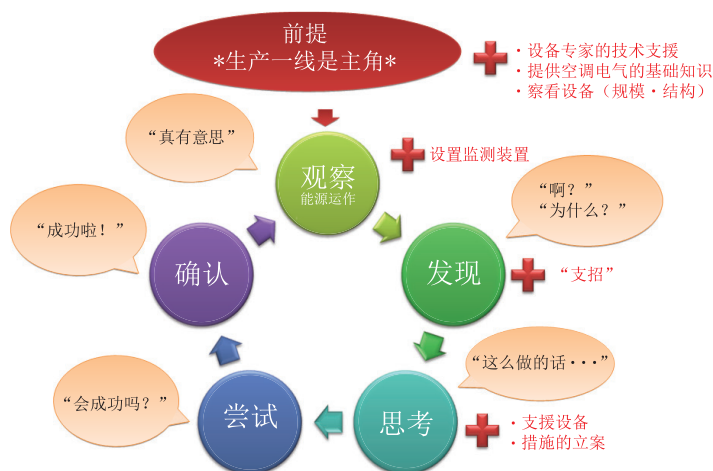
250,964 度。

索尼精密部件 (惠州) 有限公司：仅调整生产设备 244 项开机时间一项，每年削减约二氧化碳 730 吨，相当于每年节约用电

电 **970,000** 度，达成了二氧化碳削减 7.9% 的成果。

索尼电子 (无锡) 有限公司：通过 10 个节能小组的全方位节能活动，每年共削减二氧化碳 **3,700** 吨。

节能推进者 (组) 的活动循环图

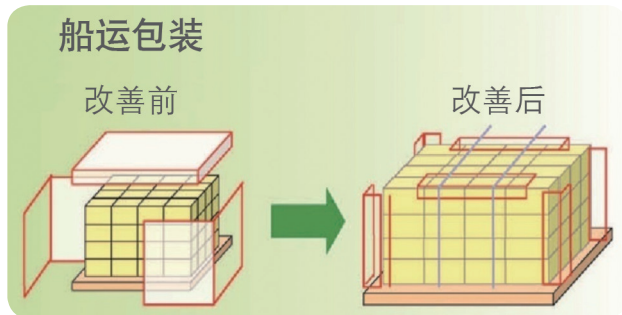


绿色办公

通过在各工厂大力推行无纸办公、节能照明、控制空调温度、视频会议等绿色办公方式和 e-learning、环境宣传栏等绿色办公教育，索尼在华企业显著降低了日常办公能耗。

- 物流

为了减轻产品在运输过程中对环境的影响，索尼在华企业改进了运输方式，通过使用轻量化和更节省资源的包装，减少对环境负荷的同时，也提高了运输效率，降低了运输成本。



持续推进环保物流

索尼继环保物流牛奶线的实施之后，每年持续改进环保措施。例如，简化船运包装得以削减每年 7 万吨以上的包装垃圾。合理化仓储空间得以提高运输效率，减少了运输能源和资源消耗。削减不必要的物流信息打印环节，节省了每年 3.6 万张打印用纸。

- 产品回收

科技的不断发展使得大量电子产品被淘汰，其中包含铅、汞、镉等有毒有害物质的产品。如果随意丢弃和处理不当，将会对我们赖以生存的环境造成严重污染。索尼（中国）积极响应国务院 2011 年 1 月颁布（2009 年 2 月 25 日发布）的《废弃电器电子产品回收处理管理条例》，开展产品回收计划。



绿色 VAIO 计划

电子废弃物中含有多种有害物质（如电路板中的溴化阻燃剂、显像管中的铅，传感器中的汞等），如果利用或处置不当，会对人体健康和环境安全造成极大的危害。为通过实际行动支持环保活动，索尼 VAIO 个人电脑发起了【绿色 VAIO】计划，并在全国近 100 个维修点提供此项服务。

环境教育和公益活动

作为索尼的环境管理项目之一，索尼在华企业都要开展对内的环境教育和环保公益活动。索尼在华企业不仅在自身的商业运营中严格按照环境管理计划进行，同时还发动员工，对他们进行环保知识的培训，并组成志愿者队伍，在公司内部及社区进行环境保护活动和环境教育宣传。索尼希望凭借自身的人才、技术及优秀的志愿者队伍优势，促进环保事业更好地发展。

- 员工环保知识普及

索尼在华企业开展多形式教育培训，为所有员工制定了详细的环境保护方面的培训，并积极推进，例如 e-learning 环境教育、环境教育海报和新员工环境教育培训等。索尼（中国）总部、上海分公司、上海技术中心分公司、广州分公司、深圳分公司以及成都分公司还分别在食堂播放与环境保护有关的纪录片，如《海洋》和《帝企鹅日记》，在日常生活中提高员工环保意识。

- “地球一小时” 活动

2011年是索尼连续参加“地球一小时”活动的第四年，索尼在华企业共同参与了该活动。索尼（中国）呼吁所有分公司和联络处在活动的前一天及活动当天午休后的一小时关闭所有非必要照明。同时，索尼（中国）向221名来自全国各地参与活动的同事寄送了蜡烛，他们在晚上“关灯一小时”活动中点燃蜡烛，和朋友、家人或宠物度过了温馨且有意义的一个小时，并在活动结束后发来了照片和感想和大家分享。索尼在华企业也举办了丰富的活动，如索尼精密部件（惠州）有限公司举行了烛火仪式和不插电音乐会。

- 电子废弃物兑换礼品

自2011年7月起，索尼（中国）在索尼（中国）、索尼物流贸易（中国）有限公司、北京索明科普乐园有限公司以及索尼信息系统（大连）有限公司的9个主要办公室发起了电子废弃物兑换礼品活动，总计976名员工参加了本次活动，兑换了**1,873**件电子废弃物。

2011年11月，索尼（中国）在广州粤海天河城大厦举办了“以废换宝 绿意未来”电子废弃物兑换礼品活动，将这一活动推向了企业外部和社会公众。索尼（中国）在活动中展示了环境保护部制作的《废弃电器电子产品回收处理管理条例》宣传海报，使每一位到访活动的人都有机会学习并了解电器电子产品废弃的相关知识和法规。在该活动中，包括大厦内其他商户共有702人参加了本次活动，共兑换了**1,400**件电子废弃物。



- “绿色农场” 推进活动

自2010年9月起，索尼电子华南有限公司组织绿色志愿者，利用业余时间，在公司内一片荒地上开垦出一个绿色农场。志愿者们运用有机栽培方法在农场内种植适时令、易于成活的蔬菜和水果。绿色农场不仅是公司一道亮丽的风景线，舒缓员工的心情，还成为了“生物多样性”的教育培训基地。果蔬丰收后，绿色农场志愿者还邀请广大员工一起品尝“绿色农场”生产的新鲜蔬菜。



- 为了下一代——“认识地球环境”

遵循“为了下一代”的企业社会责任理念，索尼（中国）开展形式多样、内容丰富的环境教育宣传活动，以游戏、知识竞赛和大型会议等形式将“生物多样性”、“垃圾分类”、“绿色能源”、“电子废弃物回收”等环保主题贯穿到幼儿园、中小学和大学等各个教育阶段，希望通过这些活动，为下一代创造一个更美丽、更绿色的家园。

大手牵小手 环保从娃娃抓起

2011年12月，索尼电子华南有限公司的环境教育志愿者来到公司附近的东方康城幼儿园，和大班的120名小朋友开展了“有趣的食物链”宣传课，并在课堂上和小朋友们进行了有趣的互动。课程结束时，公司还赠送给小朋友们数码摄像机，希望他们能够记录观察到的身边的动植物的生活习性，更加了解生物多样性。

上海索广电子有限公司秉承“环保意识从娃娃抓起”、“教育下一代的同时，还教育了我们自己！”的理念，自制活动道具，自编宣传教材，和交大幼儿园小朋友进行了“大手牵小手，垃圾来分类”的活动。



与小学生互动 共同认识地球环境

2011年6月，索尼精密部件（惠州）有限公司的环境教育志愿者走进惠州市芦州香岛希望小学，和小学生们一起开展共同“认识地球环境”的活动。活动中，志愿者们带领同学们通过嗅觉、视觉和PH试纸，从感观上让同学们认识水；通过环保视频和讲解，让同学们了解垃圾对环境的破坏，并呼吁大家进行垃圾分类；通过“食物链游戏”，让同学们学习食物链和生态平衡间的关系，让同学们更深层次地了解大自然。

索尼数码产品（无锡）有限公司的环境教育志愿者于2011年6月和12月分别走进无锡新区的两家小学，通过生物多样性的讲解和游戏，小学生在游戏的过程中提高了对大自然的了解，还利用自身技术优势，通过生动的实验向小学生们演示了演示水处理的过程，增加了小学生的环保知识。



携手大学生 回收处理电子废物

2011年5月21日，索尼（中国）联合环保部宣传教育中心和清华大学举办了“回收处理电子废物 共享美好绿色未来”索尼电子废弃物回收宣传活动。索尼向清华大学赠送了电子废弃物回收箱，用于回收校园电子废弃物。收集到的电子废弃物将全部用于支持清华大学环境学院的废弃电器电子产品科学研究。上百余名清华学子参与了本次废旧电子电器产品以物易物活动，将自己带来的电子废弃物，小到耳机、鼠标、电池、光盘、大到笔记本电脑、摄像机、照相机，放进了回收箱。大学生们还饶有兴趣地和索尼（中国）的代表讨论对电子废弃物回收利用的见解和大胆设想。

索尼参展“2011 中日绿色博览会”

2011年6月1日至3日，中国贸促会与日本经济团体联合会在北京举办“2011 中日绿色博览会”，众多企业参与其中，展示其环保科技、环保产品和环保管理方面的先进实践。索尼作为环保领域的佼佼者也积极参与其中，不但展示了最新的“可乐发电”生物电池、SoRplas 高品质再生材料、水净化技术，更邀请索尼集团副董事长中钵良治先生参加“中日携手 共创绿色未来”高层论坛，分享索尼环境零负荷的环境责任理念。



染料敏化太阳能电池



植物水净化剂



由新技术打造的未来小屋 - 染料敏化太阳能电池窗产生的电能储存在由再生塑料制成的磁砖内



利用光盘碎片开发的再生材料 利用率达到 99% 的再生塑料 SoRplas



技术人员演示生物电池 - 利用酶将可乐中的糖分解转化为电能



环保隔热膜和调光膜



索尼在华企业、工厂环境数据 (注1)

能源 (吨:煤当量)

年度	电力	煤气	石油	车辆燃料	合计
2007	153,677	28,265	7	1,308	183,256
2008	143,123	26,198	12	3,122	172,456
2009	150,707	25,414	5	2,949	179,075
2010	156,170	28,740	9	2,715	187,635
2011	177,934	28,407	2,320	2,583	211,245

水 (立方米)

年度	水使用量	排水量
2007	2,020,718	1,817,192
2008	1,963,949	1,796,498
2009	1,285,793	1,104,676
2010	1,098,603	859,880
2011	2,002,182	1,599,657

废弃物 (吨)

年度	废弃物生产量	回收利用量	综合处理量
2007	10,102	7,965	2,136
2008	10,159	6,896	3,262
2009	9,503	7,039	2,464
2010	9,031	8,530	501
2011	11,725	9,753	1,972

索尼集团大气污染物质、水污染物质排放情况 (吨)

年度	NO _x	SO _x	BOD	COD
2007	182	35	205	113
2008	176	8	133	73
2009	174	11	141	39
2010	187	9	254	96
2011	163	9	252	62

索尼集团二氧化碳排放 (吨:二氧化碳)

年度	索尼集团工厂二氧化碳排放量	单位销售额二氧化碳排放量
2007	207 万	0.234
2008	184 万	0.238
2009	162 万	0.224
2010	153 万	0.213
2011	150 万	0.231

环境成本 (亿日元)*

年度	环境活动费用	环境技术开发费用
2008	15	82 **
2009	14	171 ***
2010	11	326 ****
2011	9	321 ****

注1:按照索尼全球环境管理分区,索尼在华企业数据包含了中国大陆与香港地区。

*:包含索尼公司的电子业务关联企业的支出

** :索尼公司直属研究所的环境技术开发费用

*** :索尼公司直属研究所及索尼公司内的环境技术开发费用

**** :索尼公司直属研究所及索尼集团内的环境技术开发费用

所获奖项

索尼（中国）积极承担社会责任，并利用自身优势将爱心传播到社会的弱势群体中。索尼（中国）在企业社会责任领域付出巨大努力的同时，也获得了社会各界的一致褒奖，鼓励索尼（中国）继续坚实地承担自己的社会责任。

奖项类别	奖项名称	颁奖机构
综合奖项	《财富》中国企业社会责任排行榜外资企业排名第一	《财富》中文版
	2011 中国外企 100 强 CSR 发展指数排行第三	中国社会科学院 CSR 中心
	中国儿童慈善奖——突出贡献奖	中国儿童少年基金会
	中国最佳企业公民奖	21 世纪经济报道、21 世纪商业评论
	金蜜蜂 2011 优秀企业社会责任报告 - 外商及港澳台企业奖	《WTO 经济导刊》杂志社
	新华网 2011 中国最具创新力企业社会责任报告认证书	新华网
环境保护	“中国绿色制造最佳表现企业”称号及“中电绿环奖”	工信部机关报《中国电子报》
	搜狐绿金人气奖	搜狐 - 科尔尼
	绿之恋之年度绿色设计奖	第一财经日报

未来展望

回首 2011 财年，索尼在华企业不断践行着自己的社会责任。从企业内部到外部，从员工沟通到产品创新，从社区帮扶到环保倡导，全面谱写优秀企业公民的责任实践。以身作则，带动身边的人共同迈向可持续发展之路。

2012 财年，我们将进一步优化索尼（中国）的企业社会责任管理架构，协调各部门的优势和力量，共同推进企业内部沟通。我们将定期召开 CSR 圆桌会议，把它设定为企业内部 CSR 沟通机制。并结合 CSR 内部培训、课程等形式，进一步深化索尼在华企业的 CSR 教育。

针对员工责任，除了继续依法保障员工权益、完善职业健康安全体系之外，我们将继续深入开展员工与管理层、员工间的沟通，建立多元化沟通渠道，并通过不断完善培训体系和课程，助力员工发展。同时，我们将努力丰富员工业余生活，帮助他们实现工作生活的良好平衡。

针对产品责任，我们将不遗余力地加强研发，推出创新型产品，助力产业发展与创新，给消费者带来更多的惊喜和生活上的享受。在强化产品质量的同时，我们将继续提供优质的客户服务，让用户安心、便利地使用索尼产品。

针对社区责任，我们始终坚持“为了下一代”的全球 CSR 理念，通过教育、创新、交流项目地持续开展，不断影响利益相关方。今后，我们希望进一步深入开拓现有项目，利用索尼自身优势和资源，在长期持续投入的精品项目基础上，不断创新，扩大影响范围。

针对环境责任，我们始终秉持“环境零负荷”的长期愿景，结合产品的生命周期，不断鼓励员工发现环保创意，引入更高的环境管理制度，研发新型环保材料，披露自身的环境绩效，降低索尼在各方面对环境的影响。我们将继续积极开展员工和社区环保教育，倡导生物多样性，鼓励年轻人加入到环境保护的行列中来。

为了下一代，为了美好的家园，索尼愿意与你一同携手并进，从现在开始，向美好的未来前进！

GRI 索引

GRI3.1 索引内容

报告中的披露位置

		报告中的披露位置
1. 战略与分析	1.1 机构最高决策者就可可持续发展与机构及其战略的相关性的说明	P6
	1.2 主要影响、风险及机遇的描述	P17
2. 机构概况	2.1 机构名称	P2
	2.2 主要品牌、产品和 / 或服务	P10
	2.3 机构的运营架构, 包括主要部门、运营公司、附属及合资企业	P12
	2.4 机构总部的地点	封三
	2.5 机构在多少个国家运营, 在哪些国家有主要业务, 或那些国家与报告所述的可持续发展事宜特别相关	P13
	2.6 所有权的性质及法律形式	P2
	2.7 机构所服务的市场 (包括地区细分、所服务的行业、客户 / 受惠者的类型)	12
	2.8 报告机构的规模	P12
	2.10 报告期内所获得的奖项	P58
	3. 报告参数设置	3.1 所提供信息的报告期 (如财政年度 / 日历年)
3.2 上一份报告的日期 (如有)		P2
3.3 报告周期 (如每年、每两年一次)		P2
3.4 查询报告或报告内容的联络点		封三
3.5 界定报告内容的过程		P2、P20
3.6 报告的边界 (如国家、部门、附属机构、租用设施、合资企业、供应商)		P2
3.7 指出任何有关报告范围及边界的限制		P2
3.11 报告的范围、边界或所用的测量方法与此前报告期间的重大差异		P2
3.12 用表格确定各标准披露在报告中的位置		P60-61
4. 治理、承诺和利益相关方参与		4.1 机构的治理架构, 包括最高治理机构下负责特定事务的各个委员会, 例如制定战略或组织监管的委员会
	4.4 股东及员工向最高治理机构提出指导或建议的机制	P23
	4.6 避免最高治理机构出现利益冲突的程序	P18
	4.8 机构内部制定的使命陈述或价值观, 行为守则, 及关乎经济、环境及社会绩效的原则, 以及其实施状况	P13-14
	4.9 最高治理机构对报告机构如何确定和管理经济、环境及社会绩效 (包括相关的风险、机遇), 以及对机构是否遵守国际公认的标准、行为守则及原则的监督程序	P13-14
	4.11 解释机构是否及如何按预警方针或原则行事	P17
	4.12 机构参与或支持的外界发起的经济、环境及社会公约、原则或其他倡议	P34
	4.13 机构加入的协会, 及机构在此类组织的治理机构中占有席位等	P34
	4.14 机构的利益相关方群体列表	P19
	4.15 识别及决定选择谁成为利益相关方的根据利益相关方	P20
经济	EC1 机构产生及分配的直接经济价值, 包括收入、运营成本、员工薪酬、捐献及其他社区投资、留存收益、向出资人及政府支付的款项	P22
	EC2 气候变化对机构活动产生的财务影响及其风险、机遇	P46
	EC3 机构养老金固定收益计划所需资金的覆盖范围	P22
	EC6 机构在各重要运营地点对当地供应商的政策, 措施及支出比例	P34
	EC7 机构在重要运营地点聘用当地社区员工的程序, 以及在当地社区聘用高层管理人员所占的比例	P22
	EC8 机构通过商业活动、实物捐赠或免费专业服务等形式主要为公共利益开展的基础设施投资及服务及其影响	P38

GRI 索引

GRI3.1 索引内容

报告中的披露位置

环境	EN11 所用物料的重量或体积	P53
	EN12 采用经循环再造的物料的百分比	P49
	EN13 初级能源的直接能源消耗量	P57
	EN4 初级能源的间接能源消耗量	P57
	EN8 按源头说明总耗水量	P57
	EN11 机构在环境保护区或其他具有重要生物多样性意义的地区或其毗邻地区, 拥有、租赁或管理土地的位置及面积	P54
	EN12 描述机构的活动、产品及服务在生物多样性方面, 对保护区或其他具有重要生物多样性意义的地区的重大影响	P54
	EN16 按质量说明, 直接和间接温室气体总排放量	P57
	EN17 按质量说明, 其它相关间接温室气体排放量	P57
	EN19 按质量说明, 臭氧消耗性物质的排放量	P57
	EN20 按类别及质量说明, 氮氧化物 (NO)、硫氧化物 (SO) 及其它主要气体的排放量	P57
	EN21 按重量及排放目的地说明污水排放总量	P57
	EN22 按类别及处理方法说明废弃物总重量	P57
	EN26 降低产品及服务的环境影响的计划及其成效	P48-49
	EN27 按类别说明, 售出产品及回收售出产品包装物料的百分比	P53
劳工	LA1 按雇佣类型、雇佣合约及地区划分的劳动力总数, 并按性别区分	P22
	LA2 按年龄组别、性别及地区划分的新进员工和员工流失总数及比率	P22
	LA4 受集体协商协议保障的员工百分比	P22
	LA8 为协助劳工及其家属或社区成员应对严重疾病而安排的教育、培训、辅导、预防与风险控制计划	P28
	LA10 按性别和员工类别划分, 每名员工每年接受培训的平均时数	P27
	LA13 按性别、年龄组别、少数族裔成员及其它多元化指标划分, 治理机构成员和各类员工的组成	P22
人权	HR1 含有人权条款或已进行人权审查的重要投资协议和合约的总数及百分比	P22
	HR2 已进行人权审查的重要供应商、分包商、其他商业伙伴的百分比, 以及采取的行动	P13
	HR4 歧视个案的总数, 以及机构采取的纠正行动	P22
	HR5 已发现可能违反或严重危及结社自由及集体谈判的运营点或主要供应商, 以及保障这些权利的行动	P22
	HR6 已发现具有严重童工事件风险的运营点和主要供应商, 以及有助于有效杜绝童工的措施。	P22
	HR7 已发现具有严重强迫与强制劳动事件风险的运营点和主要供应商, 以及有助消除一切形式的强迫与强制劳动的措施。	P22
	SO1 实施了当地社区参与、影响评估和发展计划的运营点比例	P38
社会	SO3 已接受机构的反腐败政策及程序培训的雇员的百分比	P14
	SO5 对公共政策的立场, 以及在发展及游说公共政策方面的参与	P34
	PR1 在生命周期阶段为改进产品和服务的在健康与安全上的影响而进行的评估, 以及须接受这种评估的重要产品及服务类别的百分比	P47
产品责任	PR3 程序要求的产品及服务信息种类, 以及需要标明这种信息的重要产品及服务的百分比	P48-49
	PR6 为遵守有关市场推广 (包括广告、推销及赞助) 的法律、标准及自愿性准则而制定的计划	P32

公司所在地

索尼(中国)有限公司

中国北京市朝阳区太阳宫中路12号楼冠城大厦701

TEL: 86 10 8458 6000 (总机)

CSR报告、CSR活动的咨询窗口

索尼(中国)有限公司CSR室

中国北京市朝阳区太阳宫中路12号楼冠城大厦701

TEL: 86 10 8458 6000 (总机)

E-MAIL: scnscrj@sony.com.cn

CSR相关活动主页

中文: <http://www.sony.com.cn/csr/index.html>

日文: <http://www.sony.co.jp/csr/>

英文: <http://www.sony.net/csr/>

年度报告

年度报告的最新信息, 请浏览以下网页

中文: <http://www.sony.com.cn/csr/index.html>

日文: http://www.sony.co.jp/SonyInfo/csr_report/report

英文: http://www.sony.net/SonyInfo/csr_report/report

Sony ExploraScience

“索尼探梦”科技馆

地址: 北京市朝阳区朝阳公园南路1号朝阳公园内

TEL: 86 10 6501 8800

<http://www.explorascience.com.cn>(北京)



2012 索尼中国企业社会责任报告

发行：索尼（中国）有限公司
2012年11月发行 环保纸印刷
Printed in China