

SONY



CSR Report 2017
索尼中国企业社会责任报告

关于本报告

本报告为年度报告，是索尼（中国）自 2006 年以来发布的第十二份企业社会责任报告。

报告主体

报告组织范围包括索尼（中国）以及如下索尼在华投资企业：索尼物流贸易（中国）有限公司、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（中国）有限公司、索尼数字产品（无锡）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、索尼移动通信产品（中国）有限公司、索爱普天移动通信有限公司、索尼互动娱乐（上海）有限公司。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，“索尼中国”为本报告组织范围内所有公司的统称。

时间范围

2016 年 4 月 1 日至 2017 年 3 月 31 日，部分内容超出上述范围。

编制依据

- ◎ 全球报告倡议组织 (GRI)《可持续发展报告指南》(G4)
- ◎ GB/T 36001《社会责任报告编写指南》
- ◎ SJ/T 16000-2016《电子信息行业社会责任指南》行业标准
- ◎ 《财富》（中文版）企业社会责任排行榜
- ◎ 中国社会科学院经济学部 CSR 研究中心《中国企业社会责任报告编写指南》（CASS3.0）

数据说明

本报告结合索尼的“创新基因”，从关于索尼、经营战略、责任管理、员工、产品、社区与教育、环境七大部分充分展示索尼在 2016 财年的优秀社会责任表现。索尼中国是索尼全球业务的一部分，无法就单一地区的财务信息公开披露，欲了解详细经济数据，请参考索尼集团年度报告。

欲了解更多内容，请登录 <http://www.sony.com.cn/csr/index.html>

CONTENT 目录

- 02 高层致辞
- 04 索尼在您身边
- 06 关于索尼

责任专题

- 08 致力于实现可持续发展目标

责任之道

- 11 责任理念
- 12 社会责任战略
- 12 社会责任管理
- 14 利益相关方管理

成就员工

- 17 保障员工权益
- 19 成就员工梦想
- 21 守护健康安全
- 23 关爱员工生活
- 25 利益相关方评价

- 56 展望
- 57 责任荣誉
- 58 报告指标索引

智创未来

- 27 坚持科技创新
- 29 提供优质产品
- 31 奉献贴心服务
- 33 加强供应链管理
- 35 利益相关方评价

社区与教育

- 37 助力教育发展
- 39 环境教育活动
- 41 专长服务社会
- 42 志愿者活动
- 43 利益相关方评价

迈向零负荷

- 45 环境治理之道
- 53 推进低碳运营
- 54 环境责任和绩效
- 55 利益相关方评价



索尼集团 公司高管兼中国总代表
根本 章二

根本 章二



索尼(中国)有限公司董事长·总裁
高桥洋

高桥洋

高层致辞

索尼公司始终坚持“成为一家激发和满足您好奇心的公司”的企业使命，充分发挥在技术、娱乐内容、服务领域的优势，不断追求创新，矢志不渝为全球消费者提供富有创意的、激动人心的新鲜娱乐体验和文化。

2016 年，索尼中国秉承“以技术贡献社会、以科技推动人类社会发展”的经营理念，坚定践行“为了下一代”的可持续发展承诺，一如既往地倾听来自政府、客户、员工、供应商、合作伙伴、媒体、非政府组织和社区等各利益相关方的期望和诉求，凭借我们自身专业的能力和资源，为众多专业客户打造了技术先进和规模大型的系统项目，以新颖和富有创意的方式实现社会的可持续发展，共圆中国梦。

支持产品创新

以“最后一英寸”战略为指引，索尼中国坚持践行供给侧改革，在消费电子领域实施高端产品策略，引领消费需求。在专业系统方面，索尼将充分发挥在影像领域的专业技术和产业链优势，从系统、产品和业务运营系统方面提供专业解决方案；在电子元器件方面，索尼致力于发挥影像传感器的技术优势，鼎力协助中国本土品牌电子产品走向世界，为“中国制造 2025”和环境保护事业做出贡献。此外，和许多科技类企业不同，索尼还在中国全方位开展了影视、音乐和游戏领域的娱乐业务，通过加强与现地伙伴合作，参与生态圈建设，助力中国不断深化内容消费升级。

关注客户需求

作为拥有超过 70 年历史的品牌，索尼有幸在中国培养了一批又一批珍惜、爱护、支持索尼品牌的粉丝。他们因不同的产品而爱上索尼，但却表现出追求技术带来的价值、关注设计和使用细节、因拥有而感到自豪的共同特点。索尼品牌是我们的无价资产，而索粉则是我们的宝贵财富！我们恪守工匠精神，不断提升产品品质，改善服务体验，为客户提供更多的产品、内容、解决方案与服务，展现索尼产品和服务的魅力与价值，为索粉们创造出一个接一个 WOW 的感动。

助力员工成长

索尼中国坚持“以人为本”的理念，有效保障员工合法权益，努力畅通员工沟通表达渠道，倡导员工工作与生活的平衡，构建积极向上的企业文化，为员工搭建良好的职业发展平台，全方位提升员工满意度，让员工在快乐工作中成就人生梦想。同时，索尼中国还重视培养员工的使命感和社会责任意识，鼓励员工积极参与扶贫、支教、环境保护等公益活动，并将“员工参与度”作为企业社会责任工作评估体系中的重要辅助指标，与员工一起为构筑健康、和谐的社会贡献绵延力量。

回馈社会发展

“植根中国、长远发展”是索尼公司对中国长久的不变承诺和在华一切业务拓展的根本宗旨。我们秉承“以技术贡献社会”的发展理念，深度融入中国社会，坚持源源不断的持续投入，充分发挥自身的产品、技术和人才等资源优势，以“索尼探梦科技馆”和“索尼梦想教室”为代表的创新型公益项目为载体，不断丰富活动参与方式，积极投身公益事业，持续向中国公众传播趣味科普理念，并带动更多的索尼员工与索粉参与其中，用科技改善青少年教育环境，帮助年轻人更好地发挥创造力和想象力，在回馈社会的善举当中感受索尼企业社会责任与价值观的魅力。

呵护碧水蓝天

结合自身经营特点和环境保护愿景，索尼公司发布了 2050 年“环境零负荷”目标，并在“绿色管理 2015”中期计划全面完成的基础上，再次提出了“绿色管理 2020”中期计划，最终致力于将企业运营行为和产品使用全生命周期过程中对环境的负荷降低至零。索尼中国持续加大投入，积极从气候变化、资源、化学物质管理和生物多样性四大维度全面实施绿色管理，不懈追求以最小化的环境负荷完成各项生产运营活动，努力实现业务增长和环境保护之间的平衡，积极推进美丽中国建设。

2017 年，索尼中国将继续加大研发投入，持续强化产品和服务，努力发掘中国市场在品质升级、供给侧改革方面的巨大潜力，推动先进技术和以顾客为中心的产品与服务的完美融合，不断扩大索尼粉丝的队伍，打造适合本地需求的高品质产品与服务，为中国消费者带来更多高端技术、更多惊喜和娱乐新体验，为促进中国社会和经济的发展做出自己长久的贡献。

索尼在您身边

“成为一家激发和满足您好奇心的公司”是索尼的企业使命。公司在开展各项业务的同时，一直遵循此种理念，在影视、音乐、游戏、电视、教育等领域，不断寻求创新与突破，以充满开创性、引领性的产品，满足消费者的各类视听需求，激发大家的创造力与好奇心，并与我们一道，共同打造新的生活、娱乐方式。长期以来，富有吸引力的影音娱乐业务为索尼吸引了大批的粉丝，更为索尼品牌创造了价值。不论何时，我们始终需要一个功能强大、时尚易用、符合消费者个人品味的硬件产品，去接入海量的信息，享受缤纷的娱乐生活。这就是索尼“最后一英寸”战略。在这一战略指引下，近年来，索尼力图在各个产品领域，寻求突破。

未来，索尼中国将不断强化产品和服务，并努力发掘中国市场在品质升级、供给侧改革方面的巨大潜力，开展更多具有针对性与实效性的市场营销活动，扩大索尼与目标顾客之间的交集，让更多的消费者便捷地体验到索尼产品和服务的魅力，愿始终与你心意相通、情感相系、感动相随。



OLED 电视 A1



无线扬声器蓝牙音箱 SRS-XB40



Xperia™ XZ Premium



降噪耳机 1000X



walkman 随身听 NWS-623



4K 数码摄像机 FDR-AXP55



G 大师系列镜头



数码相机 α9



数字影院设备
MITINE 智能化互动数字标板系统



Cinealta 数字摄影机 F65



投影机



4K HDR 激光数字电影放映机
SRX-R815P



全无线节目制作系统



KOOV 可编程教育机器人



数字彩色打印机 UP-DR80MD



PS VR

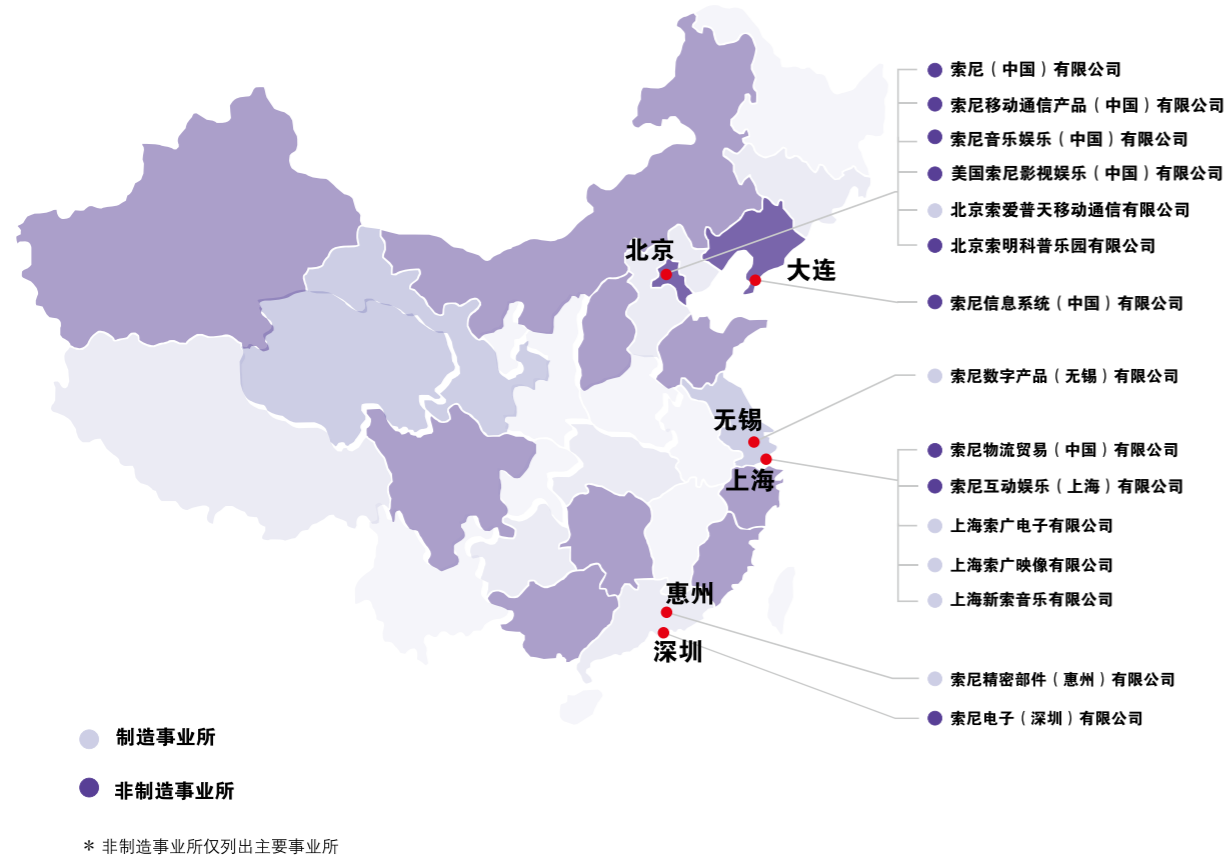


PS4 游戏主机

关于索尼

索尼公司是世界上民用及专业视听产品、游戏产品、通信产品、核心部件和信息技术等领域的创新先导之一。作为一家全球领先的电子和娱乐公司，在“创新科技引领时尚生活”的理念指导下，索尼公司在音乐、影视、互动娱乐以及在线业务方面不断取得突破，实现卓越成就，为广大消费者创造出了无数令人感动和惊奇的娱乐体验。

自 1946 年在日本东京创立以来，目前已在全球 140 多个国家和地区建立了分 / 子公司和工厂，集团 70% 左右的销售来自于日本以外的其他市场，数以亿计的索尼用户遍布世界各地。



索尼在华企业分布图

索尼中国

以“全球本土化”的运营策略为目标，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）有限公司，以“植根中国、长远发展”为宗旨，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。并针对索尼在中国的各所属企业进行宏观管理及提供广泛的业务支持，打造适合本地化发展的，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。

除索尼（中国）有限公司以外，索尼移动通信产品（中国）有限公司、索尼影视娱乐公司、索尼音乐娱乐公司、索尼互动娱乐公司以及索尼国际教育有限公司亦陆续在中国开展相关业务，致力于为中国广大消费者提供由索尼集团丰富的硬件、软件和内容打造的“一个索尼（One Sony）”的娱乐体验。

截至 2017 年 3 月底，索尼在华共投资了 6 家大型生产企业。此外，公司还分别在北京、上海、无锡、大连、深圳等地设立了工程、设计、研发和软件基地。

经营战略

索尼公司诞生之初，索尼创始人井深大先生即确立了“以技术贡献社会、以科技推动人类社会发展”的经营理念。索尼中国坚定践行“为了下一代”的可持续发展承诺，一如既往地倾听来自政府、消费者、员工、供应商、合作伙伴、媒体、非政府组织和社区等各利益相关方的期望和诉求，凭借我们自身的能力和资源，以新颖和富有创意的方式实现社会的可持续发展，共圆中国梦。

根据各个业务的特点、发展状况以及整个市场的竞争状况，索尼根据公司整体业务组合，将各类业务细分为“增长引擎类”、“稳定利润贡献者”以及“市场波动管理领域”等三类。根据索尼整体股权收益率 (ROE) 目标，各项业务都将分别设立投资回报率目标，并以提高盈利能力作为重点运营目标。



索尼业务分类

致力于实现可持续发展目标

2015 年，联合国大会通过可持续发展目标（SDGs）。该目标基于联合国千年发展目标的成果制订，目的是建立一个更加美好的国际社会。可持续发展目标由 17 个目标与 169 个相关具体目标组成，涉及贫困、不平等、教育以及环境等问题，不仅适用于发展中国家，同时也适用于包括发达国家在内的所有国家。

可持续发展目标



索尼对可持续发展目标与其商业活动的关系进行了研究，包括自身的供应链问题，在经过高层讨论后，明确了通过开展商业活动，可以有所贡献的可持续发展目标。

在“成为一家激发和满足您好奇心的公司”的使命指引下，索尼集团所有业务部门团结一致，追求可持续发展。我们相信，集团的“存在理由”在于它有能力通过创新为社会做出贡献，这也是世界期望我们完成的使命，并直接关系到可持续发展目标 9（产业、创新和基础设施）。索尼还通过商业活动，努力促成可持续发展目标 3（良好健康与福祉）、5（性别平等）、8（体面工作和经济增长）以及可持续发展目标 17（促进目标实现的伙伴关系）的实现。

同样重要的是，索尼及其商业活动对可持续发展目标 5（性别平等）、8（体面工作和经济增长）、12（负责任的消费和生产）以及可持续发展目标 13（气候行动）产生的影响。在这些领域，索尼会不断进行风险和影响评估，并确保适时的信息披露。

此外，索尼在开展商业活动的同时，致力于充分发挥产品和服务的价值，并应用自身技术来帮助实现可持续发展目标 4（优质教育）、5（性别平等）、9（产业、创新和基础设施）以及可持续发展目标 17（促进目标实现的伙伴关系）。

索尼还与联合国开展合作，在官网上推出了“小蓝精灵大目标”宣传活动，促进人们对 17 项联合国可持续发展目标的认识，运用蓝色卡通形象鼓励儿童、年轻人和成年人了解并支持可持续发展目标与联合国 2030 年可持续发展议程。

索尼商业活动与 SDGs 的关系



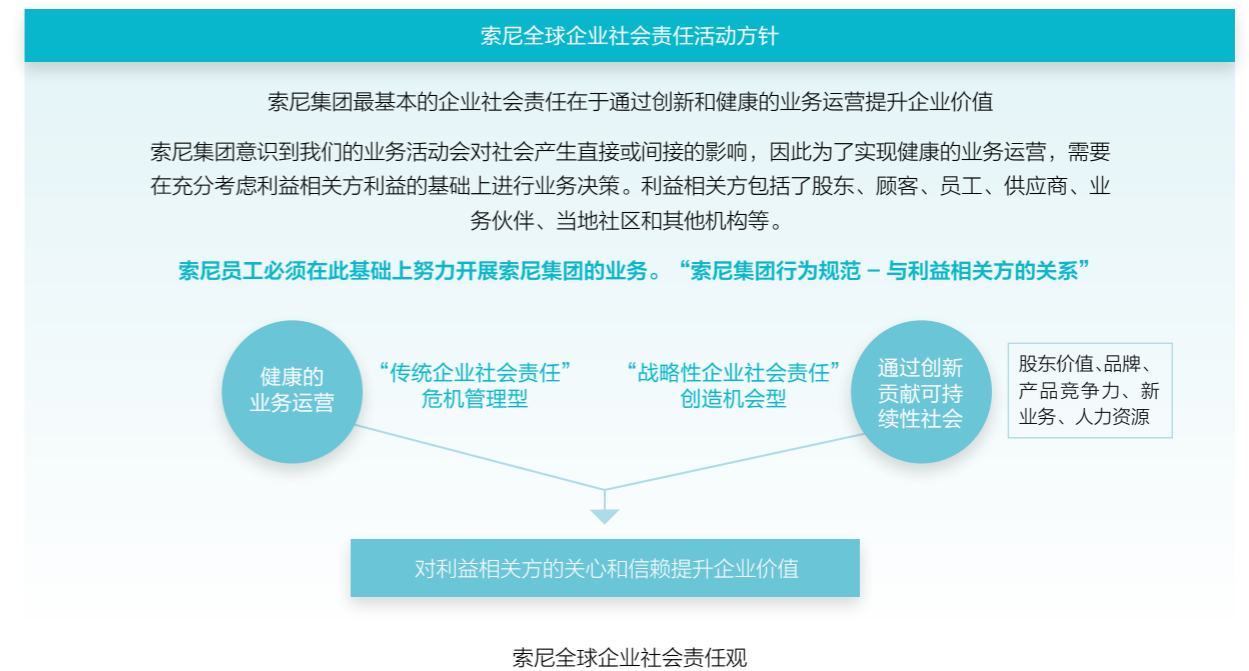


责任之道

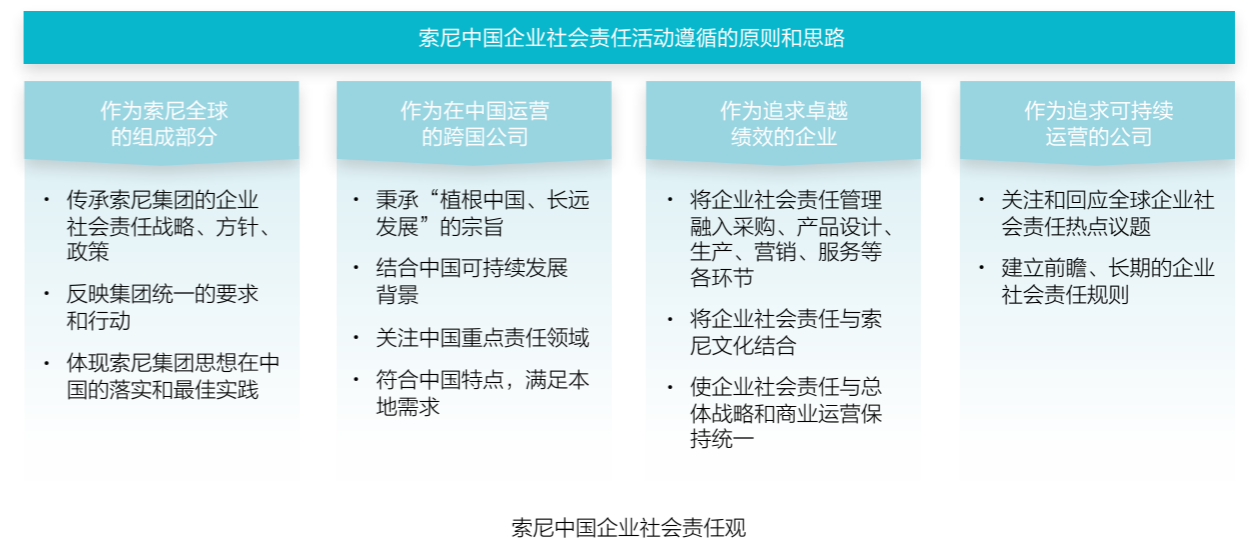
“成为一家激发和满足您好奇心的公司”是索尼的使命。索尼中国秉承创业以来“求新创异”的精神与“植根中国、长远发展”的宗旨，传承索尼集团的企业社会责任战略和方针，关注利益相关方的诉求及期望，制定全面的可持续发展计划，不断加快技术革新，为人们创造新的娱乐生活方式，推动企业与社会的和谐共进。

责任理念

索尼中国严格遵守《索尼集团行为规范准则》和索尼全球企业社会责任活动方针，统筹经济、社会和环境价值，以贡献于社会经济的可持续发展为动力，恪守“植根中国、长远发展”的企业宗旨，通过持续创新和完善商业模式的途径，不断提高企业价值。



索尼中国时刻秉持“为了下一代”的责任理念，不断丰富企业社会责任在中国的内涵，积极投身教育和环保等社会公益领域，形成了富有特色的企业社会责任推进原则和思路，为促进中国社会经济的健康、可持续发展做出长久贡献，树立负责任的企业公民形象。



社会责任战略

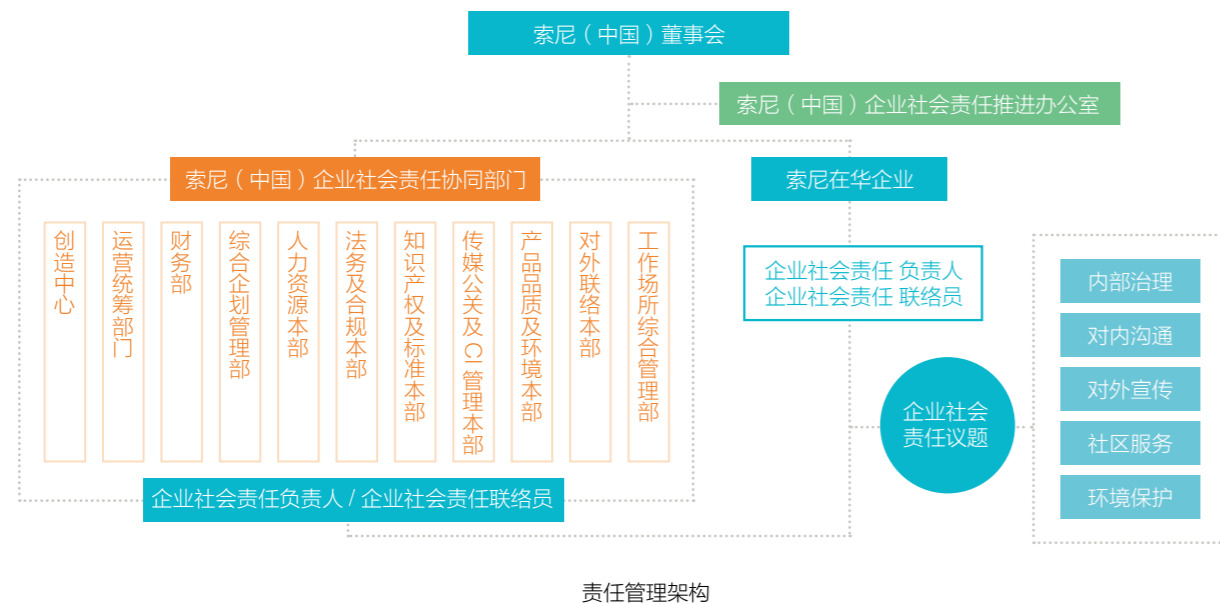
索尼中国以“一个索尼”为中心，始终强调企业社会责任和业务的可持续发展，积极推行包括公司治理、合规计划、员工、责任采购、产品质量与服务、环境以及社区的企业社会责任七大议题，尊重利益相关方的期望与诉求，通过革新追求持续卓越经营。



责任议题

社会责任管理

索尼中国持续完善企业社会责任工作体系，加强内外部企业社会责任的管理与沟通，设立了企业社会责任推进办公室，并通过参与外部各利益相关方的活动、内部企业社会责任圆桌会议制度和企业社会责任联络员制度，形成具有索尼特色的责任管理架构。



责任管理架构

索尼中国结合中国可持续发展背景，关注中国核心责任领域，建立了特有的企业社会责任管理系统，并通过内部沟通机制与定期或在线培训的方式，不断强化索尼在华企业的社会责任意识，将社会责任融入企业日常运营中，切实践行企业社会责任理念。



责任管理模型

为完善索尼中国企业社会责任工作体系，索尼中国积极探索责任管理和推进模式，创新社会责任管理实践，重视加强与利益相关方的沟通和对话，在履行企业社会责任的基础上实现企业的可持续发展。

圆桌会议制度

索尼（中国）企业社会责任圆桌会议由索尼（中国）企业社会责任推进办公室主办，邀请索尼（中国）各职能部门代表和其它索尼在华企业代表出席，通过统一协调的平台整合索尼在华企业社会责任资源和绩效，加强索尼（中国）内部和其它索尼在华企业在社会责任方面的有效沟通和合作。

联络员制度

索尼中国联络员制度是索尼在企业社会责任方面进行战略部署的重要渠道，实现了索尼中国企业社会责任内部协调、管理、联络和咨询功能的完整整合。通过加强内部沟通，保证了企业社会责任意识在各个层级的宣贯和培养，实现了社会责任部门的项目在不同业务部门和团队中得以顺利完成。

社会责任培训

按照索尼中国的相关规定，每一位新入职的员工都要进行社会责任培训，培训主题包含公益慈善基本知识及企业可持续发展等。社会责任培训的全面推进为索尼中国企业社会责任管理带来了极大的便利，使得企业社会责任理念完全融入每位员工的日常生活，切实有效地保证了索尼中国社会责任的进一步推进。

责任推进模式

利益相关方管理

索尼中国结合可持续发展相关议题，按照重要性和优先性，通过议题识别、议题优先级排序、议题审核等流程，从“可持续经营”和“利益相关方”两个维度进行六大方面的评估分析，并将这些议题融入企业社会责任理念和行动之中。



索尼中国在本土运营过程中，与不同利益相关方建立了常态沟通渠道和机制，深入理解各方关注重点与诉求，而且在与企业社会责任业界保持沟通与合作的互动中，使双方能够通过分享经验、交流做法，共同寻求应对社区和环境问题的最佳解决方案。

利益相关方	期望与诉求	沟通内容	回应措施与成效	沟通渠道
 客户	<ul style="list-style-type: none"> 时尚优质高效的绿色产品 快速安心便利的售后服务 	<ul style="list-style-type: none"> 改善服务质量与产品 客户信息 	<ul style="list-style-type: none"> 持续加大产品创新和服务投入 进一步完善服务流程 “神秘顾客”项目 对特约维修站进行 5S 检查 客户隐私保护 	<ul style="list-style-type: none"> 客户满意度调查 NPS(净值推荐)计划 客户关系管理
 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"> 员工参与企业经营 员工职业发展与培训 员工权益 	<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 员工投诉与反馈 员工培训
 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"> 政策落实 公益慈善类项目合作 	<ul style="list-style-type: none"> 支持政府宏观经济政策 守法合规 积极履行社会责任 创新发展 创造就业 	<ul style="list-style-type: none"> 积极与主管及相关部门开展沟通对话 信息透明化沟通
 供应商	<ul style="list-style-type: none"> 促进共同发展 公平透明采购 	<ul style="list-style-type: none"> 合规管理、检查与反馈 业务拓展以及潜在合作机会 企业社会责任和可持续发展理念 公益项目 	<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 开展供应商企业社会责任培训 	<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 培训与交流
 合作伙伴	<ul style="list-style-type: none"> 共享发展成果 共促行业发展 	<ul style="list-style-type: none"> 企业社会责任相关议题 产品与技术 行业发展 	<ul style="list-style-type: none"> 共同推进绿色伙伴认证制度 共享“企业社会责任采购”框架 	<ul style="list-style-type: none"> 行业会议、研讨会
 社区	<ul style="list-style-type: none"> 缩小数字鸿沟 扶助弱势群体 积极推动环境保护 	<ul style="list-style-type: none"> 社区需求 科技主题融入 公益项目实施效果 	<ul style="list-style-type: none"> 通过“索尼探梦”科技馆等旗舰教育类项目放飞青少年科技梦想 在企业内外组织开展各类环保活动 灾害救援 	<ul style="list-style-type: none"> 与 NGO 以及政府机构等开展项目合作 与学校开展教育类合作 参与社区公益活动



成就员工

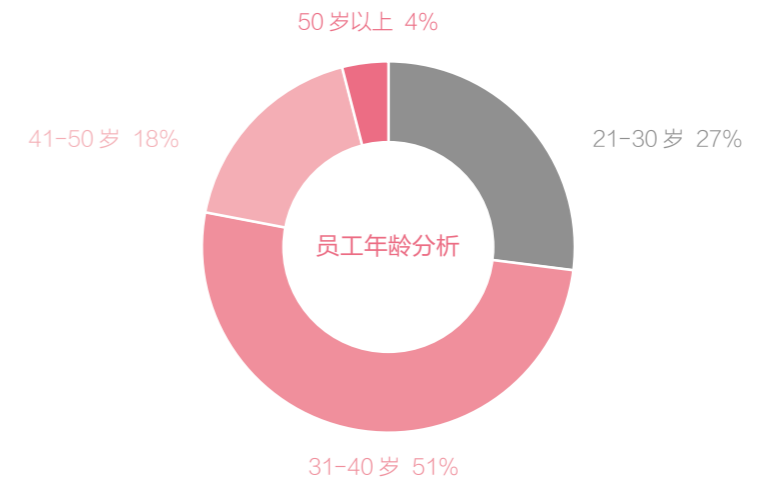
索尼中国在追求创新中不断加强企业文化的塑造，践行以人为本的管理思想，实施科学的人才发展战略，切实保障员工权益，为员工提供充分发挥潜能和创造力的工作环境和机遇，呵护员工健康，关怀员工生活，营造和谐幸福的工作氛围，促进员工与企业共同成长。

保障员工权益

索尼中国严守国家法律法规，尊重员工诉求，完善薪酬福利体系和社会保障体系，建立健全薪酬管理与绩效考核体系，鼓励全员参与企业管理，保障员工表达权、参与权、监督权，努力营造一个制度健全、保障周到、充满朝气的和谐之家。

▶ 汇聚人才

索尼中国积极维护联合国《世界人权宣言》等国际公约，严格遵守中国相关法律规定，奉行公开、公平、平等的用工政策，反对歧视，坚持同工同酬，杜绝使用童工和强迫劳动，规范用工，致力于创建具有包容性与多样性的就业环境。截至 2017 年 3 月 31 日，公司拥有在岗员工 1,286 人，员工劳动合同签订率 100%，员工离职率 11.6%。



员工绩效数据表

指标	2016 财年	2015 财年	2014 财年
员工总数	1,286	1,405	1,527
男女员工比例（女：男）	1:1.44	1:1.52	1:1.45
中高层管理人员的男女员工比例（女：男）	1:2.27	1:2.46	1:1.28
员工流失率	11.6%	12.1%	13.7%
少数民族员工占公司员工总数的比率	3.4%	3.1%	3.2%
外籍员工比率	7.7%	9.5%	8.8%

民主管理

索尼中国积极推进民主管理，形成了完善的工会组织，不断创新员工沟通机制，建立总裁员工座谈会制度，保障员工合法权益，鼓励员工建言献策，弘扬员工的主人翁精神，持续推进员工与企业的互动交流，充分发挥员工在企业民主管理中的作用。

案例

开展员工交流会活动

2016 年 4 月，上海索广电子有限公司召开了“Bridge PJ”员工交流会，对公司 2016 年的经营理念和生产计划进行了着重阐述和介绍，让员工进一步了解公司的发展情况和经营理念，同时也便于管理层倾听到员工的心声，推动各部门之间加强合作关系。在自由交流环节，大家纷纷发表了自己的见解和想法，意识到创新和变革刻不容缓，要以积极的心态应对挑战。



员工交流会

薪酬福利

索尼中国建立科学规范的薪酬管理体系，足额缴纳五险一金，每年 4 月，定期根据 CPI、公司效益等进行薪资调整，为员工提供有竞争力的薪酬福利保障，完善并优化休假制度，确保员工享有更高质量的生活。

案例

推进职工权益保护

上海索广映像有限公司以关爱职工促发展为中心，切实保障职工安心工作为己任，进一步完善薪酬制度，积极落实《女职工特殊权益保护集体合同》，为职工们办理了上海市职工保障互助会的综合互助保障（B 类），其中包含了全体职工的“住院补充医疗保障”“重大疾病保障”“意外伤害 / 重残保障”，以及女职工特有的“女性特种重病保障”。2016 年，公司男职工投保人数 358 人，合计缴费 34,010 元；女职工投保人数 240 人，合计缴费 26,400 元，有效地维护了职工权益。

成就员工梦想

索尼中国坚持人才发展和管理的原则，为员工提供平等的发展机遇和顺畅的职业发展通道，持续健全培训保障措施，充分挖掘员工潜力，促进多层次人才的成长与发展，以确保人尽其才，才尽其用，促进员工自我价值的实现。

职业发展

索尼中国一直关注员工自身成长和职业发展，为员工制定了合理的职业发展路径，搭建专门的技术职称评估体系，帮助员工制定职业发展规划，建立索尼图书馆、开设外语培训课程、聘请外部讲师开展主题培训，大力推动专业人才培养建设，保障企业发展的智力源泉。



《丰田生产方式—TPS》海外研修



部长读书会

案例

索尼（中国）助力员工构筑职业成长蓝图

为进一步满足员工职业发展需求，帮助员工快速融入工作与学习之中，索尼（中国）以打造综合发展平台的方式，持续优化升级五大学习引擎——乐学课堂、乐学工作坊、乐学阅读、乐学在线及乐学资助，不断完善更新人才成长机制，提供多维度、全方位乐学环境，为员工描绘符合业务发展及个人成长的学习蓝图，协助其释放职业发展潜能。

案例

开展首次海外研修—《丰田生产方式—TPS》

《丰田生产方式—TPS》海外研修项目，是真正意义上首次走出 SONY、跨出领域的封闭式研修。2016 年 7 月，上海索广电子有限公司组织四名学员赶赴日本大阪关西培训中心进行为期九天的训练，通过课堂讲授和视频教学，以及去丰田技术工程公司进行作业改善学习和实践、观摩丰田元町工场和丰田供应商千代田工场现场作业等方式，使学员真正掌握改善的精髓，拓展了视野和思维，从而促进了他们技能的进一步提升。

▶ 员工培训

索尼中国不断健全和完善员工培训管理体系建设，合理布置年度培训计划，针对不同层级的员工，组织开展差异化、针对性培训项目，加强基层技术人员和技能操作人员的业务培训与实操演练，促进员工职业技能的提升，不断满足员工成长需求，努力实现企业和员工的共同进步。

案例

第七届岗位技能等级考核

为了给员工提供一个展示自己技能的平台，上海索广电子有限公司第七届岗位技能等级考核顺利展开，来自制造一线的519名员工报名参加核，经过理论和技能两项考核，407名员工凭借自己的努力，顺利通过了考核并拿到了奖金。大家在相互竞争的同时，也相互学习和交流，在考核中感受到了工作的快乐，同时推动了公司生产整体品质的提高。



第七届岗位技能等级考核现场

案例

积极构建学习型企业

索尼数字产品（无锡）有限公司践行“以技创为”的基本方针，积极构筑学习型企业，以部门为单位，以提高作业人员个人技能及团队协作能力为目的，定期开展各项主题的技能竞赛，促进技能交流，提高生产效率，提升产品质量。2016年，在培训业务完全内置化，培训零费用的目标背景下，公司全年度开展各阶层培训63场，员工累计参与各类培训4,740人次。



技能大赛



现场实操竞赛

守护健康安全

索尼中国秉承索尼集团的安全卫生基本理念，以“不接受任何劳动灾害，零灾害、零疾病”这一集团安全卫生愿景“Vision Zero”为标准，强化危险品管理，进一步提高员工安全生产意识、防灾意识，积极开展5S管理意识培养，确保并维持员工的健康安全以及舒适的工作环境。

▶ 安全卫生

索尼中国成立了统括整体的地域安全办公室，建立由在华企业安全卫生负责人构成的委员会，持续完善安全卫生管理体系 OHSAS18001，加强风险评估，积极开展职业健康教育，定期组织体检并建立员工健康档案，加强员工心理疏导，促进员工身心健康发展。



索尼集团安全卫生基本理念和愿景

案例

推进员工职业健康安全管理

上海索广映像有限公司、上海索广电子有限公司分别建立了职业健康安全管理体系，每年设定健康安全管理目标，并在年初由公司领导与各部门部长签订安全生产责任书，全部负责本部门的人员和财产安全；同时定期召开健康安全专题会议，检查和汇报健康安全活动的实绩和目标达成状况，确保员工职业健康安全无误。2016年4月、2016年8月，两家公司分别通过专家组复评验收，再次获得“安全标准化二级企业认证”的荣誉。

案例

开启 EHS 教育体验馆

2016年4月，索尼数字产品（无锡）公司 EHS（E：环境 H：健康 S：安全）教育体验馆正式开馆。体验馆分为安全馆、环境健康馆、影像厅三部分，涵盖了安全、环境和健康的理念和文化，用寓教于乐的形式展现安全环境健康知识，让员工参与各类互动式实物体验，提升员工面对灾害和突发事件的综合应急能力。



EHS 教育体验馆

▶ 安全培训

索尼中国持续深化安全培训及演练活动，完善应急管理体系，积极推行特色安全教育项目，开展全员系统性安全文化培育活动，完善办公楼内消防设备设施，并将安全管理培训纳入到新员工培训内容之中，定期组织消防及紧急逃生演练，增强员工的安全防范意识。

2016 年，索尼中国在华工厂收集惊吓事件（Near Miss activity，又称为“虚惊事件”）3,935 件，业务灾害发生件数同比减少 15%，制造工厂劳动灾害发生件数也大幅度减少，中国地区劳动强度率和劳动度数率分别为 0.0042 和 0.31。

案例

开展防灾避难训练

为切实加强公司的安全管理，提高全体员工的安全防范意识，普及消防安全知识，提升应急响应能力，索尼数字产品（无锡）有限公司组织员工进行了日间和夜间两次火灾发生时的应急疏散演练；同时上海索广映像有限公司还组织开展了消防安全培训，结合场景模拟等形式，重点讲解了消防器材的使用方法 with 技巧。通过演练与培训活动，公司有效培养了员工应急逃生、自救、互助等相关安全知识，进一步提高公司各部门对突发性事件的处理能力，为保障生产安全奠定了良好基础。



消防演练



防灾避难训练

案例

上海索广电子有限公司强化安全应急管理

上海索广电子有限公司建立的安全应急管理体系，制定了应急联络图和联络规则，在公司的 11 个区域都建立了消防班、避难引导班等 6 个班组，以应对各类突发事件；利用公共布告栏和食堂电视系统普及消防安全知识，对全体员工进行教育；同时每年 11 月还会举行消防演习，组织全体员工进行消防和避难训练，确保安全无事故目标达成。

关爱员工生活

索尼中国尊重职场女性员工诉求，关心困难员工生活，通过关爱、福利、活动三大主题方式切实关怀员工的工作与生活，积极推动基层文化建设，组织开展丰富多彩的文体活动，帮助员工调节身心状态，实现劳逸结合。

▶ 特殊关怀

索尼中国积极满足员工在工作和生活上的不同诉求，主动了解每位员工的需求，呵护女性员工健康，关心困难员工家庭生活，通过工会上门探望等多种形式，及时送去帮困金和关爱金，同员工共享企业发展成果，用绵延温情传递员工关怀。

案例

妈咪小屋呵护女性生活

索尼数字产品（无锡）有限公司于 2015 年 11 月特建立了温馨的妈咪小屋，有效解决哺乳期女员工哺乳不便的难题。2016 年，妈咪小屋获无锡市总工会授予“爱心母婴休息室”荣誉牌，已累计有 71 位女员工享受了妈咪小屋的便利，大大提高了员工的满意度。



妈咪小屋

案例

为员工办理工会会员卡

根据上海市总工会要求，为缓解劳务员工“看病难”的问题，加大医疗帮困力度，上海索广电子有限公司工会按照仪电工会统一部署，为长期在公司工作的部分劳务员工办理工会会员服务卡，截至 2016 年底，已为 1,800 名劳务员工办理了服务卡业务。

文体活动

索尼中国从员工的健康与安全出发，倡导工作与生活平衡，提高员工生活质量，激发广大员工的爱岗敬业热情，帮助员工舒缓工作压力，让员工以轻松、平和的心态享受生活，培育积极向上的工作环境与氛围。



第一届趣味运动会



体育节



家庭日活动



儿童节活动

案例

索尼（中国）家庭日“与爸爸妈妈一起上班”

2016 年，索尼（中国）将“家庭日——与爸爸妈妈一起上班”首次带到了北京办公室，让孩子们有机会了解父母的日常工作环境及内容，体验索尼科技与文化的魅力。



索尼（中国）家庭日活动



利益相关方评价

24 岁那年加入索尼，对于我来说就是“实现了一直以来的理想”，用自己积累的活动经验，为企业社会责任项目做出贡献，可以让更多人了解、喜爱索尼，同时也给予我最大的成就感。谈到加入索尼 3 年多以来最难忘的事情，就是“索尼志愿者公益周”，在 One Sony 的概念下，让更多的员工了解索尼的企业社会责任理念，并且亲自加入到企业社会责任的教育活动中。我有幸参与并策划了这个项目，从索尼直营店的周末科普讲堂到云南鲁甸大山深处的助学活动，来自索尼各个事业所、公司的员工倾情加入，利用自己的假期时间，为孩子们带去科学的乐趣；此外，我们在活动中加入很多品牌元素，运用索尼产品来提升活动体验，不仅带给员工“感动”，在员工间建立起情感的 connection，也让更多人知道索尼、亲身感受索尼魅力。

——索尼（中国）对外事务部 冯杨德龙



智创未来

索尼坚持创新的发展理念，持续增加技术研发投入，不断完善科技创新平台，积极把握时代发展的律动，探索产品的智能化、人性化创新趋势，进一步强化供应商管理，以优质产品及服务满足客户多样化消费需求，为索粉们创造出持续的惊奇与感动。

坚持科技创新

索尼坚持思维创新、激情制胜和客户至上的理念，秉承创造并开发符合市场特性的高性能产品的策略，以创新科技引领时尚生活，不断创造出满足客户内心与情感、真正令他们满意的产品，积极树立全球消费电子及娱乐领域的顶级品牌形象。

索尼中国充分联合索尼品牌内、外部的合作伙伴，在内容制作、创意设计等领域为用户提供多元化的价值体系，积极推进专业创意基地建设，将设计把技术融入产品，通过不同的技术和产品为客户提供更高的价值，以设计的手法带来更多的感动和惊喜。

案例

8K 双曲面沉浸式展厅，索尼探梦科技馆正式投入运营

2017年3月，索尼中国专业系统集团宣布，其全新的“娱乐解决方案”业务正式启动，而位于索尼探梦科技馆的8K双曲面沉浸式展厅，也即刻投入运营。本次投入运营的展厅，是索尼中国专业系统集团娱乐解决方案业务的首发项目之一，也是索尼集团“One Sony”方针下的优秀创意组合。



8K 双曲面沉浸式展厅

索尼不断推进科技与技术创新的融合，积极参与业界设计评选活动，为客户提供前卫优质产品。2016年，索尼共有4件产品跻身“优良设计（Good Design）百佳奖”、14件获得度“优良设计（Good Design）奖”；在2017年评选结果中，索尼虚拟现实系统 PlayStation VR（下称 PS VR）、黑胶唱片机“PS-HX500”“未来实验室项目”以及 KOOV 教育机器人套件等产品荣获 19 项“iF 设计奖”，其中包括 3 项金奖。

“优良设计（Good Design）奖”是日本唯一的全面产品设计评估和表彰奖，由日本工业设计促进会（JIDPO）赞助，每年根据设计品质、设计理念和创新程度，颁发给被认为提升了消费者生活质量和标准的产品。

“iF 设计奖”是享有盛誉的全球设计奖项之一，由来自于世界各地的顶级设计专家参与评选，对国际杰出设计给予认可，不仅注重设计的原创和创新，同时关注产品的便捷性、质量和环保等特征。

案例

KOOV 教育机器人套件

KOOV 是索尼国际教育公司面向编程教育领域开发的一款基于新概念的机器人编程教育套件，在拼搭玩耍各种模块的过程中提高表现力（Play）、通过程序控制动作培养来激发好奇心（Code）、培养孩子的创造性力（Create）等，灵活运用科技造物，寓教于乐，不论作为玩具还是作为教材使用都十分出色，从而能够创造出更多可能，让孩子和成人都能乐享其中。此外，用 KOOV 创造的作品具有优良的设计感，还能对空间环境起到点缀、装饰的作用。



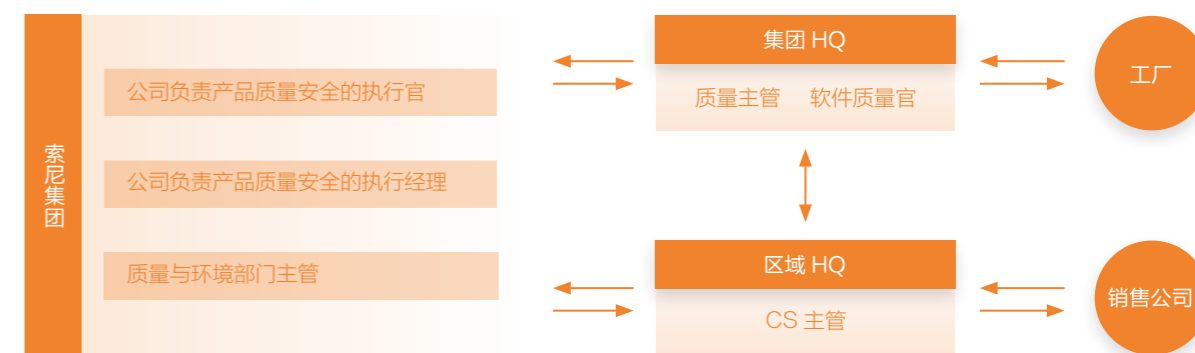
索尼中国坚持高端产品战略，不断推出具有索尼技术的创新产品，强力打造适合本土发展需要的集产品企划、设计、研发、生产、销售和服务为一体的综合性运营平台，正在逐步转变按照产品线划分业务类别的模式，在节目制作、教育、影院和娱乐在内的四大行业中，将充分发挥索尼在影像领域的专业技术优势及产业链解决方案能力，从产品、系统和业务运营等方面，为客户提供一体化的支持。

提供优质产品

索尼以提供优质、以客户为本的产品和服务为宗旨，致力于改善质量管理体系、提升产品质量，并充分满足消费者需求，将有效的质量管理措施融入到产品全生命周期之中，充分重视产品质量管理，开展持续改善，以完善的管理框架确保良好的质量管理表现。

质量管理

索尼严格遵循质量承诺，一直致力于通过改善管理框架，制定消费电子行业的产品及服务基本准则，不断完善和健全各部门协作的产品质量管理体系，在产品导入、生产等过程中制定年度品质目标，建立良好沟通机制，确保为全球用户提供超越期待的产品。



索尼质量管理体系框架

为进一步确保产品品质、强化质量管控，索尼还专门开通质量热线，用于收集来自客户与员工对于产品质量的相关意见与建议，并针对收集到的信息进行及时转办与处理，严格调查、核实并解决已有和潜在的问题，避免质量问题重复发生。

改进工艺

索尼在华企业不断追求质量提升，以保证产品品质，以品质优异、可放心享用的产品和令用户心动的精进服务为宗旨，积极改进生产工艺及管理方法，确保产品品质稳步提升，以迅速对应市场变化，满足客户多样化消费需求。

案例

SSV Panel 解析中心开业

2016 年 8 月，上海索广映像有限公司举行了 SSV Panel 解析中心开业典礼。该解析中心的成立，意味着具备生产、市场和服务各项功能的 SSV 与身处拥有 Panel 供应商的技术据点的中国，以着手内制 Panel 生产和品质改善为目的，通过发挥其得天独厚的地理优势，结合日积月累的解析技术，及时应对并解决 Panel 生产工程上出现的品质问题或海外市场 Panel 起因的品质问题，进一步地提高解析技术能力，并引领 Panel 供应商提升品质，从而确保产品质量稳步提升。



PANEL 解析中心

案例

生产革新——总经理现场奖

2016 年 10 月，上海索广电子有限公司组织开展了第一次全公司生产革新现场交流活动。露木总经理在现场巡回的基础上，对每个职场的改善事例进行现场评议，并在现场向优秀改善提案者亲自颁发“生产革新——总经理现场奖”，进一步推进现场员工自发提案的积极性，营造一个自下而上的改善环境。



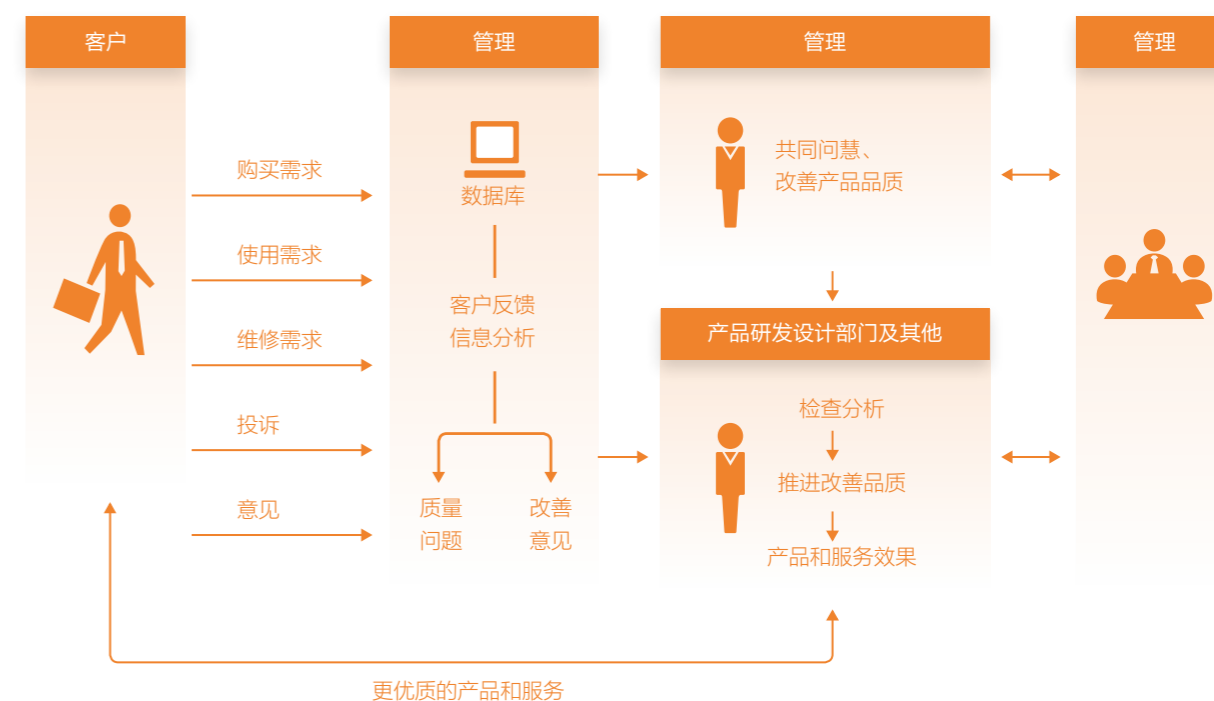
生产革新演示

奉献贴心服务

索尼中国充分利用集团总部的资源优势，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，为中国的消费者带来更多具有高附加值的产品和服务。

客户服务

索尼致力于从客户视角出发考虑如何提升全球范围内的客户满意度，建立了完善的产品售后服务管理体系，通过收集客户关于产品的使用问题，对售后反馈进行及时而精准的评估，将收集到的信息传送到产品规划与设计小组，不断提升客户服务质量。



索尼全球客户服务体系

索尼中国建立了 603 个客户服务网点，包括售后服务和指定维修站，与各维修站地建立了定期维修信息反馈机制，每年对全国各维修站点的修理员进行新产品和新技术培训，以便对客户的要求做出快速、高品质的回应，从而提升客户满意度。

索尼（中国）广泛利用多元化的媒体平台与客户交流，通过社交网络平台（SNS）、网页问答（FAQs）、网络论坛等渠道及时分享产品使用信息；推进“神秘顾客”项目，由第三方调查机构的访客以真实消费者的身份对服务进行体验和评估；开展 NPS（净推荐值）项目，对公司服务情况进行打分，持续推进客户服务水平稳步提升。

案例

索尼（中国）顾客互动中心合肥运营中心开幕

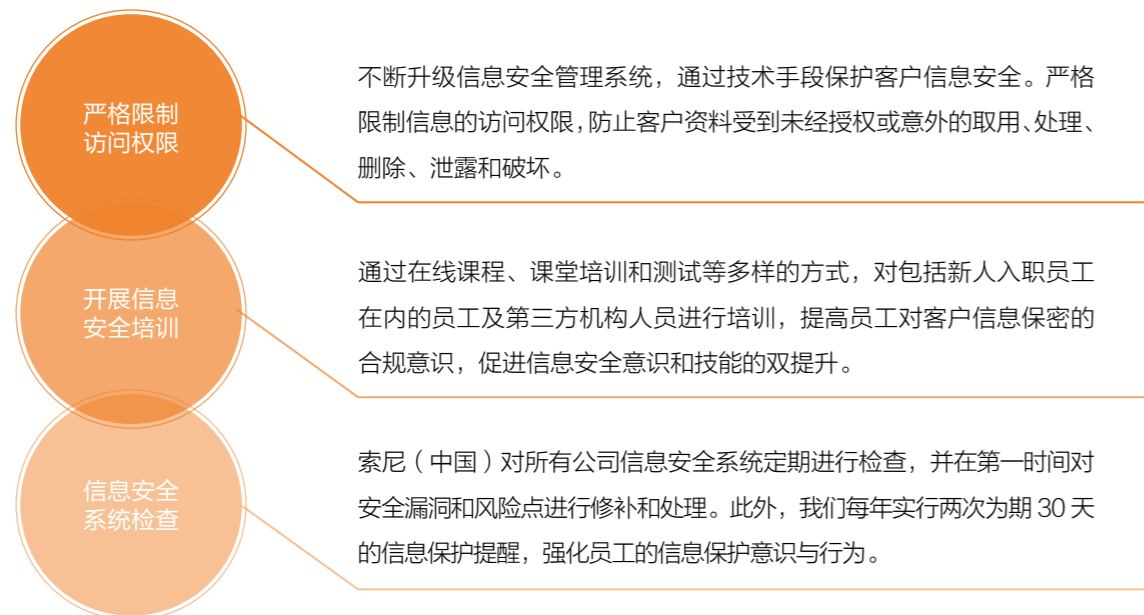
2016 年 11 月，索尼（中国）顾客互动中心——合肥运营中心举行了正式开幕仪式。中心的成立创造了上百个工作岗位，通过线上服务与线下维修站之间的紧密配合，高级技术人员对先进技术手段的综合运用，将推动合肥运营中心成为高水平的“技术型”呼叫中心，进一步提升运营效率和顾客满意度。



索尼（中国）顾客互动中心——合肥运营中心开幕仪式

信息安全

索尼中国坚持客户信息保护原则，遵循集团确保客户及交易伙伴等信息安全的承诺，全球全体董事、高级管理人员及普通员工都严格遵守《索尼全球信息安全政策》，接受集团首席信息安全官以及信息安全与隐私组织的领导和监督，对客户信息安全负责。2016 年，索尼中国未发生客户信息泄漏事件。



加强供应链管理

索尼专注于供应链管理和负责的原材料采购，与供应商和分包商密切合作，共同履行社会责任，在涉及人权、劳工、健康与安全以及环保等方面，与供应商积极开展对话并探索解决方案，设立供应商接听投诉热线，确保更为负责任的采购行动，推进供应链价值共享。

供应链管理

索尼中国严格执行《索尼供应链行为规范准则》，恪守公平、公正的采购原则，将社会责任融入供应链管理，不断深入与供应商的合作关系，开发、引入了与其他同行共享的“责任采购”框架，要求二级供应商遵守相关行为规范准则，加强供应商考核与认证管理，共同为客户提供安全、可靠的优质产品。

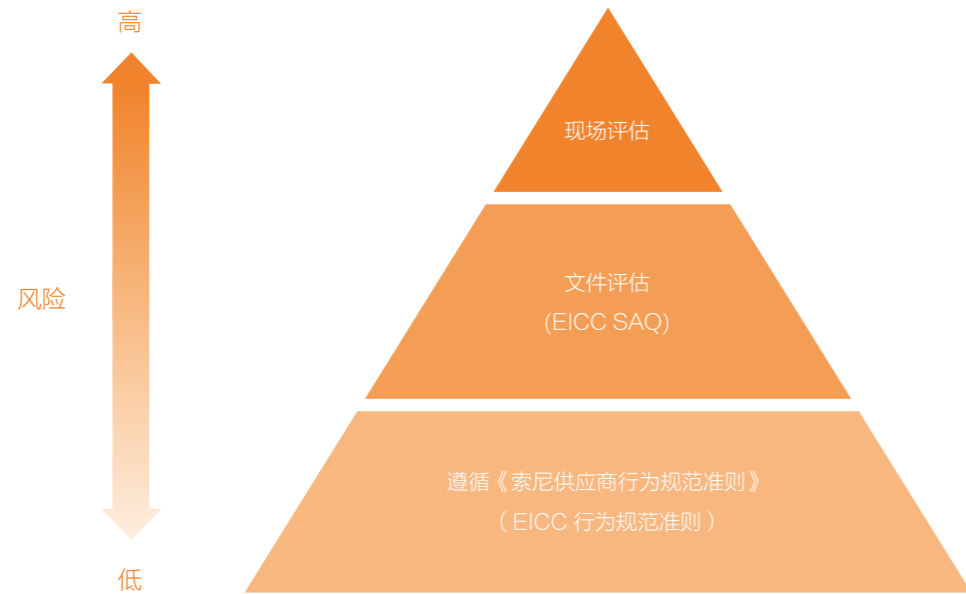
供应商选定方针

索尼严格管理供应商选择和评估程序，坚持公平公正原则，正确选择符合资格体系认证、合规履行责任的供应商，并对其生产、供应行为进行管控，确保为索尼的长期、稳定、持续发展寻找到可靠的供应商伙伴。新供应商需提交《供应商定点申请确认表》，经由不同部门直至公司经营会议和总经理审核通过，才能成为正式供应商。

供应商评估和监督

索尼要求供应商填写 EICC 问卷进行自我评估，并在主要 OEM 供应商中持续开展。根据结果，索尼评估供应商对行为准则的符合程度，以及供应商各个工厂是否有违规行为。作为风险评估的一部分，索尼开展供应商现场评估，以确认供应商对工厂的管理活动。并对工厂的改善方案提出指导，直至改善完成。2016 财年，索尼完成了对 20 个电子设备厂区与 175 家供应商的评估。

作为责任采购计划的一部分，索尼积极支持并持续参与同非政府组织的对话。通过加入电子产业行为准则（EICC）和全球电子可持续性倡议（GeSI），努力从社会和环境的角度改善电子产业中现存的供应链问题。索尼企业社会责任的最大价值在于利用索尼的创新经验、先进技术、产品、员工和合作伙伴的力量，共同提升责任绩效和社会影响力。



► 负责任采购

索尼支持在冲突区域推行负责任采购的倡议，并成为新出台的负责任原材料倡议的主要参与者之一，积极推行无冲突矿产化的政策，规定在采购中禁止购买来源于冲突矿产的产品、部件和材料，并要求供应商的原材料来源符合 EICC/GeSI 的无冲突冶炼厂计划（CFS）或其他可信度高的相关项目。

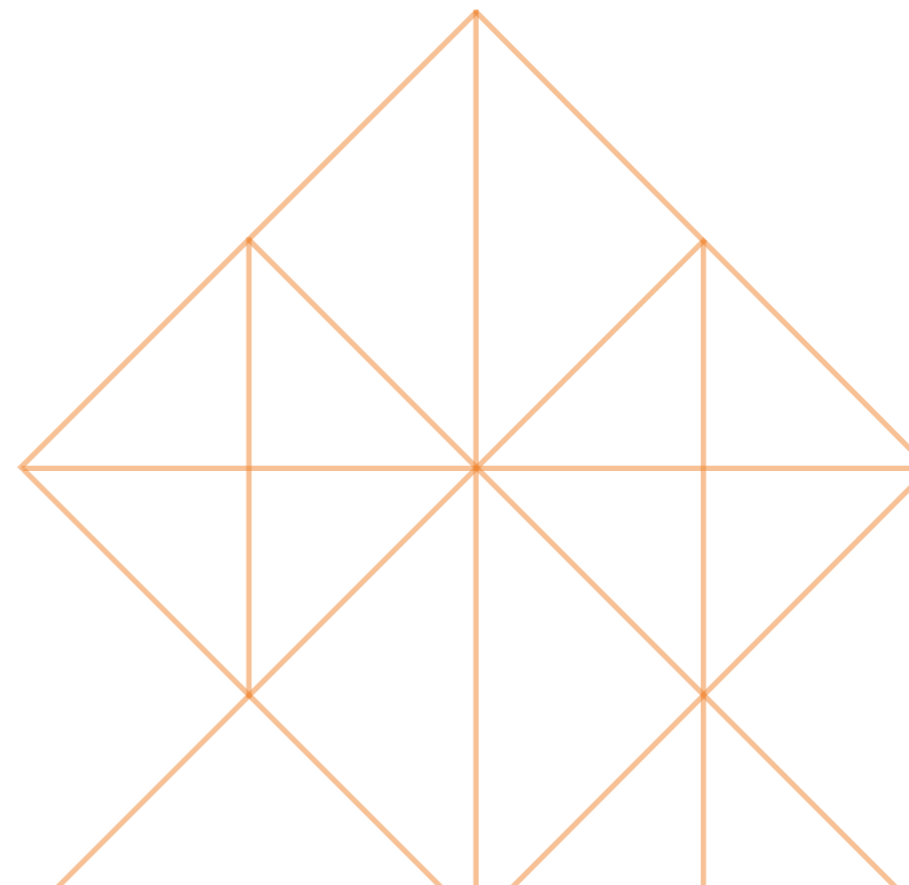
此外，索尼还积极与政府、商业伙伴、EICC 以及其他致力于解决冲突矿产议题的行业组织进行合作，并加入公共和私营部门责任矿产贸易联盟，致力于支持中非五大湖地区的责任矿产贸易，深入推动“无冲突”产品的全球合作。



利益相关方评价

初入索尼时，我就被一句话深深地吸引与打动：“成为一家激发和满足您好奇心的公司”，从而指引着我乐观并激情地工作。作为索尼互动中心的一员，我们一直致力于打造技术型呼叫中心，客户在使用产品的同时，会有各种各样的疑惑，而这时就需要我们在客户体验与使用产品的过程中，为他们带来魅力般的“感动”服务，倾听客户的声音，解决客户的问题，让每一位客户都能享受到温馨的服务，让更多的客户成为忠实“索粉”，这也是我们不懈努力并持续奋斗的目标。

——索尼（中国）顾客互动中心 李蒙





社区与教育

索尼中国秉持创新精神，通过产品技术、员工志愿者及伙伴关系建立，与当地社区合作，帮助解决挑战性的社会问题。在教育领域，索尼坚持“为了下一代”的责任理念，充分发挥索尼的技术创新和资源优势，拓展与不同利益相关方的战略性合作，催化青少年的创新思维，贡献社区和教育。

助力教育发展

在中国，索尼秉承“为了下一代”的企业社会责任理念，在教育和环保两大领域持续投入，利用自身技术和产品的优势，不断加强素质教育，推广STEAM教育理念，推动教育均衡化。



教育理念与指导方针

▶ 索尼探梦

索尼探梦科技馆是由索尼（中国）出资并提供全面支持的公益型科技馆，融汇了索尼最新数码技术和美国旧金山 Exploratorium 展馆经典科教展示经验，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、培养对科学浓厚兴趣的场所，开启着中国青少年对科学的好奇心，积极地支持了中国教育事业的发展。

自 2008 年索尼探梦开展科普下校下乡活动以来，截至 2017 年 6 月 30 日，已惠及北京、河北、江西、湖南、山西、陕西、四川等地 513 所边远地区学校师生 183,984 人；由于科普下校下乡活动受到广泛好评，自 2010 年，索尼探梦开始了科普万里行活动，截至 2017 年 6 月 30 日，足迹遍布 20 座城市，惠及 67,503 人。

案例 🔍

索尼探梦—科普万里行走进上海

2016 年 12 月，北京索尼探梦科技馆和上海自然博物馆共同举办的“科普万里行”活动，为上海的青少年们带来了 4 场精彩纷呈的科学实验表演，并让孩子们积极参与其中，充分感受趣味科普的超强震撼，激发了他们对科学的好奇与热情。

与此同时，孩子们还观看到了“索尼探梦”原创的“科普实验影片”。引人入胜的情节、通俗易懂的实验、生动有趣的科学现象，获得了在场所有人的好评。



活动现场为孩子们表演科学实验

▶ 索尼梦想教室

“索尼梦想教室”是索尼从 2013 年启动的公益项目，组织索尼员工志愿者以及大学生志愿者为孩子们带去生动、有趣的科学课堂。通过导入具有索尼特色的科学课堂，使孩子在“索尼梦想教室”中感受科学的乐趣，激发他们对科学的好奇心以及创造力，以“科技”助力，圆孩子们的梦想。

项目启动以来的 4 年间，“索尼梦想教室”项目已在全国 57 座城市建立 81 间梦想教室。目前，全国累计超过 30 所高校的大学生志愿者团队，为近 60,000 余名学生带去了梦想课堂，总计开展了 10,000 多课时的支教课程，影响了 4,000 多名老师。

案例

索尼“梦想教室”走进广西

广西三江侗族自治县独峒乡第二中学，是一所普通的乡村中学，教学设备相对匮乏，教学条件相当艰苦。9 月 2 日，由索尼（中国）有限公司主办的“索尼梦想教室”助学项目来到这里，为学校配备具有电子教学设施的“索尼梦想教室”，同时组织公司员工、大学生志愿者亲身前往学校参加支教活动。志愿者为孩子们现场展示了多种多样的科学实验秀，与孩子们一起制作科学小工具，为孩子们带来生动有趣的“科学课堂”。

通过本次活动，孩子们感受到了科学的乐趣。通过这种原创的科普实验课，激发他们对于科学的好奇心以及创造力，以“科技”助力，帮助他们实现自己的梦想。同时，推动了教育的均衡发展。

“看到孩子们一张张笑脸，感到由衷地高兴。希望‘索尼梦想教室’帮助更多的孩子发现身边科学的魅力，并享受科学带来的快乐。”

——索尼（中国）董事长兼总裁 高桥洋先生

“在广西，我们始终紧密配合自治区工商局的扶贫工作，双方携手在广西贫困地区开展助学活动。2015 年，广西的第一间梦想教室已经落成。今天，在美丽的独峒二中，我们又一起见证了第二间梦想教室的诞生，意义非凡。”

——索尼（中国）对外事务部总经理 吴克安先生



孩子们体验科普试验

环境教育活动

索尼中国不仅为大众提供具有魅力与特色的产品，也长期致力于开发更加节能环保的产品，并通过开展一系列形式多样、内容丰富的社会活动，引导全社会对于环境保护的关注，积极推动绿色消费与环保理念的深化，携手每一位消费者，共同为可持续发展做出贡献。

案例

2016 年“Hello Recycle”索尼全国大学生资源回收再利用宣传活动

随着中国电子行业的高速发展，电子产品更新换代和报废进入高峰期。作为全球电子产品制造公司之一的索尼，一直加强与政府、企业、高校的对话和沟通，开展电子资源回收再利用的实践活动。

2016 年，“Hello Recycle”（你好，回收）索尼全国大学生资源回收再利用宣传活动来到浙江工业大学，并举办“绿色生产 助力环境零负荷”主题环保论坛，共三百余名大学生参与论坛交流、发表环保主题宣言，并参加电子废弃物兑换。同时，举办索尼全国大学生生物多样性保护摄影大赛颁奖仪式，表彰优秀的大学生摄影作品。



大学生发表环保主题宣言

案例

索尼中国举办生物多样性活动

索尼长期以来，通过各种方式，致力于生物多样性的保护。2016 年 8 月 31 日至 9 月 30 日，索尼（中国）举办了主题为“哇！喔！生物多样性——索尼发现并传递自然之美”活动，号召索尼在华 14 家企业员工及其家属拍摄自然中的生物，通过微信或微博对外分享，向更多人传递大自然之美，讲述生物和生态系统相关的故事，让更多人认识到生物多样性的重要性。本次活动共收集到内外部作品近千件，点赞数达到了 42,329 点，不仅得到员工的积极响应，也将环保理念传递到了更广泛的区域。



索尼在华各企业员工参加活动

案例

索尼碳汇林——2017 年地球日植树活动

2017 年 4 月 22 日是世界地球日，索尼迎来了已连续举办 14 次的北京志愿植树年度活动。索尼(中国)董事长兼总裁高桥洋与在京相关单位的员工志愿者、家属和索粉代表，来到密云“索尼碳汇林”进行植树和林木养护活动。活动现场，高桥洋先生和志愿者们种下了 100 余株白皮松、柞柳、栓皮栎树苗，并和索粉代表一起种下了“索粉树”，用实际行动践行索尼的环保理念。



志愿者、家属、索粉代表参加植树活动

案例

“哇！哦！生物多样性活动”进校园

2016 年 11 月，索尼精密部件(惠州)有限公司在惠州市湖山小学开展对外环境教育活动。本次活动除了捐赠教学物资，还开展了“哇！哦！生物多样性活动”。通过给学生们讲解生物多样性知识、开展室外生物多样性认知等活动，不仅让孩子们认识自然生态，了解物种的多样性，而且还培育了学生关心周围环境、爱护自然界生物的意识。



对外环境教育活动

案例

“斜土·索广·南洋(初)杯”上海市青少年 OM 环保系列赛

2016 年 12 月，上海索广映像有限公司举办了 2016 徐汇区“斜土·索广·南洋(初)杯”青少年环保 OM 系列赛。活动旨在将头脑奥林匹克的活动形式与“低碳行动”的环保主题相结合，将科技、环保、美术融于创作，丰富环保活动的形式及内涵，提升青少年的环境保护意识，约有 300 多名学生报名参加了活动。



青少年环保 OM 系列赛开幕仪式

专长服务社会

索尼在中国的发展已经走过了近 40 年的历程，始终不变的是“与中国共同发展”的决心与努力。索尼长期致力于推进在华企业社会责任活动，推动运营所在地的发展，利用索尼的技术、资源优势助力中国社会问题的解决。

案例

积极参与社区共建

上海索广电子有限公司积极践行中国政府的精准扶贫政策，依托自身产品、技术优势，长期致力于美好社区的建设。自 2014 年 3 月与崇明陈家镇先锋村结对帮扶活动以来，陆续参加了三轮城乡党组织结对帮扶活动，从多个方面帮助张塘村实现更好的发展，具体合作项目包括：提供文娛用品、协助筹建公益基金、为大学生提供实习就业机会、为当地农副产品提供销售平台等。该项目实施 3 年来，销售农副产品逾千斤，助力地区经济增长，村民生活水平提高。



项目签约仪式

案例

助力青年摄影师职业发展

“索尼青年摄影师发展计划”是索尼(中国)有限公司为推动中国摄影事业的发展，在全球性摄影大赛“SWPA(索尼世界摄影大赛)”成功举办多届的基础上，从 2015 年起启动的针对中国青年摄影师的发展项目。此计划旨在帮助更多有才华的中国青年摄影师实现摄影创作梦想，推动摄影文化在青年人群中的普及，为中国青年摄影师搭建推介、交流平台。



青年摄影师邵广红作品《我的孩子们》

2017 年 1 月，索尼(中国)启动“索尼青年摄影师发展计划”，通过评审的 20 位优秀青年摄影师每人获得由索尼中国提供的全幅微单™ 器材一套(机身+镜头)以及相应的项目支持资金(最高一万人民币)，以帮助他们完成自己的拍摄计划并实现职业发展。此外，索尼及其主办方将会借助自身平台优势，大力推广优秀作品，助力中国青年摄影师实现梦想，推动摄影文化的全社会普及。

志愿者活动

作为企业公益战略的一部分，志愿者文化已经成为索尼中国企业文化中必不可少的一部分，通过将企业的战略目标与员工个人实际行动的有机结合，不断推动在华公益事业的发展与进步。

索尼持续用爱来关怀中国千千万万的儿童，让爱汇聚、传递。同时，充分发挥企业资源、技术、产品优势，落实中国精准扶贫战略，为贫困地区的教育发展带来新思路与新方法。

索尼“志愿者公益周”项目是索尼公司集在华所有子公司、工厂的资源 and 力量，在“一个索尼 (One Sony)”的理念下，全新推出的公益项目形式。与以往单一公益活动不同，在公益周期间，索尼在华子公司、工厂，千名以上员工都将参与其中。项目包括员工植树、社区公益服务（尊老，敬老，老人健康咨询，维修家电等）、废弃电子物回收、儿童科学课堂体验日等。

案例

“索尼志愿者公益周”系列活动

2017 年 4 月，索尼（中国）员工志愿者及索粉代表一行 19 人来到云南省昭通市梭山乡的两所小学，为学校捐赠了电子教学设备、教具、文具、生活用品等，并给孩子们带来了形式、内容丰富的趣味课堂，还为高年级的女孩子们带来了安全教育及生理知识课程。

在公益周活动期间，上海索广电子有限公司的员工志愿者为社区居民进行了电子产品的免费维修和使用咨询；电脑、网络等软硬件的免费相关咨询服务，并带来了专业的医疗设备，为居民量血压、进行常见病咨询等。另外，志愿者们还为阳光之家（残障人士）和退休军人干部疗养院打扫了卫生。



志愿者活动合影留念



索尼志愿者公益周活动

案例

关爱弱势群体

2016 年 10 月，索尼数字产品（无锡）有限公司在和平电影院开展了第七十一次“心聆感影”为盲人讲电影活动。围绕“心聆感影”的主题，通过播放无障碍电影的形式，对普通电影进行重新剪辑，增加了大量的配音解说，通过描述人物形象、位置、意境、表情和动作等，让视障人士更好的欣赏电影。

此次“无障碍公益电影”活动的举办，获得了很好社会反响。不仅让广大视障人士以普通人的生活方式融入社会，让他们与普通人以平等的方式互相欣赏、关爱、互融，还让他们感受到了电影艺术的魅力，激发了积极主动交流的意识，为他们打开了“心灵之窗”。



索尼志愿者、盲人合影



利益相关方评价

团中央与索尼公司携手，把‘索尼梦想教室’纳入“中国大学生社会实践知行促进计划”中，号召全国的大学生参与活动，一起为孩子们的未来奉献力量！非常感谢索尼公司一直以来为中国教育事业做出的贡献，团中央会继续支持“索尼梦想教室”项目。同时，我们也号召更多的企业、社会团体和个人一起共同为中国的青少年儿童教育献力。

——共青团中央学校部副部长 李骥



迈向零负荷

索尼各项经营活动的展开，离不开整个地球环境的健康。为此，我们决心应对气候变化、保护地球资源、管理化学物质、保护生物多样性，并采取各项必要措施来保护环境。为了实现这一承诺，索尼中国致力于在产品生命周期和经营活动中实现环境零负荷的长远目标，以卓越的技术和能力不断创新，不仅减少经营活动中对环境的负面影响，同时开发和提供环境友好型产品及服务来满足消费者的需求；与利益相关方合作，积极推进环保活动，共同建设一个更加可持续发展的社会。

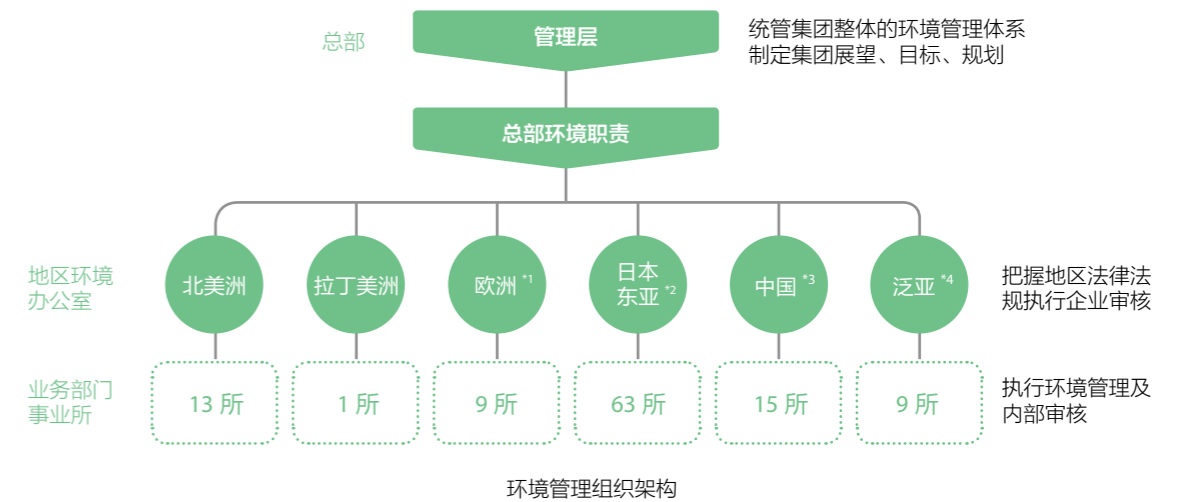
环境治理之道

索尼为保护人类赖以生存的地球环境，不仅关注现在更着眼未来。为实现可持续发展社会，在企业日常运营及产品生命周期中，提出实现环境零负荷的长远目标。为达成这一长远目标，索尼制定了“Road to Zero”的环境计划，持续推进环保活动。

通过各项环保举措，积极开发环境友好型产品和服务，从企业战略到运营实践全面减少自身经营活动对环境的负面影响。同时鼓励整个价值链践行环保举措，并呼吁广大民众和消费者做出行动，共同助力实现环境保护目标。

▶ 全球环境治理体系

为实现绿色管理目标，索尼集团在全球运营范围内构建环境管理体系，不断完善环境组织结构，明确总部和各地区环境办公室职责，保障索尼环境保护目标的落实。截至 2017 年 3 月 31 日，索尼全球的认证对象数量已达 110 个，索尼在华企业中的所有工厂均取得 ISO 14001 整合认证，纳入索尼全球环境管理体系。



认证对象数量全球合计 110 个

*1 覆盖范围：欧洲各国、土耳其、以色列、俄罗斯、旧苏联各国（不包括塔吉克斯坦、土库曼斯坦、乌兹别克斯坦）

*2 覆盖范围：日本、韩国和台湾地区

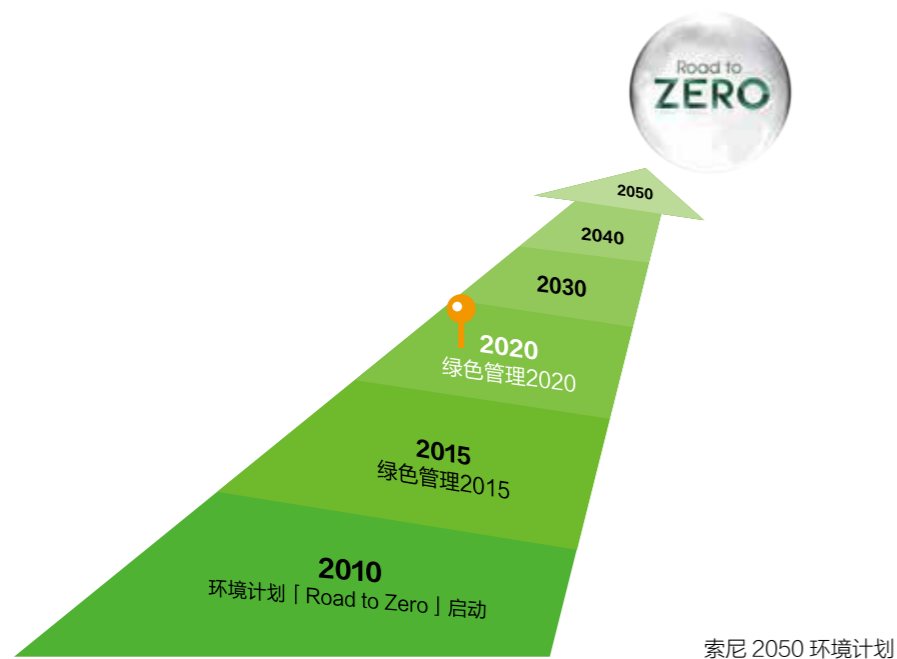
*3 覆盖范围：中国大陆和香港

*4 覆盖范围：亚洲其他国家或地区（不包括前面提及的亚洲国家或地区）、蒙古、中东、大洋洲和非洲、塔吉克斯坦、土库曼斯坦、乌兹别克斯坦

环境计划

着眼于未来地球环境，索尼提出“走向环境零负荷”环境目标，并基于这一目标制定了“Road to Zero”的环境计划。在该项计划中，将 2050 年设定为“环境零负荷”的完成年。为完成这一目标，设定各个时期的环境中期计划，由 2050 年逆向推算而得出各中期计划目标值。

2016 年，索尼发布了以 2020 年为目标年的第二个环境中期计划「Green Management 2020」。不仅仅是电子业务，还为包括娱乐业务领域在内的整个集团设定目标值，为了实现各项计划，充分发挥各自优势，积极开展环保活动。



关注地球环境

面对资源枯竭、气候变暖、生态恶化、废弃物污染等一系列日趋严重的环境问题，索尼坚持可持续发展的理念，在气候变化、资源利用、化学物质、生物多样性几大领域积极行动，为保护地球环境采取切实的行动。

气候变化 - 温室气体排放最小化

在零部件与原材料的采购、制造、运输、产品使用过程以及回收利用等产品的全生命周期中，索尼都致力于削减温室气体的排放量。为了拓宽减排渠道，我们呼吁外协制造商和零部件供应商减少温室气体排放。

资源 - 新开采资源使用量为零

索尼在各项事业活动和产品的全生命周期中实行“投入资源的最小化”和“再资源化的最大化”策略。推动产品的轻量化，提高事业所的资源利用效率。同时，积极采购再资源化的原材料和零部件，最大限度地实现产品的资源循环利用。

案例

摆脱资源依赖，索尼研发再生塑料 SORPLAS™

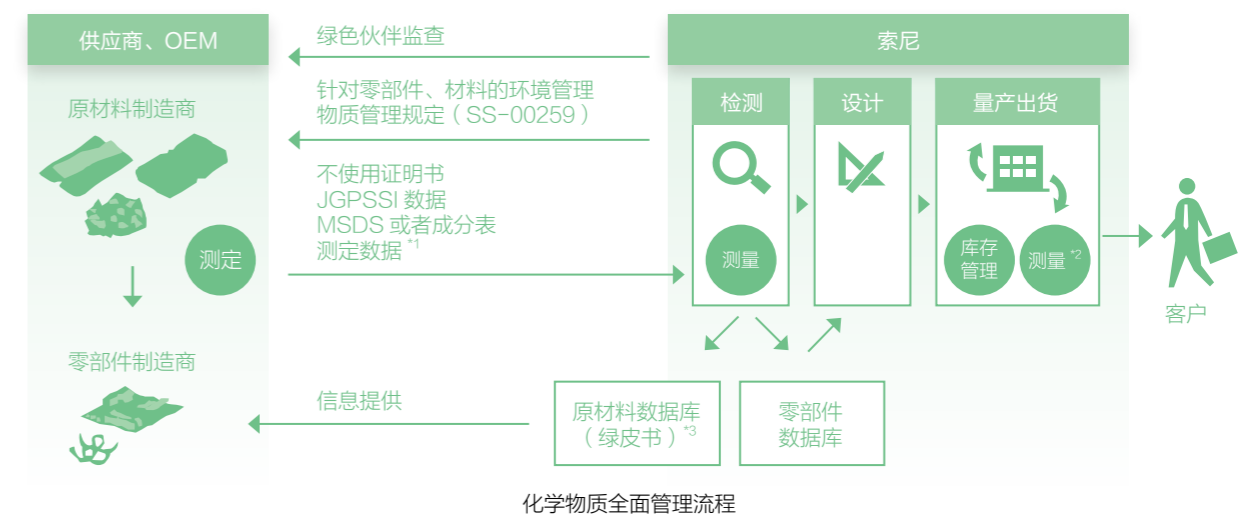
制造业依赖于塑料，作为塑料主要原料的石油是一种不可再生的资源。长久以来索尼为了充分地利用资源，在削减塑料使用量的同时，积极导入再生塑料，并且成功研发了再生塑料 SORPLAS™。添加索尼独自开发的硫系阻燃剂使 SORPLAS™ 再生材料提升至 99%。根据测算，在生产 SORPLAS™ 过程中最高可以降低 80% 的二氧化碳排放量。



SORPLAS™ 拥有耐热性和耐久性、耐冲击性等优势，可以广泛应用到电子产品中。另外，除了材料本身的优势之外，SORPLAS™ 还拥有精湛的表面处理工艺，无需另外刷漆或抛光。作为一种阻燃再生聚碳酸酯材料，不仅仅可以应用于电子产品中，还可以应用于其它领域。索尼将持续改进 SORPLAS™，并将其导入多种产品的生产，雄厚的实践基础使我们有信心将它供应给其它制造厂商，以此推动可再生材料的全社会普及。

化学物质 - 从原材料开始全面管理

索尼制造销售的电子产品由数百上千的零部件构成，每个零部件中含有各类化学物质。这些化学物质在废弃阶段如果不妥善处理可能会污染环境。为严格管控这些化学物质，索尼严格遵守中国《电器电子产品有害物质限制使用管理办法》要求，同时在相关业务伙伴中导入索尼独有的化学物质管理技术标准《零部件和材料中的环境管理物质管理规定（SS-00259）》，根据这个标准对索尼产品的零部件及材料采取全球统一的化学物质管理标准。



*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

生物多样性 - 与自然共存

索尼沐浴大自然的恩惠开展业务活动，同时也对自然环境带来一定影响。为保护生态平衡，索尼从业务运营和地域贡献活动两方面致力于保护生物多样性。

案例

保护东江，维护生态平衡

索尼精密部件（惠州）有限公司所在的东江水域长期被处于生长期的水浮莲遮蔽，生态环境面临严重威胁。为切实履行社会责任，公司组织员工志愿者开展打捞水浮莲活动。

2016 年 7 月，公司志愿者们登上惠州市水上环卫所提供的打捞船，来到水浮莲泛滥的河段，在烈日炎炎下开始了打捞作业，共打捞了 6 船水浮莲（约 3.5 吨），用实际行动践行环境保护的理念。



索尼志愿者参加打捞活动

案例

汉石桥湿地认知及低碳科普活动

2016 年 12 月，索爱普天移动通信有限公司组织员工及家属游览了汉石桥湿地。通过参观、了解湿地以及鸟类生态系统的基本状态与目前保护现状，学习如何将污水通过植物过滤以实现循环利用，让大家充分感受到湿地对于鸟类生存的重要作用，呼吁大家保护珍稀的湿地资源，保护湿地鸟类的多样性。



活动现场合影

绿色生命周期

索尼以在整个产品生命周期中对环境负责的态度开展经营活动为目标，将产品生命周期划分为 6 个阶段，并通过一系列行动践行我们的承诺。

产品、服务的策划及设计 - 受环境启发的产品制造

利用索尼的创造力和技术能力，加快导入产品的环保功能。在电子产品、娱乐等各业务领域充分发挥各自特色，努力降低环境负荷。

案例

索尼 α7 系列产品：实现巨大的资源节省效果

不同于传统意义上对于图像传感器的理解：其尺寸越大，画质越好。索尼 α7 系列产品上装配了实际尺寸为 35mm 的图像传感器，机身小巧。为了实现这一突破，所有零部件以 0.01mm 为单位逐一改造，有了每个细节上孜孜不倦的努力，最终 α7 和索尼既有单反相机相比，整体体积大约减少 42%（与 α99 相比），同时也收获了节省资源的巨大成果。



索尼微单 α7

索尼在中期环境目标「Green Management 2020」中，制定了产品的年度耗电量削减目标、资源节约、化学物质管理等目标。设定各产品对应的目标值，对所有产品进行环境评估，努力开发环保型产品。



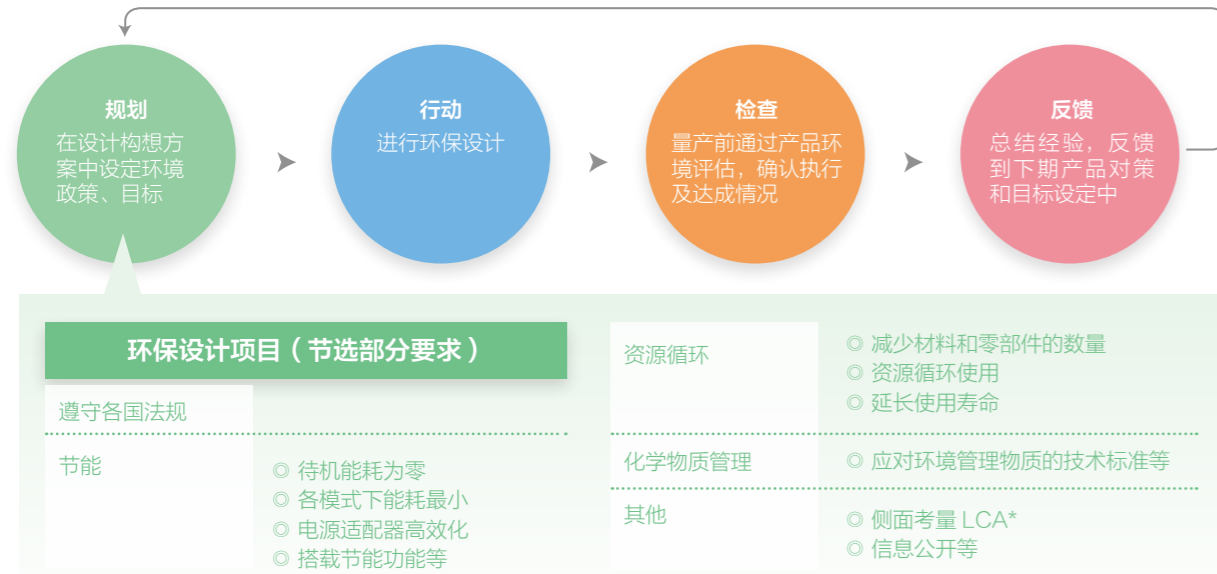
▼ 提出

▲ 报告



产品环境目标管理流程

另外，索尼致力于为顾客提供安心愉悦的环保产品。为此，创立了适用的环保设计基准，力求创造高性能和新技术以及优异的环保产品。



*LCA 产品生命周期的略称

产品环境目标管理流程

运营 - 全球统一的环境目标

索尼针对温室气体排放、废弃物等制定了全球统一的目标，将自身工厂、办公室的环境负荷最小化同时，推动零部件、原材料供应商和外协制造商开展节能等活动，为降低整个价值链的环境负荷而努力。



索尼在华企业节能举措

原材料及零部件采购 - 与采购商确立合作关系

索尼一直以来都和供应商一起严格管理化学物质，同时也从节能、节水等方面和供应商共同努力，为实现环境零负荷积极展开行动。

在中期计划 GM2020 中，除降低自身运营中的环境影响之外，索尼还致力于减少整体价值链（包括生产合作活动伙伴等利益相关方）带来的环境负荷。索尼要求其主要生产合作伙伴及供应商监测他们的二氧化碳排放量、用水量和废弃物，并要求他们降低其使用量。具体说来，索尼将要求他们每年降低 1% 的温室气体排放量及相应的耗水量。同时，索尼还将要求主要供应商设立独立的温室气体排放及用水量目标，以进一步降低他们的环境影响。

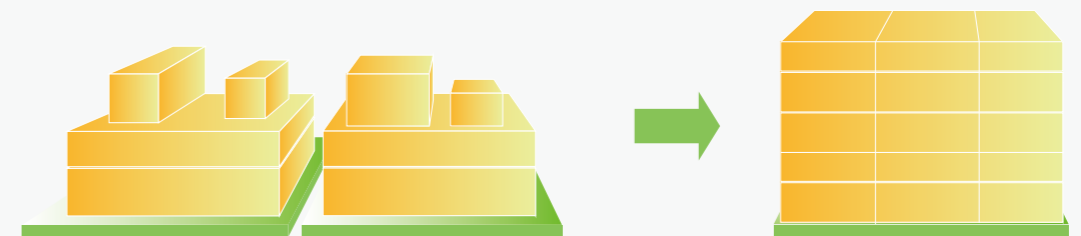
包装与物流 - 简化产品包装，优化运输流程

索尼在华企业对包装材料进行综合管理，使用轻量化和更节省资源的包装运输材料，并对其进行合规、环境影响、化学物质管理等方面的综合评价。在降低运输成本、提高运输效率的同时，减少能源和资源消耗，削减产品运输过程中的 CO₂ 排放量，力求实现环境零负荷。

案例

包装物流环节的资源节约措施

面对包装与物流环节中的废弃物污染及资源浪费、空间使用效率低等问题，索尼物流贸易（中国）有限公司，联合销售公司、工厂共同改善仓储空间，通过提高仓储运营效率和空间利用率，削减仓储空间约 20,600 平方米；通过对不同尺寸的货物混载出货，改善出口货物的捆包方式，每年减少消耗纸托盘约 2,000 个，缠绕膜约 400 卷，从而减少了捆包材料、作业工时、托盘运费等，每年削减量估算约 220.5 万元人民币。通过在货物装载和仓库空间布局等方面采取合理的改善举措，显著地节约了物料资源，有效地利用仓储空间，不仅具有明显的环境效益，也为公司带来了良好的经济价值。



改善前：托盘不满托，相同目的地相同的箱子混载在同一托盘上。不同箱子分别捆包。空运时，原本可以 1 个托盘的货物分由好几个托盘分别运送。

改善后：开发升级 SWS 系统，混载相同目的地不同尺寸的箱子，从而减少多余的托盘购买费用，减少捆包材料，作业工时，托盘的费用等。

回收及循环利用 – 考虑到使用后的环境活动

索尼积极承担消费者使用完产品之后的处理责任，首先当然是生产易于回收的产品。同时也根据不同地区的社会需求构建回收体系，推进使用后产品的回收利用及再资源化。

案例

开展回收再利用培训

索尼电视机事业部自 2006 年开始定期安排设计人员到日本废弃电器拆解处理厂 Green Cycle 有限公司开展回收利用培训。在培训中，员工先参观工厂的电视机拆解生产线，然后亲自动手拆解液晶电视，听取 Green Cycle 有限公司的现场负责人对电视机拆解现状和要求的反馈、交换意见。通过这类培训，设计人员充分了解电视机拆解作业的难点和改善点、再利用资源分类的重要性等，并把这些知识运用在电视机产品设计中，从产品设计环节就充分考虑资源再利用。

创新 – 低环境负荷的业务模式

索尼在推进开发环境技术的同时，不断努力创造出低环境负荷的业务模式。索尼在华企业将节约资源、减少能耗与浪费的环保思想融入公司的日常运营中，积极响应绿色管理 2020 节能目标，在节能以及更广泛的环保领域全面开展主题活动。大力推行无纸办公、节能照明、视频会议等绿色办公方式，实施包括引进设备、提高能源利用效率、改善工作流程等多种多样的措施来降低环境负荷，履行环保责任。

2016 财年节能降耗活动列举

主题	活动措施	成效与荣誉
索尼精密部件（惠州）有限公司 水冷式磁悬浮空调导入	计划将耗能高的风冷式风冷空调，更换为新型耗能低的水冷式水冷磁悬浮空调。	温室气体排放量削减：1278 吨 -CO ₂ /年 电费削减：146 万元 / 年
上海索广映像有限公司 推进节能体制	进行节能巡回、空调·冷气系统运行最优化。更换为 LED 照明。管理和制造合作，最优化生产计划等。	达成了 FY16OB (11476ton CO ₂) 的目标，实际为：11221ton-CO ₂ (176ton 减)
上海索广电子有限公司 新热熔机能耗改善	开发硬件上具备节能功能的热熔机；程序中增加：空闲时间，设备自动切断加热管和手动立刻切断热管加热。	每台热熔机一年节约经费约 190 元电费 横展开后（30 台新旧替换）每年可节约 5700 元电费
索爱普天移动通信有限公司 加湿系统改善	通过冷却塔安装水喷淋系统，更有效地冷却目标供水。	温室气体排放量削减 150.8 ton/ 年，成本削减 20,000 RMB/ 年
索尼数字产品（无锡）有限公司 空压机运行方式变更	变更 B 栋空压机运行方式：主供由阿特拉斯空压机切换至神钢空压机；备供的阿特拉斯空压机自动变频调节运行	电力：▲ 130KWH/D CO ₂ 削减：▲ 0.09t/D 设备寿命延长 3-5 年

推进低碳运营

全球气候变化问题，对当今世界高度依赖自然资源发展的社会经济发展模式提出了挑战。联合国可持续发展目标十三中指出，应采取紧急行动应对气候变化及其影响。一直以来，索尼持续致力于推进绿色运营，应对气候变化，助力可持续发展目标的实现。

案例

低碳节能行动

上海索广电子有限公司在生产中大力推进低碳节能活动：引进先进的低能耗实装设备，并请技术人员对日本进口的设备和排风管道进行了节能改造。此外，设施部门还对空调的运行管理进行了改善，成果显著：其万元产值综合能耗在行业内处于领先地位，能耗仅为 0.007 公斤标煤，远远低于行业万元产值 0.017 公斤标煤的标准。基于在低碳节能领域的优秀实践，公司还被评为“上海市节能减排活动优秀企业”。

索尼公司环境方面所获的荣誉一览：

公司	获得时间	荣誉称号	评奖机构
索尼数字产品（无锡）有限公司	2016	索尼数字产品（无锡）有限公司 2016 年度“生态文明公益奖” 已连续两年	无锡市新区环境保护委员会
索尼精密部件（惠州）有限公司	2016	惠州市最佳志愿者服务组织	惠州市志愿者服务联合会
上海索广电子有限公司	2017	认建认养荣誉证书	上海市绿化委员会

环境责任和绩效

索尼集团环境数据

◆ 环境效益

环境效益计算公式：环境效益 = 销售额 / 环境负荷（环境指标）

温室气体指标 = 事业所的温室（换算为 CO₂）总排放量 + 产品使用时 CO₂ 排放总量 + 物流环节 CO₂ 排放 - 温室气体削减贡献量

资源指标 = 事业所废弃物最终处置量 + 产品资源投入量 - 循环再利用材料使用量 - 产品再资源化的量

① 温室气体控制效益

（单位：万吨 -CO₂）

年度	事业所的温室 (换算为 CO ₂) 总排放量	产品使用时 CO ₂ 排放总量	物流环节 CO ₂ 排放	温室气体 削减贡献量	环境效益 (倍)
2015	132	1,377	26	5.3	1.3
2016	138	1,110	23	7.8	1.48

② 资源效率

（单位：万吨）

年度	事业所废弃物 最终处置量	产品资源投入量	循环再利用 材料使用量	产品再资源化 的量	资源宏观指标	环境效益 (倍)
2015	0.4	60.6	7.8	6.5	46.7	3.76
2016	0.1	56.8	7.1	7.7	42.2	3.9

◆ 大气污染物质、水污染物质排放情况

（单位：吨）

年度	大气污染物质		水污染物质	
	NO _x	SO _x	BOD	COD
2015	133	8	288	12
2016	87	6	284	16

◆ 环境成本^{※1}

（单位：亿日元）

年度	工厂的环境活动费用	环境技术开发费用 ^{※2}
2015	4	209
2016	3	216

※1 包含索尼本社的电子业务关联企业的支出

※2 企业研究所及索尼集团内的环境技术开发费用

索尼在华企业、工厂环境数据^{※1}

年度	能源 (吨二氧化碳)			合计	水: 立方米		废弃物 (吨)		
	范围 1 ^{※2}		范围 2 ^{※2}		水使用量 ^{※3}	排水量	废弃物产生量	回收量	填埋量
	非能源因素	能源因素	能源因素						
2015	1,963	7,755	179,844	189,562	1,047,163	768,593	8,623	7,814	0
2016	1,278	6,196	59,256	66,730	421,518	413,721	3,253	2,577	41

注: ※1 按照索尼全球环境管理而分区, 索尼在华企业数据包含了中国大陆和香港地区。

※2 温室气体排放分为直接排放 (范围 1), 基于电力或热能使用的间接排放 (范围 2)。

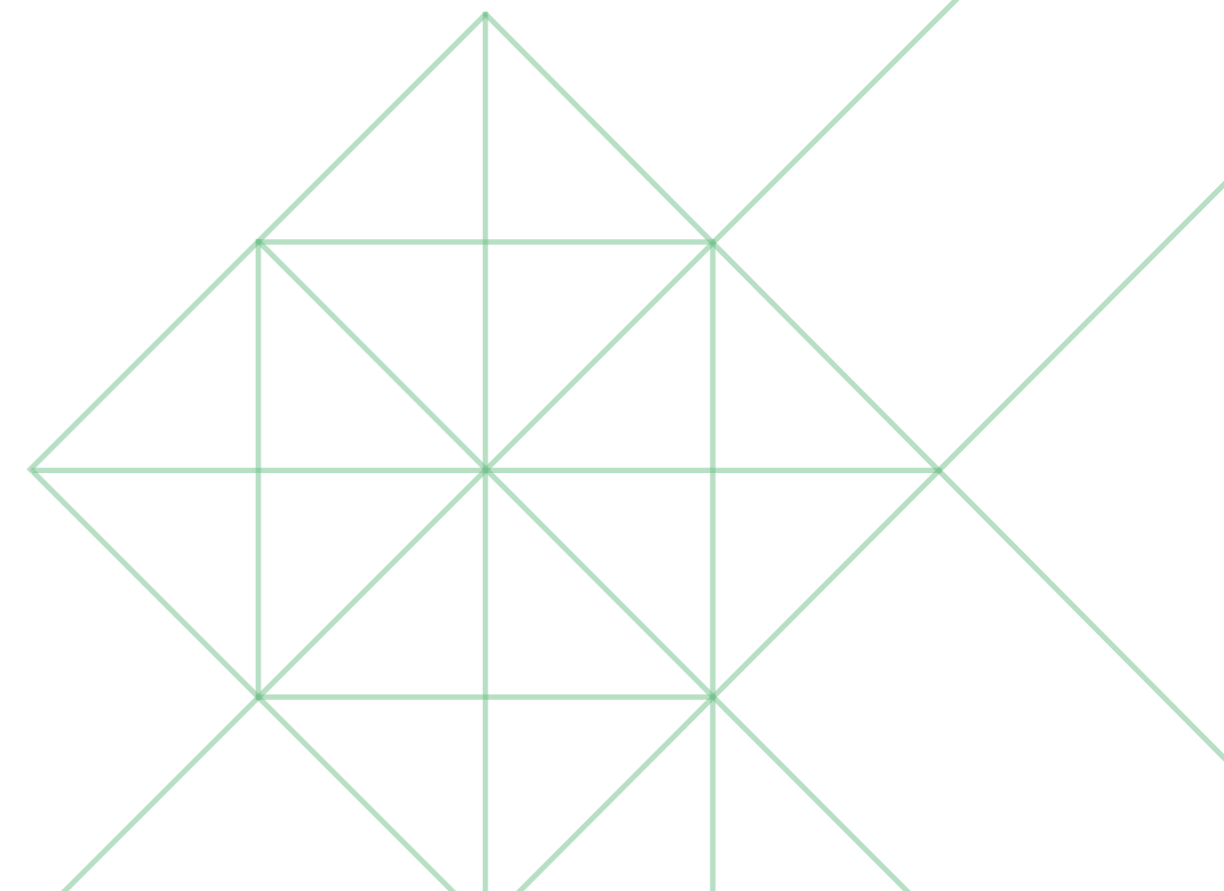
※3 水使用量减掉水涵养贡献量。



利益相关方评价

绿色消费是生活方式绿色化的重要标志。我们希望通过 Hello Recycle 活动的举办, 携手家电制造企业, 向全社会共同倡导生产和生活方式绿色化。同时, 我们也号召青年人积极倡导绿色低碳、勤俭节约的生活方式和消费模式, 用实际行动感染身边的人, 践行绿色生活。

——环境保护部宣传教育中心代表



展望

2016 年是索尼集团总裁兼 CEO 平井一夫提出的“中期计划”第二年，也是索尼架构调整之后的第二年，索尼集团的营业利润回到了预期水平，而且中国区业务也实现了恢复性增长。同时，索尼在华的社会责任工作也在持续稳步推进。秉承“根植中国，长远发展”的宗旨，以“创新、协调、绿色、开放、共享”五大发展理念为指导，将“一带一路”倡议作为企业实现可持续发展的关键，索尼（中国）充分发挥自身产品、技术、资源等优势，为各行各业提供问题解决方案。同时，不断推动员工、产品、教育、环境等几大领域的社会责任创新实践，关注各相关方需求，共同为实现可持续发展的美好社会贡献力量。

未来一年，索尼（中国）将持续发力，时刻关注消费者需求，在影音娱乐等优势领域，不断推动产品升级，通过高端战略产品，引领中国社会品质化、个性化、时尚化的生活。积极践行“以技术贡献社会、以科技推动人类社会”的经营理念以及“为了下一代”的社会责任理念，倾听利益相关方的诉求，整合企业内部技术、管理优势，扎根中国，积极寻求与中国政府以及各业务主管部门的合作与交流，创新社会责任旗舰项目的实施。针对“精准扶贫”政策，开发具有影响力、可复制性的项目，不断提升企业社会责任领导力。

秉承“一个索尼”的社会责任战略，我们将不断完善企业社会责任工作体系，探索责任管理和推进模式。以在产品技术、娱乐内容与服务领域的极大激情和对于卓越产品的不懈追求、创新精神，激发广大消费者的好奇心与想象力，不断提供具有行业引领性的产品与服务；在索尼，我们将人才视为企业实现可持续发展的关键资源，并将持续践行“以人为本”的管理思想，实现员工与企业共同成长；继续加大在教育领域的投入，充分利用自身的产品与技术优势，催化青少年创新思维，为社会问题的解决贡献自身力量；联合国可持续发展目标是我们未来开展有关工作的行动纲领，在应对气候变化方面，我们将通过各项创新举措，减少产品生命周期全过程中对环境带来的负面影响，向“环境零负荷”目标迈进。

索尼在中国已经运营将近 40 年，有高潮也有低谷，然而不变的是我们对品牌的责任感，对社会责任履行不懈的追求。我们将继续发挥科技、产品、创新优势，与各利益相关方一道，践行企业社会责任承诺与理念，为可持续发展目标的实现贡献力量。

不忘初心，砥砺前行。

责任荣誉

2016 年

索尼（中国）荣获中国企业社会责任联盟颁发的 2016 年第二届“企业社会责任中国教育奖——最佳可持续发展奖”。



索尼（中国）在人民网举办的“第十三届中国消费电子产业高峰论坛暨‘工匠精神’颁奖盛典”上荣获“2016 年度匠心企业奖”。



索尼（中国）在由《公益时报》联合九家基金会共同发起的 2016 中国公益年会中荣获“百家 2016 年度中国公益企业”奖。



索尼探梦原创科普影片《探梦实验室》在“智创未来”2016 爱奇艺年度教育盛典上，摘得“年度最受欢迎教育品牌”奖项。



上海索广映像有限公司总经理羽嶋仁荣获上海市政府颁发的“白玉兰纪念奖”



2017 年

索尼探梦科技馆荣获中国科协颁发的“2016 年度全国优秀科普基地奖”。



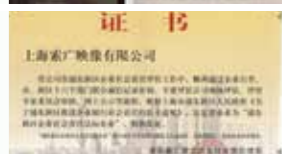
索尼探梦科技馆荣获北京市教委颁发的“第十一届北京阳光少年活动优秀组织奖”。



索尼（中国）荣获商务部《WTO 经济导刊》颁发的“金蜜蜂 2016 优秀企业社会责任报告·长青奖”。



上海索广映像有限公司荣获“浦东新区企业社会责任达标企业”



报告指标索引

GRI 指标索引

一般披露	GRI 指标内容	页码
战略及分析	G4-1 机构最高决策者（如 CEO、董事长或相当的高级职位）就可持续发展与机构的相关性及机构可持续发展战略的声明	2-3, 8-9
	G4-2 描述主要影响、风险及机遇	2-3
机构概括	G4-3 机构名称	6
	G4-4 主要品牌、产品和服务	4-7
	G4-5 机构总部的地点	6
	G4-6 机构在多少个国家营运，在哪些国家有主要业务，或哪些国家与报告所述的可持续发展事宜特别相关	6
	G4-7 所有权的性质及法律形式	7
	G4-8 机构所供应的市场（包括地区细分、所服务的行业、客户 / 受患者的类型）	6
	G4-9 机构规模	6
	G4-10 按雇佣合同和性别划分的员工总人数	17
	G4-11 集体谈判协议涵盖的员工总数百分比	17
	G4-12 描述组织的供应链	33-35
确定的实质性方面与边界	G4-14 解释机构是否及如何按谨慎方针或原则行事	10-15, 29, 31-33
	G4-15 机构参与或支持的外界发起的经济、环境、社会公约、原则或其他倡议	9
	G4-17 列出机构的合并财务报表或同等文件中包括的所有实体，说明在合并财务报表或同等文件包括的任何实体中，是否有未纳入可持续发展报告的实体	关于本报告
	G4-18 说明界定报告内容和方面边界的过程，说明机构如何应用“界定报告内容的报告原则”	关于本报告，14
	G4-19 列出在界定报告内容的过程中确定的所有实质性方面	14
	G4-20 每一个识别出的实质性议题，都标明它的范围及界限的限制	14
	G4-21 每一个识别出的实质性议题，都标明在组织之外的范围及界限的限制	14
利益相关方参与	G4-24 机构的利益相关方列表	15
	G4-27 利益相关方参与的过程中提出的关键主题及顾虑，以及机构回应的方式，包括以报告回应。说明提出了每个关键主题及顾虑的利益相关方组别	15
报告概况	G4-28 所提供信息的报告期（如财年年度或日历年度）	关于本报告
	G4-30 汇报周期（如每年、每两年一次）	关于本报告
	G4-31 查询报告或报告内容的联络点	关于本报告

一般披露	GRI 指标内容	页码
治理	G4-34 机构的治理架构，包括最高治理机构下的各个委员会。说明负责经济、环境、社会影响决策的委员会	12
	G4-38 说明最高治理机构及其委员会的组成	12
商业伦理与诚信	G4-56 说明机构的价值观、原则、标准和行为规范，如行为准则和道德准则	2-4, 8-15
	G4-EN3 机构内部的能源消耗量	55
环境	G4-EN6 减少的能源消耗量	52, 54
	G4-EN7 产品和服务所需能源的降低	53
	G4-EN8 按源头说明的总耗水量	55
	G4-EN12 机构的活动、产品及服务在生物多样性方面，对保护区或其它具有重要生物多样性价值的地区的重大影响	48
	G4-EN13 受保护或经复修的栖息地	48
	G4-EN15 直接温室气体排放量（范畴一）	54, 55
	G4-EN16 能源间接温室气体总排放量（范畴二）	55
	G4-EN18 温室气体排放强度	54
	G4-EN21 氮氧化物、硫氧化物以及其它重要气体的排放量	54
	G4-EN22 按质量及目的地划分的总排水量	54
	G4-EN23 按种类及排污法划分的废弃物总重量	55
	G4-EN27 减低产品及服务的环境影响的措施及其成效	52, 53
	G4-EN30 为机构运营而运输产品、其它货物及物料以及员工交通所产生的重大环境影响	51
	G4-EN33 供应链产生的直接的或潜在的重大环境影响，以及对其采取的措施	50
	社会 - 劳工实践和体面工作	G4-LA1 按年龄组别、性别及地区划分的新进员工和离职员工总数及比例
G4-LA8 与工会达成的正式协议中的健康与安全议题		21-22
G4-LA10 加强雇员的持续受聘能力及协助雇员转职的技能管理及终生学习课程		19-20
社会 - 人权	G4-HR1 载有人权条款或已通过人权审查的重要投资协议与合同的总数及比例	17
	G4-HR5 已发现可能会严重危害童工的作业和重要供应商，以及有助废除使用童工的措施	17
	G4-HR6 已发现可能会导致严重的强迫或强制劳动的作业和重要供应商，以及有助消除这类劳动的措施	17
	G4-HR11 供应链对人权的重大实际和潜在负面影响，以及采取的措施	33

2017 索尼中国企业社会责任报告

发行：索尼（中国）有限公司

2017 年 9 月发行 环保纸印刷

Printed in China