

SONY



索尼中国可持续发展报告 Sustainability Report 2018



关于本报告

本报告为年度报告，是索尼（中国）有限公司自 2006 年以来发布的第十三份可持续发展报告。

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、北京索爱普天移动通信有限公司、索尼互动娱乐（上海）有限公司、上海新索音乐有限公司。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

2017 年 4 月 1 日至 2018 年 3 月 31 日，部分内容超出上述范围。

编制依据

- ◎《GRI 可持续发展报告标准》（GRI Standards）
- ◎《社会责任报告编写指南》（GB/T 36001-2015）
- ◎《电子信息行业社会责任指南》（SJ/T 16000-2016）
- ◎《电子信息行业社会责任治理评价指标体系》（T/CESA 16003-2017）
- ◎《中国外商投资企业社会责任报告编写指南》（CEFI-CSR1.0）
- ◎《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企业社会责任研究中心《中国企业社会责任报告编写指南》（CASS-CSR4.0）

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、创新、社区与教育、环境、供应链等方面充分展示索尼在 2017 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/zh-cn/cms/csr.html>。

目 录

高层致辞	02
------	----

索尼在中国	04
-------	----

责任专题	10
------	----

1978-2018
索尼在中国
四十载光阴，创美好未来

管理之道	14	运营之道	24	回馈之道	52
责任理念	15	关爱员工	25	理念与指导方针	53
责任战略	16	责任供应链	33	支持教育发展	53
责任管理	16	矢志创新驱动	34	助力环保公益	57
利益相关方沟通	19	优质产品与服务	37	志愿贡献社区	58
致力于实现可持续发展目标	22	迈向零负荷	41		
责任荣誉	23				

附录	61
----	----

展望	61
GRI 内容索引	62

高层致辞



索尼集团中国总代表 根本 章二

根本 章二



索尼（中国）有限公司董事长兼总裁 高桥 洋

高桥 洋

2018 年是中国改革开放 40 周年。40 年来，索尼公司以“激发并满足人们的好奇心”为企业使命，秉承着“植根中国、长远发展”的企业理念，充分发挥多年累积的技术优势，在消费电子、娱乐内容和服务领域不断推陈出新，不遗余力地为中国的消费者提供优质的产品和服务选择，为他们创造持续不断的感动和充满惊喜的娱乐体验。同时，索尼中国践行“为了下一代”的可持续发展承诺，综合利用“One Sony”平台，倾听利益相关方声音，积极投身教育、环保等公益领域，为促进中国经济社会的可持续发展做出长久的贡献。

聚焦战略契机

在消费升级过程中出现的品质化、多元化的消费需求及移动互联网生态圈的构建与丰富，为索尼在中国的发展带来了战略契机。索尼中国矢志创新，聚焦消费电子、专业系统和电子元器件三大业务板块，满足不同社群消费者的个性化需求。在消费电子业务中，实施高端产品战略，为消费者提供具有差异化、高附加价值的产品选择。在专业系统方面，牢牢锁定音视频、显示、IP 网络、通信和信号处理等领域的技术优势，对媒体、教育、影院、娱乐、体育、医疗六大细分行业重点发力。在电子元器件方面，发挥影像传感器的技术优势，开拓智能手机、智能穿戴、无人机、汽车安全、安防等领域。同时，索尼中国不断尝试开展新业务，例如，KOOV 教育机器人套件、“索尼精选”高解析音频下载平台以及 Aniplex 动漫业务等，深耕创作者、用户与内容接触的“最后一英寸”，助力中国的互联网生态圈建设。

超越客户期待

索尼致力于传递 KANDO，通过产品激发客户产生共鸣，与他们建立情感联系，为其带来具有使用价值和情感价值的“WOW”体验。索尼粉丝是索尼独特的财富。索尼中国多次举办“索粉之夜”主题交流会等活动，让索粉有机会体验产品、提出并分享自己的想法，并结合他们的体验反馈和使用数据，助力工程师开发出顺应客户需求的产品。匠心在左，技术在右，索尼中国以创新、优质的产品和服务，让更多中国用户体验到由索尼带来的愉悦感受。

成就员工价值

员工是索尼在中国实现可持续发展的动力源。索尼中国关注员工的权益保障和职业发展空间，关心员工身心健康和生活平衡，激发员工的工作热情，为员工提供健康、安全的工作环境，让每一位员工在工作和生活中获得成长。索尼中国将“员工参与度”作为企业社会责任工作评估体系中的重要指标，鼓励员工为所工作和生活的社区发展贡献力量，提升员工的社会责任感。

关注生态环境

作为全球首家提出“环境零负荷”目标的公司，索尼始终践行环保理念，努力降低企业运营造成的环境负荷，围绕应对气候变化、保护地球资源、管理化学物质、保护生物多样性四方面采取积极行动，持续推进“绿色管理 2020”中期计划。索尼中国在产品的设计、采购、运营、物流、回收等各个环节贯彻环保理念，实现全生命周期的绿色管理。自 2017 年起，索尼在中国开启“绿色征程”环保公益活动，通过分享索尼在环保领域的技术和经验积累，呼吁更多青年群体关注环保议题，为全社会培养青年环保先锋力量。同时，索尼中国还广泛带动利益相关方，推动生态环保和生物多样性的保护，共同迈向环境零负荷，捍卫地球生态环境的美好。

倾情回馈社会

“为了下一代”是索尼一贯秉承的责任理念，也是索尼对中国长久不变的责任承诺。索尼中国将自身的优势资源与中国社会的实际情况相结合，通过持续不断地投入，打造“索尼探梦”科技馆、索尼“梦想教室”等旗舰公益项目，激发青少年的创造力以及对科学的浓厚兴趣，助力中国教育事业的发展。索尼中国还鼓励员工利用自身的专业技能参与形式多样的社区公益活动，竭尽所能以实际行动回馈社会，助力社会美好发展。

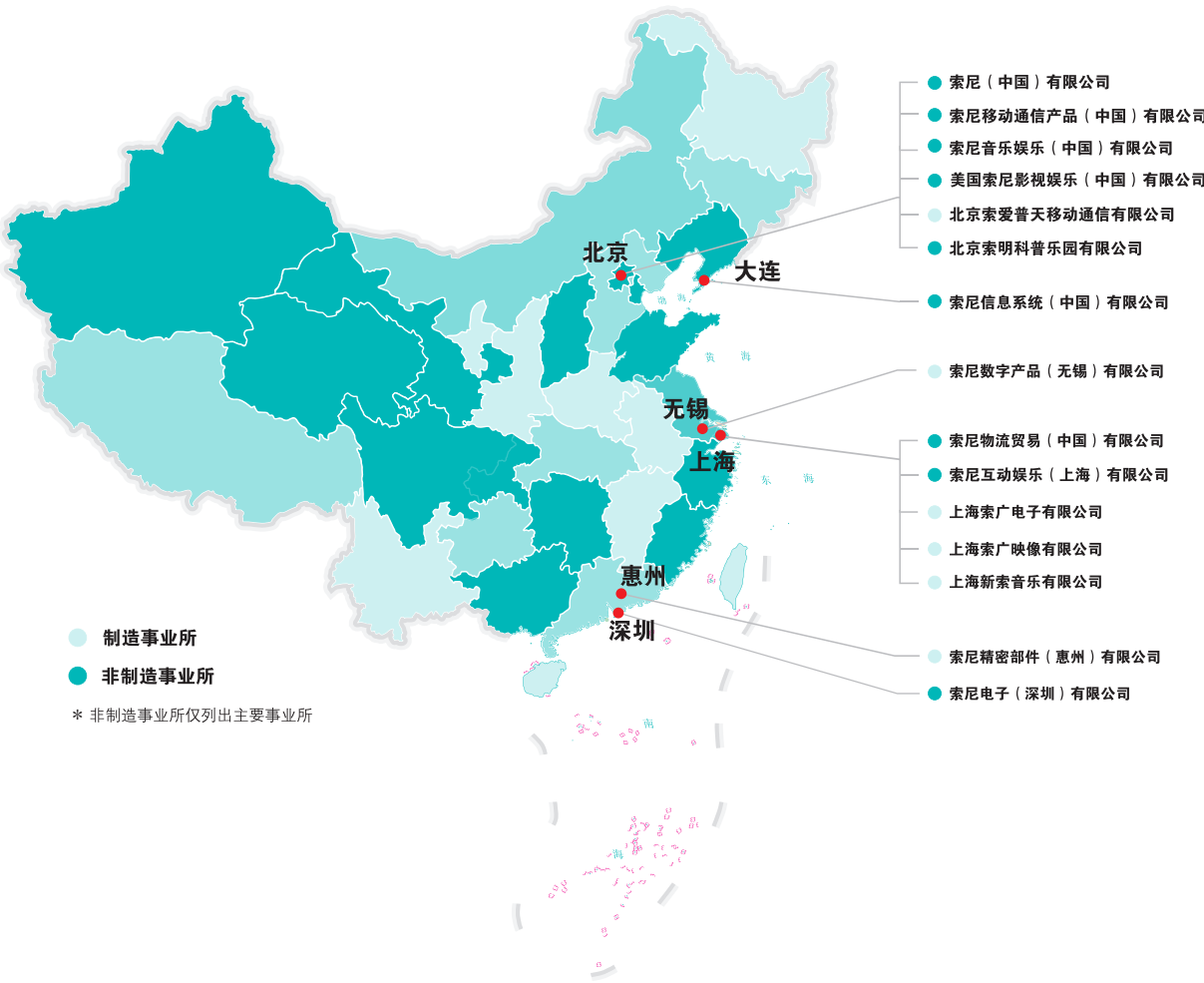
恰逢中国步入新时代，未来索尼将继续秉承“为前人所不为”的创新精神，植根中国，发挥自身资源及技术优势，携手利益相关方，共助中国产业的转型升级，贴近民生和社会需求，解决实际挑战，为中国经济社会的可持续发展贡献力量。

索尼在中国

> 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，加之在音乐、影视、互动娱乐以及在线业务方面的成就，成为全球领先的电子和娱乐公司。

自创立以来，索尼公司始终坚持以创新科技引领时尚生活，不断创造出令人感动和惊奇的娱乐体验。目前，索尼公司在全球 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，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的各所属企业进行宏观管理及广泛的业务支持。

索尼（中国）正充分利用集团资源优势，在中国强力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，为中国的消费者带来更多具有创新性和高附加值的产品和服务。截至 2018 年 6 月底，索尼在华共投资了 5 家大型生产企业。此外，还在北京、上海、无锡、大连、深圳等地设立了工程、设计、研发和软件基地，从事基础学科的研究开发以及符合中国消费者需要的本地化产品设计，同时还为索尼集团提供工程、技术和软件等方面的运营支持。

除索尼（中国）有限公司以外，索尼移动通信（中国）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。2017 年，索尼集团子公司 Aniplex 开始在中国开展业务，致力于把具有版权的动画作品带到中国，以满足消费者不断增长的多样化需求。

> 经营战略

以强化经营基础和稳定经营收益为主，兼顾社会价值和经济价值，塑造可持续发展的社会是索尼公司一贯秉承的经营理念。索尼一直将中国视为最具潜力的市场和全球业务运营链上的重要一环，“全球本土化”即运用全球化思维和本地化运营的理念“植根中国、长远发展”，也体现了对中国的长久承诺。

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。在中国发展各项业务的同时，索尼秉承以技术贡献社会的发展理念，积极投身教育、文化、体育、艺术、环保等社会公益领域，为促进中国社会和经济的发展做出长久的贡献。

通过 KANDO（感动）这一核心主题，索尼将致力于在电子、娱乐和金融服务
三大主要业务领域持续创造社会价值和高水平利润

加强直接面向消费者（DTC）的服务和内容 IP，并创建“兴趣社群”，将具有相似情感价值和经历的人们聚集在一起

将品牌硬件业务定位为可持续一贯产生现金流的业务，硬件可促使索尼通过创新性的视频和音频技术连接用户和创作者

CMOS 影像传感器能够捕捉人们生活的真实世界，对于 KANDO 内容的创作至关重要，索尼旨在保持其在成像应用领域全球第一的位置，并努力成为全球传感领域的领先企业

索尼公司 2018 至 2020 财年企业中期战略

> 我们的产品

“成为一家激发和满足您好奇心的公司”是索尼的企业使命。索尼积极拓展电子、影像、音乐、游戏、动漫、教育等业务，通过持续创新为用户带来感动的索尼精神，呈现由产品、技术、服务和内容共同打造的独特索尼娱乐体验。

• 消费电子产品

索尼在影视、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，来满足消费者的各类视听需求，激发大家的创造力与好奇心，为消费者打造新的生活、娱乐方式。



• 专业产品

面对中国供给侧改革所带来的制造业和服务业升级的契机，索尼中国专业系统集团锁定音视频、显示、IP 网络、通信和信号处理等领域的技术优势，依靠索尼先进的产品、系统和业务运营解决方案，在媒体、教育、影院、娱乐、体育、医疗这六大细分行业重点发力。



专业系统业务在媒体、教育、影院、娱乐、体育、医疗这六大细分行业重点发力

> 公司治理

商业道德标准以及合规管理是索尼企业文化的基石。索尼中国严格恪守所应遵循的法律法规，并在商业活动中执行公司治理和商业道德的最高标准。

• 治理结构

索尼（中国）的董事会由股东委派的董事组成，董事会制定公司的基本经营方针，决定公司的一切重大事宜，包括总裁的任免等，是公司最高的决策机构。在董事会授权范围内，由总裁负责公司经营决策的制定与执行。索尼（中国）的治理委员会是由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。

• 合规管理

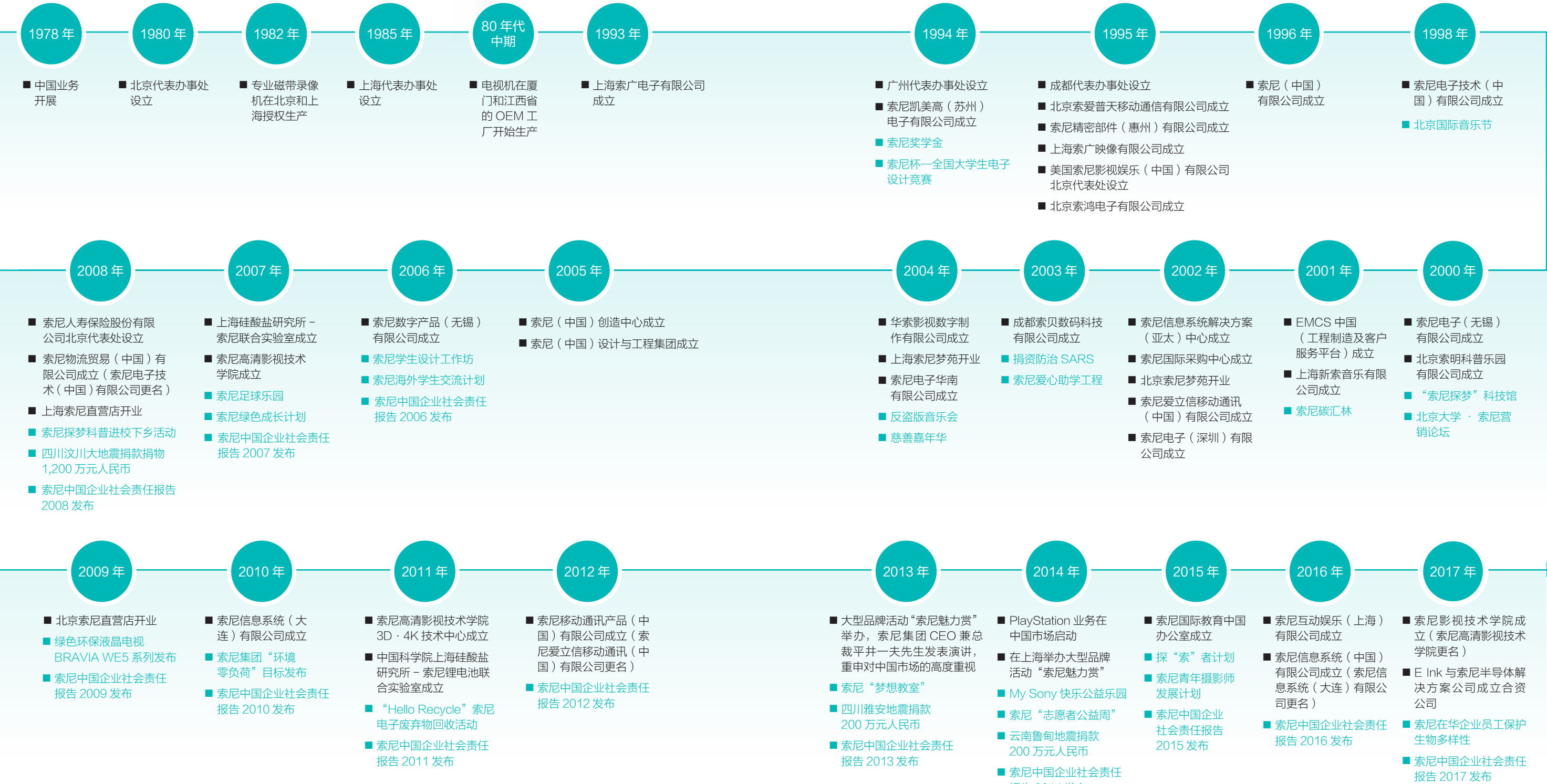
索尼公司建立了独立的合规部门，负责管理日常相关工作，以加强商业道德与合规不断融入相关法律、法规和内部制度。同时，合规部门在索尼集团建立了合规制度和架构，建立了区域性合规体系，该体系由来自全球不同区域的合规办公室组成，以此加强索尼集团全球范围内的合规管理体系。

《索尼集团行为规范准则》是索尼集团所有董事、高级职员和普通员工严格遵守的基本准则，该准则从企业履行社会责任以及公平正直地开展业务的观点出发，包含了基本原则、尊重人权、正直公平地开展业务和个人职业道德等 4 大部分共 24 条规定。

责任专题

> 1978-2018
索尼在中国
四十载光阴，创美好未来

1978 年，时值中国社会改革开放之初，索尼开始在中国拓展业务，以“成为一家激发和满足您好奇心的公司”为企业使命，秉持创新和挑战的精神，充分发挥在产品、内容与服务方面的无限激情，努力为消费者提供索尼独有的、具有开创性的和激动人心的娱乐体验和文化。同时，探索以己之力，推动电子信息行业的创新，贡献中国社会长期可持续发展。



40 年来，索尼中国坚持“全球化思维和本地化运营”的理念，按照索尼全球企业社会责任活动方针的要求，在履行社会责任、秉承公平正直的基础上开展业务。同时，结合中国实际情况，索尼中国不断丰富企业社会责任在中国的内涵，形成了独具特色的企业社会责任推进原则和思路，在公司治理、合规、员工、责任采购、创新、产品质量与服务、环境以及回馈社区等领域的实践中，充分发挥所长，致力于构建一个更好的、可持续发展的世界。

矢志本土创新

长期以来，中国市场就是索尼集团业务发展的重中之重。改革开放至今 40 周年，索尼中国不仅见证了中国经济发展取得的辉煌成就，更作为重要参与者，为这一历史进程的推进做出了自己的贡献。索尼中国以差异化、本地化的服务思路，打造出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，助力中国消费者与市场发展。本着“植根中国、长远发展”的企业理念，索尼中国不断深耕中国市场，将“创造利润和为增长而投资”作为 2015 至 2017 财年中中期计划的主题，与中国的事业伙伴不断深化合作，协同创新，为电子信息产业创造更广阔的发展空间。同时，索尼中国坚持高端产品战略，不断推出具有索尼独特技术的创新产品，为中国消费者提供更高品质的产品和更加丰富的使用体验，创造出一个又一个“WOW”的惊喜和前所未有的娱乐体验。

践行绿水青山

索尼各项业务的开展都离不开可持续的自然环境，为此，索尼提出“迈向环境零负荷”环境长远目标，以卓越的理念和创新技术，积极应对可持续发展挑战，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。为实现这一目标，索尼中国从气候变化、资源循环、化学物质、生物多样性四个维度出发，结合业务发展和运营实际，在整个产品生命周期的六个环节，包括技术开发、产品设计、采购、运营、物流、回收，制定实现环境零负荷的环境目标，积极采取措施，打造环保绿色、丰富多彩的生活。

履行责任承诺

“为了下一代”是索尼一贯秉承的责任理念。长期以来，索尼中国践行“为了下一代”的可持续发展承诺，把对教育的持续投入作为企业的重要战略，充分发挥技术创新和资源优势，支持中国教育事业的发展，通过与不同利益相关方的战略性合作，催化青少年的创新思维。

为开启中国青少年的科技教育航程，2000 年，索尼出资建立“索尼探梦”科技馆——一家面向青少年儿童的公益型科普场所，为广大青少年打造一个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。考虑到距离、资金、技术等因素的影响，偏远地区难以享受到和城市地区孩子同样的教育与便利，为此，“索尼探梦”开展“爱心助学－科普万里行”活动，将展馆内精彩纷呈的科普互动活动带到全国各地更多的科普场所，借助科技馆和青少年宫等场所的力量，以趣味盎然的科教手段、真诚贴心的现场交流、手拉手的互动表演形式，让更多的青少年体验在趣味中学习科学的乐趣。

为弥合科技飞速发展而带来的地区间不断扩大的教育鸿沟，2013 年，索尼（中国）联合多方合作伙伴，利用索尼的产品和特色的教育资源，为全国经济欠发达地区的学校提供兼具软硬件特色的索尼“梦想教室”，并尽己所能，最大程度发挥资源优势，弥补教育资源分配不均。同时，索尼（中国）鼓励员工、索尼粉丝和大学生志愿者参加支教，融入自身产品和有索尼特色的教育资源，将索尼独创的科普实验室带入课堂，不断丰富课程内容，为学生带去更多“WOW”的体验。

正值改革开放 40 周年之际，索尼中国将继续竭尽所能，贡献中国社会发展，深化“植根中国、长远发展”战略，携手多方创新力量，共推高质量发展，不断贴近民生，满足社会需求，助力中国社会实现可持续发展。



管理之道

“成为一家激发和满足您好奇心的公司”是索尼的使命。多年来，索尼中国秉承“求新创异”的精神与“植根中国、长远发展”的宗旨，不断推动技术创新与发展，努力为中国消费者提供高质量的产品与崭新的娱乐、生活方式。同时，传承索尼集团的企业社会责任战略和方针，充分关注并回应利益相关方的诉求及期望，制定全面的可持续发展计划，在多个领域开展社会责任实践活动，为打造和谐社会、建设美好家园贡献力量。

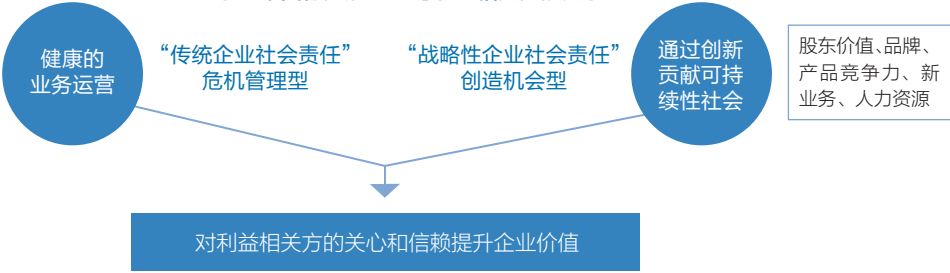
> 责任理念

《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是我们社会责任工作开展的基础。长期以来，索尼坚持贡献社会经济的可持续发展，统筹经济、社会和环境价值，恪守“植根中国、长远发展”的企业宗旨，持续创新和完善商业模式，不断提升企业价值，为可持续发展的社会做出贡献。

索尼集团最基本的企业社会责任在于通过创新和健康的业务运营提升企业价值。

索尼集团意识到我们的业务活动会对社会产生直接或间接的影响，因此为了实现健康的业务运营，需要在充分考虑利益相关方利益的基础上进行业务决策。利益相关方包括了股东、顾客、员工、供应商、业务伙伴、当地社区和其他机构等。

索尼员工必须在此基础上努力开展索尼集团的业务。
“索尼集团行为规范 – 与利益相关方的关系”



索尼全球企业社会责任活动方针

“为了下一代”是索尼的企业社会责任理念，为此，我们不断丰富社会责任实践内容，在环保、教育、公益等领域，贴合中国社会发展需求，积极投身于各项社会责任活动，矢志创新，形成了富有特色的企业社会责任推进原则和思路，扎根中国，助力和谐、可持续社会建设。

作为索尼全球的组成部分	作为在中国运营的跨国公司	作为追求卓越绩效的企业	作为追求可持续运营的公司
· 传承索尼集团的企业社会责任战略、方针、政策 · 反映集团统一的要求和行动 · 体现索尼集团思想在中国的落实和最佳实践	· 秉承“植根中国、长远发展”的宗旨 · 结合中国可持续发展背景 · 关注中国重点责任领域 · 符合中国特点，满足本地需求	· 将企业社会责任管理融入采购、产品设计、生产、营销、服务等各环节 · 将企业社会责任与索尼文化结合 · 使企业社会责任与总体战略和商业运营保持统一	· 关注和回应全球企业社会责任热点议题 · 建立前瞻、长期的企业社会责任规则

索尼中国企业社会责任活动遵循的原则和思路

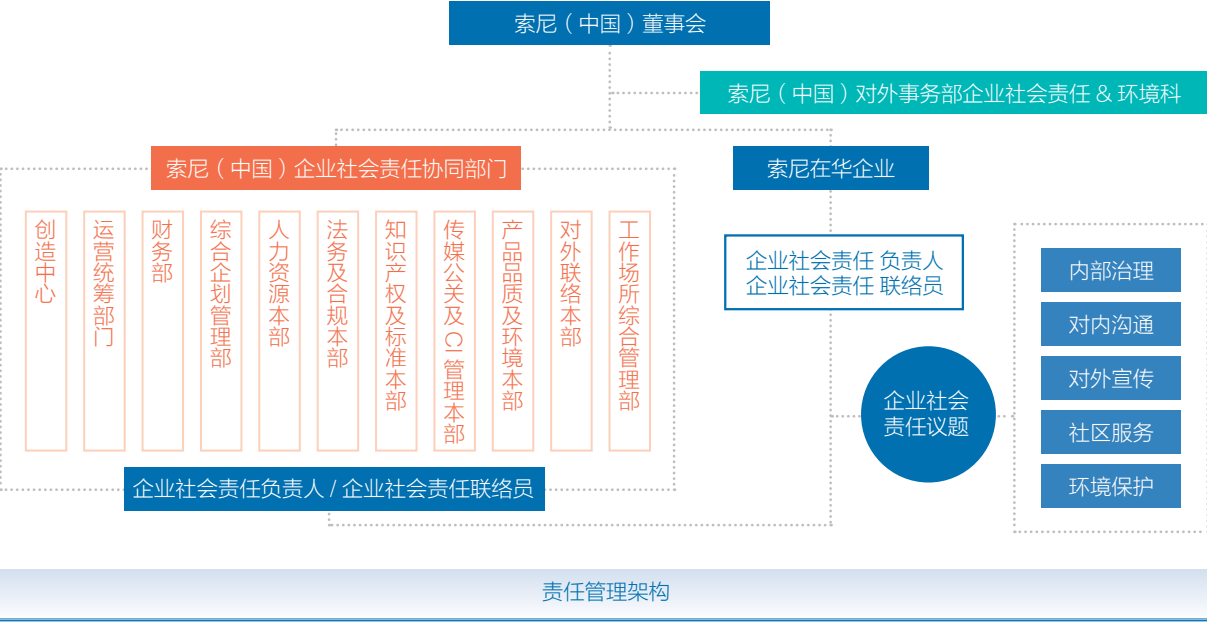
> 责任战略

以“一个索尼”为中心，索尼中国始终追求企业社会责任和业务的可持续发展。在这一理念下，我们积极推行包括公司治理、合规、员工、负责任采购、产品质量与服务、创新、环境、社区等企业社会责任议题，与各利益相关方保持密切沟通，充分尊重利益相关方期望，并通过开展有针对性的实践作出回应。



> 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。索尼（中国）对外事务部企业社会责任 & 环境科负责统筹在华企业相关活动。另外，通过参与外部利益相关方主办的活动，践行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，形成了具有鲜明索尼特色的责任管理架构。



结合中国可持续发展背景，索尼中国关注在华核心责任领域，建立了企业社会责任管理系统，通过内部沟通，定期在线培训等方式，不断提升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，提升社会责任实践水平。



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，不断创新社会责任管理实践，重视并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。





案例

第 8 届索尼在华企业社会责任圆桌会议召开，梳理年度 CSR 工作

2018 年 4 月，第 8 届索尼在华企业社会责任圆桌会议在上海召开，30 余名索尼在华企业及索尼（中国）职能部门的企业社会责任（以下简称 CSR）工作代表共同探讨新形势下 CSR 工作面临的机遇和挑战。同时，活动还邀请社会责任专业机构开展社会责任培训。索尼（中国）董事长兼总裁高桥洋先生在会上重申了索尼中国的 CSR 工作开展方针；CFO 羽嶋先生分享了索尼 / 太阳公司在残障人士雇佣等方面的实践经验；索尼集团企业社会责任部负责人冈田康宏先生则分享了索尼贡献联合国可持续发展目标（SDGs）的议题与实践。未来，索尼（中国）将带动更多利益相关方参与，开展更多优质的、有索尼特色的企业社会责任实践。



▲ 第 8 届索尼在华企业社会责任圆桌会议

> 利益相关方沟通

索尼充分考虑自身业务活动对利益相关方的影响，主动倾听各利益相关方声音，通过多样化、常态化的沟通渠道与各利益相关方构建紧密的关系。

• 实质性议题识别

为有效地协调和应对不断变化的社会需求和商业环境，索尼（中国）结合可持续发展相关议题，整合各利益相关方的诉求，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“对利益相关方评估和决策的影响”和“经济、环境和社会影响的重要性”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。



• 利益相关方管理

索尼中国坚持本地化运营，与不同利益相关方建立了对应的常态化沟通渠道和机制，深入理解各方关注重点与诉求，通过业务活动以及一系列企业社会责任举措，赢得利益相关方的信任。

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	- 时尚优质高效的绿色产品 - 快速安心便利的售后服务 - 增强可用性 & 可及性	- 改善服务质量与产品 - 客户信息	- 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	- 客户满意度调查 - NPS (净推荐值) 计划 - 客户关系管理
 员工	- 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	- 员工参与企业经营 - 员工职业发展与培训 - 员工权益	- 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	- 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	- 诚信守法 - 依法纳税、保障就业 - 促进社会和谐发展	- 政策落实 - 公益慈善类项目合作	- 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	- 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	- 促进共同发展 - 公平透明采购	- 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	- 继续深入落实《索尼供应链行为规范准则》 - 导入“全球采购合同”制度 - 开展供应商企业社会责任培训	- 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	- 共享发展成果 - 共促行业发展	- 企业社会责任相关议题 - 产品与技术 - 行业发展	- 共同推进绿色伙伴认证制度 - 共享“企业社会责任采购”框架	行业会议、研讨会
 社区	- 缩小数字鸿沟 - 扶助弱势群体 - 积极推动环境保护	- 社区需求 - 科技主题融入 - 公益项目实施效果	- 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	- 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

• 行业交流共建

索尼（中国）积极参与《电子信息行业社会责任治理评价指标体系》(T/CESA 16003-2017) 的制定，积极对外分享社会责任信息，“携手供应商，打造绿色供应链”案例入选 2018 年《电子信息行业绿色供应链最佳实践》，并在第五届中国电子信息行业社会责任年会上发布年度企业社会责任报告。索尼（中国）积极加入中国外商投资企业社会责任工作委员会，发挥自身优势参与各项工作，在教育领域的责任实践也被收录于《中国外商投资企业履行社会责任优秀案例 2017》。



◀ 索尼（中国）参加中国外商投资企业社会责任工作委员会 2018 年工作会议



◀ 索尼（中国）参加第五届中国电子信息行业社会责任年会并发布报告



◀ 索尼（中国）“科学启蒙，助力教育发展”案例入选《中国外商投资企业履行社会责任优秀案例 2017》



◀ 索尼（中国）“携手供应商，打造绿色供应链”案例入选《电子信息行业绿色供应链最佳实践》

> 致力于实现
可持续发展目标

联合国可持续发展目标（SDGs）鼓励企业在内的组织，对人们和地球都重要的领域采取行动。作为以“成为一家激发和满足您好奇心的公司”为使命的企业，索尼集团深入研究了可持续发展目标与包括供应链在内的自身商业活动的关系，在经过高层讨论后，明确了通过开展商业活动，可以有所为之贡献的目标。我们相信，集团的“生存之道”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，并直接关系到多个可持续发展目标的实现。

2017 年 3 月 20 日是第五个国际幸福日。索尼与联合国合作发起“小精灵大目标”运动，鼓励儿童、青年和成年人一起创造更美好、和平、公平的世界，强调每个人，包括小人物，都能有所作为，创造出不同的世界。一支由多位蓝精灵出演的公共服务宣传视频，以富有生趣的形式展现了该项运动的主旨，促进公众了解和支持包括优质教育、保护地球等项目在内的 17 个可持续发展目标，并鼓励公众加入“蓝精灵小队”，一起为实现可持续发展目标作贡献。



▲ 索尼与联合国合作发起“小精灵 大目标”运动

> 责任荣誉

2018 年

索尼（中国）有限公司第 3 次荣登“金蜜蜂企业社会责任·中国榜”



2017 年

索尼（中国）有限公司荣获“金蜜蜂 2017 优秀企业社会责任报告·长青奖”



索尼（中国）有限公司荣获“2017 年度中国公益企业”称号



索尼（中国）有限公司荣膺中国家电服务业金鼎奖“优秀企业奖”“管理奖”



上海索广映像有限公司凭借“工业废弃物削减”项目荣获上海绿色供应链 2017 年度优秀示范案例



上海索广映像有限公司荣获“2017 年度上海市外商投资先进技术企业”称号



上海索广映像有限公司荣获“高新技术企业”称号



索尼数字产品（无锡）有限公司荣获“江苏省五一劳动奖状”



索尼数字产品（无锡）有限公司荣获无锡市新吴区总工会颁发的最高等级“五星级职代会”荣誉



索尼精密部件（惠州）有限公司荣获“广东省十大书香企业”称号



上海索广电子有限公司荣获“节能降耗优秀集体”

运营之道

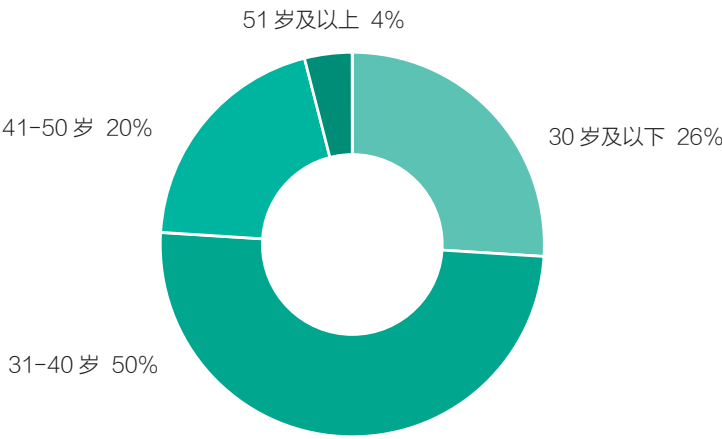
索尼中国将责任理念、责任战略融入公司运营的方方面面，关注员工发展与成长，携手合作伙伴打造责任供应链，以技术创新驱动提供更加符合中国本土化的产品，通过多样化的渠道为客户奉献贴心服务，设立“迈向环境零负荷”环境目标并采取行动保护我们共同的地球。

> 关爱员工

索尼中国致力于卓越人才队伍的培养，将人才发展作为企业可持续发展的动力，保障员工权益，守护健康安全，丰富员工生活，营造多元化的企业氛围。通过畅通言路促进民主沟通，搭建全方位的人才培养体系，积极拓宽员工职业发展平台，助力成就员工价值。

• 保障员工权益

索尼中国严格遵守联合国《世界人权宣言》等国际公约，遵守中国相关法律法规的规定，坚持公平、公开、平等的招聘原则，反对歧视，坚持同工同酬制度，杜绝使用童工和强迫劳动，全力构建包容、开放的就业环境。2017 财年，索尼（中国）拥有在岗员工 1,266 人，劳动合同签订率 100%，社会保险覆盖率 100%，本地化员工比例达 93%。



索尼（中国）员工年龄结构

指标	2017 财年	2016 财年	2015 财年
员工总数	1,266	1,286	1,405
男女员工比例（女：男）	1:1.45	1:1.44	1:1.52
中高层管理人员的男女员工比例（女：男）	1:2.74	1:2.27	1:2.46
员工流失率	8%	11.6%	12.1%
少数民族员工占员工总数的比率	3%	3.4%	3.1%
外籍员工比率	7%	7.7%	9.5%

索尼（中国）员工绩效数据表

薪酬福利管理

索尼中国全力推进科学化、规范化的薪酬管理体系，优化休假制度，为全体员工足额缴纳五险一金，提供具有竞争力的薪资福利。在此基础上，为进一步激发员工工作热情，以“公平不等于均等”为原则，建立全面的绩效考核制度。每年 4 月，根据 CPI 指标数据、公司效益等作为参考进行薪资调整。2017 年，以目标管理考核方法进行员工绩效年度考评，并对目标管理评价等级和奖金发放系数进行调整，提高员工积极性，保障员工高品质的职业生活质量。



案例

索尼（中国）持续优化薪酬体系，提升员工满意度

多年来，索尼（中国）通过持续建设完善员工满意度调查平台，倾听员工声音，员工参与度达 98%。“Be Heard 2017”作为 2017 年员工意见反馈系统的完善最新版本可实现员工的意见收集功能，根据员工的反馈意见，索尼（中国）聚焦“创新”“绩效与奖励”“运营效率”三大领域制定员工满意度提升策略。

在薪酬设定方面，将市场调研结果与年度薪酬回顾相结合，实现员工薪酬的外部竞争性，强调“按绩效付薪”“根据绩效不同的薪酬差异化”和“全面薪酬管理”的原则，以实现内部公平性。同时，为激励员工的积极性，索尼（中国）重视绩效和薪酬管理重要性的沟通，通过开放的沟通实现员工基本权益的保障和满意度的提升。

开放民主沟通

为保障员工在企业的主权得到充分发挥，索尼中国工会创新员工沟通机制，多层次、宽领域地展开员工民主沟通工作，集思广益，确保每一位员工的基本权益得到尊重，倾听员工的声音，鼓励员工建言献策，与索尼中国共成长。



案例

开放民主管理，倾听员工声音

为推进民主管理，保障员工表达权、参与权、监督权，上海索尼电子有限公司成立职工代表会，在审议通过企业重要决策和涉及员工切身利益重大事项、审查监督集体合同和重要事项落实情况等方面汲取员工的真实意愿和诉求。

2017 年，为进一步深化民主管理，中共上海索尼电子有限公司党委委员会建立“党委接待日”制度，拓宽沟通渠道，推进民主管理。4 月 27 日，党委书记邱忠成主持了首次党委接待日，邀请来自制造、技术、设计、调达、管理等多部门代表共同参与，大家畅所欲言、各抒己见。



▲ 党委书记邱忠成在首次党委接待日上与职工代表沟通交流

助力职业成长

索尼中国为员工提供平等的发展机会和明晰的职业发展路径，健全培训体系，激发员工潜能和创造力，确保人尽其才、才尽其用，实现员工价值和企业价值的共赢。索尼中国注重员工的个人成长和发展，通过设立索尼图书馆、开设外语培训课程、聘请外部讲师开展主题培训等多种方式满足员工职业发展需求，为员工提供更为广阔的发展平台以及更清晰的职业规划路径。同时，索尼全球制造与运营公司－中国地区为促进索尼在华企业间人事管理业务的协同高效推进，联合成立 SGMO-C 人事委员会作为业务交流平台，共同助力索尼中国人才培养。



案例

体系化职业学习，为员工明确成长路径

索尼（中国）以打造综合发展平台的方式，为员工提供职业学习路线图，开设数字图书馆，持续优化升级乐学课堂、乐学工作坊、乐学阅读、乐学在线以及乐学资助五大学习引擎，根据员工学习需求，打造精品课程，并不断根据员工工作、发展需求进行更新。

2017 年，系统引入“高效能人士的七个习惯”等经典课程，帮助员工在不同场景下提升工作技能，畅通职业发展。在语言学习方面，索尼（中国）对在线日语学习系统进行优化，新增在线口语一对一学习项目，细化学习等级，缩短学习周期，帮助员工有针对性地强化语言学习。2017 年，32 名员工进行在线日语学习，并通过学习效果检测测试。



索尼（中国）五大学习引擎



案例

研修学习——点滴进步，看得见的成长

自 2010 年起，上海索尼电子有限公司针对不同等级员工开展必修和选修课程的研修学习，研修课程涉及环境、职业健康安全、财务、制造等多个方面。同时，2017 年，研修过程设置考核环节，将考核成绩作为检验培训效果的依据。300 多名员工参加了为期 2 个月的研修。通过研修，员工可以了解自己的知识储备水平，看到自己的成长和进步，进而更加明确自己的职业规划。



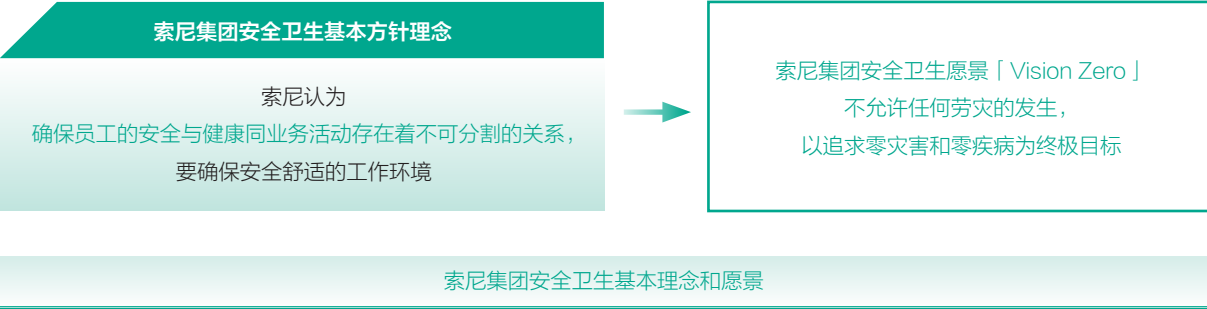
▲ 上海索尼电子有限公司员工进行研修学习

• 守护健康安全

索尼中国奉行索尼集团的安全卫生基本理念，将员工健康和安全放在首位，致力于实现“Vision Zero”的安全卫生愿景，通过安全培训、消防演练等方式强化安全生产管理，提升员工安全生产意识，促进员工身心健康发展。

职业安全

为贯彻索尼集团安全卫生理念和实施计划，索尼中国成立地域安全办公室，并建立由在华企业安全卫生负责人构成的委员会，持续推进安全卫生管理体系 OHSAS 18001 的完善工作，开展职业健康教育，定期组织体检并建立员工健康档案。



2017 年，索尼中国积极开展安全培训，推行特色安全教育项目，开展安全知识宣传，识别危险源并努力完善工作场所的安全设备设施，保障工作环境的安全性，组织员工参与防灾演练，更好地增强了员工的安全防范意识和避灾能力。



案例

守护员工职业健康，理论与行动并行

上海索广电子有限公司建立职业健康安全管理体系，设定年度健康安全管理目标，由公司领导与各部门领导签订安全生产责任书，定期召开健康安全专题会议，检查目标达成的状况。同时，成立消防班、避难引导班等 6 个班组以应对各类突发事件。在危险品管理方面，设立专门的危险废弃物仓库，安排专人负责回收和储存生产过程中产生的危险废物，交由具有资质的废弃物处理企业回收处理，并通过网络向当地环保局进行申报。



案例

多措并举 守护职业安全

索尼数字产品（无锡）有限公司通过理论培训和实际演练的形式，加强公司的安全管理，提高全体员工的安全防范意识。2017 年，公司特邀新区交警中队三支队的刘教官对私家车、非机动车员工开展了一次交通安全培训讲座。此外，为培养员工应急逃生、自救及相关防护能力，提高各部门对突发性事件的处理能力，公司还组织全体员工进行日间和夜间两次火灾发生时的应急疏散演练。



▲ 索尼数字产品（无锡）有限公司组织员工进行火灾逃生应急演练

身心健康

索尼中国不仅关注员工所处工作场所的安全卫生，更主动贴近员工，关注员工心理健康问题，通过员工帮助计划（Employee Assistance Program, EAP），为员工提供心理咨询和疏导，帮助员工身心得以健康发展。



案例

关爱心灵 呵护健康

自 2010 年开始，索尼精密部件（惠州）有限公司开展员工帮助计划，促进员工身心健康发展。2017 年，该项目持续完善，形成了专业的咨询团队，为员工及其家属提供免费职业心理健康咨询。同时，公司全力打造专业设备齐全、环境温馨的心理咨询室，为员工心理咨询提供了舒适的对话空间。



• 共创美好生活

索尼中国充分重视每一位员工的发展，贴心关怀员工，通过关爱、福利、活动三大主题，举办文体活动，发放员工福利，让员工充分感受到温暖。

员工关爱

索尼中国时刻关注员工需求，竭力为员工提供各种形式的关怀和慰问，使得每一位员工的辛勤付出都受到公司的认可，通过节假日活动、夏日送清凉等活动，提升员工幸福感，让员工真正地感受到“一个索尼”的理念。



◀ 索尼数字产品（无锡）有限公司开展夏季高温“送清凉”活动



◀ 上海索广电子有限公司在端午节开展“粽子创意DIY”活动



◀ 上海索广映像有限公司发放新春慰问金，鼓舞一线员工士气

文体活动

为营造积极向上的工作氛围，索尼中国开展多种形式的文体活动，丰富员工文化体育生活，提升员工向心力和凝聚力，鼓励每一位员工在索尼中国尽情绽放精彩。



▲ 索尼中国举办丰富多彩的文体活动，平衡员工工作与生活



案例

“吴韵书香”城市阅读联盟—索尼数字产品（无锡）有限公司阅读点建成开放

2017 年 12 月，“吴韵书香”城市阅读联盟正式启动。索尼数字产品（无锡）有限公司为广大员工设立阅读点，提升员工获取图书资源的便捷性，营造书香氛围。图书馆馆藏图书 9,000 多册，为员工学习和阅读提供便利。索尼数字产品（无锡）有限公司阅读点的规范化和运营，帮助广大员工受益的同时，荣获“江苏省书香企业建设示范点”称号。



▲ 索尼数字产品（无锡）有限公司阅读点

特殊关怀

索尼中国关注特殊员工需求，呵护女性员工健康，充分尊重和保护女性员工权益，开展全方位、多形式的帮助工作，以“三八妇女节”为契机，举办插画、手工、烘焙等形式多样、丰富多彩的活动。同时，建立“妈咪小屋”，为哺乳期女性员工提供便利的同时，用绵延真情传递员工关怀。



案例

关爱女性员工，情暖“半边天”

上海索广映像有限公司健全女工劳动保障制度，切实保障女工特殊权益，组织工会设立专项预算用于公司全体女职工的职场安全保障和身心健康发展。每年，在组织女职工定期妇检的基础上，还定期组织一次健康体检，帮助女员工提升健康保护意识，保持身体健康。2018 年 4 月，为解决哺乳期女性职工哺乳不便的难题，上海索广电子有限公司和上海索广映像有限公司两家公司工会联合设立“爱心妈咪小屋”。同时，“爱心妈咪小屋”被上海市总工会评为五星级妈咪小屋。索尼数字产品（无锡）有限公司也设立了“妈咪小屋”。



◀ 爱心妈咪小屋

> 责任供应链

索尼秉承对环境和社会负责的运营态度，与合作伙伴建立了公平、公正、富有成效的长期合作关系，与供应商共享价值，确保负责的原材料采购，打造责任供应链。

• 供应链管理

在《索尼供应链行为规范准则》要求的基础上，索尼中国以公平、公正的采购原则，制定了严格的供应商选择标准，并不断完善供应链管理机制，通过供应商评估、与供应商开展对话、提供改善方案、供应商大会等途径，推动供应商履责，带动产业链上下游协同发展。

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
选定方针

供应商
评估和监督

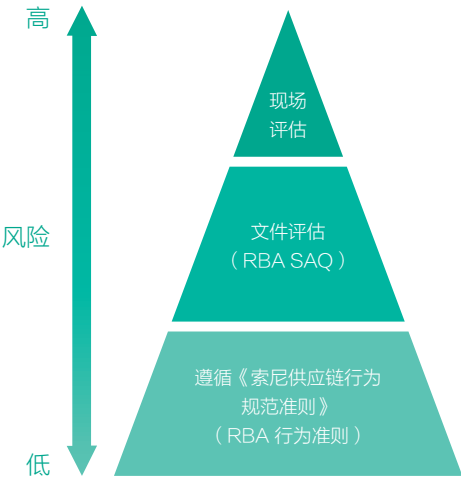
索尼要求供应商填写 RBA 问卷进行自我评估，并在主要 OEM 供应商中持续开展。根据结果，索尼评估供应商对行为准则的符合程度，以及供应商各个工厂是否有违规行为。作为风险评估的一部分，索尼开展供应商现场评估，以确认供应商对工厂的管理活动，并对工厂的改善方案提出指导，直至改善完成。

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。通过加入责任商业联盟（RBA）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。

• 负责任的原材料采购

索尼坚持以负责任的方式采购原材料。2017 年，作为打造负责任矿产供应链的一部分，索尼制定了《索尼集团负责任供应链矿产政策》。在这项政策中，索尼承诺，为避免采购的矿产引起冲突或严重侵犯人权，索尼识别来自受冲突影响和高风险区域的矿产。为确保索尼供应商遵守该项政策，索尼设计了内部尽职调查框架，以此来确定供应链中任何高风险矿产的来源。

索尼支持在冲突区域推行负责任采购倡议，并成为新出台的负责任原材料倡议（RMI）的主要参与者之一，积极推行无冲突矿产政策，也加入 RMI 冶炼厂参与小组，督促冶炼厂获得 RMAP 验证。同时，索尼还设立一条热线，利益相关方可以就受冲突影响和高风险地区矿产的开采、贸易、处理或出口情况进行及时反馈。



> 矢志创新驱动

围绕客户体验，索尼坚持“技术的索尼”，始终专注于技术创新，以创新科技引领时尚生活，加速在技术和产品上的创新步伐，不断创造出满足客户内心与情感、真正令他们满意的产品，积极树立在全球消费电子及娱乐领域的顶级品牌形象。

• 技术创新

索尼中国鼓励科技创新，联合索尼品牌内外部的合作伙伴，将技术融入到内容制作、创意设计、产品研发等不同领域，以设计的手法为客户提供更高的价值，带来更多的感动和惊喜。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。

• 优良设计百佳奖 •

- w 智能投影仪 Xperia Touch（入围“优良设计大奖候选名单”）
 - 无线降噪头戴式耳机 MDR-1000X
 - 领夹式麦克风系列 ECM-88/77/66/55/44/166 series
 - 条形音箱 Sound Bar HT-MT500/HT-MT300
 - 雪地运动通信设备 NYSNO-10
 - 未来实验室项目 T：互动桌面投影仪
 - 智能手表 wena wrist/ WN-WT01S, WN-WC01S
 - 玩具平台 toio™
 - 瞄准控制器 PlayStation® VR Aim Controller
- 4K OLED 电视 BRAVIA® A1 系列
 - 可换镜头式数码相机 ILCE-9
 - 智能手机 Xperia XZ Premium
 - 耳机放大器 TA-ZH1ES
 - 电子纸阅读器 DPT-RP1
 - FES Watch U
 - 香熏棒 AROMASTIC
 - APP News Suite

• iF 设计奖 金奖 •

- 4K OLED 电视 BRAVIA® A1 系列
 - 电子纸 DPT-RP1
- 智能手机 Xperia XZ1
 - PlayStation® 4 Pro

• iF 设计奖 •

- 2.1 声道迷你条形音箱 HT-MT500
 - 无线音箱 SRS-XB20
 - 无线音箱 SRS-XB10
 - 数码音乐播放器 NW-ZX300
 - 无线耳机 WI-1000X
 - 无线耳机 WI-C400
 - 数码相机 α9
 - 数码相机 RX0
- 移动投影仪 MP-CD1
 - 智能产品 Xperia Touch
 - 智能手机 Xperia XZ Premium
 - 智能手机 Xperia XZ1 Compact
 - 手表 FES Watch U
 - 香熏棒 AROMASTIC
 - PlayStation® VR Aim Controller

• 2018 TIPA 数码影像产品大奖 •

- 索尼微单 A9
 - 索尼微单 A7RM3
 - 索尼微单 A7M3
- 索尼 G 镜头 FE 24 - 105 mm F4 G OSS
 - 索尼 G 大师镜头 FE 100-400mm F4.5-5.6 GM OSS
 - 索尼黑卡 RX10M4

📖 阅读小贴士

“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协会（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

索尼双擎并驱，引领电视发展新趋势

在国际消费类电子产品展览会上，索尼向消费者推出了兼具“音画合一”视听体验和“极简美学”设计的 OLED 电视 A8F 系列以及凝聚多项创新专利的液晶电视 X9000F 系列。通过在画质、设计以及交互体验方面的创新与突破，A8F 与 X9000F 成为消费者享受出众的 4K HDR 画质表现的新选择，并进一步引领电视产业发展趋势。OLED 与液晶产品的同步扩充，表明了索尼在产品研发上的“初心”——无论任何显示技术，均以为消费者提供更好的视听体验为原则。



▲ 索尼 4K HDR OLED 电视 A8F 系列

• 本土化创新

为应对日益激烈的市场竞争环境,索尼中国秉承“全球本土化”战略,深度挖掘中国消费者的需求,坚持高端产品战略,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。同时,索尼中国充分发挥自身在影像领域的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包括节目制作、教育、影院和娱乐在内的行业客户提供全方位的一体化支持。

在第二十六届中国国际广播电视信息网络展览会(CCBN 2018)上,索尼(中国)的CineAltaV数字摄像机荣获产品创新优秀奖,HDRC-4000节目制作转换单元荣获产品创新杰出奖。在BIRTV 2017产品、技术及应用项目评选活动中,索尼“黑彩晶”显示系统荣获BIRTV大奖。在2018 NAB SH科技创新奖评选中,索尼CineAltaV数字摄影机荣获科技创新奖。



案例

索尼未来课堂整体解决方案,提升教学质量和学习效果

多年来,索尼一直致力于开发一个主动学习方面的解决方案,以期让教师通过在活动中利用互动的方式来辅导学生,并让学生最大限度地获得知识体验。索尼的协作系统是一个解决方案,它可以将学生、教师和演讲人聚集在一个以工作组为单位的协作环境中,并且具有高性价比、易于操作和演示直观等特点,让每一位用户都能感受到它所带来的便利。在索尼的解决方案中,学生可以利用携带进教室的个人设备轻松地将自己的想法和成果分享给同学和老师,并更加专注于他们的课堂学习。在“2017年高等教育信息化创新奖评选”活动中,未来课堂整体解决方案被评为2017年度“无线与智慧校园建设方案创新奖”。



▲ 索尼未来课堂整体解决方案

> 优质产品与服务

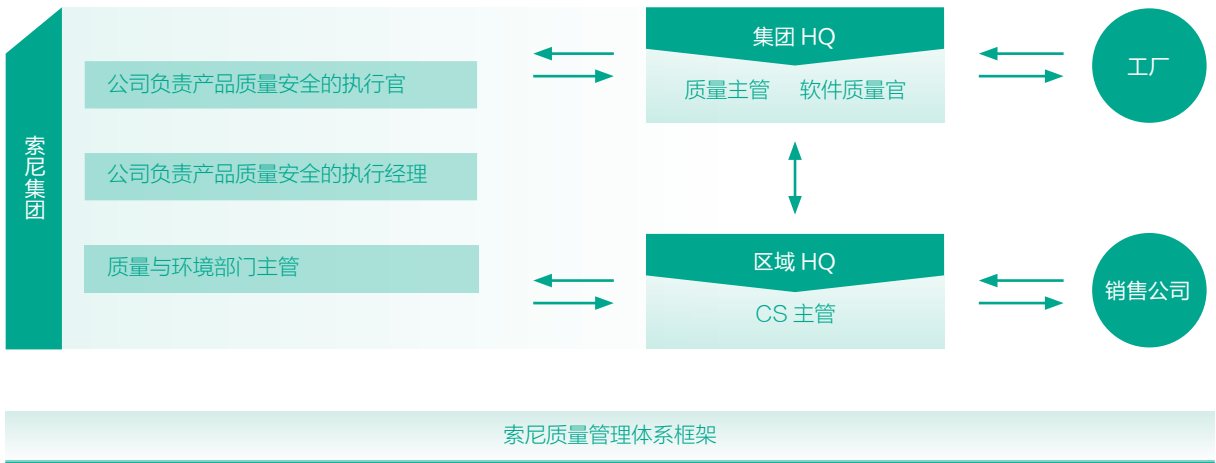
索尼坚持品质承载责任,严格落实产品质量管理,在为客户提供优质、环保、安全的产品的同时,持续创新客户服务方式,最大限度满足客户不断变化的需求,为客户创造出“WOW”的惊喜和体验。

• 提供优质产品

随着科技的进步,消费者的工作和生活方式在不断变化,消费者对产品的需求也呈现多样化的趋势。索尼秉承着提供优质、以客户为本的产品和服务的宗旨,持续改善质量管理体系,改进产品工艺。

质量至上

为确保产品质量,索尼集团建立质量管理体系框架和消费电子行业的产品及服务质量基本准则,以及时回应任何质量问题。与此同时,索尼各部门协同合作将有效的质量管理措施融入产品全生命周期。索尼还通过质量热线收集客户与员工对产品质量的意见,并加以分析,及时反馈到相关部门进行处理,确保产品品质。



工艺改善

索尼在华企业不断追求质量提升,以保证产品品质,坚持以品质优异、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,以迅速应对市场变化,满足客户多样化消费需求。

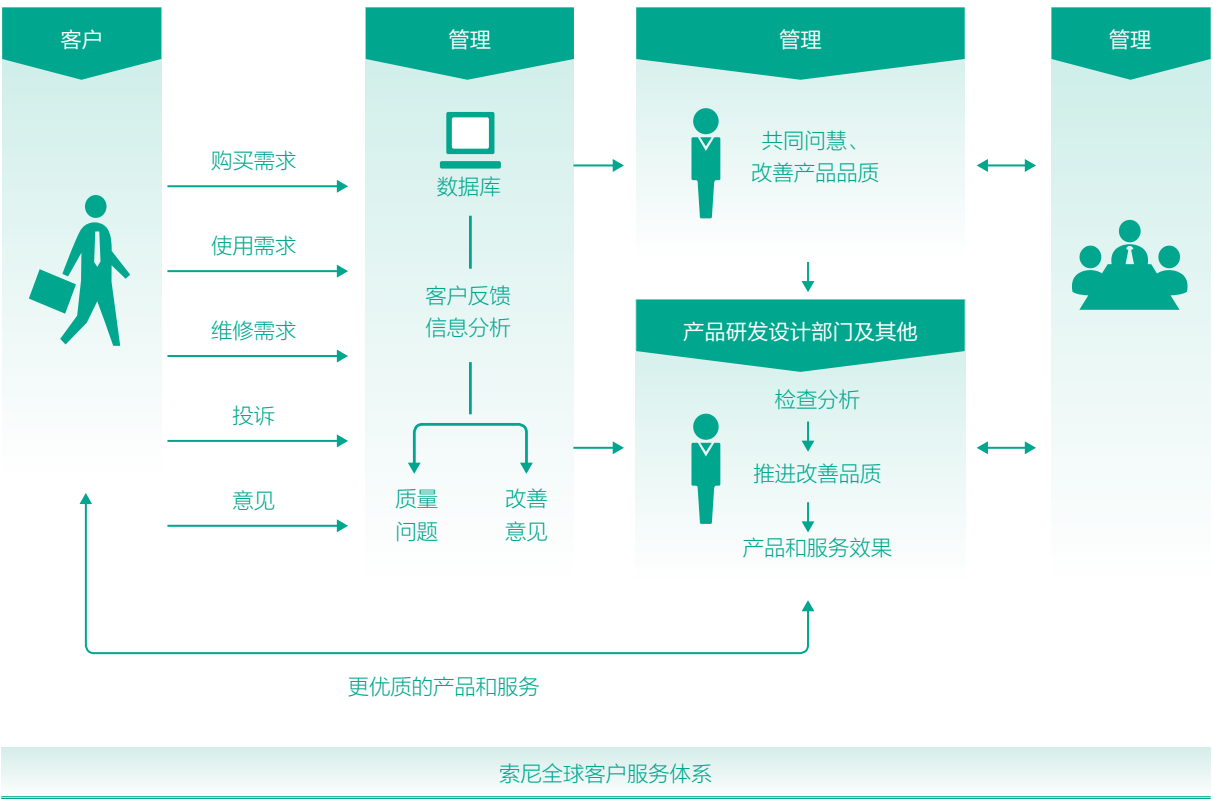
• 倾心客户服务

在索尼，服务是公司最为重视的领域之一。秉承这一基本理念，索尼中国由内而外地开展一系列全方位的服务举措，力求为客户带来真正满足他们需求的、更加贴心而周到的高品质服务。

客户服务

在全球客户服务体系的基础上，索尼（中国）注重倾听客户的声音，关注客户实际需求，不断完善客户服务举措。通过售后服务管理体系、客户服务网点等多种渠道为客户提供贴心优质的服务，同时还通过收集客户反馈信息，及时了解客户需求，不断提升服务质量和客户满意度。

为方便客户及时了解产品信息，索尼（中国）通过社交网络平台（SNS）、网页问答（FAQs）、网络论坛等新媒体渠道分享产品信息；为提高客户服务体验度，索尼（中国）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，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；为提升客户服务水平，索尼（中国）开展 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。



案例

超越客户期待的 VAIO 服务

为集中资源发展成长领域，2014 年 2 月索尼宣布退出 VAIO 电脑业务，但同时做出将为 VAIO 用户持续提供售后服务的承诺。自宣布至今，在长达 3 年多的时间里，索尼消费电子营业本部 - 顾客互动及服务部（以下简称 CSMC-CCSG）一直秉承“安心与便利”的客户服务宗旨，持续为 VAIO 用户，提供了一如既往的周到服务，用实际行动兑现了承诺，解决了客户的后顾之忧。2017 财年，CSMC-CCSG 立足业务实际，面对销售数量超过 500 万的 VAIO 用户群体，就如何持续为老客户提供新感动及拓展新业务展开了深入的思考和探讨，并通过全国服务网络启动了 VAIO 顾客关爱服务活动，为索尼会员的 VAIO 用户提供免费清洁、零件打折、优惠维修以及优惠购买索尼其他产品的服务，建立起客户优质售后服务体验与企业发展目标之间的桥梁。



案例

索尼影像交流中心，创新客户服务

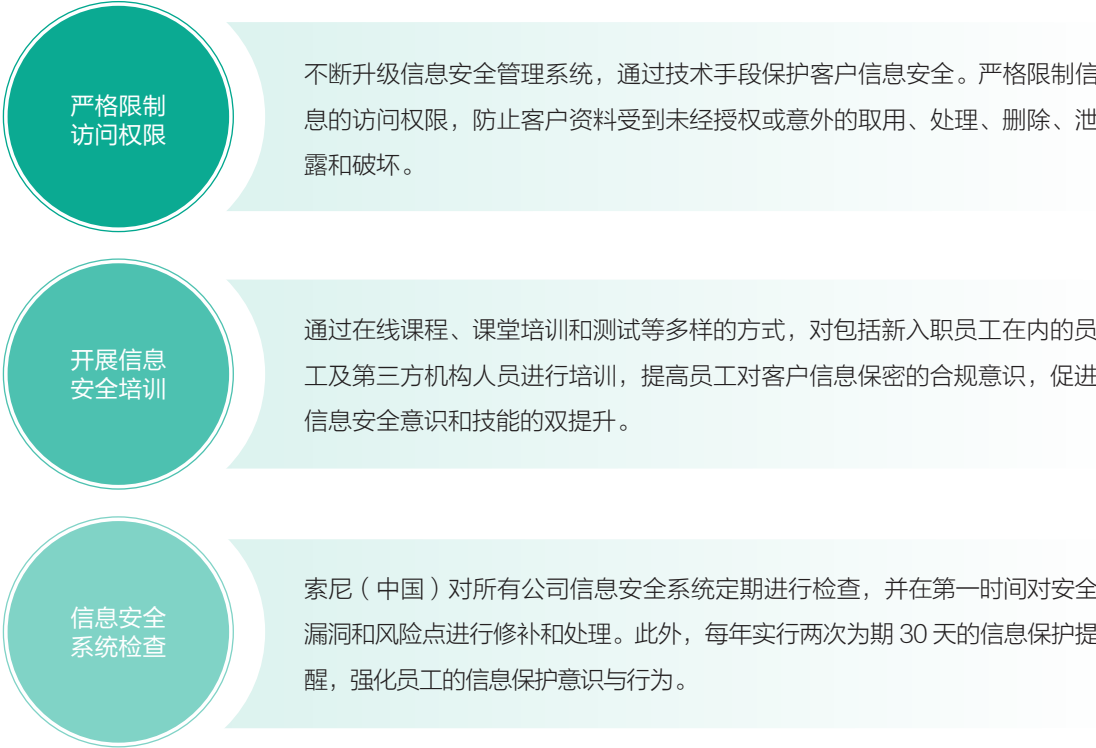
索尼影像交流中心是为广大索尼数码影像产品用户和摄影爱好者提供产品体验、交流和售后服务的专属空间，给他们提供更具价值的附加服务。在产品体验区，消费者不仅可以免费试用最新产品，而且还有体验顾问排疑解惑并在试用过程中提供耐心的技术指导。服务中心为消费者提供清洁保养、固件升级以及维修接机 3 大服务。同时，索尼影像交流中心还开设免费摄影讲座，帮助消费者更好地使用产品、了解产品性能。截至 2017 年年底，索尼中国已经建立 15 家索尼影像交流中心，为消费者提供丰富、贴心的服务。



◀ 索尼五棵松影像交流中心开展外拍活动

信息安全

索尼中国重视对客户信息的保护，严格遵守《索尼全球信息安全政策》及索尼集团确保客户及交易伙伴等信息安全的承诺，并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，严厉杜绝客户信息泄露现象发生。2017 年，索尼中国未发生客户信息泄漏事件。

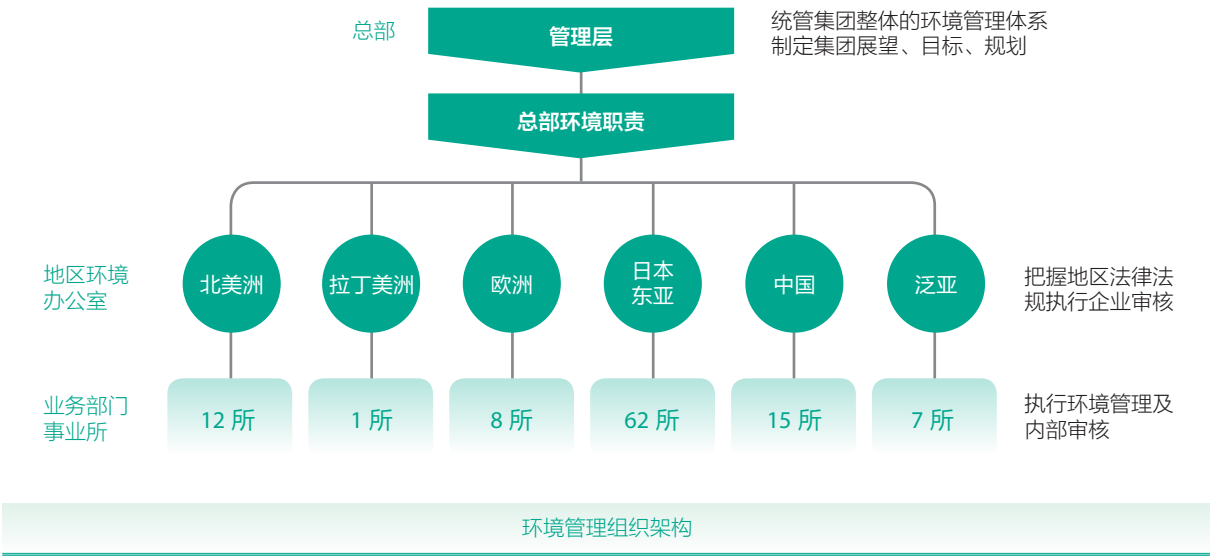


> 迈向零负荷

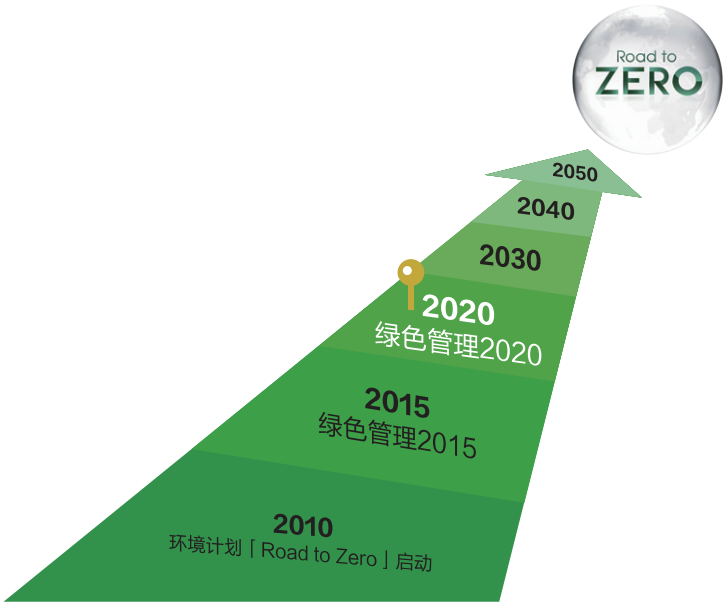
索尼秉承绿色发展理念，围绕应对气候变化、保护地球资源、管理化学物质、保护生物多样性这四个方面，实施多角度、全方位的环境保护措施。在企业运营和产品生命周期中，通过贯彻执行“Road to Zero”环境计划，推进技术革新和创新实践，从企业理念、策略和实践等方面全面减少自身经营活动对环境带来的负面影响。同时，通过环境友好型产品的开发满足消费者的需求，努力向环境零负荷迈进。

• 环境治理理念

索尼将环境保护作为其发展的立足点，在维护地球环境健康的前提下，开展自身业务和经营活动。为实现绿色管理目标，索尼集团不断完善全球环境治理体系，搭建环境管理组织架构，加强总部统筹管理职能，制定统一的目标和战略，并由各地区环境办公室监督执行，保障目标的落实。截至 2018 年 3 月 31 日，索尼全球的认证数量已达 105 个，索尼在华企业中的所有工厂均取得了 ISO 14001 整合认证。



为实现可持续发展，索尼提出“迈向环境零负荷”的环境目标，并通过“Road to Zero”环境计划全力推进目标的实现。该计划将 2050 年设定为“环境零负荷”的完成年，设定各个时期的环境中期计划，推进计划的落实。



索尼 2050 环境计划

• 关注地球环境

当今社会人类在不断开发利用自然资源、增强自身生产能力的同时也带来了巨大的环境影响。资源浪费、环境恶化、生态失衡等一系列环境问题频发，使得环境所承载的负荷日益加重。索尼坚持可持续发展理念，从气候变化、资源利用、化学物质、生物多样性四个方面着手治理环境问题带来的不良影响，减少环境负荷。

应对气候变化

索尼将削减温室气体排放融入至产品的全生命周期中，在设计、采购、运营、包装与物流、回收、创新各个环节中考虑其活动行为对气候产生的影响，致力于减少温室气体排放量，为社会应对气候变化贡献力量。

削减资源使用

可持续地使用资源是企业可持续发展的动力源，索尼在运营过程中注重资源的节约化和可再生化，提升资源利用效率，积极采购可再生资源和原材料，最大限度地利用资源，并保证资源的重复利用。

案例

PlayStation® 4 优化改进，守护环境友好

PlayStation 系列产品在全球累计销售量超过 3 亿部。这个巨大的数字也表明了环保行动的重要性。新款 PlayStation® 4 (PS4®, CUH-2000 系列) 实现了广泛改进，通过降低 CPU 和 GPU 的能耗，从而减少了热量的产生，使得散热器和其它冷却部件的尺寸减小，最终明显地减小了产品的尺寸、重量和所用资源的数量。

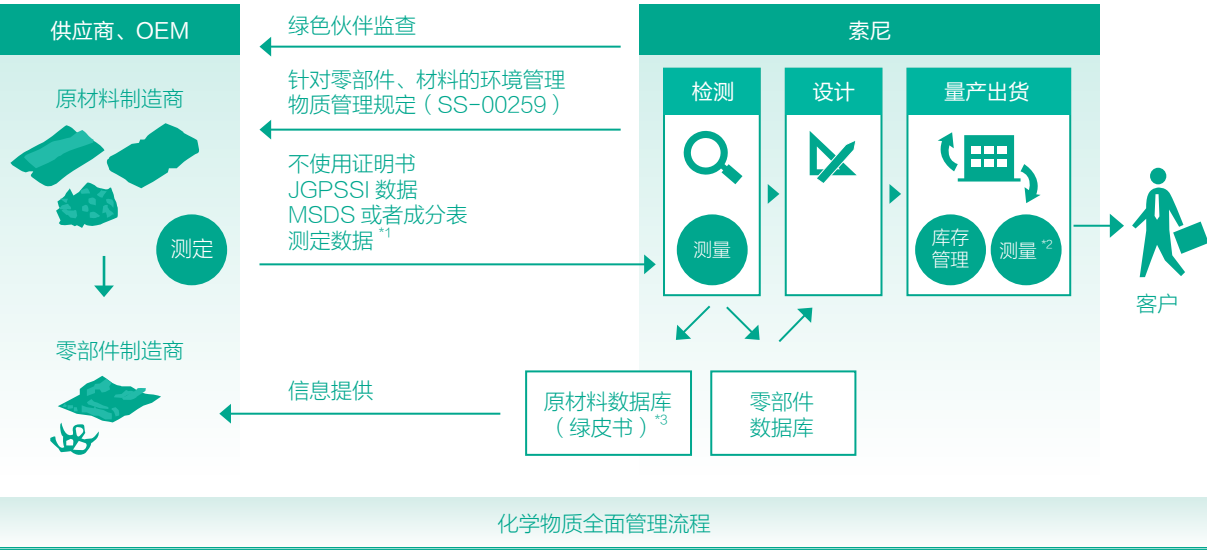


▲ PlayStation® 4 再次为环保而升级

-  28% 与之前的 CUH-1200 系列相比，功耗减少了 28%
-  将占整体功耗 40% 的核心部件 CPU 和 GPU 小型化，在降低功耗的同时保持了相同的性能
-  根据当时操作情况的需要，智能启动和关闭 CPU 和 GPU 中大量的处理单元，可以减少浪费

化学物质管理

为严格管控电子产品中各个零部件的化学物质，尽可能减少环境污染和负面影响，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，对业务伙伴实施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）》，并据此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 - 绿皮书公开数据

保护生物多样性

生物多样性是经济社会可持续发展的基础，索尼持续助力生物多样性的保护，并通过举办摄影大赛、开展教育活动等多种形式宣传推广生物多样性保护理念，以实际行动落实可持续发展目标，守护生物多样性。此外，索尼考虑到非法伐木对生物多样性造成的损害，采取木料与纸制品责任采购举措。根据纸张和印刷品购买指南，在购买纸张时，将环境保护纳入决策过程。



案例

“哇！哦！生物多样性活动”带动员工保护生物多样性

自 2016 年开始，索尼（中国）携手索尼在华企业开展“哇！哦！生物多样性活动”，以“索尼发现并传递自然之美”为主题，鼓励并号召员工及家属用镜头记录自然中的生物，通过微博、微信平台传递分享大自然带来的惊叹与感动，进一步提高大家关注环境保护的意识。2017 年，活动吸引近千名员工参与，累计收到 965 幅摄影作品、6 万余次“点赞”，数量同比增加 100%。

索尼（中国）中国地区环境办公室在携手上海植物园举办了“哇！喔！索尼生物多样性摄影展”的同时，还开展了生物多样性知识讲座和索尼摄影知识讲座，向广大游客普及生物多样性知识，展示索尼倡导的绿色、环保、和谐的生态文明理念。



▲ 索尼中国“哇！哦！生物多样性活动”中的员工摄影作品

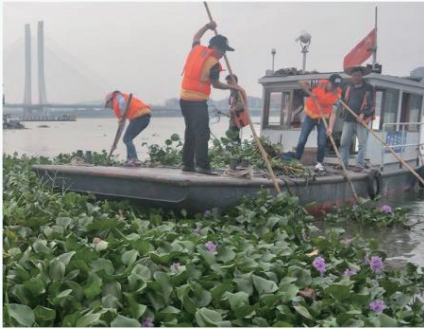


案例

守护生物多样性，守望环境美好

为了防止水浮莲破坏环境，2017 年 11 月 11 日，索尼精密部件（惠州）有限公司携手惠州市水上环卫所开展以“保护东江，维持生态平衡”为主题的水浮莲打捞活动，共计打捞水浮莲 10 吨，用实际行动守护生物多样性。

- 连续 7 年开展水浮莲打捞活动
- 2017 年共打捞 10 吨水浮莲



▲ 索尼精密部件（惠州）有限公司员工志愿者打捞水浮莲

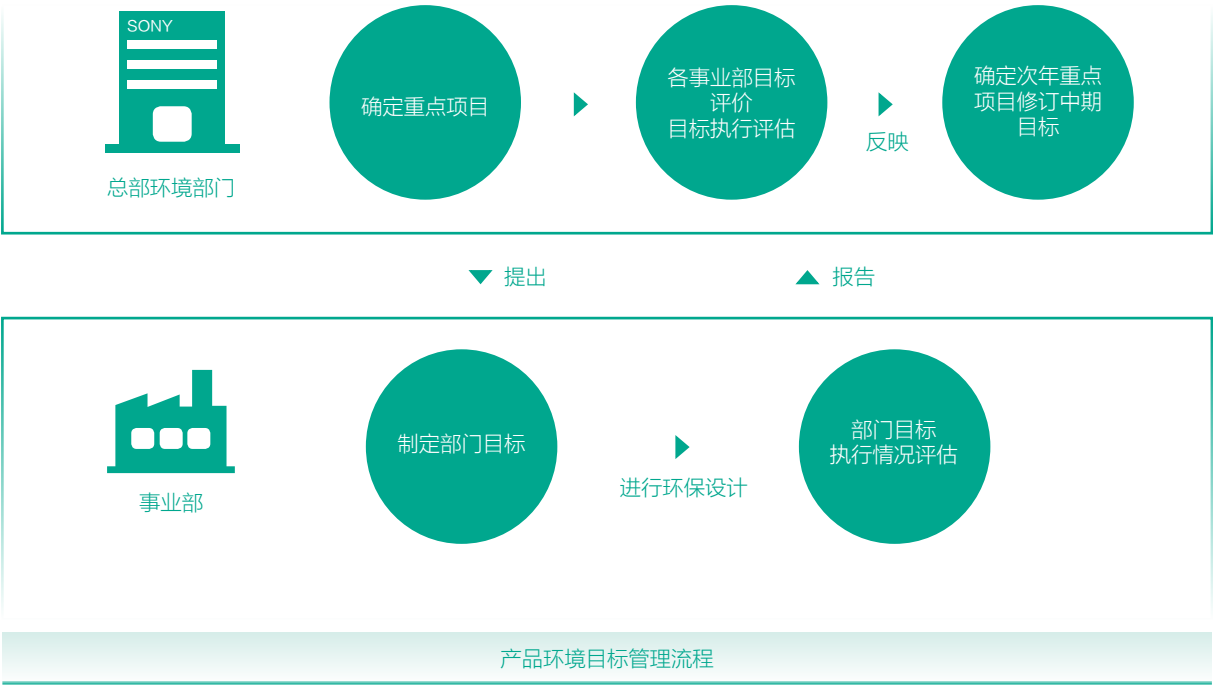
绿色产品生命周期

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。

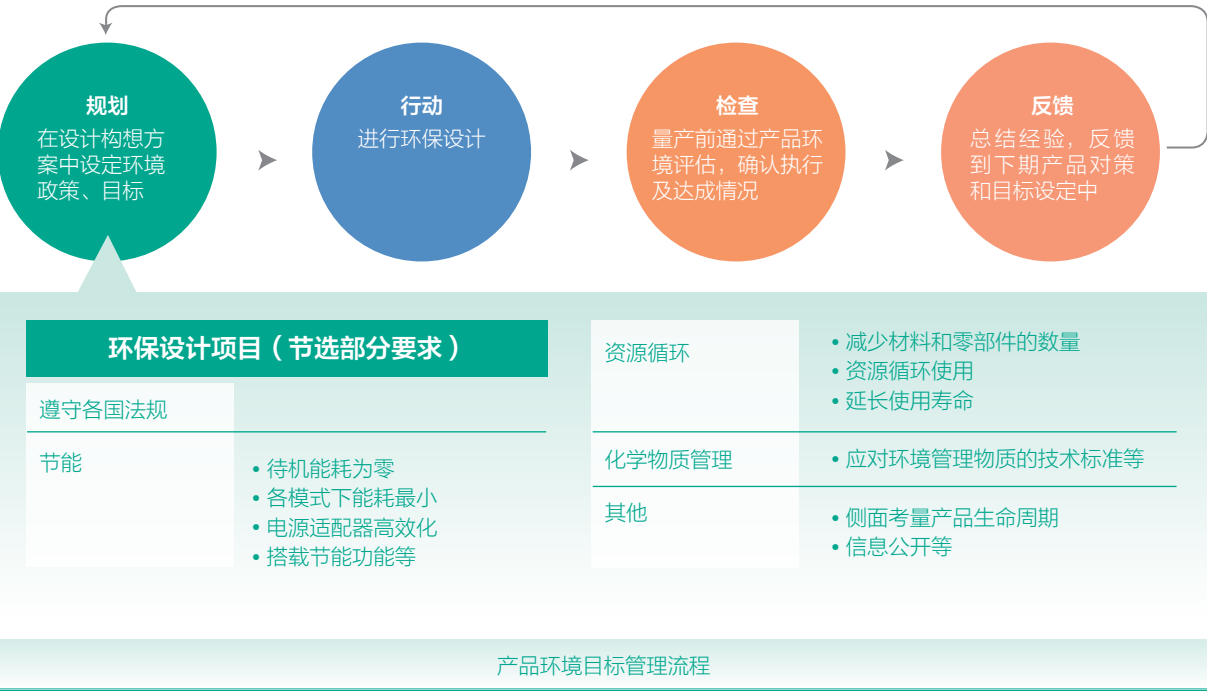
产品策划与设计

利用索尼的创造力与技术能力，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。

索尼在环境中期计划“Green Management 2020”（以下简称 GM2020）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，为产品设定对应目标值，并进行环境评估，推动环保型产品的开发。



索尼致力于为顾客提供安心愉悦的环保产品，在产品生命周期的各个环节，索尼始终追求“享受倍增”和“环境影响锐减”的同时实现，开展一系列的绿色环保活动，减少环境负荷。



绿色运营

索尼致力于在整个运营环节降低二氧化碳等温室气体的排放，将自身工厂和办公环境打造绿色低碳化的同时，带动合作伙伴开展节能活动，降低整个价值链的环境负荷。



上海索广电子有限公司建立 5 个小组，通过摄像机混流生产节能改造、空压机压力削减改善等工艺改善，实现节约用电量 607,683 千瓦时，节约标准煤 139 吨，减少二氧化碳排放 463 吨，节约成本 216 万元人民币。

索尼精密部件（惠州）有限公司以“投入最少的改善经费达到节能效果最大化”为出发点，从细节入手，找到节能减排的方案，实现二氧化碳排放量减少 283.88 吨，节约成本 31.1 万元人民币。

案例

绿色办公从点滴做起

上海索广电子有限公司推进“绿色办公”的理念，对所有的办公电脑都贴上了节能宣传的小贴士，要求管理人员在休息、就餐期间关闭电脑、关闭照明电源。同时，对办公室、会议室的空调温度设定进行了严格的管控，对卫生间的龙头和便器进行节水改造，以节约资源推进绿色办公。

原材料与零部件采购

一直以来，索尼通过绿色伙伴认证制度，对产品中的化学物质进行严格管理，并将其导入原材料和零件采购活动中。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。根据中期计划 GM2020，索尼要求其主要生产伙伴每年降低 1% 的温室气体排放量和耗水量，提升整个价值链的环境友好程度。

包装与物流

索尼在华企业关注环境影响，利用轻量化和更节省资源的包装运输材料，优化运输路径、合理安排仓储包装空间，在降低成本、提高运输效率的同时，实现节约资源、削减温室气体的排放。

案例

小组装 大学问：L 型包装中的环保设计

索尼产品 Sound Bar 家庭影院系统由一个条状音箱和一个方形低音炮组成，单独包装往往造成空间和材料的浪费，带来过度包装和空间浪费的问题，造成较大的环境压力。索尼公司采用 L 形包装箱，利用“拼图式”组合，减少空间和材料的浪费，提升空间利用效率和运输效率，有助于减少因资源能源使用而产生的温室气体排放。2017 年，因采用 L 型包装，包装环节所产生的二氧化碳排放量相比以前减少了 15%。

L 型包装降低环境影响

CO ₂	14.46(kg)
CO ₂	12.34(kg)
	2.12(kg)

回收与循环利用

索尼积极考虑消费者使用后的废弃产品回收处理问题，非常重视开发生产于回收的产品。同时根据不同地区的社会需求在当地承担相应的回收责任，推动废弃产品的回收利用及再资源化。在日常经营活动中，也注重采取再资源化措施，提高循环利用水平，减少废弃物的产生。



案例

上海索广映像有限公司开展废弃物包材捆包回收

近年来，供应链中的包材消耗量逐年增加，产生的废弃物也不断增多，其中包材废弃物占上海索广映像有限公司废弃物总量的 50% 以上。自 2015 年来，上海索广映像有限公司针对上游供应链中废弃物增多的问题开展包材废弃物削减项目，通过捆包方式对包材废弃物进行回收，减少废弃物总量，降低环境负荷。2017 年，废弃物包材捆包回收项目共削减包材废弃物 100 吨，节约成本 3,500,000 元人民币，并荣获上海绿色供应链 2017 年度优秀示范案例奖，也得到了索尼集团的认可。



▲ 上海索广映像有限公司
废弃物包材捆包回收

• 环境保护活动

索尼在其企业活动中自觉承担起环境保护的责任和使命，持续践行企业社会责任，通过开展多样的环境保护活动，致力于减少二氧化碳的排放和 2050 年环境零负荷目标的实现，维护环境平衡，建设人类共同生活的美好家园。



案例

空瓶回收，乐享低碳生活

2014 年，为减少白色污染，索尼精密部件（惠州）有限公司以“Green Challenge - One Million PETs !”为主题，开展各部门空瓶回收比赛活动，将空瓶资源变废为宝。截至 2018 年 5 月，索尼精密部件（惠州）有限公司共回收饮料空瓶 1,984,099 个，将售卖空瓶所获得的资金用于激励环保行为，让员工自主地进行垃圾分类。员工们在百万空瓶回收项目的参与过程中，养成了不乱丢垃圾，低碳环保的生活习惯。

截至 2018 年 5 月，索尼精密部件（惠州）有限公司共回收饮料空瓶

1,984,099 个



案例

环境零负荷，“索”以我行——索尼中国 2017 年世界环境日活动

2017 年，索尼中国立足“一个索尼”理念，为解决中国环境发展问题，树立环境保护意识。在世界环境日当天，索尼在华企业举办了以“环境零负荷，‘索’以我行”为主题的环保活动，通过骑行和暴走等方式宣传绿色出行理念，倡导绿色交通出行方式，助力环境零负荷目标的实现。索尼在华企业通过积极主动且有效的宣传，约 19,000 人了解了活动的环保意义。索尼在华企业结合当地情况开展环保活动，员工积极响应活动号召，骑行总距离为 5,146.0 千米，暴走总距离为 18,599.73 千米，削减约 64 吨二氧化碳，相当于索尼（中国）10 天的能源消耗量。



▲ 索尼在华企业举办以“环境零负荷，‘索’以我行”为主题的环保活动



• 环境责任与绩效

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
2017	142	1,067	21	7.8	1.72

② 资源效率

（单位：万吨）

年度	事务所废弃物 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	环境效益（倍）
2015	0.4	60.6	7.8	6.5	3.76
2016	0.1	56.8	7.1	7.7	3.9
2017	0.1	57.8	7.6	7.5	4.32

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
2017	84	4	353	47

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
2017	4	147

※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	7,775	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
2017	251	5,150	56,301	61,702	359,031	363,187	3,618	3,091	36

※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），基于电力或热力使用的间接排放（范围 2）

※3 水使用量减掉水涵养贡献量



回馈之道

企业的发展与当地社区密切相关，与社区共荣是不断推进索尼在华事业发展的关键。作为“植根中国”的优秀企业公民，索尼秉承“为了下一代”的企业社会责任理念以及创新精神，通过产品技术、员工志愿者及伙伴关系的建立，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合作，回馈社会，助力社区建设与教育发展。

> 理念与指导方针

“为了下一代”是索尼一贯秉承的责任理念，其中包含了创新、健全的业务运营体系，把教育的持续投入作为企业的重要战略，以支持中国教育事业的发展。对此，我们持续加大在教育和环保两大领域投入，充分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，推动地区间教育资源、水平的均衡化。



> 支持教育发展

教育是社会发展的基础，索尼中国一直在教育这条公益之路上不断探索、努力前行，希望通过自身的专业优势，给孩子们提供良好的学习环境，为他们科技好奇心的培养提供土壤，从而助力全面发展。另外，积极推进与高校、社会公益机构等的紧密合作，致力于解决欠发达地区教育资源匮乏问题。

• 索尼探梦

秉承索尼创始人井深大先生确立的“以技术贡献社会、以科技推动人类社会发展”的经营理念以及企业战略，2000年，索尼出资并支持建立“索尼探梦”科技馆。馆内不仅运用了索尼在数码、IT、音视频等领域的先进技术，而且不断进行创新、多样化设计，注重科普教育的趣味性与互动性，力求帮助中国青少年亲身体验科学神奇、了解科学意义，从而培养他们对科学的浓厚兴趣。

2008年，“索尼探梦”开展科普进校下乡活动。2010年，在此基础上开展“爱心助学－科普万里行”，深入偏远地区，将数年来不断积累与发展的崭新科普教育模式，独具特色的“探梦实验室”表演、“DIY 科普小实验”等科普项目，带入到偏远地区的中小学校中，并特别设置科普专家与乡村教师教学交流等环节，为偏远地区的孩子开启一道科普启蒙的大门，助力中国城乡教育均衡化。

截至 2018 年 3 月 31 日



“索尼探梦”累计接待
超过 **255** 万名参观者



“爱心助学－科普万里行”足迹
遍布 **20** 余所城市
惠及 **93,136** 人



“索尼探梦”科普进校下乡活动
惠及 **531** 所边远地区学校
师生 **228,445** 人

非常惊喜能看到这样精彩的科普实验表演活动，既包含了丰富的科普知识，又形式多样、互动性强，让孩子们觉得科学一点也不枯燥。尤其是科学实验影片非常棒，不出家门就能让孩子学习科学，还能反复观看，加深印象。

——参与“索尼探梦”活动的家长



案例

“索尼探梦科普万里行”传递科学光芒

2017 年 12 月 26 日，“索尼探梦”科技馆与四川科技馆联手举办“科普万里行”活动，为成都的青少年们带来“大型室内精品实验”“探梦实验室”“科普童话剧《梦想国奇游记》”等精彩纷呈的经典科普实验演出。神奇的科学实验加上“索尼探梦”实验人员热力十足的表演，让青少年们感受到了趣味科普的超强震撼，激发了他们对科学的好奇及热情。活动期间，孩子们还被邀请加入经典科普表演，亲身体验科学的魅力，在趣味的互动中，掌握科学知识，获得全场阵阵热烈掌声。



▲ “索尼探梦”科普表演

• 索尼“梦想教室”

科技的飞速发展城市化进程的不断推进，带来了城市与贫困区间由于技术发展不均而产生的教育鸿沟。2013 年，索尼（中国）启动索尼“梦想教室”项目，广泛开展适合当地需求的公益活动，将索尼的最新产品与教育资源充分融入，为学生们带去独创的科普实验室，并不断丰富课堂形式与内容，为孩子们带去“WOW”的体验。

“为了下一代”是索尼公司一直以来秉承的企业社会责任理念，我们也一直致力于为中国的教育事业做出贡献。索尼“梦想教室”的独特之处在于，我们不仅给孩子们提供科技教育设施，还将利用索尼公司在科普教育领域的丰富经验，持续给孩子们带来形式多样、寓教于乐的科学课堂，希望索尼“梦想教室”帮助更多的中国青少年实现科学梦想。

——索尼（中国）董事长兼总裁 高桥洋先生

借助索尼“梦想教室”的硬件和软件，我们能最大限度发挥自己教学的创意，充分激发孩子们对科技的兴趣和好奇心，为孩子们构筑梦想贡献力量。感谢索尼“梦想教室”，给了我们一次实现梦想的机会。

——复旦大学学生 冯杉

- 在全国 **80** 座城市
- 建立 **132** 间索尼“梦想教室”
- 累计超过 **36** 所高校的大学生志愿者团队
- 为近 **90,000** 余名学生带去了梦想课堂
- 开展了 **21,000** 多课时的支教课程
- 影响了 **7,000** 余名教师



案例

索尼“梦想教室”助力青少年实现科技梦想

2017 年 6 月，“索尼探梦”科技馆启动仪式在山西省临汾市乔李小学举行。在为学校配备具有电子教学设施的索尼“梦想教室”之外，索尼公司还捐赠了 KOOV 可编程教育机器人套件。在随后的体验课程上，索尼集团中国总代表根本章二先生和学生们共同体验了机器人编程的乐趣。活动极大地激发了孩子们的创造力和想象力，帮助他们实现科学梦想。



▲ 根本章二先生和孩子们共同体验科学课堂

• 未来课堂整体解决方案

教育的意义是让学习者更好地应对社会变化，培养孩子思考、创造和探索的能力。长期以来，索尼致力于推动 STEAM 教育在中国的发展，2017 年正式对外发布了 KOOV 可编程教育机器人套件。作为 STEAM 教育的载体，编程机器人以便捷性、趣味性、科学性等优势，吸引年轻一代学生的探究兴趣，让孩子们在自由拼搭的过程中，感受编程的魅力。同时，帮助培养其创造力和好奇心，以及开拓未来的思维能力。此外，为践行“互动”“协作”“分享”的教育理念，索尼为教育行业带来 Vision Exchange 协作系统解决方案，致力于打造主动学习课堂。

案例

开创教育行业互动教学先河——“KOOV 机器人教室”

为实现教育现代化创新，培养学生多元化思维，创办于 1953 年的上海市杨浦区凤城新村小学选择引入索尼 Vision Exchange 协作系统解决方案以及 KOOV 可编程教育机器人套件，并于 2017 年 9 月开启了教育行业领先的“KOOV 机器人教室”。10 余名学生在几个月内已完成了系统中模型示例，并研究、设计了多个独创机器人。体验课上，老师与学生高效交流，实时互动，充分激发孩子们的创意与热情，带来了焕然一新的课堂体验。未来，索尼也将继续推动索尼 Vision Exchange 协作系统解决方案在更多学校的应用，推动教育现代化创新。



在 KOOV 机器人教室，老师与学生高效交流，实时互动

索尼教育系统解决方案，为我们提供了很好的应用体验，改变了传统模式，我现在可以通过视频、图片等讲解重点，并将各种信息、标注传递给学生们。我还可以实时看到每个学生的进程与状态，帮助他快速解决问题，这种高效反馈尤为重要。在课程中，我感觉学生的观察力提升明显，对细节的思考与实践更加成熟。

——上海市杨浦区凤城新村小学 张老师

> 助力环保公益

生态环境是人类赖以生存和发展的基础。索尼中国高度重视环境保护，始终倡导生态文明理念，加强环保管理与宣传，积极组织、参与环保活动，引发全社会对环境保护的关注，积极推动绿色消费与环保理念的深化，携手每一位消费者，共同为可持续发展助力。

案例

培育环保社团的青年领袖——索尼“绿色征程”

2017 年 7 月，索尼（中国）和中国国际青年交流中心共同举办绿色征程（Green Road）活动，面向高校环保社团骨干、关注可持续发展议题的社团青年、社区青年工作者等青年群体，通过劳伦斯专业讲师培训指导、环保专家授课、环保案例分析等形式，对青年环保领袖进行系列培训。活动共招募 14 个团队，完成多个环境问题解决方案设计，提升青年群体的领导力和解决环境问题的有效应对能力，从而为全社会培育一批新的青年环保先锋力量。



环保社团参加索尼青年领导力培训

案例

对外环境教育活动，培养学生环保意识

2009 年至今，索尼精密部件（惠州）有限公司每年都定期开展对外环境教育活动。2018 年 1 月 18 日，索尼精密部件（惠州）有限公司环境事务局来到惠州市湖山小学开展对外环境教育活动，为湖山小学捐赠了 100 套全新的课桌椅及一台投影仪，帮助学校改善教学环境。同时，还给学生带去了一堂环保课，通过简单的试验，教会孩子们水质辨识及水质检测的小方法。



索尼精密部件（惠州）有限公司开展对外环境教育活动

> 志愿贡献社区

员工志愿服务是索尼社会责任的一大特色，志愿者文化已成为索尼中国企业文化中必不可少的一部分。通过企业的战略目标与员工个人实际行动的有机结合，索尼中国不断推动在华公益事业的发展与进步。

历年来，索尼员工在环保、教育和慈善领域分别开展了体现不同区域和议题特点的丰富活动，充分发挥企业优势，为社会各界带去爱和温暖。

• 技能型志愿服务

秉承“植根中国、长远发展”的承诺，以及“以技术贡献社会”的发展理念，索尼中国坚持融入中国社会，充分利用索尼的技术、资源优势，不断推进在华企业志愿服务活动，助力社会问题的解决。



案例

助力青年摄影师职业发展

为推进摄影文化的普及与发展，索尼（中国）启动“索尼青年摄影师发展计划”。通过面向全中国青年摄影师的照片征集、评选等，发现更多优秀的中国青年摄影人才，助力他们完成摄影创作梦想。自 2015 年项目启动以来，3 年间，累计 8,518 人参与投稿，共收到 124,406 张投稿作品，超过 50 位青年摄影师入选，获得了来自索尼及合作方提供的影像器材、资金以及摄影方面的专业支持和帮助，其中不乏有青年摄影师获得支持后取得了优异的成绩，为中国摄影事业的发展做出贡献。



▲ 《我的孩子们》| 邵广红 摄



▲ 《传承》| 朱红辉 摄



▲ 《伊朗》| 刘丹 摄



▲ 《踏上东乡族土地》| 张健 摄



案例

以专业影像设备保障灾区信息传输

2017 年 8 月 8 日，四川阿坝藏族羌族自治州九寨沟县发生 7.0 级地震。地震发生后的第一时间，索尼中国专业系统集团（PSC）立刻启动内部应急机制，索尼成都分公司领导、技术工程师、业务人员与九寨沟电视台记者随即共同奔赴灾后现场，设计和测试采访与无线传输方案，并为灾区无偿提供五台摄像机和一套无线传输设备，其中包括 3 台高清摄录一体机 PXW-X280、1 台 PXW-X160、1 台 PXW-X180 及 1 套无线传输系统 PWS-100RX1，协助九寨沟电视台大大提高工作效率，让全国人民能够尽快了解到九寨沟灾区的即时资讯和动态。

• 志愿服务实践

在“一个索尼”理念下，索尼开展了“志愿者公益周”系列活动，旨在有效传递公益能量，同时激发并调动索尼全体员工的公益参与热情。该项目是员工志愿服务的新模式，也标志着索尼公司员工志愿服务理念的新高度。



案例

“索尼志愿者公益周”系列活动，助力贫困地区教育发展

2018 年，“索尼志愿者公益周”连续四年第五次开展活动。来自索尼（中国）、索尼影视、“索尼探梦”科技馆和索尼集团企业社会责任部的 9 名员工志愿者和 2 名索粉志愿者共同奔赴云南，为学校捐赠了投影机、PS4 等配套硬件设备，索尼探梦科普 DIY 实验用具等学习、生活用品。作为展现公司公益文化的方式，每个志愿者都将自己的爱心和热情倾注其中，为孩子们带来丰富有趣的科技文娱课程，还进行了家访慰问等活动。

志愿者不但用专业的摄影技能为本次活动留下了珍贵的影像资料，更是身体力行奉献爱心。通过他们也让更多人了解了索尼的企业社会责任理念——“为了下一代”。



▲ “索尼志愿者公益周”活动

此外，索尼在华企业积极参与、组织各类志愿者服务活动，为社会弱势群体送去关怀。



案例

开展读书交流活动，关怀弱势群体

上海索广映像有限公司长期热衷于社会公益事业，积极投身于关爱弱势群体、敬老领域。2017 年 8 月，索尼（中国）CFO、上海索广映像有限公司总经理羽嶋仁与员工志愿者们一起来到唐镇社区，开展“阅读精彩、点亮心灵”的公益活动，向唐镇残疾人联合会捐赠图书，并在社区内开展读书会交流和诵读，以实际行动关怀弱势群体，点亮弱势群体的心灵。



▲ 羽嶋总经理与弱势人士互动

附录

> 展望

2018 年是中国改革开放 40 周年。索尼中国将继续秉承“为了下一代”的可持续发展承诺，为中国的经济腾飞做贡献的同时，在关爱员工、责任供应链、科技创新、产品与服务、环境保护、回馈社区等领域持续发力，用实际行动贡献中国经济社会的可持续发展：

- **关爱员工：**为员工营造更加开放的工作环境，并提供更加适合自身发展的空间和资源，尊重员工价值和需求，竭尽所能地为员工提供帮助，实现与员工共同发展。
- **责任供应链：**将责任管理延伸至供应链上下游，加强供应商管理，带动供应链上下游的伙伴履责。
- **科技创新：**继续专注于技术创新，贴近中国消费者的需求，打造更加适合中国本土发展需要的产品和技术。
- **产品与服务：**在持续加强产品质量管理，为客户提供优质、环保、安全的产品的同时，创新客户服务，为客户带来更加精彩的体验。
- **环境保护：**持续推进“Road to Zero”环境计划，积极应对环境挑战，通过技术创新、绿色全生命周期管理等方式，降低自身对环境的影响，向“环境零负荷”目标迈进。
- **回馈社区：**积极投身于各项社会公益活动，继续加大在教育领域、环境公益的投入，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，与社会共享未来发展价值。

未来，索尼中国将继续践行企业社会责任承诺与理念，携手各利益相关方开展更丰富的责任行动，共筑美好生活。



▲ 上海索广电子有限公司：无偿献血活动，10 年来累计 252 名员工参与，献血量达 59,000 毫升



▲ 上海索广映像有限公司：为唐镇捐赠索尼电视



▲ 索尼数字产品（无锡）有限公司：第四次“心聆感影，为盲人讲电影”活动



▲ 索尼精密部件（惠州）有限公司：孝老·爱老活动

> GRI 内容索引

指标编号和描述	页码	注解
GRI 101: 基础		
GRI 102: 一般披露		
组织概况		
102-1 组织名称	4	
102-2 活动、品牌、产品与服务	7-8	
102-3 总部位置	关于本报告、4-5	
102-4 营运位置	4	
102-5 所有权与法律形式	4	
102-6 服务的市场	6-7	
102-7 组织规模	4	
102-8 关于员工和其他工作者的信息	25	
102-9 供应链	33	
102-10 组织及其供应链的重大变化	4-6	欲了解更多信息，请参阅《索尼集团负责任供应链矿产政策》
102-11 预警原则或方针	9	
102-12 外部倡议	22、33	
102-13 协会的成员资格	21	
战略		
102-14 高级决策者的声明	2-3	
102-15 关键影响、风险和机遇	16、19-20	
道德和诚信		
102-16 价值观、原则、标准和行为规范	9、15-17	
102-17 关于道德的建议和关切问题的机制	9、17	
管治		
102-18 管理架构	16	
102-19 授权	16-17	
102-20 行政管理层对于经济、环境和社会议题的责任	16、41-42、53	
102-21 就经济、环境和社会议题与利益相关方进行的磋商	19-20	
102-22 最高管治机构及其委员会的组成	9、16	
102-23 最高管治机构主席	9	
102-24 最高管治机构的提名和甄选	9	
102-26 最高管治机构在制定宗旨、价值观和战略方面的作用	16	
102-27 最高管治机构的集体认识	16	

指标编号和描述	页码	注解
102-28 最高管治机构的绩效评估	16	
102-29 经济、环境和社会影响的识别和管理	18	
102-31 经济、环境和社会议题的评审	19	
102-32 最高管治机构在可持续发展报告方面的作用	15	
102-33 重要关切问题的沟通	20	
102-35 报酬政策	26	
102-36 决定报酬的过程	26	
102-37 利益相关方对报酬决定过程的参与	16-17	
利益相关方沟通		
102-40 利益相关方群体列表	20	
102-42 利益相关方的识别和遴选	20	
102-43 利益相关方参与方针	20	
102-44 提出的主要议题和关切问题	20	
报告实践		
102-45 合并财务报表中所涵盖的实体	关于本报告	
102-46 界定报告内容和议题边界	关于本报告、19-20	
102-47 实质性议题列表	19	
102-49 报告变化	19-20	与之前报告没有重大变动，根据利益相关方的反馈意见，我们更新了实质性矩阵
102-50 报告期	关于本报告	
102-51 最近报告日期	关于本报告	
102-52 报告周期	关于本报告	
102-53 有关本报告问题的联系人信息	关于本报告	
102-54 符合 GRI 标准进行报告的声明	关于本报告	我们声明参照《可持续发展报告标准》（GRI Standards），自我评级“全面符合”
102-55 GRI 内容索引	62-63	
GRI 200 经济		
GRI 103 管理方法		
103-1 对实质性议题及其边界的说明	19	
103-2 管理方法及其组成部分	19-20	
103-3 管理方法的评估	19-20	
GRI 201 经济绩效		
201-1 直接产生和分配的经济价值	34-36	
201-2 气候变化带来的财务影响以及其他风险和机遇	42-50	

指标编号和描述	页码	注解
201-3 义务性固定福利计划和其他退休计划	26	
GRI 202 市场表现		
202-2 从当地社区雇佣高管的比例	25	
GRI 203 间接经济影响		
203-1 基础设施投资和支持性服务	10-11、46-47、54-55	
203-2 重要间接经济影响	54-60	
GRI 204 采购实践		
GRI 103 管理方法		
103-1 对实质性议题及其边界的说明	33	
103-2 管理方法及其组成部分	33	
103-3 管理方法的评估	19-20	
GRI 205 反腐败		
GRI 103 管理方法		
103-1 对实质性议题及其边界的说明	19-20	
103-2 管理方法及其组成部分	9	
103-3 管理方法的评估	19-20	
GRI 300 环境		
GRI 103 管理方法		
103-1 对实质性议题及其边界的说明	41	
103-2 管理方法及其组成部分	41	
103-3 管理方法的评估	23、41	
GRI 301 物料		
301-2 所使用的回收进料	48、50-51	
301-3 回收产品及其包装材料	48	
GRI 302 能源		
302-1 组织内部的能源消耗量	51	
302-3 能源强度	51	
302-4 减少能源消耗量	51	
302-5 降低产品和服务的能源需求	43	
GRI 303 水资源		
303-3 水循环与再利用	51	
GRI 304 生物多样性		
304-1 组织所拥有、租赁、在位于或邻近于保护区和保护区外生物多样性丰富区域管理的运营点	44	
304-2 活动、产品和服务对生物多样性的重大影响	44	
304-3 受保护或经修复的栖息地	44	

指标编号和描述	页码	注解
GRI 305 排放		
305-1 直接（范畴 1）温室气体排放	51	
305-2 能源间接（范畴 2）温室气体排放	51	
305-4 温室气体排放强度	50	
305-5 温室气体减排量	50	
305-7 氮氧化物（NOx）、硫氧化物（SOx）和其他重大气体排放	50	
GRI 306 污水和废弃物		
306-2 按类别及处理方法分类的废弃物总量	51	
306-5 受排水和 / 或径流影响的水体	50	
GRI 308 供应商环境评估		
308-1 使用环境标准筛选的新供应商	47	
308-2 供应链对环境的负面影响以及采取的行动	47	
GRI 400 社会		
GRI 103 管理方法		
103-1 对实质性议题及其边界的说明	24	
103-2 管理方法及其组成部分	24-25	
103-3 管理方法的评估	24-25	
GRI 401 雇佣		
401-1 新进员工和员工流动率	25	
401-2 提供给全职员工（不包括临时或兼职员工）的福利	26	
401-3 育儿假	26	索尼中国严格遵守中国劳动法律法规的规定
GRI 403 职业健康与安全		
403-1 劳资联合健康安全委员会中的工作者代表	28	
403-2 工伤类别，工伤、职业病、损失工作日、缺勤等比率	28	
403-3 从事职业病高发职业或高职业病风险职业的工作者	28	
403-4 工会正式协议中的健康与安全议题	28	
GRI 404 培训与教育		
404-2 员工技能提升方案和过渡协助方案	27	
GRI 405 多元化与平等机会		
GRI 103 管理方法		
103-1 对实质性议题及其边界的说明	25	
103-2 管理方法及其组成部分	25	
103-3 管理方法的评估	25	
405-1 管治机构与员工的多元化	25	
GRI 406 反歧视		

指标编号和描述	页码	注解
406-1 歧视事件及采取的纠正行动		索尼中国严格遵循《世界人权宣言》和中国相关法律规定，反对歧视
GRI 408 童工		
408-1 具有重大童工事件风险的运营点和供应商		索尼中国杜绝使用童工和强迫劳动
GRI 409 强迫与强制劳动		
409-1 具有强迫或强制劳动事件重大风险的运营点和供应商		索尼中国杜绝使用童工和强迫劳动
GRI 412 人权评估		
412-1 接受人权审查或影响评估的运营点	25	
GRI 413 当地社区		
GRI 103 管理方法		
103-1 对实质性议题及其边界的说明	52	
103-2 管理方法及其组成部分	53	
103-3 管理方法的评估	53	
413-1 有当地社区参与、影响评估和发展计划的运营点	54-55	
GRI 414 供应商社会评估		
414-1 使用社会标准筛选的新供应商	33	
414-2 供应链对社会的负面影响以及采取的行动	33	
GRI 416 客户健康与安全		
GRI 103 管理方法		
103-1 对实质性议题及其边界的说明	38-39	
103-2 管理方法及其组成部分	37-38	
103-3 管理方法的评估	37	
416-1 对产品和服务类别的健康与安全影响的评估	37	
GRI 418 客户隐私		
418-1 与侵犯客户隐私和丢失客户资料有关的经证实的投诉	40	
GRI 419 社会经济合规		
GRI 103 管理方法		
103-1 对实质性议题及其边界的说明	9、19-20	
103-2 管理方法及其组成部分	9、19-20	
103-3 管理方法的评估	19-20	



索尼中国可持续发展报告 2018

发行: 索尼(中国)有限公司

2018 年 9 月发行 环保纸印刷

Printed in China