

**SONY**

**2020**

索尼中国可持续发展报告  
Sustainability Report



# 关于本报告

本报告为年度报告，是索尼（中国）自 2006 年以来发布的第十五份可持续发展报告。

## 报告主体

报告组织范围包括索尼（中国）有限公司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（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、索尼电子运营（中国）有限公司、索尼半导体科技（上海）有限公司、索尼移动通信产品（中国）有限公司、索尼互动娱乐（上海）有限公司、安尼普（上海）文化艺术有限公司、索尼影视娱乐中国、索尼音乐娱乐中国、索雅音乐版权代理（北京）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）”是指索尼（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

2019 年 4 月 1 日至 2020 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）
- ◎ 《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”，从索尼在中国、环境、社会、治理四个方面充分展示索尼在 2019 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。

欲了解更多的索尼中国社会责任信息，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

专题:抗击疫情, 风雨同历 10

专题:GM2025, 迈向零负荷 14

向零迈进  
共享绿色新发展 16



- 加强环境管理 18
- 绿色产品全生命周期 22
- 开展环保活动 26
- 环境责任与绩效 28

创新引领  
共创美好新生活 30



- 坚持科技创新 32
- 不断贴近客户 35
- 倾情关爱员工 41
- 促进社区发展 50

固本强基  
共促可持续发展 58



- 责任管理 60
- 公司治理 65
- 责任供应链 66
- 致力于实现可持续发展目标 68

责任荣誉 69

展望未来 71

指标索引 72



## 高层致辞



索尼集团执行副总裁兼中国总代表

御供 俊元

索尼集团高级副总裁兼中国副总代表  
索尼(中国)有限公司董事长兼总裁

高桥 淳

“用创意和科技的力量感动世界”是索尼集团的企业宗旨。伴随着全球经济社会形势的变化和发展，索尼坚持立足长远看待业务的发展，不断审视公司的管理理念，在追求经济价值的同时，致力于创造可持续的社会价值。在中国，索尼始终践行“植根中国、长远发展”的长久承诺，坚持发挥在技术、娱乐内容、服务领域的优势，综合利用“一个索尼（One Sony）”平台，并始终秉承“为了下一代”的企业社会责任理念，与利益相关方携手助力中国经济和社会的发展，传递 Kando（感动）。

### 关于绿色发展，我们坚持向零迈进

绿色生态建设不仅是建设美丽中国的基本原则，也是索尼提出“走向环境零负荷（Road to Zero）”这一长期环境目标的美好初衷。我们围绕应对气候变化、资源循环利用、化学物质管理、保护生物多样性四个方面积极开展环境举措，开发环境友好型产品和服务，贯彻落实“绿色管理 2020”中期计划，力求在 2050 年实现公司运营及产品生产生命周期中的环境零负荷，以实际行动为保卫绿色家园做出贡献。我们持续通过举办“绿色征程”索尼大学生环保营、“哇！喔！生物多样性”主题活动、“一个蓝色海洋”“地球一小时”等一系列丰富多彩的活动，传递索尼可持续发展的理念，呼吁更多的人关注环境保护，为建设一个更加美好、更加可持续发展的世界贡献自己的力量。

## 关于共建社会，我们坚持创新引领

在“用创意和科技的力量感动世界”的企业宗旨指引下，索尼集团以人为核心构建业务组合，实施了“更贴近人”的企业发展方向：

- 通过娱乐内容和直接面向消费者（“DTC”）的业务“感动人”
- 通过品牌硬件和 CMOS 图像传感器“连接人”
- 通过汽车传感、医疗和金融服务业务“支持人”

以创新为基因的索尼，不断致力于通过业务和技术为社会做出贡献，在移动出行领域提出“VISION-S”项目。

“VISION-S”第一辆原型车搭载 33 个传感器，包括 CMOS 图像传感器和 ToF 传感器，用于检测和识别车内外的人和物体，同时搭载索尼“360 临场音效”技术和全景屏幕，加上丰富多样的娱乐内容，为用户打造安全、可靠、舒适、娱乐的出行新体验。

为进一步激励创作者，帮助他 / 她们将作品传递给用户，索尼正不断进行技术革新，贡献于内容从制作到传递的每一个创意环节。5G 和 AI（人工智能）技术的进步为创作者的艺术创作和作品制作的流程优化带来新的可能。眼感光场显示器采用高速视觉传感器和人脸识别算法，可实现超高精度的空间现实体验，完美呈现 VR 和 AR 内容，从而激发创作者的想象力，构建出多功能多维度的内容创作环境。

中国是索尼全球最重要的战略市场之一，中国广大索粉及消费者的需求更是我们的优先考虑。我们将通过紧紧抓住更新迭代的消费热点、融入相关兴趣社群，提出并实践索尼独特的价值主张。我们在中国率先发布了全球 2020 年全系列春季电视新品，不仅希望能为行业的发展树立新的技术标杆，更希望能为人们的家庭娱乐带去更多的感动和愉悦。我们聚焦于未来社会所需的人才，着眼未来发布 KOOV 编程机器人教育解决方案，与中国教育机构深度融合，加强技术研发和教育钻研，以期助力提升学生的综合素质教育。

秉承“为了下一代”的理念，索尼将自身的优势资源与中国社会的实际情况相结合，通过别具一格的青少年科普教育手段引发好奇、成就梦想。“索尼探梦”科技馆、索尼“梦想教室”等旗舰公益项目，一方面推动了地区间教育资源的均衡化、一方面培养了青少年对于科学探索的兴趣。同时，索尼中国积极开展社区公益活动和员工志愿活动，为社区发展贡献自己的力量，努力为社会创造更多的价值。

## 关于公司管理，我们坚持固本强基

人是索尼业务组合的核心元素。尊重多样性、创新、利益相关方的参与和伙伴关系是索尼可持续发展的基本原则。索尼中国遵循这些原则，不断优化公司管理，搭建更加坚固的经营基础，以便更好地推动每一项业务的发展，并进一步利用其多元化的业务组合，为人类、社会和地球做出贡献。

助力解决全球议题，长期创造社会价值，是索尼企业社会责任的重要目标。面对着新型冠状病毒肺炎疫情的爆发，索尼守望相助、共同抗疫，有序开展复工复产，以科技助力前线，用行动温暖后方，为疫情防控提供支持。索尼公司及索尼在华企业累计捐款超 300 万元人民币帮助中国人民抗击疫情；索尼中国专业系统集团在保障人员安全的前提下提前复工，第一时间为湖北武汉及全国医疗一线紧急供货医用打印机等医疗产品和广播器材，并且为疫情一线捐赠电视台急需的设备和物资；索尼音乐发起制作并组织两岸三地群星合唱公益歌曲《爱从未离开》，传递爱与勇气。此外，索尼集团总部设立一亿美元“索尼新冠病毒全球援助基金”，重点关注医疗、教育、娱乐行业创意社群三个领域。

不畏挑战，未来可期。索尼中国将继续植根中国、勇于创新，提供更多引起消费者共鸣、对社会产生积极影响的产品、内容和服务，并发挥自身优势，携手利益相关方，一起拥抱更加美好的未来！

## 索尼在中国

### 关于索尼

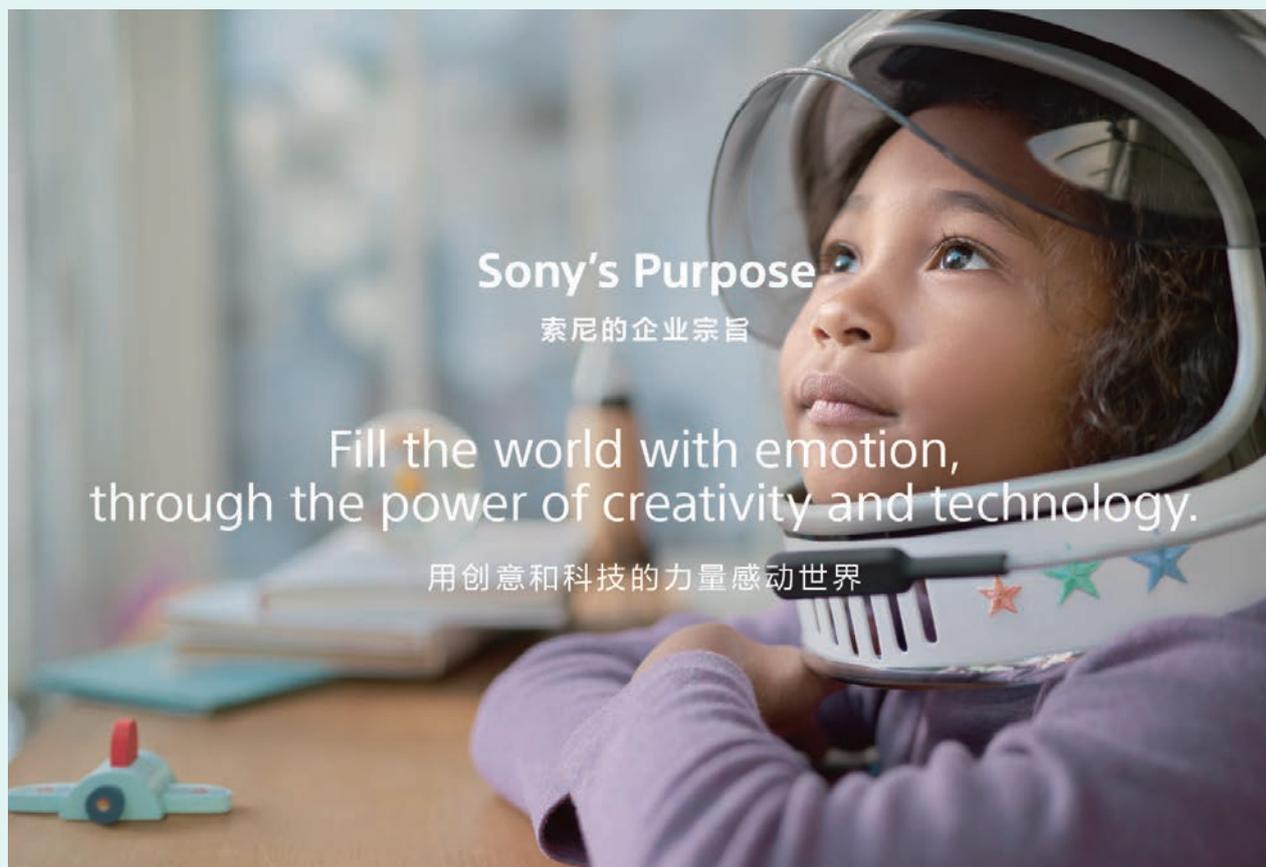
索尼公司是民用及专业视听产品、游戏产品、通信产品、核心部件和人工智能等领域的先导之一，加之在音乐、影视、互动娱乐以及在线业务方面的成就，使其成为全球知名的创意娱乐公司。

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。

# SONY

人是索尼集团业务组合的核心元素





## Sony's Purpose

索尼的企业宗旨

Fill the world with emotion,  
through the power of creativity and technology.

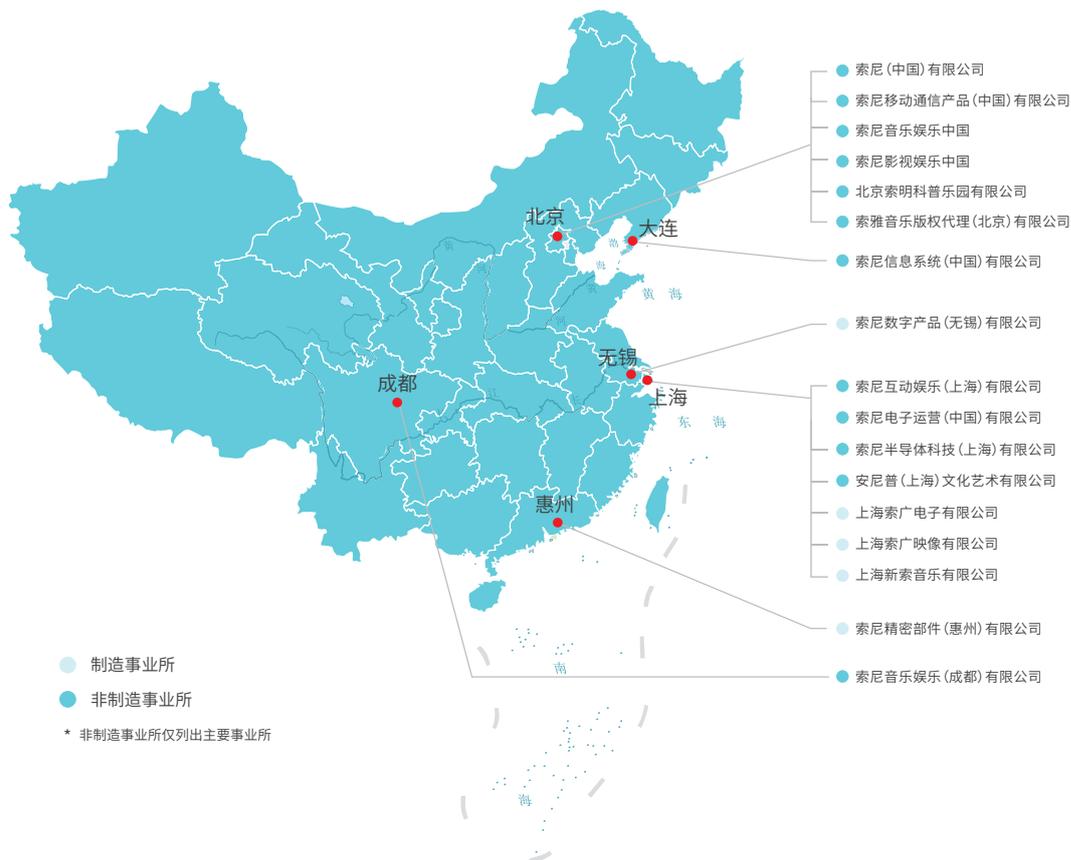
用创意和科技的力量感动世界

## 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2020年6月底，索尼在华共投资了4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，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，索尼影视娱乐公司、索尼音乐娱乐公司、索尼互动娱乐公司、索雅音乐版权代理（北京）有限公司、索尼移动通信产品（中国）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。索尼互动娱乐2015年3月正式在中国开展业务，秉承促进中国游戏行业长远健康发展的目标，在积极引进最新技术产品、高品质海外游戏作品的同时，通过“中国之星计划”等项目积极支持中国原创开发团队的发展，帮助中国创造走向全球。



索尼在华企业分布图

## 经营战略

索尼一直将中国视为最有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。2020年，索尼公司将继续立足长远进行公司管理，延续其“用创意和科技的力量感动世界”的企业宗旨，以及“更贴近人（Getting closer to people）”的企业策略方向。

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

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

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

加强直接面向消费者（DTC）的服务和内容 IP；创建“兴趣社群”，将追求共同情感价值和体验的人们聚集在一起

### 索尼公司 2018 至 2020 财年中期战略

索尼（中国）副总裁伊东祐先生整合索尼集团在华资源，开展 CSR Harmonization 项目，聚焦环境、人才多样性（障碍人士雇佣）和社区公益活动三个领域，通过梳理索尼内部的 CSR 资源，发挥“一个索尼（One Sony）”优势，开展丰富多样的社会责任活动，不仅为社会大众带来 WOW 的体验，为当地社区做出积极贡献，同时有效提升了索尼品牌价值，更好地助力公司中长期目标顺利达成。该项目获得了索尼（中国）管理层的认可并荣获“FY2019 China Award Special Recognition”奖项。同时，索尼积极参加外部社会责任论坛，并在可持续发展报告、人力资源企业社会责任等方面广泛获得外部认可。



▲ 索尼（中国）副总裁伊东祐先生主题发言

2019年12月5日，索尼（中国）副总裁伊东祐先生应邀出席第十二届中国企业社会责任报告国际研讨会，并在“跨文化融合中的利益相关方沟通”专题论坛上进行了主题分享。

## 我们的产品

“用创意和科技的力量感动世界”是索尼的企业宗旨。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，呈现由产品、内容和服务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，在满足消费者各类视听需求的同时，激发大家的创造力与好奇心，为消费者打造新的生活和娱乐方式。



▶ 专业产品

面临着中国供给侧改革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、节目制作、娱乐等行业深化。

教育	首款人工智能视频分析处理设备 REA-C1000	
	首款自动声向追踪麦克风 MAS-A100	
投影机	索尼 3D 家用投影机 VPL-HW79	
	5000 流明小型化紧凑型新品 VPL-C500XZ 和 VPL-C500WZ	
	六款高亮激光工程投影机 VPL-F1001ZL/VPL-F1006ZL VPL-F901ZL/VPL-F906ZL VPL-F1301ZL/VPL-F1306ZL	
	新一代医疗影像管理系统 NUCLeUS	
医疗	27 英寸 4K 医用监视器 LMD-X2705MC	
	3CMOS 医用高清摄像机 MCC-1000MD	
	多功能自助取片机	
商用显示器	四款 BRAVIA® 4K 专业商用显示器 BA35G 系列	
	四款 BRAVIA® 4K 商用显示器新品 BU40H 系列	

索尼为市场和用户提供丰富先进的产品解决方案

## 抗击疫情 风雨同历

2020年初，新型冠状病毒肺炎疫情席卷全国。索尼无惧困难，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，勇敢承担应有的责任和担当，充分发挥自身优势，利用自身业务优势与产业现状为疫情防控贡献一份力量。



面对全社会的共同挑战与困难，作为全球化企业，索尼定当竭尽全力，做出贡献。

——索尼公司总裁兼 CEO  
吉田宪一郎

### 捐赠物资，驰援一线

助力解决全球议题，长期创造社会价值，是索尼企业社会责任的重要目标。索尼集团总部设立一亿美元“索尼新冠病毒全球援助基金”，重点关注医疗、教育、娱乐行业创意社群三个领域。

1月29日，索尼在华企业通过中华慈善总会捐赠100万元人民币（约1500万日元）助力中国抗击疫情。2月14日，索尼公司通过中国驻日本大使馆捐赠1500万日元，捐赠总额追加至3000万日元。3月3日，索尼影视娱乐公司中国区捐款100万元人民币（约1500万日元）用于支持抗击新冠肺炎疫情，其中，90万元捐助予“广东省钟南山医学基金会”，部分善款作为新型冠状病毒医学研究工作的专项资金，10万元捐助予“灵山慈善基金会·英雄公益基金”。索尼数字产品（无锡）有限公司向无锡新吴区抗击疫情应急指挥部捐赠17万元，支持本地抗击新型冠状病毒肺炎疫情。截至2020年3月3日，索尼集团捐赠金额大约4750万日元，帮助中国抗击疫情。

除了在资金上的援助外，索尼还通过自身业务优势，为一线防疫人员和供应商提供相关设备与物资，并组织线上防疫宣传活动。2月11日，索尼数字产品（无锡）有限公司向无锡市残疾人托养中心捐赠4000只口罩，支持特殊群体做好疫情防控工作。

#### ► 支持媒体记者，捐赠指向性专业采访话筒

在疫情前线，媒体记者们与医护人员、警务人员一样投身抗击疫情的环境中，奋不顾身，实时记录和报道，让人民群众可以第一时间了解到疫情进展动态。索尼通过与湖北电视台、武汉电视台沟通，了解到在疫情一线进行报道的记者们急需指向性专业采访话筒，缺乏对采访器材本身的消毒防护措施。为此，由索尼中国专业系统集团牵头，联合中仪索尼技术服务中心、索尼武汉亿智云专业维修站，向湖北台、武汉台提供相关器材和物资。

## 利用专业优势，助力疫情防控

### ► 支援医疗一线，加班生产急需的专业医疗设备

在了解到医院、防控物资生产企业等一线单位急需热敏胶片、医疗打印机等相关医疗设备后，索尼中国专业系统集成集团紧急向各工厂、仓库所在地政府提出申请，在保障人员安全的前提下提前复工，加班加点生产运送医疗物资。索尼员工利用小拖车多次往返装车、包车运送，克服一切困难，最终成功向无锡 GE 交付了 500 多台超声打印机，向经销商和医院提供了超过 7000 盒热敏胶片。

### ► 提升青少年 STEAM 教育，提供免费在线学习课程

特殊时期，青少年的健康成长也不容忽视。索尼中国教育事业部旗下的 KOOV 可编程教育机器人联合小程序员们，发起“武汉加油，中国加油”公益编程倡议，制作送药小车、封闭小区门禁系统等可助力防疫的机器人产品。通过这项活动，鼓励青少年们开始重新思考勇气与责任，也试着用所学所思去面对生活中真实的挑战。

此外，索尼（中国）通过非营利组织中华少年儿童慈善救助基金会，免费为 200 名 5-10 岁的儿童提供 KOOV 及免费在线学习课程。收到 KOOV 的儿童可以在索尼中国的合作辅导机构在线学习 11 门编程课程。索尼还将为这些辅导机构提供活动资金，帮助在线教育基础设施建设，并提供教学材料。

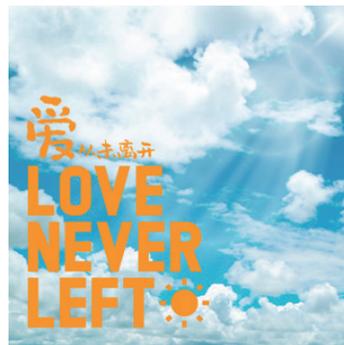
### ► 制作公益歌曲，带着爱和希望共渡难关

索尼音乐发起制作公益歌曲《爱从未离开》，歌曲由索尼音乐制作团队共同创作并制作出品，第一时间邀请到近 30 组歌手通过手机远程录制。索尼希望在物资帮助之外，能以这首歌给予中国人民精神上的帮助与鼓励，大家一起振奋，携手渡过难关。

2 月 14 日，索雅音乐版权参与的音乐战役活动，支持腾讯音乐娱乐利用经典作品在抗击疫情的非常时期温暖、激励每一个人。腾讯音乐娱乐通过官方微博、微信发布一组公益歌词海报，内含一句话歌词，词曲版权涉及索雅音乐版权旗下王力宏《你的爱》（词曲：王力宏）、林宥嘉《白昼之月》（陈惠婷）、莫文蔚《Dancing in the Rain》（词曲：Matzka）、梁静茹《路》（词曲：陈忠义）。

### ► 索尼互动娱乐“Play At Home”，减轻疫情对玩家与开发者的影响

作为索尼的家庭娱乐平台，索尼互动娱乐发布了“Play At Home”活动，感谢用户对于减轻疫情影响而做的努力。“Play At Home”包括两部分内容：提供 2 款游戏免费下载，让 PlayStation 玩家可以在家中娱乐；设立 1000 万美元的基金来帮助面临财务困难的小型独立游戏工作室，使它们可以继续为所有玩家提供精彩的游戏体验。



▲ 公益歌曲《爱从未离开》



▲ Play At Home

## 有序复工，全力保障员工的健康与安全

索尼始终将员工的健康和安全放在首位，致力于实现“Vision Zero”的安全卫生愿景。为了响应各地政府防疫要求、减少人员聚集，索尼在华企业制定应急预案，采取在家办公、停工等举措。随着疫情逐渐得到控制，在各地政府对疫情低风险地区“全面恢复生产生活秩序”的号召下，索尼在华企业在保障员工的安全健康的前提下，采取各种措施推动有序复工复产。

索尼（中国）总部及各销售公司	索尼在华工厂
<p>索尼（中国）总部及各销售公司延长在家办公时间至3月6日。对于有条件在家办公的部门，原则上尽量安排员工在家办公，并暂停差旅活动；对于因工作需要安排员工到办公室办公的部门，尽可能考虑安排“轮班制”和“灵活工作时间制”，并对办公场所进行每日消毒，为员工提供口罩。</p>	<p>2月10日起，负责生产消费者日常所需的影音娱乐设备的上海索广映像有限公司、上海索广电子有限公司、索尼数字产品（无锡）有限公司、索尼精密部件（惠州）有限公司等工厂正式复工。在复工前，各工厂均做了充足的复工准备方案，采取各项措施，保障员工身心健康。</p>

### ► 多措并举，有序复工

**早期预警，提前预防。**1月15日，上海索广映像有限公司、上海索广电子有限公司即通过邮件、企业公众号向全员发出预警，制定了早期应急预案和应急物资盘点和紧急采购。密切关注员工生活动向，了解员工健康状况，做出精准合理的安排，保障员工安全的同时考量恢复生产的可能性。经过慎重考虑后于1月29日做出延迟复工决定，并两次提醒员工延迟复工信息。

**政府考察，确保工作环境安全。**1月25日，在无锡市宣布启动一级响应后，索尼数字产品（无锡）有限公司多次召开复工应对会议，最终形成一套完整的应对方案。在向政府提供复工方案及其他审批材料后，由政府人员亲自到现场查看，确保工作环境安全后，正式复工。

**加强人员排查，及时同步信息。**为保障复工后员工的健康，各家工厂在复工前均对全体员工假期期间的行动轨迹、健康状况进行详细调查，为复工做好准备。

**封闭式管理，不封闭对员工的关怀。**2月17日起，索尼精密部件（惠州）有限公司启动全封闭管理，最大限度降低感染风险。封闭管理，但并不封闭对员工的关怀和爱护。闲暇时，员工可在园区内进行摄影、下棋等娱乐活动；公司、工会、党组织等多方面着手关爱员工，将“及时券”等福利送至员工手中，解决员工日常所需；同时，对于处在隔离区的员工，也有党支部干部走访慰问，由专业的EAP老师进行疏导，聆听员工内心的声音。



▲ 索尼精密部件（惠州）有限公司在疫情期间关怀员工

**加强宣传，提高防护意识。**通过张贴防疫海报、六步洗手法宣传画、食堂循环播放健康防疫小视频，增强员工防疫防控意识。

**严格消毒，确保工作环境健康。**消毒区域张贴消毒时间表，责任落实到人；公司总务及部门庶务负责每天例行消毒抽查和检查，做到网格化管理，鞋底消毒也不放过。全面实现空气流通的办公，生产环境“距离”办公。

**严查体温，发放口罩。**每天早、午两次测量员工体温，员工需使用 75% 的酒精消毒手部、佩戴公司发放的口罩后方可进入公司或到食堂就餐。

**优化食堂就餐秩序。**餐单由原来的多套餐单改为单套餐单，缩短就餐逗留时间；就餐时按照单排就坐或设置隔板；外访人员禁止出入食堂。



▲ 上海索广映像有限公司、上海索广电子有限公司  
员工出入测量体温



▲ 索尼数字产品（无锡）有限公司  
进入食堂消毒测温走廊

**各方协力，严防严控。**领导督阵，巡视督察防疫措施落实情况；各方协力，募集党员志愿者充实防疫防控力量。

### ► 疫情期间丰富员工生活

在这个特殊时期，索尼仍旧重视员工的业余生活，为员工提供了畅通无阻的学习提升渠道，推出各种线上项目，满足大家的学习和娱乐需求。

Hi-Res 音乐免费畅听	电子书 / 直播免费看	在线英语学习平台	在线日语学习	经理人线上课程
开启索尼精选 Hi-Res 音乐流媒体 7 天会员免费领取活动，让员工们一起感受高品质音乐的魅力。	索尼(中国)数字图书馆,为索尼(中国)及姐妹公司员工提供海量的免费数字资源。	升级并推出全方位覆盖听说读写的定制化商务英语在线学习资源,面向索尼在华全体员工开放。	针对有需要的业务部门的员工,提供在线日语课程。	推出经理人线上课程,包括了“三分钟商学院”“逆境领导力”“防疫复工微课”三个系列 70 门微课,覆盖个人管理、团队管理、组织管理等。

索尼继续践行“植根中国、长远发展”的长久承诺和在华业务拓展的宗旨，在这场全民共奋战的防疫反击战中，充分发挥在技术、娱乐内容、服务领域的优势，与各方一起，为保护公众的健康安全及社会的稳定做出贡献。

## GM2025, 迈向零负荷

——面向 2025 年，索尼将进一步接近环境零负荷

为实现环境零负荷这一终极目标，索尼从 2010 年开始启动名为“环境零负荷”的环境计划。为此，在 2020 年 9 月，索尼集团正式发布新的环境中期目标“Green Management 2025”（以下简称 GM2025）。到 2025 年为止，为了进一步接近环境零负荷的目标，索尼将推动如下重点项目，并在整个产品生命周期中全面加快环境举措。

## Green Management 2025

Sony - moving closer to zero with 2025 targets



### 下一代的感动，通过更少的能源和资源就可实现



**-100%**

全面停止在新设计的小型产品上使用塑料包装材料

**-10%**

每台产品的塑料包装使用量减少 10% (与 2018 年度相比)



**-10%**

每台产品 (包装材料除外) 的新塑料使用量减少 10% (与 2018 年度相比)



**-5%**

每台产品的年耗电量减少 5% (与 2018 年度相比)

### 索尼设施使用的电力，将进一步切换到可再生能源

**≥15%** 可再生能源来源的电力使用达到 15% 以上



案例  
CASE

#### 中国地区助力全球实现 100% 可再生能源

索尼为了提速“环境零负荷”的步伐，于 2018 年 9 月加入 RE100，并宣布在 2040 年底前，在由索尼直接运营的业务中实现电力 100% 可再生能源。为了推动可再生能源的导入，中国地区正采用包括运用绿色可再生能源证书在内的方式，加速可再生能源的使用，将在 2020 财年底率先实现 100% 可再生电力。

### 与供应链协作，进一步加快环境负荷的削减

通过与原材料、零部件供应商和制造委托方的进一步协作，加快环境零负荷的实现。



## 索尼将集结集团内的多元力量，向实现环境零负荷不断迈进

索尼联合集团内包括娱乐业在内的各种力量，进一步扩大为实现环境零负荷而进行的活动。

### ▶ GM2025 主要目标如下

	气候变化	资源	化学物质	生物多样性
商品 / 服务的 企划与设计 (基准年 FY2018)	1、以娱乐事业为中心，整个集团对 20 亿人以上进行可持续性课题的启发，促进 250 万人以上的参与 2、在金融事业中，强烈意识到其公共性和社会使命，为实现可持续社会，推进地球环境保护的活动	3、每台产品的年耗电量 <b>减少 5%</b>	4、每台产品 (包装材料除外) 的新塑料使用量 <b>减少 10%</b> 5、每台产品的塑料包装使用量 <b>减少 10%</b> 6、 <b>全面停止</b> 在新设计的小型产品上使用塑料包装材料	7、对高风险环境管理物质 <sup>1</sup> 在高风险用途上进行 <b>替代</b>
	运营 (基准年 FY2020)	1、GHG <sup>2</sup> 总排放量 <b>削减 5%</b> 2、可再生能源电力使用 <b>15% 以上</b> (可再生电力率)	3、废弃物产生量原单位 <b>改善 5%</b> 4、填埋率 <b>1% 以下</b> 5、 <b>改善 5%</b> • 用水量较大的事业所：水使用量原单位改善 5% • 位于水风险地区的事业所：开展降低风险活动 6、 <b>推进使用</b> 认证纸和再生纸	7、 <b>使用禁止</b> Class 1 物质：禁止使用 Class 2 物质：禁止使用 (特殊用途除外) Class 3 物质：VOC <sup>3</sup> 向大气中的总排放量在 FY2010 水平以下

供应链、物流、回收、循环利用相关目标请参见 GM2025 网站 <https://www.sony.co.jp/SonyInfo/csr/eco/>。

<sup>1</sup> 环境管理物质：在零部件、元件等含有的物质中，索尼判定为对地球环境和人体有显著的环境影响的物质。

<sup>2</sup> GHG: 温室气体

<sup>3</sup> VOC: 挥发性有机化合物



向  
零  
迈  
进

## 共享绿色新发展

索尼秉承绿色发展理念，在企业运营和产品全生命周期中贯彻执行“环境零负荷”环境计划，推进技术革新和创新实践，生产环境友好型产品，实施多角度、全方位的环境保护措施，减少自身经营活动为环境带来的负面影响，努力向环境零负荷迈进，并与利益相关方携手积极开展环保活动，共同建设一个更加可持续发展的社会。



汇聚力量 传递感动

## 启动“同一个蓝色海洋” 共同迈向“环境零负荷”

2019年索尼集团宣布启动“同一个蓝色海洋”项目，该项目旨在全球范围内推动减少塑料使用，并帮助索尼实现到2050年将环境足迹减少到零的承诺。除了提倡减少塑料使用，该项目还鼓励收集和清理世界各地河流、海滩和其他地区的废物垃圾。同时，索尼在华各企业共同参与了“同一个蓝色海洋”项目倡议的宣言活动。来自各个企业的员工自发地在视频中倡议：不使用一次性产品，参与清扫活动以及开始自己力所能及的环保行为等。

地区清扫活动方面，2019年索尼在华企业累计在6个城市的街道、河流和海洋地带开展了16次清扫活动。总参加人数达782人，垃圾回收数为1,473公斤。丰富多样的清扫活动不仅净化了城市和海洋环境，也表示了索尼致力环保的决心。例如，在9月21日“世界清洁日”来临之际，来自索尼（中国）有限公司沈阳分公司、索尼数字产品（无锡）有限公司和索尼精密部件（惠州）有限公司三家公司的员工及家属，不约而同地在水域、山区和海洋地区开展垃圾清理活动，累计清扫了逾400公斤垃圾，获得了社会的诸多关注。

此外，索尼在华企业积极通过停止及削减一次性塑料产品的使用，例如，前台商务中心 & 自动售卖机取消提供一次性塑料吸管、塑料杯；便利店取消提供一次性塑料袋；提倡员工自带杯子，不使用一次性塑料杯及一次性塑料瓶饮料；取消会议室垃圾桶放置，减少垃圾袋使用；利用可循环鞋套取代一次性塑料鞋套等方式，从日常生活运营的点滴做起，为地球减塑、保护海洋生态环境做出努力。



停止供应饮品店内的塑料吸管、塑料杯



停止在小卖部发放塑料袋，推荐使用环保包



停止供应会议室中的塑料杯、塑料瓶饮料



01



02



03

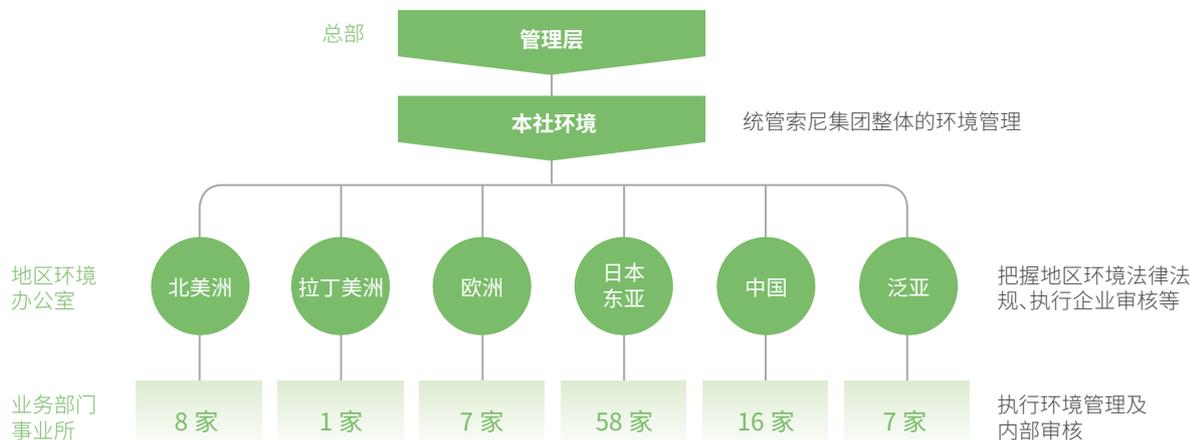
01 “同一个蓝色海洋”项目网页

02 索尼音乐娱乐公司员工拍摄的宣言视频

03 索尼（中国）有限公司等在华企业共同开展清扫活动

## 加强环境管理

索尼将环境可持续发展作为其发展的立足点。为实现绿色管理目标，索尼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，确保环境目标的落实。

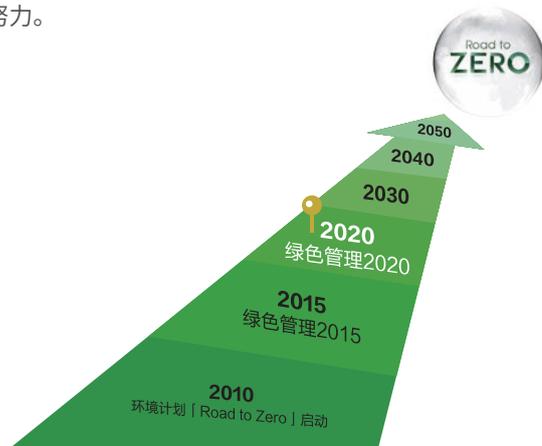


环境管理组织架构

截至 2020 年 3 月 31 日

索尼全球的认证数量达到 **97** 个 / 索尼在华制造企业 **100%** 获得 ISO 14001 环境管理体系认证

着眼于未来地球环境，索尼提出“走向环境零负荷”环境目标，并自 2010 年起，全面启动索尼环境计划（Road to Zero）。在该项计划中，索尼将 2050 年设定为“环境零负荷”的完成年，并设定各个时期的环境中期计划，从而推进目标的实现。为此，索尼针对应对气候变化、资源循环利用、化学物质管理、保护生物多样性四个方面分别设定目标，为实现环境零负荷而努力。



索尼 2050 环境计划

## ► 应对气候变化

索尼将削减温室气体排放融入整个产品的生命周期管理中，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中，致力于减少温室气体排放量。在开发和提供环境友好型产品与服务的同时，我们积极推动办公场所实施彻底的节能化改造和可再生能源的使用，并积极呼吁制造商和零部件供应商减少温室气体排放，一同为社会应对气候变化贡献力量。

### > 加入 RE100， 加速实现 100% 可再生能源

RE100 是为了防止全球变暖，由环保非盈利组织（NPO）气候组织与碳信息披露项目（CDP）合作发起的一项全球性行动，旨在推动 100% 使用可再生电力。索尼为了加速“环境零负荷”的步伐，于 2018 年 9 月加入 RE100，并宣布在 2040 年底前，在自身运营活动的电力使用中实现 100% 可再生能源。为了加速可再生能源的导入，在欧洲已实现 100% 电力可再生能源化的基础之上，索尼正在推进扩大北美、中国等地区可再生能源导入在内的一系列举措。

2016 财年到截至 2019 财年，索尼集团已实现通过使用可再生能源减少的二氧化碳排放总量约为 32.7 万吨。其中包括创新性地于 2020 年启动公司内部电力传输服务。



### > 连续五年荣膺 CDP 气候变化 A 类企业

索尼在 CDP\* 对气候变化的调查中，连续 5 年被评为最高评价等级的 A 类企业。这彰显着索尼对气候变化的措施内容、实际成果以及信息披露达到较高水平。具体而言，在应对气候变化的措施中，索尼通过利用可再生能源为碳排放削减作出了贡献。每台产品的年耗电量减少了约 51%。



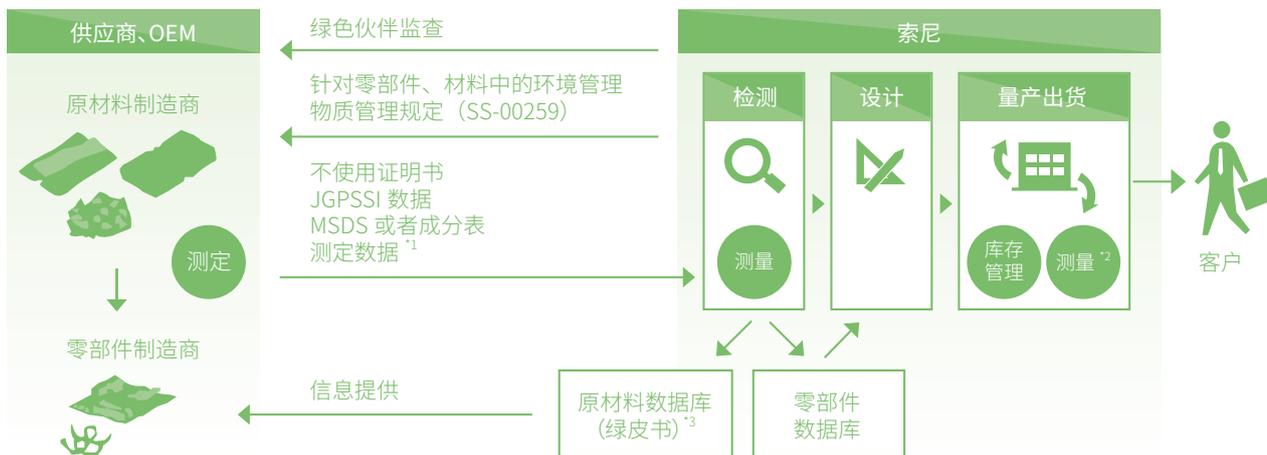
\* CDP 是一个非营利性组织（NPO），于 2000 年在英国成立。由全球多家投资者支持运营，该机构对私营企业的气候变化和水资源管理信息进行调查分析，并向公众公布调查结果。

## ► 资源循环利用

索尼在企业运营和产品的全生命周期中，注重投入资源的最小化和再资源化的最大化。努力减少资源投入，提高资源利用效率，并积极采购再资源化的原材料和零部件，最大限度地实现资源循环利用，保护地球资源。

## ► 管理化学物质

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，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）》，根据这个标准在全球范围内对原材料及零部件中的化学物质进行彻底管理，尽可能减少环境污染和负面影响。



<sup>1</sup> 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

<sup>2</sup> 开始量产时检测

<sup>3</sup> 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

### 化学物质全面管理流程

## ► 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，索尼积极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生物多样性保护理念，以实际行动落实可持续发展目标，保护生物多样性。

### > “哇！喔！生物多样性”

为推动更广泛人群热爱自然，开展对地球生物多样性的保护，索尼集团与环境 NGO 组织日本自然保护协会（NACS-J）于 2015 年共同开启名为“哇！喔！生物多样性”活动，号召人们通过记录，分享大自然带来的“哇！哦！”感动瞬间。早在 2016 年，索尼中国以“索尼发现并传递自然之美”为主题，结合环境管理理念及数码影像科技的力量，开展生物多样性的观察、记录和分享活动，并逐步将其扩展至社交媒体平台，以进一步提升更多社会广泛人群关注自然、共同保护生物多样性。开展 4 年来，收集到摄影作品已累计达到 6,200 余件，社交平台获得的点赞数量超过 33 万人次。



案例  
CASE

### “哇！喔！”生物多样性活动，呼吁保护生物多样性

2019年5月22日“国际生物多样性日”，索尼中国在上海浦东软件园举办索尼公司生物多样性摄影作品展，并面向园区的多家中外企业及广大员工开展“哇！喔！生物多样性”主题活动。大家参观了生物多样性的精彩作品展示，聆听了索尼摄影专业讲师带来的自然摄影讲座，并在汇智湖亲身体验了自然摄影的魅力，发现、记录并分享就在身边的生物多样性。



▲ 生物多样性优秀摄影作品



▲ 哇！喔！生物多样性讲座

“国际生物多样性日”当天，索尼精密部件（惠州）有限公司通过在食堂播放生物多样性活动宣传资料、展览历年生物多样性摄影写真、用植物盆栽在梦园摆出“**WeCan**”字样等活动，提高员工生物多样性保护意识。



▲ 生物多样性日“**WeCan**”字样



▲ 索尼（中国）董事兼 CFO 羽嶋仁  
和孩子们一起种植树木

11月26日，上海索广映像有限公司和上海索广电子有限公司在上海市浦东新区唐镇王港文化中心和金枫公益举办生物多样性公益活动，通过植物知识教学、植物识别、绘制植物地图和植树等活动让孩子们发现自然界的乐趣，深入了解生物多样性，培养保护环境、保护生物多样性的环保意识。

## 绿色产品全生命周期

索尼秉承对环境负责的态度开展经营活动，把可持续发展理念贯彻到整个产品生命周期，将产品生命周期划分为产品策划与设计、绿色运营、原材料与零部件采购、包装与物流、回收与循环利用五个阶段，用实际行动践行对地球的环保承诺。

### ▶ 产品策划与设计

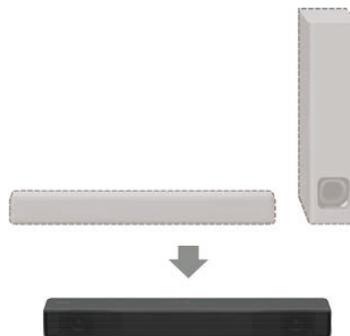
索尼在环境中期计划“Green Management 2020”（以下简称 GM2020）中制定产品的年度耗电量削减目标、资源节约、化学物质管理等目标，为产品设定对应目标值，并进行环境评估，凭借自身的创造力与技术能力，努力开发环保型产品，降低环境负荷。



#### 案例 CASE

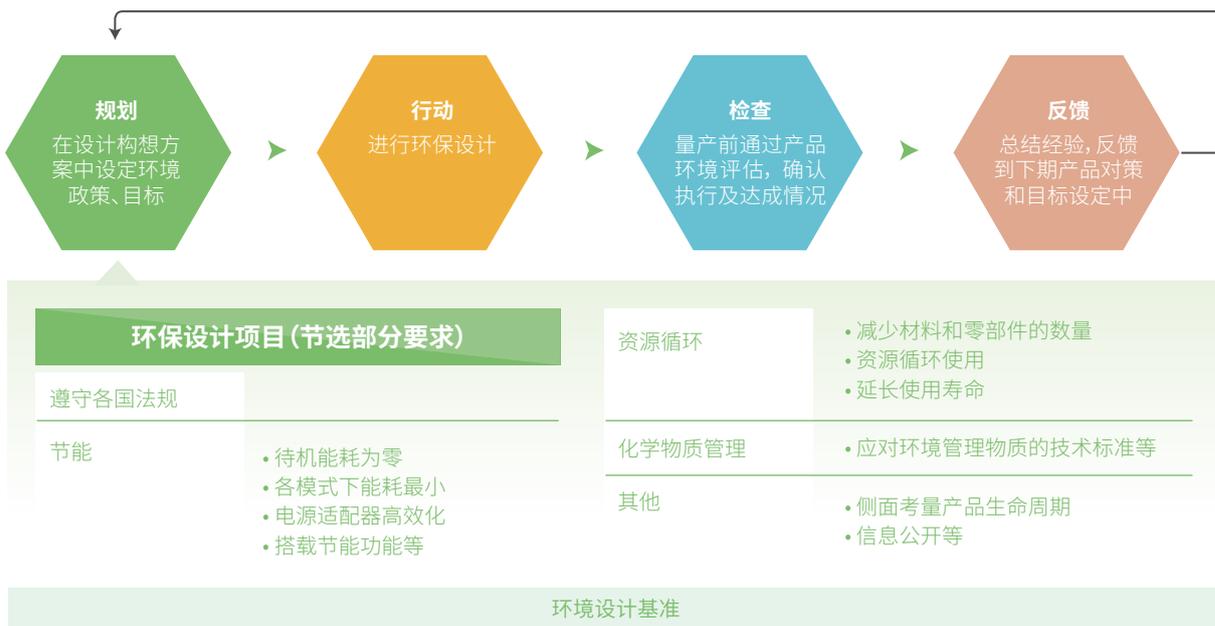
#### HT-S200F 音效提升，环保更给力

索尼注重提升用户体验，同样也重视产品对地球环境的影响。精心设计内置低音炮的 HT-S200F 紧凑型回音壁音响，在创造身临其境音效的同时，产品及包装均实现小型化，体积重量缩减均超过 50%（与 HT-MT300 相比），减少了资源消耗；产品包装体积缩减约 59%，运输集装箱可承载的产品数量大幅提升，运输效率得以提高，据核算，每件产品的二氧化碳排放量减少约 63%，实现了降低环境负荷的目标。



▲ HT-S200F 体型小、贡献大，对用户使用和环保都非常友好

索尼创立了适用的环保设计基准，在产品设计中始终追求“享受倍增”和“环境影响锐减”的同时实现，力求创造高性能和新技术以及优异的环保产品，减少环境负荷。



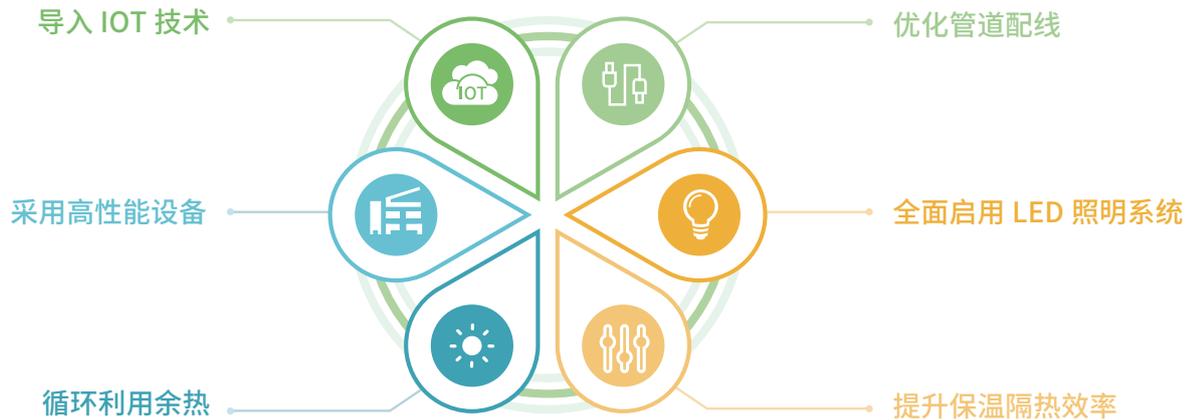
▲ 摄影机 VENICE 制造时在保留相机的高耐用度、机动性及于各种条件下的操作性能的同时减少资源消耗，减少对环境造成的影响



▲ FE 600 毫米 F4 GM OSS 镜不仅采用全新的光学设计和轻巧的镁合金令重量减少，还减少使用镜片元件和源自石油的塑料等资源，以解决环境污染的问题

## ▶ 绿色运营

索尼致力于在整个运营环节减少二氧化碳等温室气体排放和废弃物产生。在自身工厂、办公场所打造环境负荷最小化的同时，索尼积极推动零部件、原材料供应商等合作伙伴开展节能活动，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



▲索尼（中国）上海办公室通过全面采用节能空调及 LED 照明，多样化引入自然光，巧妙设置绿植，不仅营造出与自然共生的办公氛围，同时降低能耗



▲索尼数字产品（无锡）有限公司运用 IoT 技术，在洁净室负荷较低的状况下，系统自动识别并调整组合式空调机的运转频率，实现年节约能源 490,000kwh

## ▶ 原材料与零部件采购

为推动“环境零负荷”目标的实现，索尼联合供应商，制定以源头管理为目标的环境管理体系，带动供应商进行原材料源头管理。推行绿色伙伴认证制度，要求供应商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部件采购活动中；要求在华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》，确保了索尼产品环境品质“0”不良。

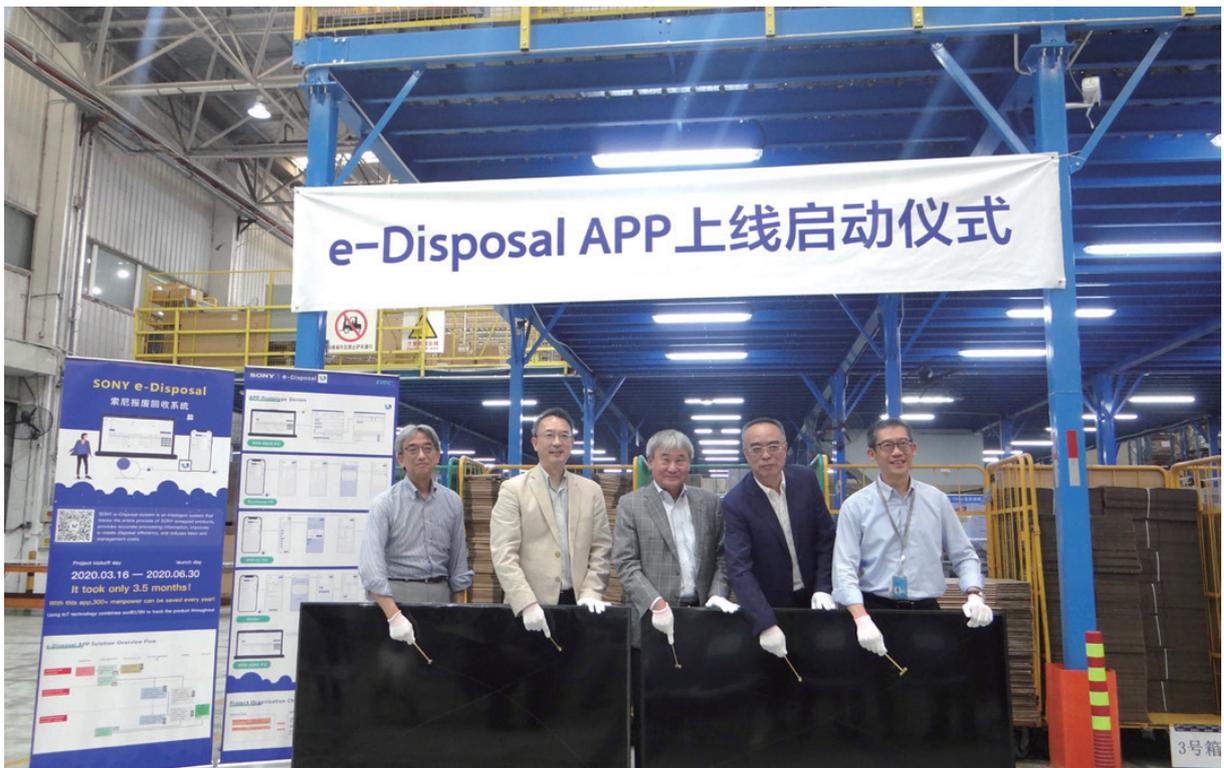
根据中期计划 GM2020，索尼要求其主要生产伙伴每年降低 1% 的温室气体排放量和耗水量，提升价值链的环境友好程度。

## ▶ 包装与物流

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，优化运输路径、合理安排仓储包装空间，降低运输成本、提高运输效率，减少能源和资源消耗，削减温室气体的排放，力求实现环境零负荷。

## ▶ 回收与循环利用

索尼重视消费者使用后的废弃产品回收处理问题，积极开发、生产易于回收的产品。同时根据不同地区的社会需求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，并在日常经营活动中采取再资源化措施，提高资源循环利用水平，减少废弃物的产生。



▲ 索尼（中国）启动 e-Disposal 系统，可视化管理公司内电子废弃物处理流程

## 开展环保活动

索尼自觉承担起环境保护的责任和使命，致力于 2050 年实现环境零负荷，通过开展多样化的环境保护活动，力促节能减排，减少资源消耗，传递可持续发展的环保理念，以实际行动为保卫绿色家园做出贡献。



### 案例 CASE

#### 索尼在华企业携手赴约 2020 地球一小时活动

2020 年是世界自然基金会“地球一小时”活动进入中国的第 12 年，也是索尼在华企业连续参与此活动的第 12 年。索尼在华企业以实际行动响应活动主题——“为地球发声”，呼吁更多索尼人、乃至更广泛的人群关注生物多样性。

索尼在华企业面向员工开展了从办公场所到休息区域的全方位宣传，通过张贴海报、电视播放、邮件发送、开机画面推送，倡导员工在 3 月 28 日活动当天在家或在办公区域实行熄灯一小时，并在日常生活中持续践行环保的生活方式。同时，索尼（中国）、索尼影视等通过微博、微信等社交平台向社会推广环保理念，倡导社会各界人士参与到环保行动中。

连续 **12** 年参加“地球一小时”活动

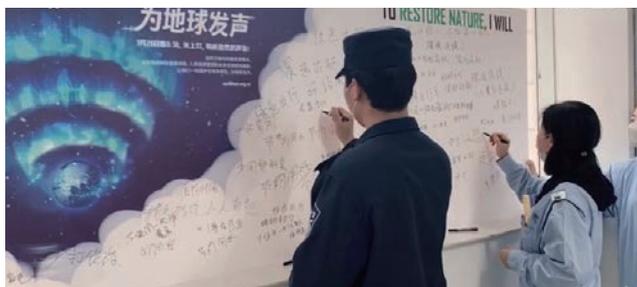
13 家索尼在华企业、共计 8,200 余人参与，参与度高达 **55%**



▲ 索尼中国 2020 地球一小时活动“为地球发声”宣传海报



▲ 索尼精密部件（惠州）有限公司“全体动员、绘出心声”活动作品



▲ 索尼数字产品（无锡）有限公司“为地球发声”员工签名、宣言



▲ 索尼（中国）有限公司“朋友圈”分享倡议中员工分享的内容

## 蔚蓝世界，索以行动

在 2019 年上海等地全面启动垃圾分类之前，索尼中国率先在中国地区开展以垃圾分类为主题的“蔚蓝世界，索以行动”系列活动，为推动垃圾分类做出表率。索尼所有在华企业联合发起包括全员邮件通知、张贴海报、推送开机画面在内的多途径宣传举措，向每位员工普及垃圾分类的重要性，并通过垃圾分类视频教学、学习成果检测知识问答，使员工进一步了解并掌握垃圾分类的规则。通过从自己做起、践行垃圾分类，助力索尼集团实现“走向零负荷”宏伟环境目标，同时在社交媒体号召并影响更广泛人群的参与，减少资源消耗，降低对环境的影响，还地球以绿水青山！



▲ 索尼（中国）上海办公室室内的垃圾分类

15 家索尼在华企业，10,100 多名员工参与

此外，索尼在华企业基于区域特色开展了不同的环境保护活动。上海索广映像有限公司与上海索广电子有限公司联合开展垃圾分类活动。索尼数字产品（无锡）有限公司对园区内包括马路和草坪等室外区域进行全面清扫，并将不同的垃圾分类收集、统一处理，为保护地球环境积极贡献力量。



▲ 上海索广映像有限公司和上海索广电子有限公司联合开展垃圾分类活动



▲ 索尼数字产品（无锡）有限公司开展公司内部垃圾清扫及分类活动

## 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 = 事业所的温室气体（换算为 CO<sub>2</sub>）总排放量 + 产品使用时 CO<sub>2</sub> 排放总量 + 物流环节 CO<sub>2</sub> 排放量 - 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

#### > 温室气体控制效益（单位：万吨 -CO<sub>2</sub>）

年度	事业所的温室气体 (换算为 CO <sub>2</sub> ) 总排放量	产品使用时 CO <sub>2</sub> 排放总量	物流环节 CO <sub>2</sub> 排放量	温室气体削减 贡献量	环境效益 (倍)
2017	139	1,067	21	2.8	1.71
2018	134	1,063	20	2.6	1.75
2019	138	957	15	2.8	1.83

#### > 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	环境效益 (倍)
2017	0.1	57.8	7.6	7.5	4.32
2018	0.2	51.0	6.9	7.5	5.09
2019	0.1	42.6	6.1	7.5	6.15

#### ▶ 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 <sub>x</sub>	SO <sub>x</sub>	BOD	COD
2017	84	4	429	232
2018	89	9	432	161
2019	92	3	418	105

## ▶ 环境成本<sup>\*1</sup> (单位: 亿日元)

年度	工厂的环境活动费用	环境技术开发费用 <sup>*2</sup>
2017	4	147
2018	5	138
2019	3	154

<sup>\*1</sup>包含索尼本社的电子业务关联企业的支出。

<sup>\*2</sup>企业研究所及索尼集团内的环境技术开发费用。

## 索尼在华企业环境数据<sup>\*1</sup>

年度	能源 (吨 CO <sub>2</sub> )			水 (立方米)		废弃物 (吨)			
	范围 1 <sup>*2</sup>		范围 2 <sup>*2</sup>	合计	水使用量 <sup>*3</sup>	排水量	废弃物产生量	回收量	填埋量
	非能源因素	能源因素							
2017	251	5,150	56,301	61,702	359,031	363,187	3,618	3,091	36
2018	0	4,420	45,126	49,546	225,313	258,659	2,802	2,630	69
2019	0	2,557	43,862	46,419	217,886	219,045	2,415	2,183	73

<sup>\*1</sup>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和香港地区。

<sup>\*2</sup>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)。

<sup>\*3</sup>水使用量减掉水涵养贡献量。



## 创新引领

### 共创美好新生活

索尼始终希望成为一家对社会有价值的公司。因此，索尼中国不断通过创新引领行业发展，将 Kando（感动）传递给更多的人，通过我们创新的产品和业务丰富人们的生活和思想，以实际行动诠释“用创意和科技的力量感动世界”。同时，索尼中国希望为员工的成长发展注入创新方式，为员工提供实现价值的舞台；充分发挥自身的技术创新和资源优势，不断助力社区建设与教育发展，携手利益相关方共创美好生活。



## 贴近创作者，帮助创作者实现梦想

索尼存在的价值和意义，正是以科技持续引领行业发展，令创作者以前所未有的技术手段表达创作意图，通过我们的产品汇聚力量，传递感动。

### > 纪录片

《人间世·抗疫特别节目》纪录片摄制组深入红区，选用索尼 PXW-FX9 记录武汉与上海两地病区医护与患者们的鲜活故事和危难之中激发的人性光辉，力求细腻呈现疫情下的动人故事。纪录片秉承沉浸式记录，大主题、小切入，分为《红区》《相逢》《脸庞》《雷神山往事》《我要找到你》《我会陪着你》六个主题，以鲜活的叙事语言和画面，展现面对重大突发公共卫生事件的时候，人类所表现出的勇气和力量。



▲ 《人间世·抗疫特别节目》拍摄现场

### > 《英苗计划》公益片

公益片《英苗计划》讲述一群山里留守儿童的生活现状和他们最朴实的心愿。创作团队计划4天内完成拍摄，时间有限、拍摄对象又是孩子，加之当地近40度的高温，器材选择尤为重要。摄制组选择的主摄像机为索尼 FS7M2，优秀的防尘散热、低照度下的抗噪能力、超高的宽容度，都使其不辱使命，以实力助力创作者实现梦想。



▲ 《英苗计划》拍摄现场

### > 见证更多极致的景观

储卫民，专注于雪山为代表的自然风光摄影，荣获2019年国家地理摄影大赛全球总冠军、IPA摄影赛的类别大奖。他喜欢徒步，用相机记录行程中的风土人情以及雪山下的美丽风光。对于风景摄影师而言，像素数量往往会影响成片效果，而风景摄影经常需要进行二次构图，他使用的索尼 Alpha 7R IV 拍摄的风光照片，具有6100万像素，即使二次构图裁掉了一半面积，也有3000多万像素。

索尼 Alpha 7R IV，未来一定会陪伴着我走过更多的大山大河，见证更多极致的景观。

——职业风景摄影师 储卫民

## 坚持科技创新

索尼的所有业务都以技术为基础。围绕客户体验，索尼始终专注于技术创新，致力于用创意和科技的力量感动世界。为此，我们不断加速科技创新，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，树立全球创意娱乐领域的顶级品牌形象。

### 2020 iF 设计奖金奖

- 银座索尼公园
- 近场有源扬声器系统 SA-Z1
- 机器人玩具 toio™

### 2020 iF 设计奖

- 晶雅音管 LSPX-S2
- 无线降噪耳机 WH-H910N
- 线性 PCM 录音笔 PCM-D10
- 多格式便携式摄像机 HDC-5500
- 黑卡数码相机 RX100 系列
- 光谱细胞分析仪 ID7000
- 智能手机 Xperia 1
- 21:9 电影大师摄录功能
- Qrio 锁 Q-SL2

### 德国 2020 红点产品 设计大奖 设计至尊奖

- BRAVIA® Z8H 系列 8K 液晶电视

### 德国 2020 红点产品 设计大奖

- CineAltaV 全画幅数字摄影机系统
- 真无线降噪蓝牙耳机 WF-1000XM3
- 无线降噪蓝牙耳机 WH-H910N
- 智能手机 Xperia-1
- 机器人玩具 toio™
- PlayStation® DUALSHOCK®4

### AWE2020 艾普兰奖 优秀产品奖

- 索尼画谛® 系列 OLED 电视 A9G

### 2019-2020 年度影音极品 器材大赏 综合实力奖

- VPL-VW878

## ► 技术创新

索尼中国坚持科技创新，联合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，持续开发连接创作者和消费者的产品，帮助创作者以前所未有的技术手段表达创作意图，令消费者享受到不断升级的娱乐新体验。

2019-2020 年度影音极品器材大赏  
年度人气奖  
Best Buy Award 优秀器材推荐榜  
2019-2020 AV TOP 100

• VPL-VW278

科技视讯科创奖  
年度杰出工程投影机  
2019 数字视听行业年度十大评选  
投影机行业十大新锐产品

• VPL-F640HZ

Innofcomm2020  
最佳视听技术产品奖

• VLP-CWZ10( 国内型号 VPL-C500)

Innofcomm2020  
音视频产品最佳展示奖

• 索尼 IP Mic

第十四届大屏幕投影显示设备行业  
年度评选（金孔雀奖）  
2019 年度投影机品牌奖

• 投影品类

2019 数字音视行业十大品牌评选结果  
投影机十佳品牌

• 投影品类

## ► 本土化创新

索尼始终高度关注中国消费者的需求，秉承“全球本土化”运营策略，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。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，为包括节目制作、教育、娱乐在内的行业客户提供全方位的一体化支持。



### 案例 CASE

#### “芯”视界 更智慧，索尼(中国)领先全球上市春季全系列电视新品

2020年3月31日，索尼(中国)举行了一场以“智享‘芯’视界”为主题的在线发布会，积极使用线上直播形式第一时间为消费者带来新鲜科技产品，正式推出2020年电视新品全矩阵，涵盖5大系列17个型号，充分满足不同用户的产品选择。本次全系新品具备AI智能语音、APP投屏功能，为消费者提供便捷、易用的电视操控体验。同时，索尼电视也积极加入中国本地IoT生态圈，全系产品接入家庭互联平台。在内容端，索尼联合腾讯视频，带来“极光校准模式”，使用户通过腾讯极光视频APP观看在线内容时，体验到更为原汁原味、还原创作者原始意图的真实画面。

索尼一直对目标消费者的需求变化保持着高度的敏感，坚持为广大消费者营造身临其境的视听体验，同时不断发展适合中国市场和消费者需求的智能应用功能，让消费者享受更聪明更智能的索尼电视。

——索尼(中国)有限公司董事长兼总裁 高桥洋



## 不断贴近客户

索尼贴近客户，坚持品质承载责任，不断落实产品质量管理、提升服务质量，为客户提供优质、环保、安全的产品，最大限度满足客户不断变化的需求，以实际行动不断贴近客户、传递感动。

### ► 提供优质产品

索尼秉承提供优质、以客户为本的产品和服务宗旨，持续优化质量管理体系，升级产品制造工艺。为保证产品质量、丰富客户体验，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基本准则，以及时回应任何质量问题。同时，索尼各部门协同合作将质量管理融入产品全生命周期流程，保证产品质量和品质，确保产品品质适应市场发展。索尼还通过质量热线收集客户与员工反馈意见，实现产品质量的进一步提升。



### ► 奉献品质内容

作为一家富有创意的娱乐公司，索尼的音乐业务已经发展了50年、电影业务30年、游戏业务也已经超过了25年。索尼早已将娱乐元素融入基因，致力于为用户提供从内容到硬件全方位的品质之选。

#### > KOOV 编程机器人解决方案

KOOV 技术赋能教育，创新引领未来。2019年8月，索尼(中国)发布了KOOV编程机器人教育解决方案。聚焦未来所需的人才，从未来视角解决当前青少年编程教育难题，不仅将激发学生好奇心和自主学习能力提升到系统化教育理论层面，更打造了涵盖校本课程、社团课程、机器人教室、赛事、线上线下互动教学系统、教育者培养等多节点多领域的生态系统，形成KOOV独特的教育闭环，最大限度提升教学效率，让学生快速而精准获取机器人编程智慧。

### > 索尼精选 Hi-Res

“索尼精选 Hi-Res 音乐”是以 Hi-Res 高解析度音频规格作为主打的线上音乐平台，致力于为广大发烧友和爱乐人提供高品质下载及流媒体音乐服务，是中国大陆地区首家 Hi-Res 流媒体音乐服务提供商。索尼精选长期与百余家国内外知名音乐厂牌及发行商合作，线上 Hi-Res 曲库已达近 10 万首，100% 经内容权利方正版授权发布。

索尼精选在国内百余城市举办高品质音乐鉴赏活动，走进清华大学、中国传媒大学、中央音乐学院等十余所知名院校，贴近和连接消费者。同时，不定期独家专访平台艺术家，举办线上音乐会，通过精细化的内容运营及活动策划，向消费者真实还原创作者意图，让爱乐人实现“零距离”欣赏艺术家的倾情演绎。索尼精选凭借在 Hi-Res 音乐领域的专业度和权威性，以及广大发烧友和爱乐人的喜爱，成为了“最佳数字音乐平台”的奖项得主。



▲ Hi-Res 音乐讲座和活动

### > 索尼影像技术学院

索尼影像技术学院隶属于索尼中国专业系统集团，配合影视内容制作事业的不断发展和人才发展需求，为客户开展索尼专业影视节目制作设备与系统的综合的、深层次的应用培训，举办、承办各种交流活动，致力于客户提高索尼设备与系统的运用水平、实现更大的附加价值。2019 年 4 月 19 日，由中国电影电视技术学会摄影摄像专业委员会、索尼中国专业系统集团、富士胶片（中国）投资有限公司共同举办的第三届《4K 之春》摄影摄像新技术论坛在索尼影像技术学院成功举办。



▲ 第三届《4K 之春》摄影摄像新技术论坛在索尼影像技术学院成功举办



▲ 第三届《4K 之春》摄影摄像新技术论坛互动展示区

## > 索尼娱乐业务

作为一家富有创意的娱乐公司，索尼的音乐业务已经发展了 50 年、电影业务 30 年、游戏业务也已经超过了 25 年，娱乐元素已经融入了索尼的基因。索尼 /ATV 拥有全球最丰富的音乐版权。无论你走到哪里，都会听到索尼 /ATV 的歌曲：广播、流媒体、电影、电视、广告，甚至是百老汇。

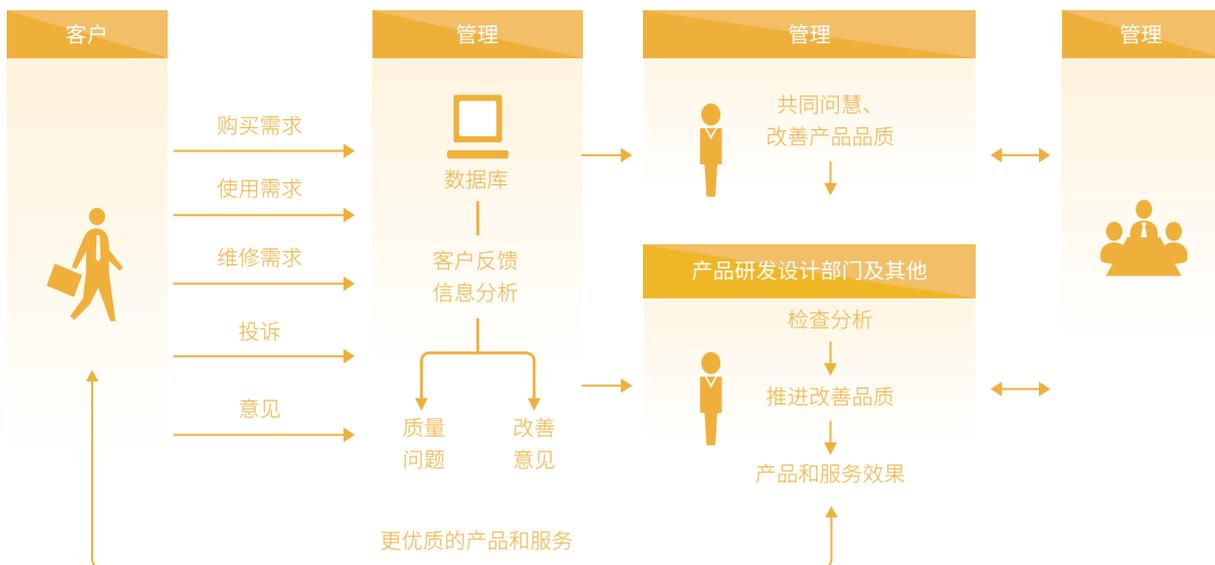
索尼影视娱乐在全球的业务包括：电影的制作和发行，电视节目的制作和发行，数码娱乐节目的制作和发行，全球范围的电视频道投资，购买和发行家庭娱乐节目，经营影视拍摄设施，开发新型娱乐产品、服务和技术，以及在 67 个国家和地区进行电影娱乐产品的推广和发行。自 1924 年哥伦比亚影业前身 CBC 正式更名哥伦比亚影业至今，索尼哥伦比亚已经有近百年历史，累计制作超过 6000 余部优秀影片，其中包含超过 300 部奥斯卡提名及获奖影片。

索尼互动娱乐是电子游戏领域的领先者，通过持续创新的硬件产品、独具魅力的游戏软件和高品质的网络服务，赢得了全球数以亿计用户的喜爱，是全球最受欢迎的电子游戏平台之一。索尼互动娱乐（上海）有限公司与国内超过 300 家游戏开发公司或团队合作，支持中国原创内容。



## ► 提升客户服务

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。为了给客户id提供贴心优质的服务、提升服务质量和客户满意度，索尼（中国）不断完善售后服务管理体系、开通多种客户服务网点，同时收集客户反馈信息，及时了解客户需求。



索尼全球客户服务体系

截至 2020 年 6 月底

- 索尼特约维修站 **82** 家
- 索尼直营店 **6** 家
- 索尼影像交流中心 **9** 家

索尼一直坚持从用户角度出发，为用户提供安心与便利的服务。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、网页问答、网络论坛等新媒体渠道分享产品信息；通过“神秘顾客”项目，提高客户服务体验满意度；通过 NPS（净推荐值）项目，提升客户服务水平；通过索尼特约维修站方便用户进行产品维修；通过索尼直营店，为消费者提供一个了解、体验、购买索尼消费产品的场所；通过索尼影像交流中心，为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。


**案例  
CASE**
**索尼直营店——提供充满“Kando”的体验和服务**

2019年7月15日，南京首家索尼直营店（Sony Store）正式开业。店内设置了家庭影音体验区、数码影像体验区、音频产品体验区、PlayStation 游戏体验区和活动课堂，展示和销售 800 多种索尼最新的产品及解决方案。同时，店内还设有索尼服务体验中心，可提供“店内服务预约”“修复产品送返”“更换式维修个人音频类产品当天修复”“索尼直营店购机专享清洁保养服务”“老用户优惠购机”等一系列服务项目。面向来店体验的客户及索尼俱乐部（My Sony Club）会员，索尼直营店也会举办新品体验交流会、索尼工程师分享会、主题外拍之旅、游戏竞技大赛等一系列丰富多彩的体验活动。

尽管当前经济环境面临诸多不稳定因素，索尼中国依然坚持高端产品战略和贴近索粉的“兴趣社群策略”，索尼直营店正是我们贴近消费者的重要平台，只有在这里，才能提供充满“Kando（感动）”的体验和服务。

——索尼（中国）有限公司董事长兼总裁 高桥 洋



▲ 索尼电视体验区



▲ 索尼音频产品体验区



▲ 索尼 PlayStation 游戏产品体验区



## > 安全与未成年人保护

为了肩负起安全与未成年人保护的社会责任，索尼 PlayStation 建立起行之有效的未成年保护体系与安全体系，在针对未成年人保护做出的“家庭管理”系统中严格管理账号、时长、消费等，让游戏行业更加成熟与健康的发展。

## > 在线客服平台全年无休

2019年3月，索尼中国服务渠道进一步拓展，成功上线在线客服平台并提供365×24小时机器人服务。2019年客户服务中心有36%的用户咨询量通过索尼中国在线客服平台完成，机器人小索完成了其中50%的业务咨询。



## ► 信息安全 & 隐私和个人信息管理

### > 信息安全

网络安全威胁日益复杂，为有效管理潜在风险，确保系统和产品的信息安全，确保客户对索尼的信任，索尼实行和强化全面的信息安全管理体系。

#### 信息安全治理

索尼的信息安全管理体系符合全球行业最佳实践。这一系列政策和标准阐明了索尼对信息安全的承诺，定义了索尼管理层和员工要遵循的实践和程序，保护了信息资源和信息系统免受未经授权的访问、泄露、伪造、丢失、破坏和其他安全风险。

#### 信息安全培训

索尼员工每年会接受信息安全培训，了解事件报告的流程和需避免的行为以减少风险。此外，索尼定期会进行防钓鱼活动，防止欺诈性邮件引起的网络攻击。

#### 监控及响应机制

索尼的全球安全运营中心配备先进的技术，实现7×24小时监控和管理信息安全事件。为保护公司的信息基础设施，索尼事件响应小组利用威胁情报，监控、检测、快速响应和控制安全事件。

#### 加强应对新威胁

索尼致力于维护客户、员工和商业伙伴的信任。为保护客户信息的安全，索尼一直在持续改进，实施更有效的控制，并提供更强大的安全措施来应对新的威胁。

## > 隐私和个人信息管理

保护索尼的客户、员工、利益相关方的个人信息，并与他们建立并保持信任，对索尼至关重要。为了能够应对快速发展的变化，索尼全球实施了隐私治理框架，以确保对潜在风险进行有效的管理，并在业务流程、系统、产品中集成隐私控制，以保护客户、员工、利益相关方的个人信息。

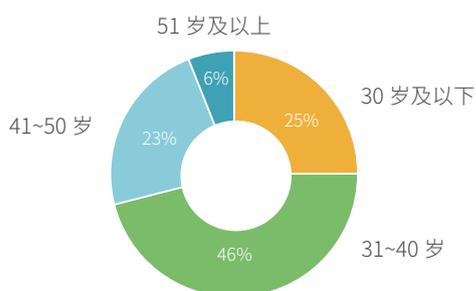
**隐私治理：**在索尼集团分管隐私的高级副总裁的领导下，索尼的隐私和个人信息管理框架覆盖了整个索尼集团。索尼基于相关法律法规、原则和最佳实践制定了一系列的全球隐私政策和标准，并基于此进行隐私管理。这些政策阐明了索尼在全集团范围内对隐私的承诺，并定义了索尼高管和员工应遵循的实践标准和程序，以确保通过适当的方式处理和保护索尼收集、存储和 / 或处理的个人信息。

**个人信息管理：**索尼通过全球隐私管理框架评估和对应隐私风险，并努力将隐私原则和要求集成到索尼的数据处理活动中，以持续不断地提高对个人信息的保护。

**员工隐私培训：**索尼相信，每位员工都是隐私保护工作不可缺少的一部分。为了提高员工的意识，索尼要求每位员工都参加隐私培训。

## 倾情关爱员工

索尼中国致力于卓越人才培养，将人才发展作为企业可持续发展的动力，保障员工权益，不断完善人才晋升激励机制，呵护员工身心健康，丰富员工生活，营造多元化的企业氛围。通过畅通言路，鼓励员工民主沟通，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。



索尼(中国)员工年龄结构

## ▶ 员工权益保障

索尼中国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。2019财年，索尼(中国)拥有在岗员工1254人，新招聘员工123人，劳动合同签订率和社会保险覆盖率均达到100%，本地化员工比例达94%。

## 索尼(中国)员工绩效数据表

指标	2019 财年	2018 财年	2017 财年
男女员工比例(女:男)	1:1.38	1:1.45	1:1.45
中高层管理人员的男女员工比例(女:男)	1:1.83	1:2.43	1:2.74
员工流失率	5.9%	10%	8%
少数民族员工占员工总数的比率	4%	4%	3%

**> 平权**

遵照联合国商业与人权指导原则，索尼集团行为准则中设定了相关规定。索尼（中国）明确“公司尽力维护一个没有歧视和骚扰的安全、健康并易于发挥个人能力的工作环境。任何员工不得因种族、性别、信仰、国籍、年龄、伤残情况及与公司索尼集团公司合法的商业利益无关的其他因素歧视、压制任何实体（包括法人和自然人）。”

**> 人才多样性**

索尼中国在招聘和选拔流程上公开、过程上透明公正，严格遵守相关反歧视的法律法规，保障员工的平等就业权利。促进员工性别多样化也是索尼中国多元化招聘中重要的一环。2019年，索尼中国女性新员工比例较2018年提高了4%，得益于近年来基于平等雇佣和人才多样性等观念在业务方面的培训以及索尼平等、公开、公正的流程和候选人体验创造中所做的持续努力。

此外，索尼积极践行并提供残疾人就业机会。2019年，索尼在华企业的8家公司举办了2场障碍大学生校招，为障碍学子提供多种就业渠道和岗位。部分公司持续多年雇佣障碍大学生并采取设施改造及人员支持等多方面的多项措施助力其融入与职业发展，部分公司实现了残疾人雇佣从无到有的突破，为残障人才就业发挥一己之力。


**案例  
CASE**
**索尼数字产品(无锡)有限公司探索残障人士就业问题，促进人才多样化**
**成为 GBDN 认证会员**

索尼数字产品(无锡)有限公司自2018年12月申请加入国际劳工组织全球商业与残障网络(GBDN)中国分支机构后，一直积极接受各项考核。在历经近8个月的考核后，在2019年8月正式成为认证会员。

**三位一体融合就业**

在第29个全国助残日来临之际，来自政、校、企及社会组织的50多名代表出席由索尼举办的高校障碍毕业生就业促进会。索尼数字产品(无锡)有限公司等7家企业成为首批无锡新吴区“残健融合就业联盟”企业。

**加强与高校的合作**

索尼在华企业连续两年在天津理工大学聋人工学院开展了联合招聘，参与联合招聘的兄弟企业增至8家，招聘学校增至2所。索尼数字产品(无锡)有限公司就职的残疾人有14名。



▲ 2019年高校障碍毕业生就业促进会

## > 薪酬福利

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。2019年，以目标管理考核方法进行员工绩效年度考核，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。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。

从2017年开始索尼（中国）推出了年度“员工嘉许奖”评选，旨在表彰对公司做出重大贡献的个人/团队、更好营造认可与嘉许的企业文化氛围、激发员工积极敬业的动力。员工嘉许奖设置最佳个人贡献奖及团队协作奖两个大类，成为鼓舞员工最佳表现的一项荣誉。

员工嘉许奖举办至今已有 **46** 位个人 / 团队共 **122** 位员工被提名

其中 **8** 位个人 / 团队荣获

## > 民主管理

为保障员工在企业的自主权得到充分发挥，索尼中国工会不断创新员工沟通机制，开展多层次、宽领域地民主沟通工作，集思广益，确保每一位员工的基本权益都得到尊重，积极倾听每一位员工的声音，鼓励他们建言献策，与索尼中国共成长。



▲ 索尼数字产品（无锡）有限公司员工代表交流会

## ▶ 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，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，激发员工潜能和创造力，实现员工价值和企业价值的共赢。

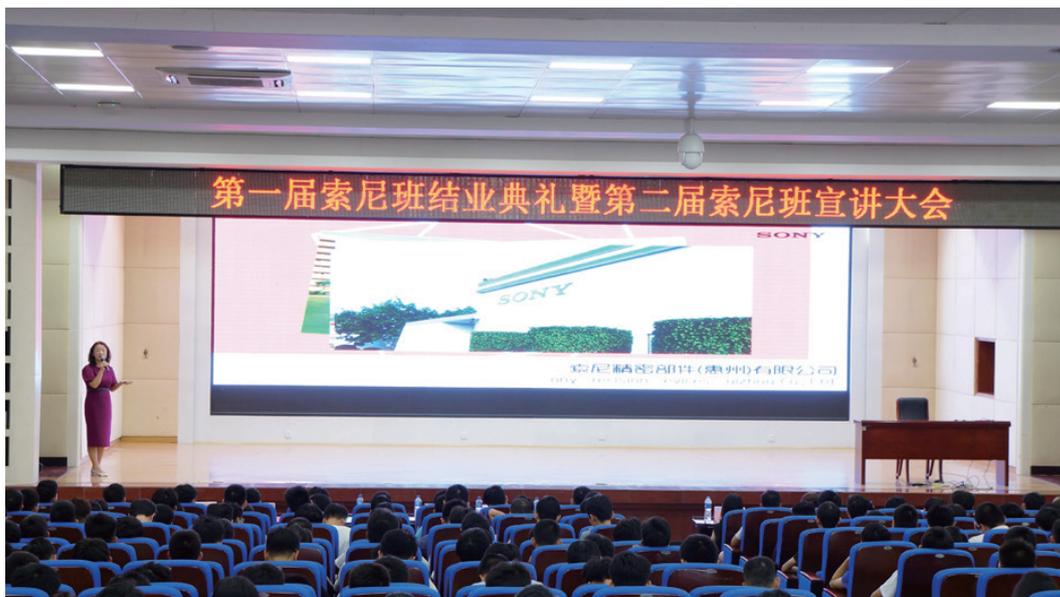
除了每年引进各种经典课程，索尼（中国）邀请资深员工和外部专家开展各种交流，2019 年举办包括《新入职大学生项目》《创新学习营》等活动。在 2020 年初的疫情期间，为了支持宅家办公的同事兼顾持续学习，索尼（中国）升级并推出一系列在线学习活动并覆盖多家在华关联公司，包括在线英语和日语学习、数字图书馆微信端资源升级及年度征文进行线上评选活动。联合数字中欧，推出针对带人经理的 70 余门微课，帮助经理人在特殊时期带领团队突破困局、达成目标。



案例  
CASE

### 索尼精密部件(惠州)有限公司举办第一届索尼班结业典礼暨第二届索尼班宣讲大会

2019 年 9 月 23 日，索尼精密部件（惠州）有限公司第一届索尼班结业典礼暨第二届索尼班宣讲大会在惠经学院创业园报告厅举行。第一届索尼班宣讲会至今，索尼精密部件（惠州）有限公司携手惠经学院汽车与机械工程学院、信息工程学院成功合作实现了第一届索尼班 39 名工程技术类人才的育成，组建了首支由 16 名优秀技术工程师组成的讲师团队。讲师团队合计授课 23 次（46 课时），促进 39 名同学首次日企见学交流活动，为 10 名同学提供现场实习机会。



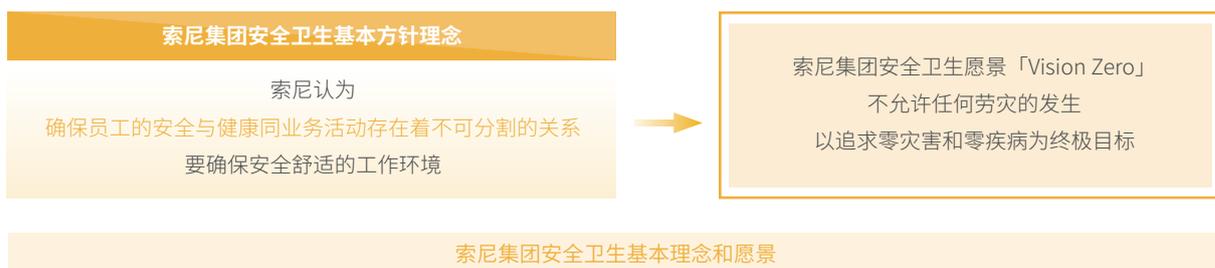
▲ 宣讲会现场

## ▶ 守护员工健康安全

索尼中国奉行索尼集团的安全健康基本理念，将员工健康和放在首位，致力于实现“Vision Zero”——“零灾害，零疾病”的安全健康目标。为贯彻索尼集团职业健康安全基本方针、面向更长远的发展，索尼中国 2019 年设定了职业健康安全中期目标，由索尼集团安全职能平台中国地区安全办公室负责管理推进在中国地区的职业健康安全工作。2019 年度中国地区无重大劳动事故发生，轻伤劳动事故数量大幅度削减，无论是安全事故强度率和度数率都在电子信息行业中处于领先水平。

### > 完善职业健康安全管理体系的构建

索尼中国地区构建了完善的职业健康安全管理体系，于 2011 年获得 OHSAS 18001 职业健康安全管理体系的整体认证。2019 年，索尼在华企业进一步导入 ISO 45001 职业健康安全管理体系，组织开展并完成 ISO 45001 体系前期培训工作以及安全管理手册的更新，为顺利完成 2020 年内索尼在华各企业的 ISO 45001 职业健康安全管理体系的构建并取得 ISO 45001 认证奠定了基础。



### > 具有中国特色的安全管理推进

结合中国国情，索尼中国积极开展具有特色的安全活动，全面构筑和植入全员参与的安全文化，已达到有效长期可持续发展的预期效果。

2015 年，索尼中国在各企业开始推进基于海因里希法则<sup>1</sup>原理的惊吓活动（Near Miss Activity），号召全员发现所在职场以及制造作业环节中存在的风险和隐患；2018 年，索尼中国创新性地安全事故原因分析中导入 5Why<sup>2</sup>分析法，对所发生的劳动事故对象进行 100% 的原因分析，识别事故风险。为便于员工不断学习和提高，索尼中国地区安全办公室起草并发布了《使用 Why-Why 分析手法进行事故原因分析的指南》和《惊吓活动实施手册》，开展员工安全教育，为实现 P-D-C-A 良性循环管理模式提供保证。

<sup>1</sup> 海因里希法则：是指在 1 件重大事故的背后，隐藏着 29 件轻伤事故，而在 29 件轻伤事故的背后则隐藏着 300 件惊吓事件，也被称为 1:29:300 法。

<sup>2</sup> 也称为 RCA: Root Cause Analysis, 5Why 分析法是为了改善品质对所发生现象进行根本原因分析的手法之一。为了找到根本原因，针对发生的问题重复进行 5 次以上的要因询问 (why) 的手法。

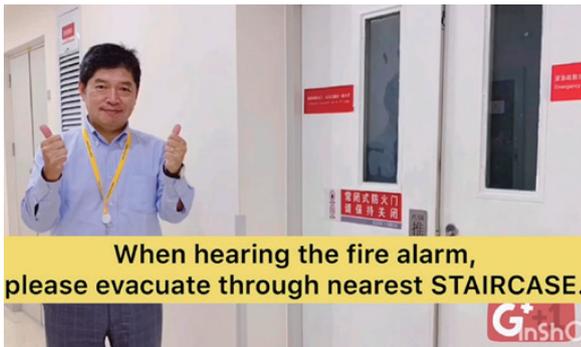
## > 丰富多彩的员工参与型安全活动

索尼中国 2017 年起实施安全标语点赞、电动车安全体验等多种多样的安全活动并不断创新，鼓励员工直接参与和亲身体验，激发员工思考，使员工的安全意识得到了极大的提升。

### 安全视频拍摄活动

索尼中国 2019 年度针对各企业在办公场所、生产现场以及通勤途中存在的各类安全隐患，采用了近来广受年轻员工接受的活动形式，利用短视频来拍摄安全的活动。

短视频拍摄活动通过让员工自己找出工作或通勤中的安全风险并用组团的方式拍摄出来，视频均选取日常工作场景，具有很强的真实感，能更好的对员工起到教育的作用。特别是索尼（中国）有限公司董事长兼总裁高桥先生也亲自参与并指导，为员工示范火灾时应如何逃生和自我防护，更是将活动的展开推向了高潮。



▲ 索尼（中国）有限公司董事长兼总裁高桥 洋参加安全视频拍摄



▲ 员工参加安全视频拍摄合影

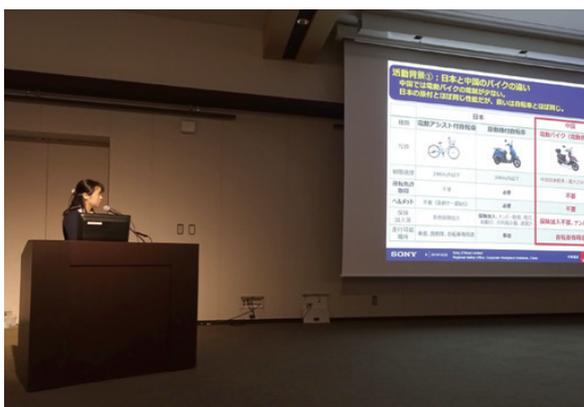
- 中国地区各企业 **96** 个团队参加拍摄活动
- 提交安全视频作品 **109** 件

### 电动车交通安全体验活动

近年来随着电动车骑乘人员的增加，道路拥挤以及不遵守交通规则的现象较多，电动车事故的频繁发生对员工的生命安全造成了威胁。为了保障员工的安全，提升员工在通勤途中的交通安全意识，索尼中国地区安全办公室自 2017 年起在各公司推进员工电动车交通安全体验活动。

通过实施这样让员工能深度参与和体验的安全活动，自 2017 年起到 2019 年，电动车事故持续大幅度削减，获得了公司内外的高度评价。该事例作为 2019 年海外企业优秀事例，代表索尼集团在日本中央灾害防止协会<sup>3</sup>于日本京都举办的第 78 届全国产业安全大会上进行了发言，通过介绍中国地区安全活动的特色事例，加深了与海外健康安全领域的交流，促进和推广了中国地区安全活动的有效经验，从而进一步提升了企业形象。

<sup>3</sup>简称“中灾防”，成立于 1964 年，是基于劳动事故防止团体会法，由日本厚生劳动省批准设立的公益法人，致力于通过企业自主开展安全活动，提升安全卫生绩效杜绝劳动事故的发生。



▲ 索尼中国代表在日本第 78 次全国产业安全大会上进行发言



▲ 员工参与交通安全体验活动

## > 身心健康

2020 年 4 月，索尼（中国）推出覆盖所有全职正式员工（包括外籍员工）以及多家关联公司的员工帮助计划——SONY EAP（Sony Employee Assistance Program）。无论是关于工作压力、情绪调节、亲子问题、人际关系、婚姻家庭，还是关于法律、财务、健康的信息类问题，索尼员工及其直系亲属都能通过索尼员工帮助计划获得帮助。

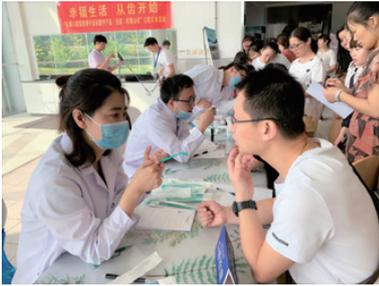
在 2020 年疫情防控过程中，索尼（中国）成立紧急应对体制、迅速启动应对措施，并收集信息向日本总部上报 25 次，请总部支援口罩 49 万个，参考《新型冠状病毒感染的肺炎防控方案》《事业单位复工复产新冠肺炎防控措施指南》，制定了细致的中国地区检温作业程序及异常时报告流程，有效保护了全体员工的安全与健康。

## ► 共享美好生活

索尼中国充分重视每一位员工的发展，贴心关怀员工，通过“福利”“关爱”活动，发放员工福利，让员工充分感受到温暖。

### > 福利

索尼时刻关注员工需求，为员工提供各种形式的关怀和慰问，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来自公司的关爱。



▲ 索尼数字产品（无锡）有限公司  
口腔健康义诊活动



▲ 上海索广电子有限公司送清凉活动



▲ 上海索广映像有限公司慰问高温员工

### > 特殊关爱

索尼很自豪能为大家提供一个让所有员工被重视和尊敬的工作场所，并培育一种通过注重多样性来创造价值的企业文化。为了感谢女性员工对公司做出的贡献，并给予她们更多精神上的支持，在2020年的国际劳动妇女节之际，索尼首次利用网上直播的方式进行了“绽放女性精彩，照见你的 BEING”的在线直播分享。



▲ 索尼精密部件（惠州）有限公司  
WeCan 生产线内员工茶歇间



▲ 上海索广电子有限公司  
开展帮困助学活动

> 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，鼓励每一位员工尽情绽放精彩。



索尼（中国）“为爱而走”  
奥森 5KM 慈善健走活动



索尼（中国）家庭日活动金秋采摘



索尼（中国）第四届运动嘉年华



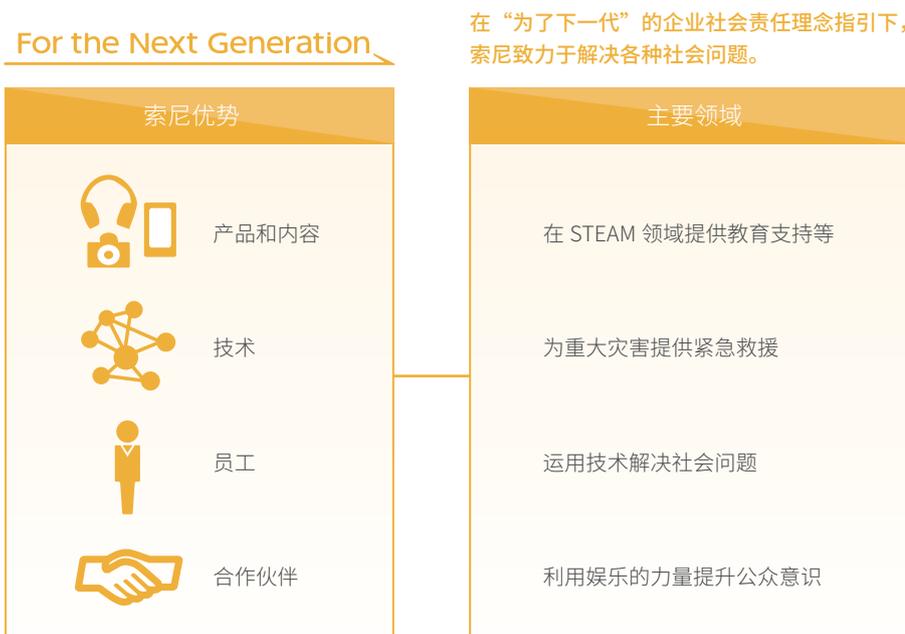
索尼数字产品（无锡）有限公司  
足球俱乐部活动



索尼精密部件（惠州）有限公司首支 WeCan 舞蹈队  
HiKaLi·光斩获第四届惠州市残疾人艺术汇演银奖

## 促进社区发展

索尼秉承“为了下一代”的企业社会责任理念以及创作精神，充分利用自身在产品、内容、技术、员工等方面的优势，通过与利益相关方合作，在业务运营所在地支持教育发展，开展环保公益活动，志愿服务社区，为建设更美好的社会贡献积极力量。



索尼社区公益活动指导方针

### ► 支持教育发展

教育是社会发展的基础。长期以来，索尼中国始终坚持通过自身的专业优势，探索支持教育发展的公益之路，给孩子们提供良好的学习环境，为他们的科技好奇心和探索精神提供充足养分，助力中国青少年的全面发展。另外，索尼积极开展与高校、社会公益机构的广泛合作，支持教育行业发展。

#### > 索尼探梦

“索尼探梦”科技馆由索尼公司出资并提供全面支持，运用数码、IT、音视频等领域的先端技术，注重科普教育的趣味性与互动性，为中国青少年打开一道接触科学世界的大门，帮助他们亲身体验科学神奇、了解科学意义，激发并培养对科学的浓厚兴趣。开馆 19 年间，索尼在“索尼探梦”项目上已经累计投入超过 6 亿元。2019 年，“索尼探梦”科技馆的科普工作继往开来，在上一年度良好的科普工作基础上，加以创新，让各种科普活动百花齐放；“索尼探梦”科技馆走访了 15 座城市，与当地科技馆、少年宫携手为广大青少年带去了精彩纷呈的科普盛宴。

截至 2020 年 3 月 30 日

- “索尼探梦”科技馆已累计接待游客 **4,623,977** 人
- 科普下校下乡活动惠及 **560** 所边远地区学校，师生 **280,626** 人
- 科普万里行活动足迹遍布 **40** 余座城市，惠及 **130,088** 人



▲ “索尼探梦”携手合作伙伴联合举办“爱满星空，放飞梦想”主题公益活动



▲ “索尼探梦”活动现场



案例  
CASE

### 科学魅力绽放 求知梦想起航——“索尼探梦科普万里行”走进“塞上江南”宁夏

2019年11月，索尼探梦科技馆“科普万里行”活动携手中卫永康镇双达小学、吴忠市青铜峡市第四小学、宁夏回族自治区科技馆举行了三场大型公益科普活动。扣人心弦的童话剧、精彩纷呈的实验秀轮番上演，令现场的小朋友们感受到趣味科普的无穷魅力。科普实验秀结束后，一些孩子和家长还体验了生动有趣的探梦科学实验课，以及索尼 KOOV 可编程教育机器人课程。



▲ 科普秀



▲ 科学实验室



▲ KOOV 机器人课堂

## > 索尼“梦想教室”

2013年，索尼创立了“梦想教室”项目，为全国经济欠发达地区的学校提供兼具软硬件特色的“梦想教室”，包括修葺一新的教室、崭新的桌椅黑板、投影仪等硬件设备，以及科普实验课程、索尼电影等内容，每年支持20所高校大学生团队通过社会实践活动，并通过形式独特的科学课堂，放飞孩子们的科学梦想，为孩子们带去 WOW 的体验。

2019年，索尼“梦想教室”在全国21个地区的学校开展“发现中国原生态音乐之美”主题活动，为大学生们提供设备、技术支持以及相关培训，鼓励他/她们在各地支教的同时，开展原生态音乐的探访活动，发现并传播中华民族的传统音乐文化。

截至 2019 年

- 索尼“梦想教室”累计在全国 30 个省级行政区的 101 座城市 **177** 所学校
- 建立 **180** 间索尼“梦想教室”
- **43** 所高校大学生团队参与
- 支教共计 **7,827** 天
- 开展 **33,654** 余课时的梦想教室
- 共有 **43,067** 名当地中小學生参与
- 累计影响人数超过 **530** 万



▲ 索尼“梦想教室”丰富多彩的活动

案例  
CASE

### 科技点亮梦想 创意启迪新知——索尼“梦想教室”落户井冈山小学

2019年7月23日，索尼“梦想教室”来到“中国革命的摇篮”——江西省井冈山市。本次“梦想教室”的落成，依托于南昌大学团委和学生志愿者的协助，井冈山地区作为南昌大学的社会实践基地，多年来持续支持革命老区的教育发展。索尼（中国）除捐赠投影仪、音箱等相关配套的教学设施外，还带来 KOOV 可编程教育机器人套件及其出版的《神奇的逻辑思维游戏书》。未来，南昌大学大学生支教团队还会进行相关教学指导，挖掘孩子们的创意潜力。此外，他们也将努力挖掘井冈山当地的民族传统音乐文化遗产，传承中华原生态文化。

希望索尼“梦想教室”和教育编程机器人能帮助井冈山小学的孩子们开拓眼界、构筑梦想。

——井冈山市人民政府



▲ 索尼“梦想教室”落户井冈山小学

## ► 开展环保公益

索尼重视环境保护，坚持倡导生态文明理念，加强环保管理与宣传，开展环保公益活动，带动全社会开展环境保护的行动，为社会的可持续发展助力。



### 案例 CASE

#### “绿色征程”索尼大学生环保营，开启刷新思维认知的奇妙之旅

“绿色征程”是索尼中国自 2017 年启动的环保公益活动，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。2019 年 5 月，索尼（中国）“绿色征程”索尼大学生环保营，邀请了全国 10 所高校的大学生环保先锋来到索尼数字产品（无锡）有限公司进行参观和学习交流。

围绕“走向零负荷”的四个维度，索尼（中国）设计了丰富多彩的互动环节，选派索尼资深专家和管理者，结合自身在华实施的全产业链环境管理措施，使大学生们“零距离”体会全流程的企业绿色管理。在结束三天密集学习后，大学生代表返回学校，和自己的团队成员继续完善各自的“Plogging to Zero”主题活动，将“健身”和“捡垃圾”相结合，以创新、有趣、迎合国际潮流的方式在 6 月 5 日世界环境日进行环保实践，呼吁更多大学生从我做起、践行环保。

感谢“绿色征程—索尼大学生环保营”活动，令我结交了新朋友，在与伙伴组队完成任务时，除了不断提升自己，还让我领悟到团队合作的重要性。这样的创新环保活动是我第一次参加，深受启发，赞！

——天津理工大学 刘同学



▲ “绿色征程”索尼大学生环保营


**案例  
CASE**
**索尼数字产品(无锡)有限公司举办小学生环境启蒙教育**

2019年,索尼数字产品(无锡)有限公司联合4所小学举办了启蒙活动。通过小学生环保活动,用寓教于乐的方式,向小学生们普及生物多样性、废弃物处理等知识,在孩子们心中种下环保的种子。索尼数字产品(无锡)有限公司已连续11年举办这个活动,累计与14所小学合作,约1900名小学生参与其中,捐赠6500册环保书籍。该项目也作为无锡市优秀公益活动,连续两年代表无锡市参加了江苏省的优秀公益活动展。



▲小学生环境启蒙教育活动


**案例  
CASE**
**多一些环保, 少一些塑料**

2019年12月7日,上海索广映像有限公司承办的“斜土 索广 南洋初杯”OM环保系列赛决赛及颁奖在南洋中学召开。上海索广映像有限公司、上海索广电子有限公司首次宣传“同一个蓝色海洋”减塑活动,将“减少生活中塑料使用论坛”引入比赛。同学们从塑料发明、白色污染、塑料研发及替代、垃圾处理、塑料制品标识、拒绝超市提供塑料袋是否经济等全方面地进行讨论。通过该项活动使同学们能够结合生活实际,牢固树立环境保护的责任意识,把自己的低碳理念传递给社区和家庭。



▲“斜土 索广 南洋初杯”OM环保系列赛决赛及颁奖

## ► 倾情回馈社区

志愿者文化已融入索尼（中国）企业文化，通过志愿服务，将企业的战略目标与员工个人目标相结合，不断推动在华公益事业的发展。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，索尼在中国充分发挥自身优势，开展多种多样的社区志愿活动，为社会各界带去爱和温暖。



▲ 索尼数字产品（无锡）有限公司第6年参加“心聆感影”为盲人讲电影活动



▲ 索尼精密部件（惠州）有限公司与惠州市特殊学校校企合作签约揭牌仪式



▲ 上海索尼映像有限公司敬老慰问活动



▲ 上海索尼电子有限公司与张塘村结对帮扶



▲ 索尼（中国）有爱有未来“青海玉树称多县藏族儿童冬衣捐赠”活动

### > “感受索尼” 认知实习项目

2019年7月，一年一度的中国传媒大学工学院24名大三同学暑期实践“感受索尼”认知实习顺利结束。该实习项目是由索尼中国专业系统集团索尼影像技术学院与中国传媒大学理工学部合作举办，自项目启动以来至今已举办了12期。索尼中国专业系统集团与中国传媒大学建立了长期合作关系，索尼在中国传媒大学建立了索尼数字电视实验室、建设索尼高清演播室教学平台、设置索尼卓越奖学金，鼎力支持青年学子未来发展。



▲ 第12期中国传媒大学“感受索尼”认知实习

### > 参与中国国际服务贸易交易会

2019年5月28日，中国国际服务贸易交易会在北京国家会议中心开幕。索尼（中国）积极对接“一带一路”倡议，推动企业服务贸易的合作与发展，参与了以“科技改变未来、智慧点亮城市”为主题的展览展示，参展设备为KD-75Z9D 4K电视机。除播放4K视频外，索尼（中国）还与中国移动的“移动魔百盒”合作，基于5G网络传输现场收放4K视频节目。

### > 索尼互动娱乐中国之星计划

中国之星计划自2017年启动，旨在筛选和培育优质的国产主机游戏，通过索尼互动娱乐及其合作伙伴的各项资源，帮助初创中小规模的游戏公司完成自己的作品，最终在中国和世界各地进行发售，承载了中国制造和中国创造的使命。中国之星计划从资金投入、项目管理、品牌背书、技术支持等方面为初创中小规模的游戏公司提供长期、有效、坚定不移的支持。截至2020年4月1日，已经有4款游戏作品陆续问世，其中来自北京火箭拳科技团队制作的《硬核机甲》在世界范围内赢得了媒体好评和诸多奖项。



固  
本  
强  
基

## 共促可持续发展

索尼秉持“用创意和科技的力量感动世界”的企业宗旨，充分发挥在技术、娱乐内容、服务领域的优势，提供优质的产品、服务和解决方案，为消费者传递感动。索尼以尊重多样性、创新、利益相关方的参与和伙伴关系为可持续发展的基本原则，践行“为了下一代”的企业社会责任理念，积极投身教育、环保等公益领域，全面支持中国经济和社会的发展。



## 索尼在华企业召开第二届社区活动会议

2020年4月，索尼在华企业召开第二届 CSR Harmonization 社区活动沟通会，回顾 2019 年社区活动的开展情况及成果，共同探讨新冠肺炎疫情之下 2020 财年企业社会责任工作面临的机遇和挑战。

### > 继续关注“环境”“员工”及“社区活动”三个议题，助力可持续发展

2019年，索尼在中国开展了丰富多彩的社区活动，包括“索尼探梦”科技馆、“索尼梦想教室”等。在环境议题上的努力则包括“同一个蓝色海洋”“生物多样性活动”等。员工方面，索尼中国从 2017 年开始通过与其他机构合作的形式雇佣障碍人士，共同助力残障人才就业和发展。



▲ 索尼在华企业走进天津理工大学聋人工学院开展障碍人士校园招聘

11月21日，索尼精密部件（惠州）有限公司首条 WeCan（障碍人士）生产线启动仪式暨惠州仲恺高新区首个残疾人集中就业示范点揭牌仪式和惠州市特殊学校校企合作签约揭牌仪式隆重举行。

2020年1月，索尼宣布支持并签署旨在推进障碍人士就业的全球倡议——“*The Valuable 500*”。该项倡议目的在于号召全球领先的企业承诺就障碍人士融入社会问题采取负责任的行动，释放障碍人士的商业、社会和经济价值。



▲ WeCan 生产线现场

### > 以索尼的多样性和独特性为 CSR 活动传播支撑点，传递感动

索尼紧密围绕企业宗旨和价值观，通过技术驱动，利用创意手段发挥硬件、软件和服务多样性的优势，传递感动。此外，索尼注重人才多样性和包容性，通过富有创造力的员工、对障碍人士的雇佣、不同产品线的粉丝群体特点各异等，展示索尼价值内涵。在教育和环境领域，开展各类公益教育项目和科普活动，培养青少年群体的好奇心和梦想，助力中国教育事业发展；在产品全生命周期贯彻可持续发展理念，秉承对环境负责态度开展经营活动，皆体现出索尼“为了下一代”的企业社会责任理念和对地球的环保承诺。

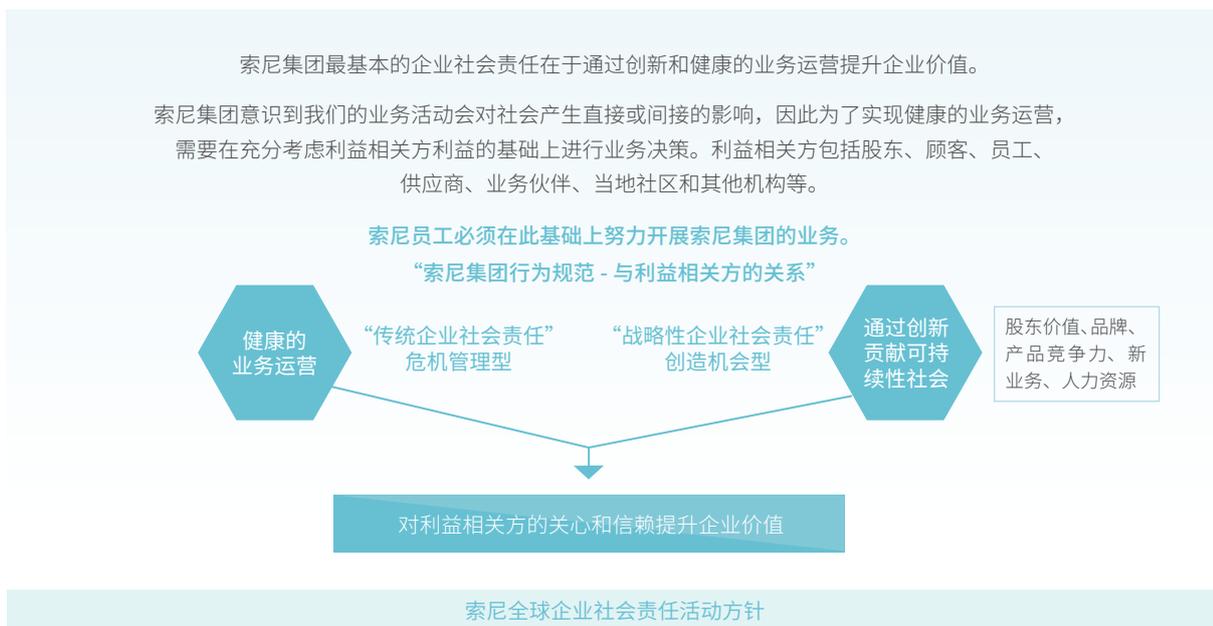
索尼通过 CSR Harmonization 平台，圆满举行了多姿多彩的企业社会责任活动，为当地社区的发展做出了积极贡献。未来，索尼继续立足利益相关方，开辟新途径进一步整合梳理索尼内部资源，充分发挥“*One Sony*”力量，开展独具索尼特色的社区活动，继续不遗余力地履行企业社会责任，为中国社会发展做出贡献！

## 责任管理

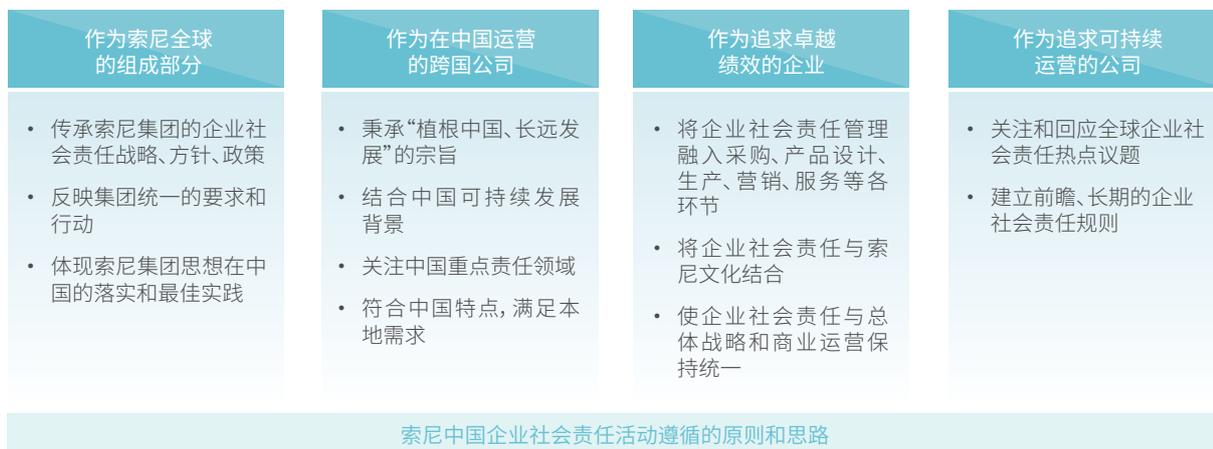
索尼坚持贡献社会经济的可持续发展，不断完善企业社会责任工作体系，加强内、外部企业社会责任的管理与沟通，有序推动社会责任管理与公司治理、日常运营的有机融合，积极创造经济、社会、环境综合价值，提升责任竞争力。

### ► 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领域工作开展的基础。长期以来，索尼恪守“植根中国、长远发展”的长久承诺，统筹经济、社会和环境价值，持续创新和完善商业模式，不断提高企业价值，贡献社会经济的可持续发展。



我们秉持“为了下一代”的企业社会责任理念，不断丰富社会责任实践内容，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，为社会的全面、协调、可持续发展做出长久贡献。



## ▶ 责任战略

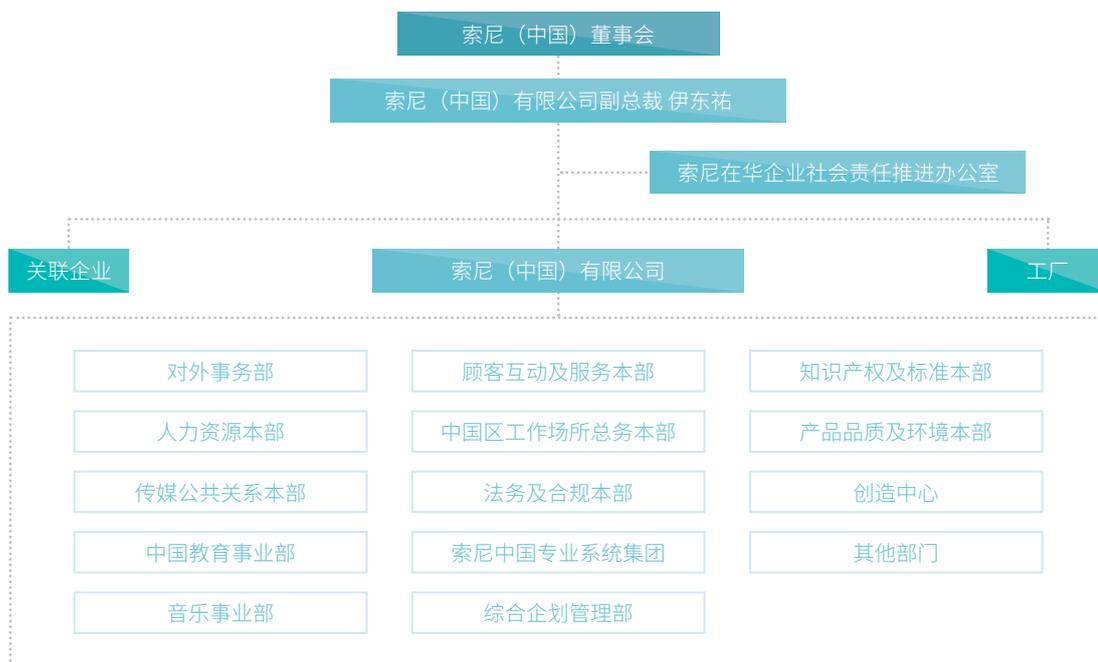
索尼中国以“一个索尼”为中心，始终强调企业社会责任和业务的可持续发展，积极推行包括公司治理、合规、员工、负责任采购、产品质量与服务、技术、环境、社区等企业社会责任议题，通过密切沟通，深入了解利益相关方的期望与诉求，并通过开展有针对性的实践活动做出回应。



责任议题

## ▶ 管理机制

索尼中国持续完善企业社会责任工作体系，不断加强内、外部企业社会责任的管理与沟通，索尼（中国）有限公司副总裁伊东祐先生负责统筹在华企业相关活动。通过参与外部各利益相关方主办的活动、内部企业社会责任管理层圆桌会议制度和委员会会议制度、以及企业社会责任联络人制度，形成具有鲜明索尼特色的责任管理架构。



责任管理架构

索尼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。



为不断完善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，建立了管理层圆桌会议制度、负责人委员会会议制度、联络人制度、社会责任培训相结合的责任推进模式，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。



## 利益相关方沟通

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，认真研究分析国内外各项方针政策，整合利益相关方的核心诉求和主要期望，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，识别并筛选出索尼（中国）和利益相关方都关注的实质性议题。按照“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，对实质性议题进行重要性排序，形成实质性议题矩阵，指导索尼（中国）有的放矢地开展社会责任工作。



索尼中国高度重视本地化运营，与不同利益相关方建立了常态化、特色化的沟通渠道和机制，增进利益相关方对我们的认识与了解，主动回应利益相关方关注的重点问题，不断改进和提升社会责任管理工作。

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"> <li>时尚优质高效的绿色产品</li> <li>快速安心便利的售后服务</li> <li>增强可用性、可及性</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>改善服务质量与产品</li> <li>客户信息</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>持续加大产品创新和服务投入</li> <li>进一步完善服务流程</li> <li>“神秘顾客”项目</li> <li>对特约维修站进行 5S 检查</li> <li>客户隐私保护</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>客户满意度调查</li> <li>NPS（净推荐值）计划</li> <li>客户关系管理</li> </ul>
 员工	<ul style="list-style-type: none"> <li>保障合法权益</li> <li>尊重多元文化与生活方式</li> <li>合理的薪酬激励</li> <li>良好的工作环境</li> <li>能力提升和职业发展</li> <li>归属感与认同感</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>员工参与企业经营</li> <li>员工职业发展与培训</li> <li>员工权益</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>严格遵守法律法规、严格执行《索尼集团行为规范准则》</li> <li>建立网络学习系统和全面的培训课程体系</li> <li>建设多元、互助、平等的企业文化</li> <li>倡导工作和生活的平衡</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>工会会员代表大会</li> <li>总裁员工座谈会制度</li> <li>员工内部网络沟通平台</li> <li>员工投诉与反馈</li> <li>员工培训</li> </ul>
 政府	<ul style="list-style-type: none"> <li>诚信守法</li> <li>依法纳税、保障就业</li> <li>促进社会和谐发展</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>政策落实</li> <li>公益项目合作</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>支持政府宏观经济政策</li> <li>守法合规</li> <li>积极履行社会责任</li> <li>创新发展</li> <li>创造就业</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>积极与主管及相关部门开展沟通对话</li> <li>信息透明化沟通</li> </ul>
 供应商	<ul style="list-style-type: none"> <li>促进共同发展</li> <li>公平透明采购</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>合规管理、检查与反馈</li> <li>业务拓展以及潜在合作机会</li> <li>企业社会责任和可持续发展理念</li> <li>公益项目</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>继续深入落实《索尼供应链行为规范准则》</li> <li>导入“全球采购合同”制度</li> <li>开展供应商企业社会责任培训</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>召开供应商大会</li> <li>索尼（中国）的“绿色伙伴”制度审查</li> <li>培训与交流</li> </ul>
 合作伙伴	<ul style="list-style-type: none"> <li>共享发展成果</li> <li>共促行业发展</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>企业社会责任相关议题</li> <li>产品与技术</li> <li>行业发展</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>共同推进绿色伙伴认证制度</li> <li>共享“企业社会责任采购”框架</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>行业会议、研讨会</li> </ul>
 社区	<ul style="list-style-type: none"> <li>缩小数字鸿沟</li> <li>扶助弱势群体</li> <li>推动环境保护</li> <li>精准扶贫</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>社区需求</li> <li>科技主题融入</li> <li>公益项目实施效果</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>通过“索尼探梦”科技馆、索尼“梦想教室”等旗舰教育类项目放飞青少年科技梦想</li> <li>组织开展各类环保活动</li> <li>灾害救援</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>与 NGO 以及政府机构等开展项目合作</li> <li>与学校开展教育类合作</li> <li>组织和参与社区公益活动</li> </ul>

## 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。在中国，索尼严格恪守经营相关的法律法规，并在各类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

为加强商业道德与合规不断融入相关法律、法规和内部制度，索尼公司建立了独立的合规部门。合规部门负责管理日常相关工作，并建立了合规制度和架构、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建设。

《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规定。



### 营造一个支持自由精神和开放思想的工作场所

我们努力营造一个大家能够通力合作而不担心受到歧视的工作场所，并发挥我们的独特才干和技能。

一个好的工作环境促进我们的创造力和创新。

SONY GROUP  
CODE OF CONDUCT  
索尼集团行为规范准则



## 责任供应链

索尼恪守对环境和社会负责的运营态度，专注于供应链管理和负责的原材料采购，与合作伙伴建立了公平、公正、富有成效的长期合作关系，共同履行社会责任，推进供应链价值共享和可持续发展。

### ► 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，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，引导供应商开展履责行动，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。

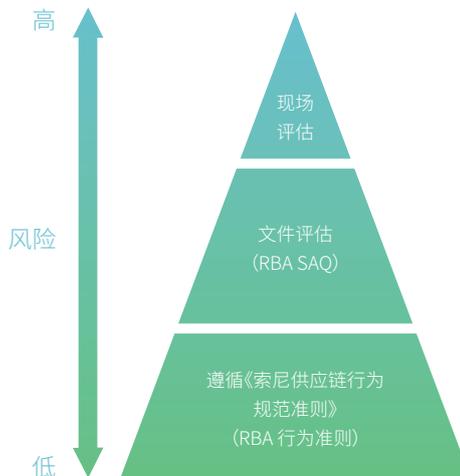
#### 供应商 评估和监督

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。

### ► 负责任的矿产采购

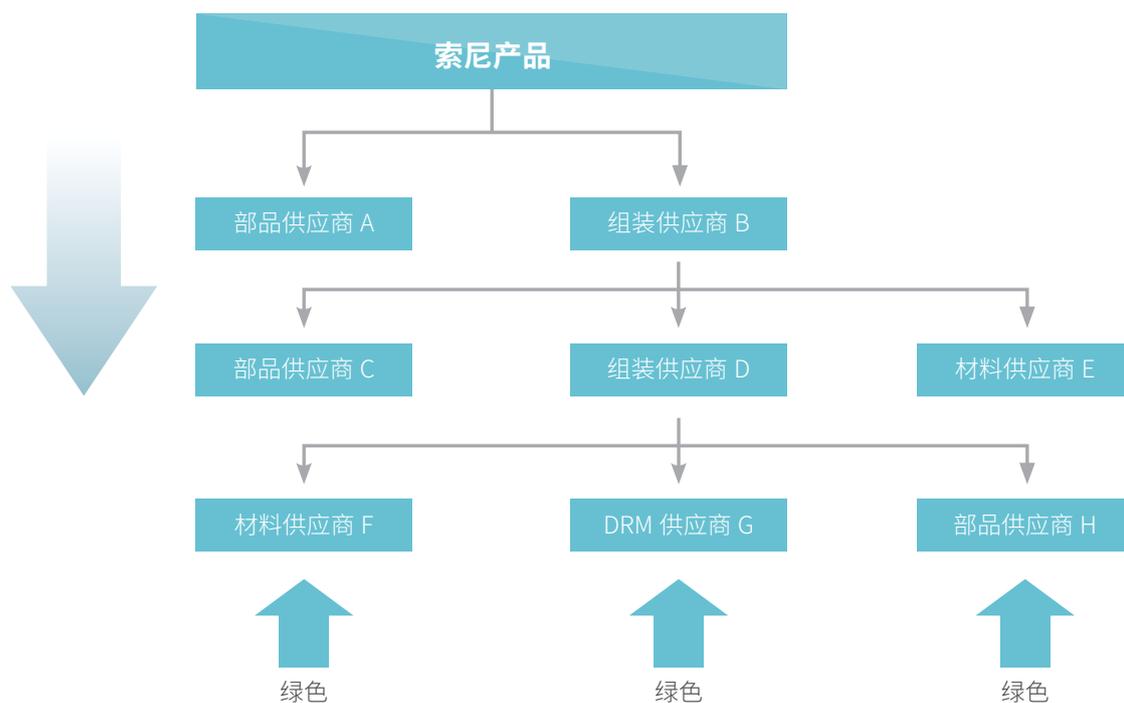
索尼坚持以负责任的方式采购原材料，制定了《索尼集团负责任供应链矿产政策》，在这项政策中，索尼承诺，为避免采购的矿产引起冲突或严重侵犯人权，索尼识别来自受冲突影响和高风险区域的矿产。为确保索尼供应商遵守该项政策，索尼设计了内部尽职调查框架，以此来确定供应链中任何高风险矿产的来源。

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，同时加入 RMI 冶炼厂参与小组，督促冶炼厂获得 RMAP 验证。此外，索尼还设立热线，专门用于利益相关方就受冲突影响和高风险地区的矿产的开采、贸易、处理或出口情况进行及时反馈。



## ▶ 绿色伙伴管理

为更有效地实行绿色伙伴管理，索尼制定了“联合供应商，制定以源头管理为目标的环境管理体系：当制造出的索尼产品为‘绿色’时目标才能达成”的环境目标，带动供应商进行原材料源头管理。这一体系囊括了绿色伙伴认证、维持、退出机制、产品化学物质管理、原材料使用、采购品质量等内容，对供应商的生产、运营都提出了相应的规定与要求。在中国地区，索尼构筑了横向和纵向的环境品质保证体制以确保索尼产品环境品质“0”不良。



索尼绿色伙伴管理——源头管理

## 致力于实现可持续发展目标

作为以“用创意和科技的力量感动世界”为企业宗旨的企业，索尼企业社会责任的本质是努力通过创新的产品、服务和内容为客户提供令人感动和惊奇的情感体验的同时，以稳健的方式开展业务。索尼深入研究了联合国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，明确了可以为之贡献的目标，在全球的供应链中持续开展了环境保护和平权活动，为联合国可持续发展目标的实现做出贡献。2019年，索尼影视《愤怒的小鸟2》加入联合国发起的关注气候变化公益活动“即刻行动（Act Now）”，呼吁全世界采取行动应对气候变化。

未来，索尼中国将继续集中关注环境、员工（尤其指障碍人士雇佣问题）以及社区活动三个议题积极开展企业社会责任工作，帮助推进联合国可持续发展目标（SDGs）的实现。围绕“用创意和科技的力量感动世界”的企业宗旨，立足于政府部门、公益机构、学生群体、员工、消费者等利益相关方，通过技术、产品、内容以及合作伙伴方面的优势，持续开展丰富多彩的活动，创造社会价值，为实现联合国可持续发展目标贡献力量。



# ACT NOW

▲ 《愤怒的小鸟2》加入联合国发起的关注气候变化公益活动“即刻行动（Act Now）”

## 责任荣誉

索尼（中国）有限公司	
荣誉	颁发机构
羽嶋仁先生荣膺 2019 年上海市黄浦区“淮海白领先锋行动”先锋人物	上海市黄浦区政府
电子信息行业企业社会责任治理评估 50 强	中国电子工业标准化技术协会社会责任工作委员会
电子信息行业责任价值创新企业	中国电子工业标准化技术协会社会责任工作委员会
2019 电子信息行业绿色供应链最佳实践	中国电子工业标准化技术协会社会责任工作委员会
金蜜蜂 2019 优秀企业社会责任报告·长青奖二星级	金蜜蜂智库
2019 中国典范雇主“企业社会责任典范”奖项	前程无忧
2019 中国最具吸引力雇主“工科 TOP100”和“商科 TOP100”	优兴咨询
2019 中国年度最佳雇主	智联招聘

索尼数字产品（无锡）有限公司	
荣誉	颁发机构
2019 年最具社会责任雇主	无锡市人力资源和社会保障局
2019 年最佳雇主综合奖	无锡市人力资源和社会保障局
爱心单位	无锡市盲人协会、无锡市新吴区阳光志愿者协会

## 上海索广映像有限公司

荣誉	颁发机构
中国外贸出口先导指数样本企业	中华人民共和国海关总署
2018 纳税信用等级 A 级	上海市税务局
外商投资先进技术企业	上海市商务委员会
上海市和谐劳动关系达标企业	上海市人力资源和社会保障局
2018 年浦东新区经济突出贡献奖	上海市浦东新区人民政府
2018-2019 年度浦东新区慈善公益爱心奖	上海市浦东新区慈善公益联合捐组委会

## 上海索广电子有限公司

荣誉	颁发机构
文明单位	上海市人民政府
上海市和谐劳动关系达标企业	上海市人力资源和社会保障局、上海市总工会、 上海市企业联合会 / 上海市企业家协会、上海市工商业联合会
优秀报关单位	上海市报关协会

## 索尼精密部件（惠州）有限公司

荣誉	颁发机构
2019 年度惠州市残疾人就业先进单位	惠州市残疾人联合会
惠州仲恺高新区残疾人集中就业示范点	惠州仲恺高新区社会事务局 & 惠州市残疾人联合会

## 索尼信息系统（中国）有限公司

荣誉	颁发机构
2019 中国年度最佳雇主大连 10 强	智联招聘

## 展望未来

索尼中国将继续秉承“为了下一代”的企业社会责任理念，践行“植根中国、长远发展”的长久承诺，坚持发挥在技术、娱乐内容、服务领域的优势，提供对社会产生积极影响的产品、内容和服务。同时，关注各利益相关方需求，不断推动员工、产品、教育、环境等领域的社会责任创新实践，创造可持续的社会价值，为实现可持续发展的美好社会贡献力量：

**向零迈进，坚持绿色发展。**围绕应对气候变化、资源循环利用、化学物质管理、保护生物多样性四个方面积极开展环境举措，开发环境友好型产品和服务，深入贯彻“环境零负荷”环境计划，通过技术创新、产品全生命周期管理等方式，降低自身对环境的影响，以实际行动为保卫绿色家园做出贡献。

**创新引领，创造社会价值。**持续技术创新，打造“更贴近人”的产品和技术；强化产品质量管理和客户服务，为客户提供优质、环保、安全的产品和更加精彩的体验；尊重员工价值和需求，竭尽所能地为员工提供帮助，实现与员工的共同发展；发挥自身的优势资源，激发青少年科技创新能力，为解决社会问题贡献力量。

**固本强基，夯实企业管理。**遵循索尼可持续发展的基本原则，不断优化公司管理，搭建更加坚固的经营基础；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，为人类、社会和地球做出贡献。

未来，索尼将继续发挥科技、产品、服务优势，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。



## 指标索引

目录	GRI Standards	
关于本报告	102-45 102-46 102-49 102-50 102-52 102-54	
高层致辞	102-14	
索尼在中国	102-1 102-2 102-3 102-4 102-5 102-6 102-7 102-10	
专题	抗击疫情，风雨同历	203-1 403 404 413-1 415-1 416-1
	GM2025，迈向零负荷	103-2 103-3 302-4 302-5 305-5
向零迈进 共享绿色新发展	加强环境管理	103-2 103-3
	绿色产品全生命周期	301-3 302-5 308-1 308-2
	开展环保活动	301-3 302-5 304-2
	环境责任与绩效	301-2 302-1 302-4 303-3 305-5 305-7 306-2
创新引领 共创美好新生活	坚持科技创新	103-1 103-2 103-3 201-1
	不断贴近客户	103-1 103-2 103-3 202-2 416-1 418-1
	倾情关爱员工	102-8 102-35 102-36 201-3 401-1 401-2 401-3 403-1 403-2 403-3 403-4 404-2 405-1 412-1 416-1
	促进社区发展	103-1 103-2 103-3 203-1 413-1 415-1
固本强基 共促可持续发展	责任管理	102-11 102-21 102-29 102-31 102-32 102-33 102-40 102-41 102-42 102-43 102-44 102-47
	公司治理	102-16 102-17 102-18 102-19 102-22 102-26
	责任供应链	102-9 103-2 103-3 414-1 414-2
	致力于实现可持续发展目标	102-15
责任荣誉		
展望未来	102-15	
指标索引	102-55	



## 索尼中国可持续发展报告 2020

发行：索尼（中国）有限公司

2020年9月发行 环保纸印刷

Printed in China