

SONY

CSR Report 2016

索尼中国企业社会责任报告



索尼中国二十周年
心动时刻, 索尼与你!

关于本报告

本报告为年度报告，是索尼（中国）自 2006 年以来发布的第十一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、索尼电子（无锡）有限公司、索尼精密部件（惠州）有限公司、索尼电子华南有限公司、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

2015 年 4 月 1 日至 2016 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》
- ◎ 《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 2015 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>

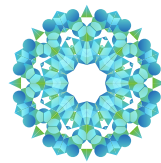
目录

04 高层致辞
06 使命、愿景和价值观
08 关于索尼
10 经营战略
11 责任产品
12 责任荣誉



责任专题

14 创新根植二十载 共创缤纷新未来



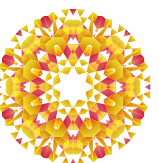
心动索尼，悦享生活

33 产品战略
34 索尼魅力赏
35 卓越产品质量
37 优质客户服务
40 责任供应链



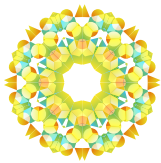
责任管理

17 CSR 方针
18 责任战略
19 责任管理体系
20 责任推进
22 利益相关方管理



点亮梦想，成就未来

43 理念与指导方针
44 为教育贡献力量
47 致力环保公益
51 共建和谐社区



携手员工，幸福同行

25 保障基本权益
27 成就员工价值
28 职业健康与安全
30 关怀员工生活



向“零”迈进，绿色发展

55 创新环境管理
62 关注地球环境
66 绿色生命周期
70 环境责任绩效

71 展望
72 GRI 指标索引

高层致辞

自创立以来，索尼公司便以“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，努力为全世界的消费者提供索尼独有的、具有开创型的和激动人心的娱乐体验和文化。

2016 年是索尼（中国）有限公司成立 20 周年。我们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做出了自己的一份贡献。本着“植根中国、长远发展”的企业理念，索尼已在中国建立起从研发、设计、生产、物流到售后的完整产业链，不断深耕中国市场，为中国消费者提供高品质的产品和服务。目前，中国已经与美国、日本一道，成为索尼全球的三大市场之一。我们高度重视提高产品的技术力和竞争力，不断推动先进技术和以顾客为中心的产品与服务的完美融合，为中国消费者带来更多高端技术、更多惊喜和娱乐体验，帮助人们实现高品质生活梦想。

创造和满足消费者的需求

索尼中国的成长与用户的体验息息相关。我们深化市场调研、细化用户群体、洞悉现实和潜在需求，不断开发新技术，提升工程及产品设计，凝集索尼音乐、影视、游戏等“One Sony”的丰富资源，为用户提供具有显著差异化的产品和娱乐内容，超越用户期待，为其带来索尼独有的“WOW”体验。同时，充分调动线上和线下的各种渠道资源，让用户不仅能精准地获取产品信息，而且能够更加便捷地体验到索尼产品和服务的魅力。

我们将“索粉”（索尼粉丝）视为公司最宝贵的财富，通过社交媒体、索尼直营店等多种渠道，与他们充分沟通互动。虽然来自不同的产品线，但“索粉”表现出的追求技术带来的价值、关注设计和使用细节、因拥有索尼产品而感到自豪的共同特点，成为激励我们持续创新的动力。

支持员工成就个人价值

索尼中国的每一次成长都离不开员工的辛勤付出和大力支持。我们为员工搭建良好的职业发展平台，畅通员工沟通渠道，倡导工作与生活平衡。同时，我们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，激励员工用实际行动为建立美好社会做出贡献。

发挥科技优势回馈社会

在努力为消费者创造价值、为公司带来盈利的同时，索尼中国时刻在思考能够持续造福社会的发力点和最优方式，利用自身的科技优势积极回馈社会。我们发现 STEM（Science 科学、Technology 技术、Engineering 工程、Mathematics 数学）教育无论对个人能力培养，还是对未来社会的创新发展都至关重要。为此，我们秉承“为了下一代”的可持续发展理念，充分发挥自身在科技领域的资源和优势，通过“索尼探梦科技馆”“索尼梦想教室”等公益项目，

让员工和志愿者们为孩子们带去生动的科学课堂和有趣的科学实验，并通过拍摄和传播 4K 科普影片等创新方式，向更多的中国青少年普及科学知识，激发其对科学的兴趣，使数百万名学生从中受益，也赢得了中国社会各界的广泛认可和好评。

贡献环境可持续发展

基于索尼集团提出的在 2050 年实现“环境零负荷”的目标，2015 年，公司在“绿色管理 2015”中期计划全面完成的基础上提出了“绿色管理 2020”中期计划，为各业务领域设定环境目标并采取措施，提升整体产业链的环境管理。索尼中国积极践行环境责任承诺，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，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。与此同时，我们加强员工及社会公众的环境保护意识，通过开展一系列环境教育及环保公益活动，为改善环境、守护地球贡献力量。

2016 年索尼（中国）迎来 20 岁生日。“90 后”的索尼（中国）正青春年少，风华正茂，将进入全新的发展阶段。我们将继续携手消费者、员工、政府、社区、供应商和合作伙伴等利益相关方，坚定不移地推进“以技术贡献社会、以科技推动人类社会发展”的经营理念，用创新的方法和手段解决当前的环境、社会等问题，与各方一道，共圆中国梦。





使命：

成为一家激发和满足您好奇心的公司

愿景：

发挥我们在技术、娱乐内容和服务领域的无限激情，提供索尼独有的、具有开创型的、激动人心的娱乐体验

价值观：

创造领先市场的产品与服务，缔造新的娱乐文化

关于索尼

索尼公司是世界上民用以及专业视听产品、游戏产品、通信产品、核心部件和信息技术等领域的先导之一，同时以在音乐、影视、电脑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。作为“一家激发和满足您好奇心的公司”，索尼公司通过提供优质的产品和服务帮助人们实现高品质生活梦想。

成立时间：1946 年

总 部：日本东京

员工总数：125,300 人（截至 2016 年 3 月底）

索尼中国

索尼在 1978 年开始在中国拓展业务，并于 1980-1995 年间先后在北京、上海、广州和成都等地设立了代表办事处。1996 年 10 月，索尼（中国）有限公司以独资区域性管理公司成立，负责统一管理和协调在华的业务活动，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。

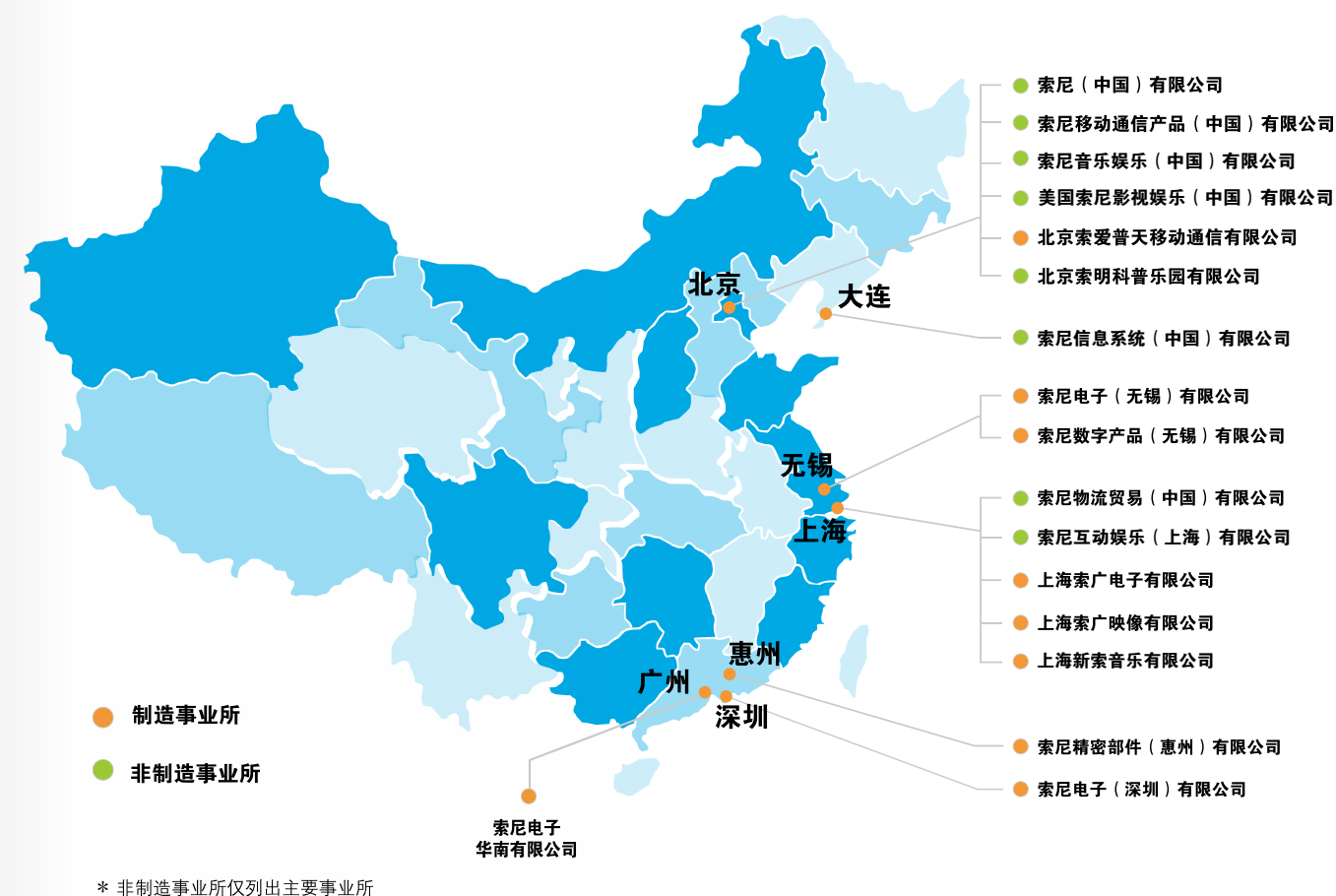
地 区 总 部：北京

分公司总数：43 家

员 工 总 数：1,405 人

以上数据均截至 2016 年 3 月 31 日，欲了解更多索尼（中国）相关信息，请访问索尼（中国）官网。

在华分布图



经营战略

索尼将“创造利润和为增长而投资”作为 2015 至 2017 财年中期计划的主题。为了继续给消费者创造感动时刻——在情感上打动他们——激发和满足他们的好奇心，索尼会努力推出更多独特产品、服务和业务模式，在创造顾客价值的同时增加企业价值。

基于各个业务的具体特点和市场竞争状况，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 3 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。



责任产品

索尼公司以“成为一家激发和满足您好奇心的公司”为企业使命，极致发挥在产品技术和娱乐内容等方面的无限激情，通过持续创新，在电子产品、音乐、影视、游戏、教育、移动通讯等领域为消费者提供索尼独有的、具有开创型的和激动人心的新鲜娱乐体验和文化，为消费者带来更加丰富精彩的生活。



责任荣誉

2015 年 6 月

索尼（中国）在第十届中国企业社会责任国际论坛暨“2014 金蜜蜂企业社会责任·中国榜”发布典礼中，荣获“金蜜蜂企业”称号。

2015 年 10 月

索尼安防事业部田中裕司先生荣获由全球安防联盟（GSIA）和全球最大规模的专业安防展览会——CPSE 安博会组委会共同颁发的第四届“全球安防贡献奖”。

2015 年 12 月

索尼（中国）在千家传媒旗下千家品牌实验室主办的“2015 年中国智能建筑品牌奖”评选中，名列监控系统类第六名，荣获“2015 年十大监控系统品牌”奖。

2015 年 12 月

《索尼中国企业社会责任报告 2015》荣获商务部《WTO 经济导刊》颁发的“金蜜蜂 2015 优秀企业社会责任报告·长青奖”。



索尼安防事业部田中裕司（右二）获颁第四届“全球安防贡献奖”



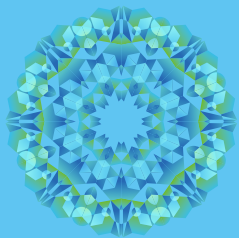
“全球安防贡献奖”奖杯



索尼（中国）荣获“2015 年十大监控系统品牌”奖



索尼（中国）名列监控系统类第六名



责任专题

创新根植二十载 共创缤纷新未来

索尼自 1978 年开始在中国开展业务，在努力提供先进产品的同时，探索以己之力贡献社会的方式。1996 年，索尼（中国）正式成立，负责统一管理和协调在华业务活动。在根植中国二十年之际，索尼（中国）发布了“心动时刻，索尼与你”的纪念主题，以及以万花筒为设计主旨的纪念标识，传递索尼（中国）通过产品、内容和服务为用户创建一个又一个“WOW”的惊喜和前所未有的娱乐体验，也代表着索尼（中国）心怀感恩，与用户、合作伙伴、员工等相关方共享喜悦、共叙感动的心愿，以及未来对中国市场的长久承诺。



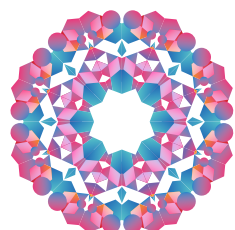
20 岁，正值青春洋溢、活力充沛的年华，而这也正是索尼在华发展的真实写照。多年来，为了时刻给用户创造出由功能和情感共同塑造的索尼感动，索尼（中国）秉持“全球本土化”的原则，紧随中国市场的迅速变化及用户生活习惯的变迁，以创新和变革的精神，让拥有先进技术的索尼产品和安心便利的索尼服务精准地满足用户需求，为用户提供索尼独特的娱乐体验和文化，同时为繁荣中国的电子消费市场和推动中国电子信息产业发展贡献一己之力。

在巩固经营基础、兼顾经济价值的同时，索尼（中国）践行“为了下一代”的可持续发展承诺，长期关注中国青少年的教育和成长。从早期帮助特定区域、特定群体小学改善教学设施和条件的“索尼爱心助学工程”，到近年来

利用自身科技特色，招募员工和大学生志愿者为孩子们带去科学实验课的“索尼梦想教室”，从不断拓展科普项目、拍摄和传播 4K 科普影片的“索尼探梦”，到研发推出锻炼和激发孩子创新思维的 KOOV 教育机器人、举办全球性网络趣味数学竞赛等，索尼（中国）持续投入对青少年的 STEM 教育，扩展他们的思维模式、提升综合能力，也为中国未来的创新发展提供助力。

未来，索尼（中国）将继续秉承“植根中国、长远发展”的企业理念，时刻保持创新的基因，以技术贡献社会、以科技推动人类社会发展，与社会各界共同创造更加繁荣的未来。





责任管理

“成为一家激发和满足您好奇心的公司”是索尼公司的使命。索尼中国秉承创业以来“求新创异”的企业精神，不断推动技术发展，为人们创造新的娱乐生活方式。同时，索尼中国深刻意识到，要加强索尼中国的经营基础，必须兼顾社会价值和环境价值，以贡献于社会的可持续发展为动力，将解决社会和环境问题融入企业的基因，以完善的责任管理实现“植根中国、长远发展”的企业承诺。

CSR 方针

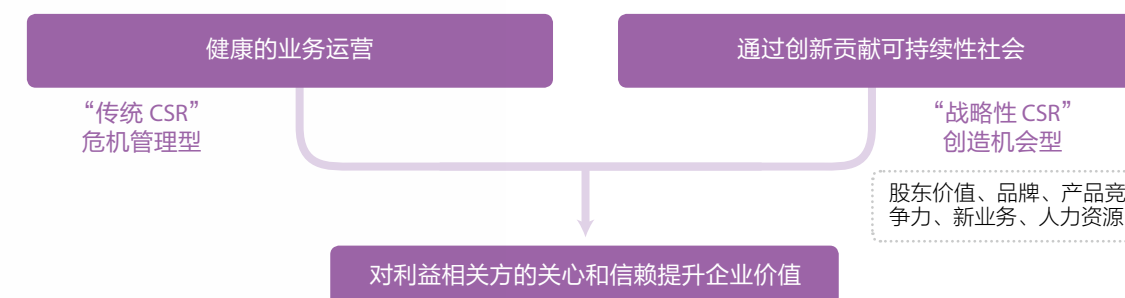
索尼早在 2003 年制定的《索尼集团行为规范准则》中，明确指出索尼集团最基本的企业社会责任在于通过创新和健康的业务运营提升企业价值。《索尼集团行为规范准则》作为索尼集团所有董事、高级职员和普通雇员严格遵守的基本准则，明确了索尼集团在决策和运营时，必须充分考虑利益相关方，并在此基础上制定了索尼全球 CSR 活动方针。

索尼全球 CSR 活动方针

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。

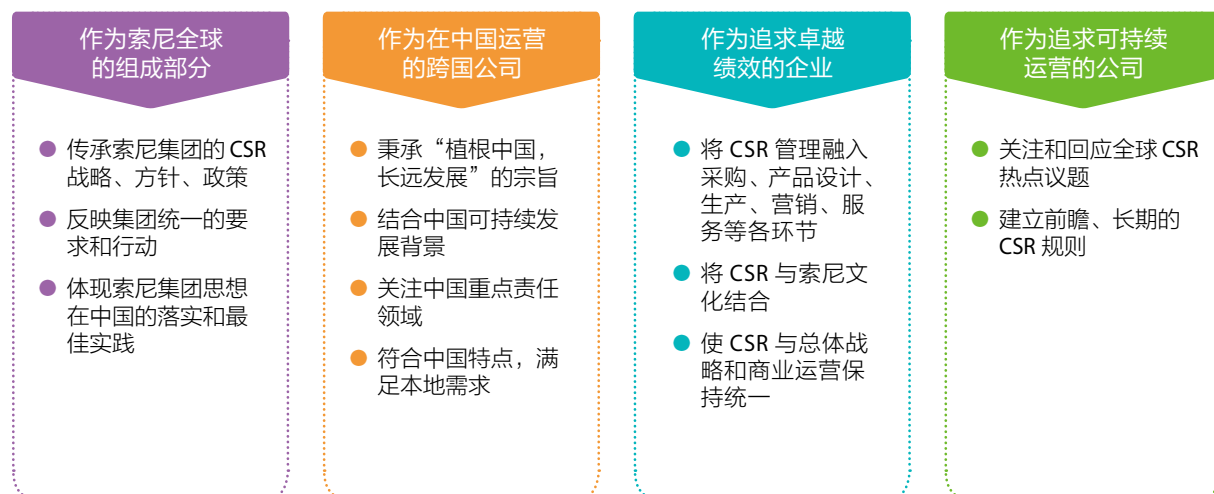
索尼集团意识到我们的业务活动会对社会产生直接或间接的影响，因此为了实现健康的业务运营，需要在充分考虑利益相关方利益的基础上进行业务决策。利益相关方包括了股东、顾客、员工、供应商、业务伙伴、当地社区和其他机构等。

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”



索尼中国坚持“全球化思维和本地化运营”的理念，按照索尼全球 CSR 活动方针的要求，在履行社会责任以及公平正直的基础上开展业务。同时，根据运行实际，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 CSR 推进原则和思路，索尼中国将作为优秀的企业公民不懈努力，为促进中国社会和经济发展做出长久贡献。

索尼中国 CSR 活动遵循的原则和思路



责任战略

索尼以“一个索尼”战略为中心，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。索尼中国始终强调企业社会责任和业务的可持续发展，积极建设以企业社会责任为导向的企业文化，以社会、环境和经济综合价值创造为核心，在业务决策和运营中充分考虑各利益相关方的利益，并在上述七个重点领域中采取主动行动，努力帮助建立一个更好的、可持续发展的世界。

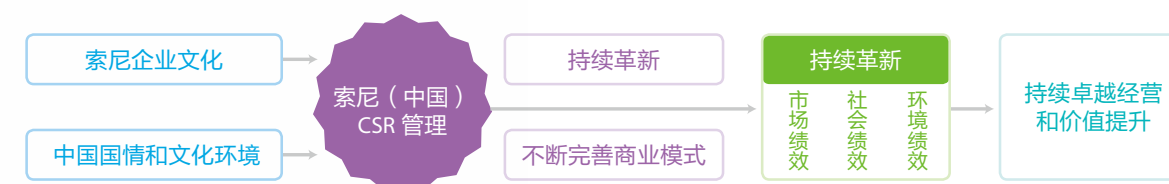


责任管理体系

索尼中国传承索尼集团的企业社会责任战略和方针，结合中国可持续发展背景，建立了索尼中国特有的企业社会责任管理体系，以完善的责任管理模型和责任管理架构，全面推进索尼中国的企业社会责任管理工作。

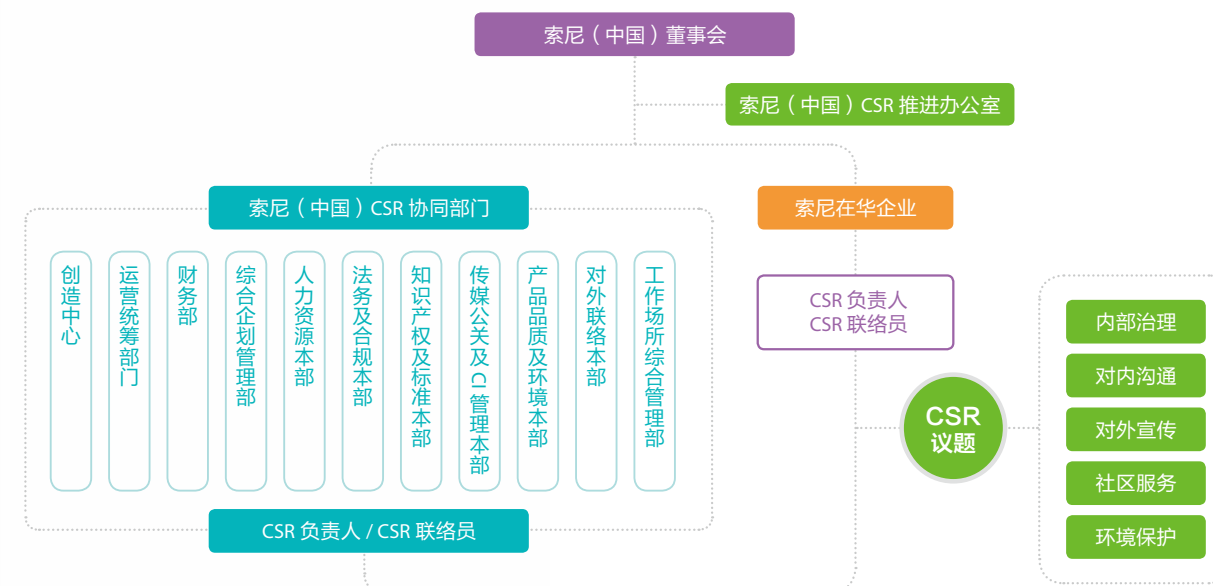
责任管理模型

索尼中国将索尼特有的企业文化融入中国国情，在促进中国社会和经济全面发展的基础上，建立了完善的索尼中国企业社会责任管理系统。索尼中国根据其业务运行实际，不断调整商业模式，完善市场绩效、社会绩效和环境绩效，通过持续革新保持企业长期的盈利能力，实现索尼中国的卓越经营和价值提升。



责任管理架构

为保证索尼中国企业社会责任工作的持续推进，加强内外部企业社会责任的管理与沟通，索尼（中国）建立了系统的企业社会责任管理架构。索尼（中国）董事会对公司责任战略进行决策管理，评估公司企业社会责任议题方面的计划和实践，索尼（中国）CSR 推进办公室协调各部门及所有在华工厂，全面推动企业社会责任实践。



责任推进

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。

责任推进模式

圆桌会议制度、社会责任联络人制度与社会责任培训的三位一体结构形成了独具特色的索尼中国责任管理和推进模式。通过不断强化索尼在华企业的社会责任意识，达到索尼中国企业社会责任管理与企业日常管理的深度融合。

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）CSR 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。



2015 年企业社会责任圆桌会议



联络人制度

索尼中国联络人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 CSR 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 CSR 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。

责任实践

索尼中国秉承可持续发展的经营理念，以解决社会需求和环境问题作为承担企业社会责任的起点，不断完善社会责任管理体系，创新社会责任管理实践。在积极推行公司治理、合规计划、员工、责任采购、产品质量与服务、环境以及社区七大议题之外，索尼中国还致力于通过“一个索尼”的战略充分实现企业社会责任管理、日常管理以及商业运营的全面深度融合。

责任沟通

索尼中国致力于为利益相关方搭建起良好的内、外部沟通机制和平台，通过社会责任日常信息披露、重大事项公告、年度社会责任报告发布等形式积极与利益相关方进行沟通；通过社会组织、媒体、论坛等渠道丰富社会责任沟通平台，全面促进与利益相关方的交流与对话。

利益相关方管理

实质性议题分析

索尼中国认真研究国内外各项方针政策，结合可持续发展相关话题，按照重要性和优先性，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。通过议题识别、议题优先级排序、议题审核等流程进行索尼中国社会责任实质性议题分析，以实质性议题矩阵展示其应关注的可持续发展主题，并将这些议题融入企业社会责任理念和行动，保证索尼中国在执行任何社会责任活动中以此为依据。

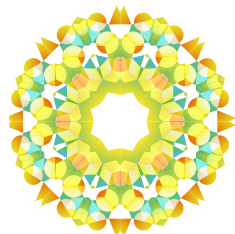


* 索尼中国采纳英国 AccountAbility 研究机构制定的 AA1000 标准，最终确定本年度报告撰写的企业社会责任实质性议题。

利益相关方沟通参与

针对六大实质性议题的主要利益相关方，索尼中国制定了深化利益相关方沟通参与的专项策略，并针对各自关注的不同问题进行富有成效的沟通，将相关方意见和建议作为改善管理的重要指引。

索尼中国利益相关方沟通参与表				
利益相关方	期望和要求	沟通内容	回应措施与成效	主要沟通渠道
客户	- 时尚优质高效的绿色产品 - 快速安心便利的售后服务	- 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（净值推荐）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	- 继续深入贯彻落实《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	- 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



携手员工 幸福同行

索尼中国坚持以人为本，尊重并关爱员工，力求为员工打造最佳的工作环境。积极保障员工的合法权益，为员工提供可以充分发挥潜能和创造力的工作机遇，畅通员工沟通渠道，注重员工职业健康与安全，关怀员工生活，以全方位的服务激发员工创造力，以团队的力量为社会贡献更多的价值。

员工说



从加入索尼的第一天起，学习和改变就从未停止过，这也正是吸引我留在索尼的原因。2014 年转岗到音频产品市场科后，借助公司高层及培训部门等的大力支持，我成功策划了耳机顶级旗舰型号 MDR-Z7 和 XBA-Z5 的上市营销，为索尼耳机传统营销方式带来创新和改变，也获得了个人工作的成就感。我想正是公司更加注重“创新”和“变革”的理念给予了我足够的自由发挥空间，有想法就可以去尝试，有成功经验就迅速推广分享，上下齐心，沟通顺畅。这样宽松的环境和快速直接的反馈让我感受到了索尼激励创新的企业文化的魅力，也不断带给我进步的信心和动力。

——消费电子营业本部音频产品市场科 赵圆圆

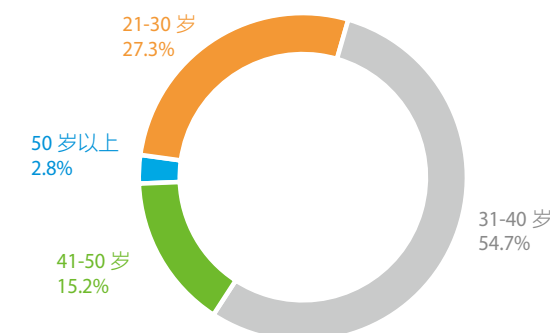
保障基本权益

索尼中国积极落实和保障员工的基本权益，坚持平等雇佣，建立科学、完善的薪酬体系，推进民主管理，畅通员工沟通渠道，为员工提供自由、和谐、包容的工作环境。

平等雇佣

索尼中国致力于创建平等的就业环境，尊重人权，反对一切性别、年龄、种族、信仰、地区等歧视行为。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，并在此基础上制定索尼中国招聘政策，向社会公平公正地提供工作岗位。杜绝使用童工和强迫劳动，制定《录用童工补救管理规定》，规范童工的救济管理方式。截至 2016 年 3 月 31 日，索尼中国拥有在岗员工 1,405 人，员工劳动合同签订率 100%，员工离职率 12.1%。

员工年龄构成



	2015 财年	2014 财年	2013 财年
员工总数	1405	1,527	1,829
男女员工比例（女：男）	1:1.52	1:1.45	1:1.56
中高层管理人员的男女员工比例（女：男）	1:2.46	1:1.28	1:3.35
员工流失率	12.1%	13.7%	11.7%
少数民族员工占公司员工总数的比率	3.1%	3.2%	2.8%
外籍员工比率	9.5%	8.8%	9.0%

多样性

索尼集团的多样性声明明确提出：随着我们在全球范围内开展业务活动及不断迎接新的挑战，通过不同的视角和背景来评估价值就根植于索尼的 DNA 之中，并且成为我们创新的源泉。索尼集团将多样性作为一个核心管理策略进行推进，通过招聘、雇佣、培训和晋升不同背景的员工，确保一个包容性的工作环境。

索尼中国严格按照集团要求，注重打造多样性、包容化的工作空间，鼓励员工开放、坦诚地交流观点和问题，确保自由、和谐的工作氛围。

薪酬与福利

索尼中国建立科学规范的薪酬管理体系，不断创新激励机制，力求为员工打造充分激发其潜力与创造力的薪酬环境，严格按照国家社会保险相关政策为员工足额缴纳五险一金。每年 4 月，定期根据 CPI、公司效益等进行薪资调整，确保付薪具备一定的竞争力。

民主管理与沟通

索尼中国积极推进民主管理，形成了完善的工会组织，为员工提供广阔的交流平台，激发员工的参与感和主人翁意识，鼓励员工建言献策，充分发挥员工在企业民主管理中的作用。截至 2016 年 3 月 31 日，各级工会建会率 100%，员工参与率 92.7%。



索尼中国总裁员工座谈会

索尼中国畅通员工沟通机制，建立总裁员工座谈会制度，为员工和高层管理人员的沟通搭建有效桥梁。2015 财年，总裁员工座谈会分别在上海、北京举办了 4 场。同时，不断拓展沟通方式，通过开展社员代表交流会，开通电子邮件、信函、热线电话等多种渠道，保障员工意见和投诉能够得到及时有效的反馈。



索尼数字产品（无锡）有限公司社员代表交流会

成就员工价值

索尼中国重视员工价值，积极为员工完善职业发展路径，设立与之相匹配的培训体系，多角度综合提升员工的职业技能，实现员工价值与企业价值的双赢。

职业发展

索尼中国明确岗位职责要求，搭建专门的技术职评估体系，畅通员工职业发展通道；帮助员工制定职业发展规划，明确职业发展目标，树立职业发展信心；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，为员工实现全方位发展创造条件。

职业培训体系

索尼中国重视员工职业培训体系建设，推动培训资源优化配置，为各职级员工提供符合其岗位需求与个人成长的培训课程，从专业能力、沟通能力、管理能力等多方面入手，全面拓展员工的职业发展空间。此外，索尼中国还通过技能考核的方式，为员工提供更直接的学习体验，激发员工工作热情。

索尼精密部件（惠州）有限公司 EHS 内审员培训



2015 年 7 月 20 日—22 日，为促进员工更好地融入公司 EHS 体系，索尼精密部件（惠州）有限公司邀请必维国际检验集团专业讲师，对各课学员进行为期三天的脱产式培训。内容涵盖 ISO14001:2004 体系标准条款详解、OHSAS18001:2007 体系标准条款详解，以及两个管理体系审核的技巧及方法。

参与员工收获颇丰，培训后都能够将体系知识运用到现实案例之中。此次培训在帮助学员取得内审员资格证的同时，也使学员对其适用性、充分性和有效性能有充分的认识，并对不足之处及时实施纠正措施。



EHS 内审员培训

上海索广电子有限公司进行第六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六届岗位技能等级考核顺利展开。该考核从 2010 年开始举办，并逐年对考核项目及方法进行改善。2015 年考核项目有：焊接作业、螺丝作业、外观作业、导线作业、静电作业，共计 584 名员工参与考核，合格率 76%，全面提升了员工的工作积极性和对产品品质的认识。



第六届岗位技能等级考核

职业健康与安全

作为索尼集团的一员，索尼中国在制造领域肩负着重大的责任。索尼中国秉承索尼集体的安全卫生基本理念，向着“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”前进。为此，索尼中国成立了统括整体的地域安全办公室，构筑与各企业之间的管理与运营机制，建立由在华企业的安全卫生负责人构成的委员会，构建集团统一的安全卫生管理体系 OHSAS18001。

索尼集团安全卫生基本理念和愿景

索尼集团安全卫生基本方针理念

索尼认为**确保员工的安全与健康与业务活动存在着不可分割的关系**，
要确保安全舒适的工作环境



索尼集团安全卫生愿景「Vision Zero」
不允许任何劳灾的发生，以追求 0 灾害和 0 疾病为终极目标

索尼中国凭借一直以来积累的知识和经验，深化开展相关活动，并根据中国热点安全问题，积极推行特色安全教育项目，确保并维护员工的职业健康与安全。例如，索尼在华工厂从 2014 财年起开展风险源地图活动，预测在制造工程中可能发生灾害的风险点。2015 财年，为了更准确识别危险源并实施对策，开展了新风险评估手法的教育。2016 财年起，将进入风险再评估的实施阶段。

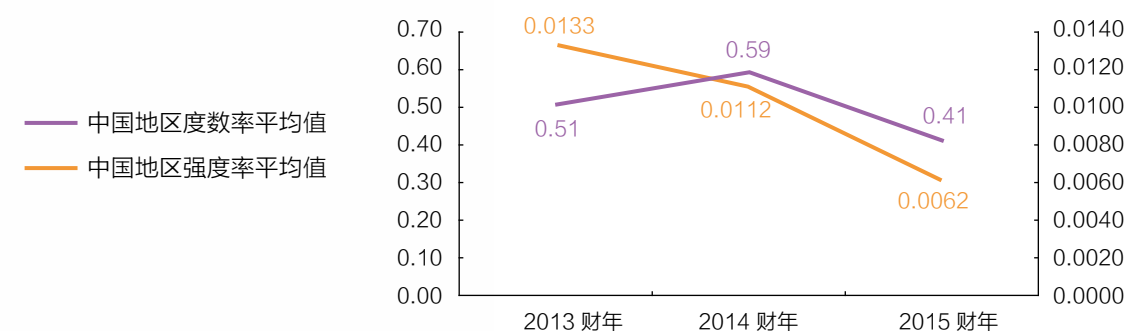
采用新的风险评价手法



同时，2015 年 2 月起索尼中国在华工厂内部推行了惊吓事件收集活动 (Near Miss activity，又称为“虚惊事件”)，截至 2015 财年结束共收集惊吓事件 2,453 件，从源头有效遏制了事故的发生。

基于日益完善的安全管理制度和各类活动，2015 财年与 2014 财年相比，索尼中国业务灾害发生件数减少了 48%，制造工厂的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在 2013 财年到 2015 财年间呈逐年下降趋势。

2013-2015 财年索尼中国劳动灾害数据变化



注：劳动灾害度率 = 平均 1,000,000 小时的作业灾害发生件数
劳动灾害强度率 = 平均 1,000 小时的劳动损失天数

机动车、电动车安全教育项目



近年来，随着中国经济的迅速发展，机动车数量激增导致交通事故频发。为了减少员工上下班途中的机动车、电动车事故，2014 财年起索尼中国积极推行机动车、电动车安全教育项目，2015 财年编辑完成《电动车交通安全教育手册》并发放给员工，索尼中国希望通过加强安全教育保护员工的健康与安全。



电动车交通安全教育手册

索尼电子（无锡）有限公司开展安全管理活动



为了全面保障员工的职业健康与安全，索尼电子（无锡）有限公司制定了全面的安全防灾活动推进计划，包括：涝灾预防月、火灾预防月、安全强化月等月度活动；年度消防训练、防灾避难训练、制造工程化学品泄漏处理等演习活动；制造部门安全教育、组长及班长守规学习会、全员电池火灾教育培训、安全讲习会、职业健康安全管理体系会议、潜在事故教育、危险教育等多项培训活动，提高全体员工的安全意识，增强安全事故的处理能力。



安全管理活动现场

关怀员工生活

索尼中国倡导健康的工作和生活方式，开展多彩的文体活动丰富员工生活，并积极关爱员工，全方位提升员工的职业幸福感。

平衡工作与生活

索尼中国积极为员工多样的兴趣爱好提供成长的土壤，通过才艺展示等方式，鼓励员工在工作之余，享受生活的美好。同时，组织丰富多彩的文体活动，帮助员工舒缓工作压力，以充足的激情面对工作和生活。

上海索广映像有限公司举行职工活动室启用仪式暨第二届体育节颁奖、闭幕仪式



2015 年 12 月 21 日，上海索广映像有限公司隆重举行职工活动室启用仪式暨第二届体育节颁奖、闭幕仪式，工会主席和公司总经理共同为活动室揭牌。第二届体育节自 8 月 26 日开幕以来，分别组织了篮球、羽毛球等 4 个比赛项目以及保龄球、跑步等多个推广项目，近 700 人次积极参加。活动室的启用及体育节的顺利举行丰富了员工的业余生活，也进一步促进员工快乐工作、快乐生活。



工会主席和公司总经理共同为活动室揭牌

上海索广电子有限公司组织“展员工风采，秀员工才艺”大型展示交流活动



2015 年 9 月 14 日—18 日，上海索广电子有限公司在员工之家活动室举行“展员工风采，秀员工才艺”活动，内容涉及摄影、书法、花卉等多个方面。其中，摄影作品丰富生动，也体现了索尼相机的优质性能；花卉展示融合时下最流行的肉肉植物，爱好者们踊跃交流心得；公司领导层及上级公司来宾也兴致勃勃地参观了现场，并对员工的综合素质给予了一致好评。



“展员工风采，秀员工才艺”大型展示交流活动

索尼工会家庭日活动



为了增进员工与孩子们之间的沟通和交流，索尼中国及索尼工会开展了一系列极具特色的索尼家庭日活动，包括带着孩子来上班、体验“索尼探梦”科学实验、亲子户外拓展、少儿保障知识普及等多个方面，丰富多彩的内容让每一位参与员工都感受到了公司对家庭的关怀，并为员工在繁忙的工作之余创造了良好的亲子空间。



索尼工会家庭日活动

关爱员工

索尼中国关注员工生活，积极帮扶困难员工，通过工会上门探望等多种形式，及时送去帮困金和关爱金，缓解员工生活压力。作为一家科技公司，索尼中国更加关注和尊重职场中的女性员工，针对女性的特殊需求，组织开展女性生理知识培训讲座，搭建女性“爱心小屋”，为哺乳期女性重返工作岗位提供便利条件，充分尊重和保障女性员工权益。

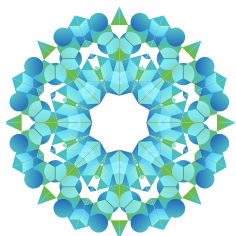
上海索广电子有限公司开展关爱员工送温暖活动



上海索广电子有限公司行政联合工会开展了“关爱员工送温暖”活动，帮困员工 35 名，帮困金 2.5 万元；探望生病员工 31 名，慰问家属 9 名，关爱金 1.4 万元；助学帮困学生 12 名，关爱金 7 千元，一系列的活动在新春之际为员工送上了融融暖意，解决了员工的后顾之忧，也为员工全身心地投入工作创造了良好的条件。



“关爱员工送温暖”活动



心动索尼 悦享生活

索尼将以人为本的理念融入产品创新和服务中，致力于为全球消费者带来满足人们情感需求的产品和“感动”体验，以全方位的技术创新和服务让人们享受便利、美好的生活。

员工说



产品质量的优劣不仅关系到客户的使用体验，更关乎客户的生命及财产安全。作为公司的品质担当，正确的品质管理观念是我们每一位索尼的品质人员所持有的。我们认为，无论在任何情况和条件下，人的因素始终是第一位，因此，我们不断加强技术人员的品质管理观念和技能素质，把产品质量意识深入到每个员工的心中，把好每一道关，以品质为第一宗旨，向客户提供安心、安全、优质的产品。

——索尼电子（无锡）有限公司 沈红

产品战略

以思维创新、激情致胜和客户至上的理念创造并开发符合市场特性的高性能产品是索尼一贯坚持的产品策略。索尼以在产品、内容与服务方面的无尽激情，和对创新的不懈追求，不断创造出只有索尼才能提供的前所未有的、新的兴奋和娱乐，开创独特的新鲜文化与体验，为客户提供感动（KANDO）。

技术的索尼

“技术的索尼”始终专注产品与技术创新，精准、快速地响应消费需求和市场变化，加速在技术和产品上的创新步伐和动力，通过革新性的产品为全世界消费者带来全新的生活方式，树立了“技术的索尼”全球消费电子及娱乐领域的顶级品牌形象。

全球本土化

以“全球本土化”的运营策略为目标，索尼集团在全球开展业务活动，以差异化的发展思路服务全球客户需求与市场发展。

中国市场是索尼集团业务发展的重中之重。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做出了自己的一份贡献，在中国强力打造出适合本土发展需要的集商品计划、设计、研发、生产、销售和服务为一体的综合性运营平台。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。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。

索尼魅力赏

索尼始终秉持通过持续创新为用户带来感官和情感双重价值的索尼精神。在索尼（中国）成立 20 周年之际，公司以“心动时刻，索尼与你”为主题，举办“索尼魅力赏”活动，向用户展示索尼集团跨越电子产品、音乐、影视、游戏、教育等领域的“One Sony”丰富资源，使用户可以拥抱最棒的视听享受，领略领先行业的数码影像、移动通讯和娱乐内容，通过其产品、内容和服务为用户创造出的一个又一个“WOW”的惊喜和前所未有的娱乐体验。



“索尼魅力赏”分享时刻



“索尼的成长与用户的体验息息相关，我们将不断追求科技巅峰，提升工程及产品设计，为您提供具有显著差异化的产品。不管是那些为了成就差异化和独特性做出的抉择，还是不断激发我们接受挑战的好奇心，亦或是我们作为创新推动者的承诺，所有这些都清晰地表明我们在正确的哲学及战略框架支持下，将继续建设一个更强大的、更优秀的、更具有盈利能力的索尼！”

——索尼集团 CEO 兼总裁 平井一夫

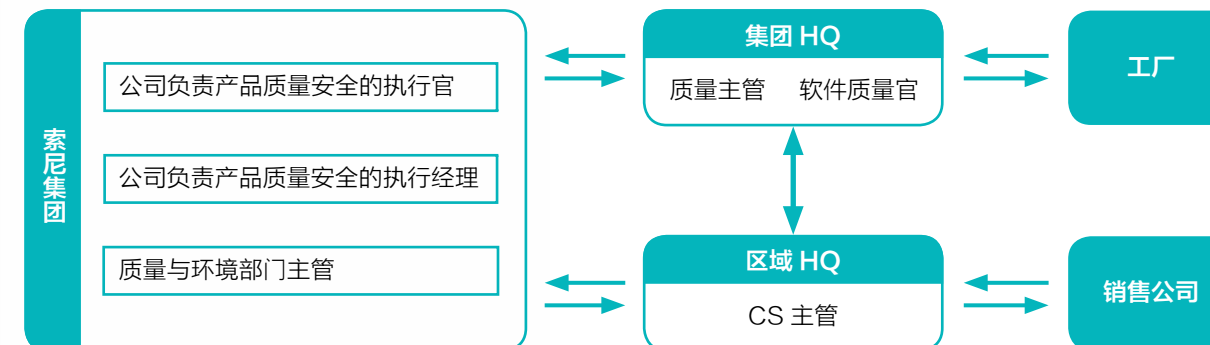
卓越产品质量

索尼以客户为中心，将持续提升产品与服务质量作为运营基础，全心全意满足客户需求，以卓越优质的产品服务，维护和提升客户的满意度与信任度。

产品质量管理

严格遵循《索尼质量承诺》，制定消费电子行业的产品及服务质量基本准则，强化索尼的承诺意识，确保为全球用户提供超越期待的产品。为此，索尼不断完善和健全各部门协作的产品质量管理体系，建立良好的沟通机制，定期召开品质战略会议和质量专员会议，通过全球的管理层、质量专员和客户服务专员的共同参与，制定决策，不断提升产品质量。

索尼质量管理体系框架



全过程质量管控

索尼在华企业通过不同形式的活动以保证产品品质，并不断追求质量提升。公司追求以品质优异、可放心享用的产品和令用户心动的精进服务为宗旨，在产品导入、生产等过程中制定年度的品质目标、严格实施质量管控，而且在外部供应商部品质量、市场品质上实施长效管理并承担责任，持续不断地改进质量，以迅速对应市场变化，提供超越顾客期待的产品。

产品质量提升

索尼中国持续推进质量管理提升，完善和落实品质责任管理，通过一系列的产品质量提升活动，实现公司品质目标，提供超越用户期待的产品。

质量热线

索尼开通质量热线，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。针对收集到的信息，质量热线及时进行转办与处理，通过严格调查，核实并解决已有的和潜在的问题，避免质量问题重复发生。有效回应客户及员工的申诉的同时，促进产品品质的提升。

生产革新

索尼中国持续推进生产革新现场交流活动，旨在营造一个自上而下的改善环境，用每个职场的改善事例提高生产效率 and 产品质量。上海索广电子有限公司在 2015 年的生产革新新体制改善中，设立“总经理现场奖”，推进现场员工自发提案的积极性。

CCS 工程内标签放置，小改善大效果



CCS 機種特点决定了整机外观面需要张贴多达 5 种类数十枚的标签，作业拿取时翻找困难，并且容易造成标签划伤。在 2015 年 10 月的生产革新新体制改善活动中，上海索广电子有限公司员工在作业现场利用现有材料，手工制作分类阶梯盒，既保证了作业台面的整洁美观，同时做到了部品取放方便，有效防止划伤。小改善大效果，创新举措取得了一致的好评。

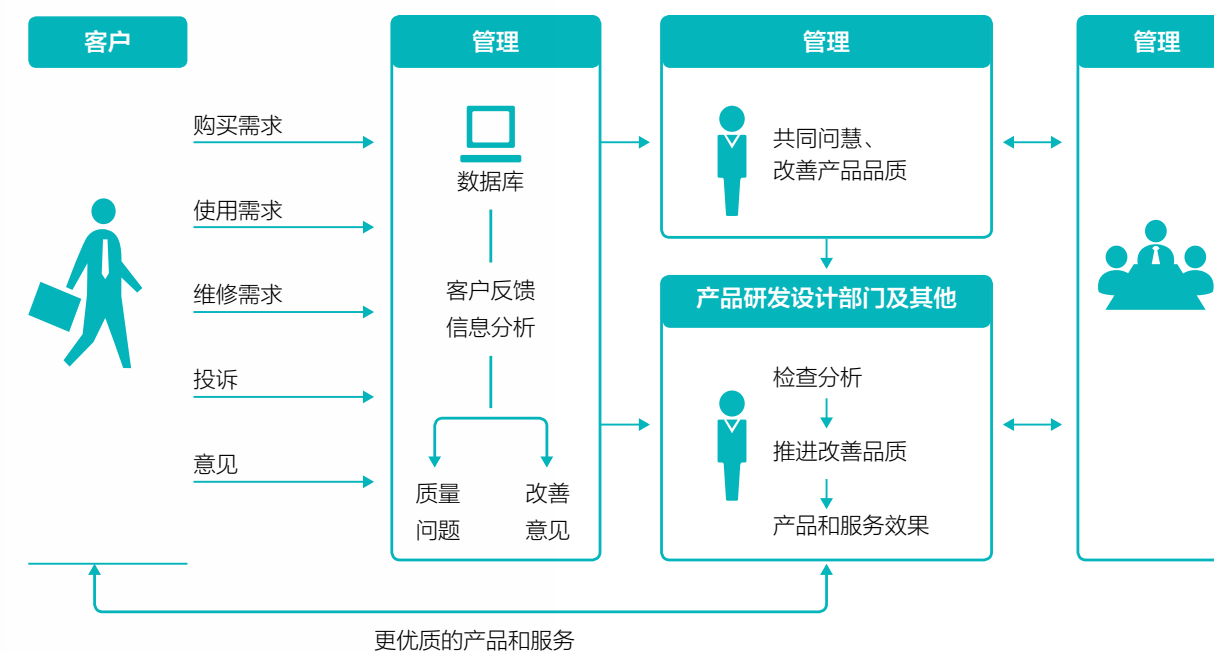
优质客户服务

索尼以提供优质、以客户为本的产品和服务为宗旨，采取多元化的措施提升自身回应能力与客户服务管理能力，确保履行优质服务的承诺。

客户服务与反馈

索尼积极利用客户反馈来提升自身产品与服务。通过客户服务中心收集顾客关于产品的使用问题，对售后反馈进行及时而精准的评估，收集到的信息传送至产品规划与设计小组，适时提升产品质量。根据客户反馈，开展持续的员工培训，提升员工尤其是客户服务人员对新产品和新技术的认知度，帮助客户更加轻松地享受索尼产品带来的乐趣。

索尼全球客户服务体系



客户服务中心与网点

索尼在中国建立了 617 个客户服务网点，包括售后服务和指定维修站，以便对客户的要求做出快速回应。一直努力降低维修时间、缩减维修价格和申请程序，从而提升客户满意度。

拓展客户交流渠道

为快速、有效地回应客户需求，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，解决客户的使用问题。改善网站内容，开发一系列手机端顾客支持网站，使顾客通过手机即能获取良好的客户服务，及时满足客户多样化的需求。

客户服务

为完善服务管理、提升客户服务水平，索尼（中国）2015 财年继续推进“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，为服务管理提供客观、中立、公正的数据支持，以加强维修站对于日常服务规范的执行力度，促进服务水平标准化。

客户反馈（NPS 项目）

索尼（中国）继续开展 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。我们对于 0-6 分的“贬低型”用户开展及时跟进，发掘问题点并加以改善。通过 NPS 项目，索尼（中国）不仅能在第一时间发现并解决问题，满足用户新的服务需求，而且促使整个服务网络逐步从维修中心向方案解决中心转变，为用户提供更加安心和便利的服务。

2015 财年电话客服受理情况

类 别	2015财年绩效			2015 财年目标
	AV	VAIO	总计	
呼入电话应答数量	1,567,433	208,990	1,776,423	
人工电话应答数量	816,432	172,213	988,645	
首次电话解决率	87.56%	81.81%	85.71%	总计 >85%
客户净推荐值	81.26%	75.52%	80.14%	总计 >78%

荣获 2015 财年索尼中国奖



CQ1 项目是由索尼中国总裁栗田伸树先生发起，索尼顾客互动及服务本部 - 技术及品质管理科主导的项目。项目秉承第一优先级并在中国实现索尼质量 NO.1 的宗旨，和工厂及事业部密切合作积极开展一系列活动，旨在降低成本，提升客户满意度，并对事业部在其他领域实现产品品质的改善做出贡献。

2015 年，索尼日复一日加强对质量的监控并及时执行改善措施，尤其注重分析新产品上市 90 天内产生的维修及电话数据，跟进并管理每一个从维修站和电话中心收集的品质问题，直到问题解决。通过 CQ1 项目中各个活动的及时执行，2015 财年索尼产品的品质得到了改善，全年机型的年不良率为 1.2%，保内售后服务费用同比减少了约 8,270 万。

客户信息安全

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。2015 财年，索尼（中国）未发生客户信息泄漏事件。

不断升级信息安全管理系统，通过技术手段保护客户信息安全。严格限制信息的访问权限，防止客户资料受到未经授权或意外的取用、处理、删除、泄露和破坏。

通过在线课程、课堂培训和测试等多种的方式，对包括新人入职员工在内的员工及第三方机构人员进行培训，提高员工对客户信息保密的合规意识，促进信息安全意识和技能的双提升。



索尼（中国）对所有公司信息安全系统定期进行检查，并在第一时间对安全漏洞和风险点进行修补和处理。此外，我们每年实行两次为期 30 天的信息保护提醒，强化员工的信息保护意识与行为。

责任供应链

索尼集团关注自身作为企业公民的全面责任，在开展负责任的生产运营的同时，建立健全供应链管理体系，加强与供应链企业的合作与交流，共同打造责任供应链。

供应商行为规范与指导

索尼中国严格执行《索尼供应链行为规范准则》，要求供应商确保其工作环境的安全、尊重职员、制造过程符合环保要求，并且开发、引入了与其他同行共享的“责任采购”框架，即对供应商进行包括遵守劳动、安全卫生、环境、商业道德、人权的评估与审核等方面在内的责任管理，与供应商开展积极对话并探索解决方案。

供应商评估与管理

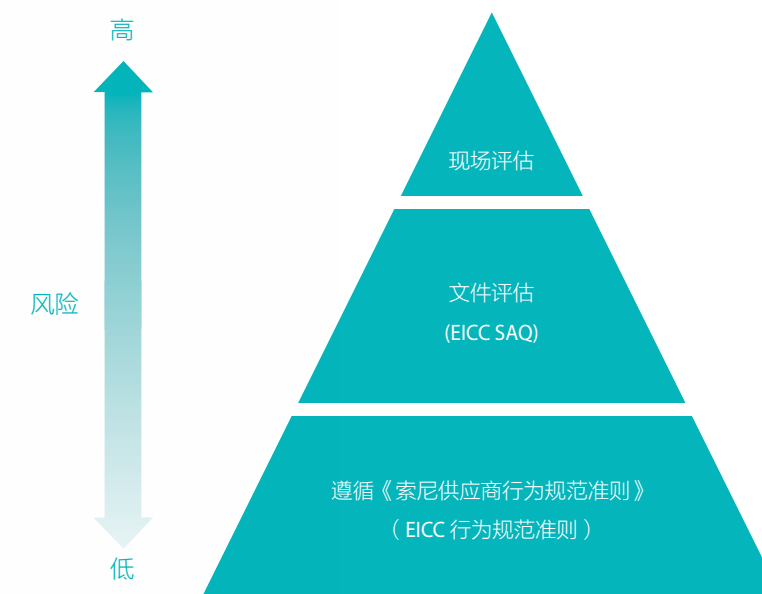
索尼中国逐步完善供应商管理体系，依托对供应商的选择、评估、培训、审核等管理活动，带动供应商履行社会责任，促进电子产业的良性发展。

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。

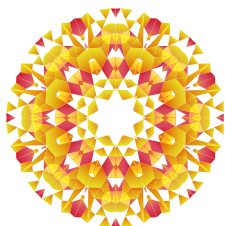
供应商评估和监督

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。2015 财年，索尼完成了 260 个供应商评估，其中在 5 个供应商中开展了现场评估。



无冲突矿产

索尼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。积极与 EICC 及其他致力于解决冲突矿产议题的行业组织、联盟合作，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。



点亮梦想 成就未来

索尼在成立伊始便将“技术贡献社会”的理念纳入《公司成立宣言》，将“为了下一代”作为企业社会责任的核心主题。秉承这一理念并延续至今，索尼积极投身教育事业，参与社区建设，致力于为下一代的健康成长提供健全的社会环境。

员工说

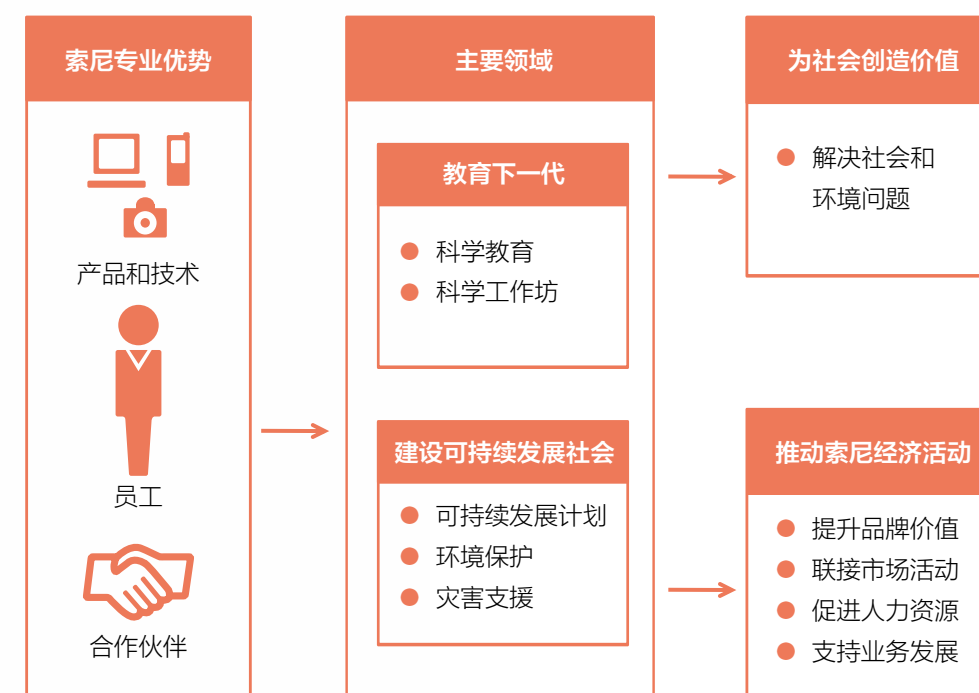


一早崎岖山路颠簸到了云南鲁甸的一所小学，孩子们非常懂礼貌，无论在楼道还是校园里，碰到我们都会举手敬礼，对我们说“老师好”，给他们分发任何教具都会说“谢谢老师”。这里的校舍条件比我们想象中要好很多，我们带去了索尼投影机和幕布，进一步提升学校的硬件设施水平。这里的课程比较单调，只有数学和语文。我们的到来对孩子们来讲就像打了“牙祭”，各种丰富多彩的内容让他们始料未及。看到孩子们洋溢的笑脸我们也很欣慰，虽然时间太短暂，我们能够给予的微乎其微，但就算某一瞬间能给他们未来带来美好的回忆那就值了。

——索尼（中国）员工志愿者 朱颖怡

理念与指导方针

秉承“为了下一代”的理念，索尼充分发挥在产品、技术、创新方面的优势，凝聚员工及合作伙伴的力量，在“教育下一代”和“建设可持续发展社会”这两大方面满足时代发展和社会的需求。索尼中国在全球战略的指引下，发挥企业特色并与中国的本地实际相结合，完善业务运营体系，拓展与不同利益相关方的战略性合作，设立特色精品项目，为解决挑战性的社会问题提供助力。



为教育贡献力量

教育是立国之本，孩子是未来社会的接班人。索尼中国把对教育的持续投入作为企业的重要战略，充分发挥索尼的技术创新和资源优势，在教育领域打造独具特色的精品公益项目，从前沿知识到科技创新全方位开启中国青少年的科技教育航程，为年轻人提供进一步拓展和实践科学思想的机会，通过长期的投入和持续关注，为社会做出实际贡献。

索尼探梦

“索尼探梦”科技馆于 2000 年在北京建立，是由索尼公司出资并提供全面支持的公益型科技展馆。围绕“为了下一代”（For the Next Generation）的公益理念，“索尼探梦”科技馆融汇索尼最新数码技术和美国旧金山 Exploratorium 展馆的经典科教展示经验，以“光和声音”为主题，为广大青少年打造一个能够亲身体验科学的神奇、了解科学的意义、培养对科学的浓厚兴趣的场所。

“索尼探梦”科技馆注重科普教育的趣味性与互动性，不仅展示独特新颖的科技展品，还会根据社会热点策划主题活动以及开发趣味的科普互动活动。凭借丰富精彩的科学知识和新颖创意的科普形式，“索尼探梦”科技馆激发了中国青少年对科学的好奇心，并被近百所学校作为固定的课外科普教育基地。开馆 15 年来，索尼公司在“索尼探梦”项目上已经累计投入人民币近 5 亿元。截至 2016 年 3 月底，“索尼探梦”已累计接待了 1,948,207 名参观者。

“索尼探梦”主要项目



科普大讲堂



科普童话剧



探梦实验室



实验梦工房



探梦高清演播室



原创科普童话剧《奇奇森林怪怪事》



“索尼探梦”被授予“科普教育基地”称号

索尼梦想教室

“索尼梦想教室”是索尼公司在原有的“索尼爱心助学工程”项目基础上，于 2013 年全新升级的科技助学公益项目。“索尼梦想教室”不仅为孩子们提供日常教学用具、平板电脑、投影仪等设备，还充分利用索尼公司在科普教育领域的丰富经验，与团中央、学校等利益相关方合作，对员工志愿者、大学生进行科学课堂的培训，组织其前往学校参加支教活动，为孩子们带来生动、有趣的科普课堂，激发孩子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。截至 2016 年 3 月底，索尼（中国）在全国 57 座城市建立 81 间梦想教室；覆盖全国 30 所高校，936 名大学生直接参与项目；开展支教课程 10,000 余课时，累计受益学生总数超过 58,000 人。



“我们大力支持这样的项目，也衷心希望未来能有越来越多的大学生参与到活动中，有越来越多的像索尼公司这样的企业参与这样的活动，有越来越多的青少年能接受到这样一种服务和帮助。”

——团中央学校部副部长 李骥



“索尼梦想教室”落户湖北省黄沙铺镇梅田小学



用吸管制作简易乐器



孩子用自制乐器演奏



孩子们展示创意火箭模型

探“索”者计划

索尼不仅关注青少年的基础教育，也对青年人才的素质水平提升和职业发展给予大力支持。索尼探“索”者计划是由索尼上海创造中心主办的设计类公益项目，旨在与年轻创意人开展跨界合作，通过提供自由的交流平台与创作空间，让其探入索尼产品的核心世界，全面激发其创意潜能，共同探索索尼创新和科技的新边界。

2015 年，索尼上海创造中心邀请了 3 组来自不同专业领域的中国青年设计师，基于各自的研究领域和创作特点，与索尼内部优秀的设计师团队相互启发，研究索尼最新科技与日常生活的连结和衍生，并将创意作品通过展览的形式公开呈现。

链接

索尼探“索”者计划的由来

索尼探“索”者计划的前身是索尼设计工作坊（Sony Shanghai Design Workshop），从 2006 年开始举办，旨在通过与设计院校的合作，激发中国设计专业大学生的创意潜能，推广索尼设计理念。2015 年，设计工作坊升级为探“索”者计划，与中国青年设计师开展跨界合作，共同推进中国设计领域的发展。

致力环保公益

在努力为社会提供绿色产品与服务的同时，索尼中国致力于加强全社会环境保护意识的培养与深化，通过开展一系列环境教育及环保公益活动，与社会各界共同担当环境责任，为改善环境、守护地球贡献力量。

环境教育

索尼中国面向公司内部开展环境教育活动，提升员工环保意识。索尼（中国）按照员工类型，多层次、分重点地开展员工环境教育。对新进员工在入职前组织开展环境教育；在籍员工除入职教育外，会根据部门需求针对性地开展社员教育活动；对环境工作专门担当者提供环境管理教育，共同搭建有效的内部环境教育体系。

同时，索尼中国将推动社会的环保意识提升作为自己的责任所在，在公司外部开展多种环境教育活动，联合不同利益相关方形成关注绿色环保的社会氛围。索尼电子（无锡）有限公司、索尼数字产品（无锡）有限公司联合梁鸿国家湿地公园，组织小学生游览湿地，观看植物长廊、动物乐园等，并通过寓教于乐的生物多样性游戏，提高孩子们生物多样性保护意识。



索尼电子（无锡）有限公司、索尼数字产品（无锡）有限公司开展生物多样性保护教育活动



上海索广电子有限公司开展“集积百万瓶，汇聚环保心”饮料瓶罐回收活动

“Hello Recycle”（你好，回收）索尼电子废弃物回收活动



2015 年 10 月 29 日，索尼（中国）联合环境保护部宣教中心在四川农业大学开展了“2015 Hello Recycle（你好，回收）索尼电子废弃物回收活动”，300 余名大学生参与论坛交流，体验电子废弃物兑换，并发表“践行绿色生活 助力绿色发展”的环保主题宣言。

“Hello Recycle”活动是索尼（中国）整合内外部资源，针对电子废弃物中含有的大量有毒有害化学物质所开展的年度环境倡导类项目，自 2011 年起已在清华大学、同济大学、深圳大学等多所高校举办。索尼（中国）希望通过加强与政府、企业、学校及研究机构的对话和沟通，以跨界合作的方式推动环境可持续发展。



索尼（中国）向四川农业大学赠送电子废弃物回收箱



大学生向嘉宾介绍索尼环境展板



废弃电器电子产品置换区



同学们积极参加电子废弃物置换

索尼电子（无锡）有限公司举办“索尼电子杯环保绘画比赛”



2015 年 12 月 2 日，索尼电子（无锡）有限公司携手无锡新区环保局、无锡新区教育局举办的第三届“索尼电子杯环保绘画比赛”正式落幕。比赛面向无锡新区所有公立中小学学生征集绘画作品，旨在通过孩子们手中的画笔，加深他们对环境保护的认识和体会，进而提高环保意识。本届比赛以“我心目中的绿色家园”为环保绘画主题，鼓励青少年关注环保、关爱地球。



家长与孩子们参观比赛获奖作品



给我一片干净的天地



深呼吸 更美丽 吸尾气的公路



植物能源环保车



“‘索尼电子杯环保绘画比赛’已成为了索尼电子（无锡）有限公司和当地政府的一个长期合作项目，深受当地青少年欢迎。我们希望通过此类比赛，倡导全社会特别是青少年爱护环境，增强环保意识。”

——索尼电子（无锡）有限公司总经理 久留巢

索尼精密部件（惠州）有限公司开展“光盘行动”



2015 年 6 月 5 日，索尼精密部件（惠州）有限公司在食堂开展以“拒绝舌尖上的浪费，挑战 0 残渣”为主题的“光盘行动”。公司员工积极响应，主动加入环保节约志愿者行列，根据自身食量选取适量食物，并以身作则，带动他人长期践行“光盘行动”。此次活动共削减食物残渣 60 千克，同比上月削减 35%。

环保公益

索尼各在华企业支持中国当地社区的环保事业，通过一系列环保公益活动，用点滴实际行动为保护地球环境贡献自己的力量。

“索尼碳汇林”-- 索尼中国 2015 年植树活动



2015 年 4 月 18 日，索尼（中国）、美国索尼影视娱乐（中国）有限公司和索尼音乐娱乐（中国）有限公司的员工代表及家属 70 余人来到北京怀柔大榛峪沟的“索尼碳汇林”参加植树活动。大家相互支持、协调配合，孩子们也在家长的指导下干得有模有样。本次活动栽种的侧柏、板栗树等树苗，为空旷的场地覆盖了一层绿意，也在孩子们心里种下绿色的幼苗，将环境保护的思想传承下去。

索尼中国已持续开展植树活动 13 年，并于 2011 年起与北京林学会合作，携手为环保减排做贡献。索尼中国项目区占地约为 5 公顷，在 5 年内累计补植侧柏、板栗、杏树等苗木 1,600 棵，预估到 2030 年将累计减排二氧化碳 110.11 吨。



索尼中国员工及家属参与植树活动

共建和谐社区

索尼中国秉持尽责与关爱的精神积极融入当地社区，通过员工志愿服务的方式建立与社区的紧密联系，贡献与分享我们的资源，回馈社区和需要帮助的人，共同打造和谐社区。

我们为员工搭建志愿服务平台，鼓励每一位员工成为志愿者，将知识和技能应用到教育、环境、社区等志愿服务中。员工也在索尼中国的企业文化和志愿服务精神的感召下，把为社区贡献力量视为自己工作重要的组成部分以及实现人生价值、回报社会的重要体现，因此，在全国各地都可以看到索尼中国员工投身志愿服务的身影。



索尼（中国）员工志愿者在云南鲁甸

索尼“志愿者公益周”系列活动



索尼“志愿者公益周”是索尼公司集在华所有子公司、工厂的资源和力量推出的公益项目形式。公益周期间，所有索尼中国员工都将参与其中，在全国多个城市开展公益活动。

2016 年 3-4 月，索尼（中国）员工志愿者来到鲁甸震区小学进行支教和回访，上海索广电子有限公司开展“15 分钟服务圈共建结对：下社区学雷锋为民服务活动”，上海索广映像有限公司举行通广协会志愿者维修为民服务，索尼数字产品（无锡）有限公司进行“关爱居民，情暖社区”活动，为社区居民免费提供保健、拍照等服务，索尼电子华南有限公司员工志愿者对广州从化市鳌头镇民乐小学进行回访，索尼精密部件（惠州）有限公司邀请梦想教室学生来公司参观等。索尼“志愿者公益周”项目通过高效的资源整合，汇聚索尼中国各方力量，有效传递了公益正能量，同时激发并调动了索尼中国全体员工的公益参与热情，提高了公司的凝聚力。



志愿者与孩子们一起做科普实验



志愿者带孩子们一起放飞“小飞船”



志愿者与孩子们在一起



志愿者为居民免费维修索尼电器

索尼数字产品（无锡）有限公司参加“心聆感影，为盲人讲电影活动”



2015 年 12 月 19 日，索尼数字产品（无锡）有限公司的 20 名员工志愿者来到中桥金逸影院，参加“心聆感影，为盲人讲电影活动”。活动当天，志愿者利用个人休息时间，不畏寒冷，一大早赶到各个公交站台接引盲人朋友、安排就坐、引导上厕所、发放公司准备的点心等。在盲人朋友认真听主讲老师的讲解时，志愿者静静陪伴在盲人朋友左右，随时准备为其提供帮助，圆了许多盲人朋友“看电影”的梦想。



志愿者参加“心聆感影，为盲人讲电影活动”

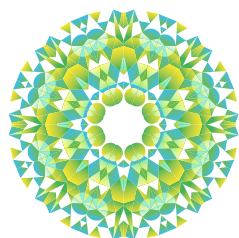
上海索广映像有限公司开展养老院“赠机献爱心活动”



2015 年 10 月 22 日，上海索广映像有限公司志愿者代表向上海浦东新区新唐镇养老院赠送两台索尼电视机和一台投影仪，并给参会老人送上公司食堂自制的蛋糕，以实际行动支持社区养老事业、关爱老人。“赠机献爱心活动”是上海索广映像有限公司长期开展的一项社会责任活动，六年来，公司分别向养老院、辅读学校室等机构赠机，切实履行一个企业公民对社会的责任。



公司总经理为老人送上蛋糕



向“零”迈进 绿色发展

索尼的事业发展以良好的地球环境为基础，公司重视在环境管理、节能减排、环保宣传等方面的持续性投入，不断寻求解决人类可持续发展挑战的解决方案，为实现对地球的环境零负荷而行动，真正成为全球领先的环境友好型企业。

员工说



朝着索尼制定的“走向环境零负荷”的目标，索尼数字产品（无锡）有限公司积极开展各类环保活动。我们时刻关注公司运营活动所产生的环境影响，不但在生产运行过程中注重节能减排，使用绿色环保的原材料，并且在工厂内部动员全员参与环保改善提案，不管是多么小的改善都不放弃。通过一系列的环保实践，将索尼的环保理念深深根植于每位员工，通过我们的努力，创造更加清洁美好的环境与未来。

——索尼数字产品（无锡）有限公司员工 穆芸芸

创新环境管理

索尼集团始终致力于可持续发展，时刻关注和保护人类赖以生存的地球环境，践行索尼对环境保护的责任承诺。以创新思维开展环境管理，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，走向“环境零负荷”。

全球环境管理体系

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，逐步完善环境组织结构，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 2016 年 3 月底，索尼全球的认证对象数量已达 130 个，索尼在华企业中的所有工厂均取得了 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 130 个

- *1 覆盖范围：欧洲、土耳其、以色列、俄罗斯、旧苏联各国
- *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）、中东、大洋洲和非洲



走向零负荷

索尼提出“走向环境零负荷”环境方针，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。



为了实现可持续社会这一梦想
索尼集团力求在自身的事业活动及产品的整个生命周期范围内
于2050年达成“环境零负荷”的长期愿景

四个维度

索尼从气候变化、资源、化学物质、生物多样性四个维度，关注地球环境。结合业务发展和运营实际，制定环境目标，采取措施与行动，在业务活动和产品生命周期中降低自身环境影响，为未来创造丰富多彩的生活。

气候变化

减少能耗，并在我们的产品周期、服务和商业活动中减少环境负荷。

资源

为最大限度提高能源使用率，索尼选出“关键资源”种类，并实现这些原始材料使用量为零；提高水资源使用率；最大限度实现废弃物回收利用。

生物多样性

保护和利用生态系统服务形成可持续发展的模式，同时在经营活动范围内积极在本地推进、维护和恢复生物多样性的环保活动。

化学物质

最大限度地减少严重危害人类健康和环境风险的化学物质使用。同时，提前预防或采取措施，尽可能减少、替代或消除对环境有任何潜在影响的物质。

产品生命周期

任何产品从资源的获取、产品制造、物流、使用至废弃，生命周期的各阶段均对环境有所影响。索尼以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，为实现环境零负荷分别设定具体目标，在产品整个生命周期削减环境负荷。

产品 / 服务的策划及设计

利用索尼独有的创造力和技术能力，加快导入产品的环保功能。并且，不仅仅在电子产品业务领域，在娱乐业务等各业务领域充分发挥各自特色，努力降低环境负荷。

运营

为减轻对地球环境的影响，削减环境负荷总量是最重要的措施。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，力求最终实现零负荷。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。

原材料及零部件采购

为了控制产品生命周期的环境负荷，就需要把视野扩展到原材料、零部件的供应商。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。

物流

产品、零部件在运输过程中要消耗大量能源。为此，索尼通过包装小型化、提高货物装载效率、替换环境负荷小的铁路或轮船等运输手段，削减产品运输过程中的 CO₂ 排放量，力求实现环境零负荷。

回收及循环利用

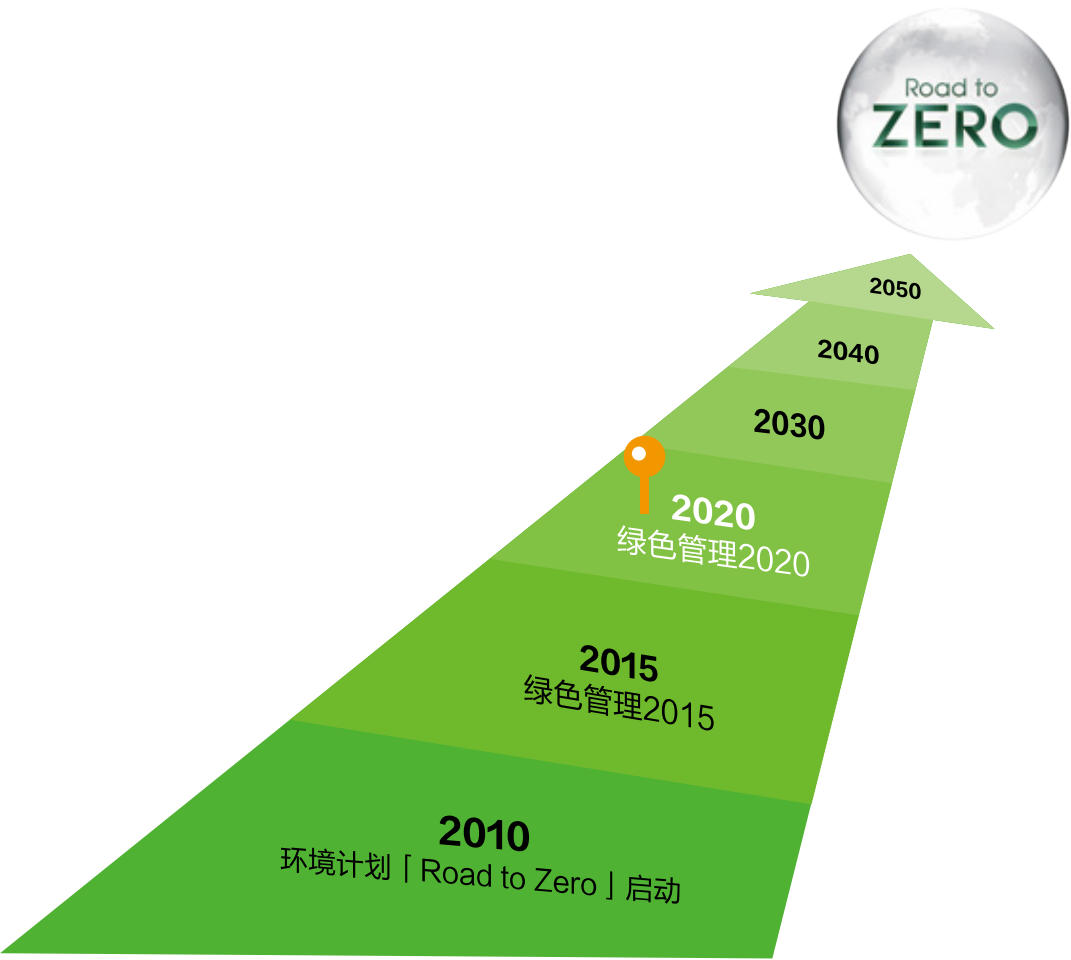
企业的责任不仅仅是“制造（商品）”。索尼为了承担消费者使用完产品之后处理责任，首先当然是生产易于回收的产品，同时也根据不同地区的社会需求构建回收体系，推进使用后产品的回收利用及再资源化。

创新

一直以来，索尼通过自身的创造力和创新能力不断地给人们带来感动和喜悦，在环境领域中同样不忘初心。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。

绿色管理目标

为更加有效地推动环境管理政策落实，实现环境管理 2050 长期战略目标，索尼制定了绿色管理目标，从技术研发到回收，在产品生命周期的每一个环节将目标进行量化，并确保对经营活动造成的环境负荷进行追踪。



索尼在 2011 至 2015 年度的环境中期目标“绿色管理 2015”中，对商品周期的各阶段都设置了相应的目标并开展活动，截至 2016 年 3 月末，已基本实现所有目标。同时，索尼设立了 2016 至 2020 财年的“绿色管理 2020”环境中期目标，为各业务领域设定环境目标并采取措施。随着由“绿色管理 2015”向“绿色管理 2020”计划的过渡，索尼将加速实施各类环境措施，提升整体产业链的环境管理，增加再生能源的使用，逐步实现环境愿景。

绿色管理 2020 中期目标

	🌿 气候变化	🏞️ 资源	🧪 化学物质	🌳 生物多样性
📋 产品 / 服务的企划及设计 同 2013 财年比	1. 让产品具备环保特性 2. 推进贯穿产品整个生命周期的环保设计 3. 通过娱乐行业，让 5 亿以上人口了解可持续发展的活动 4. 通过金融行业，推进有助于可持续发展的活动	1. AC 设备：耗电量 ↓ 30% 2. 手机和平板电脑：充电器无负荷时、维护时的耗电量 0.03W 以下 3. 除 2 以外的 DC 设备：提高设备的节能性能及充电效率	1. 每 1 台产品的原生塑料使用量 ↓ 10% 2. 推进“重视资源”的削减和替代 3. 最大程度减少投入资源 4. 推进可回收化设计	在高风险用途上替代高关注的“环境管理物质”※ 推进使用再生纸和认证纸
👤 运营 同 2015 财年比	1. GHG 总排放量 ↓ 5% 2. 通过充分利用可再生能源，减少相当于 30 万吨 CO ₂ 的排放	<废弃物> 1. 废弃物产生量 ↓ 5% 2. 填埋率 1% 以下 <水> 水资源总使用量 ↓ 5%	等级 1：禁止使用 等级 2：禁止使用（有例外） 等级 3：推进削减排放量和移动量维持 VOC 大气排放量总量 等级 4：在妥善管理的基础上使用	积极开展符合地区需求的地区环保公益活动
🏭 外协厂商	1. 要求主要制造外协厂商掌握 GHG 排放量，并且按照 1%/ 年削减单位能耗 2. 要求主要制造外协厂商采用可再生能源 3. 优先采用节能型的数据中心	1. 要求主要制造外协厂商掌握水资源的使用量，并且按照 1%/ 年削减单位消耗 2. 要求主要制造外协厂商掌握并削减废弃物产生量	1. 对于制造外协厂商交付给索尼的成品和半成品，针对各国不同的限用、禁用化学物质的法律法规，要求按照索尼制定的标准执行 2. 由国际框架限制使用的物质中，要求在生产流程中禁止使用索尼另行指定的物质	建议制造外协厂商开展符合地区需求的地区环保公益活动
🔧 原材料及零部件采购	要求高环境负荷零部件类的供应商以及交易额较大的供应商掌握 GHG 排放量，并自行设定目标，采取削减排放量的措施	要求高环境负荷零部件类的供应商以及交易额较大的供应商掌握水资源使用量，并自行设定目标，采取削减排放量的措施	1. 对于交付给索尼的原材料、零部件、产品，针对各国不同的限用、禁用化学物质的法律法规，要求按照索尼制定的标准执行 2. 由国际框架限制使用的物质中，要求在生产流程中禁止使用索尼另行指定的物质	要求考虑到生物多样性
🚚 物流 同 2013 财年比	国际间和区域内的物流 CO ₂ 总排放量 ↓ 10%	NA	NA	NA
♻️ 回收、循环利用	NA	1. 推进建立符合地区社会需求的回收计划，并实现高效运行 2. 通过掌握重视资源再资源化的实际情况，以期实现高度的再资源化	NA	NA
💡 创新	1. 推进环保技术的开发，为降低环境负荷相关技术的诞生创造条件 2. 在各领域产品和服务方面，推进开发有助于降低环境负荷的商业模式			

* 关于索尼 Mobile Communications(SOMC) 产品，适用 SOMC 限用物质规定。

绿色管理 2015 目标及结果

💡 技术开发		
目标内容		结果
气候变化	1. 引进产品节电化与可再生能源，开发可提升个人能源自给率的专项技术（个人发电、蓄电、供电控制等） 2. 开发信息通讯技术，实现低碳社会必要的生活方式	以自然能源为基础，采用超分散型及自下而上的方式，由索尼 CSL 与 OIST 共同开发可实现系统构建的全新电力系统“OPEN ENERGY SYSTEM”，并开展实证实验
资源	3. 在产品周期中，持续提升 3R 技术 ※，实现非再生资源、水资源消费及废弃物削减	结合各类产品特性开发 SORPLAS ™，扩大产品搭载量，开展外部销售
化学物质	4. 开发高风险化学物质削减、替代技术	开发再生塑料 SORPLAS ™，使用自主研发的阻燃剂，替代溴、磷阻燃剂

※3R 技术：采用 Reduce（抑制废弃物）、Reuse（再利用）、Recycle（循环使用）等词的首字母组成的技术。

📦 商品企划・设计		
目标内容		结果
整体	1. 在各领域持续创造环保明星产品	在电视、视频、音频等主要产品领域，创造优质环保产品
气候变化	2. 单位产品年度电量消费▲ 30%（较 2008 年度）	▲ 33%
资源	3. 产品原始塑料利用率▲ 5%（较 2008 年度）	▲ 4.3%
	4. 单位产品质量▲ 10%（较 2008 年度）	▲ 30%
化学物质	5. 在特定用途方面，全面废除高风险环境管理物质与聚氯乙烯、溴阻燃剂	聚氯乙烯（PVC）： ● 在产品包装材料、外壳等中替代 ● 在特定产品领域，替代新产品的 PVC 溴阻燃剂（BFR）： ● 在特定产品领域，替代新产品的 BFR 高风险环境管理物质： ● 把控具体使用状况，确定 14 类物质

※ 环境管理物质：经索尼确认的、零件与设备中含有的、可对地球环境与人体产生显著影响的物质。

⚙️ 采购		
目标内容		结果
气候变化	1. 构建可把控采购方温室气体排放量的体系 2. 为形成业界通用的调查形式而积极贡献	构建并运用主要 OEM/ODM 采购方温室气体排放量的数据收集体系
资源	3. 为实现“商品企划・设计”及“物流”目标开展采购	强化企业内关联部门的合作，迅速把控再生塑料引进的采购动向，根据需求全面开拓材料采购方与材料开发。同时，为削减供货部门的包装材料，积极提升零件收纳效率并使用周转箱
化学物质	4. 为实现“商品企划・设计”目标开展采购	在企业内外彻底遵守索尼独有的化学物质管理基准，在采购层面有效削减高风险环境管理物质 ※2 及聚氯乙烯 / 溴阻燃剂
生物多样性	5. 在采掘、提取时，开展生物多样性影响评估	开展索尼主要矿物资源采掘影响评估

※1OEM/ODM：委托制造商（OEM）、委托设计・制造厂商（ODM）

※2 环境管理物质：经索尼确认的、零件与设备中含有的、可对地球环境与人体产生显著影响的物质。

👤 运营（事业活动）		
目标内容		结果
全体	1. 实施环境评估（含生物多样性影响评估）	所有单位 100% 实施
气候变化	2. 温室气体排放量： 总量削减 ▲ 30%（较 2000 年度）	▲ 41%
资源	3. 废弃物：总量削减▲ 50%（较 2000 年度）	▲ 73%
	4. 废弃物：集团整体循环使用率 99% 以上	95%
	5. 水：总量削减 ▲ 30%（较 2000 年度）	▲ 54%
化学物质	6. 关于另行规定的化学物质群，根据管理基准（1 ～ 4 级）开展应对 1 级物质 ※1： 禁止使用 2 级物质 ※1： 确认全部废除期限 3 级物质： 削减排放、转移量 > 水域排放量、下水道转移量及废弃物转移量（含 VOC※2）： ▲ 14%（较 2008 年度） > VOC 大气排放量： ▲ 50%（较 2000 年度） 4 级物质： 在遵守相关法规且充分管理的前提下使用	1 级物质： 未使用禁止使用物质 2 级物质： 未使用禁止使用物质 3 级物质： > 水域排放量・下水道转移量及废弃物转移量（含 VOC）： ▲ 15% > VOC 大气排放量： ▲ 58% 4 级物质： 在遵守相关法规且充分管理的前提下使用
生物多样性地区贡献等	7. 根据地区需求，积极开展环境贡献活动	作为地区贡献活动的一环，在所有事业所开展生物多样性保护活动

※1 研究开发中使用的特定用途化学物质，应在遵守法律且充分管理的前提下使用。

※2 VOC（Volatile Organic Compounds）：挥发性有机化合物。

🚚 物流		
目标内容		结果
气候变化	1. 产品物流相关 CO2 排放量削减 ▲ 14%（较 2008 年度）	▲ 74%
资源	2. 供货零件包装材料相关废弃物削减 ▲ 16%（较 2008 年度）	▲ 73%

♻️ 回收・循环使用		
目标内容		结果
尊重扩大生产者责任（EPR），在有效构建、促进适应地区社会需求的、减少地球环境负荷的循环使用系统的同时，持续促进产品使用后的回收与循环处理。为促进资源的有效循环，以循环使用简易性设计、实现索尼产品循环使用（即个别生产者责任（IPR）理念的法规制度）、社会基础设施建设为目标，积极开展行动		● 在回收与循环使用相关法规健全地区，切实应对法规要求 ● 在相关法律法规尚不健全地区，实施自主回收与循环使用的措施 ● 通过强化企业内部体制，进一步促进循环使用的简易性设计

关注地球环境

良好的地球环境是人类经济社会可持续发展的基础。面对资源枯竭、气候变暖、生态恶化、废弃物污染等严重的环境问题，索尼秉持可持续发展的理念，积极关注并参与解决全球重大环境问题，以负责任的企业公民形象，倡导和引领全社会创建和谐共生的地球环境。

应对气候变化

索尼积极参与应对气候变化挑战，参加联合国气候变化框架公约发起的利马气候行动大会。结合绿色管理 2020 聚焦领域，索尼承诺将以在 2050 年实现“环境零负荷”环境保护计划，测量管理并减少碳排放量，并且在适用的情况下积极利用可再生能源，抵消对气候留下的足迹残余，努力降低产品能耗，减少产品使用过程中碳排放。竭力践行减排承诺，抑制气候变化。

索尼磁流体扬声器——低降耗与高品质的融合



具有蓝牙功能的蓝光家庭影院系统 BDV-N9200WL 采用了磁流体扬声器技术，这是一项起源于 NASA 空间项目的技术，磁流体是一种带有磁性的液体，在磁场表现中能够展现突出的优势。

索尼进行了长时间的研究，做出了可以量产的采用液体悬浮而不是定心支片的全频扬声器。去掉定心支片，使用磁流体取而代之，可减轻振动系统的重量，增强驱动力，能够降低约 35% 的能耗，显著提高效率。磁流体悬浮同样也能提升音质，提供清澈悦耳的高频和饱满磁性的中频。为用户节约能耗的同时，让用户得到震撼壮观的家庭娱乐享受。



磁流体扬声器



蓝光家庭影院系统 BDV-N9200WL

应对气候变化的领导者



基于对索尼在降低产品能耗、减少运营场所温室气体排放以及积极使用可再生能源方面的认可，索尼公司的碳减排及改善气候变化的行动在《CDP2015 日本 500 强气候变化报告》中获得 CDP 组织（其前身为“碳信息披露项目”）的公开认可。在 CDP 的评估中，索尼在评价“缓解气候变化相关策略和措施”表现的“气候 A 类排行榜”（Climate A List），以及在评估信息透明度的“信息披露领导力指数”（CDLI）中，均有优良表现，在气候披露领导力指数（DSLII）中亦获得了完美的 100 分，公司为改善气候变化做出的广泛努力得到了 CDP 及社会的肯定。

保护自然资源

索尼致力于在全球范围内进行环境资源保护工作。通过积极寻找减少使用自然资源的方式，开展技术研发，减少原始材料的使用，节约和保护地球自然资源。

以技术为手段，持续开展环保技术创新，走向零负荷

索尼无汞微电池

出于对环境污染及由错误处理含汞产品而引发的健康危机的担忧，索尼多年来致力于研发无汞微电池。索尼再无生产含汞的氧化银或是碱性微电池。

更多 Cyber-shot 相机使用再生塑料

在索尼推出新的 Cyber-shot 相机中，前所未有大量的机型使用了索尼的独创可持续再生塑料 SORPLAS。SORPLAS 新近的优化技术使其被运用更加广泛，而且通过了严格的数码相机耐久性标准检验。

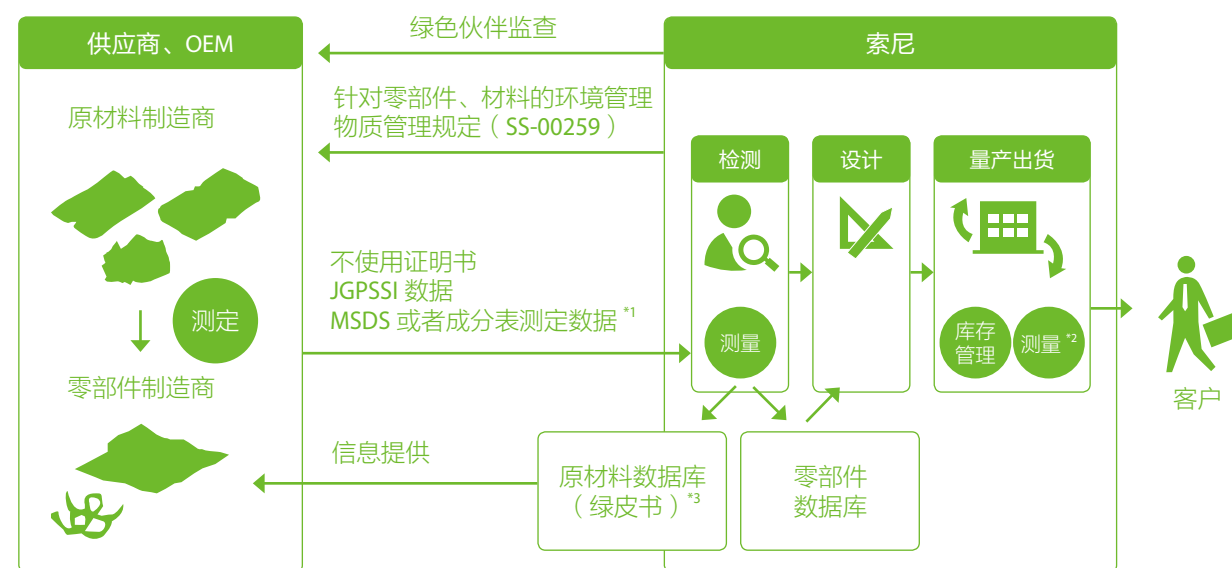
索尼 3LCD 激光投影仪

基于更便捷和更环保的投影仪需求，索尼发布了世界上第一款混合激光源的 3LCD 投影仪。在保持色彩亮度及鲜艳程度的同时，该款投影仪不含汞元素，且灯泡无需更换提高了资源利用效率。索尼激光投影机使明亮的色彩和贯穿始终的环保意识成为可能。

化学物质管理

索尼制造销售的电子产品由数百上千个零部件构成，每个零部件中含有各类化学物质，如不妥善管理和处理可能会造成环境污染。为严格管控这些化学物质，索尼在中国严格遵守中国《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）》，根据此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。

对于产品中含有的化学物质的管理



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

*2 开始量产时检测

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

关注生物多样性

生物多样性是人类赖以生存的条件，是企业运营乃至经济社会可持续发展的基础。索尼关注自身运营对生态环境的影响，并和供应商共同关注原材料、零部件等采购地域的生物多样性问题，通过持续举办生物摄影竞赛、开展植树造林、管控绿地中的农药化肥使用、去除对生态造成不良影响的外来物种等，推动对地球生物资源及其多样性的保护。

打捞水浮莲 保护东江生物多样性



以“观赏花卉”为目的引入的水浮莲，因其繁殖速度极快，大量消耗水中氧份，导致水中浮游生物因缺氧而死亡，破坏物种之间的平衡关系。惠州东江水域长期被水浮莲遮蔽，生态环境面临严重威胁。索尼精密部件（惠州）有限公司连续五年开展“保护东江，维持生态平衡”为主题的去除外来生物的活动，与惠州市水上环卫所合作，组织志愿者员工打捞水浮莲，保护水体中的生物多样性，让东江重新焕发活力与生机。



打捞水浮莲志愿者队伍



活动打捞了 6 船、约重 3.5 吨的水浮莲

Leave No Trace 无痕山林环境体验



索爱普天移动通信有限公司在 9 月 25 日走进八达岭森林公园，在导师的引导下体会自然无痕山林游。通过了解多样性的生物和生态环境，在行走的过程中捡拾路上的垃圾，保持环境，从而把保护环境原有风貌、降低对环境的破坏、尊重野生动物与植物的“无痕”理念融入到索尼人的心中。

绿色生命周期

索尼着力在企业生产和运营各环节开展环境管理，通过融入环保理念、实施节能减排降耗举措，在产品的设计、运行、采购、物流、回收利用等全生命周期降低产品和服务对环境的影响。

环保设计

索尼不仅致力于为顾客提供高性能，高品质的产品，也为顾客提供安心愉悦的绿色环保产品。为此索尼创立了独特的环保设计基准。在此基准上，力求创造世界首创的性能和技术，以及行业首屈一指的环保产品。



*LCA 产品生命周期的略称

节能降耗

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，实施如引进设备、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。



2015 财年节能降耗活动列举

主题	活动措施	成效与荣誉
索尼电子（无锡）有限公司 全面节能活动	导入能源管理体系 ISO50001，以削减电力使用及温室气体排放为切入点，实施了一系列节能举措。活动包括优化干房环境系统，实现除湿机的再生风机的自动化变频化控制改造和再生风量的最优化控制；率先导入成层空调系统和冷冻机台数控制器，提高冷源系统的运转效率等。	年能源费用削减超过 800 万元人民币，温室气体排放量削减超过 10,000 吨。获 2015 年度无锡新区生态文明公益奖。
索尼精密部件（惠州）有限公司 空调设备改善	通过现场诊断，综合能耗使用情况，将部分风冷式空调更新为水冷式空调。	温室气体排放量削减 1,278 吨，能效比提高，用电量削减 40%。
上海索广电子有限公司 能源监视	利用自主开发的能源管理系统，监管能源使用量，深度挖掘并改善耗电项目。	用电量削减 10.7%。获上海节能减排小组先进企业称号。
索爱普天移动通信有限公司 加湿系统改善	通过导入高压微雾系统加湿系统，改善原有蒸汽加湿效率。	年蒸汽消费量节省约 1800 吨，减少温室气体排放量 480 吨。
索尼数字产品（无锡）有限公司 推进节能体制	全员参与，设立节能小组，落实细微处节能项目；严格管理通用电力供给，开展 LED 照明更换项目；优化变压器系统，减少能耗损失。	用电量削减 14%，二氧化碳减排超过 1,730 吨。获 2015 年度无锡新区生态文明公益奖。

绿色采购

索尼公司坚持贯彻环保理念与原则，通过建设绿色采购体系，对供应商进行严格的评估与审核，积极采用低环境负荷的原材料及零部件，实现绿色采购。

纸采购

考虑到非法伐木对生物多样性造成的损害，索尼采取木料与纸制品责任采购举措。根据索尼集团纸质和印刷原材料购买政策，公司将环境保护纳入纸质原材料购买决策过程。索尼采购纸的来源必须是经过责任管理认证的森林，确保森林符合合规管理。公司还大力推动森林管理委员会（FSC）认证的纸制品在年度报告、日历以及名片等公司打印材料中使用。

环保包装与物流

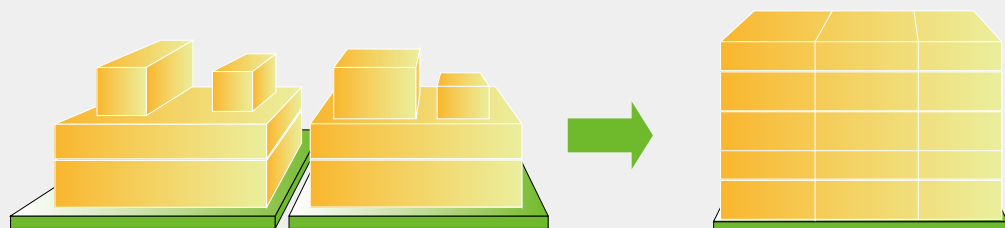
索尼在华企业对包装材料进行综合管理，使用轻量化和更节省资源的包装运输材料，并对其进行合规、环境影响、化学物质管理等方面的综合评价。在降低运输成本、提高运输效率的同时，减少能源和资源消耗，降低包装运输环节对环境的负面影响。

点滴改善，包装运输更环保、更高效



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）有限公司采取一些列措施，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。

包装材料的削减



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。

通过绿色供应链循环利用包装材料



随着电视机产品尺寸的不断扩大，产品及零部件包装材料的使用量与废弃量不断上升，消耗了大量纸板等资源。为此，上海索广映像有限公司为了减少对资源的消耗，各部门互相协作，更与上游供应商携手，共同推进了包装材料的循环利用。公司开展了内部流转屏模组包装材料的回用、与供应商间屏部品包装的回用、产品包装扩大 G0 循环利用等一系列项目，在 2015 财年取得了包装材料废弃减少 950 吨的成果，正是供应链上下游携手降低资源消耗的佳例。

包装材料循环利用示意图



环境责任绩效

索尼在华企业环境数据

能源（吨：二氧化碳）						水（立方米）			废弃物（吨）			
年度	电力	燃气	石油	车辆燃料	合计	年度	水使用量	排水量	年度	废弃物产生量	回收利用量	综合处置量
2007	153,677	28,265	7	1,308	183,256	2007	2,020,718	1,817,192	2007	10,102	7,965	2,136
2008	143,123	26,198	12	3,122	172,456	2008	1,963,949	1,796,498	2008	10,159	6,896	3,262
2009	150,707	25,414	5	2,949	179,075	2009	1,285,793	1,104,676	2009	9,503	7,039	2,464
2010	156,170	28,740	9	2,715	187,634	2010	1,098,603	859,880	2010	9,031	8,530	501
2011	177,934	28,407	2,320	2,583	211,245	2011	2,002,182	1,599,657	2011	11725	9,753	1,972
2012	149,971	6,137	296	3,173	159,577	2012	1,064,062	791,398	2012	9629	8,558	1,071
2013	162,398	8,901	791	3,134	175,224	2013	1,119,475	785,972	2013	10167	8,636	1,531
2014	169,043	4,166	134	2,805	176,149	2014	1,018,316	751,897	2014	11,428	10,304	1,123
2015	172,899	4,348	46	3,080	180,373	2015	1,047,163	768,036	2015	8,623	7,814	810

注 1：按照索尼全球环境管理分区，索尼在华企业数据包含了中国大陆与香港地区。

索尼集团环境数据

索尼集团大气污染物质、水污染物质排放情况（吨）					索尼集团二氧化碳排放		
年度	NO _x	SO _x	BOD	COD	年度	索尼集团二氧化碳排放量（吨：二氧化碳）	单位销售额二氧化碳排放量（吨：二氧化碳 / 百万円）
2007	182	35	205	113	2007	209 万	0.234
2008	176	8	133	73	2008	193 万	0.238
2009	174	11	141	39	2009	175 万	0.224
2010	187	9	254	96	2010	165 万	0.213
2011	163	9	252	62	2011	162 万	0.231
2012	110	8	214	20	2012	133 万	0.186
2013	132	10	210	15	2013	130 万	0.158
2014	109	12	203	18	2014	125 万	0.146
2015	133	8	288	12	2015	137 万	0.162

环境成本（亿日元）*1		
年度	工厂的环境活动费用	环境技术开发费用 *2
2010	11	326
2011	9	321
2012	2	219
2013	2	199
2014	3	231
2015	4	209

*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

展望

2016 年是中国“十三五”规划的开局之年，在“创新、协调、绿色、开放、共享”五大发展理念的指引下，索尼中国运用新的思维看待自身发展。2016 年索尼中国成功举办了“索尼魅力赏”大型品牌活动，向广大消费者展示索尼集团跨越电子产品、音乐、影视、游戏、教育等领域的“**One Sony**”丰富资源，也展现出索尼中国致力于以自身先进的产品和技术优势，积极服务和回馈社会的努力和愿望。

未来，索尼中国将继续发挥在产品技术、娱乐内容和服务领域的无限激情，践行“以技术贡献社会、以科技推动人类社会发展”的经营理念，一如既往地倾听来自政府、客户、员工、供应商、合作伙伴、社区等利益相关方的期望和诉求，利用自身独有资源，积极贡献和服务中国社会可持续发展。

我们将不断完善企业社会责任管理体系，整合索尼（中国）各职能部门和索尼在华企业的优势资源和力量，深入推动企业社会责任实践和项目的落地实施；我们将坚持以人为本，尊重并关爱员工，充分发挥人才在推动企业发展中的巨大力量；我们将持续以思维创新、激情致胜和客户至上理念为基础，创造并开发符合市场需求的高性能产品，为消费者提供独特、新鲜的文化体验；我们将秉承“为了下一代”的可持续发展理念，继续加大投入力度，用科技改善青少年的教育环境；我们将全面推进“走向环境零负荷”，以卓越的理念和创新技术，时刻保护人类赖以生存的地球环境。

索尼中国将携手社会各界共同前行，努力成为深受中国人民喜爱的优秀企业公民！

GRI 指标索引

分类	GRI 指标内容	在报告中的位置
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	4-5
	G4-2 描述主要影响、风险及机遇	4-5
机构概括	G4-3 机构名称	8
	G4-4 主要品牌、产品和服务	11
	G4-5 机构总部的地点	8
	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	8-9
	G4-7 所有权的性质及法律形式	8
	G4-8 机构所供应的市场（包括地区细分、所服务的行业、客户 / 受惠者的类型）	8-10
	G4-9 机构规模	8-9
	G4-10 按雇佣合同和性别划分的员工总人数	8,25
	G4-11 集体谈判协议涵盖的员工总数百分比	26
	G4-12 描述组织的供应链	40
	G4-14 解释机构是否及如何按谨慎方针或原则行事	17-18
确定的实质性方面与边界	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	25,41
	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”	22
利益相关方参与	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	22
	G4-24 机构的利益相关方列表	23
报告概况	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	23
	G4-28 所提供信息的报告期（如财政年度或日历年度）	关于本报告
治理	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
商业伦理与诚信	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	19
经济	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	7，16-18
	G4-EC3 机构固定收益型养老金所需资金的覆盖程度	26
	G4-EC7 开展基础设施投资与支持性服务的情况及其影响	44-46

分类	GRI 指标内容	在报告中的位置
环境	G4-EN1 所用物料的重量或体积	68
	G4-EN2 采用经循环再造的物料的百分比	70
	G4-EN3 机构内部的能源消耗量	70
	G4-EN6 减少的能源消耗量	61,68,70
	G4-EN7 产品和服务所需能源的降低	68
	G4-EN8 按源头说明的总耗水量	70
	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	65
	G4-EN13 受保护或经复修的栖息地	65
	G4-EN15 直接温室气体排放量（范畴一）	70
	G4-EN16 能源间接温室气体总排放量（范畴二）	70
	G4-EN18 温室气体排放强度	70
	G4-EN21 氮氧化物、硫氧化物以及其它重要气体的排放量	70
	G4-EN22 按质量及目的地划分的总排水量	70
	G4-EN23 按种类及排污法划分的废弃物总重量	70
	G4-EN27 减低产品及服务的环境影响的措施及其成效	56-64,68-69
	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	68-69
社会 - 劳工实践和体面工作	G4-EN31 按总类划分的总环保开支及投资	70
	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	64
	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	25
	G4-LA2 按主要业务划分，只提供予全职员工（不给予临时或兼职雇员）的福利	26
	G4-LA6 按地区和性别划分的工伤类别、工伤、职业病、误工及缺勤比例，以及因公死亡人数	29
	G4-LA8 与工会达成的正式协议中的健康与安全议题	28
	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	27
	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	25
	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	25
	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	40
社会 - 社会	G4-SO2 对当地社区具有重大实际或潜在负面影响的运营点	47-51
社会 - 产品责任	G4-PR5 客户满意度调查的结果	38
	G4-PR8 已证实关于侵犯客户隐私权及遗失客户资料的投诉的总数	39



2016 索尼中国企业社会责任报告

发行：索尼（中国）有限公司

2016 年 9 月发行 环保纸印刷

Printed in China