

SONY

CSR(企业社会责任)报告

CSR Report 2007

索尼一贯重视面向利益相关方的信息发布以及与利益相关方的交流，分别于1994年、1997年、1999年和2001年发布了环境报告书。鉴于企业社会责任的Accountability(说明责任)的重要性日益加强，索尼于2002年发布了第一份社会与环境报告书。2003年又进一步充实了企业社会责任(CSR)的相关内容，并更名为“CSR报告”。自此每年定期发行至今。

报告对象范围与期间

本报告原则上汇集了索尼集团全球范围于2006财年(2006年4月1日起至2007年3月31日止)开展的企业社会责任(CSR)活动。2007年6月21日前的组织架构调整等重要信息也包含在内。

关于报告的构成

- 索尼通过“年度财报(Annual Report)”公布业务及财务状况，通过“CSR报告”公布企业社会责任(CSR)活动状况。
- 索尼“CSR报告2007”由本报告书与网上公布信息两部分构成。本报告书介绍企业社会责任(CSR)相关重要话题，网站部分为本报告书的电子版本及相关详细信息。关于相关详细信息，本报告书中将在文中用“**详细信息>>**”字样加以提示。
- 本报告根据利益相关方的关注点和索尼业务的重要性集中介绍以下四个主题。“气候变化”、“供应链管理”、“创新”和“中国”。此外，还将就“管理体制”、“产品责任”、“员工”、“社区”、和“地球环境”五部分加以陈述，以确保信息的全面性。
- 本报告包含行业专家和员工等利益相关方的感言。
- 本报告包含公司高层致辞和外部董事致辞。
- 索尼经过第三方验证以确保环境数据的可信度并推进其在环境管理持续改善中的有效应用。
- 本报告用日文、英文、中文三种语言发行。
- 参考了2006年10月GRI(Global Reporting Initiative)发布的《可持续发展报告指南2006》(URL: <http://www.globalreporting.org/>)、日本环境省发布的《环境报告指南(2003财年版)》、日本经济产业省发布的《重视利益相关方的环境报告指南2001》。与《可持续发展报告指南2006》的对照表，请参照网站资料。

索尼集团及公司名称

本报告中，“索尼”表示索尼集团；“索尼公司”表示索尼公司(日本)。“索尼(中国)”表示索尼(中国)有限公司；“索尼中国”表示中国大陆地区的索尼业务集团。

索尼集团是指索尼公司以及索尼公司出资比率超过50%的联营公司。但是，部分内容及数据也包括资本出资率为50%的合资公司(ST-LCD、索尼爱立信移动通信公司)以及在公司注册名称中使用了索尼日文或英文商号的公司。

索尼CSR报告 http://www.sony.com.cn/about_sony/csr.htm

关于封面

表现了索尼与社会间的相互交流，以及由此诞生的和谐(由索尼公司创造中心设计)

※ CSR(Corporate Social Responsibility) = 企业社会责任

“For the Next Generation(为了下一代)”是索尼公司为实现社会可持续发展而提出的CSR(企业社会责任)活动口号。

目录

索尼CSR方针/CSR活动概要	2
CEO致辞	4
总裁访谈	6
索尼集团概要	8
索尼在中国(植根中国 长远发展)	10
索尼(中国)高层致辞	10
索尼中国业务概要	12
索尼(中国)客户满意活动	14
索尼与员工	16
环保索尼	18
贡献社会	22
专题	27
创新	27
气候变化	30
供应链管理	32
管理体制	34
企业统辖体制	34
Compliance	38
产品责任	42
品质管理	43
客户接待服务	45
使用便利性	46
员工	47
雇佣与劳资关系	48
人权和机会平等、多样性	49
人事制度、人才培养	51
安全卫生	53
地区社会	55
地区社会	56
For the Next Generation(为了下一代)	58
Someone Needs You(员工志愿者活动)	60
全球环境	62
索尼集团环境展望	63
索尼环境影响总体情况	64
《绿色管理2010》绩效报告	66
环境管理体制	68
降低产品环境影响	69
娱乐领域的环保活动	74
降低物流环境影响	75
产品循环利用	76
事业所的环保活动	79
环境数据的第三方验证报告	84

索尼CSR方针

索尼集团对社会应尽的核心责任即是通过创新和完善的商业运作提升企业价值。索尼集团认识到其经营活动会直接或间接地对其业务运营所在的社会产生影响。因此，完善的商业运作要求在经营决策时充分考虑到利益相关方(stakeholders)即股东、客户、员工、供应商、商业伙伴、当地社会及其他相关组织的关注焦点。索尼集团将努力在遵守上述内容的基础上发展索尼的业务。

CSR活动概要

管理体制

企业统辖体制的强化

参照美国企业改革法(SOX法)，在全球范围内展开财务报告内部控制有效性评估活动 — 36

Compliance体制的强化

通过全球Compliance网络，继续贯彻落实《索尼集团行为规范准则》及内部举报制度 — 38

产品责任

“索尼质量宪章”的制定

制定了体现索尼产品及服务品质基本方针的“索尼质量宪章” — 43

推进供应链管理

为了对供应商在遵纪守法、环境保护、安全卫生、人权及工作环境方面的行为进行管理，要求供应商遵守《索尼供应商行为规范准则》并实施自我评估 — 32

员工

推进员工多样化

为了给女性员工提供更好的发展环境，举办各类培训、活动、学习班，完善各种制度，推进性别多样化（日本、美国、欧洲） — 49

工作、生活、平衡支援制度的充实

为了进一步支持员工工作家庭两不误，修改了育儿相关制度 — 51

技术人员培养措施

引入培养优秀技术人员的“Distinguished Engineer”制度 — 51

地区社会

参与查明病因项目

参与美国斯坦福大学的分布式计算项目——“Folding@home™”，利用“PLAYSTATION®3”分析研究疾病原因。 — 27

实施中日交流项目

为了加深中国高中生对日本及环境问题的认识，实施社会公益项目“索尼海外学生交流计划(Sony Student Project Abroad/China)” — 24

实施发展中国家项目

为“儿童数码摄像项目——联合国儿童基金会 EYE SEE II”提供援助，在巴基斯坦举办培训班 — 59

实施员工志愿者活动推进项目

实施以员工为对象的志愿者活动推进项目“Someone Needs You(首字母代表Sony)”，全球范围内约有23,000人次的索尼员工参加了志愿者活动 — 60

全球环境

推进环境中期目标

为实现整个索尼集团的新中期环境目标《绿色管理2010》，推进环保活动 — 66

推进产品节能及节省资源

推进电子产品的节能及节省资源

·约90%的产品类型实现节能目标；循环材料利用率达10% — 69

全面停用产品中含有的特定化学物质

为落实电子产品中的化学物质管理，继续实施绿色伙伴环境质量认证制度 — 72

产品循环利用系统的构建与运用

继续构建并运用符合各地区需求的产品循环利用系统

·2006财年全球循环利用的索尼产品达3万6,355吨 — 76

事业所的降低环境影响活动

2006财年各事业所在环境影响绝对削减目标指导下采取的措施

·温室气体排放量减少9%；废弃物总产生量减少30%；用水量减少16%；向大气中排放的挥发性有机物量减少41%(与2000财年相比) — 79

其他 CSR 活动

在气候变化方面与NGO建立合作伙伴关系

参与推进减少温室气体排放的“减排先锋计划”，与环保NGO——WWF(世界自然基金会)建立合作伙伴关系 — 30

形成全球范围的CSR采购联盟

参与电子行业共同推进CSR相关供应链管理的“电子行业行为标准(Electronic Industry Code of Conduct)执行委员会” — 32

参与构建CSR框架结构

在参与国际标准化组织的社会责任标准“ISO26000”的制定以及GRI的“可持续发展报告指南”的修改工作以外，还参加“世界可持续发展工商理事会(WBCSD)”、“CSR欧洲”、“美国商务社会责任协会(BSR)”以及“海外业务活动关联协会(CBCC)”等CSR相关团体。

CEO 致辞



为了下一代的美好未来，索尼承诺将积极利用自身独特的能力和资源，以新颖、富有创意的方式实现社会的可持续发展。

索尼已经迎来了复兴计划的第三年。在过去的两年里，我们明确了集团整体的优先课题，以构筑一个得以顺利解决优先课题的企业体制为目标，进行了组织及业务改革。企业社会责任(CSR)是优先课题之一。通过本报告，我希望读者可以了解到企业社会责任(CSR)已经成为索尼集团的所有管理层以及全球员工的核心价值和精神动力。在这里，我主要介绍索尼企业社会责任(CSR)活动的两个方面。

坚持完善的商业运作

索尼了解完善的商业运作是企业社会责任(CSR)的基础。作为跨国企业，我们制定了全球共通的规范及方针来加强企业统辖体制、企业道德规范、Compliance、产品安全及品质、内部统括以及供应链管理。索尼努力在商业运作中遵循《索尼集团行为规范准则》所规定的高水准的道德规范，并通过培训·研修活动不断进行强化。

为了提供高品质且益于社会的产品和服务，在全球范围内开展完善的商业运作，供应链管理也是十分重要的一环。为了不断满足消费者需求并提高竞争力，索尼业务范围遍布全球，供应链也随之全球化、复杂化。有鉴于此，我们与供应商积极开展协作，通过供应链环节履行社会责任。2005财年我们根据《电子行业行为标准(Electronic Industry Code of Conduct: EICC)》制定了《索尼供应商行为规范准则》，并向电子业务的供应商发布。2006财年与EICC委员会的成员企业紧密协作，进一步推动该规范的有效实施。

在不断开发创新技术和产品的同时，遵循高水准的商业规范是索尼公司的社会责任。完善的商业运作是索尼成功的基础，同时也使我们更有效地推进企业社会责任的履行。

“为了下一代” – For the Next Generation –

为了下一代，索尼承诺为创建可持续发展社会而努力。众所周知，目前全世界正面临着气候变化、贫困、疾病、教育资源匮乏等问题。认真面对这些问题，努力创建良好的社会、保护全球环境是我们这一代必须承担的责任和义务。作为全球化企业，通过自身努力和与其他公司合作的方式来共同解决这些重要问题，索尼充分了解自身在这一过程中所承担的重要责任。

作为应对气候变化问题的一大举措，索尼于2006财年加入WWF(世界自然基金会)的“减排先锋计划(Climate Savers Program)”，提出了大幅削减索尼全球事业所温室气体排放量的目标，同时在采用创新技术开发节能产品方面付出了极大努力，例如在“BRAVIA”液晶电视中就采用了节能新技术。此外，索尼还与WWF合作，使消费者了解如何在使用我们的产品时更好地实现节能。

索尼还积极运用自身的先进技术来支持造福人类的科学研究。例如，索尼计算机娱乐公司于2006财年开始协助美国斯坦福大学“Folding@home™”这一分散计算处理项目的人推进。在这一项目中，为了探究重大疾病的原因，新一代计算机娱乐系统“PLAYSTATION®3”(PS3®)的用户可以提供PS3®的高度计算

空间。PS3®用户的积极参与使得这一项目的计算能力大幅提高，为加速项目研究做出了贡献。


除了疾病及气候变化的影响之外，发展中国家还面临着贫困及教育资源匮乏等严重问题。我相信索尼可以发挥自身的独特优势解决这些问题。例如在2006财年，对于巴基斯坦地震中的受灾者，除捐赠善款以外，索尼还与联合国儿童基金会共同开展了儿童援助项目。通过向受灾儿童捐赠数码相机、传授照片拍摄方法，鼓励他们通过自己拍摄的照片进行创造性的交流。这些作品在伊斯兰堡、纽约、东京都举办了令人感动的儿童图片展。尽管经受了地震的巨大打击，孩子们对未知世界仍然显示出极大的兴趣，并用照片表达出对未来的希望，这让我深受感动。我很自豪索尼产品能够为孩子们提供发挥创造力的机会，成为他们和世界沟通的桥梁。

这里介绍的仅仅是索尼所开展的活动的一部分。索尼将继续协调和发挥全公司业务、技术以及员工等资源，努力减少环境负荷，开发和提供高品质的创新产品，为当地社会的发展做出贡献。

衷心希望本报告能够使大家更好地了解索尼公司的努力和承诺。

索尼公司董事长兼首席执行官
霍华德·斯金格





成为受利益相关方尊敬的企业
——这是索尼的企业社会责任。

回顾过去的一年，您有何感想？

在利益相关方的理解以及索尼集团全体员工的努力之下，索尼的业绩在2006财年出现了恢复上升的势头。其中、企业社会责任(CSR)既是索尼复兴的序曲，也是索尼复兴的尾章。产品的性能、设计、价格等因素是索尼复兴的必要条件，与此同时关注环境、品质管理、社会贡献等企业社会责任也是索尼复兴的必要条件。企业社会责任虽然很难从产品本身得以体现，但它是所有业务活动和发展的基础，我们应从利益相关方的期望出发，不懈地予以充分的关注和追求。

回报利益相关方的期望，有时意味着直面难题。2006财年索尼实施笔记本电池自主更换的目的是什么？

目前，随着科技的发展，有时探明问题发生的原因非常困难。而另一方面，如果企业告知问题原因尚不明晰而采取不予应对的态度，则可能更会加重用户的不安。

去年，部分在笔记本电脑中采用索尼生产的锂电池的电脑厂家对电池模块实施了召回。从客户满意的角度出发，为了消除这些召回给用户造成的不安与担忧，索尼在全球范围内针对特定电池组实施了自主更换计划。在实施自主更换计划的电脑厂家等相关方的理解和配合下，这次自主更换计划成功实施。我们认为这是为了使用户安心使用产品而采取的必要措施。

这一事件也是我们重新审视公司内部品质管理体制的一个

契机。由此产生的最大变化是发现问题立即汇报的规则已深入到了每一位员工心里。早期发现并参与解决问题的人越多，就越能尽快查明原因，就可以从多方面提高产品的品质。品质问题必须依靠全体员工坚持不懈地努力改进。

在实践企业社会责任的过程中，员工发挥怎样的作用？

企业社会责任活动并非依靠特定的部门开展，而是需要每一位员工的共同努力。通过每一位员工自觉履行有社会责任的行为，使之成为企业行为，这是实践企业社会责任的中心。当我问今年的新员工他们最关心的话题是什么，回答最多的是研发与社会贡献。员工们希望为社会做点事的愿望将为企业社会责任的实现做出贡献。

索尼企业社会责任活动的主题为“*For the Next Generation*(为了下一代)”，今后我们还将进一步提升员工的相关意识并落实到实际行动中去。例如在节能方面，我们意识到节能的目的不仅仅是为了降低成本，同时也是为下一代保留资源而采取的行动，通过持续的努力才能逐渐收到成效。探索什么是我们能为下一代做的、并为之付诸行动，这是我们这一代的责任和义务。

2006年10月，在索尼迎来成立60周年之际，位于日本东京都港区的索尼新办公大楼成为索尼集团的总部所在地。这幢容纳了6,000余名员工的大楼采用了各种先进的节能技术和设施。我们希望新的环境能焕发员工的积极性和活力，使他们在可以自由交流、畅所欲言，并使这里成为索尼企业社会责任形象的一个缩影。

在索尼复兴计划稳步进行之际，接下来还将做什么？

我们生活在一个文明发达的现代社会，同时也面临着许多严峻的问题。例如在日本就面临着环境、生育率降低及教育等诸多问题，而这些都不是一朝一夕就能解决的。

索尼创立第13年，在当时业务发展还不稳定之时，就已经设立了支持科学教育的基金，后来发展成索尼教育基金。这一基金不久将迎来成立50周年的纪念日。这要归功于索尼公司创始人之一井深大先生对教育的高度重视。培养下一代的观念在索尼发展的历程中得到了代代传承。迄今为止，索尼教育基金已经为将近5,000所学校提供了援助。一个企业能做的事是有限的，但坚持不懈的努力将成为解决问题的一种途径。今后，相信我们与政府、学术界、其他公司、利益相关方等各方开展的合作将继续发挥至关重要的作用。

为了使索尼继续成长并成为受社会尊敬的企业，在提供优秀的产品和服务的同时，还要通过各种形式的活动展现价值和赢得尊敬。为此，我们开展的活动要考虑到合作伙伴、用户、社区和员工等利益相关方的需求。我们要成为一家让员工和他们

的家庭为之感到自豪的公司，同时成为受运营所在地区肯定和尊敬的公司。通过稳定的发展策略我们能成为具有竞争力的企业，但是如果给环境造成污染，给运营所在地区带来困扰，我们将无法让员工满意。我想只有当我们赢得所有利益相关方的尊敬，我们才真正实现了“索尼复兴”的蓝图。

索尼公司总裁兼电子业务首席执行官
中钵 良治

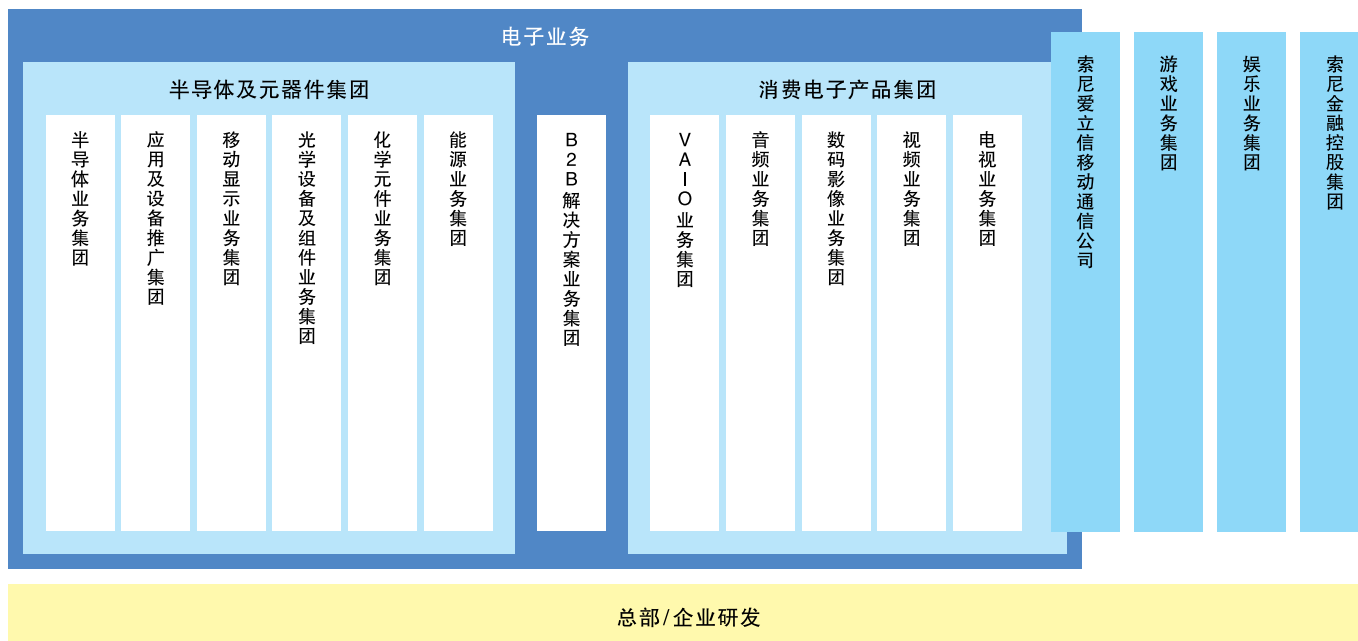
中钵良治

索尼集团概要

公司概况

总部所在地	东京都港区港南1-7-1
成立日期	1946年5月7日
员工总数	163,000名(截至2007年3月31日)
销售及营业收入	82,957亿日元(2006财年: 2006年4月1日至2007年3月31日)

索尼组织结构示意图(截至2007年4月1日)



半导体业务集团

半导体相关业务

应用及设备推广集团

设备、组件相关市场推广

移动显示器业务集团

L-LCD相关业务

光学设备及组件业务集团

光学设备相关业务

化学元件集团

记录媒体、光学元件相关业务

能源业务集团

电池相关业务

B2B解决方案业务集团

以专业产品、服务为中心的B2B解决方案

VAIO业务集团

个人电脑相关业务

音频业务集团

音频相关业务

数码影像业务集团

数码照相机、数码摄像机及其他数码影像产品

视频业务集团

视频相关业务

电视业务集团

电视相关业务

索尼爱立信移动通信公司

手机、新一代多媒体手机相关业务

游戏业务集团

游戏相关业务

娱乐业务集团

娱乐业务

索尼金融控股集团

租赁、信贷、人寿保险、财务保险、银行金融业务

2006财年主要组织结构变更

- 为进一步加强光盘驱动业务，成立了索尼NEC Optiarc有限公司
- 为发展零售业务，成立StylingLife Holdings Inc.(旗下包括PLAZASTYLE CORPORATION、LightUp Shopping Club Inc.、B & D Laboratories Inc.、CP Cosmetics Inc.、Maxim's de Paris Corporation、Lifeneo Inc.)

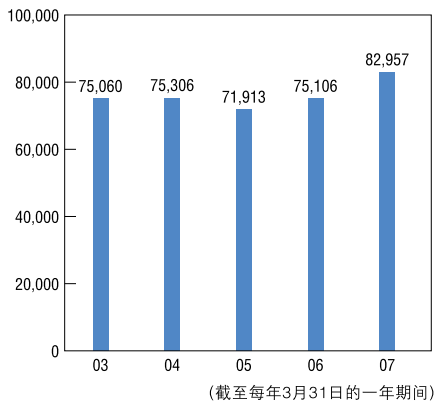
作为全球领先的电子娱乐公司，索尼将继续充分利用集团资源，为消费者提供独具魅力的产品和服务。

业务概要

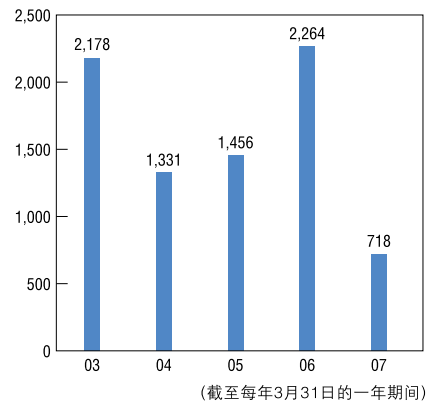
Electronics						电子业务
业务内容 音频、视频、电视、信息通讯、半导体、电子零部件和其他产品类别						
						
Game 游戏	Pictures 影视	Financial Services 金融	All Other 其他			
业务内容 家庭游戏机及软件业务	业务内容 电影、电视节目、数字娱乐业务	业务内容 人寿保险、财产保险、银行、租赁及信贷金融业务	业务内容 音乐内容、网络服务、动画制作与推广、广告代理以及其他业务			
						
©Sony Computer Entertainment, Inc. All rights reserved.	©2006 Columbia Pictures Industries, Inc. All Rights Reserved.		©2007 So-net Entertainment Corporation.			

财务概况 (单位: 亿日元)

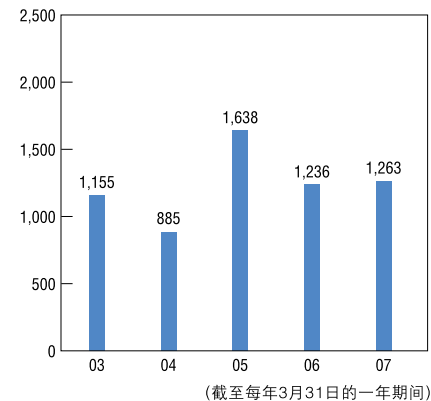
销售额及营业收入



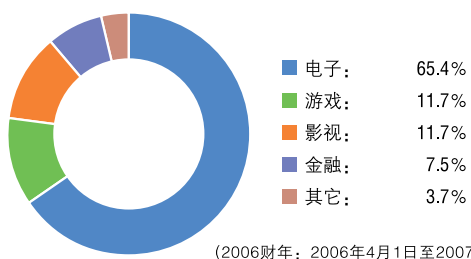
营业利润



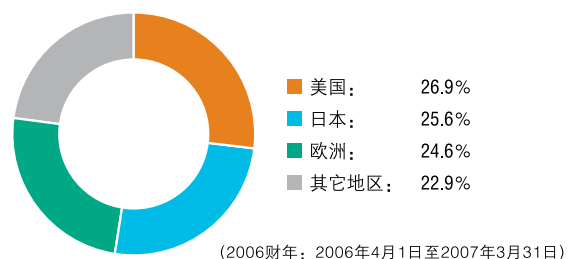
本期纯利润



各业务领域销售额比较^{*1}



各地区销售额比较^{*1*2}



*1 各业务领域及各地区的销售额比较根据对外部客户的销售额及营业收入计算。

*2 各地区销售额比较按客户所在国家表示。

详细信息>> 索尼投资者信息 <http://www.sony.net/IR/>

植根中国 长远发展

索尼(中国)董事长致辞

索尼自20世纪70年代起正式在中国开展业务活动以来,以“植根中国、长远发展”为宗旨,开展了形式多样、富有索尼特色的活动。我们的目标是:积极开展社会公益活动,做受尊敬的企业公民,为构建可持续发展的和谐社会做贡献。

具体而言可分为以下三个方面:首先,通过创新型生产、产品和娱乐内容,不断为消费者提供新的生活方式,创造新的生活享受;其次,以“安心、便利”为主题,作“以客户为中心”认真倾听客户心声的企业;其三,最大限度降低企业活动的环境影响,为后代创建美好的生活环境。

近年来,索尼(中国)致力于深化本地创新和生产,除在北京设立研发中心以外,还在上海开展面向中国市场的商品开发等活动,通过这些活动也促进了索尼与中国研究机构、大学、企业等诸多利益相关方的交流与学习。

此外,在备受关注的环境问题上,作为以技术为核心的企业,索尼积极致力于材料及能源方面的基础研究,并且注重产品设计环节的节能技术和再生资源的有效利用,在环境技术方面不断为社会做贡献。

在“以技术贡献社会”的同时,索尼以“为了下一代”为重点,积极策划并实施了各种公益项目。为促进中日两国青少年交流,于2006年启动了“索尼海外学生交流计划(Sony Student Project Abroad (China))”,今年已是第二年开展此活动。

索尼对中国各利益相关方的支持和指导深表感谢,今后也将以此为动力,全体员工共同努力,继续开展植根于中国的企业活动。

索尼集团执行副总裁兼驻中国总代表
索尼(中国)有限公司董事长
高篠 静雄

高篠静雄

索尼(中国)总裁致辞

2007年伊始,索尼就发布了两条关于新一代图像显示器——有机EL显示器(Organic Light--Emitting Display)的信息。其一,在世界上首次实现11英寸电视机的商品化并成功上市;其二,开发出在塑料薄膜上集成有机TFT(有机薄膜晶体管,Organic Thin Film Transistor)与有机EL单元的技术,这是世界上首次成功利用有机TFT制成全彩色有机EL显示器驱动,即通过开发塑料薄膜上形成的富有柔软性的有机TFT,成功研制出轻、薄、可弯曲的显示器。

诸如此般,通过新技术的开发提供创新的高品质商品,使人们的生活越来越丰富多彩并乐趣无穷,这即是我们的使命。此外,环保也是技术开发时必须考虑的要素。目前索尼在中国已开始着手进行太阳能电池技术的商品化研究,如果能够得以实际应用,也许我们将来某天就可以把利用自然能源的有机EL电视折叠后随身携带。

索尼将不断提供创新商品及服务作为企业首要的社会贡献,同时,也积极开展能够发挥索尼的企业特色及经验的CSR活动。

“For the Next Generation”是索尼CSR活动的主题。为了向承担未来的青少年儿童传达科学的乐趣,索尼在北京设立了“索尼探梦”科技馆。在那里,以索尼技术基础——声音及影像原理为中心,孩子们可以尽情体验科学的神奇并愉快地学习科学知识。此外,商品设计能力也是我们引以为自豪的强项。2005年设立的上海创造中心开展了以中国大学生为对象的“索尼学生设计夏令营”活动,其初衷是希望索尼的经验与技术能够对培养中国未来的设计师有所帮助。

在“For the Next Generation”这一主题之下,索尼(中国)以及相关集团企业的员工团结一心,积极致力于解决环境问题、开展社会公益活动,兑现企业的社会责任。如果您能够通过本CSR报告了解这一情形,我们将深感荣幸。

索尼(中国)有限公司 总裁

永田 晴康

永田晴康



索尼中国业务概要

电子业务规模:

生产: 约51亿美元(2006财年)
雇员: 约35,000人(其中日本籍员工约为340人)(截至2007年6月)
总投资: 约10亿美元(截至2007年3月)
(2006财年: 指2006年4月1日起至2007年3月31日止的财政年度)

运营历史:

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

1996年10月 独资区域性管理公司“索尼(中国)有限公司”成立

1998年8月 索尼物流贸易(上海)有限公司成立

2000年10月 青少年体验型科技馆--索尼探梦在北京开业(详见第22-23页)

2001年10月 索尼中国全国顾客互动中心在上海成立

2002年11月 索尼国际采购中心在深圳成立

2004年6月 索尼梦苑(Sony Gallery)在上海淮海路上隆重开幕

2004年6月 上海技术中心成立于上海浦东新区张江高科技园区

2004年10月 “索尼中国专业系统集团(CPSG)”成立,针对中国专业领域客户的各种需求,提供各类专业产品和系统解决方案

2005年2月 索尼中国设计工程集团成立,旨在根据中国市场的特点、中国消费者的需求和喜好进行新产品的的设计,促进索尼在中国本土产品设计生产和制造的全新发展

2005年8月 索尼“Creative Center(创造中心)”在上海成立

2005年12月 索尼中国研究院成立

2006年6月 索尼中国零件中心在上海成立

2007年 索尼高清影视技术学院启动,为中国高级终端用户提供专项培训,帮助客户最大限度地发挥手中索尼产品的作用,实现附加价值最大化。

索尼(中国)有限公司

在“全球本土化”的运营策略下,索尼于1996年10月在北京设立了统一管理和协调在华业务活动的全资子公司索尼(中国)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、客户售后服务联络、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)有限公司将充分利用集团总部的资源优势,在中国强力打造适合中国本土发展需要的集产品、设计、研发、生产、销售和服务为一体的综合性运营平台,为中国的消费者带来更多具有高附加值的产品和服务。

[详细信息 >> http://www.sony.com.cn/](http://www.sony.com.cn/)

索尼中国研究院

索尼中国研究院是索尼公司在中国最重要的研究机构,同时也是索尼全球研究与技术开发网络的重要部门之一。

索尼中国研究院的使命是通过跨国界的体系平台进行研究和技术创新的同时,联合中国的研究资源、公司资源、政府资源来全面推动中国本地技术的开发和新领域的研究。

目前,索尼中国研究院已经与清华大学、北京邮电大学以及中国科学院等多家机构开展了各种合作项目,建立了良好的合作关系。

在索尼现有的本地研发活动基础上,通过与著名高校以及研究机构的合作,索尼在华将进一步深化科技创新,为未来的技术创新和发展奠定基础。

索尼电子业务在华事业所一览:



上海索广电子有限公司

1993年成立,索尼在华首家合资工厂,主要生产摄录放一体机、与此配套的机芯/关键部件和DVD摄像机用光学拾音头等高技术产品,产品远销欧美等国际市场。



索尼凯美高(苏州)有限公司

1994年4月成立,主要生产柔性印刷线路板(FPC)、电子粘合材料导向性导电膜(ACF),作为信息通信仪器和电子仪器小型化、高性能、高品质所不可或缺的关键产品供应给全世界。



部件(惠州)有限公司

1995年11月成立,主要生产包括光学拾音头,即CD、VCD、DVD、CD-RW、GAME激光头等精密电子零部件及机芯、LLCD和BL等产品。



上海索广映像有限公司

1995年12月成立,主要产品包括家用影视设备、彩色显像管、高分辨率显示器及显示屏、视频投影机、广播电视节目制作设备、应用电视设备、电子计算机外部设备、电视会议系统、网络摄像设备等产品及其相关零部件。



成都索贝数码科技股份有限公司

1997年成立,国内最大规模的专业电视数字化系统集成、软件开发商之一,为全国各大中型电视台、数字音像编播存管理的客户提供全网络数字集成/软件开发、制播一体化系统解决方案。



索尼电子(无锡)有限公司

2000年8月成立,索尼在华独资企业。产品包括锂离子电池、数码相机以及半导体器件产品等。



索尼电子华南有限公司

2005年12月成立,主要生产DVD播放机。负责中国市场的产品设计和开发,并为索尼全球的生产单位在中国采购零部件,统一管理华南地区的音响产品代加工工厂。



索尼数字产品(无锡)有限公司

2006年1月成立,主要生产数码相机和高温TFT LCD、镜头附件、取景器等产品。数码相机约占索尼全球产量的一半,95%的产品供应国际市场。

关联集团企业

公司	地址	成立时间	主要业务
索尼影视娱乐(中国)有限公司北京代表处	中国北京	1995	索尼电影在中国的发行; 索尼影视产品在中国的销售 购买中国影视节目的海外发行权;
哥伦比亚电影制作(亚洲)有限公司 华索影视数字制作有限公司	中国香港 中国北京	1998 2004	本地电影生产(包括中国大陆、香港、台湾) 中国大陆电视电影、电视剧的生产
上海新索音乐有限公司	中国上海	2001	音像制品的制作和销售;光盘的复制和包装

索尼中国业务概要

电子业务规模:

生产: 约51亿美元(2006财年)
雇员: 约35,000人(其中日本籍员工约为340人)(截至2007年6月)
总投资: 约10亿美元(截至2007年3月)
(2006财年: 指2006年4月1日起至2007年3月31日止的财政年度)

运营历史:

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

1996年10月 独资区域性管理公司“索尼(中国)有限公司”成立

1998年8月 索尼物流贸易(上海)有限公司成立

2000年10月 青少年体验型科技馆--索尼探梦在北京开业(详见第22-23页)

2001年10月 索尼中国全国顾客互动中心在上海成立

2002年11月 索尼国际采购中心在深圳成立

2004年6月 索尼梦苑(Sony Gallery)在上海淮海路上隆重开幕

2004年6月 上海技术中心成立于上海浦东新区张江高科技园区

2004年10月 “索尼中国专业系统集团(CPSG)”成立,针对中国专业领域客户的各种需求,提供各类专业产品和系统解决方案

2005年2月 索尼中国设计工程集团成立,旨在根据中国市场的特点、中国消费者的需求和喜好进行新产品的的设计,促进索尼在中国本土产品设计生产和制造的全新发展

2005年8月 索尼“Creative Center(创造中心)”在上海成立

2005年12月 索尼中国研究院成立

2006年6月 索尼中国零件中心在上海成立

2007年 索尼高清影视技术学院启动,为中国高级终端用户提供专项培训,帮助客户最大限度地发挥手中索尼产品的作用,实现附加价值最大化。

索尼(中国)有限公司

在“全球本土化”的运营策略下,索尼于1996年10月在北京设立了统一管理和协调在华业务活动的全资子公司索尼(中国)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、客户售后服务联络、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)有限公司将充分利用集团总部的资源优势,在中国强力打造适合中国本土发展需要的集产品、设计、研发、生产、销售和服务为一体的综合性运营平台,为中国的消费者带来更多具有高附加值的产品和服务。

详细信息 >> <http://www.sony.com.cn/>

索尼中国研究院

索尼中国研究院是索尼公司在中国最重要的研究机构,同时也是索尼全球研究与技术开发网络的重要部门之一。

索尼中国研究院的使命是通过跨国界的体系平台进行研究和技术创新的同时,联合中国的研究资源、公司资源、政府资源来全面推动中国本地技术的开发和新领域的研究。

目前,索尼中国研究院已经与清华大学、北京邮电大学以及中国科学院等多家机构开展了各种合作项目,建立了良好的合作关系。

在索尼现有的本地研发活动基础上,通过与著名高校以及研究机构的合作,索尼在华将进一步深化科技创新,为未来的技术创新和发展奠定基础。

索尼电子业务在华事业所一览:



上海索广电子有限公司

1993年成立,索尼在华首家合资工厂,主要生产摄录放一体机、与此配套的机芯/关键部件和DVD摄像机用光学拾音头等高技术产品,产品远销欧美等国际市场。



索尼凯美高(苏州)有限公司

1994年4月成立,主要生产柔性印刷线路板(FPC)、电子粘合材料导向性导电膜(ACF),作为信息通信仪器和电子仪器小型化、高性能、高品质所不可或缺的关键产品供应给全世界。



部件(惠州)有限公司

1995年11月成立,主要生产包括光学拾音头,即CD、VCD、DVD、CD-RW、GAME激光头等精密电子零部件及机芯、LLCD和BL等产品。



上海索广映像有限公司

1995年12月成立,主要产品包括家用影视设备、彩色显像管、高分辨率显示器及显示屏、视频投影机、广播电视节目制作设备、应用电视设备、电子计算机外部设备、电视会议系统、网络摄像设备等产品及其相关零部件。



成都索贝数码科技股份有限公司

1997年成立,国内最大规模的专业电视数字化系统集成、软件开发商之一,为全国各大中型电视台、数字音像编播存管理的客户提供全网络数字集成/软件开发、制播一体化系统解决方案。



索尼电子(无锡)有限公司

2000年8月成立,索尼在华独资企业。产品包括锂离子电池、数码相机以及半导体器件产品等。



索尼电子华南有限公司

2005年12月成立,主要生产DVD播放机。负责中国市场的产品设计和开发,并为索尼全球的生产单位在中国采购零部件,统一管理华南地区的音响产品代加工工厂。



索尼数字产品(无锡)有限公司

2006年1月成立,主要生产数码相机和高温TFT LCD、镜头附件、取景器等产品。数码相机约占索尼全球产量的一半,95%的产品供应国际市场。

关联集团企业

公司	地址	成立时间	主要业务
索尼影视娱乐(中国)有限公司北京代表处	中国北京	1995	索尼电影在中国的发行; 索尼影视产品在中国的销售 购买中国影视节目的海外发行权;
哥伦比亚电影制作(亚洲)有限公司 华索影视数字制作有限公司	中国香港 中国北京	1998 2004	本地电影生产(包括中国大陆、香港、台湾) 中国大陆电视电影、电视剧的生产
上海新索音乐有限公司	中国上海	2001	音像制品的制作和销售;光盘的复制和包装

索尼与员工

索尼(中国)将发掘人才、信任人才、鼓励人才奋进视为第一生命。

人事制度

2006年4月,索尼(中国)开始实施职位等级制,在确保员工得到在劳动市场上具有竞争力的薪酬的同时,进一步完善根据员工的绩效支付薪酬的制度。在引入职位等级制的同时对原有人事制度进行了大幅改革,更注重根据员工的实力支付薪酬。

此外,于2003年10月正式实施弹性工作制,员工可以在一定范围内自由掌握出勤时间,实现人性化管理,为员工创造自由灵活的工作氛围。

注重本地人才的培养

秉承“全球本土化(全球化理念,本土化运营)”的基本理念,索尼致力于中国本地人才的培养。

2006财年,索尼(中国)继续实施于2005年启动的“Management Associate Program”。为了吸引、保留和培训优秀的新员工,在其进入公司后,提供为期一年的在职培训及为期两年的海外在职培训,用以培养未来的索尼(中国)管理人才。

此外,为了促进采用中国本地人才担任领导层和中间管理层的职务,自2000年开始,设立了以MBA课程为基础的“索尼·CEIBS*1管理开发课程”。这一课程的开展,不仅促进了部门之间的交流,同时还加强了对本地员工的培养。

索尼(中国)还非常注重各地区员工之间的交流,中国员工可被派到海外的索尼下属企业工作和学习。目前为止已有许多员工被先后派到日本和新加坡,学习其成熟的市场营销机制并将其带回中国,作为索尼(中国)的骨干活跃在各个部门。2006财年还派遣工程师去索尼(日本)工作学习。今后索尼(中国)也将积极继续提供这样的机会让员工能够积累更多更好的工作经验。

由索尼总部发起的“海外工程师招聘项目”也获得了中国在校大学生的热烈欢迎。2000年以来,通过该项目,已有180多名中国毕业生被选派到日本索尼集团下属企业工作,其中的一部分人已经陆续返回中国工作,成为中国地区研发的骨干力量。

*1 China Europe International Business School (中欧国际工商学院)

员工感言:“应用在日本积累的经验,为中国成长做贡献”

2002年秋至2005年春,我作为日本索尼EMCS公司的一名员工,在日本爱知县一宫市的索尼电视工厂从事电视的软硬件开发业务。2005年春,我怀着由中国人设计开发、适合中国市场的“中国制造”电视这一梦想回到中国,加入了索尼中国设计工程集团(China Design Engineering Group),目前担任电视和专业显示器软件开发项目组组长。

从产品原型设计到软件开发、量产等一系列产品生产流程,两年半的日本工作经验,对我现在的工作帮助很大。当然,除了技术方面的经验之外,两年半的海外生活也让我在精神方面有了不少收获。例如全球化时代不可缺少的跨文化理解能力。

在今后的工作中我会积极应用技术层面的经验和精神层面的收获,继续追求亲手创造“中国制造”电视的梦想。



刘迎欢
索尼中国设计工程集团

系统培训

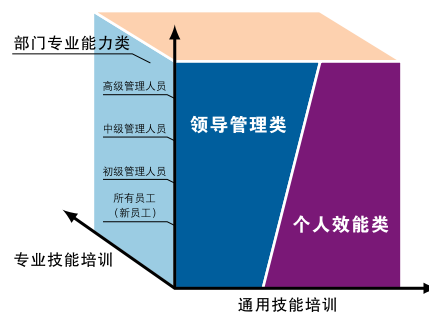
索尼十分重视每一个员工的职业发展和潜力开发，并努力营造愉快的学习环境，在引进外部优秀的培训资源的同时，还积极倡导内部知识和经验的分享传承。公司的培训不仅帮助员工掌握专职技能，还为员工的个人成长、团队发展和业务增长提供有效的支持。

索尼(中国)也是如此。除了为新员工提供入职培训外，也为在职员工设计提供适时合理的各种在职培训。公司的培训系统依据员工工作职责的范围大小和职业发展的方向，分为全体员工、初级管理人员(团队负责人/资深员工/专业技术人员)、中级管理人员(部门经理)、高级管理人员(事业部和支持部门负责人)四个不同的层次和类别。配合公司的人才储备计划，公司还专门制定了适合不同级别员工的人才发展课程，培养业务骨干人才。2006财年索尼(中国)先后举办了提高管理人员管理能力的“项目管理”、提高员工表达能力和客户接待服务能力的“演讲技巧”等各种讲座。

公司培训的形式多种多样，除了传统的课堂学习外，在线学习、交流沟通、日常辅导、在岗实践、轮岗工作及海外研修等都是员工学习的有效途径。在各项培训课程中，公司文化和处事哲学都有形无形地融入到学习内容中，索尼一直秉承的DNA“Something Different, Something New”得到了很好的传播和传承。

今后索尼(中国)还将继续建立更为完善的培训发展项目，为员工提供更多的培训机会。

公司培训架构



员工多样性

在索尼(中国)有限公司，员工来自不同的国家和地区。除中国大陆员工之外，来自日本，新加坡、马来西亚、香港、台湾等国家和地区的员工也很多。特别是来自新加坡和香港的员工，在其原属公司扩大业务过程中积累了丰富的经验。这些员工将自己宝贵的经验(Know-how)带入中国，对中国业务的扩大做出了贡献。灵活运用经验丰富、背景多样的员工，是索尼(中国)的特点之一。

此外，在中国索尼一直注重女性员工的职业发展。截至2007年3月31日，索尼(中国)本地员工中女性员工比率为41%。

员工福利

除了法定社保外，索尼(中国)有限公司还为员工提供了补充医疗保险(确保员工本人及子女医疗费用的报销)、补充福利计划(公司额外提供员工工资一定比例的现金作为补充福利，记入员工个人账户)以及交通、人寿及海外医疗保险(确保员工工作与出差的保障)。此外，公司还提供高于市场平均水平的公司假期(包括年假、公司假期及带薪病假)，为员工营造更好的“work & life balance”。在此基础上，每年还组织一次公司旅游以增进团队合作精神。

表彰优秀员工

索尼在华的下属企业为了表彰对企业做出贡献的员工设立了各种奖励制度。索尼凯美高电子(苏州)有限公司和索尼电子(无锡)有限公司除了半年一次的业绩表彰外，还对各部门的生产革新活动进行公布，并对改善内容优秀的团队进行表彰。上海索广电子有限公司也对业务改善改革活动进行发布，并择优授予总经理奖。

索尼(中国)每年一次，向对业绩贡献巨大的部门授予总裁奖和董事长奖。通过这些表彰活动，提高了各部门员工的工作积极性。



公司旅游



总裁奖

环保索尼

索尼认为地球环境保护问题是21世纪人类最为重要的课题。索尼始终以可持续性发展为整个公司的首要课题，通过生产高品质产品，提供优质服务，减少由于能源和资源的大量消耗所产生的环境影响。秉承“保护环境、节约资源、实现可持续发展”的企业宗旨，依据“索尼集团环境展望”，索尼在中国建立了严谨的环境管理系统，在中国国内的业务运营中积极履行企业在环保方面的社会使命。

环境管理部门

作为索尼总部环境推进部门在中国的分支机构，2004年索尼中国地区环境办公室成立，主要负责管理和监督索尼在华各业务运营环节中所有环境相关的事务，如指导和监督索尼集团环境方针及各项指令在中国各事业所的实施，并将中国地区的环境信息，包括事业所的环境活动开展情况及中国环境相关法律法规的动向等反馈给总部，确保总部在了解各地区情况的基础上制定符合全球各地区环保规范的全球环境方针和目标。在环境方针及目标的执行过程中，各工厂以及索尼中国的相关职能部门，包括销售、物流、采购中心，对外事务部等，在相互沟通及配合的基础上发挥各自的重要作用。

在中国，《电子信息产品污染控制管理办法》于2007年3月1日正式实施。这一管理办法对特定有害化学物质的使用限制以及对产品进行环保信息明示等方面都有严格规定。从该办法的起草阶段直至实施，索尼中国地区环境办公室都予以了高度关注，并且在和总部环境推进部门，各事业所及索尼(中国)销售部、物流部等相关部门共同合作的基础上，按照管理办法的规定及要求，对在中国销售的全部产品做了有效的应对。

此外，索尼(中国)有限公司也设置了环境科，负责ISO14001环境管理体系国际标准认证以及公司内部废弃电子产品处理、员工环境教育等事务，并在其开展业务的众多地区进行植树、美化城市环境等多种多样的社会公益活动。

环境教育

索尼将“技术”、“教育”、“事业模范”设定为三个原动力。这三个原动力相互联动，相互促进，以达到减轻环境影响的目标。在索尼的环保理念中，之所以把“教育”作为原动力之一，是考虑到公司内部的环境教育是保护环境的第一步。2002年以来，环保教育极大地促进了环保活动，从我做起的自发行动也在积极开展中。

除了ISO4001要求的对全体员工进行基本的环保教育外，索尼还进行与业务内容相对应的培训。此外，从2002年开始，根据目标、对象不同开展了深化环保教育，让员工自发参加，最终使每一位员工能够在其工作过程中自觉减轻环境影响，参与环保经营。

索尼中国环保教育体系

总部环境相关组织/地区环境办公室	培训高层管理人员： 通过管理会议和新闻简报，向高层管理人员提供必要的信息，使高层管理人员能够就环境问题制定正确的管理决策。
	培训全体员工： 制定整个索尼集团通用的教育内容和教育体系，并将其提供给各事业所和业务部门。并鼓励全体员工使用教育工具。
	培训从事特定活动的专业组织和专家： 提供教育培训，或支持和指导，使从事特定活动的专业组织和专家(如环境审核员、能源管理员、产品设计师和材料员)能够正确地开展工作。
业务部门/事业所	开展教育培训，使各组织的员工能够正确地开展工作。



环境办公室的环保展厅

绿色伙伴环境质量认证

索尼在中国致力于环境保护的同时，要求索尼的业务伙伴提供环保型部件、产品和服务，并实施环保意识型运作。

为了强化和改善供应商环境管理、确保供应商符合环境法律法规和索尼环境标准，索尼在中国积极推进“绿色伙伴环境质量认证”项目，向供应商公布《零部件和原材料中的环境管理物质管理规定(SS00259)》(详见第64页)，明确规定化学物质管理方面的各项标准，并根据该标准实施供应商审核，要求索尼的业务伙伴提供环保意识型部件、产品和服务，并实施环保意识型运作。索尼只向已审核通过获得“绿色伙伴环境质量认证”的供应商采购零部件。对已取得认定的供应商，通过定期审核，确认其是否继续维持绿色伙伴标准。

“绿色伙伴环境质量认证”项目从零部件和原材料的生产及采购阶段开始实施源头管理，从而确保索尼推向市场的产品都是有益环境的产品，到2006年索尼在中国已经拥有大约50名合格的绿色伙伴监查员，发展了大约1000家“绿色合作伙伴”供应商。索尼(中国)在无偿指导绿色伙伴供应商达到更高的环保要求的同时，对整个产业的可持续发展也作出了积极的贡献。

此外，索尼还积极参与由政府、媒体和业界团体举办的各种环保交流论坛，将索尼绿色伙伴管理的成功经验分享给中国专业的研究机构和同行。

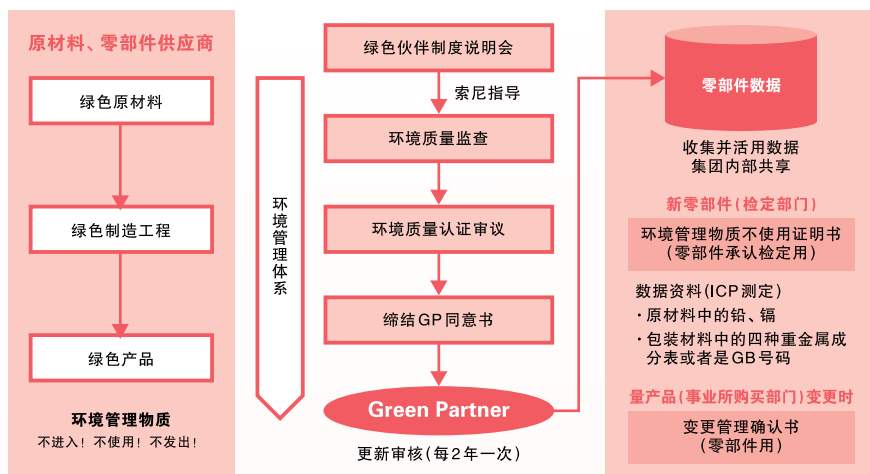


绿色伙伴制度说明会



环境质量监查

索尼绿色伙伴的认证流程



工厂的环保措施

索尼(中国)有限公司总部及其在华投资运营的工厂都已通过了ISO14001环境管理体系国际标准认证。索尼在华工厂根据自身的实际情况,采取各种措施降低环境影响,并根据所在地区的需要,开展各种环保公益活动。下面介绍工厂环保方面的一些成果。

上海索广映像有限公司

上海索广映像有限公司与上海轻工业研究所合作,在国内首次将臭氧仪AOP(Advanced oxidation process,高级氧化法)导入冷却水系统,不投化学制剂,仅靠两只小小的氧化器和一个高频发生器,就使几百吨的工业冷却塔循环水得到净化。试点一年来,化学污染指标削减90%,杀菌率高达99.5%以上,同期运行成本降低九成。

传统的水处理方式是在冷却水中通过定时投放化学药剂达到目的,比较而言,其杀菌效果相对较差,防腐和阻垢的效果有所偏废,稳定达成国家标准比较困难,而且,由于使用化学药剂,使排放水体的环境影响较重,COD、BOD、PH的指标都有不稳定现象,很难达到冷却水处理的防腐、阻垢、杀菌的目的。

而AOP处理方式的防腐、阻垢、杀菌的效果都非常理想,与化学加药法比较,杀菌效果提高了99.5%,结垢率不超过国家标准下限的30%,腐蚀率也全面稳定达到国家标准,COD、BOD排放数据大幅下降70%以上,PH稳定达标,水质澄清无浑浊;由于臭氧在水体中短时间内即分解为氧,排水中无新增污染物,最大限度地降低了环境影响。

由于AOP良好的阻垢和脱垢效果,动力主机设备的运行效率大大提高,同比试验数据表明,冷冻机的COP提高了11%,空压机轴功率提高了29%,运行能耗大幅下降。

且AOP水处理技术允许冷却循环水在比化学水处理法浓缩倍数高7倍的情况下运行,使冷却水的补水和排水大大减少,平均用水量减少了80%。

另运行成本大大改善,现在AOP全年的电、水、维护综合运行成本相较于于化学加药法,仅相当于后者一个半月的加药化学品成本。

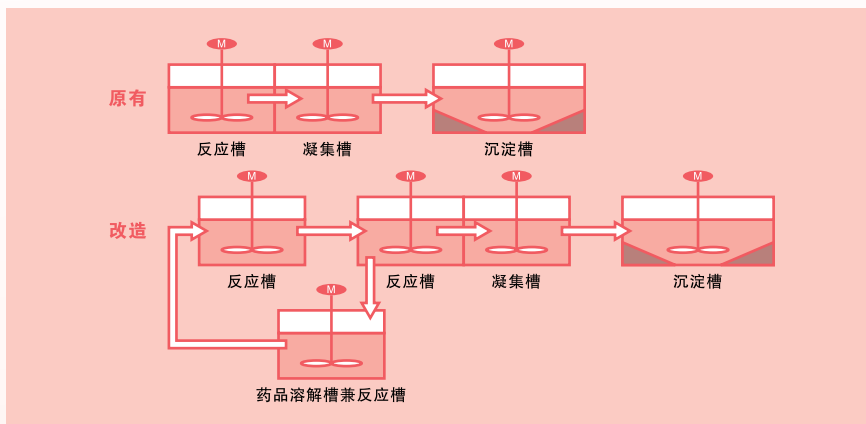


利用AOP法前后对比

索尼凯美高电子(苏州)有限公司

苏州新区作为电子相关企业密集区,对区内企业排放废水中的铜、镍离子进行重点控制。为积极应对越来越严格的排放标准,索尼凯美高电子有限公司对原有的废水处理设施进行改造,将排入处理设施的废水进行铜的高低浓度区分后分别处理,对含镍废水也进行单独处理。这种有针对性的区别处理不仅提高了水处理的效率,降低了对环境的影响,同时也节省了药品,降低了生产成本。

处理方式(中和+凝集沉淀)→(还原+凝集沉淀)



上海索广电子有限公司

上海索广电子有限公司(SSGE)在2006年继续推行夏季清凉运动,在公司开展无领带活动,将办公事务所区域的空调设定温度上调至28℃,同时还在8月份安排了全公司休假,支持上海市政府号召企业错峰让电的要求。公司还结合对制造场所、仓库库区和办公事务所的内部职场改造,将600多套普通灯具全部更换为节能型照明灯具,与此同时将照明开关控制区域合理缩小,使一条生产线、一个班组、一块功能区域的范围都能独立操控照明电,并实施专人管理空室关灯。此外,老旧空调设等设备的更新改造、空压机压力储气桶容积调整(扩容25%)等措施也大大降低了能耗。通过这一系列措施,SSGE平均每月节电62,000多千瓦时。

	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	效果(kwh)	
划小照明控制区域	控制开关 (15区域→25区域)												1,400	
照明灯具节能型应用	灯具更换(TTL=638套)												11,000	
压力储气罐容积调整	8 M ³ →10 M ³												4,000	
老旧化水泵设备更新	二台更换												340	
老旧空调系统改造	26台安装												调整/改善	36,000
夏季清水运动	空调28℃/无领带办公												9,500	
													总削减量: 62,240	

此外,索广还在其周边地区开展了各种环保公益活动。2006年共有1209名索广员工分为植树养护、环境整顿、环境文艺宣传、自然环境保护、小学生环保指导、社区居民环保宣传、敬老院慰问和清洁这7个环保志愿小队,在开展植树、清扫等环保活动的同时,同时举办环保绘画创作、环保知识问答竞赛等积极进行环保宣传,提高居民的生态环境意识。

物流过程中的环保措施

索尼在中国致力于绿色产品的设计、开发和制造的同时,也积极采取各种措施减少物流过程中的环境影响。

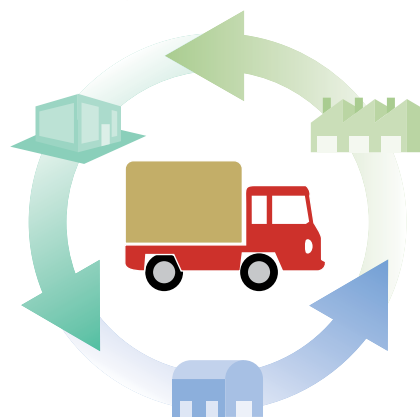
为此,索尼中国的物流管理部门将国际运输模式,特别是出货日本的产品运输由空运转为海运,中国地区内运输模式由汽车运输转为铁路运输,同时提高产品分配中的装载效率,优化分配基础和运送路线。此外,还与其他公司组建联合运输系统,选择二氧化碳排放量降低的运输公司。与此同时,收集运输部件采购过程中CO₂的排放信息,采取适当措施监控所排放的二氧化碳总量。相关业务部门则为产品提供重量轻的说明书、高强度的轻型包装材料和形状更小的纸箱,以提高装载效率。

索尼数字产品(无锡)有限公司作为数码相机的量产工厂,数码相机生产数量逐年急剧的增长。随着产量的不断扩大,零部件的本地采购供应商数量也在急速的增加。为了改善零部件送货的效率,同时保护环境、节约能源,SDPW对运输方式改善进行了充分探讨,引入了零部件包装的周转箱重复利用模式以及Milk Run(定期巡回取货方式)的运输方式。

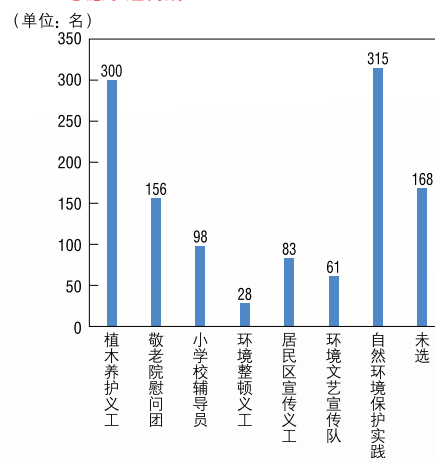
现在Milk Run运输方式已经扩大到4个地区(无锡、苏州、昆山、上海),将各供应商的零部件依照规划好的路线,去各个厂家定期巡回提货,给SDPW交货后,将卸完货的周转箱再归还给各供应商。这种循环利用方式,大大减少了运输次数,使运输过程中排放的二氧化碳大幅减少;同时,周转箱的循环使用(包装材料的重复利用)也削减了资源消耗量。2006年通过以上活动取得了卡车运送次数削减1460次/年(削减率55.35%),二氧化碳排放量削减47吨/年的显著效果。

索尼数字产品(无锡)有限公司将继续并进一步扩大Milk Run的范围,吸引更多的供应商参与其中。

Milk Run模式



志愿小组构成



环保绘画创作

贡献社会

在世界各地发展业务的同时，索尼广泛开展符合当地社会需求的公益活动。通过这些公益活动中有效利用索尼的技术、产品、业务及人员等资源，索尼努力为当地社会做出贡献。

索尼在华社会公益活动

索尼自进入中国发展业务之初，就积极开展各项社会公益活动。

索尼认为，人才是社会发展的最活跃因素，教育更是构建创新型社会的基石。1994年索尼设立了“索尼奖学金”和“索尼杯全国大学生电子设计大赛”两大项目，并坚持开展至今，用于支持中国教育事业的发展。

随着中国业务规模的日益扩大，索尼也加大了在社会公益活动方面的投入力度，并不断注入新的元素，开展符合社会和时代需求的社会公益活动。文化和环保也逐渐成为索尼在华社会公益活动的重点领域。

2006财年索尼(中国)有限公司活动支出

2006财年索尼(中国)有限公司在社会公益活动方面的支出*1总额近5100万元，主要用于教育、文化和环保领域(索尼全球活动概要请参照第57页)。

*1 社会公益活动支出包括：

a) 捐款、b) 赞助金额、c) 自主项目经费(设施运营费)、d) 捐赠产品的市场价格

索尼探梦科技馆

为激发青少年对科学的兴趣，2000年索尼应用自身在数码、IT、音视频等领域的顶尖技术，在中国建造了一家“光与音”的科技馆——“索尼探梦”，为青少年提供了一个体验科学的神奇和魅力的公益科普场所。

索尼探梦运用寓教于乐的方式，凭借全新的系列科技展品、推陈出新的科学实验活动和轻松幽默的科学童话剧，不断开启青少年的科学梦想。

在索尼探梦，一切都变得不可思议。通过“时间拼图”，可以将无法肉眼捕捉的瞬间或是悠长岁月放在一个平台上进行比较，体验控制时间的乐趣。而“身临其境”则是一个可以窥看自己形象的世界，水槽的中央部分设置有多台朝向水槽外侧的高清数码(HD)机，其所捕捉到的高清影像显示在安装在环形墙面上的50英寸等离子显示器屏幕上。通过这样的布置，创造出了即使自己身在水槽外仍能够看到自己正在观察水槽的环境，使人能够体验到进入自己正在观察的物体或环境中的感觉。“有声有色”里，声音不仅是看得见的，而且色彩缤纷……

除了趣味横生的展示品外，还有各种精彩纷呈的科普互动活动，如科学实验广场、实验铁人赛、闪电百科二选一等等，让大家尽情享受科技与创新带来的新奇乐趣。



索尼探梦科技馆



有声有色

在现场表演区，精彩的科学实验表演每日展开。在惊喜与震撼中，让参观者参与实验表演的全过程，体会科学趣味。而作为索尼探梦独创的“探梦科学剧”，力求将新颖有趣的科学实验，融入轻松活泼的舞台表演之中。夸张、幽默、时尚、探索，以变幻多样的音乐与节奏，结合剧中人自然诙谐的表演，让新颖的科学实验与离奇幽默剧情在这里绽放出耀眼光彩。

实验铁人赛是索尼探梦常年举办的一个实验比赛项目，创立于2001年，其宗旨是“科学好玩，实验有趣”，是广大科普实验爱好者展示才华的舞台。其形式为利用生活中常见的材料，设计新颖有趣易操作的实验，并用表演的形式向观众解释其中的科学原理。实验铁人赛在配合基础教育课程改革、丰富学生新课程中理科实验教学的内容与形式、带动青少年科技活动普及与开展等方面起到了积极的作用。

此外，“索尼探梦”根据社会热点策划了一系列特别企划活动，如光之花火——走进万花筒的神奇、弦之声、舞光拾色、太阳能面面观等。

至2007年6月止，索尼探梦共接待60万位参观者。因其在科普方面的杰出贡献，索尼探梦相继被评为全国科普教育基地、北京市青少年科普活动基地。

关注弱势群体

索尼探梦对社会弱势群体特别关注。为此，索尼探梦举办了“心连心——打工子弟走进科技馆”活动，免费招待打工子弟，给孩子们创造走近科学的机会。仅2007年3月份就成功接待了13000多名打工子弟。除此之外，还每周免费招待星星雨特殊教育学院的自闭症儿童及其父母参观索尼探梦，并邀请他们观看5月份日本道化剧团在索尼探梦精彩上演的儿童剧《消防车—小吉普儿》。



探梦科学剧



实验铁人赛



接待自闭症儿童

接待自闭症儿童所感

患有自闭症的小朋友们喜欢生活在封闭自己、相对安全的世界里，不愿对外界敞开心扉。在我看来自闭的孩子们除了不愿接受陌生的世界、不善于表达自己的喜怒情感以外，与其他天真可爱甚至调皮捣蛋的孩子们没有任何区别。

在索尼探梦接待这些可爱的孩子们时我会尽力让孩子们放松对外界的戒备，敞开他们天真幼小的心灵。看着他们从刚刚进入索尼探梦时紧抓住家长的手怯怯地躲在角落里，到最后高兴地拉着我的手大叫着跑来跑去，用简单的字眼认真而用力地说出“谢谢姐姐”，这一切都让无限的感动从心中油然而生。

希望通过我们真诚的努力能够为这些可爱的小朋友更早地走出自己的世界尽一些力量，能够让家长们更加坚定对孩子们能够成功的信心，能够让他们在体验五彩缤纷的科学知识的同时感觉到世界上真诚美好的爱心。

真诚地祝愿这些孩子们有更加美好的明天！



吕静
索尼探梦

索尼海外学生交流计划



2006年,索尼(中国)成立10周年暨索尼公司成立60周年之际,索尼海外学生交流计划(Sony Student Project Abroad(China))正式启动。

项目第一届由索尼公司与中国最大的青年团体全国青年联合会共同主办,招待北京上海两地的20名优秀高中生赴日参观日本的企业、学校和家庭,促进了中日两国之间的文化交流。

环保之旅

本届活动以目前中国备受关注的“提高环保意识”为主题。清华大学环境科学系著名教授和日本环保专家的环境讲座向学生们传授了环保的相关知识,北京节水展馆、日本家电回收工厂的参观则让学生们见识了中日两国的环保技术。

此外,通过亲手拆装以植物塑料为原料制成的随身听、以及参观索尼环保展厅,同学们切实感受到索尼公司的环保意识和先进的环保举措。

学生们还充分发挥想象力,设计了未来的环保产品,表达自己的环保设计理念。其中之一就是以落叶为原材料制成的万能手表,不仅能显示时间、气温、湿度等,还集收看电影、收听广播、拍照、游戏等多种功能于一身,并通过感知人的心跳,让心跳产生电能、进而成为手表的能源。

中日交流

围绕另一主题“中国交流”,本项目还提供了很多国际交流的机会。与索尼总部员工的交流会上,同学们与不同国籍的索尼员工共聚一堂,以猜谜的形式进行自我介绍、在游戏中介绍各国文化,别开生面,其乐融融。

作为中日两国高中生的交流活动,同学们访问了东京的日本关东国际高等学校,与学习中文的日本学生一起参加了以“制作30年后的环保城市”为题的夏令营活动。两国学生分为娱乐、购物、工作、学习、生活、居住、交通、休闲7个组,就现今城市生活中的环境问题进行探讨,研究如何解决这些问题,共同建造未来的环保模型,各组还就各自的环保设计理念进行了发表,并获得了专家的点评。通过面对面的沟通与交流,两国中学生架起了友谊的桥梁。

为了让学生们亲身体验日本的日常生活,本项目还安排学生们到索尼员工家庭中进行日本家庭生活体验(Homestay)。学生们在与接待家庭一起度过周末的同时,不仅接触了日本文化,也学到了节水、垃圾分类等日本家庭的环保措施。

在最后一天的学习成果发表会上,学生们表示通过日本家庭生活体验及与索尼员工的交流活动,改变了对日本和日本人民的印象,加深了彼此之间的理解,同时通过了解索尼的环保举措以及体验日本家庭生活,切身感受到日本整体的环保意识。结束是新的开始。日本归来之后,学生们开始向身边的人们传播自己的交流成果和学到的环保理念,人民网的环保论坛上也有了同学们活跃的身影。

2007年索尼海外学生交流计划将扩大范围,从北京、杭州、成都选出30名高中生参加以“小公民·大素质”主题的交流活动。



参观日本家电回收工厂



亲手拆装随身听



共建未来环保城市



海内存知己



日本归来话环保

索尼爱心助学工程

在中国农村贫困地区的某些小学，由于缺乏课桌椅，有些孩子只能站着上课，破旧的黑板严重反光，已经无法看清字迹。这样的教学环境损害了孩子们的身体健康。为了改善孩子们的教育环境，2003年开始索尼(中国)启动了“索尼爱心助学工程”，每年都向贫困地区的学校捐赠黑板和桌椅，迄今捐赠范围已经涉及24个省近100所贫困小学，受益学生达24000名左右。

2006年“索尼爱心助学工程”的捐助对象是西藏、山东、河南、湖北、重庆、辽宁、海南、陕西8个省市(自治区)的32所贫困小学。这些地区的索尼(中国)分公司还派出员工爱心志愿者到各个学校进行慰问，把代表索尼爱心的桌椅、各种文具、体育用品交到当地孩子们的手中，实地考察贫困地区小学的教学环境，与孩子们进行面对面的交流。此外，爱心志愿者们还参加了学校组织的“我的梦想”主题班会，倾听来自贫困地区孩子们的心声，鼓励同学们认真学习。

黑板工程山东之行记

当我们一路费劲周折，经过4个多小时的颠簸，来到山东省阳信县水落坡乡中心小学时，迎接我们的是老师和孩子们质朴的笑脸和热情的掌声，旅途的疲劳一扫而尽，惊喜原来帮助他人是如此的喜悦。面对简陋、洁净却与崭新的桌椅、黑板极不相称的教室，刹那间我想起了二十多年前我就读的小学，惊人的相似没有带来一丝喜悦却是心灵的震颤。虽然20年间中国的经济飞速发展，但这里的教育环境还是未得到改善，令人心痛。再次面对孩子们纯真的笑脸，我深深地感到我们的爱心捐助活动才刚刚开始！



田军辉
索尼(中国)济南分公司



索尼有你



捐赠仪式

索尼学生设计夏令营

为激发大学生的创意潜能，暑假期间索尼创造中心举办了Sony学生设计夏令营。

活动以“为你父母辈设计一件能为他们带来愉悦的索尼产品”为主题，向高校征集设计稿，8月邀请前五名优胜设计者赴索尼创造中心进行为期一周的创意体验。索尼创造中心资助同学们完成自己的设计作品，中心的设计师们还给同学们提供现场指导和协助。其中优秀的设计构想的模型在上海设计双年展上展出。

被邀请至索尼创造中心完成其设计作品的五位同学的设计构想分别为：“书”(家庭手写电脑)、“分享”(家人互动交流平台)、“X.F.U”(Family photo sharing set家庭照片分享系统)、“限-无限”(无线运动模拟器)、“世界上另一个我”(亲情传递电子媒介)。



学生作品：“世界上另一个我”
(亲情传递电子媒介)

索尼绿色成长计划

为促进环保宣传教育事业的发展，支持政府的绿色环保事业和方针，在2006年索尼(中国)成立10周年之际，设立“索尼绿色成长计划”。11月期间，在销售出的每一台消费电子产品(五类)的销售额中捐赠人民币10元用于在中国开展青少年环保教育活动。

“绿色成长计划”为期两年，其宗旨为提高青少年环境意识，鼓励青少年学习环保知识，关心身边的环境问题，积极为社会的可持续发展做出贡献。2007年4月22日，第38个地球日之际，“索尼绿色成长计划”项目正式启动。

项目分为绿色培育计划和绿色行动计划两个阶段，将在中学生中开展系列环保活动。通过支持学校建立绿色书架和开展环保读书活动，鼓励青少年学习基础环境科学知识，理解人与自然和谐相处的基本理念；通过举办环保征文摄影比赛，引导青少年关注身边的环境问题，培养青少年热爱自然、保护地球环境的意识和对环境的责任感；通过绿色行动方案设计大赛并为优秀绿色行动方案实施提供资金支持，鼓励青少年学会如何从自身开始，从身边小事做起，积极参与保护环境的实际行动，在成长过程参与环境保护与可持续发展的实践，成为爱护环境、保护环境、建设环境的绿色公民。

该项目首批在北京、上海、南京、广州、成都、沈阳等六城市的三十余所学校中开展活动。活动中将建立网站，组织夏令营、开展教师培训等活动，建立环境教育交流信息、分享经验的平台。

此外，索尼梦苑也在2006年9月份举办了“绿色未来——索尼梦苑环保空间站”科技节环保活动，在高中校园宣传环保。环境大使艾可(ECO)受到了同学们的热烈欢迎。“绿色未来”成了校园里的流行语。

北京国际音乐节“索尼之夜”

索尼在致力于创造高品质影音娱乐，为人们提供全新娱乐生活方式理念的同时，大力支持中国的文化交流事业。索尼连续8年支持北京国际音乐节，为中国广大的音乐爱好者提供了更多欣赏世界顶级经典音乐演出的机会。

北京国际音乐节是由中华人民共和国文化部、北京市人民政府、中国国际友好联络会联合主办的大型年度音乐活动。在活动开展的9年中，吸引了众多国际知名艺术家和音乐团体来京参加演出，推动了音乐文化的全球性发展，并以其国际化定位成为北京的标志性文化艺术活动之一。

2006年10月29日，“索尼之夜”第九届北京国际音乐节闭幕式演出在北京保利大厦隆重举行。来自意大利威尼斯凤凰歌剧院的强大演员阵容精彩演绎著名歌剧《茶花女》。该剧团作为世界公认的歌剧《茶花女》的权威演绎者，为大家带来一场地道原版的经典艺术享受。



“索尼绿色成长计划”启动仪式



环保心愿树



“索尼之夜”海报

专题 创新

1946年索尼创立时起草的《成立宣言》中明确阐明：“开发制造社会广泛利用的高技术产品”。自此以来，索尼不断开发新技术，为人们提供创新的产品和服务，并通过各种生活方式提案为社会提供梦想和快乐。

索尼认为，当今不断创新的技术，在创造可持续生活方式和解决各种社会课题方面，蕴涵着无限的可能。

索尼通过创新的技术、产品和服务来贡献社会，并将作为公司DNA的创新精神加以继承和发扬，并不断挑战新的可能性。

可帮助查明疾病原因的“Cell Broadband Engine™” (Cell) 技术

“Cell Broadband Engine™” 和分散计算

“PLAYSTATION®3” (PS3®) 配置的半导体“Cell BroadBand Engine” (Cell 宽带引擎, Cell/B.E.) 具有优异的演算功能和约为标准计算机 10 倍的处理功能。利用 Cell/B.E. 可以实时进行庞大的媒体演算处理，不仅可用于新一代数字家电产品群及计算机娱乐系统，还可用于电影制作工作站及科学技术用模拟系统等，今后的应用领域相当广泛。此外，还可以同时执行多个操作系统 (OS)，可同时执行既有计算机、工作站用 OS 和数码家电、计算机娱乐系统等实时 OS。

所谓分散计算，是指不使用中央超级计算机仍可获得庞大计算功能的方法，主要在大学及研究机构等使用。小而分散的计算单元被分配到参加项目的用户计算机中，计算结束后汇集计算结果。因此，通过增加更多的计算机，可以实现更庞大的计算功能。

利用这些技术，通过网络连接的 PS3® 就能像超级计算机一样工作。

利用 PS3® 分析蛋白质折叠现象

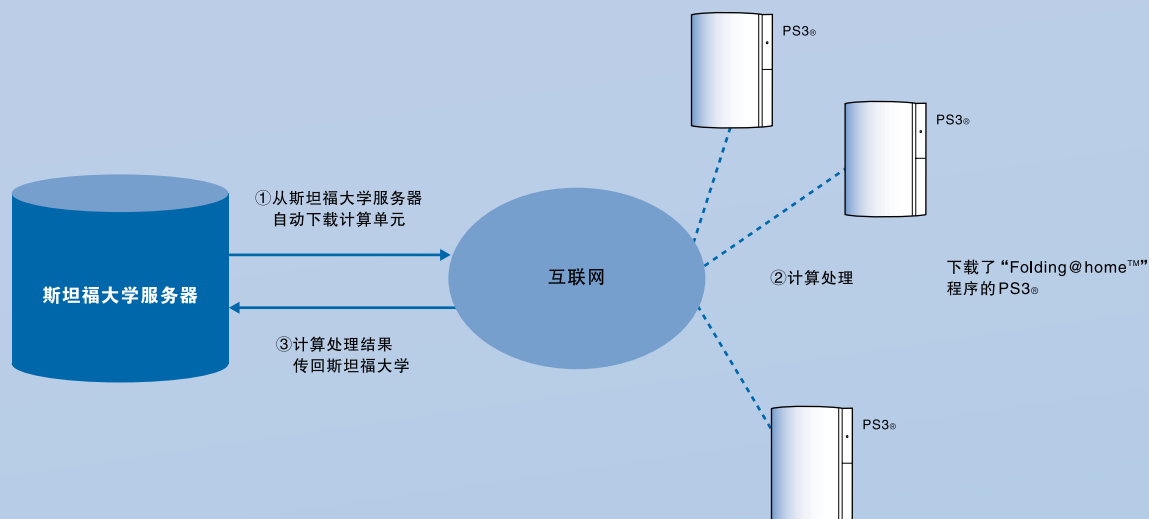
在查明蛋白质异常折叠现象所引起的帕金森病、阿尔茨海默氏病、癌症等各种疾病原因方面，庞大的计算分析能力是必不可少的。蛋白质折叠过程非常复杂，所以需要通过网络进行计算机模拟研究，而使用个人计算机进行模拟计算需长达 30 年的时间。



Folding@home™ 启动时的 PS3® 画面

美国斯坦福大学为研究折叠现象，设立了分散计算项目“Folding@home™”，把庞大计算作业细分后分配给参加项目的各个终端，通过多个终端并列处理，以缩短分析所需的时间。在计算结束的同时，各终端计算处理结果经由互联网传回斯坦福大学。

“Folding@home™”的结构



索尼计算机娱乐公司(SCE)从2007年3月开始向PS3[®]提供支持“Folding@home™”的应用软件, PS3[®]搭载了具有优异演算功能的Cell/B.E., 帮助分析, 有助于查明疾病原因。

截至2007年3月, 全世界约有20万台计算机加入“Folding@home™”, 通过大量PS3[®]用户的加入, 综合计算能力在短时间内比此前增加了1倍以上(截至2007年6月)。

详细信息 >> Folding@home™ on PLAYSTATION®3
<http://www.scei.co.jp/folding/jp/>



“Contributing to the Earth”标志是索尼计算机娱乐公司的商标。

利益相关方致辞

医学研究的可能性

模拟微生物及化学药品变化过程在现代医学领域具有至关重要的作用。斯坦福大学为了研究人类蛋白质折叠现象, 了解各种相关疾病, 于2000年10月成立了分散式计算项目“Folding@home™”。为了更深入地了解蛋白质折叠现象, 该项目利用计算机进行模拟。在研究过程中, 伴随庞大计算能力进行分析是必不可少的, 因此我们已向互联网上的志愿者发出请求, 希望他们来帮忙完成该分析。本项目从一开始就得到了100万台计算机的支持。



Vijay S. Pande
斯坦福大学化学系结构生物专业副教授

2007年3月, 索尼的“PLAYSTATION®3”用户也开始参与本项目。承蒙这些用户的协助, 仅一个月的时间处理能力就成倍增长, 对疾病的了解进一步加深, 极大地加快了疑难疾病治疗药物研发的步伐。

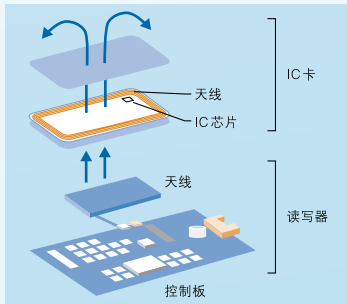
“Folding@home™”项目取得成功的关键在于先进的技术和诸位志愿者持续的支持。今后, 我们仍然期待索尼及其他合作企业

改变生活方式的非接触型IC卡技术方式“FeliCa”

FeliCa

索尼开发的“FeliCa”^{*1}是一种非接触型IC卡技术，只要把该卡在读写器上刷一下，就可以进行数据交换。其名称由“felicity(幸福)”一词发展而来，正如其名称所蕴涵的意义那样，它的诞生是为了给日常生活带来更多的享受和便利。自1996年FeliCa卡上市以来，相继在日本、新加坡、中国、印度和泰国等国家的公共交通工具和手机服务等领域得到广泛应用，截至2007年3月，FeliCa兼容IC芯片累计上市数量达2亿个。

FeliCa 的工作原理



只要把FeliCa卡在读写器上刷一下，就可以接收读写器天线发送的电磁波，在FeliCa卡内产生电能。由该电能启动的FeliCa卡可以和读写器相互通信，进行数据交换，因此FeliCa卡内不需要电源。包括密码处理在内，读写器和FeliCa卡之间的信息处理可以在0.1秒以内完成。

· 安全性高

读写器和FeliCa卡之间除了相互认证和通讯数据密码化之外，也进行了防数据篡改处理。由于数据安全性得到提高，故可以应用于结算、个人认证等要求具有相当安全性的领域。

· 使用便利

由于本卡采用的是只要刷一下即可进行数据交换的非接触式卡，不需要插拔，所以适合从儿童到老年人等广泛的人群使用。此外，一张卡还可以管理多功能数据。

· 环保性

更换数据即可使本卡多次重复利用，因此越来越多地被作为电子车票以代替以往的纸质车票。利用植物塑料^{*2}制作的FeliCa卡也开始得到实际应用。

由于一张卡可以用于多种用途，目前FeliCa技术已广泛用于电子车票及电子货币，信用卡、电子工作证、会员证及积分卡等。此外，手机中嵌入这些功能后就变成了“手机钱包[®]”^{*3}，集钱包和手机的诸多功能于一身，使支付行为更为便利。

FeliCa技术只要“刷一下”就可以进行数据通信，不仅简单，而且便利、安全，相信将被应用于各种生活方式中。

FeliCa 应用举例

电子结算功能



电子货币

电子车票功能



交通工具电子车票

个人认证识别功能



电子工作证和学生证

^{*1} “FeliCa”是索尼公司开发的非接触型IC卡技术。“FeliCa”是索尼公司的注册商标。

^{*2} 关于植物塑料的详细内容，请参照第71页。

^{*3} “手机钱包[®]”是NTT DoCoMo, INC.的注册商标。

专题 气候变化

气候变化是21世纪全球面临的最重要的课题之一，对索尼而言，也是实现可持续发展的社会和商务的重要课题。气候变化引起的地球环境变化和大规模自然灾害，给地球上的所有生物都造成了重大影响，可以预想为了抑制气候变化，世界各国将会从各个层面加强环境法制建设，消费者会更主动地购买和使用环保型产品，这些外部商务环境的变化也会影响企业的活动。

索尼的事业所在使用能源的过程中，会直接排放CO₂和PFC等温室气体，再加上索尼产品运输过程中间接排放的CO₂以及用户使用索尼产品时产生的CO₂，通过换算，可以推算出索尼温室气体的总排放量约为2,053万吨。^{*1}

索尼除了使用最新技术削减产品的耗电量以及事业所的直接排放量之外，还通过与NGO合作、积极使用可再生能源以及参与排放权交易市场等方式推进综合环保措施，努力减少温室气体排放量。

*1 请参照第66页内容。

与NGO建立合作伙伴关系



2006年7月，索尼与世界环保NGO(非政府组织)WWF(世界自然基金会)签订协议，加入WWF的“减排先锋计划(Climate Savers program)”。

该计划中WWF与企业结成合作伙伴关系，共同实施各种温室气体削减措施。企业通过与WWF对话，制定更高的削减目标，由WWF和第三方认证机构对该目标和实际削减成果进行验证。

索尼与WWF经过反复讨论，设定了全球事业所的温室气体绝对值削减目标，其中包括美国和中国等未承担京都议定书中的削减义务的国家的事业所，双方就以下四点达成一致：

1. 截至 2010财年索尼集团CO₂换算温室气体绝对排放量较2000财年削减7%。
2. 通过削减主要产品全年耗电量来削减产品使用时的CO₂排放量。
3. 由索尼和WWF共同举办向消费者宣传防止全球变暖的交流活动。
4. 索尼积极支持WWF把地球平均气温上升控制在工业革命前2度之内的主张。

根据该协定，索尼将推进索尼全球制造事业所和非制造事业所温室气体的削减及产品的节能活动，特别是积极与WWF合作开展防止全球暖化的交流活动，号召广大用户重视产品使用阶段的CO₂排放量，从而达到削减的目标。

利益相关方致辞

努力解决气候变化问题

气候变化给世界各地带来了深刻的影响。最新科学调查显示，全球必须尽早采取措施削减温室气体排放量。我们已经不能放任这个问题，必须立即采取行动。

WWF(世界自然基金会)认为，企业对采取措施解决气候变化问题负有重大责任。WWF推进的“减排先锋计划”，其目的是联合企业进一步采取措施削减温室气体排放量。索尼也于2006年加入了该计划，为解决气候变化问题担负起了自己的一份责任。

索尼通过与WWF协商，就削减索尼各事业所的温室气体排放量及率先削减主要产品的全年耗电量达成一致。由于索尼产品使用电能，与制造工序相比，使用过程中排放的CO₂更多。WWF相信，索尼将通过生产世界顶级的节能产品来表明通过企业的努力是可以削减消费者在使用产品时的耗电量的，并成为这方面的典范企业。

目前，WWF和索尼正在共同努力就协商确定的目标达成情况进行调查和验证。



奥利巴·拉夫
WWF全球总部
气候变化项目
商务及产业部门代表

推进产品节能活动

索尼目前正积极推进产品能耗的削减活动，并致力于减少顾客使用产品时的CO₂*¹间接排放量。

2006财年上市的液晶电视“BRAVIA”的主要型号产品，获得日本节能中心(财团)统一节能标志最高级别的五星标志。

2007年2月，索尼欧洲公司在产品能效提高方面对社会的主动承诺和努力以及向消费者披露信息的做法都得到了较高评价，从而获得了欧洲委员会颁发的“欧洲可再生能源奖”，这是家电·娱乐业界公司的首次获奖。

该奖项是欧洲委员会推进“欧洲可再生能源运动”的一项举措。2007年2月起，索尼在欧洲销售的所有型号电视机的每小时待机能耗不足1瓦特，其中有30个型号电视机每小时待机能耗为0.3瓦特，低于市场平均值。

*¹ 关于产品和服务的环保措施，请参照第69~73页内容。

事业所的温室气体削减活动

索尼积极致力于削减事业所的温室气体排放量*²。2006年10月竣工的总部新建大楼(东京)采用了索尼与设备生产厂家共同开发设计的高效热源系统，并有效使用未加利用的能源。除了在建设过程中努力削减CO₂排放外，入住后也在各个方面采取措施推进节能工作，与普通大楼相比，CO₂排放量预计可削减40%*³。

*² 关于事业所开展的环保活动，请参照第79~83页内容。

*³ 来源于索尼调查。

可再生能源的引进

索尼公司还积极引进可再生能源*⁴。在日本，索尼从2001年起使用与电力公司共同开发的“绿色电力证书系统”，委托其进行绿色能源发电。最初，年绿色能源委托发电量只有450万kWh，其后由于集团公司的引进，委托量逐步增加，2007年4月，索尼与之签订了全年1,000万kWh的地热发电委托合同，这是当时日本最大的绿色电力证书交易合同，从而使日本索尼集团绿色电力证书系统的委托发电量达到年2,040万kWh。此外，有的索尼事业所还设置了太阳能发电设备。在欧洲，索尼也积极购买绿色电力。

*⁴ 关于可再生能源的引进，请参照第80页内容。

排放权交易

索尼在推进企业内部节能工作的同时，作为全球暖化应对措施之一，还积极致力于排放权交易。索尼电子(美国)公司已宣布参加自愿参与型排放权交易市场——芝加哥气候交易所，并提出了“以1998年至2001年平均排放量为基准，到2010年将集团在美制造企业能源使用造成的CO₂直接排放量削减6%”这一具体目标，努力削减排放量。在芝加哥气候交易所，除了本公司减排量外，还从减排项目购买减排信用额以实现达标。

此外，索尼还于2004年12月在日本参与出资设立了日本温室气体减排基金(JGRF)。设立该基金的目的是以减排信用额的形式购买在发展中国家等实施的温室气体减排项目的排放权，并将其分配给出资企业。通过该基金，索尼公司预计将在2007年以后在京都议定书的框架下获取有效的减排信用额。



欧洲可再生能源奖



索尼公司新建总部大楼(东京)



绿色电力标志：
通过日本绿色能源股份公司“绿色电力证书系统”证明的绿色电力(绿色能源)利用标志。

专题 供应链管理

近年来，利益相关方对企业社会责任的关心已不仅仅限于产品的品质，而是迅速提升至综合性“产品责任”，其中包括产品生产一线的人权、劳动和环境等。特别是随着生产和采购供应链逐步扩大到发展中国家，利益相关方的关注点开始由原来的制造商直接控制的本公司生产一线扩展到供应零部件和原材料的供应商及生产承包商。针对构成产业链的客户，索尼开发并引入了与其他同行的共享框架“CSR采购”，即包括遵守法律法规、劳动、安全卫生、环保等在内的CSR管理。

全球“CSR采购”联盟的形成

在电子行业，多数最终产品生产厂家通常会使用相同的生产承包商及零部件等的供应商。因此，如果各生产厂家都要求供应商按照各自的标准供货，就会给供应链造成极大的混乱和过度的负担。

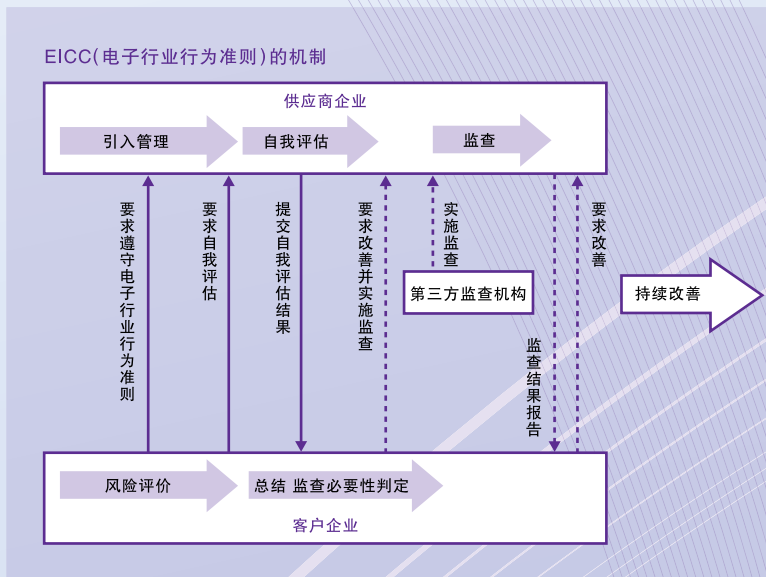
为了有效推进电子行业供应链CSR管理，2004年电子行业行为标准(Electronic Industry Code of Conduct: EICC)执行委员会正式成立。EICC共同开发行为准则制定和管理所需的工具和网络系统，以促进整个电子行业供应链中CSR管理的有效运用·改善以及活动水平的提高。此外，还计划开展供应商的能力开发项目。在这些机制的构筑过程中，定期与非政府组织(NGO)及社会责任投资团体等利益相关方进行意见交流。

EICC会员企业包括伟创力、惠普、IBM、英特尔、微软在内，共有25家欧洲、美国、亚洲和日本的企业(截止2007年4月)，由制造厂家、承包商、零售商等构成。EICC还与以欧洲电信行业为主的全球电子可持续性倡议(GeSI)供应链工作小组等同行行业相关组织协作，共同推进供应链的CSR管理。

自EICC设立初期起，索尼就作为运营委员之一积极参与企划。



EICC会议



EICC主要活动

- 《电子行业行为准则》的制定和修订
- 通用工具的制作
 - 风险评估工具
 - 确定风险领域、定位活动优先顺序的工具
 - 供应链自我评估
 - 实施自我填写式调查，以提供CSR举措和管理体系相关信息
- 监查的实施
 - 监查程序的统一化
 - 选定第三方监查实施机构
- 网络系统的构筑和运用
 - 对各供应商提供的CSR相关数据进行收集、管理和分析的网络信息管理系统
- 实施利益相关方参与

索尼供应商行为规范准则(规定项目)

2005年6月制订

- 遵守法律法规
- 劳动
 - 雇佣的自主性
 - 禁止雇佣童工
 - 禁止差别对待
 - 禁止非人道待遇
 - 确保最低工资
 - 工作时间的法规遵守
 - 确保结社自由
- 安全卫生
 - 机械设备的安全措施
 - 卫生管理
 - 安全管理
 - 应对紧急状况
 - 工伤、职业疾病
 - 体力劳动
 - 确保宿舍和食堂卫生
- 环境保护
 - 产品含有物质限制法规的遵守
 - 化学物质和环境污染物质管理
 - 污水和固体废弃物管理
 - 防止大气污染
 - 环境许可证的取得和合理报告
 - 预防污染及节省资源
- 管理体系
 - 企业的承诺
 - 经营的责任
 - 法律和顾客要求
 - 风险评估和风险管理
 - 业务活动目标、实施计划和测定
 - 教育、培训
 - 交流
 - 职员反馈和参与
 - 监查和评估
 - 改进措施
 - 文件化和记录
- 道德经营
 - 禁止贪污、恐吓、挪用公款
 - 信息披露
 - 不正当利益的提供和接受
 - 公平经营、广告、竞争
 - 内部举报制度
 - 社会贡献
 - 知识产权的保护

《索尼供应商行为规范准则》的制订和运用

索尼在这种背景下，根据行业共同的《电子行业行为准则》(Electronic Industry Code of Conduct)，于2005年6月制订了《索尼供应商行为规范准则》。

至2006财年，索尼已向所有相关供应商公布了《索尼供应商行为规范准则》，并要求各供应商严格遵守本准则。此外，为了掌握各供应商的遵守情况，公司还分阶段引入供应商自我评估制度，并召集供应商举办说明会。此外，索尼还开始通过EICC共同监查对部分供应商进行试点监查。

详细信息 >> 原材料采购活动

《索尼供应商行为规范准则》<http://www.sony.net/csr/report>

利益相关方致辞

供应链管理的意义

欧美国家CSR概念的特点之一就是非常关注“劳动例行”问题，其背景在于这些国家有相当的消费者优先关注工人的严酷劳动条件及雇佣童工问题，特别是那些开展外包业务及全球采购的跨国企业在这方面的举措，涉及的领域从体育用品，到玩具、鞋、服装，现在已扩大到电气电子设备。今天，供应链整体CSR管理对索尼这样的跨国公司而言，已成为一个重要课题。不仅是社会责任投资者，普通股东等利益相关方也担心供应链产生的“劳动例行”问题对该企业形象造成损害的风险。

索尼通过业务的国际化和多样性，在CSR方面进行了各种尝试。公司在2003年《索尼集团行为准则》中阐明了对供应商的期待，并参加了美国电子制造企业共同设立的电子行业行为规范准则执行委员会，并于2005年6月制定了《索尼供应商行为规范准则》，其行动得到较高评价。今后，希望公司更加关注包括自我评估在内的各项举措。

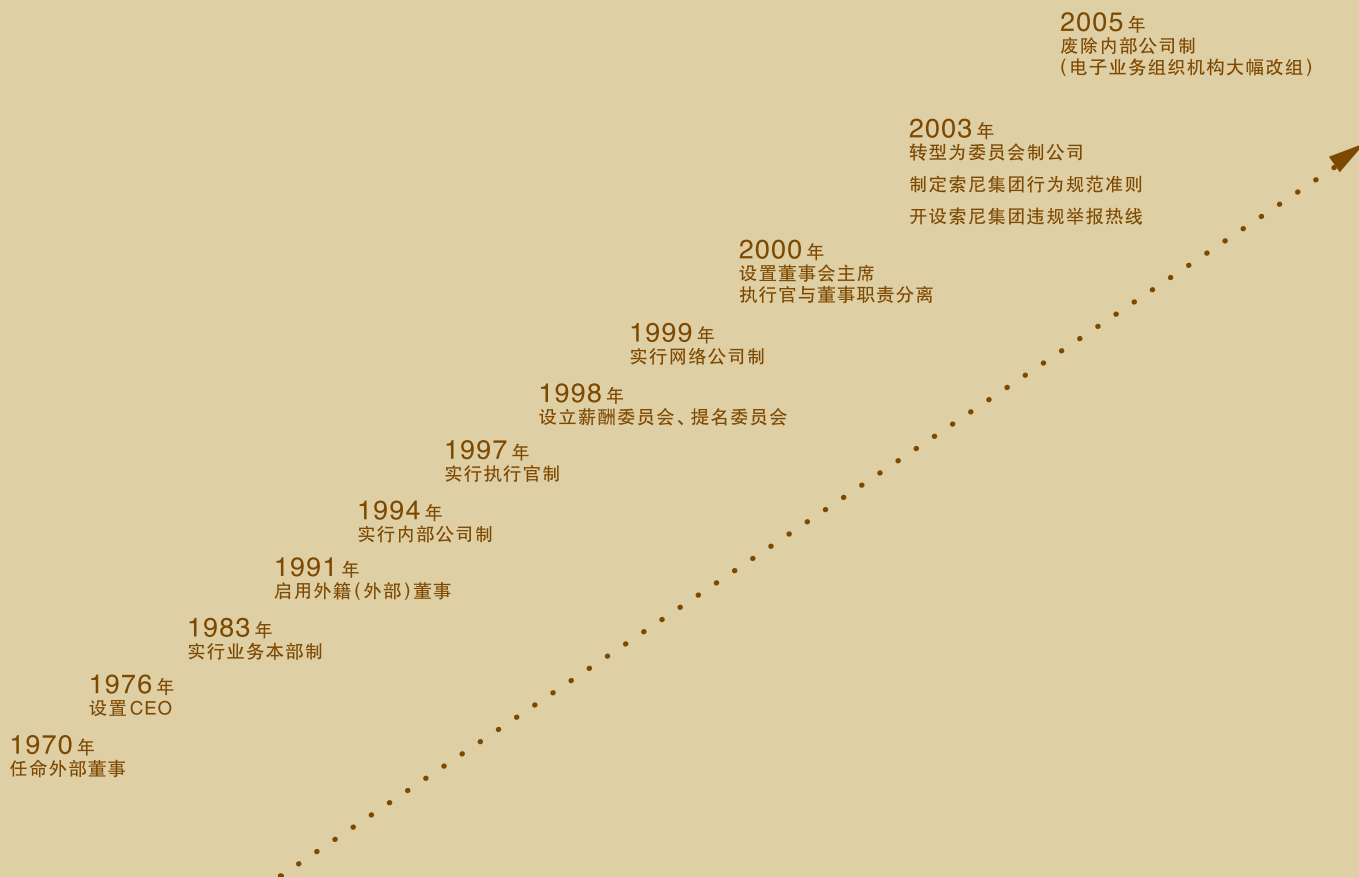
供应链CSR管理的必要性并不仅限于原材料和零部件的采购阶段。有人指出，在产品销售和废弃阶段也存在诸多问题需要解决。希望索尼在这些领域也能够发挥出色的带头作用。



足达英一郎
日本综合研究所
创造开发战略中心
首席主任研究员

管理体制

索尼企业统辖体制强化过程



公司外部董事致辞

作为世界领先的跨国企业，索尼肩负时刻引领时代潮流的重望。在监查、执行、业务等企业运作的全盘中贯彻履行企业对社会的责任，是关乎索尼存亡的核心问题。

为继续严格遵循有关财务报告的美国SOX法，全面贯彻执行《索尼集团行为规范准则》，确保企业整体的“社会责任 - CSR”的高水准，我们必须坚持不懈地完善企业的管理体制和内部管辖体制。

索尼公司
董事 董事会主席
小林 阳太郎



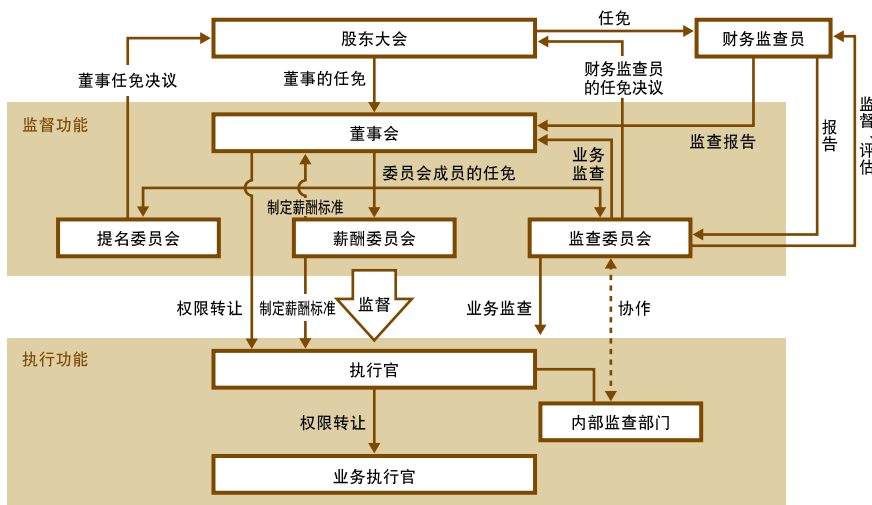
企业统辖体制

强化企业统辖体制是索尼公司当前面临的最重要的经营课题之一。作为其中一环，索尼采用了日本公司法规定的“委员会制公司”的经营机构设置方式，除了遵守法律法规的相关规定外，还通过加快经营监督机构董事会脱离执行领域的进程、同时确保各委员会切实发挥各自职能等索尼实行的独特措施，构建并不断维护这一健全、透明的构架。此外，在明确各自责任范围的基础上，董事会还将执行业务的相关决策权限移交给执行官，通过快速决策提高集团的经营效率。

经营机构概要

作为法定机构，索尼公司设立了由股东大会选任的董事组成的董事会、以及由董事会选出的董事组成的提名、监查、薪酬委员会，并设置了由董事会任命的执行官。除这些法定机构以外，还在特定领域设置了执行业务的业务执行官。

索尼的企业统辖机制



各机构的主要职责

董事会:

- 制定索尼集团的基本经营方针
- 监督索尼集团业务执行情况
- 委员会成员的任免
- 执行官的任免

详细信息 >> 索尼公司 董事会规定

http://www.sony.net/SonyInfo/IR/qfhh7c000009vi0u-att/board_of_directors_E.pdf

提名委员会:

- 决定董事的任免

监查委员会:

- 负责监督董事的职务执行情况以及执行官的职务执行情况(财务报表的制作程序、信息披露的统一管理及其程序、内部统一管理、Compliance体制、危机管理体制、内部监查体制、内部举报体制以及其它相关体制)。
- 决定财务监查员的任免、不连任及其薪酬核准，监督和评估财务监查员的工作。
- 讨论财务监查员的监查范围及监查结果(包括对内部统一管理、与美国普遍公认的会计准则的相符性以及整体财务报告的评估)。

薪酬委员会:

- 制定各董事、执行官、业务执行官及集团高级管理人员的薪酬方针并依照该方针制定各董事、执行官的薪酬额度及其内容构成。

详细信息 >> 董事及执行官薪酬基本方针

<http://www.sony.net/SonyInfo/IR/stock/qfhh7c00000cmtik-att/nts90.pdf>
(P26-27)

执行官:

- 在董事会授权的范围內，进行索尼集团的经营决策及执行。

业务执行官:

- 在业务部门、研究开发、总公司职能部门等特定领域內，遵循董事会及执行官制定的基本方针执行所负责的业务。

索尼独有的措施

为了进一步加强企业管理，索尼公司在董事会规定中除了法律相关规定外，还加入了确保董事会脱离执行功能以及确保各委员会切实发挥自身功能的事项，并将其制度化。各项措施主要包括以下内容：

- 董事会主席、副主席与代表执行官分离；
- 限制公司外部董事的连任次数，委员会成员轮执；
- 从公司外部董事中选任各委员会主席；
- 制定董事的任职资格条件，以排除利益冲突、确保独立性；
- 增加提名委员会的下限人数(5名以上)，且2名以上的提名委员须由兼任执行官的董事出任；
- 原则上1名以上的薪酬委员须由兼任执行官的董事出任，并禁止索尼集团的CEO、COO以及兼任同等职位的董事出任薪酬委员会委员；
- 原则上禁止监查委员兼任其它委员会委员。

会议召开情况

2006财年(2006年4月1日~2007年3月31日)共召开了8次董事会会议、5次提名委员会会议、14次监查委员会会议和6次薪酬委员会会议。各董事于2006财年在任期间，至少出席了75%以上的董事会会议以及所属委员会会议。

(上述记载符合美国证券交易法Rule14a-101的相关规定)

监查委员会与内部监查部门的合作情况

索尼公司设立内部监查部门，通过对设立于日本国内外主要集团公司的内部监查部门的统管，实现了全球内部监查的统一管理。内部监查部门定期向监查委员会汇报监查情况，并且每月向监查委员会提交月度监查报告书。此外，为了强化内部监查部门的独立性，该部门负责人的任免须经监查委员会的批准。

美国企业改革法的管理

在美国，由于企业财务丑闻时有发生，因此，美国于2002年制定了企业改革法(Sarbanes-Oxley Act:SOX法)。由于索尼公司已在美国证券交易委员会(SEC)注册登记，因此也受该法律限制。

根据SOX法，索尼公司的CEO及CFO(以下称“管理层”)有义务在向SEC提交的年度报告Form20-F中附加证明文件以证明公司的财务报表的真实准确性、信息披露的统管及其程序、内部管辖对财务报告的相关规定。

索尼公司在“信息披露的统管及其程序”方面，建立了相关管理构架，由主要业务部门、分公司、相关公司以及公司内部部门报告潜在的重要事项，然后根据其对索尼集团的重要程度来决定是否对外披露。为了确保该构架的建立和运行以及确保财务报告的真实准确性，索尼设置了由IR、会计、法务、传媒公关、财务、内部监查及人事部门负责人共同组成的咨询机构“信息披露委员会”，向CEO、总裁及CFO提供相关支持。

从2007年3月开始，公司规定Form20-F中必须包含管理层对财务报告内部控制情况的报告。为此，索尼设置了由总公司部门负责人组成的跨组织运营委员会，来负责监督和评估内部统管所必需的书面记录、内部考核、评估体制等国际化工作。根据评估结果，管理层可以做出结论，认为截至2007年3月31日的索尼财务报告内部统管有效。

内部统一管理及统辖框架相关的董事会决议

在2006年4月26日召开的董事会会议上，根据日本公司法第416条第1款第1项中第2条及第5条规定，针对本公司及索尼集团内部统一管理及统辖框架的相关事项，董事会成员在明确现有体制的基础上，通过对当前体制进行持续评估和适当改进的决议。

详细信息 >> 内部统一管理及统辖框架相关的董事会决议
<http://www.sony.net/SonyInfo/IR/library/control.html>

董事及公司执行官

董事会		
主席: 小林 阳太郎* 副主席: 河野 博文*		
霍华德·斯金格	索尼公司董事长兼首席执行官	
中钵 良治	索尼公司总裁兼电子业务首席执行官	
井原 胜美	索尼公司执行副总裁, 负责消费产品集团	
冈田 明重*	三井住友银行特别顾问	
河野 博文*	JFE钢铁公司高级副总裁	
小林 阳太郎*	富士施乐有限公司首席顾问	
橘·FUKUSHIMA·咲江*	Korn/Ferry国际公司代表董事, 日本地区总代表; 美国Korn/Ferry国际公司董事	
宫内 义彦*	ORIX公司董事, 代表执行官, 董事长, 首席执行官	
山内 悦嗣*	三井住友金融集团董事	
Peter Bonfield*	Telefonaktiebolaget LM Ericsson公司董事	
住田 笛雄*	住田会计事务所所长	
张 富士夫*	丰田汽车公司董事长	
Ned Lautenbach*	Clayton, Dubilier&Rice公司经营合伙人	
安田 隆二*	一桥大学研究生院 国际企业战略研究科教授	
提名委员会	监查委员会	薪酬委员会
主席: 小林 阳太郎*	主席: 山内 悦嗣*	主席: 冈田 明重*
委员: 河野 博文*	委员: 住田 笛雄*	委员: 宫内 义彦*
Peter Bonfield*	安田 隆二*	橘·FUKUSHIMA·咲江*
张 富士夫*		
霍华德·斯金格		
中钵 良治		

*符合日本公司法第2款第15条对外部董事条件的规定。

公司执行官	
霍华德·斯金格**	董事长兼CEO
中钵 良治**	总裁兼电子业务CEO
井原 胜美**	副总裁, 负责消费产品集团
中川 裕	执行副总裁, 负责半导体 & 元件集团
大根田 伸行	执行副总裁兼首席财政官
木村 敬治	执行副总裁, 负责技术战略、知识产权及电子业务战略
Nicole Seligman	执行副总裁兼法律总顾问

**兼任董事。

(以上为截至2007年6月21日的新任董事、执行官及其职务信息)

详细信息 >> 向东京证券交易所提交的《企业统辖体制报告》
<http://www.sony.net/SonyInfo/IR/NYSEGovernance.html>

Compliance ※¹

遵守法律法规，开展符合道德规范的业务活动是索尼企业文化中最为基本的事项之一。为强化索尼集团整体诚实、道德地开展业务活动，确保恰当应对法律及道德规范问题的企业经营体制，索尼建立了Compliance网络，设置了Compliance统管部门，制定并实施了《索尼集团行为规范准则》，导入了内部举报制度。

强化Compliance体制的措施

索尼为了使集团内部彻底认识到企业遵守法律法规、公司内部规章制度方针及诚实、道德地开展业务活动的重要性，并进一步强化这一认识，于2001年7月在索尼公司内设立了全面管理索尼集团整体Compliance活动的统管部门，负责索尼集团的Compliance的方针制定、Compliance体制的建立以及索尼集团危机管理对应等工作。

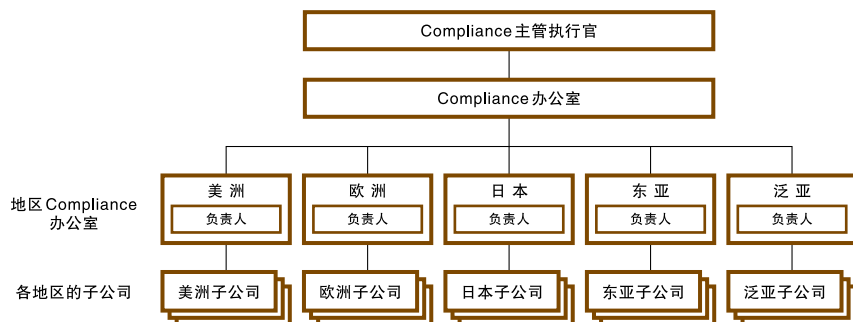
此外，为了协助索尼公司的Compliance统管部门的工作，索尼于2003年7月分别在美洲、欧洲、日本^{*2}、东亚^{*3}、泛亚^{*4}成立了地区Compliance统管部门，从而构建起索尼的Compliance网络。各地区的Compliance统管负责人对所负责地区的索尼集团下属公司的Compliance活动具有指导监督权。各地区的Compliance统管部门在紧密协作的基础上，为建立和巩固索尼全球Compliance体制而努力。

^{*2} 负责地区：日本、韩国、台湾地区

^{*3} 负责地区：中国大陆、香港地区

^{*4} 负责地区：东南亚、中东、非洲、大洋洲

Compliance网络



索尼集团行为规范准则

索尼为了加强集团整体的企业统辖以及全面开展遵守法律法规和道德规范的业务活动，于2003年5月制定了《索尼集团行为规范准则》。该准则明确规定了索尼集团所有董事、高级职员以及普通雇员都必须遵守的基本事项。除了遵守法律法规，还制定了尊重人权、产品和服务安全、环境保护、公司信息的披露等与索尼集团的企业道德和业务活动相关的基本方针。

索尼集团行为规范准则(规定项目) 2003年5月制定

【适用对象(公司)】

- 索尼公司
- 索尼公司直接或间接拥有50%以上表决权股或股的任何公司
- 索尼公司董事会决定包括的其它公司

【适用对象(个人)】

索尼集团的所有董事、高级职员及普通雇员

【规定项目】

1. 基本原则

- 1-1 遵守法律法规、内部规章、诚实原则及商业道德
- 1-2 与利益相关方的关系
- 1-3 尊重多样性
- 1-4 避免结构性利益冲突
- 1-5 违规举报

2. 尊重人权

- 2-1 就业机会平等
- 2-2 禁止强迫劳动和使用童工
- 2-3 完善的劳动和就业制度
- 2-4 工作环境

3. 正直、公平地开展业务

- 3-1 产品和服务安全
- 3-2 环境保护
- 3-3 公平竞争
- 3-4 广告
- 3-5 公司信息的披露
- 3-6 个人信息
- 3-7 知识产权
- 3-8 保密和专有信息
- 3-9 公平采购
- 3-10 送礼及招待
- 3-11 信息记录和报告

4. 个人职业道德

- 4-1 内幕交易
- 4-2 个人利益冲突
- 4-3 公司财产
- 4-4 媒体关系及公开发言

^{*1} Compliance = 遵守法律法规及公司内部规章制度

世界各地的索尼集团下属公司均已将《索尼集团行为规范准则》译成本国官方语言，并将其作为公司的行为规范准则来实施。目前，《索尼集团行为规范准则》已被译成26种语言。

《索尼集团行为规范准则》是根据《经济合作发展组织(OECD)跨国公司指南》、《联合国全球契约》、《联合国世界人权宣言》等主要国际标准和指南的原则制定的。

此外，索尼还参与策划制定了由日本代表性企业组成的社团法人日本经济团体联合会的《企业行为宪章》，并严格遵守宪章的内容。

索尼还以制定《索尼集团行为规范准则》为契机，就索尼集团统辖上的重要事项，进行索尼集团通用规则的整合以及统一管理。

详细信息 >> 索尼集团行为规范准则 <http://www.sony.net/code/>

内部举报制度

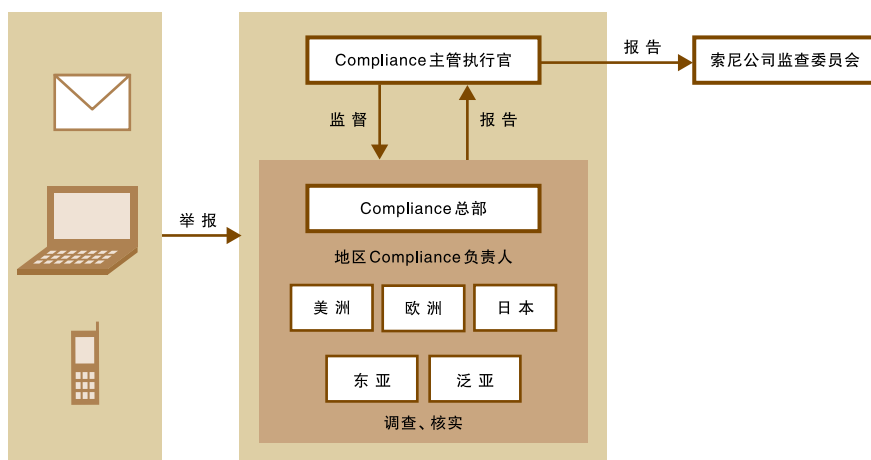
索尼制定《索尼集团行为规范准则》后，员工能够更容易地参与到Compliance活动中。索尼还设置了“索尼集团违规举报热线”，以早期发现和及时应对违反法律法规和公司内部规章制度等潜在风险。在美洲、欧洲、日本、东亚、泛亚各地区分别设置了举报窗口，建立了能够以电话、电子邮件、信件等方式受理来自索尼集团全体员工举报的体制。

“索尼集团违规举报热线”作为直接对Compliance主管执行官负责的窗口，独立于一般的公司指挥命令系统。除定期向经营管理层以及监察委员会汇报案件情况外，对重大案件还可适当进行单独报告。

从保护举报者的观点出发，索尼允许匿名举报，以确保诚实的举报者不会在公司内部受到不正当对待。

2006财年，索尼集团共受理了约250件的内部举报案件。举报内容包括雇用、劳动、工作环境、信息管理、环境保护、财务等方面。对所受理的举报，索尼在充分调查核实的基础上，妥善地进行处理。有时还以处理举报案件为契机，重新对公司内部程序进行评审和改进，并制定对策，整合和贯彻执行公司的内部规章制度。

索尼集团违规举报热线



URL

经济合作发展组织 跨国公司指南 <http://www.oecd.org/>

联合国全球契约 <http://www.unglobalcompact.org/>

联合国世界人权宣言 <http://www.un.org/Overview/rights.html>

社团法人日本经济团体联合会 企业行为宪章 <http://www.keidanren.or.jp/japanese/policy/cgcb/charter.html>

《索尼集团行为规范准则》和内部举报制度的教育普及活动

索尼为了向索尼集团所有公司普及《索尼集团行为规范准则》以及内部举报制度，通过电子邮件、手册和卡片、宣传海报、培训会、e-learning 培训以及公司内部刊物等渠道进行持续性宣传推广。此外，在许多索尼集团内部网站上也公布了相关信息。

此外，在企业道德及《索尼集团行为规范准则》的各项条款中，就索尼集团整体的 Compliance 重要领域（例如：禁止垄断、公平竞争及公平交易、防止工作中的歧视及骚扰等事项），灵活运用 e-learning 培训及案例研究等方式，利用具体事例进行培训和教育。

今后，索尼还将通过开展学习和培训活动，不断提高索尼集团整体对《索尼集团行为规范准则》中规定的公司内部方针和价值观的重要性的认识。



《索尼集团行为规范准则》、内部举报制度教育普及手册、卡片、宣传海报以及培训用 DVD 等

风险和危机管理体制

在索尼集团的各业务部门、子公司、关联公司、公司内部部门负责的各个业务领域中，索尼定期对商业风险进行研讨和评估，建立和完善必要的损失风险管理体制（发现风险、传达信息、评估、应对等），并积极运用到业务中。

此外，在自己负责的领域中，索尼公司的执行官还拥有构筑及维持必要的索尼集团损失风险管理体制的权限和责任，并正在为建立及维持这一风险管理体制而努力。

另一方面，Compliance 主管执行官正在通过 Compliance、内部监查、集团风险以及其他相关部门的工作，推进上述风险管理体制的完善及运用。

为了使索尼集团能整体联合应对各种风险，索尼于 2001 年建立了集团危机管理体制，构筑起一套有助于迅速有效开展危机管理的机制。该体制将危机划分为三个等级。等级 1 定义为：有可能在大范围内对索尼集团造成重大影响的危机。此类危机由 CEO 挂帅全面负责应对。等级 2 定义为：虽然不属于等级 1 的范畴，但仍有可能在大范围内对索尼集团造成重大影响的危机。此类危机由专职管理部门组成的横向组织负责应对。等级 3 定义为：不会对其他业务部门造成影响的危机。此类危机由各业务部门或各集团公司负责应对。



携带用卡片

信息安全及个人信息管理

索尼在信息安全方面做出承诺，制定了索尼集团全体董事、高级管理人员及普通雇员都必须遵守的《索尼全球信息安全方针》及其附属规定《索尼全球信息安全标准》。

此外，索尼还在索尼公司内成立了专门负责在集团整体推进信息安全的部门，通过该部门和索尼集团旗下各公司任命的相关负责人之间的协作，在全球范围内完善索尼集团信息安全的方针及体制。



《索尼集团行为规范准则》和内部举报制度的 e-learning 培训

关于个人信息管理，2000年7月，索尼制定了索尼集团通用的《索尼个人信息基本原则》，同时完善各项内部规章制度及业务流程，对客户及交易伙伴等个人信息进行妥善管理。

此外，为了加深对索尼集团个人信息管理方针的理解，日本国内的所有索尼集团公司都引入了《索尼集团保密方针》*1，并于2005年4月起实施。

员工是否具有保密意识，对贯彻执行信息安全及个人信息管理具有十分重要的意义。为此，索尼公司以全体员工为对象，每年举办一次旨在提高与信息安全及个人信息管理相关的Compliance意识、管理水平的培训。各索尼集团公司亦开展了此类培训活动。

虽然索尼不断加强信息安全及个人信息管理，但是2007年3月日本国内的索尼集团公司还是发生了员工将非法获取的个人信用信息提供给第三方的信息泄漏事件。针对这一事件，该索尼集团公司不仅向个人信用信息被泄漏的客户进行了诚恳道歉，并且向社会公布了相关情况。此外，为防止此类事件再次发生，索尼通过严格限制信息的访问权限、加强对信息存取记录的管理、强化以贯彻定期检查为主的监查体制等措施，进一步加强个人信息管理。

索尼深刻认识到此类事件所造成的重大影响，目前正在倾注全力，进一步强化包括公司员工及业务承包商管理在内的索尼集团信息安全及个人信息管理体制，并采取各项有效措施，以杜绝类似事件的再次发生。

*1 对象为索尼公司及其日本国内的子公司

详细信息>> 索尼集团保密方针 <http://www.sony.co.jp/privacy/en/>

公正、公开、公平的采购

面对众多的供应商，索尼奉行公正、公开、公平的基本采购原则，在原材料采购活动中按照规定的方针和程序执行采购业务。

电子业务的原材料采购人员必须保持清廉和诚实，禁止与供应商建立私人关系和利害关系。例如，采购人员接受供应商提供的个人馈赠，作为索尼员工而参与供应商的企业经营等，都属于禁止行为。

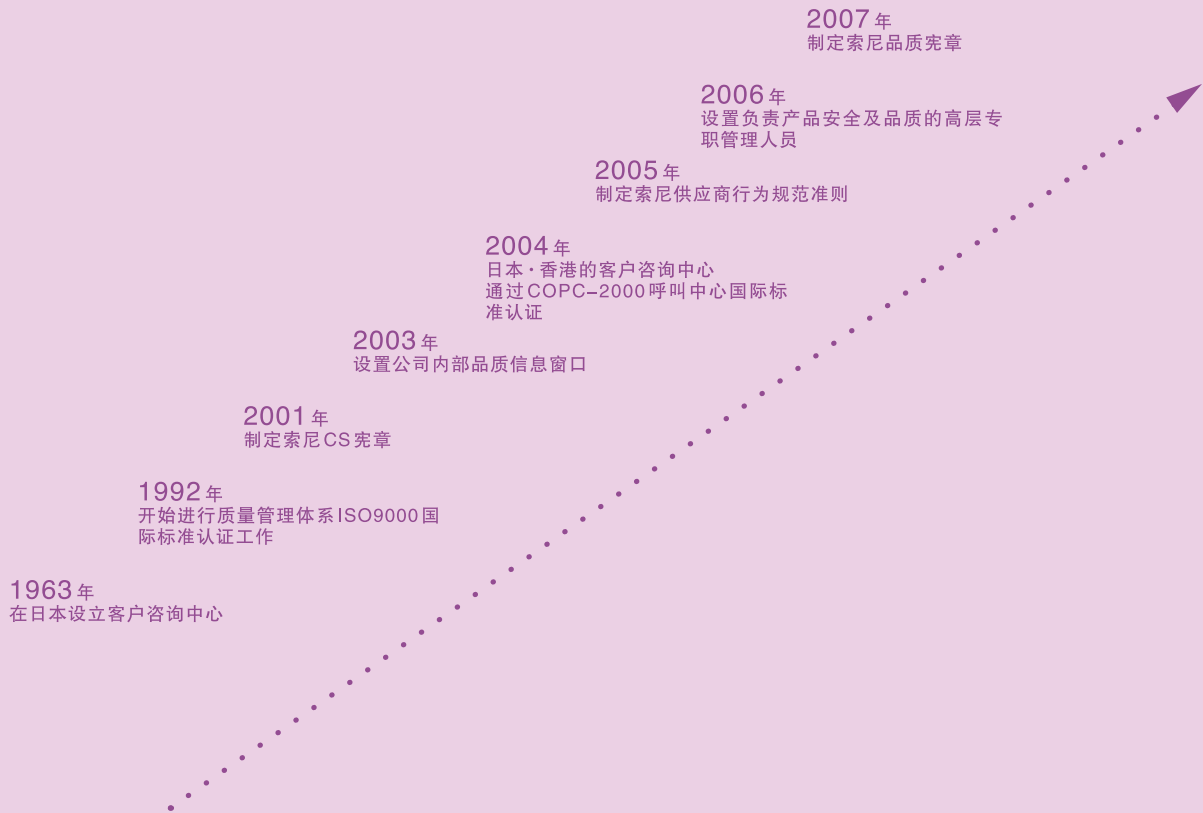
目前，日本的电子业务原材料采购部门已经向全体员工下发了《原材料采购人员须知》手册，并要求员工熟知手册内容。该手册已被翻译成英文、中文、西班牙语和泰文，并下发到北美、欧洲、东亚及东南亚等地的原材料采购人员手中，以期在全球范围内加强采购职业道德方面的管理。同时，其它索尼集团公司也导入了防止商业交易中的利益冲突的机制。



英文、中文及泰文版的《原材料采购人员须知》

产品责任

索尼提高产品及服务品质的历程



公司外部董事致辞

对从事制造业的人而言，最大的责任就是提供高品质的商品。要稳定持续地提供高品质商品，必须有一套通过制造一线、设计、生产技术等公司内部相关部门及供应商来共同维护的独立完整的高品质保障体系，同时还必须实行瞄准产品合格率100%的强大团队协作。在高品质需求日益高涨的今天，我们必须全力积蓄“强大的制造实力”，满足全球客户的期望。

索尼公司董事兼提名委员
张 富士夫



品质管理

为了能让客户产生“满足感”、“信赖感”和“安心感”，索尼坚持从客户观点出发，不断提高品质。始终保持“最值得客户信赖的伙伴”这一荣耀是索尼最大的目标和使命。

理念和基本方针

索尼自成立以来，一直非常注重从客户观点出发，提供高品质产品和服务，并将其作为经营基础之一。这一理念在《创立宣言》(1946年，索尼创始人井深大先生起草)中也有记载。

2003年5月制定的《索尼集团行为规范准则》中也明确规定，为了保证使用索尼产品或接受索尼服务的客户的安全，在业务活动的任何阶段，都必须达到乃至超过法律法规规定的标准。

为进一步贯彻落实这些理念，于2007年1月制定《索尼品质宪章》，明确了电子业务中索尼产品及服务品质的基本方针。



强化品质体制

索尼在从开发、企划、设计、生产到销售、服务的整个过程中，通过以下的机制及活动，来实现品质改善。

- 新设负责产品安全及品质的高层专职管理人员，统管产品及服务品质的提高以及发生问题时的妥善应对。
- 在各产品领域及业务领域任命品质监控最高负责人，推进各领域中的品质改进活动。
- 定期召开由总裁及业务部门、生产部门、营销部门的高层管理人员出席的“品质战略会议”。“品质战略会议”是索尼电子业务品质领域的最高决策机构，负责审议和决定有关品质的方针、战略及提高品质的重要措施等。
- 制定索尼电子产品应达到的品质标准(产品的安全性和性能、标注、服务等)，并根据技术进步及社会变化不断进行调整。

客户反馈

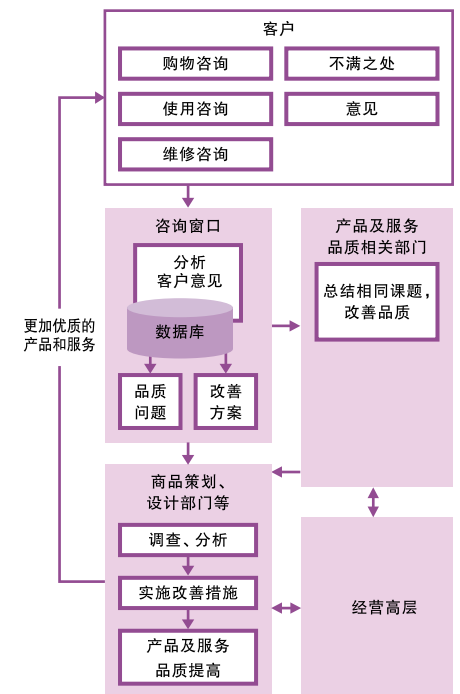
索尼在产品的生产制造过程中，积极对客户意见和建议进行综合考虑。产品售出后，索尼通过“咨询窗口”迅速了解并准确掌握客户提出的不满、意见、以及各种产品故障等相关信息，并与产品策划及设计部门等联合起来，迅速在国内外开展能尽早实现产品品质改善的活动。

例如，就一款DVD刻录机的操作说明，根据客户提出的意见，索尼公司制作了简明易懂的《简易操作指南》，并于2007年3月开始配套提供。

开设公司内部品质信息窗口

尽早发现品质问题是非常重要的。2003年，索尼开设了品质信息收集窗口，向索尼员工收集与品质相关的问题、信息和意见。索尼员工可以通过品质信息窗口的专用网站，以记名的方式反映工作中遇到的难以解决和应对的问题，以及使用索尼产品时发现的品质问题等。该窗口的事务局除负责对收集到的信息进行核实外，还负责制定对策和实施，以避免潜在品质问题的出现及同一问题的再次发生。

有效利用客户的反馈信息



自该窗口在日本开设以来到2007年4月30日止,收集信息近1,000条,其中包括提高产品使用便利性的提案、确保使用说明书简明易懂的提案等等,目前已有700多个项目通过这些提案得到了改进。

从医学观点出发提高安全性

作为提高产品安全性的一环,在进行新技术产品的开发和设计时,为了避免给客户的健康造成影响,索尼在公司内部设置团队,从医学角度探讨安全问题,同时还征求公司外部专家的意见和建议。

品质问题及其应对

索尼认为,品质是让客户满意、信任和放心使用索尼产品的最重要因素,并通过上述体制及措施努力防止品质问题发生。当发生质量问题时,索尼会迅速调查事实,向客户披露信息,并及时采取改进措施。

2006财年,索尼在全球范围内针对部分笔记本电脑中采用了索尼产锂电池的特定电池组实施了自主更换计划。实施自主更换计划,是为了让客户满意,消除部分计算机生产厂家在2006财年在一定特殊条件下有可能出现异常发热情况的索尼产电池组实施的自主召回造成的担忧。索尼一直注重品质的提高,此次也针对问题电池组所使用的电池芯的设计及生产制造过程进行了改进,而其中的大量工作在自主更换计划开始以前就已完成,对电池安全性的进一步提高起到了一定作用。另外,对于召回的电池,也按照各国的法律规定,采用环境影响相对较小的方法,进行了妥善处理或废弃,同时,对于可以循环利用的金属,积极实施资源再生处理。

此外,2006财年还发现1999年开始销售的便携式收音机不符合日本电气用品安全法中规定的技术标准,因而通告客户并实施了召回。在产品安全合规经营方面,索尼在全公司推进了内部流程的强化管理,确认是否达到各种法规及标准的规定要求。

从2006年9月起,索尼在全球范围内加强了管理规定,以保证索尼在获知发生影响或有可能影响客户安全的产品事故的相关信息时,能够迅速向负责产品及品质的管理人员汇报。负责产品及品质的管理人员要根据得到的汇报进行必要的核实,并向相关部门下达相应的指示,贯彻落实对客户的妥善应对。

推进产品的信息安全

近年来,随着家电产品的软件化和网络化,个人信息泄露及数据破坏的危险性日益增大,产品信息安全的加强也日益受到重视。索尼设立了从外部专业机构收集安全信息的专用窗口,并构建了在各业务部门安排负责人合作应对的体制。根据收集到的信息,评估其对索尼产品的影响,并根据影响的内容采取必要的对策。

改进项目构成图



设计方法及标准重审:	30%
网站、产品介绍手册改进:	24%
服务应对的重审:	16%
操作说明改进:	13%
测评方法等的重审:	7%
制造技术改进:	6%
其他:	4%

(截至2007年4月30日)

客户接待及服务

索尼在致力于提高产品品质的同时，还在客户接待及服务方面采取了各种措施，以提高客户满意度。

咨询窗口的改进

1963年，作为客户咨询索尼产品的窗口，索尼在日本设立了“客户咨询中心”。此后，相继在世界各地建立了客户咨询中心。

日本国内的“客户咨询中心”一年365天迅速应对客户需求。日本和香港的客户咨询中心取得COPC-2000^{*1}呼叫中心国际标准认证。今后，索尼将在全球范围内推广这种注重客户需求的国际机构认证接待品质，进一步提高客户应对服务的质量。

^{*1} COPC-2000是指在美国国家经营品质奖的管理模式基础上，专门针对呼叫中心(联络中心)以及订单(配送)业务制定的管理标准。

充分利用互联网

索尼还充分利用互联网作为与客户联系的一种有效手段。网站上除了公布产品信息外，还通过设立问答专栏对常见问题进行总结、提供使用说明书的下载服务等形式，及时提供产品、服务及支持信息。

在日本，为了让计算机初学者也能够放心使用计算机，索尼还专门开发了面向这一群体的各种服务。操作员可以通过互联网对客户使用中的计算机界面进行确认和同步指导。此外，还可以与客户事先约定时间，在客户方便的时间，由操作员致电客户，通过电话进行指导。为了向客户提供更多简洁便利的服务，索尼坚持付出各种努力。

在日本，索尼从2007年2月开始提供“Web故障诊断”服务。利用这一服务，客户可以通过网站对电视及DVD刻录机等AV设备是否发生故障自行做出判断。只要访问网站完成几个选项，就可以确认故障发生原因、初步确认维修费用和所需时间，提交维修申请。

在美国，也可以通过互联网受理维修，客户也可以通过互联网确认维修进度。

推进维修服务

索尼在全球范围内拥有6,000多所服务站和维修接机认定店。为了迅速应对客户要求，索尼积极与其他公司进行比较分析，改进维修服务质量，还在世界各地展开缩短物流和维修周期、重新审核维修费用等活动。

客户接待业务人员的培训

为了在全球范围内提供高品质服务，2001年起，索尼导入面向客户接待业务人员以及服务合作伙伴员工的e-Learning服务培训课程，实现知识经验共享。此外，在包括日本在内的亚洲地区，面向从事电话咨询、维修受理窗口、上门维修服务的员工，积极开展技术竞赛和接待服务礼仪竞赛活动，提升了提高客户满意度的意识。

客户咨询受理件数(2006财年)

(单位:千件)

地区	受理件数(电话、电子邮件、书信)
日本	3,577
北美	5,465
欧洲	1,594
东亚 ^{*2}	3,614
泛亚 ^{*3}	1,472
中南美	1,022

^{*2} 包括: 中国大陆、香港地区、台湾地区、韩国

^{*3} 包括: 东南亚、中东、非洲、大洋洲



客户咨询中心(日本)

维修服务网点数量(2006财年)

地区	维修服务网点数量
日本	687
北美	1,316
欧洲	1,624
东亚 ^{*4}	365
泛亚 ^{*5}	1,393
中南美	661

^{*4} 包括: 中国大陆、香港地区、台湾地区、韩国

^{*5} 包括: 东南亚、中东、非洲、大洋洲

使用便利性

随着数字技术的日益发展，产品越发便利，同时随着产品的多功能化，其使用操作也变得越来越复杂。在这种形势下，索尼将“使用便利性”确定为产品应具备的品质之一，努力为广大消费者提供更加易于使用的产品和服务。

通过可用性评估进行验证

按照“以用户为中心”的设计原则，索尼坚持从使用者的角度进行产品开发。为了验证开发阶段试制品的使用便利性，采用可用性评估等方法，请客户进行试用，并吸收和采纳反馈意见，反映到产品中。从中总结出来的课题，还会借鉴在产品的进一步改进过程中。

制造易于使用的产品

索尼在产品的策划和设计时，十分注重使用便利性。例如，灾时备用手摇充电便携式收音机“ICF-B01”，配有转动手柄进行充电的功能，一旦发生灾害，即使无干电池也可作为收音机和电灯来使用。此外，还可以利用这一手摇充电功能给手机充电。

这款收音机在产品的设计上也下了不少工夫，不仅可以作为灾时备用物品，在日常生活中也可以舒适使用。为便于使用，采用了较大的选台旋钮，在慌乱之中也能快速选台。此外，选台的显示窗也设计得比较大，易于看清。

年龄分级评定制度和网站访问限制

为将游戏扶植为与音乐、电影、电视平起平坐的娱乐方式之一，索尼计算机娱乐公司(SCE)致力于向范围广泛的用户层推广PlayStation®业务。

在游戏行业，随着游戏软件用户层不断扩展，日、美、欧等地区的行业团体(CERO/ESRB/PEGI)相继导入了划分年龄组的分级评定制度，向购买软件的客户提供有关该软件适用年龄的信息。其中，美国的ESRB制度已有10年的发展历程，赢得了社会各界的高度评价，而PEGI则是娱乐产业自我规范的框架，得到了欧洲委员会的大力支持。日本也与游戏软件经销店合作，制定了经CERO审查通过的“Z：仅限18岁以上”等分级措施，对向未满18岁的客户销售游戏软件的行为实行行业自律，寻求进一步提高分级评定制度有效性的途径。

此外，SCE在PSP®(PlayStation®Portable)及PLAYSTATION®3的产品硬件中安装了支持用户年龄限制的锁定功能。此举意味着，家长可以事先对软件级别进行判断，让孩子们享受适合其自身年龄玩的游戏。

近年来，网站访问出现低龄化趋势，不健康网站对儿童的影响令人担忧。有鉴于此，提供互联网相关服务的So-net娱乐公司提供“Site Select”服务，针对不健康网站及钓鱼欺诈网站加装过滤器，为家庭成员提供放心利用互联网的环境。



可用性评估的情形



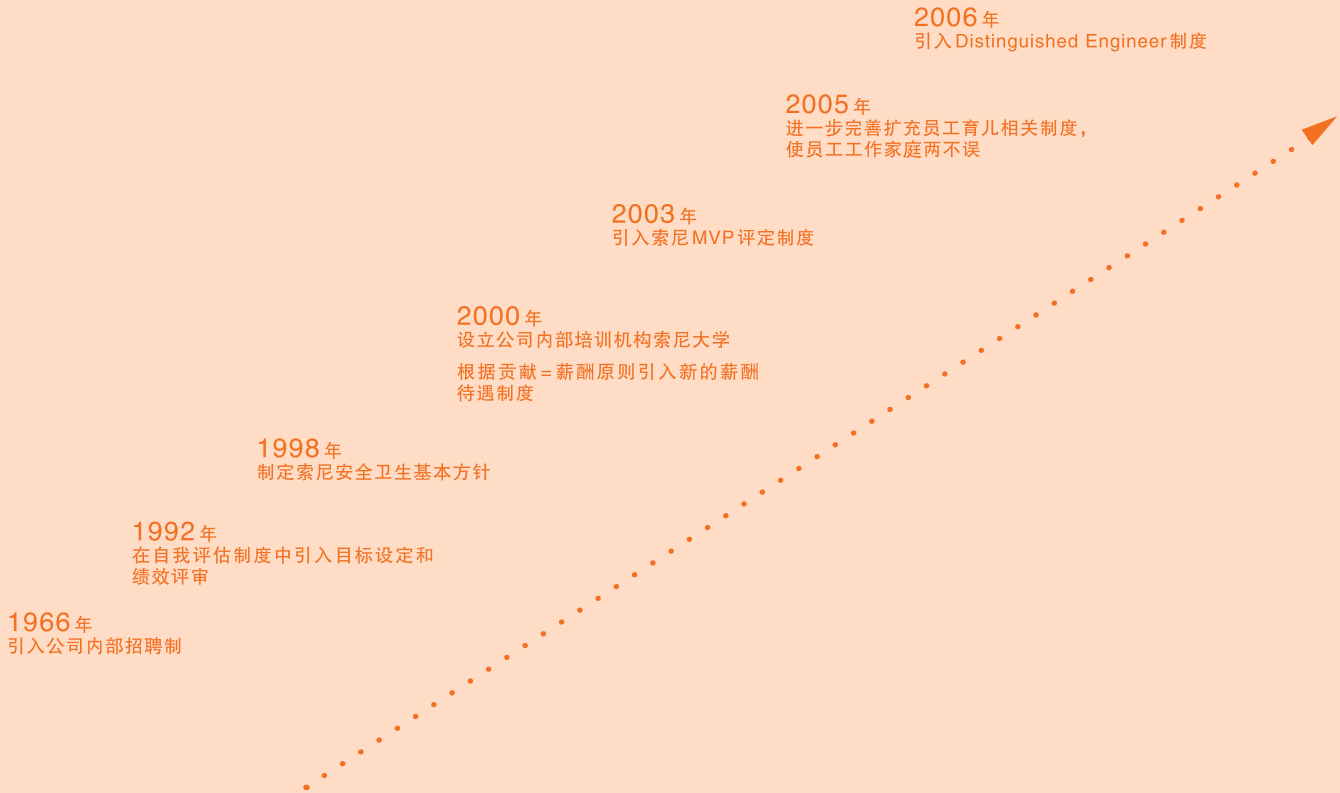
采用较大选台旋钮的手摇充电便携式收音机“ICF-B01”



©2007 So-net Entertainment Corporation.
So-net “Site Select” 主页

员工

索尼员工制度和方针的发展历程



公司外部董事致辞

就任索尼公司外部董事以来已有四个年头，在这四年时间里，我有许多机会近距离接触索尼的企业文化，了解索尼不断预先把握客户的各种需求，帮助客户实现梦想的历史，并由此了解到索尼在创业伊始就树立起一种能让每位员工都能怀着创意和热情去实现各种梦想的良好企业文化，并通过历代管理层不断加以继承和发扬。这是其他公司难以模仿的索尼之瑰宝，是构成索尼企业价值的关键要素。

为了推进索尼在发展历史中逐渐培植起来的企业文化的进一步发展，公司管理层应该引入科学合理的人事评估制度，营造出激励员工自信地追求梦想的良好环境，还要构筑良好的机制促使整个组织沟通交流顺畅。此外，把握公司管理方向是我们外部董事重大职责之一。

索尼公司
董事 监查委员会主席
山内 悦嗣



雇佣与劳资关系

索尼的基本方针是：努力创建健全的雇佣与劳动环境，在严格遵守各个国家和地区法律法规的基础上，为员工提供合理的福利待遇。此外，索尼还将在各项企业活动中，大力推动经营管理层与普通员工间的交流与沟通，在帮助员工深刻领会管理层方针的同时，也将积极听取并采纳来自员工的意见和建议。

基本原则

索尼正在全球化和多样化的环境中开展业务活动。我们的业务涉及电子、游戏、影视、金融等广泛的领域。因此，在雇佣与劳动环境方面，索尼正在积极摸索能够在全球通行的方针及决策方向，在充分尊重多样化的地区文化的基础上，采取符合各个国家和地区情况的措施。

员工总数

2006财年末，索尼集团员工总数达到约163,000名。虽然没有把StylingLife Holding Inc.包括在合并对象之内，还有几个生产基地因重组裁员，但是由于东亚地区（日本除外）生产基地员工人数大幅增加，所以员工总数较上一财年底增加了大约4,500名。

劳资相互沟通

根据2005年9月发布的中期经营方针，索尼在2006财年继续推进结构改革，落实成长战略。其中，公司非常注重与员工的交流互动，向员工传达公司的经营目的，促进信息的共享和员工的理解。

例如，在北美地区，因显像管电视机停产而裁员的各制造事业所就工厂关闭举行说明会，以取得员工谅解，同时对于辞退的员工，公司采取各项措施帮助他们再就业。

此外，索尼还与工会等员工组织建立良好关系。例如，在欧洲，从1995年起索尼根据欧洲法律规定设立了EICC*，提供了一个索尼欧洲公司的经营层和欧盟各国索尼公司员工代表共享各种信息的平台，一个经营层能直接听取员工意见并进行沟通讨论的平台。

* EICC(European Information and Consultation Committee): 索尼欧洲公司经营层和欧盟各国员工代表协商委员会。

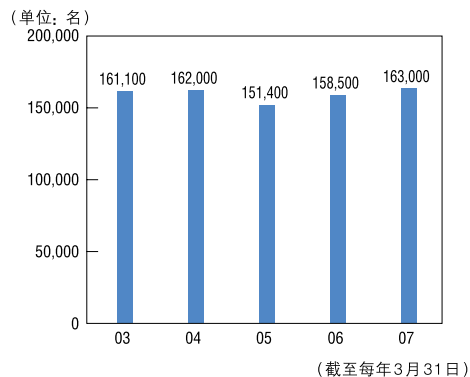
高层管理人员与员工的沟通和交流

索尼公司非常重视高层管理人员和每位员工的沟通交流。继2005财年之后，斯金格董事长以及中钵总裁在2006财年继续走访各生产第一线，举行员工座谈会，直接与员工对话。高层经营者向员工传达经营方针等信息，倾听现场员工的心声，同时就技术及经营等各种主题直接与员工进行意见交流。

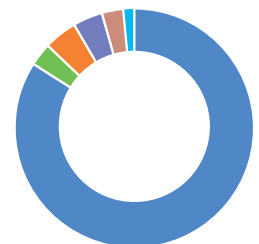


员工座谈会

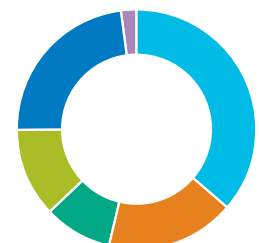
员工总数



不同业务的员工比例构成



各地区员工比例构成



*1 包括: 指东南亚、中东、非洲、大洋州

*2 包括: 中国大陆、香港地区、台湾地区、韩国

人权和机会平等、多样性

索尼在致力于尊重人权、就业机会平等的同时，还将员工多样性(Diversity)作为CSR的一项重要工作加以推进。索尼认为，企业有必要充分理解各种不同的理念，并将其切实反映到经营活动中去。

《索尼集团行为规范准则》对“尊重人权”的规定

2003年5月制定的《索尼集团行为规范准则》中，规定了尊重人权方面的条款，并将其作为索尼集团人权相关规定和活动的基础。

这些规定是在参考联合国《世界人权宣言》等已有国际基准的基础上制定的。此外，索尼还要求各供应商履行《索尼供应商行为规范准则》^{*1}，该准则包括禁止强迫劳动及使用童工、遵守各国法律法规及社会规范等内容。

在“就业机会平等”方面规定：在招聘、雇佣求职者，还是在培训和晋升员工或给予其他待遇时，不得基于种族、信仰、肤色、国籍、年龄、性别、伤残状况及与索尼合法商业利益无关的其他因素进行歧视。

^{*1} 请参考第33页。

在各地区努力推进多样性

在全球化竞争、客户需求多样化等瞬息万变的商务环境中，要求企业必须能够提供基于客户需求的产品和服务，并不断创造新观念和新价值。在这种环境中，索尼公司内部引进了员工多样性(Diversity)这一概念，对充分发挥每位员工的不同个性和创意予以高度重视。这些举措在各个地区都得到充分落实。

在日本，为了营造一种让所有具有不同个性和价值观的员工都能够充分发挥其自身能力的组织氛围，并让这种组织真正有效地运作起来，2005年7月，索尼启动了多样性推进项目(DIVI@Sony^{*2})。该项目活动小组由索尼在日公司的员工组成。作为实现员工多样化的第一步，活动小组首先将焦点锁定在性别多样化上，就完善提拔和录用女性的组织环境建设、支持女性职业发展、公司内外信息发布、构筑员工之间的沟通网络等核心问题，展开了一系列活动。2006财年，根据采访和问卷调查结果，该活动小组组织了与高层管理人员的讨论会，同时还举办了以女性管理人员为对象的培训和其他活动，与统括部长的圆桌会议，以及有关女性员工职业发展的座谈会。今后还将继续通过举办这样的活动，构筑和扩大员工间的交流沟通网络，进一步提高女性员工的意识，同时促进管理层的理解和支持。

此外，索尼也参加了一些社会性的活动，比如索尼作为赞助会员企业之一，积极参与策划旨在构筑涵盖不同女性工作种类、工作内容的网络以及为推进多样化管理提供帮助的“Japan Women’s Innovative Network”(2005年设立，2007年4月成为NPO法人)的相关活动，同时还参加了由21世纪职业财团创办的“支持女性发展论坛”。

^{*2} DIVI: Diversity Initiative for Value Innovation(简称DIVI)，索尼在日本的多样性推进项目。



DIVI经理人员会议



女性员工座谈会

美国索尼电子公司在企业战略中纳入了充分发挥多样性的方针，在该方针的指导下，公司正在为不同背景的员工提供展示其才能的场所。此外，为了加深对各种客户的了解，公司还与外部组织合作，着力雇佣和培养少数民族及女性员工。该公司还以部长级以上管理干部为对象举办多样性研讨会，利用e-Learning系统针对课长级以上人员举办多样性培训。自2004年该项目实施以来，至2006财年末，参加这类培训的人员累计达到约1,000人。

2005年10月，美国索尼电子公司还成立了两个内部工作小组，专门负责解决女性和少数民族问题。为了在业务发展和组织运营中灵活运用多样性人才资源，并进一步提高员工的工作热情、工作效率和满意度，公司内部开展了旨在构建人际网络的研讨会、以促进信息共享和交流为目的的论坛等各种活动。

在欧洲，索尼目前正继续改进雇佣、就业形态，并积极改善女性录用现状。公司还与CSR欧洲^{*1}合作，与其他多家公司一起设立了为提高特定岗位和管理职务中女性比率的工作组，共同分析现状、展开讨论和共享优秀案例等。此外，索尼欧洲公司还介绍模范女性员工的事迹、实施公司内部指导制度、并在部分地区对工作制度进行了重新审定，努力完善良好的女性职业发展环境。

^{*1} 在欧洲普及CSR的NPO团体。

索尼公司的董事、执行官构成

截至2007年6月21日，索尼公司共有14名董事，其中女性1名，非日籍人员3名；执行官共7名，其中女性1名，非日籍人员2名。

雇佣残疾人

为保障残疾人获得与正常人平等的就业机会，日本法律规定，公司达到一定业务规模，其雇佣的残疾人必须占员工总数的1.8%以上(含1.8%)。

索尼公司严格遵守法律规定，不仅专门设置了符合残疾人个性及能力的岗位，而且还为他们提供了方便工作和生活的环境。2006财年，公司残疾人雇佣人数达319名，雇佣比率为2.19%，超过了法定比率。索尼总部负责推进残疾人雇佣的部门还与日本国内各集团公司合作，建立和完善公司支援体制，加强公司上下对残疾人雇佣的重视。

对于有工作意愿的残疾人，公司积极为他们提供更多的就业机会，1978年成立的索尼太阳公司、2002年成立的索尼HIKARI公司，2003年成立的索尼希望公司都是特别为残疾人提供就业机会的子公司。

雇佣老龄人

在日本，员工退休后仍可继续就业的“再就业制度”正在逐步完善。例如，索尼公司除了为退休人员设置了全日制工作岗位外，还安排了数种小时工作制，同时将就业范围扩大到索尼在日本国内所有的索尼集团下属公司。

各地区女性员工、女性管理人员的比率^{*2}

索尼集团(日本)

	2004	2005	2006	基准 ^{*3}
女性员工比率	30.0%	29.0%	25.6%	24.3%
女性管理人员比率	2.9%	3.1%	2.9%	2.6%

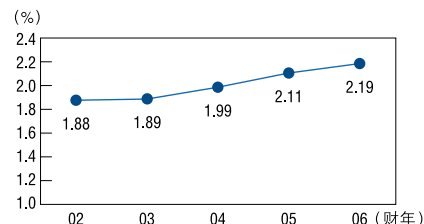
索尼集团(美国)

	2004	2005	2006	基准 ^{*4}
女性员工比率	37.8%	38.0%	38.6%	47.7%
女性管理人员比率	32.7%	32.5%	31.4%	35.4%

索尼集团(欧洲)^{*5}

	2004	2005	2006	基准 ^{*6}
女性员工比率	36.0%	38.0%	39.3%	33.4%
女性管理人员比率	15.3%	17.0%	17.4%	25.0%

索尼残疾人雇佣率^{*7}



^{*2} 以集团下属各公司提交的数据为基础进行的合计。日本和欧洲的截止日期为各财年的3月31日，美国截止日期为每年的7月31日。其中存在着各集团公司法人对管理职务的定义尚不一致的情况。

^{*3} 2005财年，以日本厚生劳动省的工资结构基本统计调查结果为基础，以员工人数1,000人以上的企业为对象进行统计。管理职务人数为部长与课长的总计人数。

^{*4} 2005EEOC(美国就业机会平等委员会)统计

^{*5} 索尼集团(欧洲)电子业务。

^{*6} HR指标Benchmarks2007 欧洲人力资源有效性报告、Saratoga/Price WaterHouse Coopers。

^{*7} 4月至次年3月每月月末残疾人雇佣率的全年平均值。

人事制度、人才培养

索尼公司正在努力进行人才环境建设，为每一名员工营造挑战新事物、最大限度发挥个人能力以及人才成长的环境。此外，为了提高员工的工作积极性、促进员工成长，公司除了在日常工作中加强培训外，还根据各个地区的具体情况，广泛开展旨在培养新一代业务领导、提高管理人员管理能力、提高个人能力和专业水平的培训工作。

评估、薪酬制度

为了充分发掘所有员工的潜力，索尼一直致力于构筑具有前瞻性的考评和薪酬制度，并有效地加以运用。此外，公司还在上司和下属之间建立了定期绩效考评制，在公正评价员工贡献的同时促进员工成长。

员工认知调查

索尼在各地区均实施员工认知调查，并将调查结果作为改善工作环境的有益参考。

自2004财年起，索尼公司每年都对所有员工展开一次认知调查，调查内容主要包括工作环境、个人认知、管理状况，并征集员工意见和要求，与员工进行个别谈话。此外，各单位还将统计结果向上级报告，对个别谈话采取对应措施，从而有助于提高组织活力和管理水平。

部分泛亚地区的销售公司，也从2006财年开始，实施了员工认知调查，通过调查了解管理状况、员工的工作热情和组织活跃程度状况。各公司根据调查结果，制定必要的行动计划，并付诸实施。

工作、生活、平衡

为了确保员工能够根据自己的生活方式充分发挥自身能力，索尼建立了灵活的工作制度。

索尼公司在实施弹性工作制和自主工作制的基础上，还对需要同时兼顾工作和育儿或看护的员工给予了充分的支援。公司实现了根据日本2005年《新一代培育支援对策推进法》制定的“行动计划”所提出的目标，由于公司在帮助员工育儿方面取得的成绩，2007年4月被日本东京都劳动局长认定为支持员工育儿先进企业。生育的女员工几乎全部都有产假，约九成的人产假后回到工作岗位。为了能让员工更安心地休产假、鼓励男性参与育儿、以及使育儿和工作间更容易平衡，从2007年4月起，公司对育儿相关制度进行了修订和完善。

详细信息>> 索尼公司育儿相关各项制度
<http://www.sony.net/csr/report>

骨干技术人员的培养措施

索尼确立了培养技术人员和坚定不移的“技术索尼”的目标，近年为实现该目标实施了各种举措。

2003财年索尼开始实施“索尼MVP评定制度”，表彰灵活应用自身专业技术和知识为索尼创造新价值做出贡献的员工个人，激励每一位员工积极从事富有挑战性课题、创造出更大的价值，提高技术人员的工作动力。2006财年，从全球范围内的索尼员工中评选出26名MVP，获此殊荣的员工数累计达126名。



企业育儿援助认定标志

索尼公司育儿休假获准情况(2006财年)

获准人数	350名(其中男性7名)
获准率	97.4%*

* 根据2006财年生育的女员工计算



DE 标识

此外,从2006财年起,公司把目前及未来索尼重要技术领域中的技术骨干任命为“优秀工程师(Distinguished Engineer, DE)”,开展提高技术实力、跨组织的技术交流和相互合作、技术传承、培养接班人等一系列活动。为了强化索尼整体技术实力,从研究、开发和设计等多个技术领域选拔出251名技术人员作为DE活跃在全球的索尼下属公司中。特别是在索尼非常重视的软件领域,每月都举行一次专业会议,系统设计师互相交换设计信息、讨论解决技术课题。为了学习系统的知识,还与海外学术机构共同举办软件设计培训,强化培养软件开发人才。

培养新一代业务领导

2000年,索尼成立了索尼大学,开设了培养肩负索尼未来的企业领导的课程。2006财年,分三次开设了全球网络课程,索尼在各国和各地区各种业务领域的领导代表共计72人参加了该课程的学习。该课程的主题是推进“索尼同心(Sony United)”使整个索尼集团团结在一起,参加者与不同背景的成员进行充分的讨论,并就各自部门如何贡献于“索尼同心”阐述各自观点,同时通过与公司高层管理人员对话,策划强有力的活动以实现“索尼同心”。

另外,各地索尼公司还以“全球本地化(全球化理念,本土化运营)”为基本理念,培养和任用本地人才。例如,索尼欧洲公司在2006年实施了新一代企业领导培养计划。该计划让作为后备人才的经理到为解决教育及环境等问题的社会性企业(以为社会做贡献为目的的事业组织)从事相关项目。2006财年索尼欧洲公司试派遣了6名人员参加,公司的高级经理还作为高级讲师提供咨询。该项目可以帮助公司未来领导体验如何解决社会问题的同时在新环境下积累工作经验,从这个方面看,对人才培养非常有效。此外,对于社会性企业而言,也可以吸收有关供应链等专业知识和经验,今后还将继续开展该项目。



DE会议

系统培训

索尼在各地区、各业务领域,开展了面向新员工到经营管理层的各种培训课程。

在日本,索尼根据培训目的,选择集中培训、e-Learning、广播电视远程教育等方式,开设了商务培训、技术培训等300种以上的培训课程。

在技术培训中,除了邀请外部专家讲述尖端技术外,还让活跃在各技术领域生产一线的约200名专业技术员工直接作为讲师授课,以提高广大员工的技术水平。2006财年,有约9,400名员工参加了技术培训。

在商务培训中,从2003财年开始开设旨在提高管理人员培养下属能力的“基础管理学”培训,到2006财年为止接受培训的人数超过4,200名。另外,对于即将提拔为管理人员的员工,公司还从2006财年开始在全公司开设了“领导才能实践培训班”,帮助学员开发在团队中的领导能力及带领团队取得更好成果的技能,促进其早日掌握管理技能。



全球网络课程

详细信息 >> 2006财年培训计划(日本)

<http://www.sony.net/csr/report>

安全卫生

索尼致力于确保雇佣与就业的健全性，并努力创建健康、安全、高效的工作环境。

基本方针和管理体系

为了确保全体索尼员工的安全与健康，索尼于1998年制定了《索尼安全卫生基本方针》。该方针在强调遵守事业所所在国家和地区的安全卫生法律法规的同时，还明确规定了各项索尼自主推进的安全卫生内容。为了切实贯彻上述方针，索尼不断加大各个事业所的职业安全卫生管理体系的推进力度，分别制定了符合该方针的目标，并积极采取各种措施。劳动安全卫生管理体系在应对火灾、地震以及保护员工生命和公司财产的安全对策等方面，采取了一系列综合安全卫生措施，以保障员工的人身安全与身体健康。

风险评估

索尼在事故发生以前就对危害状况与程度进行前期预测，并尽可能提前采取预防措施和管理措施，以消除风险或减轻危害程度。特别是对于可造成重大危害的大规模地震，索尼制定了缜密的安全对策，通过独自的安全检查表，明确潜在风险，利用各事业所实行的劳动安全卫生管理体系，继续加强风险管理，消除风险，或者减轻风险造成的危害。

推进制定持续发展计划(BCP: Business Continuity Plan)

索尼根据以上的风险评估，在所有的业务领域积极推进BCP的制定和实施，以此减轻可能发生的风险及受害程度，并在万一发生灾害时，能够迅速恢复生产。具体而言，以日本事业所遭受大型地震灾害为例，规定了优先确保人身安全、根据预估受灾情况恢复生产的必要事项。计划还规定了要继续完善对生产设备、能源供应设备、排气管道和排水管道等实施抗震加固施工等预防对策，以及灾害对企业业务影响分析及恢复生产所需时间设定等恢复对策。

全球工伤事故统计

索尼于2001财年开始建立全球工伤事故统计数据采集系统，每财年对各国和各地的劳动安全卫生数据进行统计。根据统计结果，按照地区、事故、疾病、原因分类，全面掌握索尼的企业活动情况，并作为风险分析及防止再次发生的参考资料。

在日本，各事业所进行细致的风险评估工作，比如在机械设备容易卷入或夹住身体某部位的地方设置防护罩或安全开关，把化学物质处理流程中的设备设成封闭型以减轻化学物质对作业人员的辐射。此外，为建立健全安全卫生制度，定期进行企业安全卫生检查。

在美国，索尼DADC Pitman工厂对全部制造作业线上的危险作业内容进行分析，对现有系统进行了改造。另外，索尼巴西公司，通过改善活动增加沟通和可视控制(标记和提示)，并根据作业人员的建议，引入新工序，以降低事故发生率。

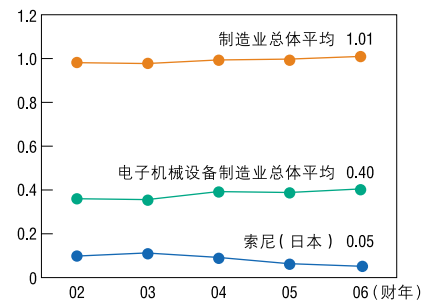


索尼公司厚木技术工场风险评估现场



进行了抗震加固的装置

工伤事故统计(日本)*



* 停产事故发生频率 = 导致停产1天以上的事故发生次数 ÷ 实际总劳动时间 × 1,000,000

在欧洲,索尼DADC(奥地利)通过确认机械设备的安全性、改善内部安全检查效率、提高员工安全卫生意识、强化管理等一系列的措施,降低了事故发生率。

在泛亚地区,通过培训及员工网站,不断更新员工入职培训内容。此外,还让员工接受各自业务相关的风险评估及安全卫生训练。

另一方面,索尼也发生了一些安全方面的事故,比如2007年1月,索尼制造系统公司(Sony Manufacturing Systems Corporation)总部事业所(埼玉县久喜市)发生了火灾,火灾虽未造成人员伤亡,但是使约5,000m²的面积烧损。

2007年3月,索尼印度尼西亚的4名员工在印度尼西亚国内乘坐飞机出差途中,因飞机事故而受到轻伤。

2007年4月,在欧洲斯洛伐克,24名员工乘坐班车发生交通事故,3名员工死亡,21人受伤。汲取这次事故的教训,索尼总部向分布在世界各地的事业所发出紧急通知,要求加强车辆安全行驶管理,采取严密的管理措施,防止事故再发。

详细信息 >> 美洲、泛亚、东亚、欧洲的工伤统计
<http://www.sony.net/csr/report>

员工健康

索尼公司始终致力于建立确保员工健康的工作环境。索尼开展的活动主要包括:通过定期体检进行健康管理,提供全面的健康咨询以及利用互联网为员工提供相关的健康信息等。

目前,由于饮食结构的变化以及缺乏运动而引起的生活习惯病逐步增加。长时间工作导致的运动不足和不规律的饮食起居,都是诱发生活习惯病的重要原因。随着业务内容的复杂化,劳动形态的多样化,采取有效措施解决长时间劳动引发的问题以及精神健康问题的必要性正在逐年提高。针对工作时间长的员工,索尼提供定期的健康咨询,并根据员工本人的要求随时对其提供健康辅导,及时解决员工个人的健康问题。在精神健康方面,索尼为管理层人员实施特殊培训,以达到早期发现问题防范于未然的目的。同时,索尼还在公司内外设立了身心健康咨询窗口,帮助员工解决工作上的烦恼和其他负面情绪。

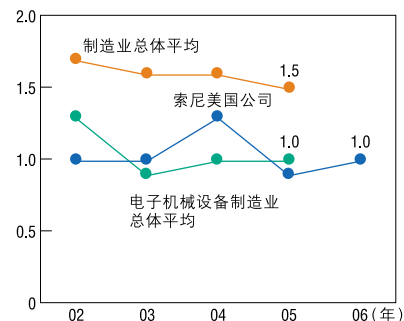
艾滋病应对措施

索尼充分认识到艾滋病是人类面临的重大课题,并在艾滋病毒影响严重的地区采取重点应对措施。

举例而言,Sony Device Technology(泰国)从1993年开始实施旨在提高对艾滋病认识的培训,并于1998年制定了艾滋病问题的应对方针。该方针包括禁止就业歧视、员工培训以及员工的医疗信息保密等内容。根据该方针,公司每年都举办安全周等活动。

目前,索尼(南非)也在制定相关的艾滋病对策。在雇佣和工作过程中,索尼(南非)同样采取了禁止歧视艾滋病患者的措施,同时,还邀请医疗专家举办各种艾滋病知识普及活动,积极宣传艾滋病感染源及预防方法等知识。作为社区振兴计划的一部分,索尼(南非)自2005年起,在当地开展艾滋病知识宣传活动,提高人们艾滋病防护意识,并向身患艾滋病的学生提供医疗、饮食、衣服、毛毯等生活方面的援助。

工伤事故统计(美国)*



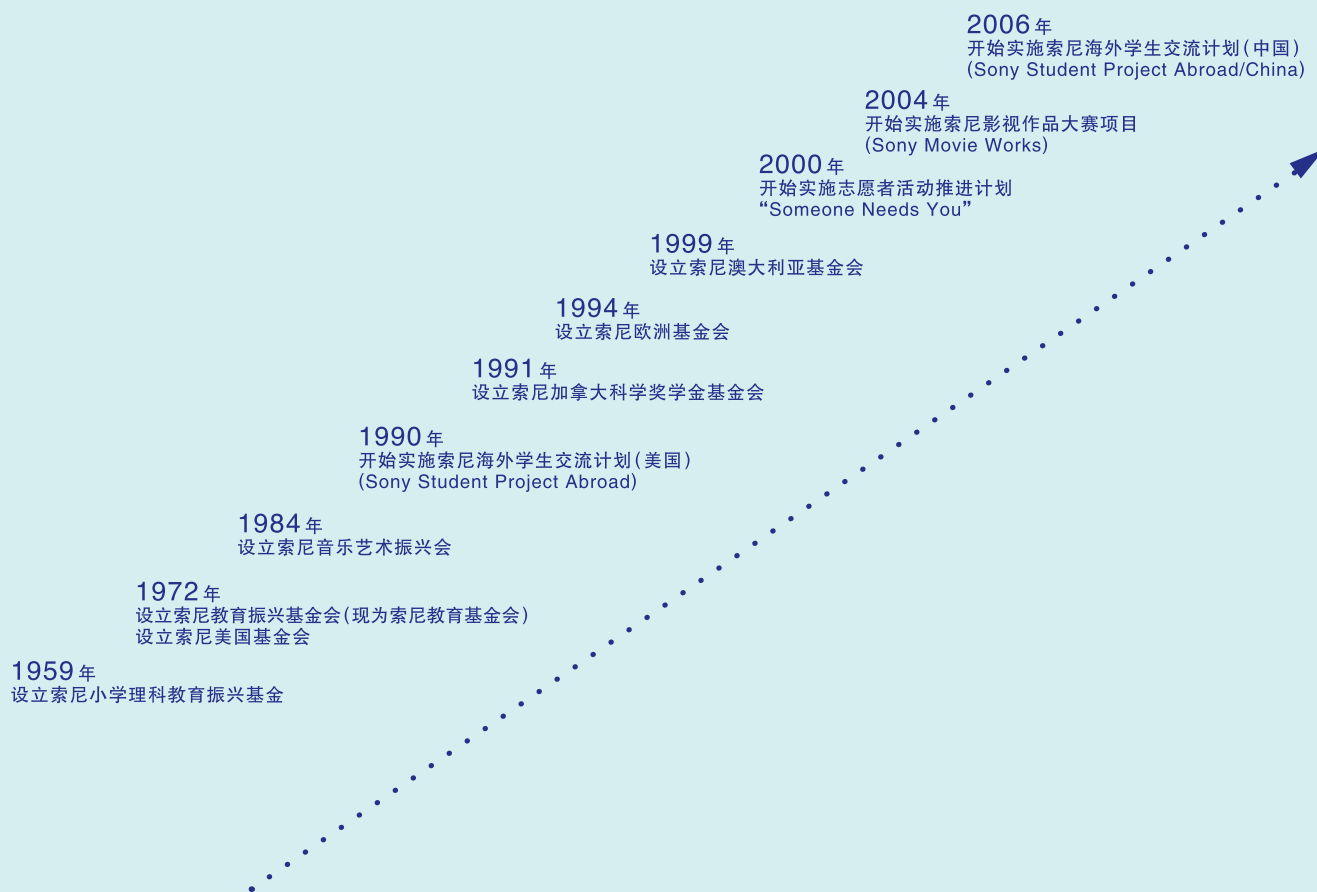
* 事故发生频率=导致停产1天以上的事故发生率÷实际总劳动时间×200,000。统计事故发生频率时,索尼制造工厂的正式员工和临时员工都包括在内。数据中包括索尼电子(美国)和索尼DADC公司(美国)的制造工厂。



索尼南非公司艾滋病知识普及项目

地区社会

索尼社会公益活动发展历程



公司外部董事致辞

索尼员工在世界各地针对各地区需求开展的社会活动体现了创始人盛田昭夫先生所倡导的“全球本土化(全球化理念,本土化运营)”的理念。

作为跨国企业,索尼将继续努力参与全球性问题的解决,例如在联合国千年发展目标中提出的具体问题,充分发挥创造性为推动社会可持续发展做出贡献。

索尼公司董事
薪酬委员会
橘・Fukushima・咲江(Sakie T. Fukushima)



地区社会

在世界各地发展业务的同时，索尼广泛开展符合时代以及当地社会需求的公益活动。通过这些公益活动中有效利用索尼的技术、产品、业务及人员等资源，索尼努力为当地社会做出贡献。

索尼的社会公益活动

以“For the Next Generation(为了下一代)”为主题，索尼将支援下一代教育和构筑可持续发展社会作为重点领域。在下一代教育方面，除了在创始人井深大先生倡导的科学教育领域提供支援以外，索尼还利用自身的娱乐业务资源在音乐及影视教育方面做贡献。索尼希望通过这些活动激发孩子们对科学与艺术的兴趣，培养他们的逻辑思维能力和创造能力。

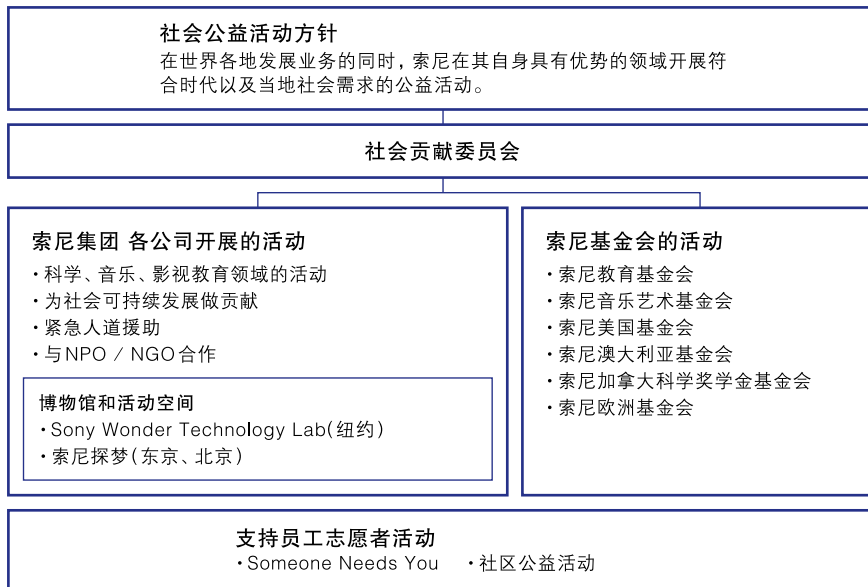
作为在全球开展业务的公司，索尼积极履行作为全球企业公民的责任，向遭受灾害地区提供紧急援助，并与国际机构及非政府组织(NGO)开展合作。

员工志愿者活动推进项目“Someone Needs You”(首字母代表Sony)，则以鼓励员工为当地社区做贡献为目的。索尼公司制定符合各地区需要的志愿者项目，并鼓励员工持续参与。2006财年，共有约23,000名索尼集团员工参加了志愿者活动。

社会公益活动体制

基于索尼集团社会贡献方针，设在总部的社会贡献委员会负责组织实施各种项目。索尼集团各公司及索尼六大基金针对当地社会需要开展各种社会公益活动，并鼓励员工为当地社会做出贡献。

社会公益活动体制



详细信息 >> 社会公益活动事例
<http://www.sony.net/csr/report>

秉承创始人的志向

索尼创始人之一井深大先生在公司《成立宣言》中，将启发国民科学知识确立为索尼的目标之一。



井深大

索尼在1959年公司成立13年之际，设立了“索尼小学理科教育振兴基金”，用以支持立志发展科学教育的小学。井深大先生认为振兴科技是推动社会发展的关键，因此发展儿童科学教育十分重要。



索尼小学理科教育振兴基金受奖学校举办的研讨会(1982年)

2006财年活动概要

2006财年主要新设项目

2006财年，除了以教育领域为重点开展的各项活动以外，还配合联合国千年发展目标，与联合国儿童基金会以及开展国际性紧急医疗援助的“无国界医生组织”合作，针对发展中国家贫困问题(重建因地震灾害倒塌的巴基斯坦村庄)及传染病(非洲HIV/AIDS)等问题，以“了解真实”为支援第一步开展活动。在活动中有效地利用了数码相机等索尼数字成像技术，以及位于东京银座的索尼大楼内等空间资源。

此外，以增进中国高中生对日本的了解为目的，启动了“索尼海外学生交流计划(Sony Student Project Abroad(China))”。*1

2006财年，在索尼总公司搬迁之际，将一部分DVD播放机、电视机和日常用具捐赠给各盈利性组织(NPO)，以便于各组织开展活动，同时还向能登半岛地震灾害志愿者中心提供了会议室用桌椅等用具。

*1 详情参见第24页。



索尼大楼内的募捐活动

员工志愿者活动

日本国内的索尼集团员工在开展面向灾害救援团体及NGO的募捐活动时，得到索尼的金融业务机构——索尼银行和索尼国际金融公司(Sony Finance International, Inc.)的协助，利用银行汇款及信用卡决算。此外，从2006财年起，利用索尼非接触型IC卡“FeliCa”技术的电子货币“Edy”开始用于员工募捐，使更多的员工参与了募捐活动。

此外，为了支持更多的员工参与志愿者活动，索尼2007年4月改定考勤制度，便于员工参加各种志愿活动。



利用Edy捐款的员工

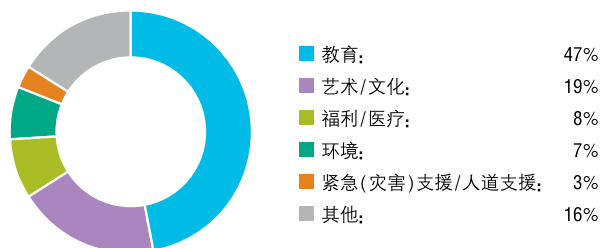
2006财年社会公益活动支出

2006财年，整个索尼集团在社会公益活动方面的支出*2总额约为40亿日元。从活动领域来看，主要以科学教育及艺术文化领域的活动为主。同时还积极利用索尼在技术与产品方面的优势，在全球各地区开展社会公益活动。

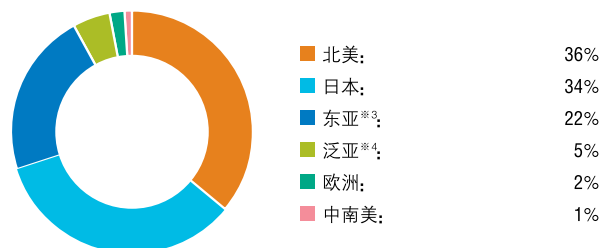
*2 社会公益活动支出包括以下内容：

a)捐款；b)赞助；c)自主项目经费(设施运营费)；d)捐赠产品的市价；e)人力支援(根据工作时间内的人力支援时间计算)；f)设施开放(为地区活动提供公司设施，根据设施使用费计算)

各领域社会公益活动支出比例构成



社会公益活动支出的地区比例构成



*3 中国大陆、香港地区、台湾地区、韩国

*4 东南亚、中东、非洲、大洋洲

For the Next Generation

帮助孩子们梦想成真

科学(Science)

索尼儿童科学教育计划、索尼幼儿教育支援计划

索尼教育基金会

为了通过科学激发孩子们的好奇心和创造力，让他们勇于面对新的挑战，索尼教育基金会开展了各种各样的活动。

其中最主要的一项就是“索尼儿童科学教育计划”，这是1959年设立“索尼小学理科教育振兴基金”以来开展的一项以振兴科学教育为目的的计划。面向中小学教师征集如何“培养热爱科学的孩子”的教育计划及论文，从中选出优秀论文进行表彰及奖励。至今为止，共有10,000多所学校提交应征论文，约5,000所学校获奖。

除此之外，索尼还认为要培养丰富的创造力，幼儿时期的“科学好奇心”的培养十分重要。2002年起“索尼幼儿教育支援计划”开始实施，支持为3~5岁的幼儿教育。除了对日本国内幼儿园和托儿所的老师提供支持以外，还在网页上介绍优秀案例，以扩大活动的影响。



获奖小学的授课情形

Sony Wonder Technology Lab

索尼(美国)

索尼(美国)(SCA)在位于曼哈顿中心的公司总部开设了体验型的交流、技术与娱乐博物馆——Sony Wonder Technology Lab(SWTL)。通过科技讲座、最新影视作品放映、与深受地区信赖的非营利团体合作等方式开设定期展览、实施各种创意企划，SWTL在媒体与娱乐、科学、艺术领域对孩子们进行教育和培养。参观者能够亲身体验计算机、电视、游戏、音乐、影像及数字技术的乐趣与奇妙，还能在可容纳73人的高清剧场欣赏高清影视作品。

2006年的来馆人数约20万人，比上年增长7%。一年间共有来自纽约及邻州的1,200多所学校的5万多名学生到SWTL参观，其中将近2,500名学生参加了以“沟通技巧”为主题的教育引导项目。该主题对于目前美国学校课程计划是一个很好的补充。



孩子们在Sony Wonder Technology Lab体验最新技术

音乐(Music)

歌剧·幻想《Les Paladins - 游侠骑士 -》

索尼音乐基金会

索尼音乐基金会每年都举办活动，让孩子们欣赏一流艺术家的音乐。

2006年，配合法国著名的蒙塔夫-艾维尔舞蹈团(Compagnie Montalvo-Hervieu)融合巴洛克歌剧与现代舞蹈的喜剧《Les Paladins - 游侠骑士 -》在日本首次公演，索尼举办了面向孩子们的相关活动。

首先，索尼邀请参加公演的两名舞蹈演员来到索尼公司，约有100人参加了这次为期4天的舞蹈学习。

此外，在《Les Paladins - 游侠骑士 -》公演之前，邀请舞台监督进行了观赏辅导讲解。在表演部分作品内容的同时，对舞蹈演员抒发感情的手法、舞台效果的制造(如影像和气球的利用等)、演奏巴洛克音乐的古乐器等等进行了介绍。最后，参加培训的学员登上舞台，在管弦乐队的伴奏下，与舞蹈演员一起翩翩起舞。



摄影：三浦兴一
辅导讲解的最后，专业舞蹈演员与学员共同表演舞蹈

URL

索尼教育基金会 <http://www.sony-ef.or.jp>
Sony Wonder Technology Lab <http://www.sonywondertechlab.com/>
索尼音乐艺术振兴会 <http://www.smf.or.jp>

影视和摄影(Film and Photography)

支援“儿童数码摄像项目——联合国儿童基金会 EYE SEE II”

索尼公司

索尼公司为联合国儿童基金会主办的“儿童数码摄像项目”提供数码相机。启动这一项目的目的是为了让巴基斯坦地震受灾地区的儿童从自己的角度拍摄照片，培养其创新能力，为灾后地区重建做出贡献。

参加项目的160名儿童分为两人一组，不仅了解了数码相机使用的基本知识，还培养了团队协作精神，怀着重建家园的美好愿望，拍摄了自己的生活情景。

孩子们的摄影作品展先后在联合国儿童基金总部(纽约)、巴基斯坦首都伊斯兰堡、索尼大楼(东京银座)、索尼MEDIAGE(东京台场)、联合国儿童基金会大厦(东京高轮)举办。照片上还附上了孩子们的心愿。

索尼影视作品大赛(Sony Movie Works)

索尼公司、索尼影视娱乐公司(SPE)

索尼影视作品大赛项目以高中生为对象，通过影视制作培训班，让高中生学习策划、摄影、剪辑，最终完成片长10分钟的影视作品。

在该项目中，约有30名影视制作经验丰富的索尼集团员工作为志愿者协助高中生。高中生与索尼集团员工组成团队，一同参加培训班，在实际影视作品的制作过程中通力合作，共同完成作品创作。

2006年以“Goal(目标)”为主题共创作完成10个作品，作品鉴赏会上约有300名观众到场观赏了这些作品。其中，主题鲜明、富有创造性的优秀作品受到了奖励。

儿童数码影像项目

索尼(台湾)

台湾市场信息技术发达，但在数码技术应用领域、地区差异很大。偏远地区的大多数孩子没有接触过数码摄像机和数码相机。为了给这些孩子提供接触最新数码产品的机会，让孩子们从自己的视角拍摄数码影像作品，培养他们的创造性，索尼(台湾)启动了儿童数码影像项目。

2006年，索尼(台湾)向20所小学捐赠了数码摄像机和数码相机，派遣员工作为志愿者为孩子们提供培训，还聘请摄影家举办了摄影培训班。孩子们通过学习和实践，发挥了自身的才华和潜能，拥有了自信。

此外，还举办了儿童影像创作竞赛，在10所获奖小学放映活动的纪实短片，并邀请荣获一等奖的两所学校的孩子赴日与日本的小学生进行交流。



©UNICEF/HQ06-1233/Asad Zaidi
巴基斯坦地震的受灾儿童



练习摄影的高中生与员工志愿者



使用最新器材的孩子们

URL

索尼(台湾)儿童数码摄影项目 <http://csr.sony.com.tw/2006/06children/index.asp>

索尼的志愿者活动

Someone Needs You

“Someone Needs You” (首字母代表Sony) 是为当地社区做贡献的员工志愿者活动。世界各地的索尼集团下属公司都在积极探讨和策划符合不同地区需要的志愿者项目，并号召全体员工踊跃参加。下述文章为来自各地负责人的报告。



伦敦

索尼(欧洲)计算机娱乐公司

环境保护活动

伦敦的索尼(欧洲)计算机娱乐公司(SCEE)员工开展了保护当地公园环境的活动。其目的为保护珍贵的自然环境及濒危物种，为当地儿童及居民提供教育平台，为社区营造安静舒适的环境。SCEE员工分成两个小组开展活动。

一个小组负责修整因破损而变得十分危险的陡坡上的台阶，将以前的台阶换成了耐用的铁轨枕木台阶，为社区居民到公园游玩提供了方便。台阶上使用的木材不是原木而是回收利用的铁路枕木。

另一个小组负责清除杂草、修整湿地。被清除的杂草堆积在一起，可为昆虫提供新的生存环境，而这些昆虫将成为冬季小鸟维持生命的食物来源。湿地对两栖类动物、鸟类以及湿地植物非常重要，湿地保护已成为英国生物多样性活动计划中的重点之一。今后，这一活动还将继续开展。

索尼(欧洲)计算机娱乐公司Michelle Souch



香港

索尼(香港)

参加“百万行(Walks for Millions)”

为了支持香港公益金(非营利团体)开展的青少年资助活动，包括索尼(香港)在内的索尼集团6家公司参加了该团体举办的慈善活动——“百万行(Walks for Millions)”。这一活动是香港公益金从1971年开始举办的，之后每年举办一次。2007年有150支队伍共13,000人参加。

索尼集团有391名员工及其家属、朋友参加，步行10公里。参加活动的员工捐出善款约14万港币，与索尼(香港)的捐款一并捐给了这一活动。这一活动的目的是“投入现在，培养未来”，所募集的款项用于资助各种青少年活动。作为索尼的员工，能够参与有益于社区发展的活动，我们感到非常高兴。

索尼(香港)Grace Lau



迪拜

索尼(海湾)

沙漠清扫活动

为了保护地区环境,索尼(海湾)(Sony Gulf FZE)与迪拜政府合作实施了沙漠清扫活动。索尼(海湾)的员工及其家属70余人参加了迪拜沙漠地区的清扫活动。

索尼(海湾)环保活动以自然环境保护为重点,沙漠清扫活动也是其中一部分。我们希望通过这样的活动让员工认识到保护环境的重要性。

索尼(海湾)Mark D' Souza



东京

索尼光(HIKARI)公司

御殿山清扫活动

御殿山地区(东京品川)的108名索尼集团员工志愿参加了清扫公司周边地区的活动。

索尼光(HIKARI)公司是以让残疾人参与社会为目的,由索尼公司设立的特殊子公司,主要负责索尼公司及其关联公司的内部清扫以及公司内部邮件分发、物品分类包装等工作。

在这次志愿者活动中,大家一同清扫了平时由索尼HIKARI公司负责清扫的道路及其周边地区。参加者分成5个小组清扫了各自的分管范围,在短时间内收集了大量的空瓶等垃圾。公司周边变清洁了,更重要的意义在于大家都作为索尼集团的一员开展了有益的活动。

索尼HIKARI公司 森 慎吾



洛杉矶与纽约

索尼集团在洛杉矶与纽约

社区中心服务活动

今年,索尼影视娱乐公司(SPE)员工也积极参加了各种志愿者活动。“朋友烹饪俱乐部”就是其中之一。共有12个小组参加这一活动,各小组轮流为低收入女性服务设施以及城市女子中心制作食品,制作了许多拼盘色拉、主菜和配菜。共有110名员工参加了这一活动。

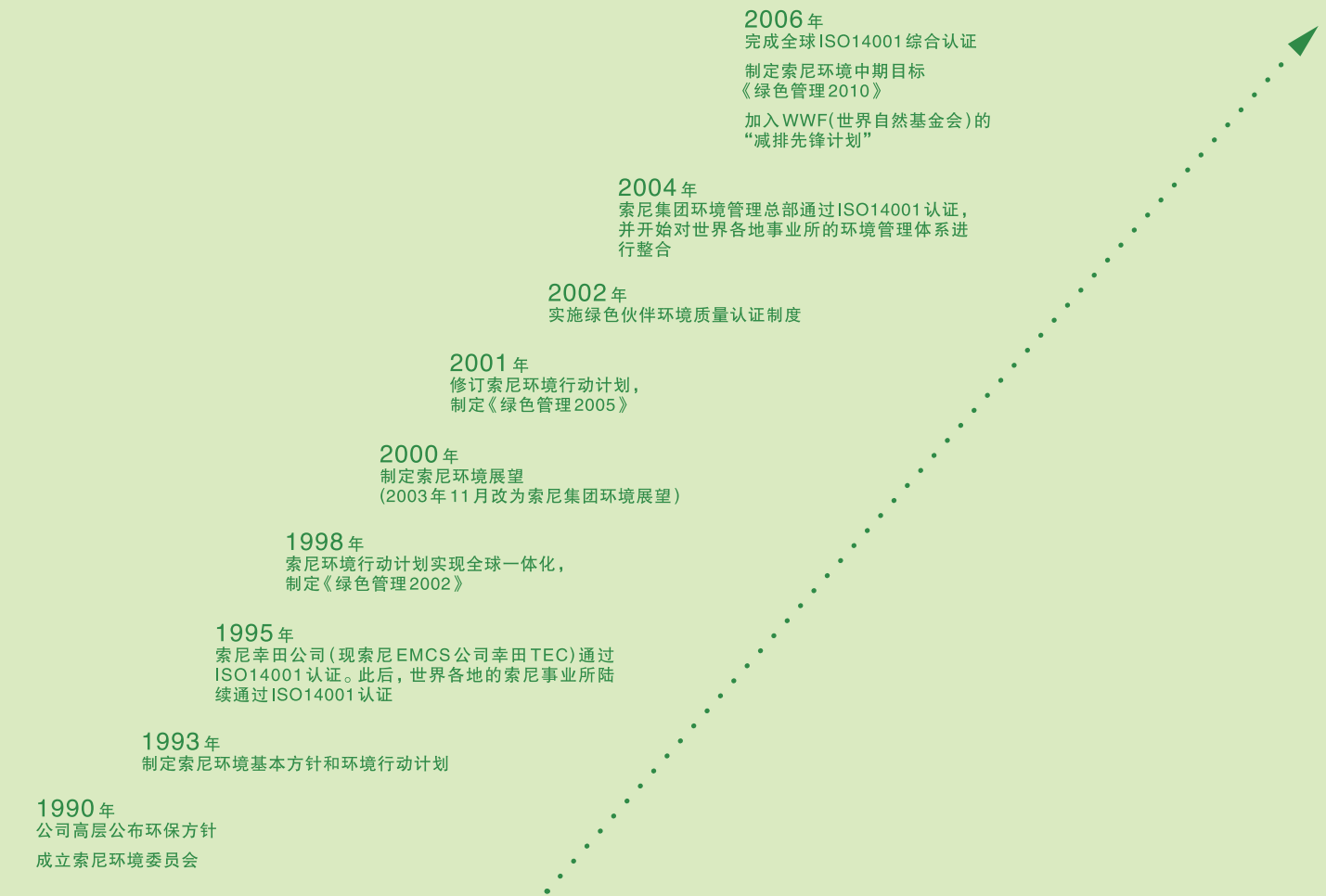
另外,SPE还与索尼(美国)及索尼BMG音乐娱乐公司的员工合作,帮助为纽约皇后西区低收入家庭提供服务的非营利性社区中心进行设施改善。

索尼影视娱乐公司 Janice Pober



全球环境

索尼环保活动的历程



公司外部董事致辞

为了下一代的环保活动,是我们的目标,同时也已成为海内外广泛关注的焦点。索尼制定《绿色管理2010》并实施了“绿色伙伴环境质量认证制度”,目前在广泛的领域内为实现环保目标积极努力。索尼以世界各地的索尼员工为媒介,动员客户、NGO 和当地社会的其他团体,通过节能、循环利用、重复利用等项目推进环保活动。同时,索尼还致力于开发和提供新的环保产品和服务,在改变消费者生活模式的同时,让消费者也承担一部分环保义务。

相信集全公司之力,索尼可以为下一代消费者以及员工持续不断地创造出更多的环保成果。

索尼公司
董事 提名委员
Peter Bonfield



索尼集团环境展望

以创建可持续发展的社会为目标，作为集团整体奉行的全球环境方针，索尼制定了由“理念”和“基本原则”两部分构成的《索尼集团环境展望》。

索尼集团环境展望(节选)

理念

为了更好地保护一切生命赖以生存的地球环境，使现世与后代的人们能够享受健康、幸福的生活，并创建可实现人类美好梦想的可持续发展社会，索尼将一如既往地推动改革创新，并积极开展健全的企业活动。

索尼致力于提高有限资源和能源的使用效率，在不断创造更高的附加价值的同时，力争在各项商业活动中提高环境效率。索尼将严格遵守环境方面的法律法规，努力降低在能源和资源利用过程中产生的环境影响，并采取有效措施，积极防止企业活动对自然环境造成的污染。同时，索尼将进一步加强与利益相关方的广泛合作，努力学习和掌握相关知识，为有效应对复杂的环境问题贡献自己的力量。

索尼应对全球环境问题的基本原则

索尼认识到，业务活动不仅影响到各个地区的环境，而且与全球范围内的环境问题紧密相关。针对4项重要的全球环境问题，索尼将奉行以下基本原则。

全球变暖

索尼承诺在索尼产品及服务的生命周期中，降低商业活动所导致的能源消耗量及温室气体排放量。

自然资源

索尼将在当前基础上提高制造过程中的资源生产能力，包括降低原材料及水的消耗量，并在可能的情况下对这些资源进行回收和循环利用。

化学物质

索尼将对所使用的全部化学物质继续实施严格的控制措施，同时在可能的情况下，采取措施减少、替代并淘汰对环境具有潜在危害的物质。

自然环境

索尼认识到保护由森林、海洋和野生动植物所构成的地球生态系统，对于维护地球生物多样性具有重要意义，并在任何可能的情况下，采取建设性措施来保护自然环境。

索尼企业活动基本原则

索尼在对全球规模的环境管理体系进行持续改进的同时，在包括新业务的企划、产品及服务的开发、销售、使用、售后服务、废弃、循环利用的整个业务流程中开展环境活动。在《索尼集团环境展望》中，索尼就以下11个方面规定了公司奉行的基本原则。

- 遵守法律法规
- 企业公民
- 信息披露与信息交流
- 教育培训
- 新业务企划
- 研究开发
- 产品、服务的策划与设计
- 零部件、原材料采购
- 事业所管理
- 物流、销售、市场营销与售后服务
- 废旧产品的资源再生

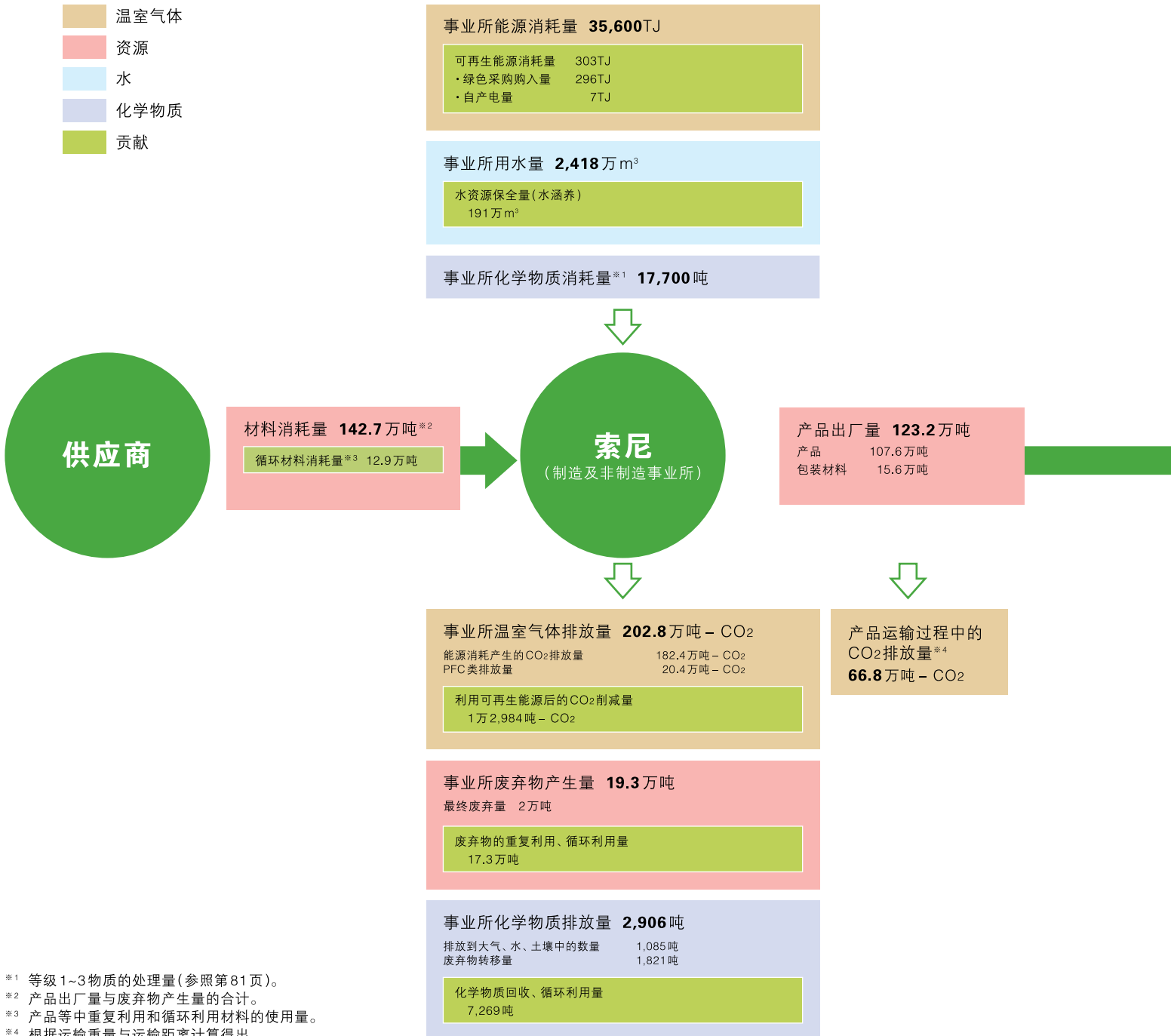
为了实现《索尼集团环境展望》，索尼制定了相应的目标和计划，并贯彻执行。

详细信息>> 索尼集团环境展望

<http://www.sony.net/csr/report>

索尼环境影响总体情况

索尼在企业活动中，通过能源及资源消耗等各种形式影响着自然环境。下面，我们从产品生命周期的观点出发，简要阐述索尼的全球企业活动所产生的环境影响。为了实现《索尼集团环境展望》的目标，索尼正在积极开展各种活动，以便有效降低对环境造成的负面影响。



通过产品的生命周期掌控环境影响

下图表示的是整个产品生命周期内的环境影响，包括索尼全球企业活动中的能源及资源消耗量、消费者在使用产品过程中的能源消耗量、产品使用后的循环利用率和废弃情况等。该图是2006财年中索尼可直接掌控和管理的项目所产生的主要环境影响。

详细信息>> 环境数据统计方法及思路
<http://www.sony.net/csr/report>

环境指标

索尼围绕企业活动的整个生命周期，以自身能够掌控且通过努力能够得到改进的项目为中心，制定了以下环境指标。该环境指标量化了环境影响，数值越低表示环境影响越小。另外，在截止至2010财年的环境中期目标《绿色管理2010》中^{*1}，索尼制定了这些环境指标及与环境指标相关的具体指标。

^{*1} 《绿色管理2010》的详细内容请参照第66~67页。



^{*2} 事业所温室气体总排放量(能源使用过程中CO₂排放量和PFC类等排放量的总量，按CO₂排放量换算)。

^{*3} 产品、备件、使用说明书和包装材料的总重量。索尼集团废弃资源在产品中重复利用、循环利用的重量除外。

* 此外，在材料的生产过程、产品循环利用过程中，也会产生额外的环境影响。

《绿色管理2010》进展报告

为实现《索尼集团环境展望》，索尼制定了环境中期目标《绿色管理2010》，以2010财年作为目标年，号召整个索尼集团在该期间积极投入到解决全球暖化、资源循环、化学物质管理等各种复杂环境问题的活动中。下面就2006财年环境指标(综合指标)和具体目标的进展进行介绍。

环境指标和环境效率

环境指标是为了尽可能准确地掌握索尼集团的企业活动、产品和服务整个生命周期对环境产生的影响，同时监督索尼根据具体目标实施的环境措施是否能有效减轻整个生命周期中的环境影响而制定的指标，包括“温室气体指标”和“资源指标”两个部分。此外，为了确认这些指标相对于业务规模而言是否有效，索尼如右边的公式所示定义了环境效率。

2006财年的温室气体指标约为2,053万吨，与2005财年相比约增加17%。环境效率为2000财年的0.99倍。增加的主要原因包括：由于重新对指标进行定义，2006财年数据中新加入了物流排放的CO₂量；液晶电视大屏幕化和销售量增长使产品使用过程中的CO₂排放量增加了约16%，等等。另一方面，事业所温室气体排放量比2005财年削减约7%。

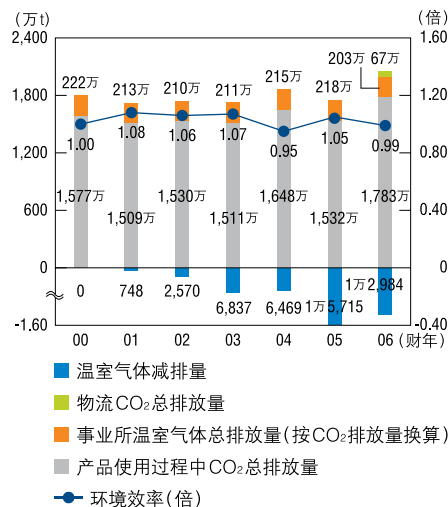
2006财年的资源指标约为109万吨，环境效率为2000财年的1.65倍。与2005财年相比，环境效率得到大幅改善，主要原因是在显像管电视销售减少、液晶电视销售增加使销售收入显著增加的同时，产品资源投入量略有减少。资源指标从2000财年起一直稳步减少，而且环境效率自电视机顺利实现向超薄电视转型的2004财年起得到明显改善。

《绿色管理2010》的环境指标

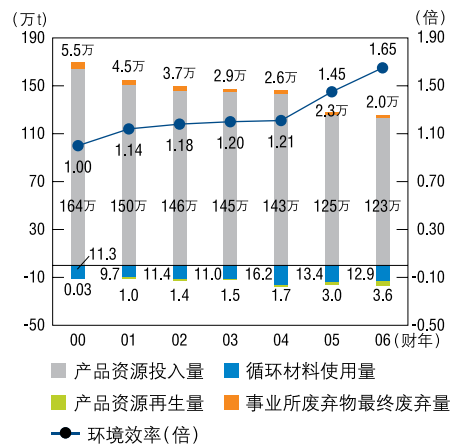
指标	计算公式
温室气体指标	事业所温室气体总排放量 (按CO ₂ 排放量换算) + 产品使用过程中的CO ₂ 总排放量 + 物流中CO ₂ 总排放量 - 温室气体减排贡献量
资源指标	事业所废弃物最终废弃量 + 产品资源投入量 - 循环材料使用量 - 产品资源再生量

$$\text{环境效率} = \frac{\text{销售额}}{\text{环境影响 (环境指标)}}$$

温室气体效率推移



资源效率推移



具体目标的进展

《绿色管理2010》的具体目标涵盖了从零部件采购、产品生产、产品使用到产品废弃、循环利用的整个业务流程。下面就2006财年产品以及事业所的主要目标进展进行报告。

防止全球变暖

目标内容	基准财年	目标财年	2006财年进展	相关页码
事业所温室气体总排放量(按CO ₂ 排放量换算)绝对值削减7%以上(含7%)	2000	2010	较2000财年减少9%	79
削减产品全年电力消耗量	-	-	90%的产品种类达到了2006财年目标	69
掌握产品等运输中CO ₂ 排放总量,实施削减措施	-	-	CO ₂ 排放量67万吨 运输模式改进率从12%提高到16%	75

资源循环

目标内容	基准财年	目标财年	2006财年进展	相关页码
事业所废弃物总产生量绝对值削减40%以上(含40%)	2000	2010	较2000财年减少30%	80
事业所废弃物资源再生率达到99%以上(含99%)(日本国内制造事业所)	-	2010	99%	80
事业所废弃物资源再生率达到95%以上(含95%)(海外制造事业所)	-	2010	87%	80
事业所生产用购水及采水总量绝对值削减20%以上(含20%)	2000	2010	较2000财年减少16%	80
产品循环材料利用率* ¹ 提高至12%以上(含12%)	2000	2010	10%	70
持续提高产品资源再生量和产品循环率* ²	-	-	产品资源再生量: 36,355吨 产品循环率: 3%	70
对主要产品全部实施生命周期评估(LCA)	-	-	75%的产品种类达到2006财年目标	70

化学物质管理

目标内容	基准财年	目标财年	2006财年进展	相关页码
事业所环境管理物质的禁用、削减、管理 向大气中排放的挥发性有机化合物(VOC)绝对值削减40%以上(含40%)	2000	2010	较2000财年减少41%	81
产品的化学物质管理 环境管理物质的禁用、削减、管理	-	-	在全球范围内上市的所有产品都已停止使用特定化学物质	72

*¹ 循环材料使用量与产品资源投入量的比率。

*² 产品资源再生量与产品出厂量的比率。

详细信息>>《绿色管理2010》的进展

<http://www.sony.net/csr/report>

环境管理体制

为了实现《索尼集团环境展望》，达成环境中期目标《绿色管理2010》，及贯彻执行集团制定的各类环境规则，索尼建立了全球统一的环境管理体系，并进行持续的改进。

全球化环境管理体系

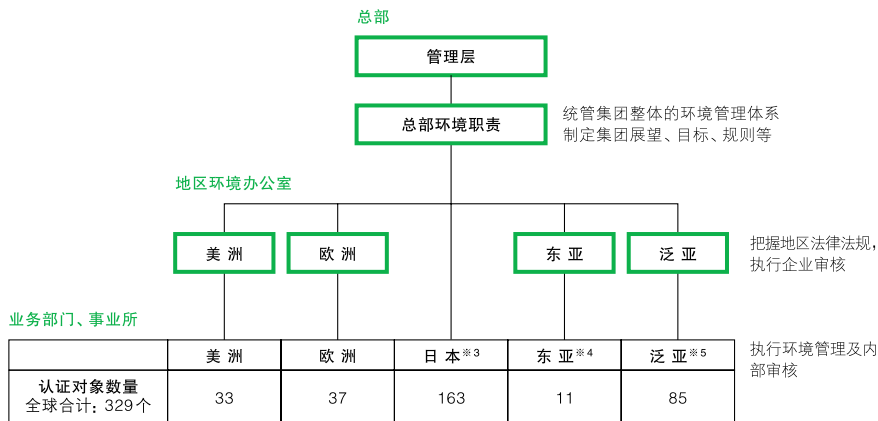
早在二十世纪90年代初期，索尼就开始积极推动全球的事业所通过以“PDCA^{*1}”运行模式为基本理念的环境管理体系ISO14001的认证，并在2000年初完成了这项工作。

目前，索尼公司为了使这项工作更上一个台阶，又在各事业所管理体系的基础上，通过了总公司、海外地区环境部门、各业务部门、各事业所一体化的集团全球统一ISO14001综合认证^{*2}。

*1 策划(Plan)、实施(Do)、检查(Check)、管理层评审(Act)的良性循环。

*2 ISO认证事业所的对象范围包括所有的制造事业所及员工人数超过100名的非制造事业所。

索尼集团全球环境管理体系



*3 负责地区: 日本、台湾地区、韩国

*4 负责地区: 中国大陆、香港地区

*5 负责地区: 东南亚、中东、非洲、大洋洲

与业务活动相关的环境管理

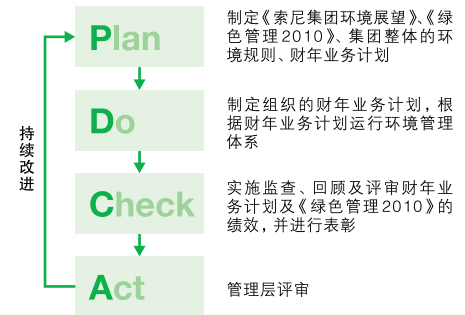
为了确保环境中期目标《绿色管理2010》的顺利达成，各业务部门及事业所分别制定和执行包括各种环境因素在内的财年业务计划。围绕业务计划的执行情况，索尼定期对主要业务部门及事业所进行评审，并将环境活动的进展评审结果确定为绩效评审的一个组成部分。为了准确掌握实施情况，索尼在全球建立了在线数据系统，对产品的耗电量和重量、事业所的能源消耗量以及废弃物量等环境绩效数据进行定期统计。此外，为促进环境活动的开展，索尼根据目标及业务内容，对员工进行形式多样的环境培训，使员工能够在自身的职责范围内推进有效的环境活动。

详细信息 >> 环境管理体制

通过ISO14001认证的事业所一览表

<http://www.sony.net/csr/report>

索尼集团环境管理体系的PDCA循环



降低产品的环境影响

索尼致力于针对产品的整个生命周期开展持续性活动，以减少对环境的影响。索尼在产品策划与设计阶段，实施环境评价，推进耗电量及资源消耗量的削减工作。此外，还引入先进的管理体制，科学合理地管理供应链，对产品中所含化学物质进行管理、削减或禁用。

产品使用过程中的温室气体排放量

客户在使用索尼产品的过程中，不可避免地会消耗电力，间接排放CO₂。2006财年销售的产品在整个使用周期中排放的CO₂大约为1,783万吨，较2005财年增加约16%。虽然2006财年计算机销售从台式机向笔记本转移，减少了计算机使用过程中的CO₂排放量，但是由于薄型电视机及专业数字投影机的销量大幅增加，以及“PS3[®]”游戏机在这一年开始发售等原因，导致CO₂总排放量多于上一财年。

就具体产品而言，约90%的产品品种达到了2007财年的耗电量削减指标。具体成果如下：日本国内销售电视主要机型全部达到了日本节能法规定的最高节能标准统一节能五星级水平；日本国内销售的几乎所有机型的计算机都达到了日本节能法规定的能源消耗效率目标值(2007年标准)等等。

详细信息>> 产品环境数据

<http://www.sony.net/csr/report>

产品耗电量的削减活动

液晶电视“BRAVIA”

液晶电视“BRAVIA”J3000系列采用了可扩展颜色再现区域且可提供高纯度三色光(蓝、绿、红)的“Live Color Creation”背光照明系统，不仅再现了更接近自然的颜色，而且还实现了低耗电量。此外，还配置了可根据映像亮度自动调整背光照明亮度的“Advanced Contrast Enhancer”(ACE)以及根据周围亮度自动调整画面亮度的“光感器”。这些功能使得J3000系列KDL-40J3000的节能标准达标率(日本节能法规定)达到180%，实现了行业最高的节能性能^{*1}。

^{*1} 是与日本国内销售的数字液晶电视的数据比较(截至2007年4月，索尼的调查数据)。

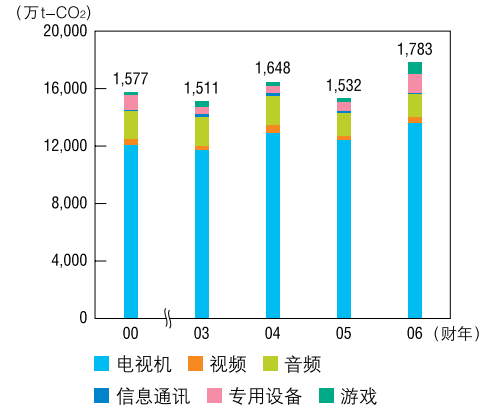
个人计算机“VAIO”

索尼的“VAIO type G”个人笔记本电脑，重量约859g^{*2}、厚度约4.4mm，是世界上最轻的12.1英寸电脑，其液晶显示屏采用了白色LED。由于导光板的超薄化以及系统基板的小型化和轻量化，所以厚度较以往的荧光灯管液晶显示屏减薄了约50%，重量减轻了约30%。同时白色LED背光照明使得耗电量降低，再加上节电设计、以及通过软件控制CPU驱动电压、液晶背光照明电压、存储器、图解加速器和驱动器等实现的节电措施，最大限度地抑制了非有效能耗，实现了机身的长时间使用，其最长工作时间可达12小时^{*3}。

^{*2} 截至2007年4月，由索尼调查。只限于12.1英寸液晶电脑。VAIO“Owner Made”机型，无光驱，配置电池(S)、1GB内存(1GB装板)和闪存。

^{*3} 配置电池(L)时，VAIO“Owner Made”机型在规格选择范围内的最长时间。

产品使用过程中的温室气体排放量



地面·BS·110度CS数字高清液晶电视
“BRAVIA”KDL-40J3000



个人笔记本电脑
“VAIO type G”
VGN-G1ABNS

利用产品生命周期评估降低产品环境影响

为了定量把握产品生命周期中对环境的影响，包括原材料及零部件的生产、产品制造及运输、产品使用或待机、产品最终处理（废弃或循环利用）等阶段，索尼实施了产品生命周期评估（LCA）。通过LCA可以明确需重点改善的课题，从而开展各种活动来减轻对环境的影响。

索尼在《绿色管理2010》中制定了“对全部主要产品实施LCA”的目标。根据该目标，2006财年，索尼对液晶电视机、DVD刻录机、摄像机、专业相机等都实施了LCA。例如，LCA评估结果显示：2007财年上市的液晶电视机KDL-32J3000，比2005财年上市的相同尺寸液晶电视机环境影响降低约30%，比2002财年上市的显像管电视机降低了约51%。

今后，索尼将继续通过LCA来定量计算产品生命周期各阶段对环境的影响，有效降低整个生命周期的环境影响。

[详细信 息 >> LCA 评估事例](http://www.sony.net/csr/report)
<http://www.sony.net/csr/report>

产品的资源消耗量

索尼2006财年销售的产品，资源消耗量约为123万吨，较2005财年减少约2%，循环材料使用量约为13万吨，较2005财年减少约4%。在资源消耗量方面，尽管电视机销量有所增加，但是电视机需求继续向轻薄型转移，因此资源消耗量减少；而信息通讯业务及元器件及其它业务方面，由于VHS录像带销售量减少等原因，资源消耗量减少；另一方面，由于“PS3[®]”上市发售造成资源消耗量大幅度增加，因此，索尼集团整体的资源消耗量与上一个财年基本持平。在循环材料使用量方面，虽然在包装材料中大量使用了循环材料，但是由于以电视机为主的产品开展减少使用包装材料活动，因此总体上减少了约4%。

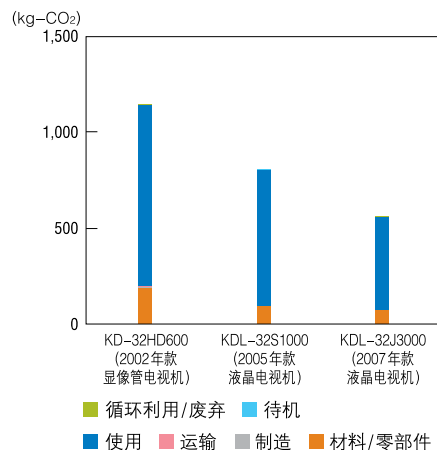
索尼在《绿色管理2010》中设定了“到2010年前将循环材料利用率提高到12%以上（含12%）”的目标，推进再生材料及自然循环材料等循环材料的使用以及产品轻量化活动。2006财年，以音频业务为中心，积极推进再生材料在产品本体中的使用，使循环材料利用率约达10%。

在产品中采用再生塑料

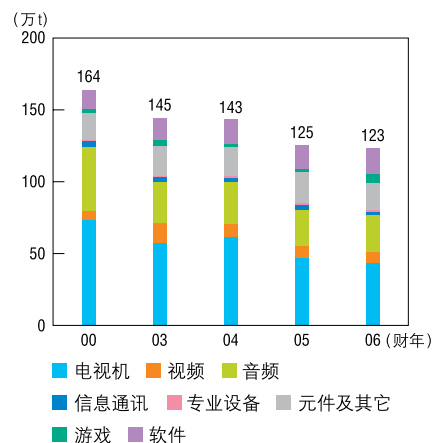
为了尽量减少新资源消耗，索尼积极推进再生塑料在产品中的使用。目前，索尼在包括电视机、记录媒体产品、音频产品、个人计算机和数码摄像机在内的各种产品中都使用了再生塑料，索尼集团整体全年再生塑料的使用量达到1万吨以上。为了今后进一步增加再生塑料的使用量，索尼在《绿色管理2010》中制定了“到2010年将循环材料利用率提高到12%以上（含12%）”的目标，为了达到该目标，索尼成立了专项组积极进行技术开发。

2006财年，索尼开始对废CD进行循环利用，用于产品零部件的制造。索尼音乐制作公司（SONY Music Manufacturing Inc.）是音乐光盘的制造事业所，该公司利用索尼集团自主开发的粉碎·清洗工艺对废CD进行表面脱膜处理，资源再生为再生聚碳酸酯（PC）。其后，在合作的树脂生产厂家将再生PC与添加剂混合，再生成可用于产品制造的塑料。该再生PC用于制造液晶投影电视的零部件时，为了增加塑料的阻燃性能，需要添加索尼自主开发的非溴非磷类环保型阻燃剂。

电视机环境影响（CO₂排放量）比较



产品的资源消耗量



使用再生塑料的产品和零部件举例



环保包装

产品完成运输开始使用时，包装材料就变成废品被废弃，所以早在1989年，索尼便将包装材料的环保性能作为设计目标之一，确立了众多研发项目。除了在有效保护产品的前提下尽可能减少包装材料的使用量以外，索尼还在全球范围内积极采用易于循环利用或循环利用体制完善的材料及再生材料。

同时，为了方便顾客进行废品分类排放，索尼还采用易于分类的构造及识别方法。索尼不仅致力于保护资源及削减资源的使用量，还大力开发新技术，推动资源的循环利用，努力将焚烧·填埋处理的材料使用量降至最低。

除此之外，索尼还参考《关于包装和包装废弃物处理的欧洲指令》等相关法律法规，制定了索尼集团全球统一化学物质管理标准《零部件和材料中的环境管理物质管理规定(SS-00259)》，并据此加强对材料的管理，以防止重金属等有害物质混入包装材料中。此外，还积极采用环境友好型包装印刷油墨，如日本印刷油墨工业联合会规定的环保自律印刷油墨及无VOC油墨。

植物塑料的开发与应用

植物塑料以玉米等被称为“生物原料”的植物为主要原料，在以下方面比一般塑料更环保：

- 削减石油资源使用量
- 减少温室气体排放^{*1}
- 使用后可采取多种处理方式^{*2}

索尼积极推进这种植物塑料的开发和利用，并领先业界于2000年起用于包装材料、2002年起用于制造随身听的外壳，目前已有六类八种产品用其制作外壳，有两种产品用其作为包装材料。

2004年，索尼成功开发出全球首例阻燃型^{*3}植物塑料，并成功用于制作DVD播放器前面板，由此植物塑料开始在产品中得以推广应用。2006年成功用于电子货币领域使用的搭载“FeliCa”技术的非接触型IC卡中。同年就用这种植物塑料为索尼健康保险工会生产了约15万张健康保险证。

此外，索尼还独自开发了植物塑料加工技术——聚乳酸快速结晶技术，并在供应商的协助下，使这项技术得到了实际应用。利用这项技术可以在短时间内生产高耐热性的成品。

^{*1} 植物原料因在栽培过程中吸收二氧化碳进行光合作用，从产品的原材料生产到废弃的生命周期来看，排放的二氧化碳比一般塑料少得多。

^{*2} 材料循环利用、化学物质循环利用、焚烧及其它过程。

^{*3} 用于电气产品的部分塑料必须为阻燃型塑料。



J3000系列液晶电视“BRAVIA”采用了八角形纸板盒，减少了纸板盒缓冲材料用量



照相机镜头适配器HDLA1500采用有弯折结构和形状的纸板盒缓冲材料



用植物塑料制作的搭载“FeliCa”技术的非接触型IC卡



植物塑料的开发与实际应用

2000~	2002~	2004~	2005~
<p>用于包装材料</p> <p>袖珍MD碟 “Neige” (包装薄膜)</p> <p>便携收音机 ICR-P10 (硬质泡沫塑料包装)</p>	<p>用于产品外壳</p> <p>DVD播放器 DVP-NS999ES (前面板)</p> <p>娱乐型机器狗 “AIBO”ERS-7/ERS-7M2 (脚掌、充电座、柱子)</p> <p>“Walkman®” WM-FX202 (外壳)</p> <p>娱乐型机器狗 “AIBO”软件 ERF-210AW06J (配备充电器)</p>	<p>阻燃材料的实际应用</p> <p>DVD播放器 DVP-NS955V/NS975V (前面板)</p>	<p>产品种类扩大</p> <p>“VAIO type S” SZ系列 (dummy card)</p> <p>手机 premini®- II S® (按键)</p> <p>手机(样机) Mova® SO506iC® (外壳)</p> <p>非接触型IC卡</p>

* “mova®”和“Premini®”是NTT DoCoMo公司的注册商标。

产品中的化学物质管理

化学物质的全球统一管理

索尼生产和销售的每一件电子产品都由数百至数千个零部件构成，含有各种各样的化学物质。在产品所含的化学物质中，如果部分有害物质在产品废弃阶段得不到妥善处理，就有可能对环境造成污染。为了预防环境污染的发生，欧盟颁布了RoHS指令^{*1}，禁止产品中使用特定的化学物质。日本则规定含有特定化学物质的产品必须附加J-Moss^{*2}标志进行信息披露。

随着产品市场及供应链的全球化发展，索尼切实贯彻RoHS指令及中国《电子信息产品污染控制管理办法》等全球各地相关法律法规，综合利益相关方的意见和建议，制定了索尼全球统一的化学物质管理标准——《零部件和材料中的环境管理物质管理规定(SS-00259)》^{*3}。根据该标准，索尼在全球范围内对产品的所有零部件及材料进行统一的化学物质管理。此外，索尼还积极应对欧盟的REACH指令。

^{*1} 关于在电气电子设备中限制使用某些有害物质指令。

^{*2} JIS标准《电气电子设备特定化学物质的含有标示方法》。

^{*3} 供应商化学物质供货标准(第六版; 2007年3月发行)。将涉及的化学物质及其用途按照立即禁止使用、限期禁止使用、暂不规定具体日期但今后需全部废止使用的三类进行分类管理。

详细信息 >> 产品化学物质管理

<http://www.sony.net/csr/report>

零部件和材料中的环境管理物质管理规定(SS-00259)

<http://www.sony.co.jp/SonyInfo/procurementinfo/ss00259/index.html>

《电子信息产品污染控制管理办法》

2007年3月1日由中华人民共和国信息产业部联合相关六部委公布实施。该部门规章对在中国国内销售及进口的电子信息产品和零部件中含有的铅、汞等6种物质的使用进行了限制。目前，产品上需要有以下标识：

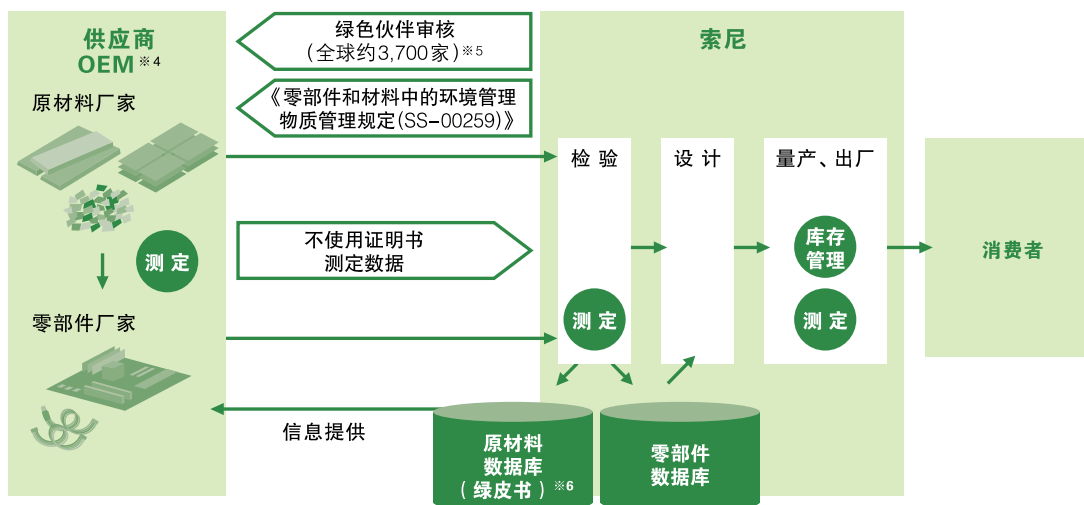
- 电子信息产品污染控制标志
- 有毒有害物质或元素名称及含量标识
- 包装物材料名称标识

REACH (Registration, Evaluation, Authorisation and Restriction of Chemicals) 指令

2007年6月1日起在欧洲实施的化学物质相关法规。

欧盟境内化学物质的年生产或进口数量超过1吨时，企业必须实施注册及安全性评估等措施，同时对于那些可能给人类及环境造成影响的物质，将限制该物质的生产及进口，限制该物质用于生产产品以及限制进口用该物质生产的产品。

产品化学物质管理



^{*4} 委托其它公司生产的索尼产品称为“OEM产品”，生产该产品的制造商称为“OEM”。

^{*5} 截至2007年3月底审核合格的供应商及OEM。

^{*6} 从2003年秋季开始，索尼在电子采购系统上向直接交易的供应商公开原材料数据库“绿皮书(Green Book)”。

产品化学物质管理三原则

为了严格执行化学物质管理基准《SS-00259》，索尼制定了三项基本原则，并在此基础上进行管理。

1. **源头管理** 索尼于2002年建立了《绿色伙伴环境质量认证制度》，该制度明确规定化学物质管理方面的“绿色伙伴标准”，并根据该标准实施供应商审核。索尼已向审核通过并获得“绿色伙伴认证”的供应商采购零部件。为进一步加强管理，索尼对委托生产的OEM也采取相同的措施。

2. **品质管理** 在对新零部件和原材料进行检查时，除了按照通常的质量标准进行检查外，还要确认是否符合《SS-00259》标准。此外，在产品批量生产阶段，索尼对批量生产的零部件实行定期抽样检查。在欧洲，索尼还在仓库进行产品出厂前的检查。索尼在全球严格执行上述管理，坚决杜绝不合格产品流入市场。

3. **测定原则的应用** 为了预防有害物质因不慎混入产品中，索尼不仅要求供应商提供证明不含规定的各类禁用物质的不使用证明书，还要求其提交混入风险较高的特定物质的测定数据。同时，在内部管理方面，全球各地的索尼事业所均使用统一配备的专用测量仪器对混入风险较高的特定物质进行检测，严防禁用物质的混入。

聚氯乙烯及溴类阻燃剂的削减活动

有研究指出，聚氯乙烯处理不当有可能产生有害物质。同时，聚氯乙烯可塑剂和稳定剂的部分物质也可能对环境及人体造成不良影响。虽然聚氯乙烯在电子产品中的使用并不受法律限制，但是索尼在认识到这种危害性后，正在尽量从技术和经济方面寻找替代品，并逐渐进行替换。例如，包装材料除了个别用途外，已基本上停止使用聚氯乙烯。此外，已采用聚烯烃材料替代过去在一部分产品的线材、AC适配器输出线、电源线中使用的聚氯乙烯。

此外，溴系阻燃剂处置不当也有可能产生有害物质，因此索尼在这方面也在积极寻找可替代材料。例如，2006财年推出的个人电脑“VAIO”，所有型号的外壳及B5尺寸以下的所有笔记本电脑的主要基板都没有使用溴类阻燃剂。另外，A4尺寸的笔记本电脑中，主要基板没有使用溴类阻燃剂的机型约占72%。

索尼规定的环境管理物质

	物质名称
重金属	镉及镉化合物
	铅及铅化合物
	汞及汞化合物
	六价铬化合物
有机氯化物	聚氯联苯(PCB)
	多氯化萘(PCN)
	多氯三联苯(PCT)
	短链型氯代烷烃(SCCP)
有机溴化合物	其它有机氯化物
	多溴联苯(PBB)
	含十溴联苯醚(DecaBDE)的多溴联苯醚(PBDE)
	其它有机溴化合物
	三丁基锡化合物(TBT)
	三苯基锡化合物(TPT)
	石棉
	特定偶氮化合物
	甲醛
	聚氯乙烯(PVC)及聚氯乙烯混合物
	氧化铍
	铍青铜
	特定邻苯二甲酸盐(DEHP、DBP、BBP、DINP、DIDP、DNOP、DNHP)
	氢氟碳化合物(HFC)、全氟化碳(PFC)

* 按照用途分别规定管理级别。



不使用聚氯乙烯的扁平电缆数码照片打印机 DPP-FP 90



主要基板不使用溴类阻燃剂的个人电脑“VAIO type A” VGN-AR72DB

娱乐领域的环保活动

索尼音乐集团(日本)充分发挥集团下属各公司的强项积极开展环保活动。

通过音乐和艺人开展环保活动

索尼Defstar Records Inc.签约组合“Natural High”积极投身环保活动并广泛宣传环保,参加了Sony Magazines公司策划的印度尼西亚“Lingkaran森林”植树造林活动。2006年生态产品展览会期间,“Natural High”在Lingkaran咖啡馆举办座谈会和现场演唱会,并将其2006年12月起两个月内的“着歌(Chaku-uta,可下载手机铃声)®”销售收入的一部分用作植树造林的经费。

此外,索尼音乐集团签约的众多艺人在制作CD和DVD时,都使用引入绿色电力的录音棚。CD和DVD外套也使用FSC认证用纸*1,并通过个人网站发布自己的环保感言。

“Music ON! TV”音乐频道的索尼Music ON TV公司完全使用绿色电力。该公司在2006年5月4日举办了“和谐地球(Harmony with the Earth)”音乐盛典,并将活动实况和参与艺人的环保感言制成专辑节目播放,同时将活动收入的一部分捐给Lingkaran森林风力发电基金。

*1 FSC(Forest Stewardship Council的缩写,意为森林管理协会)认证:森林认证之一,证明产品是由从有效管理的森林砍伐的木材制成。



参加“Lingkaran森林”植树造林旅游团的“Natural High”



在绿色电力录音棚制作的CD
(上方从左到右为浜田省吾、玉置浩二的CD,
下方为RYTHEM的CD)

通过卡通人物开展环保活动

Sony Creative Products Inc.正在推广使用有机棉等天然材料制作的“Natural Pingu”卡通品牌。“Pingu”已被日本环境省及林野厅主办的环保宣传活动采用,作为环保卡通形象不断扩大影响力。此外,该公司在日本的21个直营店铺“m.i.x!”均引入绿色电力。

索尼Dream Ranch Inc.还让其签约艺人JUNICHI创作了“Planelian”和“KAZEO”等环保卡通人物,以艺术形态表现环保,并在公司内外推广。

通过经营活动开展环保活动

自2004财年起,Sony Music Communications Inc.开始实施“绿色生活方式策划(GREENSTYLE Design)”项目,通过环境问题解决方案为环保组织提供帮助,销售收入的一部分通过GREENSTYLE基金捐献给环保组织。Sony Magazines公司在2003财年创刊《Lingkaran》(双月刊),该杂志以“身心健康的生活”为主题,从生态学观点提倡有规律的生活模式。该杂志还向艺术家和音乐家约稿,介绍我们身边有趣的生态学现象。此外,该公司还出版了《生态现代(Ecology Now)》和《从事环境工作》等环保相关书籍。

索尼Hall Network Inc.从2007年3月开始实施塑料瓶回收再利用的业务,该公司从全日本6个“ZEPP”演出厅回收塑料瓶,全年可回收60万个,并将其制成塑料瓶的密封带进行再生利用。



©The Pygos Group
使用有机棉等天然材料制作的“Natural Pingu”系列



杂志《Lingkaran》

降低物流的环境影响

为了减轻零部件及产品运输过程中产生的环境影响，索尼在改变运输方式、改进运输包装及提高运输效率方面进行了积极的努力。

物流产生的环境影响

减少产品及零部件运输环节的能耗、包装材料及其体积，是减轻产品生命周期内环境影响的一项重要措施。此外，社会也越来越关注运输过程中温室气体的减排。

索尼物流贸易公司(SSCS)负责索尼集团的全球物流业务。2006财年，由该公司管理的零部件采购、日本国内产品出货、国际运输及其日本国内主要关联公司的业务活动产生的CO₂排放量约为66万8,000吨。SSCS作为物流公司，在供应商和索尼元器件事业所生产的零部件及成品的国际运输过程中，尽可能地提高运输效率和装载效率、采取高效环保的运输方法，努力减少CO₂的排放量及包装材料的使用量。

改进日本的物流模式

SSCS在调整运输周期及成本的同时，还积极采用相对卡车运输来说CO₂排放量低的铁路、海运等运输模式，以减轻货运环节的环境影响。同时采用专用集装箱，与其它公司一起进行铁路运输。在此基础上，自2006年4月1日起，索尼还采用了2006年3月开始投入运行的JR货运的“Super Green Shuttle(超级绿色往返)”列车。SSCS也因此成为第一个每天固定使用该列车运货的用户。

在日本，索尼2006财年通过改进的物流模式运送的货物流量为17,100吨。与卡车运输相比，削减了约2,214吨的CO₂排放量。

通过改进包装减轻物流环境影响

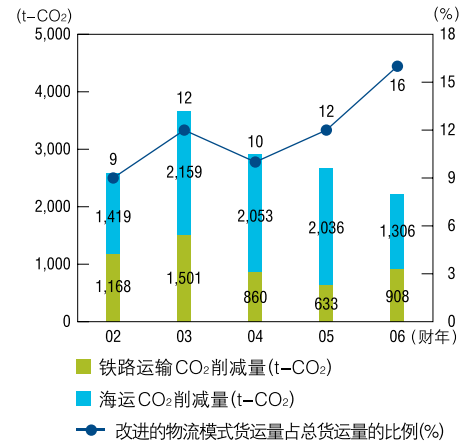
SSCS正在与产品设计、制造等各部门合作，在全公司范围内共同扩大和推广改良包装和物流的环保措施。

此外，索尼还将2005财年起在产品运输中采用的循环型国际物流包装箱推广到零部件运输中，从而降低运输成本、减少运输过程中的CO₂排放量。循环型包装箱的采用，有效抑制了不断增加的运回成本，并在充分考虑到制造工序、物流过程及废弃物处理等所有领域的前提下，使包装变得既简洁又可回收。

自2006年10月开始的电视支架集成包装和采用循环型国际物流包装箱项目，预计每年将削减255吨CO₂排放量。

此外，2006年12月起，部分数码相机、数码摄像机零部件的运输也开始采用塑料折叠式循环型国际物流包装箱。仅在2007年1月至3月末的三个月时间里，就削减了重达26.5吨的纸板箱。今后，预计在半导体、LCD面板、大件零部件以及其他类别中也将采用这种塑料折叠式循环型包装箱。

日本国内物流模式改进带来的CO₂减排



在零部件运输中采用可回收型包装箱

产品循环利用

索尼遵循生产者责任延伸^{*1}理念，大力推进废旧产品的回收和循环利用，同时也非常重视有益于循环利用的设计开发。今后，索尼将建立符合地区社会需求并能减轻地球环境影响的循环利用体制，并确保该体制高效运转。

索尼的产品循环利用方针

为了推动资源的有效利用，索尼在业务过程中始终致力于提高资源利用率。索尼意识到回收废旧产品并将其重新作为资源加以利用，具有十分重要的意义。作为制造商，索尼充分认识到自身在处理废旧产品方面承担的社会责任，严格按照日本的家电循环利用法、欧盟的WEEE指令、美国加利福尼亚州废旧家电循环利用法等世界各地的循环利用法律法规，积极推动废旧产品的回收及循环利用。

在《绿色管理2010》中，索尼将“持续扩大产品资源再生量”以及“持续提高产品循环率”作为产品循环利用的指标。产品循环率即当年产品资源再生量占产品出厂量的比例，除了循环利用措施的推广以外，还规定了有效利用再生资源的指标。为了达成这些指标，索尼正在积极实施产品的回收计划，并努力开发和采用新的循环利用技术。此外，为了能在未来持续扩大产品的资源再生，索尼还在加紧开发和设计易于循环利用的产品。

2006财年，索尼的产品资源再生量为36,355吨，产品循环率约为3%。

在日本开展的循环利用活动

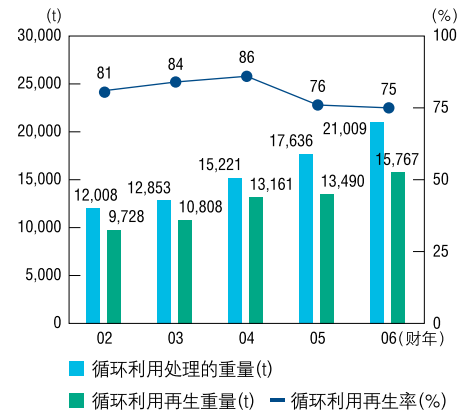
索尼根据日本的循环利用相关法律，正在严格执行电视机、电脑的循环利用措施。在镍镉电池和锂电池等小型充电电池及包装材料方面，索尼按照相关的法律规定，承担循环利用的费用。

日本自2001年4月起，开始施行以电视机、电冰箱、洗衣机、空调4种产品为对象的家电循环利用法。其中，索尼生产的电视机(显像管式、含爱华品牌)也在该法律的约束对象内。根据家电循环利用法的规定，在废弃对象产品时，应由使用者负担循环利用费用，零售商负责回收并将其交付给制造者，生产制造者则负责循环利用。

索尼与同行业的5家公司共同建立了全国规模的循环利用体制。目前，日本共有15家工厂负责索尼电视机的循环利用业务，其中位于爱知县的Green Cycle Inc.主要由索尼公司投资建成。2006财年循环利用的索尼电视机数量达76万台。根据家电循环利用法的规定，企业有义务保持55%的电视机循环利用再生率，而索尼的循环利用再生率自2001财年以来一直高于这一数值。2006财年的循环利用再生率为75%，略低于2004财年之前的水平，这是由于日本对显像管回收碎玻璃的需求有所下降。

^{*1} 指生产者在废旧产品的处理和循环利用方面所应承担的相应费用及(或)其它形式的责任。

电视机的循环利用情况



2006财年的电视机循环利用情况(日本)

指定回收站的回收台数	758,146台
循环利用处理的台数	750,288台
循环利用处理的重量	21,009吨
循环利用再生重量	15,767吨
循环利用再生率	75%

* 回收台数与处理台数之差为财年截止日期的处理库存数量。

同时，索尼根据《资源有效利用促进法》，不仅回收利用企事业单位报废的电脑，而且从2003年10月起，开始面向普通家庭回收废旧电脑产品。回收对象包括台式电脑、笔记本电脑、显像管显示器和液晶显示器。这些回收后的索尼电脑产品都被运往Green Cycle Inc.进行循环利用处理。

2006财年，约有30,000台索尼生产的电脑被回收，产出了包括金属、塑料及玻璃材料在内的约243吨的再生资源。此外，还有一部分从笔记本电脑及液晶显示器回收的LCD面板作为零部件被重新利用。

2006财年的电脑产品循环利用情况(日本)

	单位	台式PC	笔记本PC	显像管显示器	液晶显示器
工厂回收台数	台	8,263	5,992	11,075	4,538
循环利用处理量	吨	88.4	14.2	216.0	22.3
资源循环利用量	吨	63.8	6.4	157.6	14.8
资源循环利用率	%	72%	45%	73%	66%

北美地区的循环利用活动

索尼电子(美国)(以下称“SEL”)和索尼(加拿大)通过形式多样的产品循环利用活动和支援活动，为巩固北美地区循环利用事业的基础作了积极的贡献。

目前，在美国，有27个州正在讨论引入废旧家电循环利用法，并有以加利福尼亚州为首的4个州已经开始实施废旧家电循环利用法。

在加利福尼亚州，SEL与销售店协作征收循环利用费，并将其与产品环保设计报告书一起提交给州政府。在整个加利福尼亚州，废旧家电循环利用法实施后的2年间，废旧家电回收及循环利用量达到62,000吨，其中索尼产品回收量约为3,100吨。

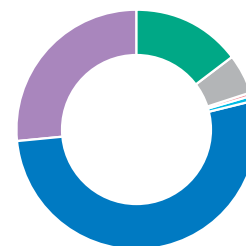
在缅因州，自2006年2月废旧家电循环利用法开始实施以来，SEL承担了大约相当于111吨的索尼电视机及监视器的循环利用费。在马里兰州，SEL负担了建立循环利用体制的相关费用。

此外，在明尼苏达州，SEL已经连续6年自发对索尼废旧产品进行了回收和循环利用，在循环利用厂家的17个回收点免费回收用户交来的废旧索尼家电。在这一循环利用活动中，SEL负担了所有循环利用费用。此外，SEL还在其他7个州开展了同样的回收活动。

另外，SEL还在Sony Style和Sony Store回收废旧笔记本电脑，开展将回收笔记本电脑折价兑换成Sony Style购物券的“Notebook Trade-in Program”，回收来的废旧笔记本电脑被有效地再利用。

在加拿大，很多州也正在引入有关废旧电视机、电脑及打印机的循环利用法。包括制定上述循环利用法的详细实施标准在内，索尼(加拿大)在已经实施循环利用计划的阿尔伯塔省和萨斯喀彻温省积极开展循环利用活动，为发展和推进符合社会需求与地区环境相协调的循环利用计划发挥着重要作用。

电视机循环利用后再生的资源(2006财年)



- 铁: 2,264吨
- 铜: 829吨
- 铝: 10吨
- 非铁/铁合金等混合物: 58吨
- 显像管玻璃: 8,093吨
- 其它: 4,106吨



Notebook Trade-in Program的网站

在欧洲开展的循环利用活动

在整个欧洲地区，索尼建立了废旧电气电子设备回收与循环利用体制，以确保公平竞争、履行生产者延伸责任。

在欧盟，报废电气电子设备指令(WEEE Directive)要求生产者建立废旧电气电子设备的回收利用体制，并承担相应费用。

为了应对WEEE指令，2002年12月，索尼与其它公司共同结成“欧洲循环利用平台(ERP)”。截至2007年5月底，ERP已在德国、奥地利、西班牙、葡萄牙、爱尔兰、法国和波兰共计7个国家开始实际运作，并开始在意大利、英国两个国家建立回收循环利用体制。

此外，2005财年，索尼在北欧的芬兰和丹麦两个国家设立了北欧电子循环利用联盟(NERA)及其当地法人，并遵循两国WEEE相关法律法规开展回收循环利用活动。

在上述11个国家以外的欧盟国家以及挪威、瑞士等非欧盟国家，索尼同样与代替生产者承担循环利用责任的组织开展合作，按照各国WEEE相关法律和循环利用法规的要求开展回收循环利用活动。

通过上述机制，2006年索尼在欧洲地区处理了大约14,700吨废旧电气电子设备，并支付了约935万欧元的相关费用。

许多欧洲国家已制定了法律法规，规定了生产者在废旧包装材料及废旧电池的回收循环利用方面应尽的义务。通过积极参与欧洲各国的废旧包装材料及废旧电池循环利用计划，索尼正在严格履行自身义务。2006财年，索尼支付了约300万欧元的废旧包装及废旧电池的循环利用费用。

在亚洲和南美地区开展的循环利用活动

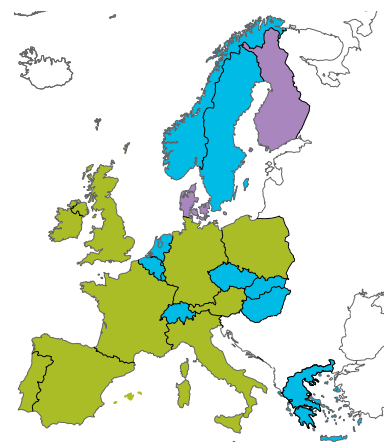
索尼(韩国)遵循2002年实施的循环利用相关法律法规，对电脑、电视机及音像制品进行回收和循环利用处理。近年来，索尼通过Sony Style和Sony Shop直接回收的废旧产品数量也在逐年增加。

此外，索尼(台湾)也遵循1998年实施的循环利用相关法律法规，将电视机和电脑作为循环利用对象产品，对其进行回收和循环利用处理。

索尼(巴西)在销售店的协助下，于2006财年，开始了索尼自己计划实施的废旧电池回收项目。在巴西各地的索尼销售点和相关事业所设置回收箱，对电池进行回收。回收的电池均交给循环利用企业，进行妥善处理。

详细信息 >> 在亚洲、大洋洲及南美地区开展的循环利用活动
<http://www.sony.net/csr/report>

欧盟WEEE指令及循环利用法律法规的应对措施



- 通过ERP进行应对的国家
- 通过NERA进行应对的国家
- 通过各国体制进行应对的国家

事业所的环保活动

索尼在削减业务活动造成的温室气体排放量、有效利用资源及妥善管理化学物质的同时，还积极开展绿化及生态系统保护活动，以保护事业所周边的自然环境。

温室气体的总排放量

索尼制定了“截至2010财年，事业所温室气体绝对排放总量(按CO₂排放量换算)较2000财年削减7%以上(含7%)”的目标，采取了各种节能及削减PFC(全氟化碳)等温室气体的措施。

索尼2006财年的温室气体总排放量(按CO₂排放量换算)为203万吨，较2000财年削减了9%。

其中，2006财年事业所在能源消耗过程中产生的CO₂排放量^{*1}约为182万吨^{*2}，较2005财年削减约12万吨。虽然半导体制造事业所的能源消耗量有所增加，但伴随显像管的大幅减产以及从重油到天然气的燃料转换等措施的推行，CO₂排放量得以减少。在日本，事业所在能源消耗过程中产生的CO₂排放量约为103万吨^{*3}，较2005财年增加了35,000吨。今后光盘制造事业所蓝光光盘(Blu-ray Disc)的产量及中国事业所的生产将预计增加。为此，将对这些事业所实施节能诊断，并通过高效利用能源来减少温室气体的产生。

PFC类温室气体是生产半导体及液晶面板时，在清洁及铜板蚀刻工序中使用的温暖化系数较高的气体。2006财年索尼PFC类温室气体排放量(按CO₂排放量换算)约为204,000吨，较2005财年削减了约34,000吨。在半导体及液晶制造等工序中增设温室气体消除装置是温室气体得以削减的主要原因。

*1 包括索尼拥有的业务用车辆在燃料消耗过程中产生的CO₂排放量。

*2 如考虑在日本购买的电力的CO₂换算系数变动的影响，则2006财年能源消耗过程中产生的CO₂排放量约为192万吨。

*3 如考虑在日本购买的电力的CO₂换算系数变动的影响，则2006财年能源消耗过程中产生的CO₂排放量约为112万吨。

详细信息 >> 环境数据摘要(全球、各地区)

事业所的温室气体排放量(全球)

日本事业所能源消耗过程中产生的CO₂排放量

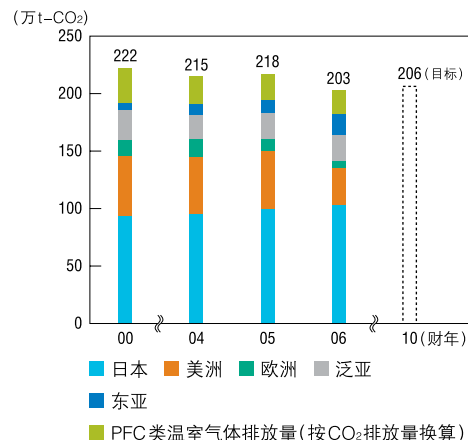
<http://www.sony.net/csr/report>

节能举措

2006年8月，索尼化学&信息设备公司鹿沼事业所将锅炉及脱臭装置的燃料由重油转换为CO₂排放量少且能源效率高的天然气，同时，将设备更新为高效涡轮式冷冻机。由于燃料转换及能源效率的提高，事业所削减了约20%的能源成本及CO₂排放量。通过上述措施的推行，预计每年可以削减约12,000吨的CO₂排放量。

此外，索尼DADC 安妮弗(Anif)工厂，通过更新冷冻机、实现空调运转最佳化、配管的检修与维护等措施，提高了能源利用效率，使年CO₂排放量削减了大约800吨。

事业所温室气体总排放量(按CO₂排放量换算)



利用可再生资源

作为温室气体减排措施之一，索尼积极推动可再生能源的利用*1。2006财年，通过引进绿色电力证书系统及太阳能发电系统，CO₂排放量减少13,000吨左右。所谓绿色电力证书系统，是指通过可再生能源发电业绩证书交易来推动绿色能源利用机制的环保措施，即远离发电站的公司通过购买绿色证书使用绿色电力的一种环保构想。索尼于2001财年开始在日本各集团下属集团推行这一机制*2，2006财年Sony Creative Products公司也开始引入绿色电力证书系统。并且，索尼还于2007年4月签署了年发电量为1,000万kWh的地热发电委托合同，这是日本规模最大的绿色电力证书交易合同。目前包括这份合同在内，日本国内索尼集团绿色电力证书系统的委托发电量达到了每年2,040万kWh。在海外，索尼物流欧洲公司(Sony Logistics Europe)(荷兰)、索尼法国的欧萨斯(Alsace)工厂等各地区的事业所均已开始购买绿色电力。

此外，索尼化学公司鹿沼事业所、索尼EMCS公司服务东金事业所、斯图加特技术中心都引入了太阳能发电系统。

*1 太阳能、风能、生物原料等可反复使用的永久性能源。

*2 请参见第31页、第74页。

详细信息 >> 利用再生资源事业所一览表
<http://www.sony.net/csr/report>

废弃物产生量

索尼制定了“截至2010年财年，事业所废弃物产生绝对总量较2000财年削减40%(含40%)以上”、“日本国内事业所的废弃物再利用、循环利用率提高到99%(含99%)以上，海外事业所提高到95%(含95%)以上”的目标，积极削减废弃物，有效利用资源。

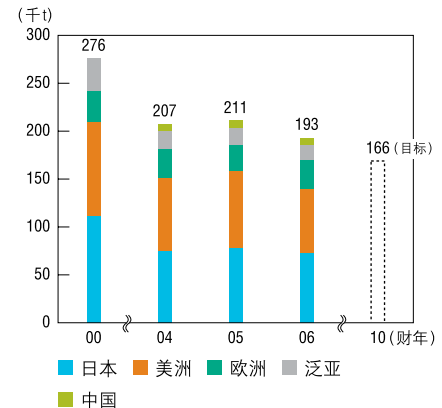
2006财年，事业所的废弃物产生量约为193,000吨，较2005财年削减了大约8,000吨，较2000财年削减了30%，这一成效主要归功于对制造事业所主要废弃物之一的零部件运输包装材料的削减措施。

2006财年，日本制造事业所的再利用、循环利用率达到了99%，海外制造事业所的再利用、循环利用率达到了87%，均比上一财年有所提高。

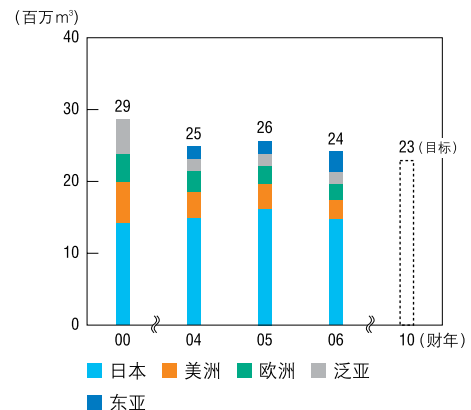
用水量

索尼制定了“截至2010财年，事业所的购水及采水绝对量较2000财年削减20%(含20%)以上”的目标，并采取了许多削减用水的措施。2006财年，索尼事业所的总用水量约为2,418万m³，较2005财年削减了约147万m³，较2000财年削减了16%。索尼化学&信息设备公司根上事业所通过引进生产排水循环利用设备等措施，积极推进用水量的削减。

事业所的废弃物产生量



事业所的用水量



推进用水量的削减

索尼化学&信息设备公司根上事业所负责生产印刷电路板等电子零部件。印刷电路板的制造程序之一的清洗过程中需要大量使用水。自2006财年起，根上事业所引入废水再利用系统，将工厂厂房的生产排水净化后作为自用工业用水循环利用。

该废水再利用系统是先利用现行的排水处理设备，通过化学处理、生物处理、过滤处理等方式将排水净化到低于河流放流水质标准，再进行微滤及反渗透膜处理，提高水的纯度，作为工业用水加以再利用。

导入该系统后，根上事务所生产排水的80%得到再利用，使2006财年的用水削减了48万m³。

化学物质使用量

事业所使用的化学物质中，索尼对法律法规规定的禁用化学物质、造成全球规模或较大范围内的环境影响的化学物质及索尼使用量较大的化学物质，原则上实行集团统一管理。

《绿色管理2010》将环境管理物质划分为4个级别，除了使用量以外，还对排放或转移到大气、水、土壤中的排放量及废弃物转移量进行严格管理，积极推进排放转移量的削减。根据PRTR(环境污染物质排放转移登记制度)的原则，即使在没有法律法规报告义务的国家，索尼也在各事业所自行实施化学物质管理。

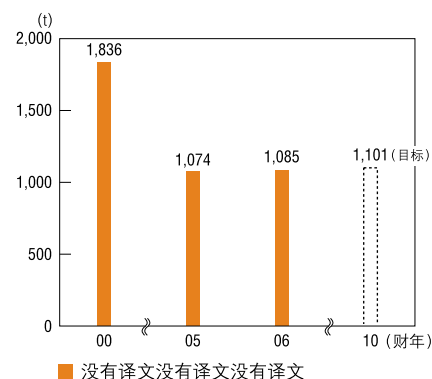
级别1物质是禁止使用的化学物质。由于没有替代物质，索尼2006财年使用了589千克的汞作为钮扣电池添加剂，还有约2吨在特定用途被特许使用的铅焊锡及乙基溶纤剂。

级别2物质是在2011年3月底之前彻底禁用的化学物质，2006财年末使用。

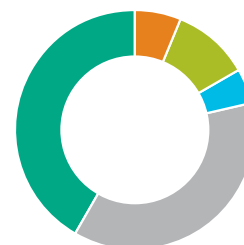
级别3物质对象为挥发性有机化合物(VOC)及温室气体，对于VOC，索尼制定了截至2010财年向大气中排放的VOC较2000财年削减40%(含40%)以上的目标，并采取了各种削减措施。2006财年向大气中排放的VOC约为1,085吨，较2000财年削减了41%，但随着2007财年半导体事业所新厂房的正式投产及液晶工厂的增产，预计VOC的排放量将有所增加，为此索尼将继续大力推行削减工作。

详细信息>> 大气污染物/水质污染物的排放情况(全球)
 事业所环境管理物质一览表
 事业所PRTR资料(日本)
<http://www.sony.net/csr/report>

向大气中排放的级别3物质数量



化学物质(级别1-3)处理量明细(2006财年)



排放:	1,085吨
转移:	1,821吨
作为产品出厂:	823吨
清除处理:	6,433吨
循环利用:	7,269吨

事业所的环境风险管理

为了在事业所的化学物质管理和应急对策方面实施有效的风险管理，索尼制定了包括各项具体要求的《索尼集团事业所环境风险管理标准》，规定禁止直接在地下埋设储存罐及管道、彻底执行严格的防泄漏保护措施等，大力推行统一事故防范措施。为防止环境事故，切实执行严密的化学物质管理。

环境事故

2006年9月，索尼能源设备公司郡山事业所发生了机械油泄漏事故，在搬运装有机油油罐时，油罐翻倒导致一部分油泄漏，并随雨水槽流出了工厂。

事故的主要原因有二：一是本应由两个人协作完成的搬运工作只有一个人操作；二是没有安装雨水排水管的紧急切断阀。

事故发生后，索尼立即设立了紧急对应总部，并针对泄漏的一部分机械油采取了紧急应对措施，在工厂附近的五百川(河流名称)设置了滤油网。此外，还向相关行政部门、索尼总部、业务负责部门进行了汇报。因为泄油量不多且滤油网发挥了功效，所以没有造成大规模污染。

作为长期对策，索尼不仅改进了搬运工具和搬运作业流程，并且在事业所内的13处雨水最终放流口设置了紧急切断阀。此外，还在索尼集团各事业所公布该信息，以防止此类事故再次发生。

整治业务活动造成的土壤及地下水污染

截至2006财年，发现有4家事业所发生因索尼的业务活动造成土壤及地下水污染事故。这4家事业所为索尼公司羽田技术中心、索尼羽田公司、索尼EMCS公司稻泽TEC以及Sony Magnetic Products Inc.多森工厂(美国)。上述4家事业所在向行政部门进行定期汇报的同时，也在不断开展污染治理。

土壤及地下水污染的整治情况

事业所名称	确认时间	检出物质	原因	措施
索尼公司羽田技术中心(日本)	2006年3月 (依据东京都条例开展的调查)	氟 铅	原因不明	已申请《土壤污染对策法》的调查缓期
索尼羽田公司(日本)	2004年9月 (依据东京都条例开展的调查)	氟 硼 铅 三氯乙烯	过去使用过化学物质的场所发生泄漏	自2005年7月起实施地下水抽取作业 ·已申请《土壤污染对策法》的调查缓期。
索尼EMCS公司稻泽TEC(日本)	2001年6月 (自主调查)	氟	排水系统开裂造成的泄漏	·为排水系统安装带泄漏传感器的双重管道。 ·持续实施地下水净化和监测作业。污染浓度由最高值58mg/l降至1.7mg/l以下。
Sony Magnetic Products Inc.多森工厂(美国)	1990年 (自主调查)	有机溶剂	过去使用过化学物质的场所发生污染(详细原因不明)	·完成土壤改良作业 ·抽去地下水并进行曝气处理，然后运送到多森市的污水处理处。已将污染浓度降低至无须监测的水平。

推进绿化

九州索尼半导体制造公司大分TEC自1985年4月成立以来,就对厂区内百岁以上的树木等珍贵自然林及其周边环境进行妥善保护和管理,为了将珍贵的自然资源留给下一代作出积极努力。

2003年6月,索尼还在厂区绿地上建成了“索尼潮之香公园”,并向当地居民全面开放。这家公园配备了可安心、安全使用的无障碍设计和设施,受到当地幼儿园儿童和福利院老人的亲睐,每月入园者达1,000~3,000人。此外,该公园还在绿地上设置了生物栖息区和动植物观赏区,并预计今后对其进行扩建。

索尼的这一活动得到了高度评价,经过财团法人都市绿化基金举办的《社会、环境贡献绿地评价系统(SEGES)》评审,大分TEC获得了最高级别的“优秀等级3(Excellent Stage 3)”认证。2005年,索尼EMCS幸田TEC也获得了该系统的“优秀等级3”认证,并一直将认证持续到今天。



大分技术中心的“索尼潮之香公园”

建立自然保护区

自2006年起,索尼DADC公司的彼特曼(Pitman)工厂(美国)与新泽西州政府签署了合作协议,将厂区的一部分建为自然保护区。彼特曼工厂划定的保护区占地面积约48,500平方米,这里有大量的池塘和树林,栖息着鹿、狐狸、鸟、水生生物等众多野生生物。最近,还发现了郊狼(Coyote)。根据协议,彼特曼工厂必须将该保护区内的自然环境保持在协议签订时的状态,并接受新泽西州有关方面的定期检查。



彼特曼工厂的自然保护区

开展植树造林活动

九州索尼半导体制造公司熊本技术中心自2006财年起开始在周边地区开展植树造林活动。该活动始于响应熊本县菊池郡大津町推行的“阔叶树森林”计划,预计5年内要在俵山种植7,500棵山樱树和枫树。至今为止,已开展了两次植树活动,共计约450名索尼员工及其家属参加,共植树3,000棵。在与行政部门的共同协作下,熊本技术中心为早日建成色彩随季节变幻的“索尼森林”不懈努力。



熊本技术中心的植树造林活动

环境数据的第三方验证报告



详细信息 >> 第三方验证报告及参考意见
<http://www.sony.net/csr/report>

公司所在地:

索尼(中国)有限公司
 中国北京市朝阳区东三环霞光里10号
 佳程大厦A座25层 邮编100027
 TEL: 86-10-8458-6000(总机)
 FAX: 86-10-8458-6927

总公司所在地:

索尼公司
 〒108-0075 东京都港区港南1-7-1
 TEL: 81-3-6748-2111(总机)
 FAX: 81-3-6748-2244

CSR报告、CSR活动的咨询窗口:

索尼(中国)有限公司CSR室
 中国北京市朝阳区东三环霞光里10号
 佳程大厦A座25层 邮编100027
 TEL: 86-10-8458-6000(总机)
 FAX: 86-10-8458-7023

CSR相关活动主页:

中文: http://www.sony.com.cn/about_sony/csr.htm
 日文: <http://www.sony.co.jp/csr/>
 英文: <http://www.sony.net/csr/>
 CSR专网(日文): <http://www.sony.co.jp/next>

年度报告

年度报告的最新信息, 请浏览以下网页:
 日文: <http://www.sony.co.jp/IR/>
 英文: <http://www.sony.net/IR/>

互动空间

索尼为了激发人们对科学的兴趣, 通过建立科技馆等展馆, 积极开展各种展览和展示活动。

Sony ExploraScience(北京、东京)

索尼探梦科技馆是亲身体验感受科学原理规律以及数字技术发展的公益性趣味科普广场。

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

Sony Wonder Technology Lab(纽约)

展示教育、娱乐、高端技术融为一体的音乐、电影、电视游戏、数字技术的互动型科技馆。

<http://www.sonywondertechlab.com/>

网站公布信息一览表

http://www.sony.com.cn/about_sony/csr.htm

以下内容是在网站上公布的详细信息。

项目	公布内容	CSR报告2007 页码
管理体制	索尼公司 董事会规定	35
	董事及执行官薪酬的基本方针	36
	内部统一管理及统辖框架的董事会决议	37
	向东京证券交易所提交的《企业统辖体制报告》	37
	索尼集团行为规范准则	39
产品责任	索尼集团保密方针	41
	原材料采购活动	33
员工	索尼供应商行为规范准则	33
	索尼公司育儿相关各项制度	51
地区社会	2006财年培训计划(日本)	52
	美洲、泛亚、东亚、欧洲的工伤统计	54
	Folding@home™ on PLAYSTATION®3	28
地球环境	社会公益活动事例	56
	索尼集团环境展望	63
	环境数据的集计方法及思路	65
	《绿色管理2010》进程	67
	环境管理体制	68
	通过ISO14001认证的事业所一览表	68
	产品环境数据	69
	LCA评估案例	70
	产品化学物质管理	72
	零部件和原材料中环境管理物质规定(SS-00259)	72
	在亚洲、大西洋、南美地区开展的循环利用活动	78
	环境数据摘要(全球、各地区)	79
	事业所的温室气体排放量(全球)	79
	日本事业所能源消耗过程中产生的CO ₂ 排放量	79
	利用再生资源事业所一览表	80
	大气污染物/水质污染物的排放情况(全球)	81
事业所环境管理物质一览表	81	
事业所PRTR数据(日本)	81	
第三方验证报告及参考意见	84	
其它	环境保护成本	
	CSR活动外部表彰一览表	
	可持续发展报告指南对照表	

索尼被纳入的具有代表性的社会责任投资(SRI)指数
 (截至2007年6月1日)



道·琼斯可持续发展指数(Dow Jones Sustainability Indexes)



FTSE4Good Global100 Indexes

CSR(企业社会责任)报告 2007年3月期

索尼(中国)有限公司
索尼公司

发行: 索尼(中国)有限公司
索尼公司
2007年11月 发行
Printed in China