

**Panasonic**

# 中国松下 社会责任报告 2015

---

China Panasonic  
Corporate Social Responsibility Report 2015



匠心传承 智造幸福

# 2015 CSR

## 编委会名单

- 主 编：  
松下中国 董事长：大泽英俊
- 副 主 编：  
松下中国 事业助成中心：王晖、徐纓
- 编 委：
  - 事业助成中心：王爱强、金冬梅、节婧、张明艳、高巨、赵向东、张书臣
  - 法 务：刘蕾、刘未来
  - 人 事：朱筱菁、周波、白瑾、李晓晴、王荔、赵静、张雅各
  - 人才开发：杜帆平、蒲彤蕾
  - 客户服务：赵国华、陈亚苹
  - 供 应 链：李孟、陆慰炯
  - 物 流：高桥宏之、赵文、魏颖、刘剑初
  - 知识产权：任峰、梅青
  - 财 务：张艳、康宇琦

## 《中国松下社会责任报告》一览

松下中国自2013年起发布上一年度松下电器中国地区企业社会责任报告书，向各利益相关方披露松下在市场、社会和环境等各方面的履责情况，至今已连续发布4年。



2015

主题：匠心传承 智造幸福  
 星级：★★★★★  
 发布日期：2016年6月30日



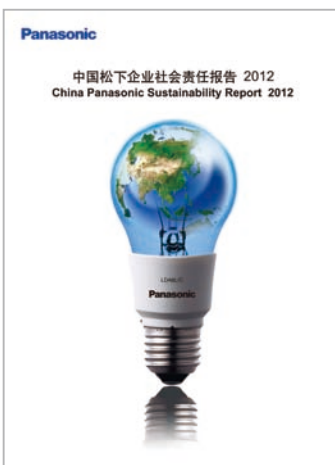
2014

主题：创造美好生活 共享美好世界  
 星级：★★★★★  
 发布日期：2015年6月30日



2013

主题：企业是社会的公器  
 星级：★★★★☆  
 发布日期：2014年6月18日



2012

主题：带着承诺而来  
 星级：★★★★  
 发布日期：2013年6月30日

<b>开篇</b>	封面故事 .....	2		
	董事长致辞.....	3		
	聚焦2015.....	4		
	关于松下.....	6		
	<b>匠人之道，道融立身根本</b>		<b>匠人之礼，礼待自然家园</b>	
	社会责任战略.....	12	环境治理之道.....	40
	社会责任基础管理.....	14	应对气候变化.....	45
	利益相关方参与.....	16	推进绿色运营.....	48
			发展循环经济.....	50
	<b>匠人之法，法存经营正道</b>		<b>匠人之慧，慧通精益品质</b>	
	正道经营.....	20	科技创新.....	54
	价值链责任.....	24	优质产品.....	57
	尊重产权.....	27	贴心服务.....	60
	<b>匠人之义，义聚成城众心</b>		<b>匠人之情，情系人间幸福</b>	
	保障员工权益.....	30	公益管理.....	66
	助力职业发展.....	33	社区参与.....	69
	推进EHS管理.....	36	教育和环保.....	71
	营造幸福生活.....	37		
	<b>智美未来.....</b>	<b>73</b>		
<b>附录</b>	关键绩效表.....	74		
	指标索引.....	75		
	评级报告.....	76		
	关于报告.....	77		

# 松下智能马桶盖诞生物语

专注、固执、缓慢、稀有……人们普遍印象中的“工匠精神”，仿佛总是与这些字眼相关。松下珍惜“工匠精神”，是因为它闪耀着人性光辉中美好的一面，这是冰冷的机器所无法代替的。松下相信一件凝结“工匠精神”的产物，其精华在于制造它的人是否怀有精益求精，追求极致的信念和态度。

也许正是这个原因，2015年，松下智能马桶盖这样一个现代工业体系下的产品，引发了全社会对于“工匠精神”的大规模讨论。

## 前世今生

松下智能马桶盖的诞生，源于创业者的“自来水哲学”，信奉“企业是社会的公器”的松下幸之助先生，认为商品应该像自来水一样惠及千家万户，而不仅仅是服务于少数人。

最初出现在欧美的智能马桶盖，仅是医院对痔疮患者进行辅助治疗的医疗用具，与普通家庭并无太大交集，松下对此深感可惜，于是决定自己开发。

1979年，松下首创的行业第一台即热式智能马桶盖DL-80正式发售。虽然只是初代产品，DL-80却已经达到了相当高的成熟度，它具备如今所有松下智能马桶盖的通用功能：便后水洗、便圈加温、暖风以及除臭。此后37年，尽管产品历经多代更迭，这些基本功能从未被颠覆。

## 中国制造

2001年，一批年轻人从中国去往日本进行学习，将智能马桶盖及便后水洗观念带回中国。两年后，松下智能马桶盖正式进入中国，当年那些赴日学习的年轻人便是松下这支专业团队的中坚力量。

当时国内多数家庭无法接受便后水洗的全新观念，几乎没有人看好这款产品，然而松下并没有就此却步，而是将所有的精力都投入到了对产品性能和顾客体验的研究中，一干就是十几年。经过漫长的市场推广和口碑累积之后，2015年春节开始，国内智能马桶盖市场迅速壮大，松下一跃成为了行业引领者。

回顾整个产品进入中国的过程，一系列因地域环境和生活习惯不同而出现的技术难题是松下智能马桶盖团队遇到的最大挑战。

面对中国市场尺寸不一的坐便器，松下智能马桶盖团队进行了大量的尺寸测量，通过大量的数据分析寻找共性，最终研发出适配率高达90%的“万能马桶盖”。面对广阔的中国地域和不同水质，研发人员不断从全国各地搜集水样进行研究，经过数年的努力，他们终于找到了解决硬水结垢的合适方法。1,000小时耐久试验、72,000次模拟用户落座、120,000回模拟用户开闭便盖、针对主要零件进行经年耐久测试和产品动作噪音测定等，松下智能马桶盖以近乎苛刻的标准使产品得以完美适应国内的卫生间环境，全新演绎了工业社会下的“匠人精神”！

如今，松下智能马桶盖的很多研发工作已经转移到中国，位于杭州下沙的松下电化住宅设备机器（杭州）有限公司更成为了全球松下智能马桶盖的生产基地。我们有理由相信，这个坚持了37年的品质承诺仍将在这片美好的土地上继续下去。

## 回归企业初心，潜心制造幸福

作为社会的公器，致力于实现企业、社会 and 环境的和谐  
通过事业，为未来可持续发展做贡献

去年我在公司的内部通讯上看到过一封来自消费者的感谢信，大致内容是江苏一对老年夫妇购买了松下的冰箱，商品送到家后，因安装和使用上的一些小问题，先后两次给松下打电话求助，促销员都利用休息的时间跨越半个城市到顾客家中提供帮助，有一次甚至还冒着大雨前往，对此顾客非常感激。

虽然是件小事，但我深为松下促销员的服务精神感到骄傲。

2015年松下马桶盖的热销，引起了工业时代关于“匠人精神”的讨论。在我们看来，匠人精神的核心在于人，在于松下人对工作的执着专注、对产品的精雕细琢、对服务的精益求精。

松下电器创立于1918年，2018年是松下创业100周年，作为一家有历史有文化底蕴的公司，创业者的经营理念是松下的宝贵财富。在百年企业持续发展的漫长岁月中，我们遵从诚信经营、专业勤勉、不断创新、回馈社会的责任精神，这些精神与创业者松下幸之助“企业是社会的公器”的经营理念一脉相承，是松下电器在这个时代所拥有的财富和指引。

2015年9月，联合国可持续发展峰会通过了涵盖消除贫困、零饥饿、健康福祉、优质教育、应对气候变化等17项内容的可持续发展目标（SDGs），明确了2030年的全球愿景和优先事项。松下对联合国将企业视为实现可持续发展目标的重要合作伙伴深表赞同，并致力于通过投资、开发解决方案和业务实践推动可持续发展，同时减少对可持续议题的负面影响，并做出更多积极贡献。为此，中国松下立足现地需求进行研发制造；有意识地通过经营活动为解决中国的环境问题而努力；与利益相关方精诚合作，促进行业发展、打造责任产业链；围绕着“环境”和“下一代教育支援”两个方面开展了众多社会贡献活动。

面向2018创业百年，中国松下将不忘创业初心，坚持和发展我们的经营理念，潜心为社会和消费者创造美好的幸福生活，同时也会不断努力力求收获来自社会对我们价值的认可，让越来越多的人更深入的了解今天的松下，喜欢我们的企业和品牌。



松下电器（中国）有限公司 董事长：大泽英俊

# 松下经营理念进校园 传承百年企业精髓

聚焦  
2015

创

业者松下幸之助被世人誉为“经营之神”，他传奇的创业经历是管理学者学习和探求的神话，他通过实践和感悟而总结的经营理念 and 哲学，是百年松下电器最宝贵的精神财富。

近百年前，松下幸之助先生在日本大阪创建的生产电灯灯座的制作所，是松下电器最早的雏形。发展至今，这家企业已位居世界百强，产品遍布生活所到之处。这成功，既源于松下创业者独特的经营观，也凝结了历代经营者的智慧。

2015年，中国松下重新梳理了松下幸之助的经营之路，邀请各地总经理担任主讲，启动了以“传承与创新”为题的松下经营理念高校讲座和巡回纪念展，将百年松下的经营之道以及经营实践经验，真诚地呈现给中国下一代年轻人。

## 2015公司高层 高校主题演讲



松下电器解决方案·服务公司  
松本互 总经理



松下电器机电（中国）有限公司  
殷志明 总经理



松下·万宝美健康生活电器（广州）有限公司  
西田泰藏 总经理



厦门建松电器有限公司  
黄文贤 总经理



松下电器（中国）有限公司人才开发公司  
高巨 总经理

年轻人要拥有梦想，听从内心的声音，为追求的目标而燃烧

为传承百年松下的理论精髓，松下企业高层分别走进北京大学、厦门大学、同济大学、中山大学等高等学府，面向当代大学生开展主题演讲，与青年学生互动交流，讲述历史，阐释成功，通过百年企业核心的经营哲学，“培养人才先于制造产品”这一独有的人才培育理念，以及自身的人生拼搏经验和心得，启迪年轻学生励志，并给学生们在学习和未来职场上以参考和指导。

创业过程艰辛，成功需经受考验和挑战，勇往直前

松下幸之助纪念展高校巡展，是将构成幸之助理念根本的“自主经营责任”和“主人翁精神”，通过幸之助的语言和故事进行展示，希望能有助于观看者从各自立场出发，思考自己对工作和社会的作用，最大限度发挥自我能力，助力企业和社会的发展。

## 松下幸之助纪念展高校巡展



# 松下冷链生鲜配送柜 智造新鲜幸福生活

通过领先的技术和优质的产品，为部分领域社会问题的解决，为我们客户生产、生活水平的提升做贡献，是松下电器一直秉承的价值追求。从人工智能到智慧制造再到智慧城市，松下一直致力于拥抱“互联网+”的社会发展趋势，为我们的产品注入更多科技含量。随着市场需求变化，我们集成技术创新、模式创新和组织方式创新，为消费者奉献优质、便利、经济、智能的产品。

## ■ 服务民生的初衷

“民以食为天”，新鲜、健康、安全的食品是每一个普通百姓的诉求。随着电商的发展，人们可以非常轻松方便地购买多样丰富的食品。然而，食品里较为特殊的生鲜食品对运输、保鲜等有着较为严格的要求，由于生鲜食品冷链配送技术的制约，长久以来人们无法像其他食品一样通过电商购买。不过这一情况目前正在悄然改变。中国松下自 2013 年起，开始研发冷藏生鲜配送柜，2015 年初开始批量订单，产品技术达到国内领先、国际先进水平。

## ■ 创新智慧的产品

松下冷链生鲜配送柜由硬件设备和软件设备两部分构成。硬件配置包括主控柜、冷藏副柜、触摸屏、摄像头、IC 卡读卡器、条码扫描口等；软件配置包括由待机界面、条码输入界面、存货界面和提货界面组成的终端设备软件以及包含订单管理、设备管理、记录管理、用户卡管理、账号管理、类别管理 6 大功能模块的服务软件。

## ■ 实实在在的价值

对政府而言，提高菜篮子工程信息化水平；信息传递及时、高效、经济；拓宽生鲜产品的销售渠道，同时减少生鲜产品的流通环节。

对生鲜经营者而言，低成本拓展销售网点；可拓展其它品类及服务，提高渠道收入；线上采集客户购物信息，利于定点营销；直接获取采购信息，节省采购成本；可利用终端设备推广生鲜品牌及产品。

对于消费者而言，节省中间环节，价格更优惠；食品供应链短，安全放心；集中配送，自助提货，时间自由；无需上门配送，保护消费者信息安全；冷藏保鲜，锁住营养更安全。

对于物业管理者而言，弥补偏远小区生活配套设施，提高住户对物业的满意度；方便成熟小区住户的日常生活，使其享受更好的生活品质；避免了物业代收包裹的麻烦，保护了住户的隐私安全。

## ■ 安全便捷的功能



## 我们的事业

**理念：** 企业是社会的公器

**纲领：** 贯彻产业人之本分，努力改善和提高社会生活，以期为世界文化的发展做贡献

**信条：** 进步与发展若非得到各位员工的和睦与合作，殊难实现，诸位应以至诚为旨，团结一致，致力于企业的工作。

### ■ 全球事业

营业额 **75,537** 亿日元

关联公司数 **475** 家

员工数 **249,520** 人

### ■ 中国事业

营业额 **509** 亿元人民币

员工数 **59,841** 人

在华企业数 **88** 家

注：以上数据截止至2016年3月31日。其中，中国事业营业额数据来源于松下电器产业株式会社2015年报，根据2015年度每季度日元兑换人民币汇率计算，最终相加得出。



**松**下电器是全球领先的

电子产品制造商，主要为住宅空间、非住宅空间、移动领域以及个人领域的用户提供先进的电子技术和系统解决方案。公司自1918年创立以来，业务拓展遍及全球，目前已有近500家子公司分布在世界各

地。公司致力于打造跨行业、跨领域的企业核心价值，力争为广大用户创造更美好的生活、更美丽的世界。

现在，松下电器在继承贴近顾客生活的“家电DNA”的同时，从住宅、社会、商务、旅行、汽车多个领域扩展顾客的美好生活。



1978年，时任中国国家领导人邓小平副总理访问日本松下电器，在双方会谈中，创业者松下幸之助先生表达了为中国经济发展和人民生活改善做贡献的决心，并于1979年和1980年两次访华。1987年，设立了第一家中国合资企业，从此开启了中国松下事业。发展至今，中国松下的事业活动涉及研究开发、制造、销售、

服务、物流等多个方面。如今松下在中国的事业规模日益扩大，已在中国国内拥有近90家公司，员工人数约6万人。

迄今为止，中国松下一直潜心于研发和制造，致力于为中国消费者提供更好的产品。希望通过这些事业活动，推动中国电子工业发展，丰富和提高人们生活水平，努力成为受中国社会喜爱和信赖的企业。



## 我们的中国历程

未来



2015年

- 成立北京松盛元环境科技有限公司
- 成立松下真空节能新材料（重庆）有限公司

2013年

建立以“常青义教”为主的志愿者驿站项目

向上海世界博览会日本馆提供最新技术支持

2010年

2014年

- 成立大连汽车能源有限公司
- 发布“百年传承·智美未来”品牌标识语

吸收合并松下电工（中国）有限公司

2012年

2009年

召开松下环境论坛

2008年

作为奥运会全球正式合作伙伴，全力支持北京奥运会

2007年

赞助WWF黄海生态区保护支援项目

在杭州设立“松下杭州工业园”

2004年

2001年

成立松下电器研究开发（中国）有限公司

2000年

与清华大学合作成立清华-松下DVD节目制作联合实验室

成立松下中国环境保护事务局

1996年

设立“松下育英基金”

1995年

1994年

成立松下电器（中国）有限公司

1989年

第一支松下21寸彩色显像管下线

成立第一家合资企业：

北京·松下彩色显像管有限公司

1987年

1980年

松下电器技术服务中心成立，松下电器产品正式进入中国市场

1979年

- 创业者松下幸之助第一次访华
- 第一次技术合作：向上海灯泡厂提供黑白显像管成套设备

时任国务院副总理邓小平访问日本松下电器

1978年

### “为中国社会做贡献”

是松下电器创业者向邓小平先生许下的郑重承诺

## 事业领域

Panasonic承诺，创造更美好的生活，为全世界人们的幸福和社会的发展，以及地球的未来不断做出贡献。

### 环境方案

包括照明、开关插座、低压配电、电动工具、导轨、全热交换器、进气风机、风幕机、天埋扇、浴霸、空气净化器等装修材料

### AVC 网络

包括投影机、液晶监视器、监控摄像机、电视会议系统、音响、广播电视设备等视频影像系统以及扫描仪、一体机、集团电话、坚固型笔记本等办公关联系统

### 电化住宅设备机器

包括家用空调、洗衣机、电冰箱和各类小家电（含美容、健康、美食、卫生等）以及大型空调、冷柜、制冷压缩机等

### 汽车电子和机电系统

包括车载多媒体娱乐设备、汽车电子、电池、电子元器件、电子材料、工业生产设备等B2B解决方案事业

### 解决方案服务公司

以客户需求为出发点，依靠松下集团四大事业公司的产品，结合第三方产品并辅以适当的定制化开发，提供系统设计、施工、运维等整体解决方案。公司成立以来，已经实现了超广角摄像机系统、独立电源系统、能源管理系统、照明节能系统、手术示教系统、移动录播系统等项目销售



案例

### 专业化照明就是为客户实现事业价值提升的照明

与环境，  
社会持续  
的和谐

商业  
成功

松下照明在照明解决方案研发领域拥有近一个世纪丰富经验，不仅改进了人们能感知到的光影的质量，还不断创新着照明灯具自身的技术水平。松下运用专有技术，支持专业化照明。比如特有的Feu专业化照明技术，不只应用可见的照度，还应用了视觉感觉的科学新照明设计指标。通过提高节能性能、高品质设计对客户与环境和社会持续的和谐做出贡献，同时通过视觉营销对客户商业成功做出贡献。



案例

### 持续为奥运会提供多种影音解决方案



松下电器为在巴西·里约热内卢召开的第31届奥林匹克运动会及第15届残疾人奥林匹克运动会，提供影像支持及系统操作等解决方案在内的、至今为止最大规模的影音设备。松下电器作为长期合作伙伴，目前已与截至2024年的奥运会项目组签订合作协议。



案例

### 实现“令人憧憬的生活方式”



松下家电不断加强大型家电产品群附加值的一体化。2016年上海家电博览会上，松下以“Aspire to more”为参展主题展示空间超过1,100平米，通过层次丰富的产品展示和智能家居空间的悉心营造，完美诠释松下倡导的“健康”、“余暇”、“品位”概念。



案例

### 人脸识别智能系统助力智能商业



松下人脸智能识别系统，采用建模空间小，CPU占用率低的特殊人脸算法处理，可以应用于大型商场、机场、车站等场所，以及展览会，进行人数统计、人脸对比、年龄识别、性别识别、视线识别等智能判断，并基于识别结果，按照客户要求要求进行客流分析，门禁、考勤、安防等系统定制。



案例

### “未来教室”松下解决方案



“未来教室”松下解决方案，通过商用中央空调、PM2.5净化新风换气系统、专业投影或视频拼接屏、移动演播室及虚拟演播室系统等“多媒体技术+空调空质管理系统”，塑造沉浸式教学氛围及安心安全的课堂环境，构筑创新的“未来感”。



道

# 匠人之道，道融立身根本

“得道多助，失道寡助。”

——《孟子·公孙丑下》

**道**，万事万物的运行轨道或轨迹。“大道”之大，视之不见，听之不闻，宇宙、天地、万物、人类，何处非道之所在。松下电器将“责任之道”作为企业经营之根本，开展负责任的运营，不断追求可持续发展。

- 位列《企业社会责任蓝皮书 2015》300 强第 29 位
- 荣获首届中国企业社会责任前沿论坛“十大责任外企”
- 荣获“2015 五星级中国优秀企业公民”
- 发布首部《中国松下社会责任指南》

匠人之道·道融立身根本

# 01

## 社会责任 战略

作为现代企业公民，中国松下将企业社会责任战略融入到经营战略中，在追求企业经济效益的同时，统筹兼顾相关方利益，追求企业经济增长与社会责任的有机统一，以实现企业、社会和环境的可持续发展。

### 责任理念

中国松下秉持“企业是社会的公器”的责任理念和“通过事业活动为人们生活的改善和社会的发展做贡献”的经营理念，始终将“匠人精神”贯穿于生产运营活动之中。面向2018年创业100周年，中国松下将继续“传承百年的精神、技术与品质，为人们创造更加智慧而美好的未来”，以责任引领品牌，赢得信任和支持，创造共享价值。

### 责任推进

中国松下建立并完善了符合企业自身实际的社会责任推进机制。在科学的管理体系的推动和企业愿景的指引下，依据可持续发展规划，同时结合社会需要与国际国内CSR相关标准和要求，制定出CSR发展的重点任务，以保证社会责任实践稳步推进。



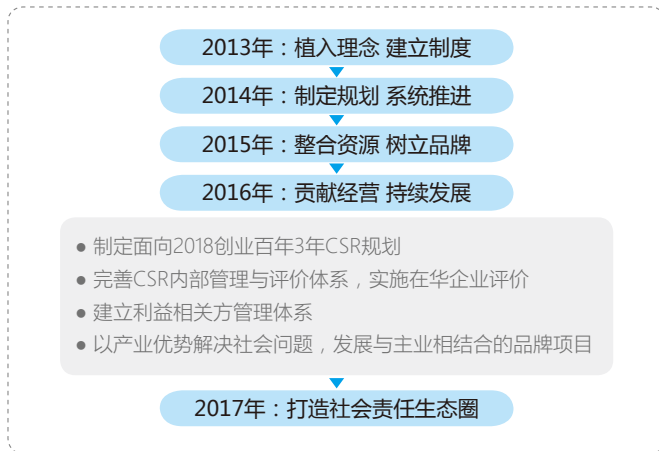
中国松下CSR推进机制

## 责任规划

中国松下围绕公司整体发展战略，于2013年制定社会责任发展规划，并严格按照规划推进相关工作。同时，结合业务发展，对社会责任规划进行滚动编修，并不断加强社会责任规划的执行和考核，进一步提升社会责任管理和实践水平，使中国松下的社会责任工作更加系统全面。

## 中国松下CSR规划

以责任引领品牌发展，凝聚集团向心力，优化经营环境，提高竞争力



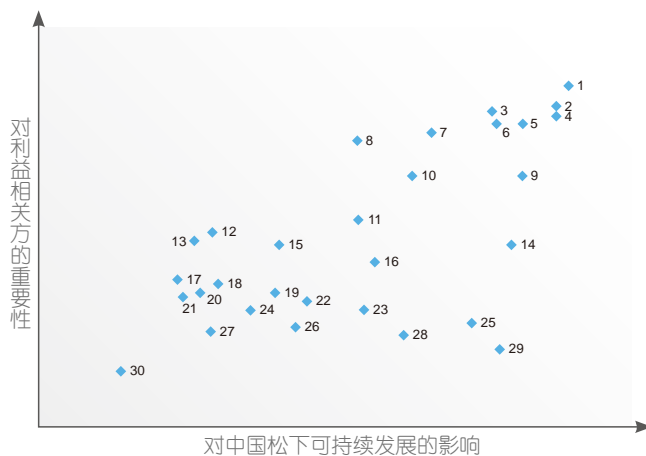
## 实质性议题分析

为提高社会责任实践的针对性和报告披露信息的回应性，2015年中国松下开展了社会责任实质性议题分析问卷调查，共回收问卷224份，其中总部各职能部门70份，在华各法人、销售公司59份，消费者、合作伙伴、媒体等外部相关方95份。

中国松下可持续议题分析流程：



中国松下社会责任实质性议题矩阵：

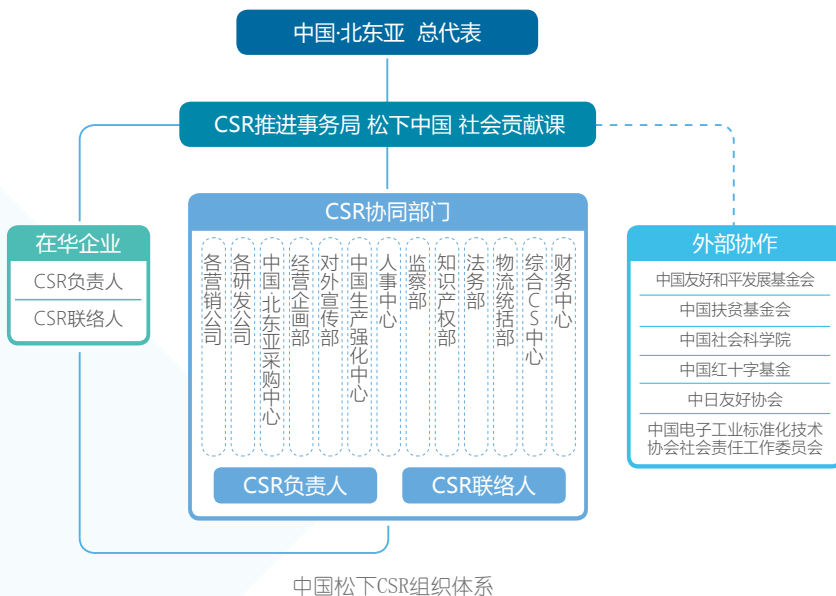


1 产品质量与安全	7 降低污染物排放	13 推动供应链履行社会责任	19 责任采购	25 创造经济价值
2 客户满意	8 生产节能环保产品	14 职业健康与安全	20 应对气候变化	26 绿色办公
3 客户隐私和数据安全	9 安全生产	15 环保公益	21 社区发展和融合	27 战略共享机制与平台
4 守法合规	10 科技创新	16 公司治理	22 非歧视	28 培训与职业发展
5 遵守商业道德	11 责任管理	17 创造就业	23 反垄断和公平竞争	29 薪酬福利
6 销售及售后服务	12 生物多样性保护	18 促进行业发展	24 多元化与包容	30 慈善活动

# 社会责任基础管理

## 责任治理机制

中国松下在成立企业社会责任管理委员会的基础上，不断完善社会责任管理框架，由大泽董事长领导各部门及集团企业主要负责人共同参与，由松下中国事业助成中心社会贡献课主要负责社会责任工作的日常统筹、协调和管理，包括制定社会责任规划、建立健全社会责任工作制度、研究社会责任发展方向和重大问题，组织社会责任报告的编制、审核和发布，参与社会责任交流活动等，各部门和在华企业根据各自职责开展社会责任关键议题实践。通过高层领导、核心部门统筹、各部门和企业贯彻实践，切实推动社会责任理念融入到中国松下经营管理的各个环节。



## 制度建设

中国松下积极推进企业社会责任研究，2015年，松下中国参与了工业和信息化部《电子行业社会责任指南》编写工作，并积极响应行业指南，力争作为示范企业，更好地通过自身的责任发展为行业社会责任实践做出贡献。

在此基础上，我们启动了《中国松下企业社会责任指南》编写工作，编制过程中悉心听取了CSR专家的指导意见。2016年3月，我们在集团年度社会责任会议上发布指南意见征集稿，以更好地提升企业内部管理，树立标兵企业形象。



《松下企业社会责任指南》专家意见征求会



第三届中国松下集团CSR大会发布《松下企业社会责任指南》意见征集稿



## 能力建设



连续七期参与“分享责任-中国企业社会责任公益讲堂”



深圳市慈善会房涛秘书长为集团企业社会责任负责人培训

中国松下注重责任文化的培育，2015年，我们邀请社会责任专家为集团社会负责人进行专题培训，以提升员工对企业社会责任的认识和在工作中践行企业社会责任的能力。同时我们还积极参加“分享责任-中国企业社会责任公益讲堂”等外部社会责任培训，更好地学习前沿理论和优秀实践成果。

## 责任荣誉

2015年，正值松下电器进入中国36年，我们扎实履行社会责任，完善CSR管理体制，强化内外部沟通和能力建设，持续开展环保、教育、扶贫济困等一系列公益活动，与合作伙伴一起，打造责任产业链，提升员工幸福指数，构筑责任品牌。



序号	荣誉	授予单位
1	《企业社会责任蓝皮书2015》300强综合排名29名	中国社会科学院企业社会责任研究中心
2	2015中国责任品牌优秀企业	民政部中国社会工作联合会企业公民委员会
3	“2015年北京市十佳企业志愿者组织”优秀奖	北京市志愿服务指导中心、共青团北京市委员会企业工作部等
4	2015五星级中国优秀企业公民	民政部中国社会工作联合会企业公民委员会
5	十大责任外企	首届中国企业社会责任前沿论坛
6	公益典范·最佳企业	首届中国企业公益前沿论坛
7	“2015中国年度百强雇主”、“最受大学生关注十大雇主”	“中国年度最佳雇主”评选
8	2015年中国绿色供应链排行榜综合排名第六、IT企业排名第二	天津绿色供应链服务中心、中环联合认证中心、公众环境研究中心、可持续发展联盟

# 利益相关方参与

## 责任沟通

中国松下认为，利益相关方沟通是实现企业可持续发展的重要因素。中国松下高度重视社会责任的内外部沟通与交流，不断健全社会责任沟通机制，拓展与利益相关方的沟通方式，积极倾听相关方的声音、了解相关方诉求，并据此作出实质性回应。

- 加强企业外部社会责任沟通，积极参与政府、行业协会及科研院所举办的社会责任会议、论坛等活动。
- 向内外部利益相关方发放社会责任调查问卷，了解利益相关方对中国松下的期待。
- 建立良好的企业社会责任内部沟通机制，每年召开集团社会责任大会，发布社会责任年度战略，并就社会责任工作的理念和路径与在华企业充分沟通。

利益相关方	对企业的期望	我们的回应
政府	合法经营	遵守法律法规
	依法纳税	依法足额纳税
	本地化经营	带动社会就业
合作伙伴	正道经营	坚持诚信经营
	合作共赢	与合作伙伴搭建战略合作机制
	价值链责任	带动供应链合作伙伴履行社会责任
	公平贸易	开展公平贸易，推动产业链持续健康发展
客户	科技创新	利用技术优势，提供优质产品
	优质服务	开展客户满意度调查，听取客户意见及建议
	客户隐私保护	保护客户的信息安全
员工	保障员工权益	保障法律赋予员工的基本权利
	助力职业发展	为员工创造没有天花板的舞台
	建设温暖家园	建立消除员工工作生活后顾之忧的保障体系
环境	环境管理	遵守国家环境法律法规和相关产品的环保标准
	绿色生产	将环境管理和环境保护贯穿研发、生产、销售全过程
	环保宣教	推进环保理念在企业内外的宣贯和落实，提升全社会环保意识
社区	社区参与	通过企业经营带动社区经济社会发展
	本地化运营	尊重各地区的法律法规和人文风俗，与社区充分沟通、和谐共存
	公益慈善	积极支持灾害救助和社区扶贫济困等慈善公益活动
社会组织	沟通合作	重视社会团体的诉求并积极与之沟通、积极参与、支持社会团体组织的各项活动 就社会责任议题主动与社会团体开展形式多样的合作

## 通过媒介平台增进沟通

### 发布企业社会责任报告

自2013年起连续四年定期发布中国版企业社会责任报告，搭建社会公众了解中国松下的有效渠道。

### 发行企业社会责任专刊

自2014年底开始，发布企业社会责任季度专刊，更好地与利益相关方分享中国松下企业社会责任工作推进的成果与心得。积极参与松下在全球企业公民活动中的沟通交流，向世界传递中国区特色CSR管理及实践。



▶ 设立企业社会责任网络交流专区

内部网络平台开设“CSR交流专区”，为中国松下在华企业提供信息共享、企业交流、员工沟通的内部CSR交流平台。进行公益创意交流、行业知识普及、优秀案例分析、员工参与公益活动心得分享以及集体活动信息获取等。

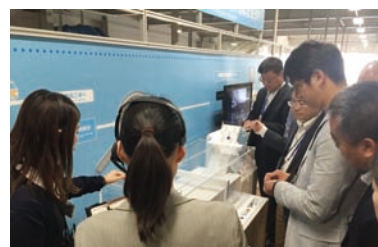
## 参与责任活动分享经验

▶ 组织和参与“分享责任世界行”

2015年5月5日-12日，松下中国组织并参与由中国社科院发起的“分享责任世界行（2015）——日韩站”活动。日本站期间，松下电器产业株式会社品牌交流本部CSR·社会文化部向由神华集团、华润集团、中国民生银行、现代汽车、三星集团以及新浪微博、公益时报等企业和媒体组成的调研团介绍了松下的社会责任管理以及社会贡献活动，与参访嘉宾深入沟通企业履行社会责任的经验。



调研团到访松下电器大阪总部



环保技术中心体验分离实验

### 案例

#### 三吴相对论，探讨制造业转型升级之道

2015年12月15日，松下电化住宅设备机器（杭州）有限公司总经理吴亮、邀请知名财经作家吴晓波、《二十一世纪商业评论》发行人吴伯凡，联合浙报传媒，以“跨越2015，互联网浪潮下的制造业走向”为主题，就社会关心的中国制造2025和供给侧改革展开深入探讨。



松下在产品研发上持续保持高投入比例，踏实培养人才，研发产品、掌控好质量，并在设计之初，重视人性化设计和关怀，从制造到“智造”，把产品做到极致，与此同时，坚持掌握消费者的需求，也是制造业必须遵守的一个原则。

——松下电化住宅设备机器（杭州）有限公司 总经理吴亮



# 匠人之法，法存经营正道

“法者，天下之程式也，万事之仪表也”

——《管子·禁藏》

**法**，衡量天下人言行是非、功过、曲直的客观标准和必须遵守的行为规范。企业作为社会经济的重要组成部分，其持有的经营规范至关重要。“遵循社会正义，与社会共命运”是松下电器秉承的经营理念，我们坚信正道经营的文化是松下百年传承、永续发展的根基。

- 修订《关于防止行贿受贿以及不正当行为的规程》地域规程
- 松下中国守法合规培训学习率达到 80% 以上
- 在华 619 家供应商进行环境风险调查
- 位列“2015 年中国绿色供应链排行榜”第六名

匠人之法·法存经营正道

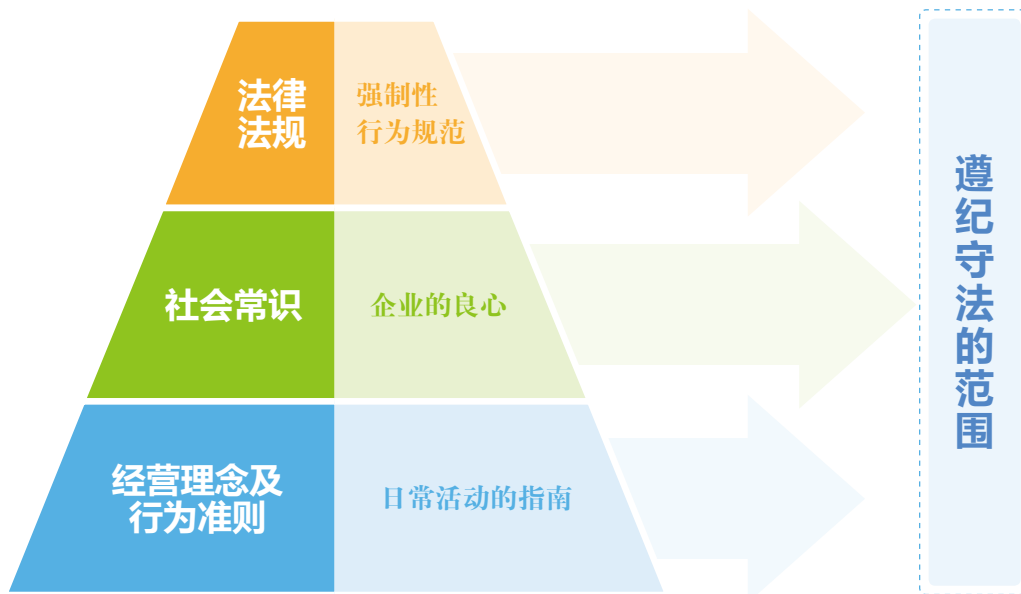
# 02

## 正道经营

正道经营是松下持续发展的根本，是一切经营活动必须坚持的行为准则。中国松下以遵守中国法律法规为基础，积极践行商业道德和企业伦理，努力实现诚信经营、公平竞争和稳健发展。

### 确保诚信经营

中国松下始终秉承创业者松下幸之助“遵循社会正义，与社会共命运”的经营理念，将遵守所在国家法律、尊重所在地区社会习俗作为公司基本行为准则，通过与各种不同的利益相关方对话，进行高透明度的事业活动，努力做到“迅速地采取公正且诚实的行动，坚决贯彻守法经营”。



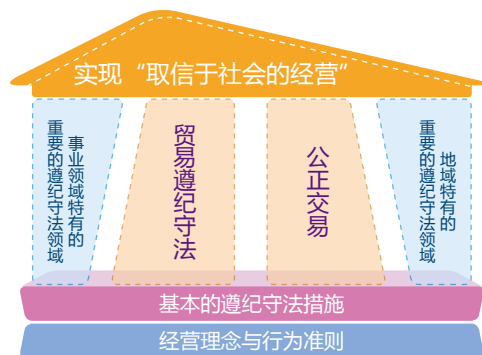
## 坚持守法合规和公平竞争

### 遵守行为准则

为了实现“取信于社会的经营”，中国松下围绕“贸易遵纪守法”和“公正交易”两大支柱，积极实施防止垄断行为、防止商业贿赂等措施。集团建立了以法务责任者、法务联络人为主体的法务组织体系，针对高风险的事业场推进“遵纪守法”自查确认活动。

- 推进主要遵纪守法项目，包括出口管理、公务员接待、企业垄断联盟等。
- 建立贯彻推进体制，实现P（规程制度）D（研修学习）C（确认自查）A（结果改善）的管理。

包括中文在内23种语言版本的《Panasonic行为准则》，是松下电器经营理念的具体指针。中国松下高度重视《Panasonic行为准则》的宣贯和执行，纳入入职教育，并以E-learning等多种形式对员工进行教育和培训。



### 公平竞争

中国松下一贯坚持公平竞争的原则，充分尊重竞争对手，坚决反对采取不正当的手段限制或排除市场竞争。中国松下通过制定全员遵守的防止不正当行为规程和严格的内部审查制度，杜绝不正当竞争行为或垄断行为。同时反对通过损害竞争对手的声誉获取竞争优势，严格审查广告内容，防止出现有损竞争对手形象的言论；发布廉洁采购宣言，确保公平公正交易关系。

#### 案例

##### • 修订防止不正当行为规程

中国松下制定了《关于防止行贿受贿以及不正当行为的规程》地域规程，为了让该规程更具操作性，结合地域内各公司的事业实际情况，就公务员以及交易方提供接待的许可条件等条款，实施了部分修改。同时，制定了防止贿赂行为的合同条款及相关Q&A，供旗下各公司参考活用。

##### • 廉洁采购宣言

松下电器于2007年发布了廉洁采购宣言，廉洁采购即为松下电器的采购活动的原则，承诺公平且公正的交易关系，实践正确采购活动，确保信息安全。

- (1) 禁止宴请、聚餐
- (2) 禁止接受金钱、物品、不动产
- (3) 禁止接受供应商提供的方便
- (4) 禁止高尔夫、娱乐及旅游
- (5) 禁止接受利益提供的行为
- (6) 禁止强行索要和要求上述(1)至(5)所述行为
- (7) 禁止违规披露机密信息等

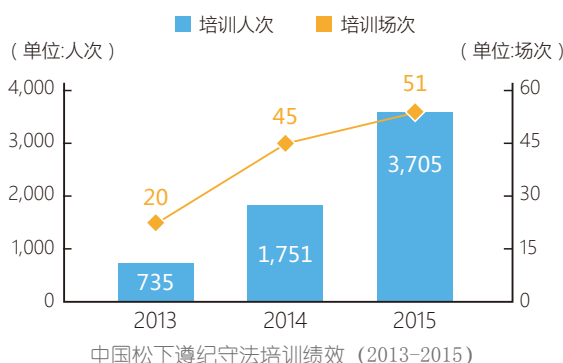
## 加强合规宣传与培训

为提高员工的法律意识、增强员工的守法观念，中国松下制作了“遵纪守法手册”。并将每年9月作为松下集团的“遵纪守法月”，在此期间面向集团全体员工集中开展遵纪守法宣传教育等活动，包括向全体员工发送经营干部的守法寄语、张贴遵纪守法海报、开展遵纪守法意识调查等。

中国松下开展多种形式的守法合规培训活动。2015年松下中国的 E-learning 学习率达到80%以上。同时，针对集团内外的典型案例制作成“他山之石”内部通讯专栏，提供给全员学习。截至2015年共累计发送29期。

### 培训内容：

- 遵纪守法基础研修：贿赂防止、出口管理、著作权、合同管理、海关法、垄断联盟、再销售价格限制
- 防止重大舞弊研修：不正当会计、垄断联盟、行贿受贿



## 案例

### 防止重大不正当行为研修

为了不辜负社会信赖和期待，松下集团结合自身经营特点，将“不正当会计”、“垄断联盟”、“行贿受贿”三大课题作为重大不正当行为，在集团内部积极开展相关研修活动。以对象人员100%完成学习为目标，坚决贯彻“违法行为产生的销售额和利润，一块钱也不要”的基本理念。

- ① 针对所有中层管理者以上员工开展的e-learning在线学习，学习率达100%。
- ② 针对集团内各公司的总经理、财务责任者、营业责任者开展线下集中研修，参与人数298名。



### 遵纪守法月强化宣传

9月遵纪守法月期间，松下中国制作5种语言的“遵纪守法海报”在全集团内强化宣传，并连续21天以中、日文两种语言向全体员工发送“遵纪守法小知识”，重申日常工作中的遵纪守法注意事项。





# 加强风险防控

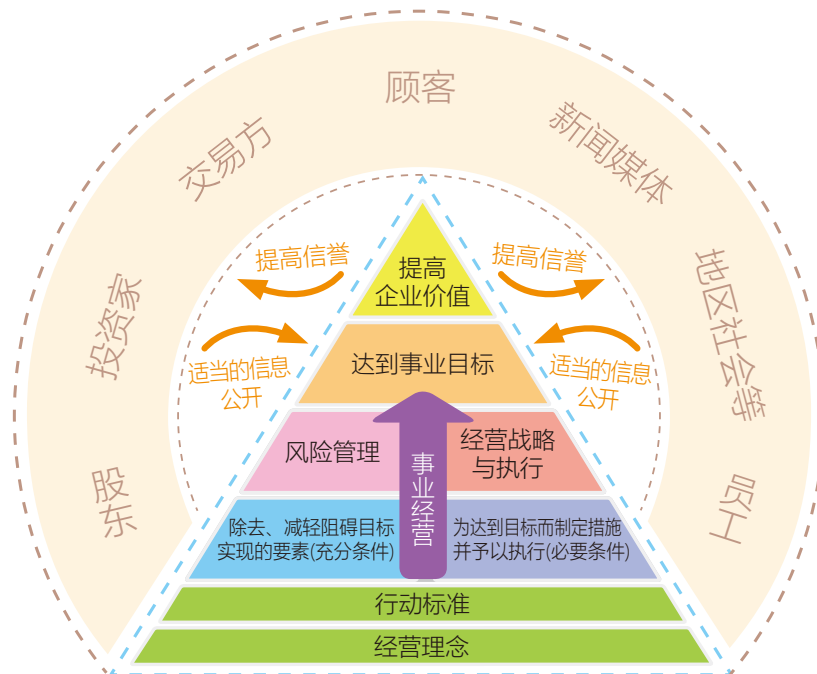
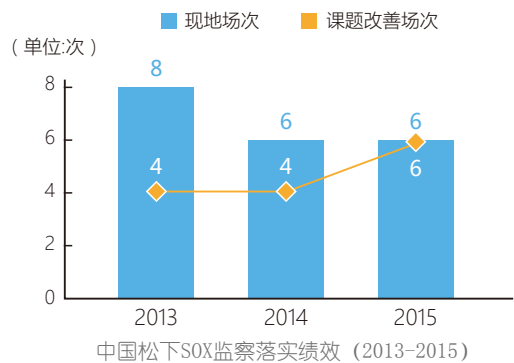
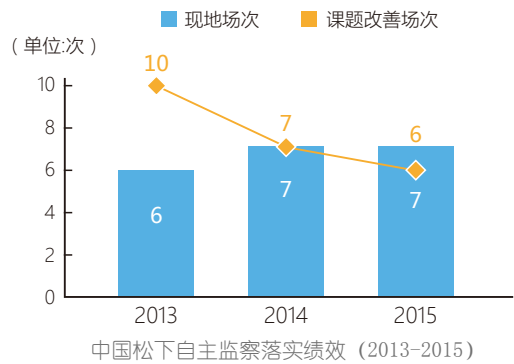
## 加强风险防控

中国松下始终相信，防患于未然对于事业的可持续发展是必不可少的。中国松下在集团层面建立风险管理体系，并根据社会发展和公司内外环境的不断变化进行持续完善和升级。

在中国松下，经营战略和风险管理并称为推动事业发展的“两个轮子”。正确的经营战略可以引导企业在经营中取得成功，有效的风险管理则为企业提供更安全的内外部环境，二者相辅相成，共同推动事业目标的实现。

向公众适当披露风险信息及相应的应对措施，有利于利益相关方更加全面地了解公司经营状况，增强利益相关方对公司的信心，为公司发展营造良好的外部环境。

松下电器构筑统一的以强化经营体制、防范经营风险为前提的监察体系。制定集团统一基准，并要求集团内公司实施风险防范，最终由集团CEO/CFO宣誓承诺，防止不正行为的发生。



经营战略和风险管理是事业经营的汽车的两个轮子

# 价值链 责任

## 加强战略合作

中国松下不断拓展和深化与利益相关方的合作，积极搭建战略合作机制与平台，践行互惠互利、合作共赢的原则，坚持公平竞争、诚信经营的理念，大力发挥行业优势和企业特色，充分利用伙伴优势与社会资源，与合作伙伴共同发展。

### 案例

#### 与合作伙伴共同成立解决方案展厅

2015年7月31日，松下中国与富盛科技共同成立了合资公司——北京松盛元环境科技有限公司，并于8月设立综合展示厅。以综合解决方案的形式，展示松下不同事业公司的技术、商品，准确而有效地将技术和商品价值传达给客户。

2015年9月7日，松下中国与上海吉电电子共同成立了解决方案展厅。2016年2月签订战略合作协议。双方将在上海吉电的金融、机场、电梯等重点事业领域共同开发、销售解决方案。



北京



上海

#### 与首开地产达成战略合作



2015年12月24日，松下中国与首开地产签订战略合作协议。双方以提高中国建筑节能环保标准、强化建筑内装价值链，提升消费者生活品质为共同目标，利用各自的资源优势和行业影响力在绿色建筑、被动式住宅、智能家居等领域开展深度合作。在今后的合作中，首开地产“宽领域、多元化”的房地产开发业务，将为松下电器高品质节能环保产品及服务提供广阔、有效的载体；而松下电器所拥有的高品质环保产品的开发、生产和配套能力，也将为首开集团全面实施绿色建筑战略，推广住宅产业化技术，提高产品科技水平提供技术支持。

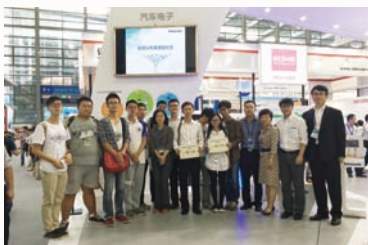
## 促进行业发展

中国松下发挥在行业中的领军作用，通过制定与完善行业标准、创新与推广行业技术、构筑与拓展交流平台、强化与高校、研究机构合作、引进与培养行业人才，积极带动行业发展。

### 案例

#### “松下电器机电”杯大学生创意设计大赛

2015年10月，松下电器机电（中国）有限公司联合华南理工大学，以创新、节能、环保、高效为主题，共同主办了大学生创意设计大赛，启发学生以传感器产品为灵感起点，设计出能够为工业生产或社会生活提供便利和做出贡献的应用



方案，并将学生创意作品在广州高交会现场路演展示。

#### 积极参与中国锂离子动力电池的标准制定

松下电器拥有多年的锂离子电池开发、生产、制造和服务经验。

作为中国汽车技术研究中心的成员单位之一，松下电器研发（北京）有限公司一直致力于促进中国新能源汽车行业发展，并积极参与锂离子动力电池的标准化工作。在GB/T 31484、GB/T 31485、GB/T 31486等电动汽车用动力电池标准制订过程中提供了大量理论和技术支持，为促进中国新能源汽车产业的发展提供支持。

## 供应商管理

中国松下将与供应商的合作视为企业价值链的核心，致力于通过自身努力带动供应商履行社会责任，打造责任产业链。

2015年，松下中国对在华供应商进行了环境风险调查，收集了619家在华供应商的环境自主调查反馈，筛选出其中347家有环境风险的供应商，按风险等级进行了排序，调查结果反馈给中国松下在华各制造企业，同时对高风险供应商进行现场环境监察，2016年将集中各地区主要供应商进行环境风险说明会。与此同时，中国松下每年对供应商进行提高履责能力的培训，并通过培训与优秀的合作伙伴建立起长期合作关系，实现共同成长。

### ■ 供应商协作与成果共享



为了实现成为电子行业第一的环境革新企业的愿景，松下电器从2009年开始与供应商共同开展ECO•VC活动<sup>※</sup>，通过与供应商的齐心协作实现降低地球环境负荷与获得成本合理化的目标。2015年ECO•VC全球活动提案为933件，中国地区共5家供应商参加，评选出铜奖一名，鼓励奖四名，并受邀前往日本总部，参加一年一度的松下电器优秀合作伙伴大会。

注：<sup>※</sup>ECO•VC活动以探讨松下电器如何实现采购部品和资材的环境负荷最小化，成本合理化和商品力强化为目标，活动采用前后对照形式进行归纳汇总，并在供应商表彰大会中对于优秀事例和提案予以表彰，实现优秀案例在事业领域间的共享。

## 责任采购

中国松下坚持可持续的采购方针，实施负责任的采购活动，推动供应链合作伙伴履行社会责任，打造责任产业链。我们严格按照《绿色采购准则》等社会责任标准，通过运用公众环境研究中心（IPE）的数据库管理供应商的守法状况；通过ECO•VC活动与供应商合作共同推进环境保护和合理降低成本。

### 松下电器的采购方针

- ① VE采购\*的实践
- ② 质量以及安全性的确保
- ③ 推进成本降低活动
- ④ 通过缩短交货期以实现最佳采购
- ⑤ 通过绿色采购来实现与地球环境的共存
- ⑥ 推进全球采购
- ⑦ 遵守法令以及社会规范
- ⑧ 有效地使用信息并确保信息安全
- ⑨ 考虑人权和劳动安全卫生

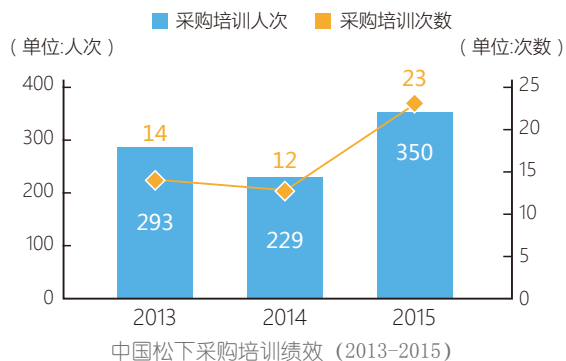
### 对供应商CSR采购的要求

- ① 廉洁采购：实施自律，公正的交易
- ② 绿色采购：积极的进行环境保护和环境管理，要求按照松下电器推进的绿色采购方针进行交付活动
- ③ 遵纪守法：要求基于松下电器下属企业和供应商之间的交易基本合同，遵守法律以及社会规范
- ④ 信息安全：提高供应商的信息安全水准，达到松下电器的交易要求
- ⑤ 人权、劳动、安全卫生：以尊重人权为基础的企业与员工之间的关系

注：\* VE采购--Value Engineering（价值工程），进行用最少的成本支出达到最合适的产品功能的采购

同时，中国松下重视对采购人员的培养和培训，确保在华生产据点采购员工在参加相关研修后可以巩固所学知识，并快速运用到实际工作中，达到成本合理化效果。2015年重点开展采购职能实践研修，在冲压、注塑、电子部品、纸箱研修课程中导入供应商现场见习交流等活动，找出现存问题并加以改善。

2015年，第一次按据点、地区、事业领域等维度完成1,312名在华采购员工采购技能与日本、东南亚调查结果的对比分析，并反馈给各据点责任者，为2016年新研修体制及在华采购职能基准制定做前期准备。



## 案例

### 参与“可持续发展与商业实践——2015绿色供应链论坛”



2015年10月22日，IPE在“可持续发展与商业实践——2015绿色供应链论坛”上发布了2015年绿色供应链CIT指数评价报告，松下电器在全球167家企业中，综合排名第六，IT企业中排名第二。松下中国采购中心田村所长就松下的环境政策与绿色采购活动进行演讲，与来宾分享松下通过运用IPE数据库管理供应商的守法状况、供应商的自主环境调查、全公司的ECO·VC活动等与供应商合作共同推进环境保护和合理降低成本的活动等内容。

# 尊重 产权

松下电器自创业初期以来就在重视知识产权工作的同时积极扩大事业。长期以来，中国松下在集团方针的指引下，对内致力于建设尊重知识产权的文明守法企业文化，对外积极参与改善知识产权保护环境的贡献活动。2015年，我们通过内部培训，提高事业现场员工的知识产权意识和实务操作能力；通过对知识产权相关法律法规的制定、修订提出建议，促进知识产权制度向着更为合理有效的方向发展；通过坚持不懈地开展品牌保护活动，阻止假冒品流入市场，在维护消费者利益的同时减少侵权行为对事业的侵蚀。



面向技术人员的知识产权培训



执法部门在假冒品生产现场实施查处

## “君子喻于义。”

——《论语·里仁》

**义**，一种节烈正气的处世之态。自古以来，义者皆可为情谊付出和奉献，是集体团结友爱互助的集中体现。松下电器视员工为实现基业长青的最宝贵的财富，坚持“以义待人”，相信员工的满足感和幸福感所形成的凝聚力是公司不断前进的源源动力。

- 荣获“2015中国年度百强雇主”奖项
- 员工培训投入金额 3,540 万元
- 本地管理者比例 84 %
- 吸纳就业人数 25,126 人



**匠人之义，义聚成城众心**



匠人之义·义聚成城众心

# 03

## 保障员工 权益

中国松下全面保障员工的基本权益，促进员工发展，推动EHS管理，将经营理念充分渗透至员工培养和发展体系中。积极打造开放透明的内部沟通机制，营造和谐向上的职场氛围和良好的工作环境。通过构建员工关爱体系，让员工快乐工作，健康生活。

### 平等就业

中国松下坚持以人为本，根据法律、法规、习俗等确立因地制宜的雇佣和劳动管理制度，确保员工基本权益的实现。

● 平等雇佣，提供均等就业机会

● 坚持同工同酬

● 杜绝使用童工

● 100%签订劳动合同

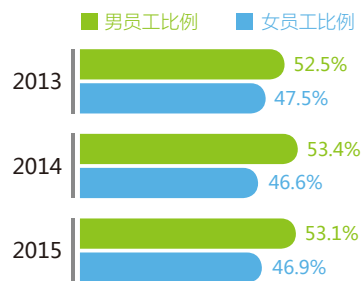
● 严格杜绝各种形式的强制劳动

● 消除随意性或歧视性的解雇行为

#### 案例

##### 开展员工满意度调查，建立和谐劳动关系

2015年，松下中国从“尊重与认可、员工自主权、团队协作、职业发展、薪酬福利、对领导者的信心、绩效管理”等15个方向，多角度、多维度地开展员工满意度调查，了解员工的期望，其中员工自主权、未来发展、团队合作等内容满意度达70%以上。我们通过对调查结果的深入分析，针对性地改善与调整企业相关管理制度，不断满足员工的期望与需求，建立更加和谐稳定的劳动关系。



中国松下员工性别构成 (2013-2015)



## 薪酬福利

中国松下严格执行国家的收入分配政策，为员工提供符合企业实际、在同行业、同地区有竞争力的劳动条件和薪酬福利。严格按照国家相关规定，建立完备的休假管理制度，享有国家法律法规和公司制度规定的法定节假日、带薪年假等假期，保障员工享有合理休息和休假的权利。

- 全员统一的福利待遇，社会保险全面覆盖
- 带薪假期，勤续奖励年假
- 人身意外、重大疾病和养老类法定外商业保险计划
- 部门教育基金、团队建设基金、员工福利基金等
- 工作生活平衡制度
- 员工生日礼物、爱心母婴室等员工关怀活动

## 民主管理

中国松下认为“人人都是经营者”，高度重视员工对企业发展和管理的意见建议，调动员工参与企业管理的积极性。

- 员工工会入会率达100%
- 定期召开部门别和层级别恳谈会
- 鼓励年轻员工积极开展跨部门革新活动
- 积极活用员工BBS，开设“对话董事长”板块，快速回应员工心声

### 案例

#### ● 你我都是经营者，革新小组勇提案

松下中国为提高员工的经营参与度，促进跨部门交流，在2015年启动了革新小组项目。参加小组的课题包括税务风险管理，销售渠道创新，培训方式改善，产品宣传提案等内容。以大泽英俊董事长为首，由各个课题相关部门的责任者组成的评审委员对参赛课题进行评审，最终4组课题获得通过。在同年9月的中期报告会上，进行了最终成果汇报，评审委员会对课题的进展和今后的推进进行了点评并提出了改善建议。



#### ● 工资集体来协商，深化民主做桥梁

公司和工会就像车子的两个车轮，只有同步运行，保持平衡，才能发展得好，实现公司与员工双赢。2016年3月，松下能源(无锡)有限公司(PECW)第三届第五次职工代表大会顺利召开。大会就《2016年工资集体协议》和《员工就业规则》的修改稿进行审议。两项议案经职工代表不记名举手表决，全数通过，并于随后举行了工资集体协议签约仪式。在目前经济环境严峻的情况下，公司与工会多次协商，最终确定了员工整体平均工资增长率。工会在员工与公司之间起着桥梁和纽带作用，工资集体协议的签订体现了公司对工会的尊重、对员工的尊重。



## 多元化与包容性

松下电器尊重来自不同国家、不同区域，拥有不同种族、不同性别、不同信仰、不同教育背景的员工。中国松下在不断发展中国事业的同时，一直致力于经营的现地化，积极努力推进现地高管后备人才的培养。积极为技术人员提供海外研修机会，充分尊重女性员工并注重对女性管理者的培养。



中国松下残障员工雇佣人数（2013-2015）

- 重视本土人才培养，不断强化经营人才本地化，本地化雇佣比例为99%
- 充分发挥本地人才的经验、优势，本地管理者比例为84%
- 为本土技术员工提供海外研修机会，达到技术人才本地化育成
- 尊重女性员工，女性管理者比例为28%
- 尊重残疾人就业权益，残疾人雇佣411人

### 案例

#### ● 珠海松下马达助力残障员工自我实现

珠海松下马达有限公司（PMRZ）自2000年开展残障员工招聘工作，目前在籍28名，主要分布在：资材、后勤以及生产管理岗位。PMRZ注重关怀残障员工心理健康，并在设备上以及安全通道中为听力残障员工加装了通过视觉识别的警报显示装置，创建安全安心的工作环境，以助力实现残障人士的自我价值，构建和谐社会环境。



在PMRZ举办珠海市残疾人职业道德和应急救护培训



残障员工文艺汇演

#### ● 召开首届地域人才开发会议，促进现地经营干部培养

为了逐步实现经营现地化，培养现地经营干部，中国松下于2015年7月举办了第一届地域人才开发会议。本次会议的目的是贯彻现地干部的育成方针及目标，以此促进干部培养，使其更多地参与经营决策，加速推动经营现地化。为此，会议提出到2018年，现地总经理人数增加到现在的3倍，提高现地干部参与经营方针制定的比例，并确定了近百名后备干部以及相关的育成方向。同时，为了加速现地干部的成长，在中国地域导入了新的干部轮岗制度，设立专项资金，用于支援中国所有集团企业优秀经营干部后备人才的培养。

# 助力职业发展

## 加强员工系统培训

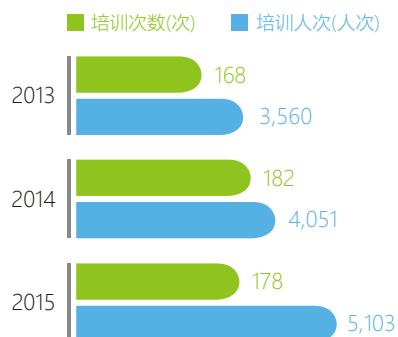
中国松下建立专门的人才开发公司和分层分类的人才培养体系。从新入职员工到管理职及高层经营干部，均可根据所在职位、工作内容，选择相应培训课程，既包含经营理念学习和一般类管理研修，还涵盖设计研发、品质管理、财务等专项职能研修。

### 使命

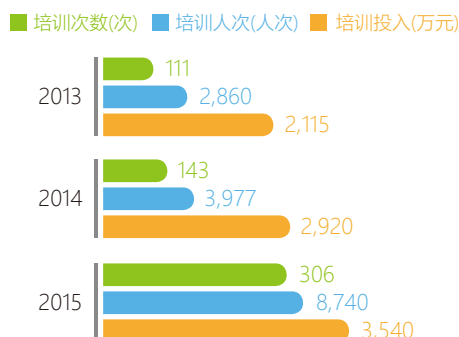
培养中国松下集团开展经营所需要的管理·制造·技术·营销的现地人才

### 方针

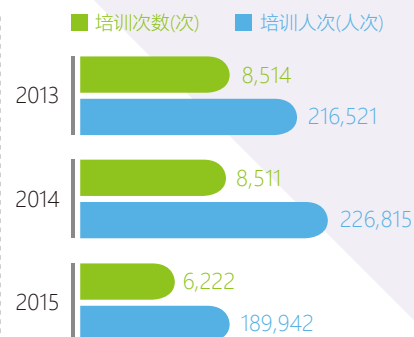
- ① 把握和应对各在华企业对于经营现地化、设计现地化、强化制造现场力的需求，高效率地提供人才培养方面的支援
- ② 以构筑招聘·培养·任用相联动的人才培养系统为中期目标，在此系统中，人才开发公司作为地域共有的研修机构提供服务



人才开发公司举办的干部、骨干员工培训绩效 (2013-2015)



松下中国总部培训绩效 (2013-2015)

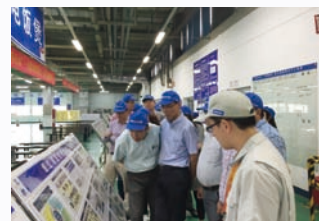


中国松下集团企业自主培训绩效 (2013-2015)

### 案例

#### 家电销售公司干部自我能力开发

2015年11月，人才开发室通过整合培训资源，安排销售公司的干部到制造工厂、研发公司、制造学院学习，安排工厂人员赴销售公司学习，通过相互了解工作内容，思考公司运营的整体，从而全方位提高管理人员的技能。学员们充分体会到只有从顾客需求出发，彻底贯彻制造和销售连携，把握好每个环节，才能为他们提供更好的产品和服务。



## 分层分类的人才培养体系：

### 管理类研修

针对高层、中层、基层以及经营后备人员进行经营理念、管理能力以及相关通用类研修，全面提升松下管理层管理和经营能力。



2015年度经营后备人才育成研修



制造现场研修

### 制造类研修

为更加贴近现场需求，提升各岗位的专业技能。中国松下针对品质、审查、制造等不同职种展开初级、中级及高级研修，全面打造松下匠人。

### 技术类研修

为面向中国市场进行商品开发，中国松下不仅对各个岗位的技术人员提供专业培训，同时通过技术-制造，技术-销售等跨职种的研修让技术人员全面打开视野，提升技术专业度及商品研发能力。



技术与制造人员共同参与的“设计改善工坊”

### 专项职能类研修

对在华企业的各个职能部门提供更专业的培训，涵盖财务、审计、环境、品质、法务等相关内容。不仅涉及松下电器独有的内容，同时也包括行业最新的动态及专业技能。



2015年度第九届财务主管研修

### 新员工导入教育

2006年开始持续举办中国松下新员工入职统一培训。2015年度在原有的基础上，增加了工厂参观、前辈指导等更加适合年轻人的研修内容，通过多种培训形式让新员工体验到松下集团的活力与发展。



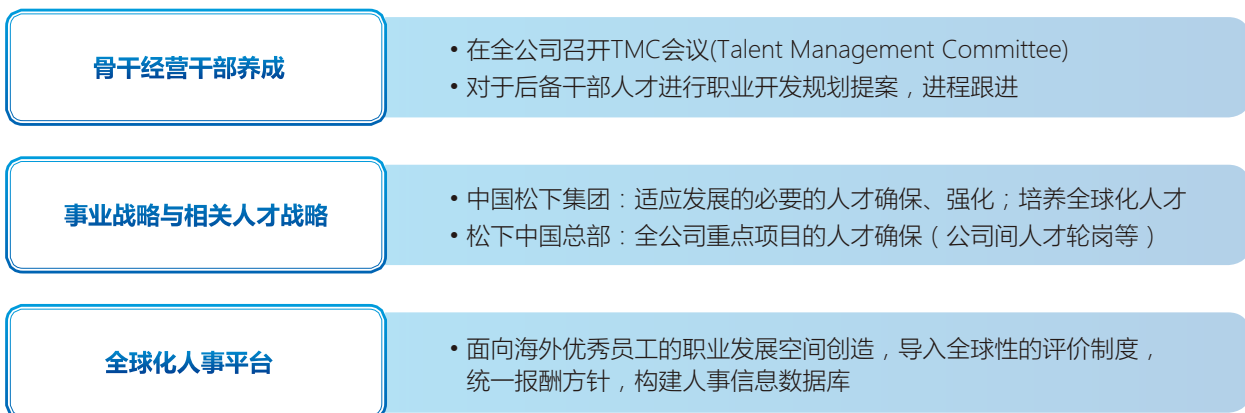
2015年度苏州新员工导入教育

## 搭建职业发展通道

中国松下坚持创业者松下幸之助“培养人才先于制造产品”的人才理念，认为人才育成是基业长青的重要因素。坚持以“对员工的要求”和“管理者的基本原则”为指引，最大限度发挥员工个人能力，同时要求所有管理者贯彻“松下事业的根基在于员工”这一理念，助力员工快速成长。



中国松下开展中国地域之间的人才交流，实施中国地域内企业间调动的规定，在中国松下在华企业间聘用和培养优秀人才，为每一位员工提供广阔的职业发展空间和上升通道。2015年，以电化住宅设备机器公司，系统解决方案公司的设立为契机，实现现地骨干人才的交叉配置，培养具有广阔视野·复合型经验的经营干部。



# 推进EHS 管理

## 安全卫生管理

中国松下以“创建无伤害、无职业病的职场环境”为目标，倡导安全工作习惯，强化职场风险管理意识，预防工作场所的伤害。专门设立“集团安全卫生委员会”作为全集团职业健康与安全的领导机构，以松下电器劳动安全卫生方针为指针，通过整体活动的推进实施，在全员的共同努力下，不断健全健康和安全管理体系统，通过OHSAS认证，消除或控制职业健康风险，努力营造安全、健康、舒适的职场环境。

培训：



集团安全卫生管理者  
危险化学品安全培训



企业内部管理层安全意识  
和能力提升培训

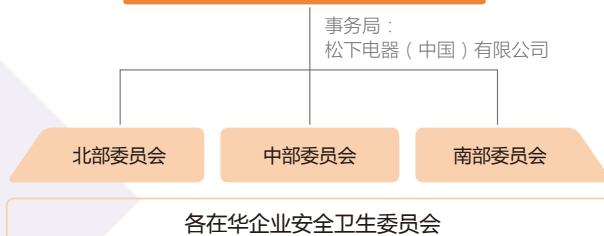
中国松下在华企业设立了应急管理体制和应急管理预案，面向不同层次人群定期进行各项培训和演练。2015年中国松下工伤事故率为0.0012%。

## 职业健康保护

2015年中国松下员工职业体检、健康档案覆盖率达到100%，全年未发生重大安全生产责任事故。

- 根据国家安监总局设定的13项指标，制定了8项主要目标，要求100%达成
- 举办EAP(Employee Assistance Program)研修，对人事责任者及安全管理者进行培训，对员工开展心理疏导和帮助
- 大部分在华企业建立员工心理健康咨询室，关爱员工身心健康

### 中国松下集团安全卫生委员会



北部委员会活动  
现场会议

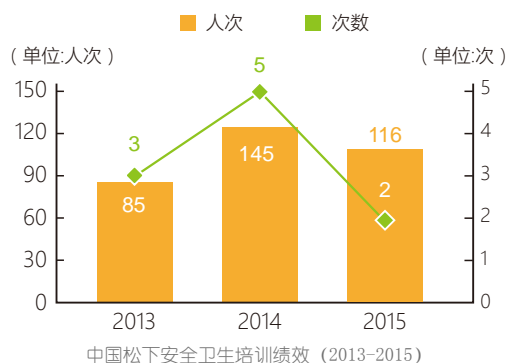
中部委员会活动  
现场会议

南部委员会活动  
现场会议

监查：



对部分企业实施定期安全卫生监查（文件审核、现场巡查）



职业病危害因素的  
申报、监测

新、改、扩建项目  
目的职业卫生“三  
同时”制度实施

对管理者和作  
业员开展培训

通过“劳动合同”、  
“告知卡”等加强宣传

岗前(转岗)、在岗、  
离岗的职业健康监护

职业健康  
保护举措

# 营造幸福 生活

## 关爱员工生活

在充分尊重和对待每一位员工，保障员工基本权益的基础上，中国松下注重关爱员工生活，深入践行“以人为本”的理念，为员工建立一个“温馨的家”。我们配置爱心休息室，为员工提供良好的办公环境；积极了解、准确把握员工思想动态和工作生活需求，及时为有困难的员工提供帮助；组织员工参观旅游，使他们切实感到企业的关怀和温暖。



圣诞节为员工派送“平安果”



携省市总工会慰问一线员工

## 工作生活平衡

中国松下致力于成为员工幸福指数最高、人文关怀最丰富的企业。我们特别注重企业文化建设和风气的革新，定期举办多样的社内沟通和文体活动，促进员工交流，放松身心，增强员工的凝聚力和归属感。



六一儿童节员工亲子活动



鼓舞人心的员工运动会



陶冶情操的职工书画展



家庭日活动



激情四射的松下唱响歌唱比赛



温馨多彩的员工生日会

# “不学礼，无以立”

——《论语·季氏篇第十六》

**礼**，人类言行的规则，是人类通过教化而产生的自律行为。有礼，人与人之间才会有爱。有礼，人才会对自然心生敬意。松下电器始终保持着对自然的敬畏和感恩，将“礼待自然”的态度根植在每个松下人的心中，融入到经营的每一个实践中。

- 二氧化碳排放量 63.18 万吨，同比减少 1.5%
- 化学物质排放·转移量 0.1117 万吨，同比减少 25.8%
- 水使用量 480 万立方米，同比减少 17.7%
- 废弃物·有价值物产生量 6.57 万吨，同比减少 18%



# 匠人之礼, 礼待自然家园



匠人之礼·礼待自然家园

# 04

秉承“我们作为社会的公器，致力于实现企业、社会 and 环境的和谐，通过事业，为未来可持续发展做贡献”的方针，松下电器在中国的事业经营始终以实现可持续发展为导向，通过推进与环境保护相协调的事业活动，在产品及生产过程两方面致力于环境问题的解决，从本业出发积极践行企业社会责任，力争在保护地球环境的同时为人们奉献绿色生活。

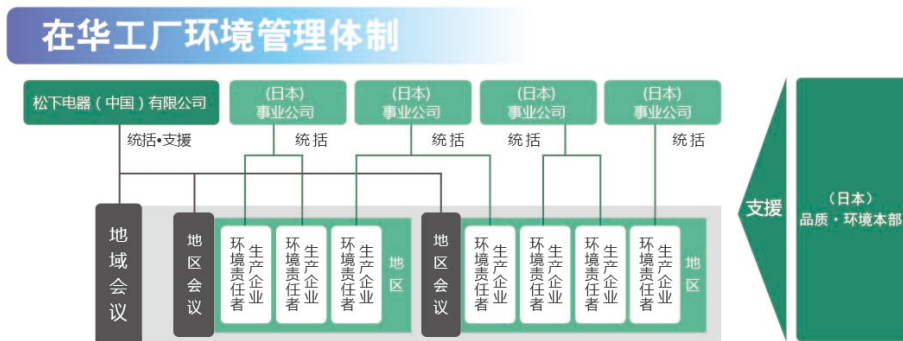
## 环境治理之道

### 环境管理

### 环境管理体制

松下电器以事业公司为轴心，通过与地域统括环境经营部门以及集团品质·环境本部的相互协作，共同推进集团环境经营活动。

为确保在中国的环境经营活动既满足集团方针的要求，同时与中国社会经济需求保持协调，地域工厂环境管理的体制，采取事业公司垂直管理与地域横向管理相结合的模式。



垂直管理和横向管理并行的环境管理体制

## 案例

### ● 地域会议：环境责任者会议

作为地域统括公司，松下中国每年召开环境责任者会议，介绍集团的环境方针和活动要求、地域环境法制最新动向并分析可能对事业活动的影响，共享环境推进活动的经验，针对重点环境主题进行交流讨论，使各公司环境责任者明确新的工作目标、任务和推进方法。2015年7月召开的第十六届会议重点围绕环境风险管理、挥发性有机物管理以及绿色采购进行了研讨。



会议还首次邀请了目前在中国社会影响力越来越高的环境NGO组织——“公众环境研究中心（IPE）”的马莹莹女士以“绿色采购激发污染减排”为主题进行了分享与交流。

### ● 地区会议：环境管理地区别信息共享会

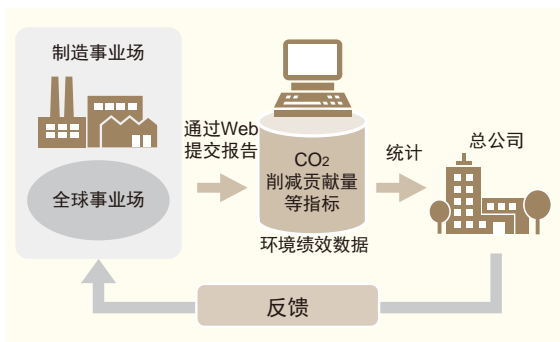
为促进具有地域特殊性的环境课题的解决，并提升各公司环境管理水平，松下中国通过组织地区会议——工厂环境管理地区别信息共享会，针对环境管理所具有的地区特点，开展课题研讨和经验交流活动。



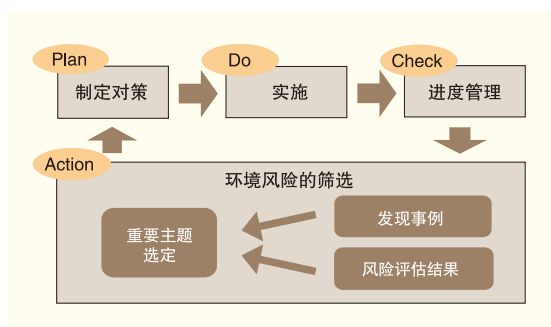
2015年以环境风险评估和预案编制、环境信息公开、挥发性有机物防治等为主题召开了2轮会议。

## 环境绩效系统

为支持环境管理PDCA（Plan-Do-Check-Action）循环的实现，松下电器建立了环境绩效系统“Eco System（工厂）”，在全球范围内对所有制造工厂的环境数据进行收集和管理。各工厂定期上报能源使用量、水使用量、废弃物·有价值物产生量、化学物质排放·转移量等环境绩效数据。有了这些庞大的数据基础，集团、事业公司和地域统括的环境经营部门可以清晰地了解各制造工厂环境管理活动的进展情况，发现问题、提出解决对策并贯彻实施，从而推进环境活动不断完善。



环境绩效系统的机制

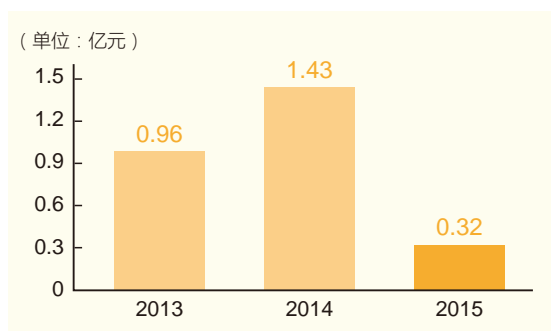


环境风险的选定与对策的推进流程

## 环境应急

为持续降低环境风险，松下电器的各事业公司均建立了环境风险管理体制，以推进环境风险定期筛选并实现环境风险的迅速应对。

2015年，结合政府对环境应急管理强化的要求，各工厂在全面评估环境风险管理状况的基础上，对既有风险预案进行了完善，并依法向环境保护主管部门备案。



中国松下环境保护投资额 (2013-2015)

## 环境会计

松下电器在全球范围内开展环境会计统计工作，并将其作为环境经营的基础信息有效利用。

2015年，中国松下工厂的环境投资达到3,200万元，用于环保设施的改善与强化，推动企业经营活动与环境保护相协调。

## 环境信息公开

环境信息公开是企业与社会交流的方式之一，也是主动接受社会监督，获取外部建议进而不断改善自身环境经营水平的重要举措。

1998年，松下电器首次发行环境报告书（1997年版），此后从2005年起不仅发布环境报告书，还补充发布《环境数据册》，就松下电器事业活动的环境影响以及为减少环境影响而做出的努力进行报告。

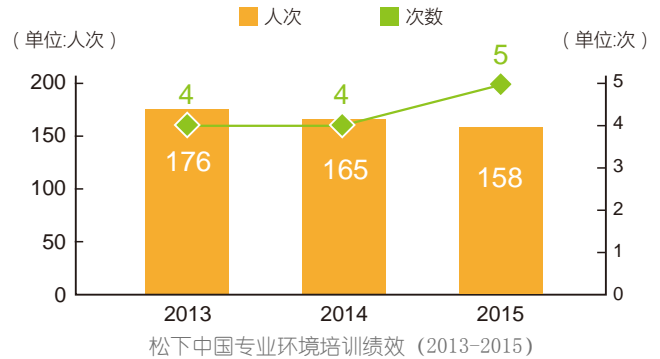
2013年，松下中国首次发布《企业社会责任报告2012》，详细披露在中国开展的环境活动及环境绩效，此后形成定期发布机制。松下中国的官方网站设置“环境革新”版块，对松下电器在中国开展的环境保护活动及成果进行公开。

另外，针对外部环境专家于2014年在交流会上提出的“主动、全面地对外公开环境绩效数据，接受公众监督”的建议，松下中国已经开始着手推进工厂层级的环境信息公开活动。

## 环保培训

中国松下根据岗位需求，每年安排员工参加公司自主开展的或外部机构组织的环境培训。2015年累计参训超过3.6万人次。

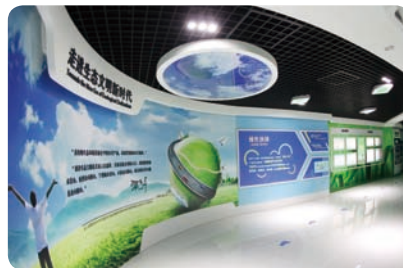
松下中国结合集团的环境管理要求和年度目标，每年有针对性的开展以学习环境基本知识为目的的“一般教育”和以加强、提高环境技能为目的的“专业教育”。



主题	对象	次数	人数
环境法律实务、环境风险评估、现场环境审核、环境法律检查表运用、挥发性有机物污染防治	制造工厂环境专业人员	5	158

2015年松下中国专业环保培训绩效

在开展集团内部环境教育活动的同时，中国松下还积极支持社会环境教育活动。2015年，为配合国家环境宣传教育示范基地<sup>※1</sup>的开设，免费提供了节水型洗衣机。



## 产品开发

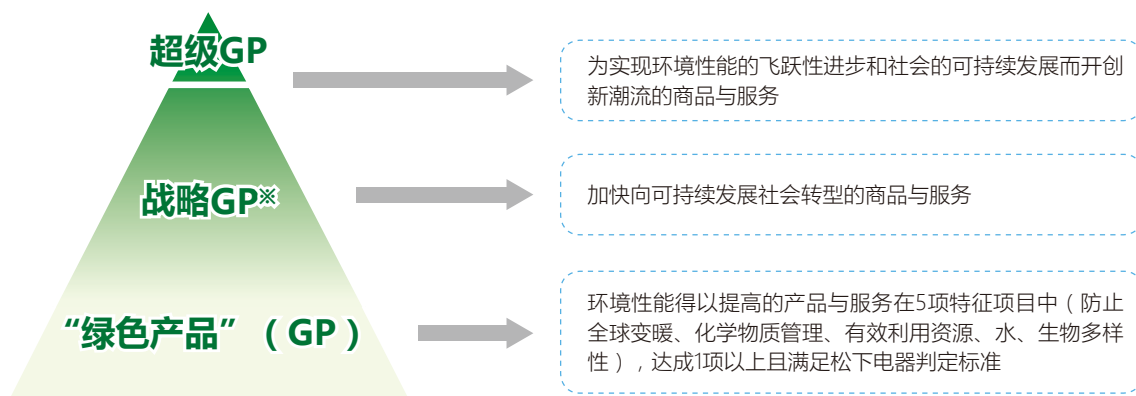
作为制造企业，从产品生命周期的角度来看，温室气体排放及水资源消耗等重要的环境负荷主要产生在产品的使用过程。因此，为用户提供环境性能更高的“绿色产品（Green Product，简称GP）”尤为重要。

松下电器以“产品环境评价”为基础，即在策划、设计阶段就事先评价产品对环境带来的影响，根据评价结果将环境性能得以提高的产品与服务认定为“绿色产品”。

注：※1：环保部“省级环境宣教机构标准化建设项目”的重要组成部分，也是中日两国政府联合开展的推进循环经济项目中的重要组成部分，于2015年7月对外开放，主要受众为青少年学生、社会公众、环保从业人员。

※2 LCA评价：产品在生命周期的各个阶段给环境造成影响的定量评价手法。



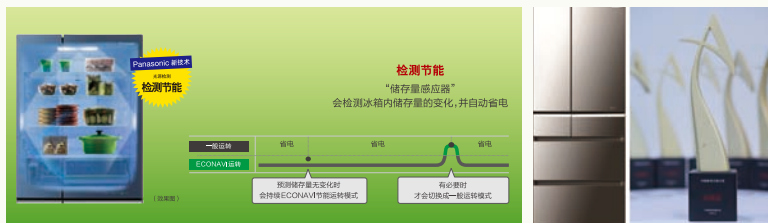


自2013年起，随着以B2B事业扩展为代表的事业结构改革的推进，松下电器不仅追求民用产品的环境性能，还进一步致力于扩展有效减低环境负荷的商品与服务。为此，“绿色产品”判定中的“突出GP”被发展成为“战略GP”，其中开创新潮流的产品被认定为“超级GP”。

**案例**

• 创新技术，打造节能精品

日本原装进口的松下电冰箱 NR-F610VX-X5，在“第十五届中国家电及消费电子博览会”上荣获环保奖。



• 柴油尾气净化用催化剂过滤器助力雾霾治理

柴油尾气净化用催化剂过滤器是一款在柴油机废气处理组件上的过滤器，借助催化剂，使废气得以充分净化。2015年12月，生产该产品的苏州工厂的开业为松下集团贡献于中国大气污染治理书写了新的篇章。



注：※战略GP的定义

加快向可持续发展社会转型的商品与服务：

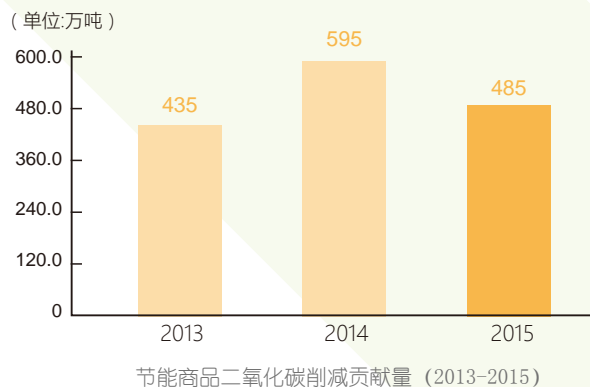
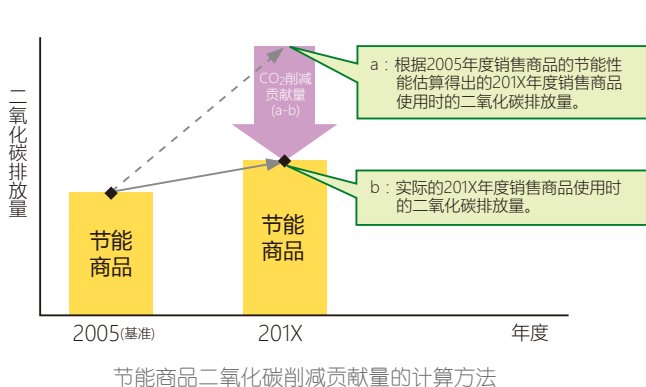
- (1) 凭借行业顶级环境性能抑制对地球环境所产生的负荷的商品与服务  
(例：节能/节约资源/节水商品等)
- (2) 促进普及本身就是抑制对地球环境所产生的负荷的商品与服务  
(例：创造可再生/新能源的商品、蓄能商品、能源管理系统、智能家居/智能城市、为新型汽车与店铺的环境性能提供支持的  
商品与服务、新型电力表、新型照明等)
- (3) 减低某一地区的环境负荷、或对治理环境负荷提供支持的商品与服务  
(例：空气净化器、净水器、环境工程服务等)

# 应对气候变化

## 减少商品使用过程中的二氧化碳排放

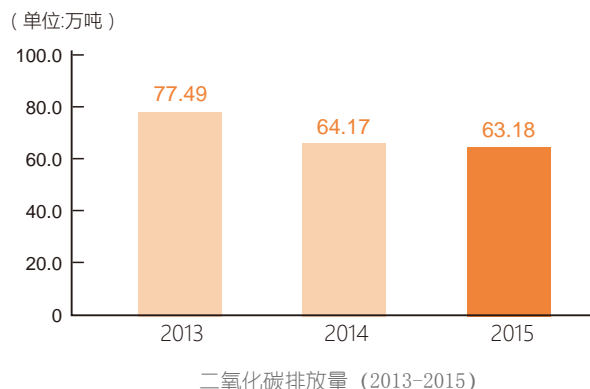
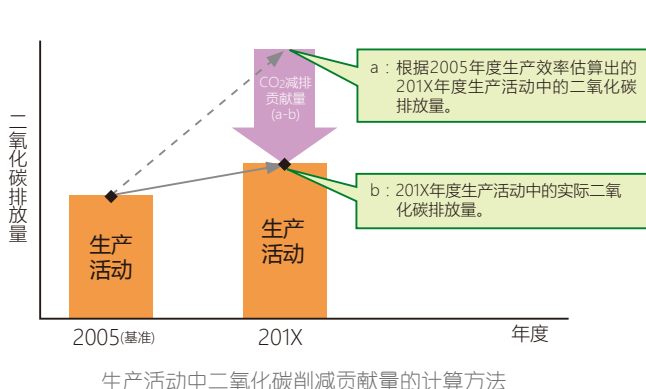
松下电器通过研发和技术改进，提高商品的节能性能，降低能源消耗，引入独有指标“二氧化碳削减贡献量”<sup>※1</sup>用以表征节能减排的实际表现，助力全世界“到2050年，二氧化碳等温室气体的排放量与2005年相比减少一半”这一目标的实现。

松下电器在创造节能商品的同时，还通过发展创能事业，使用太阳能发电以及燃料电池提供的电力，抑制普通火力发电站等设施产生的二氧化碳排放量，从而扩大二氧化碳削减贡献量。



## 减少生产活动中的二氧化碳排放

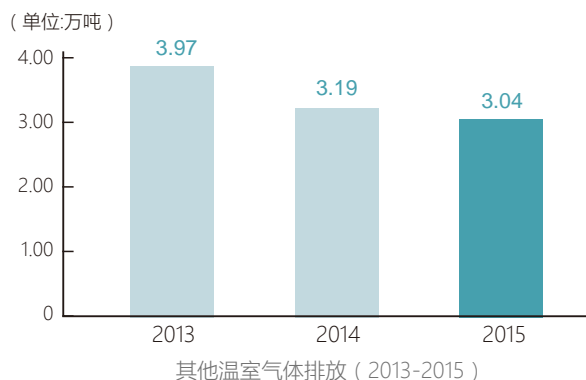
中国松下通过持续改善节能体制、降低单位产值的二氧化碳排放量，努力减少生产活动中二氧化碳排放。自2010年起通过在企业中推进二氧化碳板粉<sup>※2</sup>活动，横向推广减排案例以及培养专业人才等持续推进二氧化碳减排。



注：※1 二氧化碳削减贡献量 — 是指假定自2005年起商品的节能性能及生产效率没有改进，用没有改进情况下的排放估算值减去实际排放量，加上创能商品发电的排放抑制量。

※2 二氧化碳板粉：本公司创造的词汇，是指在商品开发环节中，当我们查找商品设计上的无用功时，将商品的构成要素分解至“板”和“粉”，用成本分析进行逐一排查找出浪费的手法。我们将该手法的思路应用于削减二氧化碳。

除二氧化碳外，中国松下工厂在生产过程中还积极降低全氟化碳、六氟化硫等其他主要温室气体的排放。



案例

• 响应国家节能减排号召

松下·万宝（广州）压缩机有限公司响应国家节能减排号召，对公司电机进行全面排查。共淘汰落后电机319台，淘汰落后电机功率1,213kW。该项目完成后获得政府补贴16万元，并每年为公司削减CO<sub>2</sub>排放量700多吨。

Before



电机参数	
电机型号	Y250W-2
电机功率	45Kw
电机电压	380
电机厂家	东莞电机厂
生产日期	2000年8月

After



电机参数	
电机型号	YE3-250W-2
电机功率	45Kw
电机电压	380
电机厂家	东莞电机厂
生产日期	2015年5月

减少包装和运输过程中的二氧化碳排放

坚持使用绿色包装

为了减少对环境的影响，中国松下在保证产品质量的同时，持续治理与削减瓦楞纸和泡沫聚苯乙烯的使用量，工厂间的运输使用可重复利用包装。

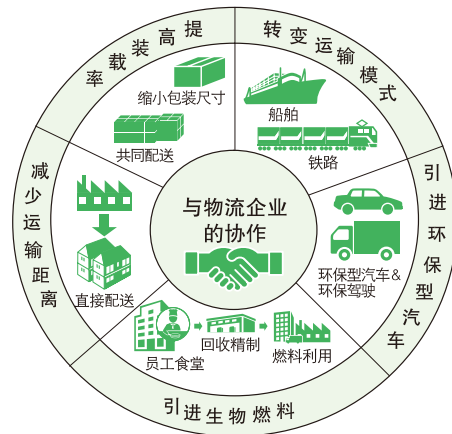
通过掌握物流情况和进行产品强度试验、包装试验等，提高产品强度，选择并设计合适的缓冲材料，努力控制包装材料使用量的增加。

在包装制造的过程中，中国松下要求供应商加大再生资源的有效利用，根据资源种类建立符合其特性的循环结构，通过各种资源的投入量，明确再生资源有效利用的课题。



## 提倡实施绿色运输

中国松下通过“转变运输模式”、“缩短运输距离”、“提高装载率”等活动降低运输过程中的环境负荷，防止气候变暖。2015年，松下电器全球运输二氧化碳量排放量为85.73万吨，其中中国占比约22%。松下电器全球的二氧化碳排放量原单位\*较去年比削减了6.3%，较2005年比削减了39.4%。



松下电器全球绿色物流重点活动

### 案例

#### 冰箱运输方式的多元化

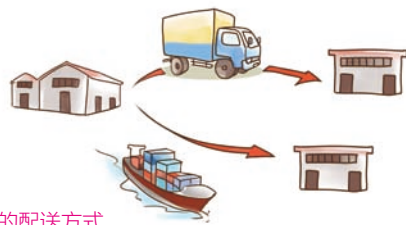
中国松下的大部分货物一直以来使用公路运输，只有一部分使用内陆船舶运输。从2015年度开始，物流部门扩大了冰箱船舶运输的比率，既降低了运输成本，又减少了二氧化碳的排放量。

Before



※单一的公路运输方式

After



※灵活的配送方式

中国松下重视对物流人员的培养，从而更好地贯彻和执行绿色物流的相关工作。建立中国物流委员会，放眼于全公司课题，力求公司整体效益最大化，为在华企业物流职能间的横向交流，共同课题的活动开展提供支持，积极推进利用集团职能优势开展的活动。

自2015年起，为了提升在华企业物流人员的水平，松下中国物流统括部和松下中国国际物流公司除了举办以往的物流操作、成本解决方案、贸易安全和海关法遵守活动等基础研修，增加了对在华企业的岗位别物流研修，实施研修8次，参与81人次。

注：※二氧化碳排放量原单位：二氧化碳排放量原单位=二氧化碳排放量÷物流重量。

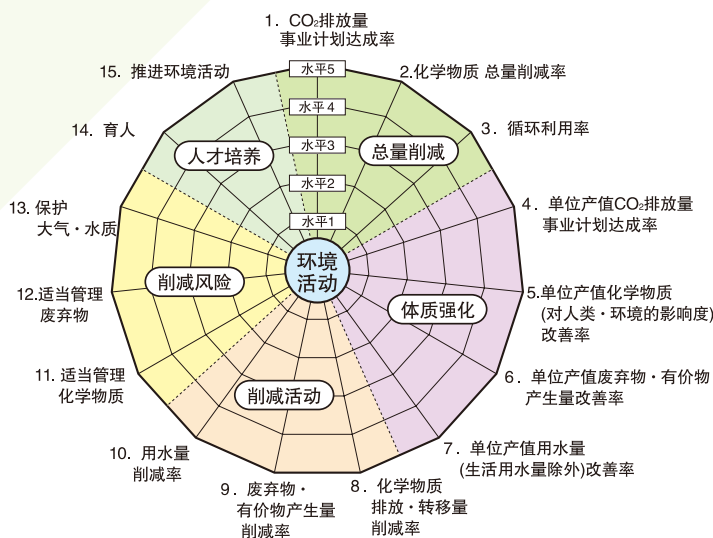
# 推进绿色运营

## 绿色工厂

### 绿色工厂评价

松下电器为实现“在生产环节持续降低全球所有工厂对环境造成的负荷”的目标，建立了绿色工厂（GF：Green Factory）评价制度，并以此为基础持续开展节能减排活动。

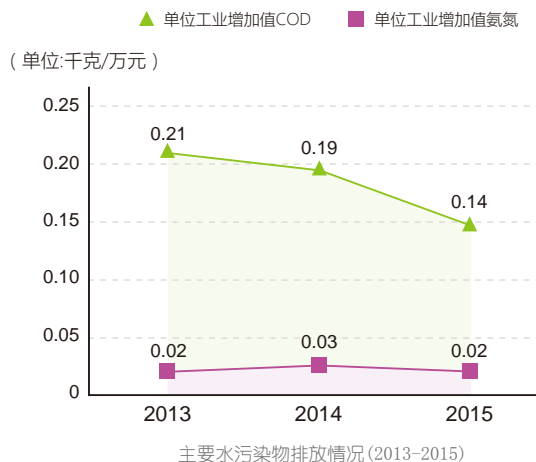
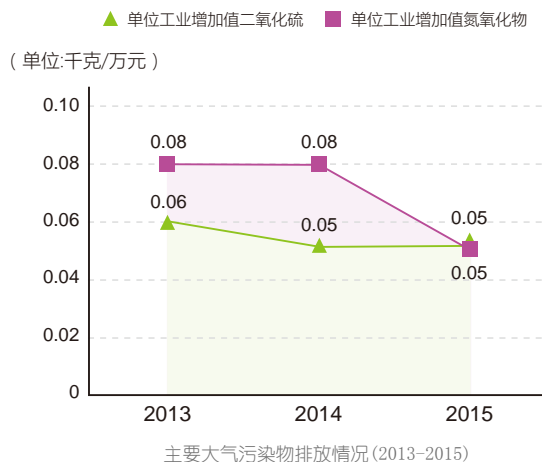
中国松下积极开展GF创建活动，并基于各自的实际状况推进诸如重金属削减、可再生能源运用、绿化美化环境等环境活动，以此不断提升环境管理水平。



“GF评价制度”的评价指标

### 主要污染物防治

中国政府在“十二五”规划中提出了总量控制目标，将大气污染物中的二氧化硫和氮氧化物以及水污染物中的氨氮和化学需氧量列为总量控制指标，中国松下也积极响应国家号召，强化推进这些污染物质的削减工作。



## 绿色工厂评价

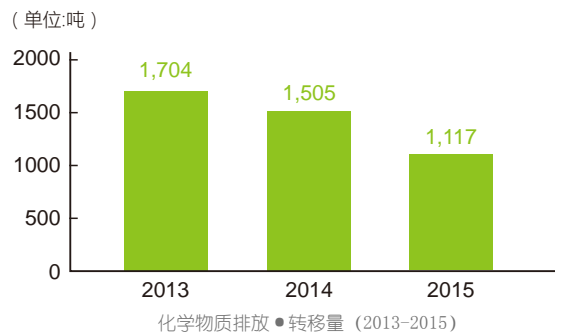
为了降低化学物质在产品 and 生产活动中对人体和环境的影响，松下电器致力于在产品整个生命周期中最大限度减少化学物质的使用，并为此发行了《化学物质管理等级准则》，对产品和工厂的推进活动中涉及到的化学物质分别制定禁止、管理和削减不同级别的规定，同时也要求供应商严格遵守该规定。

### ① 产品化学物质管理

松下电器积极应对各国有关产品化学物质使用的规定，在资材供应商的协助之下，面向全球范围内销售的所有领域都进行了特定化学物质（铅、汞、镉、六价铬、两种特定溴系阻燃剂）含有情况的调查和替代工作。中国松下在生产经营的过程中严格遵守松下电器关于产品化学物质使用和管理的相关规定，不断降低化学物质的环境影响。

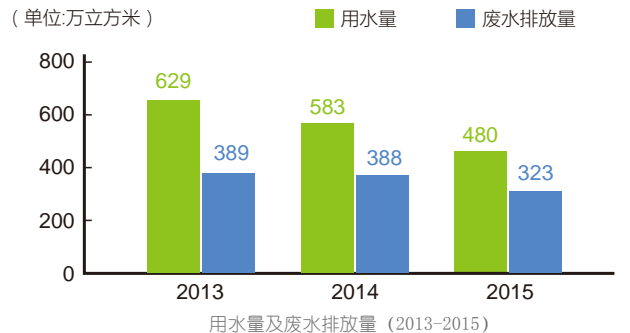
### ② 工厂化学物质管理

松下电器明确禁止使用致癌性高的化学物质，削减使用对人体和环境有害的物质。此外，还对化学物质具有的有害性进行风险评估，制定“人·环境影响度”<sup>※3</sup>指标，以降低其对人体和环境的影响。中国松下的工厂全部按照相同标准执行并积极开展减排工作。



## 水资源保护

中国松下的工厂每年制定单位产值用水量的降低指标，通过削减用水量和提高水循环利用率开展节水工作。例如要求空调系统禁止直排，并且凭借循环利用型设计使水资源得以再利用，减少新鲜水消耗量及废水排放量，降低对水资源造成的负荷。



注：※1 REACH法规 — “化学品注册、评估、许可和限制”(Registration, Evaluation, Authorization and Restriction of Chemicals)，是欧盟对进入其市场的所有化学品进行预防性管理的法规。

※2 RoHS指令 — 2003年1月27日，欧盟议会和欧盟理事会通过了2002/95/EC指令，“在电子电气设备中限制使用某些有害物质指令”(The Restriction of the use of Certain Hazardous Substances in Electrical and Electronic Equipment)，简称RoHS指令。

※3 人·环境影响度 — 用于表征化学物质对人体健康和环境损害影响程度的指标，其计算公式为：人·健康环境影响度=有害性系数×排放·转移量。

## 绿色办公

中国松下在非生产型办公场所提倡绿色办公。通过放置分类垃圾箱，无纸化办公或双面打印，张贴节能减排宣传海报等方法，节约水、电、纸等办公耗材的使用，营造节约资源能源和保护生态环境的良好氛围。我们致力于通过提升办公的科技含量，应对人类共同面临的环境挑战，积极推进高清视频会议的应用，减少因差旅产生的二氧化碳。

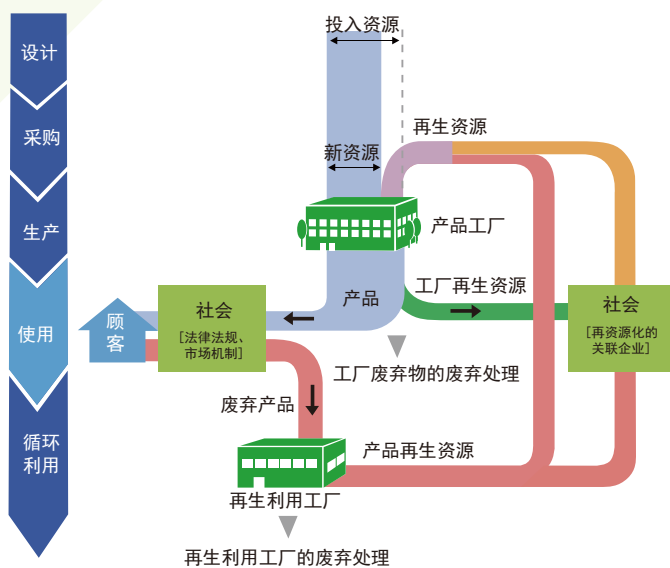
# 发展循环经济

## 循环型制造

随着全球经济的快速增长，社会对资源的关注度正在与日俱增。采掘新资源不仅给地球环境造成巨大的负荷，矿产资源的匮乏以及资源价格的增长更是左右企业经营的重大问题。为此，松下电器提出“循环型制造”。

松下电器的产品范围从家电、半导体等直至住宅，在生产活动中大量使用铁、塑料等多种资源。因此，从循环型制造的理念出发，各工厂在积极削减资源投入量的同时，努力提高再生资源的使用。

循环型制造包括两项活动：“资源投入量的最小化、再生资源的最大化”、“将生产活动中排放的废弃物最终处置量降至零”。迄今为止，松下电器一直通过产品的轻量化、小型化，推进减少资源投入量的活动。同时，通过引进新再生利用技术，增加资源的回收量，加大再生资源的有效利用。此外，在尽可能减少工厂废弃物产生量同时，还通过推进再资源化，使最终处置量无限接近零，以实现社会与事业的持续发展和谐统一。

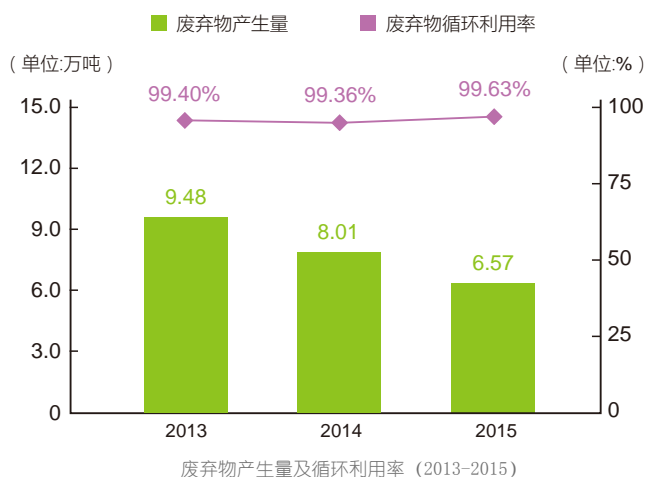


## 工厂废弃物零排放

松下电器将工厂内产生的废弃物·有价值物划分为以下三类：

- 再资源化量（与有价出售、有偿·逆向有偿转让无关，可再资源化的量）；
- 减量化量（通过焚烧、脱水处理所减少的量）；
- 最终处置量（只能进行填埋处理的量）。

中国松下在生产工序中提高材料的成品率以控制废弃物的产生量，同时还通过进一步增加废弃物的再资源化量，以实现最终处置量无限接近于零。



## 废弃电器电子产品的回收处置

2014年3月投入运行的杭州松下大地同和顶峰资源循环有限公司，以成为中国先进家电再生利用示范企业为目标，通过开展废弃家电的回收、拆解处理、资源销售的业务，为中国的环境保护、资源的有效利用做贡献，2015年度处置100多万台各类废弃电器电子产品。

回收处置设备：实现冰箱隔热材料中氟利昂回收的冰箱破碎机



~前处理~  
<废冰箱>



~金属、塑料及氟利昂回收~  
<破碎机>



~无氟隔热材料压缩~  
<压缩机>



~无氟隔热材料回收~  
<废弃隔热材料>

慧  
心



# 匠人之慧，慧通精益品质

“ 亟见窅察谓之慧。”

——《贾子道术》

**慧**，精髓在于对不同时间、空间上信息的快速获取、精确选择与深刻理解。松下电器秉承“匠人之慧”，专心致志，追求极致，不断创造更加卓越的产品。

- 被评为“2015 中国电子电器服务业优秀会员单位”
- 荣获“全国产品和服务质量诚信示范企业”称号
- 客户满意度 94.3%
- 研发投入 8.63 亿元

匠人之慧·慧通精益品质

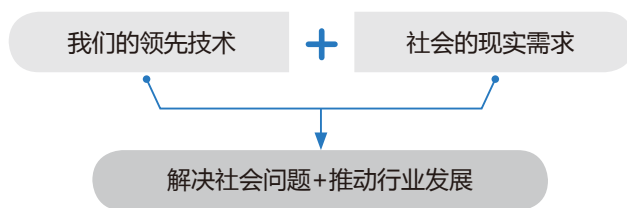
# 05

## 科技 创新

松下电器以持之以恒、不断创新的工作态度始终如一地潜心钻研，如今松下电器在“家电”、“住宅”、“车载”、“B2B解决方案”和“元器件”5大领域拥有领先产品、技术与实力，致力于通过技术和产品创造为生活带来“憧憬”，通过至臻服务提升客户体验。

### 创新战略与管理

松下电器制定并实施全球统一的研发准则，通过科技创新为生活带来感动。中国松下在尊重全球统一研发准则的基础上，在将日本先进技术带入中国的同时，坚持以创新价值为导向的研发战略，根据现地需求，对日本技术进行改进，以更有效、更广泛地服务于中国社会。



#### 松下电器的研发准则

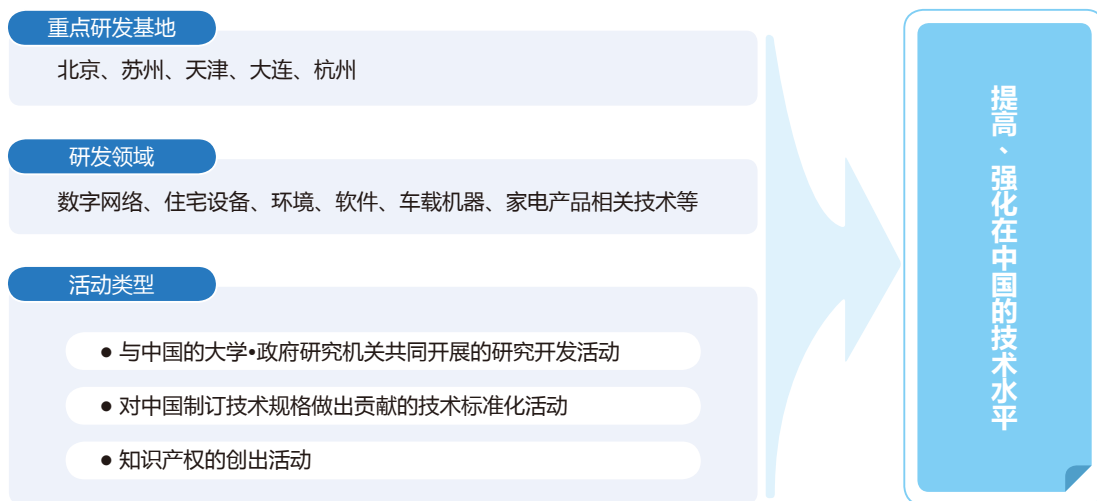
- ◆ 为实现丰富多彩的未来从事研究开发：力求研发成果不会被使用到与地球环境保护、维护世界和平、社会道德、人道主义相反的用途上。
- ◆ 开发能满足顾客需求的商品：充分考虑商品的质量、性能、安全、外观造型、使用方便、价格、环保等因素，力求开发出能使顾客生活变得舒适、充实的商品。
- ◆ 开发成果的利用和尊重知识产权：将研究成果作为知识产权予以确立和积累，积极保护的同时最大化地应用。
- ◆ 开放性的规格、标准化：以顾客的最大利益为目的，公平地公开相关的信息。



## 创新平台与成果应用

### 创新平台

中国松下为了研发出满足中国消费者需要的商品，积极搭建与政府、科研院所的合作研发平台，开展充分结合中国各地域特点的研发活动，不断提高研究、设计和开发能力。



### 创新成果及应用

松下电器不断加大创新力度，注重科技成果的实际应用，同时将在全球应用的领先技术引入中国并融入多品类产品，依据中国消费者需求开发适应中国家庭的电器精品，推动家电行业整体水平的提高，让中国消费者畅享现代科技生活。近年来，中国松下的研发型企业与在华销售公司紧密合作，以开创面向中国顾客的B2B新事业为目标，通过在华“开发、制造、销售、服务”的自主责任经营体制，为客户量身打造全方位的解决方案。

科研人员：2,828 人

研发投入：8.63 亿元

发明专利申请数\*：1,261 件

注：\* 发明专利申请数：2015年度数据为松下电器产业株式会社内部统计的在中国的发明专利申请数

案例  
CSR

● 为解决中国社会课题，建立机电产品实验室



为了将松下先进的技术应用于解决中国社会的热点课题，向客户提供适用于各种应用的解决方案，以现地管理、现地开发为中心，松下电器机电（中国）有限公司在上海分别建立了外高桥实验室、金桥实验室，用于开展机电产品的实验与研发。

实验及研发项目

- 新能源：PV发电系统、循环寿命测试系统
- 工业机器人：伺服马达、工控传感测试平台
- 技术平台：热仿真/热分析平台、高压方案测试开发平台
- 动力电源系统
- 人脸识别系统
- 蓝光盘存储系统
- 独立监控电源系统

- 环境污染
- 工业4.0
- 节能减排
- 智慧城市
- 医疗、安全防范

解决的社会课题

● 来源于消费者需求的创意产品 - 蒸烤箱SC100



为了制造一款满足中国人饮食习惯的料理机，松下对于菜肴口味、烹饪方式、厨房空间等方面进行了充分的调研。在调查结果的基础上，通过两年多的时间在现地自主设计、研发，生产了蒸烤箱NU-SC100。作为一款多功能一体料理机，NU-SC100实现了蒸、烤、煎、炸、烘焙、发酵、餐具消毒等多种功能，释放了厨房空间。同时小巧可爱的外观设计，精巧实用。简单的操作，让用户轻松搞定各种料理，即使不擅长厨艺也能瞬间变成美食家。

● 颠覆传统风扇的概念，发明创风机F-BM25TC

传统的电风扇产品占用空间大，旋转角度有所限制。为了解决这些课题，给用户带来全新的体验，拥有百年风扇制造经验的松下研制出完全颠覆风扇设计的球状造型创风机F-BM25TC，并在广东顺德进行生产。创风机直径仅25cm，相当于一个排球大小，占地空间小，适用于各种室内空间。风扇底部配备了可旋转底座，实现360度无死角送风。同时，搭载的松下研发25年以上的自然风技术—1/f高原韵律风技术，可以带来自然风一样的舒适清爽感。



2016年3月，第十五届中国家电及消费电子博览会上，代表行业至高荣誉的权威奖项——中国家电艾普兰奖在万众瞩目下逐一揭晓。包括松下冰箱、空调、洗衣机三大家电以及松下小家电等在内的9款明星产品，从众多优秀入围产品中脱颖而出，分别获得产品奖、环保奖、设计奖、创新奖以及艾普兰大奖的五项重量级奖杯。

# 优质产品

## 优化质量管理

致力于通过制造产品为社会创造价值的中国松下，始终将产品质量放在首位，专注于落实和优化产品生产全生命周期质量管理。

### 质量管理体系

中国松下将“始终满足顾客和社会的要求，提供令人满意的产品和服务，真诚为顾客奉献”作为公司的质量方针。基于“顾客第一”的经营理念及现场、现物、现实、原理、原则的现场管理实践，在集团内建立起了完善的品质管理体系并贯彻实施。

### 安全合规检查

松下集团制定了高于国际标准的松下安全规格，在新产品开发、设计及评价阶段严格执行，并建立合规检查工作机制，彻底贯彻合规体制。通过强化优秀的设计、正确的作业、优质的部品，注重从源头打造产品质量。

### 制造技能培训

松下电器在中国大陆地区设立制造型公司64家，每年都在大力推进全员参与的品质改善、生产效率提高等集团活动，同时也定期举办集团范围的学习、交流和竞技活动，以提高全员的质量改善意识及技能水平。

## 案例

### ● 全员参与的品质管理（QC）小组成果发表会

2015年9月25日，第17届松下集团中国QC小组成果发表会在福建省厦门市召开。来自38家在华企业和日本本部的170人出席了本次大会。通过前期的成果资料评审，共选出29个优秀QC小组参加现场发表，最终有8个小组获得了金奖。他们作为中国小组的代表，参加了11月27日在日本大阪举办的全社QC小组世界大会，并取得了优异成绩。其中，上海松下微波炉有限公司摘得了大会唯一的最高奖。



案例  
CASRA

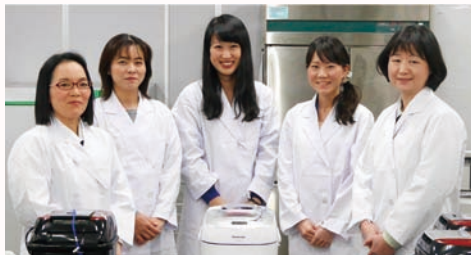
● 美味的米饭，永远没有终点

从1956年第一台电饭煲诞生开始，松下就没有停止过对美味米饭的探索。为了让产品能够真正符合顾客的需求，松下电饭煲设立一个专门的“吃饭部门”，这个部门的员工，在松下内部被大家亲切地称作“米饭夫人”。她们站在顾客的角度对松下电饭煲煮出来的米饭进行评鉴，在此基础上对产品进行改良。

米饭夫人拥有丰富的调理、烹饪和营养分析专业知识。每一天，她们要烧约25锅不同的饭，每人至少品尝20锅，平均每人每天10碗米饭，从外观、甜味、美味、黏性、香味、触感、弹力七个方面对米饭进行品鉴和测评。米饭夫人对于米饭的打分是衡量新产品成功与否的重要依据之一，他们有权让技术部门的其他工作人员修改产品的尺寸与材质，以确保米饭可以达到最佳状态。

米饭夫人团队领头人——饭龄24年的加古纱织说到“每次开发出一个新产品的时候，都觉得再也不会更好吃的米饭了。然而之后又会品尝到更加美味的米饭，永远没有终点。”

我们一直相信，要煮好一碗饭，最重要的始终是火候。这个“火候”，指的不仅仅是电饭煲里面的火力大小，更是对于煮饭这件事长年累月的专注与热爱。



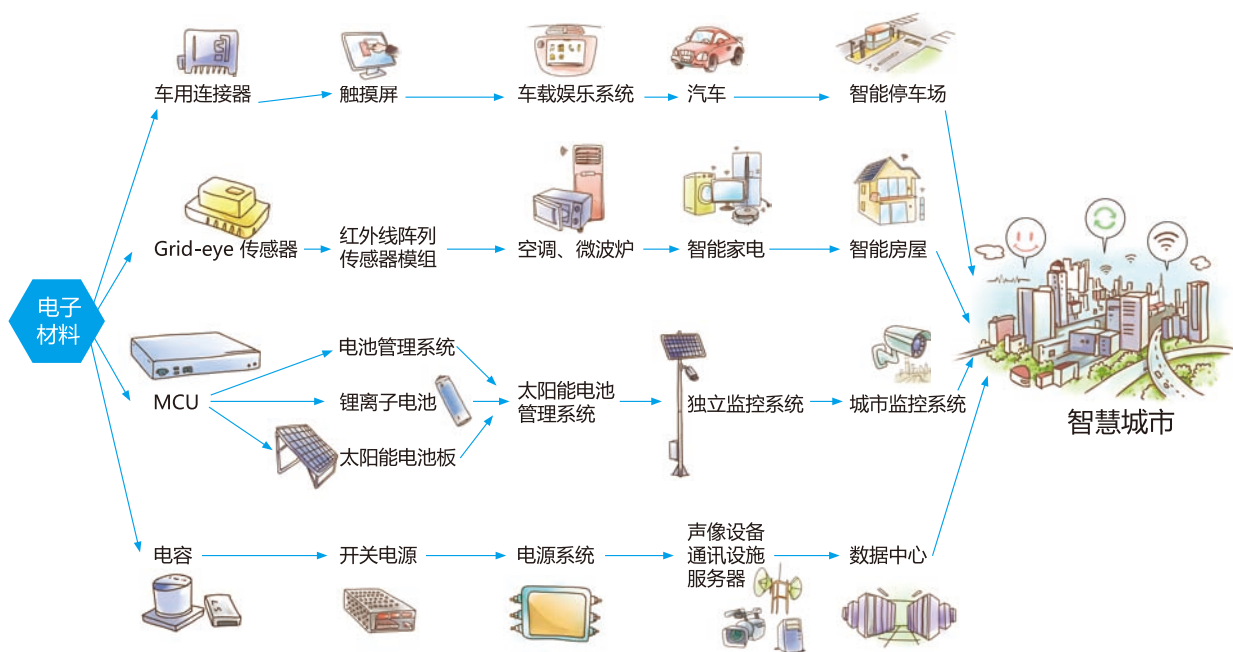
● 中国松下集团制造竞技大会



秉承“全员果敢挑战，争创全球制造第一”的精神，第五届中国制造竞技大会于2015年7月16~17日在杭州的中国制造技术学院顺利召开，并首次导入了北京会场和南部会场。三个会场共有34家在华企业的317名选手参加了机械复合、电子复合、制品检查、工场管理、工序品质改善等21个项目的竞赛。比赛中，选手们不仅展现出了超高的技术技能，而且营造出不断挑战、勇于创新的工作氛围。

## 丰富产品领域

松下电器拥有广泛、丰富的产品领域，覆盖美容健康、住宅产业、流通零售、公共事业、航空领域、汽车科技以及电子材料和元器件等领域。松下电器以百年技术品质，创造全新价值。



### ● 创造舒适的居住空间

我们以住宅、楼宇、街区、工厂等空间为对象，向社会提供创造舒适环境的技术和能源控制技术产品，减轻环境负荷，创建舒适的居住空间。

### ● 创造新价值的行业系统解决方案

我们以所擅长的影响关联技术和产品，提供适用于各种应用的解决方案，在广播电视、轨道交通、展览展示等行业，提供更高品质的商品和服务。

### ● 创造令人憧憬的质感生活

我们以贴近中国家庭生活习惯和需求为宗旨，不断开发具有创新价值的产品，并以其高品质，人性化的设计，带来可持续的、安全、舒适和充满快乐的质感生活。

### ● 创造行业领先的元器件产业

结合客户需求和技术创新，我们致力于提供电子部品、电池、马达、显示面板、半导体、汽车电子、控制机器、FA设备等最值得信赖的优质产品和解决方案。

# 贴心服务

## 公平营销

松下电器在华地区的所有广告宣传活动均遵守中国广告法，不做与事实不符的夸大宣传和虚假广告，对于所有对外发布的广告及宣传内容，公司内部加以严格审核。专门设置的广告审查员，均经上海广告协会培训并颁发证书，一般业务均由广告审查员审核后执行，发布活动及宣传品等则由广告审查员初审后提交中国广告协会审查并出具《广告咨询认证书》后执行。

## 普及产品和服务知识

为了确保顾客能够真正的了解和正确使用商品，中国松下开展丰富多样的普及和体验活动。

- 设立产品综合体验展厅
- 商品的使用体验和培训活动
- 官网平台维护商品使用说明书、商品使用常见问题问答集 (FAQ)

### 案例

#### ● 智美全方位，乐享栖息新空间

位于上海环球金融中心2层的“松下·智美体验空间 CLUXTA”-中文名称“可蕊诗”，是松下在中国首家高端O2O美容体验空间。通过产品展示区、化妆体验区、小憩区、果汁鲜榨区、烘焙区、VIP体验区，供顾客自由选择和使用日本松下最新时尚美容家电和资生堂护肤彩妆产品，轻松自在的美容，保养肌肤、化妆、按摩。在梦幻般的空间中，体验美丽的蜕变，享受一段属于自己的栖息空间。



#### ● 首家主题体验店，轻松惬意西湖畔



位于西湖旁的松下全国首家主题体验店“松下体验空间”，不仅囊括了时下最新的松下产品，还提供了一个轻松、惬意的体验环境。在这里，顾客不仅可以自由自在地与朋友聊聊天、听听音乐，更可以亲身体验松下科技为生活带来的美好改变。

## 完善客户服务体系

中国松下秉承“服务就是心满意足”的理念，遵循“顾客满意第一”的宗旨，为松下的顾客提供称心如意的专业服务。3.15消费者权益保护日期间，松下积极参与“质量万里行”、“全国电子行业客户服务大会”等消费者权益保护活动，现场为消费者提供商品及服务政策的咨询。

松下中国设立了客户服务中心(Customer Satisfaction Center, 简称综合CS中心), 为顾客提供贴心、专业、迅速、高品质的产品售前、售中及售后服务工作。

- 2002年设立呼叫中心，开通全国服务热线400-810-0781，投资启用了先进的客户关系管理（CRM）系统平台，并在2014年开通了在线客服，24小时为客户提供售前、售中、售后的全方位、透明化优质服务。
- 为呼叫中心全天候地维护和更新用户所需的产品、维修店信息等，以保证用户获得最新、最准确的数据。
- 建立完善的反馈机制，一旦发现产品、服务信息出现异常情况，立即通过有关部门反馈，在指定时限内(一般为1日内)确认到真实情况，并将结果告知用户，保证用户利益。

用户服务咨询电话30秒内接通率：**88** %

客服电话投诉一次性问题解决率：**97** %

### 全面的服务网络

- 全国认定651家服务网点
- 服务覆盖率达100%
- 保证服务的迅速开展

### 先进的CRM系统

- 为客户提供迅速的服务响应
- 将服务请求指派到最近服务网点
- 客户一个电话解决所有问题

- 荣获中国家用电器服务维修协会授予的“2015中国电子电器服务业优秀会员单位”
- 荣获中国质量检验协会授予的“全国产品和服务质量诚信示范企业”

此外，中国松下构建了多样化的服务渠道，给用户方便的服务。

- 搭建官网、微信、微博等线上平台。
- 商品路演提供产品知识宣传和信息咨询。
- VOC ( Voice of Customer ) 信息收集分析，及时将客户对商品的需求反馈给商品企画、工厂制造、研发等相关部门。

**案例**

● 松下影像学院

2015年6月，松下中国在上海成立“松下影像学院”，通过授课试拍指导等多种形式，帮助爱好摄影的入门者逐步从认识摄影，体会摄影到享受摄影。学院不仅为摄影爱好者提供了全系列的新型松下相机进行体验，还邀请了专业讲师授课，提高了大家的拍摄水平和拍摄乐趣，同时还与多家艺术机构合作，为学员提供丰富多彩的摄影实践机会。

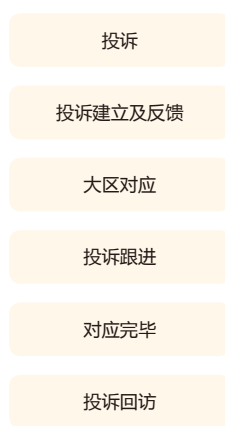


**积极应对客户投诉**

中国松下拥有完善的客户投诉对应机制，确保客户投诉得到快速、圆满的解决。

- 独立的投诉对应组别：保证用户投诉得到有效的反馈并最终得到合理的解决。
- 完善的投诉处理标准：如果无法为用户当时解决，会将用户情况反馈给责任者进行处理，处理完成后呼叫中心对用户进行回访。
- 严格的投诉时效要求：一旦发现投诉，立即向责任者反馈并要求处理。如在对应过程中存在困难，会联络其他人员协助尽快解决，使用户投诉在短时间内处理完成。

投诉处理流程



**案例**

● 耐心专业处理客户投诉

■ 专业技术人员为消费者消除疑虑

投诉内容：顾客认为修理后的电视机色彩没有原来好，并且对现地服务店的解释说明不认可，对售后服务产生不满。

我们的应对：接到顾客投诉后，我们联络专业技术人员对顾客提出的商品问题进行技术判断，判断为电视机色彩正常。为了得到顾客对该判断的理解，我们从异地（往返254公里）安排了其他服务店技术人员，携带测试光盘到顾客家对机器情况进行仔细检测，对使用方法进行了详细解答，顾客对我们的技术能力和服务态度表示满意。

■ 耐心沟通取得消费者信任

投诉内容：顾客于女士购买的松下冰箱不间断有咕噜咕噜异响，间断性发生，且经常是半夜中出现很奇怪的啸叫声。维修工程师多次上门确认，未发现异响，顾客投诉。

我们的应对：为了尽早确认商品的故障现象，在得到顾客同意的前提下，服务店在晚间也进行了上门故障检查。但以上确认的时间段内，顾客所描述的故障均未再出现，需要进一步打开机器进行检查，顾客怕损伤商品外观，对此不赞同。在同顾客耐心的沟通后，顾客最终同意打开机器后盖检查，商品故障得以确认。最终，顾客的投诉得到圆满的解决。



## 完善止损赔偿制度

止损和赔偿是产品质量管理的最后一道防线，中国松下不断完善止损与赔偿的制度、标准与流程，以对产品负责、对客户负责的理念积极跟踪和监测重大产品和服务隐患，及时、主动地对质量事故进行合理处置，最大限度地降低客户的利益损失。

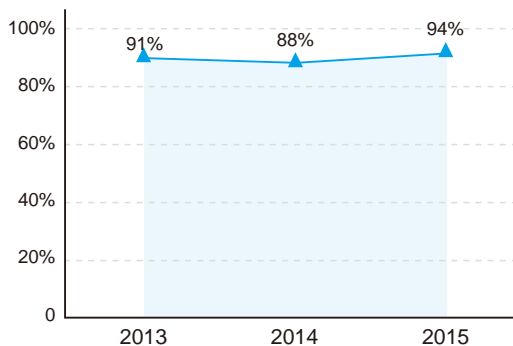
### 案例

#### ● 实施首例中国家电市场自主召回 坚持六年不达目标不放弃

2010年，松下中国开创家电市场首例也是至今唯一一例家电商品自主召回。针对部分型号冰箱，由于其冷媒控制阀中采用了红磷阻燃剂，高温高湿环境下，可能造成冷媒控制阀线圈断线，导致发生“冷藏室不冷”或“冷藏室过冷”的不正常现象，在中国实施主动召回。截止2016年3月31日，电冰箱自主召回281,491台，完成率达77%。尽管召回已实施近6年，很多用户因为联系方式更换而难以联络，但我们力求实现召回100%，不达目标不放弃。

## 客户满意度调查

中国松下本着客户第一的理念，建立了一套完善的客户满意度调查体系，包括自身和通过第三方调研机构开展满意度调查，以确保真实性和完整性。2015年，我们针对2014年满意度下降的原因进行深入的分析，根据结果采取了针对性的改善措施，通过培训等方式不断强化客服人员的服务水平，使客户享受到高品质的服务。



中国松下客户满意度调查结果 (2013-2015)

## 确保客户信息安全

松下中国根据《消费者权益保护法修正案》，修订《松下电器集团个人信息管理指导基准》，进一步明确客户信息安全保护细则，在每个组织均制定专人保护客户个人信息，在未征得客户个人同意的情况下，不向第三方泄露客户信息，采取合理的方式维护网站安全，不断强化对客户个人信息的保护。

## “感人心者莫先乎于情”

——《白居易·与元九书》

**情**，人类自发而生的心理状态，对事物产生的关心和牵挂。情，是人与人之间的桥梁，让社会充满爱与温暖。松下电器始终将自身与社会发展紧密结合，与社会分享企业的发展成果，情系社会，温暖人间。

- 公益捐助投入 764 万元
- 员工志愿者活动参与 12,884 人次，时长 43,301 小时
- 开展公益项目数 74 个
- 集团植树 163,478 棵，儿童环境教育人数 144,015 人

情

# 匠人之情，情系人间幸福



匠人之情·情系人间幸福

# 06

## 公益管理

作为优秀的企业公民，中国松下在公益理念的指导下，积极开展教育支援、环境保护、减少贫困、文化交流和人才培养为主题的社会贡献活动，坚持履行企业社会责任，为社会的发展做贡献。

### 公益理念

中国松下以全球方针为基准，在“培养与共存”的理念指导下，围绕“环境”和“下一代教育支援”等重点领域展开社会贡献活动，为社会问题的解决、社会生活的改善和提高以及世界文化的持续发展做贡献。

#### 中国松下公益活动理念与重点主题

##### 基本理念（纲领）

贯彻产业人的本分  
谋求社会生活的改善和提高  
以期为世界文化的发展做贡献

##### 基本原则

- 助力解决中国社会课题
- 充分结合松下的产业和技术优势
- 发挥集团整体力量
- 长期坚持，持续开展

**活动理念：**为创建人人参与和人人可自食其力的可持续发展社会做贡献

**重点主题：**教育支援、环境保护、减少贫困、文化沟通、人才培养

#### 公益领域

##### 环保公益

松下作为地球公民，多年开展植树与儿童环境教育等系列环保活动，以实际行动保护环境。

##### 教育公益

中国松下建立了一套从小学到大学的教育支援体系，为不同阶段的学生实现自己的梦想提供支持。

##### 慈善公益

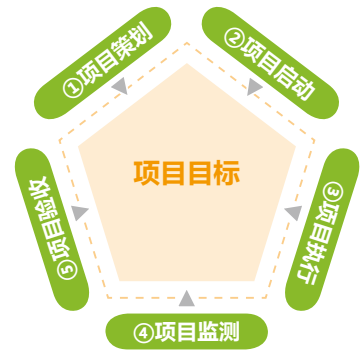
始终致力于关注、关心并支持弱势群体，开展持续性的捐赠、帮扶活动，实现帮扶效益最大化。

## 公益评估

中国松下重视前期策划、中期执行和后期评估的全生命周期公益管理。

中国松下建立了公益项目评估体系，通过自我评估、对象满意度调查等方式，从项目设计、项目效果、项目影响力三个维度对所实施的公益项目进行评估，将成果和影响可视化。

根据评估成果，结合中国现地需求，与合作方共同提出有效的改善方案，并进行公益项目优化和创新，以确保项目的有效性。



### • 公益项目评估指标

#### ① 项目设计

- 项目目标、主题、内容
- 资源融合
- 传播规划
- 风险评估

#### ② 项目效果

- 直接产出
- 项目成效
- 带动效应
- 助力业务

#### ③ 项目影响力

- 媒体影响
- 社区影响
- 影响范围

## 公益沟通

中国松下重视社会公益活动的内外部沟通和交流，通过官方网站公益专题、官方微博、微信等方式积极传播企业正能量、主动披露公益实施状况及成果。同时，中国松下关注并研究当前普遍存在的社会课题，强化与利益相关方的交流和研讨，致力于寻找科学的解决之道。

### 案例

#### • 推进日本企业与中国社会组织开展企业公益交流与合作



为探讨并推进日本企业与中国社会公益组织开展企业社会公益的交流与合作，日本国际协力机构(JICA)中国事务所委托北京师范大学社会发展与公共政策学院于2015年4月28日启动开展“企业社会责任实践中的企业-社会组织合作”研究项目。项目实施方于2015年5-10月期间针对日本在华企业和中国各类社会组织及其公益项目开展了广泛的调查研究。中国松下作为早期开展中国事业的老牌日系企业，积极参与了项目的研究，期间提供了大量公益活动的数据及内容支持，并参与课题调查与研讨，希望进一步推进日本企业与中国社会组织开展社会责任和公益活动合作。

案例  
CASE

• 分享成功经验，推动企业志愿服务发展



在“2015年北京企业志愿服务交流沙龙暨北京企业志愿服务颁奖仪式”上，松下集团志愿者凭借集团志愿服务的多样性、深入性和有效性的特点，荣获“2015年北京市十佳企业志愿者组织”优秀奖。

在跨界对话环节，松下公司的代表与来自政府、公益组织、媒体、企业的100余名代表分享了企业开展志愿活动的心得，同时对实现跨界资源整合、推动企业志愿服务发展发表了相关见解。

公益合作

中国松下积极推进企业公益跨界合作，强调以企业优势推进公益，获得相乘效果。同时，中国松下重视与公益机构、社会组织以及媒体等多方的公益合作，积极支持能解决社会问题的公益行动，协力改善和解决社会问题。

案例  
CASE

• 携手中国学生健康报，感恩节为父母献上魔法早餐

2015年11月21日，“松下食育WORKSHOP”携手《中国学生健康报》开展感恩节特别活动，以向下一代传递“健康”的饮食文化，倡导“感恩”的传统美德。北京11所小学的40余名小朋友亲自为父母动手制作充满浓浓爱意的健康早餐，并用亲吻、拥抱和大声说出爱等方式向父母表达感恩之情。



• 携手深圳卫视，为自闭症儿童加油



2015年9月，第四届中国慈展会上，松下公司携手深圳广电集团并联合深圳市慈善会、深圳狮子会和深圳市血液中心等多家专业公益机构，共同发起“点亮星光——为生命加油”关爱自闭症儿童系列公益活动，包括“星语·星愿”梦想画展和“爱·不孤单”亲近海豚天使两项内容。

# 社区参与

## 扶贫济困、贡献当地发展

中国松下一直致力于关注弱势群体，开展持续性捐赠帮扶活动，为促进社区发展、构建和谐社会贡献自己的力量。

松下电化住宅设备机器（杭州）有限公司结对帮扶龙泉市小畚坑村三户贫困学生家庭。将分别资助五个孩子读书至小学毕业和高中毕业。



### 案例

#### 松下·友成扶贫志愿者驿站

2013年起，中国松下与友成企业家扶贫基金会合作，支持贫困县建设扶贫志愿者驿站，动员以城市优秀退休教师为主体的志愿者开展教育管理、教学水平提升和特色课堂等志愿服务。发挥驿站资源协调平台作用，调研贫困地区需求，协调对接匹配的公益项目。发挥杠杆作用，为社区引入持续的社会扶贫创新项目及资源，并协助当地社区培育自我发展能力。

截止到2015年底，松下·友成扶贫志愿者驿站累计招募志愿者622人次，开展志愿服务293次，受益学校279所，受益师生167,729人次，志愿服务时间40,490小时。



## ▶ 志愿者行动

2015年1月，松下集团CSR大会上正式启动了集团志愿者行动计划。将以往不同地域、分散的志愿者活动形式转变为同一时间、不同地区、统一主题的集团志愿者行动计划，并在集团范围内开展最美志愿者评选活动，鼓励企业员工积极参与志愿服务。

2015年度，志愿者活动覆盖 **14** 座城市，达到 **12,884** 人次，累计 **43,301** 小时，公益项目 **74** 个。



### 绿色环保 我们与社区同行



2015年6月-7月期间，松下集团正式开展以“绿色环保，我们与社区同行”为主题的志愿者活动。北京、上海、大连、广州、厦门等9个地区11座城市24家在华企业组织员工志愿者走进社区，开展环保宣传、旧物置换、环保DIY制作、清洁清扫等形式多样的集团志愿者行动，参与活动的松下志愿者达到 **455** 人，志愿服务时间达 **2,520** 小时，受益人数超过 **6,000** 人。



### 情暖重阳 关爱老人

2015年9-10月期间，围绕“情暖重阳，关爱老人”的主题，来自7座城市的松下志愿者走进社区与养老院，慰问孤寡老人，和老人一起联欢。青岛工厂还特意邀请员工父母来公司参观，感谢父母多年来对员工的培养。参与活动的松下志愿者达到 **111** 名，志愿服务时间达 **728** 小时，受益人数超过 **2,000** 人。



### 帮扶弱势群体 暖心志愿行动



2016年1-2月期间，元旦春节双节来临之际，松下集团开展了以“帮扶弱势群体，暖心志愿行动”为主题的年度第三次志愿者活动，志愿者走进社区，捐助贫困家庭，慰问孤寡老人，关怀社内残障员工。松下志愿者参与人数达到 **225** 人，志愿服务时间达 **1,320** 小时，受益人数超过 **2,000** 人。



# 教育和 环保

## 教育支援

### ● 奖优扶贫，松下育英基金20年不变初心

松下育英基金项目设立于1995年，旨在资助品学兼优、经济困难的大学生。20年来，松下公司携手中国友好和平发展基金会资助和表彰中国大学生近万人，遍布22个省、自治区、直辖市的36所大学。截至2015年，基金总资产达2,100万元，累计资助奖学金近千万元。

除了发放奖学金，还组织学生走进松下企业，与高层领导面对面沟通交流，为学生们介绍松下经营理念，带领学生深入企业生产线实地参观，让学生们近距离体验公司文化氛围和工作环境，为他们的职业生涯发展指点迷津，为更多学生助力加油。同时鼓励大学生积极参与社会实践，提升综合实践能力。



大泽董事长亲自出席颁奖典礼，  
为获奖学生加油



松下高层与学生面对面交流探讨  
未来职业之路

### ● 搭建交流平台，展现儿童风采

中国松下充分发挥国际企业优势，积极开展国内外教育交流活动，以“年轻的一代是未来的希望”为理念，不断为孩子提供体验和探索的机会，通过形式多样的交流活动为孩子们带来课堂以外的快乐学习体验。

## 案例 CASE

### ● 松下儿童微电影大赛



松下儿童微电影大赛是松下面向中小學生创立的教育项目，并举行年度评选活动来奖励获奖学校，同时举行各类国际交流活动，为世界儿童搭建友谊桥梁。该项目自2005年登陆中国，迄今10年间已有40余所学校，3000名学生加入到其中。2015年度，中国区选送的作品获得全球比赛“最佳故事片”奖，主创团队受邀参加了在新加坡举办的全球颁奖典礼，将中国儿童的风采带到世界舞台之上。

### ● 松下环保绘画日记大赛

松下环保绘画日记比赛是松下电器在全球开展的下一代教育支援活动，在中国开展五年以来，同学们的创作水平显著提高，绘画日记中体现出来的环保理念和行动，也越来越有创意。2015年的比赛中有12万名儿童提交了优秀的环保作品。2015年12月5日，“松下儿童环保绘画日记大赛”中国区颁奖典礼于美丽的贵阳举行。来自北京、天津、河北、贵州、海南、哈尔滨等地的近百名获奖代表欢聚一堂，交流环保和绘画创意，听取环保绘画讲座。



## 环境保护

### • 松下集团中国公益林，新增森林面积2,369亩

择址达拉特旗的“松下集团中国公益林”项目位于黄河南岸，库布齐沙漠北缘，这里水土流失和草场退化现象严重。恶劣的自然环境条件和气候原因导致该地区长期遭受严重的风沙危害，各族群众的生产、生活和地方经济的发展备受影响，这也成为“松下集团中国公益林”建设在这片区域的出发点。2013年至2015年4月，松下集团已持续三年在此项目区进行植树造林活动，栽植樟子松、杨树、山桃、山杏、沙柳、柠条等乔灌木树种近37万株，新增森林面积2,369亩。形成了一道防风固沙的天然绿色屏障，对改善周边生态环境，提高当地森林覆盖率起到了非常重要的作用。



各地植树活动



2009年至今植树数量：**579,753** 棵

2015年度植树总数量：**163,478** 棵

### • 松下儿童环境教育系列活动，参与人数近百万

松下儿童环境教育项目是以公司自编的教材教案为基础，员工志愿者担任讲师，面向小学生实施的环境教育活动，课程内容涵盖节约能源、全球变暖、生物多样性、制造与环保活动、环保技术和绿色生活等。2009年6月至2016年3月，已有来自全国各地区的977,346名学生参与儿童环境教育的课程学习。

#### 案例

##### • 环保涂鸦

世界地球日，松下能源(无锡)有限公司携手无锡市新区建设环保局和新区旺庄中心幼儿园，在宝龙城市广场隆重举行“爱护地球 放飞梦想”环保涂鸦活动。



##### • 保护生物多样性课程

松下儿童学校生物多样性大型讲座走进北京团结湖小学，活动中，松下的讲师为同学们补充了更多有趣的内容并一起探讨了节电节能的小窍门，从防止全球变暖做起，有效地保护生物多样性。



2009年至今儿童环境教育人数：**977,346** 人

2015年度儿童环境教育总人数：**144,015** 人

## 智美未来



### 匠心传承 智造幸福

—— 积聚松下腾飞之力 贡献可持续的社会价值 ——

创立于1918年的松下电器，三年后将迎来百岁生日，并开启下一个百年的航程。近百年来，松下电器始终秉承着“通过事业活动为提高全世界人们的生活水平和社会发展做贡献”的创业初衷，并将其作为所有事业活动的基本纲领和经营理念。中国松下的事业开展，同样也是源于“为中国的发展做贡献”这个强烈的愿望。

一直以来，我们努力追求产品品质以及使用舒适度的提升，为熨衣的更平滑、为米粒的更香糯、为监控的更完整；为更加省电、为更加静音、为更加节水、为更加利于回收利用等，努力创造满足人们生活追求的产品；解决社会问题的方案，以及创造新的价值和更美好的生活方式。

目前，松下电器在中国拥有近90家企业和6万名员工，销售额超过500亿元，是松下电器海外市场的重要组成部分。为进一步推进中国现地化经营，2015年，集开发、制造、销售于一身的松下电器（中国）有限公司电化住宅设备机器社正式成立，可将产品更快速地投入市场，促进经营本地化。

2015年是松下电器进入中国第36年，在这36年间，中国松下扎实经营，切实履行社会责任，并持续开展环保、教育、扶贫济困等一系列公益活动，打造责任产业链，提高员工幸福指数，构筑品牌魅力，以超乎一切的热情，一路前行。

如今，松下电器不再只是单纯的家电企业，而是覆盖了家电、住宅、广播系统、冷链、太阳能、车载以及B2B解决方案等更加广泛的事业领域。以“家电DNA”为中心，在继承它的同时，在广泛多样的空间和领域，与各种合作伙伴一起，为社会创造更大的价值。

未来，松下将更加助力中国的经济发展，尤其是在环保领域，中国在汽车行业不断推出新能源方面的政策，是全球在该领域的领军，松下也一直在用完善的产品技术布局。此外，太阳能光伏发电、电能储备乃至智慧城市，都存在非常大的合作空间。

2016年，我们继续倡导“传承百年的技术与品质，松下为人们创造更加智能而美好的未来”，为社会奉献一个更有担当、更有价值的中国松下。即使到2018年，甚至下一个100年，这个目标将永恒不变。

Better Future

## 关键绩效表

类别	指标	单位	2013年	2014年	2015年
市场绩效	客户满意度	%	91.0	88.0	94.3
	客服电话投诉一次性解决率	%	89.6	87.7	97.0
	产品合格率	%	100	100	100
	研发投入金额	亿元	10.21	10.52	8.63
	研发人员数量	人	3,402	3,020	2,828
	发明专利申请数	件	2,009	1,474	1,261
	合同履行率	%	100	100	100
	累计投资总额	亿元	263.27	264.97	265.47
营业额	亿元	606	587	509	
社会绩效	纳税总额	亿元	18.78	21.24	20.36
	员工数量	人	63,764	60,002	59,841
	报告期内吸纳就业人数	人	31,281	29,192	25,126
	劳动合同签订率	%	100	100	100
	社会保险缴纳率	%	100	100	100
	参加工会员工比例	%	100	100	100
	每年人均带薪休假天数	天	8.1	9.2	9.4
	本地管理者比例	%	82	83	84
	女性管理人员比例	%	23	23	28
	残疾人雇佣人数	人	409	403	411
	职业病发病次数	次	0	0	0
	工伤事故率	‰	0.025	0.008	0.0012
	体检及健康档案覆盖率	%	100	100	100
	员工流失率	%	29	30	27
	本地化雇佣比例	%	99	99	99
	捐赠额	万元	> 743	> 786	> 764
	公益植树量	棵	107,521	117,487	163,478
儿童环境教育人数	人	199,059	162,595	144,015	
培训总次数	次	8,793	8,836	6,706	
培训总人数	人	222,941	234,843	203,785	
员工培训投入金额	万元	2,115	2,920	3,540	
环境绩效	环保总投资	亿元	1.03	1.46	0.32
	能源消耗总量	吨标煤	298,062	246,794	242,976
	二氧化碳排放量	万吨	77.49	64.17	63.18
	生产活动中的二氧化碳削减贡献量	万吨	78.94	64.79	75.04
	二氧化碳以外的其他温室气体排放量	万吨	3.97	3.19	3.04
	节能商品的二氧化碳削减贡献量	万吨	435	595	485
	废弃物循环利用率	%	99.40	99.36	99.63
	废弃物•有价物产生量	万吨	9.48	8.01	6.57
	废弃物再资源化量	万吨	9.04	7.54	6.29
	废弃物最终处置量	万吨	0.051	0.049	0.023
	单位工业增加值二氧化硫排放量	千克/万元	0.06	0.05	0.05
	单位工业增加值氮氧化物排放量	千克/万元	0.08	0.08	0.05
	单位工业增加值氨氮排放量	千克/万元	0.02	0.03	0.02
	单位工业增加值化学需氧量排放量	千克/万元	0.21	0.19	0.14
	化学物质排放量•转移量	万吨	0.1704	0.1505	0.1117
	化学物质对人•环境影响度	千点	137	125	104
	用水量	万立方米	629	583	480
废水排放量	万立方米	389	388	323	

# 指标索引

目录		CASS-CSR3.0 之家电制造业	GRI	页码
封面故事				P2
董事长致辞		P3.1-3.2	1	P3
聚焦2015		M2.11		P4-5
关于松下	我们的事业	P4.1-4.4	2, 3	P6
	我们的中国历程			P7
	业务领域	M4.2, M4.5-4.6	4	P8-9
匠人之道 道融立身根本	社会责任战略	G1.1, G1.3-1.4	1	P12-13
	社会责任基础管理	G2.1-2.5, G4.1, G6.1-6.4, P5.3	34	P14-15
	利益相关方参与	G5.1-5.5, P2.2, P2.3, M3.11	23,24	P16-17
匠人之法 法存经营正道	正道经营	M3.10, S1.1-1.4	56,57,58, SO4	P20-23
	价值链责任	M3.1, G3.2, M3.2-3.5	EC6, SO9, S010	P24-27
	尊重产权		57	P27
匠人之义 义聚成城众心	保障员工权益	S2.1-2.3, S2.5, S2.9-2.11, S2.14, S2.16, S3.1-3.4	LA1-2, LA12-13, HR3, HR5-6	P30-32
	助力职业发展	S2.25-2.27	LA10-11, HR2	P33-35
	推进EHS管理	S2.17, S2.19, S2.20-2.24	LA5, LA6	P36
	营造幸福生活	S2.29-2.30		P37
匠人之礼 礼待自然家园	环境治理之道	E1.1-1.2, E1.5-1.7, E3.1-3.2		P40-44
	应对气候变化	E2.12-2.15, E2.18, E2.19, E2.7-2.8	EN2, EN6, EN16, EN18, EN26, EN2, EN5, EN7, EN10, EN20-22, EN27	P45-47
	推进绿色运营	E2.1-2.2, E2.15-2.16	EN30	P48-50
	发展循环经济	E2.17, E3.4, E2.15	EN2, EN10, EN23	P50-51
匠人之慧 慧通精益品质	科技创新	M2.6-2.9, M2.11		P54-56
	优质产品	M2.1-2.4		P57-59
	贴心服务	M2.5, M2.13-2.15, M2.17-2.21	PR1-2, PR5-6	P60-63
匠人之情 情系人间幸福	公益管理	S3.9		P66-68
	社区参与	S3.12-3.13		P69-70
	教育和环保	E1.8		P71-72
智美未来		A1		P73
附录	关键绩效表	P5.2, S.13, S1.8, S2.18, S3.11		P74
	指标索引	A3		P75
	评价报告	A2		P76
	关于报告	P1.2-2.3	G4-16, 18, 27, 28, 30-32	P77

# 评级 报告



## 《中国松下社会责任报告2015》评级报告

受松下电器（中国）有限公司委托，“中国企业社会责任报告评级专家委员会”抽选专家组成评级小组，对《中国松下社会责任报告2015》（以下简称《报告》）进行评级。

### 一、评级依据

《中国企业社会责任报告编写指南（CASS-CSR 3.0）之家电制造业》暨《中国企业社会责任报告评级标准（2014）》。

### 二、评级过程

1. 过程性评估小组访谈《报告》编制组主要成员，并现场审查编写过程相关资料；
2. 评级小组对《报告》编写的过程管理及披露内容进行评价，拟定评级报告；
3. 评级报告提交评级专家委员会副主席及评级小组组长共同签字。

### 三、评级结论

#### 过程性 (★★★★★)

公司事业助成中心企画部牵头成立报告编写组，高层领导负责报告框架、内容和方向的把控与指导；编写组对利益相关方进行识别，并通过专家研讨会、问卷调查、访谈等形式收集相关方意见；根据公司重大事项、国家相关政策、行业对标分析、利益相关方调查等对实质性议题进行界定；计划通过公司高层会议、内览会发布报告，并将以电子版、印刷品、H5版等形式呈现报告，具有卓越的过程性表现。

#### 实质性 (★★★★★)

《报告》系统披露了贯彻宏观政策、产品质量管理、科技创新、完善客户服务体系、安全卫生管理、保障员工权益、环保产品研发、绿色包装与运输、产品回收再利用、水资源保护等家电制造业关键性议题，叙述详细充分，具有卓越的实质性表现。

#### 完整性 (★★★★☆)

《报告》从“匠人之道，道融立身根本”、“匠人之法，法存经营正道”、“匠人之义，义聚成城众心”、“匠人之礼，礼待自然家园”、“匠人之慧，慧通精益品质”、“匠人之情，情系人间幸福”等方面披露了家电制造业核心指标的85.0%，完整性表现领先。

#### 平衡性 (★★★★★)

《报告》披露了“职业病发病次数”、“工伤事故率”、“员工流失率”、“客服电话投诉一次性解决率”等负面数据信息，并以案例形式，阐述两例客户投诉的过程及回应措施，平衡性表现卓越。

#### 可比性 (★★★★★)

《报告》披露了“营业额”、“产品合格率”、“纳税总额”、“女性管理人员比例”、“环保总投资”、“能源消耗总量”等70个关键指标连续3年以上的绩效数据，并就“绿色供应链排名”等数据行业内进行横向比较，可比性表现卓越。

#### 可读性 (★★★★★)

《报告》以“匠心传承，智造幸福”为主题，围绕“匠人之道、匠人之法、匠人之义、匠人之礼、匠人之慧、匠人之情”六条主线展开叙述，篇幅适宜，逻辑清晰，语言精练；多处设置二维码，利于读者对报告进行扩展阅读，并对专业术语进行解释，显著提高了报告的易读性；使用丰富案例对社会责任理念和履责实践进行阐述，具有卓越的可读性表现。

#### 创新性 (★★★★☆)

《报告》开篇设置“聚焦·2015”专题，深度阐述企业在责任沟通、科技创新等方面的履责亮点；以“时间树”的形式展示“我们的中国历程”，简述企业履责历程；各章开篇简述篇章责任理念和关键绩效，提纲挈领，总领性强；“封面故事”对松下代表性智能产品的诞生历程进行阐述，前后呼应，创新性表现领先。

#### 综合评级 (★★★★★)

经评级小组评价，《中国松下社会责任报告2015》为五星级，是一份卓越的社会责任报告。

### 四、改进建议

增加行业核心指标的披露，进一步提高报告的完整性。

#### 评级小组

组长：中国企业联合会企业创新工作部主任 程多生

成员：中国社会科学院经济学部企业社会责任研究中心常务副主任 张蕙

过程性评估员 王梦娟、贾晶

评级专家委员会副主席

评级小组组长



# 关于 报告

## ■ 时间范围：

2015年4月1日-2016年3月31日，部分内容超出上述范围。

## ■ 发布周期：

松下电器中国社会责任报告为年度报告。

## ■ 组织范围：

本报告覆盖松下电器中国地区投资及合资公司，在报告中分别使用如下代称：

松下电器产业株式会社、全球松下集团•••••松下电器

松下电器（中国）有限公司•••••松下中国

松下电器中国地区企业（含松下中国）•••••中国松下

## ■ 参考标准：

中国社科院《中国企业社会责任报告编写指南》（CASS-CSR3.0）；

中国电子工业标准化技术协会《中国电子信息行业社会责任指南》和《电子信息行业社会责任报告编写指南》；

全球报告倡议组织（Global Reporting Initiative, GRI）可持续报告发展指南（G4.0）；

联合国“全球契约”（Global Compact）十项原则；

社会责任国际标准化组织指南标准《ISO26000》；

社会责任国家标准《社会责任指南》GB/T36000；

## ■ 数据说明：

本报告所引用的2015年度数据均来自松下电器、松下中国和中国松下的统计报告、内部文件等最终统计数据，财务数据如与年报有出入，以年报为准。

2015年，我们进一步扩大了统计范围，优化了统计方法，往年数据若与2015年报告有出入，以2015年最新披露为准。

## ■ 可靠性承诺：

公司承诺本报告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。报告经过企业内部审核，并聘请社会责任报告评级机构给与指导和评价，保证报告真实、准确、完整。

## ■ 延伸阅读：

本报告为中文版，完整版以印刷版和电子版两种方式发布。您可以在中国松下官方网站下载本报告的PDF电子版，并获取更多关于中国松下的社会责任信息。

中国松下官方网站：<http://panasonic.cn>

## ■ 报告编写流程：



# Panasonic 松下电器

百年传承 智美未来  
1918 - 2018



松下电器(中国)有限公司  
Panasonic Corporation of China  
北京市朝阳区景华南街5号远洋·光华国际大厦C座6层