

# SONY

索尼中国  
可持续发展报告  
Sustainability Report  
**2019**



## 关于本报告

本报告为年度报告，是索尼（中国）自 2006 年以来发布的第十四份可持续发展报告。

### 报告主体

报告组织范围包括索尼（中国）以及如下索尼在华投资企业：上海索广映像有限公司、上海索广电子有限公司、北京索明科普乐园有限公司、索尼信息系统（中国）有限公司、索尼数字产品（无锡）有限公司、索尼精密部件（惠州）有限公司、索尼电子运营（中国）有限公司、索尼半导体科技（上海）有限公司、索尼移动通信产品（中国）有限公司、索尼互动娱乐（上海）有限公司、安尼普（上海）文化艺术有限公司、美国索尼影视娱乐（中国）有限公司、索尼音乐娱乐（中国）有限公司、索雅音乐版权代理（北京）有限公司、上海新索音乐有限公司。报告中“索尼集团”表示索尼公司和由其直接或间接控制的法律实体，“索尼公司”是日本国法人索尼公司，“索尼（中国）”是指索尼（中国）有限公司，“索尼中国”为本报告组织范围内所有公司的统称。

### 时间范围

2018 年 4 月 1 日至 2019 年 3 月 31 日，部分内容超出上述范围。

### 编制依据

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

### 数据说明

本报告结合索尼的“创新基因”，从索尼在中国、环境、社会、治理四个方面充分展示索尼在 2018 财年的优秀社会责任表现。索尼中国是索尼全球业务的一部分，无法就单一地区的财务信息公开披露，欲了解详细经济数据，请参考索尼集团年度报告。

欲了解更多的索尼中国社会责任信息，请登录 <http://www.sony.com.cn/zh-cn/cms/csr.html>。

## 目录

高层致辞 02

索尼在中国 04



展望未来 61

GRI 内容索引 62

## 高层致辞



索尼集团执行副总裁兼中国总代表

御供 俊元

索尼集团高级副总裁兼中国副总代表  
索尼(中国)有限公司董事长兼总裁

高桥 淳

作为一家“建立在坚实技术基础上的创意娱乐公司”，索尼公司坚持以创新科技引领时尚生活，不断创造出令人感动和惊奇的娱乐体验。2019年，索尼确定了新的企业宗旨“用创意和科技的力量感动世界”。作为地球与社会的一分子，索尼在努力提升其经济价值的同时，通过其业务活动创造社会价值，为环境与社会做出贡献。

在中国，索尼始终践行“植根中国、长远发展”的长久承诺和在华业务拓展的宗旨，充分发挥在技术、娱乐内容、服务领域的优势，不遗余力地为中国的消费者提供优质的产品、服务和解决方案，为广大索粉传递 Kando(感动)。同时，索尼中国综合利用“一个索尼(One Sony)”平台，倾听利益相关方声音，践行“为了下一代”的企业社会责任理念，积极投身教育、环保等公益领域，全面支持中国经济和社会的发展。

### 守护绿水青山，贡献生态价值

索尼是全球首家提出“走向环境零负荷(Road to Zero)”长期环境目标的企业，旨在2050年实现公司运营及产品生产全生命周期中的环境零负荷。面向零负荷的最终目标，索尼逆向推算设立若干个绿色管理五年计划，从气候变化、资源循环、化学物质、生物多样性四大方面着手制定明确的数字指标。索尼中国在产品的设计、采购、运营、物流、回收等各个环节贯彻环保理念，持续推进“绿色管理2020”中期计划的贯彻落实，实现全生命周期的绿色管理。同时，索尼中国通过“绿色征程”索尼大学生环保营、“哇！喔！生物多样性”主题活动、“环境零负荷，‘索’以我行”世界环境日主题活动等一系列丰富多彩的活动，号召更多利益相关方关注环境，推动环保事业发展。

### 坚持创新引领，创造社会价值

经济稳定增长、消费品质化、升级多元化的中国，正日益成为索尼集团最为重要的战略市场之一。索尼充分调动黑科技的力量去开创前所未有的娱乐享受，引领硬件业务的价值创造。在新的企业宗旨指引下，空间价值和时间的价值是索尼黑科技下一步的主攻方向。在空间价值方面，索尼一贯追求真实融入的视听体验，发布了 Bravia 画谛系列的新旗舰 8K HDR 液晶电视 Z9G、360 临场音效体验等产品、服务；在时间价值方面，针对移动互联网时代人们对碎片化时间的敏感、对瞬间感动和当下体验的追求和依赖，索尼正努力开发更多在线的、交互的、实时响应的、具有现场感的产品和技术解决方案，方便每一位创作者捕捉精彩瞬间、分享时光感悟。

在专业领域和部件领域，索尼黑科技正积极投身中国移动互联网生态圈建设，推动相关产业技术升级，并在具有高潜力的发展领域进行战略布局。以全画幅数字摄影机 CineAltaV 为代表的索尼专业影像制作技术，正为艺术家们提供更多创造惊喜的可能。在娱乐业务领域，2018年索尼上线“索尼精选 Hi-Res”高解析度流媒体音乐服务，开启亚洲领先、中国地区首家高解析度流媒体音乐服务，为消费者带来高品质与便携性的完美结合，开启音乐轻奢时代。2019年1月，索尼集团子公司 ANIPLEX 在上海正式成立安尼普(上海)文化艺术有限公司，将进一步满足中国年轻一代对于动漫娱乐内容的需求。

创新期待惊喜、消费渴求品质、体验追求感动。在中国，索尼按照更加“贴近人”的企业战略，贴近创作者和消费者，帮创作者实现梦想、为消费者带来感动。围绕客户体验，索尼以“用创意和科技的力量感动世界”，跨越不同的业务领域，将更具突破性的黑科技和优质娱乐内容通过硬件产品展现出来，为客户打造更直观、更具创意、更精致的使用体验。

在中国，秉承“为了下一代”的理念，索尼将自身的优势资源与中国社会的实际情况相结合，推进下一代教育事业的建设，通过激发创意的 KOOV 可编程教育机器人套件积极推广 STEAM 教育理念，培养孩子思考、创造和探索的能力。索尼还通过“索尼探梦”科技馆、索尼“梦想教室”等旗舰公益项目，推动地区间教育资源的水平均衡化。同时，索尼中国积极开展环保公益活动、员工志愿活动，为社区发展贡献自己的力量，努力为社会创造更多的价值。

### 夯实管理基础，提升企业价值

公司治理是我们管理索尼的基础。为提升企业中长期价值，索尼要依靠强有力的管理实践在经济、社会和环境领域开展活动。尊重多样性、创新、利益相关方的参与和伙伴关系是索尼可持续发展的基本原则。索尼中国遵循这些原则，加强公司治理和责任管理，努力提高公司治理的有效性。

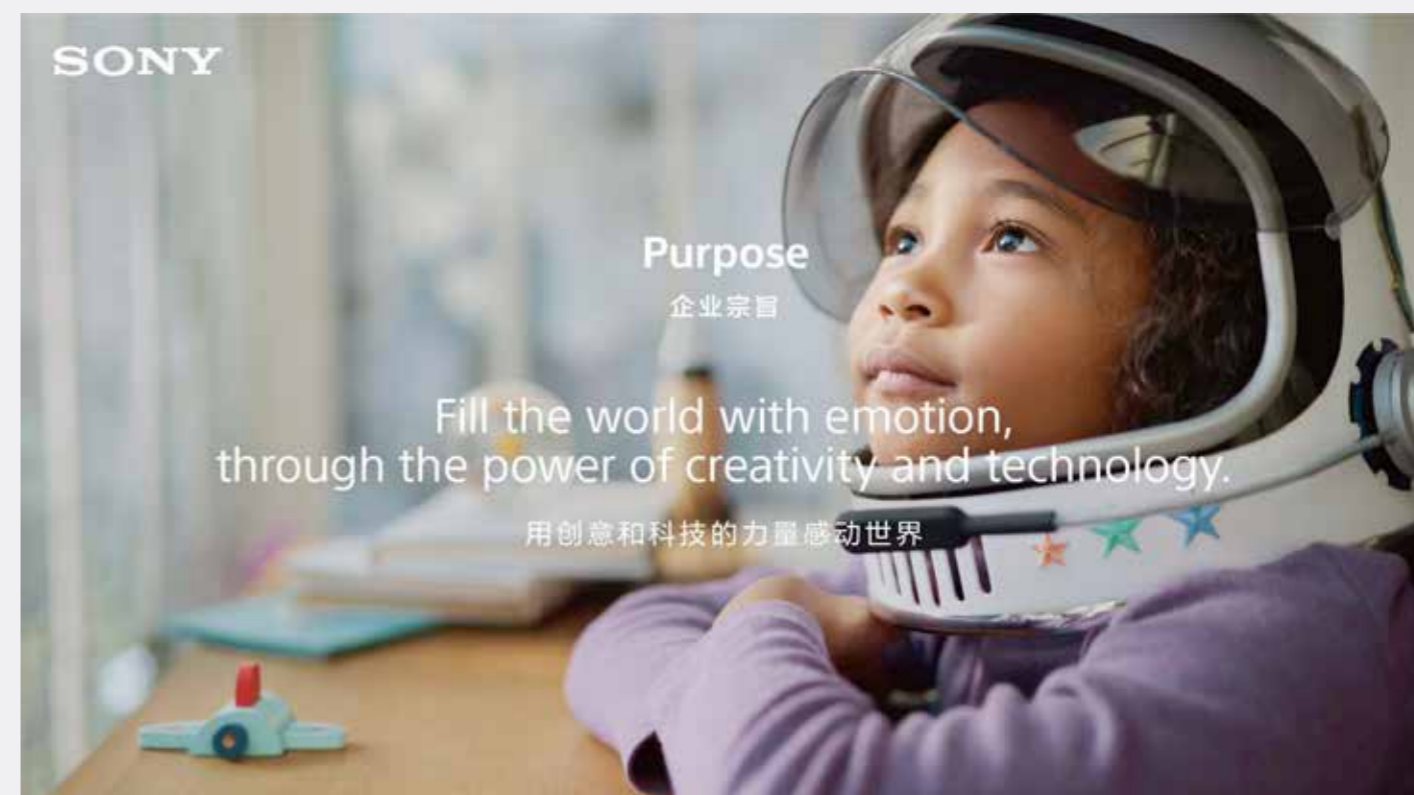
我们意识到，索尼业务得以延续的前提是能使人们安心平和生活的全球环境和人类社会的存在。放眼未来，索尼中国将继续秉承“以技术贡献社会”的发展理念，发挥自身资源及技术优势，携手利益相关方，创造更长久的经济、社会和环境价值。

## 索尼在中国

### 关于索尼

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

自创立以来，索尼公司始终坚持以创新科技引领时尚生活，不断创造出令人感动和惊奇的娱乐体验。目前，索尼公司在全球 140 多个国家和地区建立了分 / 子公司和工厂，集团 70% 左右的销售来自于日本以外的其他市场，数以亿计的索尼用户遍布世界各地。



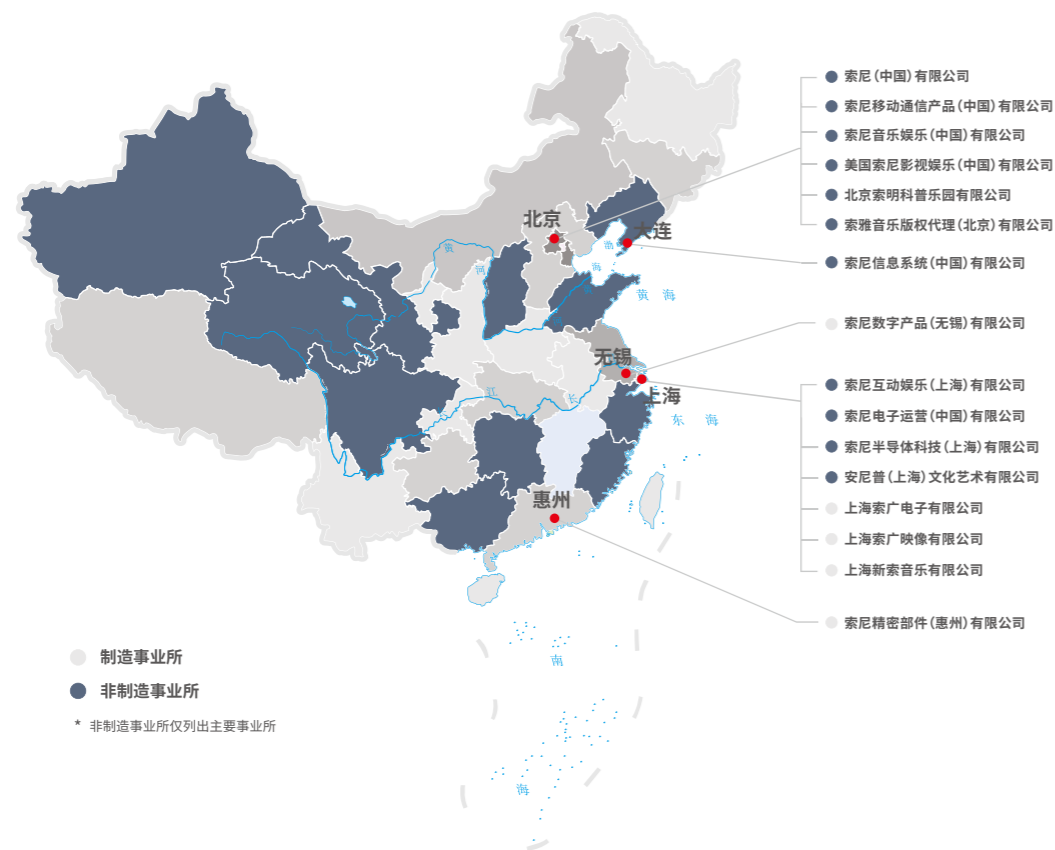


## 索尼中国

以“全球本土化”的运营策略为目标，索尼于 1996 年 10 月在北京设立了统一管理和协调在华业务活动的全资子公司——索尼（中国）有限公司，旨在从事中国国内电子信息行业的投资、产品市场推广、顾客售后服务联络并针对索尼在中国的各所属企业进行宏观管理及广泛的业务支持。

索尼（中国）正充分利用集团资源优势，在中国强力打造适合本地化发展的集产品企划、设计、研发、生产、销售和服务为一体的综合性运营平台，为中国的消费者带来更多具有创新性和高附加值的产品和服务。截至 2019 年 6 月底，索尼在华共投资了 4 家大型生产企业。此外，公司还分别在北京、上海、无锡、大连、深圳等地设立了工程、设计、研发和软件基地，从事基础学科的研究开发以及符合中国消费者需要的本地化产品设计，同时还为索尼集团提供工程、技术和软件等方面的运营支持。

除索尼（中国）有限公司以外，索尼移动通信产品（中国）有限公司、索尼影视娱乐公司、索尼音乐娱乐公司、索尼互动娱乐公司、索雅音乐版权代理（北京）有限公司亦陆续在中国开展相关业务，致力于为中国广大消费者提供由索尼集团丰富的硬件、软件和内容打造的“一个索尼（One Sony）”的娱乐体验。2019 年 1 月，索尼集团子公司 ANIPLEX 在上海正式成立安尼普（上海）文化艺术有限公司，该公司将会进一步加强版权业务、开展官方商品企划及生产，并尝试开发中国本土 IP。



索尼在华企业分布图

## 经营战略

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

索尼（中国）充分利用集团总部的资源优势，在中国强力打造适合本土发展需要的集产品企划、设计、研发、生产、销售和服务为一体的综合性运营平台，为中国的消费者带来更多具有高附加值的产品和服务。在中国发展各项业务的同时，索尼秉承以技术贡献社会的发展理念，积极投身教育、环保等社会公益领域，为促进中国社会和经济的发展做出长久的贡献。

通过 **Kando (感动)** 这一核心主题，索尼将致力于在**电子、娱乐和金融服务**

三大主要业务领域持续创造社会价值和高水平利润

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

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

索尼旨在保持其在成像应用领域全球第一的位置，并努力成为全球传感领域的领先企业

索尼公司 2018 至 2020 财年中期战略



### 我们的产品

索尼在产品、内容与服务方面的无尽激情和对创新的不懈追求，创造出只有索尼才能提供的、前所未有的、新的兴奋和娱乐，开独特的新鲜文化与体验。

#### 消费电子产品

索尼在影视、音乐、游戏、电视、教育等领域不断寻求创新与突破，以充满开创性、引领性的产品，在满足消费者各类视听需求的同时，激发大家的创造力与好奇心，为消费者打造新的生活、娱乐方式。



### 专业产品

面临着中国供给侧改革带来的制造业和服务业升级的契机，索尼中国专业系统集团锁定音视频、显示、IP 网络、通信和信号处理等领域的技术优势，依靠索尼先进的产品、系统和业务运营解决方案，在媒体、教育、娱乐、影院、体育、医疗六大支柱行业重点发力。



索尼为市场和用户提供丰富先进的 8K/4K/HDR 产品和技术



## 环境

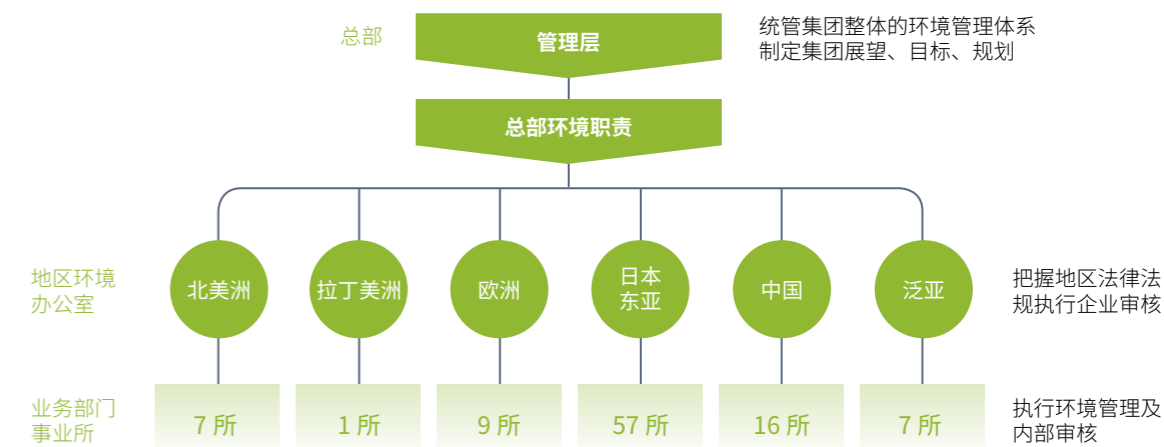
### 迈向零负荷

索尼一贯坚持绿色发展，在企业运营和产品生产的整个生命周期中，贯彻执行“Road to Zero”环境计划，落实对环境的保护，践行保护地球的庄严承诺，将可持续发展融入企业发展和技术革新，推动产业升级，开发、生产环境友好型产品，不断向环境零负荷的目标迈进。



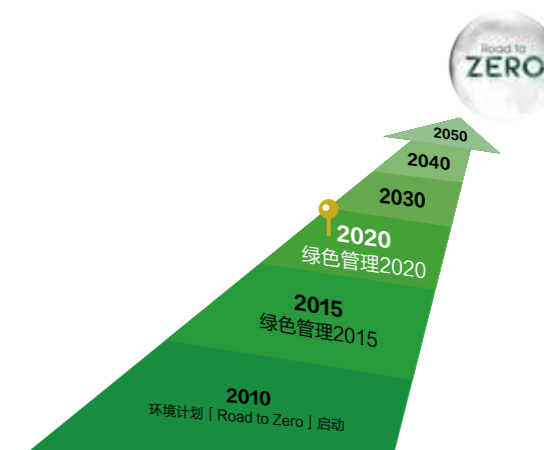
## 环境管理

索尼将可持续发展作为发展根基，设定绿色管理目标，并据此强化管理工作。索尼集团持续推进完善全球环境治理框架，构建环境管理组织架构，总部统筹管理环境目标，并进行统一战略部署，各地区环境办公室负责监督和执行，促使目标落实。截至 2019 年 3 月 31 日，索尼全球的认证数量已达 97 个，索尼在华制造企业 100% 获得 ISO 14001 整合认证。



环境管理组织架构

自 2010 年起，索尼环境计划（Road to Zero）全面启动，将 2050 年设定为“环境零负荷”的完成年，设定各个时期的环境中期计划，推进计划的落实，为实现可持续发展奠定了坚实的基础。为此，索尼围绕应对气候变化、资源循环利用、化学物质管理、保护生物多样性四个方面积极开展环境举措，力求在 2020 财年达成中期目标“绿色管理 2020”。



索尼 2050 环境计划

## 应对气候变化

“我们欢迎索尼加入 RE100。从 PlayStation 和影像传感器到消费电子、音乐和电影，索尼是（目前为止）世界上最大的一家致力于让其整个运营转为使用 100% 可再生电力的娱乐和技术企业。索尼是处于尖端创新的前沿企业，它的承诺向全球市场展示了可再生能源是未来这一信念。”

——气候组织 CEO  
Helen Clarkson

一直以来，索尼一直在控制温室气体排放、应对气候变化方面做出持续的努力，并不断思考将绿色生命周期理论融入产品的研发过程，在整个生命周期考虑其对环境的影响，努力减少二氧化碳的排放，力争将气候变化的影响降至最低。

索尼一直是积极应对气候变化和其它环境问题的行业领导者。2018 年 9 月 10 日，索尼宣布加入 RE100，致力于到 2040 年让其所有业务场所均使用 100% 可再生电力。索尼已确立的可再生能源目标包括：到 2020 年减少相当于 30 万吨的二氧化碳排放量，并正在以各种方式加速可再生能源的使用，包括启用可再生能源认证和安装太阳能电池板。自 2016 年以来，通过使用可再生能源减少的二氧化碳排放总量约为 15.4 万吨。

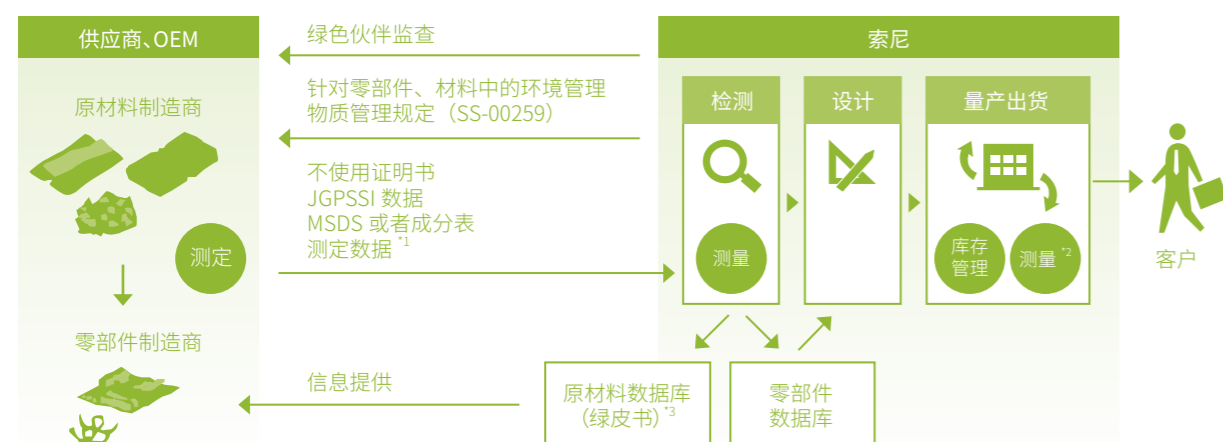
除此之外，索尼已经连续第四年被列入 CDP 的 A 类名单中，凭借在降低产品能耗、抑制温室气体排放、加速可再生能源使用方面的不断努力，被评定为表现最佳的公司之一。

## 资源循环利用

索尼将资源视作企业可持续发展的基础，高度重视资源的节约和可再生化，努力提升资源能源利用效率，投入使用可再生的原材料，最大限度地利用资源和能源，促进资源循环利用，保护地球上的资源。

## 化学物质管理

索尼严格遵守中国《电器电子产品有害物质限制使用管理办法》要求，对业务伙伴实施索尼独有的化学物质管理技术标准《零部件和材料中的环境管理物质管理规定（SS-00259）》，并据此对索尼产品的零部件及材料采取全球统一的化学物质管理标准，严格管控化学物质，减少环境的负面影响。



\*1 以塑料（包括橡胶）/ 涂料 / 油墨中的镉、铅以及包装部品 / 材料中的镉、铅、六价铬、水银为对象  
 \*2 开始量产时检测  
 \*3 对于直接业务往来的供应商，从 2003 年秋季开始在电子采购系统上建立原材料数据库 - 绿皮书公开数据

化学物质全面管理流程

## 生物多样性保护

索尼积极助力生物多样性的保护，并通过开展教育活动宣传生物多样性保护理念，以实际行动落实可持续发展目标，保护生物多样性。此外，索尼考虑到非法伐木对生物多样性造成的损害，采取木料与纸制品责任采购举措。

为推动更广泛人群热爱自然，开展对地球生物多样性的保护，索尼集团和环境 NGO 组织日本自然保护协会（NACS-J）共同开展了名为“哇！喔！生物多样性”的活动项目。“哇！喔！”就是对大自然的有趣和不可思议之处感到惊讶，记录这种惊讶（Wow!）并通过社交媒体分享，让更多的人认识到生物多样性的重要性，同时增加更多索尼粉丝。2018 财年是该地区开展该活动的第三年，共征集到员工作品 1,900 余个，收获社交媒体点赞数超过 11 万次。



索尼中国开展“哇！喔！生物多样性”主题活动，记录生物多样性之美

索尼数字产品（无锡）有限公司绿化面积达 26%，种植 35 类别的 833 棵树木，园区内发现自然搭建鸟巢 6 个。这不仅为员工创造了健康舒适的工作环境，也可以构筑工厂内生物多样性生态环境教育基地。2018 年，索尼数字产品（无锡）有限公司被无锡市绿化委员会认定为园林式单位。



索尼数字产品(无锡)有限公司成为无锡市园林式单位



## 绿色产品生命周期

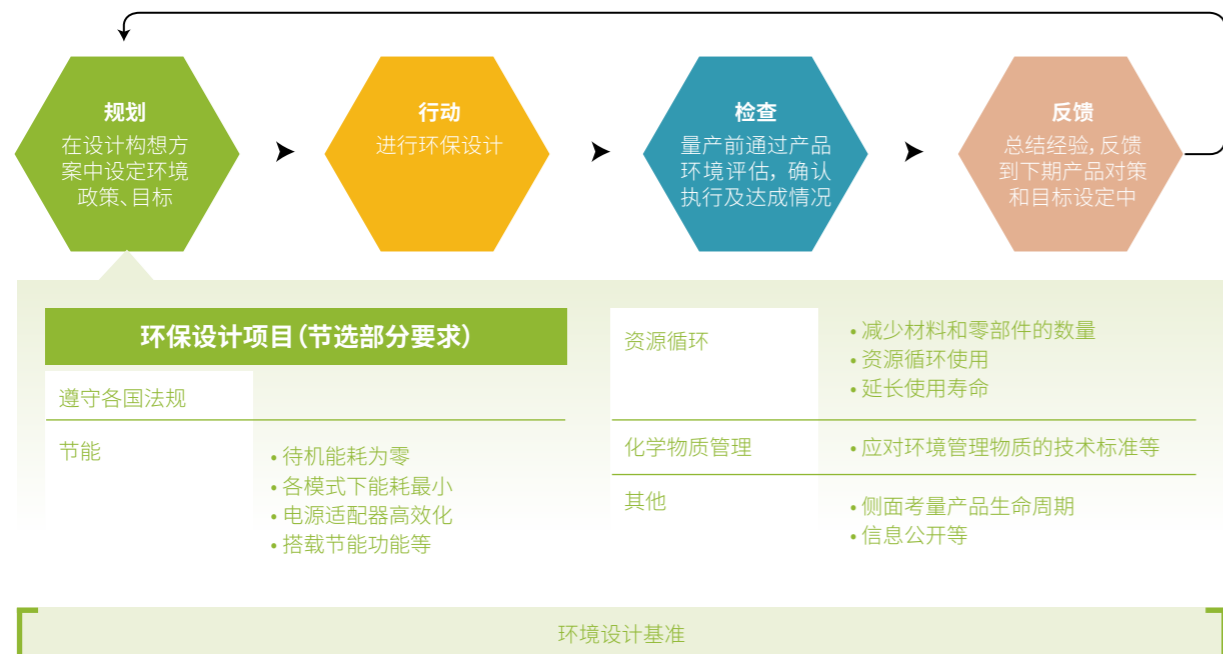
索尼在整个产品生命周期贯彻可持续发展理念，秉承对环境负责的态度开展经营活动，将产品生命周期划分为产品策划与设计、绿色运营、原材料与零部件采购、包装与物流、回收与循环利用多个阶段，用实际行动践行对地球的环保承诺。

### 产品策划与设计

索尼在环境中期计划“Green Management 2020（简称 GM2020）”中制定产品的年度耗电量削减目标、资源节约、化学物质管理等目标，为产品设定目标值，并进行环境评估，推动环保型产品的开发。



索尼在产品设计中始终追求“享受倍增”和“环境影响锐减”的同时实现，在产品生命周期的各个环节，落实环境保护理念，努力减少环境负荷。



### 案例

#### 索尼创新材料 Triporous™ 为洁净世界做贡献

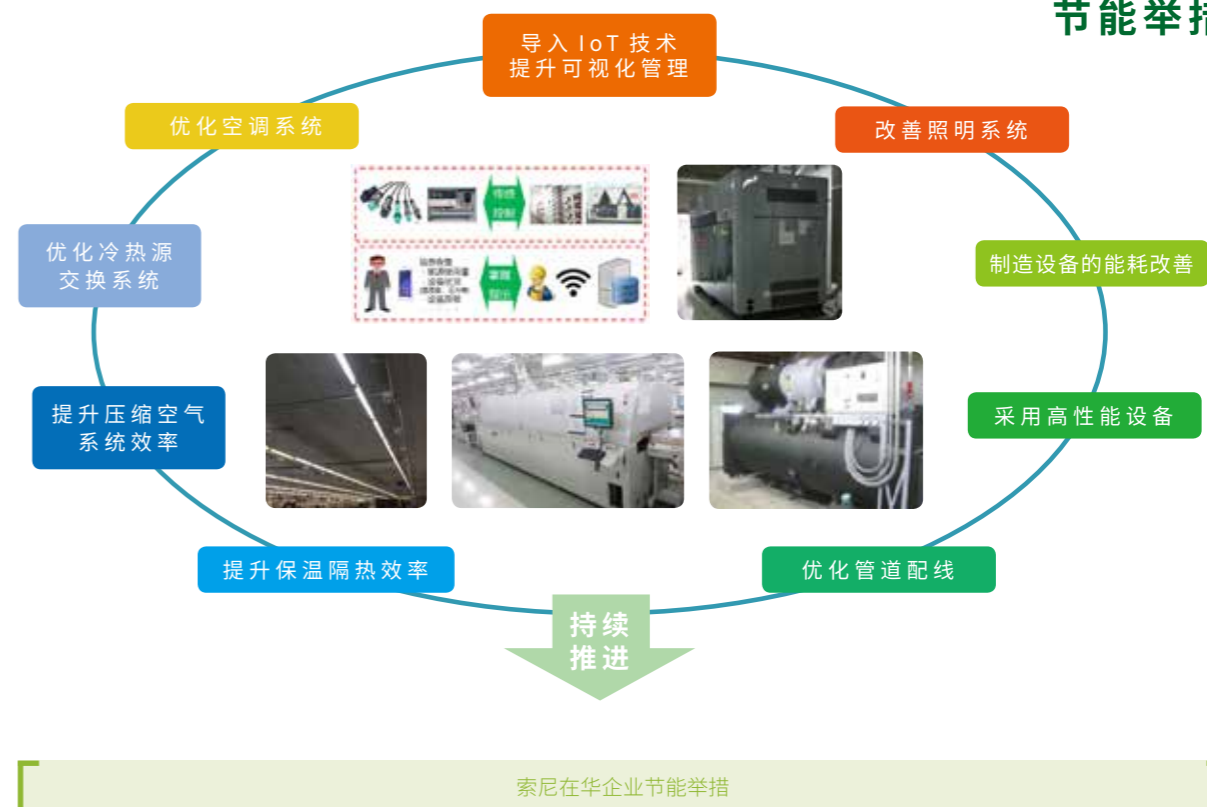
索尼 Triporous™ 是一种独特的多功能过滤材料，可用于净化水和空气，改善全球范围内环境的安全、卫生和舒适度。通过 Triporous™，索尼向人们展示了一个人人都能获得洁净水源和空气的未来。该产品荣获日本发明与创新协会“21 世纪发明鼓励奖”和“21 世纪贡献奖”。

索尼凭借独特技术，充分利用被丢弃的稻壳，生产出 Triporous™，并可有助于减少对环境的影响。Triporous™ 的独特微观结构，使其能有效地吸附气体和气味。Triporous™ 过滤材料能在即使不卫生的环境下，提供干净的饮用水。此外，Triporous™ 能通过吸附如工业蒸汽和气体中的污染物来净化空气，有助于减少人们暴露在微颗粒物（PM2.5）和光化学烟雾污染之下。

## 绿色运营

索尼坚持绿色运营、低碳运营，倡导在华企业整个运营环节努力降低二氧化碳等温室气体的排放，同时细化运营环节，倡导办公绿色化，并带动合作伙伴开展节能活动，保障企业的低碳高效运营。

### 索尼在华企业 节能举措



## 原材料与零部件采购

“索尼（中国）自1996年成立以来，一直坚定贯彻‘植根中国、长远发展’的企业理念，在产品的设计、采购、运营、物流、回收等各个环节贯彻环保理念，实现全生命周期的绿色管理。同时，索尼（中国）还广泛带动利益相关方，推动生态保护和生物多样性的保护，捍卫地球生态环境的美好。”

——索尼（中国）有限公司董事  
常务副总裁兼首席财务官 羽嶋仁

在追求社会责任和满足顾客需求中，索尼将环境品质置于最优先位置。为保障产品设计、采购等各个环节绿色环保，索尼推行绿色伙伴认证制度，要求供应商对产品中的化学物质进行严格管理，并将其导入原材料和零部件采购活动中；制定了“联合供应商，制定以源头管理为目标的环境管理体系：当制造出的SONY产品为‘Green’时目标才能达成”的环境目标，带动供应商进行原材料源头管理，实现生命周期的绿色伙伴管理。

同时，索尼要求在华相关业务伙伴签订并彻底执行《绿色伙伴环境质量认证协议》，为保护环境做出共同努力，构筑了横向和纵向的环境品质保证体制，确保了索尼产品环境品质“0”不良的成果。根据中期计划GM2020，索尼要求其主要生产伙伴每年降低1%的温室气体排放量和耗水量，提升价值链的环境友好程度。

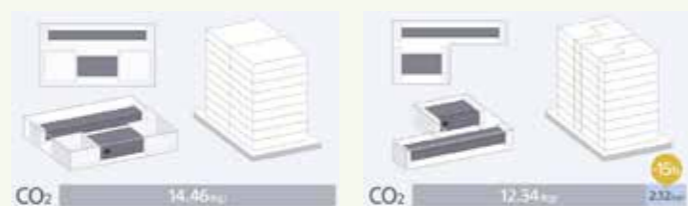
## 包装与物流

索尼在华企业采用轻量化和更节省资源的包装运输材料，优化包装结构，设计运输路径、合理安排仓储包装空间，实现节约资源、削减温室气体的排放。

### 案例

#### L型包装中的环保设计

索尼产品 Sound Bar 家庭影院系统由一个条状音箱和一个方形低音炮组成，单独包装往往造成空间和材料的浪费，造成较大的环境压力。因此，索尼采用 L 形包装箱，利用“拼图式”组合，减少空间和材料的浪费，提升空间利用效率和运输效率，有助于减少因资源能源使用而产生的温室气体排放。



▲ L型包装降低环境影响

## 回收与循环利用

索尼充分考虑消费者使用后的废弃产品回收处理需求，重视开发生产易于回收的产品，并积极承担回收废弃物的责任，根据不同地区的社会需求在当地推动废弃产品的回收利用及再资源化，提高循环利用水平，减少废弃物的产生。面对供应链中的包材消耗量与废弃物不断增多的趋势，自2015年来，上海索广映像有限公司针对上游供应链中废弃物增多的问题开展包材废弃物削减项目，通过捆包方式对包材废弃物进行回收，减少废弃物总量，降低环境负荷。

## 环保活动

索尼持续践行企业社会责任，开展多样的环境保护活动和环保教育实践，推行环境保护理念，致力于减少二氧化碳的排放和降低环境的负荷，共同推动社会的美好建设。

### 案例

#### 索尼在华企业共赴与“地球一小时”的第11次约会

2019年是“地球一小时”登陆中国的第11年，也是索尼在华企业参与该活动的第11年。在“走向环境零负荷”共同目标的指引下，索尼人不忘初心、砥砺前行，持续为环保助力，积极参与“地球一小时”等环保活动。

根据地球一小时的活动主题“与自然共生”(Connect to earth)，索尼在华企业不仅采用张贴海报、电视播放、发送邮件、开机推送等方式进行宣传推广，还通过新媒体在企业微信公众号上推广并宣传环保知识，号召员工从日常生活的点滴做起，不断提高环保意识，通过发挥索尼的力量，做到“与自然共生”！

10家索尼在华企业参与了“地球一小时”的活动，活动参与人数近12,600人。索尼在华企业纷纷响应熄灯一小时的号召，在办公区域或宿舍区熄灯一个小时，节省电力共计2,600余度，相当于减少近2,000千克二氧化碳的排放。索尼精密部件（惠州）有限公司开展了趣味熄灯、荧光舞表演等活动，提高了员工们的参与兴趣。上海索广映像有限公司制作了E-learning资料并共享在公司网首页，供全员参考学习，并鼓励员工在家中熄灯一小时，将节能环保理念贯穿到生活中。索尼（中国）有限公司除鼓励自己员工切身参与环保活动外，还动员主要办公室物业管理方加入，努力令尽可能多的人行动起来。



▲ 索尼中国地球一小时宣传海报



案例

### 环境零负荷 “索”以我行

2018 年世界环境日，索尼在华企业以“环境零负荷，‘索’以我行”为主题，号召索尼员工积极宣传环境日及索尼的环保活动，实施力所能及的环保行为，为保护环境、实现 2050 年“环境零负荷”的目标做出贡献。活动以电脑开机画面推送、张贴海报、自媒体宣传等环保高效的方式开展，16 家索尼在华企业的 2,892 名员工参与。

其中，2,145 名员工利用个人社交账号宣传了环境日，2,285 名员工实施了公司倡议的“低碳出行、不使用一次性筷子、不使用一次性购物袋、少点一次外卖、家里少开一小时灯、多走楼梯少乘电梯”六项生态环境行为。活动期间，实施环保行为的员工累计达 12,700 人次，从每件小事做起，以实际行动为保护环境、实现环境零负荷做出努力。



▲ 索尼精密部件（惠州）有限公司垃圾桶设计大赛



▲ 索尼精密部件（惠州）有限公司旧衣服 DIY 设计活动



▲ 索尼数字产品（无锡）有限公司地域清扫活动



## 环境责任与绩效

### 索尼集团环境数据

#### 环境效益

环境效益计算公式：环境效益 = 销售额 / 环境负荷（环境指标）

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

资源指标 = 事业所废弃物最终处置量 + 产品资源投入量 - 循环再利用材料使用量 - 产品再资源化的量

#### ① 温室气体控制效益

(单位：万吨 -CO<sub>2</sub>)

年度	事业所的温室 (换算为 CO <sub>2</sub> ) 总排放量	产品使用时 CO <sub>2</sub> 排放总量	物流环节 CO <sub>2</sub> 排放	温室气体 削减贡献量	环境效益 (倍)
2015	156	1,377	26	4.3	1.28
2016	135	1,110	23	3.7	1.47
2017	139	1,067	21	2.8	1.71
2018	134	1,063	20	2.6	1.75

#### ② 资源效率

(单位：万吨)

年度	事业所废弃物 最终处置量	产品资源投入量	循环再利用 材料使用量	产品再资源化的 量	环境效益 (倍)
2015	0.4	60.6	7.8	6.5	3.76
2016	0.1	56.8	7.1	7.7	3.9
2017	0.1	57.8	7.6	7.5	4.32
2018	0.2	51.0	6.9	7.5	5.09

#### 大气污染物质、水污染物质排放情况

(单位：吨)

年度	大气污染物质		水污染物质	
	NO <sub>x</sub>	SO <sub>x</sub>	BOD	COD
2015	133	8	288	12
2016	87	6	284	16
2017	84	4	353	47
2018	89	9	380	30

#### 环境成本<sup>1</sup>

(单位：亿日元)

年度	工厂的环境活动费用	环境技术开发费用 <sup>2</sup>
2015	4	209
2016	3	216
2017	4	147
2018	5	138

\* 1 包含索尼本公司的电子业务关联企业的支出。

\* 2 企业研究所及索尼集团内的环境技术开发费用。

#### 索尼在华企业、工厂环境数据<sup>1</sup>

年度	能源 (吨二氧化碳)			合计	水 (立方米)		废弃物 (吨)		
	范围 1 <sup>2</sup>		范围 2 <sup>2</sup>		水使用量 <sup>3</sup>	排水量	废弃物产生量	回收量	填埋量
	非能源因素	能源因素	能源因素						
2015	1,963	7,775	179,844	189,562	1,047,163	768,593	8,623	7,814	0
2016	1,278	6,196	59,256	66,730	421,518	413,721	3,253	2,577	41
2017	251	5,150	56,301	61,702	359,031	363,187	3,618	3,091	36
2018	0	4,420	45,126	49,546	225,313	258,659	2,802	2,630	69

\* 1 按照索尼全球环境管理而分区，索尼在华企业数据包含了中国大陆和香港地区。

\* 2 温室气体排放分为直接排放（范围 1），基于电力或热力使用的间接排放（范围 2）。

\* 3 水使用量减掉水涵养贡献量。



## 社会

### 实现价值共创

索尼矢志成为一家对社会有价值的公司。索尼中国将责任理念、战略融入公司运营的方方面面，不断通过黑科技持续引领行业发展、向更多人传递 Kando（感动）、以及通过我们的产品和业务丰富他们的思想和心灵，用实际行动诠释“用创意和科技的力量感动世界”。同时，索尼中国关注员工发展与成长、为员工提供实现价值的舞台。索尼中国还充分发挥索尼的技术创新和资源优势，拓展与不同利益相关方的战略性合作，助力社区建设与教育发展。

## 科技创新

索尼的所有业务都以技术为基础。索尼存在的价值和意义，正是通过黑科技持续引领行业发展，令创作者以前所未有的技术手段表达创作意图，令消费者享受到不断升级的娱乐新体验，通过我们的产品和业务丰富他们的思想和心灵，传递感动。

创新是索尼的基因。围绕客户体验，索尼坚持“技术的索尼”理念，始终专注于技术创新，致力于用创意和科技的力量感动世界。为此，我们不断加速科技创新，在电子、娱乐和金融服务三大主要业务领域持续创造社会价值，积极树立全球创意娱乐领域的顶级品牌形象。

### 技术创新

索尼中国坚持科技创新，联合索尼品牌内外部的合作伙伴，将技术融入到内容制作、创意设计、产品研发等不同领域，持续开发连接创作者和消费者的产品，帮助创作者以前所未有的技术手段表达创作意图，令消费者享受到不断升级的娱乐新体验。在新的企业宗旨指引下，索尼黑科技致力于从两个方向分别接近创作者和消费者，帮助创作者实现梦想、为消费者带来感动。空间价值和时间价值成为索尼黑科技下一步的主攻方向。

在空间价值方面，索尼一贯追求真实融入的视听体验。



索尼 Bravia 画谛系列新旗舰  
8K HDR 液晶电视 Z9G



360 临场音效体验  
(360 Reality Audio)



WH-1000XM3 让音乐的  
“静”界空间随心而动

时间价值创造主要瞄准移动互联网时代人们对碎片化时间的敏感、对瞬间感动和当下体验的追求和依赖。索尼正努力开发更多在线的、交互的、实时响应的、具有现场感的产品和技术解决方案。



全画幅微单™ A7M3



黑卡® RX 系列



APS-C 画幅微单™ A6400



索尼不断将科技创新应用于产品设计的同时，积极参与业界设计评选活动，为客户提供前卫优质的产品。在 2018 年第二十七届北京国际广播电影电视设备展览会（BIRTV）上，UHC-8300 8K 系统摄像机荣获 BIRTV 大奖、SSVR 虚拟声场系统和 IP Live 现场节目制作系统荣获产品奖。在 2019 年第二十七届中国国际广播电视信息网络展览会（CCBN）上，UHC-8300 8K 系统摄像机荣获产品创新杰出奖、PXW-Z280 手持式摄录一体机荣获产品创新优秀奖。

2019  
iF 设计奖  
金奖

娱乐机器人“aibo”  
数字电影摄影机 CineAlta “VENICE”（MPC-3610）  
CL-N810 LED 电源灯

2019  
iF 设计奖

aibo 品牌设计 / 品牌设计奖  
“Hidden Senses”（潜隐感官）展览  
PXW-Z280/XDCAMTM 摄录机  
BRAVIA®RA9 系列电视  
HT-SF201 条形音箱  
IER-M9 耳机  
MDR-Z7M2 头戴耳机  
DMP-Z1 数字音乐播放器  
Xperia™ XZ3 智能手机  
SL-E1/SL-EG5/SL-EG2 外接固态硬盘

2019  
TIPA  
数码影像  
产品大奖

最佳 APS-C 画幅专业相机 - Sony α6400  
最佳大变焦紧凑型相机 - Sony RX100 VI  
最佳无反定焦远摄镜头 - Sony FE 135mm f/1.8 GM  
最佳无反专业镜头 - Sony FE 400mm F2.8  
最佳影像存储解决方案 - 索尼 SF-G 系列 Tough 规格卡

2018 年度  
数码影像  
产品大奖

索尼全画幅微单™ A7 III - 2018 年度最佳产品  
索尼 G 大师镜头 FE 24mm F1.4 GM- 年度最佳定焦镜头  
年度最佳固定镜头相机 - 索尼黑卡® RX100 VI  
索尼全画幅微单™ a7 III- 年度最佳中端可更换镜头相机



▲ 索尼自主型娱乐机器人 aibo



### 占领技术制高点 树立 OLED 行业新标准

通过对国内外消费环境的精准洞察与把握，索尼始终聚焦高端大屏市场，并不断利用自身在影视内容全产业链上的优势为 OLED 电视注入创新技术。2019 年，索尼（中国）发布两款 OLED 电视——A9G、A8G，代表了索尼在 OLED 电视领域的顶尖技术水平。这两款产品不仅可以满足消费者对于更大尺寸、更高影音体验的需求，为消费者提供充满惊喜的视听享受，还进一步推动国内 OLED 行业的发展。

在 2019 年的中国数字电视产业发展大会上，A9G 荣膺“2019 年十佳电视”奖项。这是中国消费者对索尼品质的一种认可，也是电视行业对索尼作为先驱品牌不断实现科技突破的一种鼓励，更是索尼赋予自己的以创新产品推动中国电视产业升级发展的一种使命。



### 本土化创新

秉承“全球本土化”运营策略，索尼高度关注中国市场，深度挖掘中国消费者的需求，坚持高端产品战略，在中国强力打造适合本地化发展的集产品企划、设计、研发、生产、销售和服务为一体的综合性运营平台，为中国的消费者带来更多具有创新性和高附加值的产品和服务。同时，索尼中国充分发挥自身在影像领域的技术优势及产业链解决方案能力，从产品、系统和业务运营等方面，为包括节目制作、教育、影院和娱乐在内的行业客户提供全方位的一体化支持。

案例

### 全新无纸化阅读产品助力文件作业流程数字化

2018年6月至10月，索尼相继推出两个版本的电子纸，分别为DPT-RP1和DPT-CP1。电子纸集传统纸张易用性和数字产品的诸多强大功能于一身，具有如纸般轻薄便捷、电子墨水屏易于读写、多种连接方式共享、大容量长续航等特点。在这一基础上，针对中国市场，索尼推出电子纸管理平台这一套行业解决方案。用户可以轻松、便捷地统一管理几百台电子纸设备，并可与各种业务系统进行快速集成，通过设备管理及互动、文档分发等诸多功能实现全新办公方式。

2019年，索尼还针对教育市场研发了电子纸智能考试平台，除原有功能外，还可完成考试计划、考生管理、考试监控、自动阅卷、成绩分析等工作，为信息化时代带来了更优越的阅读体验，也为高校、科研、商业等领域带来崭新的文件处理解决方案。

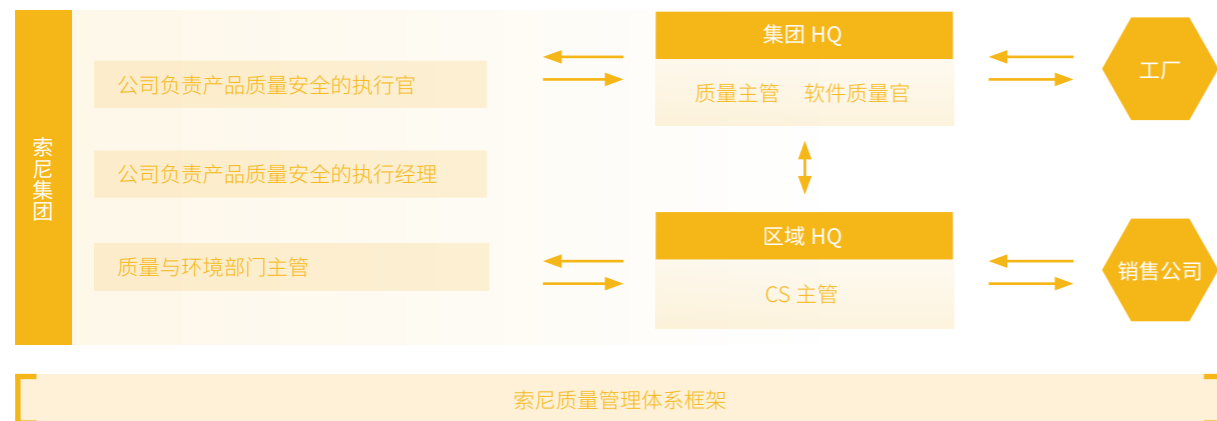


## 贴近客户

索尼坚持贴近客户，落实产品质量管理，不断提升服务质量，以扎实的客户体验满足客户多元需求，为客户提供优质、环保、安全的产品，为客户创造出“WOW”的惊喜和体验，以实际行动不断贴近客户、传递感动。

### 提供优质产品

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



## 奉献品质内容

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

### 索尼精选 Hi-Res

2018年，索尼全新上线“索尼精选 Hi-Res”高解析度流媒体音乐服务，开启亚洲领先、中国地区首家高解析度流媒体音乐服务，为消费者带来高品质与便携性的完美结合，开启音乐轻奢时代。“索尼精选 Hi-Res”音乐主打古典、爵士音乐，曲库来自于80余家国内外知名厂牌，致力于为用户提供同时确保“真实性”和“实时性”的高品质音乐内容。索尼公司力求建立更完善的音乐垂直生态系统，推广高品质音乐的同时，强化年轻用户群体的音乐版权意识，为用户带来从内容到硬件全方位的品质之选。

“索尼精选 Hi-Res”流媒体音乐服务，注重保护创作者的知识产权，连接了才华横溢的‘创作者’和爱好音乐的‘消费者’，向‘消费者’真实还原‘创作者’意图，最终传递‘Kando’。

——索尼集团高级副总裁兼中国副总代表  
索尼(中国)有限公司董事长兼总裁 高桥洋

### KOOV 可编程教育机器人

2016年，索尼开发了一款以STEAM教育为核心，致力于培养孩子编程能力的教学工具KOOV。KOOV是一款可以用模块自由拼搭出各种“造型”，通过“编程”赋予作品各式“动作”，让孩子们边玩边学的可编程机器人教育套件。在动手制作的过程中，培养孩子们的创造力、好奇心以及开拓未来的思维能力。KOOV形成了覆盖幼儿园到小学高年段的教程体系，学生通过不同年龄段的KOOV主题课程，由浅入深地体会机器人编程的魅力。2018年，KOOV青少年编程挑战活动覆盖全国130余所学校、5万余名学生，参加挑战的选手达到1,200人次。

“虽然这是我第一次学编程，但是App中的在线课程简单易懂，我一个人在家就可以学。我觉得我现在都可以教我爸爸来编程了。”

——KOOV用户



● ANIPLEX

2019年1月，索尼集团子公司 ANIPLEX 在上海正式成立安尼普（上海）文化艺术有限公司，进一步加强版权业务、开展官方商品企划及生产，并尝试开发中国本土 IP，满足中国消费者多样化及中国公司对内容的需求。



● 索尼娱乐业务

作为一家富有创意的娱乐公司，索尼的音乐业务已经发展了 50 年、电影业务 30 年、游戏业务也已经超过了 25 年。娱乐元素已经融入了索尼的基因。2018 年，索尼影视的《彼得兔》《太空旅客》《伸冤人 2》《毒液》等影片的票房和口碑都表现不凡，《蜘蛛侠 - 平行宇宙》荣获奥斯卡最佳动画长篇电影的桂冠！除电影以外，索尼影视电视公司在电视剧和电视节目制作方面也颇有成就，《风骚律师》《黑名单》《良医》都是耳熟能详的大作，《王冠》荣获艾美奖五项大奖。索尼 /ATV 拥有全球最丰富的音乐版权。无论你走到哪里，都会听到索尼 /ATV 的歌曲：广播、流媒体、电影、电视、广告，甚至是百老汇。作为全球著名唱片公司的索尼音乐，也在积极开拓华语市场、不断扩充艺人阵容。索尼音乐在亚洲签约中岛美嘉、初音未来、清水翔太、松下优也、周杰伦、杨丞琳、萧亚轩、黄渤、崔健、李宗盛等艺人。

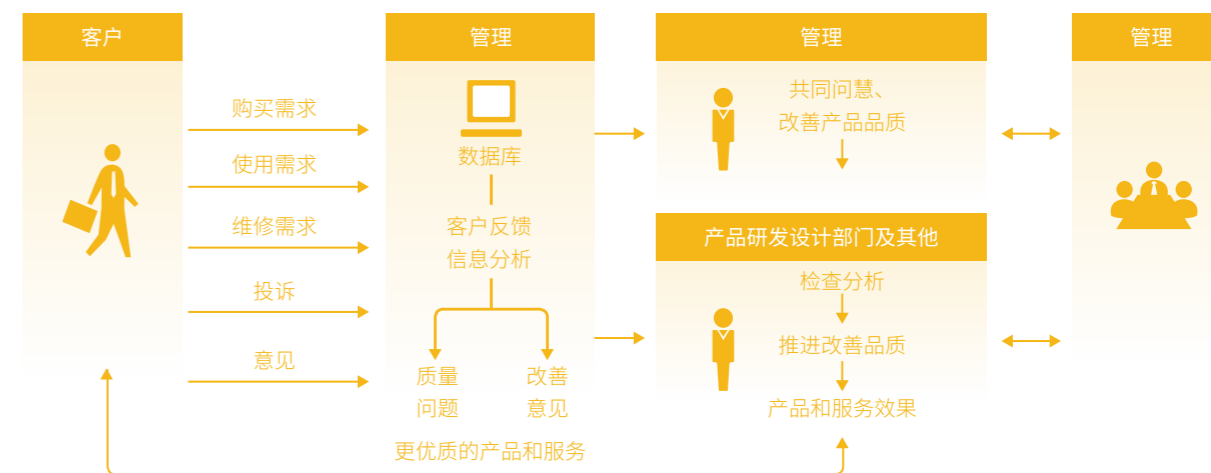


PlayStation®拥有索尼旗下最多数量的索粉。截至 2018 年 12 月 31 日，PlayStation®4 游戏机全球累计售出 9,160 万台，游戏软件多达 8.76 亿部。PlayStation™ Network 月活跃用户保持稳定增长，截至 2019 年 3 月 31 日已超过 9,400 万人。索尼互动娱乐一方面致力于将最好的软硬件游戏产品引入中国，一方面也积极培养本地游戏生态系，通过“中国之星计划”等项目帮助国内游戏开发团队创造具有国际水准的游戏作品，立足长远发展的同时向世界展示富有中国特色的游戏文化。

提升客户服务

索尼力求为客户带来贴心而周到的高品质服务，注重倾听客户的声音，关注客户实际需求，不断完善客户服务举措。索尼构建完备的售后服务管理体系、客户服务网点等多种渠道为客户提供贴心优质的服务，通过收集客户反馈信息，及时了解、分析客户需求，提升服务质量和客户满意度。

索尼（中国）通过社交网络平台（SNS）、网页问答（FAQs）、网络论坛等新媒体渠道分享产品信息；推进“神秘顾客”项目，由第三方调查机构的访客对服务进行体验和评估，通过持续的服务监控，跟踪各网点的服务改进执行效果，客观评估服务改进措施的有效性，以落实服务管理科学化；开展 NPS（净推荐值）项目提升客户服务水平，通过邀请接受过索尼服务的最终用户对服务进行打分，以此衡量用户对于服务的满意程度并发现用户最新需求。



索尼全球客户服务体系

索尼一直坚持从用户角度出发，为用户提供安心与便利的服务。截至 2019 年 3 月底，索尼在中国多省市设立了 81 家索尼特约维修站，方便用户进行产品维修。2019 年 3 月，在经过一系列的形象改造和服务优化后，索尼服务体验中心上海旗舰店开始营业，不仅以全新设计为顾客营造了时尚且舒适的服务环境；在服务内容上，依托 Sony Store 直营店的优势，在进一步强化对各类索尼民用产品的基本服务支持的同时，基于广大顾客的需求，创新性地推出了“站内服务预约”“修复产品送返”“个人音频类产品当天修复（更换式维修）”“索尼用户优惠购机”等全新服务项目，以实际行动兑现顾客承诺。



▲ 索尼服务体验中心上海旗舰店



索尼影像交流中心是为广大索尼数码影像产品用户和摄影爱好者提供产品体验、交流和售后服务的专属空间，改变以销售为目的的门店职能，提供全品类、专业、无压力的自由体验环境，为广大用户提供新品展示、影像拍摄培训、摄影讲座、保养、维修等多样化服务。截至 2019 年 3 月底，索尼在中国建立了 11 家索尼影像交流中心。

### 案例

#### 因“感动”相聚 索粉派对激情点燃索尼 EXPO

2018 年 4 月，Sony EXPO 魅力赏后，索尼粉丝们的专属年度盛会——索粉派对在 Sony Store 所在的成都来福士举行。来自全国各地的索粉欢聚一堂，共同感受索尼带来的科技前沿魅力。活动中，索粉们用影像、照片、沙画等不同形式，分享着自己的索尼产品收藏，讲述着自己与索尼之间的独特故事，也表达了自己不变的索尼情怀。

索尼将继续根植中国市场，通过与粉丝建立更为紧密的交流互动，增进对中国用户的了解，设计出更加契合中国“索粉”心中的高品质科技产品，回应广大索粉们的期待，与索粉们一起创造更多感动。

“广大‘索粉’不仅仅是索尼产品的忠实用户，更是索尼产品和服务创新的内在动力，是索尼最为珍贵的财富。”

——索尼集团高级副总裁兼中国副总代表  
索尼(中国)有限公司董事长兼总裁 高桥洋

## 注重信息安全

索尼中国注重信息安全，坚持保护客户信息，全球全体董事、高级管理人员及普通员工都严格遵守《索尼全球信息安全政策》，并接受集团首席信息安全官以及信息安全与隐私组织的领导和监督。2018 年，索尼中国未发生客户信息泄漏事件。

### 严格限制访问权限

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

### 开展信息安全培训

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

### 信息安全系统检查

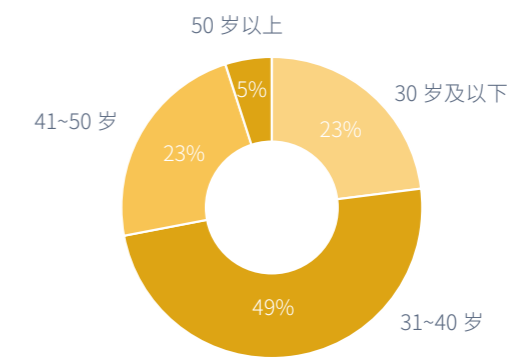
索尼(中国)对所有公司信息安全系统定期进行检查，并在第一时间对安全漏洞和风险点进行修补和处理。此外，每年实行两次为期 30 天的信息保护提醒，强化员工的信息保护意识与行为。

## 员工关爱

员工不仅是索尼中国的创造主体，更是成就公司长期发展的重要基础。为此，索尼中国致力于卓越人才培养，将人才发展作为企业可持续发展的动力，保障员工权益，不断完善人才晋升激励机制，呵护员工身心健康，关注员工工作与生活，营造多元化的企业氛围；畅通言路，促进民主沟通；搭建全方位的人才培养体系，积极拓宽员工职业发展平台，助力员工实现自我价值。

### 保障员工权益

索尼中国遵守中国相关法律法规的规定，坚持公平、公开、平等的招聘原则，反对歧视，坚持同工同酬制度，杜绝使用童工和强迫劳动，全力构建包容、开放的就业环境。2018 财年，索尼(中国)拥有在岗员工 1,344 人，新招聘员工 195 人，劳动合同签订率和社会保险覆盖率均达到 100%，本地化员工比例达 92%。



索尼(中国)员工年龄结构

索尼(中国)员工绩效数据表

指标	2018 财年	2017 财年	2016 财年
男女员工比例(女:男)	1:1.45	1:1.45	1:1.44
中高层管理人员的男女员工比例(女:男)	1:2.43	1:2.74	1:2.27
员工流失率	10%	8%	11.6%
少数民族员工占员工总数的比率	4%	3%	3.4%

### ● 平权

遵照联合国“世界人权宣言”、国际劳工组织(ILO)“基本人权公约”等国际标准，索尼中国在《员工手册》中加入相关条目，明确“任何员工不得因种族、性别、信仰、国籍、年龄、伤残情况及与公司和索尼集团公司合法的商业利益无关的其他因素歧视、压制任何实体”，并努力防止职场中的权力暴力。此外，通过开展《索尼集团行为规范准则》的培训，对员工进行平权教育。2018 年，索尼数字产品(无锡)有限公司举办两次培训，5,758 名员工参与其中。



### ● 人才多样性

索尼中国在招聘和选拔流程上公开、过程上透明公正，严格遵守相关反歧视的法律法规，保障女性员工的平等就业权利。2018 年颁布了《招聘管理规定》，明确规定岗位说明书的填写，应遵守可适用的法律法规、用语应清晰与准确，禁止出现与“就业歧视”相关的文字、表述和准入限制，诸如，性别、民族、社会身份、语言（口音）、风俗习惯、健康状况、政治面貌、户籍、年龄和身体特征等。另外对于招聘要求也有明确的隐私保护和就业公平规范：“在对外招聘广告发布和岗位职责说明书中，不限定性别或性别优先”。

除上述规定外，索尼中国也积极组织对业务和用人经理的无歧视和面试技能培训，以保证招聘中的公平性和提升候选人体验。2018 年，索尼数字产品（无锡）有限公司开始雇佣残障人士作为正式员工。在 2018 年，已经招募 9 名员工。这些员工被安排在技术、平面设计、行政等适合他们的岗位。同时，公司也在招聘流程、入职培训、集体融入等各方面为他们量身定制，让他们实现自身价值。公司为残障人士融合就业所做的努力也获得了国际劳工组织全球商业与残障网络中国分支的认可。公司于 2018 年申请加入并通过考察，于 2019 年成为了该组织的正式会员。

### ● 薪酬福利

索尼中国全力推进科学化、规范化的薪酬管理体系，优化休假制度，为全体员工足额缴纳五险一金，提供具有竞争力的薪资福利。在此基础上，为进一步激发员工工作热情，以“公平不等于均等”为原则，建立全面的绩效考核制度。每年，根据 CPI 指标数据、公司效益等作为参考进行薪资调整。2018 年，以目标管理考核方法进行员工绩效年度考评，并对目标管理评价等级和奖金发放系数进行调整，提高员工积极性，保障员工高品质的职业生活质量。

多年来，索尼（中国）通过持续建设完善员工满意度调查平台，倾听员工声音。“Be Heard 2018”作为员工意见反馈系统的完善更新版本可实现员工的意见收集功能。根据员工的反馈意见，索尼（中国）仍然聚焦“创新”“绩效与奖励”“运营效率”三大领域制定员工满意度提升策略。

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

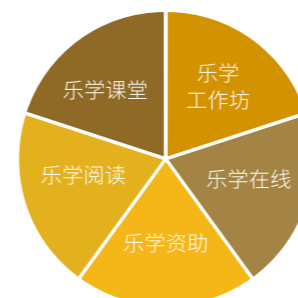
### ● 民主管理

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



索尼（中国）Be Heard  
2018 员工参与度  
**99.2%**

### 助力职业成长



五大学习引擎

索尼中国为员工提供平等的发展机会和明晰的职业发展路径，健全培训体系，激发员工潜能和创造力，确保人尽其才、才尽其用，实现员工价值和企业价值的共赢。

索尼（中国）以打造综合发展平台的方式，为员工提供职业学习路线图，开设数字图书馆，持续优化升级乐学课堂、乐学工作坊、乐学阅读、乐学在线以及乐学资助五大学习引擎，并将员工个人发展需求与公司多元化、国际化的资源平台相结合，助力员工职业发展。索尼中国每年会对所有的带人经理进行人员发展路径、辅导下属和职业发展对话等方面的培训，并通过向员工分享如何制定个人发展计划、学习发展路径、学习资讯及培训信息等，不断激发员工的学习和职业发展的主动性和积极性。

除了每年引进各种课程外，索尼（中国）邀请资深员工和外部专家进行分享交流。2018 年，索尼（中国）举办了《新入职大学生项目》《与新生代员工携手共赢工作坊》《如何成为一个好故事家》等活动。2019 年，数字图书馆即将升级并推出微信端，员工将能更便捷地获取阅读信息，并在微信平台进行分享互动，自由享受数字图书馆带来的自主学习乐趣。

索尼（中国）十分重视员工的能力发展，并积极营造愉悦的学习环境。公司的培训课程不仅帮助员工胜任目前的工作岗位，还引导员工为把握未来的发展机遇做好准备。根据业务要求及岗位胜任力要求，年度培训计划建立在年度员工能力素质考评分析的基础之上，根据不同级别和对象设定每年优先进行的培训项目。

### 案例

#### 索尼（中国）荣获两项雇主品牌行业大奖

凭借和谐团结的工作氛围、多元化的员工福利、不断完善创新的人力资源政策及制度，以及在人才关怀上的积极举措，索尼（中国）在中国市场上的领先业绩、业务增长和持续发展，荣获了人力资源领域的两项行业大奖：连续第三年荣获前程无忧授予的“中国典范雇主”之“员工关怀策略典范”，首次荣膺智联招聘颁发的“2018 中国年度最佳雇主”奖项。



▲前程无忧“中国典范雇主”之“员工关怀策略典范”奖杯



▲智联招聘“2018 中国年度最佳雇主”奖杯

“人力资源持续助力业务创造价值，持续的人才吸引、管理及保留策略、多样化人才关怀手段、员工“Be Heard”等满意度调研的深化落实，使得优秀人才能自由豁达地工作，获得更快更广的发展空间。同时，我们也希望给更多优秀人才不断创新、创造自身职业发展的舞台。”

——索尼（中国）有限公司  
人力资源本部副总裁 金燕敏



案例

### 上海索广电子有限公司推动员工海外工厂学习活动 拓展员工视野

为鼓舞制造人员、开拓现场管理人员的视野，提升创新力/创造力，2018年11月，上海索广电子有限公司实施了海外见学计划，系统地见习了四个工厂，聆听各工厂人员对流水线进行的详细说明。此外，公司还组织参观了可容纳600名技术人员的设计中心。在日本见习期间，员工对索尼的历史、技术覆盖领域等都有了直观的认识，有力地推动了未来相关工作的开展。



▲上海索广电子有限公司员工听取工厂介绍

案例

### 索尼精密部件(惠州)有限公司校企合作创新举措——技术人才育成索尼班

为进一步深化校企合作，拓宽合作范围和深度，以及人才培养体制构建，2018年9月，索尼精密部件(惠州)有限公司携手惠经学院信息工程学院、汽车与机械工程学院开展“索尼班”技术人才育成校园宣讲会，共计500名学生参与。截至2018年底，索尼班成功开课2次，有力地提升了育人的针对性和实效性以及高技能型人才的培养质量。



▲“索尼班”技术人才育成校园宣讲会

## 守护健康安全

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

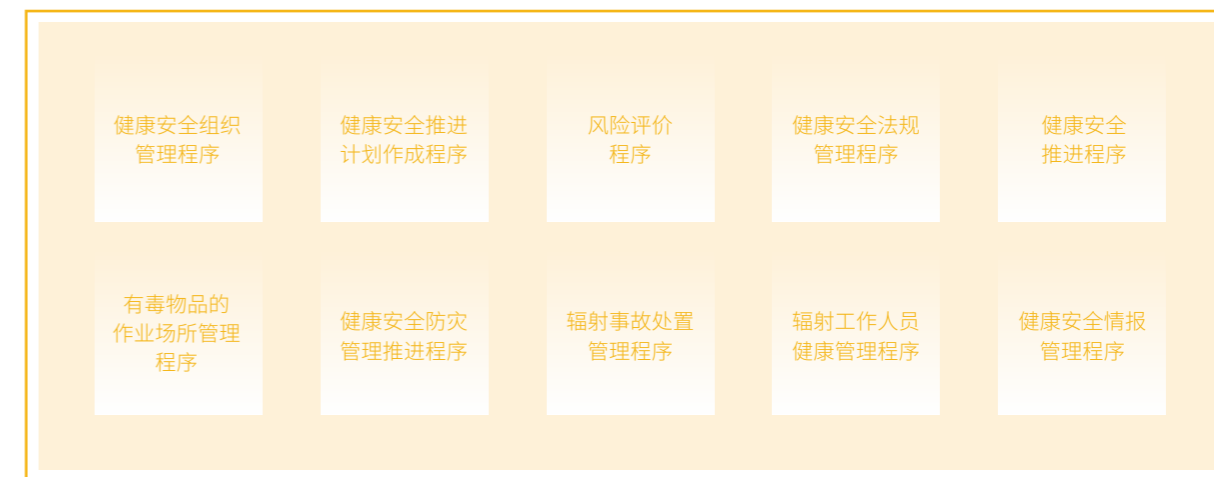
### ● 职业健康安全

为贯彻索尼集团安全卫生理念和实施计划，索尼中国成立地域安全办公室，并建立由在华企业安全卫生负责人构成的委员会，持续推进安全卫生管理体系 OHSAS 18001 的完善。同时，开展职业健康教育，定期组织体检并建立员工健康档案。2019年起，索尼中国开始设定安全卫生中期目标，安全卫生活动的重点从制造企业，扩展到非制造企业。



索尼集团安全卫生基本理念和愿景

自2016年起，以制造企业为中心，索尼中国组织召开了安全卫生担当者参加的安全部会。通过开展惊吓活动、安全点赞活动、电动车安全体验活动等员工直接参与型的活动，提高了员工的安全意识，并导入5WHY分析法彻底进行了劳动灾害原因分析。



上海索广电子有限公司职业健康安全规定



## 案例

## 5WHY 分析方法助力劳动灾害减少

为持续强化员工灾害意识，有针对性地减少劳动灾害，索尼中国导入了在品质改善中经常被使用到的“5WHY 分析”方法对劳动灾害原因进行深入分析。

以 2018 年发生的劳动灾害为对象，运用 5WHY 手法 100% 实施了原因分析。为了让员工都能够掌握 5WHY 手法，还针对各企业担当者实施了学习会，提高了大家的分析能力。



▲ 5WHY 分析学习会参加者

## 案例

## 推进夏季安全活动 降低业务灾害的发生

中国地区在过去的劳动灾害数据分析的基础上，发现了 60% 以上的事容易在夏季和秋季发生的特征。针对夏季容易感到疲劳这一特征，从 2018 年起，以所有的制造企业为对象实施了夏季安全活动。其中，安全口号活动的参加率达到了 96%，以工作组为单位参加的安全健康活动的参加率达到了 99%，惊吓活动（Near Miss）的新参加者率超过了 30%。在全体活动实施期间，无任何劳动灾害发生。



▲ 索尼数字产品（无锡）有限公司夏季危险预知活动

## 案例

## 开展健康安全培训 传播职业安全知识

2018 年 4 月，上海索广映像有限公司联合上海市五进健康宣教中心为员工开展了主题为“珍惜生命，关爱健康”的紧急救护及健康安全培训讲座，内容包括心肺复苏救护知识、慢性病的防治、职业病的种类及预防方法等，帮助员工掌握了基本急救、自救、互救的技能，增强了员工在面对意外事故和危重疾病发生时的应急处置能力，同时提升了员工对疾病预防的意识，切实保障了员工的健康和安全，对安全生产工作起到了良好的推动作用。



▲ 上海索广映像有限公司紧急救护及健康安全培训讲座



▲ 索尼数字产品（无锡）有限公司消防演练



▲ 索尼精密部件（惠州）有限公司消防训练

## ● 身心健康

索尼中国坚持“健康第一”的原则，不仅关注员工所处工作场所的安全卫生，更主动贴近员工，关注员工身心健康，通过员工帮助计划（Employee Assistance Program, EAP）为员工提供心理咨询和疏导，帮助员工身心得以健康发展。

## 共享美好生活

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



▲索尼（中国）家庭日活动



▲索尼数字产品（无锡）有限公司员工休息室



▲索尼精密部件（惠州）有限公司环保亲子活动



▲上海索广映像有限公司体育节



▲索尼精密部件（惠州）有限公司 The color run 活动



▲索尼数字产品（无锡）有限公司羽毛球俱乐部交流赛



▲上海索广映像有限公司参加“爱建信托杯”上海（浦东）2018年首届中外企业赛艇挑战赛



▲上海索广电子有限公司女职工团建拓展活动

## 回馈社区

在“为了下一代”的企业社会责任理念指导下，索尼利用自身在产品、内容、技术、员工等方面的优势，以及通过与利益相关方合作，在业务运营所在地开展社区公益活动，支持教育发展，不断催化青少年的创新思维，开展环保公益活动，志愿服务社区，为建设更美好的社会贡献积极力量。同时，结合联合国可持续发展目标，索尼致力于利用专业优势解决各种全球性问题，例如，对 STEAM<sup>1</sup> 领域提供教育支持，在重大灾害中提供紧急救助，利用技术解决社会问题，以及利用娱乐的力量提升公众意识。

### For the Next Generation

在“为了下一代”的企业社会责任理念指引下，索尼致力于解决各种社会问题。



### 索尼社区公益活动指导方针

<sup>1</sup>对科学、技术、工程、艺术、数学领域的首字母缩写





## 支持教育发展

教育是社会发展的基石，一直以来，索尼中国坚持通过企业自身所长，为孩子们提供良好的学习环境，培育他们的好奇心和探索精神，帮助他们全面发展。另外，索尼积极开展与高校、社会公益机构的广泛合作，支持教育行业发展。

### ● 索尼探梦

索尼秉承“以技术贡献社会、以科技推动人类社会发展”的经营理念，2000年出资并支持建立“索尼探梦”科技馆，运用数码、IT、音视频等领域的先端技术，注重科普教育的趣味性与互动性，帮助中国青少年亲身体验科学神奇、了解科学意义，激发并培养他们对科学的浓厚兴趣。

为更好地将科普资源回馈给大众，让更多的青少年体验到科学的趣味与快乐，“索尼探梦”将科普资源进行高度整合及创新，利用强大的AR与4K技术拍摄了国内首创的4K超高清《探梦实验室》系列科普短片，以生动的情节结合生活中的实际体验，融合趣味的科学实验，深入浅出地阐述其中的科学原理。2018年7月，“索尼探梦”拍摄了宇宙系列4K超高清教学视频，免费在网上播出，让更多的青少年足不出户也能学到编程知识。



▲ “索尼探梦”活动现场

截至2019年3月31日，“索尼探梦”科技馆已累计接待游客

**2,660,577**人

累计惠及

**540**所边远地区学校，师生**266,022**人

科普万里行活动足迹遍布30余座城市，

惠及**116,498**人

### 案例

#### 爱满星空 放飞梦想——“索尼探梦”拥抱孤独症患者

2019年3月，“索尼探梦”联合索雅音乐以及康纳洲孤独症家庭支援中心，举办了“爱满星空，放飞梦想”主题公益活动。关注孤独症患者的社会各界人士探索如何利用索尼丰富的科普、娱乐资源与康纳洲深厚的专业经验为孤独症患者提供更贴心的支持，用葱郁的生命力，浇灌孤独症患者的心田。“索尼探梦”将索尼KOOV教育编程机器人豪华版套件提供给康纳洲进行实验教学，希望患有孤独症的孩子通过动手制作的过程，培养创造力、好奇心，以及开拓未来的思维能力。



▲ 康纳洲孤独症患者表演小乐器韵律操《我们相逢在一起》



▲ 康纳洲中国鼓队带来表演《歌声与微笑》



### ● 索尼“梦想教室”

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

2018年，索尼“梦想教室”在全国21个地区的学校开展“世界因你而美”主题活动，为众多偏远贫困地区学生放映电影，让实践地的孩子们认识世界及自然之美。同时，邀请高校大学生联手索尼支教项目，为偏远地区的孩子们筑梦圆梦。



▲ 2018 索尼“梦想教室”颁奖现场

截至2018年，索尼“梦想教室”六年累计

支持 **40** 所高校参与

在全国 **93** 座城市建立 **156** 间索尼“梦想教室”

**1,806** 名大学生直接参与

开展 **26,000** 余课时的梦想课堂

影响近 **108,000** 名中小学生和 **8,400** 余名教师

“从大的方面来说，索尼公司用自己的专业特长，整合公司的资源力量，到科技相对贫困的地方开展公益活动，适应了我国经济社会发展的需要，精准智力扶贫。作为一项公益精品项目，它在共同推进我国教育发展的过程中，一定会发挥积极的助力作用，意义深远。”

——教育部社科中心党建思政  
研究处处长 朱喜坤

### 案例

#### “梦想教室”走进湘西 索尼助力教育扶贫

2018年9月，索尼“梦想教室”来到湖南邵阳市，并落户城步苗族自治县丹口镇中心小学，助力教育扶贫。索尼希望凭借自身科技优势，贡献企业力量，为孩子们提供更多样化的学习方式和更优质的学习条件。

索尼捐赠了投影仪、音箱、笔记本电脑、探梦科普课件等相关配套的教学软硬件资源，以及乒乓球、羽毛球、足球等体育用品。此外，“索尼探梦”的实验表演队伍，为孩子们呈现了一场精彩纷呈的科普大秀。实验员以生活中简单易得的素材，巧妙地在知识中融入趣味，带来神奇震撼的“悬浮保龄球”和马力十足的“气球火箭”等表演，孩子们更是掌声不断、惊叹连连，在捧腹大笑中不知不觉已掌握科学道理。

“希望索尼‘梦想教室’和探梦科普表演能为城步的孩子们带来更多欢乐、增加知识、构筑梦想。”

——中国外商投资企业协会副会长 李玲



▲ 索尼“梦想教室”走进湘西



## 开展环保公益

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

### 案例

#### 上海索广映像有限公司助力垃圾分类 传递环保理念

2018年12月，由上海索广映像有限公司持续赞助的“斜土·索广·南洋初杯”头脑奥林匹克环保系列活动在上海市南洋初级中学举行，上海索广映像有限公司员工志愿者们将索尼的环保理念更广泛地向下一代传递。通过该项活动使同学们能够结合生活实际，牢固树立环境保护的责任意识，并通过垃圾分类知识宣传和互动游戏向家庭和社区传递低碳生活的环保理念，志愿者们对大家的错误垃圾分类进行耐心的讲解，帮助家长、孩子们更直观地理解垃圾分类对环境的重要性，使每一位参与者都能正确进行垃圾分类，为城市垃圾分类的实施提前助力。



▲索尼数字产品（无锡）有限公司环境启蒙教育十周年纪念活动合影



▲索尼精密部件（惠州）有限公司环保剧走入校园

#### ● 索尼“绿色征程”

“绿色征程”是索尼中国自2017年起启动的环保公益活动，通过分享索尼在环保领域的技术和经验积累，呼吁更多青年群体关注环保议题，为全社会培养青年环保先锋力量。“绿色征程”索尼大学生环保营活动旨在通过工厂绿色管理实践、生物多样性专家授课、实地考察绘制绿地图等一系列丰富多彩的活动，加深大学生的环保理念及提升环保实践能力，并通过青年群体的力量号召更多人士关注环境，推动环保事业发展。

### 案例

#### “绿色征程”环保先锋训练营 零距离体验绿色管理

2018年11月，索尼（中国）在广东省惠州市举行2018“绿色征程”索尼大学生环保营，通过层层筛选中山大学、华南理工大学等10所高校的大学生环保团队代表来到索尼精密部件（惠州）有限公司进行参观和学习交流。

活动中，索尼的何旭东老师带领大学生就索尼电子产品化学物质管控等方面进行主题工作坊交流，分享索尼公司如何严格按照索尼化学物质管理技术标准《零部件和材料中的环境管理物质管理规定（SS-00259）》管控电子产品中各个零部件的化学物质，尽可能减少环境污染和负面影响。在老师的指导下，大学生们需要根据物料清单亲自动手拆解指定产品零部件，对于化学物质管控有了更清晰直观的认知。

“索尼是一家关注生态环境、有情怀的企业，让人充满敬意。参加‘绿色征程’索尼大学生环保营活动的收获之一是对企业如何在生产经营中坚持环保理念有了更清晰、更完整的认识，拓展了我的环保知识储备。同时，我们也很珍惜和同样关注环保的大学生同场竞技交流的宝贵机会。”

——华南师范大学学生 林景彬



▲“绿色征程”索尼大学生环保营





### 贡献社区发展

志愿者文化已成为索尼中国企业文化的基因，通过志愿服务，将企业的战略目标与员工个人目标相结合，不断推动在华公益事业的发展。秉承“植根中国、长远发展”的承诺，以及“以技术贡献社会”的发展理念，索尼在中国充分发挥自身优势，启动“索尼青年摄影师发展计划”，推进摄影文化的普及和发展，开展“志愿者公益周”系列活动，为社会各界带去爱和温暖。

#### 案例

#### 青年摄影师发展计划 助力中国摄影人才发展

为在中国青年摄影师群体中推广与普及影像文化，2015年索尼（中国）启动了“索尼青年摄影师发展计划”项目。该项目旨在发现更多优秀的中国青年摄影人才，以提供影像器材、资金以及提供摄影支持与指导的方式助力他们完成摄影创作梦想，同时邀请了业界知名专家及各大高校摄影专业教授组成评委会负责此项目的遴选。4年间，累计14,564人参与投稿，共收到231,895张投稿作品，超过74位青年摄影师入选。



▲《西北以北》| 吴凡摄

“项目《西北以北》是我对故乡（甘肃）这片土地的一次深入的探寻，通过对人物、景观、环境、地貌等一系列的记录从而探讨故乡人的生存状态与自然环境之间的关系。我以摄影这样一种方式介入，通过镜头的语言再次回望故乡的模样，独自行走在故乡的土地上，眼含泪水，爱的深沉……”

——摄影师 吴凡

上海索广电子有限公司开展重阳节敬老慰问活动



索尼数字产品（无锡）有限公司联合举办“心聆感影”为盲人讲电影活动



上海索广映像有限公司开展“国学阅读、秋风送爽”公益活动



索尼精密部件（惠州）有限公司毕业生职业生涯指导与规划辅导课



#### 索尼志愿者公益周

2019年4月，索尼的员工和索粉志愿者共同奔赴云南鲁甸，不仅为黑寨小学的师生带去索尼教学设备，还开展了教学、家访、包饺子等活动，身体力行地奉献爱心。志愿者们针对学生年龄偏低的特点，采用更灵活的教学方式，增加课程趣味性。课程丰富多彩，包括舞蹈、手工美术、生理卫生、科学实验、人文地理等，并特别加入索尼 KOOV 编程学习，令黑寨小学孩子们感受到科技与创意带来的乐趣，激发他们的创意思维，培养科学梦想。通过索尼志愿者公益周活动，让更多人了解到索尼的企业社会责任理念和实践的同时，增加了员工凝聚力。



▲索尼员工和索粉志愿者在云南鲁甸开展公益周活动



## 治理

### 筑牢发展根基

“用创意和科技的力量感动世界”是索尼的企业宗旨。“植根中国、长远发展”是索尼对中国的长久承诺和在华业务拓展的宗旨。自创业以来，索尼中国寻求技术的突破和发展，竭力帮助创造者实现梦想、为消费者带来感动。尊重多样性、创新、利益相关方的参与和伙伴关系是索尼集团可持续发展的基本原则。因此，我们以利益相关方的诉求及期望为基础，制定全面的可持续发展计划，在教育、环境等社会公益领域开展社会责任实践活动，为促进中国社会和经济的发展做出长久贡献。

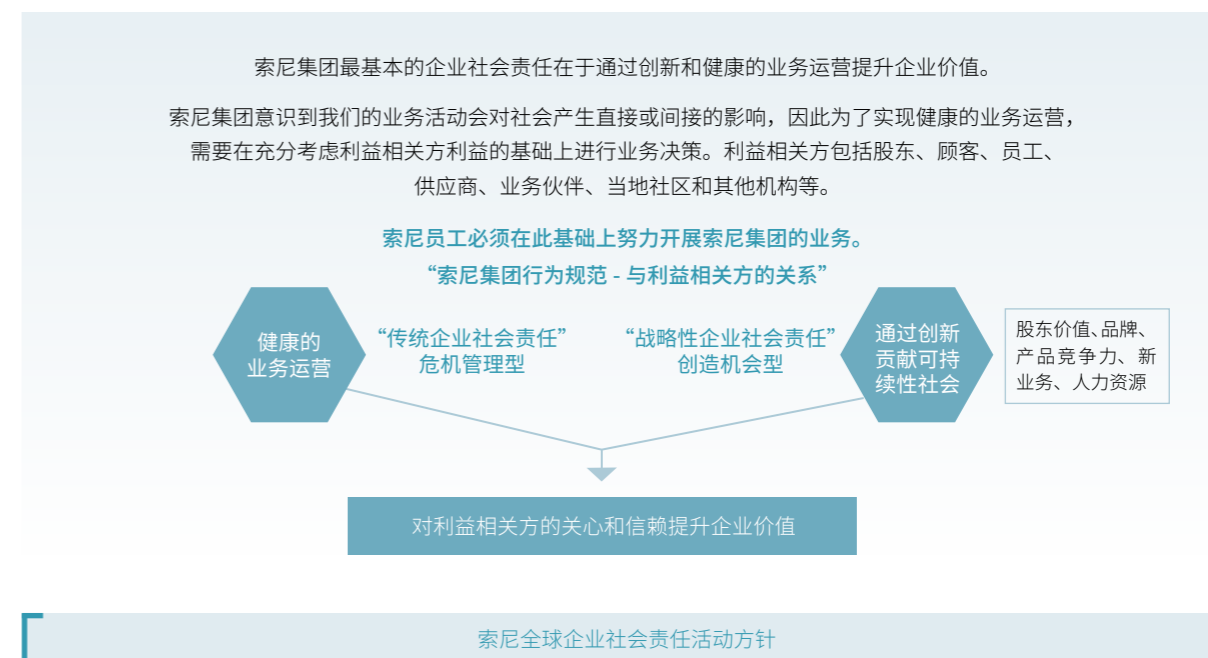


## 责任管理

长期以来，索尼在中国坚持贡献社会经济的可持续发展，不断完善企业社会责任工作体系，加强内、外部企业社会责任的管理与沟通，携手利益相关方有序推进社会责任工作。

### 责任理念

《索尼集团行为规范准则》和索尼全球企业社会责任活动方针是我们社会责任领域工作开展的基础。长期以来，索尼恪守“植根中国、长远发展”的长久承诺，统筹经济、社会和环境价值，持续创新和完善商业模式，不断提高企业价值，贡献社会经济的可持续发展。



“为了下一代”是我们立足自身产品与发展所制定的责任理念。因此，我们以此为指导原则，不断丰富社会责任实践内容，在环保、教育等领域，贴近中国社会发展和公众日益增长的各类需求，积极开展并投身于多种社会责任活动，矢志创新，形成了富有企业特点的社会责任推进原则和思路，为社会的全面、协调、可持续发展贡献自身力量。

作为索尼全球的组成部分	作为在中国运营的跨国公司	作为追求卓越绩效的企业	作为追求可持续运营的公司
<ul style="list-style-type: none"> <li>传承索尼集团的企业社会责任战略、方针、政策</li> <li>反映集团统一的要求和行动</li> <li>体现索尼集团思想在中国的落实和最佳实践</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>秉承“植根中国、长远发展”的宗旨</li> <li>结合中国可持续发展背景</li> <li>关注中国重点责任领域</li> <li>符合中国特点,满足本地需求</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>将企业社会责任管理融入采购、产品设计、生产、营销、服务等各环节</li> <li>将企业社会责任与索尼文化结合</li> <li>使企业社会责任与总体战略和商业运营保持统一</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>关注和回应全球企业社会责任热点议题</li> <li>建立前瞻、长期的企业社会责任规则</li> </ul>

索尼中国企业社会责任活动遵循的原则和思路

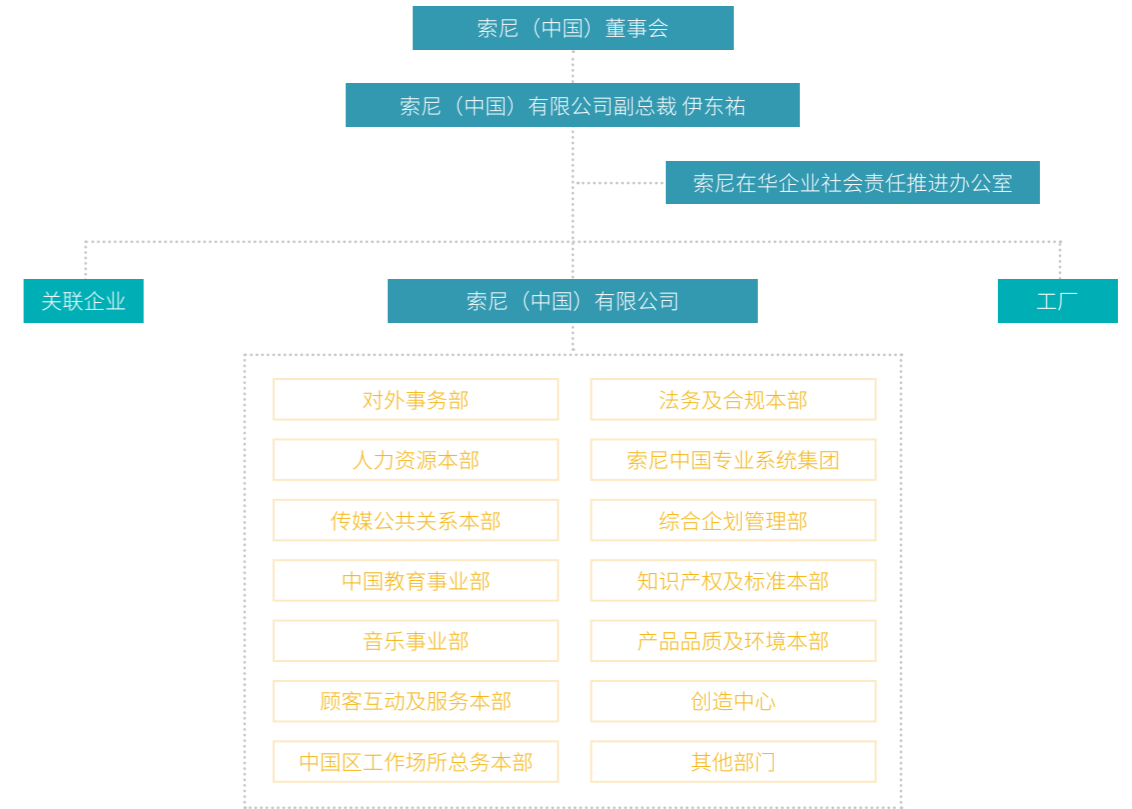
### 责任战略

以“一个索尼”为中心,索尼中国始终追求企业社会责任和业务的可持续发展。在这一理念指导下,我们积极推行公司治理、合规、员工、负责任采购、产品质量与服务、创新、环境、社区等企业社会责任议题。同时,与利益相关方保持密切的沟通,充分了解利益相关方的期望,并通过开展有针对性的实践做出回应。

公司治理	合规计划	平权
创新	员工	责任采购
产品质量和服务	环境	社区

### 管理机制

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



责任管理架构

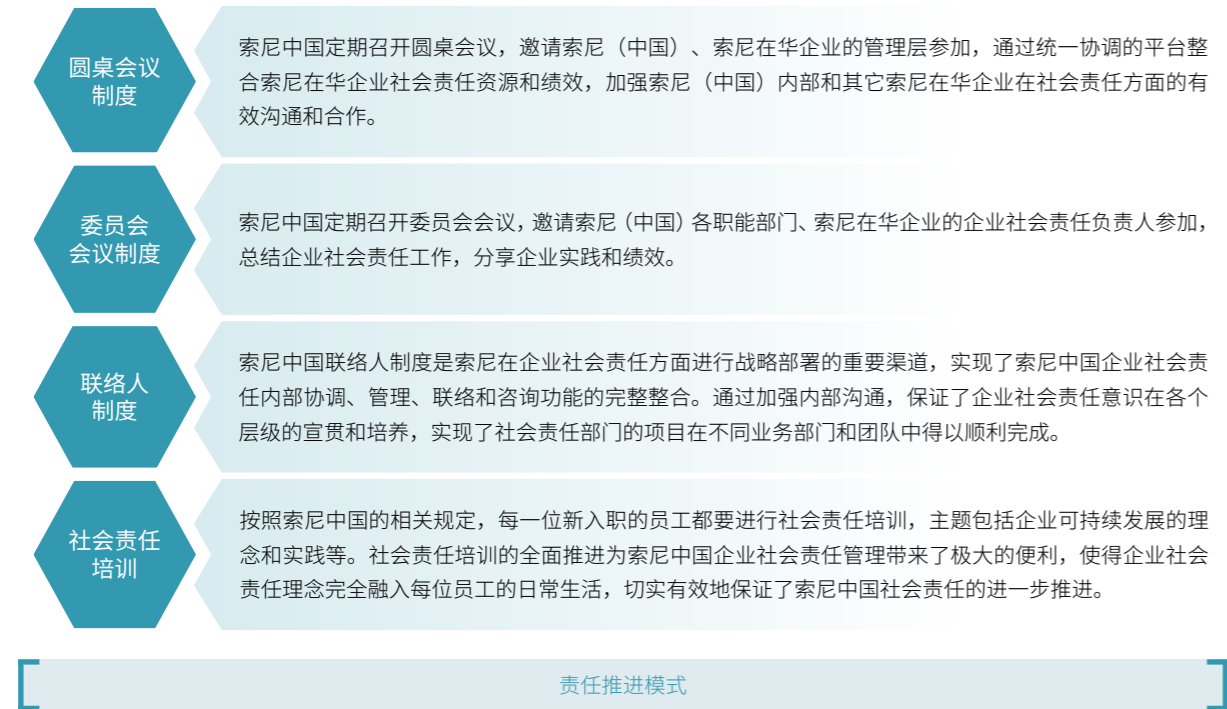
结合中国可持续发展背景,索尼中国关注在华核心责任领域,建立了独有的企业社会责任管理系统,通过定期的内部管理层和负责人沟通机制,致力于将社会责任融入企业日常运营中,不断提升员工的社会责任意识,提升企业社会责任实践水平。



责任管理模型



此外，索尼中国积极探索责任管理和推进模式，建立了定期召开管理层和负责人不同级别的会议制度、联络人制度、社会责任培训相结合的责任推进模式，不断创新社会责任管理实践，重视与利益相关方的沟通和对话，在履行企业社会责任的基础上实现企业的可持续发展。



案例

索尼在华企业召开首次企业社会责任委员会会议

2019年4月，30余名索尼在华企业及索尼（中国）的企业社会责任工作代表齐聚北京，召开索尼在华企业的第一次企业社会责任委员会会议，探讨新形势下CSR工作面临的机遇和挑战。在索尼（中国）有限公司副总裁伊东祐先生的领导下，索尼在华企业社会责任团队每年定期总结回顾聚焦环境、员工和社区活动三项议题，探索协调利用在华共同资源制定企业社会责任策略并设定相关的活动考核目标。

未来，索尼将通过委员会会议，整合梳理索尼内部资源，发挥One Sony优势，开展丰富多样的活动，在为社会大众带来WOW的体验的同时，积极为当地社区做出贡献，更好地助力公司中长期目标顺利达成。



▲ 索尼（中国）有限公司副总裁伊东祐先生发言



▲ 2019 企业社会责任委员会会议合影

利益相关方沟通

结合可持续发展相关议题，分析国际和国内社会责任标准、国家及地方政府政策要求，对标行业社会责任先进企业，结合企业发展战略和规划，索尼（中国）按照重要性和优先性，通过议题识别、议题优先级排序、议题审核等流程，识别并筛选出索尼（中国）和利益相关方都关注的实质性议题。按照“对利益相关方评估和决策的影响”和“经济、环境和社会影响的重要性”两个维度，对实质性议题进行重要性排序，形成实质性矩阵，并致力于将这些议题融入企业社会责任理念和行动之中。





此外，索尼中国高度重视本地化运营，与不同利益相关方建立了常态化、特色化的沟通渠道和机制，通过分享经验、交流做法，深入理解各方关注重点与诉求，共同寻求应对社区和环境问题的最佳解决方案。

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

## 公司治理

严格遵守商业道德标准以及信守合规是索尼企业文化的根基。在中国，索尼恪守经营相关的一切法律法规，同时，在各类商业活动中，执行公司治理和商业道德的最高标准。

### 治理结构

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

### 合规管理

索尼公司拥有独立的合规部门，负责日常管理等相关工作，以促进商业道德与合规不断融入相关法律法规和内部制度。同时，建立了合规制度和架构以及区域性合规体系，该体系由来自全球不同区域的合规办公室组成，以此加强索尼集团全球范围内的合规管理体系。

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



## 供应链管理

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

### 供应链管理

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

#### 供应商 选定方针

索尼严格管理供应商选择和评估程序，坚持公平公正原则，正确选择符合资格体系认证、合规履行责任的供应商，并对其生产、供应行为进行管控，确保为索尼的长期、稳定、持续发展寻找到可靠的供应商伙伴。新供应商需提交《供应商定点申请确认表》，经由不同部门直至公司经营会议和总经理审核通过，才能成为正式供应商。

#### 供应商 评估和监督

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

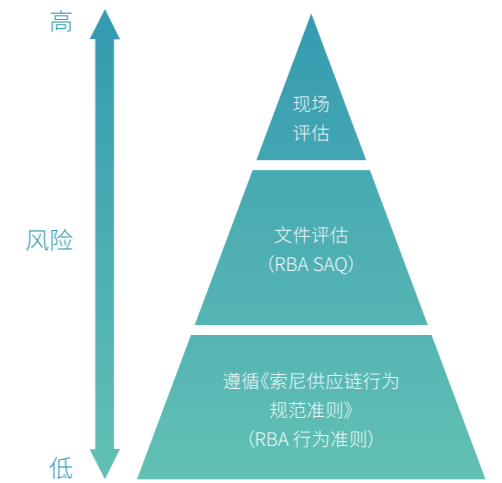


▲上海索广映像有限公司举办第八届供应商大会，推动供应商共同发展

## 负责任的矿产采购

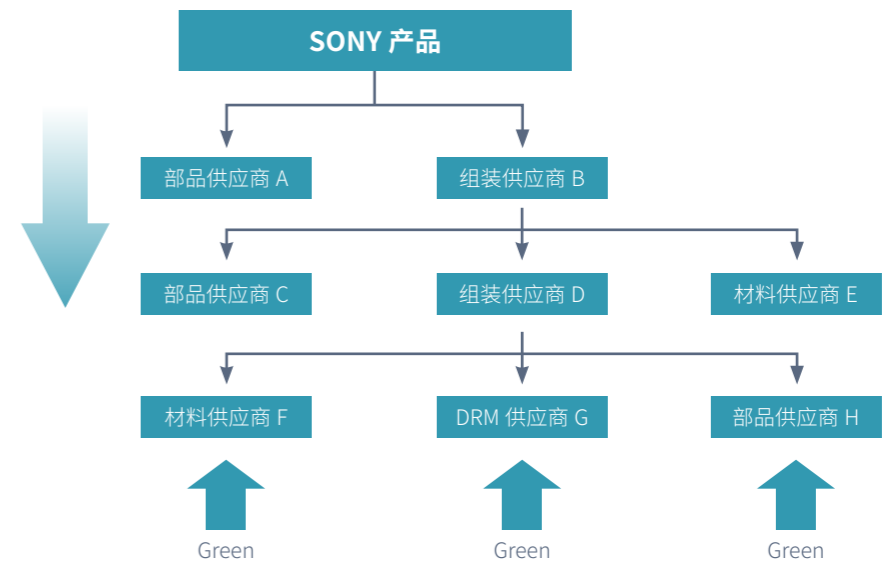
索尼关注原材料的采购，制定了《索尼集团负责任供应链矿产政策》。在这项政策中，索尼承诺，为避免采购的矿产引起冲突或严重侵犯人权，识别来自受冲突影响和高风险区域的矿产。为确保索尼供应商遵守该项政策，索尼设计了内部尽职调查框架，以此来确定供应链中任何高风险矿产的来源。

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



## 绿色伙伴管理

作为绿色伙伴管理的基础，索尼制定了一个环境目标——联合供应商，制定以源头管理为目标的环境管理体系：当制造出的 SONY 产品为“Green”时目标才能达成。这一体系囊括了绿色伙伴认证、维持、退出机制、产品化学物质管理、原材料使用、采购品质量等内容，对供应商的生产、运营都提出了相应的规定与要求。实行这一制度以来，违反公司内化学物质管理规定事故数逐渐减少。而在中国地区，索尼构筑了横向和纵向的环境品质保证体制以确保 SONY 产品环境品质“0”不良。



索尼绿色伙伴管理——源头管理



## 责任荣誉

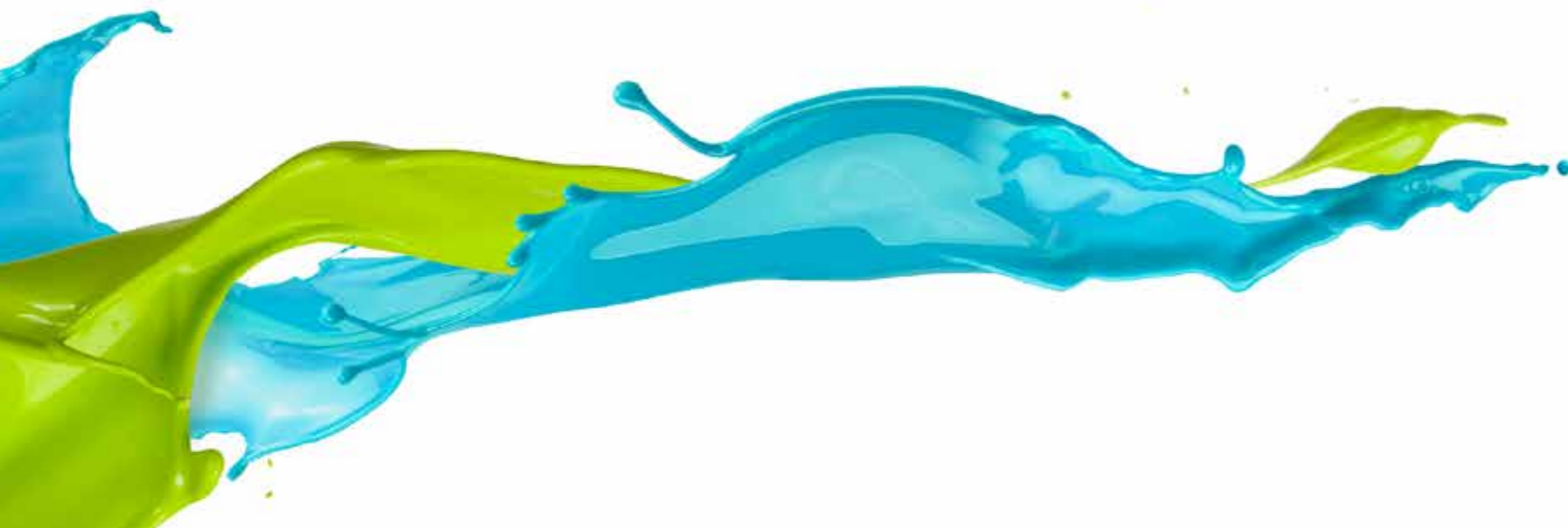
索尼(中国)有限公司	
荣誉	颁发机构
电子信息行业企业社会责任治理评估 50 强	中国电子工业标准化技术协会 社会责任工作委员会
履责四星级	中国电子工业标准化技术协会 社会责任工作委员会
社会责任十年——外企十佳	中国社会科学院企业社会责任研究中心
“金蜜蜂 2018 优秀社会责任报告”二星长青奖	金蜜蜂智库
2018 年度中国公益企业	《公益时报》
年度公益企业入围奖	凤凰网
“中国典范雇主”之“员工关怀策略典范”	前程无忧
2018 中国年度最佳雇主	智联招聘
上海市黄浦区区长质量奖	上海市黄浦区人民政府
2018 年上海市“白玉兰纪念奖”	上海市政府
最佳 CSR 品牌	CSR 中国教育奖组委会
AEO 高级认证企业	北京海关

上海索广映像有限公司	
荣誉	颁发机构
进口 CCC 产品诚信示范企业	上海出入境检验检疫局 上海市商务委员会
浦东新区社会责任达标企业	上海市浦东新区建立企业 社会责任体系联席会议办公室
节能先进集体	上海仪电控股集团
空压机变频改造项目荣获节能项目奖	上海仪电控股集团

上海索广电子有限公司	
荣誉	颁发机构
认建认养荣誉证书	上海市绿化委员会
2018 年度节能降耗优秀集体	上海仪电集团
上海市“白玉兰纪念奖”	上海市人民政府

索尼数字产品(无锡)有限公司	
荣誉	颁发机构
“美丽无锡，索尼在行动环保志愿服务项目” 荣获最佳志愿服务项目	中共无锡高新区工委（新吴区委）宣传部
园林式单位	无锡市绿化委员会
劳动关系和谐奖	无锡市新吴区人力资源服务协会
江苏省书香企业建设示范点	江苏省总工会

索尼精密部件(惠州)有限公司	
荣誉	颁发机构
2018 年环保主题系列活动之 “我是环保拍摄人”荣获一等奖	惠州市环境保护局仲恺高新技术产业开发区分局 共青团惠州仲恺高新技术产业开发区委员会
2018 年仲恺高新区工伤预防知识竞赛	惠州市仲恺高新区社会事务局



## 致力于实现可持续发展目标

2015年，联合国大会通过可持续发展目标（SDGs）。该目标基于联合国千年发展目标的成果制定，目的是建立一个更加美好的国际社会。可持续发展目标由17个目标与169个相关具体目标组成，涉及贫困、不平等、教育以及环境等问题，不仅适用于发展中国家，同时也适用于包括发达国家在内的所有国家。

索尼的企业宗旨是“用创意和科技的力量感动世界”。索尼企业社会责任的本质是努力通过创新的产品、服务和内容为客户提供令人感动和惊奇的情感体验的同时，以稳健的方式开展业务。索尼意识到，只有在人们安居乐业的社会环境中才能开展业务，为此索尼在全球的供应链中持续开展了环境保护和平权活动。索尼相信，其多样化的业务组合，包括对教育、医疗和创业支持，都与联合国可持续发展目标息息相关，将在其业务活动中为联合国可持续发展目标的实现做出贡献。

索尼还持续评估其业务活动对全球环境、社会造成的各种影响和风险，确保适时的信息披露的同时对其进行管理。此外，索尼致力于通过其在技术、产品、内容以及合作伙伴方面的优势为实现联合国可持续发展目标贡献力量。

## 可持续发展目标



索尼与 SDGs

## 展望未来

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

**不断迈向环境零负荷。**围绕应对气候变化、保护地球资源、管理化学物质、保护生物多样性四个方面积极开展环境保护管理工作，深入贯彻“Road to Zero”环境计划，通过技术创新、绿色全生命周期管理等方式，降低自身对环境的影响，向“环境零负荷”目标迈进。

**不断创造新的社会价值。**贴近中国消费者的需求，打造更加适合中国本土发展需要的产品和技术；为客户提供优质、环保、安全的产品的同时，创新客户服务，为客户带来更加精彩的体验；为员工提供更加适合自身发展的空间和资源，实现与员工的共同发展；继续加大在教育领域、环境公益的投入，充分利用自身的产品与技术优势，催化青少年创新思维，为社会问题的解决贡献自身力量，与社会共享未来发展价值。

**不断夯实治理根基。**遵循索尼可持续发展的基本原则，不断加强公司治理、责任管理的有效性，进而进一步提升企业价值。

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







## GRI 内容索引

指标编号和描述	页码	注解
GRI 101: 基础		
GRI 102: 一般披露		
组织概况		
102-1 组织名称	4	
102-2 活动、品牌、产品与服务	8-9	
102-3 总部位置	关于本报告、4-6	
102-4 营运位置	4	
102-5 所有权与法律形式	4	
102-6 服务的市场	7-9	
102-7 组织规模	4	
102-8 关于员工和其他工作者的信息	31	
102-9 供应链	56-57	
102-10 组织及其供应链的重大变化	4-7	欲了解更多信息, 请参阅《索尼集团 负责任供应链矿产政策》
102-11 预警原则或方针	55	
102-12 外部倡议	60	
102-13 协会的成员资格	57	
战略		
102-14 高级决策者的声明	2-3	
102-15 关键影响、风险和机遇	50、53-54	
道德和诚信		
102-16 价值观、原则、标准和行为规范	49、55	
102-17 关于道德的建议和关切问题的机制	51-52、55	
管治		
102-18 管理架构	51	
102-19 授权	50-51	
102-20 行政管理层对于经济、环境和社会议题的责任	11、39、50	
102-21 就经济、环境和社会议题与利益相关方进行的磋商	53-54	
102-22 最高管治机构及其委员会的组成	51、55	
102-23 最高管治机构主席	55	
102-24 最高管治机构的提名和甄选	55	
102-26 最高管治机构在制定宗旨、价值观和战略方面的作用	50	
102-27 最高管治机构的集体认识	51	

指标编号和描述	页码	注解
102-28 最高管治机构的绩效评估	50	
102-29 经济、环境和社会影响的识别和管理	52	
102-31 经济、环境和社会议题的评审	53	
102-32 最高管治机构在可持续发展报告方面的作用	49	
102-33 重要关切问题的沟通	54	
102-35 报酬政策	32	
102-36 决定报酬的过程	32	
102-37 利益相关方对报酬决定过程的参与	49-50	
利益相关方沟通		
102-40 利益相关方群体列表	54	
102-42 利益相关方的识别和遴选	54	
102-43 利益相关方参与方针	54	
102-44 提出的主要议题和关切问题	54	
报告实践		
102-45 合并财务报表中所涵盖的实体	关于本报告	
102-46 界定报告内容和议题边界	关于本报告、53-54	
102-47 实质性议题列表	53	
102-49 报告变化	53-54	与之前报告没有重大变动, 根据利益 相关方的反馈意见, 我们更新了实质 性矩阵
102-50 报告期	关于本报告	
102-51 最近报告日期	关于本报告	
102-52 报告周期	关于本报告	
102-53 有关本报告问题的联系人信息	关于本报告	
102-54 符合 GRI 标准进行报告的声明	关于本报告	我们声明参照《可持续发展报告标准》 (GRI Standards), 自我评级“全面 符合”
102-55 GRI 内容索引	62-66	
GRI 200 经济		
GRI 103 管理方法		
103-1 对实质性议题及其边界的说明	53	
103-2 管理方法及其组成部分	53-54	
103-3 管理方法的评估	53-54	
GRI 201 经济绩效		

指标编号和描述	页码	注解
201-1 直接产生和分配的经济价值	23-26	
201-2 气候变化带来的财务影响以及其他风险和机遇	11-21	
201-3 义务性固定福利计划和其他退休计划	33	
GRI 202 市场表现		
202-2 从当地社区雇佣高管的比例	31	
GRI 203 间接经济影响		
203-1 基础设施投资和支持性服务	14-16、40-43	
203-2 重要间接经济影响	40-47	
GRI 204 采购实践		
GRI 103 管理方法		
103-1 对实质性议题及其边界的说明	53-54	
103-2 管理方法及其组成部分	56-57	
103-3 管理方法的评估	53-54	
GRI 205 反腐败		
GRI 103 管理方法		
103-1 对实质性议题及其边界的说明	53-54	
103-2 管理方法及其组成部分	55	
103-3 管理方法的评估	53-54	
GRI 300 环境		
GRI 103 管理方法		
103-1 对实质性议题及其边界的说明	11	
103-2 管理方法及其组成部分	11	
103-3 管理方法的评估	11	
GRI 301 物料		
301-2 所使用的回收进料	16、20-21	
301-3 回收产品及其包装材料	16	
GRI 302 能源		
302-1 组织内部的能源消耗量	21	
302-3 能源强度	21	
302-4 减少能源消耗量	21	
302-5 降低产品和服务的能源需求	12	
GRI 303 水资源		
303-3 水循环与再利用	21	
GRI 304 生物多样性		
304-1 组织所拥有、租赁、在位于或邻近于保护区和保护区外生物多样性丰富区域管理的运营点	13	

指标编号和描述	页码	注解
304-2 活动、产品和服务对生物多样性的重大影响	13	
304-3 受保护或经修复的栖息地	13	
GRI 305 排放		
305-1 直接（范畴 1）温室气体排放	21	
305-2 能源间接（范畴 2）温室气体排放	21	
305-4 温室气体排放强度	20	
305-5 温室气体减排量	20	
305-7 氮氧化物（NOx）、硫氧化物（SOx）和其他重大气体排放	20	
GRI 306 污水和废弃物		
306-2 按类别及处理方法分类的废弃物总量	21	
306-5 受排水和 / 或径流影响的水体	20	
GRI 308 供应商环境评估		
308-1 使用环境标准筛选的新供应商	16	
308-2 供应链对环境的负面影响以及采取的行动	16	
GRI 400 社会		
GRI 103 管理方法		
103-1 对实质性议题及其边界的说明	22	
103-2 管理方法及其组成部分	31-32	
103-3 管理方法的评估	31-32	
GRI 401 雇佣		
401-1 新进员工和员工流动率	31	
401-2 提供给全体员工（不包括临时或兼职员工）的福利	32	
401-3 育儿假	32	索尼中国严格遵守中国劳动法律法规的规定
GRI 403 职业健康与安全		
403-1 劳资联合健康安全委员会中的工作者代表	35	
403-2 工伤类别，工伤、职业病、损失工作日、缺勤等比率	35	
403-3 从事职业病高发职业或高职业病风险职业的工作者	35	
403-4 工会正式协议中的健康与安全议题	35	
GRI 404 培训与教育		
404-2 员工技能提升方案和过渡协助方案	33	
GRI 405 多元化与平等机会		
GRI 103 管理方法		
103-1 对实质性议题及其边界的说明	31	
103-2 管理方法及其组成部分	31	
103-3 管理方法的评估	31	

指标编号和描述	页码	注解
405-1 管治机构与员工的多元化	31	
GRI 406 反歧视		
406-1 歧视事件及采取的纠正行动		索尼中国严格遵循《世界人权宣言》和中国相关法律规定，反对歧视
GRI 408 童工		
408-1 具有重大童工事件风险的运营点和供应商		索尼中国杜绝使用童工和强迫劳动
GRI 409 强迫与强制劳动		
409-1 具有强迫或强制劳动事件重大风险的运营点和供应商		索尼中国杜绝使用童工和强迫劳动
GRI 412 人权评估		
412-1 接受人权审查或影响评估的运营点	31	
GRI 413 当地社区		
GRI 103 管理方法		
103-1 对实质性议题及其边界的说明	39	
103-2 管理方法及其组成部分	39	
103-3 管理方法的评估	39	
413-1 有当地社区参与、影响评估和发展计划的运营点	40-43	
GRI 414 供应商社会评估		
414-1 使用社会标准筛选的新供应商	56-57	
414-2 供应链对社会的负面影响以及采取的行动	56-57	
GRI 416 客户健康与安全		
GRI 103 管理方法		
103-1 对实质性议题及其边界的说明	29-30	
103-2 管理方法及其组成部分	26-28	
103-3 管理方法的评估	26	
416-1 对产品和服务类别的健康与安全影响的评估	26	
GRI 418 客户隐私		
418-1 与侵犯客户隐私和丢失客户资料有关的经证实的投诉	30	
GRI 419 社会经济合规		
GRI 103 管理方法		
103-1 对实质性议题及其边界的说明	55、53-54	
103-2 管理方法及其组成部分	55、53-54	
103-3 管理方法的评估	53-54	

## 索尼中国可持续发展报告 2019

发行：索尼（中国）有限公司

2019年9月发行 环保纸印刷

Printed in China