

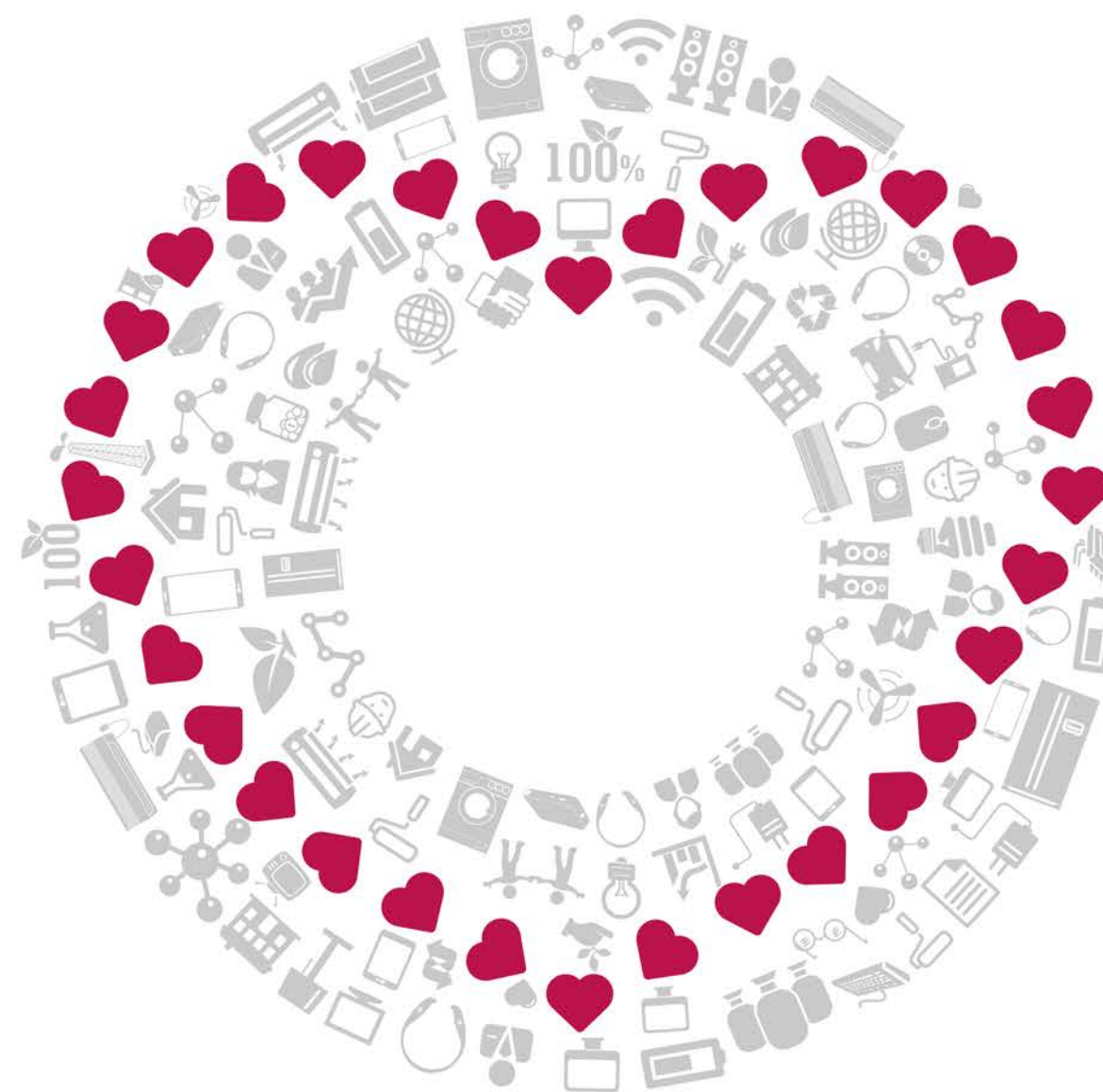


本报告采用环保纸印刷

2014

LG (中国) 社会责任报告 LG CHINA CSR REPORT

2014 LG (中国) 社会责任报告



地址：北京市朝阳区建国门外大街乙12号双子座大厦西塔21层 100022
电话：86-10-6563-1128 传真：86-10-6563-1508
邮件：csr.china@lge.com



为本报告提供资料的姊妹社

LG 电子 (北京总部、天津法人、杭州法人、昆山法人、新港新技术法人、烟台法人、
秦皇岛法人、泰州法人、青岛法人、南京洗衣机法人、惠州法人)

LG Display (CA法人、南京法人、广州法人、烟台法人)

LG 化学

LG 伊诺特 (烟台法人、惠州法人)

LG Hausys (上海法人、天津法人)

LG 商事

LG CNS

HS Ad

LG 双子座大厦

有人情味的企业

关于本报告



报告说明

本报告是LG(中国)发布的第二份年度社会责任报告。报告的时间跨度是2014年01月01日至2014年12月31日,部分内容超出此范围。

报告组织范围

报告主要披露了LG(中国)在华法人在履行社会责任方面的理念、措施和绩效。

编写标准

本报告参照中国社会科学院《中国企业社会责任报告编写指南(CASS-CSR 3.0)》、全球报告倡议组织(Global Reporting Initiative, GRI)可持续发展报告指南(G4)、国际标准化组织《ISO26000:社会责任指南(2010)》撰写。

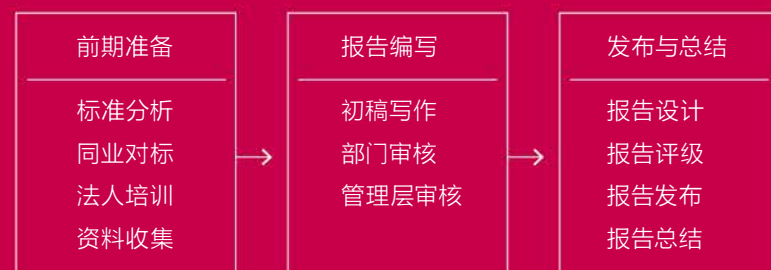
质量保证

本报告在发布前所有数据和内容已通过公司管理层审核,公司承诺不存在任何虚假记载、误导性陈述和重大遗漏,并对本报告中相关数据的客观性和真实性负责。

数据说明

本报告的数据均由各LG姊妹社法人或韩国总部提供。

报告流程



联系方式

地址:北京市朝阳区建国门外大街乙12号双子座大厦西塔21层
电话:86-10-6563-1128
邮编:100022

目录

02 领导致辞

Part One

04 我们是谁?

- 12 LG全球
- 14 LG中国
- 16 我们的信念
- 22 我们的利益相关方

Part Two

24 实质性议题

- 28 为顾客创造价值
- 34 培养本土人才
- 44 供应链管理
- 48 EESH体系
- 58 应对气候变化
- 64 社区支持与融入

Part Three

72 未来展望

75 附录

- 75 2014年度CSR荣誉
- 76 关键绩效表
- 78 指标索引
- 79 报告评级

领导致辞



慎文范 法人长 (LG 电子)



印裕盛 法人长 (LG Display)



李址承 法人长 (LG 化学)



金相濤 法人长 (LG Hausys)



朴昌坤 法人长 (LG 伊诺特)



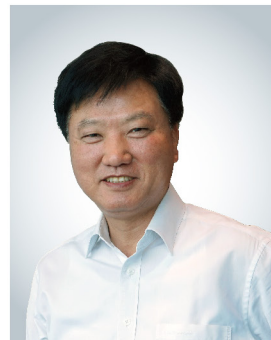
权勇民 法人长 (LG 商事)



韩志沅 法人长 (LG CNS)



许乃允 法人长 (SERVEONE)



许堪 法人长 (LG 双子座大厦)



金明起 法人长 (HS Ad)



洪性河 法人长 (LG 生活健康)



金廷琨 法人长 (LG 生命科学)

我们的企业是具有浓厚人情味的企业

以 1993 年惠州法人的成立为起点, 经过近 20 多年的发展, LG 在中国已经建立起三大事业领域, 吸纳中国成员近 5 万人。与大多数在改革开放初期就进入中国的跨国企业不同, LG 的企业之道并不是通过强势品牌效应来占领市场份额, 而是深耕本土化, 真正尝试去认识、理解、相信并感动中国消费者。从员工到产品, 从供应链管理到客户服务, 从公益到社区, LG 期望给中国带来的不是一个冷冰冰的品牌或是产品, 不是一份没有生机的工作, 甚至也不是那些没有血肉的捐赠金额, 我们期望跟中国共同来经营一个有人情味的公司, 这个公司里有着愉快工作的员工, 生产人性化的产品, 员工通过志愿服务传递自己的爱心, 助力社区发展, 帮助弱势群体。我们期望在中国, 人们谈论到 LG 的时候, 能够竖起大拇指说: 这是一家人情味很浓的企业。

我们的人情味体现在员工制度的设计上, “尊重人的经营”是 LG 重要的经营理念。自在中国招募的第一批成员开始, LG 就尽力给予组织成员最高的重视, 相信员工能够通过自我管理, 自我创造发挥最大的主观能动性, 帮助企业发展壮大。LG 不仅建立了完善的薪酬福利制度保障员工的各项基本权益, 中国区的各个法人还根据员工自身的情况, 实施了不同的弹性制度让员工能够在 LG 感受到被认可和安全感。有的法人建立有员工家属日制度, 安排员工的父母或者亲属参观工厂了解员工的日常生活; 有的法人建立有法人长见面会制度, 员工可以在餐桌上跟法人长直接沟通; 有的法人在实行员工异地轮岗制度的同时会安排家属探亲; 有的法人给员工安排了年度旅行。LG 期望通过各种温暖的制度设计让员工在企业找到家的感觉, 能够把 LG 当成职业发展终身选择。

我们的人情味体现在整条供应链之中。在设计方面, LG 尊重中国传统文化, 推出符合中国审美观的产品。中国研发中心推出中国风设计的“观韵”系列电视, 电视外形设计融入了水和舟这两种中国元素, 中华文化中认为“水”

孕育着生命, “船”则象征着幸运和财富, 有“一帆风顺”美好寓意的“观韵”一推出就受到中国市场的好评。在供应链上, LG 虽然制定了严格的制度来规范供应商和经销商的行为, 但从根本上 LG 更将其视为紧密的合作伙伴。通过与供应链上的企业合作, 帮助他们解决产品、生产和管理各个方面的问题, 推动供应链共同发展。在客户服务方面, LG 也深刻洞悉中国的国情民情, 一步步通过技术的革新, 理念的不断融合为中国消费者提供能满足国人情感需求的中国式服务。LG 电子推出的“101 快乐服务体系”用真心感动客户, 体现了为客户着想的细心和贴心。

我们的人情味也体现在 LG 的每一次公益活动之中, 公司号召员工投入公益, 力所能及的事帮助身边的弱势群体, 帮助周边社区发展。LG 做公益并不致力于去建立能够改变世界的品牌公益项目, 而是通过每一个公益项目将人与人之间建立起爱与希望的联系, 给公司的志愿者们提供为社会做贡献的机会, 让弱势群体能够感受到社会对他们的关心和爱护, 而这一切并不能通过简单的捐赠就能完成, 而是要落实到每一次亲身实践的志愿活动之中。LG 中国的各个法人都组织了能够让员工身体力行参与其中的志愿活动, 有的是城市周边的植树或者捡垃圾活动, 有的是到福利院看望老人, 表演节目, 有的是到希望学校捐书, 有的是参与残疾人帮扶的“大福·快乐跑”活动, 员工在一次次志愿活动中成为了 LG 公益的主角, 也成为 LG “爱在中国”的传播者和实施者。

LG 在中国的发展, 始终将“人情味”贯穿其中, 我们期望与利益相关方, 包括我们的员工、客户、合作伙伴、社区都能建立起血肉相连的情感关系。我们到中国的目的, 不是生产产品和卖出产品, 而是要成为一家真正的中国企业, 一家有人情味的企业, 一家能够与中国人民在一起荣辱与共, 共同发展的企业。

Part One 我们是谁

LG 全球

LG 中国

我们的信念

我们的利益相关方



LG是 我们的学校

我叫王文静，我的家乡在秦皇岛，秦皇岛有海。我在课本上看过大海的颜色，和天空一样很蓝很蓝，听大人们说海浪的声音很好听，可是我从来都没有到过海边。

我家里很穷，爸爸妈妈身体也都不好，平时放学回家我都要帮家里干农活，秋天割玉米时我的手上被玉米叶割得一道一道口子，可是我知道这些玉米卖的钱是我们一家明年的一年的口粮钱，所以我不敢跟爸爸妈妈说我好疼。有时，我会和姐姐一起爬到村里最高的山上，望着那条出村的唯一公路，想象着海的样子，还有外面更宽广的世界。

我在青龙满族自治县三拨子乡水泉小学上四年级，学校是在我小时候建的，听隔壁姐姐说之前他们都要走好远好远去中心校上小学，好多哥哥姐姐都因为太远不再去上学了。我们学校是一个叫 LG 的公司修建的，所以我们又叫 LG 希望小学，每年这个公司都会派好多大哥哥大姐姐来给我们送好多好多的东西，有书、有文具、有衣服，还有电脑，他们来的时候我们就跟过年一样，开心的不得了。

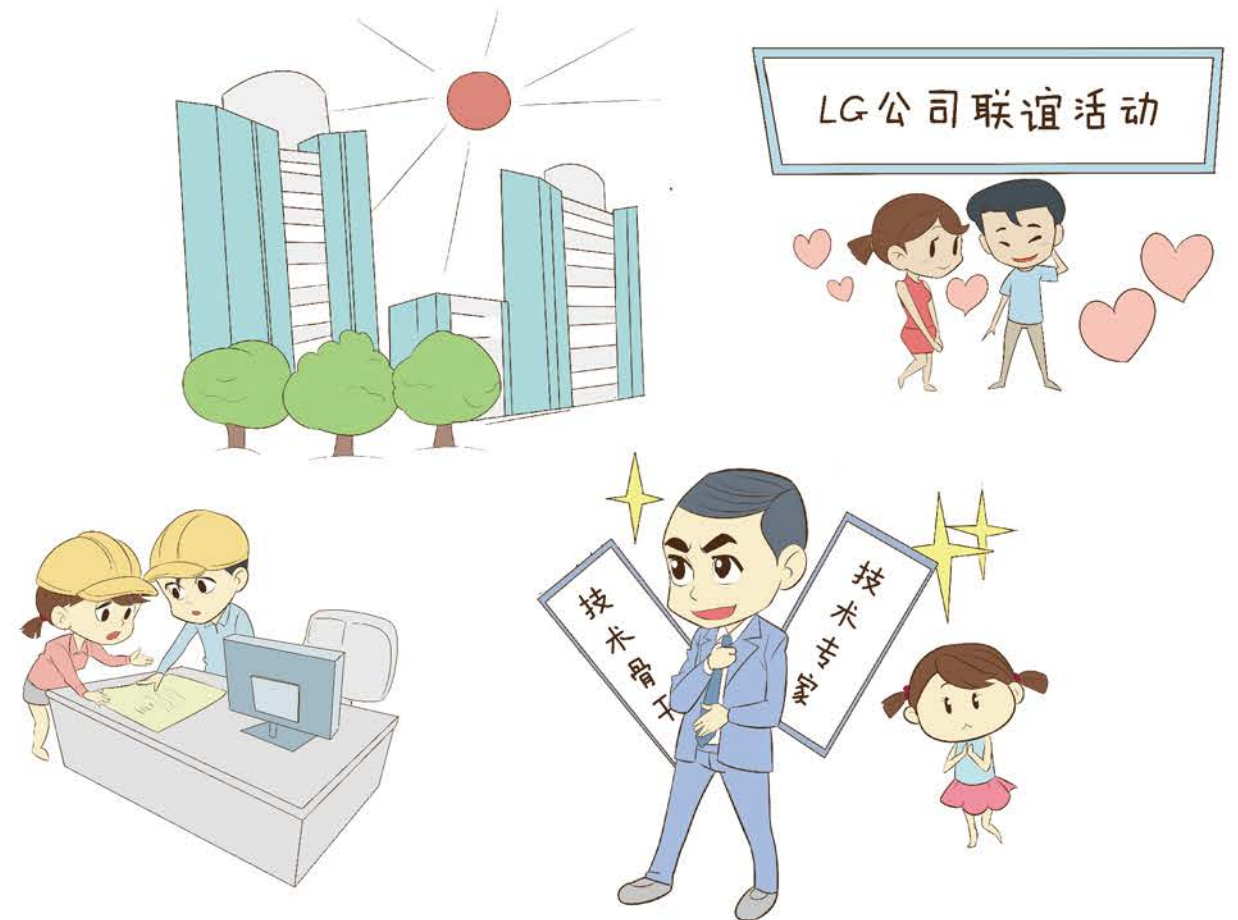
LG 的哥哥姐姐们送来的电脑很有趣，可以让我们这个小村子里的人看到外面的世界，而且电脑里还藏了好多好多书，还可以放电视。老师在课堂上教我们用电脑打开网页，就能找到自己想看的東西。每到周末，有两个小时，电脑室开放的时候，我和同学们就争着用电脑跟我们在外面的亲人联系。我最喜欢在电脑上看大海的照片，希望有一天我能见到真正大海。



LG是 我们的家人

老刘在 LG 上班，从我记事起，他好像每天都很忙。从大学毕业进入 LG 工作以来，老刘就爱岗如家，从一名小小的技术支持员做起，技术骨干，技术专家，老刘说 LG 有他全部青春的回忆，也承载着他未来的希望和梦想。

我是老刘的女儿，去年研究生毕业，我也选择了到 LG 工作。我所在的 LG Hausys 是研发与生产环保型建筑装饰材料的，我很热爱我的事业，因为我认为建筑装饰材料会影响到人类的健康，材料绿色环保化是未来的趋势，我期望我们制造的产品能够为客户创造充满人文气息的舒适生活空间。为了将新颖的功能以及设计与新产业资材相互融合，我和同事们勤奋努力工作，力求通过独创的资材与技术开发实现产品的美观与功能性的统一。我像老刘一样热爱 LG，喜欢这里的工作环境和我的同事们。完善的培训制度帮助我很快掌握了工作的方法，友善的上级和同事帮助我很快适应了这里的工作，公司内部的联谊活动还让我开始了一段浪漫的爱情。虽然在 LG 的工作并不轻松，甚至常常会感受到来自各方的压力，但是 LG 所给予我的成长空间也给了我职业发展的信心。我想我会像老刘一样，勤奋努力，刻苦钻研，为 LG 也为社会创造更多的价值。

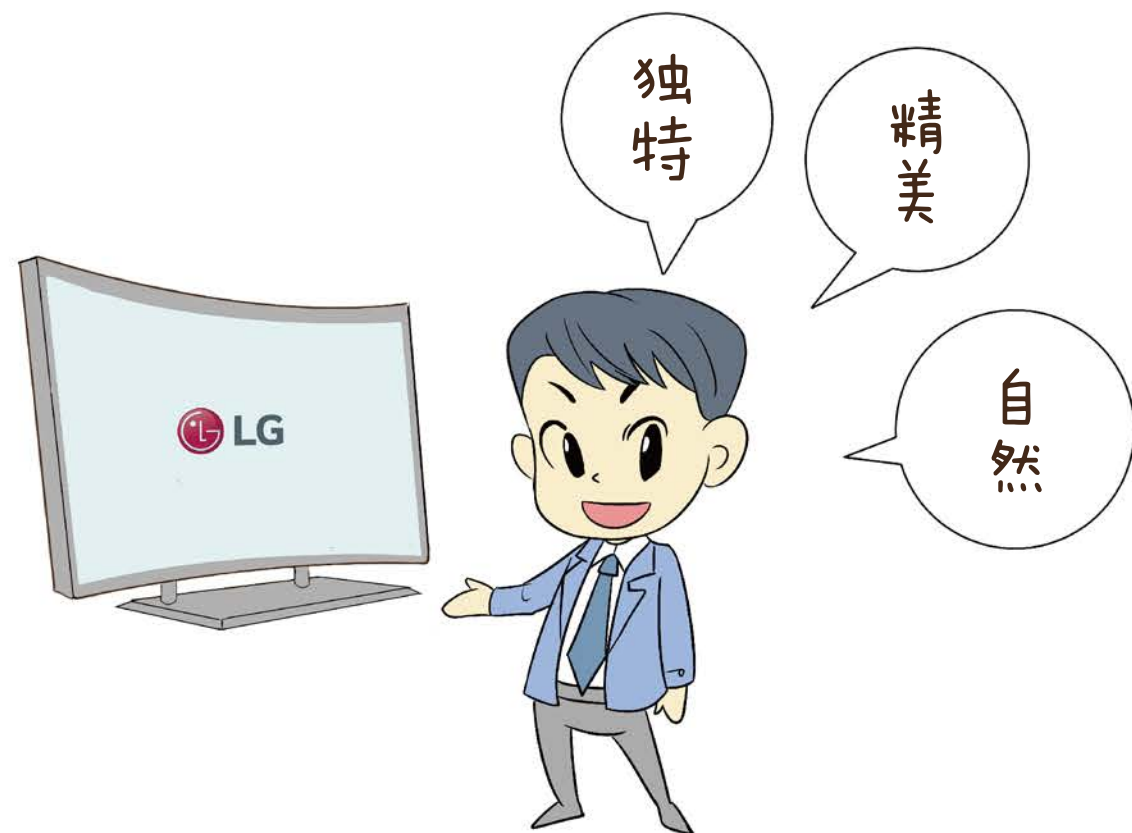


LG是 我们的事业

2014年9月，LG发布了全球第一款4K曲面OLED电视，首次将4K超高清、OLED以及曲面显示这三大最先进的技术融合在一款产品中，我很高兴我能参与到这样一款伟大的产品的研发当中。数百次的试验，数千次的调试，一次又一次与设计师碰撞，只为能生产出这样一款能为消费者提供终极视觉享受的产品。

LG是实现事业梦想的地方，我从2005年加入LG电子研发中心以来，借力于LG强大的研发体系和研发平台，与国内外同事一起研发了三款行业领先的产品，我们研发的产品能很快量产并推出市场，也得益于LG在上游面板、显示技术、终端制造以及操作系统软件这样全产业链中强大的掌控能力。

2014年是我在LG的第10个年头，10年前智能家居还只是各种纸上谈兵的概念，如今智能家居已经成为我们生活的一部分。目前我们研发中心的很多工作都在围绕智能家电产品展开，帮助人们未来的家居生活能够更加便捷、舒适、绿色、环保、安全。我始终相信，伟大的产品可以改变人类的生活。我很高兴，身在LG，我正在创造这个伟大的变革。



LG是 我们的伙伴

LG是一个对供应商要求很严格的企业，自从2010年进入LG的供应商库以来，我们每年都要接受LG的审查，参加LG组织的供应商大会。

他们不但在产品质量方面对我们有近乎于苛刻的要求，而且有时候还管的很宽，还要对我们的劳工、环境实践进行审查。有这样一家“客户”，我们就更不敢放松对自己的要求，时刻都提高着警惕。近几年来，我们的竞争企业很多都由于环境排放或者劳动纠纷陷入经营困境中，而我们由于LG的严格要求，从未在劳工和环境方面出现过重大负面信息。

此外，LG还会定期派专家到工厂来与我们一同解决问题，尤其是在技术方案、管理方案和环境方案方面，为我们提供指导和定制化服务，与我们的工作人员一起改善流程，提高生产能力，促进环境保护。2014年我们与LG青岛空调法人一起开发不锈钢麻面波纹管，刚开始不良率很高，加工难度大，技术难题无法攻破生产成本始终降不下来，而且会影响到空调产品的良品率。为了帮我们解决技术难题，LG联系了数位韩国专家来现场商讨加工技术问题，经过一个星期的沟通和调试，麻面波纹管加工难题得以解决，不良率大大下降。

在与LG的合作过程中，我们学习到的不仅是技术、标准本身，从明确不良现象，找出根本原因，到进行彻底的改善，LG帮助我们建立了更规范的解决问题的流程。我们愿意和这样有担当、有责任的企业继续合作，共同创造行业的美好生态圈。

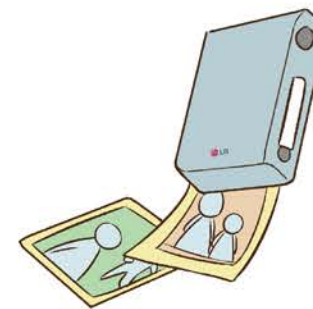


LG是 我们的美好生活

这是一个忙碌的周日，由于刚搬入新家，许多亲朋好友都向我们一家三口恭贺乔迁之喜。3岁多的宝宝与朋友家的两个小孩玩得非常开心，用LG G4这款媲美入门级单反的拍照性能手机，轻松记录着孩子的成长瞬间；再通过与手机匹配、蓝牙相连的LG“趣拍得”（手机照片打印机），不到一分钟的时间，就将手机里的照片打印了出来，贴心的设计师给我们的新家设计的照片墙已经被孩子的照片铺满了。

亲友们对老公刚买的LG对开门冰箱表现出了极大兴趣，冰箱门上隐藏一个迷你冰箱，主要放置一些诸如水果、蔬菜等需要新鲜保存的食物，以减少开启冰箱大门的次数，节能省电。

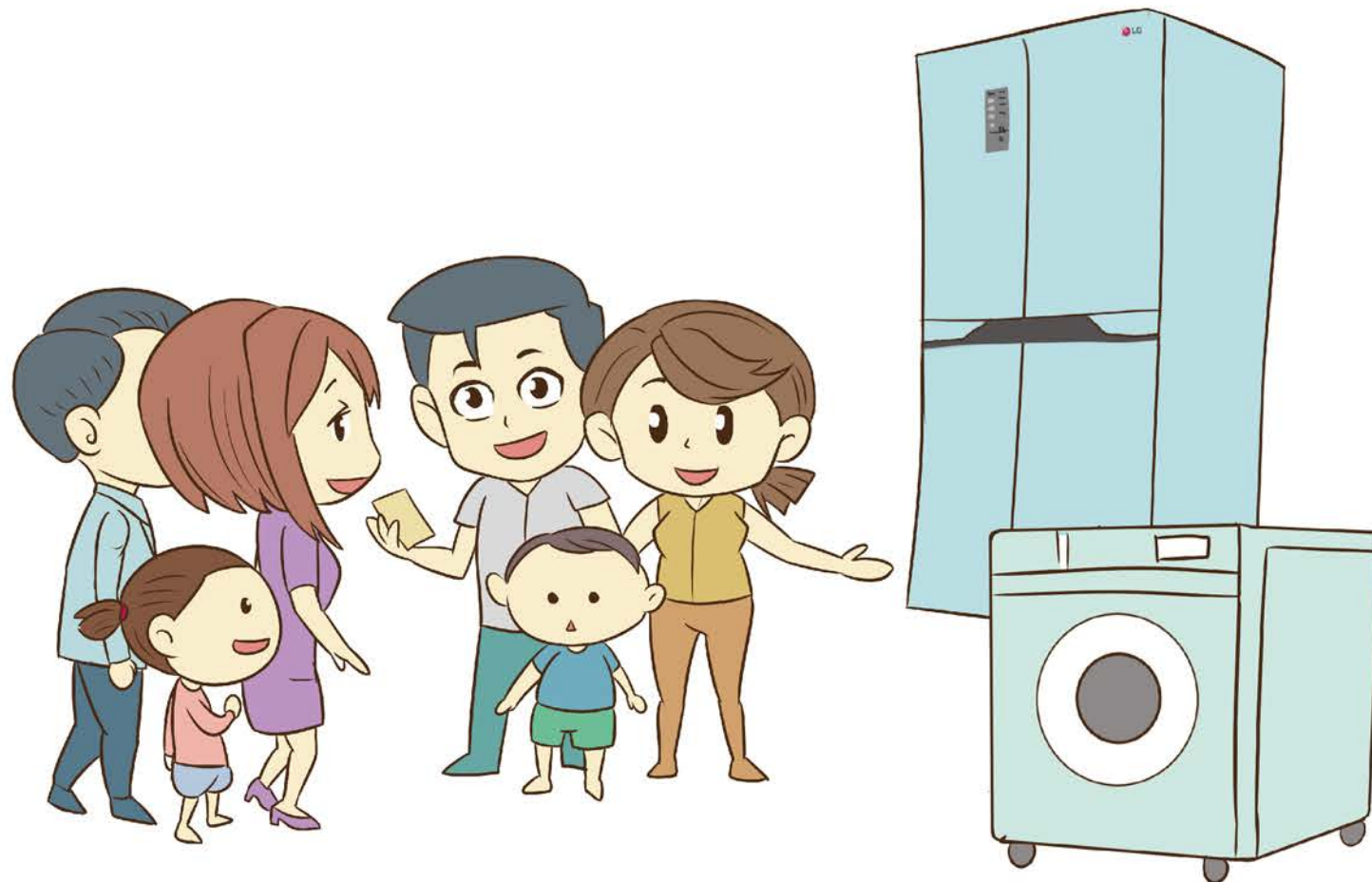
席间，大家谈到了雾霾问题，尤其是像我一样的妈妈们都表示不想让孩子生活在这么严重的空气污染中。我向大家推荐了刚买的LG空气净化器，其强大的清洁功能不但能够过滤掉粉尘、头发、动物毛发等，还能消除老公吸烟带来的诸如二氧化硫、二氧化氮等污染气体，更能清除新房里残留的甲醛、涂料等有害物质，妈妈们听到都赞不绝口。



饭后，大家坐在沙发上，用LG的3D电视通过与无线网络资源连接，观看《爸爸去哪儿》第二季，电视上宝贝们的萌样逗的大人孩子咯咯笑。以往，我们都不让宝宝看电视，后来家里安上了LG OLED屏幕的电视，OLED采用像素点的有机自发光，其光更加接近于自然光，对人眼的伤害很小，我们也可以带着宝宝一起看电视节目了，看着宝宝笑的前俯后仰，我们大家也被逗乐了。看完电视，让几个孩子们到儿童房玩耍，房间里开了风扇，LG的这款风扇可以自动调整扇叶旋转速度保证最佳性能，并且有童锁功能，可以有效抵御宝宝们的心“攻击”。

体验了LG家电的精巧设计和优质性能，亲朋好友在相互赞叹议论声中离开了，开开心心玩了一天的宝宝也睡下了。这时，LG的巧分滚筒洗衣机开始工作。95°C高温煮洗模式是8种洗涤模式中专为婴幼儿设计的程序，配合超强除菌内桶，深层洁净可有效祛除细菌和过敏原，是清洗宝宝衣物的得力助手。

生活绝不仅仅是拥有最新的科技，更多的应该是享受由这些新技术带来的全新生活体验。使用LG的产品让我真正感受到科技带来的感动，从电视机到音频、视频设备，从冰箱、洗衣机到空调、吸尘器、空气净化器，从手机到电脑配件，LG的产品从未让我失望。



LG全球

概览



LG标识——未来笑脸



LG 标识的图形部分有两层含义，圆圈代表地球，抽象化笑脸代表友善及平易近人。LG 标识代表世界、未来、活力、人性及科技。笑脸中单眼的设计代表了 LG 目标明确，专注，自信。标志右上方刻意留白不对称，代表 LG 的创意及面对改变的应变能力。主题的 LG 红象征友善，同时突显 LG 追求完美的承诺。LG 灰则代表科技与可靠。

“为顾客创造价值”

将会持续推进我们成长为值得信赖的公司

<p>2003年，LG集团正式成立，控股LG集团下属各个公司，并开始电子、化学、通信与服务等方面扩大投资，在深耕各个领域的时候更加注重为顾客创造价值。</p>			
<p>电子领域</p>			
	<p>从1958年开始，LG电子领域的第一家公司乐喜金星成立，逐渐发展成为创新型科技公司并且在电子和远程通讯方面生产了很多产品，带领了韩国电子工业的发展。通过大胆的研究和发展，积极地全球营销和持续不断的创新，LG已经成为电子领域的全球产品和销售领导者。</p>		
<p>化学领域</p>			
	<p>LG化学领域的第一家公司成立于1947年，LG化学公司秉承“承担人们生活必需品的制作责任”的管理哲学，承诺对顾客的生活提供不同的价值。</p>		
<p>通讯与服务领域</p>			
	<p>LG远程通讯和服务致力于让客户在任何时候，任何地点都能享受到方便快捷的信息。它的核心目标是创建一个超越以往沟通界限的新通讯世界。</p>		

LG中国



LG 电子

以 1993 年惠州法人成立为起点，LG 电子进入中国已有 22 年。22 年以来，全体员工共同努力，在生产、营销、研发、人才等方面构筑了完善的本土化与国际化的事业结构，成为生产和提供高端数字显示、数字家电、移动通信、数字多媒体等产品为一体的消费电子及信息通信企业。与此同时，LG 电子不断提高品牌知名度，积极开展营销活动，实现了销售额的逐年稳步增长，其中液晶电视、对开门冰箱等高端产品的销售为主要增长点。



LG 伊诺特

LG 伊诺特在山东省烟台市和广东省惠州市各设有一个生产法人，烟台法人主要研发、生产数码摄像模块、微型马达等，惠州生产法人主要生产 LED 照明、背光模组以及车辆照明部品。通过“为顾客创造价值”和“尊重人的经营”的经营理念，以“正道经营”为行动准则，在崭新的尝试、领先的实行、完美追求的 Core Value 指引下，为成为“引领顾客价值的最尖端素材及部品企业”而不断努力。



LG 商事

LG 商事是 LG 的贸易窗口，也是韩国最大的综合性国际贸易公司之一，业务范围主要包括国际贸易、项目组织、资源开发及投资。LG 商事自 1991 年进军中国以来积极开拓中国市场，随着中国经济的发展，LG 商事在中国各地的业务都得到了长足的发展。目前在中国主要从事煤炭、钢铁、有色金属、石油化学、IT 等方面的进出口贸易及投资，在内蒙古等地区拥有已投产的多个投资项目。



LG CNS

LG CNS 在中国为客户提供信息技术 (IT) 服务，服务领域涵盖化学与能源、电器与电子、机械与金属、贸易、金融、建筑、流通、信息通信等各种产业领域，以及大学、公共机构、地方政府等公共领域。目前公司在北京、天津、沈阳、成都、南京、广州设有分公司或办事机构。



LG Hausys

LG Hausys 自 1996 年进入中国，在天津成立第一家生产法人以来，经过 19 年的发展，在中国已经拥有了 1 个贸易法人和 12 个分公司，以及 2 家全生产法人，在华总投资额超过 2 亿美元。事业领域涉及门窗、地面材料、墙纸、家电表面材料、IT 材料、汽车内饰材料和人造石表面材料。同时在中国国内设立研发中心和设计中心，积极开发本地化产品，为中国顾客提供自然环保的装饰材料产品。



SERVEONE

SERVEONE 是向客户提供富有价值和感动服务的综合服务企业。公司事业领域分为以企业客户为对象的战略外包服务 (包括专业的采购服务 MRO、综合资产管理服务 FM、建筑整体解决方案提供商) 和提供舒适、高品质的娱乐休闲服务 (包括高品质的度假村和高尔夫球俱乐部)。



LG 化学

以石油化工基础材料、信息电子材料 / 新事业材料、电池三大事业领域为依托，LG 化学在中国以创新的材料和解决方案携手顾客共同成长，提供超越顾客期待的至上产品和服务。LG 化学自 1995 年进入中国以来，先后在北京、宁波、天津、广州、南京、台湾等地建立了 11 家生产法人和 1 家研究中心。



LG Display

在中国，LG Display 公司在南京、广州和烟台设有生产法人，在上海、深圳设有销售法人。在显示器、手提电脑用、IT 用、TV 用中大型显示器领域以及用于移动终端等各种小型产品的显示器领域，公司凭借领先的技术力量不断引领世界市场的发展。LG Display 重点研发并集中投资于 OLED、可弯曲显示器等新一代显示器，不断扩大与显示器技术相关的薄膜型太阳能电池领域的事业力度。



LG 生命科学

LG 生命科学产品涵盖药品、医疗器械、医学美容、疫苗、诊断试剂和保健六大类。目前已在中国上市的产品有基因工程产品尤得盼® (Eutropin®, 重组人生长激素)、阿司伯根® (重组人促红细胞生成素)、吉速星® (Factive®, 吉米沙星原料药和片剂)、眼科手术耗材 Hyal2000® (医用透明质酸钠凝胶)、纯天然护肤品安特柔系列 (ATOverol®) 和 HCA&CLA 抗衰老系列产品。正在注册中的有长效生长激素、注射美容类玻尿酸系列产品。LG 生命科学将继续致力于把世界一流的医药产品和技术引进到中国，服务于中国人民的健康。



LG 生活健康

LG 生活健康旗下化妆品，以“天然养生之道”为理念，采用近年迅速崛起的韩国高端科技，从天然草本药材中取材，制成不同功效的高品质化妆护肤品，尤其适合东方女性的肤质。从 1947 到 2014，从韩国到中国，LG 生活健康始终坚持“以人为本”。LG 生活健康旗下的化妆品牌，从蝶妆、伊诺姿，到秀丽韩、欧蕙，直至“后”，全方位、多档次、多系列的美容护肤品牌，尤其针对亚洲女性肤质而独特设计，帮助中国女性开启健康美丽生活的梦想和希望。



LG 双子座大厦

LG 双子座大厦坐落于东长安街延长线上，是北京著名的地标性建筑。LG 双子座大厦建筑占地面积 1.3 万平方米，建筑面积约 15 万平方米。地上 31 层，地下 4 层，裙房 5 层，建筑高度约 134 米，主要用途是办公楼及商业。LG 双子座大厦 2005 年正式投入使用，并于 2014 年获得绿色建筑评价标识二星级。



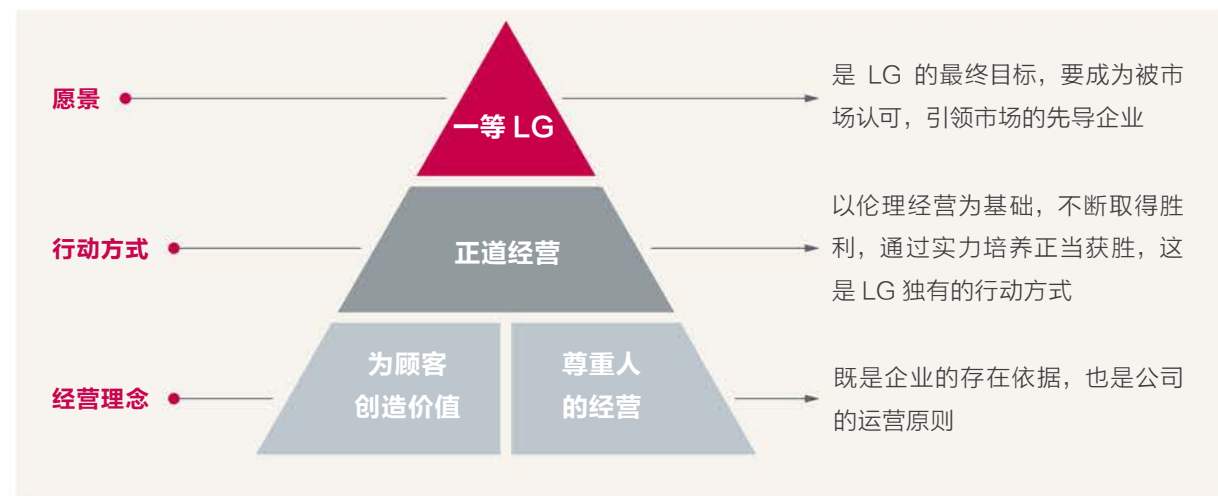
HS Ad

北京缘之盟广告有限公司 (HS Ad China) 隶属于韩国 HS Ad。HS Ad 是韩国顶尖的全球化广告代理公司之一。HS Ad 总部位于韩国首尔，1994 年进军中国市场，对中国市场拥有体系化的 Know-how 和 Insight，下设北京分公司和上海办事处，面向全中国主要城市开展业务，提供广告主全套的 IMC 服务。在 2015 年 2 月 6 日 4A 理事会上，HSAd China 最终以首家 100% 独资外资公司身份全票通过，成为中国 4A 协会会员。

我们的信念

LG Way

LG Way 是传承于每代 LG 管理者和员工中的独特的管理哲学。从公司成立之初，LG Way 就作为 LG 精神的实现指南，不断吸纳实践经验和知识而发展充实。因此，LG Way 是每一个 LG 员工思考和行动的基础。LG Way 以“为顾客创造价值”和“尊重人的经营”为经营理念，以“正道经营”为行动方式，以追求“一等 LG”为愿景。



◎ 愿景

一等 LG 是我们的战略目标，这意味着 LG 通过提供差异化的服务和独一无二的价值，维护公平竞争，获取全球竞争力，成为相关领域的领导者。我们希望获取难以被竞争者轻易占据和替代的市场领先地位。

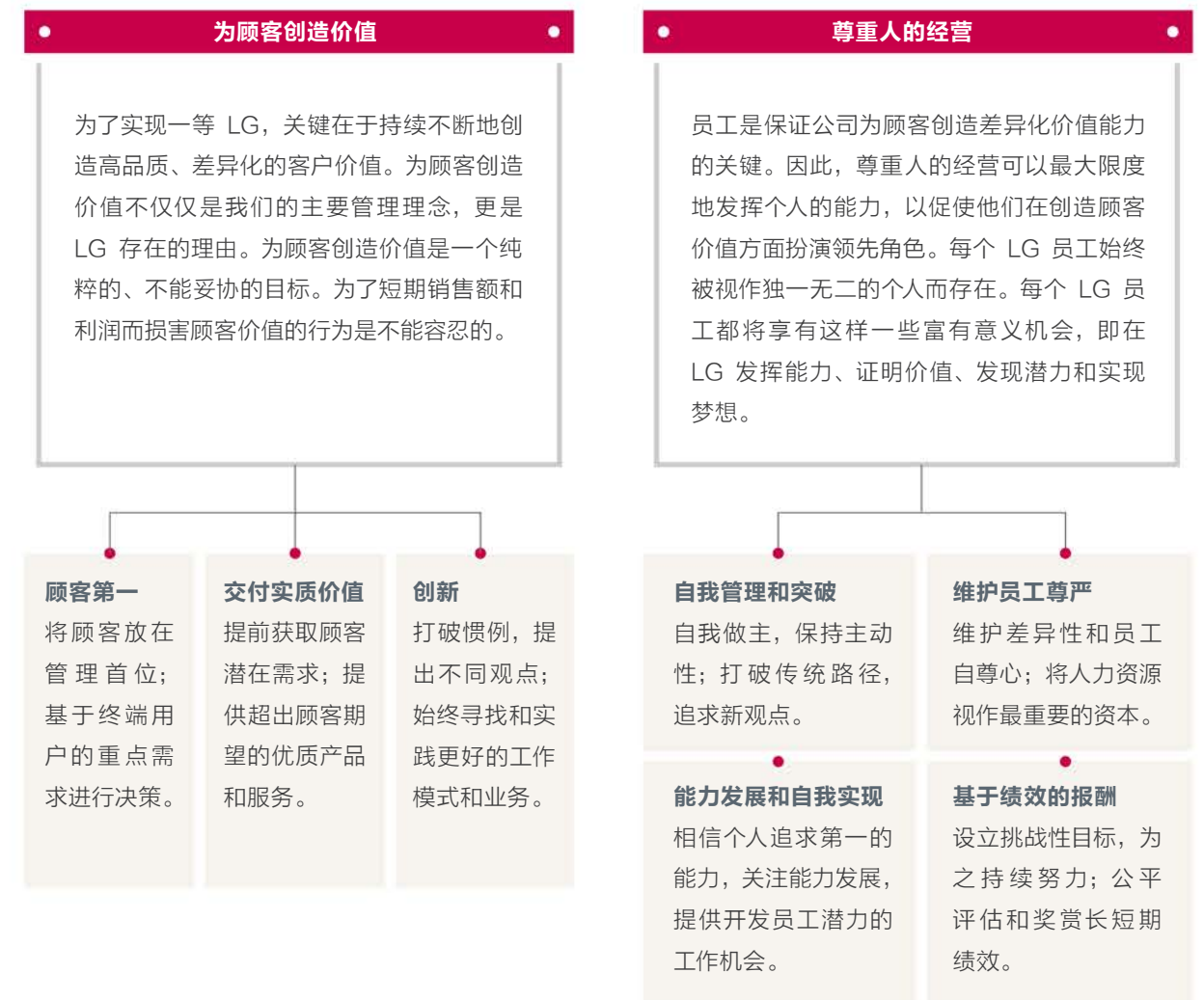
一个基业长青的企业，通过创造可持续和独特的顾客价值，对人类繁荣有所贡献，有效履行社会责任。



◎ 经营理念

LG 的经营理念体现了 LG 公司商业活动的目标，是公司运营的基础。

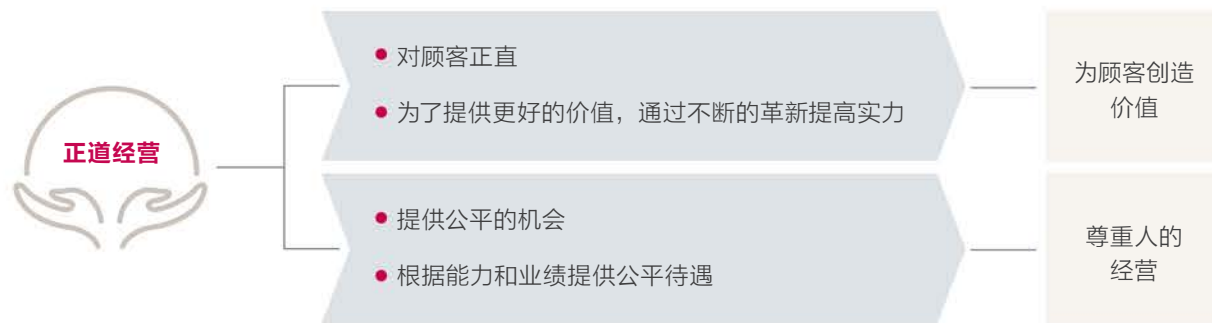
包含了“为顾客创造价值”和“尊重人的经营”之核心概念。



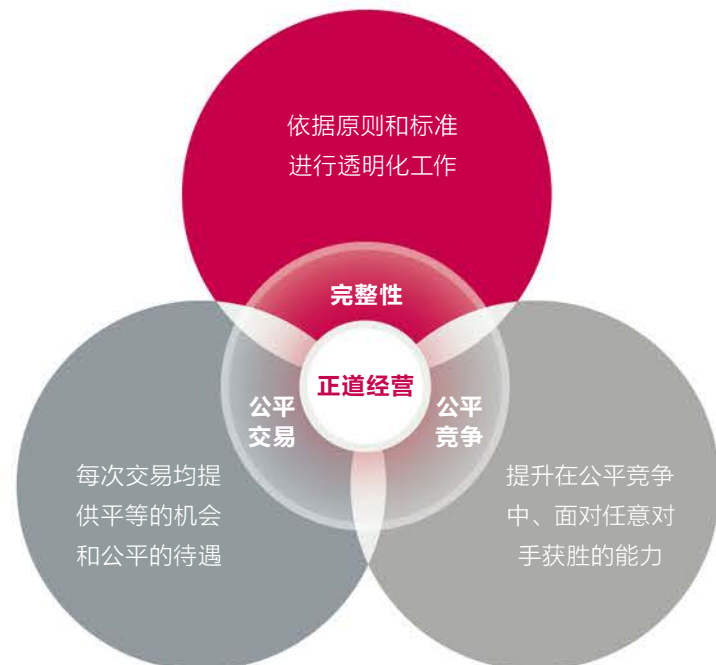
我们的信念

◎ 行动方式

为了追求“一等 LG”的战略目标，即受顾客尊重并且在全球市场持续成长的公司，我们承诺遵守“正道经营”的行动方式，对于 LG 而言，这是一个全方位的行为准则。通过这种行动方式，我们实现“为顾客创造价值”和“尊重人的经营”的经营理念。



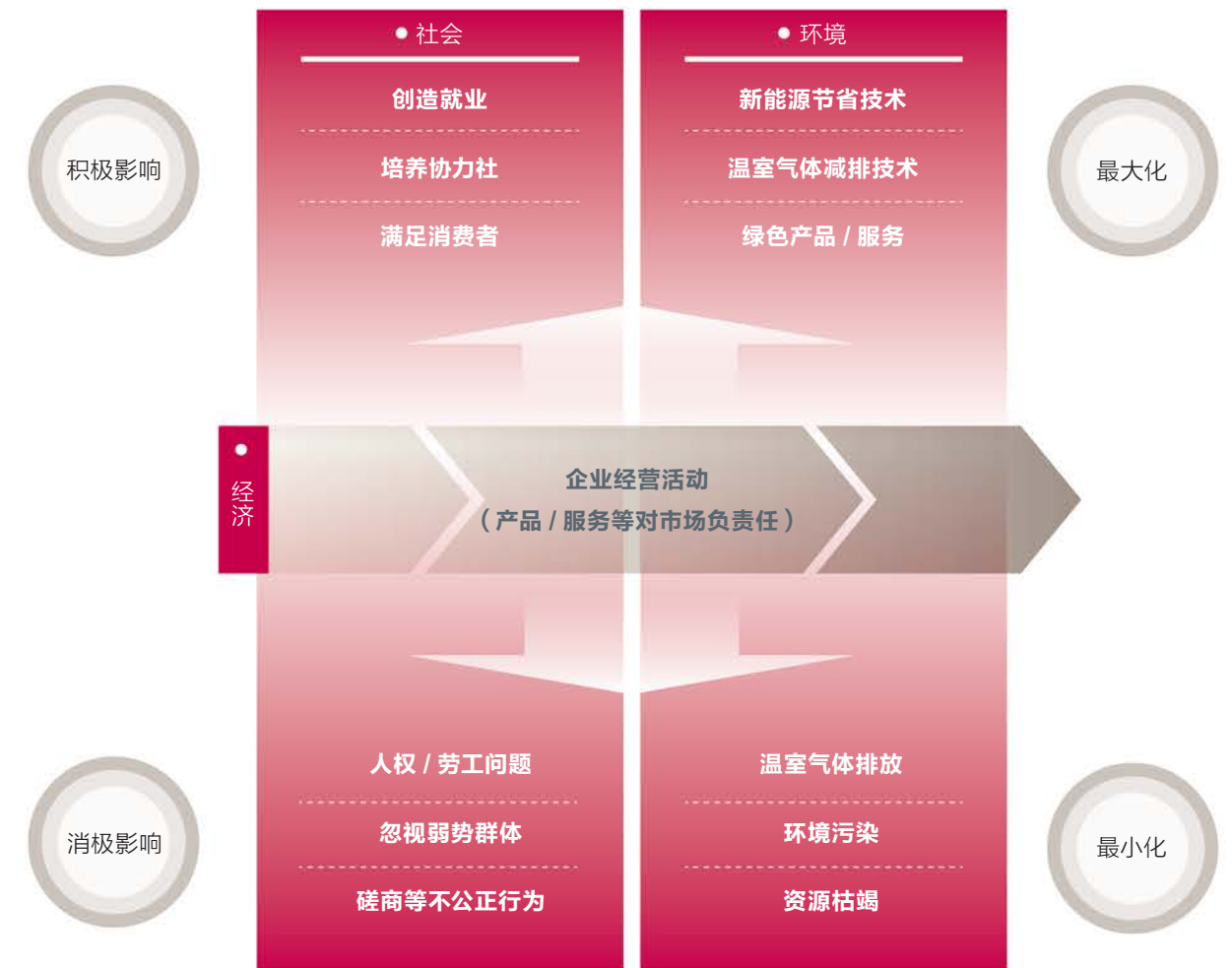
正道经营是一种超越道德标准的管理。它包含 LG 持续专注发展能力以公平获取回报、赢取市场份额的独特价值。



LG CSR

◎ LG 对 CSR 的定义

LG 认为 CSR 绝不仅仅只是做几场“公益活动”，而是在企业经营过程中，将侵害人权、环境污染等对社会、环境方面造成的消极影响最小化。同时，积极开展对社会、环境有积极影响的，提高功能性的活动。



我们的信念

◎ LG 的 CSR 战略课题

以所有“LG Way”价值为前提，诚恳地和利益相关各方双向沟通，并且通过企业内部公平且透明的管理体系，推进以下的 3 大核心战略课题。



强化企业伦理标准	遵守国际组织对企业在劳工、人权、伦理、环境方面要求达到的标准
LG 特色的公益活动	利用 LG 的特点，在“青少年教育”领域进行公益活动
创造社会/环境问题相关	通过 LG 事业解决社会、环境问题，做出具有贡献的战略性活动

◎ 成立 LG (中国) 社会责任委员会

2014 年，为了更好的推进 CSR 工作，LG (中国) 成立了社会责任委员会。由 LG 电子北京总部慎文范社长担任委员长，各姊妹社法人长担任委员，对在华地区的 LG 各个法人的 CSR 工作进行系统、规范的管理，建设 LG 的 CSR 品牌项目。LG (中国) 社会责任委员会的职责主要是研究 LG 社会责任管理的政策、治理、战略、规划；审阅 LG 年度社会责任计划、批准 LG 年度 CSR 项目、对外捐赠计划、审阅 LG 年度社会责任的执行情况及社会责任报告。



成立 LG (中国) 社会责任委员会



LG (中国) EICC 社会责任培训

◎ CSR 培训

在 CSR 管理委员会成立之前，LG 很多法人的 CSR 工作比较不成体系，为了扎实推进 LG 的 CSR 工作，帮助各法人能够更加直观、系统的了解 CSR 的工作，梳理公司的 CSR 议题，LG 在 2014 年组织了多项 CSR 培训和 workshop 项目，从姊妹社领导到 CSR 担当，从不同层面对 CSR 的各项工作进行了解读和分享。提升了各姊妹社对 CSR 工作的重视程度，并且形成了 LG CSR 合力，共同推动了多个 CSR 项目在全国的开展。



LG (中国) CSR workshop

我们的利益相关方

LG 不仅在自身生产经营中推行企业社会责任，而且致力于通过技术和产品的创新为利益相关方提供不同的价值。通过这些努力获得利益相关方的认可，并达到可持续发展，这是我们追求的目标。LG 将持续努力的提高社会责任绩效，成为受尊敬的世界企业公民。

我们认为，利益相关方的想法和行动对 LG 自身的发展具有重要的影响。LG 在日常经营中密切关注利益相关方的需求，并采取及时有效的回应措施和手段，同时，LG 在制定自身发展战略时充分考虑相关方的利益和特点，共享成果，共担责任。



利益相关方期待

沟通渠道



投资者

披露透明的管理信息
通过有效的管理提高投资价值
通过 CSR 活动提高企业价值

绩效展示
投资者会议
姊妹社协议会
网站
管理报告
业务报告



合作伙伴

公平交易
按时支付
支持企业社会责任管理活动

供应商培训
满意度调查
供应商支持
经销商大会



员工

保护人权和尊重差异
公平评价和奖励
提供职业发展机会
健康与安全的企业环境
努力提升企业文化

开放对话会议
劳动管理委员会
内部杂志
内联网
简报
LG way 调查

利益相关方期待

沟通渠道



顾客

提供安全的产品和服务
公平的营销和准确的信息
隐私保护
提升客户满意

服务中心
调查
展览
网站
社交网络
神秘顾客



政府 / 国际组织

守法合规
纳税
响应政府政策
减少温室气体排放
参与和支持解决全球社会问题
贡献于联合国千年发展目标
为劳工 / 人权做贡献
减小数字鸿沟

公开听证会
讨论会议
研讨会
社会贡献计划
公司网站



社区 / 社会

工厂环境影响最小化
尊重当地传统习俗和文化
为当地社区做贡献
通过雇佣当地员工支持经济发展

社会贡献活动
体育活动赞助
企业开放日
网站

Part Two 实质性议题

为顾客创造价值

培养本土人才

供应链管理

EESH 体系

应对气候变化

社区支持与融入



实质性议题

实质性议题分析

◎ 实质性议题分析过程

2014 年, LG 在中国开展了 CSR 实质性议题分析, 系统的梳理 LG 的可持续发展和社会责任的议题, 确定 LG 的实质性议题。首先, 我们了解了中韩两国及世界主要的 CSR 标准, 梳理了中国政府对于 CSR 的政策导向, 向 CSR 领域的专家请教, 对标研究了 LG 的竞争社企业关注的社会责任议题, 我们建立了 LG 的 CSR 议题池。此后, 我们对 LG 的内外部利益相关各方进行了访谈及调查问卷, 基于利益相关方的评价, 按照对 LG 发展的影响和对利益相关方的影响两个维度进行综合评价, 得出了 LG 的实质性议题分析结果。

此后, LG 将着重在利益相关方重点关注的实质性议题方面有所突破, 并在公司的社会责任报告和公司网站上重点披露实质性议题。针对一些与利益相关方重要关联的议题, LG 将会把利益相关方纳入决策的范围中, 积极与其沟通, 保证我们的经营活动能够朝着共享、共生发展。



◎ 议题池

通过对 CSR 标准梳理, 请教行业专家、对标竞争企业、参考中国政府政策, LG 建立了自己的 CSR 议题池, 通过合并议题、剔除不当提议等, 最后将议题分为正道经营、公司治理、客户责任、员工责任、价值链责任、环境责任、社区参与七类, 共 39 个议题。

◎ 分析结果



实质性分析显示: LG 的实质性议题集中在“为客户创造价值”“培养本土人才”“供应链管理”“EESH 体系建设”“能效管理与应对气候变化”及“社区支持与融入”六个方面, 其中公司内部的人员更看重“培养本土人才”“EESH 体系”“供应链管理”及“社区支持与融入”, 外部利益相关方更看重“对客户负责”“能效管理与应对气候变化”。

在 2014 年的实质性议题分析中, 我们可以看到一些新的议题也开始进入到议题池当中, “负责任的采购”和“供应链上的劳工保护”, “为低收入人群提供产品与服务”等电子行业、通讯行业的新兴议题被外部利益相关方关注的较多, 而“与政府、NGO 和国际组织合作”这个议题则受到公司中高层的认可度更高, 而内部的员工更关注“人才开发与培养”“员工权益”这类问题, 客户层面则把“产品质量”和“客户服务”放在重要位置。

正道经营

- 1 诚信经营
- 2 公平竞争
- 3 反商业贿赂
- 4 知识产权保护
- 5 反垄断

价值链责任

- 20 安全生产
- 21 供应链管理
- 22 推动伙伴履责
- 23 劳工保护
- 24 负责任的采购

公司治理

- 6 利益相关方沟通
- 7 社会责任管理
- 8 风险管理
- 9 本地化运营

环境责任

- 25 生产低耗能产品
- 26 使用绿色标签
- 27 绿色制造
- 28 绿色办公
- 29 绿色物流
- 30 保护生物多样性
- 31 有害物质管理
- 32 提高能源效率
- 33 废弃物管理
- 34 电子产品回收

客户责任

- 10 推动技术创新
- 11 产品质量
- 12 客户服务
- 13 客户信息保护
- 14 营销合规

员工责任

- 15 员工权益
- 16 员工职业健康安全
- 17 平等就业
- 18 人才开发与培养
- 19 工会组织

社区参与

- 35 公益慈善
- 36 社区发展建设
- 37 员工志愿活动
- 38 为低收入人群提供产品与服务
- 39 与政府、NGO 和国际组织合作



为顾客创造价值

LG 始终相信，成功的品牌塑造一定是通过品牌特定的内涵和象征意义在顾客心中建立了移情联想，与顾客产生了共鸣，让顾客唤起并激发其内心深处的感动，产生难以忘怀的体验和感受。为了实现顾客的“美好心生活”这个品牌愿景，LG 研发满足顾客所需的革新科技，打造值得信赖的卓越品质，提供真诚且负责任的贴心服务，这正是 LG 给顾客的三大承诺。

引领科技

仅 LG 电子在全球就拥有

61 个研究中心

LG 是一家对科技创新追求精益求精的公司，即使技术已经处于同行业领先水平情况下，仍不断提高对自己的标准。在技术研发领域，LG 从来没有放弃对自己的“高标准，严要求”，以谦卑的姿态来做好自己的各项工作。LG 不断向无穷的技术领域发起挑战，并致力于新技术的开发，科研开发是 LG 的发展重点，也是业务拓展的强大后盾。LG 在“开发人类需要的技术，为顾客创造价值”的原则下，注重“以人为本”的智能科技研发。仅 LG 电子在全球就拥有 61 个研究中心，LG 通过持续性消费调查、长期投资、整合技术开发、外部合作等努力，为顾客提供卓尔不群的革新产品。LG 将研发中心或研究所设立在各个生产法人厂区内，让研发与生产紧密结合，不断推出符合中国消费者需求的新产品，已经形成特色鲜明、结构完整的本土化产品链条。



案例

LG Display 全球首家量产 OLED 电视面板，开启大尺寸 OLED 时代

自 2009 年第四季度至 2014 年末，LG Display 已经连续 20 个季度在全球大尺寸 LCD 市场稳居第一，创造了业内奇迹。LG Display 在 LCD 面板领域有着显著优势的同时，成功开启了次世代显示 OLED 电视时代。LG Display OLED 是显示技术必然的发展趋势，环保、健康、更高的品质是 LG Display 人不断的追求，我们不愿躺在以往 LCD 的成绩上睡大觉，我们不仅要引领电视面板的市场，也要成为这个行业最新科技的引领者。

作为下一代显示技术，OLED 有着 LCD 液晶所无法企及的优势，包括柔性屏幕、超薄厚度、更高的色域与对比度都是 OLED 的亮点。

为了让 OLED 电视的价格降至富有竞争力的水平，LG Display 的研发和生产人员紧密配合，加班加点找问题，不断改进技术，提高生产良品率。OLED 电视的价格不断下探，55 英寸 OLED 电视刚推出时售价近 7 万人民币，到 2014 年末价格已经降至 2 万元左右，仅

为同尺寸段高档液晶电视价格的 1.2 倍，同时消费者的接受度也随之提升。

我们始终认为，科技的发展绝不是研发人员的自娱自乐，技术的革新是为了给人们带来更好的体验。为了让顾客能够从技术进步中获益，享受到优质的产品，LG 的研发人员将倾尽全力。



卓越品质

LG 致力于“成为顾客认可的最高品质的 LG”，坚守着无暇品质的企业文化。LG 特设品质监管的产品实验研究所，通过完善的管理体系，从产品策划、研发到销售等 7 个阶段进行严格把关，力求缔造完美的产品品质。



案例

LG 骄傲——LG 电子斩获 33 奖，闪耀 2014 年红点设计大奖

2014 年德国红点设计大奖 LG 电子斩获 33 个奖项，其创新性的 LG G Flex 手机和智能 3D 蓝光家庭影院系统获得最高荣誉“红点设计至尊奖”。



LG G Flex 手机在“2014 年 iF 设计奖”上获得金奖，LG G Flex 手机是一款竖向弯曲的智能手机，符合人体工程学设计，更加贴合人脸轮廓，配备 6 英寸显示屏，无论将手机放在手中还是口袋里都更加舒适的设计，为手机用户提供沉浸式视觉体验。



LG 的智能 3D 蓝光家庭影院系统采用 3D 环绕处理，能播放 9.1 声道音频，具备令人印象深刻的视频播放能力。美丽的黑色和银色装置是对当今平板电视的一个补充，放在客厅的它们定会让人印象深刻。



获得 2014 年红点设计大奖优秀奖的 LG 产品还包括 LG 微波炉，LG G2 智能手机，LG G Pad 8.3 Tablet 平板电脑、77 英寸超高清曲面 OLED 电视、‘黑色不锈钢’ LG 门中门冰箱、洗衣机、燃气炉灶面和 Lifeband Touch 健身手环。

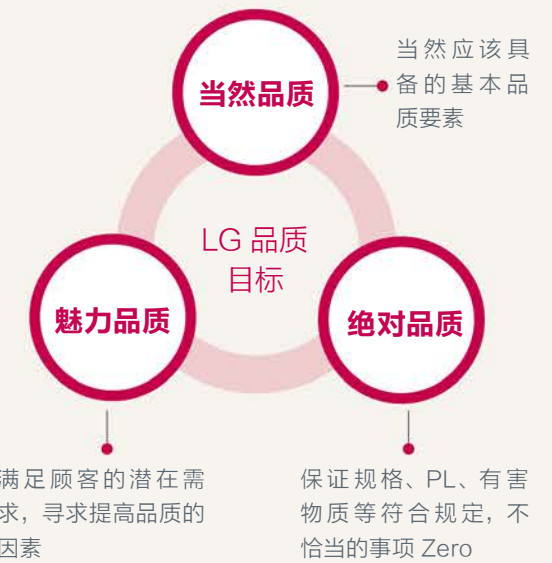


案例

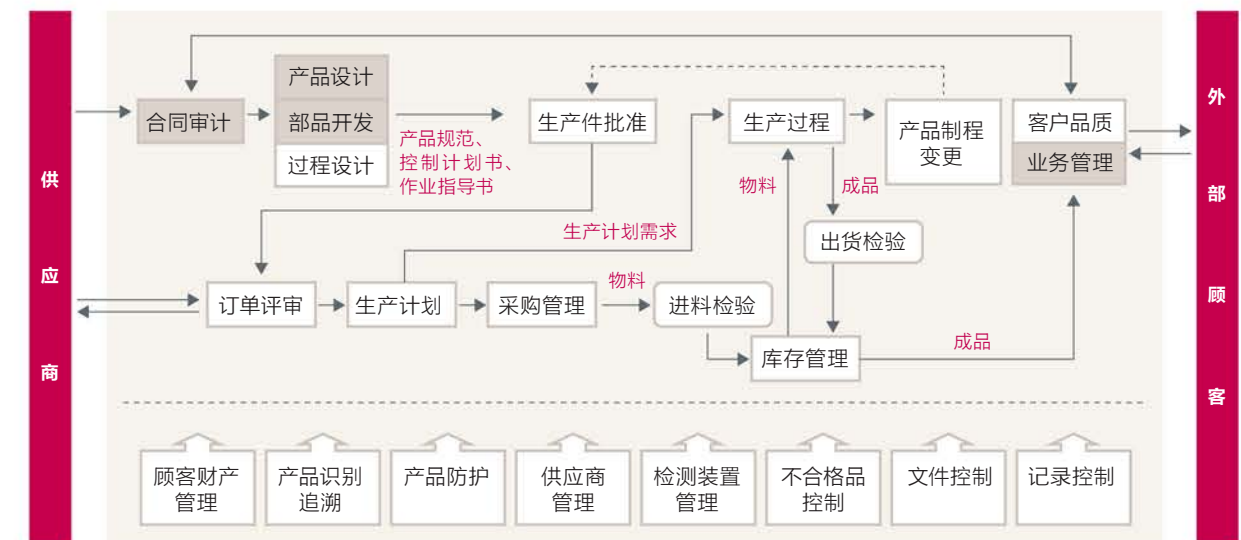
LG 标准——LG 电子泰州法人质量管理体系

LG 电子泰州法人构筑 100PPM 品质保证体系，做到不接受不良品，不制造不良品，不传递不良品。

在文化方面，泰州法人内部已经形成“遵守基本的原则，履行自己的义务”的文化理念；在战略方面，树立了“Six sigma 水平开发品质确保”、“产品的 Global One Quality system 建立”、“供应商部品质量提高”、“核心力量及具备执行力强的人才培养”四大核心战略；在政策方面，公司始终坚持“质量责任经营体制”，使员工保持主人翁意识。为达成 LG 品质目标而不懈努力。



LG 电子昆山法人生产质量管理图



贴心服务

自 2006 年开始, LG 在中国开始整合旗下的售后服务直营站, 全面改组 LG 在中国的服务体系。目前售后服务中心已经覆盖东北、华北、华东、华南和华西 5 大区, 运营 5 个技术服务中心, 31 个顾客信息处理中心, 触角遍及全国 1200 多家特约维修站, 基本覆盖了中国内地大部分的主要城市。

为了实现“为顾客创造价值、感动顾客”的企业目标, 给顾客创造温馨舒适的维修环境, 更好的服务客户, LG 电子在不断提升每一名 LG 售后服务人员素质的同时, 还设立了 18 家 LG 售后服务形象店。每一家 LG 的售后服务形象店都会给来到这里的每一位顾客以家一般的温暖和感动。



400-819-9999

为了给用户提供更加完善的售后服务体系, 2005 年 12 月 1 日, LG 电子技术服务中心在全国范围内启动了“400-819-9999 售后服务一号通”, 其网络覆盖国内 360 个大中小城市。

LG 电子进入中国十几年来, 通过对售后服务不断摸索和总结, 抓住每一个服务细节, 制定出了一系列差别化服务。而为了更好的服务消费者, LG 电子推出了全新升级的售后服务体系“101 快乐服务”, 得到了社会各界的广泛好评。

LG 电子全新升级的售后服务体系“101 快乐服务”推出后, 得到了消费者广泛的支持与赞许。LG 电子希望通过自身软硬件设施的全面升级, 以及工程师专业技能、礼仪等专项培训, 最大程度的为消费者提供最优质的服务, 使消费者体验到“快乐”服务的主旨。



客户投诉处理

LG 建立了 400 电话、网站、微信公众平台等多渠道的客户意见收集平台, 在接到客户投诉的信息后, 工作人员会先将投诉信息分类, 主要为服务类投诉、产品质量投诉和宣传信息投诉三类, 并将投诉反馈给相关部门处理, 责成相关工厂或部门给予客户反馈。如果客户投诉问题较为集中, 将要求工厂或部门进行问题整改。



案例
送屏幕保险, 享安心 G3

LG 2014 年推出的 G3 手机拥有 5.5 寸大屏, 也是 LG 的旗舰手机产品。手机推出市场后受到消费者的一致好评, 但大屏手机屏幕易碎也成为很多消费者心中的噩梦。LG 深知众多消费者的屏幕损毁并非故意人为损坏, 无意的碎屏却要承担高昂的换屏费用对于消费者着实将成为负担。本着人性化的思考, LG 为 G3 产品购买了屏幕保险, 在购买 G3 之日起的 6 个月内每台手机可以享有屏幕换新服务一次 (更换屏幕时, 消费者需要支付 100 元就可以享有屏幕换新超值服务), 相比于其他品牌智能手机动辄上千的换屏费用, LG 牺牲部分利润却给客户带来了更安心、更放心的产品体验。



培养本土人才

多元化的优秀人才是企业成功的基石，人才培养是 LG 公司本土化战略不可或缺的重要组成部分。一方面，我们为中国员工提供世界一流的领导力和技能培训，构建管理人员和技术人员的双向发展通道。另一方面，拥有来自不同国家、不同民族但遵循着共同的 LG 价值观的员工，是 LG 实现可持续发展的真正推力。

尊重人的经营

LG 始终将人才为企业发展的不竭动力。秉承“尊重人的经营”理念，LG 给予组织成员最高的重视，尊重每位员工的创造力，让每位员工开发和发挥最大能力，这是企业运营的原则。



案例 与 LG 共成长

作为一名在 LG 伊诺特烟台工厂从事新型号导入和品质改善的一线人员，工作虽然忙碌且辛苦，但是我每天都能感受到自己的进步，看着公司越来越好，自己对公司的感情也越来越深。

从此以后，无论是工作中的经验教训，还是业务上的对策建议，甚至是日常生活的感悟体会，我都会汇集成文。如今，我已经成了单位众所周知的“明星作家”了。

每个季度，公司都会组织“6 Sigma”学习和品质改善教育。此外，从实际业务出发，结合当下制造业重视品质管理体系运营的大背景，公司给我们每个部门，尤其是制造部门提供了针对性的品质改善和数据分析工具的培训课程。经过认真学习，以往“发现问题、解决问题”的传统思维逐渐被“定义、测量、分析、改善及管理”的科学循环理念所代替。

LG 伊诺特不但给我提供了一个养家糊口、个人发展的职业通道，还搭建了一个以人为本、和谐友好的生活平台，让我在这个大家庭里不断成长，实现自己的职业和人生理想。

与业务培训同步进行的还有劳经文化活动，包括社长致辞、员工风采展示、每月社报发布等内容。打从一开始，我就对制作精致、墨香扑鼻的社报充满兴趣，一次心血来潮，将工作上的收获记录下来，投给了单位报社，没想到竟刊登在社报中，



员工本地化

本土人才战略

LG (中国) 的所有法人在人力资源使用上优先雇佣中国员工, 进入中国以来, 中国员工所占比率保持持续不断的上升趋势。

LG 的人才本土化包含两重涵义

LG 的跨国公司背景也将帮助中国本土人才快速成长, 本土人才可以吸收和学习 LG 的先进技术、管理模式、经营理念等, 最终成为国际化的技术专家或管理人才。

LG 在中国的本土化策略中, “人才本土化” 是其中重要的环节。

LG 始终坚持尊重员工的独创性和个性, 并集中力量在每一个事业领域培养有竞争力的专业人才。LG 的员工共同推崇“团结、不服输”的精神, 以这种共有的精神为无形的纽带, 促进了人才无缝连接的进程。LG 提出了对以下人才的需求: 挑战未来的行动人, 创造力丰富的专业人, 发挥个性的组织人, 生活文化的国际人。这些看似矛盾的个体组合在一起, 尽量减少内部摩擦, 最大限度地发挥内部协调性, 他们的才能在 LG 的大舞台得到了最完美的施展。LG 深刻领悟到作为企业的人性, 重视人才与企业共同成长, 并在不断储备中增值。这不仅保证了 LG 未来对于人才的需求, 也使 LG 的人才策略成为企业生生不息的动力源。

案例 以做 LG 人为傲

我是延边大学 2013 级的毕业生, 由于本身的语言优势和学习的计算机专业, LG CNS 一直是我向往的公司, 经过几轮面试我终于能进入到 LG 工作, 这对我而言是一件非常幸运的事, 在吉林, LG 是很有名的公司, 家人听说我被 LG 录取了, 都为我感到骄傲和自豪。

进入公司之后, 我更是深刻的感受到一家基业长青的企业的深厚文化。从 2014 年 8 月为期三天紧张的新员工培训, 到参加 Design Thinking 课程, 公司用最丰富的培训资源帮助我们成长; 从可以用便宜实惠的价格到“韩购吧”上抢购韩国人气商品到各个传统节日公司为我们准备的各种小礼物, 公司用最贴近生活的方式让我这个刚刚迈入职场的“菜鸟”找到归属感和认同感。

本土人才培养

“尊重人的经营”, 把人才作为知识资本的承载者, 强化对人才的培训就成了顺理成章的事情了。培训是 LG 实现人才本土化的最重要途径, 主要内容是针对本土化人才的胜任力培训和跨文化适应力培训。胜任力培训主要针对管理方法、技能、技术等方面的培训。员工一旦进入 LG, 对于公司产品技术特点、行业特点以及经济环境的认知及基本业务常识、经营常识和自我管理能力都会得到系统的培训。为了更好地实现人才本土化, LG 在中国设立了商学院, 建立了如 HPI、OD 等多项人才培养项目开办了多项长短期的课程及活动。

LG 商学院

LG 商学院课程分类

- 共同教育**
共同教育就是各个阶层必须接受的教育, 如企业文化培训和 LG Way 培训。
- 组织革新教育 (创新教育)**
组织创新培训包括了传播公司经营思想和创新能力提升的课程。
- 职能教育**
职能教育涉及从生产到销售的各个岗位所需要的能力提升课程。

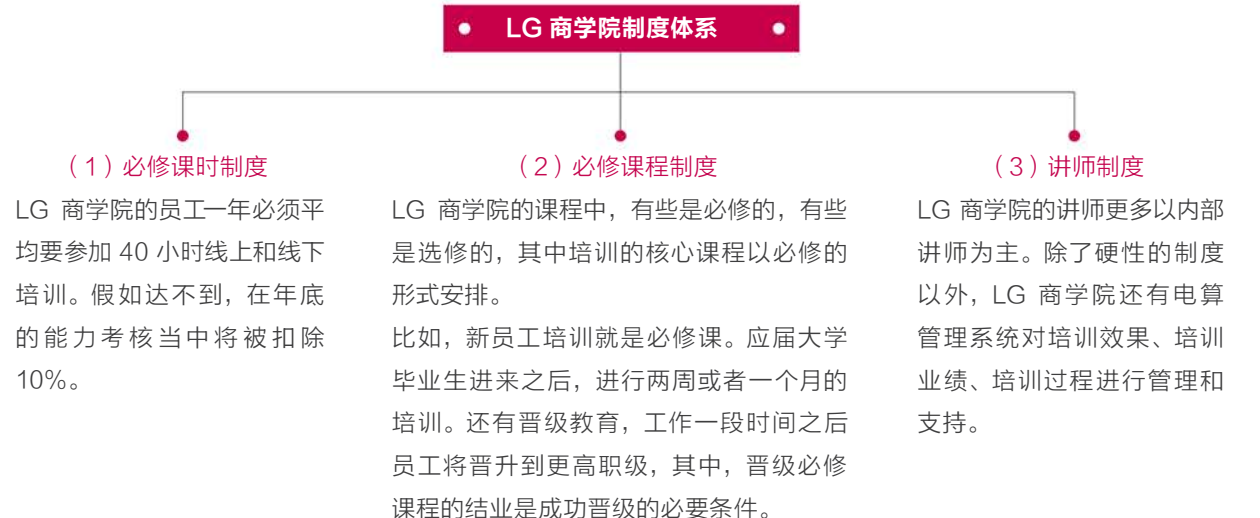
LG 商学院是 LG 为实现在华事业向全球化运营而推出的国际化运营人才培养的重要举措。其目标是对企业内部核心人才进行国际化培训, 率先培育可以向国际市场输出的中国管理人才。LG 商学院每年的培训直接投入费用相当于员工工资总额的 2% 以上。LG 商学院拥有 10 多名专职课程研发人员, 运用系统的 ISD、CBC、DACUM、HPT 和 PMP 等课程开发工具, 开发出符合公司战略的新课程, 服务于员工。

培训方式上也采用了 E-Learning、C-Learning 和 Mobile-Learning 相结合的方式, 为提高员工的积极性, 公司自行研发的 400 多门 E-Learning 课程, 对于员工基本技能的提升和公司文化的普及起到了推进作用。

案例 新员工培训

2014 年 6 月 16-20 日, 由 LG 商学院组织的《LG 电子总部第四期新员工培训》在南京培训中心顺利开展。

课程邀请电子总部法人及生产法人讲师支援授课。课程内容不仅包括理论知识的学习, 产品参观, 还有旨在凝聚团队力量的“一等 LG 舞蹈”和户外拓展。本次课程加深了学员对公司、企业文化和产品的了解, 同时也引导新员工们加强团队凝聚力, 携手完成团队项目。



员工本地化

案例 LG 荣誉——LG 电子获得“中国人才发展创新企业奖”和“中国优秀企业大学菁英奖”双项大奖

LG 电子在中国企业培训与发展年会上从 300 多家企业中脱颖而出，荣获《2014(第六届) 中国人才发展最佳企业》中的“中国人才发展创新企业奖”和“中国优秀企业大学菁英奖”双项大奖，肯定了 LG 电子(中国) 在培训运营及开发方面的领先实力。

LG 电子能获得两项殊荣，是由于 LG 电子建立了完善的培训机制，为员工提供在线学习、创意场所等辅助资源。培训运营中，根据公司战略要求组织培训，并将员工晋升机会与培训挂钩。学习设计上，充分运用 ADDIE、HPT、6 Boxes、STTP 等方法，全面评估培训效果。在人才储备方面，以内部培训和外部招聘的方式应对人才不足的问题，并通过人才库、评价中心、一对一辅导等多种形式帮助人员成长和发展。



本土人才留任

作为跨国公司，LG 在华人才本土化面临的最大困境是人才的高流失率。LG 视员工为公司最宝贵的财富，在 LG，员工与企业以共同的未来发展目标为黏合剂加以无缝连接，打造无缝团队，形成完善的人才体系。为了留住企业发展的核心人才，LG 不断完善薪酬福利体系、打通员工发展通道、建设员工关爱制度、推动跨文化融合，为本土人才创造健康、温馨、和谐的工作环境。

本土员工职业发展通道：公司致力于打通本土人才的晋升通道，建立了事务职和技能职员的双重晋升通道。2014 年，公司管理层的本地化比重提升至 70% 以上。以 LG 电子烟台法人为例，公司 2013 年 Team 长的本地化比例约为 50%，2014 年这一数字增加至 97%。打通职业发展通道是 LG 留任本土人才的重要方式。

2014 年，公司管理层的本地化比重提升至

70% 以上

薪酬福利体系：LG 建立合理而公正的，具有竞争和激励机制的薪资制度，为员工建立完善的福利体系。

案例 LG 员工爱心基金

LG 各法人相继成立了员工爱心基金，组织和发动全体员工捐出工资中的零头部分，建立了“爱心基金池”，向困难员工伸出了援助之手。爱心基金不仅对 LG 员工，员工直系亲属也可成为爱心基金支援的对象。爱心基金的建立旨在发扬人道主义精神、促进社会文明与进步。

跨文化融合：LG 始终把自己作为一家总部在韩国的跨国公司，而不是一家韩资企业。因此，公司始终将文化融合作为公司本地化的长期战略。LG 的跨文化融合是双向的过程，一方面公司会积极的了解中国的风土民情，尊重中国不同民族的员工的习惯，不断调整公司制度适应中国的文化环境和投资环境；另一方面，LG 在招聘员工时会倾向于接收符合 LG 价值观的人才成为公司员工，并在员工入社后开展新员工培训等活动，向员工宣贯 LG 的企业文化和公司价值观，实现员工与 LG 文化的相融相通，推动企业内部的跨文化融合进程。



LG 电子南京新港新技术法人亲子夏令营活动

案例 LG Display 快乐职场儿童节活动

2014 年 5 月南京法人工会快乐职场组织了儿童节活动，在公司体育馆内举行的活动中，500 名员工家属参加，LG Display 举行了丰富多彩的活动，活动中，为了活跃韩中文化交流，还给大家做了韩国传统食品，在分享中过了一个快乐的儿童节。



员工权益保护

基本权利

员工是企业发展最宝贵的财富，员工的辛勤劳动实现了 LG 的可持续发展，并为利益相关方创造更多的价值。我们珍视 LG 的每一位员工，尊重人权，保护员工隐私，倡导员工多元化，畅通员工诉求渠道，保障员工的基本权益。



五险一金：养老保险、医疗保险、失业保险、工伤保险、生育保险及公积金
带薪年假：依据国家规定执行
其它假期：婚假、产假、哺乳假、流产假、护理假、丧假、事假、病假
安全保障：定期发放劳动保护用品



案例
做个快乐的职场女性

都说职场上有性别歧视，在 LG 电子惠州厂区我丝毫没有感觉到这种歧视，反而觉得女同胞们的福利可是比男同胞还要多。公司每年的 3 月 8 日，公司 5 位高层领导早早地就会在公司门口等候来上班的女员工，赠送小礼物，今年我们每人收到了一支玫瑰花和一块巧克力，礼物虽小，可是让我们甜进了心坎里。

每年，公司总经理还会与女工代表一起进行了午餐恳谈会，今年我也报名参加了。会上大家纷纷发言交流，与总经理愉快地畅谈中韩文化以及身边的人和事，大家畅所欲言，你一言我一语，气氛很是欢乐。

在生产淡季公司还会组织一些针对女员工身体健康的讲座和体检，这些细节都让我们切身体会到女员工在公司里是受到尊重与关爱的，我们也会以更加饱满的热情投入到以后的工作之中，奋发进取，充分发挥聪明才智，为公司的发展作出更大的贡献。

员工权益保护

民主管理

为了建设企业与员工之间相互信任和相互尊重的环境，LG 为员工提供足够的与公司沟通的机会。LG 还保证员工自由结社的权利，不会因为员工参与工会或者其他人权组织而使其招致不公平的待遇，成为边缘群体。同时，LG 按照合法、有序、公开、公正的原则，建立以工会为基本形式的民主管理制度，实行厂务公开，推行民主管理。尊重和保障职工依法享有的知情权、参与权、表达权和监督权等民主权利，支持职工参加企业管理活动。

 案例
LG Hausys 献爱心的爱心协会

LG Hausys 设有类似于工会组织的员工爱心协会。爱心协会作为公司与员工间纽带，积极向公司反映员工工作、生活困难等，传达员工意见、建议；代表公司向员工宣传企业文化、管理思想等，促进公司员工关系和谐；对涉及员工切身利益相关管理内容，提出合理化意见、建议等。

爱心协会由各部门推选具备一定资历及奉献精神的员工担任，任期一年，总人数为10-18人。爱心协会开展员工恳谈会，针对员工代表提出的意见、建议，由公司领导在会议现场进行解答，或在会议后与有关部门进行沟通以求改善。



LG 电子南京洗衣机法人——民主协商，共同管理



- 工会与劳经 Team 定期召开共商会：共享公司与工会信息，及时处理员工工资纠纷问题。
- 总经理与工会主席定期交流会：共享公司经营指标、发展方向、工会上一年度工作报告、年度方向。
- 定期召开职工代表大会：共享公司业绩、目标、工会业绩、计划，共享公司修改制度，听取代表们建设性意见并给予答复。
- 工会不定期举行管理层、现场监督者、员工恳谈会，听取管理者、员工想法，扫除中韩方之间交流障碍，使沟通畅通。
- 定期签订集体合同，如劳动报酬、工作时间、休息休假、保险福利、职工培训、劳动纪律以及劳动定额管理等规章制度和重大事项，都坚持通过集体协商的方式予以确定和调整。工资集体协商在定期调薪前两个月进行商议。



- 开展一人一课题及现场纸条提案活动，人人都可以提出自己的意见和建议。



职工代表大会



现场纸条提案活动



03

供应链管理

LG 致力于以一种充满社会责任感的方式，完成 LG 产品的原材料采购、制造以及销售。为了实现这一目标，LG 通过产业合作、合同约定以及监督项目、多元化供应商计划以及有效的管理制度，在整个价值链中全程采用对环境及社会负责任的做法。

纵观我们的供应链，明确一系列对我们运营、产品及供应链伙伴至关重要的社会与环境问题，围绕“劳动者权益、环境与资源保护、道德标准与知识产权”等方面，建立起包括合同控制、业务审查、绩效评估在内的采购管理制度，确保产品安全，保证产品质量，促进产业链共同发展。

双赢发展

LG 有庞大的供应链体系，为了从多方面保障供应链企业的权益，LG 建立了“双赢发展 3 条哲学 5 条原则”。比如通过双赢发展的网站为相关方提供信息，保证采购部门及相关部门的员工充分了解 LG 的哲学与原则，并将其付诸实施。

LG

支持供应商发展自给自足
在竞争机制中建立伙伴关系
双向沟通和公平交易

供应商

努力成长为一个强大的公司：
达到一定的规模，拥有可持续的竞争力
世界一流的生产力和质量
持续独立增长的技术竞争力



- ### 3 条哲学
1. 为了双赢发展，LG 要努力帮助供应商成长为全球具有竞争力的公司。
 2. 供应商是 LG 商业竞争力的价值来源和在创新方面的重要伙伴。
 3. 为了双赢发展，LG 不仅仅要与供应商分享现有的资源，而且要通过持续的创新分享日益增长的竞争力。

- ### 5 条原则
1. 我们必须建立符合全球标准的流程与原则。
 2. 谨慎的选择有竞争力的供应商，并为其提供产生深远影响的支持。
 3. 首先，要树立全球领先的标准，然后制定目标并严格执行。
 4. 双方的合作要严格遵守纪律，符合公平、透明的标准。
 5. 在沟通和信任的基础上长期和持续的努力。



案例 助推供应商技术改进：合肥新沪屏蔽泵接线盒整改

屏蔽泵是空调溴化锂机组的重要部件，合肥新沪是为 LG 空调提供屏蔽泵的唯一供货商，合作多年来，合肥新沪与 LG 一直保持良好的合作关系。

2014 年 LG 质量部门针对于屏蔽泵在湿度较大环境下的防漏电提出改善，对于屏蔽泵的接线盒提出整改。新沪也积极配合，第一时间拿出了整改方案，不断改进，将做好的样品发到 LG，获取反馈，并反复修正，测试。最终做出了令双方都满意的产品。

这样的整改每天都在 LG 的供应商中发生，通过对质量的严格要求和把关，不仅满足了 LG 对原材料的需求，保证了 LG 的产品质量。供应商也得到很大的提高，尤其是对于自身的产品和服务，有了进一步的认识和提升。LG 与供应商的合作过程中，每一次问题的解决，都是一次进步，都是向着实现一等 LG 的目标迈进一步。

供应链审核

LG 建立了严格的供应商审核体系, 在开发新供应商或定期评价供应商时, LG 对品质、劳工人权、职业健康与安全、环境保护、商业伦理都有明确要求和管理。LG 采购对于供应商的评价按照 TQRDCME 来进行, 通过对供应技术力、品质、责任、供应时间、成本、管理、EESH 等方面评价, 来减少采购的风险。并且, LG 鼓励所有组件以及主要配件的供应商申获 SGS 以及 Reach 认证, 首选获得 SGS 以及 Reach 认证的供应商。

LG 对现有供应商每年进行

2 次的定期评价

LG 对现有供应商进行每年进行 2 次的定期评价。不符合条件的和评价较低的供应商的评估结果会与以后采购量相关联, 必要时终止交易。

◎合作公司CSR快速调查

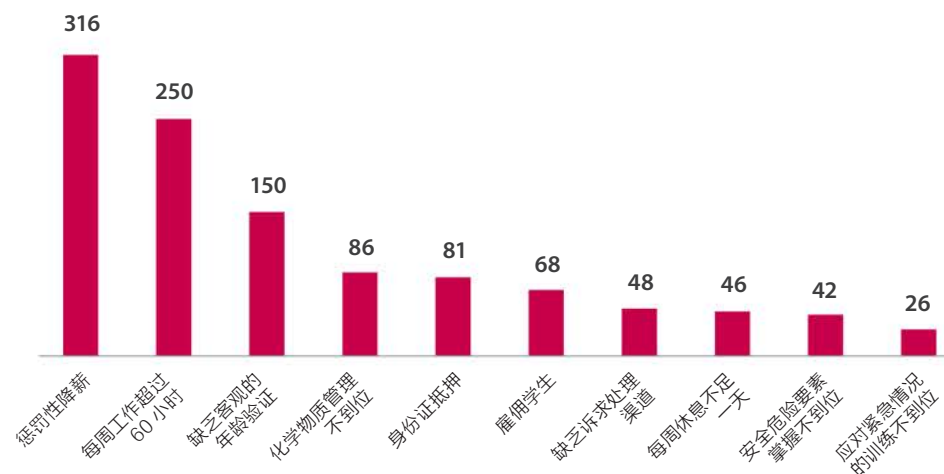
2014 年下半年, LG 电子对中国区的 11 家法人的 746 家合作公司开展 CSR 快速调查。

快速调查的项目包含人事、劳经的 12 个项目和环境安全健康 9 个项目, 共计 21 个项目。人事、劳经项目主要包含儿童劳动、未成年人加班劳动、最低工资、减薪和罚金制度; 环境安全健康项目包括未提供 / 未佩戴护具、违反环境法规、化学物质管理等。快速调查结果分为不稳定类 9 家公司、不到位类 516 家公司、稳定类 221 家公司。LG 电子对不稳定类的 9 家公司和主要合作公司等 41 家公司开展了现场检查, 得出 205 个改善课题 (平均每家合作公司 5 个)。得出的改善课题已经 100% 全部改善, 使体现 CSR 要件的标准采购合同 (MPA: Master Purchase Agreement) 缔结率 (98.6%) 得以大幅提升。

LG 电子中国地区快速检查结果



LG 电子中国地区快速检查各项不稳定或不到位的合作公司的数量



供应链社会责任建设

LG 有完整的责任采购制度, 要求供应链上的所有供应商积极履行社会责任。LG 与合作伙伴建立战略共享机制和平台, 在合作过程中促进伙伴提高技术和产品质量、完善成本管理、运输、经营管理, 尤其注重环境管理和对当地社区的影响。在不断的探索和合作的过程中, 提高合作伙伴的社会责任能力, 推动伙伴的成长。

LG 的政策是确保自身的商业活动合乎道德规范, LG 与供应商以及其他与 LG 开展业务的所有其他合作方建立公平的合作关系。致力于与供应商一道遵守所有协议, 在信任、诚实、坦率的基础上建立长期合作关系。在追求经济效益的同时, 鼓励合作伙伴提高技术和创新能力, 降低责任风险, 与环境友好相处, 助力社区建设。



案例

LG 电子南京洗衣机法人与供应商成为 CSR 合作伙伴

我是 LG 电子南京洗衣机法人的供应商, LG 不仅帮助我们供应链不断的成长, 对我们的 CSR 工作也有着严格的要求。LG 采购经理与高级领导层会对我们进行企业社会责任方面的培训, 同时, 还利用每一个机会对我们开展社会责任方面的教育活动, 帮助我们认识企业发展与社会、经济、环境之间的关系, 也促进我们的产品能够更加符合国际上的 CSR 标准。



案例

助力供应商共同发展, 梦想共同起航



养志电子南京法人长

养志电子作为一家专门给 LG Display 南京法人提供汽车用显示屏背灯的企业, 从 2006 年开始同 LG Display 南京法人开始业务合作, 并且在 2014 年“梦想共同起航”会上被评为优秀供应商。养志电子为了达到“异物 0”指标, 在现场培训师工业务多功能化。同时招聘在韩国留学的中国学生, 在韩国本社培训后, 直接安排到南京法人工作, 有效的协调韩国驻在员同当地人的关系。每次 LG Display 提出要求, 当地员工会与韩国专家沟通, 快速传播到全组织, 从而提高了顾客应对速度。在环境安全方面, LG Display 每周二对供应商进行周别 5S 检查, 其结果会以分数形式反馈回来。近来, 养志电子平均分数 96 分, 可以说在环境、安全方面达到体系化要求。LG Display 作为一家跨国大企业, 各个方面管理都很专业, 而且经验丰富。LG Display 如果把 CSR 审查, 环境安全审查等流程适用于供应商, 中小企业也可以取得先进技法, 提高水平。



EESH 体系

LG 通过全社 EESH 经营体系运营、最优化的高效能源使用、亲环境活动开展及产品开发、工厂安全 / 保健和任职员工健康增进活动开展，实现在 EESH 领域的一等 LG。在给顾客提供差别化的价值基础上，LG 还致力于追求地球环境的维持、可持续性社会的创建，以及利益相关方生活水准的提升。

EESH系统

LG 十分重视安全生产、环境保护工作。公司发现能源、环境、安全与员工职业健康有着多重的相关性，为了系统的管理环境与安全的相关工作，各生产法人建立了具有LG特色的EESH管理体系，促进能源 (energy)、环境 (environment)、安全 (safety) 和健康 (health) 一系列问题的整合和解决，最终LG通过EESH管理体系提高了效率和执行能力。这也是LG尊重人的经营理念的体现，将‘以人为本’落到实处，为员工打造一个安全、健康、和谐、绿色的生产环境，确保建立一个无事故、无灾害公司。

为确保EESH管理体系的顺利实施，LG各事业本部每年都会对各工厂进行至少两次EESH评价，同时，LG电子事业部每年举行两次中国法人内部的论坛会议，大家在一起，讨论及解决存在的能源、环境和安全问题，从本质上找出解决的方法。

EESH 经营理念



环境保护

环境管理体系

LG各公司设有EESH等专业部门负责环境企划和环境管理, 废品站、垃圾场、污水站及大气污染物排放均有严格的处理流程(自建设备或外包企业)。EESH部门内设有一个环境管理担当, 专门负责环境的企划管理, 与外部环保机构的沟通联系, 制订环境管理的年度计划, 制订环境管理基准。

环境管理制度

由LG各事业部中的环境安全部门在每年年末制定本年度的EESH管理活动计划和自身EESH管理基准, 并通报给各个工厂。

环保培训与宣教

针对本单位环保情况对全体员工进行环保培训, 在制定年度培训计划时, 包含环保培训内容, 环保培训每半年不得少于一次。各工厂的EESH Team 每年组织各车间(部门)环保员进行一次以上环保培训, 以提高环保员的环境管理水平。

培训措施: 新入社员工三级EESH宣传教育、班组环保教育、委外培训教育。

宣传措施: EESH现况板宣传、EESH Board宣传、环保公益活动实施。



地球一小时环保宣言签名会



案例 LG Display CA 法人: 中国最早的“绿色制造工厂”

LG Display CA 法人积极响应中国亲环境政策, 所建立的 8.5 代 LCD 面板工厂, 在中国第一个获得“绿色制造工厂”的认证。中国政府推进的“绿色制造认证制度”不仅对产品生产、使用及废弃等产品的全生命周期内提出要求, 还考证企业是否遵守环境法规, 是一个综合了各种经营管理指标的中国全新的亲环境产业政策。中国政府将绿色制造认证制度从电子产业开始, 预计 2030 年扩大到全部的产业领域。因此, LG Display 8.5 代 LCD 面板工厂从设计伊始, 集中了国内最发达的环境亲和生产战略, 同时适用国际标准系统, 短期内取得了能源 (ISO50001), 环境 (ISO14001), 安全健康 (OHSAS18001) 等 7 个国际标准的认证。在此基础上, LG Display CA 法人构筑基础设备, 遵守环境法规, 建立能源、资源管理, 经营体制, 生产亲环境产品, 达成环境亲和成果指标等, 在绿色制造 6 大领域, 32 个必修项目全部合格, 是中国第一个获得此殊荣的企业。



环境保护



案例

LG 电子天津法人：建设绿色工厂，共筑碧水蓝天

LG 电子天津法人投产至今一直注重环境保护，在公司领导和全体员工不懈努力下，取得丰硕成果。所有废水、废气经过处理后达标排放，企业内部还强化环境建设，培养员工可持续发展理念，于 1998 年取得 ISO9001、2000 年取得 ISO14001、2006 年取得 OHSAS18001 证书。

公司对污水处理站多次进行改造：1995 年建立污水处理厂、

2000 年 8 月污水场地扩容、2002 年 7 月对洗涤水处理工艺进行改进、2004 年 8 月新 MWO 与 AC 处理池建立、2005 年 6 月压缩机蓄水池改造、2006 年 12 月-2007 年 2 月投资 45 万元在原压缩机污水处理系统基础上增加二级反应沉淀、气浮池、活性炭过滤罐等设施、2007 年 8 月投资 15 万元将压缩机污水中污染物浓度较低的验漏溢流水和涂装放流水引入微波炉空调器清洗水处理系统；

目前污水处理能力达到 2500t/d，污水处理方法采用物理化学处理法，处理后的废水执行 GB8978-1996《污水综合排放标准》二级排入永定新河。

同时，公司投资安装便携探测器检测各工厂的二氧化碳排放量，督促工厂切实做到温室气体减排。此外，公司根据室外温度情况，改善热水锅炉运行时间，节省煤炭使用量，减少二氧化碳排放约 73000 吨。



案例

绿色建筑

北京乐喜金星大厦 (LG 双子座大厦) 获得北京市 2014 年度绿色建筑奖励资金。这是《北京市发展绿色建筑推动绿色生态示范区建设奖励资金管理暂行办法》颁布实施以来，首次对取得二星级、三星级绿色建筑运行标识的公共建筑项目和住宅建筑项目发放财政奖励资金，获奖金 169.2 万元，仅有 6 栋建筑获得奖励，LG 双子座大厦是唯一获得此殊荣的外资企业。



能源管理

能源管理理念

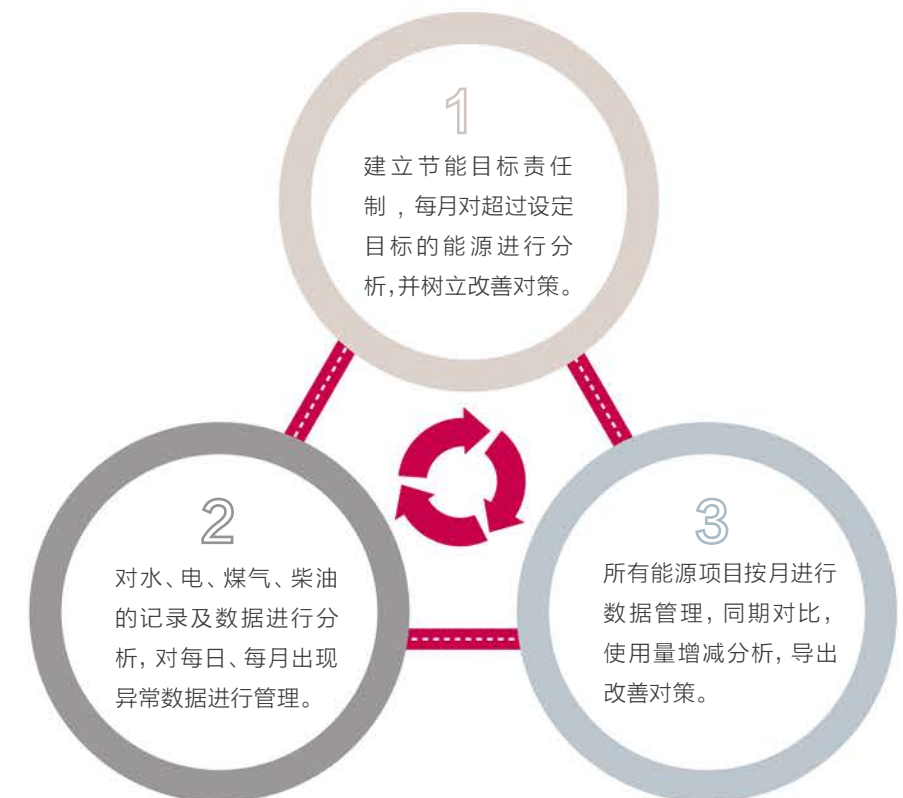
为加强能源管理，降低物耗，杜绝浪费现象，提高能源利用率，根据国家能源工作方针政策和能源管理标准，结合本公司生产和物资消耗实际情况，设立能源管理体系和制度。

能源管理体系

LG 实行公司、事业部二级能源管理体制。公司设有专门部门负责能源监控、管理、供应、节省等能源管理活动，各事业部设置生产技术部负责能源管理，另设有能源检查部负责能源检查，形成全公司能源管理网络。

能源管理制度

LG 积极开展能源节约活动，推进设备节能计划、LED 灯的推广应用、生产中的查漏补缺、事业部能源计量表统计、耗电设备逐步淘汰等。



能源节约项目

以“3R”原则(Reduce、Reuse、Recycle)为行为准则,有效使用并积极采取节约能源、资源,再利用、减少废弃物、排除危险要素及增强员工健康的生产与服务模式。



ISO50001认证

当今,全球企业均面临着不断攀升的能源成本以及日益严峻的气候条件带来的节能减排压力,国际标准化组织于2011年6月15日正式发布ISO50001能源管理体系标准。该标准为工厂、经营设施及组织的能源管理建设及实施提供了指导,帮助企业进行能源管理、提高能源使用效率、减少成本支出、改善环境效益。

2014年, LG中国的生产法人积极进行ISO50001认证,通过更好利用企业的能源资源、系统化的节能技术、供应链能效提升等手段有效的节约了企业能源成本。LG电子烟台法人于2013年12月取得了ISO50001能源管理体系认证,成为LG电子生产法人中第一家取得ISO50001能源体系认证的公司;建立了能源管理体系手册及程序文件,进行了能源初始评审,月度能源使用分析报告;成立了能源检查团,每日巡查自主发掘能源损耗并改善;使用高效节能设备替代高耗能设备,提高效率节约成本。

安全生产

为实施有效的自主安全管理,保证公司、员工的安全,形成安全、有效的工作环境, LG各个生产法人均成立了安全生产工作领导小组,由生产法人的一把手担任安全生产工作领导小组组长。同时,为加强和规范公司突发事件应急工作的管理,保障员工生命和公司财产安全, LG各生产法人也建立了安全应急管理机制,成立应急指挥部,对公司应急管理工作负总责,下属安全管理部负责应急管理的日常工作,相关部门负责各自范围内的应急管理工作。

突发事件发生后,公司会立即启动生产安全事故应急救援预案,采取有效措施,迅速展开应急处置工作:



LG 双子座大厦消防疏散演习

职业健康



案例 我在 LG 工作——安全生产的“幕后英雄”

作为一名 LG 电子秦皇岛法人的安全生产担当，安全生产这份工作于我而言绝不仅仅为了工资，而是这份沉甸甸的责任。

我们工厂是 LG 电子中国法人中唯一一家铸造工厂，铸造类企业相较于电子企业，危险因素较多，噪音、粉尘、废砂、机械故障、液压油泄露、电器绝缘损坏以及人的不安全行为，劳保用品穿戴不当等等都可能成为安全隐患。

我的工作就是要不断的寻找这些安全隐患，并及时的排查、纠正。在安全部门，工作大多是单调甚至枯燥的，不像一线员工就产品提出改进意见，也不像销售人员直接创造利润，因此我们往往不被人们熟知。然而，一旦 LG 系统内发生安全问题，无论国籍和法人，我们都需要第一个站出来，吸取教训，总结经验，开展培训，提高员工安全意识。

如今，公司生产效益越来越好，安全部门的压力也越来越大，我在这样一个“吃力不讨好”的部门甘之如饴，不少同事称我们为“幕后英雄”。



案例 安全生产无小事，LG 电子烟台全员安全总动员

LG 电子烟台法人十分重视安全生产，建立了包括火灾、触电、锅炉爆炸、食物中毒等 13 个安全应急预案，每项预案每年至少演练一次，并有专门

的担当负责。同时，公司分部门对全员进行安全教育，强化“安全生产无小事”这一观念。通过培训与应急演练，使安全观念深入全体员工心中。



案例 LG 电子南京新港新技术法人职业安全健康培训



思想教育

通过职业健康安全政策、法规方面的教育，提高各级领导和广大职工的政策水平，正确理解职业健康安全方针，严肃认真地执行职业健康安全法规，做到不违章指挥，不违章作业。



劳动纪律教育

使管理人员和职工懂得严格遵守劳动纪律对实现安全生产的重要性，提高遵守劳动纪律的自觉性，保障安全生产。



职业健康安全 技术知识教育

包括生产技术知识、基本职业健康安全技术和专业安全技术知识。



个人防护用品的 正确使用 方法



专业职业健康安全 技术知识

某一特殊工种的职工必须具备的专业职业健康安全技术知识，包括锅炉、压力容器、电气、焊接、起重机械、防爆、防尘、防毒、瓦斯检验、机动车辆驾驶等专业的安全技术及工业卫生技术知识。

LG为贯彻执行国家有关职业病防治的法律法规、政策和标准，加强对职业病防治工作的管理，提高职业病防治的水平，切实保障劳动者的健康，实现公司“全年零事故”的目标，成立了职业病防治工作小组，并明确了每名成员的工作职责。

设置公告栏，公布职业病危害、可能造成后果、应急处理措施及作业现场职业危害因素监测结果报告，在合同中告知劳动者职业危害及岗位职业危害信息，严格执行岗前岗中及离岗职业病体检，建立职业健康监护档案。





应对气候变化

工业革命后，随着人类活动，特别是消耗的化石燃料（煤炭、石油等）的不断增长和森林植被的大量破坏，人为排放的二氧化碳等温室气体不断增长，大气中二氧化碳含量逐渐上升，气温也不断上升。为了应对气候变化，LG 不仅注重工厂的环境管理，更将自己的环境责任延伸到产品与绿色公益活动之中。通过制造绿色产品实现 LG 的环保承诺，带动客户共同履行环境责任；通过组织和开展绿色公益活动，倡导员工和社会各界参与低碳生活，与 LG 一同积极应对气候变化。

绿色产品

LG有着出色的环保记录，公司在全球各地都很注重自己的环境保护传统。LG所倡导的高效节能、便捷、安全洁净的产品理念，都走在了环保产品的前沿，凭借最尖端的科技和人性化的设计，将生活中的处处细节都打上了健康绿色的烙印。无节制的工业化进程和生活方式使二氧化碳排放量越来越大，地球臭氧层正遭受前所未有的危机。环保，已不单是社会责任，更是每一个企业与个人需要去兑现的承诺，LG作为绿色科技的领军企业，从品牌理念到产品设计，都不忘将环保列为其发展的重要环节，旨在以牺牲更少的环境资源成就用户更美好的生活。为此，LG制定了环境保护政策如下：



绿色产品

LG 电子执行 4 种关键生态环保设计战略

使用资源时提高效率

LG 不仅减小产品的重量和体积, 而且通过使用自然或可循环利用材料来更有效地使用资源。

提高能源效率

LG 电子遵守国际要求, 通过减少电能消耗和待机电量的使用来减少温室气体排放。

减少使用有害材料

LG 禁止使用 6 种有害物质 (铅、汞、镉、六价物质、铬和 PBB/PBDE), 使用无卤阻燃剂并避免使用可能对人体有害的任何其他物质。

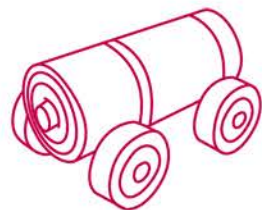
提供循环利用能力

LG 电子选择使用易于循环利用的材料。在生产和计划阶段, 我们重点确保最终的产品可以轻松分解。之后, 通过减少单个零件数来进一步提高循环利用能力。



案例 LG 化学新能源汽车动力电池项目落户南京

2014 年 10 月 30 日, LG 化学新能源汽车动力电池项目在南京正式破土动工。项目采用全球领先的锂离子电池技术, 从事新能源汽车动力电池芯、电池组的生产和电池包组装。工厂计划于 2016 年下半年正式量产, 估计年产 2000 万块电池。LG 化学已获得奥迪、通用、沃尔沃、中国一汽、上汽、观致等世界知名车企的数百万台新能源汽车电池订单, 这些订单大部分将会在南京基地生产。



案例 LG Hausys 荣获“中国绿色地产部品供应商十大采购首选品牌”

2014 年 1 月 17 日, 在北京人民大会堂召开的“第十一届地产年度风云榜”年度地产总结和表彰大会中, LG Hausys 荣获最具权威和影响力的“中国绿色地产部品供应商十大采购首选品牌”奖。



LG 电子节能新产品

LG 臻净系列蒸汽洗衣机



LG 臻净系列蒸汽洗衣机除了采用 6 种智能手洗以及速净喷淋革新技术, 有效缩短了洗衣时间、省时节能, 在蒸汽方面, 针对中国部分地区的“硬水”问题, 新品机以盘式加热代替了传统的管状加热, 有效防止水垢淤积堵塞。与此同时, 用户也可随时拆卸清洗, 明显提升了洗衣效率及机器的使用寿命。



LG “门中门”冰箱



LG 对开门 V6000 系列冰箱选取了“4+1 式门中门”的设计, 有效减少 41% 的能源损失, 同时采用线性变频压缩机, 提升冰箱动力, 也实现了“更稳定、更安静”的目标。在原有的“空间科学”基础上, 新产品增加了“第五门”, 利用 -1° ~5° 的恒频变温技术, 满足用户对不同食物新鲜度的不同需求, 此举不仅提升了冰箱利用的科学性, 也更符合中国消费者日益多样化的使用需求。



LG 无线吸尘器



2014 年推出了 LG 无线吸尘器系列, 包括: 用于日常被褥护理的床具除螨机, 续航时间更长的无线吸尘器, 以及 2 合 1 式无线吸尘器, 机器人吸尘器。其中, 机器人吸尘器采用了“RoboSense 感应”技术, 使吸尘器能“跟着”用户“边走边工作”。与此同时, 由于开始使用车载锂电池以及 BLDC 电机, LG 无线吸尘器节能效果更明显、连续使用时间也将延长。



绿色公益

LG 一直鼓励人们选择可持续的生活方式，这与世界环境日发起者——联合国环境规划署的目标一致。5月1日至6月5日期间，LG 在纽约时代广场和伦敦皮卡迪利广场的 LED 广告牌上播放活动宣传片，该宣传片是有关联合国环境规划署 2014 年题为“提高你的呼声，而不是海平面 (Raise Your Voice, Not the Sea Level)”的活动，它对 LG 的全球社会活动“LG 希望之屏 (LG Hope Screen)”起着重要作用。通过在这两个全球国际化程度最高的地方向 150 多万人直接传播这些重要信息，LG 希望让更多的人了解由非政府机构组织所做出的伟大工作。



2014 年 4 月 12 日，LG 电子、LG 商事、OURHOME、LG Hausys、HS Ad 等姊妹社共同参与在北京房山区开展大型植树活动，共有 174 名员工及家属参加了活动，共栽种 200 棵树苗，可中和碳排放 43.8 吨。

2014 年 4 月，LG 在烟台的三家法人——LG 伊诺特烟台法人、LG Display 烟台法人、LG 电子烟台法人组织了大型的捡垃圾活动，三家法人组织志愿者对厂区周边道路垃圾进行清理，并制作了环境保护倡议书发放给行人。由于烟台的三家法人厂区都位于烟台市开发区，部分厂区较为偏远，周边小区住的失地农民较多，环境卫生较差，在多次组织大型的捡垃圾活动和环境保护宣传后，公司周边的环境得到了显著的改善。



2014 年 6 月 5 日“世界环境日”这天，南京的 LG 员工举办了一场“低碳生活，绿色出行”大型志愿者活动，号召更多的公民选择低碳出行，从而缓解雾霾带来的严重污染。240 名来自 LG Display、LG 化学、LG 电子南京洗衣机法人、LG 电子南京新港技术法人，以及 LG 电子南京支社的志愿者在骑行过程中与行人或社区居民进行紧密互动，向行人宣传低碳生活的意义及具体做法，征求“低碳出行承诺书”的签名。



“地球一小时”由世界自然基金会于 2007 年在澳大利亚发起，现已发展成为一个全球性的环保活动。LG 积极参与“地球一小时”活动，并开展“蓝天自造——2014 地球一小时低碳行动征集”活动，LG 电子北京总部、LG 电子天津法人、厦门支社、LG 电子昆山法人等单位均以不同形式开展节约用电，向社会传递正能量。



LG 电子北京总部 LG 双子大厦熄灯活动



LG 电子南京洗衣机法人 迎青奥“六·五”环境日纪念活动



LG 电子昆山法人 世界环境日 (垃圾分类宣传)



LG 电子青岛空调法人 建造“志愿者花园”植树活动



社区支持与融入

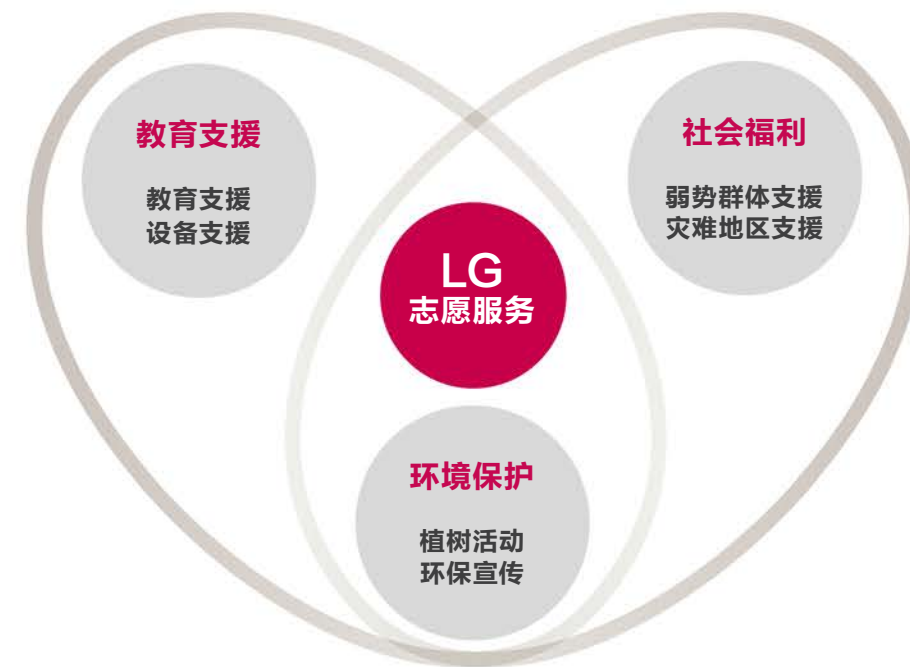
LG 的工厂遍布中国近 20 个省份，销售网络几乎覆盖中国大陆所有城市及大部分乡镇，LG 始终把回馈运营地的社区作为企业的重要任务之一。从社长到 LG 的每一个普通员工都将力所能及的事帮助身边的弱势群体，反哺周边社区发展作为己任。LG 的每个运营单位也积极举办各类公益志愿项目，号召员工参与到志愿服务之中，让员工在一次次志愿活动中成为了 LG 公益的主角，成为企业可持续发展的新生细胞。

公益理念

“虽然赚钱是企业的属性，但正如‘鱼儿离不开水’，企业应首先考虑其身处的社会福祉，其次谋求国家的百年大计。因此，成就企业的同时，寻找对社会有益的事情，这样的企业才能万年长青。对 LG 而言，投身公益是一个只有开始不会结束的事业。”

——LG 集团创始人 具仁会会长

LG 依托“为顾客创造价值”和“尊重人的经营”的正道经营理念，关心企业可持续发展和社区利益，关注中国社会当前突出的教育和环境保护问题，同时积极参与针对弱势群体的社会救助活动。



◎ 公益愿景

- 提升“和谐”技术和产品，有益于当地社区。
- 宣传环保意识，构建美好世界。
- 鼓励员工参与公益活动，增强社会贡献。

◎ 实现途径

在伙伴关系的基础上，LG 永久承诺为解决社会问题而不懈努力，利用自身的核心竞争力（产品和技术）生产满足当地需求的产品。借助巨大的全球网络，解决跨区域的社会问题。通过“LG 志愿者联盟”和其他社会组织，公司为员工参与公益活动、履行社会责任提供有力支持。

公益实践

教育支援

LG 电子在希望学校持续援助项目上的总投入接近

1000

万元

2014 年投入总经费

605,532

元人民币

关注教育领域，是 LG 重要的 CSR 战略之一。LG 电子从 1999 年开始资助希望小学，从 2007 年开始，从学生、教师、硬件设备三个方面全面支援希望学校的建设，重点关注学生素质教育及教师教学水平的提高。经过长期的实施，多所希望学校逐步获得了可持续发展的能力。LG 电子在希望学校持续援助项目上的总投入接近 1000 万元，2014 年，项目共投入总经费 605,532 元人民币。

案例 “魅力化学” 实验课堂

作为化工企业，LG 化学充分发挥自身专业和资源优势，鼓励员工开展志愿服务活动，走进社区、走进学校为青少年讲解化学知识，拓展青少年的知识领域。



案例 LG “爱心日” 活动

2014 年，在 6 所 LG 希望学校同时举办“爱心日”活动，共有 1900 名学生参与了“我心目中的未来电器”创意竞赛。其中 37 名获奖学生和 7 名社区学校学生参加“南京行”活动，参观 LG 生产基地并进行当地文化访学活动。

“LG 爱心日”活动已连续举办 8 届，共有超过 12000 人次的学生参与，累计 400 余名获奖学生前往位于北京、上海、青岛、南京以及韩国的 LG 产业园进行访学活动。



“LG 未来电器创意大赛” 获奖学生合影

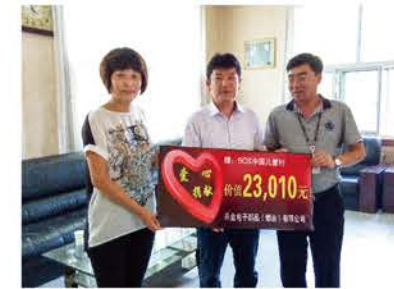


获奖学生参观 LG 电子新港新技术法人

案例 第四期 LG 全国青年教师培训班

2014 年，LG 举办“青基会优秀青年教师培训”活动，6 所 LG 希望学校的 26 名教师参与，课程内容包含素质拓展与团队精神、参观示范校、专题讲座和学院论坛，以丰富教师课堂教学方法，关注教师心理健康，提高教学热情。

LG 教师培训活动已连续举办 8 年，超过 200 名希望学校教师从中受益。



LG 伊诺特烟台法人向 SOS 儿童村考上大学的优秀学生捐赠电脑共 6 台



LG 电子南京新港新技术法人赠送显示器支援学校电算教室建设



LG 伊诺特惠州法人希望小学助学活动



LG 化学“爱心卫生间”项目在《公益时报》主办的“2014 年第四届中国企业社会责任颁奖典礼”上，荣获“2014 年中国企业社会责任项目优秀奖”

案例 爱心学校工程 关爱助成长

LG 化学先后与中国青少年发展基金会、中国妇女发展基金会合作，为中国青少年的健康成长创造良好卫生环境、改善中国贫困中小学的环境卫生设施、促进中国的可持续发展与和谐社会的构建共同努力。自 2010 年以来，LG 化学共援建 8 所“爱心学校工程”，同时还开展卫生健康理念宣传教育活动，倡导同学们从小养成良好的卫生习惯，定期安排形式多样的爱心回访，以更好地回应相关方诉求。

公益实践

社会救助

LG 电子北京总部
2014 年志愿者服务时间:

共 **2168** 小时

志愿者人数:

共 **222** 人

针对残疾人、农民工、孤儿、老人等各种弱势群体, LG 与地方政府和社组织开展广泛合作, 积极提供资金、物资和人力方面的救助, 承担企业公民责任, 倡导志愿者精神。

案例 大福·快跑

LG 志愿者联盟支持“大福·快跑”活动, 组织北京、广州等地的 LG 志愿者与心智残障人士互动。慢跑活动前, 志愿者用心观看了心智残障

人士的才艺表演, 鼓励他们在大众面前展现出自己的特长爱好。慢跑过程中, LG 志愿者与心智残障人士手拉手, 相互砥砺, 一起加油完成路程。



案例 同心互惠 LG 电子爱心捐赠活动

同心互惠公益商店由北京工友之家创办, 目前已在北京市城乡结合部的打工者生活社区开设了 15 家商店。同心互惠公益商店的社会使命是“减少社会资源浪费, 帮助打工者降低生活成本”。通过将可再使用的闲置物品进行低价义卖, 以有尊严的方式帮助城市打工者降低生活成本。2014 年, LG 电子组织了两场同心互惠爱心捐赠活动, 号召员工将可以继续使用的日常生活、学习、工作所需要的物品捐赠给有困难的城市打工者和打工子弟, 活动受到 LG 电子员工的广泛关注和支持, 收到员工捐赠的衣物、包、小家电、儿童玩具、文具、体育用品、书籍若干件。



案例 支援鲁甸

2014 年 8 月 3 日, 云南省昭通市鲁甸县境内发生 6.5 级地震, 造成上万名群众伤亡。LG 迅速启动应急救援机制, 联系中国红十字会, 向鲁甸灾区捐款 500 万元。这是继 2008 年向汶川地震灾区、2010 年向玉树地震灾区以及雅安地震灾区捐款以来, LG 再次为中国地震灾区展开捐助。



案例 红丹丹盲人运动会

红丹丹盲人趣味运动会已经举办了 6 届, 通过举行“跳绳、拔河、两人三足”一系列趣味运动项目, 为视障群体提供一个走出家门、走进社会的机会。

LG 志愿者在与视障人士的互动过程中, 既学会了如何与之相处, 也给了视障人士一个享受户外活动、融入社会大家庭的平台。



公益实践



案例 支援社会福利院

LG 电子惠州法人每月向惠州市惠城区综合福利院捐款 4000 元，帮助那里的老人和小孩改善医疗条件。据统计，福利院现有老人 80 名，小孩约 110 名。由于老人和小孩的身体不好，需要经常动手术，医疗费用开支巨大。为了帮助他们能继续得到治疗，公司自 2003 年起每月向福利院捐款 4000 元。并且，每逢传统节日，公司管理层及员工代表会带上礼品慰问金等去福利院探访老人小孩，与他们共度佳节。



LG 电子泰州法人对社会福利院孤寡老人赠送夏季用品，慰问老人

其他公益活动



LG 伊诺特烟台法人为烟台开发区八角村居民提供文化生活用品（包括广场舞服装、音响、试衣镜）及比赛奖品（包括乒乓球比赛、象棋比赛奖品等）



LG 电子昆山志愿献血活动



LG 电子南京新港新技术法人无偿献血活动



LG 电子惠州无偿献血活动





Part Three 未来展望

未来展望

励精图治，革故鼎新

中国有一句名言“穷则独善其身，达则兼济天下”，LG深受中国文化的影响，把这句话当成自己始终崇尚的品德和胸怀。作为一家韩资企业，我们来到中国二十年有余，始终秉持扎根中国的理念，在创造优质产品，服务中国的同时，也不遗余力的投身中国社会的建设。通过引领科技、带动就业、回馈客户、保护环境、帮助伙伴和社会贡献等多方面履行好跨国企业的社会责任。

近年来，中国开始进入改革的深水区，经济增长放缓，中国的消费市场也正在走向成熟，消费者在日常用品上的支出比例逐渐减少，在生活方式相关品类上的支出比例则逐渐增加。同时，中国本土品牌竞争力增加，这是LG在中国的事业面临的“新常态”，对LG的在华事业既是挑战，也是机遇。

新常态下，LG更要深耕中国市场，坚持本土化战略。 中国市场潜力巨大，但目前LG的市场份额并不十分高。中国市场消费者的需求变化快。为此LG在产品开发上更加注重对中国消费者的需求调研，重视改善生活中的细节，提高消费者的生活品质。让LG用产品说话，真正走进普通人的生活中。

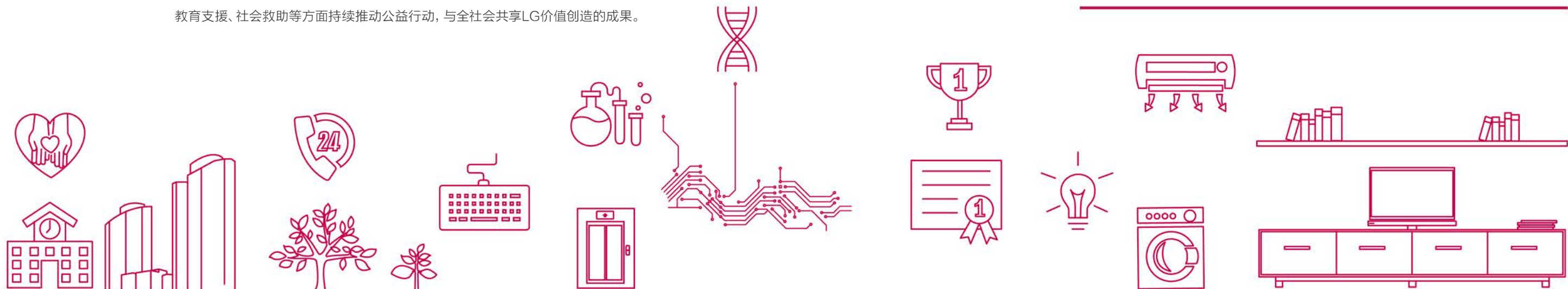
新常态下，LG更要提升管理效率，加强在华姊妹社之间的合作与协同。 通过管理创新解决市场面临的问题，不断提升LG的运营效率，降低运营成本，提高LG的盈利能力和抗风险能力。

新常态下，LG要坚持创新驱动。 充分发挥新技术对市场的支撑和引领作用，增加研发人员招聘比例，增加研发投入，大幅提高高科技新产品、高端产品的市场占有率和经济贡献率。

新常态下，LG要继续回馈中国社会。 以各个法人的工会组织和志愿者联盟为依托，在教育支援、社会救助等方面持续推动公益行动，与全社会共享LG价值创造的成果。

2014年度CSR荣誉

颁奖机构	获得奖项
北京慧灵智障人士社区服务机构	团结互助奖
中国红十字会	中国红十字会杰出奉献奖章
北京市红丹丹视障文化服务中心	荣誉证书
中国青少年发展基金会	希望工程 25 年杰出贡献奖
中国社科院企业社会责任研究中心	社会责任发展指数在华外资企业 100 强第三名
共青团	CSR 提名奖：LG 希望学校持续援助项目 CSR 微博公益传播特别奖：LG 智慧生活
中国企业评价协会 / 清华大学社会科学学院	中国企业社会责任 500 强第 32 位
北京志愿者联合会	LG 电子北京总部员工吴明亮获北京市优秀企业志愿者
仲恺高新区 外来工志愿者服务总队	LG 电子惠州法人员工高峰、张丽丽获惠州仲恺高新区外来工志愿服务“优秀志愿者”



关键绩效表

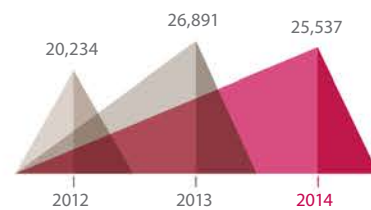
经济绩效

指标	单位	2012	2013	2014
营业总额	万元	-	-	4,075,211
纳税总额	万元	76,260	89,492	99,189
政府给予的财政补贴	万元	212	1,006	91

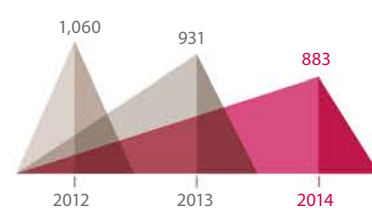
经济绩效统计: LG 电子惠州法人、LG 电子昆山法人、LG 电子秦皇岛法人、LG 电子泰州法人、LG 电子天津法人、LG 电子新港新技术法人、LG CNS、HS Ad、LG Hausys 上海法人、LG Hausys 天津法人、LG 商事、LG 伊诺特惠州法人、LG 伊诺特烟台法人。其中, 营业总额包括 LG 电子北京总部。

研发绩效

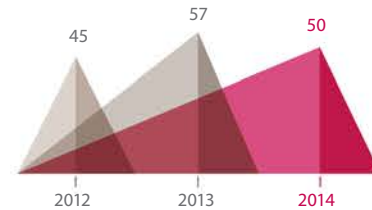
研发投入 (单位: 万元)



科技工作人员数量 (单位: 人)



新增专利数 (单位: 个)



研发绩效统计: LG 电子秦皇岛法人、LG 电子青岛法人、LG 电子泰州法人、LG 电子天津法人、LG 电子烟台法人、LG CNS、LG Hausys 天津法人、LG 伊诺特惠州法人、LG 伊诺特烟台法人

安全绩效

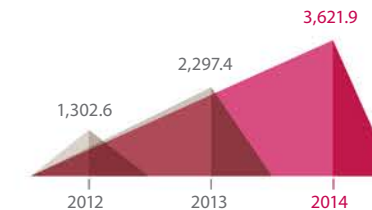
指标	单位	2012	2013	2014
安全培训次数	次	237	248	276
安全培训人次	人次	17,495	17,709	17,604
安全生产投入	万元	1,655	2,547	3,403
安全生产事故数	个	64	66	48
员工因公受伤人数	人	71	55	44
员工因公死亡人数	人	1	0	1

安全绩效统计: LG 电子杭州法人、LG 电子惠州法人、LG 电子昆山法人、LG 电子南京洗衣机法人、LG 电子秦皇岛法人、LG 电子青岛法人、LG 电子泰州法人、LG 电子天津法人、LG 电子新港新技术法人、LG 电子烟台法人、LG Hausys 天津法人、LG 伊诺特惠州法人、LG 伊诺特烟台法人

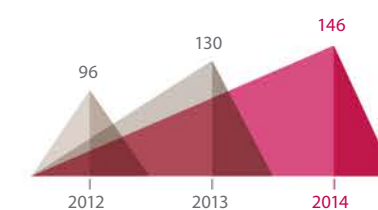
环境绩效

指标	单位	2012	2013	2014
电力	万千瓦时	55,181	35,769	36,824
蒸汽	万吨	156	40	96
LNG	立方米	5,604,599	5,900,244	5,551,515
煤炭	标准煤	29,015	20,616	20,160
Nox	吨	40	67	53
Sox	吨	45	53	33
VOCs	吨	26.5	28.5	26.9
粉尘	吨	36.1	38.8	39.4
废水排放量	吨	1,093,781	3,174,649	2,549,564
废弃物排放量	吨	26,512	32,349	33,031
年度新鲜水用水量	吨	2,848,664	2,596,920	2,473,983

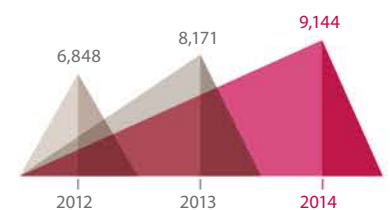
环保总投资 (单位: 万元)



环保培训次数 (单位: 次)



环保培训人次 (单位: 人次)



环境绩效统计: LG 电子惠州法人、LG 电子昆山法人、LG 电子南京洗衣机法人、LG 电子秦皇岛法人、LG 电子青岛法人、LG 电子泰州法人、LG 电子天津法人、LG 电子新港新技术法人、LG 电子烟台法人、LG Display CA 法人、LG Display 南京法人、LG Display 广州法人、LG Display 烟台法人、LG Hausys 天津法人、LG 伊诺特惠州法人、LG 伊诺特烟台法人

员工绩效

指标	单位	2012	2013	2014
员工总人数	人	-	-	30,539
劳务派遣员工数	人	6,781	7,164	6,753
FSE 员工数	人	190	195	171
残疾员工人数	人	8	8	8
社会保险覆盖率	%	100	100	100
参加工会的员工比率	%	100	100	100

员工绩效统计: LG 电子杭州法人、LG 电子惠州法人、LG 电子昆山法人、LG 电子南京洗衣机法人、LG 电子秦皇岛法人、LG 电子青岛法人、LG 电子天津法人、LG 电子新港新技术法人、LG 电子烟台法人、LG CNS、HS Ad、LG Display CA 法人、LG Display 南京法人、LG Display 广州法人、LG Display 烟台法人、LG Hausys 上海法人、LG Hausys 天津法人、LG 商事、LG 伊诺特惠州法人、LG 伊诺特烟台法人。其中, 员工总数包括 LG 电子北京总部。

指标索引

目录	中国企业社会责任报告编写指南 (CASS-CSR3.0)	披露页码		
关于本报告	P1.1/P1.2/P1.3/P1.4/P1.5/P2.1	封二		
领导致辞	P3.1/P3.2/G1.1/G1.3/S4.13	P2-3		
Part One 我们是谁	我们是谁	P4.2/M3.5/M3.7/S2.29	P6-11	
	LG 全球	P4.1	P12-13	
	LG 中国	P4.2/P4.3/P4.4	P14-15	
	我们的信念	LG Way	M3.1/M3.2/M3.3/S1.1/S1.3	P16-18
		LG CSR	P5.1/G1.1/G1.2/G1.3/G2.1/G2.3/G2.4/G3.1/G5.4/G6.2/G6.4	P19-21
	我们的利益相关方	G2.2/G5.1/G5.2/G5.3/G5.4/G5.5	P22-23	
Part Two 实质性议题	实质性议题分析	P2.2/P2.3/G6.2	P24-25	
	为顾客创造创造价值	引领科技	M2.7/M2.8/M2.12	P29-30
		卓越品质	M2.5	P31
		贴心服务	M2.1/M2.4/M2.14	P32-33
	培养本土人才	尊重人的经营	M2.5/S2.29	P35
		员工本地化	S1.6/S1.7/S2.3/S2.24/S2.25/S2.27/S4.5/S4.6/S4.7	P36-39
		员工权益保护	S2.3/S2.6/S2.9/S2.10/S2.28	P40-43
	供应链管理	双赢发展	G3.2/M3.1/M3.5/M3.6/M3.7/M3.8	P45
		供应链审核	M3.7/M3.9/E3.2	P46
		供应链社会责任建设	G3.2/M3.1/M3.8	P47
	EESH 体系	EESH 系统	E1.1	P49
		环境保护	E1.1/E1.4/E1.6/E1.10/E1.13/E2.7/E2.15/E2.18	P50-52
		能源管理	E2.1/E2.2/E2.7/E2.9/E2.11/2.13/E3.5	P53-54
		安全生产	S3.1/S3.2/S3.3	P55-56
		职业健康	S2.17/S2.18/S2.20/S2.22	P57
	应对气候变化	绿色产品	E2.11/E2.13/E2.18/E3.4/E3.5/E3.6	P59-61
绿色公益		E4.5	P62-63	
社区支持与融入	公益理念	S4.9	P65	
	公益实践	E4.13/E4.14	P66-71	
Part Three 未来展望	励精图治, 革故鼎新	A1	P74	
附录	2014 年度 CSR 荣誉	P5.3	P75	
	附录 关键绩效表	P5.2/M1.4/M1.5/M1.6/M2.8/M2.9/M10/M3.4/S1.5/S1.8/ S2.4/S2.9/S2.15/S3.3/S3.4/S3.5/S3.6/S3.7/E1.5/E1.6/E1.7/ E2.8/2.10/E2.12/E2.16/2.19	P76-77	

报告评级

《LG (中国) 2014 社会责任报告》评级报告

中国社会科学院经济学部企业社会责任研究中心 (以下简称“中心”) 受 LG (中国) 社会责任委员会委托, 从“中国企业社会责任报告评级专家委员会”中抽选专家组成评级小组, 对《LG (中国) 2014 社会责任报告》(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)》暨《中国企业社会责任报告评级标准 (2014)》。

二、评级过程

- 过程性评估小组访 LG (中国) 社会责任委员会相关成员;
- 过程性评估小组现场审查 LG (中国) 社会责任委员会报告编写过程相关资料;
- 评级小组对社会责任报告的管理过程及《报告》的披露内容进行评价。

三、评级结论

过程性 (★★★★★)

公司对外合作部牵头成立报告编写组, 高层领导参与编写推进及报告审定; 编写组对利益相关方进行识别, 并通过座谈会、问卷调查等方式收集相关方意见; 根据公司重大事项、国家政策、行业对标、相关方意见等对实质性议题进行界定; 计划在公司重大活动中发布报告, 并将以印刷品、电子版、H5 版本等形式呈现报告, 具有卓越的过程性表现。

实质性 (★★★★★)

《报告》系统披露了“产品质量管理”、“技术创新”、“供应链管理”、“安全生产”、“职业健康管理”、“环保产品研发与应用”、“重金属管理”、“产品和包装回收再利用”等电子产品与电子元器件制造业关键性议题, 叙述详细充分, 具有卓越的实质性表现。

完整性 (★★★★★)

《报告》从“为顾客创造价值”、“培养本土人才”、“供应链管理”、“EESH 体系”、“应对气候变化”、“社区支持与融入”等方面披露了电子产品与电子元器件制造业核心指标的 72.0%, 完整性表现优秀。

平衡性 (★★★★☆)

《报告》披露了“安全生产事故数”、“员工伤亡人数”、“因公伤亡人数”等负面数据信息, 并对不合格供应商审查的过程及结果进行阐述, 平衡性表现领先。

可比性 (★★★★☆)

《报告》披露了 30 个关键绩效指标连续 3 年的历史数据, 并就“全球大尺寸 LCD 市场占有率”等数据进行横向比较, 可比性表现领先。

可读性 (★★★★★)

《报告》框架清晰, 篇幅适宜, 语言流畅; 图片、表格等表达方式丰富, 与文字叙述相得益彰; 全篇以红色与灰色为主色调, 与品牌标识相符, 简洁大气, 彰显企业特色, 可读性表现卓越。

创新性 (★★★★★)

《报告》以社区代表、员工、合作伙伴、消费者的故事开篇, 通过第一人称的叙事方式, 生动阐述企业在相关方中的形象, 富有创意; 以“议题型”报告方式对年度重点实践展开叙述, 创新性表现卓越。

综合评级 (★★★★☆)

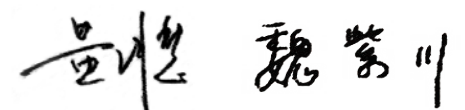
经评级小组评价, 《LG (中国) 2014 社会责任报告》为四星半级, 是一份领先的企业社会责任报告。

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: 新华网副总裁 魏紫川
成员: 中国社科院经济学部企业社会责任研究中心常务副主任 张慈
北京工商大学经济学院教授 郭毅
中心过程性评估员 王梦娟



评级专家委员会副主席
中心常务副理事长

评级小组组长
中心副理事长

出具时间: 2015年7月20日