



Life's Good With LG



2024
LG中国社会责任报告
LG CHINA SOCIAL RESPONSIBILITY REPORT

目录 CONTENTS

关于本报告	03
卷首语	05
关于 LG	07
责任 2024	12
责任聚焦:深化“情感智能”， 以科技创想LG之“美”	13

上篇 A Better Life 互联于心，焕新生活

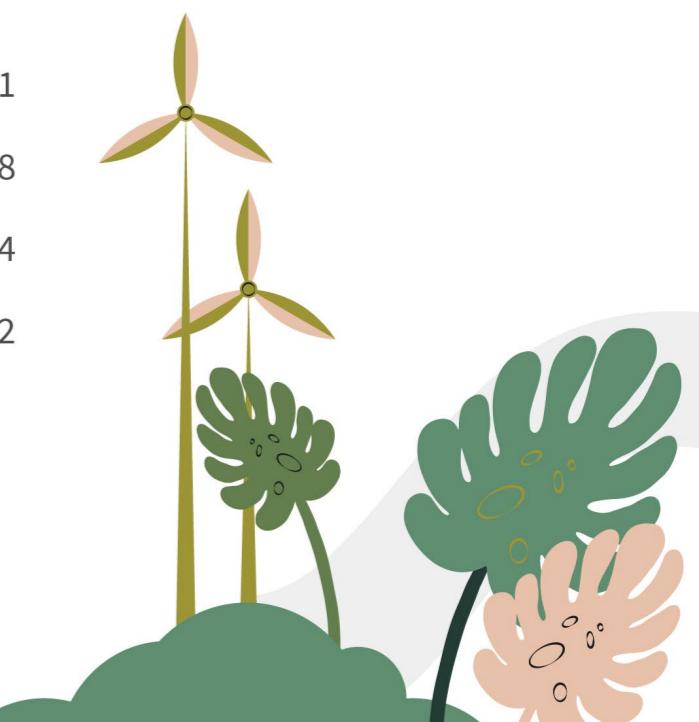
科技赋能，智创美好生活	17
追求卓越，坚守品质承诺	20
优化服务，创造用户价值	23
笃行致远，深耕责任之田	24



未来展望	56
附录	57
关键绩效	57
指标索引	67
报告评级	68
意见反馈	69

下篇 A Better Future 永续向融，共筑未来

关爱员工，打造幸福职场	31
携手伙伴，塑造行业生态	38
节能环保，践行绿色承诺	44
公益善行，传递温暖力量	52



关于本报告

本报告是 LG 中国发布的第 12 份年度社会责任报告。报告的时间跨度为 2024 年 1 月 1 日至 12 月 31 日, 部分内容超出此范围。

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。

姊妹社	公司简称
LG 电子	LGECH (北京) LGENT (南京)
	LGETA (天津) LGEPN (南京)
	LGENV (南京) LGEHZ (惠州)
	LGETR (泰州) LGMNP (南京)
	LGEQH (秦皇岛) LGEQA (青岛)
LG 显示	LGDNJ (南京) LGDYT (烟台)
	LGDCA (广州) LGDCO (广州)
	LGDGZ (广州)
LG 化学	LGCC (北京) LGCYX (宁波)
	LGCHZ (惠州) LGCBH (天津)
	LGCBT (天津) LGCZ (广州)
	LGCTJ (天津) LGCCQ (重庆)
	LGCWU (无锡) LGCGI (广州)
	LGCJM (北京) LGCQZ (衢州)
LG 新能源	LG 新能源 (中国)
LG Innotek	LG Innotek 烟台
LG 生活健康	LG 生活健康北京
	LG 生活健康上海
LG CNS	

数据说明

本报告的数据由各 LG 姊妹社法人或韩国总部提供。

参考标准

本报告参照中国社会科学院《中国企业文化报告编写指南 (CASS-CSR 4.0)》、中国企业改革与发展研究会、责任云研究院《中国企业可持续发展报告指南 CASS-ESG 6.0》、联合国可持续发展目标 SDGs、全球报告倡议组织《可持续发展报告标准 (GRI Standards)》、国际标准化组织 ISO 26000:2010《社会责任指南》等标准撰写。

质量保证

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

报告获取方式

您可登录网站 <https://www.lg.com/cn> 下载报告电子版。

若需获取纸质版报告, 或对本报告有任何意见或建议, 您可以按以下方式联系我们。

邮箱: lael.yang@lge.com

地址: 北京市朝阳区西大望路 1 号温特莱中心 A 座 12 层 (100026)



卷首语

星霜几度，初心不移。LG 中国在进入中国市场的三十余载中，始终秉持“为顾客创造价值”及“尊重人的经营”的正道经营理念，坚持将可持续发展理念融入企业的战略决策、经营管理与价值创造中，积极履行社会责任，携手各方共同创造更美好的生活（A Better Life），建设更美好的未来（A Better Future）。LG 中国致力于成长为深受市场认可、引领行业发展的在华外企典范，为中国可持续发展注入澎湃动能。

A Better Life

LG 中国始终以科技创新为引擎，驱动产品迭代升级与服务体系优化，聚焦智能家居生态与前沿显示科技，以高端产品为载体，打造覆盖全场景的智慧生活解决方案；通过数字化服务革新与个性化体验升级，持续优化用户服务路径，提升客户满意度与品牌忠诚度。与此同时，LG 中国积极深化社会责任管理，建立健全责任制度体系，高标准回应社会责任核心议题，以实际行动践行企业责任，助力创造更美好的生活。

A Better Future

LG 中国视员工为企业最宝贵的财富，积极构建多元、包容、平等的职场环境，助力每一位员工施展才华、实现梦想；携手产业链伙伴共建可持续的行业生态，推动产业协同与价值共享，助力行业高质量发展；以绿色低碳发展为导向，积极探索节能减排与可持续发展路径，为共建清洁美丽世界添砖加瓦；持续凝聚向善力量，连续多年打造“LG 圆满假期”等公益品牌项目，以切实贡献回馈中国社会，共同迈向更美好的未来。

深耕中国热土，迈向共赢未来。LG 中国将始终坚守正道经营理念，充分发挥跨国企业的创新资源与技术优势，以卓越产品与服务赋能中国消费者，引领高品质生活方式；持续深化本土化战略，构建绿色智造体系，主动担当企业公民责任，与利益相关方协同共进，助力中国式现代化高质量发展，共同擘画人类美好生活新图景。



关于 LG

• LG 集团

LG 集团创立于 1947 年, 是一家拥有 70 余年历史的大型跨国集团, 业务领域包括电子、化学、通信服务等三大领域, 通过不断创新, 为客户提供最佳解决方案, 帮助他们走向更美好的生活。2024 年, LG 电子和 LG 化学分别位列《财富》世界 500 强 209 位和 355 位。

LG 事业领域

简介

姊妹社



从 1958 年开始, 长期引领电气、电子领域的技术创新, 逐步发展成为推动世界电子产业发展的全球领导者。

电子领域

- ⦿ LG Electronics
- ⦿ LG 显示
- ⦿ LG Innotek



成立于 1947 年, LG 化学事业涵盖石油化学、尖端材料、生命科学三大领域。为实现 “We Connect Science to Life for a Better Future” 的企业愿景, LG 化学致力于成为引领可持续发展的全球领先科学企业。

化学领域

- ⦿ LG Chem
- ⦿ LG Energy Solution
- ⦿ LG Household & Health Care



LG 远程通讯和服务致力于让客户在任何时候、任何地点都能享受方便快捷的信息服务, 核心目标是创建一个超越以往沟通界限的新通讯世界。

通讯与服务领域

- ⦿ LG U+
- ⦿ LG HelloVision Corp.
- ⦿ GIIR
- ⦿ LG CNS
- ⦿ D&O
- ⦿ LG Management Development Institute
- ⦿ LG Sports



LG 集团共同的标志——“未来的脸”, 象征着对新技术的不断挑战、追求世界第一、充满活力的年轻人的脸。把世界、未来、年轻、人才、技术等 5 个概念加以形象化, L 和 G 摆在外圆的内部, 表示人类是 LG 经营的中心, 象征着在世界各地与顾客建立亲密的纽带关系, 为了实现顾客满意而努力的 LG 人的决心。

2023 年 4 月, LG 集团公布全新品牌标识, 在数字空间中, 新的视觉标识增加活力和互动元素, 以更高水平的表现力吸引客户, 品牌标志由字母 “L” 和 “G” 组成, 可以执行八种独特的动作, 以友好的微笑与客户互动, 或以诙谐的方式在数字平台上随着背景音乐移动, 为现有的品牌形象注入了新的活力。

2024 年

LG 电子

位列《财富》世界 500 强

209 位

LG 化学

位列《财富》世界 500 强

355 位

• LG 中国

自 1992 年进入中国以来, 通过全体员工的共同努力, LG 中国已经构筑起完善的事业结构, 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、中国最具代表性的消费电子及信息通信企业。

LG 中国事业

简介



LG 电子

LG 电子进入中国 30 余年, 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、数字多媒体等产品于一体的消费电子及信息通信企业。



LG 化学

LG 化学进入中国以来, 先后在天津、宁波、广州等地建立 10 余家工厂和 2 家技术中心, 始终致力于为客户提供创新材料与解决方案, 以卓越的价值经营赢得中国客户信赖, 成为与中国同频共振、引领行业发展的一流企业。



LG 新能源

LG 新能源是一家以电池事业为中心的能源解决方案全球供应商, LG 新能源 (南京) 是 LG 新能源投资锂电事业在全球范围最大规模、投资最多的制造基地, 凭借世界尖端的技术力量和革新的产品开发, 在移动设备电池、汽车电池、ESS 电池领域, 具备世界领先水平, 拥有 LGESNJ、LGESNA 和 LGESNB 三家公司。2020 年, 锂电事业从 LG 化学集团拆分成为独立公司运营, 并更名为 LG 新能源。2024 年, LG 新能源中国总部落户南京。



LG 显示

LG 显示在南京、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、TV 等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, 凭借领先的技术力量不断引领世界市场的发展。



LG Innotek

LG Innotek 在山东烟台设立生产法人, 主要研发和生产手机及车辆数码摄像模块、车用转向马达等。LG Innotek 的目标是成为改变行业格局的革新领先企业所信赖的技术合作伙伴, 并通过引领电子、移动出行、机器人技术产业未来的技术变革, 为共同实现客户的愿景而不断努力。



LG 生活健康

LG 生活健康以化妆品及生活用品为核心事业, 旗下化妆品品牌包含后、CNP (希恩派)、苏秘、欧蕙、秀雅韩、菲诗小铺等, 旗下生活用品品牌包含竹盐、霏丝佳、克洛特、安宝笛、悦滋木等。

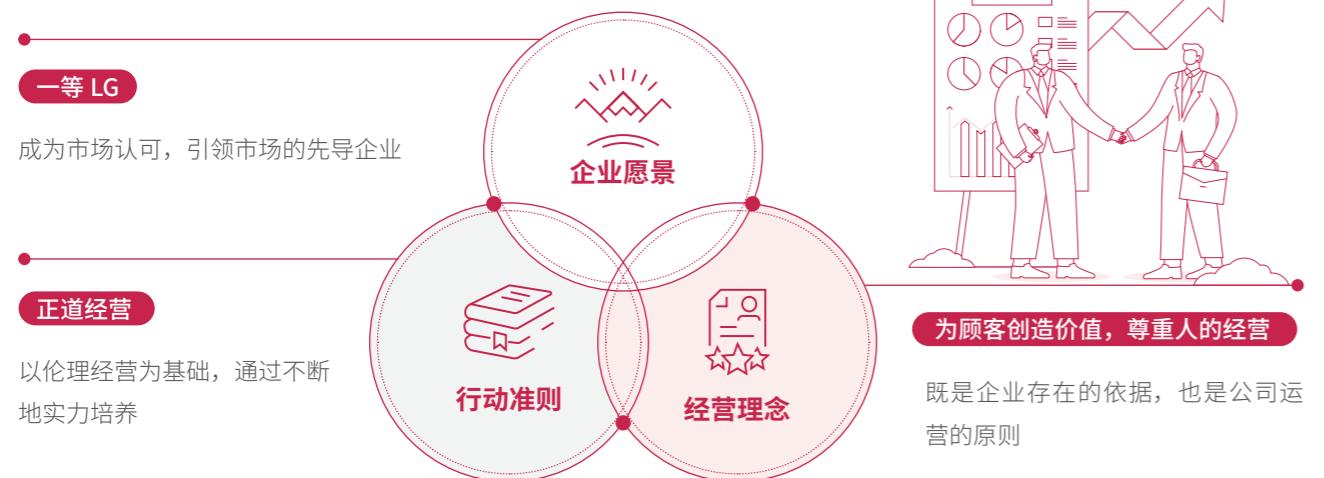


LG CNS

LG CNS 基于对各种产业的理解和 IT 领域的专业能力, 向国内外客户提供咨询、系统构筑/运营、外包等综合 IT 服务。作为国际 IT 服务企业, LG CNS 于 2001 年 4 月成立中国法人, 为客户提供全程陪伴式服务, 涉及的领域也从单纯 IT 服务扩展到 Smart Factory、智能物流、物理保安、智能楼宇、Smart 医疗、Digital Marketing、ESS 等多领域, 并在新兴 ICBMA 领域持续尝试。

• LG Way

LG Way 是 LG 全体员工思维方式及行为的基础, 将“为顾客创造价值”及“尊重人的经营”作为经营理念, 以“正道经营”的行动方式, 努力实现“一等 LG”的发展目标。



一等 LG

LG 秉持“一等 LG”的企业愿景, 致力于成为市场认可、引领市场的先导企业。

- 客户信赖的 LG** 以卓越的品质和品牌价值感动顾客, 让顾客认为 LG 是最优秀的公司。
- 最具投资魅力的 LG** 以高投资收益率得到广大投资者认可, 被认为是十分有魅力的公司。
- 优秀人才渴望的 LG** 让最优秀的人才满怀主人翁精神, 全身心投入工作, 认为 LG 是最好的公司。
- 让竞争企业既敬畏又竞相模仿的 LG** 以一等经营创造卓越成果, 让竞争企业既敬畏又想学习的公司。

正道经营

LG 的正道经营是指以伦理经营为基础不断拓展自己的实力, 进行正当竞争, 是 LG 所独有的行为模式。



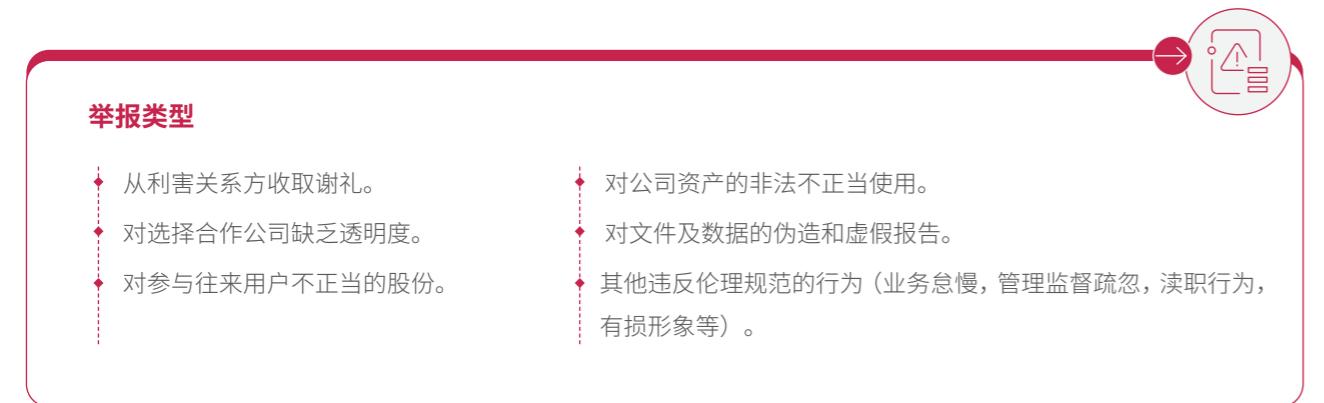
伦理规范

LG 遵循自律经营原则, 尊重自由公正的市场经济秩序, 以相互信赖和合作为基础, 不断为创造世界超一流企业而努力。以此, 专门制定全体员工都应遵守的、作为正确行为和价值判断标准的伦理规范, 并保证实施。

- 对顾客的责任和义务** LG 在顾客才是真正的事业基础之信念下始终尊重顾客的意见, 不断地创造有助于顾客的价值, 以取得顾客的绝对信任。
- 公平竞争** LG 在世界各地的经营活动中都将遵守当地的法律法规, 通过正当的方法确保竞争优势。
- 公平交易** 所有的交易都应在保障平等参与机会下, 遵循自由竞争原则, 通过透明公正的交易构筑相互信赖与协作关系, 从而从长远的角度谋求共同发展。
- 员工的基本伦理** 员工应以正直与公正的信念确立为正确的价值观, 通过不断地自我开发与公正地履行职责来完成被赋予的使命。
- 对员工的责任** LG 尊重每一位员工, 依据他们的能力和业绩给予相应的待遇, 并为使他们充分发挥个人的创造力而不断努力。
- 对国家和社会的责任** LG 通过合理地开展事业, 成长为健康的企业以保护股东的利益, 为提高人民生活水平和社会发展做贡献。

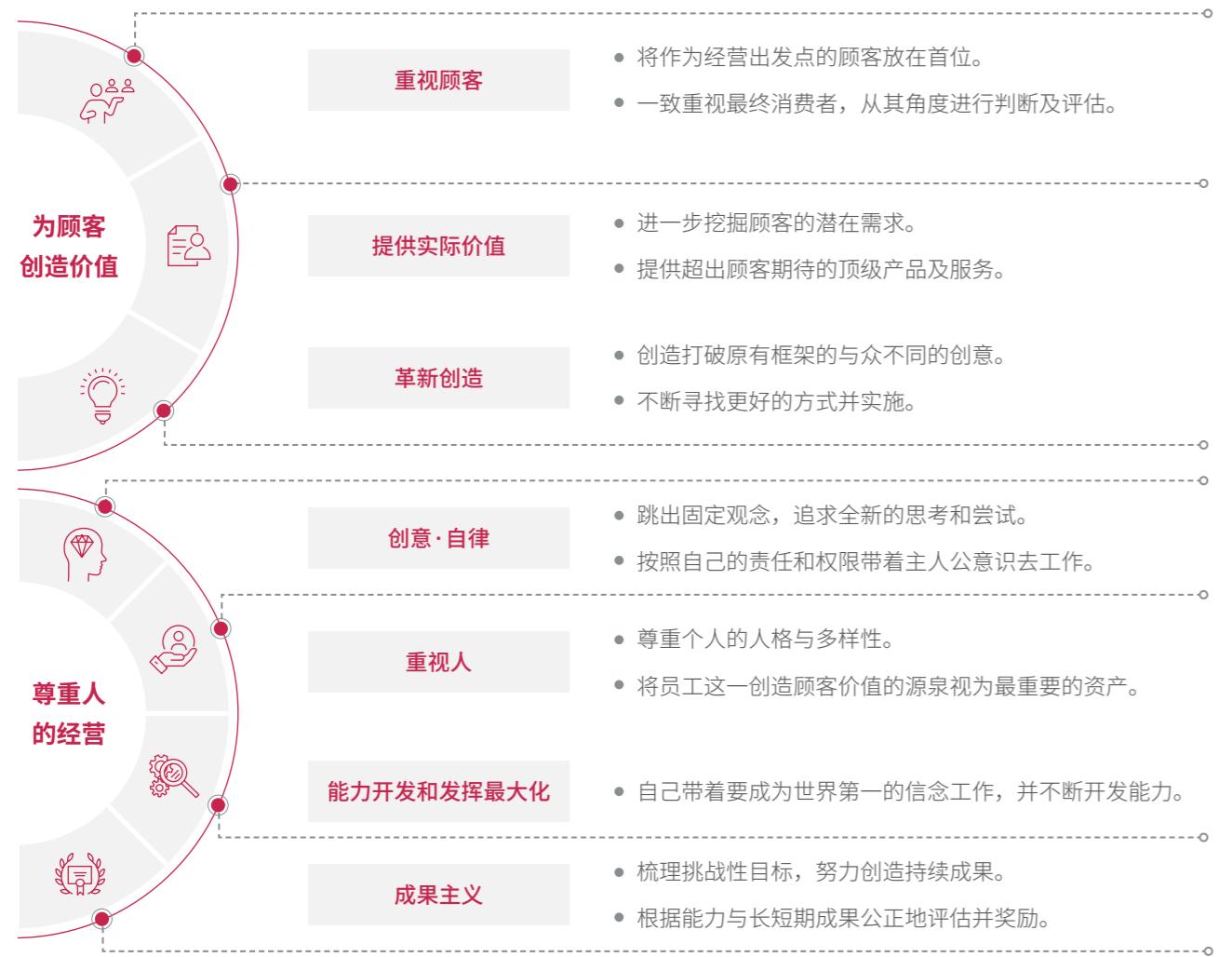
监督监察

LG 面向社会公众广泛接受监督和举报, 严肃处理违反伦理规范的各种行为, 并严格保护举报人相关信息, 以实现公开透明经营。



经营理念

LG 的经营理念是作为企业活动目的的“为客户创造价值”与作为公司运营原则的“尊重人的经营”。



责任 2024





责任聚焦



深化“情感智能”，以科技创想 LG 之“美”

对于 LG 而言，AI 不只是人工智能（Artificial Intelligence），更是一种情感智能（Affectionate Intelligence）。LG 中国将这一理念深度融入创新实践，以情感智能为纽带，将冰冷的科技转化为有温度的生活伙伴。LG 的创新产品已超越单纯的工具属性，不仅为不同人群、家庭乃至生态环境带来福祉，更推动整个行业朝着更加智能化、人性化的未来稳步迈进，为全球消费者描绘出一幅智能生活的美好蓝图。

• LG 电子

LG 电子始终秉承“Life's Good”理念，持续推动“情感智能”技术的创新与应用。区别于传统智能家电的单向指令响应，LG 电子的 AI 系统通过深度学习用户行为习惯、环境数据及情感偏好，构建个性化生活场景。在 IFA 2024 的五天盛会中，LG 电子围绕“乐享 AI 智能家（Experience, Affectionate Intelligence Home）”理念，精心打造 8 个展示空间，从老年人的便捷生活到家庭和宠物的温馨关怀，再到个性化的烹饪体验和绿色节能的居住环境，通过多元场景的具象呈现，向世界展示了 LG 电子对“AI Home（人工智能家居）”未来愿景的深刻洞察与实践探索。



沉浸式 LED 媒体墙



智能个性化 AI 家居生活

• LG 化学

LG 化学始终以前瞻视野深耕技术前沿，探索人工智能与情感智能的协同发展路径，在依托技术创新提升工作效率的同时，将人文关怀作为技术发展的核心锚点，为产品与服务赋予超越功能价值的情感维度与人文深度。LG 化学的一系列探索与实践，为科技赋能美好生活提供兼具创新性与落地性的解决方案。

案例：LG 化学开发出预测生长激素治疗效果的 AI 模型

LG 化学依据现有的多个深度学习模型进行结合及重组，构建了集成 AI 模型，预测患者注射生长激素后的增高程度，有效改善矮小症的治疗环境。未来，LG 化学将进一步稳固预测性能并积极推进临床治疗应用，使其成为生长激素改善身高变化的有效治疗依据。

• LG 显示

LG 显示率先将 AI 技术融入产品开发阶段，推出“设计 AI”，从产品研发初期即可提供优化设计方案。在制造领域，LG 显示开发了专用于 OLED 制造流程的“AI 生产系统”，并计划从移动领域逐步推广至电视、IT、汽车等全 OLED 制造环节。此外，为提升包括生产人员在内的全体办公人员工作效率，LG 显示推出自主研发的人工智能助手“Heidi (HI-D)”，目前该人工智能助手已具备 AI 知识检索、实时视频会议翻译、会议纪要生成、电子邮件摘要与起草等功能。

案例：LG 显示投产自行开发的“AI 生产系统”

OLED 的制造流程高度复杂，涉及超过 140 道工序，在此过程中会产生数万条生产数据，传统模式仅依靠人工对持续增长的庞大数据集进行分析，不仅耗时耗力，也难以快速得出有效结论，而“AI 生产系统”的应用显著改善了这一问题。2024 年底，LG 显示将自行开发的“AI 生产系统”投入到 OLED 生产线的日常运行之中，处理 OLED 质量异常效率提升 90%，有效提升 LG 显示在 OLED 制造领域的竞争力。



工程师处理质量异常问题

上篇 A Better Life

互联于心，焕新生活

“A Better Life”是LG中国以科技赋能美好生活的生动诠释。在这一理念指引下，LG中国依托持续创新的技术研发体系，将智能科技深度融入多元生活场景，进而打造出性能卓越、设计精良的高品质产品，并提供贴心服务；将可持续发展理念贯穿于产品设计、生产运营与服务全过程，积极履行对环境与社会的长期承诺，真正让“A Better Life”成为触手可及的现实。

科技赋能，智创美好生活

17

追求卓越，坚守品质承诺

20

优化服务，创造用户价值

23

笃行致远，深耕责任之田

24

回应SDGs：



科技赋能，智创美好生活

LG 中国致力于深耕本土市场，坚持把创新作为企业发展的根本驱动力，以先进技术引领智慧生活方式的升级；通过全面洞察用户使用场景，紧密连接用户需求与产品设计研发，力求为用户打造领先、舒适、便捷的全生态智慧生活解决方案。

• 推动技术创新

LG 中国秉持“开发人类需要的技术，为顾客创造价值”的基本原则，专注于突破关键核心技术，持续强化自主研发实力，携手国内外科研机构与技术伙伴，共建开放协同的创新生态平台，不断提升企业的核心竞争力与全球产业影响力。

LGET (南京) 科技创新绩效

指标	单位	2022 年	2023 年	2024 年
科技工作人员数量	人	141	128	116
科技工作人员比例	%	23.27	23.10	21.97

LGETA (天津) 科技创新绩效

指标	单位	2022 年	2023 年	2024 年
科技工作人员数量	人	233	261	322
科技工作人员比例	%	31.0	32.4	36.3

案例：LG 电子与 Razer 和 MediaTek 合作推出首款蓝牙超低延迟技术

2024 年 9 月 27 日，LG 电子与 Razer 和 MediaTek 合作，在 LG webOS 峰会上推出全球首款蓝牙超低延迟 (BT ULL) 控制器。这项突破性技术通过 LG webOS 智能电视与 Razer 蓝牙游戏手柄进行了展示，充分体现了卓越的响应能力和控制精度，彻底改变 webOS 智能电视用户的云游戏体验。



蓝牙超低延迟技术展示区

案例：LG 化学开发抑制电池热失控的创新材料

LG 化学凭借强有力的设计专利和技术实力，在解决现有材料反应速度慢、能量密度低等问题的同时，成功开发出能够快速适用于量产工艺的抑制热失控新材料。目前，LG 化学已完成移动端抑制电池热失控材料的安全性验证测试，并计划至 2025 年，继续进行大容量电动汽车电池的安全性测试。



LG 化学开发的抑制热失控材料

打造创新产品

LG 中国持续推动前沿科技成果的落地应用，深入布局智能家电、智能照明、智慧物流、智慧医疗等核心领域，致力于为用户打造更便捷、舒适、人性化的现代生活体验。



LG 电子推出新款 UltraGear OLED 游戏显示器

案例：LG CNS 推出增强型生成式 AI 平台

LG CNS 对其生成式人工智能平台 DAP GenAI 进行全面升级，通过引入 GenAI 知识湖（GenAI Knowledge Lake）、GenAI Image 和 GenAI Talk 等全新解决方案，显著增强该平台的功能性，能更轻松地将人工智能深度集成至业务运营中，优化工作流程并提升生产效率。

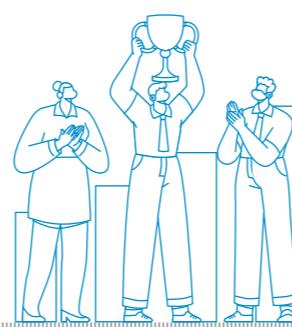


LG CNS 员工介绍 DAP GenAI 平台

荣耀时刻·创新产品

LG 电子荣获 AWE2024 艾普兰奖金奖、智能科技奖和设计奖三座大奖。

LG 电子的产品门式 CLOi ServeBot 以其创新和便捷的设计获得了国际认可，获得 2024 年红点设计奖和 2024 年 iF 设计奖。



LG 化学推出的治疗儿童矮小症用药管理应用软件 EuDi 荣获 2024 年 iF 设计奖“用户体验设计奖（UX, User Experience）”。

LG 电子荣获 20 余项“CES 创新奖”，包括 3 项“CES 最佳创新奖”；其中 LG OLED 电视获得了六项创新奖，其中包括视频显示类别的最佳创新奖。这标志着 LG OLED 电视已连续三年获得最佳创新荣誉。

延伸阅读——世界三大设计奖

AWE Award 艾普兰奖设立于 2011 年，是家电与消费电子领域最具影响力和公信力的产品评选表彰活动，被誉为全球智慧生活领域“奥斯卡”，以荣耀、引领、开放、积淀、责任、高度、权威、公正（Honor, Leadership, Openness, Accumulation, Responsibility, Highness, Authority, Fairness）著称。

红点设计大奖始于 1955 年，围绕产品设计、传达设计以及设计概念等方面开展竞赛，得奖的作品可以获得在德国埃森的红点博物馆展出作品的机会。

德国 iF 奖创立于 1953 年，以“独立、严谨、可靠”的评奖理念闻名于世，旨在提升大众对于设计的认知，其最具分量的金奖素有“产品设计界的奥斯卡奖”之称。

追求卓越，坚守品质承诺

LG 中国秉持“以用户为中心，品质为先”的理念，致力于打造值得信赖的卓越品质，持续优化全面质量管控体系，力求以精益求精的产品和服务为用户创造非凡体验；积极培育质量至上的企业文化，深化全员质量责任感，不断驱动产品品质与运营效率的全面提升。

加强质量管理

LG 中国持续健全质量管理和质量保障体系，积极推动各姊妹社深入开展质量管理实践，确保各环节质量在稳步提升的同时实现持续优化。2024 年，LGEQA（青岛）荣获中节认证有限公司颁发的售后服务体系完善程度十二星认证；LGDYT（烟台）完善并践行《品质管理手册》，细化各工序的质量控制标准与执行规范，确立明确的质量提升目标，推动质量管理水平不断迈向新高度。

LGETA（天津）质量管理绩效

指标	单位	2022 年	2023 年	2024 年
质量事故发生数	次	0	0	0
产品合格率	%	100	100	100

LGEPA（南京）质量管理绩效

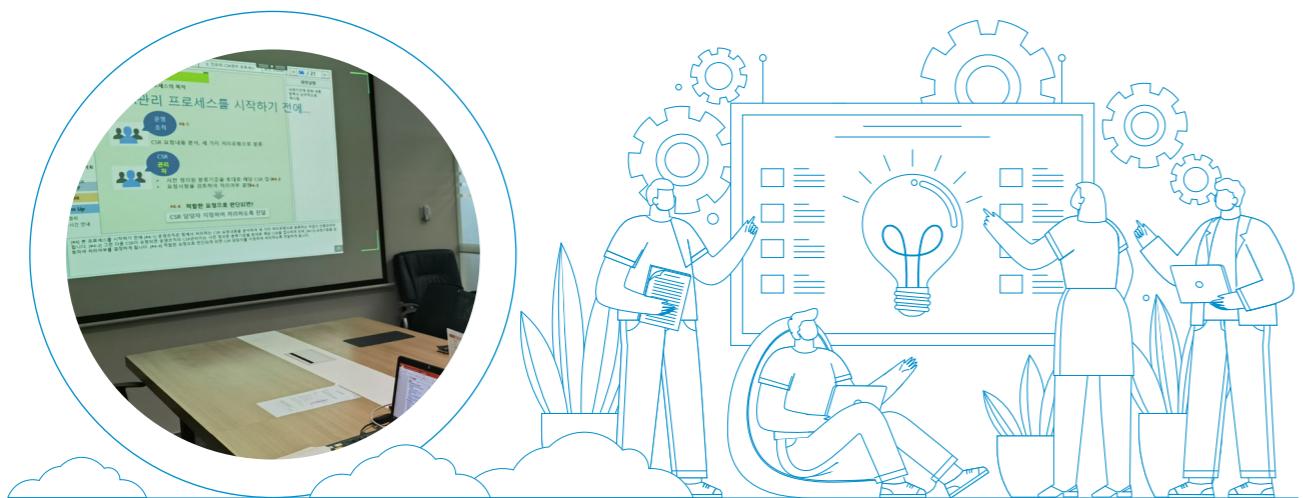
指标	单位	2022 年	2023 年	2024 年
质量事故发生数	次	0	0	0
产品合格率	%	100	100	100

LGEQA（青岛）质量管理绩效

指标	单位	2022 年	2023 年	2024 年
质量事故发生数	次	0	0	0
产品合格率	%	100	100	100

LGETR（泰州）质量管理绩效

指标	单位	2022 年	2023 年	2024 年
质量事故发生数	次	0	0	0
产品合格率	%	100	100	100



LG CNS 举办中国法人质量组织力量强化活动

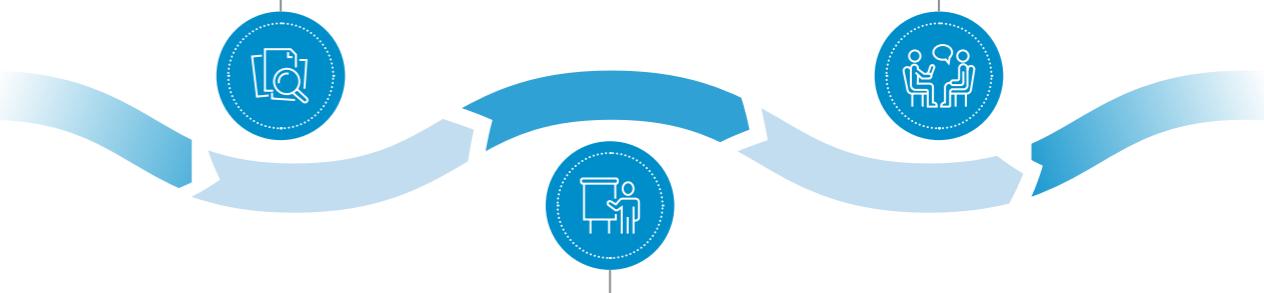
塑造品质文化

LG 中国通过组织质量管理培训、举办质量大会等多元形式, 将质量理念深度融入运营各环节, 持续深化员工的质量意识与改进能力, 全面提升其在质量控制等方面的专业素养, 为实现高标准的产品与服务提供坚实保障。

LGEHZ (惠州) 培育质量文化相关举措

通过内部需求调查, 结合韩国和南京培训中心的年度课程计划, 制定契合公司发展战略与员工成长需求的培训计划。

举办品质室技能竞赛活动, 依托部门间员工的技能差异化优势, 以赛促学、以学促干, 激发员工学习积极性, 助力实现速度与品质的双重突破。



通过多样化的质量培训, 帮助员工树立三重认知: 一是明确顾客满意为公司的最终目标, 二是认知各岗位工作对目标实现的关键作用, 三是主动探索工作改进方向, 为公司持续发展贡献力量。

案例: LGENT (南京) 开展 2024 年度 Task 启动会议

2024 年 1 月 12 日, LGENT (南京) 隆重召开年度 Task 启动会议, 聚焦“精益求精·智造未来”主题。会议围绕产品品质升级、生产工艺优化、生产效率提升等核心课题展开战略部署, 明确将通过技术创新与流程再造双轮驱动, 持续为客户创造更高价值, 推动行业高质量发展新征程。

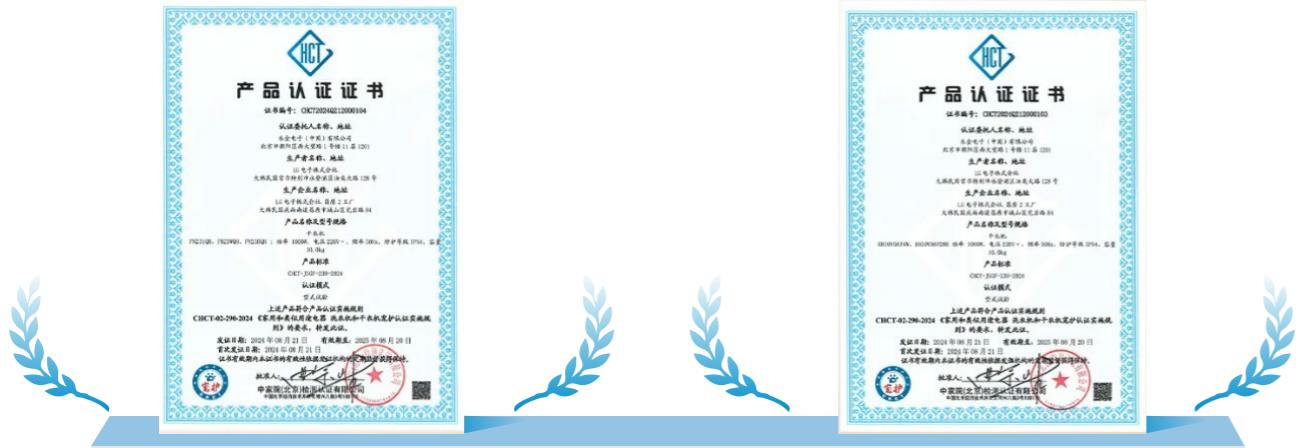


LGENT (南京) 2024 年度 Task 启动会议

2024 年 12 月 13 日, LG CNS 举办主题为“通过核心力量 (SM/SI) 内在化, 提高客户满意度”的第六届质量大会, 会上, 各部门充分展示了服务品质改善以及客户满意度改善的成果。LG CNS 通过持续改进、创新和优化, 不断提升产品和服务质量, 不断推动质量的整体进步, 有效提升客户满意度。



第六届中国法人质量大会



LG 滚筒式洗干一体机荣获 2024 年首批“家电宠物认证”

优化服务，创造用户价值

LG 中国始终将顾客视作企业发展的根本基石，深度倾听并珍视每一位顾客的声音，致力于通过持续的价值创造赢得顾客长期信任，凭借高标准服务体系及完善的权益保障机制，全面优化客户体验，不断提升客户满意度，进而巩固提升负责任形象与品牌声誉。

优化服务质量

LG 中国恪守“为顾客创造价值”的客户服务理念，始终以客户满意为根本出发点，持续迭代客户服务的内容体系与流程标准，以管理机制的深化完善为支撑，高效响应并妥善处置客户投诉，主动协调跟进客户的意见与建议，全方位强化客户服务能力。



LG Innotek 向客户介绍产品知识

保障客户权益

LG 中国恪守消费者权益保护相关法律法规，坚决保障客户知情权、公平交易权、隐私权等基本权益，通过合规宣传、产品知识普及、警示潜在风险等举措，帮助客户了解产品；对问题产品进行及时召回，落实赔偿机制；重视用户数据的安全及隐私保护，持续强化网络信息安全；主动开展顾客满意度调查，保持与顾客多渠道沟通，积极收集反馈意见并深入分析问题成因，进而及时优化服务、高效回应消费者诉求。

2024 年



LGDYT (烟台) 客户权益保障机制

收集并分析客户对产品和服务的反馈，及时、高效地回应诉求及解决问题，建立起良好的企业形象。

每年底进行顾客满意度调查，2024 年顾客满意度为 **98.45%**。



案例：LG 电子获得高级车辆网络安全认证

随着汽车行业向软件定义汽车转型，LG 电子始终走在应对不断变化的网络安全挑战的前沿，持续增强其在汽车技术方面的网络安全能力，进一步巩固了其作为杰出的一级移动解决方案供应商的地位。2024 年 12 月，LG 电子获得了全球测试和认证机构 TÜV Rheinland 颁发的 3 级网络安全管理体系 (CSMS) 认证，彰显了公司致力于在整个产品开发、制造及实际应用过程中确保安全性的担当。



CSMS “3 级” 认证



LG Innotek TISAX
信息安全认证证书



LG Innotek 新愿景体系图

笃行致远，深耕责任之田

LG 中国建立完善的社会责任组织架构，将可持续发展理念深度融入企业发展战略与日常经营活动中，以责任融合推动负责任运营，以责任沟通拓宽交流渠道。多年来，LG 中国持续发布责任报告，充分回应利益相关方诉求，积极推动全产业链 ESG 生态圈建设。

责任组织

LG 逐步建立并完善社会责任工作体系。2014 年成立 LG 中国社会责任委员会，LG 电子中国法人长担任委员长，各姊妹社法人长担任理事，作为 LG 在中国推进社会责任工作的最高领导机构，对在华地区的 LG 各法人的 CSR 工作进行系统、规范地管理，研究并制定 LG 中国社会责任管理的政策、战略、规划等；审阅集团年度社会责任计划、批准集团年度 CSR 项目、对外捐赠计划；审阅公司年度社会责任的执行情况及社会责任报告；成立 LG 中国 CSR 事务局，协调各妹社开展 CSR 相关工作，强化责任管理意识。

LG 中国社会责任工作体系



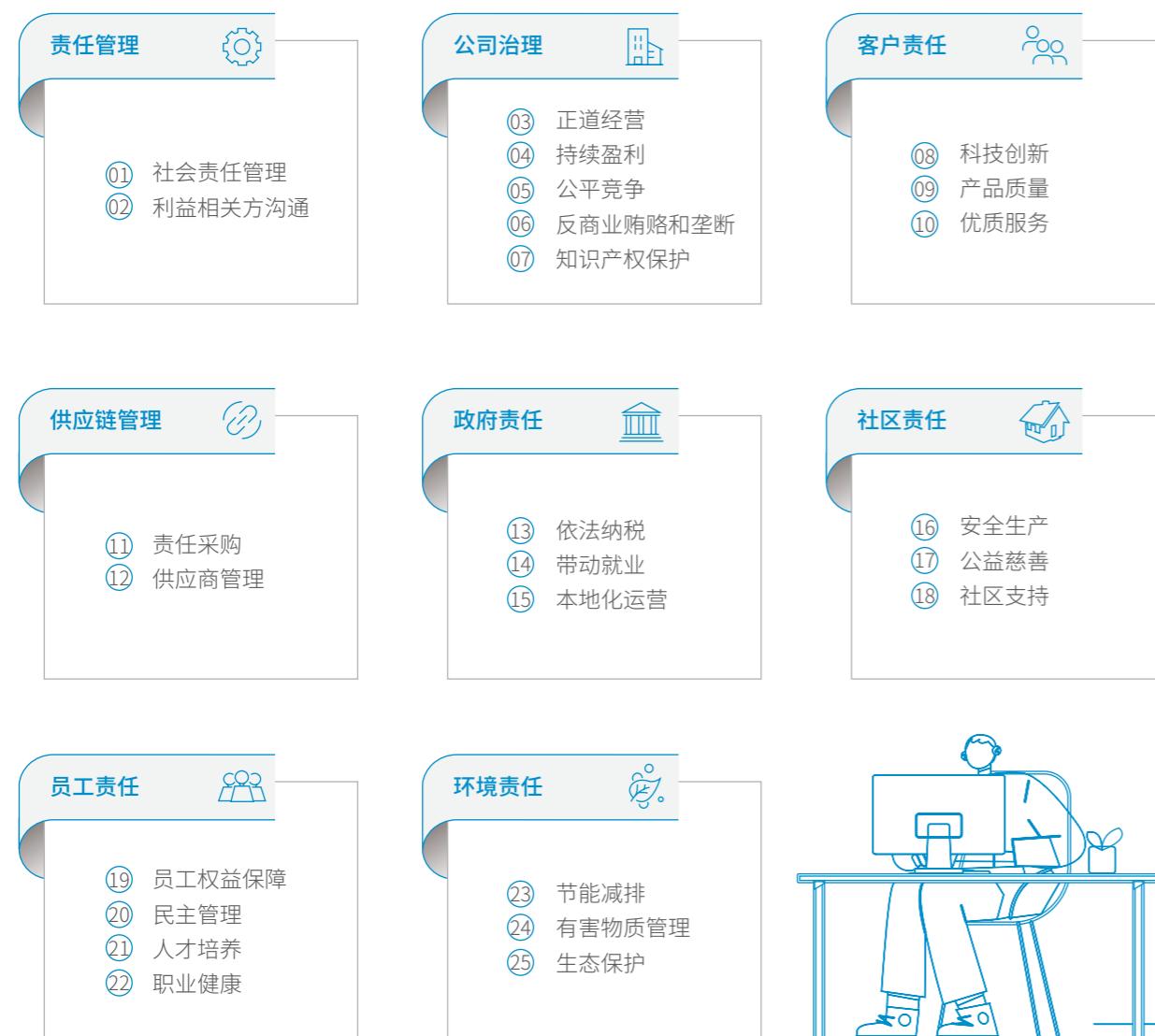
• 责任融合

责任议题

为了更好地推进 CSR 工作, 增强 CSR 工作的针对性和回应性, LG 中国强化实质性议题管理, 在深入对标研究和广泛开展调研访谈的基础上, 识别并筛选出利益相关方关注度最高和对 LG 中国可持续发展最重要的 25 项社会责任议题, 并在报告中重点披露。

01 第一步: 识别阶段

LG 中国通过研究分析国际和国内社会责任主流标准、中国政府政策要求、可持续发展热点, 广泛对标标杆企业社会责任工作, 深入开展利益相关方调研, 并结合企业自身发展规划, 建立 CSR 议题池, 将议题分为责任管理、公司治理、客户责任、供应链管理、政府责任、社区责任、员工责任及环境责任 8 大类, 共计 25 项。



02 第二步: 议题分析

应用“利益相关方关注度一对 LG 中国可持续发展的重要性”实质性议题二维矩阵, 识别议题的重要性, 确定 LG 中国的重要社会责任议题内容。



责任能力

为了持续强化企业的社会责任意识, LG 中国将 CSR 理念有机融入员工的日常工作中, 积极组织和参与内外部社会责任培训, 主动参与社会责任领域相关交流活动, 在帮助各法人更直观、系统地了解 CSR 工作的同时, 拓展沟通渠道, 与社会各界分享 LG 责任理念与履责实践, 传播企业社会责任理念和价值观。

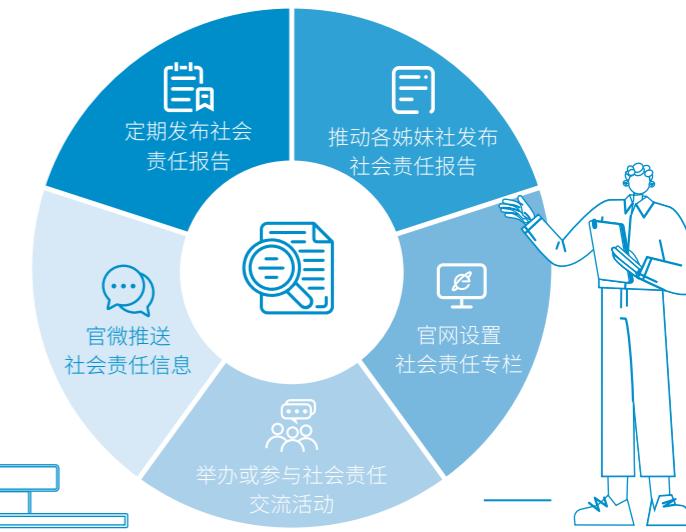
为进一步提升社会责任管理实效, LG 中国积极参与社会责任行业标准制定, 鼓励各姊妹社编发社会责任报告, 实现“以编促管”, 深化企业社会责任实践。

• 责任沟通

责任报告

自 2014 年成立社会责任委员会以来, LG 中国已连续编制 12 份年度社会责任报告, 全方位、立体式展现 LG 在华各法人在责任管理与责任实践方面进行的探索及取得的成果; 不断创新传播形式, 利用官网、官微等互联网渠道传递责任动态, 分享履责收获。

LG 中国披露社会责任信息形式



利益相关方参与

LG 中国传播企业社会责任理念和实践的同时, 密切关注内外部利益相关方的期望与要求, 通过开放对话、定期报告、满意度调查等渠道, 搭建桥梁纽带, 及时、高效回应利益相关方关切; 同时, 在制定自身发展战略时充分考虑利益相关方的特点, 与利益相关方共谋发展、共享成果、共担责任。

利益相关方	利益相关方期待	沟通渠道
投资者	<ul style="list-style-type: none"> 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 	<ul style="list-style-type: none"> 绩效展示 投资者会议 姊妹社会会议 网站 管理报告 业务报告
合作伙伴	<ul style="list-style-type: none"> 公平交易 按时支付 支持企业社会责任管理活动 	<ul style="list-style-type: none"> 供应商培训 满意度调查 供应商大会
员工	<ul style="list-style-type: none"> 人权保护和尊重差异 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 	<ul style="list-style-type: none"> 开放对话会议 劳动管理委员会 初级董事会 内部杂志、内联网、简报 LG Way 调查
顾客	<ul style="list-style-type: none"> 提供安全的产品和服务 公平的市场营销和准确的信息 隐私保护 提升客户满意度 	<ul style="list-style-type: none"> 服务中心 调查 展览 网站 社交网络 专业消费者
政府 / 国际组织	<ul style="list-style-type: none"> 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 贡献于联合国可持续发展目标 为劳动 / 人权做贡献 保护发展中国家 减少数字鸿沟 	<ul style="list-style-type: none"> 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	<ul style="list-style-type: none"> 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 	<ul style="list-style-type: none"> 社会贡献活动 体育活动赞助 讨论会议 网站

责任荣誉

2024 年 11 月	《中国 LG 2023 社会责任报告》连续第八年被评为五星级报告	中国企业社会责任报告评级专家委员会
2024 年 11 月	《LG 新能源 (中国) 2024 环境、社会及管治 (ESG) 报告》被评为五星级报告	中国企业社会责任报告评级专家委员会
2024 年 11 月	LG 中国入选中国企业社会责任发展指数 (2024) 前 30 名, 在外资企业 100 强社会责任发展指数 (2024) 中排名第六	中国社科院课题组
2024 年 11 月	LG 新能源在《企业社会责任蓝皮书 (2024)》动力电池行业社会责任发展指数中, 四年蝉联首席	中国社科院课题组
2024 年 11 月	LG 化学入选中国企业 300 强社会责任发展指数 (2024), 入选外资企业 100 强社会责任发展指数 (2024)	中国社科院课题组
2024 年 11 月	LG 中国荣获“责任鲸牛奖——责任产品奖”	责任云研究院
2024 年 11 月	LG 新能源荣获“责任鲸牛奖——绿色环保奖”	责任云研究院

下篇 A Better Future

永续向融，共筑未来

LG中国积极响应构建人类命运共同体的时代要求，深度融入中国社会发展进程，将可持续发展理念融入企业运营实践，注重员工福祉，打造具有温度与归属感的职场环境；加强伙伴协同合作，推动行业共赢发展；坚持推进节能减排与绿色发展，助力生态文明建设；投身公益慈善，传播温暖与希望的力量，携手各利益相关方汇聚共生力量，共筑可持续发展的美好未来。

关爱员工，打造幸福职场	31
携手伙伴，塑造行业生态	38
节能环保，践行绿色承诺	44
公益善行，传递温暖力量	52

回应SDGs：



关爱员工，打造幸福职场

LG 中国高度重视员工权益与职业发展，为员工提供成长与创新平台，激发员工潜能，并通过多元化福利与工作生活平衡举措全面提升员工的获得感、安全感与归属感，实现员工与企业共同发展、价值共创。

保障员工权益

LG 中国始终将员工的合法权益放在重要位置，坚持尊重并保护员工隐私，不断优化薪酬福利体系，倡导开放沟通与民主管理；关注员工职业发展与身心健康，提供多元化的成长及心理支持；严守安全生产底线，打造安全、健康、包容的工作环境。

坚持平等雇佣

LG 中国严格遵守《中华人民共和国劳动法》等相关法律法规，坚持公平、公正的雇佣原则，实行同工同酬，坚决反对基于性别、年龄、民族、宗教信仰、国籍或身体状况的任何形式的歧视，杜绝雇佣童工和强制劳动，致力于构建开放、包容、多元共融的职场文化。

LGETA (天津) 员工绩效

指标	单位	2024 年
劳动合同签订率	%	100
社会保险覆盖率	%	100
集体谈判与集体合同覆盖率	%	100

LGEPN (南京) 员工绩效

指标	单位	2024 年
劳动合同签订率	%	100
社会保险覆盖率	%	100
集体谈判与集体合同覆盖率	%	100

LGETR (泰州) 员工绩效

指标	单位	2024 年
劳动合同签订率	%	100
社会保险覆盖率	%	100
集体谈判与集体合同覆盖率	%	100

LG 生活健康员工绩效

指标	单位	2024 年
劳动合同签订率	%	100
社会保险覆盖率	%	100
集体谈判与集体合同覆盖率	%	100

优化薪酬福利

LG 中国持续完善具有竞争力的薪酬福利体系，依法为员工足额缴纳社保及公积金，提供多元化津贴与健康保障；严格执行带薪休假制度，优化升级企业补充福利，提升员工获得感、幸福感与满意度，激发组织活力。2024 年，LGETA (天津) 人均带薪休假为 9.35 天。

LGEHZ (惠州) ◆ 在社内设有健身房、乒乓球室、台球室及户外篮球场，在休息时间均向员工免费开放。

2024 年

LGETA (天津) 人均带薪休假

9.35 天

加强民主管理

LG 中国通过 LG Way 调查、职工代表大会、座谈会等活动，结合线上平台、匿名反馈、走访沟通等方式，广泛听取员工意见，持续优化管理政策与工作环境；建立制度化、常态化沟通机制，保障员工的知情权、参与权、表达权、监督权，增进员工与企业之间的信任与理解，构建相互尊重、协同共进的和谐劳动关系。

织 增 活 力 幸 福 员



LGEPN (南京) 召开第五届二次职工 (会员) 代表大会

职业健康安全

LG 中国重视员工身心健康，通过完善职业健康管理体系，定期开展全员健康体检与工作环境监测等举措，有效预防职业风险；积极提供心理健康支持，组织专业咨询、心理讲座和压力疏导等活动，全方位呵护员工身心健康，营造关爱、健康、有温度的工作氛围。

LGEHZ (惠州) 职业病防治措施

- 根据职业病危害岗位，确定人员职业健康管理对象，按照法律法规要求，对从事职业病危害岗位的员工进行职业健康安全教育及落实职业健康体检。
- 向兼职工、劳务工和临时工及分包商职工提供同等的健康和安全保护。



LG Innotek
职业病防
治宣传

LG Innotek
员工健康室



践行安全生产

LG 中国高度重视安全生产，持续完善安全管理体系认证，落实安全责任制；通过消防演练、技术培训、应急模拟和安全知识竞赛等，提升员工安全意识与应急能力；制定并优化应急预案，定期开展办公场所、数据中心等全方位安全排查与隐患治理，构建安全生产长效机制。

LGDYT (烟台) 安全管理举措

- 根据公司基准和中国现行法律法规及国家标准，对安全生产管理制度及作业指导书进行修订和更新，并将修订后的制度、基准进行全员传达学习。
- 通过安全班特别点检、部署自主点检等举措，检验公司安全基准的落实情况，并及时开展隐患排查、问题点改善，避免生产安全事故发生。
- 通过安全文化建设，全面推进安全管理机制落实和宣传教育活动，持续提升全员安全意识与技能。



LGETA (天津) 安全绩效

指标	单位	2022 年	2023 年	2024 年
安全生产投入	万元	2,650	1,342	1,433
安全培训次数	次	23	23	27
安全培训人次	人次	3,900	4,263	4,124
安全培训覆盖率	%	100	100	100
安全培训投入	万元	30	30	30
安全应急演练次数	次	20	22	22

LGENT (南京) 安全绩效

指标	单位	2022 年	2023 年	2024 年
安全生产投入	万元	537	608	719
安全培训次数	次	49	52	66
安全培训人次	人次	6,240	7,115	10,207
安全培训覆盖率	%	100	100	100
安全培训投入	万元	2.0	6.0	7.5
安全应急演练次数	次	20	20	22

LGEQA (青岛) 组织安全培训



LGEQA (青岛) 事故隐患内部报告奖励

LG Innotek 灭火救援演练



LG Innotek 消防急救知识培训

：助力员工成长

LG 中国持续构建多元化的人才培养平台，健全员工职业发展支持体系，强化培训学习与实战演练深度融合，打造公平、透明的晋升机制，激发员工潜能，助力员工成长、成才，实现价值突破。

强化人才培养

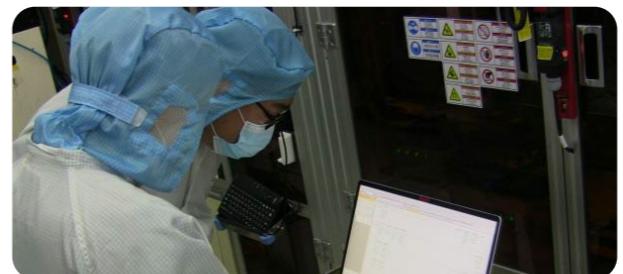
LG 中国通过为员工提供系统化的入职培训、专业技能提升课程及专家培训等活动，全面提升员工技术能力；积极与高校合作，搭建产学研交流平台，发掘青年才俊，激发创新潜能，致力于培养一支高素质、专业化、富有活力的人才队伍。

案例：LGENT (南京) 开展现场监督者培训

2024 年 7 月 1 日，LGENT (南京) 组织开展了现场监督者 workshop，围绕监督者职责、沟通技巧、EA 案例分享、拓展活动四个方面展开。现场监督者们相互学习、探讨，有效提升沟通和管理能力。



LGENT (南京) 现场监督者培训



LGDYT (烟台) Tech Level 技能教育



LG Innotek VDA 培训

畅通晋升通道

LG 中国关注员工职业发展之路，建立清晰的职业发展路径，制定公正透明的晋升机制，保证晋升和考核过程公平、客观、科学；通过举办多样化技能培训与创新大赛，为有才能的员工搭建展示能力的平台，充分激发积极性与创造力，助力员工实现职业理想。



LG Innotek 开展马达人才培养项目



LG CNS 开展 2024 年员工晋升培训

：注重员工关怀

LG 中国注重人文关怀，通过日常慰问、困难帮扶等方式关爱员工，关注女性员工及弱势群体需求，定期组织多样化的文化体育活动，营造温馨和谐的工作氛围，让员工真切感受到归属感与幸福感。

组织帮扶慰问

LG 中国真诚关爱员工工作与生活，通过节日暖心慰问、员工生日送祝福等多元化举措，全方位关注员工的工作体验与生活品质，致力于打造一个有温度、有情感、有归属感的职场家园，增强企业凝聚力。

案例：LGETA（天津）为员工提供返乡班车服务

LGETA（天津）为春节期间返乡员工提供班车运营项目，班车路线涉及河北 / 山东的 6 个主要城市，2024 年接送员工返乡 / 返岗共 393 名，得到了员工的一致好评，真正践行了 LG 电子“尊重人的经营”的理念。

2024 年

接送员工返乡 / 返岗

393 名



LGETA（天津）员工返乡班车服务



LG Innotek 困难员工帮扶



LGETR（泰州）金秋助学

关爱女性员工

从节日的“仪式感关怀”到日常的“细节化保障”，从“身体与情绪健康守护”到“职业发展赋能”，LG 中国坚持以“全方位、多维度”的实际行动，全方位保障女性员工权益与福祉。

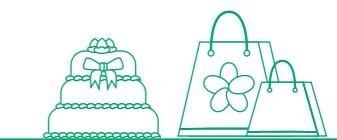
案例：LGMNP（南京）开展关爱女性健康讲座

LGMNP（南京）通过开展“两癌”防治、更年期保健与心理健康等知识讲座，提升女性健康意识与自我管理能力。讲座采用专家讲解、互动问答等形式，增强员工对常见女性健康问题的认知，进而科学应对身心变化，提升生活质量。

LGEPN（南京）生育女性员工专项慰问



LGETR（泰州）三八妇女节女性成长讲座



LGENT（南京）女神节蛋糕 DIY 活动



LG Innotek 女性员工免费瑜伽课



平衡工作生活

LG 中国始终将员工福祉放在企业发展的重要位置, 组织员工参加运动会、文艺演出、兴趣沙龙等多彩活动, 强化职场关怀、细化生活关爱, 充分满足员工的精神和心理需求, 有效提升员工归属感。



推进员工本地化

LG 中国积极融入本地发展, 持续完善员工本地化管理体系, 扩大本地校园和社会招聘, 开展语言培训与文化交流等活动, 促进本地化人才培养; 通过招募优秀的本地人才, 带动当地就业、助力当地经济发展, 实现企业成长与运营所在地建设的协同共进, 不断提升 LG 品牌在华的竞争力与影响力。

LGETA (南京) 员工本地化绩效				
指标名称	单位	2022 年	2023 年	2024 年
韩国驻在员 (FSE) 人数	人	12	11	11
本地化雇用比例	%	52	52	55

LGYD (烟台) 员工本地化绩效				
指标名称	单位	2022 年	2023 年	2024 年
韩国驻在员 (FSE) 人数	人	52	39	38
本地化雇用比例	%	84.9	85.3	82.9

案例: LGEHZ (惠州) 为员工开设语言课程

为系统提升员工综合能力、夯实本地化人才梯队建设基础, LGEHZ (惠州) 每年定期开设韩语班与英语班, 助力员工突破语言沟通壁垒, 切实提升员工的双语应用能力, 让本地化人才培养落地落实, 为业务长期拓展提供了稳定的高质量人才支撑。



员工认真学习语言课

携手伙伴, 塑造行业生态

LG 中国以“正道经营”为基本行为准则, 严守诚信经营底线, 着力打造责任供应链, 持续扩大“朋友圈”, 助力行业发展, 与战略伙伴在时代的前进浪潮中深化互利合作, 共谋发展、共创价值、共赢美好未来。

践行责任采购

LG 中国秉持“共同发展的三大思想和五大原则”, 将社会责任理念与要求融入企业采购及供应链管理全过程, 持续深化阳光采购、绿色采购, 深化供应商管理与合作, 构建互惠互信的责任供应链。

2024 年, LGETA (天津) 审查供应商 173 家, 开展供应商社会责任培训 58 次; LGDY (烟台) 在供应商社会责任培训中, 向供应商明确社会责任管理要求, 强调需尊重人权, 并严格落实反歧视、反骚扰虐待、禁止雇用童工等具体条款。

2024 年

LGETA (天津) 审查供应商

173 家

开展供应商社会责任培训

58 次

三大思想

LG 要努力帮助供应商成为具有全球竞争力的公司。

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。

LG 与供应商分享现有资源, 并通过持续的创新分享, 日益增长竞争力。

五大原则

谨慎地选择有竞争力的供应商, 并为其提供产生深远影响的支持。

符合全球标准的流程和原则。

在沟通和信任的基础上长期和持续地努力。

树立全球领先的标准并严格执行。



双方合作要符合公平、透明的标准。

LGEHZ (惠州) 供应商管理举措



LGENT (南京) 供应商管理绩效

指标名称	单位	2022 年	2023 年	2024 年
供应商数量	个	230	244	238
责任采购比率	%	100	100	100
经济合同履约率	%	100	100	100
本地化采购比例	%	78.0	72.0	77.4

LGETA (天津) 供应商管理绩效

指标名称	单位	2022 年	2023 年	2024 年
供应商数量	个	167	160	161
责任采购比率	%	100	100	100
经济合同履约率	%	100	100	100
本地化采购比例	%	86.5	84.5	85.4



LG Innotek 对新供应商进行实地审核



LG Innotek 举办供应商大会

：与协力社共赢

LG 中国始终坚持“互利共荣”的伙伴发展观，与协力社携手并进，共同擘画多领域合作蓝图；倾听并吸纳协力社成员合理的意见与建议，通过协力社和姊妹社的充分沟通和理解，在深度协同中实现共赢。



主要协力社代表及 LGENT (南京) 品质管理者举行 2023 年度协力社恳谈会暨 2024 年品质目标签字仪式



案例：韩国注塑协力社代表团到访 LGENT (南京) 进行技术交流

2024 年 9 月 10 日，韩国注塑协力社代表团到访 LGENT (南京)，参观生产车间，详细了解了产品以及工艺，并就注塑成型技术发展趋势、新材料应用等议题展开深入探讨，对 LGENT (南京) 的技术实力和生产管理水平获得韩国注塑协力社代表团的高度评价。



技术交流合影

加强战略合作

LG 中国始终坚持开放合作、互利共赢，扎根本土，以真诚对话搭建合作桥梁，持续加强与政府、企业、高校的合作力度，不断拓宽合作领域，携手伙伴共建产业链价值生态圈。

案例：LG 新能源中国总部正式落户南京

从 1995 年开始，LG 集团在南京经开区经历“滚雪球”式发展，已累计投资超 80 亿美元，落地 10 家企业，总用工人数近 3 万人。2024 年 12 月 22 日，LG 新能源株式会社正式官宣 LG 新能源中国总部落户南京经济技术开发区，这也是 LG 集团在南京经开区布局的第 10 家公司。



位于南京经开区的 LG 新能源厂区

“

中国总部项目的设立，标志着 LG 新能源对未来在华发展信心满满、干劲十足！

—LG 新能源中国区总裁 崔智雄

”

案例：LG 电子与京东联合发布新品发布

数字化转型和智能化升级已经成为家电行业的发展趋势。2024 年 3 月 14 日，LGx 京东联合新品发布会顺利举行，主题为“用‘新’感受美好生活”，展示了 LG 电子与京东在智能家电领域的强大实力和深厚底蕴，传递双方共同致力于为消费者创造美好生活的坚定信念。



StanbyME Go 随行屏



觅境系列洗衣机

案例：LG 电子与多家中国高校成立“LG 中国先进热泵研究委员会”

2024 年 8 月 31 日，“LG 中国先进热泵研究委员会”成立，将由 LG 电子和哈尔滨工业大学、上海交通大学、西安交通大学的供热通风与空气调节（HVAC）技术核心研究团队参与，研究严寒地区热泵技术，为提升极限环境下的供暖性能、能效提供跨学科解决方案。



LG 中国先进热泵研究委员会成立仪式

• 推动行业进步

LG 中国将自身发展融入行业发展，时刻关注行业动态和前沿话题，搭建行业交流互鉴平台，集聚和培育高质量人才，组织和参与各大行业协会和会议，交流探讨技术创新、产业创新等经验与见解，为行业和社会发展建言献策，营造良好行业发展生态。

3月

LG 电子携带众多创新家电参展 AWE 2024。在 LG 展区，用户可以体验到智慧生活，了解更丰富的 LG 新产品，通过可持续和绿色产品，拉近“智能科技”与用户的距离，为消费者“创享生活”。



4月

LG 化学携环保及高附加值战略产品亮相 CHINAPLAS 2024 国际橡塑展。展位面积达 400 m²，共展出 60 余件创新产品。其中，再生材料、生物材料、生物降解材料等环保产品占全部展品的 40% 以上。



6月

LG 商用洗烘携养老机构洗衣房解决方案亮相 2025 上海国际养老、辅具及康复医疗博览会，凭借专业、高效、卫生、智慧等优势，成为展会现场备受瞩目的焦点之一。



7月

LG 电子首次以独立展台形式亮相 2024ChinaJoy，围绕“乐享生活家”的核心主题精心布局，巧妙地将产品与日常生活的方方面面相融合，吸引了众多追求高品质生活的观众。



9月

在 IFA 2024 的五天盛会中，LG 电子以“乐享 AI 智能家 (Experience, Affectionate Intelligence Home) ”为理念，精心设计了 8 个展示空间，向世界展示了其对“AI Home (人工智能家居) ”未来愿景的深刻洞察。



12月

2024 世界智能制造大会在南京国际博览会议中心隆重召开，作为全球技术领先的新能源解决方案提供商，LG 新能源（中国）应邀首次亮相大会，并全方位展示了全系产品阵容。



节能环保，践行绿色承诺

LG 中国以“双碳”目标为引领，积极探索生态优先、绿色发展新路径，着力构建覆盖产品全生命周期的绿色运营模式，淬炼绿色产品，培育环保文化，与全人类携手应对气候变化和环境污染等问题，共护绿水青山、共建美丽中国、共筑人与自然生命共同体。

• 应对气候变化

LG 中国高度重视应对气候变化工作，始终将绿色转型作为企业发展的重要战略锚点，积极融入中国绿色发展进程，遵循应对气候变化的战略、法规、政策、标准与行动，推动应对气候变化的实践不断迈上新台阶，为构建绿色发展格局注入持续动力。2024 年，LG Innotek 在 CDP 全球气候变化应对评估获得“领导力等级 A 级”；LG 显示高端笔记本电脑面板荣获德国莱茵 TÜV 集团颁发的“产品碳减排”认证。

LGDYT (烟台) 应对气候变化举措

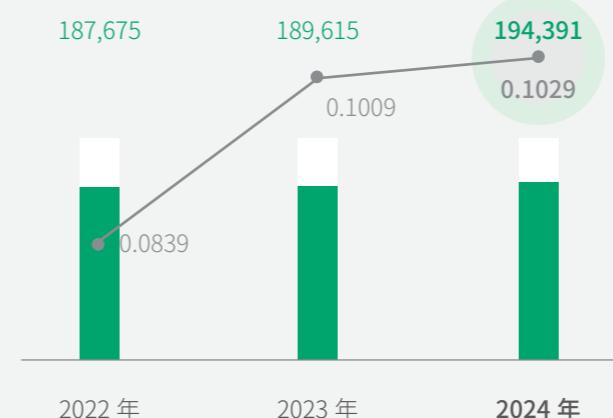
- 制定《温室气体排放管控规则》，进行 ISO 14064 温室气体排放核查认证。
- 购买绿色电力，减少 CO₂、SO₂、NO_x 排放量。
- 使用不含破坏臭氧层物质的环保型冷媒，保护大气臭氧层。



LGDNJ (南京) 碳排放绩效

■ 温室气体排放总量 (单位: 吨二氧化碳当量)

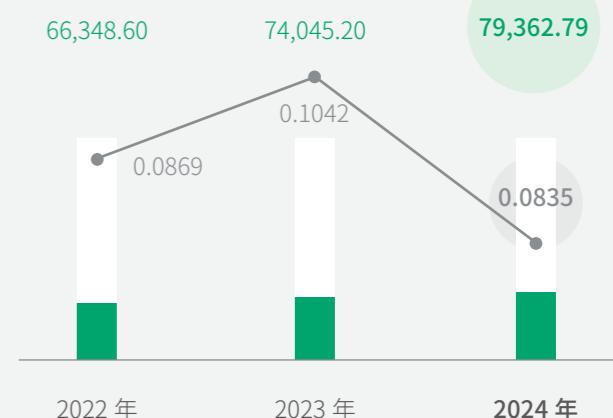
● 碳强度 (单位: 吨二氧化碳当量 / 万元)



LGETR (泰州) 碳排放绩效

■ 温室气体排放总量 (单位: 吨二氧化碳当量)

● 碳强度 (单位: 吨二氧化碳当量 / 万元)



案例：LG 显示车载 OLED 获得“产品碳足迹”认证

LG 显示通过搭载独家研发的光控薄膜集成技术（Light Control Film Integration Technology），将车载 OLED 产品在生命周期内所产生的碳排放量对比此前产品减少约 18%。2024 年 1 月 25 日，LG 显示车载 OLED 产品系列获得“产品碳足迹（Product Carbon Footprint, PCF）”认证。



车载 OLED 产品



LG 显示获颁 TÜV 莱茵碳足迹认证证书

夯实环境管理

LG 中国始终与生态保护同频共振，将生态环境保护贯穿生产经营全过程，持续以实际行动诠释企业与自然共生的理念，让绿色成为企业前行中最鲜明、最持久的底色。

LGDYT（烟台）环境管理举措



案例：LG 化学携“二氧化碳塑料”首次亮相 2024 意大利博洛尼亚国际美容展

LG 化学自主研发了将二氧化碳转换为塑料核心材料的催化剂和工艺技术，确保在现有二氧化碳塑料中具备最高的生产效率。2024 年 3 月 21 日，LG 化学在意大利博洛尼亚举行的“博洛尼亚国际美容展（Cosmoprof Bologna 2024）”推出了采用二氧化碳制备的环保塑料材料，积极开拓环保包装材料市场。



以二氧化碳为基础的新一代环保材料“PEC”所制成的化妆品容器

LGENT（南京）绿色管理绩效



LGDYT（烟台）绿色管理绩效



LGETA（天津）绿色管理绩效



● 推行绿色生产

LG 中国将节能、减排、降碳贯穿生产各个环节，通过技术革新降低能源消耗、减少污染物排放，不断推出绿色产品，减少产品包装对环境的影响，将绿色生产落实到运营全过程。

节约能源资源

LG 中国始终将绿色责任深植发展基因，构建高效、低碳、循环的绿色生产体系，探索节能减排技术与降碳工艺，促进能源高效利用，用实际行动诠释对环境与未来的长远承诺。2024 年，LGEQH（秦皇岛）已实现生产全程电能供应，非化石能源占比达 100%。

LGDYT（烟台）节约能源措施

- 制定《能源管理手册》，每年规划水、电、气及设备工序等方面的节能减排项目，并成立能源节约 TDR 小组，负责项目的推动与实施。
- 参照《能源管理手册》等文件，分析自身内外部环境，明确主要风险与机遇，对厂区内耗能设备及工序实施科学化、规范化、体系化管理。
- 通过新增能源节约项目，减少水、电、气等能源消耗，强化员工节能教育，达成能源节约目标。
- 组织排查并淘汰厂区内高耗能设备，以法律法规为依据进行节能减排。

LGDNJ（南京）节约能源绩效

指标名称	单位	2022 年	2023 年	2024 年
全年能源消耗总量	吨标准煤	36,365	35,328	35,227
电力消耗量	万千瓦时	24,768	23,691	23,798
蒸汽消耗量	万吨	6.08	6.54	6.18
天然气用量	立方米	0	0	0
煤炭用量	吨标准煤	0	0	0
年度新鲜水用水量	吨	3,216,694	3,006,947	2,953,039
单位工业增加值新鲜水耗	立方米 / 万元	1.44	1.60	1.56

LGEQA（青岛）节约能源绩效

指标名称	单位	2022 年	2023 年	2024 年
全年能源消耗总量	吨标准煤	66,310	57,456	45,345
电力消耗量	万千瓦时	318	283	287
年度新鲜水用水量	吨	106,722	93,005	102,543



LGDNJ（南京）能源管理体系
认证证书



LGDYT（烟台）能源管理
体系认证证书

案例：LGENT（南京）通过系统性技术创新与管理优化推进节能减排

LGENT（南京）开展核心生产环节实施设备效率提升计划，采用智能化监测系统实时优化设备运行参数，有效提升能源使用率，并构建“全员节能 BP 发掘机制”，鼓励员工提出工艺流程改进方案。2024 年，LGENT（南京）综合能耗较基准年降低 10%，超额完成年初设定的降耗目标，达成率为 102%，LGENT（南京）在绿色智造转型中迈出关键步伐。



员工提出工艺流程改进方案

2024 年

LGENT（南京）综合能耗较基准年降低

10% ↓

超额完成年初设定的降耗目标，达成率

102%

减少“三废”排放

LG 中国强化减污降碳协同治理，严格控制“三废”排放，积极开展低碳技术研发，推动发展绿色低碳循环经济，助力全面绿色转型，以实际行动守护绿水青山。2024 年，LGDYT（烟台）通过“预防与预警——处理——善后处置”全流程管理机制，提高环境事件防范和处理能力，最大限度避免或减少突发环境事件，消除或减轻其造成的中长期影响。

LGDYT（烟台）“三废”排放管理措施及成效

- 废气**
 - 配合环保部门做好污染源普查、大气污染源数据申报、重污染天气应急减排、“六·五”环境宣传工作。
 - 优化公务车、班车路线，减少汽油、柴油用量，降低废气排放。
- 废水**
 - 生产废水全部回用，纯水制备浓缩水及清洗用水全部回用，生活污水处理后用于绿化，做到水资源利用最大化、污水排放最小化。
- 固废**
 - 升级材料和工艺，淘汰高污染工艺和原材料，从源头上削减污染物排放。
 - 采购可重复利用的生产材料，并进行充分利用，避免过期废弃。
 - 100% 分类收集车间废弃物，并全面识别危废，严格按照相关规定贮存，依法进行危废管理计划备案、转移审批，实现收集、贮存和转移全部环节合规，并开展危废泄漏应急演练。

LG 化学“三废”排放绩效

指标名称	单位	2022 年	2023 年	2024 年
废水排放总量	m ³	3,198,006.00	3,124,014.57	3,323,484.68
废水回收量	m ³	1,921,726	1,855,101	1,974,356
废水回收率	%	60.10	61.78	70.42
挥发性有机气体排放量	吨	299.00	74.63	66.32
颗粒物排放量	吨	22.60	25.90	21.40
氮氧化物 (NOx) 排放量	吨	181.00	214.16	189.88
硫氧化物 (SOx) 排放量	吨	13.30	15.05	11.58
氨氮排放量	吨	3.10	2.04	2.98
一般废弃物	吨	15,951.00	18,260.31	18,303.60
有害废弃物	吨	13,950.00	14,176.30	9,880.49
废弃物总量	吨	29,901.00	32,436.25	28,184.09
废弃物回收利用率	%	75.00	69.80	82.51
重金属排放量	吨	0.29	0.48	0.02
有害化学物质 (有毒物质) 单位使用量	吨 / 吨产品	3.90	2.86	2.85

打造绿色产品

LG 中国始终以开拓者的姿态在绿色产品之路上奋勇前行，力求用最前沿的理念与构想，为消费者提供更多优质绿色产品；加快培育壮大绿色低碳产业，加强绿色包装应用，发展绿色运输，降低产品运输过程中对环境的影响。

案例：LG 电子携绿色智能家电参展 2024 辽洽会

2024 年 9 月 26 日至 29 日，第五届辽宁国际投资贸易洽谈会在沈阳新世界博览馆举行，LG 电子携一系列全新节能家电产品打造“LG 健康全屋家”体验区，展示了其在家电领域的创新实力，更传递了绿色消费、健康生活的理念，让消费者在享受科技便利的同时，为推动绿色可持续的生活方式贡献力量。



LG 电子展区

引领低碳风尚

LG 中国积极推行绿色办公，重视环保宣传教育，引导并带动员工践行低碳生产生活方式，形成全员参与的良好氛围，助力自身绿色转型，推动全行业迈向可持续发展新阶段。

坚持绿色办公

LG 中国将绿色理念融入办公流程，推进办公自动化、网络化、无纸化，最大限度地节约资源，降低能源消耗，减少废弃物，建设“节约、高效、环保、卫生、健康”的办公环境和文化氛围。

案例：LG 化学反渗透膜对水资源“节”“净”全力

LG 化学苦咸水反渗透膜 (BWRO) 具备良好的抗污染性、高产水量、更卓越的耐久性和化学稳定性，被广泛应用于市政水处理，工业水处理，水环境综合治理，电力等领域，不仅降低了清洗需求和能源消耗，有效减少运营成本，同时减少了二氧化碳的排放、消耗品的使用以及废弃物的产生。



案例：LG 化学 OBP 再生材料“碳循”大海之新生“塑”命

LG 化学回收海岸 50 公里内被丢弃的渔网、塑料瓶等塑料垃圾，生产制成 OBP PET、OBP PA 产品，从而有效减少海洋垃圾，保护海洋生态环境。此外，LG 化学 OBP PET 材料已获得全球 UL 认证机构颁发的环境声明验证，有效证明了该材料从回收到最终生产全过程的环保可持续性。



废弃塑料瓶从海洋垃圾到再生塑料颗粒的演变过程

LGDHZ (惠州) 绿色办公措施

- A4 纸采用正反面使用，减少纸张消耗；推行电子化管理，实现无纸化办公。
- 电脑设置为超过五分钟未使用屏幕，自动进入睡眠模式。
- 离开办公场所超过 45 分钟时，关掉电灯及各类电气设备。
- 推行使用视频会议。
- 下班后，离开办公室时先确认室内用电设备是否关闭。
- 用杯子或可重复使用的饮料瓶替代一次性纸杯或塑胶瓶。
- 严格推行工厂垃圾分类。



LGENT (南京) 绿色办公绩效

指标名称	单位	2022 年	2023 年	2024 年
办公用水量	吨	5,270.70	5,063.12	4,303.32
办公用电量	度	565,100.00	582,949.33	542,705.96
办公用纸量	张	906,000	732,000	624,000
垃圾处理量	吨	902.22	866.30	809.00
视频会议数	次	36	36	36

LGEQA (青岛) 绿色办公绩效

指标名称	单位	2022 年	2023 年	2024 年
办公用水量	吨	53,361	46,502	51,272
办公用电量	度	313,714	323,453	320,003
办公用纸量	张	620,000	566,000	278,000

培育绿色文化

LG 中国严守生态保护红线，积极开展各类环保公益活动，宣传普及生态环境相关法规和政策，增强员工环保意识，将绿色发展的思想自觉转化为行动自觉，共同建设美好绿色家园。

LGETA (天津) 环保培训绩效

指标名称	单位	2022 年	2023 年	2024 年
环保培训次数	次	10	17	16
环保培训人次	人次	47	179	147

LGDYT (烟台) 环保培训绩效

指标名称	单位	2022 年	2023 年	2024 年
环保培训次数	次	2	2	2
环保培训人次	人次	2,454	2,022	1,724

公益善行，传递温暖力量

LG 中国积极投身公益慈善，通过资源赋能与模式创新助力少年儿童健康成长，深耕志愿服务领域，以常态化行动汇聚点滴善意，以精准帮扶与人文关怀筑牢温暖守护，凝聚家园共识、共建美好社区，与全社会共享高质量发展成果。

投身教育事业

LG 中国始终怀揣对少年儿童成长的深切关怀，积极投身教育事业，着力打造品牌项目，以专业与温度为笔、用丰富内容与创新形式作墨，为少年儿童的健康全面发展保驾护航。

LG 圆满假期

“圆计划——圆满假期”活动依托大学生志愿者寒暑假返乡契机，就近开展乡村留守儿童捐助、调查、探访活动，进而开展一对一精准帮扶，为贫困留守儿童送上爱心物资。自 2015 年起，LG 中国持续冠名支持该活动。2024 年，在圆满假期十周年之际，“LG 圆满假期”活动在寒暑两季活动中吸引了 1,200 余名大学生志愿者的参与，组建起少年篮球队和少年欢唱团，以实际行动诠释公益精神。

案例：LGENT (南京) 开展“播种绿色 共建家园”主题植树活动

2024 年 4 月 26 日，LGENT (南京) 50 名员工前往汤山月季园开展“播种绿色 共建家园”主题植树活动，种下 50 余株桂花树苗，开展“最美树牌”创意评比，让员工们亲手绘制环保标语挂牌留念，不仅美化了园区环境，更强化了员工的环保意识，用实际行动践行了绿色发展理念。



植树现场



LGECH (北京) 组织开展红领巾公园环保活动



LGEHZ (惠州) 开展地球一小时停电活动



LGEHN (南京) 将环保理念延伸至下一代



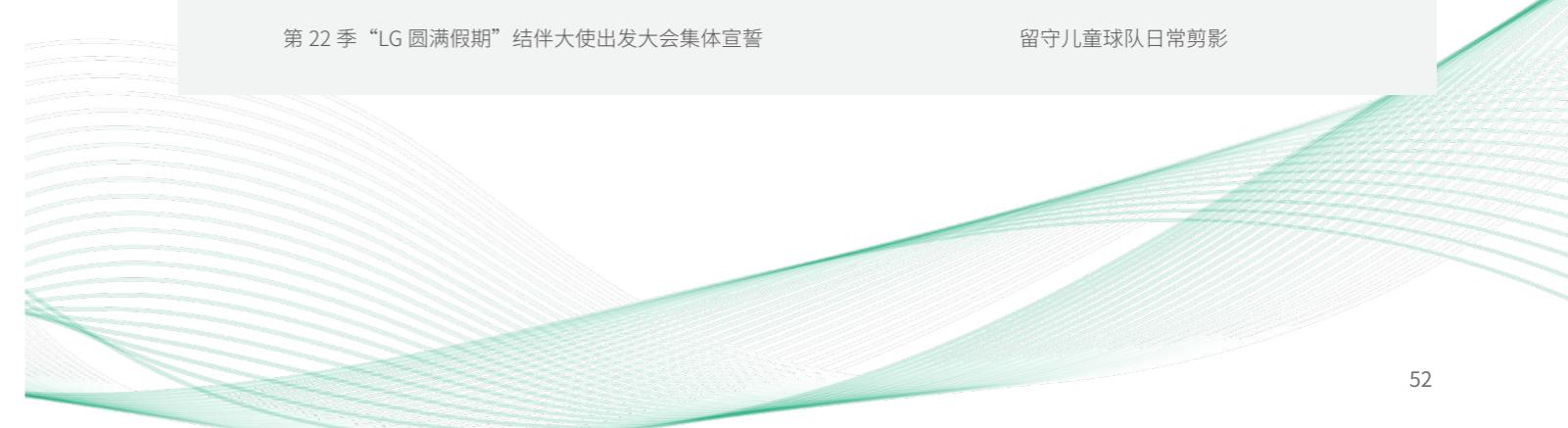
LGETR (泰州) 举办世界环境日活动



第 22 季“LG 圆满假期”结伴大使出发大会集体宣誓



留守儿童球队日常剪影



案例：LG 圆满假期 2024 年度颁奖暨第 23 季出发大会在北京举行

2024 年 12 月 21 日，由 LG 集团和北京圆网慈善基金会共同主办的 LG 圆满假期 2024 年度颁奖暨第 23 季出发大会隆重举行。活动现场，通过播放学生们自制的志愿活动 Vlog 视频，再现了结伴大使们参与“圆满假期”活动的点滴瞬间，展现出其对于家乡的热爱以及对于家乡儿童的温情关怀。



2024 年度颁奖暨第 23 季出发大会

“

作为这项活动的长期支持者，LG 很高兴能通过这个活动，与全国两千多所高校的优秀青年连接起来。LG 集团的社会责任理念就是，成就年轻梦想，所以我们会一如既往地支持这个活动，把 LG 圆满假期活动打造成长期、稳定的项目。

—— LG 电子中国区总裁 李相奉

”

LG 中国爱心捐赠

LG 中国始终心系少年儿童成长，悉心守护少年儿童身心健康，为少年儿童捐赠学习与生活用品等物资，着力改善其学习条件，让每一份关爱都落到实处，助力每一颗童心在呵护中向阳生长。

：深耕志愿服务

LG 中国将志愿服务深植企业发展基因，始终以热忱之心投身各类志愿行动，用实际行动传递温暖与善意，不断探索更具温度的志愿服务模式，以点滴行动汇聚社会暖流，彰显企业与社会共进步、同发展的责任担当。

LGENT (南京) 志愿服务绩效

指标名称	单位	2022 年	2023 年	2024 年
社会贡献活动费用	万元	1.0	1.0	1.5
员工志愿服务参与人数	人数	202	280	300
员工志愿者活动数	次	2	8	10

LGETA (天津) 志愿服务绩效

指标名称	单位	2022 年	2023 年	2024 年
社会贡献活动费用	万元	716	716	716
员工志愿服务参与人数	人数	50	50	50
员工志愿者活动数	次	12	12	12

案例：LGENT (南京) 组织开展“爱心献血”公益活动

2024 年 4 月 29 日，LGENT (南京) 联合南京献血办组织开展了“爱心献血”公益活动，26 名员工成功献血，累计献血量达 8,000 毫升，不仅展现了 LGENT (南京) 员工热心公益的精神风貌，更用一袋袋热血为生命护航，传递了温暖正能量。



爱心献血活动



LGDNJ (南京) 在六一亲子活动向贵州新世界希望小学
捐赠文具



LGEHZ (惠州) 开展沥林镇困境儿童定向帮扶
爱心活动



LGECH (北京) 以实际行动支持红丹丹文化
助盲活动



LGECH (北京) 在秦皇岛水泉希望小学进行
“六一”慰问

• 关爱弱势群体

LG 中国依托以 USR 为核心的工会组织，聚焦社会弱势群体，通过持续的帮扶实践，用点滴行动传递温暖，以真诚爱心践行担当，助力提升全社会对弱势群体的关心关爱意识与责任担当。2024 年，LG CNS 荣获北京市残联颁布的 2024 幸福企业“残障融合 多元就业”特别奖项。

案例：LGENT（南京）开展福利院捐献活动

2024 年 5 月 14 日，LGENT（南京）爱心团队前往高淳福利院开展“关爱社会，温暖同行”公益捐赠活动，为福利院孤残人士送去大米、食用油等生活物资。在捐赠仪式后，员工们与院民亲切交流，了解其日常生活需求。此次活动不仅展现了 LGENT（南京）的社会责任担当，更用实际行动传递了社会温暖。



福利院捐献活动



LG Innotek 为社会福利院捐赠落地扇



LGDYT (烟台) 为特殊教育学校送去冬季关怀

• 共建美好社区

LG 中国积极发挥自身在技术、资源等方面的优势，主动融入社区治理新格局，持续深化与社区的沟通联动，切实为社区发展注入活力，不断提升居民在社区生活中的幸福感与获得感。

案例：LGDYT (烟台) 慰问周边村民

2024 年春节来临之际，LGDYT (烟台) 为林官庄村、南于家村的失地村民送上大米，提前致以新春祝福。企业发展离不开周边村民的支持，LGDYT (烟台) 自成立以来，专注自身发展的同时，着力带动周边村庄的经济进步，且每年春节均会为周边村民献上关怀与温暖，深受当地社会好评。



慰问周边村民活动



LG Innotek 为周边困难村庄捐助生活物资

未来展望

2024 年，LG 中国以实际行动加码中国、扎根当地，积极成为“中国发展参与者”，以领先技术与高质量解决方案，实现产品、品牌与市场的多元拓展，以“正道经营”的行动方式，为在华外企示范了一份带有 LG 烙印、富有中国特色的外企发展范本。

2025 年，LG 中国将坚定投资中国市场，深耕实干沃土，以创新助推“在中国、为世界”，以优质的产品和服务为人们创造更美好的生活；始终践行“以人为本”，在分享、温暖、关爱和尊重中与员工一同实现成长与发展；广泛拓展“朋友圈”，打造开放合作、互利共赢的行业发展新生态；加大气候变化的应对力度，为可持续发展的未来做出积极贡献；以实际行动践行责任担当，用大爱点亮志愿星光，共绘和谐发展画卷。



附录

关键绩效

LG 电子



经济绩效				
指标	单位	2022 年	2023 年	2024 年
营业收入总额	万元	1,183,596	1,092,765	1,047,765
纳税总额	万元	33,598.87	41,384.72	27,711.63
资产负债率	%	53.87	64.39	58.99
政府给予的财政补贴	万元	161.33	44.42	1.03
研发投入	万元	4,745.94	4,895.79	4,848.33
科技工作人员数量	人	141	128	116
科技工作人员比例	%	23.27	23.10	21.97
新增专利数	个	0	0	0
顾客与伙伴绩效				
指标	单位	2022 年	2023 年	2024 年
投诉解决率	%	100	100	100
产品合格率	%	99.36	99.36	99.05
质量事故发生数	次	0	0	0
供应商数量	个	230	244	238
责任采购比率	%	100	100	100
经济合同履约率	%	100	100	100
本地化采购比例	%	78.0	72.0	77.4
环境绩效				
指标	单位	2022 年	2023 年	2024 年
环保总投资	万元	81.3	68.2	30.0
环保培训次数	次	4	4	4

环境绩效				
指标	单位	2022 年	2023 年	2024 年
环保培训人次	人次	1,399	1,223	1,322
全年能源消耗总量	吨标准煤	1,496	1,515	1,455
电力消耗量	万千瓦时	618.40	637.60	593.77
年度新鲜水用水量	吨	92,233	97,557	71,722
单位工业增加值新鲜水耗	立方米 / 万元	8.05	2.90	2.85
温室气体排放总量	吨	5,902.34	510.99 ¹	490.42
废气排放量	吨	0	0	0
废气减排量	吨	0	0	0
废弃物排放量	吨	9	6	7
有害化学物质 (有毒物质) 单位使用量	吨 / 吨产品	0	0	0
再生资源循环利用率	%	100	100	100
碳强度	吨二氧化碳当量 / 万元	0.0052	0.0005	0.0006
单位产值综合能耗	吨标准煤 / 万元	0.0013	0.0013	0.0013
办公用水量	吨	5,270.70	5,063.12	4,303.32
办公用电量	度	565,100.00	582,949.33	542,705.96
办公用纸量	张	906,000	732,000	624,000
垃圾处理量	吨	902.22	866.30	809.00
视频会议数	次	36	36	36
安全绩效				
指标	单位	2022 年	2023 年	2024 年
安全培训次数	次	49	52	66
安全培训人次	人次	6,240	7,115	10,207
安全培训覆盖率	%	100	100	100
安全培训投入	万元	2.0	6.0	7.5
安全应急演练次数	次	20	20	22
安全生产投入	万元	537	608	719
员工绩效				
指标	单位	2022 年	2023 年	2024 年
新招聘员工数	人	110	19	11

¹ 自 2023 年起, LGENT (南京) 95% 的电力消耗量通过购买绿证实现, 因此 2023 年、2024 年温室气体排放总量大幅降低。

正式员工数	人	606	555	527
劳务派遣员工	人	24	22	21
韩国驻在员 (FSE) 人数	人	12	11	11
劳动合同签订率	%	100	100	100
社会保险覆盖率	%	100	100	100
集体谈判与集体合同覆盖率	%	100	100	100
残疾员工数	人	0	0	0
女性员工比例	%	38.9	40.0	41.0
女性管理者比例	%	21.54	24.00	26.00
参加工会员工比例	%	100	99	100
员工培训投入	万元	95.0	128.0	106.4
年度新增职业病人数	人	0	0	0
员工体检覆盖率	%	100	100	100
人均带薪休假天数	天	6.4	7.9	8.9
员工流失率	%	6.1	7.3	5.1
本地化雇用比例	%	52	52	55
困难员工帮扶投入	万元	1	1	1
社会绩效				
指标	单位	2022 年	2023 年	2024 年
守法合规培训次数	次	1	1	1
捐赠总额	万元	1	1	1
社会贡献活动费用	万元	1.0	1.0	1.5
员工志愿服务参与人数	人数	202	280	300
员工志愿者活动数	次	2	8	10

以上数据由 LGENT (南京) 法人提供

经济绩效				
指标	单位	2022 年	2023 年	2024 年
营业收入总额	万元	663,320.15	439,578.00	441,151.71
纳税总额	万元	17,374.09	18,041.00	23,629.92
资产负债率	%	26.0	34.0	29.4
政府给予的财政补贴	万元	25.05	37.31	441.81
环境绩效				
指标	单位	2022 年	2023 年	2024 年
环保总投资	万元	52	53	51
环保培训次数	次	2	2	2
环保培训人次	人次	2,454	2,022	1,724
全年能源消耗总量	吨标准煤	11,600	9,800	9,641
电力消耗量	万千瓦时	8,251	6,943	6,322
蒸汽消耗量	万吨	1.12	1.08	0.88
液化天然气 (LNG) 用量	立方米	1,038,029	942,257	823,004
年度新鲜水用水量	吨	32.72	27.54	24.00
废水排放量	吨	175,403	123,939	96,778
温室气体排放总量	吨	80,812	65,560	43,756
氮氧化物 (NOx) 排放量	吨	0.979	0.664	0.593
硫氧化物 (SOx) 排放量	吨	0.085	0.019	0.000
挥发性有机物 (VOCs) 排放量	吨	0.39	0.52	0.38
粉尘排放量	吨	0.634	0.341	0.461
氨氮排放量	吨	0.48	0.20	0.19
废弃物排放量	吨	1,199.66	820.00	570.00
废气排放量	吨	12,910	9,648	11,219
再生资源循环利用率	%	91.44	85.69	87.05
碳强度	吨二氧化碳当量 / 万元	0.12	0.15	0.10
单位产值综合能耗	吨标准煤	0.013	0.013	0.020
办公用水量	吨	175,403	123,939	96,778
办公用电量	度	2,259,802	2,035,055	1,614,471
垃圾处理量	吨	489.75	313.61	360.38

安全绩效				
指标	单位	2022 年	2023 年	2024 年
安全生产投入	万元	128.8	556.0	517.0
安全培训次数	次	98	170	43
安全培训人次	人次	175,924	116,083	17,290
安全培训覆盖率	%	100	100	100
安全培训投入	万元	2.3	3.0	1.2
安全应急演练次数	次	41	37	36
安全生产事故数	个	2	4	0
员工因公受伤人数	人	0	2	6
员工因公死亡人数	人	0	0	0
员工绩效				
指标	单位	2022 年	2023 年	2024 年
新招聘员工数	人	2,156	1,352	664
正式员工数	人	2,402	1,352	1,429
劳务派遣员工	人	0	0	0
韩国驻在员 (FSE) 人数	人	52	39	38
劳动合同签订率	%	100	100	100
社会保险覆盖率	%	100	100	100
集体谈判与集体合同覆盖率	%	100	100	100
残疾员工数	人	4	3	6
女性员工比例	%	50.1	51.6	56.0
女性管理者比例	%	22.3	22.7	33.3
参加工会员工比例	%	100	100	100
员工培训投入	万元	10.84	21.99	20.08
参与培训员工人次	人次	6,990	4,237	4,719
员工培训时长	小时	27.87	24.90	15.06
人均带薪休假天数	天	5.5	6.0	6.5
员工满意度	%	74.5	73.4	74.4
员工流失率	%	8.8	6.9	7.9
本地化雇用比例	%	84.9	85.3	82.9
困难员工帮扶投入	万元	1.2	1.2	1.2

以上数据由 LGDYT (烟台) 法人提供

LG 化学				
经济绩效				
指标	单位	2022 年	2023 年	2024 年
销售额	亿美元	88	73	60
纳税总额	亿元人民币	20.7	10.2	8.6
环境绩效				
指标	单位	2022 年	2023 年	2024 年
全年能源消耗总量	吨标准煤	351,520.00	2,637,309.19	2,874,607.59
单位工业增加值新鲜水耗	立方米 / 万元	46.42	96.39	65.83
温室气体排放总量	万吨	95.60	130.15	123.16
用水总量	m ³	6,682,924	6,611,141	6,525,944
废水排放总量	m ³	3,198,006.00	3,124,014.57	3,323,484.68
废水回收量	m ³	1,921,726	1,855,101	1,974,356
废水回收率	%	60.10	61.78	70.42
化学需氧量排放量	吨	130.00	98.80	107.70
挥发性有机气体排放量	吨	299.00	74.63	66.32
颗粒物排放量	吨	22.60	25.90	21.40
氮氧化物 (NOx) 排放量	吨	181.00	214.16	189.88
硫氧化物 (SOx) 排放量	吨	13.30	15.05	11.58
氨氮排放量	吨	3.10	2.04	2.98
一般废弃物	吨	15,951.00	18,260.30	18,303.60
有害废弃物	吨	13,950.00	14,176.30	9,880.49
废弃物总量	吨	29,901.00	32,436.25	28,184.09
其中: 再利用	吨	22,437.00	22,641.91	23,255.29
焚化销毁	吨	6,814.00	8,749.49	4,189.72
填埋	吨	549.00	341.16	206.26
废弃物回收利用率	%	75.00	69.80	82.51
重金属排放量	吨	0.29	0.48	0.02

LG 新能源



安全绩效				
指标	单位	2022 年	2023 年	2024 年
安全投资费用	百万元	108.00	50.44	70.11
安全培训人次	人次	22,985	29,851	27,190
安全培训覆盖率	%	99.6	100.0	100.0
安全培训投入	万元	392.00	283.36	302.60
安全应急演练次数	次	363	544	566
安全生产投入	万元	14,183.00	10,436.28	9,029.57
安全生产事故数	起	7	19	19
工伤次数	次	5	4	2
工伤人数	人	6	4	2
员工绩效				
指标	单位	2022 年	2023 年	2024 年
员工总数	人	3,536	3,348	3,233
中国地区高职位者 (总监及以上) 本地员工人数	人	115	125	121
劳动合同签订率	%	100	100	100
社会保险覆盖率	%	100	100	100
集体谈判与集体合同覆盖率	%	29	32	31
女性管理者人数 (总监及以上)	人	39	39	36
女性管理者比例 (总监及以上)	%	19	17	17
员工培训投入	万元	656	759	278
员工培训时长	小时	273,470	234,360	164,050
员工培训覆盖率	%	99	99	90
员工健康档案覆盖率	%	100	100	100
员工健康体检覆盖率	%	100	100	100
员工满意度	%	91.6	92.9	92.8
事务职员流失率	%	11	11	9

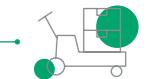
以上数据由 LG 化学法人提供

经济绩效				
指标	单位	2022 年	2023 年	2024 年
销售额 (中国地区)	亿韩元	128,458	126,064	92,751
利润总额 (中国地区)	亿韩元	--	13,826	11,603
环境绩效				
指标	单位	2022 年	2023 年	2024 年
排水量 (输送给其他组织及废水处理厂)	兆升	1,339.0	1,458.4	1,180.9
能源消耗量	万亿焦耳	17,993	18,786	16,072
综合能耗强度	万亿焦耳 / 万元人民币销售收入	0.002	0.003	0.004
NOx 排放量	千克	26,011.0	20,602.6	28,858.6
SOx 排放量	千克	535.0	271.0	344.5
挥发性有机化合物 (VOC) 排放量	千克	78,302.0	54,644.3	58,269.3
颗粒物质 (PM) 排放量	千克	8,120.0	3,777.8	3,384.6
一般废弃物排放量	公吨	52,935.0	52,820.1	35,741.2
一般废弃物排放强度	公吨 / 万元人民币销售收入	0.007	0.008	0.007
危险 (有害) 废弃物排放量	公吨	8,109.0	6,436.1	4,978.1
危险 (有害) 废弃物排放强度	公吨 / 万元人民币销售收入	0.001	0.001	0.001
废弃物成分 (综合) 进入处置的废弃物总量	公吨	61,044.0	59,256.2	40,719.2
焚烧处理的一般废弃物总量	公吨	3,830.0	2,368.0	201.2
填埋一般废弃物量	公吨	0	0	0
焚烧处理的有害废弃物总量	公吨	2,162.0	2,351.5	1,793.4
填埋有害废弃物量	公吨	0	0	0
回收处理的一般废弃物总量	公吨	49,106.0	50,452.1	35,540.0
回收处理的有害废弃物总量	公吨	5,947.0	4,084.6	3,184.6

温室气体排放总量	吨二氧化碳当量	1,324,484.0	388,677.4	261,577.1
直接温室气体排放量	吨二氧化碳当量	92,092.0	77,640.9	49,332.7
间接温室气体排放量	吨二氧化碳当量	1,232,393.0	311,036.5	212,244.4
温室气体排放强度	吨二氧化碳当量 / 万元人民币销售收入	0.269	0.056	0.057
因违反环境法律法规而受到罚款和非货币制裁总数	件	0	0	0
用水量	公吨	--	6,339,370.0	6,339,369.7
耗水强度	公吨 / 万元人民币销售收入	--	0.912	1.384
社会绩效				
指标	单位	2022 年	2023 年	2024 年
员工总数	人	14,919	12,565	9,022
社会保险覆盖率	%	100	100	100
劳动合同签订率	%	100	100	100
女性管理者比例	%	27.0	21.4	18.6
男性员工总数	人	10,412	8,753	6,431
女性员工总数	人	4,507	3,812	2,591
员工满意度	%	--	88	77
员工流失率	%	7.0	5.4	2.6
报告期内新增就业人数	人	6,312	1,319	19
安全生产事故数	次	0	0	6
新增职业病人数	人	0	0	0
工伤人数	人	0	0	4
伤亡人数	人	0	0	0
公益捐赠总额	万元	93.97	204.60	32.50

以上数据由 LG 新能源（中国）法人提供

LG 生活健康



经济绩效				
指标	单位	2022 年	2023 年	2024 年
营业收入总额	万元	392,783.74	318,317.26	357,505.20
纳税总额	万元	19,014.70	11,748.11	15,574.48
资产负债率	%	33.41	40.68	40.29
顾客与伙伴绩效				
指标	单位	2022 年	2023 年	2024 年
投诉解决率	%	100	100	100
经济合同履约率	%	100	100	100
员工绩效				
指标	单位	2022 年	2023 年	2024 年
新招聘员工数	人	114	68	79
正式员工数	人	664	578	566
劳务派遣员工	人	28	27	24
韩国驻在员 (FSE) 人数	人	15	12	13
劳动合同签订率	%	100	100	100
社会保险覆盖率	%	100	100	100
集体谈判与集体合同覆盖率	%	100	100	100
残疾员工数	人	0	0	0
参加工会员工比例	%	100	100	100
员工体检覆盖率	%	100	100	100
人均带薪休假天数	天	7.5	8.0	8.5

以上数据由 LG 生活健康法人提供

• 指标索引

中国企业社会责任报告指南 (CASS-CSR 4.0)		
目录	中国企业社会责任报告指南 (CASS-CSR 4.0)	
关于本报告		P1
卷首语		P2
关于 LG		P4.1-4.3
责任 2024		A3
责任聚焦： 深化“情感智能”，以科技 创想 LG 之“美”		P3、M2.4、M2.7
上篇 A Better Life 互联于心, 焕新生活	科技赋能, 智创美好生活	M2.4、M2.7、M3.4、M3.5
	追求卓越, 坚守品质承诺	M2.1-2.3
	优化服务, 创造用户价值	M2.8-2.10、M2.12-2.18
	笃行致远, 深耕责任之田	G2.1、G2.3、G3、G5.1、G5.3、G6.1-6.2
下篇 A Better Future 永续向融, 共筑未来	关爱员工, 打造幸福职场	S2.2-2.4、S2.6-2.14、S2.16-2.18、S3.1-3.5、S4.2、S4.3
	携手伙伴, 塑造行业生态	M3.1-3.4、M3.6-3.8、M3.10-3.12、M3.14-3.16、S4.4
	节能环保, 践行绿色承诺	E1.1-1.5、E1.7-1.9、E2.1-2.6、E2.8-2.14、E2.19、E2.20、E2.22-2.25、E3.1-3.2、E3.6
	公益善行, 传递温暖力量	S4.1、S4.5、S4.6、S4.9-4.11
未来展望		A1
附录	关键绩效	A2
	指标索引	A5
	报告评级	A4
	意见反馈	A6

• 报告评级

《LG 中国 2024 社会责任报告》评级报告



受 LG 中国社会责任委员会委托，“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《LG 中国 2024 社会责任报告》（以下简称《报告》）进行评级。

一、评级依据

中国社会科学院《中国企业社会责任报告指南 (CASS-CSR 4.0)》暨“中国企业社会责任报告评级专家委员会”《中国企业可持续发展报告评级标准 (2025)》。

二、评级过程

1. 评级小组审核确认《报告》编写组提交的《企业可持续发展报告过程性评估资料确认书》及相关证明材料；
2. 评级小组对《报告》编写过程及内容进行评价，拟定评级报告；
3. 评级专家委员会副主席、评级小组组长、评级小组专家共同签审评级报告。

三、评级结论

过程性 (★★★★★)

LG 中国成立社会责任委员会，由 LG 电子中国法人长担任委员长，负责报告终审，CSR 事务局牵头成立报告编制工作组，在华各姊妹社负责收集、提报基础资料并审核相关内容；将报告定位为满足合规信息披露要求、提高社会责任管理水平、传播企业社会责任品牌形象的重要工具，功能价值定位明确；积极推动在华姊妹社编制社会责任 / 可持续发展 / ESG 报告，促进社会责任管理工作不断做深、做实计划；将以电子版、印刷品的形式呈现报告，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、产品创新、职业健康管理、安全生产、环保技术和设备的研发与应用、减少“三废”排放等所在行业关键性议题，叙述详细充分，实质性表现卓越。

完整性 (★★★★★)

《报告》主要内容从“上篇 A Better Life: 互联于心, 焕新生活”和“下篇 A Better Future: 永续向融, 共筑未来”等角度系统披露了所在行业核心指标的 90.14%，具有卓越的完整性表现。

平衡性 (★★★★★)

《报告》披露了“质量事故发生数”“年度新增职业病人数”“员工流失率”“安全生产事故数”“员工因公受伤人数”“员工因公死亡人数”等负面数据，并简单描述针对职业病防治开展的相关措施，具有卓越的平衡性表现。

可比性 (★★★★★)

《报告》披露了“营业收入总额”“政府给予的财政补贴”“女性管理者比例”“安全生产投入”“全年能源消耗总量”“碳强

度”等 262 个关键指标连续三年的对比数据，并通过“LG 电子和 LG 化学分别位列《财富》世界 500 强 209 位和 355 位”等进行横向对比，可比性表现卓越。

可读性 (★★★★★)

《报告》延续“Life's Good”的品牌承诺，框架结构生动呼应“通过智能生活解决方案为人们创造更美好的生活，为地球创造更美好的未来”品牌使命，从两大篇章详细回应利益相关方的期望与诉求；采用插画设计，简洁清新，表达元素灵活多样，图文展现相得益彰，提升报告的悦读性；设置“延伸阅读”解读行业专业奖项，凸显行业特色，增强报告的易读性，具有卓越的可读性表现。

创新性 (★★★★★)

《报告》设置“深化情感智能，以科技创想 LG 之‘美’”责任聚焦，呈现 LG 中国在“情感智能”方面的履责实践与亮点，彰显责任担当；以利益相关方证言形式呈现企业履责成效，强化报告的传播力与公信力；连续 12 年编制发布年度社会责任报告，全方位、立体式地展示姊妹社取得的年度履责成果；不断创新传播形式，利用官网、官微等互联网渠道传递责任动态，创新性表现卓越。

综合评级 (★★★★★ +)

经评级小组评价，《LG 中国 2024 社会责任报告》的过程性、实质性和完整性、平衡性、可比性、可读性和创新性均达到五星级，综合为“五星佳”级，是企业可持续发展报告中的典范。



**中国企业社会责任报告
评级专家委员会**
Chinese Expert Committee on CSR Report Rating

LG 中国社会责任报告连续八年获得五星级、首次获得五星佳级评价

四、改进建议

1. 增加行业核心指标的披露，进一步提高报告的完整性。

王彦芝

评级专家委员会副主席

钟宏武 魏秀丽

评级小组组长 评级小组专家



扫码查看企业评级档案

意见反馈

非常感谢您阅读本报告，本报告是 LG 中国向社会公开发布的第 12 份企业社会责任报告，为持续改进社会责任工作，提升 LG 中国履行社会责任的能力和水平，我们真诚希望倾听您的意见和建议，恳请您协助完成意见反馈表中提出的相关问题。

1. 您对 LG 中国社会责任报告的总体评价是？

好 较好 一般

2. 您认为本报告能否反映 LG 中国对经济、社会和环境的重大影响？

能 一般 不能 不了解

3. 您认为本报告所披露信息、数据、指标的清晰、准确、完整度如何？

好 较好 一般 差 不了解

4. 您最满意本报告哪一方面？

5. 您希望进一步了解哪些信息？

6. 您对我们今后发布报告还有哪些建议？

您可以将填写好的问卷扫描或拍照发送到邮箱 lael.yang@lge.com，也可以直接扫描右侧二维码在线填写问卷。再次感谢您的支持！





地址:北京市朝阳区西大望路1号温特莱中心A座12层

邮编:100026

邮箱:lael.yang@lge.com

报告出版的环境考虑

纸张:采用环保纸张印刷

油墨:采用环保油墨以减少空气污染