

TCL 2015 年社会责任报告

(最终稿)

TCL 集团股份有限公司

二零一六年三月

目 录

报告主题	1
关于本报告	2
董事长致辞	3
TCL·人·生活	5
关于 TCL	7
(一) 我们是谁	7
(二) 我们的文化	8
(三) 我们的战略	9
(四) 我们的荣誉	10
公司治理	12
(一) 治理结构	12
(二) 信息披露	13
(三) 投资者关系管理	13
责任管理	16
(一) 社会责任模型	16
(二) 社会责任推进	17
(三) 利益相关方参与	17
责任专题	19
专题一：产品主动召回，诚心面对问题	19
专题二：走向国际舞台，创意感动世界	22
一、员工成长	24
——我们为您搭建人生出彩舞台	24
(一) 保障员工权益	25
(二) 促进职业发展	27
(三) 完善培训体系	28
(四) 创新激励机制	30
(五) 关爱员工生活	31

(六) 共筑和谐文化	35
二、用户至上	37
——我们为您提供走心服务体验	37
(一) 产品因您而变	38
(二) 品质始终如一	44
(三) 助推服务升级	46
(四) 打造至美体验	49
三、节能环保	53
——我们播种绿色共享碧水蓝天	53
(一) 创推绿色产品	54
(二) 环保回收产业链	56
(三) 强化绿色合作	58
(四) 引领绿色生活	58
四、公益平台	59
——我们凝聚爱心传递温暖力量	59
(一) TCL 公益基金会	60
(二) 华萌基金	63
(三) 志愿服务	64
五、运营透明	66
——我们满怀诚意接受您的监督	66
(一) 合规经营	66
(二) 沟通管理	67
附录	68
关键绩效表	68
展望 2016	71
GRI 对照表	72
ESG 对照表	83
意见反馈表	90

报告主题

转型当责、坚守实业

我们的当责文化:

- 管理者首先以身作责，成为当责的推动主体，并做出行为表率，完成三方面的转变：从“被动”接受转变为“主动”推动，从“评价”人是否当责转变为反躬“自省”，从理解“概念”转变为践行“行为”；
- 人人当责，让当责成为 TCL 人的 DNA。TCL 人走出去，与其他企业人最大的区别，就是当责特质；
- 当责的 TCL 人追求成果，和谐融洽，友善冲突，不唯上；当责的 TCL 人挑战高目标，以终为始，正向积极，精益求精。

关于本报告

本报告是 TCL 集团股份有限公司积极履行经济、社会和环境责任，致力可持续发展的真实反映。

报告时间范围

2015 年 1 月 1 日—12 月 31 日，部分内容超出上述范围。

报告组织范围

报告内容覆盖 TCL 集团股份有限公司及下属产业。

报告发布周期

本报告为年度报告，每年与 TCL 集团股份有限公司年报同时发布。集团连续第 8 年度发布报告，上一次报告时间为 2015 年 3 月。

报告参照标准

- 全球报告倡议组织《可持续发展报告指南（GRI4.0）》
- 国际标准化组织 ISO26000《社会责任指南（2010）》
- 《深圳证券交易所上市公司社会责任指引》
- 香港联合交易所《环境、社会及管治报告指引》2016

报告发布形式

报告以印刷版和网络版两种形式发布，网络版查询及下载地址：

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

报告语言版本

本报告有中文、英文两种版本，如有异议，以中文版为准。

报告获取方式

本报告为中文版，您可以在 TCL 集团股份有限公司网站下载本报告的电子文档，网址为：<http://www.tcl.com/>。

TCL 集团股份有限公司企业社会责任组

地址：广东省深圳市南山区高新南一路 TCL 大厦 B 座 14 楼

邮编：518057

电话：0755-3331 3825

董事长致辞



“山有脊梁而峻，人有坚持而铮，国有实业则兴”，TCL 非常认同这个理念，实业是撑起中国经济的脊梁，做实业 34 年，我们感受成就，也经历艰难，但不改初心，知难而进。在挺起中国经济脊梁的同时，我们心怀社会责任，致力于通过智能产品帮助人们打造极致的生活体验，推动经济的可持续增长，同时创建绿色生态工厂，为员工提供良好的工作环境，激发员工的潜力，为社区做贡献。

问：推动“一带一路”已经成为中国的国家战略。请问 TCL 在服务“一带一路”建设方面有哪些作为？

董事长：国家正在推进中国经济全球化，提出“一带一路”战略。在我看来，推进“一带一路”的核心是实业要强。TCL 历经 34 年的发展与“实业报国，注重可持续发展”密不可分。如今，TCL 想要在国际市场中占有一席之地，必须具备全球化的视野和高层次的战略能力，集中发展自己的核心竞争力，我们正进行着企业的重要转型突破之旅。下一步，TCL 集团还将深挖国际化增长潜力，采取“三军联动、品牌领先，扎根重点新兴市场”的策略，加强国际市场拓展力度。

问：当前生态文明建设作为“十三五”规划的发展目标之一。请问 TCL 作为消费类电子产品企业在环保方面有什么想法？

董事长：TCL 始终致力于环境保护，积极承担环保责任，这是顺应时代发展的要求，也是我们企业家和企业都必须担负起的责任。我们打造家电产品的逆向产业，通过互联网实现了废旧家电的高效回收，开创了全新的“家电绿色循环 O2O 价值链”。海外的所有工厂的生产线都进行了升级改造，建立起完善的可持

续生产能力，全力打造绿色工厂。今后，TCL 不断加大环境保护方面可持续发展的投入，希望在推动循环经济产业发展的实践中，我们与更多志同道合者共同携手打造可持续生态圈，共创美好未来。

问：随着社会的进步，人们对生活质量要求越来越高。请问 TCL 社会和谐发展中主要有哪些成就？

董事长：社区方面，TCL 集团独资发起成立了 TCL 公益基金会是中国消费类电子行业第一家企业设立的非公募基金。基金会为弱势群体创造教育和成长机会，谋求社区福祉及环境可持续发展，致力于基础教育帮扶、重大灾害救助、特殊群体关怀及环境保护，以维护公共利益来推动社会进步；用户方面，我们把为用户创造价值作为企业的使命，我们以技术创新作为企业发展动力，致力于创新产品的落地普及，从而让更多的消费者享受到产品、技术带来的极致体验；员工方面，我们大力投资于员工培训和发展，鼓励员工参与志愿服务，为员工创造良好的工作环境。我们坚信，多元化的员工队伍能够继续强化我们在技术创新和社会责任等领域的引领地位。

董事长兼 CEO 李东生

TCL·人·生活

当您黎明时睁开眼看到温暖的灯光、当您闲暇时打开给您带来快乐的电视、当您沟通时不停拿起给您带来方便的手机、当您饥饿时打开装满各种美食水果的冰箱、当您回家后打开给您带来身心放松的热水器、当您周末时看到还您一身干净衣服的洗衣机，您是否想到，TCL 可以陪您度过开心快乐的每一天，只要您选择，我们就能够给您带来感动。

7:00	起床时间，打开 TCL 照明灯	
7:30	早饭时间，打开 TCL 液晶电视了解一天新闻资讯	 
11:30	办公休息时间，拿出 TCL 手机刷朋友圈，顺便看一下 TCL 的股票	
13:00	午餐结束，在 T 慧刷 APP 上浏览下购买的理财产品收益情况	

16:30	下午茶时间，在茶水间的 TCL 多门冰箱中拿出新鲜水果品尝	 <p>TCL 十字对开四门风健康冰箱 风存美妙鲜滋味</p> <p>TCL 专注健康生活更懂爱</p>
18:30	下班回家，打开 TCL 热水器和花洒洗澡	 <p>TCL 恒温燃热 FOCUS ON HEALTHY BATH LIFE 专注舒适沐浴生活</p>
19:00	呵护家人健康，用 TCL 洗衣机洗衣服，让洁净健康始终陪伴家人身边	 <p>洗衣还好筒 好筒就选蜂巢内筒</p> <p>TCL 洗衣机 专注健康生活更懂爱</p>
20:00	家人齐聚客厅，观看用 T 慧刷购买的包括儿童教育在内的视频	 <p>我的收银台</p> <p>商户信息 13033389892</p> <p>我要收款 我要付款 我要贷款 我要缴费</p> <p>我要理财 即将开启 我要社群</p> <p>收款安全 快捷准确</p>
23:00	睡觉时间，打开 TCL 空调及空气净化器享受美好的夜晚	 <p>还你健康 深呼吸</p> <p>TCL 空调及空气净化器</p>

关于 TCL

(一) 我们是谁?

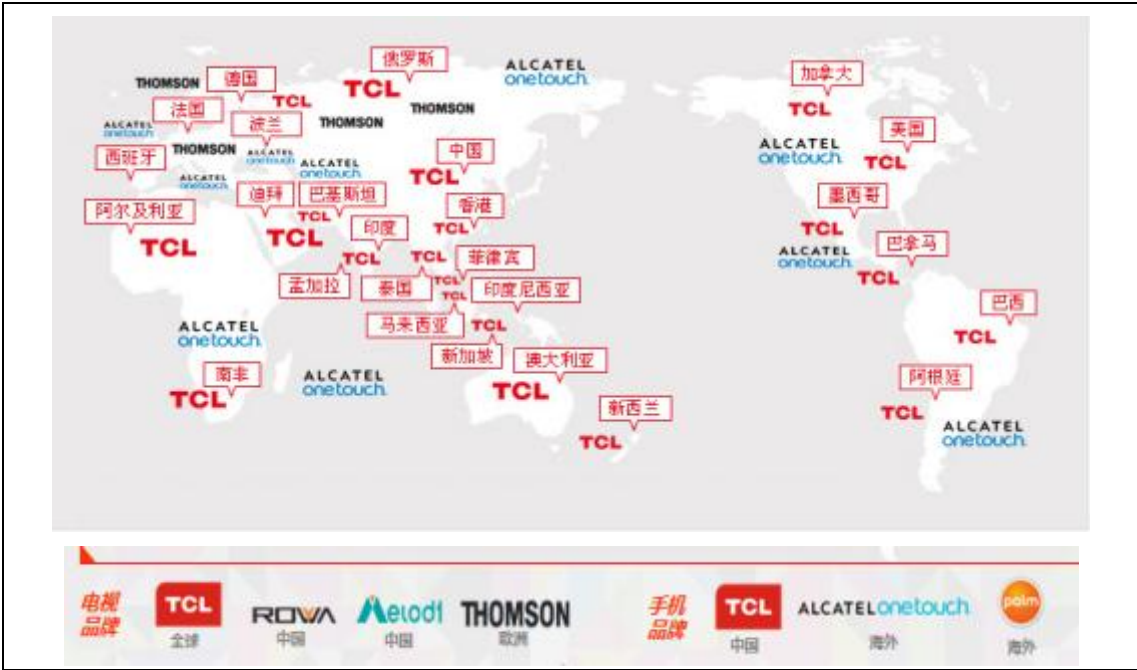
1. 公司简介

TCL 集团股份有限公司创立于 1981 年，是全球性规模经营的消费类电子企业集团之一，总部位于广东省惠州市仲恺高新区 TCL 科技大厦。旗下拥有 TCL 多媒体科技、TCL 通讯科技、通力电子、TCL 显示科技、翰林汇等 5 家上市公司。2015 年，TCL 调整公司现行产业及业务结构，将集团主要产业和业务及企业分别归属为产品业务领域，服务业务领域以及创投及投资业务。转型当责、坚守实业，TCL 始终以实现企业与社会共同可持续发展为己任，致力与社会各界共享美好快乐生活。

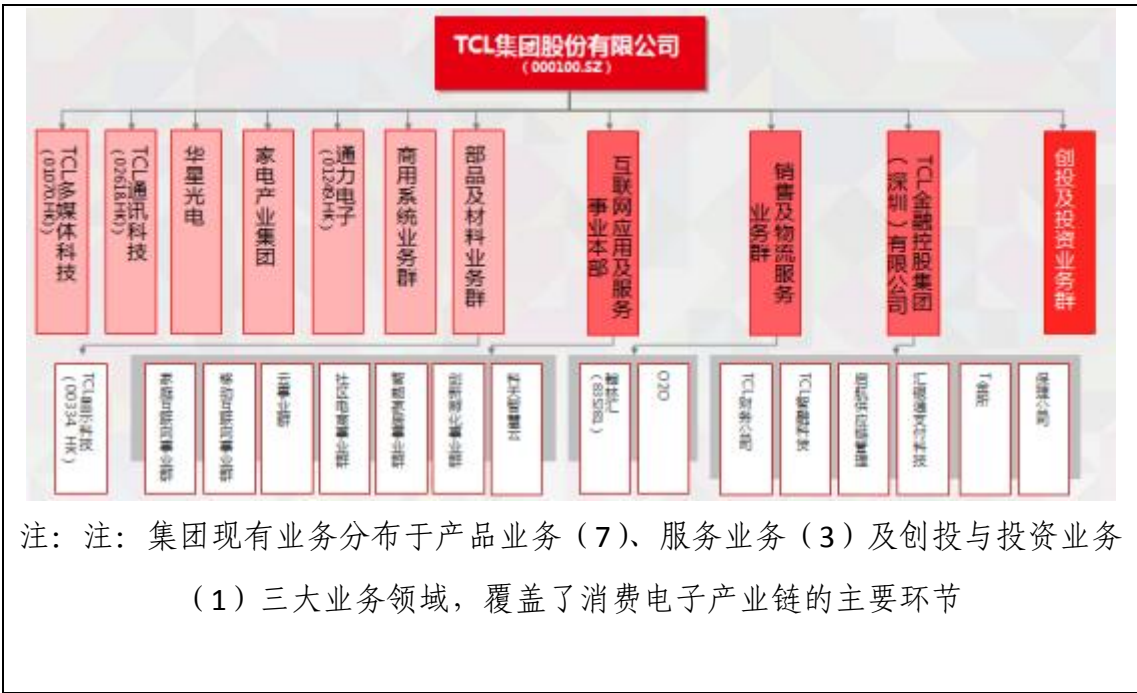
表：我们的 2015

员工	73,537 名
研发机构	23 个
制造加工基地	21 个
销售机构遍及国家和地区	80 多个
业务遍及国家和地区	160 多个
实现营业收入	1,045 亿元
实现净利润	32.3 亿元
纳税总额	60.77 亿元
LCD 电视销量全球排名	第 3 位
手机全球排名	第 5 位
液晶面板全球排名	第 6 位

表：TCL 全球布局



2. 组织结构



（二）我们的文化

我们的愿景	为用户提供极致体验的产品与服务
我们的使命	为用户创造价值、为员工创造机会 为股东创造效益、为社会承担责任
我们的精神	敬业、诚信、团队、创新
我们的价值观	用户至上、开放创新、合作分享、诚信尽责

我们的经营策略	提升技术能力、工业能力、全球化能力、强化互联网应用服务能力
---------	-------------------------------

（三）我们的战略

TCL 将企业社会责任理念融入到公司战略之中，致力于中国实体经济的可持续发展，持续推进“智能+互联网”战略转型，建立“产品+服务”新商业模式，并将“双+”转型战略逐步拓展到海外。2015 年，我们明确了国际化再出发的战略方向，促进中国企业国际化，打造国际化的新形态，体现了 TCL 在促进经济、环境和社会长远发展中所做出的努力。

2015 年，“双+”战略转型已取得实质性进展，对现行产业及业务结构做出调整，提出全新“7+3+1”的产业结构，并推动公司整体经营业绩得以改善。



TCL “双+” 转型战略图解

2014 年 4 月 9 日，TCL 正式发布“双+”转型战略，以互联网思维全面构建了集团的转型和新商业模式，重新定义了以用户为中心的新价值观和愿景。

表：2015 年“双+”战略的“加减乘除”

“加”	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 增加与用户的沟通和互动，真正了解用户内心的期望、渴望，让我们的产品设计、研发与营销更精准，增加 TCL 品牌的年轻时尚元素与内容，让每个具体用户都能感受到品牌力量的活力与吸引力； ➢ 要以开放的心态加大与外部伙伴们的合作力度，尽量把非核心的业务外包，保持公司运作的灵活高效
-----	---

“减”	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 组织要更加扁平化，减少多层级的组织架构以及不增值的人员、不创造价值的固定成本； ➢ 减少闲置的资产、无效的投入与浪费，打造综合成本竞争力
“乘”	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 协同效应，强调内部融合与外部整合相结合，追求集团整体协同效应最大化； ➢ 包括产业协同、技术协同、营销协同和管理协同，还包括市场与客户共享、内容与服务共建等
“除”	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 要把重复投资、重复项目除掉

（四）我们的荣誉

获奖级别	获奖名称	颁奖机构
国际荣誉	“2015-2016 年度全球智能手机领先品牌 10 强”、“2015-2016 年度全球智能互联设备领先品牌 15 强”	美国国际数据集团（IDG）
	2015 胡润品牌榜公布，位列十大增值品牌企业第二名	胡润研究院
	连续四年荣获“亚洲最佳雇主品牌奖”	亚洲最佳雇主品牌奖由雇主品牌协会、世界人力资源开发大会
国家级荣誉	质量管理小组活动先进单位	中国电子质量协会
	全国质量管理小组活动优秀企业	中国质量协会、中华全国总工会、中国科学技术协会
	荣获中国慈善榜“公益榜样奖”	中国宋庆龄基金会、中国儿童少年基金会等
	TCL 商用科技获评“2015 年中国安防图像显示类最具影响力十大品牌”	品牌排行网
	TCL 新技术荣获“中国警用装备	中国警用装备十大品牌评审委

	十大品牌”荣誉称号	员会
	中国民营企业 500 强第十六名	全国工商联
	“2015 年度彩虹奖”、“2015 年中国音视频产业产品创新奖”、“2015 年中国音视频产业技术创新奖”、“2015 年中国音视频产业应用创新奖”	中国电子视像行业协会
	TCL 空调荣获“节能优秀奖”	国家环境保护部
	“2015 中国优秀企业公民”、“TCL 希望工程烛光奖”项目获得“2015 中国企业公民优秀公益项目”、TCL 公益基金会执行秘书长刘磊获得“2015 中国企业公民优秀责任官”荣誉称号	中国社会工作联合会企业公民委员
	“广东省企业 500 强”	广东省政府
市级荣誉	华星光电荣获深圳市“十佳爱心企业”称号	深圳市精神文明建设委员会、深圳市委宣传部、深圳市委文明办、深圳报业集团、深圳广电集团等 15 家
媒体荣誉	2015 中国家电最受消费者尊敬品牌金狮奖	信息时报
	2015 年最佳服务奖	华西都市报
	2015 中国“十大慈善企业”	公益时报
	“消费者服务创新奖”	英国主流电信杂志 GTB (Global Telecoms Business)
	TCL 商用科技荣获 2015 年中国安防最具影响力十大品牌	中安网
	2015 年度中国制造十佳品质评选·杰出贡献奖	CCTV 发现之旅《品质》栏目、经济观察报

公司治理

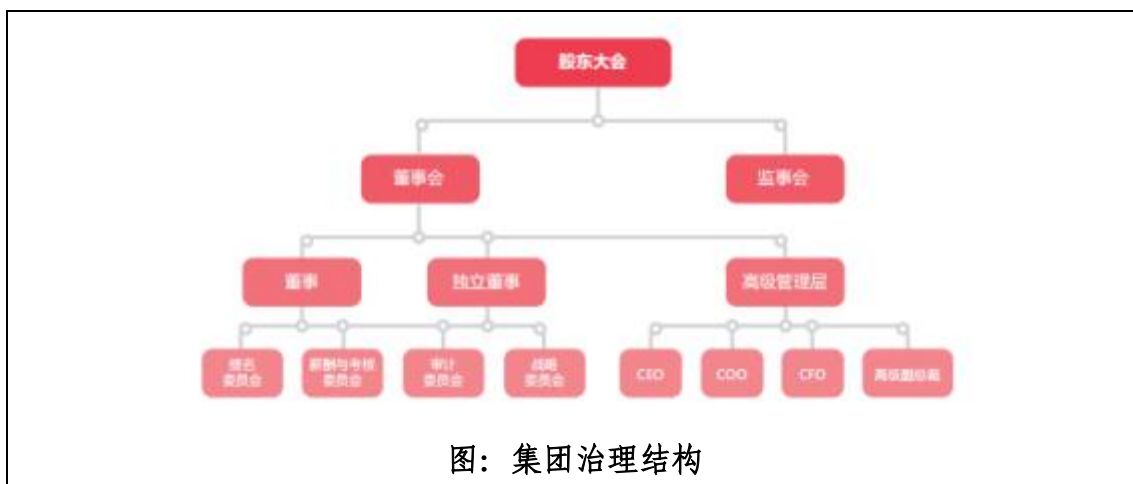
自 2004 年上市以来，我们持续完善公司治理结构，规范公司运作，认真履行信息披露义务，加强与投资者沟通，不断加大股东回报力度，提高股东满意度。

（一）治理结构

我们按照《公司法》、《证券法》、《上市公司治理准则》等法律法规及监管机构的有关要求，设立了股东大会、董事会及其下属各专门委员会、监事会及经营管理层，并制定了相应的议事规则及工作管理制度，公司法人治理结构和各项内部管理制度得到不断完善。

1. 规范治理

2015 年，我们进一步修订和完善公司章程，坚持贯彻实施股东大会、董事会、监事会以及独立董事议事制度，不断提高治理水平。



我们有效组织股东大会、董事会、监事会的工作，确保良好的沟通，积极支持董事履职，建立董事会与高级管理层的良好沟通。2015 年，我们召开董事会 13 次、监事会会议 7 次，股东大会 4 次，确保重大决策等行为合法合规、真实有效。

公司第五届董事会成员共十二人，其细分如下：

执行董事：李东生、薄连明、黄旭斌、郭爱平、吴士宏

非执行董事：刘斌、贺锦雷、赵伟国

独立董事：吴鹰、卢馨、周国富、阎焱

2015 年，集团获得“中国最受投资者尊重的百家上市公司”、“最佳上市公司管理团队”、“最具成长性上市公司”奖项。

2.内部控制

为提高公司经营管理水平和风险防范能力,确保公司的资产安全和合规及有效经营,我们建立了一套较为合理且运行有效的内部控制体系。2015年,我们根据《企业内部控制基本规范》及其配套指引的规定和其他内部控制监管要求,制订完善了《TCL集团股份有限公司内部控制评价制度》,启动了TCL风险内控管理信息系统(ICS)项目。

在财务政策方面,我们成立了内部审计机构,对内部控制的有效性进行监督检查,对监督检查中发现的内部控制缺陷,按照内部审计工作程序进行报告。制定了《TCL集团股份有限公司统一会计政策》等财务管理相关制度,明确了财务报告编制、报送及分析利用等相关流程。2015年,公司未发现非财务报告内部控制重大缺陷。

更多公司治理信息,请参阅《TCL集团:2015年年度报告》。

(二)信息披露

认真履行信息披露义务,确保信息披露真实、透明是公司履行社会责任的具体表现。我们严格按照《深圳证券交易所股票上市规则》、《上市公司信息披露管理办法》等法律、法规的要求,完善公司信息披露管理制度,保证公司信息披露的真实、准确、完整、及时和公正。

我们结合公司具体情况制定了《TCL集团股份有限公司信息披露管理办法》,严格按照制度的要求,在法定时间内进行信息披露。所披露的信息经过严格的审核,真实、准确、完整,杜绝虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。另外,公司的各项信息披露的管理制度都能得到有效执行。

《证券时报》、《中国证券报》、《上海证券报》为公司信息披露指定报纸,巨潮资讯网:www.cninfo.com.cn为指定网站,我们第一时间在上述报纸和网站披露应公开的信息。2015年,我们共发布各类公告129条,各项公告内容均及时准确详实披露,继续保持公司信息披露的及时性及合规性。

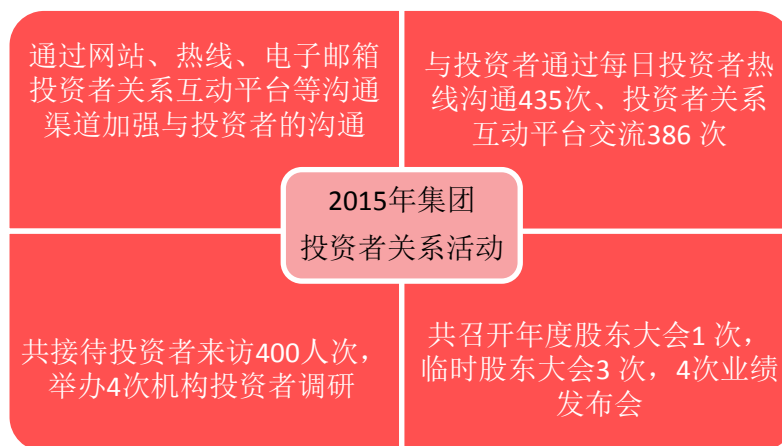
(三)投资者关系管理

我们一直高度重视投资者关系工作,通过与投资者的有效沟通、实现持续的业绩回报等方式,为公司树立健康、规范、透明的公众形象打下了坚实的基础。

1.加强投资者沟通

我们秉承尊重与坦诚的态度，为投资者消除疑惑，向投资者打开心扉，通过持续创新工作方式和不断探索沟通渠道来调动投资者兴趣、提升沟通效率。

我们通过开展投资者关系活动，适时向全体股东及投资者传递公司经营方针和业绩，积极开展与投资者之间的交流，增进投资者对公司的了解和认同，实现公司价值与股东利益的平衡。



图：投资者关系活动

案例：TCL集团2015年中期投资者交流会成功举行

2015年8月14日，TCL集团2015年中期投资者交流会在深圳举行。来自国泰君安证券、博时基金等机构的分析师、基金经理等专业投资人士参与了本次交流会，并积极与集团高管互动，关注集团的发展情况及经营策略，尤其对集团“双+”转型战略进展、智能电视运营、液晶面板供需关系等问题表示充分关注，集团高管一一解答了相关疑惑。



图：2015年中期投资者交流会现场

2.积极回报股东

持续有力的股东回报是企业履行社会责任的直接体现。我们持续为股东创造利润，切实保护股东的合法权益。2015年，我们仍延续股东回报规划（2014-2016年），结合公司经营状况和发展目标，积极实施连续、稳定的利润分配政策，并引导投资者树立长期和理性投资的理念。

2015年，我们对公司股东、关联方及本公司的承诺事项进行了专项检查，未发现相关承诺方出现违反承诺的情况，没有超过期限而未履行承诺的情况。

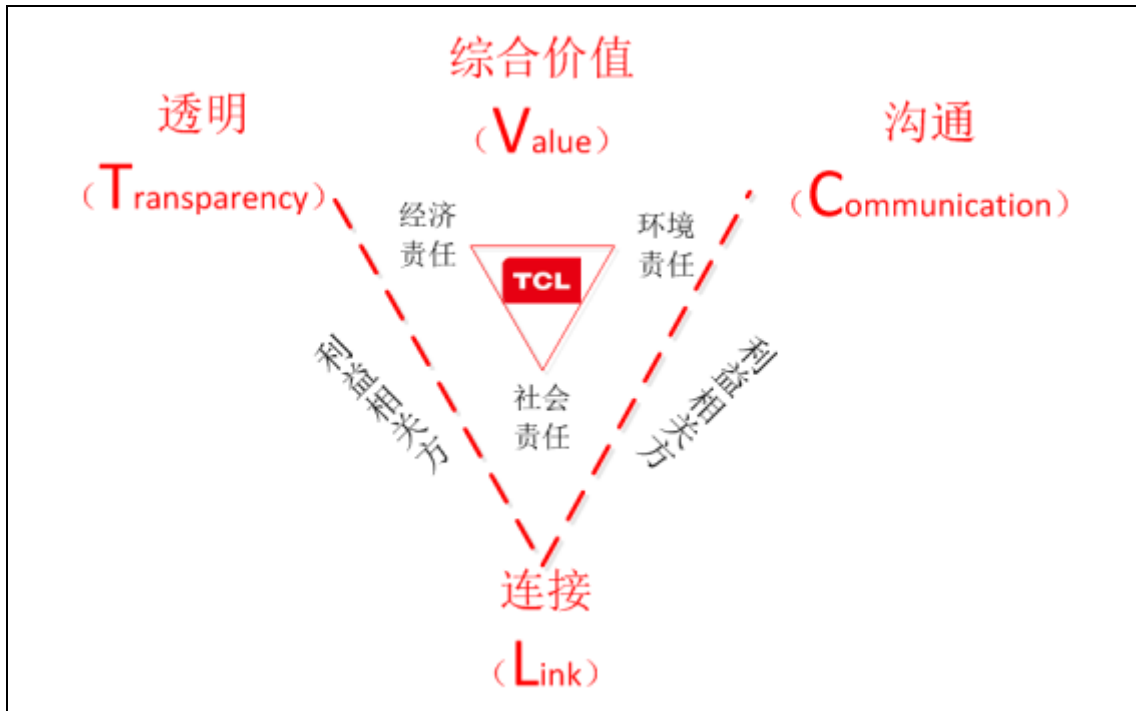
股东总数（户）	586,602 户
平均每户持股数（股）	20,846 股
其中，个人股东数（户）	585,637 户
平均个人持股数（股）	8,604 股
其中，机构股东数（户）	965 户
平均机构持股数（股）	7,450,386 股

责任管理

企业社会责任是企业的重要组成部分。我们结合企业理念构建了社会责任模型，形成企业独有的社会价值主张。我们也注重利益相关方参与，相信专注企业社会责任能为自身及利益相关方创造价值。

（一）社会责任模型

我们始终秉承“为社会承担责任，做优秀企业公民”的理念，在推动企业持续成长和发展的同时，积极承担社会责任，在生态环境保护、教育事业发展、文体事业推动和社会公益普及等方面坚持深入探索，致力于为用户创造价值、为员工创造机会、为股东创造效益、为社会承担责任。



图：TCL 责任价值创造模型

模型阐释：

TCL 集团通过透明（Transparency）、沟通（Communication）、连接（Link）的方式，主动开展社会责任实践，加强与利益相关方的沟通交流，携手利益相关方共同创造经济、社会和环境综合价值。

(二) 社会责任推进

我们不断完善公司可持续发展管理机制，建立了 CSR 委员会，通过科学的可持续发展管理模式、高效规范的可持续发展管理制度，履行企业社会责任，保证公司可持续发展管理制度的有效贯彻与执行，确保公司健康持续发展。

(三) 利益相关方参与

我们的发展离不开利益相关方的支持、理解与参与。为了更好地推行企业社会责任，我们识别出重要利益相关方，并充分考虑自身运营对利益相关方的影响，与各利益相关方建立了多种沟通渠道。我们愿意倾听来自各方的声音，并将相关方意见和建议作为改善责任管理的重要指引，与利益相关方分享发展机遇，共同应对挑战。

表：利益相关方沟通

利益相关方	期望与要求	沟通渠道	2015 年重点举措
 员工	保障合法权益； 职业健康安全； 合理的薪酬激励； 尊重多元文化与生活方式； 良好的培训及发展机会； 归属感与认同。	职工代表大会； 定期培训； 关心员工职业健康与安全； 员工内部网络沟通平台（微信群）； 员工投诉与反馈； 优秀员工评选活动。	严格遵守法律法规公平、公开、公正进行招聘； 完善培训体系； 倡导工作与生活平衡； 组织文化、体育、娱乐活动。
 客户/消费者	创新产品满足客户需求； 不断提升服务质量； 倡导绿色消费。	铁粉俱乐部； 客户满意度调查； 客户关系管理； 消费者定期会谈和回访、日常沟通拜访； 消费者定期会谈和回访、日常沟通拜访； 问卷调查。	丰富产品种类、完善产品质量； 开展客户满意度调查、需求调研； 进一步完善服务流程； 客户隐私保护。
股东/投资者	信息披露透明； 持续创造价值的能	通过指定媒体发布公告，包括定期报告、临	增加信息披露渠道和形式；

利益相关方	期望与要求	沟通渠道	2015 年重点举措
	力； 完善的风险管理。	时公告； 公司官方网站； 股东大会； 分析师推介会、业绩说明会和路演。	严格遵循上市公司信息披露相关规定； 与投资者保持密切交流。
政府与监管机构 	守法合规经营； 依法纳税、保障就业； 促进社会和谐发展、发挥带动作用。	日常汇报沟通； 专题调研与现场会； 相关论坛交流活动。	遵守国家法律法规制度； 配合国家宏观经济政策； 积极履行社会责任； 创新发展、创造就业。
价值链伙伴 	规范高效的采购流程； 前景良好的发展机会； 推动行业发展； 实现互利共赢。	日常沟通和采购活动； 供应商评估、审核、培训和交流。	召开供应商大会； 高层定期沟通； 开展培训和交流； 进行供应商审查。
社区与环境 	缩小数字鸿沟； 扶助弱势群体； 改善社区环境、促进社区经济繁荣； 推动社会环境保护。	与 NGO 以及政府机构等开展项目合作； 与学校开展教育类合作； 公益项目平台； 大众传播媒体以及微博、微信等新媒体。	通过公益平台开展各类志愿者活动； 参与社区基础设施建设； 环保公益活动。

责任专题

专题一：产品主动召回，诚心面对问题

事件发生：2015年5月22日，TCL通讯发布“么么哒”3S手机，7月3日TCL通讯旗下互联网品牌么么哒官方发布产品召回通知函，宣布对其中一批次么么哒3S手机进行召回处理，并根据公司质量管理体系标准，对么么哒3S所有未售出的产品进行全面检测排查，待确认无相关问题后恢复销售。

事件直接起因：2015年7月3日前一周TCL通讯研发团队在对么么哒3S产品跟踪测试中发现其中有一批次(入网型号TCLM3G,批次号:M3GAYDB001PY401,数量28,000台)的MBN文件丢失，可能导致在个别网络使用条件下造成信号不稳定，以及部分产品发热指标超过公司内部质量标准(目前手机产品发热无国家标准)。

事件根本原因：我们中国区的产品大部分是外部供应商ODM的，在生产的过程中出现了一些问题。我们对于未来要发生的一些质量规划或用户意见，考虑不周全，软件质量能力尚不够，也没有做好质量把控工作，所以导致了问题的发生。

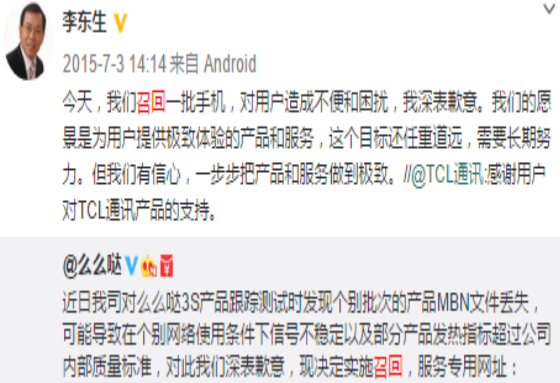
事件处理：



2015年7月3日 13:43, TCL 通讯旗下互联网品牌么么哒官方微博发布产品召回通知函, 决定实施召回, 并附上服务专用网址。



2015年7月3日 14:14, 董事长兼CEO李东生迅速转发了微博并正式回应。李东生表示将秉承TCL集团“用户至上”的企业价值观, 高度重视本次事件, 同时也表达了自己的歉意。



2015年7月3日 17:55, 么么哒官方针对大家对么么哒 3S 召回流程的疑问发布一篇召回攻略。



2015年7月4日 14:28, 李东生再次转发微博, 感谢用户的理解与支持。



2015年7月10日 19:19, 么么哒官方发布么么哒 3S 召回首周进度通报。



2015年7月30日, TCL 通讯成功对 3S 存在部分问题 (MBN 文件丢失、信号不稳定等) 进行了修复。

2015年9月1日 10:07, 么么哒官方发布 3S 产品召回后续通知, 决定 8 月 28 日起继续么么哒 3S 召回行动。



问题改进:

- 截至 2015 年底，我们召回 3S 手机共 14,004 台，其中申请退货退款已处理 10,402 台，申请退款金额合计为 8,488,681.32 元，申请更换新机已处理 3,602 台，申请礼品补偿已处理 22,946 例；
- 我们成功对么么哒 3S 存在部分问题（MBN 文件丢失、信号不稳定等）进行了修复，软件升级至 V4.0 版本即可实现；
- 我们将积极完善质量管理体系，严格按照各项质量标准及国家标准进行研发、生产，并进一步完善 PPQA 体系；
- 提前把集团和企业的年度质量规划的制订和评审工作做好，利用更充足时间认真分析客户（用户）和内外部环境，让质量工作成为企业经营最重的一个环节来规划，不断来提升行业服务水平，保证 TCL 用户享受极致的产品和服务，将用户利益至上的理念贯彻到位。

专题二：走向国际舞台，创意感动世界

TCL 是中国企业国际化的先行者，截至 2015 年底，TCL 的国际化已经经历了 16 个春秋。2015 年，TCL 集团深挖国际化增长潜力，采取“三军联动、品牌领先，扎根重点新兴市场”的策略，实现扎根并快速成长，成为一家真正的全球化企业。TCL 的国际化经历了三个阶段：早期探索、跨国并购、稳步成长。

第一阶段：早期探索阶段（1999-2003）

以较有竞争力的电视产品作为先导业务，从越南扩展到东南亚，再到印度、俄罗斯等国家或地区，自有品牌推广。

- 1999 年年初，TCL 收购越南彩电生产企业——陆氏同奈电子公司，进入越南市场。其后，进入印度、菲律宾、印尼、俄罗斯等市场。
- 2002 年 10 月 25 日，TCL 全资收购的德国施耐德公司在慕尼黑开业。
- 2003 年 11 月 4 日，TCL 与法国汤姆逊公司强强联合，重组彩电、DVD 业务，缔造年产销量 1,800 万台的彩电企业。

第二阶段：跨国并购阶段（2004—2008）

通过跨国并购布局全球市场，并购汤姆逊彩电项目、阿尔卡特手机项目。

- 2004 年 7 月 29 日，TCL 与法国汤姆逊合资组建的全球最大彩电企业 TTECORPORATION（简称 TTE）在深圳隆重开业，标志着 TCL 实现了由“局部国际化”到“全面国际化”的蝶变。
- 2004 年 10 月 10 日，TCL 阿尔卡特移动电话有限公司开业。
TCL 并购阿尔卡特手机，并购不仅让 TCL 通讯拥有核心手机专利，而且增加了与海外运营商合作的经验，使 TCL 通讯在中国 3G 市场上占据一定优势。
- 2007 年 10 月，TCL 通讯与阿尔卡特续签合作协议，将 TCL 通讯独家拥有阿尔卡特手机品牌的全球使用权延长到 2024 年。TCL 通讯继承了阿尔卡特渠道网络，与 Vodafone、Orange、Telefonica 等 30 多家运营商建立了稳定合作关系，在墨西哥成立组装厂。

第三阶段：稳步成长阶段（2009—2014）

海外收入从 166 亿元增长到 470 亿元，占比从 38% 上升到 47%。彩电销量 1,717 万台，全球第四；手机销量 7,340 万台，全球第六；液晶面板销量全球第五。

-
- 2015 年 1 月 TCL 在 2015CES 展会上宣布从惠普手中收购 Palm 品牌。
 - 2015 年底，好莱坞 TCL 中国大剧院 TCL 品牌馆开业，借助 TCL 好莱坞中国大剧院这一平台，TCL 将更好地向世界传递品牌的价值和主张。

未来，集团公司继续巩固和提升北美、欧洲等发达国家市场份额的同时，把重点进军新兴市场作为公司未来的增长引擎。公司旗下 TCL 多媒体电子、TCL 通讯科技、TCL 家电产业集团今后将联袂进入巴西、印度当地投资建立工业制造基地，研发、制造、推广 TCL 产品。此外，TCL 对波兰、墨西哥等海外的所有工厂的生产线都进行了升级改造，建立起完善的可持续生产能力，全力打造绿色工厂，参与当地的经济社会发展，并承担企业应有的社会责任。

一、员工成长

——我们为您搭建人生出彩舞台

章节图片：



章节故事：小雏鹰大梦想

“一是坚持，专业和能力并不一定划等号，年轻人不必因为自己的专业而纠结，要从手头上的工作着手，坚持下去一定比频繁跳槽更有价值；第二要乐于挑战，主动去寻找挑战，不要害怕领导给的担子和压力。”

——一位曾经为自己的职业发展所迷茫的雏鹰 李光武

2009年，李光武大学毕业加入TCL，从事的是工艺员，这离他的工业工程专业有点远。公司里也没有专做IE的组织。来到TCL的前两年，很多雏鹰都会迷茫，坚持不下去选择离开。可是李光武心底有个声音在喊“要坚持下去！”他说“正因为这里IE做的不是很好，所以我要留下来。”

无法从事心仪的工作，那就换个思路，李光武决定从项目入手，功夫不负有心人，2011年，李光武提高人均时产的项目终于获得了多媒体运营中心评比第一名，并被选中代表集团参加全国比赛。得益于这次获奖，李光武开始大展拳脚：2012年在主导了新工厂从设计到投产的全过程；2013年，PE部成立了一个40人的小组；2014年初，公司专门成立IE部，由他挂帅，推进液晶产业园的改善项目。

六年时光的打磨，让曾经的雏鹰们变成精鹰，成为了企业中不可或缺的力量。

成长当责，坚守梦想前行。员工是我们最宝贵的财富，TCL 崇尚“尊重个人”，强调尊重公司的每一个人，维护员工的基本权益，完善其个人职业晋升路径，全方位关爱员工，促进工作和生活双和谐。

（一）保障员工权益

我们始终坚持以人为本，尊重员工，维护和保障员工的各项合法权益，促进多元文化融合，努力解决员工最关心、最现实的问题，将公司发展成果惠及全体员工。

1. 公平雇佣

集团严格遵守国内外相关劳动法律法规，坚持平等雇佣，禁止就业歧视和强迫劳动，坚决杜绝雇佣童工，明确与员工切身利益相关的事项，最大限度地保障员工的各项权益，努力构建和谐劳动关系。我们一直注重促进当地居民、女性和少数民族就业，努力增加当地社区的就业机会。

我们建立公开招聘机制，搭建公平竞争平台，丰富聘用渠道和招聘方式，出台有关员工切身利益的规章制度，为公司发展汇聚人才。2015 年，公司员工总数 73,537 人，其中国内员工人数为 70,774 人，海外员工人数约 2,763 人；公司男女比例 2.06:1，中层副职（含）以上中女性员工占 16.76%。

表：员工结构

指标	指标单位	2015 年	2014 年	2013 年
员工总数	人	73,537	73,485	75,233
其中：在职员工人数	人	73,537	73,485	75,233
公司年内吸纳的就业人数	人	54,460	70,049	67,316
全年接收应届毕业生	人	1,541	1,848	1,616
少数民族员工比例	%	5.43%	4.61%	4.22%

表：员工学历分布

学历	2015 年	占比
博士	127	0.43%
硕士	2,258	7.59%
本科	16,602	55.84%

大专	6,288	21.15%
高中及以下	4,457	14.99%
合计	29,732	100%

表：员工年龄分布

年龄	2015 年	占比
25 岁以下	4,116	14%
26 岁-30 岁	10,337	35%
31 岁-35 岁	7,908	27%
36 岁-40 岁	4,181	14%
41 岁-45 岁	1,964	7%
46 岁以上	1,304	4%
合计	29,810	100%

2.民主管理

集团积极强化民主管理，通过开展职代会联席会议，推进司务公开，不断丰富员工沟通渠道，发挥员工主观能动性。2015 年，集团工会建会率 85%，员工入会率 85%。

3.职业健康管理

员工身体健康是集团最大的财富，也是集团得以稳定发展的保证。集团关注员工的身心健康，为员工缴纳养老和医疗保险，定期组织员工体检建立员工健康档案，坚持开展员工健康咨询服务；关注员工饮食健康，改善食堂环境，为员工提供绿色健康饮食，营造良好的工作生活环境。

案例：TCL 环境科技公司组织 3M 职业健康安全巡回路演活动

2015 年 3 月 27 日，TCL 环境科技公司邀请到 3M 公司工作人员向员工讲述了在一线生产现场中各种生产环境可能对人体造成不同程度的慢性伤害。他们运用视频、模拟肺部的例子等方式向一线员工讲解不自觉佩戴防护用品的危害。



图：职业健康安全巡回路演活动

案例：TCL 集团总部推广站式健康办公

2015 年 7 至 9 月，TCL 集团总部在办公区配置升降桌，将闲置区域改造为接待洽谈区，增加高台式洽谈桌，推广站式办公，减少白领久坐办公的危害，关爱员工健康。



图：TCL 集团总部站式健康办公室

（二）促进职业发展

集团以培养国际一流消费类电子企业集团所需的人才队伍为目标，建立健全人才职业发展管理机制，通过搭建人才成长平台、构建 TCL 五级双通道职业发展通道，为员工内部流动提供新岗位机会，促进员工不断成长，为集团健康发展提供有力支撑。

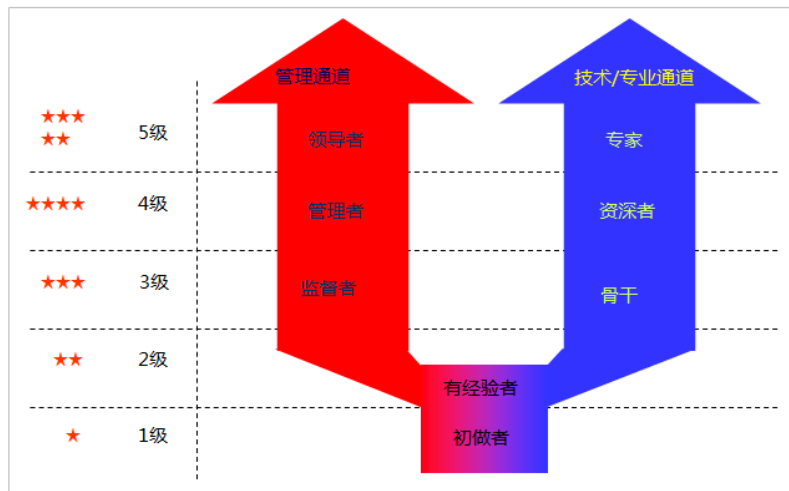
小贴士：TCL 五级双通道职业发展通道

TCL 五级双通道职业发展通道，以任职资格标准为基础，建立任职资格课程

体系，为员工提供定制化的培训，搭建员工成长的梯子，帮助员工建立清晰的职业发展通道和全员追求卓越的发展机制。

同时，TCL 逐步搭建起各层级人才池，挑选高潜质高绩效的员工，通过团队培养计划和定制化的个人培养计划相结合的形式，并配备高管作为教练，加速高潜人才的成长，形成源源不断的人才输送体系。在基层员工中开展导师制活动，让经验丰富，专业能力强的员工以传帮带的方式，帮助新进或初阶员工成长。

员工发展双通道



图：TCL 五级双通道职业发展通道

（三）完善培训体系

集团努力构建全面覆盖又具有针对性的培训体系，培育具备现代管理意识和专业水准的多元化人才队伍，为 TCL 国际化打下了最坚实的基础。针对全体员工制定专有的鹰之系列培训规划，并开发相应的技能类课件、管理类课件；通过专项人才培养计划，逐步搭建集团优秀青年人才海外培养平台。2015 年，集团员工培训总投入 1,309 万元，共培训 5,800 人次，全员培训率 29%。

表：员工培训情况

指标	指标单位	2015 年	2014 年	2013 年
员工培训总投入	万元	1,309	1,411	1,347
一线员工培训投入	万元	508	489	435
全年共计开发技能类课件、管理类课件	项	68	110	45
全年举办各类培训班	期	145	138	136

指标	指标单位	2015 年	2014 年	2013 年
员工培训班次	期	58	45	52
员工培训人次	人次	5,800	5,244	5,440
全员培训率	%	29%	26%	27%

注：以上数据仅代表集团总部培训内容，不包含各产业独立组织的培训内容。

案例：TCL 通讯 2015 届雏鹰工程暨第十二期“八一”训练营正式拉开序幕

2015 年 7 月 7 日晚，2015 届雏鹰工程暨第十二期“八一”训练营在惠州举行。523 名优秀的大学生加入 TCL 通讯，他们将会在惠州渡过 18 天的训练营生活，通过身体力行的体验、创造，用团队合作的方式去完成各项任务 and PK，真正体现“创意青春，一触即发”。



图：TCL 通讯 2015 届雏鹰工程暨第十二期“八一”训练营

案例：TCL 集团“转型突破·鹰旅戈行”活动

2015 年 9 月中旬，TCL 集团“转型突破·鹰旅戈行”活动正式开始，目的地是位于甘肃和新疆交界的瓜州莫贺延碛戈壁——著名的玄奘之路。为其四天的戈壁徒步，全程 112 公里，参与的高管团队覆盖雏鹰、飞鹰、精鹰、雄鹰老中青四代人。整个活动过程锻炼了 TCL 团队具备坚忍和拼搏的精神，并为公司储备了高素质人才。



图：TCL 鹰旅戈行活动

(四) 创新激励机制

集团专门制定了人才激励机制，旨在形成良好的优胜劣汰的用人机制，塑造高效率、高绩效、高目标达成率的优秀团队，建设适应集团发展需要的优秀人力资源队伍，提高公司可持续发展的核心竞争力。

小贴士：员工成功合约计划

人才绩效管理工具——员工成功合约计划（CTS）。CTS 绩效工具的使用，让部分新入职大学生，能在三年或者更短的时间内迅速成长起来，成为企业的中层管理干部。

表：员工成功合约计划

员工成功合约绩效管理工具	员工与主管沟通一定期间的绩效计划	整个在这个过程中主管始终保持与员工的进行不断沟通，指引员工更好的完成绩效计划，提升员工个人的工作能力	年末主管还需对员工在此岗位的胜任能力进行评价，以指引员工更好的发展
	员工执行绩效计划		
	员工对执行绩效计划的结果给予自评		
	主管对员工的绩效达成状况给予评价		
	员工与主管最后确认评估结果		

案例：集团员工入选国家“千人计划”

TCL 工业研究院闫晓林博士，2013 年入选广东省第三批“南粤百杰”（准院士级别），享受省财政给予 100 万元的培养资助，2014 年入选国家百千万人才工程国家级人选，被授予“有突出贡献中青年专家”荣誉称号，享有国务院专家特殊津贴待遇。

陈光郎，2010 年入选国家第六批“千人计划”专家。

潘君友博士，2015 年入选国家第十一批“千人计划”专家，分别获得中央、省厅、市局等各级财政资助 330 万元。

案例：TCL 集团推出战略转型项目微创新奖

TCL 集团战略转型项目微创新奖主要是针对集团十大战略转型项目领域中的

微创新主创人员，奖项设为四个等级，整个项目维持六个月的时间。以用户维度、创新维度、市场维度作为评选的三个维度来选出奖项等级，真正发挥激活员工创新的积极性。



图：集团助理总裁邵光洁与第一季一二等奖团队代表合影



图：第一季微创新筹备组与获奖团队合影



图：集团战略管理室高级经理隆元贵为第二季三等奖颁奖

（五）关爱员工生活

以人为本，是TCL文化的核心理念。集团坚持把温暖送到每一个员工，针对不同员工的个性化需求，给予员工个性化的关爱，营造温馨和谐的氛围，努力将“以人为本”的理念真正融入到工作实践中，让员工感受集团的人文关怀，增强员工归属感。

文体活动

集团为员工开展丰富多彩的文化娱乐生活，活跃其生活，激发其工作热情，缓解其工作压力。为此，集团成立了TCL艺术团，设立了羽毛球、跑吧、篮球等多个协会。协会以运动、健康、快乐为目标，为员工提供集体运动的机会，促进他们之间进行良好的交流，进而建立健康的生活方式，塑造积极向上、健康活力的企业文化。

案例：TCL羽毛球协会成立

TCL 羽毛球协会于 2015 年 6 月 17 日上午正式成立，它是 TCL 集团层面建立的第一家体育组织，不仅组织推动集团羽毛球运动的开展，同时还肩负着带动集团其它各项体育运动蓬勃开展的重任。



图：羽协成立

案例：TCL 通讯跑吧俱乐部

2012 年 2 月成立的“TCL 通讯跑吧俱乐部”，以倡导“快乐工作、健康生活”为宗旨，通过搭建交流平台，鼓励坚持跑步锻炼，丰富员工业余文化生活。截至 2015 年底，已发展铁杆会员约 50 人，签到会员约 200 人。



图：TCL 通讯（深圳）第九届篮球大赛

交流活动

集团“把员工当作用户来经营”，顺应年轻员工的兴趣需求，为他们提供安全、有效的交友平台，解决现实问题。既给青年单身员工增加交友机会，也为企业稳定人才队伍创造条件。

案例：TCL 集团举办“非诚勿扰”活动

2015 年 8 月 8 日下午，TCL 集团在 TCL 国际酒店举办的“欢聚 TCL，爱系那些年青春交友派对”——“非诚勿扰”活动。由来自 TCL 集团各企业及惠州各企事业单位的 300 多名单身男女参加。经过竞争激烈的现场告白，11 对男女嘉宾最后成功牵手。



图：TCL 集团工会“非诚勿扰”活动现场

关爱女员工

我们关注女性员工的特殊需要，设立“妈咪小屋”，开展职业女性成长系类专题讲座。

案例：妈咪小屋解女员工后顾之忧

2015年1月，在惠州市总工会和TCL集团工委会的支持和关注下，TCL海外电子工会等为企业女职工精心创建的“妈咪小屋”正式启用。“妈咪小屋”切实关怀孕期、哺乳期的女职工，为她们提供了私密、干净安全的“温馨驿站”，更好地体现了企业工会在女职工劳动保护方面所做出的努力。



图：TCL 集团妈咪小屋一角

关爱离退休干部

集团关注退休职工与企业之间的联系，每年以座谈会、探访、慰问的形式，向退休员工通报企业的重大情况，使退休员工在精神上与集团休戚与共。在此基础上，我们为退休员工组织丰富多彩的文体活动，减少退休员工的落差感，消除负面情绪，维持稳定，促使其在家庭和社会中自觉传播TCL正能量。2015年，集团共探望关怀生病、住院等退休员工13人次，春节慰问困难退休员工39人次，并发放慰问金36,000元。

慰问困难员工

我们设立了困难救助机制，对突发疾病或变故的企业员工发放救助金，并协助困难员工申请政府的各类家庭困难帮扶资金，帮助他们渡过难关，重获对生活的希望。我们持续开展送温暖活动，深入企业与困难职工交流谈心，切实将温暖和爱心“面对面、心贴心、实打实”地送到困难员工的心坎上。

2015年春节，慰问困难员工55人，发放慰问金5万多元，共帮扶家庭困难以及子女入学困难的110余人争取政府帮扶资金，申请帮扶资金约15万。

案例：惠州 TCL 移动通信有限公司统计员—高姣

妈妈和奶奶患高血压，每天吃药，妹妹还小仍在读书。2012年爸爸患上了尿毒症，没钱换肾，只能每周去医院换两次血，维持生命。2012年8月高姣进入TCL移动，在这两年半的工作时间里，经过不懈努力，从C4检验员升职到巡检，再做到统计员。



案例：TCL 显示科技质检员—彭晓玲

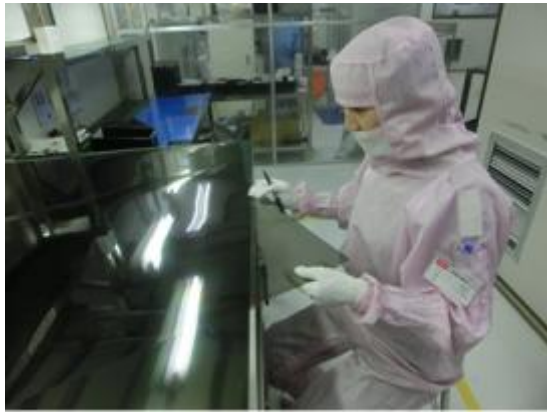
有一种力量叫做坚韧，年迈的父亲被确诊患上恶性脊椎肿瘤，高额的化疗费用冲击着这个家庭，却冲碎不了一颗坚强的心。

有一种亲情叫做母爱，八年前的脑中风让她无法继续为子女遮风挡雨，但是她的背影依旧那么温馨。

有一种爱情叫相濡以沫，年轻的丈夫去年因脑干出血坐上了轮椅，生活不能自理。

有一种责任叫自立，儿子从小就懂得独立，就算生活艰辛，无论家境贫寒，他依然勤奋好学。

生活朝北理想朝南，悬崖底端的她虽然看不见平原，但是阳光永远不会抛弃她。



图：TCL 显示科技质检员彭晓玲工作现场

（六）共筑和谐文化

集团将优秀的企业文化作为凝聚人心的重要依托，通过搭建文化平台，组织文化活动，打造文化品牌，增强公司向心力，确保无论何种性别、文化、语言和宗教信仰的员工都能得到尊重，并能在工作中充分发挥其才干。

畅通的员工沟通渠道

我们建立了员工意愿表达的顺畅渠道，保持企业上下的有效沟通，切实帮助员工解决工作和生活中的实际问题，减少员工流失率，建立员工对企业的认同感，增加员工的归属感与忠诚度。设立了“总经理信箱”、“总经理电话”、“总经理邮箱”、“公司网站论坛”，有专人员负责收集员工意见、建议，定期回复解决。

身边榜样

我们注重培养和树立员工中的先进典型，充分发挥榜样的示范引领作用，激发全员的学习热情。注重发现员工身边的感人事迹和动人场景，通过 TCL 动态报、官方微信等展现和宣传员工风采，弘扬勤劳、奉献的和谐正能量，促进全员共同进步成长。

案例：外籍员工眼中的 TCL 波兰工厂

TCL 波兰工厂有 300 多名员工。公司专注向员工分享公司的愿景及态度。作为一个既有波兰人又有中国人的工厂，文化差异的开放性给公司带来了不少创造性方案。2013 年，公司提出了“工作主题”：积极主动，简单高效，团队担当，整体至上，通过培训来将这种态度理念根植在所有员工心中。此外，每年波兰工厂都会挑选杰出员工访问中国。这不仅仅是一次奖励，让他们能够更深刻地体会到自己是 TCL 国际化战略的一份子。



图：TCL 波兰工厂员工

案例：全国劳动模范汪丹

汪丹，于 2002 年加入公司，先后获得 2007 年与 2014 年 TCL 多媒体年度优秀员工、2007 年“TCL 集团六西格玛黄带项目卓越主导人”、2010 年 TCL 集团年度优秀员工、2010 年与 2012 年 TCL 集团 QCC 项目一等奖、2011 年长青藤项目优秀讲师等荣誉称号，2015 年被中共中央、国务院授予“全国劳动模范”称号。



图：全国劳动模范汪丹

二、用户至上

——我们为您提供走心服务体验

“TCL 快速发展的背后，最大的动力就是亿万用户的支持与肯定。”

——李东生

章节图片：



章节故事：

“正是 TCL 用户至上的文化真正感召了员工，才能提供如此高水平的服务。”张若强说。一年前张若强家装修新房，要重新置办家具，他心想，一定得买个广东品牌，TCL 便成了首选。带着这种想法，他来到了国美商场，TCL 专柜的销售代表很热情。

“我观察了一下那个销售代表，他讲得很仔细，也很自信，说明他对自己的产品非常有信心。一个能让员工充满自信去推荐的品牌，一定有过人之处。”在销售代表的推荐下，张若强购买了一台 TCL4K 彩电。下了订单以后，服务工程师很快就来到他家里安装调试。临走时，那位工程师把手机号码留给他，专门说了一句：“您任何时候有需要都可以给我打电话。”

事后，当他真的拨通这个号码的时候，正在忙碌的工程师态度非常好，马上停下手上的事为他解决问题。更有一次在工程师上门时，张若强提起家里的网络密码忘记了，无法上网，该工程师二话不说，马上下载了一个破解软件，迅速解决了网络问题，免去了他去营业厅的麻烦。

“创意 TCL 做到了，品质 TCL 也做到了，未来拼的将是服务，把线上与线下的服务结合起来，对待顾客有人性、有情感，这就能影响未来。”

服务当责，坚守高贵品质。为用户创造价值始终是企业的使命，在集团“双+”战略指导下，TCL 始终坚持价值创新，不仅通过提高产品的技术竞争力，更通过加强内容服务和用户关怀，发现并努力满足顾客尚没被满足的需求，向顾客提供更大的价值。在强调产品与服务的过程中，我们持续深化“双+”转型战略的推进，带动民族工业回归产品、技术创新，助力中国制造制胜“工业 4.0”时代。

（一）产品因您而变

在行业竞争日趋白热化的今天，企业必须立足于用户需求，回归产品根本。2015 年，TCL 持续以用户为中心，构建商业模式；以产品为主线，确立持续的领先产品战略，满足用户不断变化中的需求。

1. 产品创新

伴随着“互联网+工业 4.0”时代到来，用户需求正在从单一功能向个性化、重体验的智能、高端产品转变。TCL 将务实的创新作为产品的立足之本，推出了一系列革新性的新产品，努力贴近消费者需求，致力于为用户提供不一样的产品体验与服务。“曲面”、“量子点”、“高色域”、“超薄”、“HDR”等新产品、新技术层出不穷。

2015 年产品创新
 A promotional graphic for TCL's 2015 product innovation. It features the TCL logo in the top left corner with the slogan "创意感动生活 The Creative Life". The central focus is the large, stylized Chinese characters "用创意迎生活" (Use creativity to embrace life), which are surrounded by a vibrant, colorful cloud of various icons representing different product categories and user experiences. Below this graphic, several TCL products are displayed, including a television, a refrigerator, a washing machine, and a vacuum cleaner. At the bottom of the graphic, there is the text "TCL 全产品家族" (TCL Full Product Family) and a QR code.
交互圈核心产品

- 获 2015 年 IFA 展产品创新奖
- 2015 年中国彩电行业技术成就奖
- 4000R 黄金曲率屏幕，量子点显示技术，110%高色域，哈曼卡顿曲面音响



图：H8800 曲面量子点电视

- 获 2015 年世界移动通讯大会四大重要奖项
- 首创反转接听功能，JBL 高品质声学认证，眼纹识别技术
- 7.5mm 超薄机身，双喇叭 3D 立体声场，1300 万像素，超广角美颜摄像头



图：Idol3 手机

洗护圈核心产品

- 获 2015 年德国 iF 国际设计大奖，国家家电研究院“工业设计奖”
- TCL 大眼·晶滚筒 2.0 再次荣获 2016 德国 iF 国际设计大奖
- 直进水洗涤，高效洁净
- 变频节能，智能精准



图：大眼·晶变频滚筒洗衣机

<ul style="list-style-type: none"> ➤ 荣获 2016 德国 iF 国际设计大奖 ➤ 行业首款彻底免污式洗衣机 ➤ 全封桶结构+可清洗波轮彻底告别污水洗衣 ➤ 轻弧曲线行业首创 	 <p style="text-align: center;">图：免污式洗衣机</p>
<ul style="list-style-type: none"> ➤ 荣获 2016 德国 iF 国际设计大奖 ➤ 独有的 AAT 负离子养鲜技术，全空间自释放、负离子养鲜更健康 ➤ 独有的 8 字循环直出风设计，直冷快速均匀，让冰箱为食物迅速提供一个恒鲜的存储环境 ➤ 独有风冷无霜技术，风存美妙滋味，除菌净味养鲜于一体，带来 360° 全面健康保障 	 <p style="text-align: center;">图：十字四门风健康冰箱</p>
<ul style="list-style-type: none"> ➤ 中国家电艾普兰产品奖 ➤ 专利双核钛金翅片，智能 PM2.5 检测+净化 ➤ 节能、除甲醛、无霾呵护更健康 ➤ 智能微信控制 	 <p style="text-align: center;">图：北斗天璇系列</p>

	 <p>图：微信智能控制</p>
平台圈核心产品	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ 全球首个实现电视电影播放器的产品 ➤ 让用户足不出户尽享全球首发、影院同期高清电影 	 <p>图：全球播</p>
<ul style="list-style-type: none"> ➤ 即买即用云端网络会议产品，可以跨越终端和空间，实现 PC、平板、手机互通的远程高清视频协作体验 	 <p>图：科天云 WebEx</p>
<ul style="list-style-type: none"> ➤ 中国首家产业链金融创新平台，为 TCL 成员企业及上下游百万产业链企业提供应收、应付货款查询与管理、在线融资等服务的在线平台 ➤ 电子凭证“金单”由 TCL 集团保证兑付，含金量高，能轻松实现拆单、转单、融单三大功能 	 <p>图：简单汇</p>

表：2015 年产品创新策略

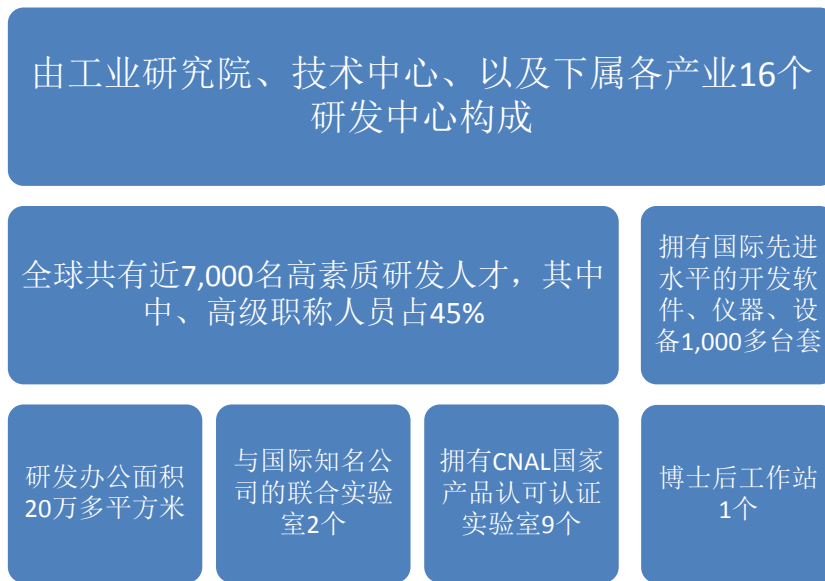
以用户需求为导向—用户需求分析—用户细分—基于用户细分的产品线定位

积极开展用户洞察及用户研究，创新产品策略与提升产品研发能力	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 构建在线协同设计平台 ➤ 构建开放式创新平台 ➤ 构建标准化的产品开发模式
促进构建互联网生态圈能力	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 生态圈的初步构建 ➤ 新商业模式的构建

2.技术创新

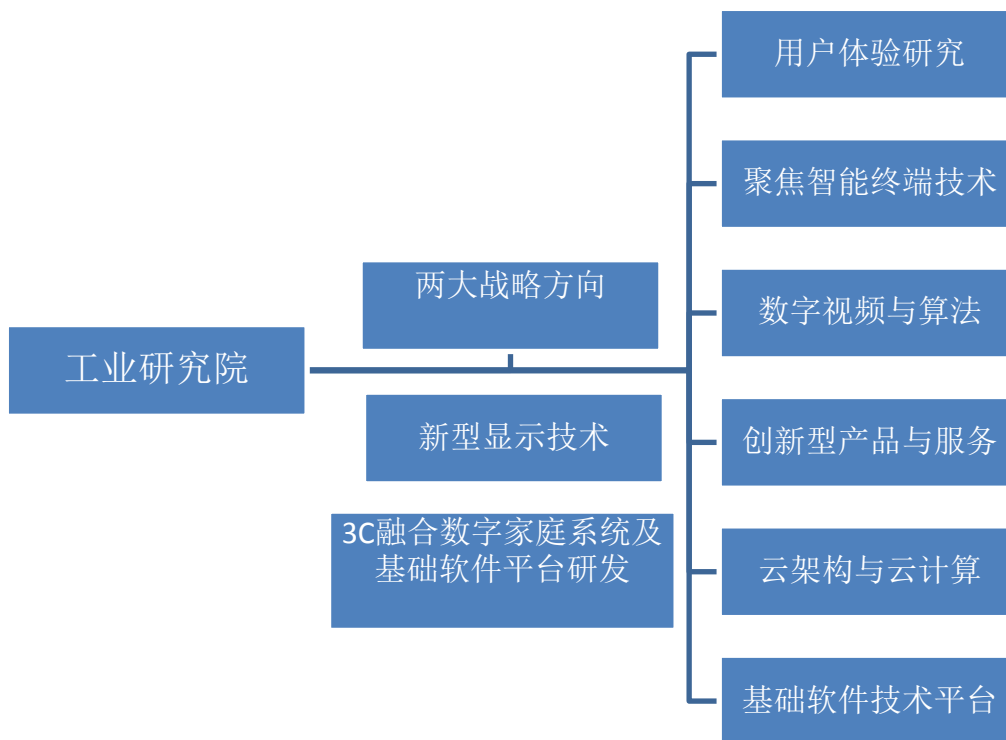
技术创新是 TCL 集团发展的主要推动力之一。我们充分发挥 TCL 多媒体、TCL 通讯、华星光电在产品、研发和管理等多方面的协同效应，积极寻求在智能化产品、新型显示技术等领域获得实质性的突破，不断加强技术创新力度，以提升集团在国际消费电子产业的整体竞争优势。

截至 2015 年底，TCL 申请专利 4,625 项，其中发明专利 3,758 项，研发总投入近 40 亿元，同比增长 2.5%；新增申请专利 4,535 项，累计专利申请总量 18,813 项，累计专利授权总量 9,266 项。



图：TCL 技术创新体系

我们形成了在集团技术与专利管理委员会管理下的、由工业研究院牵头核心技术研发、技术中心作为管理平台、全球 23 个研发机构共同组成的企业技术研发体系。



案例：TCL 首创智能白平衡调整技术获安博会金鼎奖

2015年10月29—11月1日，为期四天的第十五届中国国际公共安全博览会（安博会，CPSE）在深圳会展中心圆满收官。TCL在本届安防展中，重点展示了TCL安防综合管理系统和首创智能白平衡调整技术，以及执法取证系统、智能枪弹柜系统、温度预警系统、智能分析系统等最新技术、产品和行业的整体解决方案。



图：TCL 第十五届安防展

案例：华星光电量子点技术和印刷显示技术

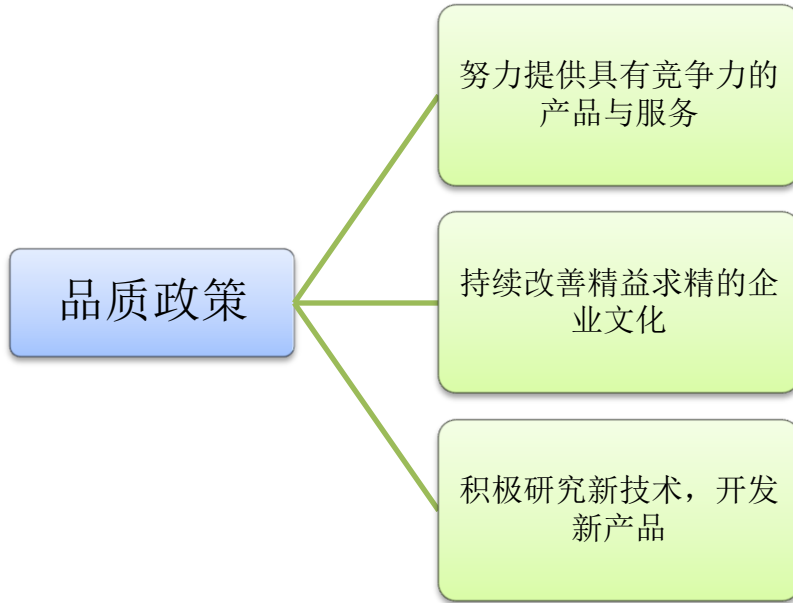
在工业4.0和“中国制造2025”的时代背景下，华星光电积极探索技术和产品创新，实现制造过程和运营管理等方面的高度工业化、信息化，同时践行节能

减排、绿色环保的生产模式，引领量子点技术和印刷显示技术、面板制造行业创新升级。

The image contains two promotional graphics. The top graphic is titled "量子点将成为高端大尺寸显示的主流技术" (Quantum dots will become the mainstream technology for high-end large-size displays). It lists "未来电视显示的主要发展方向" (Main development directions for future TV displays) as "尺寸不断增大" (Size continuously increasing), "分辨率要求更高" (Higher resolution requirements), and "色彩饱和度性能提高" (Improved color saturation performance). It also states that quantum dot technology as a nanoscale display technology has surpassed OLED in performance and cost-effectiveness. It includes a cartoon character and text: "纳米铜不再导电" (Nanometer copper no longer conducts electricity), "纳米沙子是会导电的" (Nanometer sand can conduct electricity), "纳米芯片=30个图书馆" (Nanometer chip = 30 libraries), and "而纳米级电视已经逆天了!" (And nanoscale TVs are already逆天!). The bottom graphic is titled "印刷显示技术可能成为新一代大尺寸显示核心技术" (Printing display technology may become the core technology for the next generation of large-size displays). It features the slogan "像生产报纸一样生产电视" (Produce TVs like producing newspapers) and an illustration of a printing press. It lists benefits: "设备投资节省60%!" (Equipment investment savings of 60%), "材料节省90%!" (Material savings of 90%), "平板显示技术的一次革命!" (A revolution in flat-panel display technology), and "印刷显示技术的实现将彻底改变行业格局!" (The realization of printing display technology will fundamentally change the industry landscape). A speech bubble says "这是什么鬼!" (What is this!) and "看不出来这是电视吗?!" (Can't you tell this is a TV?!). A caption below reads "你没有看错! 未来, 像生产报纸一样生产电视!" (You haven't seen wrong! In the future, produce TVs like producing newspapers!).

（二）品质始终如一

好的产品需要有好技术支持，也需要有好内容作为支撑。TCL 一直秉承“诚信经营·品质至上”的理念，精益求精，不断追求卓越的产品品质。2015 年，我们继续以用户为导向，以质量目标牵引考核，坚持全过程供方质量考核和责任追溯，实现质量闭环管控。坚持以产品质量零缺陷为目标，持续强化“全员参与、全生命周期监控、全过程控制”的质量保障体系，努力做到好设计、精工细造、品质始终如一。



表：质量管理

控底线	要求产品和服务过程及结果符合法律法规, 不能有影响TCL 品牌声誉和造成重大质量事故发生
调结构	调整质量成本结构, 降低内外部失败成本, 平衡预防质量管理投入
促转型	通过逐步建立体验质量管理能力, 促进集团“双+战略”转型, 建立体验质量管理思维

案例：三箭齐发打造质量文化

2015 年全国“质量月”期间, 我们开展了一系列质量比赛。征文、演讲、优秀质量管理小组比赛三项活动三箭齐发, 营造全员重视质量、追求质量、崇尚质量的文化氛围。我们共征集了 644 篇质量征文, 这些作品来自一线员工在实际工作中亲身经历的故事。他们通过通俗易懂的语言, 把枯燥的质量变得生动有趣, 易于传播, 有效地沉淀了质量文化, 为我们质量管理工作的开展打开了新高度、新视野、新局面。



图：TCL 质量比赛现场

案例：TCL 冰箱洗衣机在安徽合肥举行全国核心合作伙伴大会

2015年8月25日，主题为“极致·将至”的2015 TCL 冰箱洗衣机全国核心合作伙伴大会在安徽合肥举行。由TCL 冰箱洗衣机自主设计、研发、制造生产的风冷冰箱、变频触控滚筒洗衣机、全新蓝弧、星弧全自动洗衣机亮相。此次新品围绕“智能、高效、节能、健康”的核心理念，源自德国的简约设计语言与智能化科技技术的植入，将至简至美的外观设计与以人为本的智能科技完美统一，为用户带来至美的生活体验。

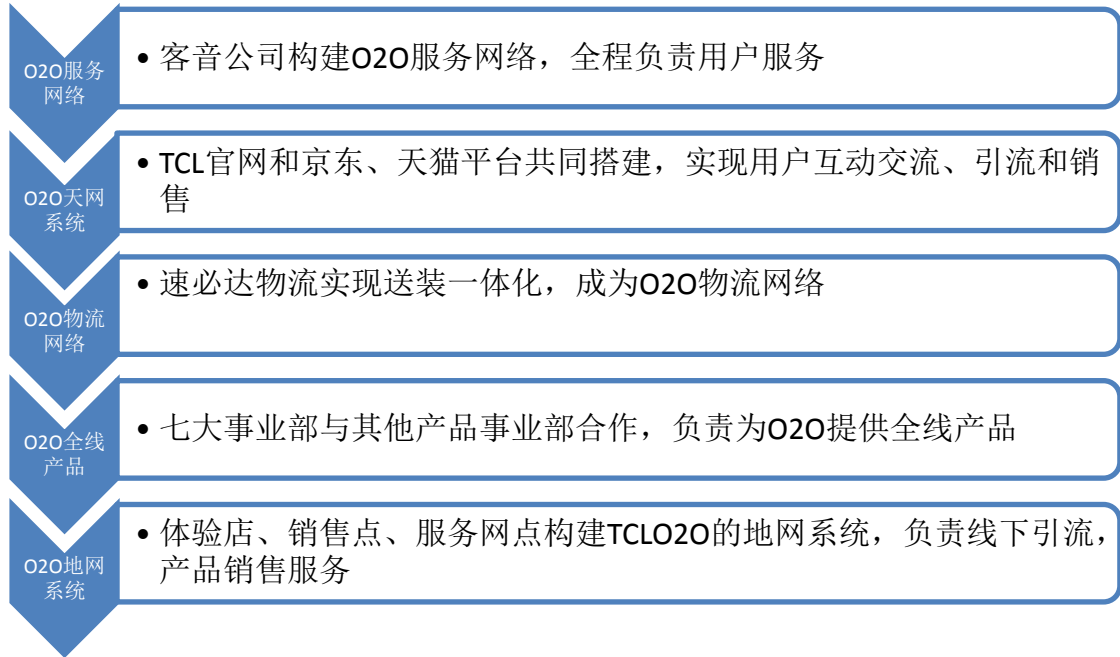


图：用户在体验 TCL 冰箱洗衣机新品

（三）助推服务升级

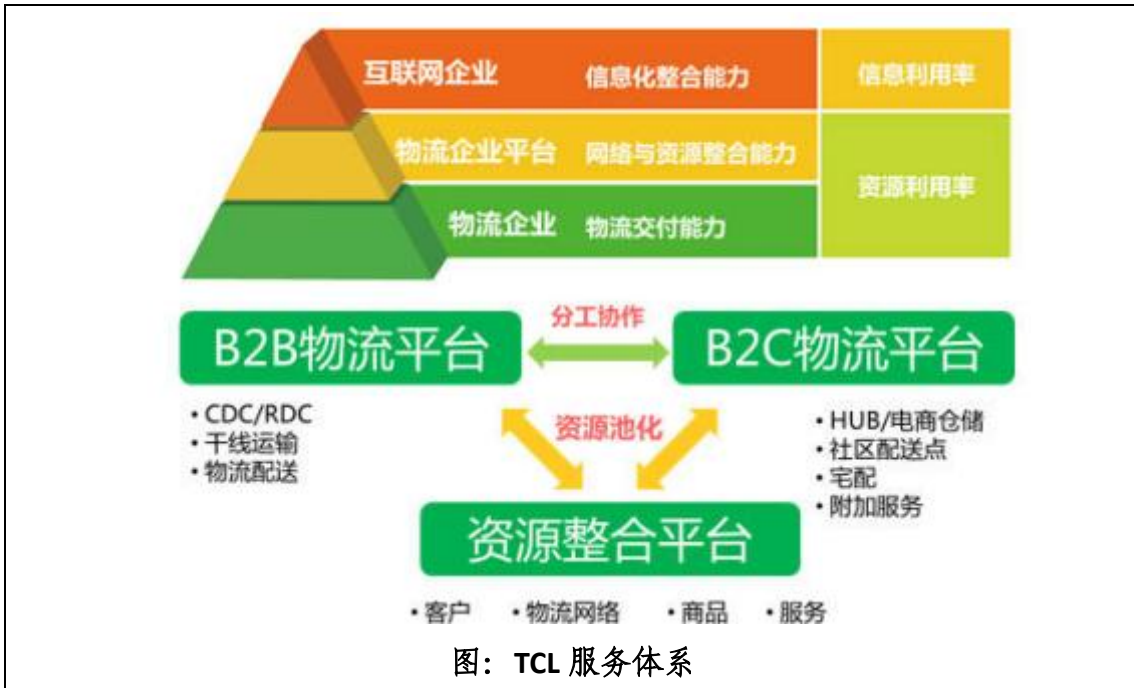
站在时代的新起点，TCL 坚持推进以用户为核心的“双+”转型战略，主动拥抱“变化”，积极进行服务转型。在供应链、工业制造、物流、售后、服务等方面，我们拥有4万多个遍布全国各地的服务终端网点和强大地面部队所构成的线下优势。而在线上方面，2015年，我们通过“双+”战略加速向互联网转型，

不断补足自身在互联网营销、电商渠道等方面的短板，快速补齐互联网能力，搭建“智能+互联网”产品与服务生态圈，助推服务升级。



表：TCL 的 O2O 服务新模式

我们的 O2O 服务模式以客户为中心，融合了天网、地网、物流网和服务网。体系围绕着用户，提供内容播放平台、金融服务、内容供应以及 O2O 业务四大服务优势，涉及用户生活的方方面面，从而建立统一用户入口。



图：TCL 服务体系



案例：打造互联网服务生态圈

幸福医生 2.0 医生端平台专为医生搭建了“医生圈”，方便医生找到同院同科用户，方便实时交流，提升专业能力。同时，依托移动智能设备同客厅大屏的实时交互、无缝对接技术，“幸福医生”可实现健康习惯检测、自查自诊、线上购药以及电子病历等功能。平台还可为用户出具对应的健康评估报告，以及合理的意见和提醒，并给出定制化的健康专家指导。





图：幸福医生 2.0

（四）打造至美体验

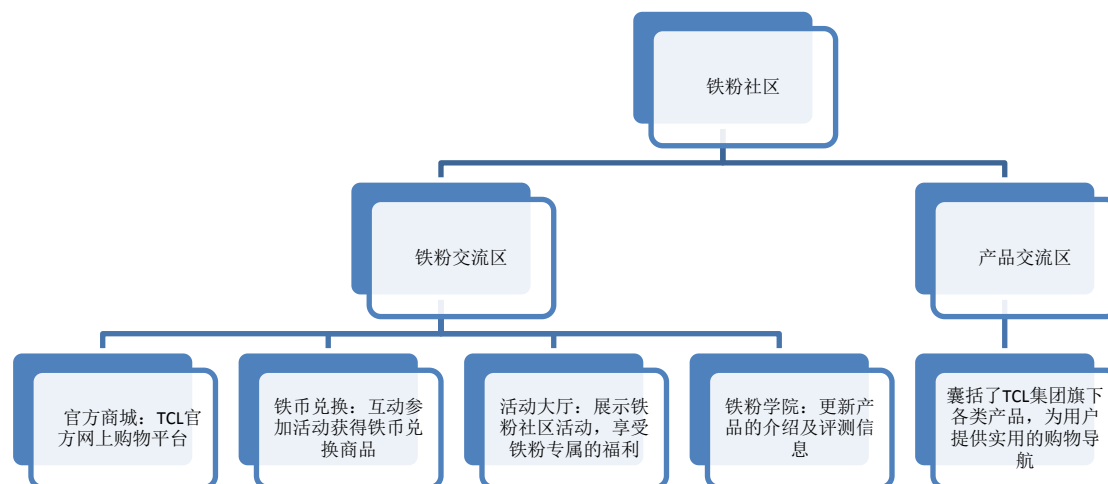
TCL 一直坚持产品与服务并重，不断升级用户体验。围绕“智能、高效、节能、健康”的核心理念，加强自主创新及研发能力，将至简至美的外观设计与以人为本的智能科技完美统一；以用户为中心，提供社交化、本地化、移动化、个性化、精准化的服务，全方位打造用户体验新环境，维护消费者利益。

2015 年，我们在电视、通讯、冰洗、空调、家电等领域推出科技领先产品，不断给用户带来全新体验。



图：体验因产品而变

2015 年是铁粉社区成立的第二年，伴随着集团 O2O 服务新模式的建立，我们继续完善铁粉数据库和粉丝生态圈，不断提升用户体验，让粉丝们切身感受到 TCL “以用户为中心” 的服务理念。



图：铁粉社区

案例：TCL 铁粉节，“一生一世”上门服务月

2015 年 9 月 9 日开始，我们在全国启动为期一月的“一生一世”感恩服务月活动。此次 TCL 面向全国各市县乡镇邀请 30 万老用户参加。受邀的铁粉们，可以获得 TCL 工程师上门提供以下三项服务：

- TCL 电视、冰箱洗衣机和空调免费清洗、保养；
- TCL 智能电视酷炫功能使用手把手教学；
- 智能电视系统升级及软件安装服务。

我们希望通过上门一对一、面对面帮助用户解决实际问题，与客户建立点对点的联系的同时，形成终身的服务跟踪。



图：“一生一世感恩回馈月”

案例：“智趣家”打造最佳的用户体验

2015年7月3日，TCL智能家庭宣布首款面向终端消费者的产品——“智趣家”APP在安卓应用市场正式上线。“智趣家”APP具备家电控制、资讯分享、分类订阅等功能，旨在帮助消费者了解智能家庭行业资讯，发现新奇特产品，建立一个有趣、实用的智能家庭移动社区，是从消费者需求出发设计的产品。



图：“智趣家”

案例：全国首家TCL手机服务体验中心在广州成立

2015年3月30日，TCL手机全国首家服务体验中心在广州越秀区东风东路广联大厦17楼正式开业试运行。体验中心规划集手机售后服务、业务咨询、产品体验、配附件销售、客户关怀等多种功能为一体，为TCL手机用户的各种需求提供一站式的解决方案，可实现10分钟换机、1小时维修服务。



图：TCL 手机服务体验中心

三、节能环保

——我们播种绿色共享碧水蓝天

章节图片：



章节故事：

“周末带着孩子去家附近 TCL 建造的湿地公园，全家开启了湿地奇妙体验之旅，亲近自然，感受自然。一家人在湿地感受‘红树青山日欲斜，长郊草色绿无涯’的唯美景致。步入绿茵环绕的湿地公园，踩着细碎的步子前行，映入眼帘的便是一片碧波绿水，摇曳的芦苇丛、风雨廊、木栈道延伸入清澈的水中。脚下是散发着木质香味的栈道，周围是波光粼粼的流水。然后在湿地科普馆览湿地大境，让孩子更加的了解大自然。尝试了一下钓鱼，‘享受闲来垂钓碧溪上，忽复乘舟梦日边’的清雅时光。不得不说是一家人休闲娱乐的好去处啊。”张女士笑着说。

张女士口中的湿地公园是华星光电投资打造的，占地面积为 4.5 万平方米的人工湿地。生产废水通过人工湿地公园处理，可以达到地表 IV 类排放标准，实现废水“零排放”。人工湿地将被并入市政中水回用系统，未来可以用来绿化、洒水、洗车等，或作为茅洲河景观补充用水。它兼具湿地生态景观休闲休憩的功能，同时也是一个科普教育基地。

环保当责，坚守碧水蓝天。人们的幸福和健康生活离不开优质的环境。集团在应对气候变化和提供绿色产品等方面，不断寻求新的技术和方法，履行对环境保护的坚定承诺，为环境保护贡献自己的力量、增添动力。

我们始终坚持将环保理念融入企业每个运营环节以及整个产品的生命周期之中，积极创新环保技术，降低能耗、减少排放，支持循环经济发展；在产品开发、回收产业链、供应链过程中竭力减小对生态环境的影响；在办公过程中节约资源，致力于绿色公益，为企业与环境的可持续发展不懈努力。

大数据展示：

指标	指标单位	2015年	2014年	2013年
年度环保投入	万元	35,489	48,087	--
环境设备设施总投入	万元	4,205	7,172	--
废弃物的处置处理成本	万元	19,853	28,200	--
制造成本	万元	3,416	6,276	--
环境责任险	万元	200	200	--
技术改造投入	万元	73	560	--
预防和环境管理成本	万元	7,742	5,670	--
累计申报各类环保课题	项	3	8	--
全年投入环保科研经费	万元	806.18	1,051	--
年度危险废物处理量	吨	74,526	68,007	67,323
年处理工业废物能力	吨	84,500	84,300	84,300
年度家电拆解数量	万台	201	258	170
环境方面专利申请数	项	4,441	2,806	2,033
环境方面授权专利数	项	1,181	810	361
废水处理率	%	100%	100%	100%
固体废弃物处理率	%	100%	100%	100%

（一）创推绿色产品

作为一家消费类电子企业，集团积极承担环保责任，打造产品的逆向产业，主动进行循环化改造，创建绿色生态工厂，对波兰、墨西哥等海外的所有工厂的生产线都进行了升级改造，建立起完善的可持续生产能力。

案例：深圳危废处理站考察团到 TCL 环境科技公司现场调研

2015年2月10日，深圳市危险废物管理站有限公司负责人对惠州 TCL 环境科技有限公司进行现场调研考察。

通过本次调研，考察团队对 TCL 环境科技设施设备的规模程度、运营管理的规范程度均予以留下了深刻的印象，双方并就环保产业的战略规划、未来的合作机制及市场开拓等方面进行了广泛地探讨。

案例：TCL 空调荣获“节能优秀奖”

2015 年 6 月 4 日，TCL 空调荣获由联合国开发计划署、国家环境保护部共同执行的“全球环境基金节能房间空调器推进项目”节能优秀奖。“节能环保”理念早已全方位注入 TCL 空调产品中。此前推出的“北斗智能”系列从空调器核心部件、控制系统、制冷系统等方面都进行节能关键技术研究、开发和生产，获得多项国家级技术/设计奖项，为社会带来良好的环境效益。



图：TCL 空调荣获“节能优秀奖”

案例：号外！号外！TCL 环境科技新基地建成啦

2015 年 6 月 30 日，惠州 TCL 环境科技有限公司顺利领取了由广东省环境保护厅所颁发的危险废物经营临时许可证，标志着我们公司危险废物综合处理项目搬迁至广东惠州仲恺高新区西坑工业区的新基地后，取得了进行危险废物收集、贮存、处理的合法运营资格，实现了合法运营资质的顺利过渡。



图：氨氮蒸发器

（二）环保回收产业链

随着信息技术的飞速发展，电子产品的更新换代的速度越来越快，废旧家电回收处理的问题接踵而至。大量废旧家电产品的不当处理，会增加自然资源的消耗，恶化自然环境。集团积极寻找可行的解决办法，致力于为我国政府和企业开展废旧家电的回收管理提供技术。我们通过互联网实现了废旧家电的高效回收，开创了全新的“家电绿色循环 O2O 价值链”。

案例：TCL 履行《关于持久性有机污染物的斯德哥尔摩公约》

背景：为落实我国履行《关于持久性有机污染物的斯德哥尔摩公约》国家实施计划有关要求，环境保护部与联合国开发计划署合作开发全球环境基金“通过环境无害化管理减少电器电子产品的生命周期内持久性有机污染物和持久性有毒化学品的排放全额示范项目”（2014 年—2018 年）。TCL 与天津市环保局合作，并提供不低于 7,190,000 美元的人民币的配套资金支持，配套资金包括现金配套和实物配套。

举措：

措施	具体内容
建立废弃电器电子产品的回收体系	建立了信息处理平台，回收网站和电话可以满足用户交投及后台数据处理等基本功能。系统可以根据回收家电的类型、日期等，自动统计已经回收的各类废弃电器电子产品的数量
完善已有拆解处理技术及污染防治技术	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 提升家电拆解环节和 CRT 显示器切割环节的除尘系统 ➢ 增加塑料破碎设备的风冷系统 ➢ 增加 CRT 显示器的周转设备 ➢ 增加废弃电器电子产品的信息管理系统
建立废弃线路板的整体资源化利用项目	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 废弃电路板处理工艺示范 ➢ 废弃电路板湿法处置技术示范

成效：通过新建的回收体系，TCL 奥博 2015 年在天津地区的回收量达到 15 万台；2016 年天津、唐山、北京三地的回收量预计达到 25 万台；2017 年总回收量预计达到 35 万台。

案例：百度回收站打造绿色回收产业链

“百度回收站”是 TCL 与联合国、百度共同打造的线上废旧家电回收平台。基于手机百度庞大的用户群，连接用户和正规回收厂商，利用百度大数据技术，对行业数据进行分析处理，有助于传统行业建立动态物流体系，实现电子产品全生命周期管理，打造了绿色回收产业链，从而减少非正规渠道造成的职业危害、环境危害。



案例：央视新闻栏目组全程拍摄汕头德庆公司废旧家电拆解

2015 年 4 月 29 日，中央电视台新闻栏目组对汕头 TCL 德庆公司的四机一脑拆解及生产过程进行了跟踪拍摄。栏目组对公司整洁、高效的现场管理，规范安全的生产秩序给予了充分肯定和赞扬。此次拍摄和采访为顺应当今社会环保资源再生理念，后续以节目的形式让广大电视观众进一步了解中国的环保资源循环利用产业的现状，并为该新兴行业的发展起到一定的积极推动作用。



图：央视采访



图：待拆解的废旧家电

（三）强化绿色合作

供应商是集团创新链条重要的环节和基础保障。我们通过与供应商进行协同创新，持续改善供应链管理，使产品和服务符合社会可持续发展的要求，同时也能构建更为和谐的产业生态系统。我们在导入环节严筛优选，从源头确保产品质量；在量产阶段，建立全面闭环品质管控机制，推进质量管理达到卓越绩效；在外部，也在着力建立供需双方信息交流和共享机制，力争与供应商成为利益共同体。

（四）引领绿色生活

我们注重办公场所的节水、节电、节纸，在厂房楼顶利用太阳能发电，从点滴做起践行低碳环保理念。

绿色办公举措	
节纸	引入打印复印四合一体设备，推广双面打印和设备共享
推广应用环保材料	总部 6 个装修改造专项使用环保材料
节水节电	水电费用较预算下调 14%

案例：太阳能发电项目

为节能降耗、使用清洁能源，华星光电在厂房楼顶安装光伏发电系统。截至 2015 年底，华星光电太阳能项目已建成投入使用，共铺设太阳能板 8 万片，年发电量 1950 万度，是华南地区工业厂房最大的光伏发电系统。



图：太阳能发电项目

四、公益平台

——我们凝聚爱心传递温暖力量

章节图片：



图：金子黑老师授课

章节故事：

“有了丰富的书籍，山里的孩子们可以学到更多知识”、“学校前几天还因师源缺乏，无法开学”。舒城县燕春乡汇华希望小学第二届烛光奖奉献奖获奖教师孙友红老师说。她坚守岗位 16 年，对孩子们付出了很多心血，孩子们的教育成长是他最关心的事情。

9 月 11 日玫瑰行动回访志愿者团队抱着感恩的心情，来回访烛光奖的乡村老师，看看这段日子里，通过大家的帮助和支持，教师们的困难是否有所缓解，希望他们能够继续坚持拥有那份热爱教育事业的心。

“在社会越来越现实，压力越来越大的今天，老师们克服各种困难，默默奉献着，坚守岗位，值得我们去爱戴和尊重，老师们教会孩子们知识，更重要的是陪伴他们成长，引领他们认识世界。”

——TCL 员工回访志愿者



图：回访离别前的合照

爱心当责，坚守公益平台。参与公益事业，是彰显企业社会责任的具体体现。集团认为公益事业需要汇聚全社会的能量，因此在坚持自身参与公益事业的同时，积极打造多方参与的公益平台，携手利益相关方共同参与公益行业发展，为推动社会进步而努力。

2015年，TCL共捐助资金近3,961万元，员工志愿者注册总人数达1,112人，员工志愿服务总时近万小时。

（一）TCL 公益基金会

TCL公益基金会是2012年集团发起成立的非公募基金会。这是中国消费类电子行业第一家企业设立的非公募基金会。基金会在基础教育帮扶、重大灾害救助、特殊群体关怀等领域实施了一系列长期性公益项目。

2015年，TCL公益基金会年度收入3,873.79万元，其中捐赠收入3,867万元；年度支出3,980.61万元，其中公益事业支出3,960.51万元，公益支出占本年度支出的比例为99.50%。

表：TCL 公益基金会历年年度公益收入

年份	单位	年度公益收入
2013	万元	12.76
2014	万元	900.6
2015	万元	3,873.79

表：TCL 公益基金会历年年度公益支出

年份	单位	年度公益支出
2013	万元	74.29
2014	万元	1,070

2015	万元	3,960.51
------	----	----------

宗旨愿景

➤ 我们的宗旨

为弱势群体创造教育和成长机会，谋求社区福祉及环境可持续发展

➤ 我们致力于

基础教育帮扶、重大灾害救助、特殊群体关怀及环境保护

➤ 我们的愿景

人人参与，倡导公益风尚

➤ 我们的价值观

维护公共利益，推动社会进步

小贴士：TCL 希望工程烛光奖

“TCL 希望工程烛光奖”由深圳市 TCL 公益基金会和中国青少年发展基金会联合发起，是 TCL 公益基金会“基础教育帮扶”方向的核心项目。2015 年，创新推出#我选我#乡村老师网络自我推荐平台、#玫瑰走访#乡村教师走访活动、表彰细分三个奖项，服务；共投入 500 万元，为 300 名优秀的乡村教师创造更好的教学和生活条件，并帮助他们提升教学技能、提供学习和交流机会，改善乡村基础教育师资力量匮乏的现状。

案例：第二届“TCL 希望工程烛光奖”颁奖典礼

2015 年 6 月 23 日，第二届（2014-2015）“TCL 希望工程烛光奖”颁奖典礼在北京大学百年礼堂举行。本届“烛光奖”共选出 300 位优秀乡村教师，其中 100 位获奖教师作为代表来到颁奖典礼现场。这些乡村教师每人将获得价值 1.2 万元的奖励，包括 8,000 元奖金及价值 4,000 元的线上线下培训课程，300 名获奖教师分批次到北京、上海和成都进行线下观摩学习交流培训。



图：TCL 希望工程烛光奖颁奖典礼

案例：坚守 16 载的乡村教师：我为什么要放弃

“尊重每一个人，使每一个人都有发展的可能；关注每一个人，使每一个人都有成功的可能。”

——长阳土家族自治县龙舟坪镇宝箭山小学校长徐长刚

1999 年，徐老师从孝感师专毕业后被分配到离家近 200 公里的路程的渔峡口镇。后几经辗转，2012 年，来到宝箭山小学当校长，宝箭山小学覆盖周围五个村，有 98 个住校生，其中有 40 多个留守儿童，被称为“留守儿童之家”。学校硬件设施很差，没有任何的安保措施，连孩子们的基本生活和课余活动都不能保证。

因此，徐校长决定改变这一切，在他教授课程和管理学校之余，会时常留意社会各方面的公益助学项目，后来凭借社会各界的力量，他带领学校置办了新课桌、阅览角、监控和低音广播等设施。

当被志愿者问及为什么这么苦还要坚持时，徐校长笑了笑说：“首先我的家庭是我坚强的后盾，他们愿意理解我，愿意做我的精神支柱。还有就是我的教育理想，再说我都坚持 16 年了，有了这么多经验和心得，可以更好地为孩子们和乡亲们服务了，我为什么要放弃？”



图：徐长刚校长给学生们指导功课

（二）华萌基金

华萌基金取意“慈济中华，萌动爱心”，是 2007 年在中国青少年发展基金会下设立的专项基金，长期致力于支持中国教育事业发展，帮助贫困地区品学兼优的初中应届毕业生顺利完成高中学业，走入大学殿堂。

表：华萌人才培养价值理念

- 一个核心：资助
- 两个阶段：高中+大学
- 四大项目：奖学金项目、高君昭奖教奖学金、对外捐赠、惠州学院
- 三个核心理念：
对自己负责任
对社会有爱心
对人类有贡献
- 整个过程“注重个人发展，传承慈善理念”
- 一个平台：
“华萌学友会”：通过 3-5 年的努力，搭建有影响力的社群平台“华萌学友会”

华萌基金为每届“华萌班”50名高中在校学生提供每人每年8,000元的学费及生活费资助，并为每届“华萌班”高考前10名的学生颁发3.2万元“圆梦大学华萌奖学金”。以“华萌星课堂”、“华萌夏令营”、“毕业欢送会”为代表的助学创新也将继续助力并提高学生的综合素质，帮助其全面成长，进一步完善“发展型”助学模式，形成一个生态能量圈。

案例：华盟基金开展“华样青春 GO!” 夏令营

2015年，华萌基金将华罗庚中学、大理一中、夷陵中学三所“华萌班”三个学校联合起来，开展夏令营活动。组织参观旅游景点、趣味团队运动、参与公益实践活动，培养他们的综合素质能力，并建立起广泛而深入的校际互动机制，实现老师间的交流分享，学校间的合作共赢。



图：华样青春夏令营活动

表：华萌基金公益历程

时间	事件
2007 年	<ul style="list-style-type: none"> 华萌基金正式成立，成为希望工程设立的首个企业家个人公益基金
2008 年	<ul style="list-style-type: none"> 华萌基金颁发第一届“华萌班”助学金与“乡村教师烛光奖”，并发布基金专有标识
2010 年	<ul style="list-style-type: none"> 华萌基金向华南理工大学捐资，成为华南理工大学迄今收到的最大一笔个人捐款
2011 年	<ul style="list-style-type: none"> 首届“华罗庚中学华萌班”学生毕业
2013 年	<ul style="list-style-type: none"> 华萌基金联合 TCL 公益基金会，与中国青少年发展基金会签署战略合作协议 成立云南省第一个华萌班—“华萌基金·大理一中华萌班” 惠州华罗庚中学—“华萌基金·华萌班”正式启动
2014 年	<ul style="list-style-type: none"> 成立湖北省第一个华萌班—“华萌基金·夷陵中学华萌班”
2015 年	<ul style="list-style-type: none"> 华萌基金资助的第一批学生步入社会 华萌基金双月刊《话萌》创刊

（三）志愿服务

集团在公司层面组织志愿者协会，在内部各产业组成志愿者服务队，旨在发动员工志愿者开展一系列公益组织活动，让员工在参与志愿者活动中感受到作为个人的社会责任，体会到集体社会责任的重要性。

2015 年，集团员工志愿者注册总人数达 1,112 人，员工志愿服务总时近万小时。帮扶困难员工数量 147 人，慰问资金投入 16.54 万元。

案例：为大凉山孩子送秋衣、添冬装行动

2015年8月21日，TCL志愿者协会集团总部分会牵头组织了为索码花园第一小学的孩子送秋衣、添冬装行动。所捐的衣物主要以适合农村御寒生活为主，比如旧衣服、玩具、体育用品等，并均已消毒清洗干净。



图：送冬衣现场活动

案例：TCL 志愿者两次助建的“惠州天梯”

2015年6月，TCL集团志愿者协会发起“助建惠州天梯”公益活动，助建被喻为“惠州天梯”的南山公园登山道路，并募捐资金购买水泥、沙等筑路材料。

“天梯”造福周边的群众，成为休闲锻炼的好去处。志愿者们参加筑路公益活动，传播了正能量，弘扬了企业的文化。



图：TCL 志愿者修南山通道

案例：TCL 通讯（深圳）员工互助会举行 2015 年度募捐活动

2015年6月，TCL通讯（深圳）爱心互助会举办年度员工募捐活动。本次活动总计有883位员工共捐献善款115,629.7元人民币。

TCL通讯（深圳）员工爱心互助会于2014年成立以来，已先后帮助了5位生活遇到困难的员工，共计资助8.7万元，发挥了关心员工、互帮互助的积极作用。

五、运营透明

——我们满怀诚意接受您的监督

章节图片：



章节故事：

“老公，走啦，快去看 TCL 电视在全国巡展啦。”刚结婚的刘女士说到。

“据听说 TCL 此次全国巡展，搭建了高科技产品与我们用户的沟通桥梁，是为了强化我们用户的参与感。还是好朋友在微信上看到了 TCL 的巡展新闻告诉我的呢。”“呦，老公快看，你看那个小朋友把电视里面的小鸟当成了真的想去抓呢，太逗了。”刘女士又笑着说。

TCL 这一场席卷全国的科技巡展，从南到北，走过广州、武汉、上海、南京、重庆、银川、郑州、北京全国八座重点城市，跨越近 6900 公里路程、参与公众超 24 万、覆盖用户 5 亿、超过 15 万网友点赞。也是目前行业规模最大、覆盖最广、影响人数最多的沟通行动。

沟通当责，坚守透明运营。2015 年，集团通过合规经营助力发展，反腐倡廉以树正气，与利益相关方有效沟通来提升信息披露的透明度，向社会公众展示我们在经济、社会、环境方面的实践和绩效。

（一）合规经营

作为上市公司和国际化企业，集团历来高度重视预防和惩治腐败工作，坚持标本兼治、综合治理、惩防并举、注重预防的原则，坚定不移地反对腐败，构建了较为完备的监督体系，为企业经营管理提供有力保障，为集团持续健康发展打下坚实基础。

集团总部及下属各产业，在反腐方面，也采取了一些专项动作。集团总部发布《关于重申禁止兼职和强化纪律要求的通知》，强调工作纪律。下属企业中，华星光电率先从文化、制度、流程等方面全面展开反腐倡廉行动；空调等事业部已成立审计监察部，通过组织建设加强反腐工作。

未来规划如下：

➤ 坚持高调转型和低调反腐相结合
➤ 坚持鼓励创新和严肃纪律相结合
➤ 坚持严格自律和强化监督相结合
➤ 坚持完善制度和防控风险相结合
➤ 坚持抓早抓小和严惩腐败相结合

（二）沟通管理

我们严格按照香港联合交易所《环境、社会及管治报告指引 2016》等有关信息披露法律法规的要求，通过社会责任报告、年度报告、发布会、电话、在线服务、铁粉社区（TCL 全球粉丝互动平台）、官网、官方微信、官方微博等渠道真实、准确、及时、完整地披露信息。



图：TCL 官方微信二维码



图：TCL 官方微博二维码



图：TCL 公益基金会官方微信二维码



图：TCL 公益基金会官方微博二维码

附录

关键绩效表

经济责任	单位	2015 年	2014 年	2013 年
资产总额	亿元	1,118	929	781
营业收入	亿元	1,045.79	1,010	853
年度纳税额	亿元	60.77	60	59
净利润	亿元	32.3	42.3	28.8
资产负债率	%	66.33	71.08	74.44
基本每股收益	元	0.214	0.35	0.25
股东资产净值	元	378	269	200
手机销量	万台	8,355	7,349	5,520
电视销量	万台	1,734	1,657	1,718
空调销量	万台	502.3	505.2	450
冰箱销量	万台	132.2	109.5	104.0
洗衣机销量	万台	153.9	142.2	120.1
研发总投入	亿元	37.66	30.7	24.8
研发机构	个	23	23	20
拥有科研技术人员	人	7,000	6,500	5,000
专利申请数	项	4,625	2,971	2,484
申请发明专利	项	3,758	2,201	2,643
授权发明专利	项	2,780	1,512	1,459
开发新产品	项	420	380	340
社会责任	单位	2015 年	2014 年	2013 年
员工总数	人	73,537	73,485	75,233
公司年内吸纳的 就业人数	人	54,460	70,049	67,316
全年接收应届毕 业生	人	1,541	1,848	1,616

少数民族员工比例	%	5.43%	4.61%	4.22%
员工培训总投入	万元	1,309	1,411	1,347
一线员工培训投入	万元	508	489	435
全年共计开发技能类课件、管理类课件	项	68	110	45
全年举办各类培训班	期	145	138	136
员工培训班次	期	58	45	52
员工培训人次	人次	5,800	5,244	5,440
全员培训率	%	29%	26%	27%
对外公益支出总额	万元	3960.51	1070	74.29
环境责任	单位	2015 年	2014 年	2013 年
环境方面专利申请数	项	4,441	2,806	2,033
环境方面授权专利数	项	1,181	810	361
年度环保投入	万元	35,489	48,087	--
环境设备设施总投入	万元	4,205	7,172	--
废弃物的处置处理成本	万元	19,853	28,200	--
制造成本	万元	3,416	6,276	--
环境责任险	万元	200	200	--
技术改造投入	万元	73	560	--
预防和环境管理	万元	7,742	5,670	--

成本				
累计申报各类环保课题	项	3	8	--
全年投入环保科研经费	万元	806.18	1,051	--
年度危险废物处理量	吨	74,526	68,007	67,323
年处理工业废物能力	吨	84,500	84,300	84,300
年度家电拆解数量	万台	201	276	157
废水处理率	%	100%	100%	100%
固体废弃物处理率	%	100%	100%	100%

展望 2016

2016 年，是中国“十三五”开局之年，也是中国经济发展进入新常态后深度调整和转型的关键之年，信息化、互联网+大潮全面袭来，中国制造 2025 和工业 4.0 时代新工业革命不断深化。基于全面深化改革的国家战略，我们不忘“实业报国，注重可持续发展”的初心，仍以创新的技术、商业模式和观念落实转型战略，继续推进双轮驱动战略发展，一方面持续加快推进“双+”战略转型，建立新的业务能力；另一方面加快完善全球业务布局，继续提升海外业务竞争力。

坚守实业，服务国家经济。“中国制造”向“中国智造”转型升级中，我们将利用互联网思维和互联网技术，转变企业经营的思路和产业结构，构建新的竞争力。同时将推动国际化的进一步升级，加快提升产品竞争力的同时，扩展并升级合作模式，重视印度、俄罗斯等新兴国家的市场潜力，在有条件的国家和地区积极推进互联网应用和服务业务的落地。我们也希望更多行业能够持续关注实业、发展实业，与国家和政府共同形成“实业兴国”的大氛围，推动中国经济的繁荣。

绿色理念，助力绿色生态。我们开发设计的产品始终贯彻低能耗、低排放的创新理念，打造产品的逆向产业。我们将对工厂的生产线进行升级改造，建立起完善的可持续生产能力，全力打造绿色生态工厂；将不断加大可持续发展的投入，推动绿色技术创新，打造绿色竞争力；规划与实施产业循环经济战略，带动更多同业和公众推进环保事业。

携手伙伴，促进社会和谐。我们将用互联网思维重新构建业务流程，以经营用户为中心，提升业务速度、效率和竞争力；完善制定及修订有关规章制度，建立健全股东保护机制；不断健全人才培养和管理体系，吸纳多元人才，提供有保障的福利和均等发展机会；继续依托公益平台，促进基础教育事业发展和社会公益普及，为促进社会和谐贡献自己的力量。

未来，我们将更加坚定信心，仍将以创新为驱动力，以绿色环保为建设基础，持续强化技术、工业等方面的综合能力，更好地承担对利益相关方的责任，为全社会提供更多更好的产品与服务，使 TCL 已形成的可持续发展优势进一步得到提升，为经济发展、社会稳定做出更大的贡献。我们将与各方更加紧密地合作，携手共进，成为“可持续发展”的中坚力量。

GRI 对照表

总体信息标准披露			
指标分类	指标排序	指标内容	索引位置
战略与分析	G4-1	机构最高决策者的声明	P3-4
	G4-2	主要影响、风险及机遇的描述	P3-4
机构概况	G4-3	机构名称	P7
	G4-4	主要品牌、产品和服务	P7-10
	G4-5	机构总部的的位置	P2
	G4-6	机构在多少个国家运营，在哪些国家有主要业务，或哪些国家与报告所述的可持续发展主题特别相关	P7-8
	G4-7	所有权的性质和法律形式	P7
	G4-8	机构所服务的市场（包括地区细分、所服务的行业、客户/受益者的类型）	P9-10
	G4-9	机构的规模，包括员工人数、运营地点数量、净销售额或净收入、按债务和权益细分的总市值、所提供的产品或服务的数量	P26、P67-68
	G4-10	按雇佣合同和性别划分的员工总人数	P26、P68
		按雇佣类型和性别划分的固定员工总人数	P26、P68
		按正式员工、非正式员工和性别划分的员工总数	--
		按地区和性别划分的员工总数	P26、P69
		机构的工作是否有一大部分由法律上认定为自雇的人员承担，或由非员工及非正式员工的个人（包括承包商的员工及非正式员工）承担	--
	雇佣人数的重大变化	P26、P68	
G4-11	集体谈判协议涵盖的员工人数百分比	P26	
G4-12	描述机构的供应链情况	--	

	G4-13	报告期内，机构规模、结构、所有权或供应链的重要变化	P7-8
	G4-14	机构是否及如何按预警方针及原则行事	P14
	G4-15	机构参与或支持的外界发起的经济、环境、社会公约、原则或其他倡议	--
	G4-16	机构加入的协会（行业协会）和全国或国际性倡议机构，并且在治理机构占有席位、参与项目或委员会、除定期缴纳会费外，提供大额资助、视成员资格具有战略意义	--
确定的实质性方面与边界	G4-17	列出机构的合并财务报表或同等文件中包括的所有实体	P2
		说明在合并财务报表或同等文件包括的任何实体中，是否有未纳入可持续发展报告的实体	P2
	G4-18	说明界定报告内容和方面边界的过程	--
		说明机构如何应用“界定报告内容的报告原则”	P17
	G4-19	列出在界定报告内容的过程中认定的所有实质性方面	P17
	G4-20	对于每个实质性方面，说明机构内方面的边界	P17
	G4-21	对于每个实质性方面，说明机构外方面的边界	P17
	G4-22	指明重订前期报告所载信息的影响，以及重订原因	--
	G4-23	说明范围、方面边界及此前报告期间的的重大变动	P2
利益相关方参与	G4-24	机构的利益相关方列表	P18-19
	G4-25	就所选定的利益相关方，说明识别和选择的根据	P18-19
	G4-26	利益相关方参与的方法，包括按不同的利益相关方类型及组别的参与频率，并指明是否有任何参与是专为编制报告而进行	P18-19
	G4-27	利益相关方参与的过程中提出的关键主题及顾虑，以及机构回应的方式，包括以报告回应。说明提出	P18-19

		了每个关键主题及顾虑的利益相关方组别	
报告概 况	G4-28	所提供信息的报告期（如财务年度或日历年度）	P2
	G4-29	上一份报告的日期（如有）	P2
	G4-30	报告周期（如每年一次、两年一次）	P2
	G4-31	关于报告或报告内容的联络人	P2
	G4-32	说明机构选择的“符合”方案（核心或全面）	P2
		说明针对所选方案的 GRI 内容索引	P2、P73
		如报告经过外部鉴证，引述外部鉴证报告。GRI 建议进行外部鉴证，但并非成为“符合”本指南的要求	--
	G4-33	机构为报告寻求外部鉴证的政策和目前的做法	--
		如未在可持续发展报告附带的鉴证报告中列出，则需说明已提供的任何外部鉴证的范围及根据	--
		说明报告机构与鉴证服务方之间的关系	--
说明最高治理机构或高级管理人员是否参与为可持续发展报告寻求鉴证		--	
治理	G4-34	机构的治理架构，包括最高治理机构下的各个委员会。说明负责经济、环境、社会影响决策的委员会	P13
	G4-35	说明从最高治理机构授权高级管理人员和其他员工管理经济、环境和社会议题的过程	P13
	G4-36	机构是否任命了行政层级的高管负责经济、环境和社会议题，他们是否直接向最高治理机构汇报	--
	G4-37	利益相关方和最高治理机构就经济、环境和社会议题磋商的过程。如果授权磋商，说明授权的对象和向最高治理机构的反馈过程	--
	G4-38	报告最高管理机构与其委员会的组成	P13
	G4-39	最高治理机构的主席是否兼任行政职位（如有，说	--

	明其在机构管理层的职能及如此安排的原因)	
G4-40	最高治理机构及其委员会的提名和甄选过程，及用于提名和甄选最高治理机构成员的条件	--
G4-41	最高治理机构确保避免和控制利益冲突的程序，是否向利益相关方披露利益冲突	--
G4-42	在制定、批准、更新与经济、环境、社会影响有关的宗旨、价值观或使命、战略、政策与目标方面，最高治理机构和高级管理人员的角色	P13
G4-43	为加强最高治理机构对于经济、环境和社会主题的集体认识而采取的措施	P13
G4-44	评估最高治理机构管理经济、环境和社会议题绩效的流程。此等评估是否独立进行，频率如何。此等评估是否为自我评估	--
	对于最高治理机构管理经济、环境和社会议题的绩效评估的应对措施，至少应包括在成员组成和组织管理方面的改变	--
G4-45	在识别和管理经济、环境和社会的影响、风险和机遇方面，最高治理机构的角色。包括最高治理机构在实施尽职调查方面的角色	P18
	是否使用利益相关方咨询，以支持最高治理机构对经济、环境和社会的影响、风险和机遇的识别和管理	P15
G4-46	在评估有关经济、环境和社会议题的风险管理流程的效果方面，最高治理机构的角色	P17-18
G4-47	最高治理机构评估经济、环境和社会的影响、风险和机遇的频率	--
G4-48	正式审阅和批准机构可持续发展报告并确保已涵盖所有实质性方面的最高委员会或职位	P18

	G4-49	说明与最高治理机构沟通重要关切问题的流程	P15
	G4-50	说明向最高治理机构沟通的重要关切问题的性质和总数，以及采取的处理和解决机制	P15
	G4-51	说明最高治理机构和高级管理人员的薪酬政策	--
		说明薪酬政策中的绩效标准如何与最高治理机构和高级管理人员的经济、环境和社会目标相关联	--
	G4-52	说明决定薪酬的过程。说明是否有薪酬顾问参与薪酬的决定，他们是否独立于管理层。说明薪酬顾问与机构之间是否存在任何其他关系	--
	G4-53	说明如何征询并考虑利益相关方对于薪酬的意见，包括对薪酬政策和提案投票的结果，如适用	--
	G4-54	在机构具有重要业务运营的每个国家，薪酬最高个人的年度总收入与机构在该国其他所有员工（不包括该薪酬最高的个人）平均年度总收入的比率	--
	G4-55	在机构具有重要业务运营的每个国家，薪酬最高个人的年度总收入增幅与机构在该国其他所有员工（不包括该薪酬最高的个人）平均年度总收入增幅的比率	--
	G4-56	说明机构的价值观、原则、标准和行为规范，如行为准则和道德准则	P9
	G4-57	寻求道德与合法行为建议的内外部机制，以及与机构诚信有关的事务，如帮助热线或建议热线	P2
	G4-58	举报不道德或不合法行为的内外部机制，以及与机构诚信有关的事务，如通过直线管理者逐级上报、举报机制或热线	P2
经济	G4-EC1	机构产生和分配的直接经济价值	P68
	G4-EC2	气候变化对机构活动产生的财务影响及其风险、机遇	--

	G4-EC3	机构固定收益型养老金所需资金的覆盖程度	--
	G4-EC4	政府给予的财务补贴	--
	G4-EC5	不同性别的工资起薪水平与机构重要运营地点当地的最低工资水平的比率	--
	G4-EC6	机构在重要运营地点聘用的当地高层管理人员所占比例	--
	G4-EC7	开展基础设施投资与支持性服务的情况及其影响	--
	G4-EC8	重要间接经济影响，包括影响的程度	--
	G4-EC9	在重要运营地点，向当地供应商采购支出的比例	--
环境	G4-EN1	所用物料的重量或体积	--
	G4-EN2	采用经循环再造物料的百分比	--
	G4-EN3	机构内部的能源消耗量	P57
	G4-EN4	机构外部的能源消耗量	P70
	G4-EN5	能源强度	--
	G4-EN6	减少的能源消耗量	--
	G4-EN7	产品和服务所需能源的降低	P53、 P70-71
	G4-EN8	按源头说明的总耗水量	--
	G4-EN9	因取水而受重大影响的水源	--
	G4-EN10	循环及再利用水的百分比及总量	--
	G4-EN11	机构在环境保护区或其他具有重要生物多样性价值的地区或其毗邻地区，拥有、租赁或管理的运营点	--
	G4-EN12	机构的活动、产品及服务在生物多样性方面，对保护区或其他具有重要生物多样性价值的地区的重大影响	--
	G4-EN13	受保护或经修复的栖息地	--

G4-EN14	按濒危风险水平，说明栖息地受机构运营影响的列入国际自然保护联盟（IUCN）红色名录及国家保护名册的物种总数	--
G4-EN15	直接温室气体排放量（范畴一）	--
G4-EN16	能源间接温室气体排放量（范畴二）	--
G4-EN17	其他间接温室气体排放量（范畴三）	--
G4-EN18	温室气体排放强度	--
G4-EN19	减少的温室气体排放量	--
G4-EN20	臭氧消耗物质（ODS）的排放	--
G4-EN21	氮氧化物、硫氧化物和其他主要气体的排放量	--
G4-EN22	按水质及排放目的地分类的污水排放总量	P53、 P70-71
G4-EN23	按类别及处理方法分类的废弃物总重量	P53、 P70-71
G4-EN24	严重泄露的总次数及总量	--
G4-EN25	按照《巴塞尔公约》附录 I、II、III、VIII 的条款视为有害废弃物经运输、输入、输出或处理的重量，以及运往境外的废弃物中有害废弃物的百分比	--
G4-EN26	受机构污水及其他（地表）径流排放严重影响的水体及相关栖息地的位置、面积、保护状态及生物多样性价值	--
G4-EN27	降低产品和服务环境影响的程度	P53、P71
G4-EN28	按类别说明，回收售出产品及其包装物料的百分比	--
G4-EN29	违反环境法律法规被处重大罚款的金额，以及所受非经济处罚的次数	--
G4-EN30	为机构运营而运输产品、其他货物及物料以及员工交通所产生的重大环境影响	P36-39
G4-EN31	按类别说明总环保支出及投资	P53、

			P70-71
	G4-EN32	使用环境标准筛选的新供应商的比例	--
	G4-EN33	供应链对环境的重大实际和潜在负面影响，以及采取的措施	--
	G4-EN34	经由正式申诉机制提交、处理和解决的环境影响申诉的数量	--
劳工实践和体面工作	G4-LA1	按年龄组别、性别及地区划分的新进员工和离职员工总数及比例	P26、69
	G4-LA2	按重要运营地点划分，不提供给临时或兼职员工，只提供给全职员工的福利	--
	G4-LA3	按性别划分，产假/陪产假后回到工作和保留工作的比例	--
	G4-LA4	有关重大运营变化的最短通知期，包括该通知期是否在集体协议中具体说明	P27
	G4-LA5	由劳资双方组建的职工健康与安全委员会中，能帮助员工监督和评价健康与安全相关项目的员工代表所占的百分比	P27
	G4-LA6	按地区和性别划分的工伤类别、工伤、职业病、误工及缺勤比例，以及和因公死亡人数	--
	G4-LA7	从事职业病高发职业或高职业病风险职业的工人	--
	G4-LA8	与工会达成的正式协议中的健康与安全议题	P27
	G4-LA9	按性别和员工类别划分，每名员工每年接受培训的平均小时数	P29-30、 P69-70
	G4-LA10	为加强员工持续就业能力及协助员工管理职业生涯终止的技能管理及终生学习计划	P28-29
	G4-LA11	按性别和员工类别划分，接受定期绩效及职业发展考评的员工的百分比	P28-29

	G4-LA12	按性别、年龄组别、少数族裔成员及其他多元化指标划分，治理机构成员和各类员工的组成	P26、P69
	G4-LA13	按员工类别和主要运营地区划分，男女基本薪金和薪酬比率	--
	G4-LA14	使用劳工实践标准筛选的新供应商所占比例	--
	G4-LA15	供应链对劳工实践的重大实际和潜在负面影响，以及采取的措施	--
	G4-LA16	经由正式申诉机制提交、处理和解决的劳工问题申诉的数量	--
人权	G4-HR1	含有人权条款或已进行人权审查的重要投资协议和合约的总数及百分比	--
	G4-HR2	就经营相关的人权政策及程序，员工接受培训的总小时数，以及受培训员工的百分比	P69
	G4-HR3	歧视事件的总数，以及机构采取的纠正行动	P26
	G4-HR4	已发现可能违反或严重危及结社自由及集体谈判的运营点或供应商，以及保障这些权利的行动	--
	G4-HR5	已发现具有严重使用童工风险的运营点和供应商，以及有助于有效杜绝使用童工情况的措施	--
	G4-HR6	已发现具有严重强迫或强制劳动事件风险的运营点和供应商，以及有助于消除一切形式的强迫或强制劳动的措施	--
	G4-HR7	安保人员在运营相关的人权政策及程序方面接受培训的百分比	--
	G4-HR8	涉及侵犯原住民权利的事件总数，以及机构采取的行动	--
	G4-HR9	接受人权审查或影响评估的运营点的总数和百分比	--
	G4-HR10	使用人权标准筛选的新供应商的比例	--
	G4-HR11	供应链对人权的重大实际和潜在负面影响，以及采	--

		取的措施	
	G4-HR12	经由正式申诉机制提交、处理和解决的人权影响申诉的数量	--
社区	G4-SO1	实施了当地社区参与、影响评估和发展计划的运营点比例	--
	G4-SO2	对当地社区具有重大实际和潜在负面影响的运营点	--
	G4-SO3	已进行腐败风险评估的运营点的总数及百分比，以及所识别出的重大风险	P66
	G4-SO4	反腐败政策和程序的传达及培训	P66
	G4-SO5	确认的腐败事件和采取的行动	P66
	G4-SO6	按国家和接受者/受益者划分的政治性捐赠的总值	--
	G4-SO7	涉及反竞争行为、反托拉斯和垄断做法的法律诉讼的总数及其结果	--
	G4-SO8	违反法律法规被处重大罚款的金额，以及所受非经济处罚的次数	--
	G4-SO9	使用社会影响标准筛选的新供应商的比例	--
	G4-SO10	供应链对社会的重大实际和潜在负面影响，以及采取的措施	--
	G4-SO11	经由正式申诉机制提交、处理和解决的社会影响申诉的数量	--
产品责任	G4-PR1	为改进现状而接受健康与安全影响评估的重要产品和服务类别的百分比	--
	G4-PR2	按后果类别说明，违反有关产品和服务健康与安全影响的法规和自愿性准则（产品和服务处于其生命周期内）的事件总数	--
	G4-PR3	机构关于产品和服务信息与标识的程序要求的产品及服务信息种类，以及需要符合这种信息要求的重要产品及服务类别的百分比	--

G4-PR4	按后果类别说明，违反有关产品和服务信息及标识的法规及自愿性准则的事件总数	--
G4-PR5	客户满意度调查结果	--
G4-PR6	禁售或有争议产品的销售	--
G4-PR7	按后果类别划分，违反有关市场推广（包括广告、推销及赞助）的法规及自愿性准则的事件总数	--
G4-PR8	经证实的侵犯客户隐私权及遗失客户资料的投诉总数	--
G4-PR9	如有违反提供及使用产品与服务的有关法律法规，说明相关重大罚款的总金额	--

ESG 对照表

指标分类	指标内容	披露情况	
A. 环境			
层面 A1: 排放物	<p>一般披露</p> <p>有关废气及温室气体排放、向水及土地的排污、有害及无害废弃物的产生等的：</p> <p>(a) 政策；及</p> <p>(b) 遵守对发行人有重大影响的相关法律及规例的资料。</p> <p>注：废气排放包括氮氧化物、硫氧化物及其他受国家法律及规例规管的污染物。</p> <p>温室气体包括二氧化碳、甲烷、氧化亚氮、氢氟碳化合物、全氟化碳及六氟化硫。</p> <p>有害废弃物指国家规例所界定者。</p>	P53-58	
	关键绩效指标 A1.1	排放物种类及相关排放数据。	--
	关键绩效指标 A1.2	温室气体总排放量（以吨计算）及（如适用）密度（如以每产量单位、每项设施计算）。	--
	关键绩效指标 A1.3	所产生有害废弃物总量（以吨计算）及（如适用）密度（如以每产量单位、每项设施计算）。	--

指标分类	指标内容		披露情况
	关键绩效指标 A1.4	所产生无害废弃物总量（以吨计算）及（如适用）密度（如以每产量单位、每项设施计算）。	--
	关键绩效指标 A1.5	描述减低排放量的措施及所得成果	P53、P70-71
	关键绩效指标 A1.6	描述处理有害及无害废弃物的方法、减低产生量的措施及所得成果。	P53、P70-71
层面 A2: 资源使用	<p>一般披露</p> <p>有效使用资源（包括能源、水及其他原材料）的政策。</p> <p>注：资源可用于生产、储存、运输、楼宇、电子设备等。</p>		--
	关键绩效指标 A2.1	按类型划分的直接及或间接能源（如电、气或油）总耗量（以千个千瓦时计算）及密度（如以每产量单位、每项设施计算）。	--
	关键绩效指标 A2.2	总耗水量及密度（如以每产量单位、每项设施计算）。	--

指标分类	指标内容		披露情况
	关键绩效指标 A2.3	描述能源使用效益计划及所得成果。	-
	关键绩效指标 A2.4	描述求取适用水源上可有任何问题，以及提升用水效益计划及所得成果。	--
	关键绩效指标 A2.5	制成品所用包装材料的总量（以吨计算）及（如适用）每生产单位占量。	P53
层面 A3： 环境及天然资源	一般披露 减低发行人对环境及天然资源造成重大影响的政策。		P54-57
	关键绩效指标 A3.1	描述业务活动对环境及天然资源重大影响及已采取管理有关影响的行动。	P55-56
B. 社会			
雇佣及劳工常规			
层面 B1：雇佣	一般披露 有关薪酬及解雇、招聘及晋升、工作时数、假期、平等机会、多元化、反歧视以及其他待遇及福利的： (a) 政策；及 (b) 遵守对发行人有重大影响的相关法律及规例的资料。		P26-28
	关键绩效指标 B1.1	按性别、雇佣类型、	P26

指标分类	指标内容		披露情况
		年龄组别及地区划分的雇员总数。	
	关键绩效指标 B1.2	按性别、年龄组别及地区划分的雇员流失比率。	--
层面 B2: 健康与安全	一般披露 有关提供安全工作环境及保障雇员避免职业性危害的： (a) 政策；及 (b) 遵守对发行人有重大影响的相关法律及规例的资料。		P27-28
	关键绩效指标 B2.1	因工作关系而死亡的人数及比率。	--
	关键绩效指标 B2.2	因工伤损失工作日数。	--
	关键绩效指标 B2.3	描述所采纳的职业健康与安全措施，以及相关执行及监察方法。	P27-28
层面 B3: 发展及培训	一般披露 有关提升雇员履行工作职责的知识及技能的政策，描述培训活动。 注：培训指职业培训，可包括由雇主付费的内外部课程。		P29-31
	关键绩效指标 B3.1	按性别及雇员类别（如高级管理层、中级管理层等）划分的受训雇员百分	--

指标分类	指标内容		披露情况
		比。	
	关键绩效指标 B3.2	按性别及雇员类别划分，每名雇员完成受训的平均时数。	--
层面 B4: 劳工准则	一般披露 有关防止童工或强制劳工的： (a) 政策；及 (b) 遵守对发行人有重大影响的相关法律及规例的资料。		P26
	关键绩效指标 B4.1	描述检讨招聘惯例的措施以避免童工及强制劳工。	P26
	关键绩效指标 B4.2	描述在发现违规情况时消除有关情况所采取的步骤。	--
层面 B5: 供应链管理	一般披露 管理供应链的环境及社会风险政策。		--
	关键绩效指标 B5.1	按地区划分的供货商数目。	--
	关键绩效指标 B5.2	描述有关聘用供货商的惯例，向其执行有关惯例的供货商数目、及有关惯例的执行及监察方法。	--
层面 B6: 产品责任	一般披露 有关所提供产品和服务的健康与安全、		P20-22

指标分类	指标内容		披露情况
	广告、标签及私隐事宜以及补救方法的： (a) 政策；及 (b) 遵守对发行人有重大影响的相关法律及规例的资料。		
	关键绩效指标 B6.1	已售或已运送产品总数中因安全与健康理由而须回收的百分比。	P20-22
	关键绩效指标 B6.2	接获关于产品及服务的投诉数目以及应对方法。	--
	关键绩效指标 B6.3	描述与维护及保障知识产权有关的惯例。	--
	关键绩效指标 B6.4	描述消费者数据保障及私隐政策，以及相关执行及监察方法。	--
层面 B7: 反贪污	一般披露 有关防止贿赂、勒索、欺诈及洗黑钱的： (a) 政策；及 (b) 遵守对发行人有重大影响的相关法律及规例的资料。		P66-67
	关键绩效指标 B7.1	于汇报期内对发行人或其雇员提出并已审结的贪污诉讼案件的数目及诉讼结果。	--

指标分类	指标内容		披露情况
	关键绩效指标 B7.2	描述防范措施及举报程序，以及相关执行及监察方法。	P66-67
社区			
层面 B8: 社区投资	一般披露 有关以小区参与来了解营运所在小区需要和确保其业务活动会考虑小区利益的政策。		--
	关键绩效指标 B8.1	专注贡献范畴（如教育、环境事宜、劳工需求、健康、文化、体育）。	--
	关键绩效指标 B8.2	在专注范畴所动用资源（如金钱或时间）。	--

意见反馈表

尊敬的读者：

非常感谢您百忙之中阅读 TCL《2015 年可持续发展报告》。我们真诚地期待您对本报告进行评价，提出宝贵的意见，以便我们持续改进社会责任工作，提高履行社会责任工作能力与水平！我们将仔细听取您的反馈意见并致以衷心的感谢！

您可选择以下方式反馈您的意见：电话：0755-33313825

邮寄：广东省深圳市南山区高新南一路 TCL 大厦 B 座 14 楼 TCL 集团股份有限公司企业社会责任组

电子邮箱：csr@tcl.com

选择性问题：（请在相应的位置选择打“√”）

1. 您对报告的总体印象是：

很好 较好 一般 较差 很差

2. 您认为报告中所披露的社会责任信息质量：

很高 较高 一般 较低 很低

3. 您认为报告结构：

很合理 较合理 一般 较差 很差

4. 您认为报告版式设计和表现形式：

很好 较好 一般 较差 很差

5. 您认为本报告可读性：

很好 较好 一般 较差 很差

开放性问题的：

您对《TCL2015 年可持续发展报告》的宝贵意见与建议，欢迎提出：



创意感动生活
The Creative Life

社会责任报告

TCL 集团股份有限公司

地址：广东省深圳市南山区高新南一路 TCL 大厦 B 座 14 楼

电话：0755- 3331 3825

网址：<http://www.tcl.com/>

E-mail: csr@tcl.com



TCL 企业社会责任官网



TCL 公益基金会官网