

*The Creative Life* ——创意感动生活。

没有平凡的生活，只有平凡的生活方式。TCL 运用全球设计资源和犀利的洞察能力，将好的设计带进生活；将充满灵感的思考、技巧、形状引进人们的生活；让每一个渴望精彩生活的人，都得到精彩不凡的使用体验。



创意感动生活  
The Creative Life

广州2010年亚运会合作伙伴

TCL 集团股份有限公司

2008 年度社会责任报告书

## 前言

TCL 集团作为一家全球领先的消费电子企业，在发展壮大的过程中，不断为股东创造价值，同时也对国家和社会的全面发展、自然环境和资源，以及股东、债权人、职工、客户、消费者、供应商、社区等利益相关方承担相应的社会责任，实现公司与社会的和谐、协调、统一，可持续发展。

本报告是公司根据《深圳证券交易所上市公司社会责任指引》的规定，结合公司在履行社会责任方面的具体情况编制的，并经 2009 年 3 月 24 日召开的公司第三届董事会第十二次会议、第三届监事会第四次会议审议通过。



电灯，驱走了黑暗；  
电话，让人与人更亲近；  
电视，打开一个全新的世界；  
网络，把天涯送到眼前。  
任何伟大的发明，  
都源自灵光一闪的想法。  
点点滴滴的创意，  
汇成人类进步的动力，  
带我们一直向前。

我们要为创意喝彩，  
我们要每一点努力、每一次产出、每一个行动……  
都燃烧创意的火焰。  
让心声一弹指就飞跃大海；  
让亲人一眨眼就汇聚眼前；  
让时光一抬手就即刻凝固；  
让四季一转念就任意更迭……  
让我们的创意之光，  
照亮生活的每个角落！

因为我们相信：  
是奇思妙想，让世界大不一样。  
创意感动生活 TCL

创意感动生活  
The Creative Life





# 创意感动生活 The Creative Life

## 一、综述

### (一)、公司价值观与理念

企业愿景：

成为受人尊敬和最具创新能力的全球领先企业

企业价值观：

诚信尽责 · 公平公正 · 变革创新 · 知行合一 · 整体至上

企业使命：

为顾客创造价值 为员工创造机会 为股东创造效益 为社会承担责任

企业精神：

敬业、诚信、团队、创新

## （二）、高度的社会责任感、不断提高的企业社会责任形象

2008 年，公司在各个方面积极主动履行社会责任，真诚回馈社会，得到广泛赞誉和肯定。

### 1、关注教育、服务社会

公司一贯注重参与所在地区的教育事业，期内，公司被中共惠州市委、惠州市人民政府授予“尊师重教先进单位”。



2008 年 12 月 5 日，公司“飞鹰计划”——希望小学义务助教活动中奔赴三所希望小学助教的 6 名志愿者获得了五星级志愿者殊荣。

在线教育作为公司 4C 融合产业布局的重要组成部分，始终坚持以优质的师资、完善的教学渠道服务社会，2008 年公司在线教育主体“奥鹏”获中国“十佳网络教育机构”第一名。

同时，2008 年公司在人力资源方面先后获得了“第五届中国大学生最佳雇主”（中华英才网）、“最佳战略合作伙伴”（中国人才热线）、“中国最受欢迎雇主”（中国人才热线）、“最佳人力资源管理典范企业”（前程无忧）等殊荣。通过校园招聘和社会招聘等多渠道的宣传与推广，公司在大学生乃至社会上获得了广泛的认可和好评。

### 2、积极应对挑战，保障就业，

面对 2008 年突然而至的金融危机，目前对企业来讲，最大的社会责任就是不裁员、保障就业。公司以实际行动应对挑战，在积极推动组织优化的同时，发挥了大型企业在促进就业和维护社会稳定方面所起的关键作用。



### 3、用户的满意是企业发展的基石

公司在提高用户满意度上始终坚持高标准、高质量的态度，获得社会各界的广泛好评。2008年TCL手机获用户满意服务奖，公司荣获“中国最佳服务创新奖”、“中国最佳客户服务中心”、“中国最佳客户服务管理团队”称号。TCL多媒体中国业务中心员工荣获“中国消费电子行业优秀客服”称号。

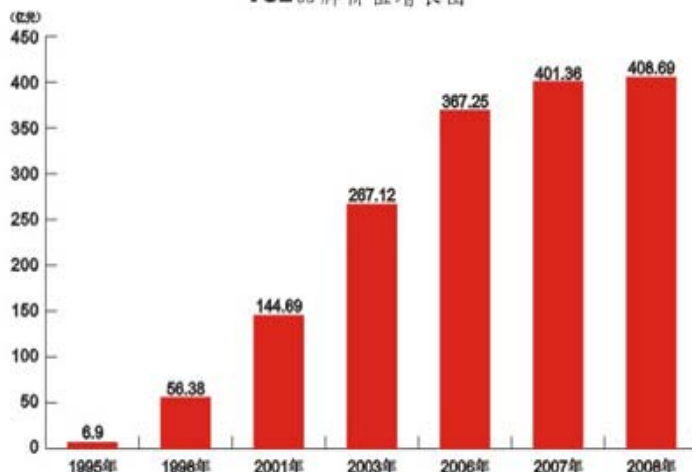
2006—2008年度所获全国性服务表彰及荣誉如下表：

时间	颁发单位	获奖名称
2008年12月	中国家电维修协会	2008年度中国平板电视 服务顾客满意十大品牌
2008年6月	中国信息协会、中国服务贸易协会	中国最佳客户服务中心
2008年3月	中国电子商会/315 消费电子投诉网	2007年度中国消费电子行业售后服务满意单位
2007年11月	人民网	最佳服务质量奖、最佳服务规范奖
2007年6月	中国电子商会消费电子产品售后服务专业委员会	2006-2007年度中国消费电子产品售后服务十佳企业
2007年7月	中国最佳客户服务评选组委会	中国最佳客户服务中心奖
2007年5月	中国家用电器维修协会	中国家用电子电器维修服务行业突出贡献奖-服务技术创新奖
2006年10月	中国消费者报	售后服务先进单位
2006年7月	中国最佳客户服务评选组委会	中国最佳客户服务中心奖

### 4、企业品牌形象不断提升

2008年11月，睿富全球排行榜在纽约发布“中国最有价值品牌排行榜”，TCL品牌以408.69亿元人民币夺得中国彩电业第一品牌。年内，在美国《财富》杂志2008“最

TCL品牌价值增长图



受赞赏的中国公司”排行榜评选中，公司继 2007 年之后再次获此殊荣，成为 25 家“最受赞赏的中国公司”之一。同年 4 月，中国彩电业年度行业总评揭晓，公司一举夺得“中国数字电视年度国际成功大奖”、“年度液晶电视大奖”、“年度绿色健康产品大奖”以及“消费者最喜爱的彩电品牌”四项大奖。2008 年 11 月 20 日，公司董事长李东生获得了由德勤公司与 H O R A S I S “全球中国商务论坛”联合授予的“中国企业全球化特别贡献奖”；12 月 29 日，李东生先生获得由品牌中国产业联盟和海南省三亚市人民政府联合主办的“品牌中国 30 年 30 人”大奖。2008-2009 年度的 CES 消费电子品牌评选中，TCL 集团跻身全球第六位，一举斩获四项大奖：2008 年全球消费电子行业 50 强、2008 年全球电视机行业 20 强、2008 年中国消费电子行业 10 强、X9 系列液晶电视荣获 2008 年全球年度创新平板电视大奖，获奖数量和排名均居中国业内之首。

## 5、依法纳税

公司积极履行纳税义务，2008 年，公司上缴税金总额 12.72 亿元（其中：国税 6.46 亿元，地税 2.74 亿元，海关征收税项 3.52 亿元），为国家和地方财政税收作出了较大贡献。

## 6、积极履行“同盟”义务

作为“中国企业社会责任同盟”（CFCSR）的理事单位，2008 年，TCL 集团参与了众多同盟组织的相关调研、培训和试点项目，积极履行中国企业在社会责任方面的各项义务。

## 二、社会责任履行情况

### （一）、股东（投资者）与债权人权益保护

#### 1、建立健全了保护股东的机制

公司依据《公司法》、《上市公司治理准则》、《上市公司股东大会规范意见》、《上市公司章程指引》等法律法规以及《关于提高上市公司质量的意见》等文件，建立了较完善的治理结构并规范运作，同时围绕公司法人治理，完善制订或修订

有关规章制度，形成了完整的内控制度，建立了与投资者的互动平台，公平对待所有股东和投资者，信息披露公开、公平、公正，确保股东和投资者充分享有法律、法规、规章所规定的各项合法权益。

公司建立健全法人治理结构，建立了股东大会、董事会、监事会和经理层组织，形成权责明确、相互依存、相互协调、相互制衡、相辅相成、各司其责、各负其责的关系，构成一种相互配合、各展其能的现代企业管理体制。

报告期内，公司共召开股东大会 4 次，共审议通过议案 21 项、子议案 26 项。在涉及关联交易表决时，关联董事、关联股东均回避了表决。

## **2、建立健全了防止大股东违规占用资金的长效机制**

本公司《章程》中明确规定了公司的控股股东、实际控制人不得利用其关联关系损害公司利益。违反规定给公司造成损失的，应当承担赔偿责任。公司《章程》更明确载明制止股东或者实际控制人侵占公司资产的具体措施，董事、监事和高管维护公司资金安全的法定义务及相关人员违规时的处罚程序，建立了对大股东所持股份“占用即冻结”机制。公司的控股股东一直严格遵守各项制度规范的要求，没有超越董事会、监事会、股东大会直接或间接干预公司决策和经营活动。公司与控股股东严格做到“三分开，两独立”，各自独立经营核算、独立承担责任和风险。

公司自上市以来，与控股股东及其关联方未发生关联交易，不存在控股股东及其关联方资金占用的情况，也不存在期间占用期末返还、关联交易非关联化、假采购真占用等方式变相占用上市公司资金的情况。

## **3、建立健全了投资者关系管理机制**

公司自上市以来即勤勉开展投资者关系管理工作，为了加强公司与投资者之间的信息沟通，促进公司与投资者之间的良性关系，倡导理性投资，并在投资公众中建立公司的诚信形象，公司依法制订了《投资者关系管理制度》并严格执行。公司严格遵守国家法律、法规及深圳证券交易所对上市公司信息披露各项规定，充分披露涉及公司经营、发展信息，有利于投资者做出准确投资决策，公开、公平、公正对待所有投资者，高效率开展投资者关系管理，开展各种形式的投资者

关系活动，促进投资者对公司的了解和认同，实现公司价值最大化和股东利益最大化的战略管理行为。

公司具体实施投资者关系管理主要方式有：

(1) 通讯、电子信箱、电话

公司上市后将投资者关系联系地址和电话均设立在广东省惠州市，为方便投资者现场调研和电话沟通，公司于 2005 年 5 月 23 日将投资者关系联系地点转至深圳，并分别为董事会秘书和证券事务代表设立全新的热线电话。公司日均接听投资者电话咨询 40 余次

公司自上市始即设立了投资者关系专用电子信箱 [ir@tcl.com](mailto:ir@tcl.com)，该电子邮箱由专人管理，日均收取有效投资者咨询信件 20 余封，对于投资者的咨询和质询，公司均做出了及时的答复，绝大部分投资者均对公司的答复表示满意和理解。

(2) 董秘在线栏目

2008 年 7 月新浪网推出“董秘在线”栏目，公司成为该栏目第一家示范上市公司，并在新浪网财经首页显著位置设置快捷链接为投资者提供方便，实时提问。截至目前，公司董事会秘书已对投资者关心的 20 余个核心问题作出充分、准确的解答。公司将持续关注该在线平台，及时反馈投资者疑问。

请投资者登陆：<http://finance.sina.com.cn/bar/dmzx/000100.html>

(3) 月度销售数据发布

公司自 2004 年 1 月上市起，即坚持自愿、主动披露月度主要产品的销量，使投资者能够及时掌握公司的销售动态。作为国内第一家以自愿性信息披露形式向投资者汇报销售现状的上市公司，公司通过透明、公开的态度和工作方式不断的完善投资者关系管理水准。

(3) 公司依法召开年度股东大会和临时股东大会，依法刊登股东大会召开通知公告，在股东大会上专门安排时间由公司董事长和其他高管人员与股东们进行面对面的交流，在不违反信息披露制度的前提下回答股东所关心的问题。

(4) 此外，公司还通过投资者见面会或推介活动会、直接接待机构或个人



投资者的来访实地参观、公司高管人员直接接受媒体的采访等活动，让投资者了解公司发展经营情况。

公司良好的投资者关系管理水平在过往历年均获得各界的认同和赞赏。

2005年6月，“首届中国投资者关系年会暨2004年度中国A股公司投资者关系评选”活动中，本公司获投资者关系“优秀大型公司”奖。

2007年1月，和讯网“财经风云榜”评选活动中，本公司获“2006年度最佳投资者关系”奖。

2007年3月，“大智慧杯”2006年度中国证券投资者年度评选活动中，本公司获“十佳最亲切董事会秘书”奖。

2008年11月，由中国上市公司投资者关系管理研究中心独立发起的“2007年A股上市公司投资者关系评选”经过为期两个多月的问卷调查和专家评定，本公司获得“2007中国A股上市公司投资者关系百强”奖。

2009年1月，和讯网举办“财经风云榜”评选活动公开评选“2008年度最佳投资者关系上市公司”，本公司获得“2008年度最佳投资者关系上市公司”奖。

## **(二)、对债权人权益的保护**

公司在注重对股东权益保护的同时，高度重视对债权人合法权益的保护，严格按照与债权人签订的合同履行债务，及时通报与其相关的重大信息，保障债权人的合法权益。

## **(三)、职工权益保护**

公司十分重视职工权利的保护，依据《公司法》和《公司章程》等的规定，建立职工监事选任制度，确保职工在公司治理中享有充分的权利；支持工会依法开展工作，建立了职工代表大会制度，对薪酬、福利、社会保险等涉及职工切身利益的事项，通过职工代表大会等形式征求职工的意见，关心和重视职工的合理

需求；设立董事长信箱，聆听员工的声音、征求创意等等，通过各种方式和途径，构建和谐稳定的关系。公司创办了内部杂志《TCL 动态》，搭建起公司和员工沟通的桥梁，使之成为公司内部交流经验、通报信息、展示成就、表彰先进、鼓舞士气的重要平台。公司设立了“员工论坛”，全体员工均可登陆论坛自由发表对公司发展的意见和建议，员工论坛为员工、管理层搭建了信息交流、反馈的重要渠道。

公司为了维护员工切身利益，为员工购买了多项福利，包括法定福利、公司内部福利和其它福利。法定福利项目包含社会基本保险和住房公积金。社会基本保险包括社会基本养老保险、基本医疗、工伤保险、失业保险、生育保险、补充医疗保险六项。住房公积金按国家规定的比例，由公司缴费和员工缴费组成。公司内部福利项目包含补充养老保险和补充医疗保险。补充养老保险按公司规定的比例，由公司缴费和员工缴费组成。补充医疗保险按公司规定的比例，由公司缴费组成。其它福利项目包含体检、生日活动、独生子女慰问、发放节日礼物等。为保障员工身体健康，使工作生活两平衡，每年举行一次免费体检；每季度组织员工生日活动；六一儿童节发放独生子女慰问；春节、中秋等节日发放节日礼物。

公司的人员培训着力于培训的系统性和体系化，现已逐步搭建起“鹰系”人才培养体系。“鹰系”人才培养体系的建立，标志着公司的人才培养进入了一个新的历史阶段，对未来有着深远的意义和影响。“鹰系”人才培养体系分为：A-雄鹰工程，主要针对集团决策层；B-精鹰工程，对象为“品正、绩优、高潜质的中层管理干部；C-飞鹰工程，聚焦于新任经理人及专业人才；D-雏鹰工程，对象是新入职应届毕业生。整个培养体系以公司管理者通用胜任力模型为基础，以“培养激励优秀，优秀铸造卓越”为理念，力求全方位提升管理人员的管理视野和领导能力。



作为人才培养新的尝试，公司还引入了导师制。雄鹰作为精鹰的导师，而精鹰又担任雏鹰的导师延续着这样的培养。推行导师制皆在企业内部推行支持性、合作性的领导风格。导师的言传身教，对学员是最好的培养；导师的提点与关切，对学员是最大的激励。为了将导师文化切实与企业经营相关联，公司还将导师制辅以行动学习项目在全集团内推广。以跨企业、跨行业、跨职能的团队学习方式展开，对当前面临的实际问题和挑战进行主题研究，全面提升解决问题的能力，将学习与行动真正相结合才能产生效益。



在培训方式上，公司也将不断尝试新的培训方式，满足全员个性化学习需求，如引入网络学习，把网络学习与个人发展、工作绩效提升紧密结合，增强培训的即时性与学习的便利性。

公司积极开展各项文化娱乐活动，丰富员工的业余文化生活。每隔年轮流举办员工运动会、文艺汇演活动，增强员工的团队合作意识和集体荣誉感。每年集团总部和各下属企业均举行不同规模的新春晚会，在欢庆节日的同时提升员工的士气，增强员工的凝聚力和向心力。公司的员工满意度以及人力资源管理水准受到社会各界的肯定，公司已把职工权益保护工作提升到战略层面，并将作为一项系统性的工作持续推进。

#### （四）、供应商、客户、消费者权益保护

公司不断追求一流品质，提升客户感受，诚信经营。为了保证供应商、客户和消费者的合法权益，公司严格控制产品质量，持续改善和提升产品品质，不断提高公司产品的美誉度和客户的满意度；不断完善售后服务，给客户专业、快捷、贴心的服务；各产业定期召开经销商大会，加强互通，实现共赢；在不断

提高公司效益的同时，更赢得了供应商、客户、消费者对公司的认可和赞誉。

### **1、制定严格内控制度，有效防止商业贿赂。**

公司为了加强公司供应商业务合作中员工职业行为规范，公司对各控股子公司分别制定了符合其经营情况各类行为规范制度，就供应商的选择、员工与供应商业务合作需遵守的原则、特别规定、处罚规定等方面做出了明确规定。

其中在供应商的选择上要求对能够协助公司为客户提供“更好的产品，更好的服务”，每个潜在供应商都将有机会得到公正的评估；优先选择那些能够在产品价格、质量、交货期、技术、服务等方面向公司提供最高满意度产品的供应商；注重与公司保持持续稳定的协作关系的供应商；供应商最后的确定取决于该供应商提供的服务、产品是否能最大限度的满足公司的要求。

在员工与供应商业务合作需遵守的原则上明确规定严禁员工为谋私利选择供应商，损害公司利益；不得为个人私利与供应商进行私下交易，利用职务上的便利收受利益或向供应商索取馈赠；无论是在职或离职的员工都必须严格保守公司的商业秘密，包括公司产品规划、平台选择、资源配置及公司其他商业秘密；员工在职期间不得在公司的竞争对手（或供应商）处兼职；员工不得从事与公司业务相竞争的业务。如：自己在外开公司，然后以供应商的身份来参与公司的项目，从中谋利；员工不得通过不正当手段让自己或亲戚朋友所开公司中标，不得以高于市场的价格开展采购业务，为自己和他人谋利；不得以个人或者通过他人持有供应商的任何股权（上市公司公开买卖除外，但同时不得通过供应商获取内幕消息牟利）；不得与供应商或潜在供应商有任何形式上非公司层面的私人业务合作（包括其他行业的业务合作）；员工应注意保护供应商的技术机密与技术状态，避免供应商的技术机密从公司泄露到其它供应商，以免供应商之间产生纠纷，影响公司业务。各部门应当设置严格的运作程序，包括但不限于供应商送样的保管程序、向供应商提供设计样品的程序。

**2、为了维护客户、消费者权益，公司在产品质量、安全控制、售后服务等方面采取了多种具体措施，不断努力。**

#### **(1)、产品质量和安全控制**

公司始终不断追求高水平的产品质量及服务质量，良好的产品及服务质量是企业不断发展的基础，是维护消费者权益的坚实基础。

在产品和服务质量控制方面，公司采取的主要措施包括：

各生产企业积极推行先进的质量管理体系，截至目前，本公司所有生产企业均已获得 ISO9001 质量管理体系认证，各企业从产品研发、物料采购、生产制造及售后服务等方面，严格按照质量管理体系要求进行控制，产品和服务质量在管理机制上得到很好保证。

公司总部实施对企业产品和服务质量的有效监控，督促企业不断提升产品和服务质量水平。各企业每月上报产品和服务质量状况数据，公司总部督促企业就异常趋势进行整改；公司总部定期对企业的质量控制措施进行审计，督促企业不断完善质量控制体系；公司总部不定期地组织企业进行质量管理经验交流，努力提升公司的整体质量管理水平。公司技术标准的制定和积淀，牢牢奠定了公司产品质量的竞争优势。



公司一直以来高度重视安全生产工作，尤其在 2008 年度，公司根据企业实际，建立了生产事故预防管理体系，完善了集团生产安全事故应急处理预案，加大了安全生产检查和安全隐患排查力度，并根据国家安全生产法律、法规，结合企业实际，建立了公司生产安全事故调查处理管理办法，完善了公司生产安全事故的报告、调查、责任追溯等管理机制，提升了公司和控股企业职工的安全生产意识。

## (2) 全天 24 小时维护消费者权益

公司秉承“顾客至上、用心服务”的态度维护消费者权益，通过“快捷、热情、专业”的服务宗旨，全天 24 小时不间断地满足消费者的需求，

公司在北京、上海、成都、西安、惠州设立了五个区域的“TCL 呼叫中心”，总规模达到 250 个座席，350 名客服代表。



公司呼叫中心采用先进的呼叫中心平台技术，集多媒体技术、IP 网络技术为一体，实现数据集中、语音智能路由、座席分布等先进功能。拥有专业的运作管理和质量管理体系，确保客户服务的效率和质量。公司竭诚为客户、消费者提供全天候 7×24 小时不间断的优质服务，并对售后服务质量进行监控，保证了用户在购买公司产品之后享受到满意周到的服务。

公司的“幸福快车服务连锁”在全国大中城市拥有近三百家统一标准的加盟店和遍布各地的三千多家特约维修店，拥有先进的质量管理和经营运作体系、技术支持体系，支援整个经营运作以及产品和备件的运营，保证了用户服务的质量和效率。



“TCL 手机移动天使”是公司面向移动通讯产品消费者的专业服务品牌，通过专业、快速、个性化、全天候的服务宗旨，力争让消费者、经销商、零售商对我们的服务满意。

另外，公司每年均聘请第三方机构对公司主导产品进行用户满意度评价，以顾客为中心，从第三方的角度动态监测各产品的用户满意度和产品质量，推动各产业持续改善顾客服务运作、提升客服水平和产品质量。根据用户满意度评价结果，各企业制订有针对性的质量规划和改进措施。通过对用户良好周到的服务和不断提高用户满意度的追求，维护消费者的合法权益，同时不断提升用户忠诚度。

### 3、主动承担社会责任，推广“家电下乡”

“家电下乡”是政府扩大内需、促进经济平稳发展、改善民生的一项重要举措，TCL 集团作为全球著名消费电子制造企业，有义务有责任也有能力积极做好“家电下乡”项目，TCL 为了此次“家电下乡”项目，整合全公司人力、物力资源，成立了专门的“家电下乡”项目组。针对农村市场展开深入的调研，开发出更适合农村使用的家电产品。如针对农村市场普遍存在着电视信号微弱、市场环境潮湿多尘、电压不稳定等客观制约因素，TCL 进行了专项技术攻关，推出“三防两超（防雷、防潮、防尘、超强信号接收、超宽电源）”，“节能”和“来电通”等创新型技术，深受农村用户的喜爱。



集团不但在技术上针对农村市场做出改进，还在销售环节中做了大量的工作，努力实现“产品下得去，服务上得来”的目标，为此，集团还建立了完善的家电下乡保障服务体系：

- 对县级区域服务网点覆盖率达到 100%。
- 设立“家电下乡绿色服务通道，服务热线 4008-123456 按 9”由“TCL 家电下乡专家服务团”接听，提供方言服务。
- “家电下乡农村市场推广宣传大篷车”宣传家电下乡惠民政策和各种家电知识。
- 开展“定时定点下乡巡回维修”服务、“节能新标准生活新选择”、“送文化技术下乡劳动人民致富大联欢”等活动。

#### （五）、环境保护与可持续发展

自公司成立以来，一直致力于环境保护与可持续发展的建设，通过节能降耗、治理污染，一方面有效地帮助了公司管理环境风险，减少环境暴露，防止环境事

件的发生，保护环境，为企业树立了良好的社会形象和信誉；另一方面，也为公司在降低生产经营成本，提高营业收入，以及可持续发展方面起到了很好的促进作用。

公司于 2004 年开始推行 ISO14001 环境管理体系，并通过德国莱茵 TUV 的审核认证。自推行环境管理体系以来，公司在环境的管理和控制方面取得了一定的成效：公司的界外噪声、生活废水、生活废气的排放，每年均通过当地环保部门的监测，监测结果全部符合法规标准要求；同时，自公司成立至今，从未出现过重大环保事件，从未受到过环保部门的处罚，且每年均获得了由当地环保部门颁发的环境保护守法企业证明；在节能降耗、污染防治、污染治理方面，公司每年都不惜重金投入用于环保投资和建设。为了减少纸张的用量，公司从 04 年开始，就持续不断地加大投入，购置和开发多个先进的电子化管理系统，以信息平台的运作来减少纸质文件的流转，使得公司对纸资源的消耗需求大幅度降低。

除了推行 ISO14001 环境管理体系以外，公司还推行了 HSPM 管理体系，积极引进节能环保的新工艺、新材料，同时对技术落后、浪费资源、污染环境的生产工艺、技术、设备实行了强制淘汰，公司于 2007 年完成所有产品和工艺的无铅化切换，所有产品均全部符合欧盟 ROHS 和 WEEE 的要求，在保护环境的同时，也为企业获得了良好的声誉。

针对水资源、电资源的消耗，公司内部通过管理体系的完善和持续改进，不断深化和细化内部管理，使得每年公司对水、电的消耗量均呈下降的趋势，特别是 2006 年以来，下降幅度尤为明显，与 06 年相比，2008 年公司的年人均耗电量同比减少 66%，月耗水量同比减少了 60%，在节能降耗方面，成效显著。

针对废物的回收和综合利用，公司均严格选取有资质的回收机构进行回收，并对废物的再利用情况实施严格的监控和跟进。

此外，2008 年 10 月，公司与专业环保企业广东奥美特集团成立合资公司“广东奥美特环保投资有限公司”，致力于废旧家电产品的无污染、资源化回收处理和利用，推进行业的规范发展。这是国内第一家电子信息企业携手专业环保企业实现产业化大循环的一次尝试，通过双方企业的优势互补，形成具竞争力的可持续发展模式，相信会为环境的改善、资源的最大化利用做出贡献。



企业通过废旧产品的处理再生利用，既可以缓解国内的资源压力，减少环境污染，提高资源的循环利用效率，又可有效降低企业成本，增强中国家电企业军团的产品竞争力，打造家电产品的逆向产业，实现企业的和谐、绿色循环、可持续发展。在环境保护方面，借助这个合作项目的启动，公司将更多地承担社会责任，向消费者、商业伙伴传递绿色产品、循环经济理念，共同推动中国的环保事业。

## （六）、公共关系及社会公益事业

### 1、关注贫困生，关心职业教育，鼓励员工积极回馈社会

本公司一直积极参与并支持社会公益活动，由本公司董事长李东生和夫人创建的华萌基金从2008年起，捐资250万元分5年在广东省惠州市实施“乡村教师烛光奖”表彰计划；捐资600万元资助华罗庚中学“华萌·宏志班”五届250名学生完成高中学业。公司连续三年参与由中国青少年发展基金会举办的“共同关注——希望工程圆梦行动”。公司还通过号召中高层管理人员自愿捐款等方式，积极帮助100余名惠州市的学生入读大学。



公司还通过号召中高层管理人员自愿捐款等方式，积极帮助100余名惠州市的学生入读大学。

2008年8月26日，公司举行“飞鹰计划”青年志愿者义务助教行动启程仪式。公司首批6名优秀青年志愿者奔赴惠州地区的矮光、房坑、花围3所TCL希望小学开展一个学期的全职支教工作，这是TCL集团扶持中国农村贫困地区教育事业的新尝试——从物质输出升级为物质与智力同时输出。2008年11月中旬，公司与矮光、房坑、花围三所希望小学的师生举行联谊活动并捐赠集团各企业员工捐款近5万元以及价值近3万元的书籍、篮球、羽毛球等一批文体用品。此次活动还组织了TCL9个员工家庭的小孩和希望小学学生结对交流，为帮扶活动增添了一个新亮点。未来，公司还努力输出更多的资源和优秀青年投入到这项活动中来，持续投入希望小学的教育事业。

### 2、支援灾区、众志成城

08 年春节期间南方地区的雪灾中，TCL 集团及全体员工累计捐助款物超过 700 万元人民币，其中 TCL 集团员工自发捐款 40 余万元用于雪灾中遭受损失的湖北省中小学教育系统的重建。公司对受到地震影响的员工提供积极的帮助，发放救助及慰问金 60 余万元，安排特别探亲假、报销往返路费等，并针对受灾的影响状况，提供心理的辅导与帮助。

5·12 汶川大地震后，公司全体员工通过捐款捐物等实际行动持续支持灾区的救灾和重建工作。迄今为止，TCL 集团及全球四万多名员工为抗震救灾捐助款



物超 1000 万元人民币。其中，TCL 多媒体成都基地医务室医生贺景娥在成都基地组织的抗震救灾工作及志愿者服务中表现突出，面对突如其来的自然灾害，临危不惧，勇敢坚强，不怕艰险，英勇奋战在抗震救灾的服务第一线，获成都市委组织部、宣传部、市人事局、妇联联合表彰“5·12”抗震救灾工作“三八”红旗手称号，成为该高新区唯一获此殊荣的优秀企业员工代表。

从 2008 年 8 月 4 日起，作为中国女子网球队的首席赞助商，公司的“爱心运动场”公益项目在四川都江堰、崇州、青川、彭州、绵竹等地陆续展开，公司向地震灾区捐助图书室、篮球、羽毛球、乒乓球、电视机等文体设施，并组织丰富多彩的文体活动，以温暖人心，聚焦力量，帮助灾区群众走出阴霾，重建家园。2008 年 11 月，中国女网球员郑洁拍卖 2008 年温网参赛的运动装备后与公司共同出资修建



了都江堰青山锦苑板房社区的爱心运动场，该运动场被命名为“TCL·郑洁 爱心运动场”。作为 TCL 与中国网球协会联合推出的网球关怀行动的一部分，“TCL·郑洁 爱心运动场”也成为公司实践“体育温暖心灵”灾后援助计划的重点项目之一。

通过体育运动帮助受灾群众重塑生活热情的方式，受到灾区群众的热烈欢迎，同时，作为支持灾区重建的重要公益活动，公司的爱心运动场活动还将在灾区持续进行下去，通过体育运动的方式帮助灾区群众重建心灵家园。

### 3、支持奥运、全民健身

从 2008 年 4 月开始，“TCL2008 家庭网球挑战赛暨网动生活嘉年华”在北京、上海、成都、武汉、南京、杭州、广州、深圳等八个城市陆续挥拍。相比其他赛事组织，TCL 网球社区挑战赛的最大特点是以社区家庭为参赛单位，在比赛之外，还将设置网球体验训练营以及网球娱乐竞技项目等众多活动，并选拔未来之星以接受专业网球培训，整个赛事覆盖了每个城市 10 个社区，有 16000 个家庭，48000 人参赛，同时，TCL 还将联合中国网协为每位参赛者颁发认证其网球水平的“网球护照”，并完整记录其日后水平晋级历程，以真正长远普及和提升国内网球运动水平。整个赛事以“支持奥运，全民健身”的目的，掀起了中国网球运动的热潮，达到了很好的效果。

随后，TCL 定制的 2008 网球大篷车也于 2008 年 9 月正式发车启程，开始了 5 地全程 5000 多公里的中国巡游。每到一地，大篷车车体展开成为面积达 1000 平方米网球互动嘉年华场地的中心，呈现给大家多项趣味盎然的网球竞技娱乐活动、网球技能培训和最新的时尚电子消费品体验，覆盖人群达到百万人次，使全民享受网球运动的乐趣。这种深入社区的草根网球也为贯彻国家的“全民健身与奥运同行”精神添上鲜亮的一笔。

### 三、履行社会责任情况的自我评价

2008 年度，尽管公司在股东权益保护、职工权益保护、供应商、客户及消费者权益保护、环境保护、社会公益事业等方面履行了社会责任并做出一定成绩，但社会责任履行状况需继续提高。公司作为全球知名的消费类电子企业，将承担

社会责任视作一项应主动尽承担的义务和职责。公司将主动接受监管部门、社会各界的监督，不断完善公司治理体系，提升社会责任管理体系的建设，继续支持社会公益，扶助弱势群体，促进公司和全球各区域经济的和谐发展，为和谐社会、和谐世界作出应有的贡献。

TCL 集团股份有限公司

2009 年 3 月 24 日