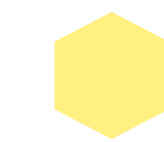
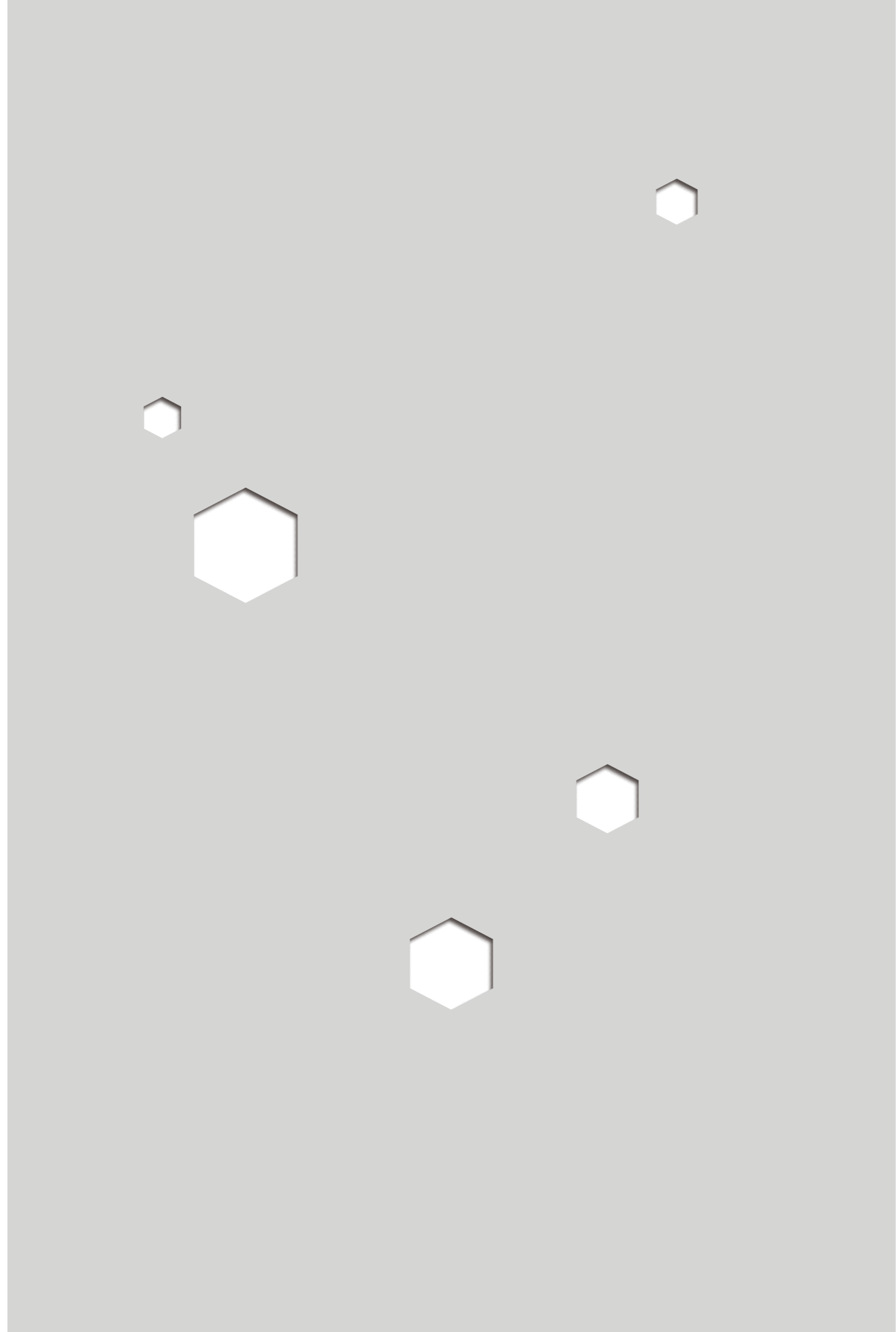
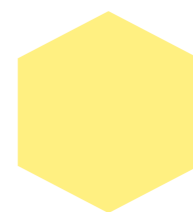
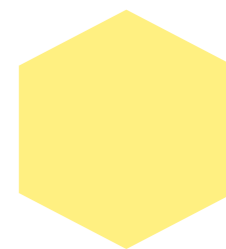


Nature, Human and Space



创造
与自然
相融合的
人类幸福生活空间



CONTENTS

04	CEO致辞
BUILDING SPACE	
07	公司简介
10	可持续发展经营
12	可持续发展经营核心成果及主要报告内容
EXPANDING SPACE	
16	经营成果及加强未来准备
26	环保产品
32	安全的营业场所管理
38	合作企业共同成长
44	社会贡献
SUSTAINABLE SPACE	
52	管理
56	人才经营
63	环境经营
68	质量经营
APPENDIX	
72	数据摘要
76	第三方审验报告
78	GRI G4.0/ISO 26000 Index
82	所加入的主要团体与机构

报告概要	“LG Hausys可持续发展报告2017”是LG Hausys的第六次可持续发展报告。通过本次报告,我们反映和披露了利益相关方对经济、环境和社会的关注与要求事项。今后,我们计划每年发布可持续发展报告,将其作为公开公司可持续发展成果,同时反映内外部利益相关方意见的沟通渠道。
报告期间	本报告记录了从2016年1月1日起至同年12月31日之间的经济、环境、社会活动与成果,董事会构成等部分内容则包含最新资料。对于部分定量数据,提供了最近3年(2014-2016年)的数据,以进行各年度趋势分析。
报告范围	本报告的范围是韩国总部与韩国境内营业场所。部分数据包含了中国、美国等海外当地法人的相关内容,且对与上一年度相比因数据范围及计算方式的改变而发生差异的部分另做了标注。财务数据是按K-IFRS标准,对LG Hausys及其子公司的成果以合并标准进行报告。
报告编写原则	本报告参照全球报告倡议组织(Global Reporting Initiative, GRI)G4指南的核心选项(Core Option)而编写,具体事项可在78-81页的GRI Index确认。
报告审验	本报告接受了独立第三方组织依据AA1000APS(2008)标准进行的审验,审验报告收录于76-77页。
咨询处	LG Hausys CSR业务组, 韩国首尔特别市永登浦区国际金融路10国际金融中心(One IFC)(邮政编码: 07326), 主页: http://www.lghausys.co.kr/ , 电子邮箱: csrteam@lghausys.com , 电话: (82) 02-6930-1577, 传真: (82) 02-6930-1586

LEADING THE VALUE OF SPACE

making space for a better life



CEO MESSAGE

LG Hausys将继续履行

与全球性企业地位相符的社会责任,

努力成为深受各利益相关方信赖与尊敬的企业。



(株)LG Hausys代表理事 吴长洙

吴长洙

各位，你们好！

今年LG Hausys发行了第六次可持续发展报告，记录了公司为实现可持续发展，在经济、环境和社会方面开展的各项活动以及所取得的成果。通过本报告，我们不仅向各位介绍了LG Hausys所进行的可持续发展活动，还希望将各位提出的宝贵意见反映到经营活动中。

LG Hausys 是韩国最大的建筑装饰材料企业，同时也是一家高性能材料和汽车配件企业。以核心技术为基础，正不断发掘节能门窗、静音地板材料、高性能隔热材料、汽车轻量化配件、人造大理石、高性能装饰膜等面向未来的增长动力项目。

2016年LG Hausys创下了销售额2.9286万亿韩元、营业利润1570亿韩元的经营成果。销售额和营业利润与2015年相比分别增加了9.0%和1.1%。我们认为这些成果得益于积极开展产品创新、成本创新、营业创新，实现了根本性的项目结构变化。

今年，LG Hausys将专注于培养市场领先业务，发掘新增长动力，为未来做好准备，并将加强执行力。公司计划在培养汽车材料配件这项主要业务和建筑装饰材料高端项目结构转换的大战略方向下，重点实施“在韩国市场占有率50%以上；在海外比重50%以上；改善制造成本；实现6σ质量；持续加强研发为未来做准备”这五大课题。

在强力的执行能力基础上，为了推动实质性变化，公司从2017年起将公司转换为“执行经营体制”，并大力推行这项体制。此外，今年还将集中检查所有营业场所的整体环境安全管理体系，大力开展提高生产率和质量创新活动。通过这些举措，加强开发质量，实现制造工艺创新，节省内外部失败成本，推出引领市场质量一流的产品。

LG Hausys的愿景是“创造与自然相融合的人类幸福生活空间”。带着为顾客的幸福空间负责的态度，以及创造全新生活价值的寓意，全体员工将为持续创造人性化环保产品和节能产品，并引领市场而不懈努力。

为了实现这个愿景，LG Hausys正在“执行经营”的基础上积极开展可持续发展活动。

第一，抢先获得绿色产品领导力。

继续保持提供节能环保建筑材料、汽车轻量化配件等绿色产品的“绿色身份(Green Identity)”，扩大市场上环保新产品的供应，不断增加获得国内外环保认证的数量。

尤其是高性能建筑用隔热材料“PF隔热材料”于业界首次获得“环保产品声明(EPD)”认证，ZEA消音地板和PF隔热材料连续三年获得“消费者评选的本年度绿色商品”奖，在增加绿色产品供货方面的成果也得到认可。

第二，为创造安全的营业场所环境而努力。

为了预防对营业造成重大影响事故，对国内外营业场所的设备及设施进行投资并开展自我检查活动。今年已对所有营业场所的环境安全管理体系全面进行了集中检查，管理层实施责任管理，开展旨在预防事故的实质性应对训练，努力构建安全的营业场所。

第三，实践与合作企业的共同成长。

为了实现与合作企业的共赢发展，持续扩大金融支援、事业支援、共同技术研发和成果共享制度，并不断与各合作企业进行沟通活动。此外，为了将支援范围扩大到2级以下合作企业，运营共生结算系统，为实现整体供应链的共同增长不断努力。

第四，通过社会贡献活动推动地区社会发展。

公司以自身所具有的力量为基础，开展各种地区社会贡献活动，如：独岛天然保护区守护者活动、为缅怀先烈的独立运动精神及护国报勋活动而进行的独立运动遗址和国家有功者居住环境改善活动、打造青少年公共设施及地区儿童中心的创造幸福空间活动等。

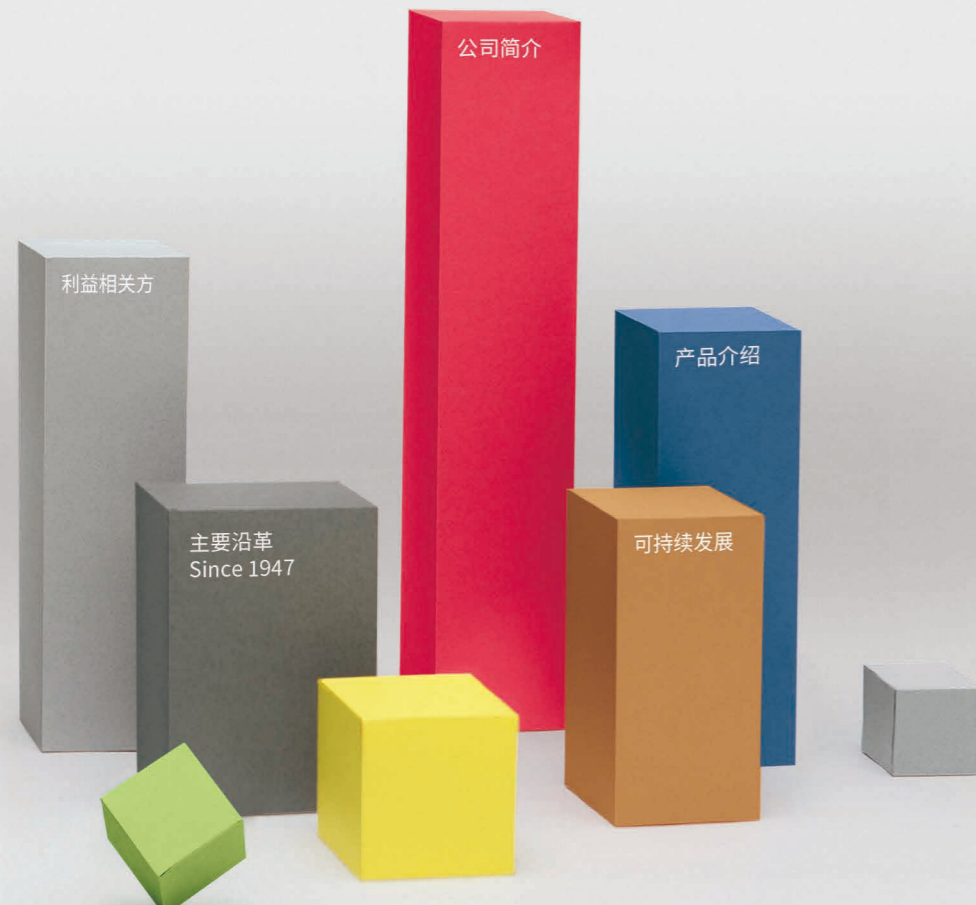
今后，LG Hausys也将继续履行与全球性企业地位相符的社会责任，努力成为深受各利益相关方信赖与尊敬的企业。期待您一如既往的关注与支持。

谢谢！

BUILDING SPACE

LG Hausys Overview

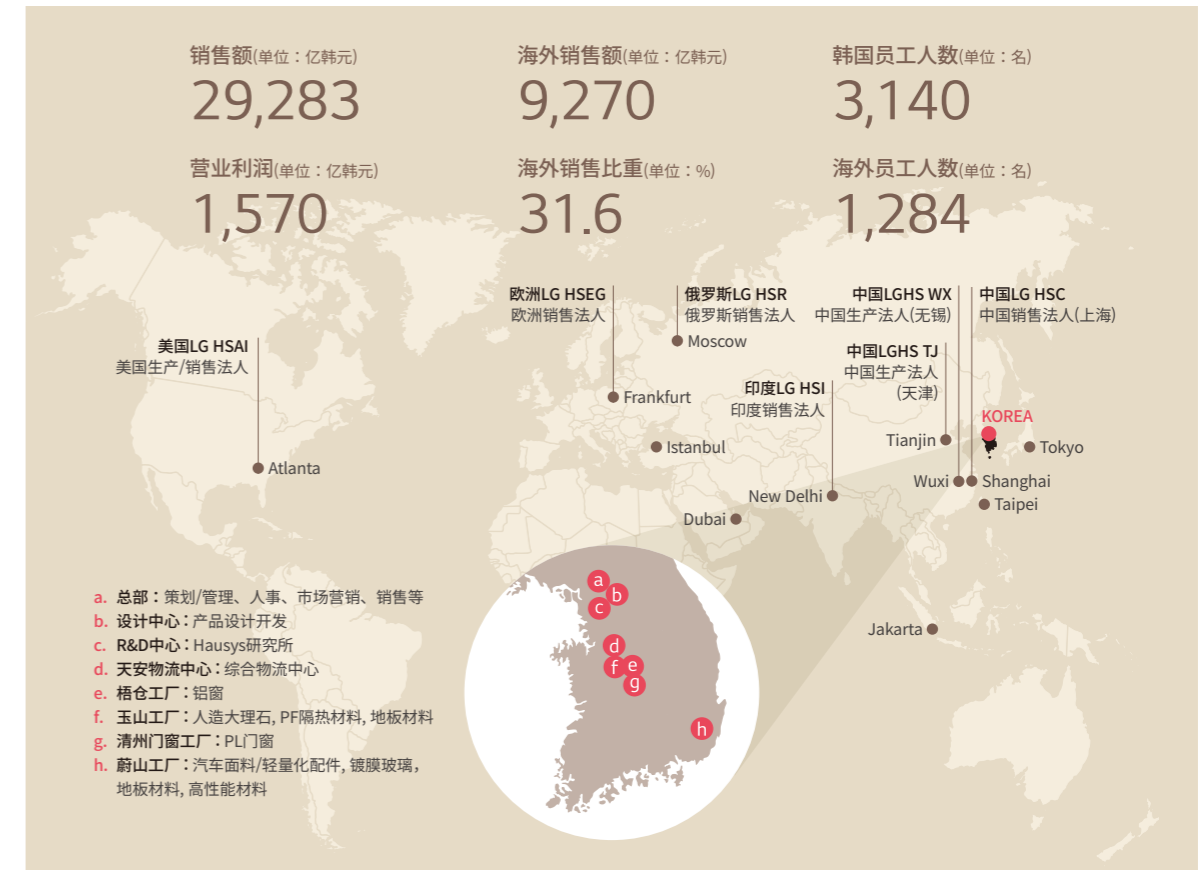
LG Hausys确立了可持续发展体系等，
以此为根基，
通过与利益相关方的持续沟通，
进一步巩固其作为可持续发展企业的地位与威望。



公司简介

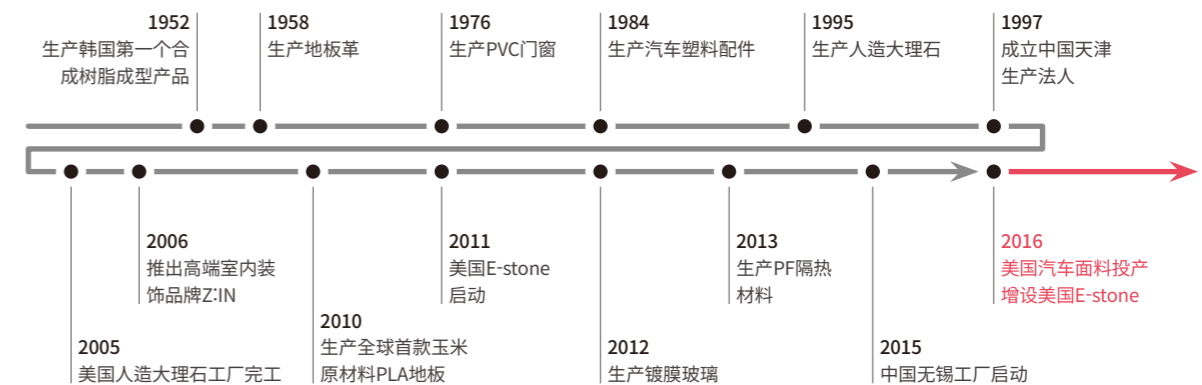
LG Hausys是韩国规模最大的建筑装饰材料企业，同时也是一家高性能材料和汽车材料配件企业。从领先市场的环保节能产品，到装点静止空间的装饰材料，乃至汽车面料和轻量化配件等移动空间，LG Hausys以差异化的功能与设计，缔造健康、美丽的生活空间，致力于成为让顾客满意，值得信赖的企业。

LG Hausys现状



主要沿革

THE MOTHER COMPANY OF LG GROUP SINCE 1947



产品介绍



建筑装饰材料

LG Hausys生产隔热性和耐久性卓越的门窗与镀膜玻璃、在表层使用天然材料制成的环保地板材料和壁纸、隔热性能优异安全防火的隔热材料,乃至深受全球知名建筑师喜爱的人造大理石、设计感与性能俱佳的装饰&装修薄膜等产品,创造健康安全的空间。

主要产品

门窗, 玻璃, 地板材料, 壁纸, PF隔热材料, 人造大理石&E-stone, 合成木材, 装饰薄膜, 家具贴膜, 装修薄膜



高性能材料

LG Hausys生产设计优秀的家电薄膜与广告用材料, 提高能效与空间效率性的真空隔热材料等, 创造美丽的空间。

主要产品

家电薄膜, Sign&Graphics, 真空隔热材料



汽车材料配件

LG Hausys提供以卓越性能与环保性深受好评的汽车面料、通过减轻重量以减少油耗的轻量化配件, 以及构成汽车内外部的零部件, 打造安全、舒适的驾驶空间。

主要产品

汽车面料、轻量化配件、汽车配件

可持续发展

LG Hausys在“创造与自然相融合的人类幸福生活空间”这一愿景下，推进可持续发展。为了发展成为深受社会信赖的企业，LG Hausys确立了可持续发展体系，以风险管理、社会贡献活动和与利益相关方沟通为中心开展各项活动。

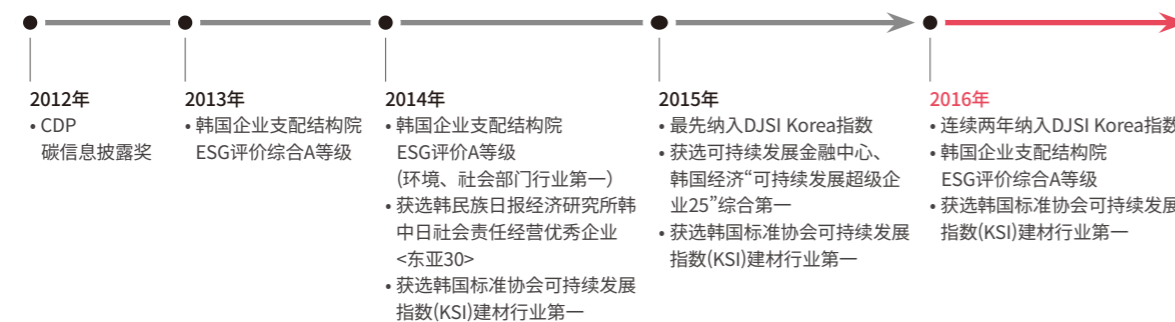
可持续发展推进体系



可持续发展路线图

	2015年 引进全球标准及项目差异化	2016年 CSR活动系统化	2017年 扩大CSR活动
风险管理	<ul style="list-style-type: none"> 引进全球CSR标准 - 引进可持续报告GRI G4 - 最先纳入DJSI Korea指数 本公司及合作企业风险管理 - 实施LG CSR自我诊断 - 评价合作企业时引进CSR标准 	<ul style="list-style-type: none"> 遵守全球CSR规范活动 - 制定全球劳动人权行动规范 - 制定合作企业CSR行动规范 本公司及合作企业风险诊断 - 实施LG CSR自我诊断及现场检查 - 实施合作企业CSR评价 	<ul style="list-style-type: none"> 实施CSR诊断及培训 - 定期实施CSR诊断及进行派驻人员 - 派驻前培训 合作企业风险预防活动系统化 - 增加现场检查比率
社会贡献	<ul style="list-style-type: none"> 爱国社会贡献活动 - 支援独立运动纪念馆改造 - 国家有功者居住改善活动 文化遗产保存活动 - 独岛天然保护区守护者活动 - 4大官等文化遗产环境保存活动 	<ul style="list-style-type: none"> 加强代表性活动 - 爱国社会贡献活动 - 独岛天然保护区守护者活动 - 创造幸福的空间 扩大地区社会及教育设施活动 - 台风“暹芭”受灾重建支援 - 支援大学化学工学系 	<ul style="list-style-type: none"> 充实现有项目及加强活动 - 爱国社会贡献及独岛守护者等 - 实施社会贡献活动评价及改善活动 发掘新项目 - 开发员工参与型及政府联结活动 扩大经济、社会成果 - 加强对内外交流

可持续发展有关获奖业绩



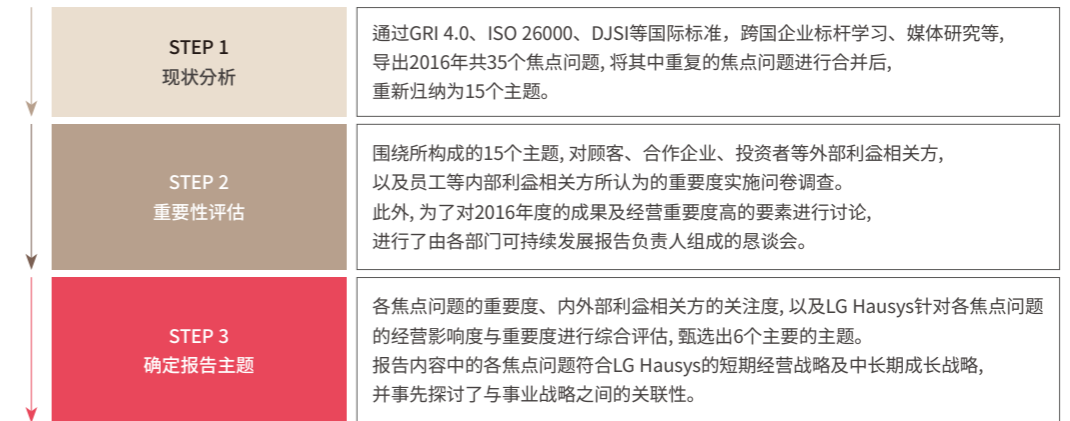
与利益相关方沟通及报告内容的决定流程

在影响经营活动的个人和组织中，考虑作用、影响力和责任等因素，LG Hausys将股东、投资者、员工、顾客、合作企业和地区社会定义为重要利益相关方。LG Hausys掌握了2016年中利益相关方的关注事项和期待事项，以主要活动为主收录在2017可持续发展报告中。

主要利益相关方及沟通渠道



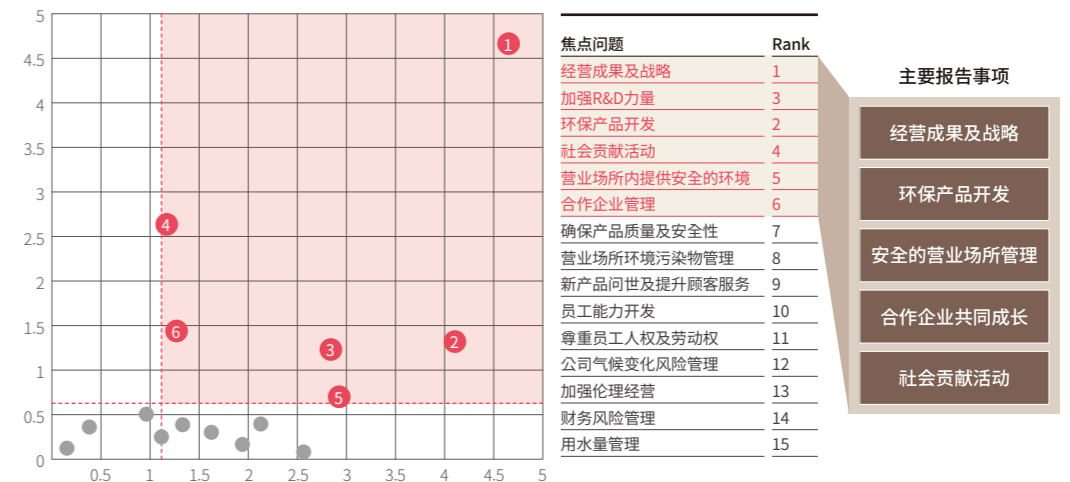
核心问题的导出过程



报告内容

2017可持续发展报告是第六次发行的报告，甄选并收录了利益相关方关注度高的焦点问题。

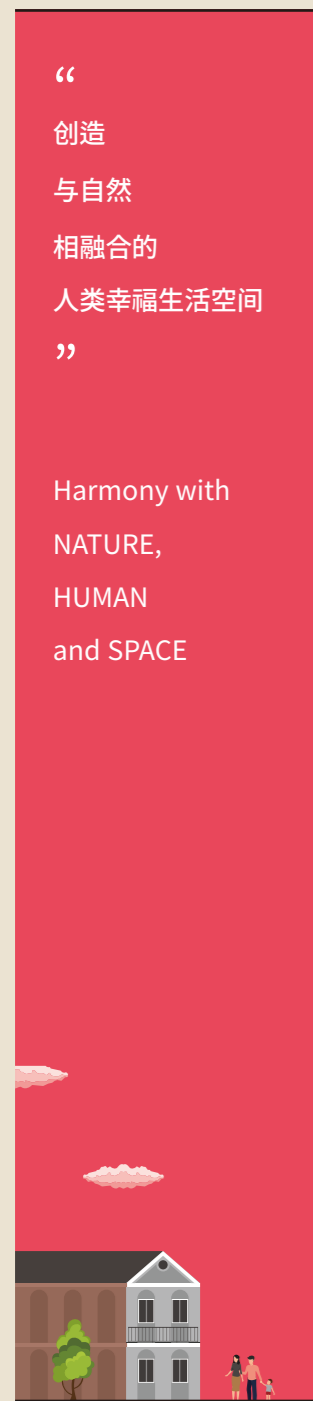
报告主题



可持续发展核心成果及主要报告内容

在2016年里,对LG Hausys内外部利益相关方产生最大影响的可持续发展核心问题是:经营成果及战略;加强R&D力量;环保产品开发;社会贡献活动;营业场所内提供安全的环境和合作企业管理。

LG Hausys以各领域的核心问题为中心制定中长期目标,通过一贯性地推进,最大限度地发挥每个项目的有效性。

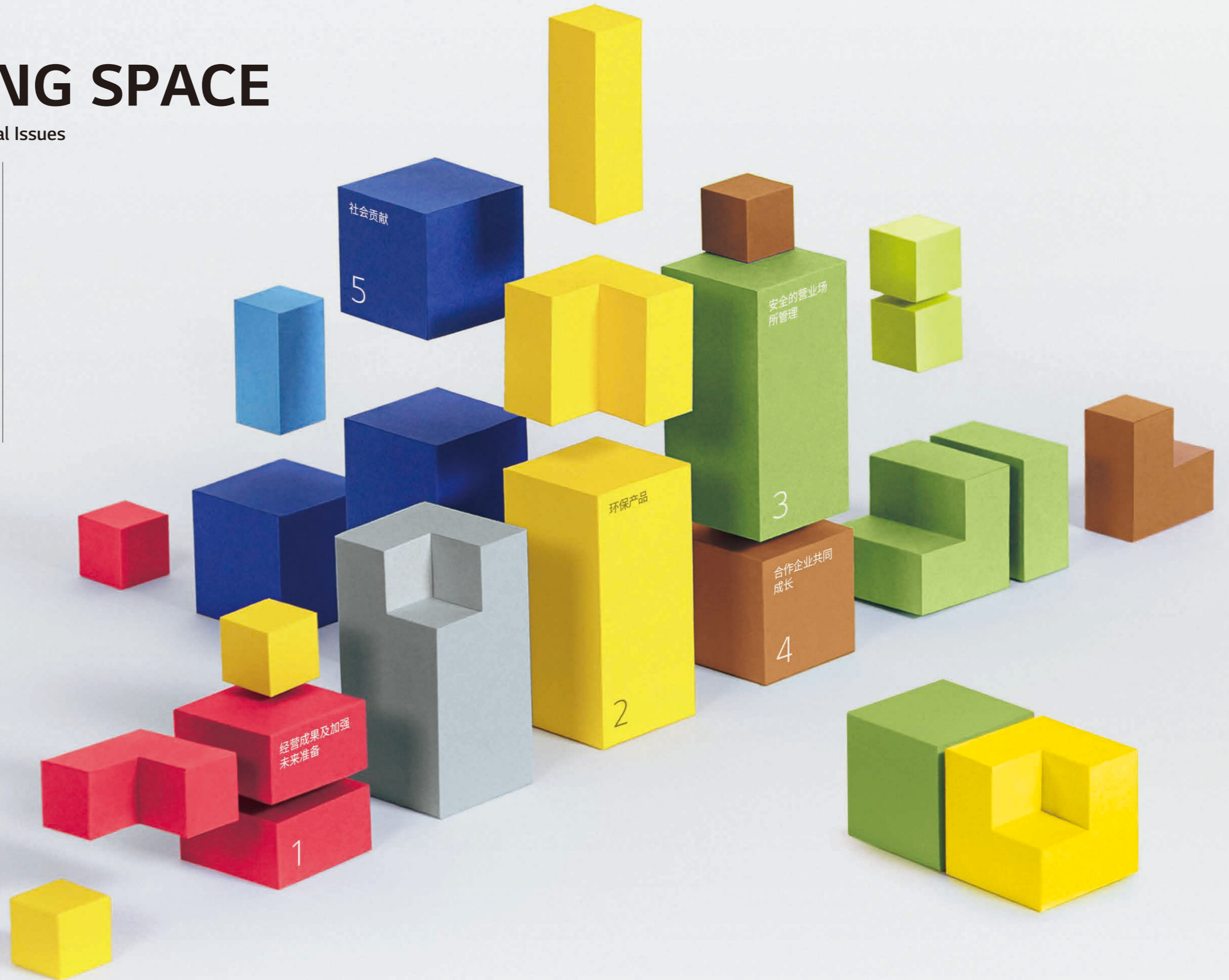


主要焦点问题	课题	2016主要成果	2017计划	中长期目标	报告页码 (GRI 4.0 Indicators)
经营成果及加强未来准备	培养汽车材料配件核心业务	<ul style="list-style-type: none"> 扩大汽车轻量化配件阵容 北美汽车面料工厂启动 	<ul style="list-style-type: none"> 轻量化配件加速增长 开发面料差异化产品并拓展市场 	<ul style="list-style-type: none"> 引领轻量化配件市场 在全球拓展面料市场 	P. 18-27
	建筑装饰材料高端业务结构转换	<ul style="list-style-type: none"> 开发出差异化节能产品及高端产品: 高隔热窗及PF隔热材料, E-stone销售额增加 	<ul style="list-style-type: none"> 持续提升节能产品性能及加强差异化高端新产品 	<ul style="list-style-type: none"> 继续引领韩国建材市场及占据海外比重50%以上 	
	提升R&D竞争力	<ul style="list-style-type: none"> 汽车材料配件 <ul style="list-style-type: none"> 汽车轻量化配件使用材料多样化及开发应用减少有害气体镀膜技术的汽车面料 建筑装饰材料 <ul style="list-style-type: none"> 开发防止火灾扩散用PF隔热材料(获得消防产业大奖) 	<ul style="list-style-type: none"> 汽车材料配件 <ul style="list-style-type: none"> 扩大汽车轻量化配件阵容, 开发实现天然皮革质感的面料 建筑装饰材料 <ul style="list-style-type: none"> 开发IoT应用窗等为顾客提供便利的产品 开发改善室内环境及加强安全功能产品 	<ul style="list-style-type: none"> 提高汽车轻量化技术力 通过研究未来居住环境, 开发下一代建筑装饰材料 获得核心技术, 通过开发差异化工艺/加工技术为未来做准备 加强Open Innovation, 以应对快速变化的技术环境 	
环保产品开发	扩大环保材料产品市场	<ul style="list-style-type: none"> 新产品问世: ZEA壁纸Fresh、卷材地板材料ZEA爱地板、ZEA地板原木、家具用薄膜等问世 	<ul style="list-style-type: none"> 扩大环保产品阵容 	<ul style="list-style-type: none"> 扩大环保材料新产品, 增加产品销售额 	P. 28-33 (DMA-能源, G4-EN3, EN5, EN6, EN7 DMA-用水, G4-EN8, EN9 DMA-排放, G4-EN15, EN16, EN18, EN19, EN20, EN21)
	增加节能产品	<ul style="list-style-type: none"> 新产品问世: 超级节能窗3、5、7系列, 耐火PF防火带问世 	<ul style="list-style-type: none"> 持续开发顾客便利高隔热窗、PF隔热材料 	<ul style="list-style-type: none"> 扩大节能新产品, 增加产品销售额 	
安全的营业场所管理	打造安全环境文化	<ul style="list-style-type: none"> 加强CEO现场经营活动及运营公司安全环境委员会 以全体员工为对象实施安全环境基本培训 安全作业标准化/引进体验培训 	<ul style="list-style-type: none"> 确立工作标准, 加强工作人员培训、训练 开展加强管理监督者能力的活动 	<ul style="list-style-type: none"> 加强管理层责任经营 确立全体员工安全环境培训体系 打造Safety Culture 	P. 34-39 (DMA-产业安全保健, G4-LA5, LA6, LA7, LA8)
	营业场所安全环境事故“Zero化”	<ul style="list-style-type: none"> 高危设备精密诊断及确立管理标准 实施安全环境计划诊断/主题诊断 构建Blocking System 	<ul style="list-style-type: none"> 加强现场危险因素检查体系 为确保设备安全性, 运营预审查流程(SE-Gate) 	<ul style="list-style-type: none"> 通过加强事先危险性评估和检查改善活动, 创造安全的工作场所, 保证业务连续性 	
	员工保健管理	<ul style="list-style-type: none"> 运营高血脂管理项目等推进增强健康活动 	<ul style="list-style-type: none"> 运营代谢症候群管理项目等, 强化增进健康活动 	<ul style="list-style-type: none"> 通过预防业务上的疾病及健康管理项目, 增进员工健康 	
合作企业共同成长	创造公平的交易环境	<ul style="list-style-type: none"> 扩大签署标准承包合同 加强承包交易事前及事后审查 改善中坚企业货款支付条件 	<ul style="list-style-type: none"> 扩大共同成长投资财源 加强不公平交易预防活动 	<ul style="list-style-type: none"> 通过遵守法规与守则, 构建合理、公平的交易惯例 	P. 40-45 (DMA-妨碍竞争行为, G4-SO7)
	加强合作企业根本性竞争力	<ul style="list-style-type: none"> 实施金融支援及技术、经营、培训支援 以合作企业为对象实施CSR诊断 选定美国法人合作企业CSR管理范围 	<ul style="list-style-type: none"> 扩大合作企业CSR管理对象 扩大共同成长支援并发掘额外课题 	<ul style="list-style-type: none"> 提高相互竞争力, 构建可持续发展的产业生态 	
	开放式沟通	<ul style="list-style-type: none"> 通过对在线采购系统“OPEN系统”升级, 实现业务流程透明化/标准化及拓宽沟通渠道 通过导入共赢结算系统, 构建2级合作企业支援体系 	<ul style="list-style-type: none"> 增加支持共赢结算系统的银行数 向1级合作企业提供生产率支持, 对优秀企业给予褒奖 对向2级合作企业付款提供支援现状进行监测 	<ul style="list-style-type: none"> 加强共同成长基础, 使健康的合作文化扎根 	
社会贡献活动	促进代表性项目	<ul style="list-style-type: none"> 独岛自然保护区守护者活动(2009年~至今) 创造幸福的空间(14处) 爱国社会贡献活动(尹奉吉纪念馆) 	<ul style="list-style-type: none"> 充实项目及加强活动 <ul style="list-style-type: none"> 爱国社会贡献及独岛守护者等 推进社会贡献活动评价及改善 	<ul style="list-style-type: none"> 根据中长期计划, 运营持续、内容充实的项目 	P. 46-51 (DMA-间接经济效果 DMA-地区社会, G4-SO1)
	社会贡献活动多样化	<ul style="list-style-type: none"> 国家有功者居住环境改善(6.25参战勇士扩大) 台风暹芭重建支援 	<ul style="list-style-type: none"> 发掘并推进新项目 <ul style="list-style-type: none"> 员工参与型项目等 	<ul style="list-style-type: none"> 运用人力、预算等企业力量, 开发并运营与行业特性及利益相关方相适应的项目 扩大有助于解决社会焦点问题的活动 	
	地区社会分享活动	<ul style="list-style-type: none"> 创造幸福的空间(2009~至今, 15处) / LG Happy Day / 传递爱心煤炭 / 一社一村/一川/一山活动 	<ul style="list-style-type: none"> 扩大员工才艺捐赠的参与 持续推进地区社会奉献活动 	<ul style="list-style-type: none"> 通过地区社会分享活动, 扩大与各利益相关方的交流, 提升企业形象 	

EXPANDING SPACE

Material Issues

LG Hausys以反映利益相关方关注事项
与需求事项的核心焦点问题为基础,
扩大利益相关方的参与和沟通,
制定积极的应对方案,
不断创造可持续的增长。



Business Performance and Preparation for the Future

经营成果和加强未来准备

尽管前端市场增长停滞不前,各业务部门竞争激烈, LG Hausys 仍然在艰难的经营环境中创下了销售额 2.9283 万亿韩元、营业利润 1570 亿韩元的经营成果。这是为了对项目结构进行根本性变化,积极推进产品创新、成本创新、营业创新活动的结果。今后,为了培养汽车材料配件的核心业务,实现建筑装饰材料高端业务结构的转换, LG Hausys 计划通过加强 R&D、扩大海外事业,持续为未来做准备。

2016 主要成果

销售额 (单位:亿韩元)	29,283	研发费用 (单位:亿韩元)	636
海外业务销售额 (单位:亿韩元)	9,270	获得国内外认证及奖项 (截至2017年4月累计/单位:项)	15
海外业务销售额比重 (单位:%)	31.6	获得世界3大设计大奖* (截至2017年2月累计/单位:次)	50

* iF设计奖、IDEA设计奖、reddot设计奖



成果及目标

<p>培养汽车材料配件核心业务 1</p> <p>2016 主要成果</p> <ul style="list-style-type: none"> 扩大汽车轻量化配件阵容 北美汽车面料工厂启动 <p>2017 计划</p> <ul style="list-style-type: none"> 加速发展轻量化配件 开发面料差异化产品及拓展市场 <p>中长期目标</p> <ul style="list-style-type: none"> 引领轻量化配件市场 在全球拓展面料市场 	<p>实现建筑装饰材料高端业务机构转换 2</p> <p>2016 主要成果</p> <ul style="list-style-type: none"> 开发差异化节能产品及高端产品:高隔热窗、隔热材料及E-stone销售额增加 <p>2017 计划</p> <ul style="list-style-type: none"> 继续提升节能产品性能,加强差异化高端新产品 <p>中长期目标</p> <ul style="list-style-type: none"> 继续引领韩国建筑装饰材料市场,占据海外比重50%以上 	<p>提升R&D竞争力 3</p> <p>2016 主要成果</p> <ul style="list-style-type: none"> 汽车材料配件 <ul style="list-style-type: none"> - 汽车轻量化配件材料多样化 - 开发应用减少有害气体镀膜技术的汽车面料 建筑装饰材料 <ul style="list-style-type: none"> - 开发防止火灾扩散用PF隔热材料(获得消防产业大奖) <p>2017 计划</p> <ul style="list-style-type: none"> 汽车材料配件 <ul style="list-style-type: none"> - 扩大汽车轻量化配件阵容 - 开发实现天然皮革质感的面料 建筑装饰材料 <ul style="list-style-type: none"> - 开发IoT应用窗等为顾客提供便利的产品 <p>中长期目标</p> <ul style="list-style-type: none"> 提高汽车轻量化技术力(扩大轻量化配件阵容) 通过研究未来居住环境,开发下一代建筑装饰材料 获得核心、源泉技术,加强Open Innovation为未来做准备
---	---	--



经营战略

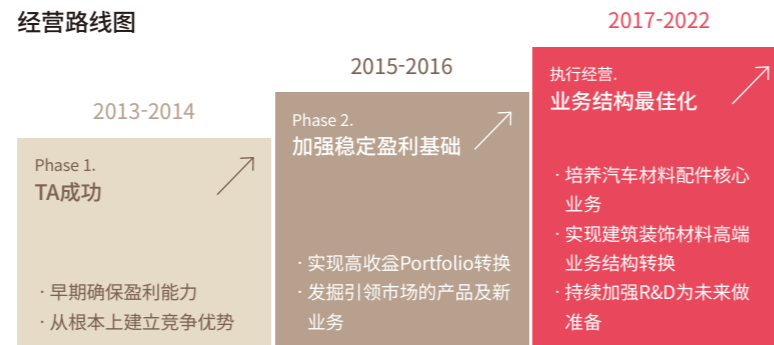
LG Hausys在过去的两年时间里改变了业务结构, 开发全新业务, 在实现业务结构高端化方面集中全力。今后, 公司计划在培养汽车材料配件这项主要业务和建筑装饰材料高端项目结构转换的大战略方向下, 重点实施“在韩国市场占有率50%以上; 在海外比重50%以上; 改善制造成本; 实现6σ质量; 持续加强研发为未来做准备”这五大课题。

执行经营*模式



* 执行经营是为了达成经营目标, 设立战略方向, 制定5大重点课题的执行计划, 为实现这一执行计划以执行经营模式为基础, 实质性行动的经营活动

经营路线图



市场展望及业务成果

LG Hausys由建筑装饰材料部门与高性能材料、汽车材料配件部门构成, 通过拓展业务、开拓新市场等方式, 销售额比2015年增长了9%。

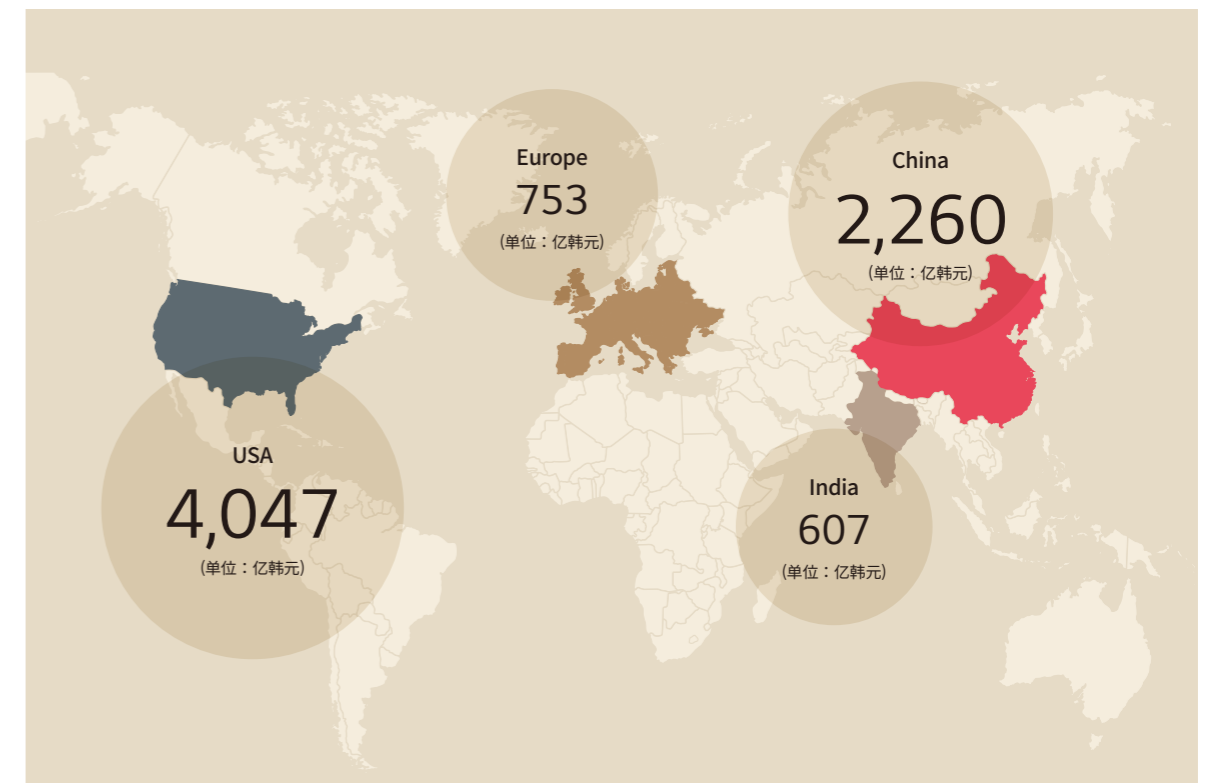
市场条件

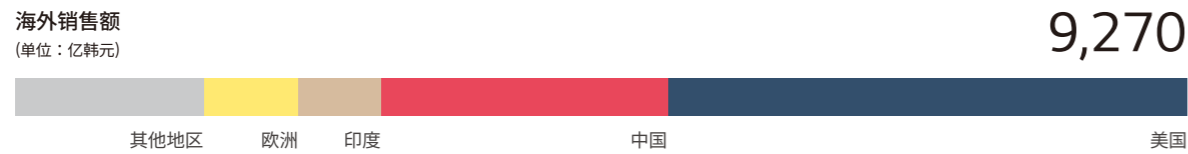
2016年韩国建筑市场因政府的不动产过热管制政策, 住宅交易量、公寓销售等主要建筑指标与前一年相比虽然有所减少, 但由于养老公寓的增加, 房屋修缮数量呈现增加趋势。预计今后以整体装修为中心的B2C业务部门将有所增长。此外, 政府筹建节能减排的环保住宅, 以及在建筑物避难、防火、耐火方面, 随着政府法制化标准的持续提高, 节能门窗、隔热性能及火灾安全性优秀的隔热材料需求将有望增加。

中国建筑市场虽然会因住宅供给过剩导致增长放缓, 但因政府推行环保节能建筑政策, 针对当地的高隔热产品需求预计将会增加。北美随着建筑行业复苏, 新住宅动工将有增加趋势, 由于居住用材料的高端化, 对环保及高级室内装饰材料的需求将持续增加。

汽车材料配件与高性能材料业务预计将以北美和新兴市场为中心, 在海外市场得以增长。随着汽车轻量化趋势, 为降低油耗而对高强度、轻量化配件材料的需求, 以及对环保、设计等感性质量的需求将有所增加。家电市场则将以高价高端产品为中心, 在印度等新兴市场获得增长。

各地区成果





USA 美国

北美地区是全球最大的室内装饰材料及汽车市场, 在这里我们主要开展以人造大理石、汽车面料等为中心的本地化战略。我们在美国乔治亚州拥有人造大理石和E-stone生产工厂, 2016年汽车面料工厂开始启动, 逐渐提高在美国市场的占有率。

2016地区销售比重 **44%**

CHINA 中国

在中国地区, LG Hausys以汽车材料配件和高性能材料开展业务的材料部门, 和门窗材料、地板材料等建筑装饰材料为中心开展业务, 凭借优秀的环保性, 2016年度在外资企业中首次连续4年获选“建材十大环保品牌”, 证明了公司产品的优秀性。目前, 高性能高光泽产品和地板材料产品在中国市场的占有率排名第一, 门窗材料在外资企业中也占据最大市场份额, 在中高端建材市场中占据着稳固地位。作为本地化的一个环节, 我们启动了天津工厂和无锡工厂, 从生产到流通为顾客提供差异化的价值, 天津工厂和无锡工厂都在持续改善环境/安全设备, 为打造环保工厂不懈努力。

2016地区销售比重 **24%**

INDIA 印度

印度是拥有12亿人口的全球最大新兴市场, 据评估其比中国具有更大的潜力, LG Hausys以家电薄膜与表面材料市场为中心, 正以颇具攻击性的姿态不断攻占印度市场。LG Hausys推出符合印度市场设计趋势的产品, 通过针对性的设计、定期举办研讨会等, 不断提高品牌知名度, 着力发掘新顾客。此外, 通过在印度家电薄膜市场积极迅速地应对顾客需求, 稳固占据市场占有率第一的宝座, 今后在人造大理石部门也将聚集营销力量, 巩固第一的位置。

2016地区销售比重 **7%**

EUROPE 欧洲

欧洲是室内装饰材料和汽车材料配件相关领先企业展开角逐的市场, LG Hausys在德国成立销售法人, 与全球企业进行竞争。通过进入西欧大型家具企业和意大利加工企业, 正式建立了进军家具用薄膜市场的基础, 谋求人造大理石销售渠道多样化, 巩固着增长动力。此外, 以汽车面料为中心进入当地汽车制造企业, 今后我们将以超越顾客要求质量的产品, 继续攻占欧洲汽车材料配件市场。

2016地区销售比重 **8%**

OTHER COUNTRIES 其他地区

在中东、东南亚等新兴国家, 以室内装饰材料为中心的市场正在快速增长。LG Hausys通过参加当地展览会、开发反映顾客生活方式的产品等彻底的本土化方式, 攻占新兴市场。

主要产品
• 中东、东南亚: 表面材料、壁纸、地板材料等

2016地区销售比重 **17%**

加强研发活动及力量

研发活动

LG Hausys以中央研究所为中心,在汽车材料配件、建筑装饰材料、高性能材料等业务领域开展密切的研究活动,开发符合顾客要求的产品。

研发组织

LG Hausys的研发以中央研究所、设计中心、事业部研究及设计PJT组织进行运营。中央研究所主要负责确保源泉技术、发掘新业务和为未来做准备;设计中心主要进行设计趋势分析及设计解决方案研究;5个事业部下属研究及设计PJT执行相应事业部的短期课题研究。



组织	作用
中央研究所	· 通过研究源泉、基础技术,发掘增长动力,执行新技术、新业务领域研究课题,以及早期推进商业化 · 为提高开发质量竞争力,为可信度研究及分析提供支援 · 为现有业务领域做中长期未来准备工作
设计中心	· 通过预测设计Trend变化,制定设计指南,并研究针对顾客的设计解决方案 · 发掘设计观点的商业化课题
汽车材料配件	· 以复合材料加工及结构设计技术为基础,进行汽车轻量化材料研究,环保材料及功能性面料开发 · 提升面料Color、质感质量(触感等)的设计
门窗材料	· 节能型、隔音隔热高性能门窗开发,通过无机薄膜材料及镀膜技术开发镀膜玻璃 · 门窗Frame结构、Color及把手形态设计
装饰材料	· 以高分子处方和加工技术为基础,研究环保及功能性材料、节能隔热材料 · 居住用箔、地板、壁纸、商用地板材料、Woozen等设计
表面材料	· 人造大理石材料配方及实现类似天然石纹样工艺开发 · 表面材料的纹样、Color设计
高性能材料	· 镀膜加工技术为基础,开发家电及家具用薄膜 · 装饰薄膜、家电薄膜的纹样、Color设计

2016年研发成果

LG Hausys的研发活动提升了现有业务的结构竞争性,将重点放在发掘创造未来增长的新事业领域,建立以用户为中心的开发体系,不断开发最大程度实现顾客满意的产品。今后我们也将继续研发环保和安全性优异、令顾客满意的产品,跃升为全球领先企业。

开发提高顾客便利性的门窗产品 · 为了提升顾客使用感的便利性(提高开关操作感、提供安全的环境),LG Hausys开发了应用易于开关 & 缓冲技术的门窗产品。

开发防止火灾扩散的隔热材料处方技术 · LG Hausys开发了防火带/防火门等具有耐火性能的隔热材料,获得了由国民安全处授予的消防产业大奖。

研发费用
(单位:百万韩元)



2014~2016
研发人员现状*
(单位:名)



* 纯R&D(中央研究所,设计中心,事业部研究PJT及设计PJT)标准

汽车面料及轻量化配件

- (面料) 通过开发汽车面料涂层技术,与前一年度本公司产品相比,减少了50%的有害气体。
- (轻量化配件) 以拥有玻璃纤维制成轻量化材料的技术,扩大Spec-in配件批量生产,目前正在持续开发针对碳纤维轻量化配件的节省成本技术。

扩大R&D投资

LG Hausys为了聘用和培养国内外R&D硕博以上的高级人才,进行了LG技术大会、产学研量身型研究课程等各种活动和项目。此外,还通过与学界、政府出资机构和企业进行合作活动等,不断提高研发力量。

聘用及开发国内外优秀R&D人才

LG技术大会 · 为了吸引优秀的研发人才, LG Hausys参加了LG技术大会,以R&D硕博课程的研究人才为对象开展了人才招聘活动,2016年对高分子材料和汽车材料配件领域的研究人才进行了重点选拔。今后我们也将积极活动,为吸引优秀研发人才不懈努力。

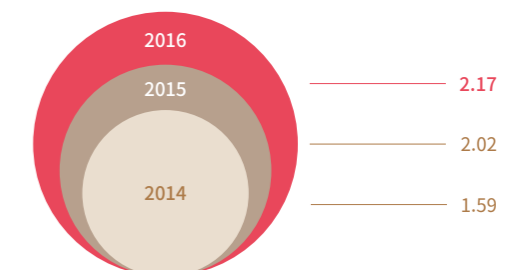
产学研量身型研究课程 · LG Hausys与高丽大学和汉阳大学等开设了量身型研究课程。选拔热衷于研究的本科生,为其升入研究生院提供支援,研究生院通过让学生进行可在进入公司后可直接应用的研究课题,培养做好准备的人才。

与学界及研究机构建立合作关系

LG Hausys通过与外部机构的合作,如:与首尔大学、高丽大学等韩国优秀大学进行产学研合作,与政府出资机构(韩国建设技术研究院、韩国建设生活环境试验研究院等)进行共同研究等,为发掘能够成为未来增长动力的新技术而持续进行研发活动。

与韩国建设生活环境试验研究院签署MOU · 2016年6月, LG Hausys为了与韩国建设生活环境试验研究院(以下简称KCL)构建未来住宅解决方案,双方签署了“研究下一代住宅业务协议”。依照该协议,KCL与LG Hausys正在进行“空间单位试验、认证系统的构建”以及“为开发下一代建筑装饰材料进行的研究”,预计将在零能耗建筑等环保住宅市场中对新技术的验证以及R&D领域得到广泛应用。

研发费用在销售额中的占比(单位:%)



强化设计活动及力量

LG Hausys始终立足于顾客，掌握市场趋势，为开发顾客想要的设计而努力。拥有韩国建材行业规模最大的设计中心，并建立了具有独创性的设计文化“Design Innovation”，致力于培养优秀的设计师。

主要活动及成果

获得设计大奖

LG Hausys致力于为顾客提供全新价值的研究活动，由此，其卓越的设计力量得到了在国内外具有公信力的评估机构认可。

获得世界3大设计奖情况(截至2017年2月累计)
(单位：项)



iF设计奖
31



reddot设计奖
13



IDEA设计奖
6

为开发引领市场的产品，开展趋势分析活动

LG Hausys为了制造引领市场的产品，运营着“设计趋势研讨会”和“设计论坛”等项目。

设计趋势研讨会 • LG Hausys在业界最先举办了该项活动，2016年已迎来第17周年，每年有大约1000名设计专家参加该会议，就国内外的社会文化焦点问题、消费者的生活方式和世界设计潮流等进行探讨，进而对今后的设计趋势进行展望。今后，LG Hausys将继续密切解读环境变化和趋势，并将其与设计紧密结合，进一步扩大在装修行业乃至汽车、电子、IT等行业的影响力。

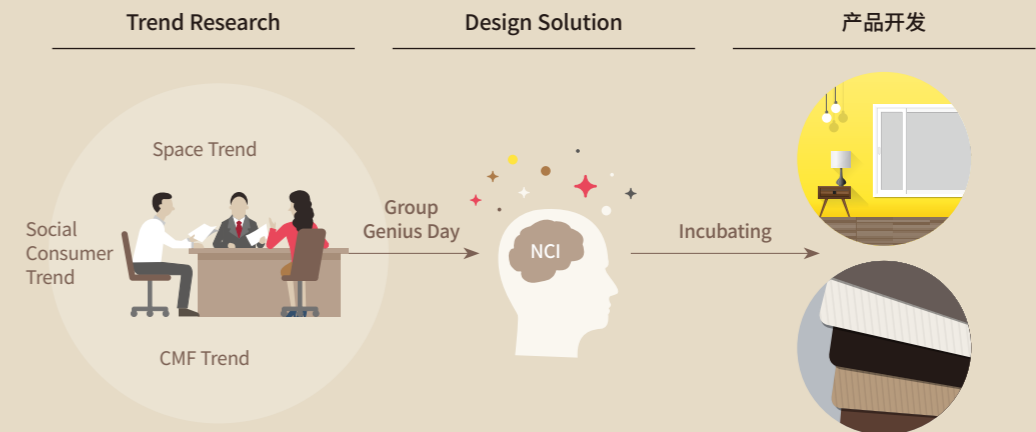
设计论坛 • LG Hausys通过分析各事业特定的市场和消费趋势，向顾客提出所需产品的概念方案。以深层次的趋势研究为基础，站在顾客角度设计新产品，并进一步提出中长期的设计战略方向。在全球市场上，也通过对各地区的趋势进行分析，提供具有针对性的设计方案。

与外部设计师的合作活动

通过与世界著名产业设计师马塞尔·万德斯、凯瑞姆·瑞席、亚历山德罗·门迪尼、建筑师扎哈·哈迪德、韩服设计师李孝才等国内外知名设计师进行合作，向顾客展示差异化的设计。

SPECIAL ISSUE 站在顾客角度的超前开发活动：Design Innovation

Design Innovation是将设计师们所提出的构想经过孵化系统进行发展，最终推出产品的一系列关联活动。由此开发出的产品得到了顾客的广泛好评。



TREND RESEARCH	Social Consumer Trend	以分析社会环境变化与消费者的生活方式为基础，对现象背后的心理进行追踪，并由此导出战略性启示。
	Space Trend	找出改变空间的各种动因，预测近未来空间，对LG Hausys产品综合性观点上的空间进行研究。
	CMF Trend	通过CMF(Color, Material, Finishing)动向分析和各种材料潮流的研究，发掘并提出体现顾客价值的新材料。
DESIGN SOLUTION	Group Genius Day	以趋势研究结果为主题，与各领域设计师聚集在一起，通过集体研讨导出解决方案的集体智力项目。
	NCI System	从顾客观点对新的创意性构想(New Creative Idea)进行自由提案的活动。
	Incubating	由NCI系统导出各种构想，通过专家指点得以提炼并开发成试制品。
产品开发	通过超前过程发展而来的产品构想成为最终产品展现在顾客眼前。	



Eco-Friendly Products

环保产品

随着整个社会对不给人体和环境带来有害影响的产品需求不断增加, 以及各种环境管制持续扩散、加深, LG Hausys绿色产品的销售也在逐步增加。LG Hausys供应健康的环保产品和材料, 提供将能效最大化的系统和方案, 将成为带给顾客信任与感动的人性化企业作为目标。

2016主要成果

环保认证* 产品数量
(单位: 件)

134

绿色新产品* 销售比重变化趋势
(单位: %)

23.7



* 环境标志, HB标志, 碳标签

* 绿色新产品销售统计以装饰材料及门窗材料为对象进行

成果及目标

拓展环保材料产品市场

1

2016主要成果

- 推出新产品
: 推出ZEA壁纸Fresh、ZEA爱地板、ZEA地板原木、家具用薄膜等

2017计划

- 扩大环保产品阵容

中长期目标

- 增加环保材料的功能性产品
- 扩大环保材料产品销售

增加节能产品

2

2016主要成果

- 推出新产品
: 推出超级节能窗3, 5, 7系列、PF防火带

2017计划

- 顾客便利高隔热窗、拓展PF隔热材料新用途

中长期目标

- 增加节能新节目
- 扩大节能产品销售

ISSUE 1

环保产品开发

LG Hausys以环保材料为基础, 将实现健康愉悦生活空间的“Eco-Friendly”、通过高效产品及轻量化材料节约能源的“Energy Saving”和预防火灾、解决层间噪音等解决社会问题型产品的“Human-Friendly”作为首要价值, 进行产品开发。

研究领域	研究重点
节能·火灾安全	<ul style="list-style-type: none"> · 在实现建筑物节能效果的同时, 最大程度发挥门窗的隔热性能 · 确保高隔热长期隔热性能及火灾安全性
环保建筑装饰材料	<ul style="list-style-type: none"> · 利用源自玉米的成分, 开发对人体和环境更健康的产品 · 开发减少层间噪音的地板材料
环保面料	<ul style="list-style-type: none"> · 利用Bio-based Plastic, 开发耐污染的高耐久环保面料, 为温室气体减排做贡献
高强度轻量化材料	<ul style="list-style-type: none"> · 通过开发汽车轻量化材料, 进行提高耐冲击性能的研究, 为提升汽车续航里程和改善油耗做贡献

使用天然材料及再生资源, 扩大节能产品的销售, 通过开发环保技术开展新业务。2017年也将通过继续扩大ZEA系列产品, 开发高性能半阻燃隔热材料等, 为加强环保产品方案而不懈努力。

分类	产品	今后计划
环保材料	PLA(源自玉米的成分)材料	ZEA系列(地板材料、壁纸)
	CO ₂ 减排材料	烯烃材料、Newgen生物汽车面料
	PET 材料	家具用薄膜、家电薄膜ECO Series
节能	节能门窗	超级节能 3, 5, 7 系列(能率1级高性能门窗)
	镀膜玻璃	高性能双银低辐射玻璃 (隔热性能1.0W/m ² ·k 以下)
	轻量化配件	玻璃纤维轻量化汽车配件 (底盘、座椅框架、保险杠后梁)
功能性产品	改善居住生活 (减少层间噪音、缓和轻量冲击音、防滑)	减少生活噪音的地板材料“ZEA消音地板” 防滑地板材料“ZEA爱地板”、“ZEA自然爱”
	火灾安全 (半阻燃性能、防火性能)	半阻燃高性能PF隔热材料 阻燃装饰膜
	抗菌性能	抗菌装饰膜

ISSUE 2

绿色产品获奖及认证现状

LG Hausys的产品对扩散环保文化做出贡献, 已得到广泛认可, 其优秀性在国内外广为人知。

获奖情况

- 连续4年获选中国环保建筑材料10大品牌(2014~2017年, 由中国全国建筑业协会主办)
- 在消费者评选的“本年度绿色商品”中, ZEA消音地板、PF隔热材料连续3年获奖(2014~2016年, 由韩国绿色购买网主办)
- ZEA地板、ZEA墙纸Fresh、Haus(地板)获得韩国环保商品“绿色之星”认证(2017年, 韩国经营认证院)
- PF防火带获得消防产业大奖“国民安全处长官奖”(2016年)
- 家具用薄膜获得世界一流化商品认证(2016年)

韩国国内认证

(单位: 项)

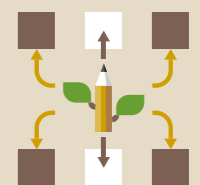
分类	2014	2015	2016
环保认证产品 环境标志	71	54	79
HB标志	27	40	23
碳标签(低碳认证)	14(3)	19(2)	30
共计	112	113	134
门窗能源消耗效率等级(1~5级标准)	265	354	430

海外认证

分类	产品
建筑装饰材料	· 地板材料 [瓷砖类, Homogeneous sheet] 获得Floorscore认证(美国室内空气质量相关产品环保认证制度)
	· 壁纸 [“BESTIE”、“真雅(ZINNIA)”等五种丝质壁纸] 获得欧洲纤维产品质量认证Oeko-tex® Standard 100最高等级(Baby-Class)
高性能材料	· 人造大理石 获得施工建筑、环保建筑认证LEED认证(美国绿色建筑委员会(USGBC)主办) 获得环保产品认证SCS认证(美国 SCS Global Service主办)
	· 装修薄膜: 获得日本环保认证 F☆☆☆☆(甲醛 Free)(日本建材试验主办)
汽车材料配件	· 家电产品用材料: 家电薄膜、真空隔热材料获得RoHS认证, 正空隔热材料获得REACH(EU制定的化学物质管理制度)认证
	· 汽车座椅用面料: 获得欧洲纤维产品质量认证Oeko-Tex® Standard 100

SPECIAL ISSUE 产品生命周期环境影响评估LCA: Life Cycle Assessment

LG Hausys通过生命周期评估(Life Cycle Assessment, LCA), 在制造、流通、使用、废弃等产品整个周期里, 提供各阶段的量化环境信息。针对6项环境要素(资源消耗、温室效应、臭氧层影响、酸化、富营养化、生成光化学氧化物), 建立了门窗、呼吸砖、地板材料(出口用箔、瓷砖)、PF隔热材料、壁纸(ZEA壁纸Fresh)、爱可诺(Econo)、强GREEN产品数据, 并逐渐扩大产品群, 力求对环境的影响进行分析管理。



ECO-Collection

为了给顾客带去信任与感动, LG Hausys通过使用天然材料及再生资源, 提供将能效最大化的系统与解决方案。今后, 还将为扩大绿色新产品销售, 加强环保产品解决方案不懈努力。

1. 壁纸/墙面材料
ZEA Fresh壁纸
• 在表面使用源自玉米的植物性树脂(PLA)
• 获得欧洲纤维产品质量认证Oeko-TEX1等级, TVOC(挥发性有机化合物)满足HB最优等级标准呼吸砖
• 调节室内食物, 具有吸附、脱附有害物质性能

2. 装修薄膜
• 使用环保墨: 几乎不含BTX(苯、甲苯、二甲苯)
• 几乎未检出邻苯二甲酸酯增塑剂与HCHO(甲醛)

3. 地板材料
ZEA消音地板
• 与复合木地板(本公司)相比减少30%的日常轻冲击音*¹⁾, 达到室内步行时减少40%膝盖缓冲的效果²⁾
• 以高于强化地板(本公司)70%的优异热传导性, 节省30%的取暖费³⁾
*轻量冲击音: 拉椅子的声音等由较轻和坚硬的冲击而产生的地板冲击音
ZEA地板原木
• 在表面层使用了源自天然树木与玉米材料, 达到SE0等级的环保高级地板
• 对天然原木进行Brushing处理, 保留天然树木纹理和自然色泽的高级地板

4. 门窗
超级节能
• 能源消费效率为1等级的门窗, 与陈旧窗户相比可节能40%
超级低辐射玻璃
• 与一般玻璃相比隔热性能高出2.3倍

高隔热玻璃节能
40%

减少日常生活噪音
30%

来源
1) 大宇建设研究院研究报告(2013)
2) 浦项工科大学研究院报告(2002)
3) 韩国科学技术院研究报告(2008)
4) “能源解析报告(2011)”, 韩国Passive建筑协会

环保原料PLA(Poly Lactic Acid)介绍

将从玉米、甘蔗等植物中萃取的原料进行加工而制成的PLA材料, 是环保、安全的材料。LG Hausys为了制造对顾客和环境有益的产品, 开发并供应世界首款使用PLA的环保地板材料和壁纸等。

5. 家电产品用材料
PVC Free家电薄膜
• 使用环保树脂(PET材料)
真空隔热材料
• 通过最大限度减少热损失, 改善能源消费效率

6. 装饰薄膜
家具用薄膜
• 使用环保树脂: 几乎未检出产品内重金属(铅、汞、镉、六价铬、砷)
• 使用环保墨: 几乎不含BTX(苯、甲苯、二甲苯)

7. 人造大理石
HI-MACS LE
• 使用回收芯片(Recycle Chip)制作, 实现减少废弃物排量效果
• 卫生性与耐久性优异, 没有细菌繁殖之忧

8. 高性能隔热材料
PF板
• 火灾时产生较少有毒气体的半阻燃材料
• 与同一厚度的通用隔热材料相比, 每年最多可节省20%的制冷、取暖费⁴⁾

高性能隔热材料节省取暖费
20%

9. 合成木材
Woozen
• 使用天然材料木芯、木粉和用于奶瓶、食物容器等的烯树脂制成的耐久性优异的环保合成木材

10. 汽车材料
环保汽车面料
• 未使用邻苯二甲酸酯增塑剂对人体无害, 不含重金属等有害物质
轻量汽车配件
• 使用玻璃纤维, 以减少重量的汽车配件提高汽车燃料的效率

Workplace Safety Management

安全营业场所管理

企业活动对环境的影响和大大小小的安全环境事故,使得整个社会对安全营业场所的关注度进一步提高。在这样的社会氛围中,不仅政府的监管更加严格,地区社会的关注与监控活动也不断加强。LG Hausys制定全公司安全环境目标并进行管理,为了构建事故发生前发掘并铲除危险因素的“预防性安全环境管理体系”,进行了大规模投资,同时,为了提高系统和管理水平,还开展各种自我检查活动,付出了大量努力。

2016主要成果

安全消防改善投资
(2016年标准 / 单位: 亿韩元)

37.4

灾害率
(与2015年相比2016年数据 / 单位: %)

减少 6.5%

整体EHS事故率
(与2015年相比2016年数据)

减少 43%



成果及目标

1 创造安全环境文化活动

2016主要成果

- 运营公司安全环境委员会
- 加强CEO现场经营活动
- 实施全体员工安全环境基本培训
- 引进安全操作标准化/体验培训

2017计划

- 为预防操作者失误, 制定操作标准并加强教育培训
- 开展提高监管者能力的活动

中长期目标

- 加强管理层责任经营
- 确立全体员工安全环境培训体系
- 创造Safety Culture

1

2 营业场所安全环境事故“Zero化”

2016主要成果

- 高位设备精密诊断, 制定管理标准
- 实施安全环境计划诊断/主题诊断
- 构建Blocking System

2017计划

- 强化现场危险因素检查体系
- 为确保设备安全性, 运营预审查流程 (SE-Gate)

中长期目标

- 通过事先对危险性进行评估和加强改善检查活动, 确保安全工作场所和业务连续性

2

3 员工健康管理

2016主要成果

- 运营高血脂管理项目等, 积极推进增进健康活动

2017计划

- 运营代谢症候群管理项目等, 加强增进健康活动

中长期目标

- 通过预防业务上的疾病与运营健康管理项目, 增进员工健康

3

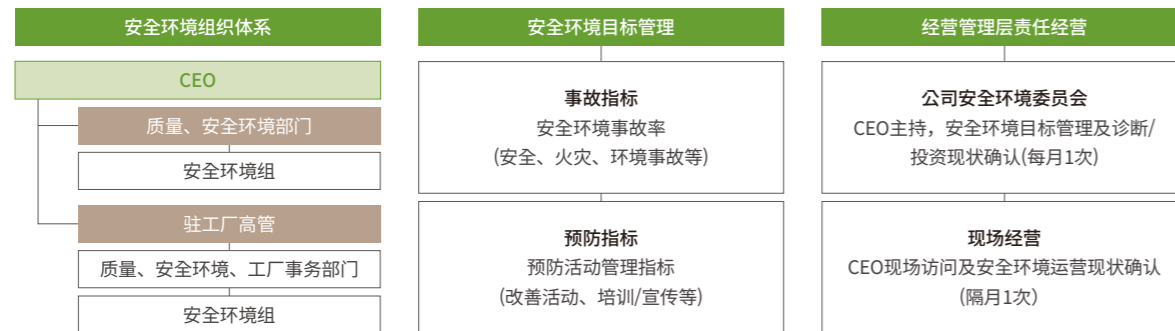


安全环境运营体系

LG Hausys从全公司角度经营组织设立目标, 力求通过加强营业场所安全体系创造无灾害营业场所。通过持续改善安全环境经营体系, 为加强员工与地区社会的安全不懈努力。

加强公司及管理层责任经营

LG Hausys构建全公司组织体系, 通过选定安全环境管理目标, 并反映组织评价, 不断加强安全环境责任经营。



建立安全环境培训、训练体系

LG Hausys通过运营与员工经历及作用相符的特化培训课程, 创造将培训效果最大化、将风险最小化的文化。

经历	职责	职务
新员工: 正常工作/发生异常时的应对流程 生疏者: 不安全的行为、事故案例 熟练者: 高危设备安全标准及危险管理方法	组长、室长: 加强作为监管者的安全领导力 班长: 安全操作指南管理, 危险性评估方法	有害化学物质: 本工厂主要化学物质的处理, 事故发生时的应对 危险物品: 安全处理方法, 提高紧急初期应对能力

运营确保新设、增设备事前安全性流程(SE-Gate)

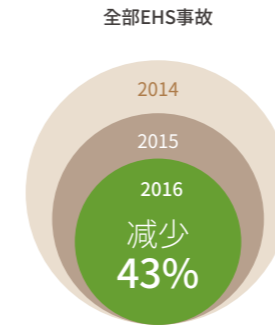
LG Hausys针对新设、增设备, 将必需的安全环境配置反映到投资计划中, 通过设计与安装前进行严密讨论, 在公司范围内运营保障安全性的流程。

阶段	主要内容
SE-Gate1 (事先探讨)	· 探讨新设、增设备时, 反映安全环境必须条件 - 确认认可许可对象及日程(公正安全管理, 有毒物质等) - 反映安全环境设备(安全装置、环境设备等)
SE-Gate2 (设计检验)	· 进行基本/详细设计时, 检验是否满足安全环境条件 - 法规及技术规定(产业安全保健法等) - 反映设备安全/控制装置等具体配置
SE-Gate3 (安全环境评价委员会)	· 实施现场安装状态综合检验(以实务者为中心) - 检验安全/控制装置等现场安装状态 - 安全运行指南及操作者培训状态确认 · 安全环境评价委员会最终审批 - 综合检查改善结果及认可许可完成现状确认, 量产审批

加强营业场所安全环境管理

制定预防操作者失误的安全作业标准
(以蔚山、玉山/清州工厂等制造营业场所为对象)

(以操作中各项危险因素的应对流程为中心)



*为了预防操作者失误, 明确行动方法, LG Hausys制定了作业标准, 并建立了与操作者经验及职务特点相符的教育训练体系。此外, 在新设、增设备时, 为了在最初的投资研究阶段就不遗漏关于安全环境的必要事项, 运营事前检验流程, 确保设备与作业场所的安全。

安全作业标准	安全作业步骤	· 不同危险因素安全作业流程 工艺所有危险因素发掘/安全作业流程
	纠纷处理步骤	· 主要纠纷作业及处理流程 不同纠纷现象处理方法、作业工具等
	设备异常情况处理步骤	· 设备各Unit异常情况判断标准及处理流程 异常情况(漏油、振动等)、情况传播、处理方法

(以工艺Process及正常工作流程为中心)

生产作业标准	工艺图	· 定义整个工艺流程及不同工艺功能
	各Unit作业步骤	· 各Unit正常操作方法 作业准备、启动方法、作业条件、质量Loss等

运营定期安全环境委员会

通过每月召开安全环境委员会, 对营业场所主要安全环境改善活动的推进现状进行检验。

主要活动	内容
火灾预防活动	· 设定电、LNG使用、过热设备管理项目 · 构建测定/警报系统 · 完善办公室、仓库等隐患设施灭火系统 · 针对个人实施紧急应对程序培训
消除油蒸汽/静电活动	· 安装防静电装置、油蒸汽测定设备、工业用加湿器 · 原材料处方变更及静电/油蒸汽每日测定管理
狭窄事故 Zero Blocking System	· 实施杜绝再次发生率较高的狭窄事故活动 · 为预防及将损害降至最低, 设置安全装置
加强防灾System	· 增加避难设施、警报/监控系统 · 加强隐患设施灭火系统
检查ESH管理现状	· 原则标准检验结果反馈现状及有意见者管理现状 · 确认推进减少废弃物成绩

预防活动

安全事故预防活动

LG Hausys为了在安全环境、工厂事务、生产部门满足安全环境的法定要求事项,保障设备与作业场所的安全,运营着持续发掘、改善事故危险场所及隐患时间等危险因素的安全环境检验体系。

总部安全环境	· 组建韩国营业场所联合检验组及主题检查(每季度1次) · 安全装置适度安装状态、各营业场所优秀事例等
营业场所安全环境	· 安全/环境/消防/化学物质管理所有生产小组检验(每周1次) · 遵守作业标准、管理安全环境设备等专业知识必要事项 · 掌握施工企业高温作业每日现状及到场检查(1次/天) · 隐患时间/场所安全检验(有毒物质/危险物品设施,周末/夜间)
生产(组长/室长)	· 检验现场安全管理必要项目(组长每月1次,室长每周1次) · 遵守作业标准、培训、作业场所管理等日常管理必要事项

重大产业事故预防活动

LG Hausys为了预防重大产业事故,在火灾危险领域增加灭火设施,对使用氮的设施安装了检漏设备,构建了窒息事故预防系统。此外,以所有部门为对象,重新配备了紧急应对手册,并进行了实质性的应对训练,以防事故发生。

加强防灾系统

蔚山工厂自2013年起至2015年,通过3年时间共投资17亿韩元,完善了避难设施,扩充了危险品警报、监控系统,并推进了加强分电室等隐患地区消防设施的强化防灾系统工作。为了应对最近成为社会焦点的预防地震时人员伤亡问题,以日本的领先企业作为标杆,在构建地震自我测定、迅速传播情况和危险设备的自动停止系统上进行投资。

区分	具体改善事项
完善避难设施	· 安装及改善步行者出入口 · 建立防灾体验培训场所 · 改善发生地震时短信传送及应急广播系统等
增加警报、监控系统	· 构建危险物质检漏装置系统 · 改善办公楼等火灾感应设备 · 构建发生地震时自动测定震级与危险物质自动切断系统等
加强灭火设施	· 构建变电室、分电室灭火系统 · 安装食堂料理室气体灭火系统 · 改善危险物品室内储存空间灭火系统等

合作企业安全环境活动

LG Hausys为了与公司内合作企业的共同发展,每个季度进行一次安全保健指导检查,并以公司内合作企业及施工合作企业代表为对象,组成了会议团体,对每月安全环境焦点问题和法规变更事项等进行培训。加强对施工现场的检查,休息时在每天施工开始前对施工人员实施特别安全培训,为预防事故做好万全准备。

安全保健共赢合作项目

LG Hausys通过对合作企业提供技术、财政支援,为构建合作企业的安全保健管理体系、提高管理能力和提高安全保健意识做贡献。

对象企业现状		
项目	蔚山	玉山/清州
对象企业	12家企业	6家企业

支援事项

- 危险性评估培训及支援
- 进行外包施工企业每日检查
- 安装新设、增设备后安全性检查



Shared Growth with Suppliers

合作企业共同成长

加强社会对大企业中小企业共同成长的要求水平,以及消除整个供应链中人权、环境、劳动部分危险要素,已成为开展业务的核心要素。LG Hausys为了通过建立与合作企业的公平交易秩序和提高相互竞争力去追求共同成长,建立了共同成长支援专门部门,推进各种支援政策。此外,为了对成长过程中可能发生的企业CSR风险进行应对和支援,不断加强国内外供应链的CSR管理体系。

2016主要成果

签署标准承包合同
(单位:%)

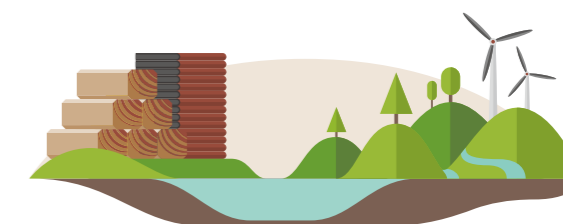
100

环保原料采购
(单位:吨)

21,663

合作企业CSR风险诊断
(单位:家)

192



成果及目标

1 创造公平的交易环境

2016主要成果

- 扩大签署与承包交易对象中小企业的标准承包合同
- 加强承包交易事前与事后审查
- 改善中坚企业货款支付条件

2017计划

- 加强不公平交易预防活动
- 扩大共同成长投资财源

中长期目标

- 通过遵守法规与守则,构建合理、公平的交易惯例

2 加强合作企业根本竞争力

2016主要成果

- 为提升共赢基金/现金支付等金融支援及生产成果质量,进行技术、经营、培训支援
- 以合作企业为对象进行CSR诊断,选定美国法人合作企业CSR惯例范围

2017计划

- 扩大合作企业CSR管理对象
- 扩大共同成长支援及发掘额外课题

中长期目标

- 通过相互提高竞争力,构建可持续发展的产业生态系统

3 开放式沟通

2016主要成果

- 通过对在线购买系统“OPEN系统”进行升级,加强业务流程的透明化、标准化,并扩大沟通渠道
- 通过引进共赢结算系统,构建2级合作企业支援体系

2017计划

- 增加可支持共赢结算系统的银行(4家 → 5家)
- 向1级合作企业提供生产率支持,对优秀企业给予褒奖
- 对向2级合作企业付款提供支援现状进行监测

中长期目标

- 加强共同成长基础,建立健康的合作文化



合作企业共同成长项目

LG Hausys将合作企业视为需要一同成长的伙伴, 为了提高相互之间的竞争力, 构建可实现可持续发展的产业生态系统, 运营着专门支援共同成长组织, 为了将共同成长范围扩大到2级以下合作企业, 引进共赢结算系统, 并对向2级合作企业支援业绩优秀的1级合作企业予以褒奖, 为实现供应链整体的共同成长不断努力。

签署公平交易协议

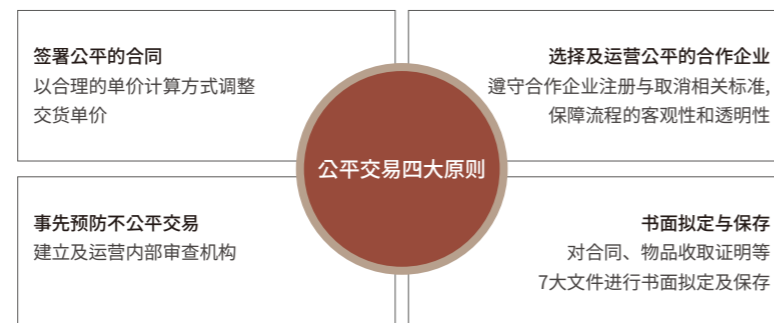
LG Hausys自2008年11月签署共同成长及承包公平交易协议以来, 一直严格遵守承包法等法规, 并对合作企业提供支援, 2012年起纳入共同成长指数评估企业, 其一年里推进共同成长的内容获得了公平交易委员会和共同成长委员会的客观评价。在2015年度共同成长指数评价中, 获得了“优秀”等级。2016年共与195家1级合作企业签署了公平交易协议, 通过改善结算手段、提供金融支援、技术保护、培训支援等各种支援政策, 推进共赢发展, 1级合作企业又重新与58家2级合作企业签署了合同, 为扩散公平交易文化, 如: 改善结算期限、通知单价调整信息等, 共同作出了努力。

共同成长经营原则

LG Hausys为了实现公平交易, 以四大原则为基础, 定下5大共赢支援课题, 统一执行共同成长政策。

公平交易四大原则

LG Hausys为树立大中小企业之间公平的承包交易秩序, 及监理共赢合作基础, 将公平交易委员会所提出的实践事项反映到采购规定等中, 将其作为实现公平交易的原则。



5大共赢支援课题

LG Hausys进行金融支援、改善货款支付、提供质量/技术开发支援、人力/培训支援和经营支援。

支援课题	支援内容	支援成果
金融支援	为了使合作企业能够以低利率融通资金, LG Hausys运营着 Network-Loan、家庭贷款、共赢基金等。此外, 通过优秀合作企业其他支援项目, 为改善合作企业财务状况提供支援。	<ul style="list-style-type: none"> 运营150亿韩元共赢基金, 为55家合作企业提供支援 网络贷款为10家合作企业提供34亿韩元支援 为共同成长投资出资1亿韩元项目
改善支付货款	在资金执行标准中, 只有低于300万韩元时可进行现金结算, 为了给合作企业的经营活动提供帮助, 提高现金结算比率。	<ul style="list-style-type: none"> 保持100%现金性结算 在现金执行标准之外, 现金结算金额达2242亿韩元
提供质量/技术开发支援	为支援合作企业设备投资与改善、提高生产性、为质量稳定化、系统基础设施提供支援等, 投资了约20亿韩元, 为了对合作企业技术进行保护, 积极实施共同专利申请。	<ul style="list-style-type: none"> 向91家公司派遣47名技术和质量专家 以合作企业专门组织向质量保证体系的建立提供支援 申请2项共有专利
提供人力/培训支援	以合作企业员工为对象, 持续实施正道经营培训、环境安全培训、质量培训等, 在外部培训机构实施经营一般与专门职务为中心的在线培训。	<ul style="list-style-type: none"> 韩国提案活动协会为31家公司的102人提供提高质量和生产效率培训讲座 通过2016韩国招聘会, 创造招聘员工机会
提供经营支援	<ul style="list-style-type: none"> 实施赐给制度: 应对原材料汇率及市场状况变动, 对主要化学原料和建筑原材料运营赐给制度, 及时反映交货单价。 [译者注: “赐给”制度是指向受托方直接提供原材料的制度] 交流活动支援: 通过各工厂分科委员会, 共享世界经济行情、业务计划等各种焦点问题。此外, 通过参加CEO及采购负责高管合作企业恳谈会和亲自访问等, 倾听需要面对的课题, 并将其反映到经营活动中。 此外, 还开展褒奖优秀合作企业、财务结构精密评价等多种经营支援活动。 	<ul style="list-style-type: none"> “赐给”金额规模3921亿韩元 2016年进行5次合作会议与恳谈会 (149家公司的152名高管参加, 举办交流活动) 优秀合作企业褒奖(提供福利商城积分) 综合评价优秀6家公司 质量评价优秀12家公司 2级合作企业支援优秀企业2家公司 通过改造、维修陈旧设备共享成果 提供陈旧设备的改造、维修费用支援, 由此共享改善后节约成本金额成果

合作企业CSR 风险管理

STEP1 - 制定合作企业CSR行为规范

2016年, LG Hausys以所有合作企业为对象, 制定并实施CSR行为规范。合作企业行为规范中包含劳动与工作条件、伦理经营、安全保健、环境经营等合作企业作为国际社会一份子, 需全力履行责任和作用, 并成为与社会一同成长的企业等内容。建议从1级合作企业, 乃至n级合作企业都尽量遵守这一行为规范。

STEP2 - 树立合作企业管理范围

LG Hausys 以采购金额超过1亿的合作企业作为标准, 判别CSR水平并进行风险管理。为了加强合作企业CSR管理, 扩大评价对象, 最终选定合作企业, 反映运营决策。今后, 公司计划逐步扩大CSR管理范围。

STEP3 - 进行合作企业CSR评价

LG Hausys以合作企业为对象, 对劳动、人权、环境、安全等CSR相关项目进行评价。以韩国合作企业中前一年度采购金额超过1亿韩元, 或提供战略性重要度较高品种的合作企业为对象, 掌握了其CSR执行现状。在评价合作企业时反映这些现状, 加强了对合作企业的影响评价, 以使合作企业将CSR因素包含于整个采购流程中, 尤其是在候选企业评价时, 必须实施CSR评价, 评价企业的CSR项目评价分数若未达70分, 考虑将其排除在选定对象之外。从2017年起, 将对影响评价进行现场检验, 对于确认到风险的部分, 将提供培训等支援。

评价项目

包括伦理经营体系、公平交易等伦理经营, 以及社会贡献、安全健康经营、环境经营。特别是通过实施书面劳动合同、防止歧视、薪资及工作条件等提高人权的评价, 不仅可以确认风险, 还能为提高合作企业人权经营水平做贡献。今后, 计划反映包括人权在内的CSR趋势和评价结果, 每年实现评价水平的多样化。

SPECIAL ISSUE 合作企业支援事例

举办“第2届合作企业提案大会”

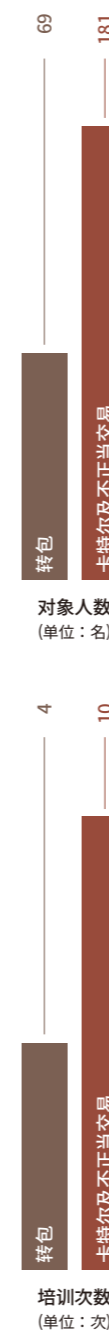
LG Hausys于2016年4月26日在安养研究所举办了“第2届合作企业提案大会”。在合作企业提案大会上接受合作企业的产品开发构想和必要事项提案, 研究院可将开发渠道多样化, 并提高开发速度, 合作企业可获得将开发成果正式进行展示和介绍的机会。在提案大会上, 有2项产品通过本次活动亮相, 与合作企业签署了供应合同, 开始进行交易。今后, 为了创造更多的成果模型提案大会将在工厂举办。本公司可以得到节约成本和改善质量的机会, 而对合作企业而言, 则将创造全新进驻的机会。

公平交易自律遵守 项目(Compliance Program)

公平交易自律遵守项目是为了使公司自觉遵守公平交易相关法规而运营的内部守法系统, 为员工展示公平交易的标准, 预防违反行为, 通过定期检查, 尽早发现违法现象并进行纠正的活动。

LG Hausys从2010年起树立公平交易自律遵守项目, 通过公开CEO的公平交易自律遵守意志, 注册为公平交易委员会建议的公平交易自律遵守项目运用企业。

2016年培训实施现状



主要项目

项目	内容
内部检查	· 以主要事业部和营业场所为对象, 实施公平交易检查
法规培训	· 以宣传鼓舞员工公平交易意识、传播公平交易文化为目的 · 普及公平交易指南及教材 · 实施内外定期培训
事先检验	· 以企划、营业、营销、采购、财务等所有事业领域为对象 · 以防止违反竞争法规发生为目的 · 业务进行前实施内部公平交易专家检验
承包交易	· 构建合作企业交易时预防不公平承包交易行为发生及监视系统
内部审查	· 设立、运营包括采购负责人在内的“承包交易内部审议委员会”

公平交易运营组织

公平交易自觉遵守项目由高级公平交易自觉遵守管理者下属的实务组全权负责并运营。此外, 在与中小合作企业进行承包交易中, 为了实现公平性, 设立并运营承包交易内部审议委员会, 对于一定规模以上的承包交易, 通过事先审查, 讨论其合法性, 预防违反承包法的事情发生。

公平交易项目运营成果

每年以事业部和营业场所为对象, 实施对公平交易及承包的培训与检查。2016年也以事业部员工为对象, 实施了预防勾结与遵守承包法及公平交易法的培训。此外, 还对新任组长和老员工进行培训, 对营销人员进行展示广告社外培训, 提高了员工的Compliance意识。

公平交易项目运营业绩

年度	业绩	主要内容
2016年	14次	· 对新任组长及老员工提供预防卡特尔及不公平交易培训 · 事业部公平交易内部检查与集中培训 · 采购部门转包检查与培训
2015年	14次	· 对新任组长提供预防卡特尔及不公平交易培训 · 事业部公平交易内部检查与集中培训 · 虚夸广告检查与培训
2014年	18次	· CEO发送公平交易致辞 · 各职务等级的预防卡特尔及不公平交易培训 · 对采购及技术部门、研究所等进行承包集中培训

Social Contribution

社会贡献

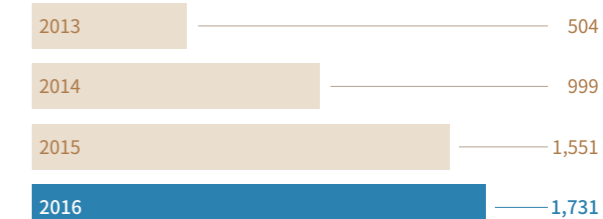
LG Hausys将与社会共赢作为目标, 利用企业和员工的力量, 进行着与行业特性相关的社会贡献活动。
LG Hausys通过保存文化遗产环境、改善独立运动遗址环境、改善国家有功者居住环境及地区社会分享活动等多样性的活动, 为我们的社会带来幸福的变化。

2016主要成果



地区社会投资费用
(单位: 百万韩元)

1,731



成果和目标

激活代表性项目

1

2016主要成果

- 独岛自然保护区守护者活动(2009年~至今)
- 创造幸福的空间(集团指定委托金, 14处)
- 独立运动遗址环境改善活动(尹奉吉纪念馆)

2017计划

- 充实项目内容及加强活动
- 爱国社会贡献及独岛守护者等
- 推进社会贡献活动评级与改善

中长期目标

- 根据中长期计划, 持续运营内容充实有价值的项目

社会贡献活动多元化

2

2016主要成果

- 改善国家有功者居住环境 (扩大6.25参战勇士范围)
- 台风罹芭重建支援

2017计划

- 发掘/推进新项目
- 开发员工参与型社会贡献项目等

中长期目标

- 利用人力资源、预算等企业力量, 开发及运营与行业特性相符的项目
- 增加有助于解决社会焦点问题的活动

地区社会分享活动

3

2016主要成果

- 创造幸福的空间(2009~至今, 15处)
- LG Happy Day
- 传递爱心煤炭
- 一社一村/一川/一山活动

2017计划

- 扩大员工参与才艺捐赠
- 持续推进地区社会贡献活动

中长期目标

- 通过地区社会分享活动, 增进同各利益相关方的交流, 提高企业形象

文化遗产 环境保存活动

LG Hausys在保存自然、历史、文化遗产方面率先行动, 为了使其价值能够延续至后代, 持续对青少年进行相关教育。

整治绿色独岛空间

为了保护天然保护区独岛的美丽自然环境, 同时, 提高独岛居民的生活质量, LG Hausys从2009年起, 每年开展改善独岛内主要设施的活动。



巡逻路
2009~2015.
安装及维修安全围栏
(使用“Woozen”)

独岛警卫队
2009. 体育馆/PC室/食堂地板材料(瓷砖)替换
2010. 内务班地板(瓷砖)及墙面(壁纸)环境改善及备品支援
2011. 烹调室环境改善(瓷砖等)及烹调器具支援
2012. 作战室/客房/走廊地板(瓷砖)及墙面(薄膜)环境改善
更衣室环境改善及家具支援
2013. 情况室地板材料(瓷砖)替换
2014. 简报室地板(瓷砖)替换及家电产品支援
2015. 浴室/卫生间施工
2016. 体育馆地板材料替换

独岛居民住所
2011. 西岛居民住所扩张工程材料捐赠
(门窗/壁纸/地板等)

独岛管理事务所
2013~2016. 家电产品支援

郁陵警卫队
2013. 在总部大楼及地区队进行地板(瓷砖)/墙面(壁纸)施工
2014. 在总部大楼及地区队进行地板(瓷砖)/墙面(壁纸)施工,
提供取暖用品支援
2015. 在总部大楼及地区队进行地板(瓷砖)/墙面(壁纸)/门窗施工
2016. 改善总部及地区队的环境(地板)

独岛灯塔
2011.
空调设备支援
2013~2016.
家电产品支援

独岛爱心青年营

独岛爱心青年营每年选拔20名大学生, 参加访问独岛、与独岛守护者交流、专家讲座、执行任务、探访自然徒步等各种活动, 使其能够直接和间接地体验独岛。通过青年营, 使大学生能够更加有效地对历史、地理极为重要的独岛进行理解并广泛宣传。



四大宫殿文化遗产保存活动

LG Hausys通过与文物厅共同开展四大宫殿设施改善活动, 积极带头守护韩国文化遗产。2016年, 为了防止游客在昌德宫芙蓉池周围跌伤, 设置了长约80m的安全围栏, 在宫内休息空间准备了使用本公司合成木材产品制成的木露台, 可供游人坐下来休息。LG Hausys计划今后也将继续扩大四大宫殿相关文化遗产设施的支援活动。

独立运动遗址及国家有功者居住环境改善活动

为了不忘先人的独立运动精神和爱国报勋活动, 并使后代发扬光大, LG Hausys开展了改善独立运动相关设施及国家有功者居住环境的活动。

独立运动遗址环境改善活动

LG Hausys以从创始人(已故, 具仁会会长)开始流传下来的独立运动支援精神为基础, 使用高隔热门窗和环保地板材料等优秀产品, 对徐载弼纪念馆、尹奉吉纪念馆和李会荣纪念馆的环境进行了改善。此外, 2016年签署了驻美大韩帝国大使馆复原约定。



国家有功者居住环境改善活动

以6.25参战勇士、独立运动家后裔等国家有功者为对象, 开展改善居住环境的活。从2015年起对韩国的5位和海外(美国、印度)的2位参战勇士进行了住宅修缮, 计划今后还将持续对改善居住环境提供支援。



施工前

施工后

ISSUE 3

地区社会分享活动

LG Hausys为了向地区弱势邻居传递关注与爱心,进行着各种分享活动。通过各营业场所的分享活动与政府及地方自治团体的合作活动等,积极谋求并支援有益于地区社会的活动。

创造幸福的空间

LG Hausys为了对未来的主人青少年的梦想与希望提供支持,以青少年为对象,并通过公司特化产品、施工及设计力量,进行着对公用空间进行改善的创造幸福空间项目。创造幸福的空间自1号店日山Holt儿童福利中心开始,以每年三处的速度持续进行着青少年公用空间的改善。2016年,与全国地区儿童协议会共同对14处地区儿童中心进行了环境改善。

各营业场所主要社会贡献活动

LG Hausys蔚山、玉山工厂为了对营业场所所在的邻近地区发展做贡献,并保护当地环境,员工积极参与到社会贡献活动当中。

营业场所	活动	内容
蔚山工厂	一社一村活动	支援蔚山工厂附近村庄活动及购买农产品等
	一社一川活动	实施蔚山工厂附近夜回江水质调查及夜回江边环境净化
	一社一山活动	与蔚山广域市、蔚州郡联合净化大云山环境
	LG Happy Day	用员工年底的捐款为温阳邑地区儿童中心、独居老人提供过冬泡菜支援
	爱心互助	为包括家温小规模老人综合中心在内的三处老人福利设施提供电视机、洗衣机、冰箱等
玉山工厂	一社一川活动	与锦江流域环境厅联合实施美湖川环境净化活动
	贫困家庭儿童支援	与绿色雨伞儿童财团联合为贫困家庭的儿童提供基本生活费援助
	传递爱心煤炭	与忠清北道煤炭银行联合以独居老人为对象送煤炭
	幸福泡菜分享	在区域内保育院和老人福利设施实施泡菜分享活动
	爱心互助	为老人福利设施(Bogumjari老人福利中心)提供冰箱、洗衣机等家电

ISSUE 4

通过参与民官合作项目,为地区社会创造价值

LG Hausys通过与政府及地方自治团体进行合作,改善地区社会陈旧的居住环境,使居民能够享受更加环保和舒适的生活空间,积极动员公司的事业力量与基础设施。

参与绿色改造项目

绿色改造项目是国土海洋部主办的旨在通过改善能效较低的陈旧建筑物的能源性能,减少能源输送不平衡,并减少能源费用负担的项目。LG Hausys通过使用高隔热门窗等高效产品,为扩大绿色改造项目做贡献。2015年共替换1774件、2016年共替换6200多件陈旧门窗,由此约完成了整体绿色改造施工的80%。

SPECIAL ISSUE 2016年地区社会分享活动

支援台风暹芭受灾地区

LG Hausys为受台风暹芭侵害的蔚山、釜山、梁山等庆尚南道受灾地区提供材料支援。为受灾地区的约60户人家供应了地板材料与壁纸,施工由全国灾害救护协会大学生志愿服务团参与,并按顺序完成。



与环境部一同进行社会弱势群体室内环境改善活动

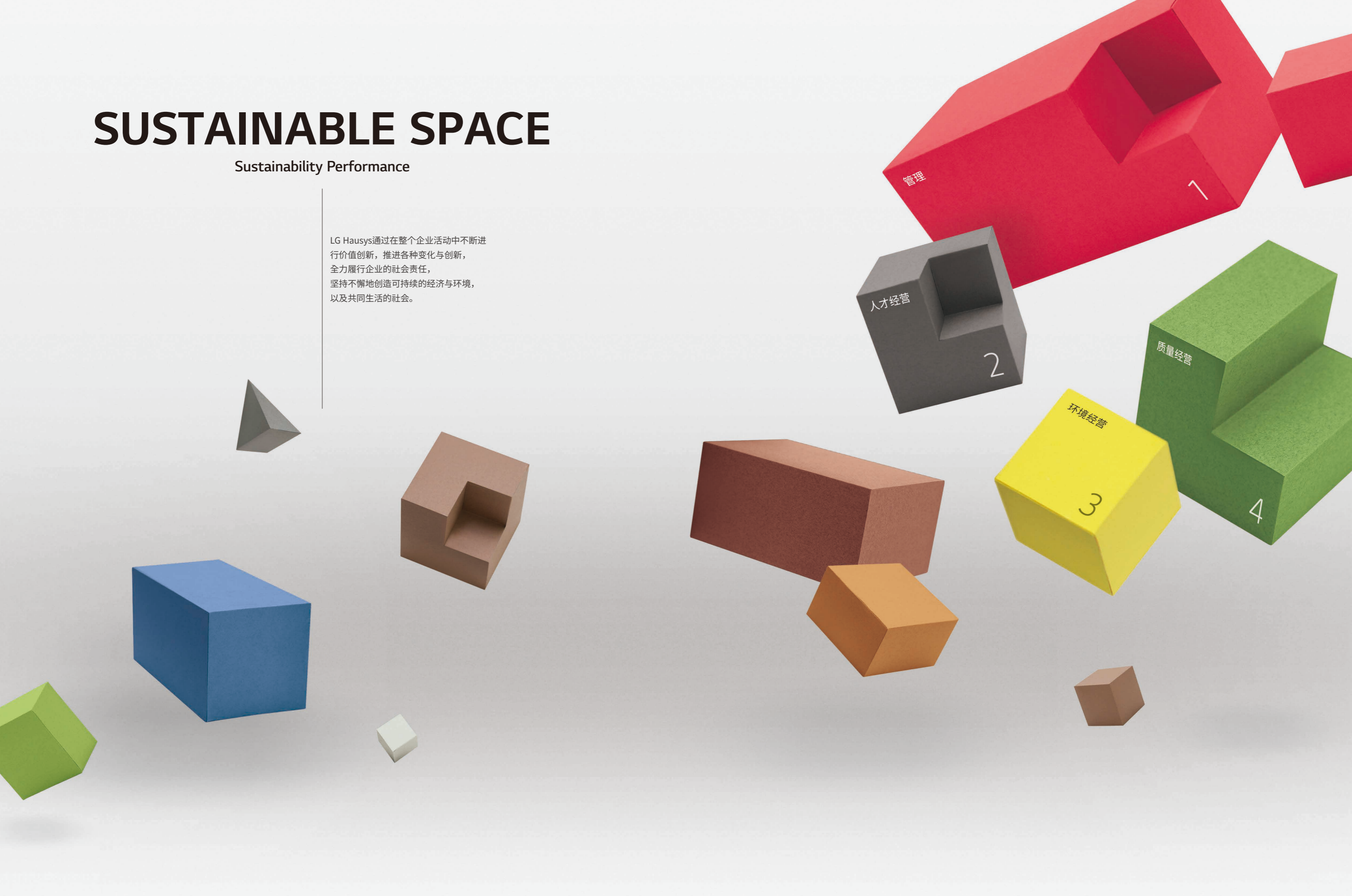
LG Hausys以低收入阶层、单亲家庭、受环境性疾病环境所苦的儿童等生活环境恶劣的社会弱势群体居住地为对象,对可诱发环境性疾病的危害因素进行诊断,为需要改善的家庭免费提供环保壁纸和地板材料替换等支援。通过这项活动,2015年共为540户、2016年共为361户家庭提供了环保壁纸、地板材料等支援,通过施工改善了室内环境,与环境保健中心联手,对这些家庭中有过敏性皮肤、哮喘等患有环境性疾病的家庭提供免费诊疗服务,与政府共同改善室内环境。



SUSTAINABLE SPACE

Sustainability Performance

LG Hausys通过在的企业活动中不断进行价值创新，推进各种变化与创新，全力履行企业的社会责任，坚持不懈地创造可持续的经济与环境，以及共同生活的社会。



管理

管理

1

为了成为深受利益相关方信赖的企业, LG Hausys建立了公平的决策体系。从2014年起, 我们在董事会上讨论与社会责任相关的议案, 提高了可持续发展的执行力。

股东的构成及权利

为了打造可持续发展的企业, LG Hausys配备了公平、稳定的股权结构。股东可以行使各种股东权利, 与主要经营事项相关的内容, 可在金融监督院电子公告系统、LG Hausys主页等进行查询。

→ “LG Hausys主页”(http://www.lghausys.co.kr/kor/util/investor/council.jsp) 公告信息

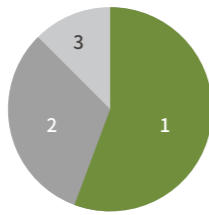
董事会的构成及运营

LG Hausys董事会拥有决定公司主要业务执行和监督董事会成员执行职务的权利, 并对法令或条款规定的事项、股东大会上委任的事项、有关业务进行的重要事项等进行表决。CEO和董事会主席不可兼任, 并且保障外部董事参与董事会, 以确保决策的合理透明。

董事会构成现状

LG Hausys董事会由2名内部董事和2名其他非常务董事、3名外部董事构成。

股东构成
(以2016年12月31日为准)



1. 韩国机构/个人投资者

54.11%

2. LG控股公司

33.52%

3. 外国投资者

12.37%

董事会及外部董事的选聘与角色

董事会选聘需遵守商法等相关法律步骤, 并获得董事会及股东大会的批准, 外部董事应占董事总人数的四分之一以上。外部董事要从与LG Hausys没有特别的利害关系, 并且在经济、经营、化学工学等领域具有丰富经验和专业知识的专家中选聘。选聘的外部董事负责听取LG Hausys对经济、社会、环境的战略方向及现存问题等内容, 并积极提出改进意见。

董事会活动内容

LG Hausys董事会在2016年共召开了10次会议, 董事会成员出席率为平均98.5%。董事会上审议了事业计划批准等共33项议题, 其中批准24项, 报告9项。

董事会成果评价

LG Hausys每年会综合考虑董事会活动的年度评价、物价上涨率及外部董事报酬的对外竞争力等因素来制定报酬支付标准。根据制定的标准, 在股东大会上获得董事报酬上限批准, 调整报酬时需提交董事会进行商定并获得批准。

董事会构成(以2017年4月为准)

分类	姓名	负责业务及主要履历	备注
内部董事	吴长洙	代表理事	
	成基燮	CFO	
其他非常务董事	河炫会	LG控股公司执行总裁	董事会主席
	柳志永	LG控股公司经营管理部长	
外部董事	金荣益	西江大学经济学系教授	监察委员会委员
	金进坤	浦项理工大学化学系教授	监察委员会委员
	裴钟太	KAIST大学经营学院教授	监察委员会委员

PERFORMANCE 1

董事会活动详情

届次	召开日期	主要议题内容	董事会成员出席率
1	2016.1.26	关于第7期财务报表的批准及其他6项	100%
2	2016.2.25	关于第7期定期股东大会召集的批准及其他2项	100%
3	2016.3.8	关于第7期定期股东大会召集变更的批准及其他1项	100%
4	2016.3.24	关于2016年董事报酬执行的批准及其他3项	100%
5	2016.4.22	关于2016年第一季度经营成果报告及其他1项	100%
6	2016.7.22	关于2016年第二季度经营成果报告及其他5项	100%
7	2016.9.20	关于合并合同的批准	100%
8	2016.10.25	关于2016年第三季度经营成果报告及其他2项	100%
9	2016.11.1	关于合并结束公告的批准	100%
10	2016.12.1	关于执行高管人事(方案)的批准及其他3项	85.7%

董事会内部委员会

监察委员会

LG Hausys在董事会内设置了监察委员会, 以保障监察功能的独立性和透明性。监察委员会委员由3名外部董事构成, 且全员均应没有商法规定的合格事由。

监察委员会的运营及活动

监察委员会负责监察LG Hausys的会计和业务, 可要求董事会成员汇报营业情况或查询公司的业务及财产状态。为此, 可通过书面形式向董事会提交关于某项特殊议案召集会议的目的和理由, 要求召开临时股东大会。此外, 必要时还可要求子公司提供业务报告, 并查询子公司的业务及财产状态。

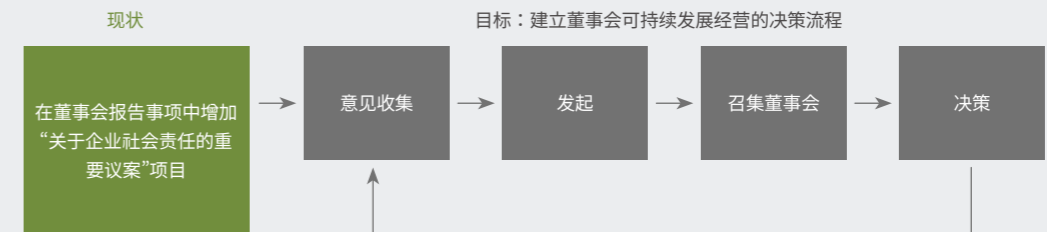
监察委员会的运营及活动详情

届次	召开日期	主要议案内容
1	2016.1.26	2015年内部会计管理制度运营现状报告及其他4项
2	2016.2.25	第7期财务报表及营业报告审计报告(方案)的批准及其他2项
3	2016.4.22	非审计服务报告及其他2项
4	2016.7.22	2016年第二季度经营成果报告及其他1项
5	2016.10.25	2016年第三季度经营成果报告及其他1项

SPECIAL ISSUE

修改有关企业社会责任的董事会规定

为了准备向董事会汇报CSR活动的依据, 2014年LG Hausys在董事会报告事项中增加了“关于企业社会责任(CSR)活动的重要议案”。LG Hausys希望以此来提高经营管理层对可持续发展经营的关注, 并积极开展企业社会责任活动。



伦理经营

2

为了切实履行对顾客、合作企业、股东、员工以及社会的责任,成为受尊敬的企业, LG Hausys一直坚持践行正道经营。

LG Way和正道经营

“LG Way”是LG固有的企业文化,是通过“正道经营”来实践我们所追求的“为顾客创造价值”和“尊重人的经营”这一经营理念,最终实现“一等LG”。为此,以伦理经营为基础,不断培养自己的实力,进行光明正大的竞争,这便是LG的正道经营。

LG正道经营主页
(<http://ethics.lg.co.kr/>)

伦理规范

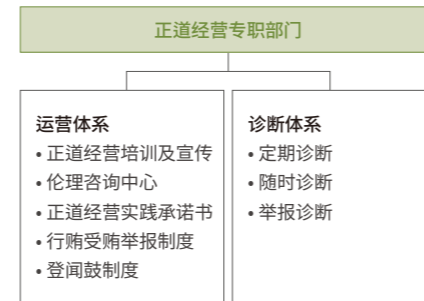
LG制定并实践伦理规范,作为所有员工都要遵循的正确的行动和价值判断标准。伦理规范制作成韩文、英文、中文手册,分发给员工。

伦理规范的构成及主要内容

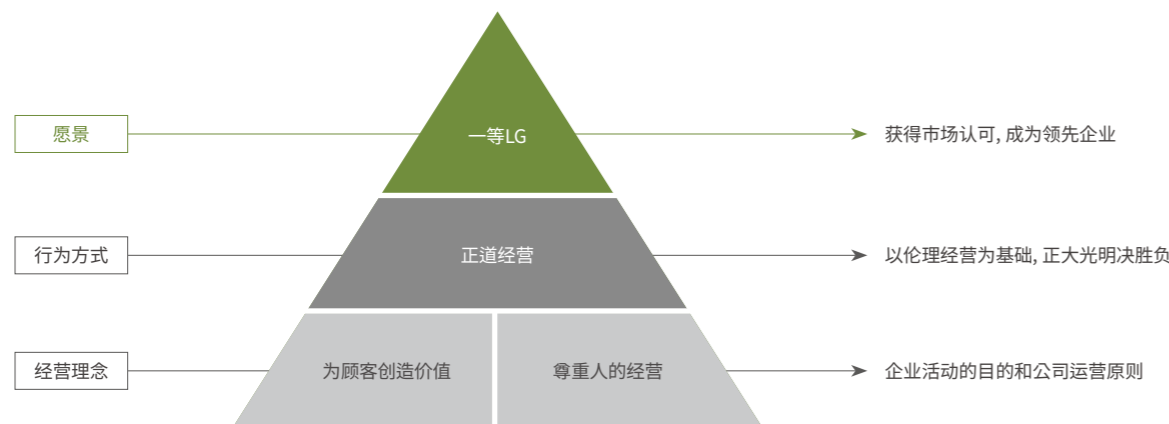
区分	主要内容
第一章	对顾客的责任和义务
第二章	公平竞争
第三章	公平交易
第四章	员工的基本伦理
第五章	对员工的责任
第六章	对国家和社会的责任

LG Hausys的正道经营

对LG Hausys而言,“正道经营”不是一种选择,而是企业生存的必要条件。为了事先预防员工的腐败及不正当行为,巩固正道经营文化,我们成立了正道经营专职部门,推进以现场为中心的正道经营。LG Hausys的正道经营并不只是单纯的伦理经营,而是意味着凭借能够在竞争中获胜的实力,创造出实质性的成果。为了对顾客讲诚信并向其提供更高的价值,我们通过不断创新来提高自己的实力,实现“为顾客创造价值”,通过提供公平的机会和根据实力提供公正的待遇,进行“尊重人的经营”。LG Hausys在工作上遵循正道经营和伦理规范的同时,自主改善过去被视为惯例的不合理行为,深入巩固将正道经营日常化的组织文化。



LG Way和正道经营



正道经营培训和宣传活动

LG Hausys每年都对韩国和海外法人的员工进行与业务和职务相关的正道经营培训与宣传。不仅如此,在合作企业与代理店也通过正道经营相关培训、恳谈会、发送报导等方式传播正道经营文化,付出不懈努力。2016年以LG Way、伦理规范、法规遵守等与正道经营相关的主题制作培训视频资料,以中国法人、合作企业为对象实施网络培训。今后, LG Hausys也将以海外法人与合作企业为对象,加强定期沟通、持续培训和宣传活动,不断提升其对正道经营的理解。

区分	2014	2015	2016
参与员工(名)	4,460	6,415	4,500



中国法人培训

正道经营实践活动

LG Hausys通过正道经营实践承诺书、行贿受贿举报以及登闻鼓制度、正道经营培训等实践活动来实现正道经营。

正道经营实践承诺书

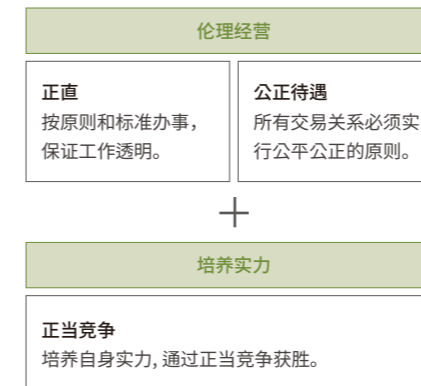
LG Hausys的全体员工每年通过在线方式,合作企业则在进行交易时通过在合同上签署“正道经营实践承诺”,来表达遵守LG伦理规范及实践正道经营的决心。

行贿受贿举报制度

LG Hausys严格禁止全体员工因任何理由收受利益相关方提供的钱财及谢礼。若发生收受钱财或礼物的情况,应根据伦理规范郑重拒绝并返还,若无法返还已经收受的礼物,应将该物品向伦理事务局进行申报,申报的物品将捐献给福利团体或进行公司内部拍卖,并将拍卖所得用于社会贡献活动。

登闻鼓制度

登闻鼓制度是对违反正道经营的行为进行举报的系统,举报对象包括员工利用优越地位进行不公正的业务处理、收受钱物行为,以及违背LG伦理规范的所有业务行为。无法进行在线举报的人员可利用电话、传真、邮件及上门等方式进行举报。举报人信息将得到严密保护,如果举报人因举报而遭受任何损失,将采取恢复原状或予以与此相应的补偿措施。



人才经营

LG Hausys作为与员工共同成长的企业, 践行着“尊重人的经营”。
我们尊重成员的创意与自律, 进行公平的评价和补偿。

人事原则

为了充分发挥每个人的创造力, LG Hausys尊重成员的个性与多样性, 制定并运营着为获得能力超群的人才和培养活动所必须的流程。



成果及目标

<p>为培养企业家与职务专家 建立培训体系 1</p> <p>2016主要成果</p> <ul style="list-style-type: none"> 为培养项目带头人运营核心人才P/G (选拔及培养) 运营领导力变化P/G 加强职务专业培训 <p>2017计划</p> <ul style="list-style-type: none"> 加强培养引领市场型职务专家 -以技术研讨会等加强制造专家能力为中心 提高Global业务能力 运营以身作则领导力开发P/G <p>中长期目标</p> <ul style="list-style-type: none"> 以加强业务核心力量为目标提供适时HR Solution 根据个人能力与职务, 提供公平的机会 	<p>通过公正的评价, 实现绩效 2</p> <p>2016主要成果</p> <ul style="list-style-type: none"> 每季度检查及反馈 实施反馈现状Survey, 提出反馈Guide 实施提高评价者评价能力的培训(必须) 召开评价审议委员会 <p>2017计划</p> <ul style="list-style-type: none"> 加强每季度检查及反馈 实施提高评价者评价能力的培训(必须) 提高评价审议委员会审议功能 <p>中长期目标</p> <ul style="list-style-type: none"> 根据个人成果和能力, 进行公正的评价 通过持续反馈, 提高评价可接受性及个人能力 	<p>以遵守原则为基础, 运营稳定的劳经关系 3</p> <p>2016主要成果</p> <ul style="list-style-type: none"> 运营稳定的劳经关系 事先应对劳经环境 <p>2017计划</p> <ul style="list-style-type: none"> 加强劳经沟通, 为创造业务成果提供支援 提高劳经课题执行能力 <p>中长期目标</p> <ul style="list-style-type: none"> 参与劳经与增进合作
--	---	--

PERFORMANCE 2

人才面貌

1

LG Hausys要求的人才“LG Way的信念和执行力兼备的人”, 我们正在积极引进和培养符合这一条件的国际化人才。

人事原则

价值创造的源泉是个人的创意, 创造成果的原动力是成员的力量。LG Hausys根据成员的能力与资质提供公平的机会, 对实现的成果进行公正的评价, 并按个人和组织的贡献度定薪酬。此外, 将与人事相关的所有决策和活动从长久的观点一贯性地推进设定为基本原则, 根据行为规范和就业规则, 不对性别、年龄和宗教等设限, 实践平等的雇佣和人权尊重, 在补偿方面也采用同等标准予以支付。

人才面貌

- 带着梦想和热情, 挑战世界最高水平的人
- 一切以顾客为先, 不断创新的人
- 在团队合作中自律且工作富有创造性的人
- 坚持培养实力, 以正当方式进行竞争的人

员工现状

LG Hausys的海外与韩国境内成员, 以2016年年末的联合标准, 共为4424名, 韩国办公职务与技能职务的人员比率分别为67.5%和32.5%。2016年新聘用员工224名, 在创造青年工作岗位方面的功劳备受认可, 获选“创造就业100强企业”。

当地聘用比率现状(单位: %)

区分		2014	2015	2016
当地聘用比率	美国	96.5	96.3	96.5
	香港	95.7	95.9	95.7

员工现状¹⁾(单位: 名)

区分		2014	2015	2016
韩国员工		3,135	3,242	3,140
按雇佣类型	正式工	3,050	3,157	3,058
	非正式工	85	85	82
女性员工人数		412	446	425
社会少数群体	残疾人	55	51	46
	国家有功者	89	90	85
按年龄	20-29岁	552	573	588
	30-39岁	877	896	817
	40-49岁	1,009	1,035	1,018
	50岁以上	697	738	717
按职务等级	高管	19	22	23
	职员	3,116	3,220	3,117
按职种	办公职务	2,043	2,151	2,121
	技能职务	1,092	1,091	1,019
按地区	总部(首尔)	788	808	769
	清州门窗材料工厂	302	252	161
	玉山工厂	332	377	383
	蔚山/温山工厂	1,101	1,119	1,099
	其他 ²⁾	612	686	728
新聘用		268	200	224
离职 ³⁾		68	41	54
研究所/设计中心		285	309	316

1) 标准: 相应年度的12月末, 包括子公司、海外派驻人员

2) 其他: 地方办事处、海外法人/分公司、其他工厂、设计中心、研究所

3) 离职: 主动离职者

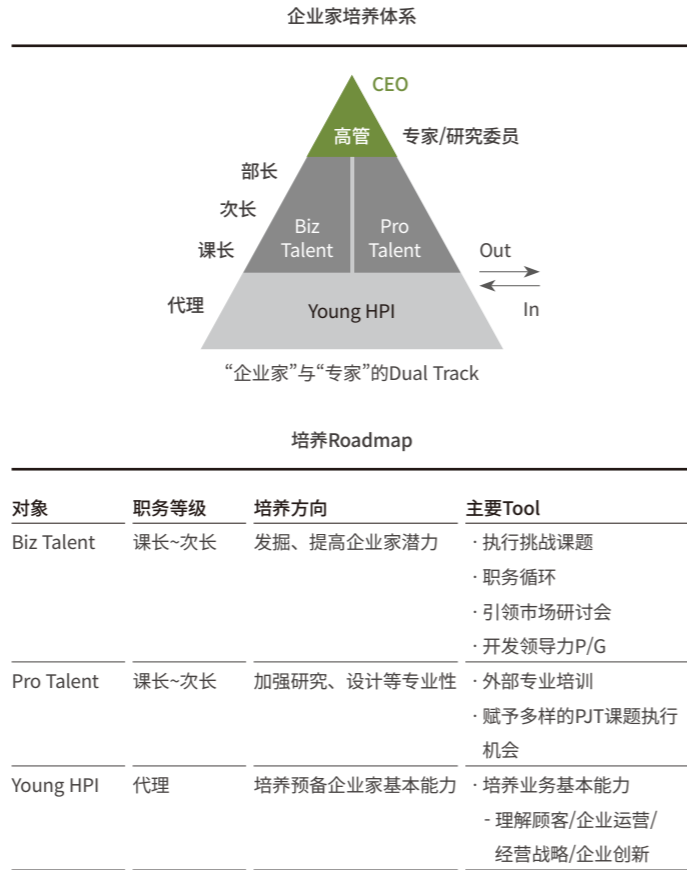
人才培养项目

2

LG Hausys意识到培养人才是成为引领市场企业的必要条件,为此运营着与业务战略挂钩为未来做准备的企业家培养、为获得专业性而进行的职务专业培训、为执行跨国业务以全球力量与核心价值为基础的职务等级必修课程等。

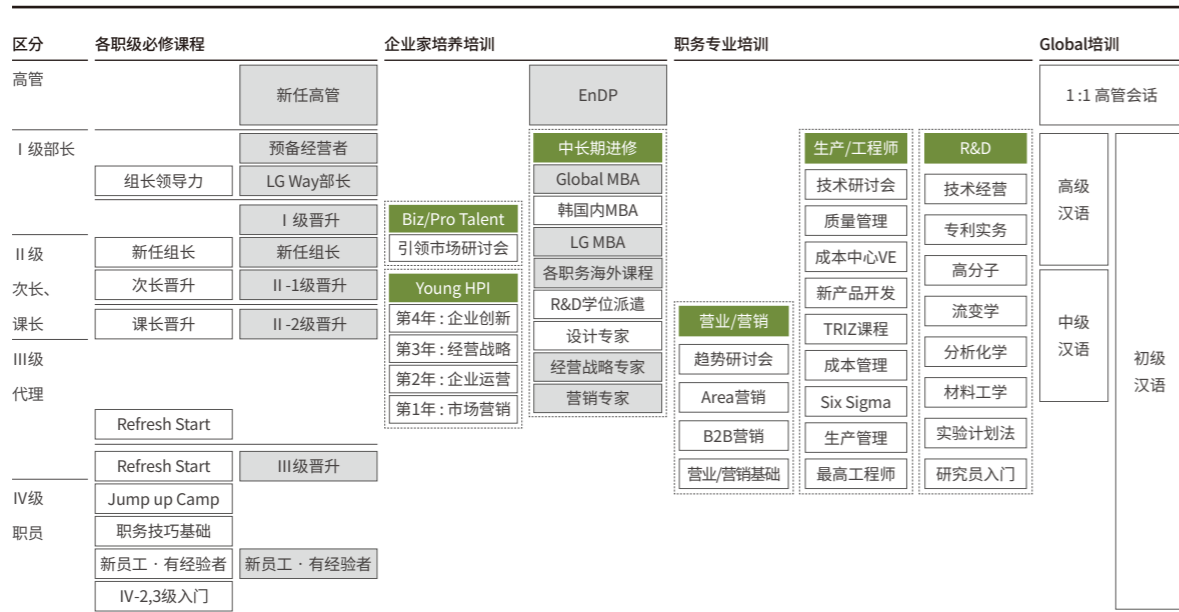
企业家培养体系

为了引领市场,尽早发掘并培养具有业务执行能力和领导力的未来企业家十分重要。为此, LG Hausys建立了企业家培养体系,将代理级别的Young HPI和课长次长级别的下一代Talent分为企业家型人才Biz Talent和专家型人才Pro Talent开展培养活动。此外,还以海外法人、分公司的当地员工为对象,选拔核心人才,通过在线课程予以培养。



区分	2014	2015	2016
培训费用	3,925	3,888	4,672

公司培训体系图



* 内部晋升课程仅限针对晋升者/岗位转换者/事务执行者实施。

□ 企业内部课程 ■ 人和院课程

组织文化创新

3

LG Hausys为了成为受客户认可的引领市场企业,2016年宣布并实行确立了员工精神姿态、组织文化、对待工作的态度与方式、领导应具备的品德等内容的“执行经营”。2017年,为使“执行经营”作为组织文化扎根LG Hausys,公司通过运营“GREEN BOARD”和“We HA女”持续开展沟通活动。实施为未来做准备的活动“学习社团、Futurist和Idea Tree”等,通过员工的自发参与追求组织文化创新。

与员工沟通的文化

LG Hausys为了加强员工之间的沟通,运营着各种项目。LG Hausys通过运营职员代表性活动“GREEN BOARD”和女员工代表性聚会“We HA女”,促进成员与管理层的沟通,开展工作组织文化创新活动。“GREEN BOARD”和“We HA女”每季度与CEO召开一次恳谈会,还开展部门内部沟通、培训、志愿服务、义卖会等活动,通过这种与成员共同进行的Bottom-Up方式,不断创造LG Hausys的组织文化。此外,作为2017年执行经营传播和扩散的Facilitator,发挥着各部门执行经营沟通、Best事例传播和以发掘身作则领导等作用。

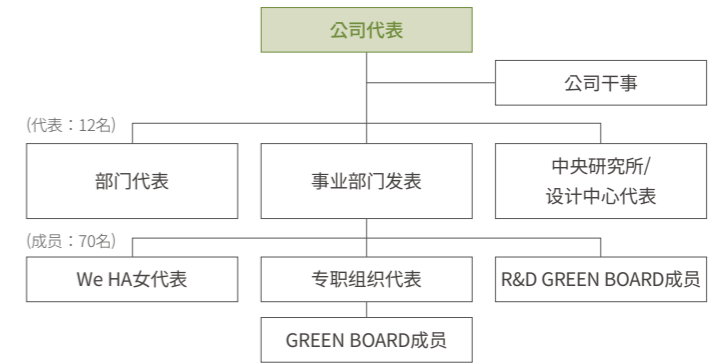
未来准备活动

LG Hausys以员工自发参与为基础,不断创造为未来做准备的组织文化。

与员工沟通的文化

项目	内容
GREEN BOARD	为了改善员工工作环境及使执行经营组织文化扎根而运营的员工协议体
We HA女	为形成女性员工灵活适应的组织文化并鼓舞士气而建立的沟通渠道
Happy Talk	为了与成员沟通及产生共鸣,组长与组员进行对话的交谈制度

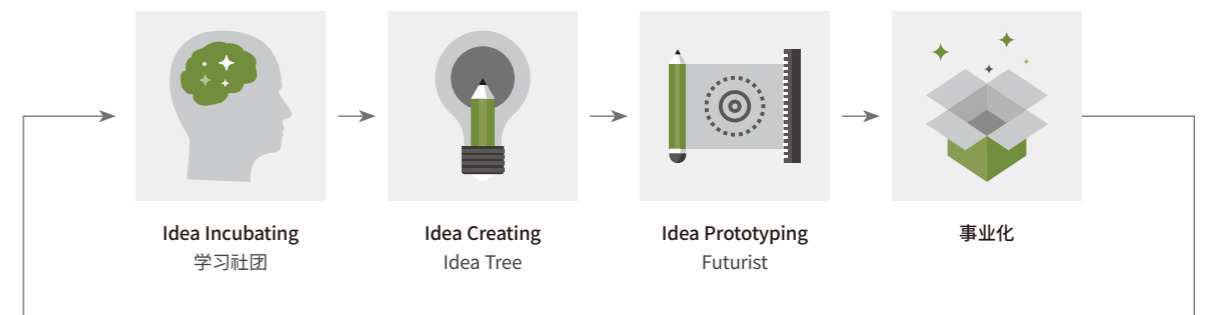
GREEN BOARD/We HA女组织图



未来准备活动

项目	内容
学习社团	对成员在学习与业务相关的关注领域时提供支援的项目
Idea Tree	成员提出对业务相关主题构想的创意思路项目
Futurist	在新业务、新产品、新领域为未来做准备的事业化构想征集项目

加强未来准备项目关联性



员工薪酬体系

4

LG Hausys为了通过建立引领市场的组织文化,提高执行力来实现业务成果的最大化,运营着立足于绩效的评价制度。我们以尊重员工个人创意和自律的绩效人事原则为基础,实施具有竞争力的工资及奖金制度。

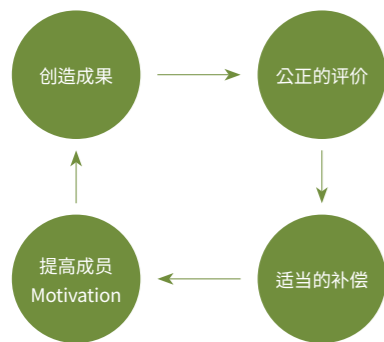
公正的评价制度及持续反馈

为了实现公正的评价, LG Hausys实施季度检查、评价审议委员会、加强评价者评价能力培训等。通过各季度目标进度检查,加强目标执行力度,增加对成果的周期性反馈,并通过提供指导提高评价的公正性和接纳性。在年终评价时,通过评价审议委员会,除了对个人成果和能力进行评价外,还灵活运用业务贡献度、组织特殊性等进行综合评价的评价审议功能,为了提高评价者客观、公正的评价能力,对其实施必修的评价能力提升培训(e-Learning)。

立足于绩效原则的薪酬体系

薪酬体系以绩效原则为基础,采用累计式和非累计式体系运营。以累计式运营的年薪制度,是根据上一年度的考核结果,按个人分不同等级支付薪酬的体系。非累计式则有角色薪酬制、经营奖金及对卓越成果奖励制度On-Spot Incentive和各组织单位的薪酬制度等。此外,还有以R&D及创新活动课题为单位的奖励制度,如:研发奖励、Design Jump、创新空间等,加强了“High Performance, High Return”的绩效人事原则。

LG的成果主义



薪酬制度

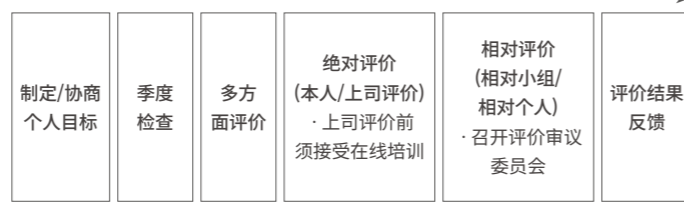


定期成果评价及履历开发审查对象

区分	2014	2015	2016
审查对象职员(名)	1,983	2,091	2,059
审查对象职员比率(%)	99.6	99.9	99.8

* 对象:韩国境内文职人员(高管、负责人级别除外)
* 全体员工中相对评价者比率

评价流程



扩大和支援女性人才

LG Hausys为了保证女性员工的职务稳定,实施了多种制度。通过实施育儿假、自律上下班制度等,帮助女性员工维持工作与家庭的平衡,还通过运营时间选择制职务,积极参与保障工作与家庭兼顾的政策。不仅如此,我们还持续管理和支援女性人才的职责选拔和管理者级别以上的女性领导培养。

育儿假现状

区分	2014	2015	2016
使用育儿假的员工人数(名)	23	45	23
复工率(%)	89	92	83
复工后工作12个月上的比率(%)	94	100	92

福利待遇

5

LG Hausys为了营造让员工满意的工作环境,运营全方位的福利待遇制度。通过提供使精神稳定的沟通活动和保障员工健康的健康管理活动,让员工的身心更加稳定,从而能够全身心地投入工作。

员工咨询项目

LG Hausys意识到成员之间相互理解和成员本人心理稳定的重要性。为了提升员工心理上的稳定感,运营EAP专业咨询、产业咨询等各种咨询机制。

项目	主要活动	具体活动	备注
EAP	· 提供克服工作压力及	· 个人层面(治愈-预防-成长)	263次
专业咨询	· 解决个人难题的咨询	- 提供情绪管理支援 - 困扰咨询 - 家庭问题咨询 - 组织层面(全心投入工作) - 提升成员之间的沟通能力 - 应对矛盾	
产业咨询	· 针对工作问题的专业交流	· 组织生活难题及履历咨询	新培养9人 (与2015年相比 2016年数据)

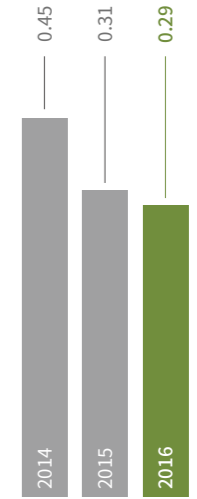
员工健康管理

LG Hausys以员工的安全和保健为企业的优先价值,在各营业场所实施与此相关的各种培训、训练和诊断。

项目	内容
异常反应者管理	· 以一般疾病、职业性疾病异常反应者为对象实施产业保健咨询 · 实施自行血液检查及定期后续管理 · 通过健康管理计划书、各部门面谈记录等进行管理
预防管理	· 实施公司内禁烟治疗及增强体力活动 · 培养各部门急救人员及安装自动体外心脏去颤器
体检	· 作为一项福利待遇,实施综合体检 · 一般/特殊健康诊断及分配岗位前后实施体检
特殊体检	· 根据检查现场工作环境实施特殊体检(噪音/粉尘/有机溶剂/特定化学物质/重金属)
额外癌症检查	· 验血/胃镜/腹部及甲状腺B超

产业灾害率*

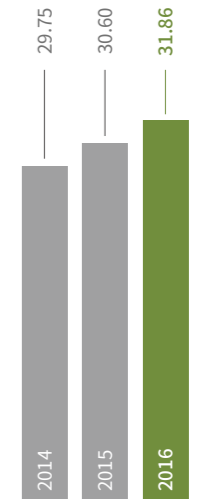
(单位: %)



* 产业灾害率: 每年每100名工作人员中所发生的灾害人数比率
(灾害者人数÷工作人员人数x100)
* 范围: 韩国营业场所

异常反应者比率*

(单位: %)



* 异常反应者: 体检结果中疑似患者, 根据产业安全工团的标准需要观察者(C等级), 或患者(D等级)

产业安全保健委员会

针对员工保健及安全, 与工会签署正式协议, 每季度召开由劳经双方相同人数参与的产业安全保健委员会。员工代表每半年参与一次以生产部门和盲区为中心进行的预防活动等, 为解决检验工作环境等安全保健问题而努力。

劳动人权保护

6

全球劳动方针

LG Hausys尊重国际劳工组织(International Labour Organization, ILO)公约所规定的条款,也尊重联合国人权委员会的“关于企业与人权的指导原则(UN Guiding Principles on Business and Human Rights)”等与劳动、人权相关的国际机构与团体的标准与法规。2016年,公司制定了以“将保障并尊重人类尊严、自由与幸福的权利作为基本价值予以实践”为内容的《LG Hausys全球人权、劳工方针》,并通过主页公示全文。

全球劳动方针

- 人道的待遇
- 禁止强制劳动
- 禁止童工
- 禁止歧视
- 工作时间
- 薪资及福利待遇
- 结社自由

劳经关系

LG Hausys将构建并践行参与和合作的劳经合作伙伴关系,创造持续的成果,获得全球水平的企业竞争力,提升成员的生活质量,乃至为社会发展做贡献的共同体式劳经关系的实现作为落脚点。为此,运营着由企业经营、工作现场、团体交涉所构成的企业固有劳经关系3维模型,谋求成员的有机参与与合作。此

* LG Hausys全球人权劳动方针链接

韩文: <http://www.lghausys.co.kr/kor/util/manage/inkwon.jsp>

英文: <http://www.lghausys.com/company/sustainability.jsp?gubun=5>

外,对于重要的业务变动事项,通过在团体协议中明示将与工会诚实协议解决,加强劳经合作的基础。预计工会会员的身份或工作条件发生变动时,应事先通报工会,已进行充分协商。截至2015年末,技能型员工的工会加入率为99.2%。

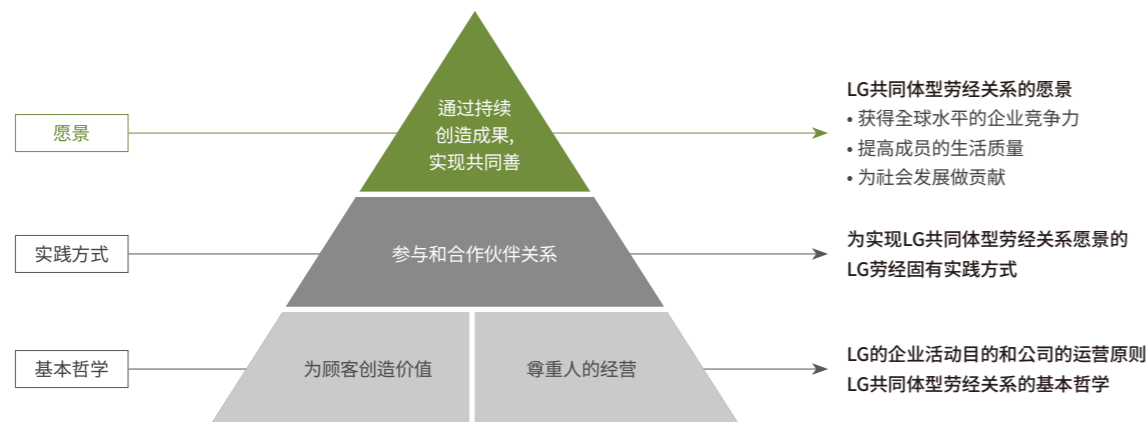
工会加入率(以相应年份年末为准)

区分	2014	2015	2016
加入人数(名)	1,073	1,067	1,016
加入率(%)	99.8	99.2	99.7

劳经社区

不是垂直概念上的劳资关系,而是水平的概念,即,追求员工与经营者站在对等的立场上,相互尊重各自角色的参与及合作型劳经关系。高管定期与员工进行对话,每季度还举行经营管理层恳谈会,通过每年在各营业场所举办运动会,力求增进组织互动。此外,每季度召开一次劳经协议会,持续开展劳经共同日程协议、福利设施改善和扩充、经营成果共享、公司主要日程共享等活动。

劳经关系Vision



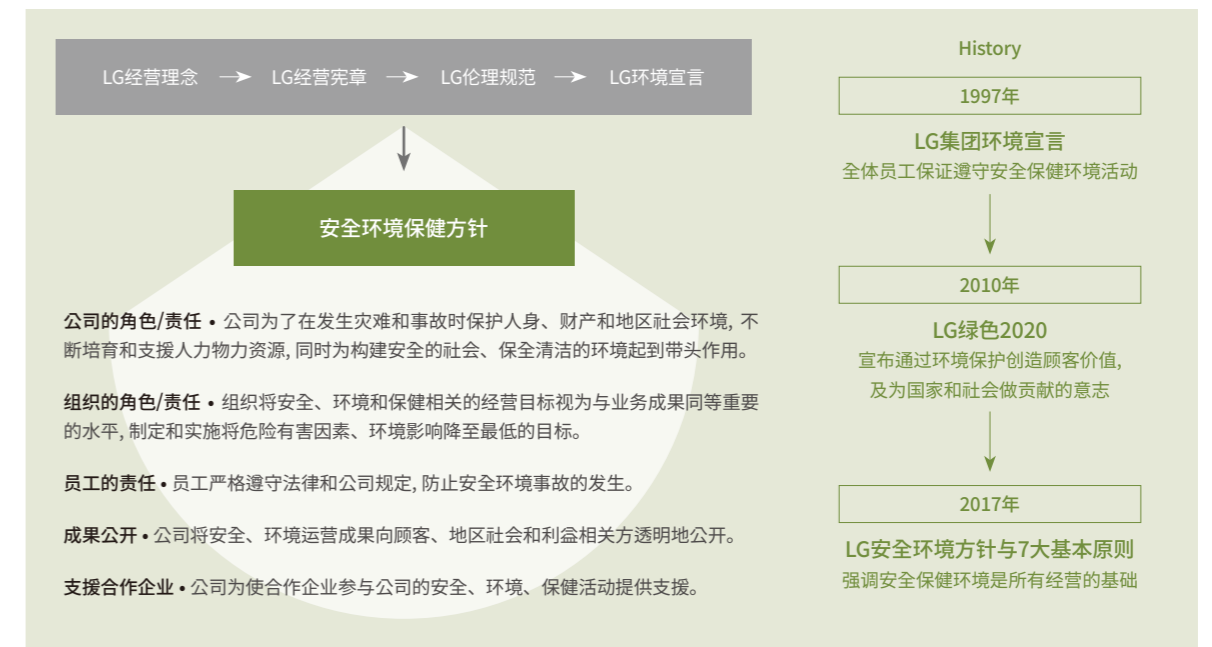
PERFORMANCE 3

环境经营

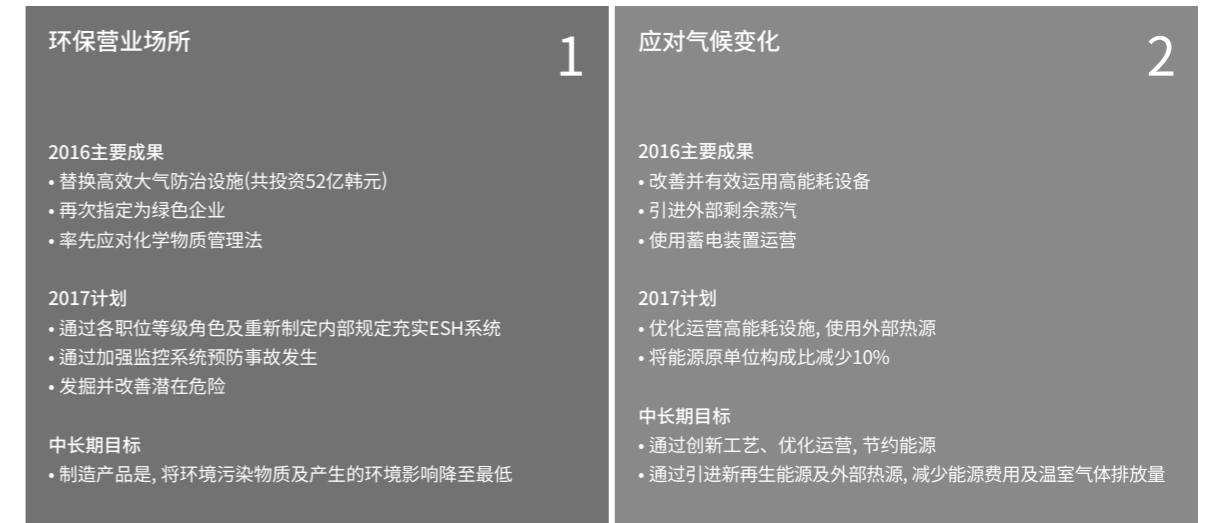
随着社会对企业活动带来的环境影响和安全的营业场所越来越关注, LG Hausys在企业活动的整个过程中,践行将环境影响降至最低,追求与自然和谐交融的“绿色经营”。

绿色经营哲学

LG Hausys绿色经营以LG的经营理念即“为顾客创造价值”和“尊重人的经营”为根本。在此基础上,制定了环境保全及安全保健等强调企业社会责任与角色、以LG绿色经营为基础的安全环境保健经营方针,追求企业活动与环境的和谐。



成果及目标



环保营业场所

1

LG Hausys不仅致力于预防各种安全环境事故,还为最大限度降低各种对大气、水质、土壤的污染物排放量做出多方面的努力。

大气环境管理

为改善大气环境,积极引进新技术,更换新型高效率防治设施,提高大气污染物处理效率。现在运营的主要大气防治设施有最佳防治设施RTO(Regenerative Thermal Oxidizer)和电气集尘器等,为了预防大气污染物事故,建立监控系统,实时对防治设施的运转情况进行监控。

水质环境管理

在营业场所内的主要地点安装隔油池,以预防扩散污染,并且建立紧急雨水污水池,防止环境事故造成的污染物外泄,为应对意外事件做好准备。还有在液体物质泄漏时可以防止扩散的警报系统和排水沟,防止发生外泄事故。玉山工厂污染物质外泄时,水闸自动断开,防止污染物质向外扩散。为了处理产品生产过程中产生的废水,在每个营业场所安排废水处理专业人员24小时常驻,对净水处理后废水的水质进行监测。此外,为了预防由于非点污染源所造成的河流污染,设置并运营非点污染源处理设施。

* 蔚山工厂取水源:地表水,自来水
* 清州工厂取水源:地下水,工业用水
* 玉山工厂取水源:自来水,工业用水

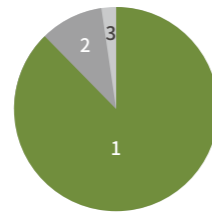
有害化学物质管理

蔚山,玉山工厂目前正在使用铅化合物、MEK、乙酸乙酯等14种有毒物。为了减少有害化学物质的使用量,正在积极开发可替代物质。此外,还在有害化学物质储藏、保管设施上安装防泄墙及气体感应器等安全设施,以防止营业场所内因化学物质而发生火警、爆炸、泄漏事故。通过在各地点选出有害化学物质管理者,进行彻底的设施检查。

废弃物管理

为了节约资源、促进回收利用,积极参与政府政策。从2008年开始针对地板材料及门窗配

废弃物管理比率



1. 回收利用
83.72%

2. 焚烧
11.68%

3. 填埋
4.6%

置项目,与环境部签署了废弃物回收利用的自发性协议,通过开发回收利用技术、扩充回收体系、对回收利用企业提供支援等方式,努力构建回收利用体系。将在营业场所内产生的内部废料重新投入产品生产中,回收消费者使用后废弃的废品,为了能够最大限度地使用变为原料的外部废料,不断开发并应用原料处方。2016年在主要营业场所产生的废弃物回收处理率为83.72%。

环境投资

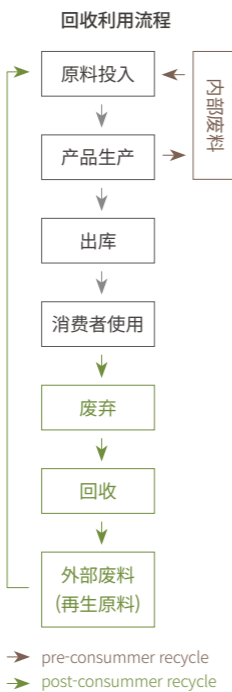
LG Hausys在工艺改善、设计及生产环保产品、温室气体减排及节能、工作环境改善、环境保全等环境改善方面,持续不断地扩大投资。

破坏臭氧层物质管理

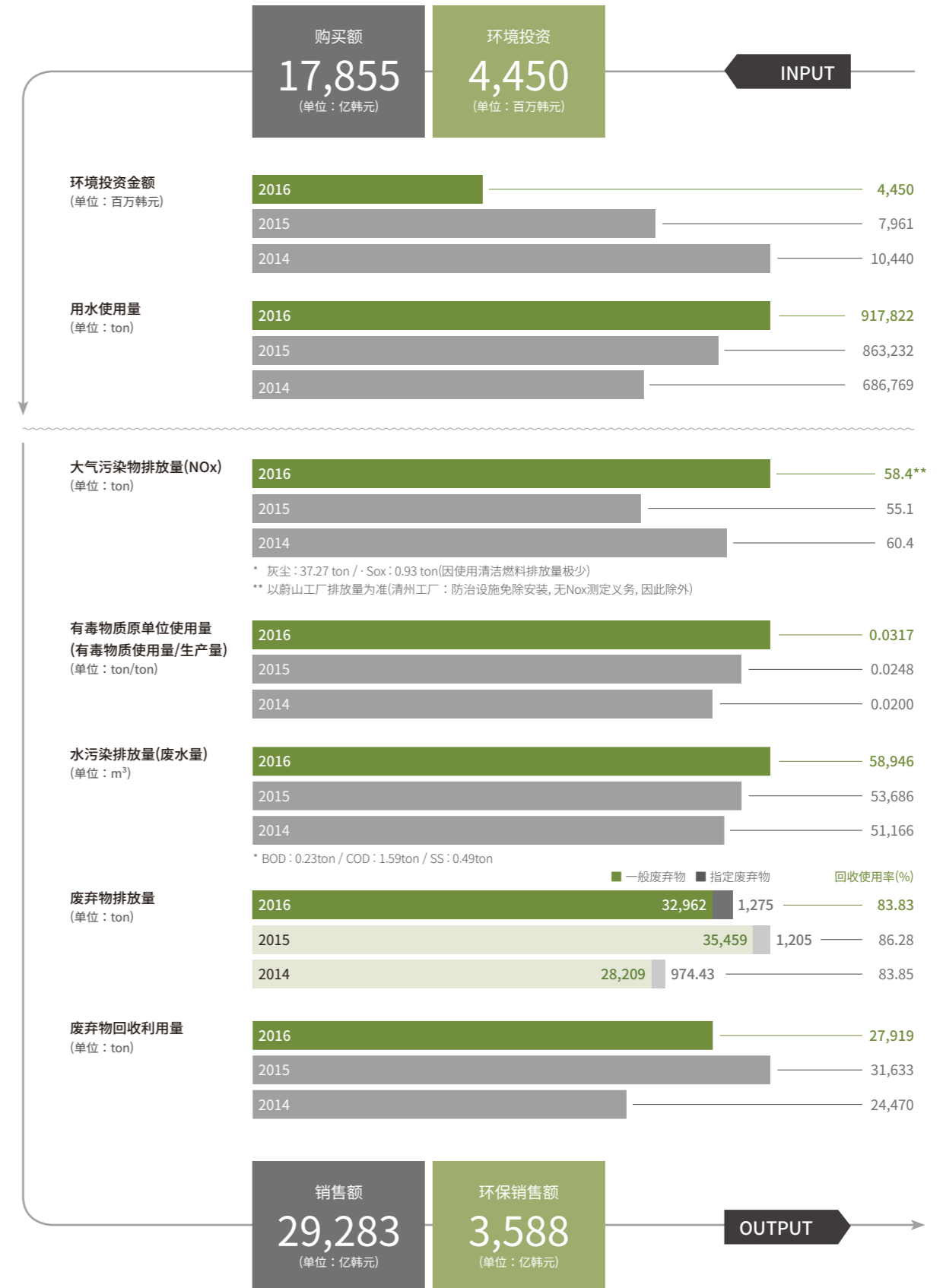
LG Hausys不生产及在工艺中使用蒙特利尔议定书中规定的破坏臭氧层物质。但在用于产品冷却及空气调节的制冷设备的制冷剂中含有一部分CFC类物质,部分用于灭火的灭火器中则充装了卤代烷。计划今后以清洁灭火剂或水系(喷水)灭火设备进行替代。

为最大限度减少对生态系统产生影响而开展的活动

在蔚山工厂,作为生态系统保全活动的一个环节,从1990年开始,自发进行每季度一次对回夜江水系的水质调查和环境影响评价活动。从回夜水坝开始到与大海汇合的江口渡口,共设置13个地点对6项指标(COD、SS、pH等)进行分析和监测,必要时还将测定资料提供给相应机关。玉山工厂则为了改善美湖川的水质,与锦江流域环境厅签署了美湖川水质改善协议,开展沟渠净化活动、在水边栽种植物、实施居民生活环境培训等。



Material Flow

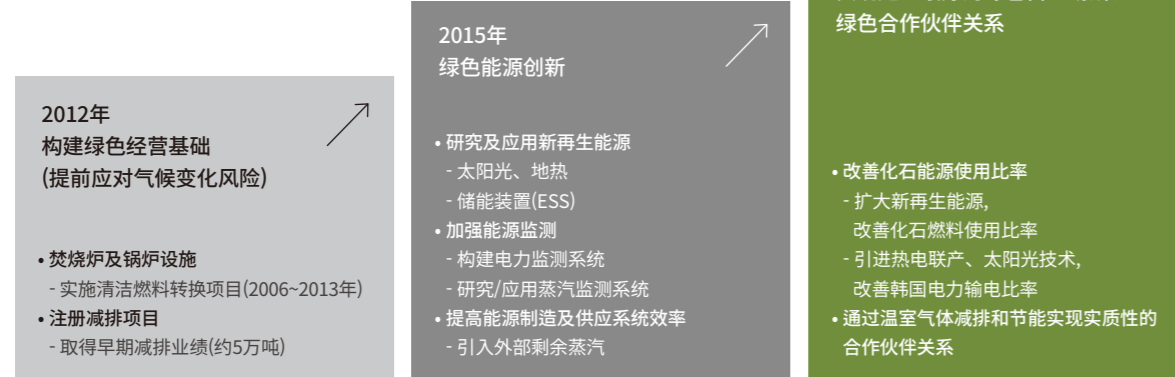


应对气候变化

2

LG Hausys通过持续开展节能活动与工艺创新, 主动应对气候变化风险。作为从2015年起实施的温室气体排放权交易制对象企业, 将不断推进可再生能源和引进外部热源等多种多样的温室气体减排活动。

气候变化中长期战略



节能和温室气体减排

LG Hausys一直持续不断地推进节能和温室气体减排活动。2016年实施了投资4,090百万韩元, 共节省6229百万韩元, 减排9,612 tCO₂eq的减排项目。

区分	2014	2015	2016
投资费用(百万韩元)	3,641	7,310	4,090
每年节能效果			
节能量(单位: TJ)	364	235	349
温室气体减排量(单位: tCO ₂ eq)	18,334	15,903	9,612
节省金额(单位: 百万韩元)	6,458	4,348	6,229

区分	2014	2015	2016
能源使用量 ¹⁾			
直接能源(单位: TJ)	1,004	1,008	973
间接能源(单位: TJ)	1,725	1,622	1,748
能源使用总量(单位: TJ)	2,729	2,630	2,719
温室气体排放量 ²⁾			
Scope 1(单位: tCO ₂ eq)	51,229	51,403	49,604
Scope 2(单位: tCO ₂ eq)	80,934	77,134	82,694
Scope 1 + Scope 2(单位: tCO ₂ eq)	132,164	128,537	132,296
Scope 3(单位: tCO ₂ eq)	-	-	131,807
原单位排放量(单位: tCO ₂ eq/ton)	0.5053	0.4922	0.4353

1) 能源使用量排放范围: 蔚山(包括温山)、清州、玉山工厂
2) 排放量估算范围:
- Scope 1: 因燃烧燃料使用能源引起的温室气体直接排放
- Scope 2: 因使用电、热、蒸汽引起的温室气体间接排放
- Scope 3: 购买的产品和服务、员工上下班、出国出差、其他温室气体间接排放

2016年温室气体目标与业绩
(单位: tCO₂eq)



· 范围: 韩国境内营业场所

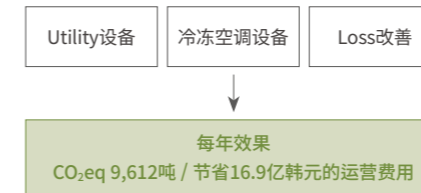
主要能源和温室气体减排活动

节能TFT

LG Hausys以韩国境内的营业场所为对象, 组成节能TFT, 实施全体员工参与的节能活动。

改善高能耗设备

LG Hausys为了提高Utility设备的效率, 通过替换锅炉、压缩机、用水设备、管线等陈旧设施及系统改善, 和完善冷暖气设备、空调等冷冻空调设备, 开展节能活动。蔚山工厂进行了热材料及效用管线Loss改善和暖气改善, 玉山工厂通过减少及替换整个工厂的蒸汽疏水阀, 实现了一年节省运营费16.9亿韩元, 共减排9,612吨CO₂的成果。



构建玉山工厂储能系统

LG Hausys从2015年起引进并运营1.5MWh级ESS(Energy Storage System), 通过最大程度地减少电力负荷以及昼夜充电放电, 2016年共节省26百万韩元的费用。

清州/玉山节能口号

能源也是储蓄。

<p>取暖器启动前</p> <p>确认蒸汽疏水阀漏气情况</p> <p>从3mm大小的孔漏气时, 约浪费100万韩元</p>	<p>适当室内温度管理</p> <p>冬季 20°C 夏季 26°C (韩国能源工团指南标准)</p> <p>保持适当的室温 守护健康!</p>	<p>消除空转Loss</p> <p>不运转时阻断主蒸汽和空气</p> <p>培养关闭的习惯吧!</p>	<p>关注我的周围</p> <ul style="list-style-type: none"> • 是否有蒸汽、空气等Leak之处 • 是否有未保温的地方 <p>一发现即刻采取措施</p>
---	---	---	--

蔚山节能口号

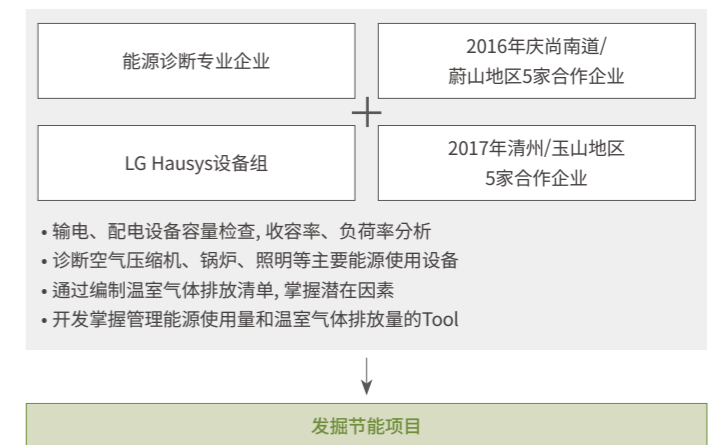
达成能源构成比2.4%

关闭	拔出	锁住	遵守	集中
----	----	----	----	----

5大节能习惯

- ① 关闭: 空转设备、照明、电脑
- ② 拔出: 阻断插头-备用电源
- ③ 锁住: 阻断泄漏、受潮、屜增损失
- ④ 遵守: 设备上下热标准、冷暖气标准温度(冬季19°C, 夏季27°C)
- ⑤ 集中: 集中于工作(业务)提高收益率(效率)(阻断重新操作损失)

通过建立绿色合作伙伴关系, 谋求共同成长
2015年起, LG Hausys通过利用“大中小企业能源同行活动”, 将合作企业在生产活动中产生的碳排放相关危险因素降至最低(去除), 通过树立合理的能源使用计划, 为温室气体减排和节省能源费用开展的改善活动提供支援。



质量经营

PERFORMANCE 4

LG Hausys将“Global No.1 Quality”定为质量愿景, 致力于为顾客提供最高的品质。从生产、销售到使用的整个过程中, 不断扩大能够与顾客进行直接沟通的活动。

质量经营体系

LG Hausys根据首席执行官(CEO)的质量经营方针, 通过遵守质量、培养人才、Q-Cost管理进行内外部失败费用率核查作为主要管理目标, 以通过下列4个战略为中心实现质量愿景。

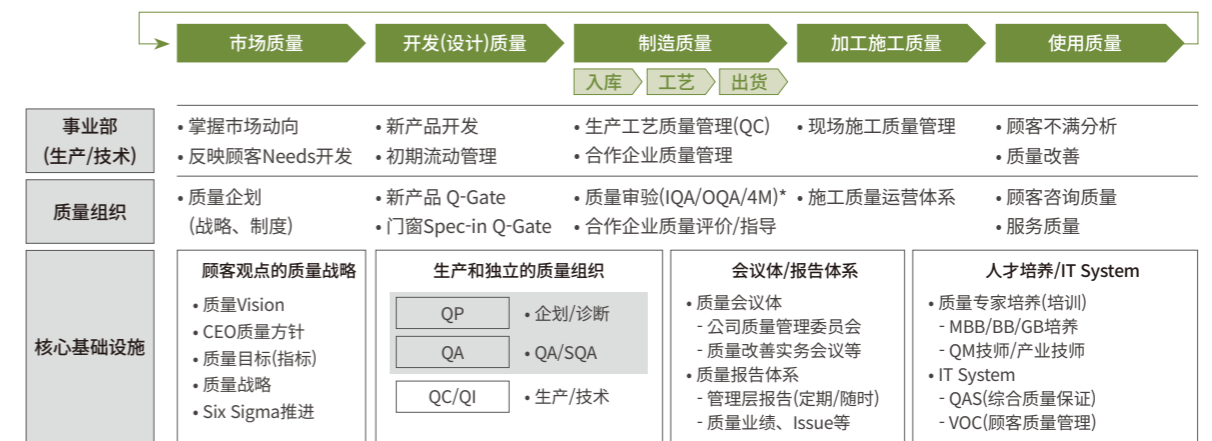


成果及目标

<p>从顾客观点加强新产品的质量竞争力</p> <p>1</p> <p>原则、战略 对新产品从开发阶段开始进行严密的质量检查, 提前预防推出初期发生质量问题。</p> <p>2016主要业绩</p> <ul style="list-style-type: none"> 加强Q-Gate运营 扩大内外部专家参与 加强开发完成后初期量产产品的管理 建立考虑多种使用环境的长期信赖性研究基础 新设信赖性研究组(研究所) 构建可模拟极限条件及使用环境的试验设备 <p>2017计划</p> <ul style="list-style-type: none"> Q-Gate审验标准化 各开发等级/各阶段必须审验项目系统化, 加强研究所长期信赖性审验 开发加速试验工具、匹配性分析工具、寿命预测模拟工具 	<p>培养Six Sigma人才</p> <p>2</p> <p>原则、战略 培养质量专家, 提高质量管理及改善活动执行力</p> <p>2016主要业绩</p> <ul style="list-style-type: none"> 培养制造/R&D部门的Six Sigma人才 MBB/BB/GB*也进行人才培养体系重新调整 晋升时反映人事制度 <p>2017计划</p> <ul style="list-style-type: none"> 加速培养人才, 促进Six Sigma活动 开发/制造/质量部门员工GB化 加速培养BB 各营业场所培养核心MBB <p>* MBB(Master Black Belt): 进行培训及课题指导咨询的Six Sigma专家 BB(Black Belt): 执行Six Sigma课题的领导 GB(Green Belt): Six Sigma课题执行实务者</p>
--	--

质量经营流程

从商品策划阶段到服务, 立足顾客角度, 一以贯之推行质量经营体系。根据不同流程反映顾客的不满与需求, 建立并运营从顾客观点检验质量的保证体系, 为实施一贯性的质量战略, 不断改善核心基础设施。



* 质量经营(QM) = 质量战略(QP) + 质量保证(QA) + 质量管理(QC) + 质量改善(QI)
* IQA: 对入库的原辅材料进行质量保证业务 / OQA: 对出货的产品进行质量保证业务 / 4M: 产品生产过程中的变更要素Man(操作者), Material(原材料), Machine(机器、设备), Method(工法)

质量经营活动

LG Hausys为了实现质量愿景, 从产品开发到销售的整个过程中, 运营着各种确立质量经营体系的活动, 构建为此提供支持的IT System, 保证更高的质量。

质量运营体系	公司内部	市场质量	· 调查顾客Needs(商品企划、研究所)
		开发质量	· 新产品质量保证体系(Q-Gate)
		制造质量	· 长期信赖性审验(研究所)
		使用质量	· 实施质量检查(初始产品/量产产品、偏差认可)
质量文化			· 4M变更前后的质量均一性审验
			· 3正5S活动
			· 顾客商谈及Claim处理
			· 服务质量管理(亲切程度、处理速度等)
质量系统			· Early Warring System
	合作企业	质量检查	· 制定、裁定检查规格, 签署检查协定
		质量评价	· 定期(上/下半年), 非定期(新企业/Issue企业)
		质量指导	· 初期质量(检查及计测器管理、3正5S等)
		4M变更	· 为质量Issue企业提供支援
			· 4M变更申报接收及质量均一性审验
			· 培养Six Sigma人才(MBB/BB/GB)
			· 运用Six Sigma改善技法(DMAIC, DFSS)
			· 质量赏罚
			· 综合质量保证系统(QAS)
			· 顾客质量管理体系(VOC)*

* VOC(Voice Of Customer): 从接收顾客不满意意见起到解决问题, 对整个过程实时管理(处理所需时间、处理结果不满内容分析等)。

质量经营系统认证现状

系统名	蔚山	玉山/清州	天津	亚特兰大
ISO 9001	○	○	○	○
ISO/TS 16949(汽车)	○	无相应项	○	○

QAS(Quality Assurance System)

LG Hausys为了防止生产过程中可能产生的变动影响质量进行管理, 通过IT System来检验生产出来的产品是否满足质量要求, 运营着严密的质量检验体系。在生产新产品或在原材料、设备、工艺中出现变动的情况下, 务必经过质量部门检验, 确认是否对质量没有影响, 得到批准后进行使用, 为顾客提供质量稳定的产品。此外, 生产出来的产品根据质量部门的检查结果, 只有合格的产品才会为顾客发货, 通过System化进行运营。由此, 可对生产-物流过程中可能发生的操作者失误进行提早防范, 彻底阻断不良产品的流出, 这正是公司只向顾客供应符合最佳质量水平产品的坚定意志。

中央研究所信赖性审验

LG Hausys对所有产品群进行市场质量、开发质量、制造质量和使用质量管理。尤其是开发阶段的长期信赖性检验, 是为使消费者在各种环境下可以稳定使用产品而进行检验的阶段。为此, 中央研究所正在对产品耐久性、耐光性、耐候性等的审验方法, 以及为了更加迅速准确地检验质量的加速试验方法等方法

进行研究。此外, 通过对于出现紧急质量问题的产品进行精密分析, 找出根本性原因, 对解决问题提供支援, 以防止再次发生。

培养Six Sigma人才

LG Hausys从2013年起重新推进Six Sigma活动, 通过实施质量培训奠定了基础, 2016年将MBB/BB/GB资格认证与人事制度相挂钩, 实施进一步升级的人才培养政策。由此, 培养引领质量课题的解决问题专家, 对质量改善活动给予奖励, 2017年计划实现MBB 3.5%、BB 40%。

加强与顾客的交流

3

LG Hausys为了更容易接近顾客, 将顾客的意见反映到产品和经营活动中, 从线上线下活动到建立社区, 运营着多种交流渠道。

增加线上接触点

LG Hausys正以多样化方式进行在线联系。从提供综合装修信息的Z:IN品牌网页, 到可购买装饰材料的在线购物商城Z:IN商城, 乃至与顾客沟通的SNS频道, 为使顾客易于访问, 不断加强在线服务。2017年计划根据流行趋势开设Z:IN Instagram, 并利用Naver帖子发掘高端内容。

- Z:IN网站
(www.z-in.com)
- Z:IN商城
(www.z-inmall.com)
- Z:IN博客
(blog.naver.com/
lghausys_zin)
- Z:IN脸谱
(www.facebook.com/
LGHausys.Zin)

增加线下接触点

L为了使顾客能够亲自体验并购买产品, LG Hausys运营着18家线下展厅。2017年准备在包括全州和圆周在内的4个地方新开展厅, 进一步增加线下接触点。

创造活跃的社区

通过作为产消者和宣传大使的代表性室内装饰社区Z:ENNE在节目中进行赞助材料与场所的PPL活动, 进一步走近顾客。我们将在为顾客提供信息的同时, 即刻收集反馈信息, 做出满足顾客需求的产品和经营活动。

顾客信息保护

4

LG Hausys执行依据“关于使用促进信息通信网及信息保护等的法律”和“个人信息保护法”开展的各种安全活动, 于2017年4月获得了信息保护管理体系(ISMS)公认证, 保护顾客的个人信息安全。尤其是对于业务上需要接触个人信息的人员, 还另外实施个人信息保护培训。此外, 从信息保护体系和强化组织层面, 制定全公司的信息保护政策与长期路线图, 为了加强执行力度, 运营着信息安全组织。

APPENDIX

数据摘要

第三方审验报告

GRI G4.0 / ISO 26000 Index

所加入的主要团体与机构

SPECIAL ISSUE



Z:ENNE

Z:ENNE作为Z:IN品牌的产消者和宣传大使, 是对产品和整个营销活动进行宣传活动的室内装饰社区。Z:ENNE在这一年的活动时间里, 讲述LG Hausys各种消息, 生成优质的内容, 发挥着顾客之间沟通渠道的作用。从2017年起, 计划将局限于首尔/京畿道地区的Z:ENNE征集将扩大到全国, 不断扩张活动领域。

回应顾客要求, 提出改善方案

是对Z:IN产品和服务提出意见的产消者, 以向顾客提供环保健康的生活空间。

Z:IN相关线上线下宣传活动

是实践Z:IN品牌价值“环保、可靠性、专业性”, 并在线上线下进行传播的品牌宣传大使。

生成符合顾客眼光的内容

从顾客的视角观察Z:IN, 讲述对室内装修看法的内容创作者。

数据摘要

经济数据

损益表(单位:百万韩元)

区分	2014	2015*	2016
销售额	2,792,135	2,686,952	2,928,337
销售成本	2,120,755	1,947,243	2,133,198
销售总利润	671,380	739,709	795,139
销售管理费	522,837	584,375	638,148
营业利润	148,543	155,334	156,991
非营业损益	△ 34,705	△ 39,168	△ 41,808
法人税费用扣除前营业利润	113,838	116,166	115,183
法人税费用	45,924	26,588	35,225
中断营业损益	△ 4,325	△ 18,416	△ 5,210
当期净利润	63,589	71,162	74,748

资产负债表(单位:百万韩元)

区分	2014	2015*	2016
流动资产	931,684	1,006,985	1,051,445
应收账款	482,143	486,825	604,169
库存资产	249,218	266,776	268,539
非流动资产	1,092,765	1,223,571	1,234,451
有形资产	992,493	1,110,499	1,113,413
预计出售资产	32,616	21,195	0
资产总计	2,057,065	2,251,751	2,285,896
流动负债	718,249	712,261	803,725
非流动负债	508,755	661,902	544,808
负债总计	1,227,004	1,374,163	1,348,533
资本金	50,000	50,000	50,000
资本公积金	618,208	618,208	616,466
其他资本项目	△ 8,189	△ 8,189	△ 8,189
其他综合损益累计额	△ 16,609	△ 12,060	△ 13,449
盈余公积金	182,964	226,559	292,535
非控股性股权	3,687	3,070	0
资本总计	830,061	877,588	937,363
负债及资本总计	2,057,065	2,251,751	2,285,896

* 以合并报表为准

** △为(-)数值

风险管理战略

LG Hausys因各种活动而暴露于市场风险、信用风险及流动性风险等各种金融风险当中,整体的风险管理政策将重点放在最大程度减少潜在对财务成果造成不利的效果。

风险管理体系

风险管理由中央资金部门(关联企业的金融部门)负责,关联企业金融部门与关联企业执勤部门通过密切合作,识别、评价并规避财务风险。中央资金部门不仅提供外汇风险、利率风险、信用风险、衍生金融产品和非衍生金融产品的利用及超过流动性的投资等特定领域的相关文件政策,还提供整体的风险管理政策。

市场风险管理

LG Hausys通过外汇风险和现金流以及公允价值利率风险来系统化地管理来自市场的风险。

外汇风险

LG Hausys在世界范围内进行营业活动,暴露于外汇风险尤其是与美国美元相关的汇率变动风险中。外汇风险主要与未来预期发生的交易、已意识到的资产与负债相关联而发生。管理层制定了关联企业旗下企业各自对功能性货币进行外汇风险管理的政策,关联企业旗下的各企业与金融部门进行协议,对未来预期交易、已意识到的资产和负债所引起的外汇风险进行管理。外汇风险在未来预期交易及已意识到的资产负债以功能性货币之外的货币进行表示时发生。关联企业利用外汇风险管理模型,为使暴露于汇率风险的最大汇率损失规模控制在风险允许之内而进行管理。此外,在海外营业场所进行了一定投资,这些营业场所的纯资产暴露于外币换算风险中。这些风险主要通过以相关货币表示的借款进行管理。

现金流及公允价值利率风险

LG Hausys的利率风险主要来自于借款。受以浮动利率发生的借款影响,会暴露于现金流利率风险中,该利率风险的一部分会与可调节率现金资产的利率风险相抵消。此外,以固定利率发生的借款,会使关联企业暴露于公允价值利率风险中。截止报告末期,关联企业的浮动借款是以外币表示的可调节率借款。关联企业对暴露于利率的情况从各种角度进行分析。通过减少高利息借款、改善长短期借款结构、对比分析固定与

浮动利率借款条件、实施国内外利率动向监控以及制定应对方案等方法,对利率风险进行管理。依据这些利率风险管理政策,截止在报告期末,由于0.1%利率浮动时可调节率借款的金融损益变动,本期损益最多可增加或减少203百万韩元(前期:136百万韩元)。

税收战略

LG Hausys严格遵守大韩民国和各海外法人所在国家的税法及相关规定,诚实履行税务申报及纳税义务。公司为了加强在全球市场的竞争力、提升股东价值,在税法允许的范围内实施有效的节税活动及防止双重征税的税收政策,合理应对税务当局的各项要求。

LG Hausys在每年的审计报告中明示法人税费用、递延法人税及有效税率信息,并通过金融监督院的电子公告系统对外公开。今后, LG Hausys将继续诚实履行纳税义务,确保纳税健康、透明,为成为受社会和顾客尊敬的企业而不懈努力。

数据摘要

重要经济价值的创造及分配

股东股利 (单位: 亿韩元) 180	股东及投资者 • LG Hausys为实现公司实际所有者股东的价值最大化不懈努力。通过现金分红, 将公司的利润返还给股东, 2016年将每股普通股的现金分红定为1800韩元, 每股盈利7524韩元。
购买产品及服务 (单位: 亿韩元) 17,855	合作企业 • 从合作企业购买产品及服务, 由此保持公平和持续的关系。2016年共有1431家合作企业, 购买了共1.7855万亿韩元的产品和服务。其中有44%为从地区社会直接购买。
工资、福利待遇、退休金 (单位: 亿韩元) 4,058	员工 • 向员工支付工资、福利待遇费用、退休金, 计划今后通过公平的成果分配和多样的福利制度, 持续扩大对员工的经济价值分配。
法人税及其他税金和公共费用 (单位: 亿韩元) 517	政府 • 透明地公开由经营活动创造的成果, 诚实向国家与地方政府缴纳法人税、所得税、不动产税等各种税金。
地区社会投资 (单位: 亿韩元) 17	地区社会 • 通过组建地区基础建设支援基金、赞助艺术及教育活动项目等, 开展社会贡献活动, 由此将经济成果返还给地区社会。

		2014	2015 ¹⁾	2016
股东及投资者	每股股利(韩元)	1,800	1,800	1,800
	每股盈利(EPS)(韩元)	6,456	7,188	7,524
	股利总额(亿韩元)	180	180	180
员工	工资 ²⁾ (亿韩元)	2,723	2,932	3,159
	福利待遇(亿韩元)	645	725	637
	退休金(亿韩元)	268	226	262
政府	法人税及其他税金和公共费用(亿韩元)	593	411	517
合作企业	购买产品及服务(亿韩元)	18,826	17,493	17,855
地区社会	地区社会投资费用(百万韩元)	999	1,551	1,731

1) 反映2015年中断营业(PSAA)进行修正

2) 不存在按性别对工资水平划分等级的情况。

环境数据

经营系统认证现状(最早指定日期)

系统名称	蔚山	清州	玉山*	天津	亚特兰大
ISO14001	1996.12	1997.09	1997.09	2013.11	2013.06
KOSHA18001	2000.11	2009.12	-	无相应项	无相应项
OHSAS 18001	2013.11	1999.12	1999.12	-	2013.06
绿色企业	1995.12	1995.12	-	无相应项	无相应项

* 玉山工厂与清州工厂为综合认证形态, 因此认证书上的最早指定日期相同。

主要原料使用量(单位: ton)

区分	2014			2015			2016		
	2014	2015	2016	2014	2015	2016	2014	2015	2016
PVC	138,241	130,818	136,278						
煤炭	82,299	89,083	96,131						
塑化剂	33,701	31,286	31,345						
MMA	17,192	15,904	20,790						
Total	271,433	267,091	284,543						

* 再生原料使用量: 21,633 ton

主要能源使用量(单位: TJ)

区分	2014			2015			2016		
	2014	2015	2016	2014	2015	2016	2014	2015	2016
主要能源使用量	LNG	990.9	995.2	959.9					
	柴油	12.9	12.4	12.2					
	汽油	0.5	0.4	0.4					
	电	1570.9	1,558.9	1634.3					
蒸汽	154.0	62.7	67.8						

各营业场所的环境数据

区分	蔚山			清州			玉山		
	2014	2015	2016	2014	2015	2016	2015	2016	
能源使用量	直接能源(TJ)	928	860	830	77	17	1.63	131	141
	间接能源(TJ)	1015	989	1,037	710	259	265	374	446
	能源使用总量(TJ)	1,943	1,849	1,867	787	276	267	505	587
用水量 (ton)	593,324	708,963	758,116	93,445	54,493	42,915	99,767	116,791	
温室气体排放量	Scope 1(tCO ₂ eq)	47,305	43,874	42,353	3,923	893	114	6,636	7,137
	Scope 2(tCO ₂ eq)	49,309	48,034	50,339	31,625	11,505	11,798	17,596	20,557
	Scope 1 + Scope 2 (tCO ₂ eq)	96,614	91,907	92,691	35,549	12,397	11,912	24,232	27,694
污水排放量	污水量(m ³)	47,560	44,414	51,476	3,606	584	562	8,688	6,908
	BOD(ton)	0.1	0.31	0.08	0.07	0.05	0.15	0.38	0.006
	COD(ton)	1.22	1.13	1.53	0.1	0.01	0.23	0.49	0.035
	SS(ton)	0.36	0.65	0.46	0.08	0.02	0.002	0.29	0.026
废弃物排放量	一般废弃物(ton)	14,019	14,897	17,333	14,190	3,168	2,568	17,393	13,061
	指定废弃物(ton)	559	559	665	415	402	311	244	299
	回收使用量(ton)	11,364	12,117	14,368	13,106	2,335	2,139	17,181	12,194
	回收使用率(%)	77.9	78.4	79.8	89.7	65.4	74.3	97.4	91.3

* 不生产或在工艺中使用蒙特利尔协议规定的臭氧层破坏物质。

** 2016 Scope 3排放量: 131,807 tCO₂eq

第三方审验报告

序言

DNV GL集团的一员株式会社DNV GL BUSINESS ASSURANCE KOREA CO.,LTD.(以下简称“DNV GL”)应LG Hausys株式会社(以下简称“LG Hausys”)的要求,对“2017年度可持续发展报告”(以下简称“报告”)进行了独立的第三方审验。审验是以提供给DNV GL的数据及信息是完整的、充分的、真实的假设为基础进行的。

审验范围

DNV GL的审验工作限定于2016年度的数据,围绕以下内容而实施。

- 根据GRI G4决定可持续发展报告内容,对质量定义原则进行评价
- 对AA1000 Accountability Principles Standard(APS) 2008中提出的AccountAbility原则进行评价
- 从重要性层面对编写报告的决策流程、对重要问题的经营管理流程,以及定性、定量数据的计算、汇总、管理流程

审验方法

审验活动是根据AA1000AS(2008),以Type1方法及中等(Moderate)水平的保证形式而进行。审验从2017年4月起至6月实施,围绕LG Hausys总部及韩国境内营业场所进行。审验活动以抽样为基础,按如下方式实施。

- 对报告内的语句及观点进行确认,对编写报告时运用的数据管理系统、信息流及管理坚固性的评价
- 与主要部门负责人进行面谈
- 对文件检查、数据抽样、编写报告中应用的数据库、电算系统等进行测试
- 检查重大性评价结果
- 访问总部和玉山工厂,收集环境及社会数据,并对加工流程进行测试

限制事项

在报告明示的企业中,未体现LG Hausys的重要控制权的子公司、关联企业、供应商、合作企业及第三方的成果,不包含在本审验的范围内。DNV GL在审验活动中未实施与外部利益相关方的面谈。在LG Hausys财务报表及电子公示系统(dart.fss.or.kr)中公示的资料,以及在LG Hausys主页(www.lghausys.

co.kr)中发布的资料不包含在审验范围内。数据审验使用对在LG Hausys收集的数据进行质疑、分析以及通过有限形式的抽样方式,在有限的范围内实施了对依据的确认。审验工作组对经济成果编制所需数据汇总及计算流程进行了研究。此外,关于环境及社会数据,以确认汇总数据的形式进行了审验。LG Hausys对报告内容负担所有责任,在进行该项工作中,DNV GL所负责的内容范围仅限于合同内容及协议内容。本审验声明根据合同内容且为LG Hausys管理层而发行,DNV GL对根据本声明做决策的个人或组织不负任何赔偿责任或连带责任。

结论

根据审验结果,DNV GL并未发现LG Hausys报告存在可判断为不符合AA1000APS(2008)中所提出的原则而编写的事项。也未发现报告存在不遵守GRI G4的核心选项(Core Option)要求的证据。另外,对在AA1000APS(2008)中提出原则的意见如下。

包容性根本原则

(The Foundation Principle of inclusivity)

LG Hausys将股东与投资者、员工、顾客、合作企业和地区社会认定为内外部利益相关方集团,利用各种渠道,开展整个公司层面或以每个部门为单位的利益相关方参与活动。建议今后编写报告时通过各种参与方式,汇总利益相关方的合理期待事项及关注事项后,将此与报告中提出的相应内容更积极地相连接进行报告。

重要性原则(The Principle of Materiality)

为了编写报告,LG Hausys进行了报告内容决定流程。通过对各种跨国机构和标准主题的分析、同行企业标杆、媒体分析,导出35个主要问题后,利用内外部利益相关方问卷调查,对各焦点问题进行优先级评价,最终选定了6个重要问题。尤其是试图通过利用与各部门可持续发展经营负责人的恳谈会,努力力求提高报告内容决定流程的客观性。审验工作组并未确认到可判断为通过报告内容决定流程而选出的主要焦点有被遗漏的事项。

对应性原则(The Principle of Responsiveness)

LG Hausys具备可持续发展经营体系,并通过反映利益相关方的见解和期待事项来推进可持续发展经营。可持续发展经营各领域的主要焦点问题,不仅有2016年的成果,还提出了2017

年计划和中长期目标,有助于对LG Hausys的可持续发展经营进行了解。报告包括了经济、社会、环境部门可持续发展经营层面的所有范围。审验工作组并未确认到可判断为报告中遗漏了报告边界内重要焦点问题成果的事项。

准确性及可信性(Accuracy & Reliability)

审验过程中发现的数据及信息上的错误已在最终报告发行前进行了修正。报告中所提供的数据由LG Hausys总部报告负责组从各相关小组收集而来,并按照相应目的进行了加工而提供。审验组实施了与公司负责人的直接与间接面谈,对数据与信息的收集和加工流程进行了探讨,并确认了提供依据的文件与记录。数据的审验深度限定于相关小组的输入数据。以抽样确认、其他报告的信息及可利用的证据为依据进行判断时,并未在报告中确认到所记载的数据与信息中存在刻意的错误和不正确陈述。

与特定成果信息相关的发现事项

关于LG Hausys的2016年其他间接温室气体排放(Scope3),DNV GL通过LG Hausys所提供的基于电子表格(MS-EXCEL)的其他间接温室气体排放计算工具,确认了所购买的产品及服务、下游租赁资产、上游及下游运输及物流、运营过程中产生的废弃物、员工出差及通勤所造成的排放。作为审验流程的组成部分确认了以下事项,并未发现可判断为排放量计算中出现严重失误的事项。

- LG Hausys其他间接温室气体排放计算工具: 计算式、排放系数
- 对LG Hausys其他间接温室气体排放信息/数据收集过程进行的负责人采访

胜任性及独立性

DDNV GL Business Assurance作为DNV GL集团的一员,是一家提供包括认证、审验、评价、教育培训在内的各种可持续发展经营服务的国际机构,为企业创造可持续的事业成果提供支援。DNV GL的社会、环境审验专家在全世界约100个国家进行活动,本次LG Hausys报告的审验也由具备专业性与资格的审验工作组独立完成。DNV GL未参与除本声明以外的报告编写相关的任何工作。审验组遵守了DNV GL的伦理行动纲领。

2017年6月20日
韩国,首尔



安仁均
代表理事

DNV GL BUSINESS ASSURANCE KOREA CO.,LTD.



GRI G4.0/ISO 26000 INDEX

LG Hausys可持续发展报告2017按照GRI(Global Reporting Initiative) G4指南的核心选项(Core Option)进行编写，收录了一般及特定标准公开的报告率和对外部审验与否的索引。

GRI G4 General Standard Disclosures

层面	指标	指标内容	页数	参考事项	
战略及分析	G4-1	最高决策者对可持续发展相关组织、战略提出的宣言	4-5		
	G4-2	主要风险及机会因素	5		
	G4-3	组织名称	9		
组织简介	G4-4	代表品牌、产品及服务	10-11		
	G4-5	总部位置	9		
	G4-6	主要营业场所所在或开展与可持续发展相关的重大活动的国家个数及国家名	9		
	G4-7	所属结构特性及法律形态	54		
	G4-8	对象市场(包括按地区划分, 事业领域, 顾客/受益者类型)报告	9, 21-23		
	G4-9	组织规模(从业人员、销售净额、总资本、产品与服务等)	9		
	G4-10	总人数	59		
	G4-11	适用集体协议的工作人员比率	64		
	G4-12	组织供应链说明	76		
	G4-13	报告期间内组织或其供应链的规模、结构等方面的重大变化	2, 21-23, 76		
	G4-14	对事先预防原则、采用解决办法及采纳方式的说明	12, 35, 38, 44, 75		
	G4-15	加入或支持经济/环境/社会宪章、原则等的外部机构	83-84		
	G4-16	协会及各国/国际政策机构会员取得现状	83-84		
掌握的重要层面	G4-17	组织的合并财务报表或同等文件中所包含的所有entities(子公司及合资公司)清单	业务报告		
和边界	G4-18	定义报告内容与层面边界的流程	13		
	G4-19	为界定报告内容而在流程中确立的所有重大层面的清单	13-15		
	G4-20	报告每个重大层面的组织内部侧边界	13		
	G4-21	报告每个重大层面的组织外部侧边界	13		
	G4-22	以前报告中提供的信息重新记述效果及其原因	2		
	G4-23	以前报告期间后范围与侧边界发生的重大变化	2		
	G4-24	参与组织的利益相关方集群清单	13		
	G4-25	识别和选择参与利益相关方的标准	13		
利益相关方参与	G4-26	从频度看各形态、各利益相关方集群对利益相关方协议的解决方式与准备报告的参与流程	13-15		
	G4-27	包括发布报告在内, 通过利益相关方参与所提出的重大问题应对方式及结果	13-15		
	G4-28	报告对象期间	2		
报告简介	G4-29	最近报告日期	2		
	G4-30	报告周期(每年、隔年等)	2		
	G4-31	提供有关报告及相关内容的咨询处	2		
	G4-32	报告组织是否选择“in accordance”	2, 80-83		
	G4-33	对报告第三方审验的政策与当前惯例	2, 78-79		
	管理	G4-34	对包括最高管理机构委员会在内的组织管理结构进行报告, 是对经济、环境、社会影响决策负责的委员会	54-55	
		G4-38	最高管理机构及其委员会的构成	54-55	
G4-39		对最高管理机构主席是否兼任高管职位进行报告	54-55		
G4-40		最高管理机构及其下属委员会的任命与选拔步骤, 最高管理机构成员的任命及选拔标准	54-55		
G4-44		报告对最高决策机构在经济、环境、社会等主题管理成果方面的评价流程	54-55, 业务报告		
G4-45		报告最高决策机构在掌握和管理经济、环境、社会影响、危机与机会因素方面的作用	54-55		
G4-47		报告最高决策机构检验经济、环境、社会影响、危机与机会因素方面的频率	54-55		
G4-50		向最高管理机构报告的重要事项性质与报告次数, 以及为处理和解决该等事项的制度	54-55		
G4-52		报告薪资决定流程与标准, 报告报酬相关顾问参与与否、该顾问是否与经营活动相独立、顾问与企业之间存在的其他所有关系等相关事项	54-55, 业务报告		
伦理性及清廉性		G4-56	对组织的价值、原则、标准以及行动纲领、伦理纲领等行为的报告	56-57	
	G4-57	针对伦理及遵守法规行为与组织清廉性问题的内外部咨询机制进行报告	56-57		
	G4-58	对非伦理性或非法行为, 以及组织清廉性问题等可进行举报的组织内外部制度进行报告	56-57		

GRI G4 General Standard Disclosures

层面	指标	指标内容	页数	参考事项
环境				
能源	G4-DMA	经营管理方式	68	
	EN3	组织内部能源消费	68-69	
	EN5	能源密集度	68-69	
	EN6	减少能源消费	68-69	
	EN7	减少产品及服务的能源需求量	32-33	
用水	G4-DMA	经营管理方式	65	
	EN8	各水源的总取水水量	67, 77	
	EN9	由于取水受到重要影响的水源	66	
排放	G4-DMA	经营管理方式	65	
	EN15	直接温室气体排放(Scope 1)	68, 77	
	EN16	能源间接温室气体排放(Scope 2)	68, 77	
	EN18	温室气体排放密集度	68, 77	
	EN19	减少温室气体排放	68-69	
	EN20	排放破坏臭氧层物质(ODS)	66	
	EN21	NOx、SOx及其他重要大气排放物	66-67	
污水及废弃物	G4-DMA	经营管理方式	65	
	EN22	水质及各目的地总排水量	67, 77	
	EN23	各类型及处理方法总废物重量	67, 77	
	EN24	重要有害物质外泄次数及泄漏量	-	无相关外泄事例
	EN26	组织防水和地表外泄造成重要影响的水域及相关栖息地的性质、大小、保护状态、生物多样性价值	66	
	产品及服务	G4-DMA	经营管理方式	29
EN27		产品及服务对环境产生影响的缓解程度	32-33	
EN28		已销售产品及其包装材料的再生利用率	66	
劳动				
产业安全保健	G4-DMA	经营管理方式	35	
	LA5	产业安全保健项目的监管及提供咨询的劳资共同保健安全委员会所代表的工作人员比率	64	
	LA6	受伤类型、受伤发生率、工作上疾病发生率、休假天数比率、出勤率、业务相关死亡人数	36-37, 64	
	LA7	业务中疾病发生率及发生风险高的工作人员	36-37, 64	
	LA8	与工会正式签署协议的安全保健事项	36-37, 64	
训练及培训	G4-DMA	经营管理方式	58	
	LA9	每名工作人员每年接受培训的平均时间(按性别、工作人员范围)	60	
LA11	定期接受对业务成果和职业发展检查的工作人员比率(按性别、工作人员范围)	62		
社会				
妨碍竞争行为	G4-DMA	经营管理方式	41	
	SO7	对妨碍竞争行为、垄断等不公平交易行为采取法律措施的次数及结果	45	无违反事项
产品责任				
顾客安全保健	G4-DMA	经营管理方式	29	
	PR1	为了改善对安全保健影响进行评价的主要产品及服务群比率	32-33	
	PR2	产品生命周期内违反产品及服务安全保健影响相关法律规定及自律规定的事件次数	-	无违反事项

GRI G4.0/ISO 26000 INDEX

GRI G4 Specific Standard Disclosures-Other Disclosures

层面	指标	指标内容	页数	参考事项
经济				
经济成果	EC1	直接经济价值的发生与分配	74	
	EC2	气候变化对组织活动产生的财务影响及其他风险与机会	68-69	
	EC3	组织的固定收益型养老金制度抵充债务	业务报告	
市场地位	EC5	与主要营业场所所在地区的最低薪资相比的性别基本初任薪资比率	-	
间接经济效果	EC7	社会基础设施投资与支援服务的开发及影响	76-77	
	EC8	影响规模等重要间接经济效果	76	
采购惯例	EC9	在主要营业场所向当地供应商支付的支出比率	76	
环境				
原材料	EN1	使用原材料的重量或体积	77	
	EN2	投入再生的原材料使用比率	77	
守规	EN29	违反环境法及规定被处罚的重大罚款的金额, 以及所受非经济处罚的次数		无违反事实
运输	EN30	为运营而运输的产品、其他货物、材料运送以及员工运输对环境产生的重大影响	-	
综合	EN31	环境保护总支出与投资	66-67	
供应商环境评估	EN32	经过环境标准审查的新供应商比例	41	
劳动				
雇佣	LA1	新聘用员工与离职员工的人数与比率	59	
	LA2	不提供给各主要营业场所临时工或小时工, 至提供给全职员工的福利	63	
	LA3	按性别划分, 育儿假后回归职场和继续工作比率	62	
劳资关系	LA4	经营上出现变动时的最短通知期限	64	
多元化与机会平等	LA12	按范畴划分, 管理机构与员工的组成现状(按性别、年龄、少数族裔以及其他多样化指标)	59	
男女同酬	LA13	与男性相比, 女性的基本薪资及报酬比率 (按员工范畴、主要营业场所)	业务报告	
供应商劳动惯例评价	LA14	根据劳动惯例标准, 经过审查的新供应商比率	66-67	
劳动惯例投诉处理制度	LA16	根据正式投诉处理制度, 接收、发现、解决的劳动惯例相关投诉件数	63	
人权				
投资	HR2	业务中与人权政策及流程相关的员工培训时间与接受培训员工的比率		预防性骚扰培训100%进行
禁止歧视	HR3	歧视事件总数与采取的纠正措施		无歧视事例
结社与集体谈判自由	HR4	为了保障与侵害结社和集体谈判自由或被判断为有明显侵害危险性的营业场所和供应商的结社和集体谈判自由而采取的措施	64	
童工	HR5	为了有效消除与被判断为童工发生风险较高的营业场所和供应商的童工问题而采取的措施	64	
强制劳动	HR6	为了消除与被判断为强制劳动发生风险较高的营业场所和供应商的所有形态的强制劳动而采取的措施	64	
评价	HR9	作为人权检查或人权影响评价对象的营业场所个数与比率	41, 64	
供应商人权评价	HR10	根据人权标准经过审查的新供应商比率	41	
人权投诉处理制度	HR12	依据正式投诉处理制度接收、发现、解决的人权投诉事件件数	64	
社会				
地区社会	SO1	参与地区社会、进行影响评价、开发项目的营业场所比率	47-51	
	SO2	对地区社会有实质性或潜在性重大负面影响的营业场所	66	
反腐败	SO3	评估为具有腐败风险的营业场所数量和比率以及掌握的重要风险	41	
	SO4	反腐败政策和程序的公告与培训	45	
守规	SO8	对于违反法律及规定的重大罚款金额与接受非经济处罚的次数		none
供应商对社会产生影响的评价	SO9	利用社会影响评价标准经过审查的新供应商比率	41	
产品责任				
产品及服务标签	PR3	组织的产品及服务信息与标签流程中要求的产品及服务信息类型, 以及需具有该信息要求的主要产品及服务群的比率		http://www.z-in.co.kr/
	PR4	违反产品及服务信息与标签相关法律法规及自律规定的事件件数		2015年无确定事例

GRI G4 Specific Standard Disclosures-Other Disclosures

层面	指标	指标内容	页数	参考事项
产品责任				
营销推广	PR6	销售被禁止或曾有争议的产品		无相关事例
	PR7	违反广告、促销、赞助等营销推广相关法律法规与自律规定的事件件数		2015年无确定事例
顾客个人信息保护	PR8	违反顾客个人信息保护及顾客信息泄露事实成立的不满意事件件数	72	

ISO26000

核心主题	主要问题	page
组织管理	决策流程与结构	54-55
人权	事实	12, 64
	人权风险状况	12, 64
	回避公募	12, 64
	投诉处理	63
	歧视与保护弱势群体	64, 业务报告
劳动惯例	公民权与政治权利	64
	经济、社会与文化权利	20, 35-45, 47-15, 64
	工作中的基本原则与权利	64, 业务报告
	雇佣与雇佣关系	58-64, 业务报告
	工作条件与社会保护	64, 业务报告
环境	社会对话	64
	工作中的保健和安全	35-39
	工作中的人力资源开发与培训	60-61
	防止污染	65-68
	利用可持续的资源	66
公平运营惯例	缓解及适应气候变化	68-69
	自然保护、生物多样性与自然栖息地复原	66
	反腐败	20, 44-45
	负责地参与政治	-
	公平竞争	41-45
消费者问题	在Value Chain上促进社会责任	20, 44-45
	尊重财产权	45, 76
	公平营销、不偏颇的信息与签约惯例	-
	消费者健康与安全保护	24, 30-33
	可持续的消费	30-33
地区社会参与和发展	消费者服务、支援及不满意与纠纷的解决	70-72
	消费者信息与隐私保护	71-72
	必须提供的服务	72
	培训与意识	-
	地区社会参与	47-51
培训与文化	培训与文化	60
	创造就业与技能开发	59-60
	技术开发与操作性	29-33
	创造财富与收入	29-33, 业务报告
	保健	29-33, 36-37
社会性投资	47-51, 76	

所加入的主要团体与机构

主要加入协会

大韩商工会议所	韩国公正竞争联合会	大韩专业建筑协会
韩国VINYL环境协会	韩国经营者总协会	韩国经济研究院
韩国上市公司协议会	绿色企业协议会	韩国空气清净协会
韩国包装材料回收利用事业共济会	大韩产业护理协会	韩国火灾保险协会
大韩产业安全协会	韩国消防安全协会	环境保全协会
韩国产品安全协会		

2017报告参与人员

区分	姓名
综合	发行 李東柱
	企划及资料汇总 朴錫鎮, 金英任
	设计 閔眞基
经济	金恩珠, 金正現, 金亨哲, 閔丙基, 朴辰卿, 卞鉉雅, 成國煥, 徐多潤, 鄭鎮福, 柳承杰, 崔智映
社会	權恩聖, 金泰完, 金惠眞, 朴知惠, 吳恩珍, 柳順正, 尹泰榮, 李東韓, 李惠知, 張成煥, 張在鎔
环境	沈宰浩, 李优炫, 劉好順