

NATURE, HUMAN AND SPACE



创造
与自然
相融合的
人类幸福生活空间



报告概要	“LG Hausys可持续发展报告2016”是LG Hausys的第五次可持续发展报告。通过本次报告，我们反映和披露了利益相关方对经济、环境和社会的关心及要求事项。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2015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(2013-2015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76-79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74-75页。

咨询处

LG Hausys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.lghausyschina.com/>

电子邮箱：youngimk@lghausys.com

电话：02-6930-1577

传真：02-6930-1586

LG Hausys 2016 Sustainability Report

可持续发展报告 2016

目录

LG HAUSYS OVERVIEW

CEO致辞	04
LG Hausys介绍	06
愿景及核心成果表	08
报告内容的决定流程	10
核心问题推导过程	11

MATERIAL ISSUES

Harmony with Space

通过技术开发获得增长动力	14
拓展全球市场	20

Harmony with Nature

增加绿色产品	24
安全环境管理	30

Harmony with Human

构建引领市场的组织文化	34
合作企业共同成长	38

SUSTAINABLE MANAGEMENT

可持续发展经营	44
绿色经营	50
人才经营	55
质量经营	60
社会贡献	64

APPENDIX

数据摘要	70
第三方审验报告	74
GRI G4.0 / ISO 26000 Index	76
所加入的主要团体与机构	80

CEO致辞



(株)LG Hausys 代表理事 吴长洙

吴长洙

大家好！

衷心感谢各位对LG Hausys一如既往的关注和支持！

今年，LG Hausys发行了第五次可持续发展报告，记录了公司为实现可持续增长，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，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，同时也是一家高功能材料和汽车材料配件企业。以核心技术为基础，正不断发掘节能门窗、降噪地板材料、高性能隔热材料、汽车轻量化配件、人造大理石、高性能装饰膜等未来增长动力型事业。

去年，尽管前端市场增长停滞不前，各事业竞争激烈，LG Hausys仍然在困难的经营环境中创下了销售额2.7686万亿韩元、营业利润1501亿韩元的经营成果。销售额与2014年相比虽减少了0.8%，但营业利润增加了1.0%，可以说这是为了对事业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。

预计2016年受消费萎缩、出口长期低迷等影响，将导致低增长趋势持续，全球经济变动性增大，从而使经营环境比去年更加艰难，但我们将积极发掘各种机会，如：节能环保建筑材料需求增加、随汽车油耗管制加强带来轻量化配件使用增加等，克服各种危机。

此外，还将致力于增加研发投资和引进研发人才，构建可培养引领市场项目和持续发掘新增长动力的环境。

LG Hausys致力于创造“与自然相融合的人类幸福生活空间”。
在供应环保节能材料和产品的同时，更增添LG Hausys独有的差异化设计，
引领着未来居住空间趋势。今后我们将继续以卓越的技术力量和设计力量为基础，
不断创造令顾客满意的幸福生活空间。

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姿态，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将积极推行以下可持续发展活动。

第一，致力于通过产品研发获得增长动力。

2015年研发投入金额为558亿韩元与2014年相比增加了24.2%，通过参加LG技术大会，与首尔大学签署新技术共同研究与产学合作协议，以及与美国哈佛大学进行绿色大厦研究合作等，致力于获得R&D人才和发掘新技术。由此取得了众多成果，如：取得了船舶用地板材料及汽车轻量化配件的国家“新技术(NET)”认证，应用植物性生物材料的环保汽车用表皮还获得了“蒋英实奖”。

第二，巩固在全球市场上的地位。

不仅针对美国与中国市场，还以中东、东南亚和印度等新兴市场为中心，推出符合各地特色的产品，发掘新的增长机会，不断扩大海外销售。2015年不仅成立了迪拜和雅加达分公司，启动中国无锡法人地板材料工厂，还建立美国汽车表皮工厂，增设石英石生产线，积极增加海外生产、销售点。

第三，致力于获得绿色产品领导力。

树立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)”，向市场供应人性化产品，由此不断增加获得国内外环保认证的数量。在中国建筑材料企业最早连续三年获选“环保建筑材料十大品牌”，ZEA降噪地板、ZEA壁

纸、PF板等三种产品连续两年获得“消费者评选的本年度绿色商品”奖，在绿色产品供应方面的成果得到认可。

第四，为创造安全的营业场所环境而努力。

为了预防对销售造成重大影响事故，对国内外营业场所的设备及设施进行投资，并实施自我检查活动。今年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，实施经营层责任经营和事故预防实质性应对训练，为构建安全的营业场所不断努力。

第五，创造引领市场的组织文化。

为了成为顾客认可的引领市场的企业，LG Hausys全体成员不仅从“F4”(Focus, Fun, Fair, Fast)观点进行工作，加速创造成果，还实施着以集团创意性和自发性为基础的未来准备活动。获选“2015适合工作的韩国企业”，其引领市场的组织文化正在不断扎根。

第六，持续实施与合作企业共同成长的制度。

为了实现与合作企业的共赢发展，持续进行共同技术开发与专利申请，通过事业支援与金融支援加强力量，并与各合作企业经营层进行沟通活动。此外，为了将支援范围扩大到2级以下合作企业，引进了共生结算系统，为实现整体供应链的共同增长不断努力。

今后，LG Hausys也将继续开展多种活动，致力于与我们的社会共同发展，同时，为成为受社会尊敬、引领市场的企业全力以赴。




谢谢大家！

LG HAUSYS介绍

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。

LG Hausys致力于成为让顾客满意，值得信赖的企业。凭借领先市场的顶级产品和先进的技术，缔造健康、美丽的生活空间。

事业内容

 <p>建筑装饰材料</p> <ul style="list-style-type: none"> • 门窗 • 地板 • 幕墙 • 壁纸&瓷砖 • 玻璃 • 合成木材 • 人造大理石 • 高性能隔热材料 	 <p>高性能材料</p> <ul style="list-style-type: none"> • 装饰箔 • 装饰贴膜 • IT、汽车用粘合材料 • 家电产品用表面材料 • 广告用材料 • 真空隔热材料 	 <p>汽车材料配件</p> <ul style="list-style-type: none"> • 表皮 • 配件 • 轻量化配件
--	---	--

战略

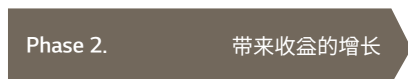
过去两年里，LG Hausys通过获得业务利润、建立竞争优势，完成了“Phase 1”期间的目标TA(Turn Around)。在今后的“Phase 2”期间，我们将通过改变事业结构，加强对未来的准备，集中于带来收益的增长。

2013~2014



- 早期获得盈利能力
- 从根本上建立竞争优势

2015~2016



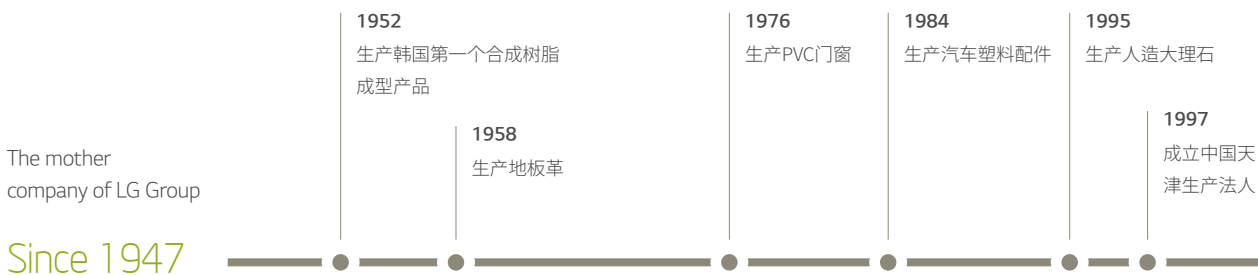
- 实现高收益Portfolio转换
- 发掘引领市场的产品及新业务

2017~



- 培养一等事业
- 将新事业具体化

主要沿革



LG Hausys现状

销售额

27,686 亿韩元

海外销售额

9,335 亿韩元

韩国员工人数

3,242 人

营业利润

1,501 亿韩元

海外销售比重

34%

海外员工人数

1,219 人



2005

美国人造大理石工厂完工

2006

推出高端室内装饰品牌Z'IN

2010

生产全球首款玉米原
材料PLA地板

2012

生产低辐射
玻璃

2013

生产PF板

2014

美国汽车表皮工厂动工

2015

中国无锡工厂启动

愿景及可持续发展核心成果表

LG Hausys以“创造与自然相融合的人类幸福生活空间”为愿景, 提供节能型产品与环保产品, 追求人性化的空间, 致力于引领未来空间趋势。LG Hausys在憧憬自然与人类相融合的愿景之下, 掌握利益相关方所想的主要问题, 并公开成果。

在2015年里, 对LG Hausys内外部利益相关方产生最大影响的核心问题是: 通过技术开发获得增长动力; 拓展全球市场; 增加绿色产品; 安全环境管理; 员工组织文化和合作企业共同成长。

(主要核心问题导出流程请参见p.10-11)

		2015主要焦点	2015成果
“ 创造与自然相融合的人类幸福生活空间。 ”	Harmony with SPACE	• 通过持续不断的技术开发获得增长动力	<ul style="list-style-type: none"> • 研发成果 <ul style="list-style-type: none"> - 获得汽车配件新技术认证(保险杠后梁注塑成型) - 获得船舶用低铅块材地板材料新技术(NET)认证 - 碳排放量减少型汽车用表皮获得蒋英实奖 - 高隔热成品门窗, 半阻燃有机隔热材料开发等
		• 拓展全球市场	<ul style="list-style-type: none"> • 北美汽车表皮工厂竣工/石英石第2号生产线增设投资 • 中国无锡法人地板材料工厂启动 • 成立迪拜、雅加达分公司
	Harmony with NATURE	<ul style="list-style-type: none"> • 持续不断开展环保新产品开发 • 在整个过程中减少产品的环境影响 	<ul style="list-style-type: none"> • 增加绿色产品(环保及节能产品) <ul style="list-style-type: none"> : 推出ZEA Fresh壁纸、ZEA降噪地板材料、超级节能窗3, 5, 7系列、PF隔热材料等 • 实现绿色新产品销售比重19.7%
		• 保障营业场所安全	<ul style="list-style-type: none"> • 灾害率同比下降31%, 全公司EHS事故减少25% • 运营全公司安全环境委员会 • 运营安全环境专家培养课程及全体员工在线培训
	Harmony with HUMAN	• 构建适合工作的组织文化	<ul style="list-style-type: none"> • 实施以当下业务为中心的工作文化改善活动 • 实施成员参与型未来准备活动
		• 支援合作企业, 推进共同成长	<ul style="list-style-type: none"> • 营造公平的合作文化: 签署标准承包合同, 反映公平交易委员会四大实践事项采购规定 • 加强金融支援、质量/技术开发支援、人才/培训支援、经营支援活动 • 支援CSR活动: 以合作企业为对象实施CSR诊断(韩国117家公司), 选定美国法人合作企业CSR管理对象 • 通过导入共赢结算系统, 加强2级合作企业支援



2016目标	战略及中长期目标	主要报告内容
<ul style="list-style-type: none"> • 节能建筑装饰材料部门 <ul style="list-style-type: none"> - 加强成品门窗产品的顾客便利性/安全功能, 扩大高性能隔热材料应用范围 • 加速开发汽车材料配件 <ul style="list-style-type: none"> - 扩大汽车轻量化配件阵容, 开发天然真皮质感表皮 	<ul style="list-style-type: none"> • 以加工领域源泉技术为基础, 获得技术竞争力 • 通过能源、环保部门的技术融合引领市场 • 为应对瞬息万变的技术环境, 加强Open Innovation 	Material Issues 1 通过技术开发获得增长动力
<ul style="list-style-type: none"> • 扩大海外事业销售 • 构建汽车表皮、表面材料Global第一的基础 • 加快中东、东南亚增长 	<ul style="list-style-type: none"> • 战略事业与地区增长加速 • 实现汽车表皮、表面材料Global第一 	Material Issues 2 拓展全球市场
<ul style="list-style-type: none"> • 开发环保及节能型新材料 • 实现绿色新产品销售比重24% 	<ul style="list-style-type: none"> • 以绿色新材料开发及产品增加引领环保产品市场 	Material Issues 3 增加绿色产品
<ul style="list-style-type: none"> • 全公司EHS事故同比减少50% • 制定高危设备精密诊断及管理标准 • 加强管理者的安全管理力量 	<ul style="list-style-type: none"> • 安全环境事故“零事故化” • 打造Safety Culture • 营造安全的工作场所, 保障事业连续性 	Material Issues 4 安全环境管理
<ul style="list-style-type: none"> • 加快改变组织文化, 加强以组织为单位的“F4”活动 • 实施开放式创新方式的构想征集活动 	<ul style="list-style-type: none"> • 构建引领市场的组织文化 	Material Issues 5 构建引领市场的组织文化
<ul style="list-style-type: none"> • 加强承包交易事前审查 • 扩大共同成长支援, 发掘额外课题 • 实施韩国内合作企业CSR风险诊断, 以海外合作企业为对象扩大运营 • 共赢结算系统支援银行增加(2家 → 4家) 	<ul style="list-style-type: none"> • 营造公平的交易环境 • 加强合作企业根本性竞争力 • 加强合作企业沟通及外部交流 	Material Issues 6 合作企业共同成长

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**主要利益相关方**。2016可持续发展报告将2015年的主要核心问题与愿景相联系，在“Harmony with Nature, Human and Space”的基础上进行收录。今后，LG Hausys也将通过与利益相关方进行有机互动交流，掌握其主要关注事件和期待事项，与利益相关方一同去实现可持续发展。

主要利益相关方沟通渠道

股东/投资者 企业说明会、公告等 
员工 劳资协议会、咨询等 
合作企业 合作企业说明会、恳谈会等 
社区 社区志愿服务活动等 
顾客 VOC、Z:ENNE、SNS等 

利益相关方2015主要关注问题

股东与投资者期待确保事业增长动力和进军海外市场等企业投资活动贡献的公正回报。
员工希望能够在发挥个人能力的人事制度下，在安全舒适的环境中工作。
合作企业希望通过公平透明的评选过程，建立符合伦理规范的交易关系，建立各种支援制度，以实现与企业共赢。
为使LG Hausys对经济、环境、社会相关的负面影响降至最低，社区关注环保产品生产、安全环境保全等企业能为社会做贡献的活动。
顾客希望LG Hausys安全地提供各种产品和服务，期待与公司和其他顾客的有效沟通。

核心问题的导出过程



各利益相关方相关报告事项

股东/投资者 通过技术开发获得增长动力 Harmony with Space 1.	顾客 增加绿色产品 Harmony with Nature 1.	员工 构建引领市场的组织文化 Harmony with Human 1.
股东/投资者 拓展全球市场 Harmony with Space 2.	社区 安全环境管理 Harmony with Nature 2.	合作企业 与合作企业共同成长 Harmony with Human 2.

核心问题推导过程

2016可持续发展报告是LG Hausys发布的第五份报告，选取利益相关方关注程度较高的问题进行了报告。为了导出核心问题，通过与可持续发展相关的国际标准、国内外可持续发展领先企业的报告现状、媒体报道的LG Hausys可持续发展相关新闻，以及利益相关方的问卷调查，共导出了在2015年讨论过的19个可持续发展核心问题。

2015年为了导出核心问题，召开了由外部专家所构成的专家组会议，由此收集了各方意见。

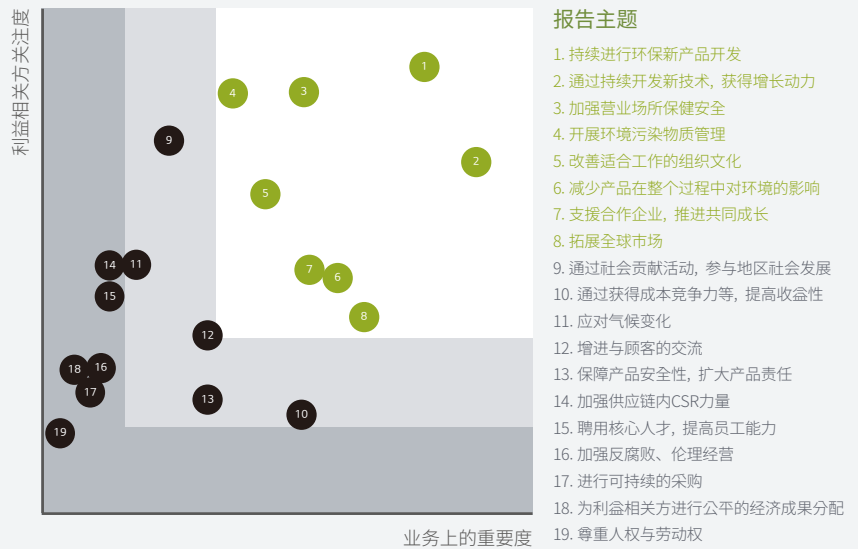
STEP 1. 所有核心问题

经济	<ul style="list-style-type: none"> 通过获得成本竞争力等，提高收益性 拓展全球市场 通过持续开发新技术，获得增长动力 反腐败，加强伦理经营 为利益相关方进行公平的经济成果分配 	社会	<ul style="list-style-type: none"> 支援合作企业，推进共同成长 加强供应链内CSR力量 尊重人权与劳动权 改善适合工作的组织文化 聘用核心人才，提高员工能力 保障产品安全性，扩大产品责任 增进与顾客的交流 通过社会贡献活动，参与地区社会发展
环境	<ul style="list-style-type: none"> 加强营业场所卫生安全 应对气候变化 减少产品在整个过程中对环境的影响 开展环境污染物质管理 持续进行环保新产品开发 进行可持续的采购 		

STEP 2. 核心问题评选过程

利益相关方问卷调查结果	为了确认利益相关方对主要核心问题的具体期待事项，以2,256名员工、顾客、合作企业及其他外部利益相关方为对象，从2015年12月15日起至12月22日实施了问卷调查。
媒体研究	以2015年1月1日起至2015年12月31日报道的LG Hausys相关新闻为基础，站在媒体的角度对主要核心问题进行了分析。
利益相关方专家组座谈会	为了讨论可持续发展整体与报告的发展方向，进行了由各领域专家所构成的讨论会，将由此讨论的事项反映到重要性评估结果中。

STEP 3. 报告内容中包括的焦点



核心问题及报告事项

Harmony with Space 通过技术开发获得增长动力 拓展全球市场	Harmony with Nature 增加绿色产品 安全环境管理	Harmony with Human 构建引领市场的组织文化 与合作企业共同成长
--	---	--

MATERIAL ISSUES

Nature, Human and Space

LG Hausys以“创造与自然相融合的人类幸福生活空间”为愿景，强调以创造顾客价值为核心的企业经营。在这一经营理念的指导下，我们将为顾客提供环保节能的材料和产品，提倡美丽而富有人性化的设计，创造让顾客感到幸福的生活空间。

Harmony with Nature

增加绿色产品
安全环境管理

Harmony with Space

通过技术开发获得增长动力
拓展全球市场



Harmony with Human

构建引领市场的组织文化
与合作企业共同成长



Harmony with Space

Strengthening Product R&D Capability

通过技术开发，获得增长动力

随着顾客生活水平的提高，人们对拥有卓越性能和优秀设计的产品需求不断增加。LG Hausys对各事业部、研究所和设计中心进行联合运营，开发符合顾客要求的产品，进而引领市场。为了增强研发力量，LG Hausys举办技术大会，运营定制型课程，提供各种人才招聘项目及培养项目，通过以产学联合研发活动等进行持续投资，不断提升R&D力量。

获得国内外认证及奖项(截至2015年底累计)

13项

获得世界3大设计大奖*(截至2016年2月累计)

47次

* iF设计奖、IDEA设计奖、reddot设计奖



[成果及目标]

研发



原则、战略

- 以加工领域源泉技术为基础, 获得技术竞争力
- 通过将能源、环保领域技术相融合引领市场
- 为应对快速变化的技术环境, 加强Open Innovation

2015主要活动

- 建筑装饰材料
 - 获得船舶用低烟卷材地板材料新技术(NET)认证
 - 开发高隔热门窗, 半阻燃有机隔热材料
- 汽车材料配件
 - 获得汽车配件(保险杠后梁注塑成型)新技术(NET)认证
 - 碳排放量减少型汽车用表皮获得蒋英实奖

2016目标

- 节能建筑装饰材料部门
 - 加强门窗产品的顾客便利性/安全功能, 扩大高性能隔热材料应用范围
- 加速开发汽车材料配件
 - 扩大汽车轻量化配件阵容, 开发天然真皮质感表皮

加强研发力量



原则、战略

- 加强国内外R&D人才招聘活动

2015主要活动

- 研发投资金额: 558亿韩元 (与2014年相比增加24.2%)
- 对外合作: 与首尔大学签署中长期产学合作协议

2016目标

- 增加研发投资金额及人员

研发活动及力量强化

LG Hausys以研究所和设计中心为核心, 不断加强研发及设计力量。今后我们也将以顾客便利性为中心, 进行研究与设计开发。

研发活动

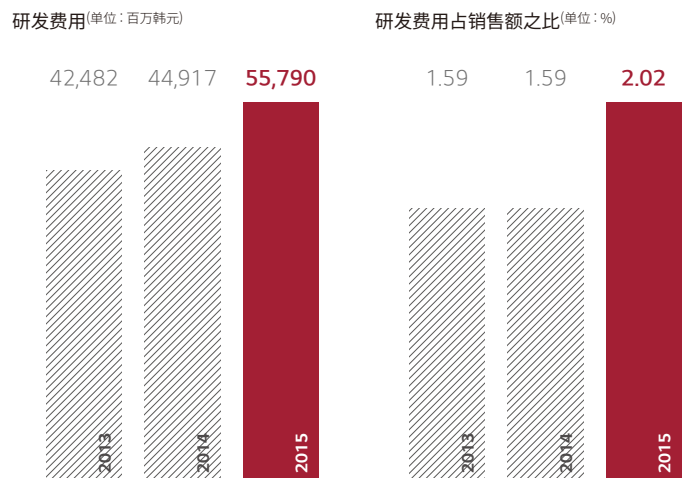
LG Hausys以研究所为中心, 在建筑装饰材料、汽车材料配件和高功能材料等业务领域开展密切的研究活动, 开发符合顾客需求的产品。

→ 研发活动现状

LG Hausys研究所于1989年作为加工技术研究所而启动运营。之后, 以塑料加工技术为中心开始进行研发, 以天然材料、无机物、生物降解材料和复合材料等多种材料, 不断扩大研发范围。

研究领域	主要成果	研究重点
节能	<ul style="list-style-type: none"> • 低辐射玻璃 • 高性能隔热材料 	<ul style="list-style-type: none"> • 建筑节能效果及门窗的隔热性能最大化 • 获得隔热性能和火灾安全性
环保建筑装饰材料	<ul style="list-style-type: none"> • 环保地板、壁纸 	<ul style="list-style-type: none"> • 利用从玉米中萃取的PLA(Poly Lactic Acid), 开发对人体和环境无害的产品
功能性表皮/贴膜	<ul style="list-style-type: none"> • 环保表皮 • 透明贴膜、工业用粘贴、粘接膜 	<ul style="list-style-type: none"> • 利用Bio-based Plastic, 开发耐污染的高耐久环保表皮, 为温室气体减排做贡献 • 开发提高生活便利性的功能性粘贴、粘接材料
高强度轻量化材料	<ul style="list-style-type: none"> • 高强度轻量化复合材料 	<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

研发费用



→ 2015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。



汽车表皮及轻量化配件

- 表皮：使用Bio Base原材料的汽车用人造皮革产品为温室气体减排*做出贡献，为了提高汽车内部的空气质量，已经成功将减少气味和不产生有害气体的涂层应用于汽车用人造皮革中。

- 每1kg的Bio Base原材料减排1.2kg的CO₂。

- 轻量化配件：开发用于电动汽车等环保运输工具的高强度轻量化材料和产品，为提升汽车续航里程和改善油耗做贡献。此外，以应用连续纤维复合材料的保险杠后梁模内注塑技术，获得了2015年新技术认证。



节能门窗(1级成品门窗)

- 将集合了隔热设计技术的型材与使用纳米银镀层技术的低辐射玻璃相结合，推出了以“超级节能”系列为代表的1级成品门窗(门窗外框及低辐射玻璃一体型门窗)。(1级能效的隔热设计)

高性能隔热材料(PF隔热材料)

- 这是一种同时满足隔热性与火灾安全性的墙体用隔热材料，在韩国国内有机隔热材料中具有最高隔热性能。我们计划，除了用于建筑之外，今后还将不断扩大其应用范围。

聘用国内外R&D人才，签署中长期产学研合作协议

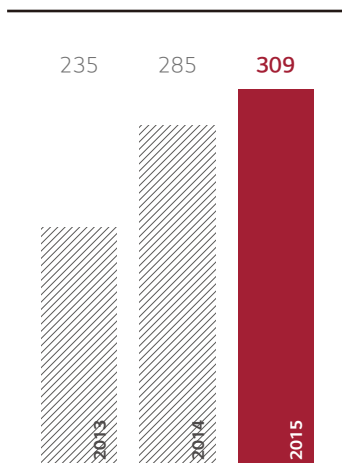
LG Hausys为了聘用和培养2015年国内外R&D硕博以上的高级人才，进行了LG技术大会、产学定制型研究课程等各种活动和项目。此外，还通过与学界、政府出资机构和企业进行合作活动等，不断提高研发力量。

→ 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，2015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。今后我们将积极活动，为吸引优秀研发人才不懈努力。

产学定制型研究课程 • LG Hausys与高丽大学和汉阳大学开设了定制型研究课程。选拔热衷于研究的本科生，为其升入研究生提供支援，研究生院通过让学生进行入职后可直接应用的研究课题，培养储备人才。

2013~2015研发人才现状(单位:人)



→ 与学界及研究机构建立合作关系

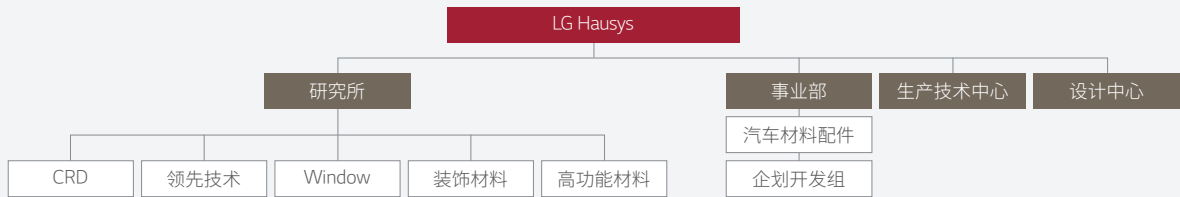
LG Hausys通过与外部机构的合作，如：与首尔大学、KAIST等韩国优秀大学进行产学合作，与政府出资机构(韩国建设技术研究院、韩国建设生活环境试验研究院等)进行共同研究等，为发掘能够成为未来增长动力的新技术而持续进行研发活动。

与首尔大学签署中长期产学合作协议

LG Hausys与首尔大学工程学院签署了从2015年开始历时5年的中长期产学合作协议，持续推进产学合作活动。2015年共进行了4项共同研究课题，为获得原创技术和加速核心课题开发进行了合作，并举办了邀请首尔大学教授的研讨会和技术咨询等提升内部力量的合作活动。

[研发组织及开发流程]

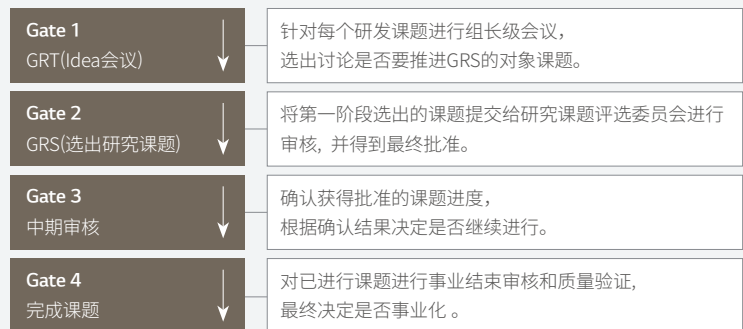
研发组织 · LG Hausys研发大致以研究所、生产技术中心、设计中心、汽车材料配件事业部内的企划开发组织进行运营，研究所的下属组织由CRD*、领先技术、Window、装饰材料、高功能材料研究室构成。



组织	研究室	职能
研究所	CRD*	<ul style="list-style-type: none"> 通过研究源泉、基础技术，发掘增长动力，研究居住环境 为提高开发质量竞争力，进行可信度研究与分析
	领先技术	<ul style="list-style-type: none"> 进行新技术、新业务领域研究课题，推进早期事业化
	Window	<ul style="list-style-type: none"> 开发节能型、隔音隔热的高性能门窗 通过无机薄膜材料及镀膜技术开发镀膜玻璃
	装饰材料	<ul style="list-style-type: none"> 以高分子加工技术为基础，研究Base Film、环保材料，以及节能隔热材料
	高功能材料	<ul style="list-style-type: none"> 以高分子聚合、镀膜加工技术为基础，研究电子设备及工业用粘贴膜
事业部	汽车材料配件企划开发组	<ul style="list-style-type: none"> 以复合材料加工及结构设计技术为基础，研究汽车轻量化材料 通过高分子加工技术和对环保材料的研究，开发汽车内部装饰材料
生产技术中心		<ul style="list-style-type: none"> 工艺优化研究，新工艺开发，各单位工艺设备、安全领域研究
设计中心		<ul style="list-style-type: none"> 通过对生活方式、设计趋势分析及CMF(Color, Materials, Finishing)动向进行分析，提供设计方案

* CRD : Corporate Research & Development

开发流程 · 为了更加系统地进行研发活动，LG Hausys自2001年起引进GRS(Gate Review System)系统，对各研究阶段进行检查和确认。研究课题经过业务团队的研究分析，通过最高决策会议GRS的审议后才能立项，之后也需通过持续的跟踪监测管理开发进度等，最终才可推出新产品。





IF Design Award

31件



reddot

Reddot Design Award

11件



IDEA Design Award

5件

设计活动及力量强化

LG Hausys始终立足于顾客，把握市场趋势，为满足顾客的设计需求而努力。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以设计中心为核心，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国内外权威评估机构的认可。

→ 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“设计趋势研讨会”和“趋势论坛”等项目。

设计趋势研讨会 • LG Hausys在业界最早举办了该项活动，2015年已迎来了第16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。

趋势论坛 • LG Hausys通过分析各事业特定的市场和消费趋势，为顾客提供所需产品的概念方案。

提案内容不仅仅是简单的市场趋势，还设计出符合各事业部战略的新产品，并进一步提出中长期设计战略的方向性。

在全球市场上，也通过对各地区趋势进行分析，提供具有针对性的设计解决方案。

→ 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、韩服设计师李孝才、建筑师扎哈·哈迪德等国内外知名设计师进行合作，向顾客展示差异化的设计。

1



1. 设计趋势研讨会
2, 3. 参加米兰设计周



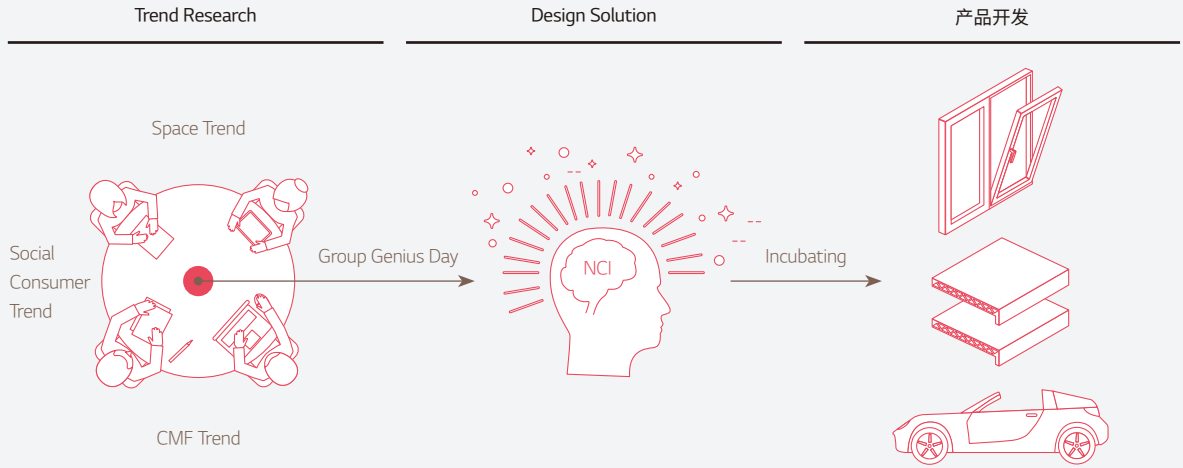
2



3

Design Innovation

Design Innovation是以“甄选有创意的璞玉，将其加工成宝石”这一标语为基础，经过孵化系统连同试制品一起完成的活动。由此开发出的产品得到了顾客的广泛好评。



Trend Research	Social Consumer Trend	以分析环境与生活方式的脉络关系为基础，对现象背后的的心里进行追踪，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产品统和观点的空间进行研究。
	CMF Trend	通过CMF(Color, Materials, Finishing)动向分析和各种材料趋势的研究，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，通过头脑风暴导出解决方案的集体智慧项目。
	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	将先行过程发展而来的产品构想,最终加工成产品展现在顾客眼前。	

[成果及目标]

加快获得生产基地



原则、战略

加快推进以美国、中国为中心的生产本地化

2015主要活动

- 美国汽车表皮工厂竣工
- 美国石英石第2号生产线增设投资
- 中国无锡地板材料工厂启动
- 全面改善中国天津工厂环境安全设备

2016目标

- 扩大海外业务销售
- 美国石英石第2号生产线启动

加强建立销售基地



原则、战略

通过拓展新兴市场发掘新增长机会

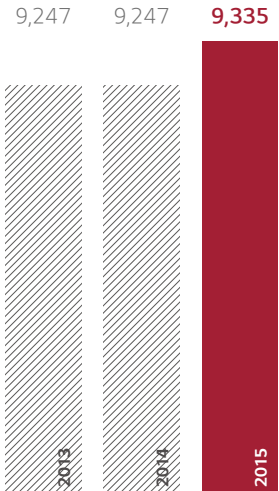
2015主要活动

- 成立迪拜、雅加达分公司
- 欧洲销售基地合并

2016目标

- 加快在中东/东南亚地区的增长
- 增加印度当地人才

海外业务销售额(单位:亿韩元)



巩固在全球市场的地位

为了有效占领国际市场, LG Hausys在全球主要市场建立据点, 并通过环保产品和以顾客为中心的营业活动构筑差异化的地位。

2015年在核心市场内构建生产基地

2015年LG Hausys以美国、中国为中心推进了生产本地化, 并扩大和加强了中东、东南亚、印度、土耳其等新兴地区的销售基础。

→ 美国汽车表皮工厂竣工

LG Hausys在美国乔治亚洲的汽车表皮工厂已经竣工, 预计每年将生产和供应600万平方米的汽车表皮。工厂所生产的表皮将供应给位于北美地区的汽车制造商, 我们计划通过这些方式正式进军北美汽车市场, 以不断扩大在全球的市场占有率。

→ 启动中国无锡第二生产工厂

从2015年6月起在中国江苏省无锡市的第二生产工厂生产地板材料产品。今后还将逐步建立汽车表皮、高功能材料生产工厂, 将其作为开展中国业务的核心生产基地。

→ 增设美国石英石生产线

为了提前应对随着美国建筑市场复苏带来的高附加值高端产品和设计差异化产品需求的增加, LG Hausys正在对石英石2号生产线的增设进行投资。今后, 我们计划通过生产差异化的新产品夺取北美市场No.1的地位。

通过环保产品和以顾客为本的销售活动来实现差异化

能源消费和环保材料的相关限制日益扩大已成为国际趋势, 预计今后全球顾客对环保产品的需求也将随之持续增加。对此, LG Hausys为顾客提供节能门窗、隔热材料以及对人体无害的装饰材料等环保产品, 以满足顾客需求。

→ 连续三年获选中国“环保建筑材料10大品牌”的企业(2014~2016年)

在中国北京举行的“建筑行业年度品牌大奖”中, 成为外资企业中首次连续三年(2014~2016年)获选“中国环保建筑材料10大品牌”的企业。我们的TVOC(总挥发性有机化合物)减排和抗菌、抗病毒技术等方面获得了高度评价, 成为第一家获此殊荣的外资企业。

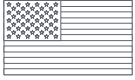
提高全球品牌知名度

为了让更多的海外顾客了解我们的品牌, 推介产品的优秀性能和设计, LG Hausys积极参加上海的“中国国际地面材料及铺装技术展览会”、哈萨克斯坦的“阿斯塔纳国际建筑材料展览会”、美国的“芝加哥国际办公家具及室内装饰展览会”、迪拜的“迪拜国际建筑材料博览会”等各种世界知名展览会。

培养各地区的领先事业

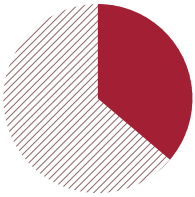
LG Hausys将美国、中国、印度等新兴地区划分为核心市场，甄选出各地区最有发展前景的业务进行重点培养。为此，我们正在分析各市场现状，构建流通网等与利益相关方的合作关系。

USA



2015各地区销售比重

38%

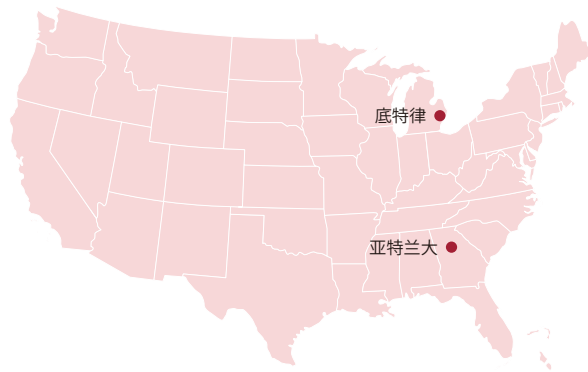


美国

北美地区是全球最大的室内装饰材料及汽车市场，推进以人造大理石、汽车表皮等以材料业务为中心的本地化战略。

我们在美国乔治亚州的亚特兰大拥有生产人造大理石的“HI-MACS”和石英石生产工厂，最近正在增设石英石工厂。通过进入美国最大的建材流通公司等各种形式的流通渠道，不断提高市场占有率。

此外，还在美国乔治亚州建立汽车表皮工厂，并计划于2016年开始启动。由此，逐步扩大在美国市场的占有率。



CHINA



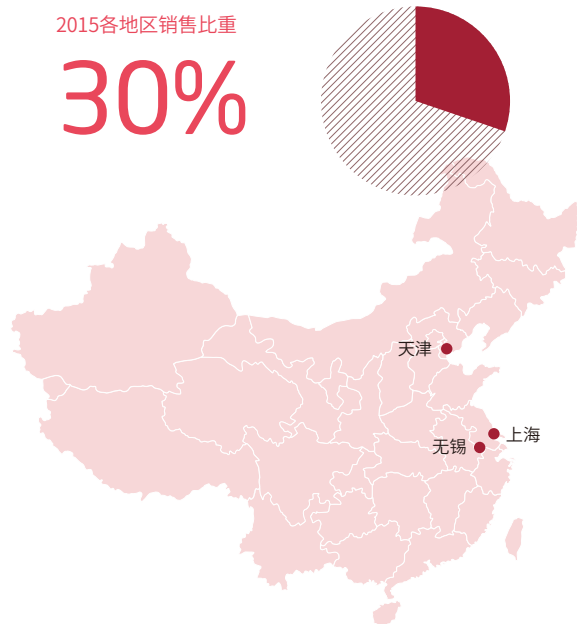
2015各地区销售比重

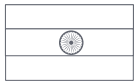
30%



中国

在中国地区，我们以门窗材料、地板材料等建筑材料为中心推进本地化战略，凭借优秀的环保性，逐渐扩大市场份额。2015年度，我们在中国所有的外资建材企业中占据了门窗、地板材料的最大市场份额，在中高端建材市场中逐渐站稳脚跟。此外，我们还通过加强与终端销售渠道的合作关系，建立了当地的流通网络，从生产到流通，为顾客提供差异化的价值。同时，全面改善天津工厂的环境、安全设备，为建立环保的工厂而不断努力。



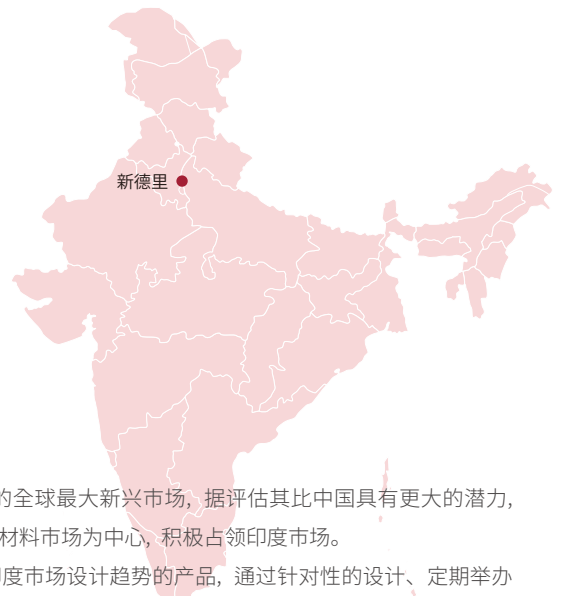


2015各地区销售比重

5%



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以家电表面材料市场为中心，积极占领印度市场。

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，通过在印度家电表面材料市场积极迅速地应对顾客需求，将巩固市场占有率第一的位置作为目标，今后在生产人造大理石的“HI-MACS”部门也将聚集营销力量，巩固第一的位置。



OTHER REGIONS

其他地区

在中东、东南亚等新兴国家，室内装饰材料的市场规模正在快速增长。此外，在欧洲将装饰表面材料和人造大理石作为主要对象，正积极推进出口战略。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，攻占新兴市场和欧洲市场。并且在2015年成立了雅加达和迪拜分公司，进一步加速了本土化战略步伐。

→ 主要产品

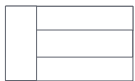
- 中东、东南亚：表面材料、壁纸、地板材料等
- 欧洲：装饰表面材料、表面材料、汽车材料等



Thailand



Indonesia



UAE



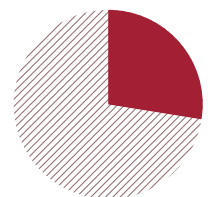
Russia



Germany

2015各地区销售比重

27%



Harmony with Nature

Enlarging Eco-friendly Product

增加绿色产品

随着整个社会对无害于人体和环境的节能产品需求不断增加, LG Hausys绿色产品的销售也在增加。LG Hausys供应健康的环保产品和材料(Eco-Friendly), 提供将能效最大化的系统和方案(Energy Saving), 同时, 以带给顾客信任与感动, 把成为人性化的企业(Human-Friendly)作为目标。从中长期的观点建立Green Identity, 为顾客提供可持续的产品, 通过使用环保材料与开发高效能源产品, 构建了绿色产品群“Eco Collection”。

绿色新产品*销售比重

19.7%

· 绿色新产品销售统计以装饰材料及门窗材料为对象进行

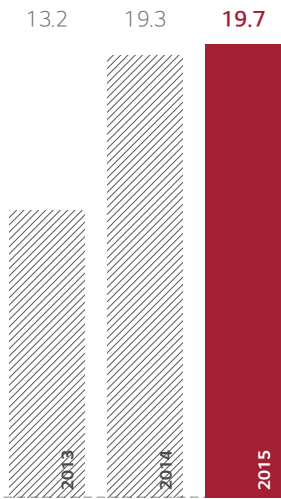
环保认证*产品数量

113件

· 环境标志、HB标志、碳标签



绿色新产品*销售比重变化趋势(单位: %)



* 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]

拓展环保产品市场



原则、战略

- 增加环保新产品
- 扩大环保产品销售

2015主要活动

- 推出新产品
- ：推出ZEA Fresh壁纸、环保并减少层间噪音的地板材料“ZEA降噪地板”

2016目标

- 实现环保产品销售比重10% (以相应产品事业部销售为准)

增加节能产品



原则、战略

- 增加节能新产品
- 扩大节能产品销售

2015主要活动

- 推出新产品
- ：推出超级节能窗3, 5, 7系列、PF隔热材料、耐火PF防火带

2016目标

- 实现节能产品销售比重 21% (以相应产品事业部销售为准)

加强绿色产品解决方案

LG Hausys建立Green Identity应用于产品。将以环保材料为基础实现健康舒适生活空间的“Eco-Friendly”、高效产品及轻量化材料、节约能源的“Energy Saving”、预防火灾及解决层间噪音问题等社会问题解决型产品“Human-Friendly”作为首要价值开发产品。

[LG Hausys Green Identity]

Eco-Friendly	PLA材料	• 环保植物性树脂PLA材料	• ZEA板、ZEA地板、ZEA壁纸
	环保材料	• CO ₂ 排放量减少材料 • PET材料	• 烯烃材料、Newgen生物汽车表皮 • 高硬度Glossy Film
Energy Saving	高效节能产品	• 节省取暖费 • 隔热性能1.0W/m ² ·k以下	• 超级节能3,5,7系列 • 高性能双层低辐射玻璃
	改善汽车油耗	• 节省燃料费 • 改善大气环境	• 玻璃纤维轻量汽车配件
Human-Friendly	改善居住环境	• 减少层间噪音 • 减少轻量冲击音 • 防滑	• ZEA降噪地板 • Non slip地板材料
	火灾安全	• 半阻燃性能 • 体现防火性能	• PF隔热材料 • 耐火PF防火带 • 阻燃内饰膜

绿色新产品开发

使用天然材料及再生资源，扩大能体现节能绿色的新产品销售，通过开发环保技术开展绿色新业务。2016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	绿色新产品	今后计划
环保	PLA材料	ZEA系列(地板材料、壁纸)
材料	环保材料	烯烃材料、Newgen生物汽车表皮
	PET材料	高硬度Glossy Film
节能	节能门窗	超级节能3, 5, 7系列
	镀膜玻璃	高性能双层低辐射玻璃
	轻量化	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	减少生活噪音的地板 “ZEA降噪地板”
	耐火性	高性能半阻燃PF隔热材料
		阻燃装饰膜
	抗菌性能	抗菌装饰膜
		今后计划
		扩大通用产品，引领市场
		开发使用新材料及处方的汽车表皮
		改善物性，拓展全球市场
		开发1级系统门窗
		扩大高性能产品Line-up
		增加碳纤维汽车配件
		开发高发泡及Non-Slip配方的地板材
		扩大门、板的用途
		拓展全球市场
		通过扩大Line-up提高韩国M/S

绿色产品获奖及认证现状

LG Hausys的产品对推广环保文化做出的贡献，已得到广泛认可，其优秀性在国内外广为人知。

→ 获奖情况

- 获选中国环保建筑材料10大品牌(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降噪地板、ZEA壁纸和PF板连续2年获奖(2014~2015年，由韩国绿色购买网主办)
- ZEA降噪地板获得“第一届环境标志大奖”建筑部门大奖(2015年，环境部主办/环境产业技术院承办)

→ 认证现状

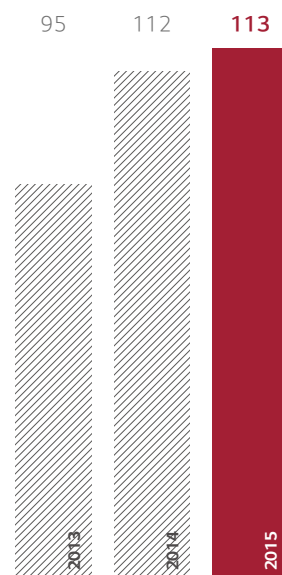
韩国国内认证(单位：项)

区分	2013	2014	2015
环保认证产品	环境标志	49	71
	HB标志	28	27
	碳标签(低碳认证)	18(2)	14(3)
共计	95	112	113

区分	2013	2014	2015
门窗能效等级(1~5等级标准)	248	265	354



获得环保认证的产品(单位：项)





海外认证

汽车材料配件

汽车座椅用表皮：获得欧洲纤维环境认证
Oeko-Tex Standard 100



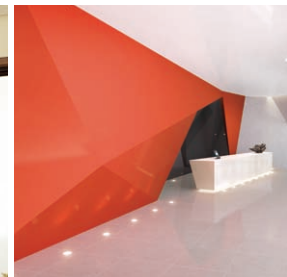
高功能材料

- 室内装饰贴膜
 - 获得日本环保认证F☆☆☆☆(甲醛Free)(日本建材试验主办)
- IT、汽车用粘合材料
 - 获得RoHS(EU制定电子产品有害物质使用限制指南)认证
- 家电产品用材料
 - 家电产品用表面材料、真空隔热材料：获得RoHS认证
 - 真空隔热材料：获得REACH(EU制定的化学物质管理制度)认证



建筑装饰材料

- 地板材料
 - ZEA地板：在韩国地板材料业界首次获得零废弃物认证 C2C(Cradle to Cradle)认证*
 - 有地毯、地毯块的建筑：获得环保建筑物认证LEED认证 (美国绿色建筑委员会(USGBC)主办)
- 壁纸、地板
 - 获得欧洲纤维环境认证Oeko-tex Standard 100最高等级(Baby-Class)
- 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)
- C2C(Cradle to Cradle)认证：为材料废弃时还原为自然状态或可作为工业资源再利用的产品赋予的国际环保认证



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而不懈努力。



减少日常生活噪音

30% ¹⁾

高隔热玻璃节约能源

40% ³⁾

1. 壁纸/墙面材料

ZEA Fresh壁纸

- TVOC(挥发性有机化合物)满足HB最优等级标准
- 使用源自玉米的植物性树脂(PLA)

呼吸砖

- 调节室内湿度, 吸附、脱附有害物质

2. 室内装饰膜

- 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

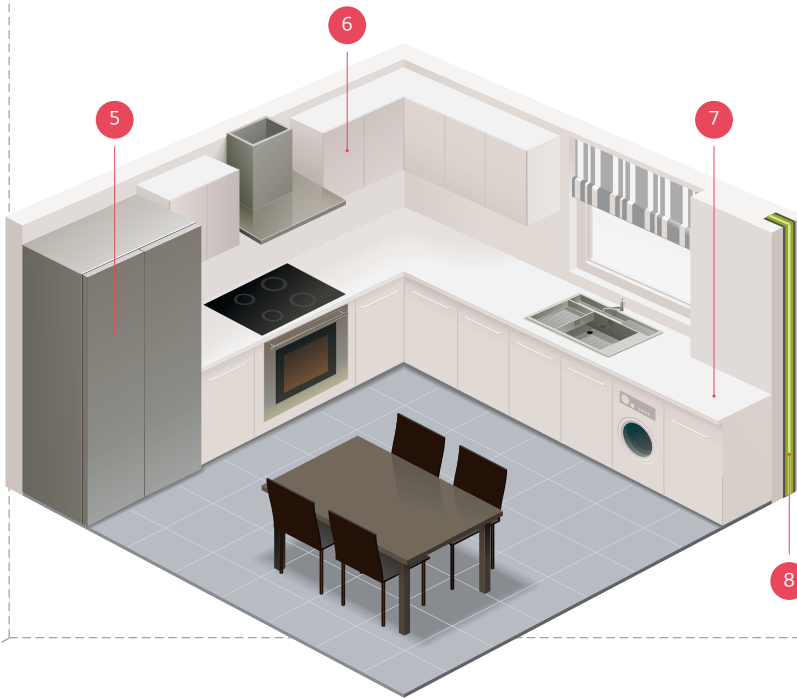
ZEA降噪地板

- 与胶合板地板(本公司)相比减少30%的日常生活轻量冲击音*, 由此获得减少层间噪音的效果¹⁾
- 与高于强化地板(本公司)70%的优异热传导率, 节省30%的取暖费²⁾
- 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

4. 门窗

高隔热低辐射玻璃

- 相对于一般玻璃节省40%的能源³⁾



5. 家电产品用材料

PET材料家电表面材料

- 使用对人体无害的环保树脂

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. 装饰箔

Glossy Film

- 使用环保树脂: 几乎未在产品中检出重金属(铅、汞、镉、6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
- 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 board

- 火灾时产生较少有毒气体的半阻燃材料
- 与同一厚度的普通隔热材料相比, 每年最多可节省20%的制冷费、取暖费⁴⁾

高性能隔热材料节省取暖费

20%⁴⁾

9. 合成木材

Woozen

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

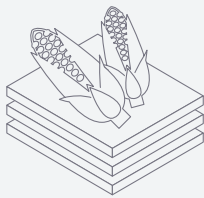
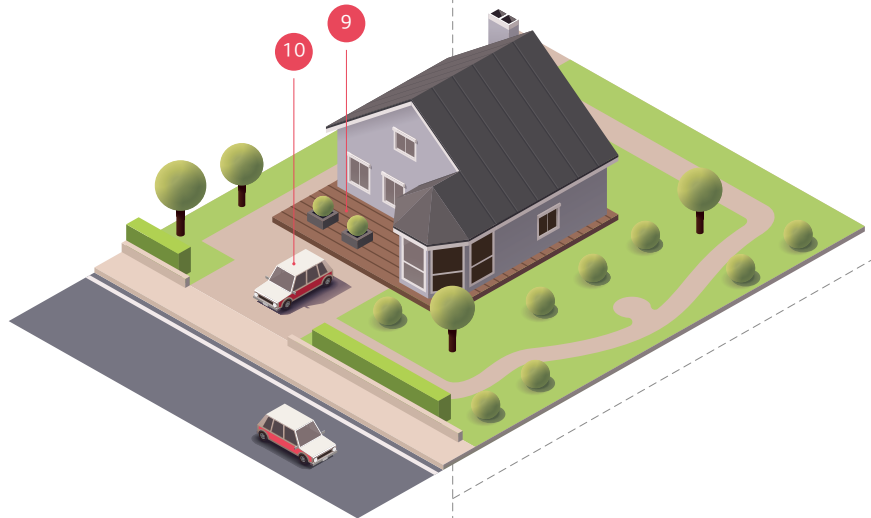
10. 汽车材料

环保汽车表皮

- 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



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, 具有卓越的抗菌、除臭功能, 在火灾时也不会产生有毒气体, 是一种安全的材料。为了制造对顾客与环境无害的产品, LG Hausys开发并供应世界首款使用PLA的环保地板材料、壁纸等。

来源

- 1) 大宇建设研究院研究报告
- 2) 韩国科学技术院研究报告
- 3) 建筑能耗分析报告
- 4) 韩国Passive建筑协会, 能源解析报告(2011)

Operation of Eco-friendly and Safe Workplaces

安全环境管理

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将全公司的安全环境作为目标进行管理，为了预防对业务产生重大影响的产业事故，对设备、设施进行大规模投资，同时为了提高系统和管理水平开展各种自我检查活动，付出了大量的努力。

灾害率(与2014年相比2015年数据)

31% 减少

安全消防改善投资(以2015年为准)

80 亿韩元



全部EHS事故(与2014年相比2015年数据)

25% 减少

[成果及目标]

创造安全环境文化



原则、战略

- 加强管理层责任经营
- 制定全体职员安全环境培训体系
- 创造Safety Culture

2015主要活动

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

2016目标

- 加强管理者安全管理力量
- 加强现场针对型培训

营业场所安全环境事故“零事故化”



原则、战略

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

2015主要活动

- 实施安全环境计划诊断/主题诊断
- 构建Blocking System

2016目标

- 高危设备精密诊断，制定管理标准
- 加强Blocking System

员工健康管理



原则、战略

- 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

2015主要活动

- 运营高血脂管理项目等，积极推进增进健康活动

2016目标

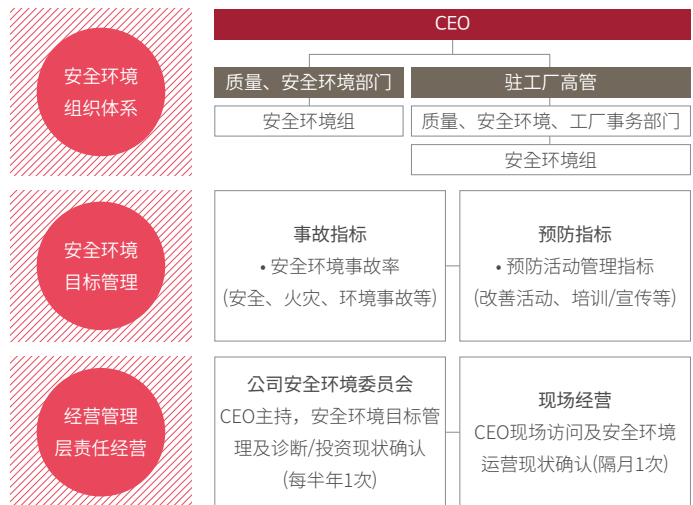
- 运营代谢症候群管理项目等，加强增进健康活动

安全环境体系

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。

加强公司级管理层责任经营

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。

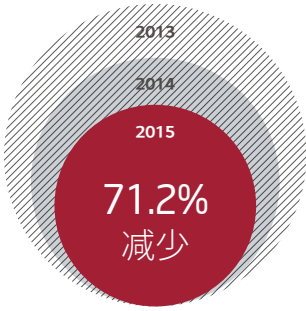


建立安全环境培训体系

LG Hausys通过以全体员工为对象进行安全环境基本培训和对安全环境职群运营专家培养课程，加强培训体系，创造将安全环境风险最小化的文化。

	现状及内容	
培训对象	LG集团	LG Hausys
安全环境职群	• 正在开发及运营基本入门课程	• 以韩国营业场所安全环境组办公室职员为对象，进行消防、工程安全、产业安全、环境、系统等共5个领域的培训
全体员工	• 在晋升课程中开发及运营安全环境模块 • 开发集团安全环境e-Learning课程 (以中国及韩国营业场所员工为对象进行培训)	• 以全部办公室职员为对象开发并运营e-Learning课程

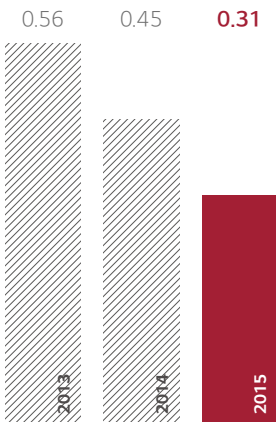




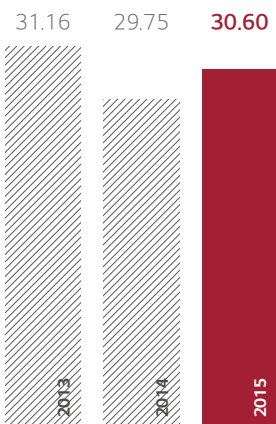
* 自2015年9月发生玉山工厂隔热材料反应器高压注射成型事故后,开展了对所有营业场所主要设备的fool-proof系统及interlock控制系统进行重新检查和改善的活动。LG Hausys为了预防对业务产生重大影响的重大事故,将对高危设备推进精密诊断和改善活动,为保障工作场所安全和业务连续性,做好万全的准备。

员工安全(单位:%)

产业灾害率



异常反应者比率



加强营业场所安全环境管理

运营事先安全环境稳定性检验流程

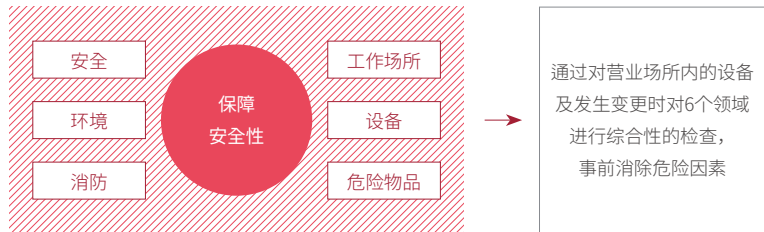
LG Hausys在营业场所内设备新设和变更前对相关法规和指南进行检验,运营着可消除危险因素的安全环境安全性检查流程。

运营新设、增设稳定性检验流程

委员长



目的



运营定期安全环境委员会

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。

火灾预防活动	<ul style="list-style-type: none"> • 设定电、LNG使用、过热设备管理事业 • 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	<ul style="list-style-type: none"> • 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	<ul style="list-style-type: none"> • 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	<ul style="list-style-type: none"> • 增加避难设施、警报/监控系统 • 加强隐患设施灭火系统
检查EHS管理现状	<ul style="list-style-type: none"> • 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

营业场所安全环境活动

→ 预防安全事故活动

LG Hausys为了预防安全事故，通过以所有设备为对象，对危险点构建Blocking system来保障设备的安全。并且为了提高工作人员的安全意识，将安全工作的方法进行标准化，编成“安全工作指南”对员工进行培训，同时与危险性评估相联系，提高了工作人员的认知能力。此外，还持续实施感性安全活动，如：实施引进狭窄体验的集体培训、在通勤车上放映安全环境视频等。

→ 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系统，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。

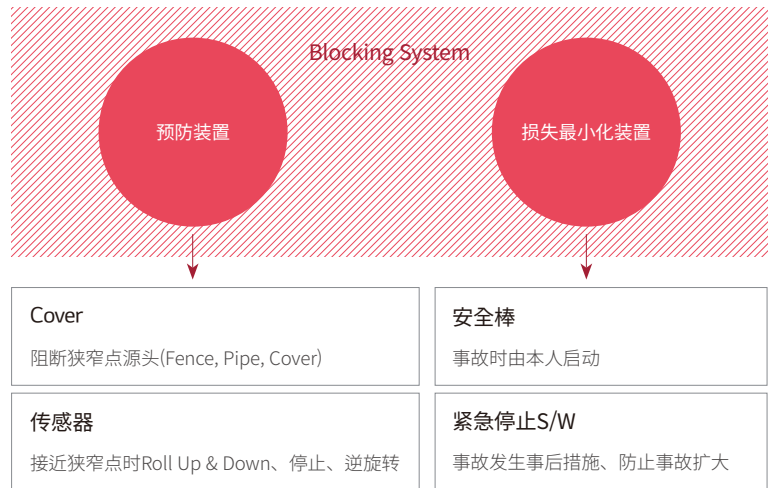
→ 加强防灾系统

蔚山工厂自2013年起至2015年，通过3年共投资17亿韩元，完善了避难设施，扩充了危险物品警报/监控系统，并加强管道井等有隐患地区的灭火系统的防灾系统强化工作。

合作企业安全环境活动

LG Hausys为了与公司内合作伙伴的共同发展，每个季度进行一次安全保健指导检验，并以公司内合作伙伴及施工合作企业代表为对象，组成了会议团体，对每月安全环境问题和法规变更事项等进行培训。加强对施工现场的检查，在休息时在每月施工开始前对施工人员进行特别安全培训，以此彻底预防事故发生。

安全装置安装系统



防灾系统改善明细



Harmony with Human

Building Market-leading Organizational Culture

创造引领市场的组织文化

企业为了实现愿景，就应在制定与愿景相关联的战略同时构建组织文化，只有在组织文化与所制定的经营战略方向相一致的情况下，才能提高组织的成果。好的组织文化可以说是企业可持续增长最为重要的因素。

从2013年起，为了构建引领市场的组织文化，LG Hausys运营着使成员们能够体会工作文化“F4”的项目，和成员们自愿参与准备未来的集体创意性项目。2016年，为了加强战略执行力，我们将不断推进以领导者为中心的变化，以及开放创新方式的未来准备活动。

工作文化“F4”体会指数

92.5 分

未来准备活动*参与项数


1,326 项

* Idea Tree/Hamimo/COP



[成果及目标]

工作文化“F4”



原则、战略

- 以成员实践为中心的工作文化“F4”

2015主要活动

- 以成员行动为中心的“F4”Survey 事业改善及诊断
- 开展会议/报告文化改善活动
- 各组选定及运营“F4 Change Agent”

2016目标

- 加强与领导者为中心的执行力构建组织文化
- 推进各事业部组织文化诊断及改善活动

未来准备活动



原则、战略

- 未来准备活动的成员参与

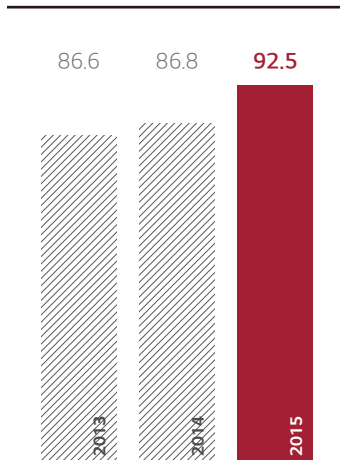
2015主要活动

- 为支援全公司业务问题, 运营“Idea Tree”
- 运营征召构想项目“Hamimo”

2016目标

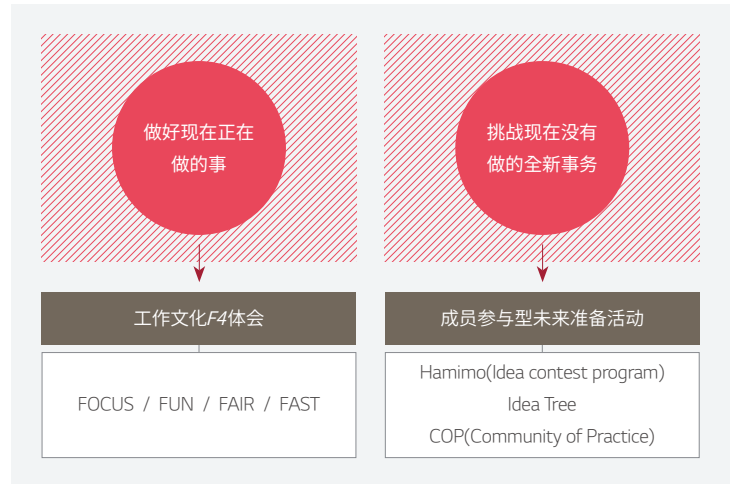
- 推进开放创新方式的“Hamimo”
- 加强“Hamimo”与“Idea Tree”的关联运营

“F4” Survey*分数结果(单位: %)



* “F4”指数: 工作文化“F4”体会度
(各问卷事业5分满分中4分以上的回答比率)

[LG Hausys引领市场的组织文化]



体会「工作文化“F4”」

LG Hausys为了创造一种成员集中起来工作也能很愉悦、公平又能快速执行并创造成果的文化, 制定了工作文化“F4”。为了使员工能够理解工作文化“F4”, 并能在现实业务中执行, 开展了丰富多样的活动。2015年, 通过“F4” Survey, 对现状进行诊断后, 共享各部门的结果, 使其自行运营改善项目, 并重点改善了全公司的薄弱项目FOCUS中的会议/报告文化。为了促进成员的行动变化, 对“F4” Survey问卷项目进行了改善, 以连接代表“我”的观点的个人行为, 按组选定“F4” Change Agent并开展活动。

1. Focus

消除内部浪费性因素, 集中于顾客价值/核心业务的文化

- 选择与集中
- 为实现业务结构变化集中于核心课题
- 去除低效惯例业务

2. Fun

共同沟通, 愉快积极自信的工作文化

- 投入与成就感
- 为投入过程, 赋予动机并进行沟通
- 取得成功后给予的各种表扬和报偿
- 将自觉执行变成一种习惯



3. Fair

以正确的思维和真正的实力进行竞争的文化

- 遵守基本与原则
- 构建健康的组织文化
- 持续进行Do things Right活动
- 严守承诺

4. Fast

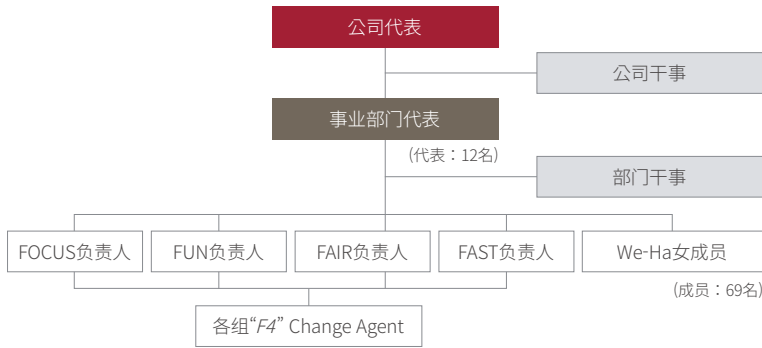
迅速激烈地执行, 快速达成承诺目标的文化

- 迅速决定与执行
- 加强组织解决问题的能力
- 执行业务时, 将D-Day生活化

→ 开展与成员一同进行的工作文化“F4”活动

为了发挥成员与管理层的沟通渠道作用，LG Hausys运营着从各部门选拔的职员代表小组“GREEN BOARD”和“We-Ha女”。“GREEN BOARD”和“We-Ha女”每季度与CEO召开一次恳谈会，发挥着与管理层沟通渠道的作用，同时，不断创造部门内沟通、培训、志愿服务、义卖会等与成员共同进行的以Bottom-Up方式进行的工作文化“F4”。

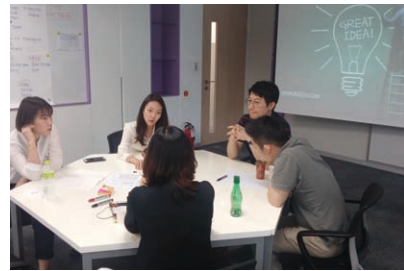
GREEN BOARD/We-Ha女组织图



成员参与型未来准备活动

LG Hausys通过运营以成员自觉参与为基础的集体创意性项目，不断创造为未来做准备的组织文化。

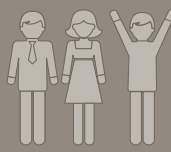
项目	内容
Idea Tree	针对特定主题，由成员提案的创意想法共享项目
Hamimo	在新业务、产品、文化领域为未来做准备的构想征集项目
COP(Community Of Practice)	对成员在与业务相关的关注领域自发性学习提供支持的项目



SPECIAL ISSUE

获选
“2015适合工作的韩国企业”

2015年，LG Hausys在“Jobplanet”和“财富韩国”评选发布的“2015适合工作的韩国企业”中获得了“工作与生活均衡部门最优秀奖”和“综合部门优秀奖”。LG Hausys在工作与生活的均衡部分中，以满分5分中获得4.06分的成绩，成为韩国大企业中的第一位，在总满意度部分，得到3.7分，为韩国大企业中的第5位，成为适合工作的韩国企业。



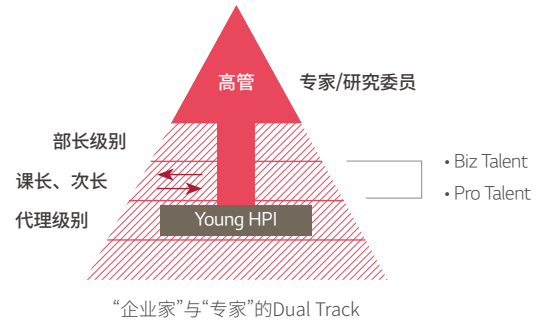
为引领市场培养人才

LG Hausys为了引领市场，不仅依靠组织文化活 动，还通过人才培养项目不断加强业务力量。只有拥有在剧变的经营环境中依然能够从容应对的优秀人才，同时将员工的力量最大化，企业才能够实现可持续发展。为此，LG Hausys重点运营着与业务战略挂钩为未来做准备的 企业家培养、为获得专业性进行的职务专业培训、为执行跨国业务具备全球力量与核心价值的职务等级必修课程。

→ 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/分公司在当地聘用的人才为对象，选拔核心人才，通过在线课程予以培养。

企业家培养体系



培养 Roadmap

对象	职务等级	培养方向	主要Tool
Biz Talent	课长~次长	发掘、提高企业家潜力	<ul style="list-style-type: none"> • 执行挑战课题 • 职务循环 • 引领市场研讨会
Pro Talent	课长~次长	加强研究、设计等专业性	<ul style="list-style-type: none"> • 外部专业培训 • 赋予多样的课题执行机会
Young HPI	代理	培养预备企业家基本能力	<ul style="list-style-type: none"> • 学习经营力量 - 顾客/市场 - 企业运营 - 经营战略 • 职务循环

员工培训费用总额(单位:百万韩元)

区分	2013	2014	2015
培训费用	3,666	3,925	3,888

公司培训体系图

区分	职务级别必修培训课程	企业家培养培训	职务专业培训	Global培训
高管	新任高管		EnDP 中长期进修	1:1 高管会话
I级 部长	预备经营者 Team长领导力 LG Way 部长		Global MBA LG MBA 各职务海外课程 经营战略专家 营销专家	生产/工程师 R&D 高级汉语
II级	新任Team长 I级 晋级	Biz/Pro Talent 引领市场研讨会		
次长、课长	次长 晋级 II-1级 晋级	Young HPI 第4年：企业创新 第3年：经营战略 第2年：企业运营 第1年：市场营销	国内MBA R&D学位派遣 设计专家	中级汉语
III级 代理	课长 晋级 II-2级 晋级 Refresh Start		营业/营销 趋势研讨会 Area营销 B2B营销 销售实务 MSA Basic	初级汉语
IV级 职员	Refresh Start Jump up Camp 职务技巧基础 新员工·有经验者 IV-2,3级 入门	III级 晋级 新员工·有经验者		

Harmony with Human

Shared Growth and Mutually Beneficial Support

合作企业共同成长

加强社会对大企业与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合作企业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。

环保原料采购

24,007 吨

合作企业风险诊断

117 家公司

签署标准承包合同

100%



[成果及目标]

创造公平的交易环境

原则、战略

- 通过遵守法规与指南，构建合理、公平的交易惯例

2015主要活动

- 扩大与交易对象中小企业签署标准承包合同
- 将公平交易委员会4大实践事项全面反映到公司内的采购规定中

2016目标

- 加强承包交易事前审查
- 改善中坚企业货款支付条件

加强合作企业根本竞争力

原则、战略

- 通过相互提高竞争力，构建可持续发展的产业生态系统

2015主要活动

- 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(韩国117家公司)，选定美国法人合作企业CSR管理范围

2016目标

- 扩大共同成长支援，发掘更多课题
- 将合作企业CSR风险管理项目的对象扩大至海外合作企业运营

开放式沟通

原则、战略

- 加强共同成长基础，建立健康的合作文化

2015主要活动

- 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

2016目标

- 增加可支持共赢结算系统的银行(2家 → 4家)
- 对1级合作企业向2级合作企业的支援现状进行监控，对支援优秀合作企业予以褒奖

共同成长经营原则



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，为了通过提高相互之间的竞争力，构建可实现持续发展的产业生态系统，运营着专门支援共同成长的组织，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级合作企业予以奖励，为实现供应链整体的共同成长不断努力。

签署共同成长及公平交易协议

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2014年度共同成长指数评价中，获得了“优秀”等级。2015年共与204家1级合作企业签署了共同成长协议，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65家2级合作企业签署了合同，为扩散改善结算期限、通知单价调整信息等公平交易文化，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，及建立共赢合作基础，将公平交易委员会所提出的指南反映到采购规定等中，将其作为实现公平交易的原则。

签署公平的合同

以合理的单价计算方式调整
交货单价

1
3

事先预防不公平交易

建立及运营内部审查机构



选择及运营公平的合作企业

遵守合作企业注册与取消相关标准，
保障流程的客观性和透明性

2
4

书面签发与保存

对合同、物品收取证明等7大文
件进行书面签发及保存

举办“合作企业提案大会”

LG Hausys于2015年10月在安养研究所举办了“第1届合作企业提案大会”。在合作企业提案大会上可对合作企业的产品开发构想和必要事项接受提案，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。LG Hausys希望将“合作企业提案大会”作为共同成长的新模式定期举行，而不只是一时的一项活动，提案被采纳的合作企业将得到稳定的供货保障和各种支援优惠。

合作企业成长与风险管理支援

5大成长支援课题

LG Hausys以由金融支援、改善货款支付、提供品质/技术开发支援、人力/培训支援和经营支援所构成的合作企业5大共赢支援课题为中心，构建合作体系。

合作企业CSR风险管理

→ 进行合作企业影响评估

LG Hausys以合作企业为对象，对劳动、人权、环境、安全等对CSR相关项目的影响进行评价。以韩国合作企业中前一年度采购金额超过40亿韩元，或提供战略性重要

度较高品种的117家合作企业为对象，掌握了其CSR执行现状。同时，修改购买规定，为了在整个购买流程中使CSR因素包含其中，加强了对合作企业的影响评价。今后，评价合作企业CSR影响评价范围不仅包括韩国，还将扩大到美国、中国等海外地区，

公平交易项目运营业绩

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56家合作企业提供支援 为10家合作企业提供34亿韩元网络贷款支援 捐助同成长投资资金1亿韩元
改善货款支付	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，大幅提高现金结算比率。	<ul style="list-style-type: none"> 保持100%现金性结算 在资金执行标准之外，现金结算金额达1,617亿韩元
支援品质/技术开发	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99家公司派遣30名技术/质量专家 建立合作企业专门组织支援质量保证体系 申请3项共同专利
提供人力/培训支援	以合作企业员工为对象，持续实施FTA原产地管理培训、环境安全培训、质量培训等，将其委托给LG ACADEMY和韩国活动策划协会，以经营一般与专门职务为中心实施在线培训。	<ul style="list-style-type: none"> 向36家公司44名员工进行FTA培训 向30家公司30名员工进行LG ACADEMY在线培训 向39家公司104名员工进行韩国提案活动协会的提升质量/生产性培训 通过中老年招聘会及青年招聘会，提供员工招聘机会
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，实现交货单价现实化。（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，共享业务中的敏感问题。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，还开展奖励优秀合作企业、财务结构精密评价、FTA原产地管理咨询等多种经营支援活动 	<ul style="list-style-type: none"> “赐给”金额规模4902亿韩元 2015年进行8次合作会议与恳谈会活动（197家公司的202名高管参加，举办交流活动） 优秀合作企业奖励(提供福利商城积分) <ul style="list-style-type: none"> - 综合评价优秀6家公司 - 质量评价优秀12家公司 - 对2级合作企业扶持力度大的优秀企业2家公司 通过改造、维修陈旧设备共享成果 <ul style="list-style-type: none"> : 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

以美国法人为例，2016年1月，在购买规定中对合作企业评断阶段和每半年对企业进行评价时，反映并修改CSR事业的引进。

→ 合作企业社会及环境影响管理

LG Hausys对合作企业可能发生的CSR风险进行管理，建立共同成长基础。为此，影响评价事业中包括了伦理经营体系、公平交

易等伦理经营，还包括社会贡献、安全保健经营、环境经营。尤其是通过实施书面劳动合同、防止歧视、薪资与劳动条件等人权影响评价，不仅对风险进行确认，也对合作企业提高人权经营水平做出贡献。今后将进一步反映包括人权在内的CSR趋势和评价结果，每年都实现的评价水平多样化。

风险管理事业·顾客保护(顾客信息保护、顾客满意经营)、伦理经营(伦理经营体系、公平交易)、社会贡献、安全保健(安全保健管理体系、产业安全、产业灾害)、人权劳动(书面劳动合同、防止歧视、薪资及劳动条件)、环境经营(环境经营体系、有害化学物质管理、环境污染物质管理)

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。

主要项目

内部检查	法规培训	事先检验	承包交易内部审查
<ul style="list-style-type: none"> 以主要事业部和营业场所为对象，实施公平交易检查 	<ul style="list-style-type: none"> 以宣传员工公平交易意识、传播公平交易文化为目的 普及公平交易指南及教材 实施内外部定期培训 	<ul style="list-style-type: none"> 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 	<ul style="list-style-type: none"> 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 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。2015年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，尤其是随着最近消费者交易的增加，对在线媒体等是否存在虚夸广告进行了检查，还实施了相关负责人培训。

2015年培训实施现状

培训内容	培训人数(人)	培训次数(次)
承包	95	6
卡特尔及不公平交易	260	8

公平交易项目运营业绩

年度(年)	业绩(次)	主要内容
2015	14	<ul style="list-style-type: none"> 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	18	<ul style="list-style-type: none"> 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
2013	15	<ul style="list-style-type: none"> 为预防卡特尔，进行CEO直接培训，以员工为对象发送2次致辞 各职务等级的预防卡特尔及不公平交易培训

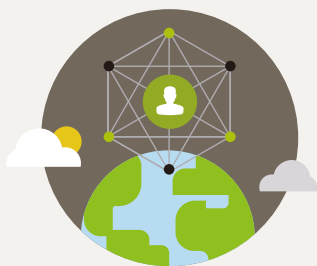
SUSTAINABLE MANAGEMENT

Expand

Sustainability

LG Hausys为了企业的可持续增长，积极参与应对气候变化和环境保护活动，同时，对提高环境价值予以高度关注，通过开展各种活动，给自然与人的空间带来幸福的变化，全心全意履行社会责任。

LG Hausys在致力于实现经济、环境、社会价值和谐的同时，通过开展符合将来全球企业地位的可持续发展活动，努力成为受顾客信任和尊敬的企业。



可持续发展

LG Hausys为了成为受社会信任的企业，通过建立可持续发展体系，在所有企业活动中为切实履行社会责任而不断努力。

可持续发展推进体系

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。通过进行风险管理，向利益相关方提供差异化的价值，全力履行社会责任。



可持续发展经营路线图



成果及目标

遵守全球标准	加强CSR危机管理	合作企业CSR风险管理
原则、战略 <ul style="list-style-type: none"> 实施全球标准的CSR 活动 2015主要活动 <ul style="list-style-type: none"> 纳入到DJSI Korea指数 引进GRI G4.0 2016目标 <ul style="list-style-type: none"> 重新纳入到DJSI Korea 指数 	原则、战略 <ul style="list-style-type: none"> 减少在总部与营业场所的CSR风险因素 2015主要活动 <ul style="list-style-type: none"> 实施自我诊断，进行监控：完成3项改善课题 2016目标 <ul style="list-style-type: none"> 实施自我诊断，进行监控：实施现场检查，预计实施3项改善课题 	原则、战略 <ul style="list-style-type: none"> 消除供应网内CSR风险因素 2015主要活动 <ul style="list-style-type: none"> 以合作企业为对象实施CSR诊断（韩国117家公司） 选出美国法人合作企业CSR管理对象 2016目标 <ul style="list-style-type: none"> 实施韩国合作企业CSR风险诊断及监控 以海外合作企业为对象，扩大运营CSR管理

可持续发展推进现状

LG Hausys为了有效进行可持续发展，以风险管理、社会贡献活动、与利益相关方的沟通为中心推进各种活动。我们力求为利益相关方提供差异化的价值，不断沟通，将成为可持续发展的企业。

风险管理

LG Hausys通过每年实施CSR自我诊断来发现与可持续发展相关的风险并进行改善。我们对支配结构、伦理经营、共同成长、公平交易、顾客价值、社会贡献、工作条件/人权、安全保健、环境经营等事业进行诊断，并共享诊断结果。对于通过诊断预测和发现的风险，与有关部门进行共享，并进行改善活动和监控。2015年，我们不仅对公司在韩国、中国、美国的营业场所进行了诊断，还掌握了韩国国内117家合作企业的CSR现状。从2016年起，还会将范围扩大至美国、中国等海外合作企业，进行CSR风险管理。



社会贡献活动

LG Hausys积极利用本公司拥有的产品，开展独岛天然保护区守护者、创造幸福空间、绿色改造事业等与行业特性相符的社会贡献活动。不仅如此，还进行国家独立运动相关设施及国家有功者居住环境改造维修支援事业等守护历史活动。LG Hausys立足于社会要求和对企业经营活动产生的影响，积极履行企业的社会责任，为改善与地区社会的关系而努力。

与利益相关方沟通

LG Hausys将主要利益相关方划分为顾客、股东及投资者、业务合作伙伴、员工和地区社会，通过与各利益相关方渠道进行双向沟通，努力实现可持续发展。通过在可持续发展报告、营业报告和环境信息公开等披露这些可持续发展的活动和成果。此外，通过线上线下媒体，

与顾客进行活跃沟通，通过内部沟通渠道，巩固与员工的网络。2015年，为了对公司可持续发展全局进行讨论，进行了由各领域专家构成的利益相关方恳谈会。今后，LG Hausys将向利益相关方进行CSR宣传与培训，通过更加透明的信息公开，进一步拉近与利益相关方的关系。

可持续发展成果及未来计划

为了对可持续发展成果进行系统化管理，设定明确的方向，LG Hausys制定了可持续发展推进路线图。据此，在2014年的董事会汇报事项里增加了“关于企业社会责任(CSR)活动的重要议案”，为可持续发展相关主题成为董事会讨论议题提供了依据，提高了经营管理层对企业社会责任的认识。从2015年开始，还对在本公司和合作企业中可能发生的CSR风险因素进行了确认。今后，不仅对韩国的公司进行CSR风险确认，还计划将确认范围扩大至海外合作企业，并开展监控和预防活动。

可持续发展相关外部获奖情况

- 2012年
 - CDP碳信息披露奖
- 2013年
 - 韩国企业支配结构院ESG评价A等级 (环境、社会部门行业第一)
- 2014年
 - 韩国企业支配结构院ESG评价A等级 (环境、社会部门行业第一)
 - 获选韩民族日报经济研究所韩中日社会责任经营优秀企业<东亚30>
 - 获选韩国标准协会可持续发展指数(KSI)建材行业第一
- 2015年
 - 最先纳入DJSI Korea指数
 - MEMBER OF **Dow Jones Sustainability Indices** In Collaboration with RobecoSAM
 - 获选可持续发展金融中心、韩国经济“可持续发展超级企业25”综合第一
 - 获选韩国标准协会可持续发展指数(KSI)建材行业第一

支配结构

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。

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

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。

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，以获得决策的合理透明。

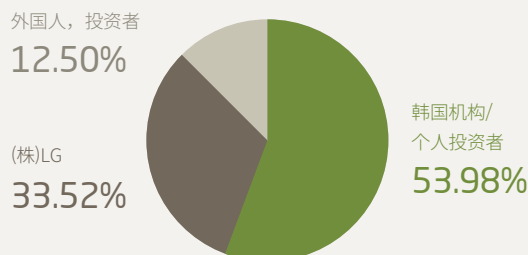
→ 董事会构成现状

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。

→ 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没有特别的利益关系，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。

股东构成(以2015年12月31日为准)



董事会构成(以2016年4月22日为准)

区分	姓名	负责业务及主要履历	备注
内部董事	吴长洙	代表理事	-
	李东彦	CFO	-
其他	河炫会	LG控股公司执行总裁	董事会主席
非常务董事	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 (主席)
	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技术经营研究生院教授	监察委员会委员

→ 董事会活动内容

LG Hausys董事会在2015年共召开了8次会议，董事会成员出席率为平均96.4%。董事会上审议了事业计划批准等共32项议题，其中批准24项，报告8项。

届次	召开日期	主要议题内容	董事会成员出席率 (%)
1	2015.01.30	关于第6期财务报表的批准及其他7项	85.7
2	2015.02.25	关于召集第6期定期股东大会的批准及其他2项	85.7
3	2015.03.13	关于2015年董事报酬执行的批准及其他4项	100.0
4	2015.04.23	关于2015年第一季度经营成果报告及其他3项	100.0
5	2015.07.23	关于2015年第二季度经营成果报告及其他3项	100.0
6	2015.10.05	关于中国投资(方案)的批准	100.0
7	2015.10.20	关于2015年第三季度经营成果报告及其他2项	100.0
8	2015.11.26	关于执行高管人事(方案)的批准及其他3项	100.0

→ 董事会成果评价

LG Hausys对董事会活动进行年度评价，同时考虑物价上涨率及外部董事报酬的对外竞争力等因素，每年制定报酬支付标准。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，且全员均应在商法上无不良记录。

→ 监察委员会的运营及活动

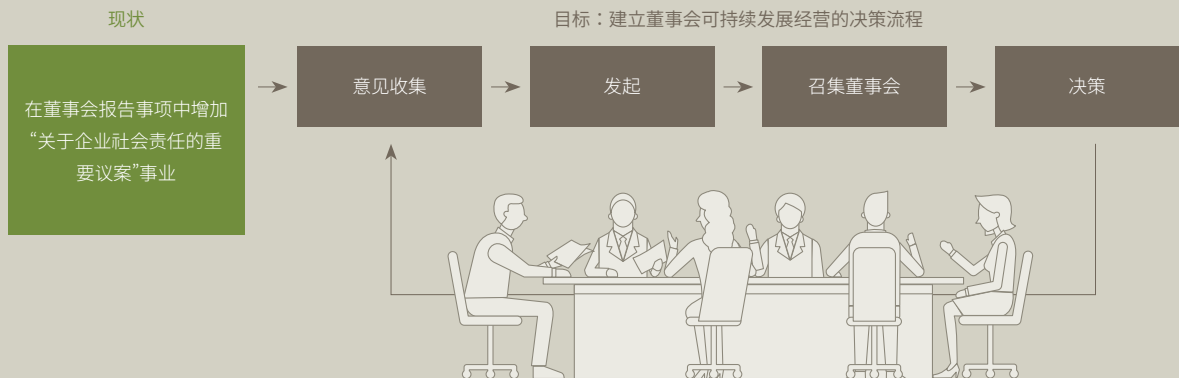
监察委员会负责监察LG Hausys热会计和业务，可要求董事会成员汇报营业情况或查询公司的业务及财产状态。为此，可通过书面形式向董事会提交关于某项特殊议案召集会议的目的和理由，要求召开临时股东大会。此外，必要时还可要求子公司提供业务报告，并查询子公司的业务及财产状态。

届次	召开日期	主要议案内容
1	2015.01.30	2014年内部会计管理制度运营现状报告及其他3项
2	2015.02.25	第6期财务报表及营业报告审计报告(方案)的批准及其他3项
3	2015.04.23	2015年正道经营业务计划及其他1项
4	2015.07.23	2015年半年会计核业务执行明细和进行经过及其他1项

SPECIAL ISSUE

修改有关企业社会责任的董事会规定

LG Hausys为了能向董事会汇报CSR活动的依据，2014年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”。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。



正道经营

LG Hausys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,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“为顾客创造价值”和“尊重人的经营”这一经营理念,最终达成一等LG。LG的正道经营是指以伦理经营为基础,不断拓展自己的实力,进行正当竞争的。

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。

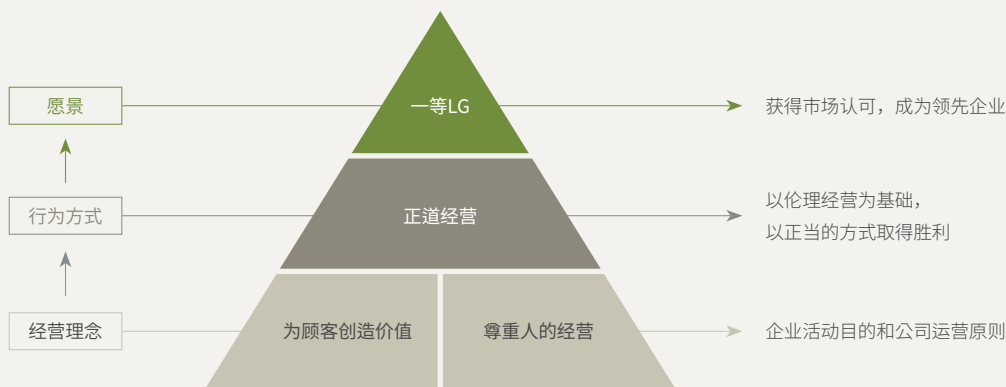
伦理规范的构成及主要内容

- 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 国家与社会的责任

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,将正道经营融入日常化的组织文化。



LG Way和正道经营



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

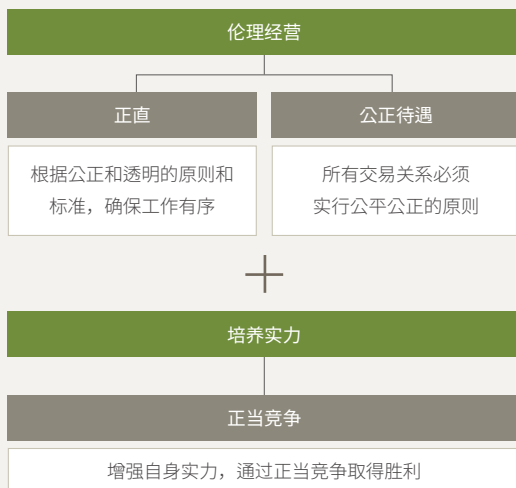
LG Hausys与全体员工和供应商每年在网上签署“正道经营实践承诺”，以表达遵守LG伦理规范及实践正道经营的决心。

→ 行贿受贿举报制度

LG Hausys的全体员工无论出于什么理由都严禁收受利害关系人提供的钱财及谢礼。如果在不得已的情况下接受了利害关系人的钱财或礼物，必须根据伦理规范郑重地拒绝后退回，如果无法退回，则将该物品向伦理事务局进行申报，申报的物品将捐赠给社会福利团体或进行公司内部拍卖，拍卖所得用于社会贡献活动。

→ 登闻鼓制度

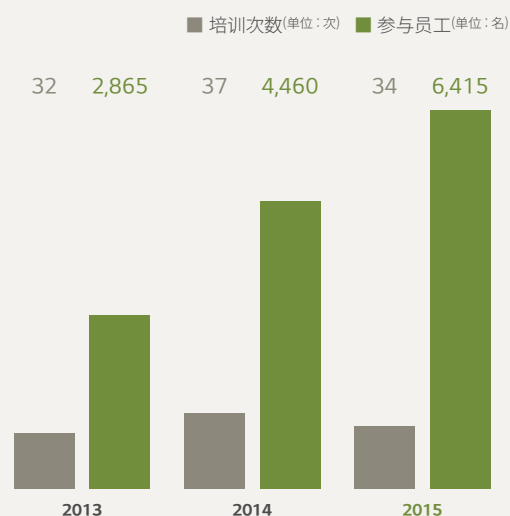
登闻鼓制度是指对违反正道经营的行为进行举报的制度，举报对象为员工利用优越地位进行不公正的业务处理及收受钱财以及违背LG伦理规范的一切业务行为。无法进行网上举报的人员可利用电话、传真、邮件以及上门等方式进行举报。举报人信息将得到严密保护，如果举报人因为举报而遭受任何的损失，将采取恢复原状或相应的补偿措施。



→ 正道经营培训和宣传活动

LG Hausys每年都对员工进行与业务和职务相关的正道经营培训。不仅如此，还向合作企业与代理店传播伦理经营内容，争取每三年至少得到一次以上正道经营相关的培训。2015年我们对正道经营e-Learning课程中收集的员工回答数据进行了分析，结果显示，员工已意识到正道经营是为提高LG竞争力做出贡献的基础，并对将其作为实现工作透明和巩固健康组织文化的一等LG行为方式指南表现出积极实践的意志。今后，我们将继续扩大正道经营培训和宣传活动，使正道经营成为所有员工和合作企业自发参与的行动原则。

培训次数与参与员工人数





绿色经营

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。



History



成果及目标

<h3>环保营业场所</h3> <p>原则、战略</p> <ul style="list-style-type: none"> 制造产品时，将环境污染物质及产生的环境影响降至最低 <p>2015主要活动</p> <ul style="list-style-type: none"> 替换高效大气防止设施(共投资52亿韩元) 再次指定为绿色企业 预先应对化学物质管理法 <p>2016目标</p> <ul style="list-style-type: none"> 通过各职位等级角色及重新制定内部规定充实ESH系统 通过加强监控系统预防事故发生 发掘并改善潜在危险 	<h3>应对气候变化</h3> <p>原则、战略</p> <ul style="list-style-type: none"> 通过创新工艺、优化运营，节约能源 通过引进再生能源及外部热源，减少能源费用及温室气体排放量 <p>2015主要活动</p> <ul style="list-style-type: none"> 改善及有效运营高能耗设施 引进外部剩余蒸汽 使用蓄电装置运营 <p>2016目标</p> <ul style="list-style-type: none"> 优化运营高能耗设施，使用外部热源 将能源原单位构成比减少10%
---	--

环保营业场所

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

通过积极引进新技术与新防止设施，提高大气污染物处理效率，蔚山工厂构建了12台RTO(Regenerative Thermal Oxidizer)和29台电气集尘器等可以24小时确认防止设施启动状况的大气防止设施监控系统，事先预防防止设施的非正常运转。

水质环境管理

在营业场所内的主要地点安装隔油池，以预防意外事件造成的水质污染事故，还有在液体物质泄漏时可以感知并发出警报的预先警报系统。为了正确处理产品生产过程中的废水，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

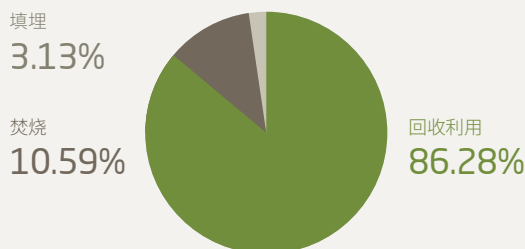
有害化学物质管理

蔚山、清州工厂目前正使用铅化合物、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、保管设施上安装泄洪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灾、爆炸、泄漏事故。通过在各地选出有害化学物质管理者，进行彻底的设施检查。

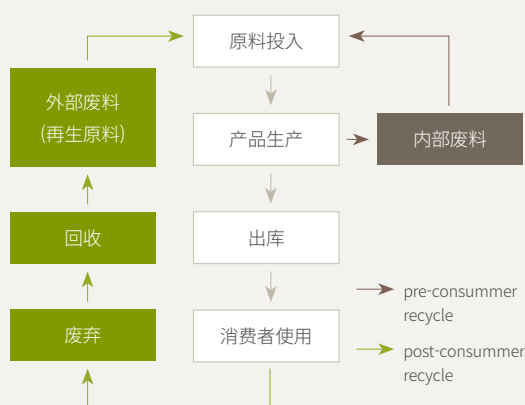
废弃物管理

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置事业，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，不断开发并因公原料处方。2015年在主要营业场所产生的废弃物回收处理率为86.28%。

废弃物管理比率



回收利用流程



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。

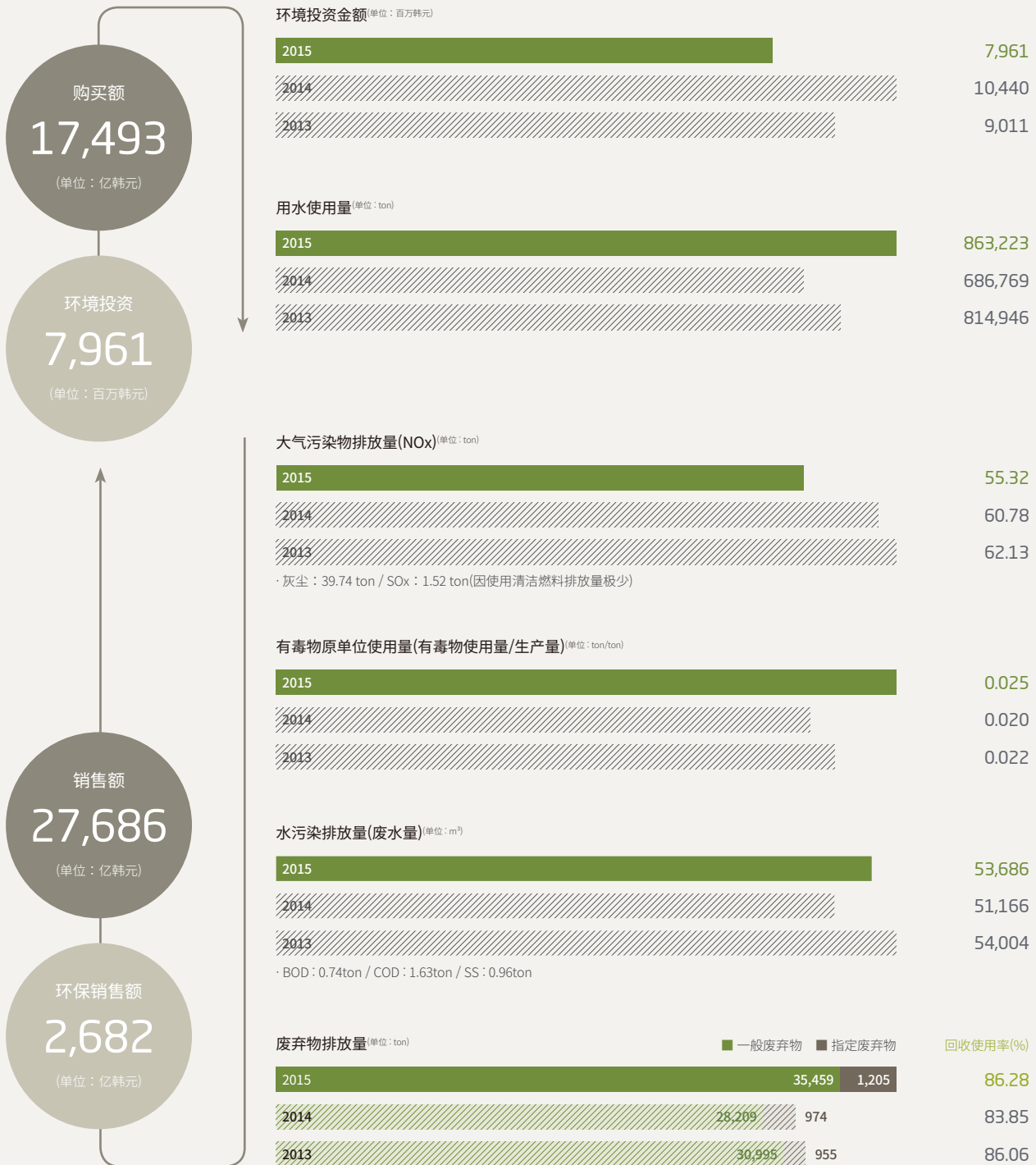
为最大限度减少对生态系统产生影响而开展的活动

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)进行分析和评价，必要时还将测定资料提供给相应机关。

种植环境净化树

为了创造绿色营业场所, 每年种植800棵以上环境净化树。LG Hausys蔚山工厂的绿地面积约占整体面积的25%(148,369m²)左右。

Material Flow



应对气候变化

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·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。2015年实施了投资7,310百万韩元，共节省4,348百万韩元，减排15,903 tCO₂eq的减排事业。

主要节能和温室气体减排活动

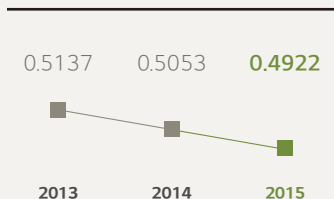
→ 节能TFT

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。

2015年温室气体目标及业绩(单位: tCO₂eq)



温室气体原单位排放量(单位: tCO₂eq/ton)



区分	2013	2014	2015	
投资费用(百万韩元)	2,734	3,641	7,310	
每年节能效果	节能量(TJ)	183	364	235
	温室气体减排量(tCO ₂ eq)	9,321	18,334	15,903
	节省金额(百万韩元)	2,568	6,458	4,348

区分	2013	2014	2015	
能源使用量(TJ)	直接能源	923	1,004	1,008
	间接能源	1,634	1,725	1,622
	能源使用总量	2,557	2,729	2,630
温室气体排放量	Scope1(tCO ₂ eq)	47,513	51,229	51,403
	Scope2(tCO ₂ eq)	75,845	80,934	77,134
	总排放量(tCO ₂ eq)	123,358	132,164	128,537
	单位温室气体排放量(tCO ₂ eq/ton)	0.5137	0.5053	0.4922

· 能源使用量排放范围：蔚山、清州、玉山工厂
· 包含油类、LNG等直接能源和电力、蒸汽等间接能源

清州/玉山节能口号

能源也是储蓄。

<p>取暖器启动前</p> <p>确认蒸汽疏水阀潮气</p> <p>在3mm的孔受潮时约浪费100万韩元</p>	<p>室温是多少度?</p> <p style="font-size: 2em; color: green;">20°C</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>一发现立即采取措施</p>
---	--	---	--

蔚山节能口号

关闭	拔出	锁住	遵守	集中	达成能源构成比2.7%
----	----	----	----	----	-------------

5大节能习惯

- ① 关闭：空转设备、照明、电脑
- ② 拔出：插头-关闭备用电源
- ③ 锁住：阻断泄漏、受潮、层增损失
- ④ 遵守：设备上下热标准、冷暖气标准温度(冬季19°C, 夏季17°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)

→ 改善高能耗设备

LG Hausys蔚山工厂的大气防止设施虽然效率高，但运营着根据排放设施工艺特性使用大量LNG燃料的蓄热式焚烧设施(RTO, Regenerative Thermal Oxidizer)。2015年通过引进浓缩设备、运营效率化(运营15台 → 运营12台)以及引进废热回收-低压蒸汽生产系统，每年可节省16.7亿韩元的运营费用，并创下减排4,062吨CO₂的成果。

高能耗大气防止设施：RTO

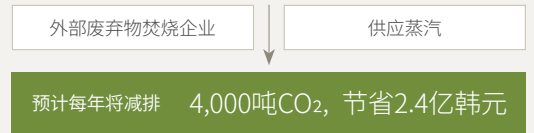
引进浓缩设施	运营效率化	废热回收-生产蒸汽
--------	-------	-----------

↓

每年减排 4,062吨CO₂, 节省16.7亿韩元

→ 引进外部剩余蒸汽

LG Hausys玉山工厂在2015年10月推进了引进用外部废弃物焚烧废热生产的蒸汽的事业。计划在引进完成后，将现有蒸汽锅炉用作应对紧急状况的备用设施而运营，预计同使用现有锅炉相比，有望每年节省2.4亿韩元费用，以及每年减排4,000吨CO₂。

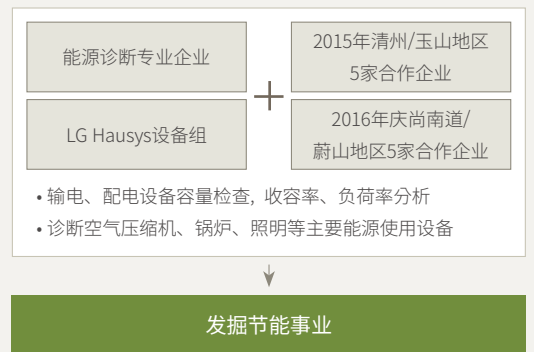


→ 构建玉山工厂储能系统

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，每年可节省0.7亿韩元的费用。

→ 通过建立绿色合作伙伴关系，谋求共同成长

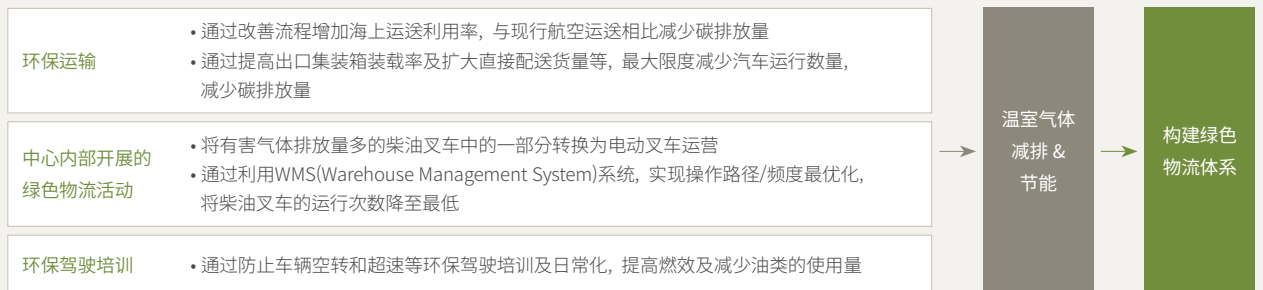
2015年，LG Hausys通过推进“大中小共赢能源同行活动”，对玉山附近地区的5家合作企业进行了能源诊断，并对发掘节能事业提供了支援。根据诊断结果，发掘了可节省4.7亿韩元能源费用、减排1,463吨CO₂的事业。



→ 绿色物流

LG Hausys通过仓库运营及运输过程的效率化来实现温室气体减排。

绿色物流活动成果





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

通过公正的评价，实现成果主义		体现最佳福利制度	
原则、战略 <ul style="list-style-type: none"> 依据个人成果及能力给出公正的评价 通过持续反馈，提高评价接受性及提高个人能力 2015主要活动 <ul style="list-style-type: none"> 每季度检查及反馈 实施加强评价者评价能力的培训(必须) 召开评价审议委员会 2016目标 <ul style="list-style-type: none"> 加强每季度检查及反馈 实施加强评价者评价能力的培训(必须) 提高评价审议委员会的审议功能 		原则、战略 <ul style="list-style-type: none"> 运营公平有效的制度 2015主要活动 <ul style="list-style-type: none"> EAP专业咨询173次 产业咨询86次 实施增进员工健康项目 2016目标 <ul style="list-style-type: none"> 持续洽谈活性化 引进/运营差别化的健康管理项目 	

人才面貌

LG Hausys人才是“兼备LG Way信念和实行动力的人”，我们获得及育成这一条件的全球人才而努力着。

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意性的人
- 坚持培养实力，以正当方式进行竞争的人

人事原则

创造价值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，将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，在薪酬方面也支付同等的基本薪资。

员工现状

LG Hausys的国内及海外成员，以2015年年末基准，共为4,461名，国内事务职与技能职的人员比率分别为66.3%和33.7%。2015年新招聘了200名员工，同时还持续聘用女性、残疾人、国家有功者等社会少数群体。

当地聘用比率现状(单位：%)

区分	2013	2014	2015
当地聘用比率 美国	96.5	96.5	96.3
中国	95.7	95.7	95.9

女性员工比率现状(单位：%)

区分	2013	2014	2015
比率	12.4	13.1	13.8

员工现状¹⁾(单位：名)

区分	2013	2014	2015
国内员工	2,979	3,135	3,242
按雇佣类型			
正式工	2,902	3,050	3,157
非正式工	77	85	85
社会少数群体			
女性	368	412	446
残疾人	52	55	51
国家有功者	82	89	90
按年龄			
20-29岁	432	552	573
30-39岁	899	877	896
40-49岁	980	1,009	1,035
50岁以上	668	697	738
按职级			
任员	17	19	22
职员	2,962	3,116	3,220
按职种			
事务职	1,918	2,043	2,151
技能职	1,061	1,092	1,091
按地区 ²⁾			
总部(首尔)	768	788	808
清州门窗/PSAA工厂	595	302	252
玉山工厂	13	332	377
蔚山/温山工厂	1,081	1,101	1,119
其他 ³⁾	522	612	686
新招聘	218	268	200
离职 ⁴⁾	62	68	41
R&D ⁵⁾	235	285	309

1) 基准：相应年度的12月末，包括子公司、海外派驻人员

2) 因营业场所及组织分类基准变更的2013、2014年度人员变更

3) 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

4) 离职：主动离职者

5) R&D：研究所、设计中心所有人员

员工薪酬体系

LG Hausys通过建立引领市场的组织文化和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。

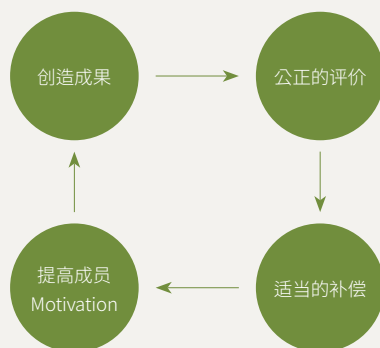
公正的评价制度及持续反馈

为了能够实现公正的评价，实施季度检查、加强评价审议委员会、评价者评价能力培训等。通过季度别目标进度检查，加强目标执行力度，通过对成果的周期性反馈和指导，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考虑的评价审议功能，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。非累计式是角色薪酬制、经营成果奖金及对卓越成果奖励制度On-Spot Incentive、销售Incentive制度和各组织单位的各种褒奖制度。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、创新共享等，加强了“High Performance, High Return”的绩效人事原则。

LG的成果主义



定期成果评价及履历开发审查对象

区分	2013	2014	2015
审查对象职员(名)	1,857	1,983	2,091
审查对象职员比率(%)	99.5	99.6	99.9

·对象：国内事务职员(任员、担当级别除外)
·全体员工中相对化评价者比率

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性，运营着多种制度。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	2013	2014	2015
使用育儿假的员工人数(名)	22	23	45
复职率(%)	89	89	92
复职后工作12个月以上的比率(%)	90	94	100

奖金制度

研发开发奖、Design Jump
On-Spot Incentive
创新共享
各事业部门奖金制度
营业Incentive
⋮

建立共同体劳经关系

LG Hausys通过构建和实践参与和合作的劳经合作伙伴关系，不断创造成果，确保了全球性企业竞争力，提高成员的生活质量，将实现为社会发展做贡献的共同体型劳经关系作为宗旨。为此，运营由企业经营、作业现场、集体谈判所构成的企业固有劳经关系三个层面模式，谋求成员之间有机的参与和合作。此外，对于重要的业务变动事项，在集体协议中明示与工会诚实协商，加强了劳经合作的基础。

员工人权保护

LG Hausys遵守韩国法律和ILO(International Labour Organization：国际劳工组织)公约所规定的结社自由条款，也支持联合国人权委员会的“关于企业与人权指导原则(UN Guiding Principles on Business and Human Rights)”，并遵守相关责任事项。尤其规定根据集体协议，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，并进行充分协商。截至2015年末，技能员工的工会加入率为99.2%。此外，积极遵守禁止强制劳动及雇佣童工的条款，限制孕期女性在正常工作时间之外的加班和夜班，并以全体员工为对象实施预防性骚扰培训。截至目前尚未有强制劳动及歧视相关的违反事例。

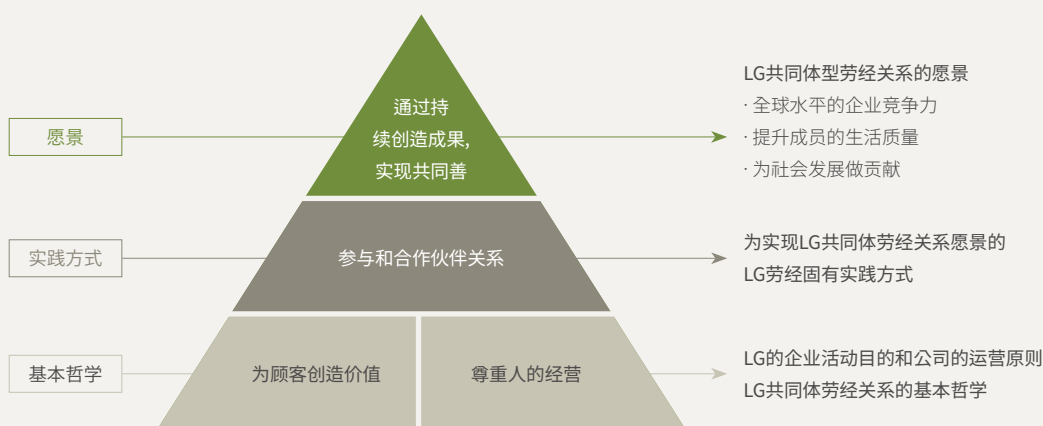
工会加入率(年末为准)

区分	2013	2014	2015
加入人员(名)	1,026	1,073	1,067
加入率(%)	98.4	99.8	99.2

劳经社区

不是纵向概念上的劳资关系，而是横向概念，即，追求员工与经营者站在平等的立场上，相互尊重各自角色的参与及合作型劳经关系。任员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。

劳资关系愿景



福利待遇

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。

员工咨询事业

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安全感,运营EAP专业咨询、产业咨询等各种咨询机制。

事业	主要活动	具体活动	实施次数
EAP 专业咨询	<ul style="list-style-type: none"> 提供克服工作压力及个人问题的咨询 	<ul style="list-style-type: none"> 个人层面(治愈-预防-成长) <ul style="list-style-type: none"> - 心理稳定 - 减压及提高耐性 组织层面(全心投入工作) <ul style="list-style-type: none"> - 提升成员之间的沟通能力 - 应对矛盾 	173次
产业咨询	<ul style="list-style-type: none"> 针对工作问题的专业交流 	<ul style="list-style-type: none"> 健康管理支援 情绪管理支援 苦衷及履历管理 家庭问题咨询 	86次

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。

异常反应者管理	<ul style="list-style-type: none"> 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	<ul style="list-style-type: none"> 实施公司内禁烟治疗及增强体力项目 培养部门别急救人员及安装自动体外心脏去颤器
体检	<ul style="list-style-type: none"> 作为一种福利待遇,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	<ul style="list-style-type: none"> 体检事业根据有害物质实施特殊体检(噪音/粉尘/有机溶剂/特定化学物质/重金属)
附加癌症检查	<ul style="list-style-type: none"> 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×100)

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)

*范围:国营业场所

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,每季度召开由劳资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。



质量经营

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。

质量管理体系

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。



各阶段质量管理



成果及目标

<p>从顾客观点加强新产品的质量竞争力</p>	<p>特殊环境(超高层、海岸边)/长期信赖性/加工施工质量 Test</p>
-------------------------	--

原则、战略

- 加强产品检验
 - 对产品进行严格的质量检验

2015主要活动

- 运营产品开发质量保证项目(Q-Gate)
 - Q1: 检查产品Spec, Q2: 认证试验, Q3: 运营质量评价委员会

2016目标

- 加强产品质量检验
 - 根据开发产品等级由内外部专家参与
 - 加强开发结束后对初期量产产品的管理
 - 开发产品质量信赖性：质量部门与研究所之间相互检验

原则、战略

- 对门窗/装饰材料/Hi-MACS等 加工和施工中所需的本公司产品，运营长期质量信赖性及实际环境加工/施工测试等，检验在顾客使用环境中的质量，并验证使用时是否存在问题

2015主要活动

- 特殊环境：事业部相关部门协议
- 由长期信赖性质量部门主持，进行产品的长信信赖性测试
- 加工施工测试：业务部主持运营加工施工测试

2016目标

- 由质量部门主持对特殊环境的现场环境进行分析，探讨国内外规格、顾客企业要求Spec

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。



1) DFSS : Design for Six Sigma

2) CTQ : Critical to Quality

3) C&C : Claim & Complaint

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，运营着确立质量经营体系的活动。

产品开发质量保证体系：Q-Gate

不仅对创意(开发概念)进行研究，从商品的策划阶段，到产品的生产和初期流通管理，持续对质量进行控制。

LG Hausys为了向顾客提供更加优质的产品而不懈努力。



顾客观点的质量及产品改善：顾客心声

为了将通过各种渠道收集的“顾客心声”更加有效地反映到经营活动中，我们构建并运营着全公司综合管理体系。此外，还向有关部门提供相关信息，为反映到制定战略、营销、新产品、流通及物流等政策中提供支援。



市场质量共享会

为了深刻认识市场质量的重要性并对其进行积极管理，LG Hausys运营着市场质量共享会。市场质量共享会是针对市场质量，收集和共享产品出货后各阶段的现场意见和建议，从而建立系统化市场质量应对方式的活动。



加强与顾客的交流

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。

- 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脸书
(www.facebook.
com/LGHausys.Zin)

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。2015年开放了Z:IN模拟试验装置。今后，LG Hausys将加强手机通道，构建可享受综合室内装修服务的在线环境。

增加线下接触点

为了使顾客能够亲身体验并购买产品，LG Hausys运营着包括论岬洞旗舰店Z:IN广场在内的18家线下展厅。并积极将这些展厅用于综合性的营销活动，为顾客提供从室内装饰材料咨询到提供设计建议，乃至联系施工企业的一体化解决方案。今后，LG Hausys还将扩大展厅范围，并积极为顾客提供营销服务。

创造活跃的社区

通过与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

LG Hausys通过依据“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，保护顾客个人信息的安全。尤其是对于业务上需要接触个人信息的员工，以及合作企业中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。

SPECIAL ISSUE

Z:ENNE

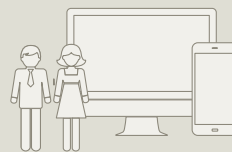
Z:ENNE作为主妇社区，是对LG Hausys产品及整个营销活动发挥产消者与宣传大使作用的韩国代表性室内装饰社区。Z:ENNE每年都会召集新生。在这一年的活动时间里，执行作为任务的活动，担任Z:IN品牌与顾客之间沟通桥梁的角色。



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。

- 参与品鉴会、FGD*、问卷调查
- 提交VOC年度报告
- FGD : Focus Group Discussion



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。

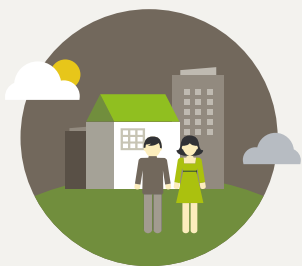
- 在SNS上宣传活动和新产品消息
- 在博客中上传展厅、产品和服务体验后记



生成顾客眼光的内容

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。

- 室内装修，生活主题
- 在Z:IN网站/Z:IN博客刊载 (Z:ENNE报告等)



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种多样的活动，为我们的社会带来幸福的变化。

社会贡献愿景体系

LG Hausys进行着兼顾自然与人创造价值的社会贡献活动。尤其是积极利用LG Hausys独有的优秀产品力量和员工专业性，为追求企业和社会的共赢做贡献。



地区社会投资费用 (单位: 百万韩元)



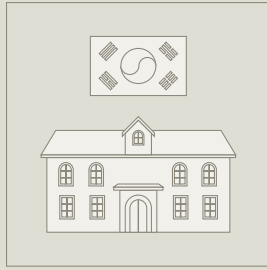
成果及目标

激活代表性项目	社会贡献活动多元化	地区社会分享活动
2015主要活动 • 整治Green独岛空间(2009~现在, 7年) • 独岛之爱青年守护者(2010~现在, 6年, 150人) • 空间分享活动(2011~现在, 5年, 30处) 2016目标 • 充实项目内容及加强活动 • 推进社会贡献活动评级及改善	2015主要活动 • 改善国家有功者居住环境 • 改造徐载弼纪念馆 2016目标 • 发掘/推进新项目 • 进行社会贡献活动影响评估	2015主要活动 • 创造幸福的空间(2009~现在, 7年, 15处) • LG Happy Day • 传递爱心煤炭 • 一社一村/一川/一山活动 2016目标 • 扩大员工参与才艺捐赠人数 • 持续推进地区社会贡献活动



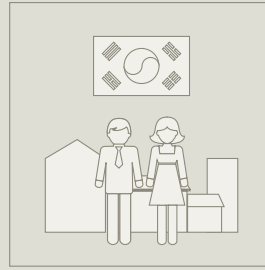
文化遗产环境保存活动

通过LG Hausys代表性的社会贡献活动“独岛天然保护区守护者”，开展保存韩国珍贵的自然和文化遗产，并对青少年进行相关教育。



独立运动遗址环境改善活动

与韩国国家报勋处签署复原重庆临时政府大楼协议，实施徐载弼纪念馆改造支援事业等，在继承和发扬独立运动精神方面起到带头作用。



国家有功者居住环境改善活动

以国家有功者及其子孙为对象，进行改善其生活环境的活动。



地区社会分享活动

公司运营着创造幸福空间、空间分享活动、一社一村/一川/一山结对活动、少男少女家长、饥饿儿童、独居老人等地区内对弱势群体提供援助的活动。此外，通过多种方式，实施员工及大学生志愿服务者的才艺捐赠活动。

文化遗产环境保存活动

LG Hausys一直持续运营青少年教育项目，以保护自然、历史、文化遗产，并使其价值能够延续至子孙后代。

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进行着改善独岛内主要设施的活动。



郁陵岛

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

2013-2015. 办公用电子产品支援

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

巡逻路

2009-2015. 安装及维修安全围栏(使用“Woo Zen”)

独岛警卫队

- 2009. 替换体育馆/PC室/食堂地板材料(瓷砖)
- 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
- 2015. 进行浴室/卫生间施工



独岛

独岛灯塔

- 2011. 空气调节设备支援
- 2013. 家电产品支援
- 2014. 家电产品及运动器械支援
- 2015. 家电产品支援



热爱独岛青年露营

独岛爱心青年营/独岛学校秋游

为了提高对独岛的理解，培养热爱独岛的未来一代，LG Hausys以小学生和大学生为对象，运营着独岛教育活动。

→ 独岛爱心青年营

为了让参加访问独岛、与独岛守护者交流、专家讲座、执行热爱独岛实践课题、自然探访追踪等露营的大学生能够直接和间接地体验独岛，运营着多种多样的项目。尤其是从2014年起，与韩国宣传专家徐敬德教授同行，使大学生们度过可以更加系统、有效宣传独岛的时间。

→ 独岛学校秋游

为纪念独岛日(10/25)，以小学生为对象，在位于独立纪念馆的独岛学校进行独岛教育活动。通过进行独岛动植物/历史介绍和制作独岛模型，以及独岛之爱运动会等活动，使小学生能够在自己的接纳程度之内愉快地了解独岛。



徐载弼纪念馆产品使用空间

独立运动遗址环境活动/ 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护国报勋活动，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的活动。



徐载弼纪念馆重新开放仪式

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，对徐载弼纪念馆的环境进行了改善。此外，以2016年完成复原作为目标，签署了重庆临时政府大楼复原协议。

国家有功者居住环境改善活动

以6.25参战勇士、独立运动家等国家有功者及其子孙为对象，开展改善生活环境的的活动。

2016年还计划对6.25海外参战国勇士进行支援，不断在国内外扩大活动范围。



国家有功者居住环境改善活动

地区社会分享活动

LG Hausys为了向地区弱勢邻居传递关注与爱心，进行着各种分享活动。通过创造幸福空间、分享幸福设计运动、一社一村/一川/一山结对活动及各营业场所的社会贡献活动，实施地区社会和环境所需的分享活动。



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事业。

各营业场所主要社会贡献活动

LG Hausys蔚山、清州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，员工们积极参与到社会贡献活动中。

蔚山工厂社会贡献活动

活动	内容
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检查及夜回江边环境净化
一社一山活动	与清洁蔚山推进团(蔚山市政府下属机构)一同净化大云山环境
LG Happy Day	用员工年底的捐款为温阳邑地区儿童中心、独具老人提供过冬泡菜支援
爱心互助	为3处老人福利设施(白杨银色家园等)提供电动床、低温储藏库、电视机、洗衣机、暖风机、电风扇支援

清州工厂社会贡献活动

活动	内容
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(孝妇村福利院)提供电动船和床罩支援

空间分享活动

LG Hausys不断与公共机构签署业务协议，进行社会福利设施的改善。2013~2014年，与首尔市下属首尔设计中心及具有设计才能的大学生、设计相关从业者及LG Hausys顾客群体Z:ENNE一同，进行了改善位于首尔的陈旧社会福利设施善的市民参与型社会贡献活动“分享幸福的设计”活动。从2015年起与京畿道施工企业签署了业务协议，进行了京畿道所在福利设施改善活动“空间分享活动”。2015年的空间分享活动中，共改善了14处设施(安娜之家、彩虹地区儿童中心、八谷常绿地区儿童中心、吗哪福利院等)的环境。



空间分享运动员工志愿服务活动

SPECIAL ISSUE

通过参与民官合作事业 (PPP*), 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技术设施。

* PPP : Private-Public Partnership

参与绿色改造事业

绿色改造事业是通过改善能效较低的陈旧建筑物的能源性能，是国土海洋部主办的旨在减少能源输送不平衡，减少能源费用负担的事业。LG Hausys通过使用高隔热门窗等高效产品，为扩大绿色改造事业做贡献。2014年共替换170件陈旧门窗，2015年共替换1,774件陈旧门窗，由此约完成了整体绿色改造施工的64%。2015年，为了促进与济州特别自治市、京畿道的绿色改造，签署了业务协议，积极供应环保建材，不断提高建筑物的能效。

通过卖场型门窗专卖店Z:IN Window Plus，电视购物等，以多种B2C市场为基础进行着事业，还希望通过提供高隔热门窗、低辐射玻璃等，引领门窗市场节能的趋势。

参与首尔市住宅能源效率化事业(BRP*)

住宅能源效率化事业，是通过对陈旧的门窗、隔热材料、锅炉等提供替换支援，减少建筑物能源浪费的事业。LG Hausys与首尔市签署了关于住宅能源效率化事业的业务协议，通过首尔市的融资支援，为替换门窗的顾客提供最高20%折扣的产品。

* BRP : Building Retrofit Project



数据摘要

经济数据

损益表(单位：百万韩元)

区分	2013	2014	2015
销售额	2,676,952	2,792,135	2,768,561
销售成本	2,062,076	2,120,755	2,009,673
销售总利润	614,876	671,380	758,889
销售管理费	500,288	522,837	608,829
营业利润	114,588	148,543	150,060
非营业损益	△ 22,371	△ 34,705	△ 43,999
法人税费用扣除前营业利润	92,217	113,838	106,061
法人税费用	19,500	45,924	26,588
中断营业损益	△ 419	△ 4,325	△ 8,311
当期净利润	72,298	63,590	71,162

资产负债表(单位：百万韩元)

区分	2013	2014	2015
流动资产	945,827	931,683	1,006,985
应收账款	458,083	482,143	486,825
库存资产	234,007	249,218	266,776
非流动资产	957,007	1,092,766	1,223,571
有形资产	869,800	992,493	1,110,499
预计出售资产	49,254	32,616	21,195
资产总计	1,952,089	2,057,065	2,251,751
流动负债	820,309	718,248	712,261
非流动负债	348,840	508,756	661,901
负债总计	1,169,150	1,227,004	1,374,163
资本金	50,000	50,000	50,000
资本公积	618,208	618,208	618,208
其他资本事业	△ 8,188	△ 8,188	△ 8,189
其他综合损益累计额	△ 18,713	△ 16,609	△ 12,060
盈余公积	137,051	182,964	226,559
非控制性股权	4,582	3,686	3,070
资本总计	782,939	830,061	877,588
负债及资本总计	1,952,089	2,057,065	2,251,751

* △为(-)数值

收益性指标(单位：%)

主要财务报表	2013	2014	2015
销售额营业利润率	4.3	5.3	5.4
销售额净利润率	2.7	2.3	2.6
总资产收益率(ROA)	3.7	3.1	3.2
净资产收益率(ROE)	9.2	7.7	8.1

活动性指标(单位：%)

主要财务报表	2013	2014	2015
总资产周转率	1.3	1.4	1.2
销售债权周转率	5.4	5.8	5.7
库存资产周转率	10.5	11.2	10.5
有形资产周转率	2.8	2.8	2.5

增长性指标(单位：%)

主要财务报表	2013	2014	2015
销售额增长率	9.2	4.3	△0.8
有形资产增长率	12.3	14.1	11.9
当期净利润增长率	153.5	△12.0	11.9
总资产增长率	9.8	5.4	9.5

稳定性指标(单位：%)

主要财务报表	2013	2014	2015
流动比率	115.3	129.7	141.4
负债比率	149.3	147.8	156.6
固定长期适合率	84.6	81.6	79.5
自由资产率	40.1	40.4	39

• 稳定性：LG Hausys通过以信用等级管理提高对外信任度及稳定的财务活动，力求获得企业经营的稳定性。以2015年年底为准，在韩国信用评估机构保持着公司债AA、企业票据A1的等级。这意味着企业的本息支付能力非常优秀，以及企业票据的按时偿还能力和债务偿还能力优异。此外，企业的信用等级是反映建筑、汽车/IT等前方产业经济影响、高进军附加价值相关业务、拓展海外市场等业务现状与潜在增长性及财务状态稳定性等的结果。

风险管理战略

风险管理体系：风险管理由公司金融部门负责。金融部门对整体风险管理的文件政策、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进行探讨和批准。

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

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，获得纳税健康、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

180 亿韩元

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，2015年将每股普通股的现金分红定为1,800韩元，每股盈利7,116韩元。

购买产品及服务

17,493 亿韩元

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。2015年共有1,415家合作企业，购买了共17,493亿韩元的产品和服务。其中有40%为从地区社会直接购买。

工资、福利待遇、退休金

3,887 亿韩元

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

414 亿韩元

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

15 亿韩元

地区社会 • 通过组建地区基础设施建设支援基金、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。

		2013	2014	2015
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)	7,230	6,359	7,116
	股利总额(亿韩元)	180	180	180
员工	工资*(亿韩元)	2,574	2,725	2,936
	福利待遇(亿韩元)	536	645	725
	退休金(亿韩元)	183	268	226
政府	法人税及其他税金和公共费用(亿韩元)	306	593	414
合作企业	购买产品及服务(亿韩元)	18,343	18,826	17,493
地区社会	地区社会投资费用(百万韩元)	504	999	1,551

* 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
ISO14001	1996.12	1997.09	1997.09	2011.10
KOSHA18001	2000.11	2009.12	-	-
OHSAS 18001	2013.11	1999.12	1999.12	-
绿色企业	1995.12	1995.12	-	-

* 玉山工厂与清州工厂为综合认证形态，因此证书上的最早指定日期相同。

主要原料使用量(单位：ton)

区分	2013	2014	2015
PVC	129,762	138,241	130,818
煤炭	77,005	82,299	89,083
塑化剂	29,336	33,701	31,286
MMA	16,131	17,192	15,904
Total	252,234	271,433	267,091

* 再生原料使用量：24,007 tons

主要能源使用量(单位：TJ)

区分		2013	2014	2015
主要能源 使用量	LNG	890.4	990.9	995.2
	柴油	10.2	12.9	12.4
	汽油	1.8	0.5	0.4
	电	1,445.1	1570.9	1,558.9
	蒸汽	189.3	154.0	62.7

各营业场所的环境数据

单位		蔚山			清州			玉山
		2013	2014	2015	2013	2014	2015	2015
能源使用量	直接能源(TJ)	877	928	860	46	77	17	131
	间接能源(TJ)	921	1015	989	713	710	259	374
	能源使用总量(TJ)	1,798	1,943	1,849	759	787	276	505
用水量	(ton)	721,708	593,324	708,963	93,238	93,445	54,493	99,767
温室气体排放量	Scope1(tCO ₂ eq)	45,181	47,305	43,874	2,332	3,923	893	6,636
	Scope2(tCO ₂ eq)	44,738	49,309	48,034	31,107	31,625	11,505	17,596
	总排放量(tCO ₂ eq)	89,919	96,614	91,907	33,439	35,549	12,397	24,232
大气污染 排放量	NOx(ton)	62.1	60.4	55.1	-	0.4	0.2	0
污水排放量	污水量(m ³)	52,897	47,560	44,414	1,107	3,606	584	8,688
	BOD(ton)	0.14	0.10	0.31	0.01	0.07	0.05	0.38
	COD(ton)	1.51	1.22	1.13	0.01	0.10	0.01	0.49
	SS(ton)	0.28	0.36	0.65	0.02	0.08	0.02	0.29
废弃物排放量	一般废弃物(ton)	18,631	14,019	14,897	12,364	14,190	3,168	17,393
	指定废弃物(ton)	560	559	559	395	415	402	244
	回收使用量(ton)	16,075	11,364	12,117	11,421	13,106	2,335	17,181
	回收使用率(%)	83.9	77.9	78.4	89.5	89.7	65.4	97.4

* 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。

对“LG Hausys可持续发展报告2016” 的第三方审验意见

尊敬的LG Hausys利益相关方

韩国生产性本部(以下简称“审验人”)应LG Hausys的要求,对“2016年度LG Hausys可持续发展报告(以下简称“报告”)”进行第三方审验,并提出如下审验意见。

责任与独立性

关于本报告记述的信息和意见由LG Hausys负全部责任。本审验人对报告的审验意见负责,作为独立的审验机构,我们没有参与本报告编写的任何环节,不存在妨碍独立性的任何利害关系。

审验标准

本审验以AA1000AS(2008)¹⁾审验标准为准,对于Type 1及特定成果,通过与Type 2审验类型和中级审验水平(Moderate Level)相匹配而进行,并根据AA1000APS(2008)²⁾审验原则核查了该报告是否合乎包容性、实质性、回应性原则。此外,我们还确认了该报告内容是否遵守了GRI G4 Guideline标准。

限制事项

本审验根据上述审验标准,对2015年度的成果进行了审验,并对报告上记录的成果的可靠性进行了如下核实。关于财务数据,通过对经审计机关审计的财务报表及公开材料进行了核查,关于环境及社会成果数据,以确认汇总数据的方式进行了审验。此外,现场审验是对首尔总部进行了限制性的核查,今后如果执行额外的审验步骤,可能会出现不同的结果。

审验方法

本审验通过以下方式对本报告进行了审验。

- 确认该报告是否满足了GRI G4 Guideline的Core Option要求事项。
- 以GRI G4 Guideline为准,确认了该报告是否遵守了关于报告内容与质量的原则。
- 通过媒体调研及标杆分析,检查了该报告中主要问题的选择及记述内容的恰当性。
- 针对该报告中技术内容的适当性和表达错误,通过与其他来源的比较分析等方法进行了检查。
- 通过对首尔总部的现场审验,核实了主要数据及信息的根据,并通过与负责人面谈,确认了内部流程及系统。

审验结果

经审验人确认,本报告诚实公正地反映了LG Hausys的可持续发展经营活动及成果,而且通过审验,确认LG Hausys的报告充分满足了GRI G4 Guideline的Core Option要求事项。

一般标准披露(General Standard Disclosures)确认了遵照Core Option要求事项进行编写,特定标准披露(Specific Standard Disclosures)则检查了通过如下报告事业决定流程得出的重大性问题(Material Issues)的DMA(Disclosure on Management Approach)及指标(Indicators)。

Material Issues	DMA & Indicators
持续开发环保新产品	DMA-产品及服务, G4-EN 27
通过持续开发新技术获得增长动力	DMA-产品及服务, G4-EN 27 DMA-顾客安全保健, G4-PR 1, PR 2
环境污染物质管理	DMA-废水及废弃物, G4-EN 27
减少全部过程中产品对环境的影响	DMA-能源, G4-EN 3, EN 5, EN 6, EN 7 DMA-用水, G4-EN 8, EN 9 DMA-排放, G4-EN 15, EN 16, EN 18, EN 19, EN 20, EN 21
改善适合工作的组织文化	DMA-训练及培训, G4-LA 9
支援合作企业及推进共同成长	DMA-阻碍竞争行为, G4-SO 7
扩展全球市场	N/A
增进营业场所保健安全	DMA-产业安全保健, G4-LA 5, LA 6, LA 7, LA 8

1) AA1000AS(2008) : AA1000 Assurance Standard(2008), Accountability公司制定的全球审验标准,对经营成果进行组织管理,是从原Accountability公司获得正式认证的审验机关,具有进行单独审验的资格。此外,提供针对是否遵守原则、绩效信息的可靠性进行评估,进而报告可持续发展问题的方法。

2) AA1000APS(2008) : AA1000 Account Ability Principles Standard(2008), Accountability公司制定的全球审验原则,提供作为AA1000标准基础的原则。

· 包容性(Inclusivity)：利益相关方的参与

经确认，LG Hausys为了遵守包容性原则，将主要利益相关方界定为股东、投资者、顾客、员工、合作企业、地区社会等5个集群，明确区分各集群的沟通渠道和期待事项，通过积极沟通来听取利益相关方的意见。

· 实质性(Materiality)：实质问题的选择及报告

经确认，LG Hausys以过去报告中的问题为基础，调查了GRI G4 Guideline、ISO26000等可持续发展国际标准、媒体分析、国内外建筑材料产业的问题等，将可持续发展问题整理为19个。此外，通过实质性评估，按照外部利益相关方重要度和内部利益相关方重要度，整理出8个核心问题，均体现在报告的各项中。

· 回应性(Responsiveness)：组织对问题的回应

经确认，LG Hausys掌握了对利益相关方的绩效产生影响的主要期望事项，并实施了应对活动，这些内容在报告里做了适当的记述。LG Hausys通过报告，对可持续发展的主要问题诚实地披露了应对活动及成果。

尤其是，KPC针对用水、废水、废弃物和产业灾害信息进行了Type 2审验。为此，与负责人进行了面谈，检查了数据及信息的收集流程，并确认了根据文件与记录。

建议事项

本审验人高度评价LG Hausys为提高可持续性而做出的各种努力和成果，为了今后报告的发布以及提高可持续发展水平，提出如下建议。

- 为了直接听取利益相关方的意见，确认他们的期望事项，有必要进一步加强相关活动，为此，应开发可供利益相关方定期参与的项目并制定流程。
- 为了系统地推进可持续发展，应以可持续发展中长期战略为基础，制定推进课题与核心成果指标(KPI)，并持续对此进行管理，通过可持续经营报告，与利益相关方交流关于实现战略的内容。



2016年04月

韩国生产性本部会长 洪顺植

韩国生产性本部可持续发展中心旗下有一个机构由利益相关方参与且负责制定审验全球国际标准AA1000，而此审验委员团由在可持续发展咨询及审验领域拥有丰富经验并接受过专业训练的专家组成。

GRI G4.0 / ISO 26000 INDEX

LG Hausys可持续发展报告2015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

● 全部报告 ● 部分报告 ○ 未报告

层面	指标	指标内容	页数	参考事项	外部审验
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	4		●
组织简介	G4-3	组织名称	6		●
	G4-4	代表品牌、产品及服务	6		●
	G4-5	总部位置	7		●
	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	7		●
	G4-7	所属结构特性及法律形态	46		●
	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	6-7, 22-23		●
	G4-9	组织规模(从业人员、销售净额、总资本、产品与服务等)	7		●
	G4-10	总人数	56		●
	G4-11	适用集体协议的工作人员比率	58		●
	G4-12	组织供应链说明	72		●
	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, 72		●
	G4-14	对事先预防原则、采用解决办法及采纳方式的说明	31, 40, 45, 53, 71		●
	掌握的重要层面和边界	G4-15	加入或支持经济/环境/社会宪章、原则等的外部机构	58, 80	
G4-16		协会及各国/国际政策机构会员取得现状	80		●
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 3		●
G4-18		定义报告内容与层面边界的流程	10-11		●
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	11		●
G4-20		报告每个重大层面的组织内部侧边界	10		●
G4-21		报告每个重大层面的组织外部侧边界	10		●
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		●
利益相关方参与		G4-24	参与组织的利益相关方集群清单	10	
	G4-25	识别和选择参与利益相关方的标准	10		●
	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	10, 11		●
	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	9, 10, 11		●
报告简介	G4-28	报告对象期间	2		●
	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, 76-79		●
	G4-33	对报告第三方审验的政策与当前惯例	2, 74-75		●
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	45, 47		●
	G4-38	最高管理机构及其委员会的构成	47		●
	G4-39	对最高管理机构主席是否兼任高管职位进行报告	46		●
	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	47		●
	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	47, 业务报告 188		●
	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	47		●
	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	47		●
	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	46		●
	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	47, 业务报告 188		●
	伦理及清廉性	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	48	
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	49		●
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	49		●

GRI G4 Specific Standard Disclosures

● 全部报告 ● 部分报告 ○ 未报告

层面	指标	指标内容	页数	参考事项	外部审验
环境					
能源	G4-DMA	经营管理方式	53		
	EN3	组织内部能源消耗	53, 73		●
	EN5	能源密集度	53		●
	EN6	减少能源消耗	53		●
	EN7	减少产品和服务中能源需求量	28-29		●
用水	G4-DMA	经营管理方式	50		
	EN8	各水源总取水量	51, 73		●
	EN9	因取水而产生重大影响的水源	-	全部使用工业用水	●
排放	G4-DMA	经营管理方式	53		
	EN15	直接温室气体排放量(Scope 1)	53, 73		●
	EN16	能源间接温室气体排放量(Scope 2)	53, 73		●
	EN18	温室气体排放密集度	53		●
	EN19	温室气体减排	53		●
	EN20	臭氧层破坏物质(ODS)排放量	51		●
	EN21	NOx, SOx及其他重要大气排放物	52, 73		●
废水及废弃物	G4-DMA	经营管理方式	50		
	EN22	按水质及排放目的地分类的排水总量	52, 73		●
	EN23	按类别及处理方式分类的废弃物总重量	52, 73		●
	EN24	严重有害物质泄漏事件发生次数及总量	-	无泄漏事例	●
	EN26	因组织排水和地表外泄受到重大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	51, 52		●
产品及服务	G4-DMA	经营管理方式	25		●
	EN27	产品及服务对环境造成影响的缓解程度	28, 29		
	EN28	已销售产品及该包装材料的再生比率		51	
劳动					
产业安全保健	G4-DMA	经营管理方式	31		
	LA5	为对产业安全保健项目的监督及咨询提供支援的；劳资共同保健安全委员会所代表的劳动者比率	59		●
	LA6	受伤类型、受伤发生率、业务中疾病发生率、休假天数比率、缺勤率、业务相关死亡人数	32, 59		●
	LA7	业务中疾病发生率或发生风险高的劳动者	31, 33, 59		●
	LA8	与工会签署正式协议的安全保健事项	31, 59		●
训练及培训	G4-DMA	经营管理方式	35		
	LA9	每名劳动者一年里所接受培训的平均时间(按性别、劳动者范畴)	37		●
	LA11	接受业务成果和经历开发定期检查的劳动者比率(按性别、劳动者范畴)	57		●
社会					
妨碍竞争行为	G4-DMA	经营管理方式	39		
	SO7	对妨碍竞争行为、垄断等不公平的交易行为采取法律措施的次数及其结果	41	无违反事项	●
产品责任					
顾客安全保健	G4-DMA	经营管理方式	25		
	PR1	为进行改善而对安全保健影响进行评价的主要产品及服务群比率	16, 25		●
	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发生次数	-	无违反事项	●

GRI G4.0 / ISO 26000 INDEX

GRI G4 Specific Standard Disclosures-Other Disclosures

● 全部报告 ● 部分报告 ○ 未报告

层面	指标	指标内容	页数	参考事项	外部审验
经济					
经济成果	EC1	直接经济价值的发生与分配	72		●
	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	53		●
	EC3	组织的固定收益型养老金制度抵充债务	业务报告 96		●
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	64-68		●
	EC8	影响规模等重要间接经济效果	28-29, 72		●
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	72		●
环境					
原材料	EN1	使用原材料的重量或体积	73		●
	EN2	投入再生的原材料使用比率	73		●
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		无违反事例	●
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	54		●
综合	EN31	环境保护总支出与投资	51, 52		●
供应商 环境评估	EN32	经过环境标准审查的新供应商比例	40, 41		●
劳动					
雇佣	LA1	新聘用员工与离职员工的人数与比率	56		●
	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	59		●
	LA3	按性别划分, 育儿假后回归职场和继续工作比率	57		●
劳资关系	LA4	经营上出现变动时的最短通知期限	58		●
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)	56		●
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 187		●
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	40, 41		●
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	59		●
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	58		●
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	58		●
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	58		●
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	40, 41, 58		●
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	40, 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	59	none	●
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	64-68		●
	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	51, 52		●
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	49		●
	SO4	反腐败政策和程序的公告与培训	41, 49		●
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	40, 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.lghausys.china.com/	
	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

● 全部报告 ○ 部分报告 ○ 未报告

层面	指标	指标内容	页数	参考事项	外部审验
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规定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	63		●
守规	PR9	对违反产品及服务供应于使用相关法规的重大罚款金额		无违反事例	●

ISO 26000

核心主题	主要问题	页数
组织管理	决策流程与结构	56
人权	实事	40-41, 58
	人权危险状况	40-41, 58
	回避公募	40-41, 58
	投诉处理	none
	歧视与保护弱势群体	56, 58, 业务报告 187
	公民权与政治权利	58
	经济、社会与文化权利	28-29, 51-52, 64-68, 72
劳动惯例	工作中的基本原则与权利	56, 58, 业务报告 187
	雇佣与雇佣关系	40-41, 56, 58, 72, 业务报告 187
	工作条件与社会保护	57, 59, 业务报告 187
	社会对话	58
	工作中的保健和安全	31-33, 59
环境	工作中的人力资源开发与培训	37, 57
	防止污染	28-29, 51-52, 73, 64-68
	利用可持续的资源	28-29, 50-54, 73
	缓解及适应气候变化	21, 28-29, 53, 64-68, 73
公平运营惯例	自然保护、生物多样性与自然栖息地复原	51-52
	反腐败	41, 49
	负责地参与政治	none
	公平竞争	41
消费者问题	在Value Chain上促进社会责任	28-29, 40-41, 49, 54, 58,
	尊重财产权	28-29, 41, 72
	公平营销、不偏颇的信息与签约惯例	none
	消费者健康与安全保护	16, 25
	可持续的消费	16, 25, 28-29
	消费者服务、支援及不满意与纠纷的解决	none
	消费者信息与隐私保护	63
	必须提供的服务	28-29, 72
培训与意识	none	
地区社会参与和发展	地区社会参与	72
	培训与文化	58
	创造就业与技能开发	28-29, 72
	技术开发与操作性	none
	创造财务与收入	28-29, 59, 64-68, 72, 业务报告 96
	保健	16, 25, 31-33, 59
	社会性投资	28-29, 64-68, 72

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	全国经济人联合会
韩国经济研究院	韩国上市公司协议会	绿色企业协议会
韩国空气净化协会	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	

参与2016 报告的人员

综合

发行：李東柱
 企划及资料汇总：朴錫鎮, 李東韓, 金英任
 设计：申昊姬, 闵真基

经济

金恩珠, 金正現, 闵丙基, 朴辰卿, 辛東祐, 李明昊, 李昇炯, 李翰俊, 鄭鎮福, 曹敬秀, 崔智映

社会

姜慶學, 高龍根, 权祥奎, 权恩聖, 金赫, 金喜恩, 閔琇泓, 朴知惠, 白旻烈, 徐檀營, 申英俊, 吳恩珍, 柳順正, 尹泰榮, 蔡承宰

环境

安明基, 李侑炫, 郑盛元

