

NATURE HUMAN AND SPACE

创造 与自然 相融合的 人类幸福生活空间

LG hausys 将坚持为顾客提供环保节能型的材料和产品，
突出美丽而人性化的设计，为顾客创造幸福的生活空间。



LG hausys 的2015年度可持续发展报告使用了Samwon特殊纸Meterica、Doosung纸Merit(封面)和Mooncan pure(内页纸)。这些纸张获得了FSC(Forest Stewardship Council, 森林管理委员会)颁发的FSC认证，木材源自用环保方式开发和管理的森林。而且，还在获得FSC认证的印刷厂采用大豆油墨进行印刷，显著减少了印刷过程中可能产生的污染物质。

报告概要

“LG Hausys2015 年度可持续发展报告”是 LG Hausys 的第四次可持续发展报告。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，将其作为公开公司的可持续发展成果，同时反映内外部利益相关方意见的沟通渠道。

报告期间

本报告的内容包括从2014年1月1日至同年12月31日之间的经济、环境及社会的活动和成果，董事会构成等部分内容则包含最新资料。部分定量数据则提供最近3年(2012-2014年)的数据，以便分析不同年度的趋势。

报告对象范围

本报告的对象范围是韩国本部及国内营业地点。部分数据中包含了中国、美国等海外当地法人的数据,且与上一年度相比因数据范围及计算方式改变而发生差异的部分另做了标注。财务数据是按K-IFRS基准，对 LG Hausys 及其子公司的成果以合并基准进行报告。

报告编写原则

本报告参照全球报告倡议组织(Global Reporting Initiative, GRI)《可持续发展指南4.0版本》(G4)的核心选项(Core Option)进行编写，具体事项可通过68-71页的GRI索引确认。

报告审验

公司聘请了独立的第三方审验机构，按照AA1000APS(2008)基准对本报告进行了审验，审验报告收录于66-67页。

咨询处

LG Hausys 业务宣传部

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150-876)

主页 <http://www.lghausys.co.kr/>

电子邮箱 youngimk@lghausys.com

电话 02-6930-1577

传真 02-6930-1586

LG HAUSYS 2015 SUSTAINABILITY REPORT

可持续发展报告 2015

Contents

04	CEO致辞
06	LG Hausys介绍
14	拓展全球市场
18	提高产品研发能力
24	扩大环保产品群
28	加强与顾客的沟通交流
32	参与地区社会的发展

14	拓展全球市场
18	提高产品研发能力
24	扩大环保产品群
28	加强与顾客的沟通交流
32	参与地区社会的发展

40	可持续发展经营体系
46	环保又安全的营业点
51	为员工创造价值
55	遵守品质及产品责任
57	共同发展及共生支援

60	报告内容的决定流程
62	数据摘要
66	第三方审验报告
68	GRI Index
72	主要加入团体及机构

报告概要

“LG Hausys2015 年度可持续发展报告”是 LG Hausys 的第四次可持续发展报告。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，将其作为公开公司的可持续发展成果，同时反映内外部利益相关方意见的沟通渠道。

报告期间

本报告的内容包括从2014年1月1日至同年12月31日之间的经济、环境及社会的活动和成果，董事会构成等部分内容则包含最新资料。部分定量数据则提供最近3年(2012-2014年)的数据，以便分析不同年度的趋势。

报告对象范围

本报告的对象范围是韩国本部及国内营业地点。部分数据中包含了中国、美国等海外当地法人的数据,且与上一年度相比因数据范围及计算方式改变而发生差异的部分另做了标注。财务数据是按K-IFRS基准，对 LG Hausys 及其子公司的成果以合并基准进行报告。

报告编写原则

本报告参照全球报告倡议组织(Global Reporting Initiative, GRI)《可持续发展指南4.0版本》(G4)的核心选项(Core Option)进行编写，具体事项可通过68-71页的GRI索引确认。

报告审验

公司聘请了独立的第三方审验机构，按照AA1000APS(2008)基准对本报告进行了审验，审验报告收录于66-67页。

咨询处

LG Hausys 业务宣传部
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150-876)
主页 <http://www.LG Hausys.co.kr/>
电子邮箱 youngimk@LG Hausys.com
电话 02-6930-1577
传真 02-6930-1586

CEO致辞



大家好!

LG Hausys 从2012年开始发布可持续发展报告，并向各利益相关方公开经济、环境、社会方面的活动和成果。截至今年是第四次发布，通过本报告，我们不仅介绍了2014年LG Hausys 开展的可持续发展活动，而且还对2014年给利益相关方带来最大影响的全球市场情况、产品研发力量、绿色环保产品、与顾客的沟通、参与发展地区社会等内容进行了深入探究。

LG Hausys 以“创造与自然相融合的人类幸福生活空间”为愿景，为客户提供节能环保的材料和产品，充分利用LG Hausys 特有的差异化设计，引领了未来家居空间的趋势。今后，我们将继续凭借雄厚的技术实力和优秀的设计能力，打造让顾客满意的幸福的生活空间。

2014年，LG Hausys 实现了销售额2.8251万亿韩元、营业利润1466亿韩元的经营成果。在建材市场竞争日益激烈、IT市场增长放缓的艰难环境下，我们依然逆市而上，通过成本、营业、产品方面的全面革新，开展了“业务结构和基础改善”活动，销售和效益得到了很大的提升。

同时，我们还积极为企业未来发展做准备，通过超前研发和海外投资、引进研发人才等培养具有市场领导地位的业务和新增长动力。

LG Hausys 以“创造与自然相融合的人类幸福生活空间”为愿景，为客户提供节能环保的材料和产品，充分利用 LG Hausys 特有的差异化设计，引领了未来家居空间的趋势。
今后，我们将继续凭借雄厚的技术实力和优秀的设计能力，打造让顾客满意的幸福的生活空间。

今后，LG Hausys 将通过以下几方面的努力，为广大客户创造价值。

第一、巩固在全球市场上的地位。

LG Hausys 在全球拥有7个海外法人和5个海外分公司，在全世界积极地开拓新的市场。我们针对各市场的特点推出特色化产品，致力于供应符合全球环境规制的环保产品。2014年我们陆续参加了在中国上海、迪拜、哈萨赫斯坦、德国、新加坡等多个国家和地区举行的国际博览会，向全世界推广了 LG Hausys 品牌。

第二、提高产品研发及设计力量。

我们通过各事业部门和研究所之间的无缝衔接与沟通，开发有助于解决楼层间噪音、火灾安全等社会性问题的功能性产品。此外，我们还凭借富有创意和以消费者为中心的设计经营，多年连续荣获“红点奖”、“iF”等世界级设计大奖，培养和积累了行业领先的设计力量。尤其通过与世界级设计大师进行合作、举办设计趋势研讨会等活动，展示了领先市场的卓越设计。今后，我们将继续推出更多能够引导国内外社会文化和消费者生活方式的研发和设计。

第三、扩大环保产品的比重。

为了给客户提供健康的环保产品，我们制定了“绿色身份(Green Identity)”，提供对人类和环境友好的高能效产品。我们在国内地板材料企业中首次获得了“零废弃物地板材料认证(C2C; Cradle to Cradle)”，而且汽车坐垫面料、ZEA墙纸、ZEA地板还取得了“国际环保纺织协会颁发的生态纺织品认证(Oeko-tex Standard 100)”1级(Baby Class)证书，这是两周岁以下婴幼儿能安心使用的产品才可获得的最高认证等级。今后，我们将继续坚持开发环保产品，为顾客创造更加健康舒适的生活空间。

第四、以开放的态度加强与顾客的沟通。

2004年我们开设了包括江南“Z:IN广场”在内的9个新展厅和网上商城“Z:IN MALL”，进一步扩大了顾客节点。同时，通过家庭主妇专业型消费者“Z:ENNE”、社交网站及网络社区等渠道，将顾客的意见及时反映到公司经营及产品开发中。

第五、创造幸福的社会。

为了帮助社会弱势群体、创造所有社会成员共同幸福的社会，我们利用公司本身具有的能力，开展了创造幸福空间、幸福设计爱心分享、帮助贫困儿童等各种社会贡献活动。而且，从2008年开始还开展了独岛天然保护区守护者活动，努力让更多的人感受和了解我国领土独岛的重要性。

今后，LG Hausys 将继续开展与社会共同成长的可持续发展经营活动，成为引领市场的优秀企业。希望大家一如既往地给予关心和支持。

谢谢大家!

(株)LG Hausys CEO 吴长洙

LG Hausys介绍

LG Hausys 是韩国规模最大的建筑装饰材料公司，同时也是一家高性能材料及汽车材料配件公司。
 LG Hausys 始终致力于成为让顾客满意、让顾客信赖的公司,凭借领先市场的顶级产品和先进的技术，为顾客创造健康美好的生活空间。



建筑装饰材料

供应具有卓越隔热性和耐久性的门窗、玻璃、使用天然材料的环保墙纸、地板以及节能效果好的隔热材料，还有深受国际建筑大师喜爱的高级装饰大理石等产品，为顾客营造健康的生活环境。



高性能材料

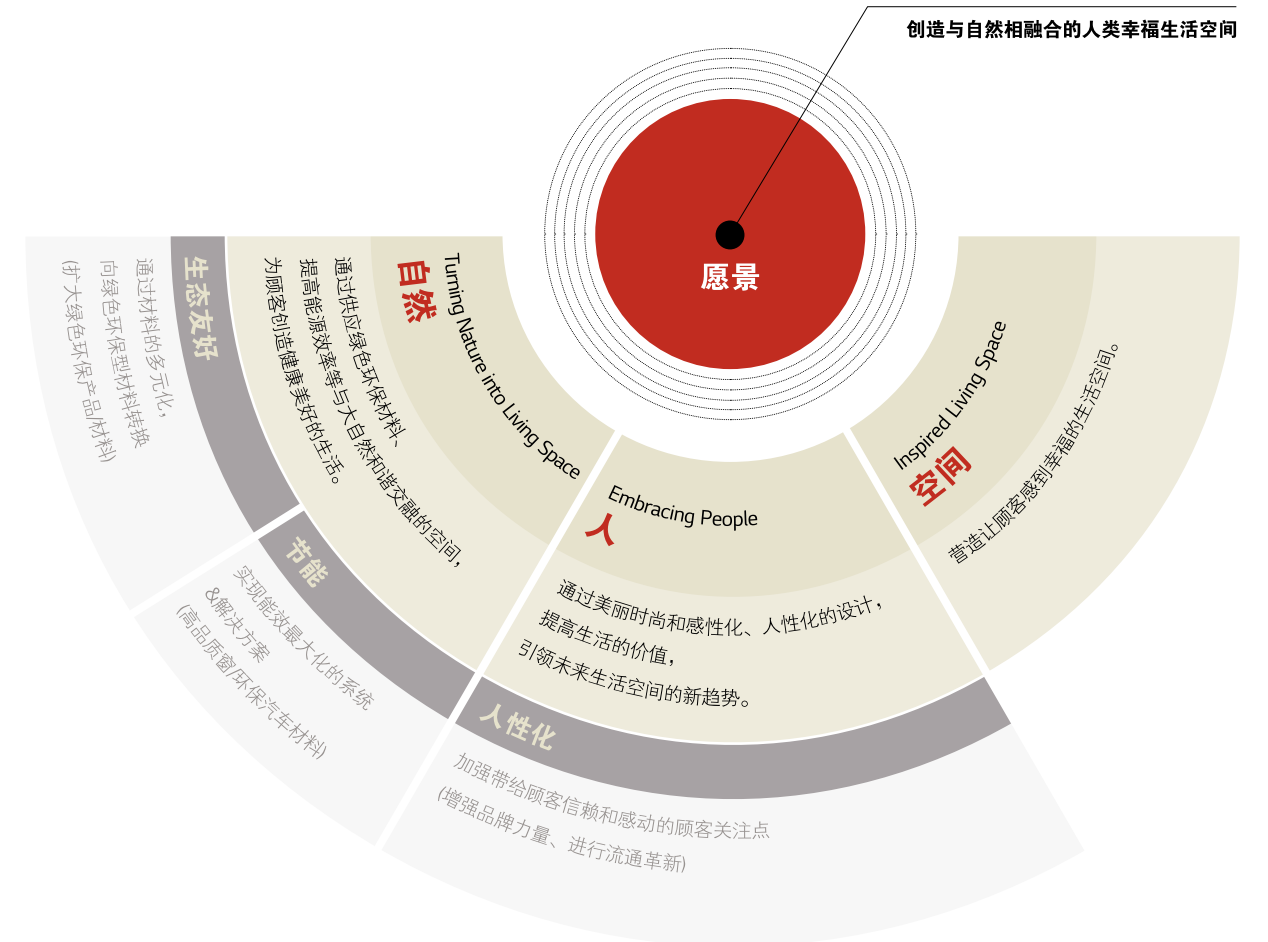
生产IT、汽车用粘贴及镀膜材料和建筑内外部装饰用的装饰膜，还有家电产品的表面材料及广告专用材料等，让顾客的生活变得更加美好。



汽车材料配件

提供各种汽车表皮及内外饰材料，还通过汽车轻量化材料等高效绿色环保产品来满足顾客的需求。

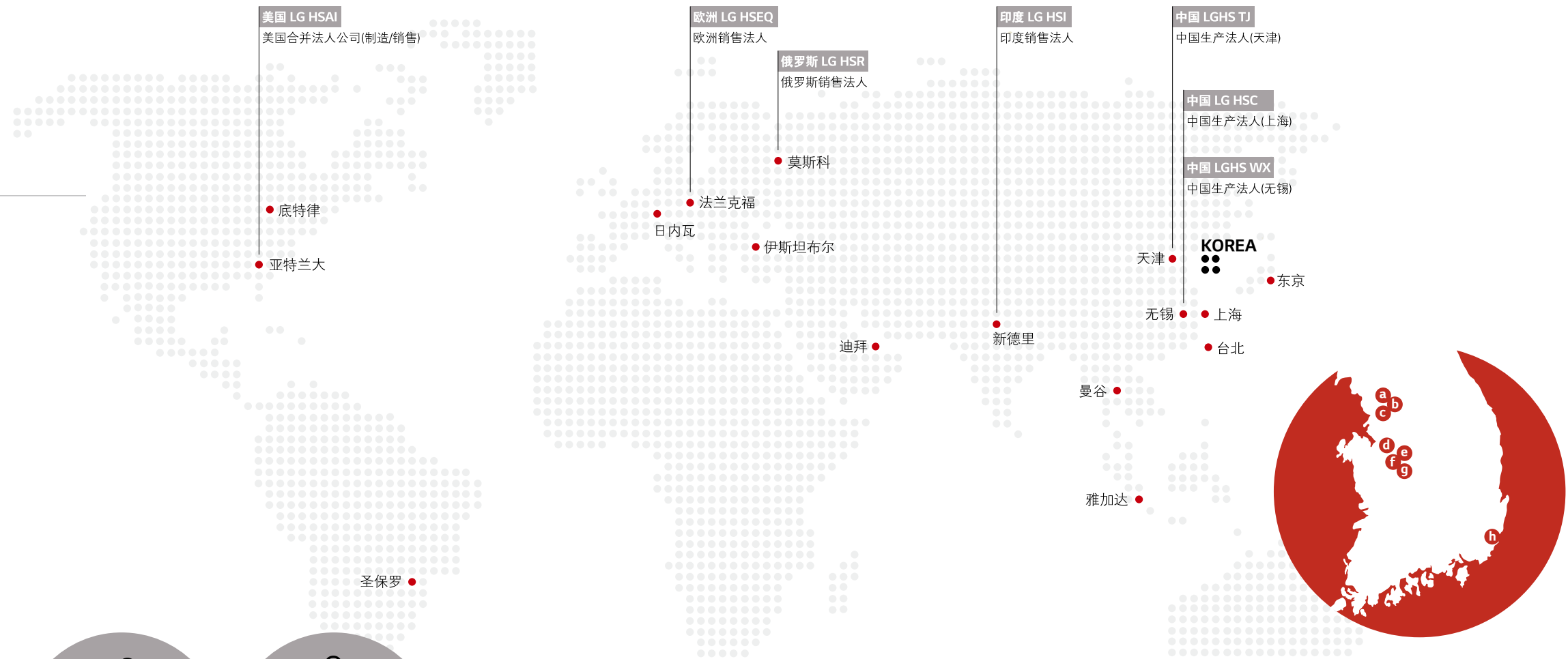
LG Hausys 以“创造与自然相融合的人类幸福生活空间”为愿景，为顾客提供生态友好、节能以及人性化的三大核心价值。



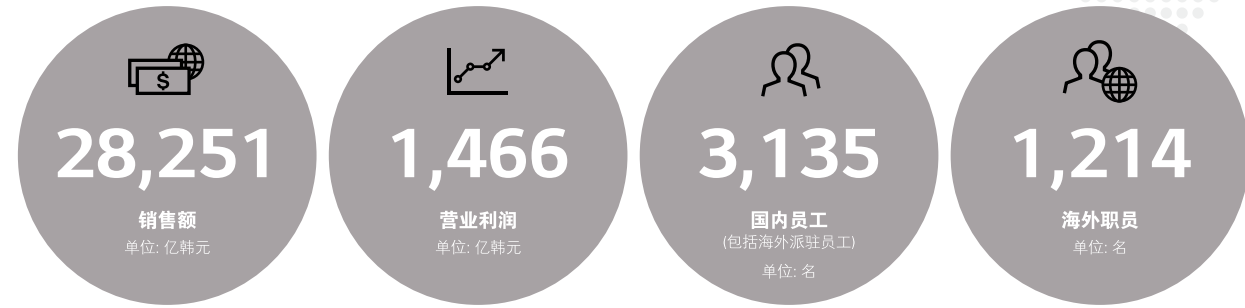
LG Hausys 在过去的两年里，通过确保业务利润、建立竞争优势，完成了“第一阶段”经营全面好转(Turn Around)的目标。在今后为期两年的“第二阶段”里，我们将通过改变业务结构、加强对未来的筹备、寻找可重复的成功模式等实现利润的同步增长。



LG Hausys 现况

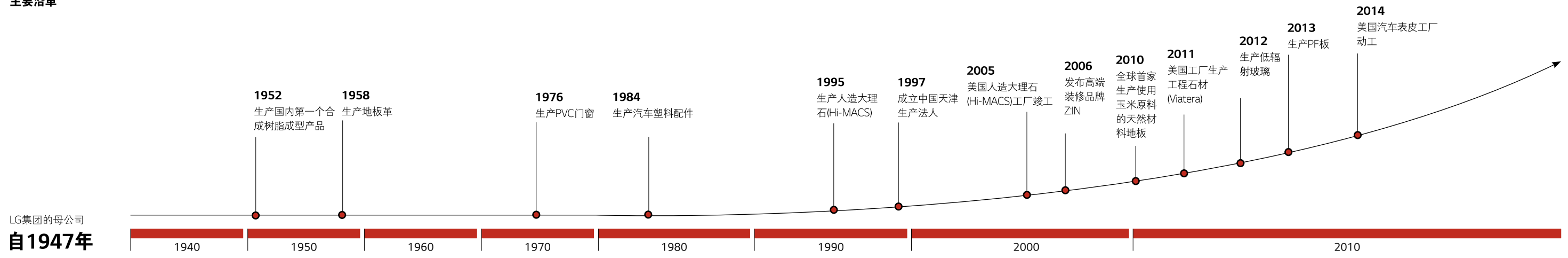


- a 总部: 企划/管理、人事、市场营销、销售等
- b 设计中心: 开发产品设计
- c 研发中心: LG Hausys 研究所
- d 天安物流中心: 综合物流中心
- e 梧仓工厂: 铝窗
- f 清州工厂: 人造大理石、地砖/地板、隔热材
- g 清州门窗/PSAA工厂: PVC门窗、高性能粘接膜
- h 蔚山工厂: 地板、高性能材料、汽车配件/面料



2014年末基准

主要沿革



MATERIAL ISSUE

创造顾客价值

LG Hausys 以“创造与自然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，
提倡美丽且人性化的设计，创造让顾客感到幸福的生活空间。

针对各个实质问题创造顾客价值

在2014年里，对 LG Hausys 内外部利益相关方造成最大影响的因素主要有以下5点：拓展全球市场、提高产品的研发能力、扩大环保产品群、加强与顾客的沟通、通过社会贡献活动参与地区社会的发展等。

LG Hausys 在上述5个领域创造的顾客价值如下

实质性评估步骤请参考60-61页

拓展全球市场

应对新兴国家的住房和汽车需求以及随着环保管制加强而形成的国际市场需求，LG Hausys 通过差异化的产品来扩大全球业务网络。

14 page



扩大环保产品群

应对环保及节能方面的社会关注和政府政策，LG Hausys 为顾客提供可持续的产品。

24 page



18 page



提高产品研发能力

考虑到顾客对安全和审美的要求日益提高，LG Hausys 以研究所和设计中心为主，将顾客的要求积极反映到产品上。



参与地区社会的发展

为了更好地发挥企业规模扩大所形成的社会影响力，LG Hausys 按利益相关方所要求的，开展基于自身能力的社会贡献活动。

32 page



28 page

加强与顾客的沟通交流

随着大众对居住空间的关注日益提高，LG Hausys 积极扩大与顾客线上线下的节点，不断加强与顾客的沟通。



Expanding Global Market Reach

拓展全球市场

LG Hausys 通过在中国、美国等海外市场推出差异化的产品，建立销售及生产基地，积极应对顾客的需求。今后，我们将进一步扩大在海外知名建筑物上的产品应用、参加展览会、与著名设计师合作等方式，提高在市场上的品牌知名度，持续扩大海外业务市场。



海外业务销售额*
单位: 亿韩元

9,345

9,247

8,597

2012

2013

2014

*合并营收基准

巩固在全球市场的地位

为了有效占领国际市场，LG Hausys 将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。

2014年新增生产基地

2014年 LG Hausys 在美国、中国等核心市场建立了生产及销售基地，推进了产品本地化，并集中力量扩大全球销售网络。

北美汽车表皮工厂动工 我们在美国佐治亚州建立了汽车表皮工厂，计划全面进军北美汽车市场。等到2015年工厂竣工后，我们将每年生产和供应600万平方米的汽车表皮，大大提高在全球市场上的份额。

中国无锡工厂新厂址动工 我们在中国江苏省无锡举行了第二工厂新厂址动工典礼。今后，我们还将逐步建立PVC地板、汽车坐垫、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。

中国哈尔滨门窗成品加工厂动工 我们在中国哈尔滨举行了门窗成品加工厂动工典礼，预计将于2015年开始投入生产。该合作公司(哈尔滨金信保里有限公司)是我们与当地代理商共同合作的第一家门窗成品加工厂，为我们在中国市场扩大门窗产品销售提供了一个跳板。

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，今后，估计全球顾客对环保产品的需求也会随之增加。应对市场趋势，LG Hausys 为顾客提供节能窗和隔热材料、对人体无害的装饰材料等环保产品，以满足顾客的需求。

成为首次获选“中国绿色建筑供应商十大品牌”的韩国企业(2014, 2015) 在中国北京举行的“建筑行业年度品牌评选”中，作为韩国企业首次连续两年(2014, 2015年)入选“中国绿色建筑供应商十大品牌”。我们的TVOC(总挥发性有机化合物)分析能力和抗菌、抗病毒技术等获得了业界高度评价，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“阿斯塔那国际建筑建材展览会”、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”等各种世界知名的展览会。

培养各地区的领先业务

LG Hausys 将海外市场分为北美、欧洲、中国以及新兴市场四个区域，选择在各个市场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的现况，构建与流通等利益相关方的合作关系。



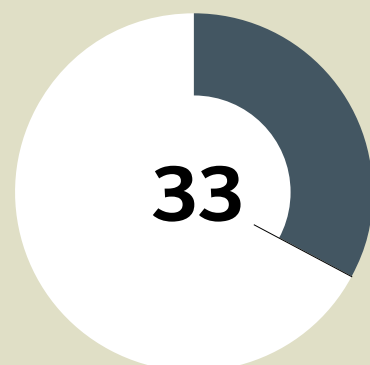
中国

在中国市场，我们以门窗材料、地板等建筑材料为主实施本土化经营战略，凭借优秀的环保性能，逐渐扩大市场份额。到2014年，我们在门窗、地板领域已成为市场份额最高的外资建材企业，在中高端建材市场逐步站稳脚跟。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，为顾客提供差异化价值。

销售额*
单位: 亿韩元

3,089

海外业务中中国地区所占比重
单位: %



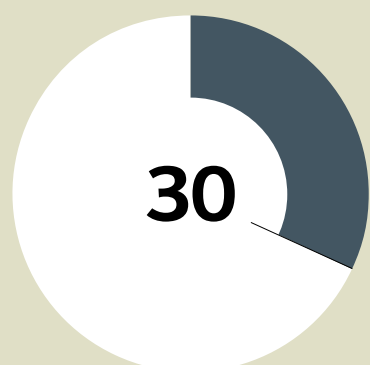
美国

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、汽车表皮等材料业务为主的本地化战略。我们在美国佐治亚州的亚特兰大拥有生产人造大理石“豪美思”和工程石材“维泰拉”的工厂，而且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，逐步扩大我们的市场份额。此外，美国亚特兰大州汽车表皮工厂也于2014年动工，为今后在美国市场扩大市场份额打下了良好的基础。

销售额*
单位: 亿韩元

2,847

海外业务成果中北美地区所占比重
单位: %



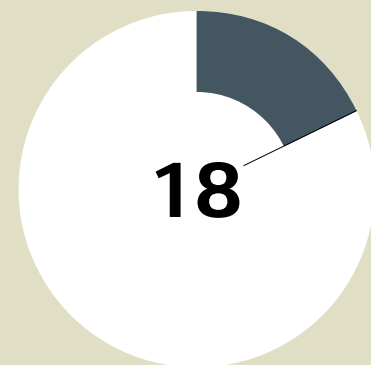
欧洲/俄罗斯

2014年我们的人造大理石豪美斯作为装修表面材料受到许多国际建筑大师的青睐，进行了多个地标性建筑项目，汽车坐垫面料还获得了欧洲纤维环境一级认证，成为第一家获得该认证的韩国企业，相信能够更加扩大对欧洲整车厂的供货。此外，欧洲是全球最先进的家具市场，瓜分了全球家电表面材料(装饰贴膜等)市场的一半以上份额，针对欧洲市场，LG Hausys 以环保产品为切入点，积极推动实施出口战略。我们推出了符合欧洲市场趋势的产品，并以当地的客户公司为对象举行研讨会，介绍我们的优秀技术和设计，逐步提高品牌知名度。

销售额*
单位: 亿韩元

1,641

海外业务中欧洲/俄罗斯地区所占比重
单位: %



新兴市场

印度、土耳其、中东、东南亚等新兴国家的装饰和家电产品市场规模在迅速增长。LG Hausys 通过实现彻底的本地化，开发出真正符合当地顾客生活方式的产品，积极抢占新兴市场。2015年1月新增设了雅加达和迪拜分公司，进一步加快了本地化战略。

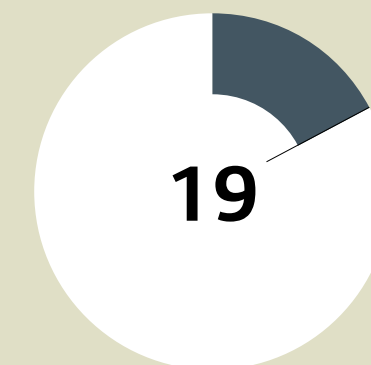
<主要产品>

- 印度: 家电表面材料、广告材料、表面材料等
- 中东、土耳其: 表面材料、装饰材料、装饰表面材料等
- 东南亚: 装饰材料、家电表面材料、表面材料等

销售额*
单位: 亿韩元

1,768

海外业务中新兴市场地区所占比重
单位: %



*合并营收基准(2014)

Strengthening Product R&D Capability

提高产品研发能力

随着人们的生活水平日益提高，LG Hausys 努力为顾客提供质量更好、设计更精美的产品，以满足顾客的需求。今后，我们将继续加强功能和设计研发能力，开发出引领行业趋势的产品，确保技术领先地位。



加强业务领域的研究及设计力量

LG Hausys 以研究所和设计中心为核心，不断加强企业的研发及设计力量。今后，我们将继续开展以顾客便利性为主导的研究及设计开发。

加强产品的功能性及研究力量

LG Hausys 以研究所为中心，开展与建筑装饰材料、高性能材料、汽车材料配件等业务领域相关的研究活动，以开发顾客友好型的产品。

研发活动现况 LG Hausys 研究所的母体是1989年成立的加工技术研究所，研究范围从最初的塑料加工技术，后来逐渐扩大到天然、无机物、微生物分解性、复合材料等各种材料领域。

研发组织 LG Hausys 的研究所由CRD、门窗、环保材料、高性能材料、汽车材料等5个研究室构成，分别进行各自领域的研究项目。

【研发活动现况】

研究领域	主要成果	研究重点
节能	• 低辐射玻璃 • 高性能隔热材料	• 建筑节能效果以及门窗隔热性能最大化 • 确保隔热性能及火灾安全性
环保 建筑装饰材料	• 环保地板、墙纸	• 利用从玉米里萃取的PLA(Poly Lactic Acid)开发对人体及环境无害的产品
功能性薄膜/ 工业用粘贴·粘接膜 环保面料	• 透明粘贴膜、工业用粘贴·粘接膜 • 环保面料	• 开发能够提高生活便利的功能性粘贴·粘接材料 • 利用生物基础塑料开发耐污染的高耐久环保面料，为温室气体减排做贡献
强度 轻量化材料	• 高强度轻量化复合材料	• 提高汽车的续航里程及改善油耗

【研发组织】






*CRD: Corporate Research & Development

开发流程 为了更系统地进行研发活动, LG Hausys 自2001年起引进了GRS(Gate Review System)系统, 对各个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, 最后通过最高决策会议GRS的项目审批后才能立项, 立项后也要通过持续的跟踪监测来管理开发进度等, 直至新产品上市。

2014年研发成果 LG Hausys 研究所制定了以用户为本的开发体系, 开发顾客满意度极大化的产品。以2014年为基准, 获得了新技术认证(NET)、新产品认证(NEP)等技术认证及奖项共计9项, 在研发领域投资了44,917百万韩元(占销售额的1.59%), 今后, 我们将继续研发出具有优秀环保性能的顾客友好型产品, 成长为全球领先企业。

[2014年研发成果]

<p>环保装饰材料 ZEA系列</p>	<p>环保装饰材料“ZEA地板”、“ZEA墙纸”产品获得了国际环保纺织协会的生态纺织品认证最高等级(Baby-class)。</p> <p>掌握了新材料关键性技术, 使用耐热性高的纤维, 提高了产品了耐久性。</p> <p>今后将进一步扩大纤维混合技术, 普及技术应用, 加强PLA的使用及加工技术。</p> <p><small>*生态纺织品认证(Oeko-tex Standard 100):对衣物/寝具/玩具/室内装饰材料等与皮肤产生接触的产品进行的人体无害性认证。</small></p>	
<p>节能 智能窗、 低辐射玻璃</p>	<p>单层窗也实现了一级能效, 开发了融合IT技术的最高端门窗。</p> <p>掌握了“低辐射玻璃”的耐久性平台技术, 计划开发隔热性能最大化的“超级隔热三重低辐射玻璃”产品。</p>	
<p>汽车表皮</p>	<p>开发出面料用水性涂饰剂, 成功构筑了环保壁垒, 在此基础上, 在全球汽车表皮市场占据市场份额第二。</p> <p>今后, 我们计划推出提高品质的产品, 为实现全球第一而加强产品的差异化。</p>	

[开发流程]

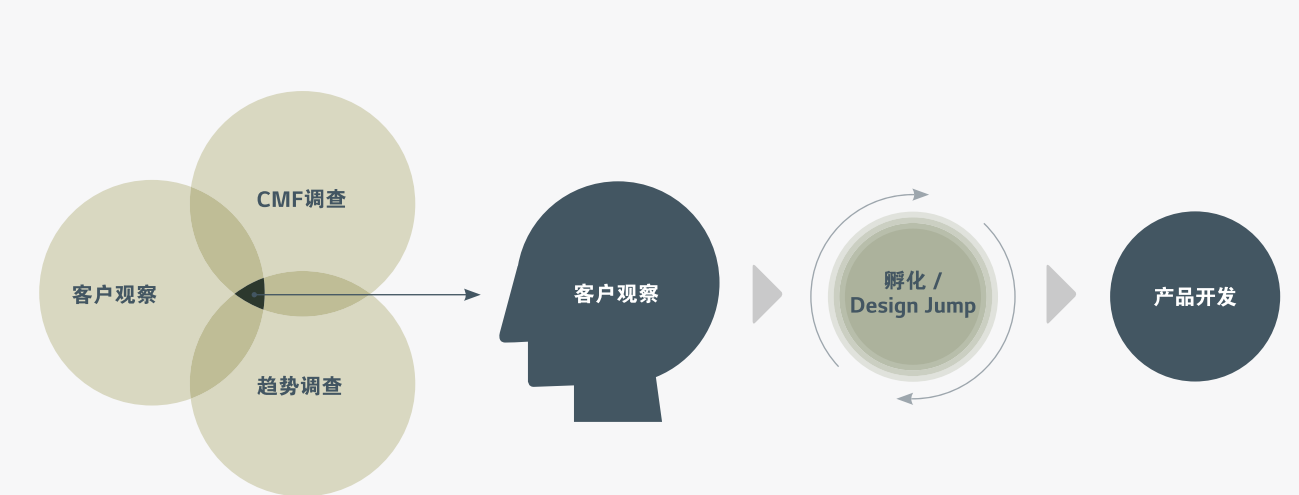
- 第一阶段 GRT(Idea 会议)** 针对每个研究课题举行组长(Team Leader)级会议, 选出讨论是否要推进CRS的对象课题。
- 第二阶段 GRS(选出研究课题)** 将第一阶段选出的课题提交研究课题选择委员会进行审核, 并进行最终批准。
- 第三阶段 中期审核** 对获得批准的课题确认其进度, 并按照确认结果决定是否继续进行。
- 第四阶段 完成课题** 对实施的课题进行项目结束审核和质量验证, 最终决定是否进行项目化。

增强设计力量

LG Hausys 始终立足于顾客, 了解市场趋势, 开发顾客想要的设计。我们拥有国内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”, 努力培养更多优秀的设计师。

基于顾客洞察的前期开发活动「Design Innovation」“筛选出各种创意中的玉石将它加工成宝石”的理念下, 经过创意孵化系统后, 最终发展成试制品的活动。通过这项活动开发出的产品得到了顾客的很多好评。

[Design Innovation]



CMF调查	按照聚合物、天然、金属、玻璃等不同材料, 从2002年到2012年制作了分析CMF(色彩、材质、表面处理)趋势变化的路线图, 提供顾客定制型的材料信息。
趋势调查	以最新焦点问题为主, 分析主要趋势和顾客倾向, 制定设计开发方向和战略。
客户观察	采访终端顾客, 对生活环境和产品使用进行沟通, 获得开发顾客友好型产品所需的灵感, 并将其应用于产品设计。
Group Genius Day	将通过CMF和趋势调查以及顾客沟通得出的各种产品创意, 在设计师之间进行头脑风暴, 将其发展成具体的产品构思。
孵化 / Design Jump	经过各种调查和小组之间的头脑风暴得出具体的产品构思方案后, 再通过专家辅导进行完善, 最后开发出试制品。
产品开发	通过以上过程发展起来的产品创意最终落地成为产品, 向顾客推出新产品。

招聘国内外研发人才及产学研技术合作协议

为了招聘和培养硕博以上的国内外研发高级人才，LG Hausys 在2014年举办了LG技术大会、研发活动营等各种活动。除此以外，我们还通过产学研合作来提高公司的研发力量。

与外部设计师合作 我们与韩服设计师 李孝载 和建筑设计师 凯瑞姆·瑞席、扎哈·哈迪德、亚力山德罗·门迪尼 等国内外著名设计师合作，为顾客推出应用差异化设计的产品。

为了开发市场领先产品而进行趋势分析 为了开发出市场领先产品，LG Hausys 开展了“设计趋势研讨会”和“趋势论坛”等活动。

设计趋势研讨会 : LG Hausys 在业界首次举办了该项活动，至今已经是第15周年，每年有大约800名左右的设计专家参加该会议，就国内外的社会文化焦点问题和消费者的生活方式、世界设计潮流等进行探讨，进而展望装饰行业的趋势。今后，LG Hausys 将继续密切解读社会变化和趋势，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 通过分析各个事业部相关的社会趋势，提出产品概念方案。我们的提案内容并不是单纯的趋势，而是符合各事业部战略的产品。尤其今年汽车材料配件事业部的论坛上，除了相关部门以外，工程师们也一起参加，围绕产品进行了深入有益的探讨。

设计奖获奖成果 LG Hausys 以设计中心为核心，集中开展了为顾客创造新价值的研究活动，得益于此，优秀的设计能力得到了国内外权威机构的广泛认可。

【 2015 iF设计金奖豪美思 Motion Wall 】



【 世界三大设计奖获奖业绩(2015年2月基准累计) 】

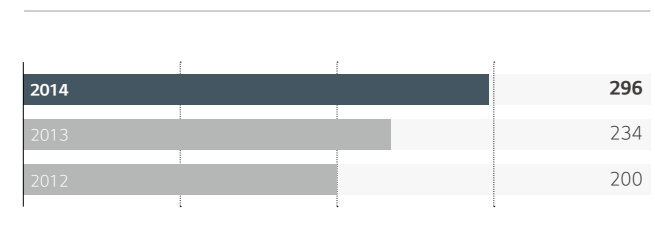


设计趋势研讨会

招聘及挖掘国内外优秀研发人才

“LG技术大会” 为了吸引更多优秀的研发人才，2014年 LG Hausys 参加了“LG技术大会”，以硕博课程的研发研究人才为对象开展了R&D技术交流会宣传活动。通过本次活动，我们重点选拔了高分子材料及汽车材料配件领域的研究人才。今后，我们将继续务实推进挖掘研发人才的各项活动。

【 2012-2014 研发人才现况 】 位:名



研发活动营 LG Hausys 于2014年8月举办了“研发活动营”，邀请了国内硕博课程在读生及即将取得学位的应届生40名参加活动。在本次活动中，我们安排了参观办公大楼、介绍研发课题、共享招聘信息和职务信息等活动内容。

与学界及研究机构建立合作关系

LG Hausys 通过与首尔大学和哈佛大学等国内外大学进行产学研合作、与现代起亚汽车研究所和福特研究所等企业进行合作，为了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。

与首尔大学的产学研合作研究项目 LG Hausys 与首尔大学联合进行了应用于建筑、汽车、IT·家电、医疗等领域的高分子物质及轻量化材料研究。今后，我们不仅会继续开展新技术研发，而且还计划持续选拔优秀的学生提供产学奖学金，培养化学材料领域的研发人才。

参加哈佛大学建筑研究生院的绿色建筑·城市研究中心开馆大会 LG Hausys 参加了哈佛大学建筑研究生院的绿色建筑·城市研究中心开馆大会，除了了解建筑的节能方向等技术动态以外，还与哈佛大学在环保建筑领域的合作进行了探讨。



LG技术大会



研发活动营



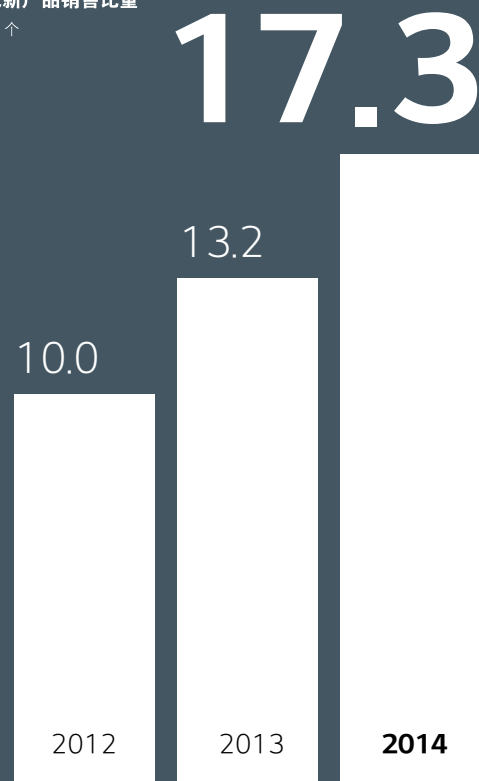
参加哈佛大学建筑研究生院的绿色建筑·城市研究中心开馆大会

Enlarging Eco-friendly Product Family

扩大环保产品群

LG Hausys 希望通过对人体和自然无害的绿色环保产品，为顾客创造健康舒适的生活空间。今后，我们将继续加大在环保材料、节能技术等方面的研发力度，为顾客提供更多更好的环保产品。

绿色新产品销售比重*
单位: 个



*绿色新产品以装饰材料及窗户材料为对象



环保产品开发理念及认证

LG Hausys 制定绿色身份(Green Identity), 开展了通过持续开发环保技术来为顾客创造幸福的顾客价值导向的经营, 其成果获得外部评估机构等各种利益相关方的广泛认可。

[LG Hausys Green Identity]



环保产品相关殊荣

LG Hausys 产品的优秀环保性能得到了各方利益相关方的广泛认可。

- 入选中国绿色建筑十大供应品牌(中国全国建筑公司协会主管)
- 荣获“2014产品安全日” 国务总理表彰(韩国产业通商资源部主办)
- ZEA静源(Sorizam)、ZEA墙纸、PF壁板隔热材料入选“顾客评选的2014年度绿色商品”(韩国绿色购买网络发布)

环保产品认证现况

LG Hausys 的产品对扩散和普及环保文化做出的贡献得到了外界的高度认可, 其优秀性不仅在国内, 甚至在海外也被广泛宣传。

- 在世界建筑材料行业中最先获得“欧洲纤维环境认证”的最高等级(Baby-Class)
- 在国内地板行业中首次获得零废弃物地板“C2C(Cradle to Cradle) 认证*”

*C2C(Cradle to Cradle)认证: 对废弃时还原成自然状态或回收作为工业资源的产品给予的国际环保认证

[环保产品*认证现况] 单位: 个

Year	2012	2013	2014
2014			112
2013		95	
2012	111		

	2012	2013	2014
环保认证产品			
环境标志	63	49	71
HB标志	23	28	27
碳标签(低碳认证)	25(2)	18(2)	14(3)
窗户能效等级	191	248	265

- 2014年海外认证数量12件

可持续的产品

LG Hausys 建立了使用PLA*等天然材料和再生资源、应用能效最大化技术的环保产品群“生态系列”。今后，我们将继续扩大绿色新产品的销售量，加强环保产品解决方案，努力赢得顾客的信心。



1. 墙面装饰材料

呼吸砖

可以调节室内湿度，吸附有害物质及除异味效果也非常好

2. 装饰膜

- 不含邻苯二甲酸酯的塑化剂
- 使用环保油墨: 不含BTX(苯、甲苯、二甲苯)
- 不含HCHO(甲醛)

3. 墙纸

使用对人体无害的天然材料，表面的环保镀膜层可减少因阳光和室内照明而引发的有害物质。

ZEA墙纸

- TVOC(挥发性有机化合物)达到最高等级标准
- 不含HCHO(甲醛)

4. 地材

使用天然材料加工而成，不含有害物质，可降低楼层间噪音，步行感觉很舒适。

ZEA静源地板

- 与普通复合地板相比，能够减少30%以上的轻量噪音
- 与强化地板相比，热导率高出70%，能节省取暖费30%

ZEA地板

- 与复合地板相比，表面强度更强。

5. 窗户

具有出色的隔热性能，能够提高建筑的能源效率，而且不使用含铅(Pb)类稳定剂，将有害物质的排放降至最低。

高隔热低辐射玻璃

- 比普通玻璃节能40%

6. 家电产品用材料

使用环保原料和高性能隔热材料，生产同时具有优秀的设计和功能的家电产品。

不含PVC的家电表面材料

- 使用对人体无害的环保树脂(不含PVC)

真空隔热材料

- 通过热损失的最小化来改善能效

7. 豪美思

Eden

- 用循环利用碎片(Recycle Chip)制作
- 既卫生，又耐用，不用担心细菌繁殖

8. 合成木材

WOOZEN

- 使用天然回收利用木片、木粉和无毒性环保烯炔树脂

9. 装饰贴膜

亚光膜

- 使用环保树脂: 产品不含重金属(铅、汞、镉、6价铬、砷)
- 使用环保油墨: 不含苯、甲苯、二甲苯

10. 高性能隔热材料

与一般隔热材料相比，空间效率和隔热性能优秀，燃烧时不发生有毒气体。

PF板

- 与同样厚度的普通泡沫板相比，一年能节省制冷取暖费用最高140万韩元

11. 环保汽车表皮

不使用酞酸酯塑化剂，因此对人体无害，不用担心重金属等有害物质

12. 轻量汽车配件

使用玻璃纤维减轻了汽车配件的重量，提高了汽车油耗

* 环保原料PLA (Poly Lactic Acid) 介绍

PLA材料是以从玉米、甘蔗等植物中萃取的原料进行加工而成，具有很高的抗菌和除异味功能，发生火灾时也不会产生有毒气体，是一种非常安全的材料。为了生产出对顾客和环境无害的产品，LG Hausys 在全球首次研发出使用PLA的环保地板、墙纸等。

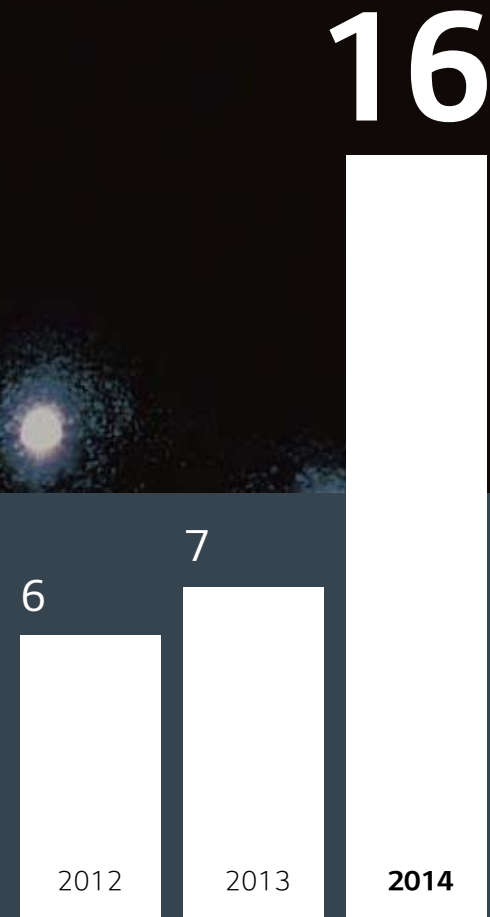
Opening Our Ears to Customers' Voices

加强与顾客的沟通

LG Hausys 开设了Z:IN广场等能够让顾客亲自体验和购买产品的展厅。

今后，我们将在交通便捷的地段开设更多的产品展厅，以方便顾客的体验和购买，为顾客提供更多的价值。

2014年目前展厅数量



加强线上的顾客节点

为了让顾客更容易接触到我们的产品，LG Hausys 推进了线上接点的多元化。我们经营了提供综合装饰服务的电视购物及网上商城，引导顾客更轻松地了解 and 购买产品。同时，我们还利用Z:IN品牌主页和SNS渠道收集顾客意见。

运营Z:IN品牌主页及SNS渠道

除了现有的顾客以外，为了让更多的潜在客户了解Z:IN品牌，并在网上更轻松地了解品牌信息，LG Hausys 在公司官方网站以外，另外开设了品牌主页。不仅如此，还制作图片、视频等数字内容，通过博客等向顾客介绍Z:IN产品。

播放电视购物

LG Hausys 通过电视购物，改变了顾客过去只能在零售店看实际样品后决定购买的方式，使顾客的购物变得更加方便。2014年进行了20次广播，介绍了门窗、墙纸、地板材料等产品，还附赠免费施工等优惠，提高了顾客对公司品牌的认识。

Z:IN商城(Z:IN mall)开业

LG Hausys 在2014年成立了直接在网上销售装饰材料的Z:IN商城。Z:IN商城是一个网上商城，在这里，顾客能够以合理的价格享受下单、咨询及定价、拆除及施工等全套的综合装饰服务。今后，LG Hausys 将通过“Z:IN商城”，开发和提供报价及施工模拟等符合线上和移动网络环境的量身定制服务。

[运营Z:IN品牌主页及SNS渠道]



Z:IN商城(Z:IN mall)开业

加强线下的顾客节点

LG Hausys 经营让顾客亲自体验后购买产品的Z:IN Square等许多线下实体展厅。今后，我们将继续扩张产品展厅的覆盖范围，积极听取顾客的意见并反映到产品中。

Z:IN广场(Z:IN Square)开业

旗舰店“LG Hausys 江南Z:IN Square”于2014年2月在论岷洞家具街开业，以方便顾客直接观看和体验 LG Hausys 的主要产品。

Z:IN Square的利用方案 LG Hausys 的Z:IN Square将成为在国内最大的家具街论岷洞领导装饰材料新趋势的核心门店。今后，这里将成为给顾客提供从装饰材料的咨询，到设计提案、施工队中介等综合解决方案的全方位顾客营销节点。

扩大展厅

2014年除了在Z:IN Square以外，还在木洞、松坡等主要据点新开设了线下实体展厅，并利用这些展厅加强了营销推广活动。



LG Hausys 江南Z:IN广场

[扩大线下展厅]



激活社区沟通平台

LG Hausys 通过家庭主妇网络社区和广播、广告媒体等渠道，努力拉近品牌与顾客的距离。我们将为顾客提供充分的信息，同时第一时间收集顾客的反馈，开发出满足顾客需求的产品。

Z:ENNE

Z:ENNE是一个家庭主妇论坛，主要发挥 LG Hausys 产品及整个市场推广活动的专业型消费者和代言人角色，是韩国代表性的室内装饰论坛。

主要功能及活动 Z:ENNE会每年招募新的成员，在为期一年的活动时间里，执行规定的任务活动，在Z:IN品牌与顾客之间担当沟通渠道的角色。

其它活动 海外室内装饰探访、每月进行的“Z:IN 生态教室”、1年任期结束后本人有意愿者可参加“荣誉 Z:ENNE 活动”等提供各种各样的机会，以扩大与各位 Z:ENNE 的沟通。

通过电视节目介绍Z:IN品牌

LG Hausys 赞助了电视剧等电视节目的装饰材料及摄影场所，而且还做了一些PPL活动，通过间接的方式让顾客熟悉我们的产品和品牌。

[Z:ENNE的主要角色及活动]

Z:ENNE 家庭主妇论坛



为顾客需求代言及提出改善方案

是为了给顾客提供更加环保、更加健康的生活环境，对Z:IN的产品和服务提出意见的**生产型消费者**。

- 参加品鉴会、FGD*、问卷调查
- 提交VOC年度报告

*FGD: Focus Group Discussion



Z:IN相关的线上线下宣传活动

Z:IN相关的线上线下宣传活动是实践Z:IN的品牌价值即环保性、信赖性和专业性，并将其在线上线下进行传播的**品牌宣传大使**。

- 活动、SNS上宣传新产品信息
- 展厅、产品/服务体验 后记上传博文



从顾客的观点开发内容

从顾客的观点开发内容是从顾客的观点去观察Z:IN，对室内装饰的想法用讲故事的方式进行整理的**内容创意人**。

- 生活主题
- Z:IN网站/Z:IN博客载文(Z:ENNE报告等)

SPECIAL ISSUE

全世界地标建筑里的 LG Hausys 豪美思材料

LG Hausys 的优秀产品已经应用于世界各国的许多建筑里，受到用户的广泛好评。大家可以在韩国、美国、中国以及世界各国的许多建筑里看到 LG Hausys 的产品。



布鲁克林博物馆(美国纽约)



歌剧院(中国广州)

东方明珠塔(中国上海)



9th Z:ENNE



Engaging With Our Local Communities

参与地区社会的发展

LG Hausys 以实现与社会的共生发展为宗旨，积极利用企业和员工的力量，开展与公司业务特点有关的社会贡献活动。

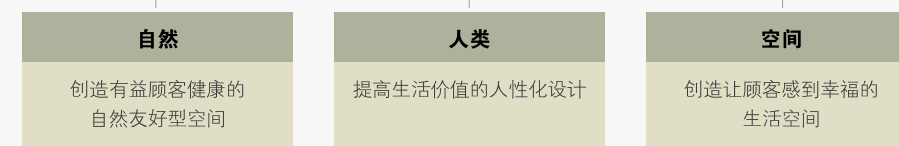
LG Hausys 通过开展创造幸福空间、幸福设计爱心分享、独岛天然保护区守护者等特色活动，向社会传播幸福的变化。



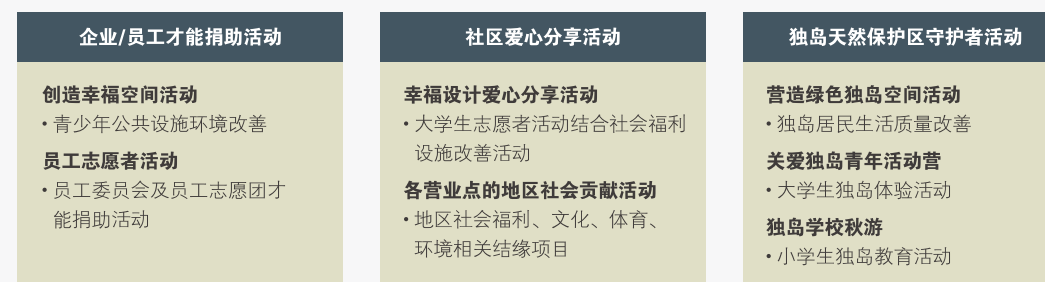
社会贡献愿景体系

LG Hausys 正在开展同时为大自然和人类创造价值的社会贡献活动，尤其是积极利用环保产品和公司员工的力量，为地区社会开展各种奉献活动。

愿景
“创造与自然相融合的人类幸福生活空间。”



“对自然和人类空间带来幸福变化的社会贡献活动”



公司/员工才能捐助活动

LG Hausys 秉承企业的社会贡献精神，为创造幸福空间积极开展奉献活动。我们从2009年开始实施了改善青少年公共设施的创造幸福空间活动，并且结合创造幸福空间活动开展员工的志愿者奉献活动。

创造幸福空间活动

为了帮助未来的主人公青少年实现梦想与希望，LG Hausys 以青少年公共设施为对象，利用公司特有的产品、施工、设计等力量开展了改善设施环境的创造幸福空间活动。

[2014年度创造幸福空间活动]

- 12号店 仁川广域市 “Dichahill”**
创造幸福空间社会贡献活动的第12个对象是位于仁川广域市的儿童生活空间 “Dichahill” 。
LG Hausys 与LG Display联合捐建了电子图书馆。
- 13号店 工业塔青少年文化之家**
2014年12月在蔚山工厂的主管下进行了第13个创造幸福空间活动。本次活动的对象是位于蔚山市南区的工业塔青少年文化之家，将地区居民经常使用的多功能厅老旧设施进行了改善。

[创造幸福空间活动]

- 2009**
 - 1号店 高阳市: 日山霍尔儿童福利城
 - 2号店 首尔市: 江东千户地区儿童中心
- 2010**
 - 3号店 清州市: 东山地区儿童中心
 - 4号店 首尔市: 永登浦, 永登浦社会福利馆
- 2011**
 - 5号店 城南市: 草原学院
- 2012**
 - 6号店 首尔市: 铜雀青云育幼院
 - 7号店 蔚山市: 归福地区儿童中心
 - 8号店 清州市: 佳景地区儿童中心
- 2013**
 - 9号店 蔚山市: 南区综合社会福利馆
 - 10号店 安山市: 野花青少年世界
 - 11号店 清州市: 玉山地区儿童中心
- 2014**
 - 12号店 仁川市: 中区Dichahill
 - 13号店 蔚山市: 工业塔青少年文化之家

社区爱心分享活动

为了传递对社区弱势群体的关爱，LG Hausys 开展了各种爱心奉献活动。通过各营业点的社会贡献活动和幸福设计活动，为社会和环境提供必要的资源。

各营业点的主要社会贡献活动

LG Hausys 的员工们针对蔚山和清州工厂附近的地区社会积极开展促进了发展、保护环境的社会贡献活动。

幸福设计爱心分享活动

LG Hausys 和首尔设计中心协同富有设计才华的大学生、设计行业从业者以及 LG Hausys 的顾客组织ZENNE会员一起开展了对首尔地区老旧的社会福利设施进行改善的市民参与型社会贡献活动。

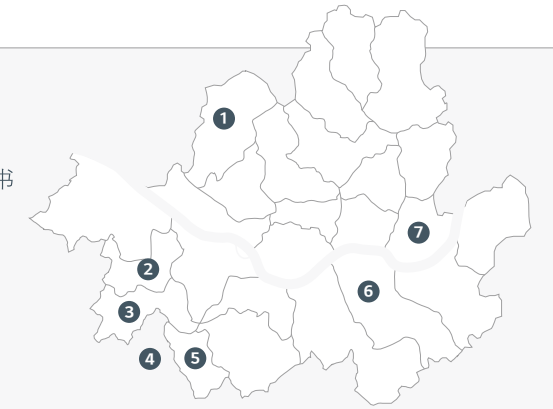
【各营业点的主要社会贡献活动】

营业点	活动	内容
蔚山工厂	回夜江水质调查	在蔚山工厂附近回夜江的13个地点进行6个项目的水质检查
	大云山净化活动	通过与清静蔚山推进团(蔚山市政府下属)合作, 共同开展自然保护活动
	打造温暖的家	为地区的孤寡老人中接受政府救济者以及生活困难户11户改善供暖设施
清州工厂	爱的互助	为新光老人疗养院捐赠泡菜冰箱、洗衣机、轮椅专用电子秤
	救护美湖川	与锦江流域环境厅合作开展美湖川环境净化活动
	贫困家庭儿童援助	与草绿雨伞儿童财团合作资助贫困家庭儿童的基础生活费
	送递爱的蜂窝煤	与忠清北道蜂窝煤银行合作为孤寡老人送蜂窝煤
	分享幸福泡菜	以地区内的保育院及老人福利设施为对象开展泡菜奉献活动



幸福设计爱心分享活动

LG Hausys 和首尔设计中心在2014年通过开展幸福设计爱心分享活动，对7个设施(衿川青少年休息中心、大爱地区儿童中心、林中地区儿童中心、长寿老年活动中心、岩美新月儿童中心、松风福利中心、首尔市立儿童图书馆)的环境进行了改善，共有105名设计奉献志愿者参加了活动。



① 立儿童图书馆

赞助了社稷洞首尔市立儿童图书馆新建的“童话表演体验馆”设计环境改善项目。

② 岩美新月儿童中心

为位于新月洞的岩美新月儿童中心绘制了壁画。

③ 九老区立长寿老年活动中心

为九老区立老年活动中心进行了家具组装、涂色及室内壁画绘制等工作。

④ 林中地区儿童中心

在位于光明市所下洞的林中地区儿童中心，Z:IN墙纸和地板将孩子们的生活空间进行了翻新。

⑤ 衿川青少年休息中心

在位于衿川区加山洞的衿川青少年休息中心进行了纱窗安装及壁画绘制等翻新活动，改善了舒适的学习环境。

⑥ 松风福利中心

在位于松坡区风纳洞的松风福利中心进行了室外壁画绘制等翻新活动。

⑦ 大爱地区儿童中心

对位于君子洞的大爱地区儿童中心外观和内部空间进行了改善，营造了舒适的学习环境。



独岛自然保护区守护者活动

LG Hausys 开展了保存独岛自然文化遗产的营造绿色独岛空间活动，而且为了让未来一代能正确了解独岛的价值，还开展了关爱独岛青年活动营和独岛学校秋游活动。LG Hausys 作为守护自然保护区独岛的文物遗产的企业，今后将继续为守护独岛而做出更多努力。

营造绿色独岛空间活动

为了保存自然保护区独岛美丽的自然环境和景观，同时提高独岛居民的生活质量，LG Hausys 开展了改善独岛内主要设施的活动。

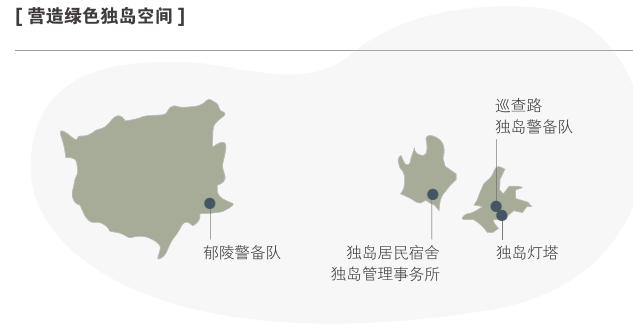
关爱独岛青年活动营 / 独岛学校秋游

为了增加对独岛的了解、培养守护和关爱独岛的未来一代，LG Hausys 开展了以小学生及大学生为对象的独岛教育活动。

关爱独岛青年活动营 内容包括独岛访问、与独岛守护者交流、专家讲座、执行关爱独岛实践课题、大自然探访等能够让大学生直接或间接体验的各种活动。尤其在2014年韩国宣传专家徐敬德教授参与该活动，针对如何对韩国领土独岛进行更有效的宣传进行了深入的探讨。

独岛学校秋游 为了纪念独岛之日(10/25)，在位于独立纪念馆的独岛学校以小学生为对象进行了独岛教育活动。活动以独岛的动植物和历史故事、制作独岛模型、关爱独岛运动会等小学生喜爱的方式了解独岛。

【营造绿色独岛空间】



- **独岛警备队**
 - 2009 体育馆/电脑机房/餐厅更换地板(地砖)
 - 2010 内务班地板(地砖)及墙面(墙纸)环境改善及捐助物品
 - 2011 厨房环境改善(地砖等)及捐助厨具
 - 2012 作战室/客房/走廊地板(地砖)及墙面(装饰膜)环境改善
 - 2013 监控室地板(地砖)更换
 - 2014 新闻室地板(地砖)更换及捐助家用电器
- **巡查路**
 - 2009-2014 设置和维修安全围栏(使用“WOOZEN”)
- **郁陵警备队**
 - 2013 本部大楼及派出所地板(地砖)/涂装(墙纸)施工
 - 2014 本部大楼及派出所地板(地砖)/涂装(墙纸)施工捐助取暖用品
- **岛居民宿舍**
 - 2011 为西岛居民宿舍扩建捐赠建筑材料(窗户/墙纸/地板革等)
- **独岛管理事务所**
 - 2013-2014 捐助家用电器
- **独岛灯塔**
 - 2011 捐助空调设施
 - 2013 捐助家用电器
 - 2014 捐助家用电器及运动器械



SPECIAL ISSUE

通过参与民政合作项目(PPP*)，为地区社会创造价值

LG Hausys 与政府及地方机关单位合作，积极利用公司的业务力量和基础设施，对地区社会老旧的居住环境进行改善，为居民提供更加环保、更加舒适的生活空间。

首尔市住房能源效率化项目(BRP)

住房能源效率化项目是通过更换窗户、隔热材料、锅炉等设施来减少建筑物能源浪费的项目。LG Hausys 与首尔市就住房能源效率化项目签订了业务协议，通过首尔市的融资贷款支援，为更换门窗的顾客以最高8折优惠的价格供应产品。我们将通过卖场型门窗专卖店ZIN Window Plus、电视购物等渠道进入各种B2C市场，提供高隔热门窗、低辐射玻璃等节能产品，以引领门窗市场的节能新趋势。

参与绿色改造项目

绿色改造项目是由国土交通部主管的项目，旨在通过改善低能效老旧建筑的能源性能，解决能源供求失衡问题，降低能源费用负担。LG Hausys 通过高隔热门窗等高效产品，对扩大绿色改造项目做出贡献。2014年共进行了107个门窗更换项目，完成了绿色改造工程整体目标的约50%。2015年我们将与济州岛签订业务合作协议，大力推动济州岛地区的绿色改造活动，带头供应绿色环保的建筑材料，提高建筑的能源效率。

*PPP: Private-Public Partnership



关爱独岛青年活动营



可持续经营

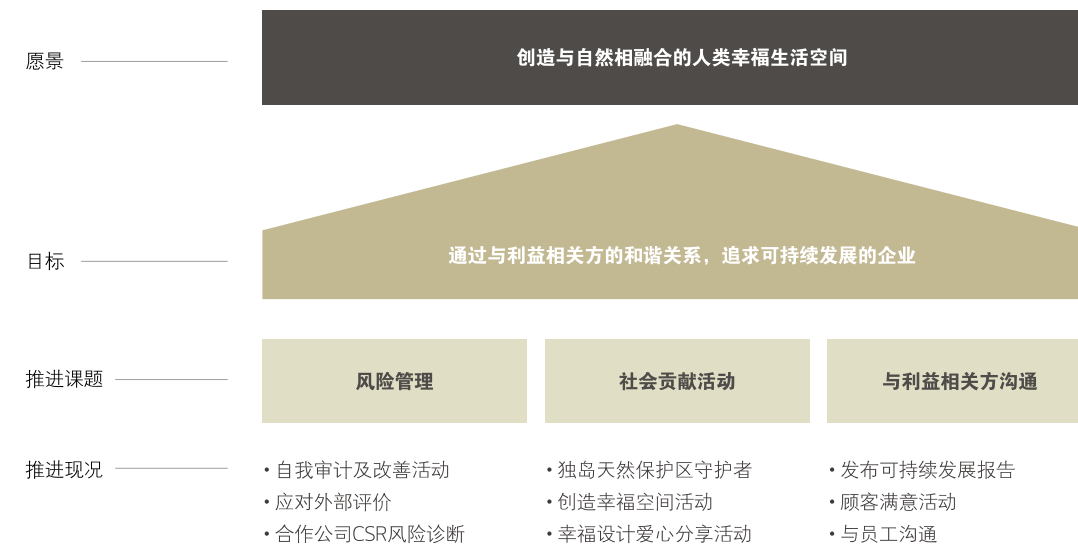
为了实现可持续发展，LG Hausys 积极参加应对气候变化及环境保护活动，对提升环境方面的价值给予高度关注，通过开展对大自然和人类空间带来幸福变化的各种活动来切实履行企业的社会责任。作为一家全球性的跨国公司，今后我们将持续开展相应的可持续发展经营，为成为深受顾客信赖和尊敬的企业做出不懈努力。

可持续经营体系

LG Hausys 通过建立可持续经营体系，为切实履行企业的社会责任而做出努力。我们以自然、人类和空间为基础制定了公司的愿景，并建立了促进可持续经营的体系。同时，为了成为深受社会信赖的企业，我们确立了以公平公正为核心的控股结构和正道经营体系，并贯彻落实到整个营业活动中。

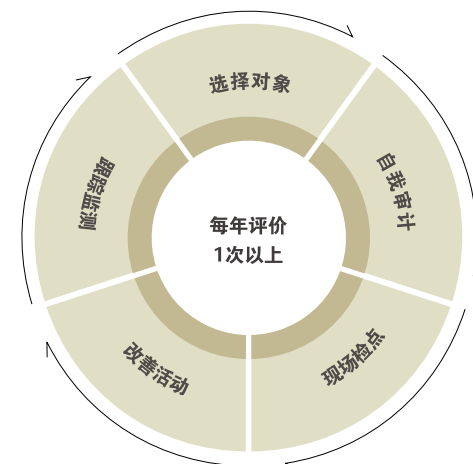
促进可持续经营的体系

LG Hausys 以“创造与自然相融合的人类幸福生活空间”为愿景，坚持推进可持续经营。我们希望通过风险管理和为利益相关方提供差异化价值来履行企业的社会责任。



风险管理

LG Hausys 通过每年实施CSR自我审计来发现可持续经营相关的风险并进行改善。我们对控股结构、伦理经营、共同成长、公正交易、顾客价值、社会贡献、工作条件/人权、安全保健、环境经营9个项目进行审计，并共享审计结果。尤其2014年我们以韩国国内以及中国、美国的生产工厂为对象实施了审计，对蔚山工厂进行了现场检点。通过审计预测和发现的风险与现场相关部门进行共享，进行改善和跟踪监督。



SECTION
 供应商CSR风险审计 →
 扩大供应链CSR
 58p

社会贡献活动

LG Hausys 依托企业的业务特点，开展了独岛自然保护区守护者、创造幸福空间、幸福设计爱心分享等社会贡献活动。我们立足社会的要求和对企业经营活动带来的影响，积极履行企业的社会责任，努力改善与地区社会的关系。

SECTION
 参与及发展地区社会
 32-37p

与利益相关方沟通

LG Hausys 将主要的利益相关方分类为顾客、股东及投资者、业务伙伴、员工和地区社会，通过与利益相关方渠道的互动沟通，努力实现可持续发展经营，并且通过可持续发展报告、营业报告、环境信息公开等方式来公开可持续经营成果。今后，我们将加强面向利益相关方的CSR宣传和培训，通过更加透明的信息公开来进一步拉近与利益相关方的关系。

SECTION
 以利益相关方为导向决定报告内容
 60-61p

TABLE
 找出关键问题的过程
 60-61p

可持续经营成果及未来计划

为了对可持续经营成果进行系统化管理、设定明确的方向，LG Hausys 制定了可持续经营路线图。据此，在2014年的董事会汇报内容里增加了“关于企业社会责任(CSR)活动的重要议案”，为可持续经营相关主题成为董事会讨论议题提供了根据。

TABLE
 控股结构
 42p

[可持续经营路线图]

2014	2015	2016-
建立CSR体系 建立CSR支援体系 • 制定CSR战略 • 纳入董事会规定 加强CSR风险管理 • 实施LG自我审计 • 应对ESG、CDP等外部评价	加强CSR活动 引进国际CSR标准 • 可持续发展报告(G4.0) • 进入DJSI指数 供应商CSR风险管理 • 评估时引进CSR标准 • 自我审计及现场检点	CSR内置化 全面推行CSR变化管理 • 开设员工培训课程 • 管理核心CSR项目 加强战略性社会贡献 • 实施CSV活动 • 扩大员工参与

[2014年主要可持续经营成果]

韩国企业控股结构院 ESG评价	A等级 环境、社会部门行业第一
大民族经济研究所 韩中日社会责任经营优秀企业	入选<东亚30> 国内有9家企业入选
韩国标准协会可持续经营指数 (KSI)	建材行业第一

控股结构

为了成为深受利益相关方信赖的企业，LG Hausys 建立了公正的决策体系。从2014年起，我们开始在董事会上讨论社会责任相关议案，提高了可持续经营的执行力。

股东构成及权利

为了打造可持续发展的企业，LG Hausys 具备了公正、稳定的持股结构。股东可以行使各种股东的权利，关于主要经营内容的信息可在金融监督院电子公告系统、LG Hausys 主页等查询。

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

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、监督董事会成员职务执行的权利，对法令或条款规定的事项、股东大会上委任的事项、有关业务执行的重要事项等进行决议。CEO和董事会主席不能兼任，并且保障外部董事参与董事会，以确保决策的合理透明。

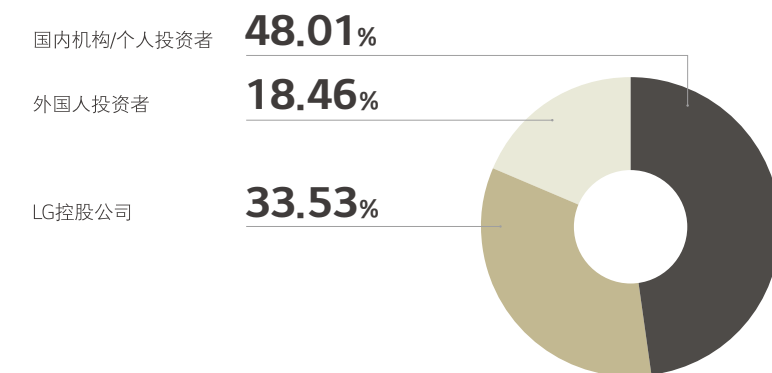
董事会构成现状 LG Hausys 董事会由2名内部董事和2名其他非常务董事、3名外部董事构成。

董事会及外部董事的选聘及角色 董事会选聘要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，并且在经营、建设、设计等方面拥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，并提出积极的改进意见。

区分	姓名	负责业务及主要履历	
内部董事	吴长洙	CEO	-
	金洪基	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	吴赞锡	韩亚金融控股公司外部董事	董事会主席
	金进坤	浦项理工大学化工系教授	董事会主席
	裴钟太	KAIST技术经营大学研究生院教授	监察委员会

2015.03.13 基准

[股东构成]



2014.12.31 基准

董事会活动内容 LG Hausys 董事会在2014年一共召开了9次，董事会成员出席率是100%。董事会上审议了事业计划批准等37项议题，其中批准30项，报告7项。

届次	召开日期	主要内容	董事会成员出席率(%)
1	2014.01.10	关于执行领导人事(方案)的批准及其它2项	100.0
2	2014.01.28	关于第5期财务报表的批准及其它4项	100.0
3	2014.02.21	关于召集第5期定期股东大会的批准及其它3项	100.0
4	2014.03.14	关于2014年董事报酬执行的批准及其它2项	100.0
5	2014.04.24	关于2014年第一季度经营成果报告及其它3项	100.0
6	2014.07.24	关于2014年第二季度经营成果报告及其它7项	100.0
7	2014.10.25	关于2014年第三季度经营成果报告及其它2项	100.0

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、物价上涨率以及外部董事报酬的对外竞争力等因素来制定报酬标准，然后提交股东大会获得董事报酬水平的批准，调整报酬时要提交董事会获得批准。

董事会内的委员会

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。监察委员会共由3名外部董事构成，且商法规定没有任何不合格事由。

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业务情况或查询公司的业务及财产状态。与此相关，可以书面形式向董事会提交就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汇报，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	2014.01.28	<ul style="list-style-type: none"> 2014年正道经营负责人工作计划 第5期财务报表汇报 第5期营业报告汇报 2013年内部会计管理制度运营实况汇报
2	2014.02.21	<ul style="list-style-type: none"> 关于对第5期财务报表及营业报告审计报告(方案)的批准 关于内部会计管理制度运营实况评价报告(方案)的批准 关于监察委员会对内部监视装置评价意见(方案)的批准

SPECIAL ISSUE

修改有关企业社会责任的董事会规定

为确保2014年向董事会汇报CSR活动的依据，LG Hausys 在董事会报告内容里增加了“关于企业社会责任(CSR)活动的重要议案”。LG Hausys 希望以此来提高高层对可持续发展经营的关注，加强CSR活动，开展对公司业务发展有益的社会责任活动。今后，我们将逐步扩大董事会上对可持续发展经营的探讨，争取在董事会里设置和运营可持续发展经营委员会。

现状

在董事会报告内容里增加了“关于企业社会责任的重要议案”项目

目标: 建立董事会可持续发展的经营决策流程



正道经营

为了切实履行对顾客、供应商、股东、员工以及社会的责任，成为受尊敬的企业，LG Hausys 一直坚持实践正道经营。

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，进行正当的竞争。

LG 正道经营主页
http://ethics.lg.co.kr/

伦理规范

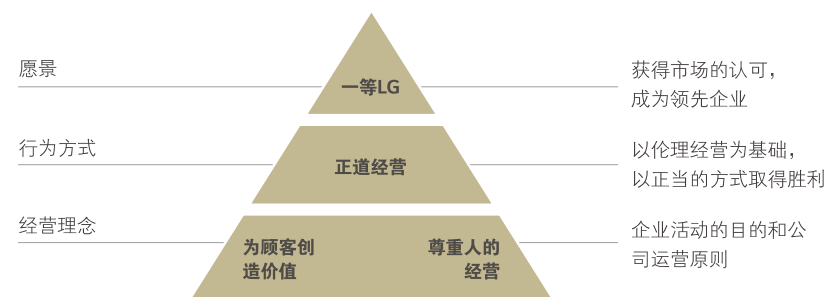
LG制定并实践伦理规范，作为所有员工都要遵循的正确的行动和价值判断标准。伦理规范制作成韩文、英文、中文手册，分发给各个法人。

LG Hausys 的正道经营

对 LG Hausys 而言，“正道经营”不是选择，而是企业生存的必要条件。为了防范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、为顾客提供更高的价值，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和业绩提供公平的待遇，实现“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，自主地去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]



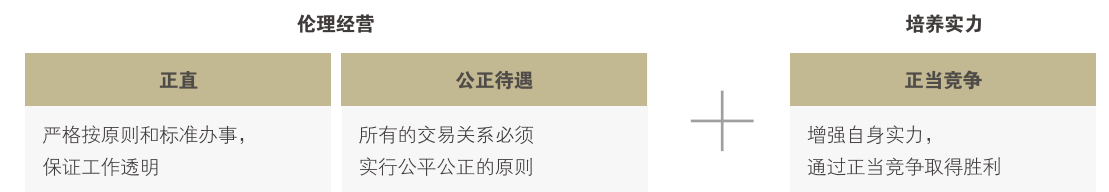
正道经营实践活动

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、正道经营教育等实践活动来实现正道经营。

1. 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。

2. 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益相关方提供的钱财及谢礼。如果在不得已的情况下收受了利益相关方的钱财或礼物，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。

3. 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。



4. 正道经营培训和宣传活动 LG Hausys 每年都会对员工进行业务及职务相关的正道经营培训。不仅如此，还对供应商及代理店传播伦理经营，争取每三年最少得到一次以上正道经营相关的培训。2014年我们在中国、俄罗斯、欧洲的海外法人也加强了正道经营培训和宣传活动，而且为了保证继续实施正道经营培训，还在各个法人培养了内部讲师。今后，我们将继续扩大正道经营培训和宣传，使正道经营成为所有员工和供应商自发参与的行为原则，通过进一步提高正道经营水平，努力成为引领道德性企业文化的先进企业。

科目	单位	2012	2013	2014
培训次数	次	41	32	37
参与员工	名	2,218*	2,865	4,460

* 2012年报告数值(401名)和该年度参加线上培训人员数合算后再重新报告。

[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	公平经营
第三章	公正交易
第四章	员工的企业伦理
第五章	对员工的责任
第六章	对国家和社会的责任

运营环保又安全的工厂

随着社会对企业活动的环境影响和安全的工厂越来越关注，LG Hausys 秉承以人为尊的精神，实践追求自然与人类和谐交融的“绿色经营”。

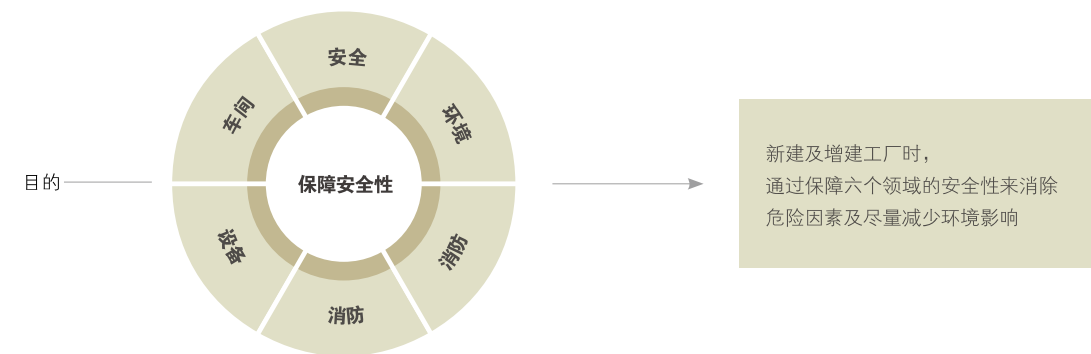
绿色经营哲学

LG Hausys 的绿色经营是指以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绿色经营的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。

LG经营理念	【安全环境保健方针】
LG经营宪章	公司的角色/ 公司为了在发生灾难和事故时保护人身财产安全和地区社会环境,不断培养和支援人力物力资源,同时为构建安全的社会、保全清洁的环境起到带头作用。
LG伦理规范	组织的角色/ 各组织将安全、环境和保健相关的经营目标视为和业务成果同样重要的水平,制定和实施将危险有害因素、环境影响降至最低的目标。
LG环境宣言	员工的责任 员工严格遵守法律和公司规定,防止安全环境事故的发生。
安全环境保健方针	成果公开 公司将安全、环境运营成果向顾客、地区社会和利害关系公开,以打造透明的交易平台。
	供应商支援 公司支持供应商参与公司的安全、环境、保健活动。

运营安全环境委员会

LG Hausys 成立了安全环境委员会，在新建及增建工厂前事先对安全环境相关法规进行研究，找出可能发生的危险进行审核。



【各领域主要检查内容】

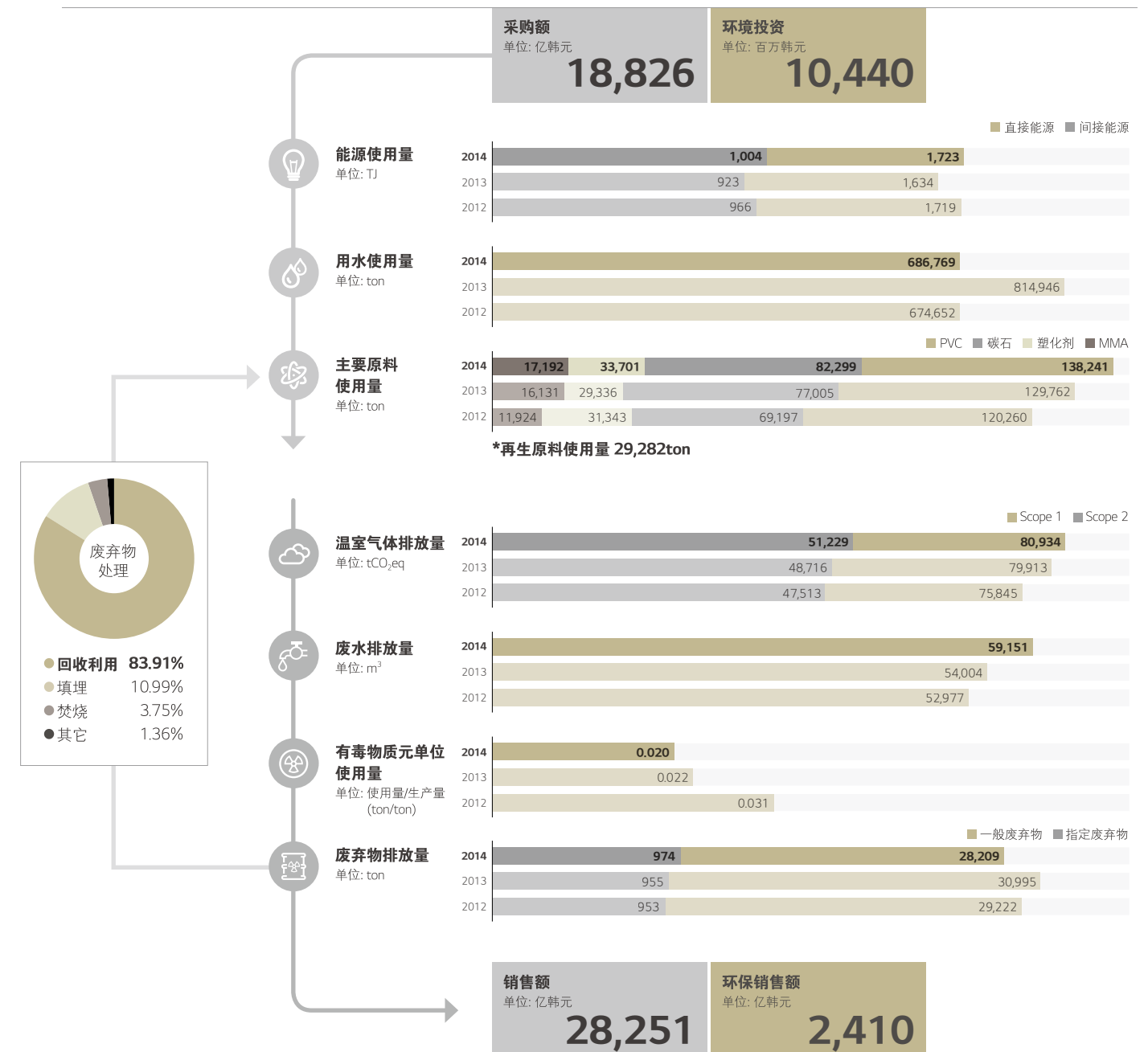
安全	消防·危险物	环境
<ul style="list-style-type: none"> ·PSM、有害危险防止计划书等批准是否一致 ·狭窄、切割、导电危险性及防爆设备适当性 ·车间环境(通道、光照度、粉尘、油蒸汽等) ·防护器具置备及管理状态等 	<ul style="list-style-type: none"> ·建筑消防(防火区划等)施工合理性 ·消防设施(电气、机械)施工合理性及工作状态 ·危险物批准事项与现场是否一致 	<ul style="list-style-type: none"> ·是否安装相关大气排放设施及防范设施 ·是否相关有害化学物质处理设施 ·是否有废水排放设施 ·是否安装土壤防污染设施 ·其它环境法规批准事项是否一致

环保工厂

LG Hausys 为了最大限度降低各种对大气、水质、土壤的污染物排放量，做出了多方面的努力。

大气环境管理 将原有的大气防止设施替换成高效率设施，构建了监测系统，以提前预防大气防止设施的非正常运作。	水质环境管理 为了正确处理工厂产生的废水、预防非点污染源污染河川，安装和运营了非点污染源处理设施。	有害化学物质管理 为了减少有害化学物质的使用量，积极开发替代物质，并且设置和管理安全设施，以防止工厂内因化学物质而发生火灾或爆炸事故。	废弃物管理 从2008年开始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、挖掘回收利用企业等方式，努力实现工厂内产生的废弃物做到100%回收利用。
--	---	---	--

【LG Hausys 环保工厂运营概念图(Material Flow)】

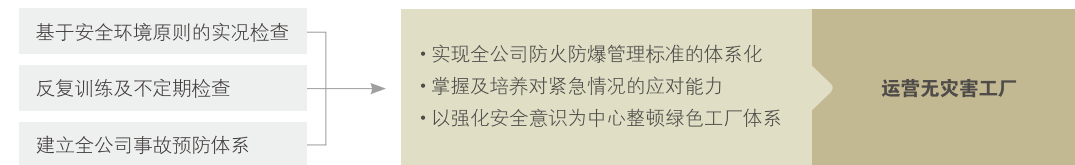


安全的工厂

最近因为国内大型安全事故频发，使得 LG hausys 内部也高度关注加强安全活动的必要性。公司通过增强相关组织体系，扩大对改善预防设施的投资，为做好事事故预防做好完全的准备。



未来计划



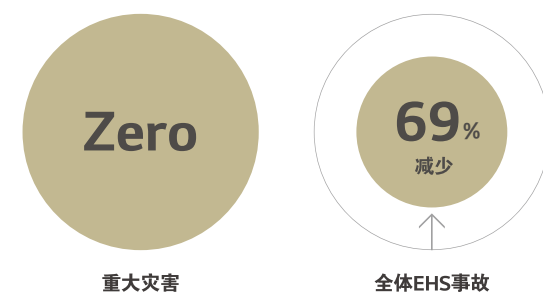
进行对化学物质的教育及宣传活动

LG Hausys 以工作中使用有害化学物质的人员为对象，进行有关化学物质的定期/特别安全教育，为了在发生泄漏事故时，将附近地区居民的损失降至最低，每年进行一次以上的紧急疏散及行动要领等教育宣传活动。另外，为了预防化学物质泄漏事故，采取了在储罐周边设置放流设施及沟渠、将有害化学物质管道拉到地上、设置有害化学物质出入库注意标志板等积极的设施改善活动。

实施综合消防训练

为了在火灾发生时做到初期灭火并将损失降到最低，LG Hausys 在各个生产工厂及研究所实施消防训练。消防训练的内容由灭火器使用法、火灾传播、初期灭火应对、紧急疏散、人命救援应急处置、外部灭火及火灾现场安全状态确认和恢复过程构成。通过定期·不定期检查，提高工厂内对火灾事故的警惕心，掌握对紧急情况的应对能力，使火灾预防成为习惯，建立安全的工厂环境。

[安全工厂的运营成果]



应对气候变化

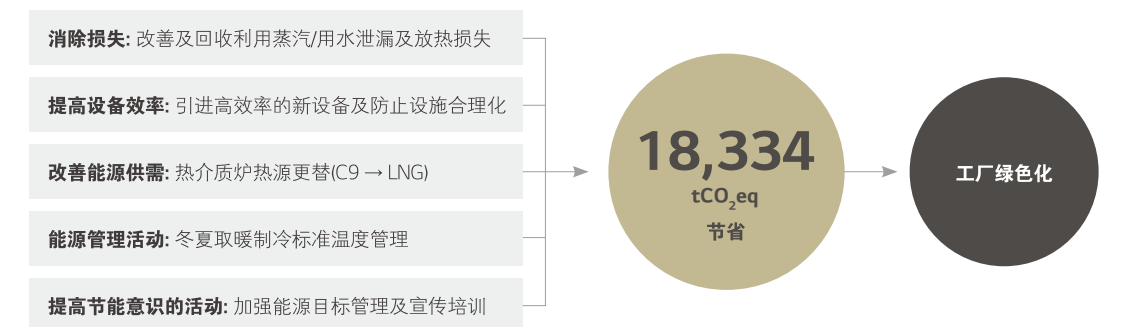
对于气候变化风险，LG Hausys 以制定积极的绿色经营战略、实现节能活动及绿色伙伴关系活动，积极应对气候变化。我们将通过持续开展生产工艺的效率化和节能减排活动，努力实现应对气候变化的工厂绿色化。此外，我们作为从2015年1月1日起适用的温室气体排放权交易制对象企业，除了内部的减排活动以外，还计划引进新再生能源及外部热源，开展各种各样的温室气体减排活动。

气候变化中长期战略



节能特别工作小组

LG Hausys 以国内的工厂为对象，成立了节能特别工作组，并实施了全员参与的节能活动。



[节能]

区分	单位	2012	2013	2014
节能投资费用	百万元	1,881	2,734	3,641
全年节能效果	节能量	TJ	192	364
	节省金额	百万元	2,027	6,458

为员工创造价值

招聘优秀的人才、发掘员工的能力也是成为领先市场企业的关键因素。LG Hausys 为了增强员工的能力，设置了各职级和职务的培训项目，努力将员工培养成国际化人才。

人才面貌

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

LG Hausys 以尊重个人创意和自律的文化为基础制定公司的人事原则，努力培养符合公司要求的人才。

价值创造的源泉	运营方式	执行的基本思维
尊重个人创意和自律 <ul style="list-style-type: none"> 重视个性和多样性 尊重自律性 	按成果支付薪酬 <ul style="list-style-type: none"> 对实现的成果给予公正的薪酬 按个人和组织的贡献度定薪酬 	提供公平的机会 <ul style="list-style-type: none"> 尊重成员的能力和资质 提供公平的机会
	重视能力 <ul style="list-style-type: none"> 以个人能力为准进行培养、 制定和运营必要的条件及步骤 	长期观点 <ul style="list-style-type: none"> 人事相关的决策及活动要长期、有一贯性地推进

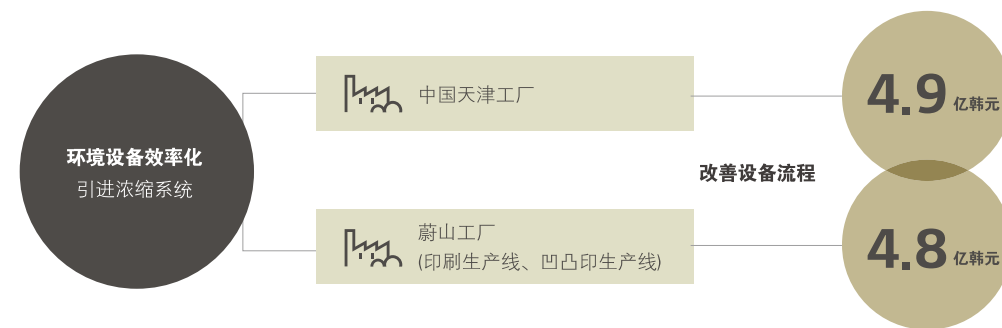
人才培养

LG Hausys 将人才培养视为成为领先市场企业的必要条件，按照各个职级和职务系统化地开展人才培养活动，人才开发中心位于中林洞忠贞路。

培养事业家	<ul style="list-style-type: none"> 未来骨干事业家培养课程 主任级核心人才「HPI(High Performance Individual)」: 学习业务基本技能 <ul style="list-style-type: none"> - 第一年经营战略、第二年市场营销、第三年企业运营 经理、高级经理级核心人才「Biz/Pro Talent」: 增强基于业务的战略性洞察 <ul style="list-style-type: none"> - Biz Insight WS、市场领先研讨会等 中长期研修派遣: 国际MBA、国内MBA、博士学位课程、国际设计专家课程
加强职务专业性	<ul style="list-style-type: none"> 为提高核心职务必备能力的工程师、研究员、销售/营销人员培训课程 不同职业群体为提高现职业业务成果为目的，通过与工厂和研究所联系，开设和运营职务必修培训课程 课程 <ul style="list-style-type: none"> - 市场销售(人才开发部门主管): B2B/B2C营销战略、顾客管理、销售洽谈等 - 工程师(工厂主管): 工程师基础课程、产品开发设计课程、成本管理课程等 - 研究员(研究所主管): 实验计划法、材料工程学、分析化学、流变学等
国际化能力	<ul style="list-style-type: none"> 为扩大海外业务的国际人才培养课程 从新员工到海外法人派遣对象，针对不同阶段的员工开设和运营中国业务所需的语言能力提升课程以及针对海外法人派遣员、本地员工的培训课程。 课程 <ul style="list-style-type: none"> - Young China Talent, Semi-Intensive Chinese

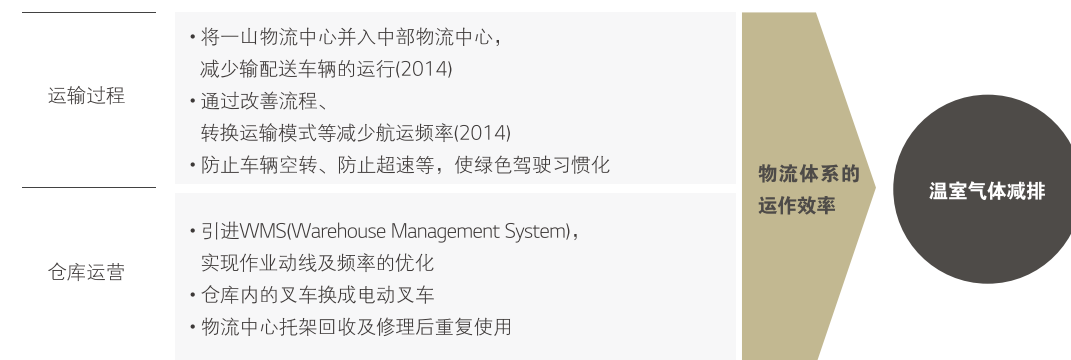
改善设备流程

LG Hausys 为了加大温室气体减排力度，重新构筑了能源使用量大的焚烧式大气防止设施(RTO)运营流程。利用浓缩器将排放气体浓缩成高浓度后，将其流入焚烧设施，减少风量，达到节省能源费用的效果。



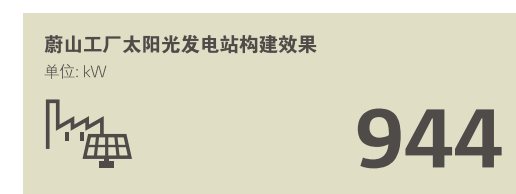
运输过程

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。



构建蔚山工厂太阳光发电站

经过SUBONE的施工，LG Hausys 在蔚山工厂的屋顶上建设了太阳光发电站，从2020年开始将自SUBONE手中无偿回收发电设施。通过944kW的该发电机组，我们可有效减少碳排放量，为国家的能源政策做出贡献。



扩大及支援女性人才

LG Hausys 为了保证女性员工的职务稳定性而实施了多种制度。通过实施育婴假、自律上下班等制度，帮助女性员工维持工作与家庭的平衡，还通过时间选择制聘用等制度，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干部培养。

员工薪酬体系

为了通过建立领先市场的组织文化、提高执行力来实现业务成果的最大化，LG华奥斯制定了立足于绩效主义的考核制度。我们以尊重员工个人创意和自律的成果主义人事原则为基础，实施具有竞争力的工资及奖金制度。

绩效评价及薪酬

LG Hausys 对绩效进行定期的沟通和指导以及通过每季度考核来强化目标执行力。此外，我们还成立新的考核审议委员会，除了对个人的业绩和能力，还综合考虑对业务的贡献度、组织的特殊性等因素进行公证的考核。同时，为了提高客观公正的考核能力，我们还实施了加强考核人考核能力的培训。

薪酬体系以成果主义原则为基础，采用累积式和非累积式体系。累积式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，非累积式则有角色薪酬制、经营成果及卓越绩效奖励制度On-Spot Incentive、销售奖金制度和部门奖励等各种褒奖制度。此外，还有研发奖励、Design Jump、解决方案共享等R&D及革新活动的各项课题奖励制度等，加强了“高绩效、高薪酬”的成果主义人事原则。

福利待遇

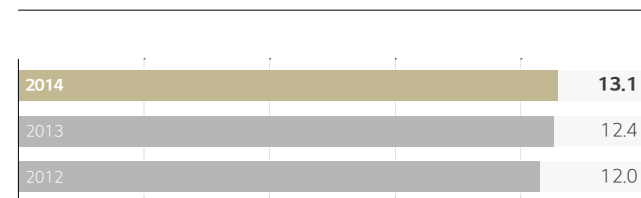
LG Hausys 为了营造让员工满意的工作环境，运营全方位的福利待遇制度。通过提供精神稳定的咨询活动和保障员工健康的健康管理活动，让员工的身心更加稳定，能够全身心地投入工作。

员工咨询项目

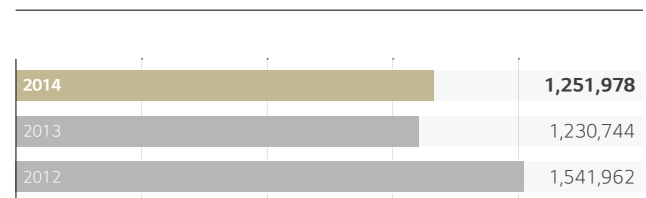
LG Hausys 为了建立“有趣(Fun)”的组织文化，认识到员工之间的相互理解和员工本人心理稳定的重要性。为了提升员工心理上的安全感和稳定感，实施了EAP专业咨询、产业咨询、Happy Talk等各种咨询机制。

项目	主要活动	具体活动	实施次数
EAP 专业咨询	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"> -提升员工之间的沟通能力 -矛盾的应对处理 	189次
产业咨询	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 苦衷及经历管理 EAP咨询连接支援 	122次

[女性员工比率] 单位: %

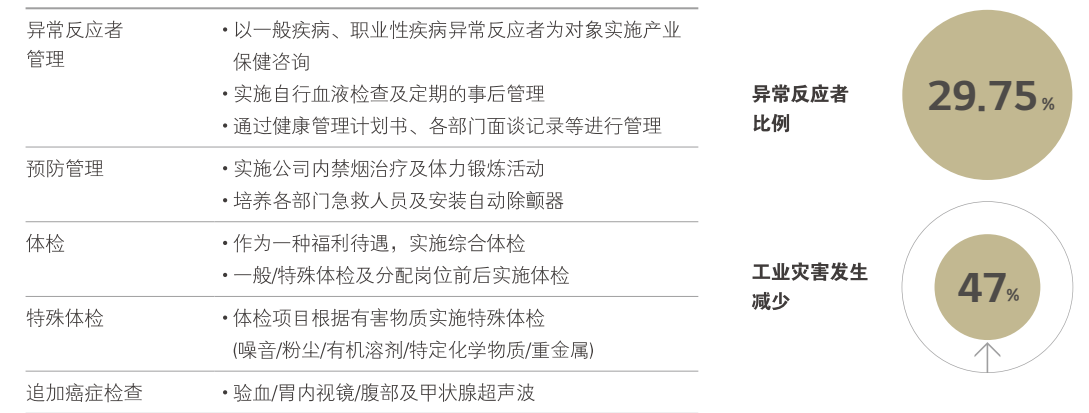


[员工人均培训费用] 单位: 韩元



员工健康管理

LG Hausys 以员工的安全和保健作为企业的优先价值，在各个工厂实施与此相关的各种教育、训练和审计。



组织文化革新

为了成为被顾客认可的领先市场企业，LG Hausys 建立和执行了自己特有的工作文化F4。同时，还通过实施职员共建委员会、We HA 女、Hamimo、Idea Tress等员工参与活动来追求组织文化的革新。

2014年组织文化革新推进现况

LG Hausys 以制定领先市场组织文化概念、工作文化F4部门扩散活动、未来准备活动基础建设为中心，推进了组织文化革新。2015年我们将通过工作文化F4的个别内置化来使其进一步巩固，并为实现中长期发展而强化未来准备活动，以此为中心推动组织文化的革新。



遵守质量及产品责任

LG Hausys 制定“全球质量第一”的质量愿景，致力于为顾客提供最高的品质。从生产、销售到使用的全过程中，立足顾客，推进质量经营体系。

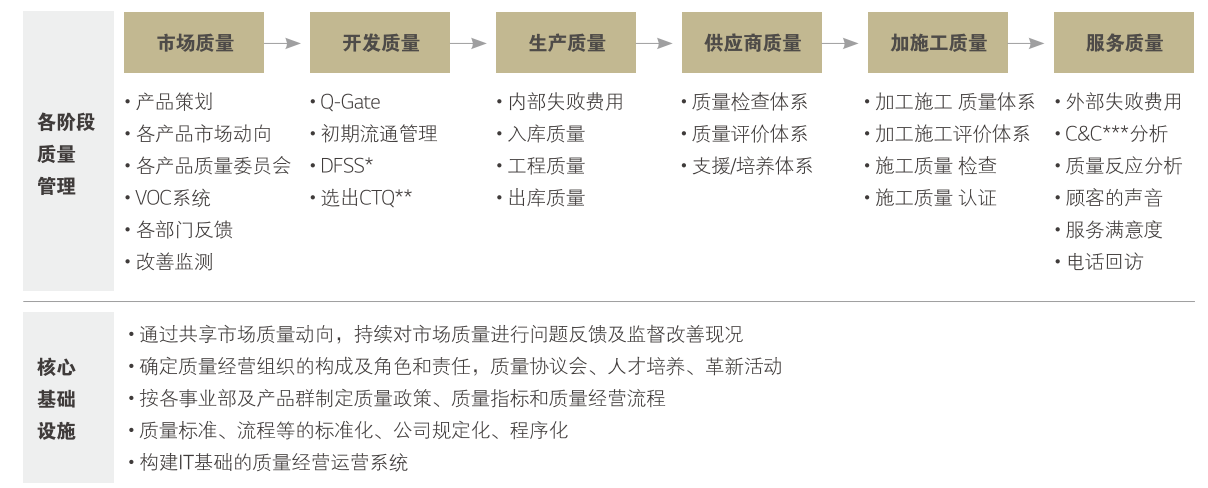
质量愿景及战略

2014年6月 LG Hausys 制定了质量愿景和战略, 按照最高执行官(CEO)的质量经营方针，从顾客的角度开展具有一贯性的质量政策，成为为顾客提供最高品质的企业。



质量经营流程

从产品策划阶段到服务，立足顾客角度，一以贯之地推进质量经营体系。



*DFSS: Design for Six Sigma, **CTQ: Critical to Quality, ***C&C: Claim & Complaint

未来准备活动

LG Hausys 积极营造一种以员工的自发性参与为基础准备未来的组织文化。

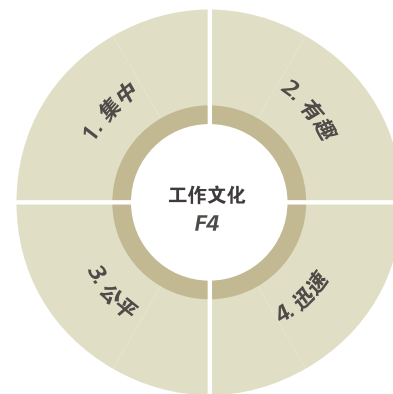
活动	内容
Idea tree	针对特定主题提出员工创意的创意挖掘活动
Hamimo	在新事业、产品、文化领域准备未来的创意征集活动
30's Talk, Knock Knock? Talk Talk!	为推进领先市场的组织文化而与管理层进行沟通的活动
和睦的时间	每周二、四中抽出一个小时的时间进行领先市场活动的组织文化活动
自发性学习小组	支持员工自发性地学习与业务相关领域的活动

工作的文化“F4”

为了营造一个让员工既能全心全意又快乐地工作，还能公正且快速地执行并创出成果的工作氛围，LG Hausys 制定了工作文化F4。

消除内部消耗，让员工能够集中于顾客价值/核心业务的文化

- 集中于顾客价值/核心业务
- 投入到达成共识的执行战略
- 消除业务上的无谓消耗
- 旨在解决问题的会议/报告



相互沟通和快乐、积极、有自信的工作文化

- 快乐、积极、有自信
- 认可、称赞、关怀的相互尊重
- 上下/左右活跃顺畅的沟通
- 营造富有创意和自律的工作环境

依靠正确的思维方式和堂堂正正的实力进行竞争的文化

- 正直而透明的工作方式
- 公正的待遇
- 培养实力，光明正大地竞争
- 为业务进行检查和改善

迅速激烈的执行和快速达成约定目标的文化

- 敏捷而激烈的执行
- 快速达成约定的目标
- 对于目标达成给予大力度奖励
- 快速决策
- 权责下放

与员工沟通的文化

LG Hausys 为了深化员工之间的沟通，开展了各种各样的活动。

活动	主要活动
职员共建委员会	为改善员工的工作环境、巩固组织文化而运营的职员协议会
We HA 女	形成女员工灵活的组织文化及鼓舞士气的沟通渠道
开心聊天	为了扩大与员工的沟通和共鸣，由部门的领导和职员进行对话的咨询制度

巩固质量经营的活动

LG Hausys 为了实现质量愿景，从产品开发到销售的整个过程里，开展了确立质量经营体系的活动。

新产品开发质量保证体系“Q-Gate” 不仅对创意(开发概念)的研究，从商品的策划阶段，到产品的生产和初期流动管理阶段，持续对质量进行控制。LG Hausys 为了给顾客提供更加优质的产品而不懈努力。

Q-Gate 1	Q-Gate 2	Q-Gate 3
产品Spec适度性检查 对开发部/研究所决定的标准，从质量部门的市场质量(顾客要求质量)角度进行检查	开发质量保证试验 为了保证新产品质量的可靠性而进行的质量保证试验	最终质量评估委员会 对开发过程各步骤的验证结果，由专门委员进行最终检查和评估

顾客观点的质量及产品改善“顾客的声音” 为了将通过各种渠道收集的“顾客的声音”更加有效地反映到经营活动中，我们构建和实施了全公司整合管理体系。而且，还向有关部门提供相关信息，以作为制定战略、市场营销、新产品、流通及物流等政策的依据。



SPECIAL ISSUE

市场质量共享会

为了深刻认识市场质量的重要性并积极进行管理，LG Hausys 实施了市场质量共享会。市场质量共享会是针对市场质量，收集和共享产品出厂以后各个阶段的现场意见和建议，以建立系统化的市场质量应对方式。我们计划先从门窗材料事业部开始，逐步扩大到全公司。

2013	2014	2015
启动市场质量管理活动	实施市场质量共享会	扩大及健康发展
• 共享宗旨/活动方案 • 制定报告周期及基准	• 门窗/装饰/高性能材料 • 争取隔月/季度定期化	• 扩大新流通部门 - 综合家装店、VOC等 • 加强监督及跟进

支援共同成长及共生

LG Hausys 为了建立与供应商的公正交易秩序、提高相互之间的竞争力，实施了共同成长支援机制和公正交易自律遵守活动。今后，我们将继续开展公司内部检查及相关法规培训，为实现共同成长而努力。

公正交易自律遵守活动 (Compliance Program)

公正交易自律遵守活动是公司自愿遵守公正交易相关法规的内部守法体系，通过为员工提示公正交易基准，预防员工的违法活动，并通过定期检查，早期发现和纠正违法活动。

LG Hausys 从2010年开始制定了公正交易自律遵守项目，公开了CEO的公正交易自律遵守意志，注册成为公正交易委员会建议的公正交易自律遵守实施企业。

活动	内容
室内检查	• 对主要事业部及工厂实施公正交易检查
法规培训	• 目的是提高员工的公正交易意识、传播公正交易文化 • 普及公正交易手册及教材 • 实施公司内外部定期培训
提前确认	• 对象为企划、销售、市场营销、采购、财务等所有业务领域 • 目的是避免违反竞争法规的事情发生 • 项目执行前由公司内部公正交易专业进行确认
分包交易内部审核	• 建立供应商交易时预防和监督不公正分包交易行为的体系 • 成立和运营包括采购负责人的“分包交易内部审核委员会”

遵守公正交易四大原则

LG Hausys 以公正交易四大原则为基础，开展了公正交易自律遵守活动。为了保证和中小型供应商承包业务的公正交易，公司设立和运营了承包交易内部审核委员会，规定一定规模以上的承包业务必须通过提前审核，以此来预防违反承包法的行为发生。



SPECIAL ISSUE

因违反承包法(禁止要求技术资料)而加强培训

2014年公正交易委员会判断在没有正当理由的情况下 LG Hausys 向供应商要求提供技术资料，违反了承包法(禁止要求技术资料)，责令改正。

LG Hausys 接受公正委员会的改正命令，为了防止违反承包法的事情再次发生，以技术相关部门及各工厂为对象实施了“禁止要求提供技术资料”的员工培训。此外，还将过去以“预防勾结垄断”为主要内容的公正交易培训中添加了“承包法”和“公正交易法”，以对员工进行更全面的培训。

2014年培训实施现况	对象人员	培训次数
承包	299名	9次
卡特尔及不公正交易	195名	9次

供应商共同成长活动

为了及时确保产品原材料及配件，LG Hausys 与1000多个供应商进行交易往来，2014年对工厂附近的当地供应商共支出了整体销售额的39%。LG Hausys 将供应商视为要共同成长的伙伴，为了提高相互之间的竞争力，运营了共同成长支援系统，并将支援范围进一步扩大到二级供应商。

供应商五大成长支援课题

LG Hausys 以金融支援、货款支付改善、质量/技术开发支援、人才/培训支援、经营支援等供应商五大共生支援课题为中心，与供应商建立良好的合作体系。

支援课题	支援课题	支援成果
金融支援	实施网络贷款、家族贷款、共生基金等，为供应商提供低息融资渠道。此外，对优秀供应商提供额外支援，以支持供应商建立完善的经济体系。	150亿韩元的共生基金 计划奖励评价优秀的供应商(福利商城积分) 综合评价奖励对象及奖励金额 以优秀供应商为对象提供供应商福利商城积分 (对象为综合评价优、质量评价优、FTA评价体系优、2级供应商支援优秀企业)
货款支付改善	按照资金执行基准，只有300万韩元以下的货款可用现金支付，但为了支持供应商的经营活动，大幅扩大了现金支付比率。	维持现金性支付100% 资金执行标准以为的现金支付金额为 1,804亿韩元
质量/技术开发支援	应商设备投资及改善支援、生产效益提升及质量稳定化支援、系统基础设施支援，以及为了技术保护而积极实施联合申请专利及技术委托制。	针对汽车材料配件供应商实施制生产创新咨询 (以7家公司为对象派遣专家)
人才/培训支援	以供应商的员工为对象，坚持实施FTA原产地管理、环境安全、质量等培训，委托LG仁和院实施一般经营业务及专门职务为主的网上培训。	LG仁和院网络培训120家公司123名听讲 韩国提案活动协会质量/生产效益提升培训 31家公司、84名人员听讲
经营支援	执行原材料公司供给制度: 为了有效应对原材料汇率及行情波动，对主要的化学原料及建筑原材料实行公司供给制度，即主要原材料由公司供应，以保证合理的供货单价。 交流活动支援: 通过各个工厂的分部委员会及时共享业务相关的敏感问题。另外，CEO及采购部门领导通过参加供应商恳谈会、亲自拜访等方式，听取当前面临的课题，并反映到经营活动中。 除此以外，我们还开展了优秀供应商奖励、财务机构精确评价、FTA原产地管理咨询等多种经营支援活动。	FTA咨询 • 对象: 4家公司 • 对象选拔标准 - FTA效果及出口比重高的对象 - 供应商的实际业务负责人认识到原产地管理的重要性并效果令人期待的公司 能源费用节省成果共享 • 对象: 家公司 • 成果共享事项: 水电煤气改善费用及成果 • 通过设备投资节省能源费用 • 通过能源诊断及共享来巩固总部与供应商之间的关系

扩大供应链CSR

LG Hausys 对供应商进行持续的环境影响评价，从整个企业结构着手努力推动环境保护。2015年开始，我们将全面扩大对顾客价值、正道经营、地区社会、安全保健、人权劳动、环境经营等CSR所有领域的评价。通过对供应商CSR活动的持续管理和评价，努力增强公司在整个供应链环节的CSR力量。

供应商环境影响评价对象数量

143 家公司

附录

60	报告内容的决定流程
62	数据摘要
66	第三方审验报告
68	GRI G4 Index

数据摘要

Financial Information

收益性指标 (单位:%)

主要财务报表	2012	2013	2014
销售额营业利润率	2.3	4.3	5.2
销售额净利润率	1.2	2.7	2.3
总资产收益率(ROA)	1.6	3.7	3.1
净资产收益率(ROE)	3.9	9.2	7.7

成长性指标 (单位:%)

主要财务报表	2012	2013	2014
销售额增长率	0.2	9.2	5.5
有形资产增长率	6.8	12.3	14.1
当期净利润增长率	△38.4	153.5	△12.0
总资产增长率	△8.5	9.8	5.4

* △为(-)数值

风险管理战略

LG Hausys 暴露在市场风险、信用风险及流动性风险等各种金融风险面前。全面的风险管理政策主要着重于将对财务成果的潜在性不利影响降到最低。

风险管理体系: 连接公司的金融部门与连接公司的现职部门紧密合作, 以识别、评估和规避财务风险。中央资金部门则提供关于外汇风险、利率风险、信用风险、衍生产品和非衍生产品的利用以及超过流动性的投资等特定领域的文件政策和对全面风险管理的政策。

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。

重要经济价值的创造及分配

分配对象	分类	单位	2012	2013	2014
股东及投资者	每股股利	韩元	1,000	1,800	1,800
	每股盈利(EPS)	韩元	2,852	7,230	6,359
	股利总额	韩元	100	180	180
员工	工资	亿韩元	2,110	2,574	2,725
	福利待遇	亿韩元	490	536	645
	退休金	亿韩元	145	183	268
政府	公司税及其它税金和公共费用	亿韩元	247	306	593
供应商	产品及服务采购	亿韩元	15,423	18,343	18,826
地区社会	地区社会投资费用	百万元	553	504	999

* 有按性别定工资等级

税收战略

LG Hausys 一直严格遵守韩国和各海外法人所在国家的税法及相关规定, 诚心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 在每年的审计报告里明示公司税费用、递延所得税及有效税率信息, 并通过金融监督院的电子公告系统进行对外公开。今后, LG Hausys 将继续诚信履行纳税义务, 确保纳税健康、透明, 努力成为受顾客尊敬的企业。

活动性指标 (单位:%)

主要财务报表	2012	2013	2014
总资产周转率	1.38	1.26	1.37
销售债权周转率	5.86	5.35	5.86
库存资产周转率	12.52	10.47	11.34
有形资产周转率	3.16	2.82	2.85

稳定性指标 (单位:%)

主要财务报表	2012	2013	2014
流动比率	133.6	115.3	129.7
负债比率	144.7	149.3	147.8
固定长期适合率	79.1	84.6	81.6
自有资产率	40.9	40.1	40.4

损益表 (单位:百万元)*

区分	2012	2013	2014
销售额	2,451,083	2,676,952	2,825,120
销售成本	1,923,078	2,062,076	2,150,788
总利润	528,005	614,876	674,332
销售管理费用	471,370	500,288	527,771
营业利润	56,635	114,588	146,561
非营业损益	△4,239	△22,371	△36,889
公司税扣除前净利润	52,397	92,217	109,672
公司税费用	13,505	19,500	45,943
终止营业损益	△10,369	△419	△140
当期净利润	28,523	72,298	63,589

资产负债表 (单位:百万元)*

区分	2012	2013	2014
流动资产	900,197	945,827	931,683
销售债权	418,163	458,083	482,143
库存资产	195,801	234,007	249,218
非流动资产	873,511	957,007	1,092,765
有形资产	774,610	869,800	992,493
预计出售资产	4,326	49,254	32,616
资产总计	1,778,034	1,952,089	2,057,065
流动负债	673,686	820,309	718,249
非流动负债	377,827	348,840	508,756
负债总计	1,051,513	1,169,150	1,227,004
资本金	50,000	50,000	50,000
资本盈余	618,208	618,208	618,208
其它资本项目	△8,188	△8,188	△8,188
综合收益总额	△18,808	△18,713	△16,609
利润盈余	79,788	137,051	182,964
非控制性股权	5,521	4,582	3,686
资本总计	726,520	782,939	830,061

* 合并基准

数据摘要

Environmental Information

主要原料使用量 (单位:ton)

区分	2012	2013	2014
PVC	120,260	129,762	138,241
碳石	69,197	77,005	82,299
塑化剂	31,343	29,336	33,701
MMA	11,924	16,131	17,192
总额	232,724	252,234	271,433

主要能源使用量

区分	2012	2013	2014
主要能源使用量 (单位:TJ)			
LNG	930.3	890.4	990.9
柴油	16.2	10.2	12.9
汽油	0.6	1.8	0.5
电	1,527.6	1,445.1	1,570.92
蒸汽	192.2	189.3	154.0
能源单位使用量 (单位:TJ/亿韩元)	0.129	0.112	0.112

各工厂的环境数据

区分	区分	清州			蔚山				
		2012	2013	2014	2012	2013	2014		
能源使用量	直接能源	TJ	40	46	77	926	877	928	
	间接能源	TJ	696	713	710	1,023	921	1015	
	能源使用总量	TJ	736	759	787	1,949	1,798	1,943	
用水量*		ton	110,271	93,238	93,445	564,435	721,708	593,324	
	温室气体排放量**	Scope1	tCO ₂ eq	2,040	2,332	3,923	47,676	45,181	47,305
		Scope2	tCO ₂ eq	30,210	31,107	31,625	49,703	44,738	49,309
		总排放量	tCO ₂ eq	32,250	33,439	35,549	97,379	89,919	96,614
大气污染排放量	NOx	ton	RTO设施部分排放		0.35	61.63	62.13	60.43	
废水排放量	废水量	m ³	1,313	1,107	3,606	51,664	52,897	55,545	
	BOD	ton	0.009	0.01	0.067	0.083	0.143	0.103	
	COD	ton	0.011	0.011	0.096	1.653	1.513	1.218	
	SS	ton	0.028	0.018	0.083	0.3	0.28	0.357	
废弃物排放量	一般废弃物	ton	11,604	12,364	14,190	17,618	18,631	14,019	
	指定废弃物	ton	308	395	415	645	560	559	
	回收使用量***	ton	10,530	11,421	13,106	16,245	16,075	11,364	
	回收使用率	%	88.4	89.5	89.7	88.9	83.9	77.9	

* 蔚山工厂水源: 地表水、上水道 / 清州工厂水源: 上水道、地下水、工业用水

** 不生产或在工程中使用蒙特利尔协议规定的臭氧层破坏物质。

*** 自2012年起, 不断推进塑料模板、异型材包装纸的回收使用协议等持续扩大包装纸的回收使用范围。

保护生物多样性

为保护生物多样性价值, 公司与太和江生态研究所联手从2009年开始在工厂内的水质管理室营造了濒危鱼种多刺鱼的生态环境。而且, 我们还针对工厂所在地蔚山郡地区环境造成影响的所有活动实施了符合ISO 14001条件的环境影响评价, 致力于环境保全。

Social Information

员工现况 (单位:名)

区分	2012	2013	2014	
全体员工	2,843	2,979	3,135	
雇用形式	正式职	2,786	2,902	3,050
	非正式职	57	77	85
社会	女性	342	368	412
	残疾人	52	52	55
	国家有功人员	79	82	89
年龄	20-29岁	332	432	552
	30-39岁	947	899	877
	40-49岁	954	980	1,009
	50岁以上	610	668	697
	职级	高层	18	17
	职员	2,825	2,962	3,116
工种	文职	1,834	1,918	2,043
	技职	1,009	1,061	1,092
地区	总部(首尔)	731	768	788
	清州工厂	591	595	634
	蔚山/温山工厂	1,059	1,081	1,101
	其它	462	535	612
新员工	男性	223	218	268
离职		62	68	

本地员工比率现况 (单位:%)

区分	2012	2013	2014
本地员工比率			
美国	96.2	96.5	96.5
中国	95.6	95.7	95.7

定期绩效评估及职业发展考核对象

区分	2012	2013	2014
考核对象员工(名)	1,766	1,857	1,878
考核对象员工比率(%)	99.00	99.50	99.60

员工安全 (单位:%)

区分	2012	2013	2014
工伤比率	0.11	0.54	0.45
异常反应者比率	31.29	31.16	29.75

育婴假现况

区分	2012	2013	2014
休育婴假的员工人数(名)	24	23	26
复岗率(%)	100	89	94
复岗后工作12个月以上的比率(%)	-	90	88

顾客信息保护

LG Hausys 根据“关于促进信息通讯网利用及信息保护等的法律”和“个人信息保护法”, 通过开展各种保安活动, 安全地保护顾客的个人信息。尤其对从事个人信息使用的员工, 另行进行个人信息保护教育。此外, 为了加强信息保护机制及组织力量, 我们制定了全公司层面的信息保护政策及长期路线图, 而且还成立了信息安全组织, 以增强工作执行力。

建立共同体的劳资关系

为了构建和实现参与和合作的劳资伙伴关系, LG Hausys 积极追求扁平的劳资关系。为此, 我们开展了加强沟通的管理层恳谈会和发展组织活力的活动。以2014年末为准, 技术职务员工加入工会的比率是99.8%。尤其对于安全保健, 共有35名劳资联合保健安全委员会代表开展相关活动。我们遵守强制劳动及儿童劳动禁止条款, 怀孕中的女性限制加班和夜班, 到目前为止, 还没有发生过违反强制劳动及歧视的事项。

对“2015年度 LG Hausys 可持续发展报告”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“2015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。本审验人对报告审验的结果负责,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 审验标准为基准,按审验类型一的中级审验水平(Moderate Level)进行了审验,并根据 AA1000APS(2008)² 审验原则核查了该报告是否符合包容性、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(全球报告倡议组织)G4 Guideline(可持续发展报告指南第四版)。

限制事项 本审验根据上述审验标准,对2014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采用审验类型一和通过抽样方式按照中级审验水平(Moderate Level)进行了核查。此外,现场审验是对总公司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报告进行了审验。
 • 确认该报告是否满足了GRI G4 Guideline的核心选项要求。
 • 以GRI G4 Guideline为基准,确认了该报告是否遵守了关于报告内容及质量的原则。
 • 通过媒体调研及标杆分析,检查了该报告中主要问题选择及技术内容的恰当性。
 • 针对该报告中记述内容的适当性和表达错误,通过与其它来源的比较分析等方法进行了检查。
 • 通过对总公司的现场审验,核实了主要数据及信息的根据,并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的核心选项要求。
 一般标准披露(General Standard Disclosures)确认了遵照核心选项要求进行编写,特定标准披露(Specific Standard Disclosures)则检查了通过报告项目决定流程得出的实质性问题(Material Issues)的DMA(Disclosure on Management Approach)及指标(Indicators)。

实质性问题	DMA & Indicators
拓展全球市场	N/A
提高产品研发能力	DMA-Products and Services, G4-EN27, G4-EN28 DMA-Customer Health and Safety, G4-PR1, G4-PR2
扩大环保产品群	DMA-Products and Services, G4-EN27, G4-EN28 DMA-Product and Service Labeling, G4-PR3, G4-PR4, G4-PR5
加强与顾客的沟通	DMA-Marketing Communications
参与地区社会的发展	DMA-Indirect Economic Impacts DMA-Local Communities, G4-SO1

¹ AA1000AS(2008): AA1000 Assurance Standard(2008), Accountability公司制定的全球审验标准,提供针对经营绩效的组织管理、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 Accountability 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,将利益相关方界定为股东及投资者、顾客、员工、供应商、地区社会等6个集体,明确区分各个集体的沟通渠道和期望,通过积极主动的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 以过去报告书的问题为基础,调查了GRI G4 Guideline、ISO26000等可持续发展国际标准、媒体分析、国内外建筑及材料产业的问题等,将可持续发展问题整理为22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5个核心问题,均体现在报告的各项面里。

• 回应性(Responsiveness): 组织对问题的回应 LG Hausys 了解和掌握了对利益相关方的绩效带来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。

建议 本审验人高度评价 LG Hausys 为提高可持续性而做出了各种努力和成果,并且为了今后的报告发布以及提高可持续发展水平,提出如下建议。

• 为了有系统地推动可持续发展,今后应该以可持续发展战略体系为基础,找出推进课题及关键绩效指标(KPI)并持续进行管理,使 LG Hausys 的可持续发展活动及成果能够在报告里详细记述。

• 利益相关方的参与方式采用了问卷调查及内部员工采访来收集和听取利益相关方的意见,今后有必要加强直接听取利益相关方意见、确认期望事项的活动。除了内部员工采访以外,建议通过对外部专家以及各利益相关方代表的采访、委员会等多渠道接触来直接听取各方意见。



2015年3月

韩国生产性本部会长洪顺植 *洪顺植*

中心长 金东洙 *金东洙* 组长 李阳浩 *李阳浩* 专门委员 郑胜太 *郑胜太* 专门委员 吴钜泽 *吴钜泽*

韩国生产性本部可持续发展中心获得利益相关方参与及审验的全球国际标准AA1000制定机构Accountability正式认证的审验机构,拥有执行独立审验的资质。此外,审验委员团由可持续发展咨询及审验领域拥有丰富经验并接受过专业培训的专家组成。

GRI G4 Index

LG Hausys 的2015年度可持续发展报告按照GRI(Global Reporting Initiative) G4 Guideline的核心选项(Core Option)要求进行编写, 收录了介绍我公司可持续发展经营的各种GRI层面(Aspects)的DMA和指标。

● 全部报告 ○ 部分报告 ○ 未报告

Category	Indicators	Core	Contents	报告率	Page	
战略及分析	G4-1	●	组织的最高决策人对可持续发展与组织的关系以及组织的可持续发展战略提出的声明	●	4-5	
	G4-2		核心影响、危机与机会	●	4-5, 40	
组织简介	G4-3	●	企业名称	●	6	
	G4-4	●	主要品牌、产品及服务	●	6	
	G4-5	●	总部位置	●	9	
	G4-6	●	组织开展主要业务或与可持续发展性主题有关系的国家数量及名称	●	9	
	G4-7	●	组织的所有类型及法律形态	●	42	
	G4-8	●	市场领域	●	6, 16-17	
	G4-9	●	组织规模	●	62-65	
	G4-10	●	人员数	●	65	
	G4-11	●	适用集体协议的工人比率	●	65	
	G4-12	●	组织的供应链	●	58, 62	
	G4-13	●	报告期间发生的组织的重要变化	●	9, 15	
	G4-14	●	提前预防方针或是否存在原则及适用方法	●	49	
	G4-15	●	加入或支持的外部经济、环境、社会的宪章、原则和其它倡议目录	●	72	
	G4-16	●	加入的协会(工业协会等)和国内或国际援助机构	●	72	
	掌握的重要侧面和边界	G4-17	●	合并财务报表或相关文件上收录的所有主体的目录以及其中收录了却没有纳入报告书的主体	○	未报告的原因: 可通过业务报告书确认
		G4-18	●	报告内容和决定过程	●	60-61
G4-19		●	决定报告内容的过程中掌握的所有重要侧面的目录	●	60-61	
G4-20		●	重大侧面的组织内部侧边界	●	69	
G4-21		●	重大侧面的组织外部侧边界	●	69	
G4-22		●	修正对以前的报告书所提供的信息造成的影响以及做出如此修正报告的原因	●		
G4-23		●	以前的报告期间之后的范围及侧边界发生的重大变化	●		
利益相关方参与	G4-24	●	组织的利害关系者目录	●	60-61	
	G4-25	●	掌握和选择组织的利害关系者的标准	●	60-61	
	G4-26	●	利害关系者参与方式(利害关系者类型、集体群)	●	60-61	
	G4-27	●	利害关系者提出的核心话题及关心事项、组织的应对	●	60-61	
报告书简介	G4-28	●	报告期间(会计年度或历年)	●	2	
	G4-29	●	最近报告日期	●	2	
	G4-30	●	报告周期	●	2	
	G4-31	●	报告书咨询联系方法	●	2	
	G4-32	●	组织选择的各项“遵循(In accordance)”方法的GRI指数	●	2, 68	
	G4-33	●	报告书审验	●	2, 66-67	

Category	Indicators	Core	Contents	报告率	Page
管理	G4-34	●	组织的管理结构	●	42
	G4-38		最高层管理机构组织及其委员会的构成	●	42
	G4-39		最高层管理机构组织主席的经营者职位兼任与否	●	42
	G4-40		最高管理组织成员的任命及选拔标准	●	42
	G4-44		最高管理组织对经济、环境、社会主题管理的评价及应对措施	●	42
	G4-45		最高管理组织在掌握和管理经济、环境、社会的影响和危险及机会方面的角色	●	42
	G4-47		最高管理组织在检查和确认经济、环境、社会的影响和危险及机会的频率	●	42
	G4-50		向最高管理组织报告的重要事项	●	42
	G4-52		决定组织薪酬的步骤	●	42
	伦理及清廉性	G4-56	●	组织的价值、原则、行动标准及规范	●
G4-58			对不道德或非法行为以及组织的清廉问题等的组织内外部举报制度	●	44-45

2014年度各项实质问题的GRI Aspect

2014 Material Issues	GRI Aspects	Aspect Boundary				
拓展全球市场	N/A	顾客	股东·投资者		供应商	地区社会
提高产品研发力量	· 产品和服务 · 客户健康与安全	顾客	股东·投资者	员工		
扩大环保产品群	· 产品和服务 · 产品及服务标识	顾客	股东·投资者	员工		
扩大与顾客的沟通	· 市场推广	顾客	股东·投资者		供应商	
参与地区社会的发展	· 间接经济影响 · 当地社区	顾客		员工	供应商	地区社会

GRI G4 Index

Aspect	Indicators	Contents	报告率	Page
经济				
经济绩效	G4-EC1	机构产生和分配的直接经济价值	●	62
	G4-EC2	气候变化对机构活动产生的财务影响及其风险、机遇	●	49-50
间接经济影响	DMA	通用DMA指南	●	32-37
	G4-EC7	开展基础设施投资与支持性服务的情况及其影响	●	32-37
	G4-EC8	重要间接经济影响, 包括影响的程度	●	32-37
	G4-EC9	在重要运营地点, 向当地供应商采购支出的比例	●	58
环境				
物料	DMA	通用DMA指南	◐	7, 25
	G4-EN1	所用物料的权重或体积	●	26
	G4-EN2	采用经循环再造物料的百分比	●	47
能源	DMA	通用DMA指南	●	7, 25
	G4-EN3	机构内部的能源消耗量	●	26, 64
	G4-EN5	能源强度	●	64
	G4-EN6	减少的能源消耗量	●	49
	G4-EN7	产品和服务所需能源的降低	●	26-27
	G4-EN8	按源头说明的总耗水量	●	47, 64
	G4-EN12	机构的活动、产品及服务在生物多样性方面, 对保护区或其他具有重要生物多样性价值的地区的重大影响	◐	31
废气排放	DMA	通用DMA指南	◐	7, 25
	G4-EN15	直接温室气体排放量(范畴一)	●	47, 64
	G4-EN16	能源间接温室气体排放量(范畴二)	●	47, 64
	G4-EN18	温室气体排放强度	●	64
	G4-EN19	减少的温室气体排放量	●	49
	G4-EN20	臭氧消耗物质(ODS)的排放	●	64
	G4-EN21	氮氧化物、硫氧化物和其他主要气体的排放量	●	64
	G4-EN24	严重泄露的总次数及总量	●	无泄露事例
污水和废弃物	DMA	通用DMA指南	◐	47
	G4-EN22	按水质及排放目的地分类的污水排放总量	●	47, 64
	G4-EN23	按类别及处理方法分类的废弃物总重量	●	47, 64
	G4-EN24	严重泄露的总次数及总量	●	无泄露事例
产品和服务	DMA	通用DMA指南	●	7, 19, 25
	G4-EN27	降低产品和服务环境影响的程度	●	26-27
	G4-EN28	按类别说明, 回收售出产品及其包装物料的比例	●	64
合规	G4-EN29	违反环境法律法规被处重大罚款的金额, 以及所受非经济处罚的次数	●	无违反事例
交通运输	G4-EN30	为机构运营而运输产品、其他货物及物料以及员工交通所产生的重大环境影响。	◐	50
整体情况	G4-EN31	按类别说明总环保支出及投资	●	22
供应商环境评估	DMA	通用DMA指南	◐	58
	G4-EN32	说明使用环境标准筛选的新供应商的比例	●	58
	G4-EN33	供应链对环境的重大实际和潜在负面影响, 以及采取的措施	●	58

Aspect	Indicators	Contents	报告率	Page
社会				
劳工实践和体面工作				
雇佣	G4-LA1	按年龄组别、性歧视事件的总数, 以及机构采取的纠正行动	◐	65
	G4-LA2	按重要运营地点划分, 不提供给临时或兼职员工, 只提供给全职员工的福利	●	25
	G4-LA3	按性别划分, 产假/陪产假后回到工作和保留工作的比例	●	65
劳资关系	DMA	通用DMA指南	◐	65
	G4-LA4	有关重大运营变化的最短通知期, 包括该通知期是否在集体协议中具体说明。	●	65
职业健康与安全	G4-LA6	按地区和性别划分的工伤类别、工伤、职业病、误工及缺勤比例, 以及和因公死亡人数。	●	65
	G4-LA7	从事职业病高发职业或高风险职业风险的工人	●	65
	G4-LA8	与工会达成的正式协议中的健康与安全议题	●	65
培训与教育	DMA	通用DMA指南	●	51
	G4-LA9	按性别和员工类别划分, 每名员工每年接受培训的平均小时数	◐	24
	G4-LA11	按性别和员工类别划分, 接受定期绩效及职业发展考评的员工的百分比	●	65
多元化与机会平等	G4-LA12	按性别、年龄组别、少数族裔成员及其他多元化指标划分, 治理机构成员和各类员工的组成	●	42, 65
男女同酬	G4-LA13	按员工类别和重要运营地点划分, 男女基本薪金和报酬比率	◐	62
人权				
非歧视	G4-HR3	歧视事件的总数, 以及机构采取的纠正行动	●	无歧视事例
结社自由与集体谈判	DMA	通用DMA指南	◐	65
童工	DMA	通用DMA指南	◐	65
强迫与强制劳动	DMA	通用DMA指南	◐	65
社会				
当地社区	DMA	通用DMA指南	●	32-37
	G4-SO1	实施了当地社区参与、影响评估和发展计划的运营点比例	●	34
反腐败	DMA	通用DMA指南	●	44-45
	G4-SO4	反腐败政策和程序的沟通及培训	●	45
反竞争行为	DMA	通用DMA指南	◐	57
	G4-SO7	涉及反竞争行为、反托拉斯和垄断做法的法律诉讼的总数及其结果	●	57
遵守法规	DMA	通用DMA指南	◐	57
产品责任				
客户健康与安全	DMA	通用DMA指南	●	19-20, 55
	G4-PR2	按后果类别说明, 违反有关产品和服务健康与安全影响的法规和自愿性准则(产品和服务处于其生命周期内)的事件总数	●	无事例
产品及服务标识	DMA	通用DMA指南	●	28-31
	G4-PR3	机构关于产品和服务信息与标识的程序要求的产品及服务信息种类, 以及需要符合这种信息要求的重要产品及服务类别的百分比	●	25
	G4-PR4	按后果类别说明, 违反有关产品和服务信息及标识的法规及自愿性准则的事件总数	●	无事例
市场推广	DMA	通用DMA指南	●	28-31
	G4-PR6	禁售或有争议产品的销售	●	无事例
	G4-PR7	按后果类别划分, 违反有关产品和服务信息及标识的法规及自愿性准则的事件总数 (营销推广包括广告、促销、赞助等)	●	无违反事例
客户隐私权	DMA	通用DMA指南	◐	65

主要活动团体及协会

绿色企业协议会
大韩产业护理协会
大韩产业保健协会
大韩产业安全协会
大韩商工会议所
全国经济人联合会

韩国空气清洁协会
韩国公正竞争联合会
韩国贸易协会
韩国上市公司协议会
韩国消防安全协会
韩国产品安全协会

韩国包装材料回收利用事业共济会
韩国火灾保险协会
韩国化学物质管理协会
韩国环境产业技术院
环境保全协会

参与报告的人员

综合

李东柱, 李东韩, 金英任

经济

姜明富, 金信范, 郑镇福, 李明昊,
闵丙基, 李知伦, 金炯镇, 金恩珠,
朴辰卿, 朴晓星, 郑丞媛, 金玟廷

社会

权祥奎, 崔泰峻, 白炅烈, 申容锡,
尹泰荣, 李光本, 金圣珍, 申英俊,
金永俊, 金喜恩, 张仁惠, 闵琇泓,
郑仁在, 吴恩珍, 姜庆学

环境

郑盛元, 李优炫, 安明基

设计

申昊姬, 闵真基