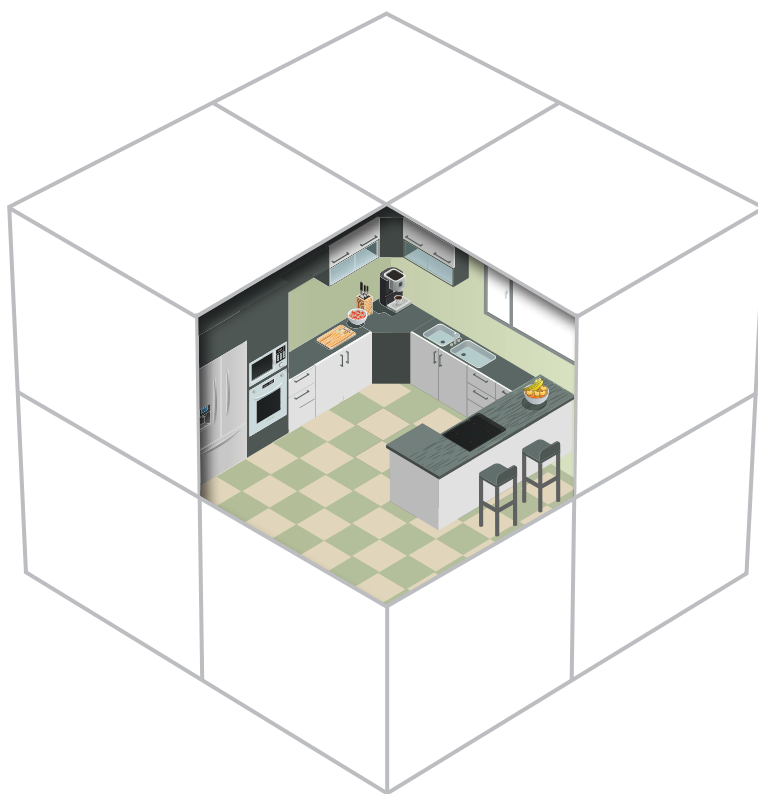


NATURE, HUMAN AND SPACE

LG Hausys 可持续发展报告 2020



创造生活与自然相融合的人类幸福空间。



ABOUT THIS REPORT (9th)

本报告遵循的原则	GRI Standards (Core Option)、联合国全球契约(UNGC) 指南
本报告涉及的时间范围	2019.01.01~2019.12.31(包含2020年上半年部分成果)
本报告涉及的业务范围	韩国境内所有经营场所及子公司、部分境外法人的经济、环境、 社会活动和成果
本报告依据的标准	会计年度标准, 最近3年数据报告
本报告的审验方式	第三方验证意见(韩国生产性本部)
报告的发行周期	每年发行一次(2012 年首次发行)
咨询处	地址: 首尔特别市中区厚岩路98(LG首尔站大厦)LG Hausys 对外合作team • 官方网站: http://www.lghausyschina.com • 电子邮箱: publicteam@lghausys.com

补充信息



点击PDF可以在Web上查看更多详情。



CONTENTS

04 CEO致辞

06 Business & Strategy

- 07 LG Hausys概要
 - 08 产品简介
 - 10 经营战略和业务发展成就
 - 13 海外业务
 - 14 可持续发展
-

16 Focus Issues

- 18 开发客户满意产品
 - 24 打造安全的工作所环境
 - 28 合作企业同步发展
 - 32 提升产品和服务质量
-

36 Management Report

- 38 治理结构
 - 40 正道经营
 - 42 人才经营
 - 46 环保经营
 - 48 社会贡献
 - 51 信息安全
-

52 Appendix

- 53 可持续经营成果数据
 - 56 ESH·品质认证现状/所属团体
 - 57 主要经济价值分配
 - 58 重要性分析
 - 60 第三方审验报告
 - 62 GRI Standards Index
 - 64 UN Global Compact
-

CEO致辞



(株)LG Hausys 代表董事
姜桂雄

G. W. Kang

尊敬的各位利益相关方，大家好！

LG Hausys作为一家制造销售建筑材料、汽车配件材料及产业用膜的企业，不断优化事业组合和强化事业结构来促进可持续发展的伟大战略方向的指引下开展下列业务。今年发行了第九次《可持续发展报告》（包含可持续经营活动内容），同时听取利益相关方的宝贵建议并体现到经营活动中。

2019年公司的销售额为31,868亿韩元，同比去年减少2.4%，营业利润为688亿韩元，同比去年减少2.3%。虽然市场情况不佳，但通过扩大高附加值产品的销售、改善订单利润率、成本革新等活动，仍然在萧条的市场环境下取得了部分成果。今年受建筑、房地产、汽车等下游产业萧条和新冠肺炎疫情等影响，我们将面临更加严峻的经营环境。

在这种充满挑战的经营环境中，我们把风险视为机遇，并通过“感动客户”的经营来克服危机。我们将通过扩大高附加值产品的销售，发掘改进机会，不断强化根本竞争力。我们将集中所有的能力和资源，为客户提供实实在在的利益，而不仅仅局限于技术和产品。不仅如此，为了确保所有业务部门的成员们能够准确沟通和切实可行，我们将把行动和思维方式从原先的“制造为主”转变为“客户为主”。

同时，我们将通过与客户、股东、供应商、地区社会等利益相关方的沟通，从经济、环境、社会层面促进可持续发展活动。

第一, 站在客户立场上, 将不断开发提供最高价值的“感动客户的产品”。

为了在产品开发中迅速反映客户的意见, 我们实施“公司新产品开发流程”。通过使用环保材料制造的地板、壁纸、汽车表皮等产品, 充分考虑到客户的健康和安​​全, 同时通过节能门窗、玻璃和高性能建筑用隔热材料等高效节能产品为改善气候变化带来的气候异常、自然灾害等环境问题发挥积极作用。今后我们将通过提供健康的环保产品和材料, 以及能效最大化的系统和解决方案, 发展成为令客户信赖和感动的公司。

第二, 为员工创造安全的工作环境。

在企业活动中发生的或大或小的事故不仅会影响营业场所内的员工, 也会对地区社会造成影响, 因此环境安全管理的重要性越来越明显。对此, 我们加强了环境安全诊断组织, 掌握所有营业场所的运营体系和设备管理情况, 并开展改善活动。今后预计把诊断范围扩大至供应商和施工现场, 并形成惯例。2019年, 为了分析事故的发生原因和管理体系现状, 我们建立了公司层面的环境安全IT系统; , 并为了改善被认为是发生事故的根本原因-- “员工的意识和行为习惯”, 开展了培训和宣传活动。此外, 为了发现并改善现场的风险, 我们在高风险生产线和施工现场直接部署了专业人力, 扩大了组织。

第三, 为培养具有竞争力的供应商, 展开共同发展活动。

将供应商视为共同发展的合作伙伴, 为了培养具有竞争力的供应商, 我们把重点放在供应商力量强化和制定工作方法等改善供应商体系方面, 推行共同发展的政策。首先, 我们运行共同发展支援系统, 通过制造革新活动的生产力改善、资金支援(例如双赢资金)以及对合作伙伴的质量环境安全/专业能力等培训。其次, 为了遵守法律法规和传播公平交易文化, 我们计划持续对员工和供应商进行相关培训和检查。最后, 将竭尽全力帮助供应商通过遵守“供应商CSR行为规范”履行其社会责任, 预防诸如劳动和工作条件、伦理经营、环境安全与健康等CSR风险。

第四, 加强产品质量的同时, 也对客户接触中的服务质量进行进一步加强。

为了实现“感动客户”的经营并提高产品信赖度, 我们正在努力从产品规划到售后管理的整个产品使用过程中确保产品安全性。今后, 我们将继续维护质量管理体系, 发现并提供客户真正期待的价值。今年, 我们全新上线了LG Hausys客户服务网站(<http://service.lghausys.com>), 旨在简便、快捷地解决客户在日常生活使用产品时产生的疑问和使用不便的“痛点”等。将来, 我们将利用更多的线上、线下渠道, 倾听客户的痛点, 继续开发能够立即解决这些痛点问题的系统。

未来, LG Hausys将通过“感动客户”的经营从客户角度提供最大价值, 为可持续发展奠定基础, 并持续开展强化环境安全管理和共同发展的活动, 与地区社会、供应商共同发展, 成为利益相关方值得信任和尊敬的最佳企业。

希望大家给予一如既往的关心和支持。

谢谢!

BUSINESS & STRATEGY

LG Hausys概要

产品简介

经营战略和业务发展成就

海外业务

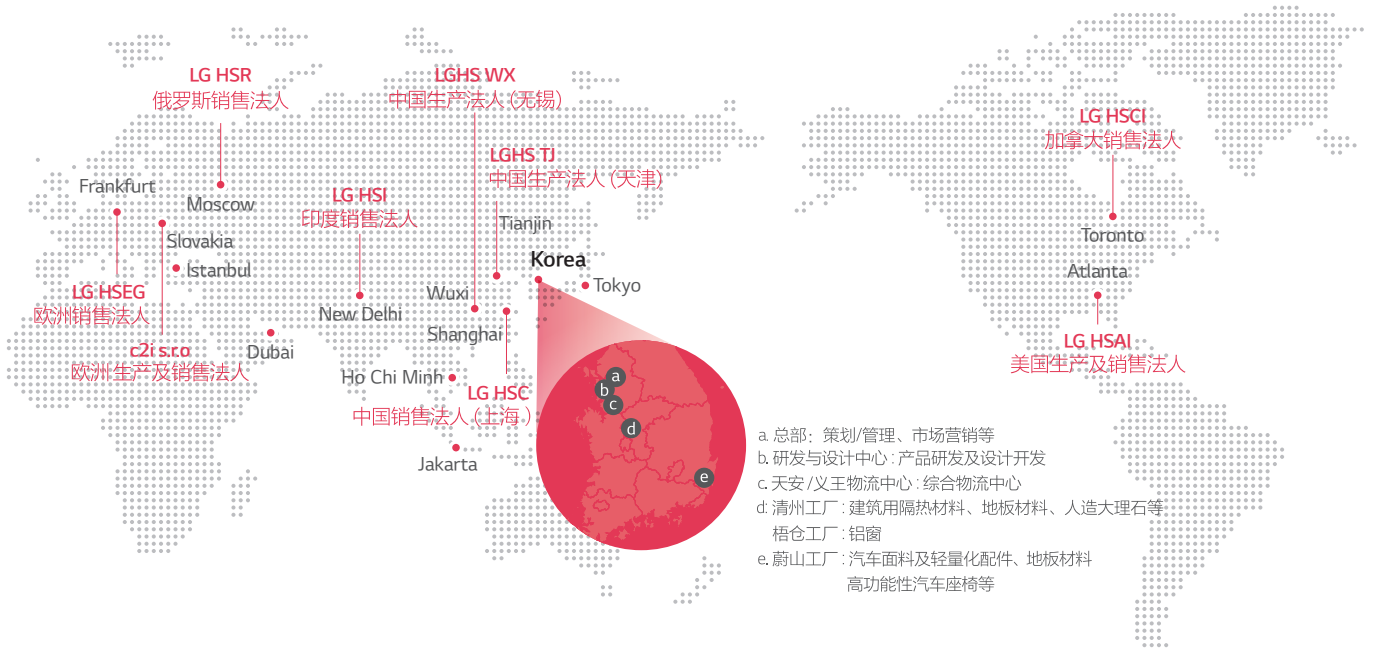
可持续发展



LG Hausys概要

LG Hausys是一家制造建筑装饰材料、汽车材料配件以及工业用薄膜的企业。主要产品包括门窗、地板材料、人造大理石E-stone等建筑材料和汽车零件、面料，装饰及家电用表面材料等工业用薄膜。LG Hausys除了韩国的总部和制造工厂以外，还以美国、中国、印度等为中心建立了七家海外法人和四家海外生产法人、五家境外分公司。

全球网络



销售额	31,868 亿韩元	营业利润	688 亿韩元	韩国员工人数	3,251名
海外销售额	9,154 亿韩元	海外销售占比	29%	海外员工人数	1,233名

(以2019年合并财务报表为准)

沿革

- 1947 成立乐喜化学工业公司(现LG化学)
- 1952 生产韩国最早的合成树脂成型产品
- 1958 生产塑料地板革
- 1976 生产PVC门窗(Hi-Sash)/汽车零部件
- 1978 生产装饰纸
- 1979 设立研发中心
- 1988 成立美国法人
- 1991 生产壁纸/装饰膜
- 1992 生产广告用壁纸
- 1993 生产家电表面材料
- 1995 生产人造大理石(Hi-Macs)
- 1996 成立中国天津生产法人
- 1998 上市系统门窗
- 2000 生产外饰膜
- 2005 成立欧洲法人
- 2006 高端装饰品牌ZIN上市
- 2008 成立俄罗斯法人
- 2009 企业分立(LG化学、LG Hausys)
(株)LG TOSTEM BM合资公司成立
韩国首家率先上市真空隔热材料
建筑材料业首家取得碳标识认证
韩国首家取得海外自主核证碳标准(VCS)
- 2010 成立印度法人
世界最早的玉米原料(PLA)
上市天然材料地板(GR地板)
全球率先上市门窗一体自动换气窗
- 2011 美国人造石工厂竣工
梧仓铝窗工厂竣工
卖场型门窗专卖店“ZIN Window Plus”开业
- 2012 生产低辐射玻璃(Low-E)
- 2013 清州建筑隔热材料工厂竣工
韩国率先生产6.0mmZEA降噪地板
- 2014 旗舰店“江南ZIN square”开业
- 2015 Super Save门窗系列上市
- 2016 美国汽车材料工厂竣工
- 2017 收购c2股份
- 2018 建筑隔热材料第2工厂竣工
- 2019 LG ZIN 品牌上市

产品简介

建筑装饰材料

LG Hausys生产各类建筑装饰材料产品，主要包括隔热性和耐久性均卓越的门窗和镀膜玻璃、将天然材料涂覆在表层而制成的环保地板材料和壁纸、隔热性能优异且具有安全防火性能的隔热材料、深受全球著名建筑师喜爱的人造大理石E-stone、设计感与性能俱佳的装饰与装饰贴膜等，从而让人类生活空间更健康、更安全。

主要产品

门窗、玻璃、地板材料、壁纸、建筑用隔热材料、强化合成木材、人造大理石E-stone、装饰薄膜、装饰膜





工业用薄膜

LG Hausys生产设计优秀的家电薄膜与广告用材料，
创造美丽的空间。

主要产品

家电薄膜、Sign&Graphics



汽车材料配件

LG Hausys推出了各类汽车材料配件，包括因卓越性能
与环保性而深受好评的汽车面料、通过减轻重量来减少
油耗的轻量化配件、构成汽车内外部的各类零部件等，
从而使得客户的驾驶空间更安全、更舒适。

主要产品

汽车面料、轻量化配件、汽车配件

经营战略和业务发展成就

经营战略

LG Hausys坚持以优化事业组合和强化事业本质为核心战略方向开展事业。建筑装饰材料事业方面将进一步扩大韩国B2C业务和高附加值产品的销售。汽车材料配件·工业用薄膜事业方面将致力于强化竞争力和改善收益性。LG Hausys将集中精力强化解决方案，提高客户价值；开展以市场·客户需求为基础的研发以及全球一流水平的制造创新活动，旨在积极应对市场变化，实现稳健增长。

战略方向

重点课题



事业介绍 / 市场展望

事业介绍

建装材料事业的主要产品包括门窗、地板、墙纸、隔热材料、人造大理石E-Stone、装饰膜，例如，可用于住宅和商业空间的塑料和铝材门窗、隔热性能佳的镀膜玻璃、设计丰富的环保地板和墙纸、厨房台面和室内外装饰用人造大理石E-Stone、防火安全性高和节能效果佳的建筑用隔热材料等是改善客户居住环境的前沿材料。LG Hausys还致力于开发亲环境技术，是韩国首家研发出利用再生PET制造家具装饰膜技术的企业。

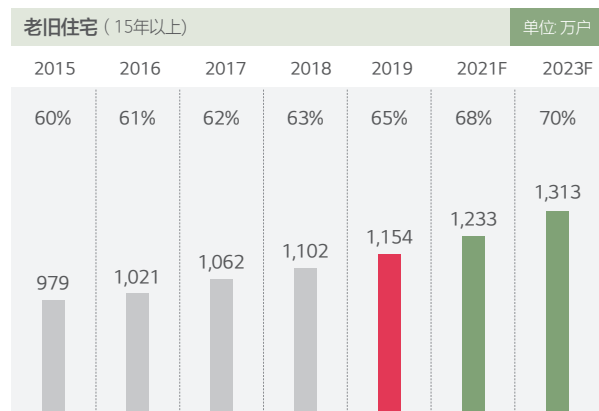
工业膜包括用于家具、门窗、建筑、家电等的装饰贴膜、家电贴膜、广告用贴膜等。我司产品作为高性能膜，根据不同的用途，皆具备相应的耐候性、耐久性、及差异化的设计等。

汽车零部件/原材料业务包括汽车面料、轻量化配件、普通配件的生产。汽车面料是指用于座椅、车门等的具有优秀的设计与环保性能的表面用材料。轻量化配件可以在保持原有钢材的硬度的同时，降低汽车重量，有效改善汽车燃油经济性，且随着电动车等的发展，预计也会有更大的需求。普通配件则主要用于汽车外观及引擎、装饰方面。

市场展望

建筑装饰材料事业与建设及房地产经济息息相关。韩国国内新建市场自2015年以来，由于开盘量的减少正处于萎缩当中。房屋修缮市场则随着老住宅的增加，呈现持续增长的趋势，但是由于最近的房地产管控等因素，楼市成交量减少，增长势头呈下滑趋势。同时，随着建筑法规的强化与安全性要求水准的提升，节能环保材料需求正在不断扩大。美国、中国、欧洲等海外市场，虽然受全球市场萎靡的影响，楼市增长势头呈下滑趋势，但是对环保优质材料的需求预计依然强劲。

汽车零部件/原材料及工业膜业务与汽车产业及家电产业息息相关。新车需求包括韩国国内在内的美国、欧洲、中国等主要市场均呈下滑趋势。但是，随着电动车等环保型车辆需求的逐渐扩大，预计对轻量化配件及环保内装材料、设计差异化产品的需求将持续扩大。工业膜的市场需求强劲，但是随着客户需求的多变，材料之间的竞争强度也在不断加深。作为前线市场的家电产品领域，预计以高价优质材料产品为主的需求将持续增加。



* 参考统计厅、国土交通部、韩国鉴定院数据，计算业绩和未来推测值

成就与目标

受住宅/工程建设和汽车产业等产业整体下滑影响，LG Hausys 2019年销售为31,868亿韩元，较去年减少2.4%，营业利润为688亿韩元，比去年减少2.3%。据预测未来所有产业的市场恢复迟缓，本公司将通过差异化新产品开发和制造创新、成本和费用创新等举措，改善收益性结构，以高附加值产品为中心，扩大海外市场，实现成长和收益。此外，将积极应对韩国国内翻新重装市场扩大等变化，通过建立综合装修事业基础等，不断强化建筑材料事业的B2C能力。

课题	2019主要成就	2020规划	中长期目标
强化韩国B2C事业	<ul style="list-style-type: none"> 扩大产品和服务，提供装饰整体解决方案 扩大B2C销售渠道比重 	<ul style="list-style-type: none"> 确保装饰产品/服务竞争力 入驻LG电子BEST SHOP 和大型流通企业，扩大销售基础 	<ul style="list-style-type: none"> 确保装饰事业能力，持续引领建筑装饰材料市场
扩大高附加值产品	<ul style="list-style-type: none"> 扩大国内外高端设计、功能性、环保新产品 通过制造创新改善收益性 	<ul style="list-style-type: none"> 北美E-Stone 3号机和清州隔热材料3号机竣工量产 	<ul style="list-style-type: none"> 创造收益性的同时实现稳定增长 扩大海外事业
强化研发竞争力	<ul style="list-style-type: none"> 开发因法规强化而耐火性能提高的隔热材料 开发新一代建筑装饰材料产品 开发未来窗解决方案 开发汽车面料功能性产品 	<ul style="list-style-type: none"> 持续研发高隔热、高耐火隔热材料 持续研发未来窗解决方案 	<ul style="list-style-type: none"> 开发符合未来居住环境的新一代建筑装饰材料 掌握核心原创技术，以开放式创新为未来做准备 确保汽车面料全球技术力
确保DX*能力	-	<ul style="list-style-type: none"> 确保收集、分析、运用客户数据的能力 	<ul style="list-style-type: none"> 基于大数据强化制造、物流、质量、营销等事业竞争力

* DX : Digital Transformation

事业战略

建筑装饰材料

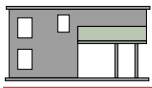
随着住宅翻新重装需求的不断增加，韩国国内建筑材料事业将扩大B2C业务，重点放在扩大消费者接触点和强化产品阵容方面。LG Hausys为了提高客户的访问性，通过直营店、线上商店、社区活动、家庭购物等多种销售渠道加强与消费者的接触。携手LG电子，扩大家电展厅（“最佳门店”）的入驻业务。此外，在原有门窗、地板、壁纸等产品的基础上，增加厨房、浴室等住宅翻新重装所需的产品，提供整体装修综合解决方案，持续研发可以给客户提供定制空间的商品与服务。

节约能源

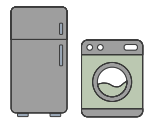
随着建筑材料的能源效率和安全标准的提高，最近扩建投资的隔热材料3号机将于2020年上半年投入量产，以此积极应对市场对高耐火、高性能隔热材料的需求。此外，为了提高门窗的隔热性能，公司致力于研发低辐射玻璃(Low-E)等功能性玻璃产品，并投资开发自动通风系统、显示器窗户等未来型窗户，努力改善居住环境。

海外事业

E-Stone、人造大理石产品的优秀设计和卓越品质已经得到海外客户的认可，海外建材事业计划进一步扩大这类产品的高端天然图案设计产品，强化以北美和欧洲为中心的全球市场地位。



工业用薄膜



在工业膜领域我司以差异化的新产品开发力量及材料加工技术为依托，强化在家电、家具、广告用膜市场上的全球竞争力。不断提高丰富的表面处理技术和设计能力。

汽车材料配件



汽车材料零件事业致力于应对市场对材料高端化、改善油耗的要求以及不断强化的环境法规等行业变化。汽车材料方面为了改善车辆内部的空气质量，致力于研发新材料技术，开发感性品质高的表面处理产品。汽车零件方面正在研发轻量化复合材料，应对有望增长的电动汽车市场。

LG Z:IN 品牌变更

品牌整合

LG Hausys把高端装饰品牌Z:IN与LG品牌相结合，以崭新的“LG Z:IN”形象亮相。通过本次调整，LG Hausys在具备LG品牌力量和高端装饰品牌的基础上，增加Z:IN的专业性，把产品和服务的提供对象从原先的建筑公司和业内人士扩大至普通的消费者。

LG Z:IN

海外业务

LG Hausys不仅在韩国，还在北美、中国、欧洲等主要市场奉行以客户为中心的营销战略，E-stone、人造大理石、汽车内饰、家电薄膜等在全球市场上处于领先地位，已经在美国和中国建立了生产和销售基地，致力于通过产品本地化扩大全球网络。E-stone和人造大理石已经确保了建筑材料流通企业等多种销售渠道，正在加强攻占商用市场，提高市场占有率。工业膜方面，正在以欧洲家具公司为对象扩大环保膜市场；地板方面，将主要以从地毯和地板材料向PVC材料转换的北美和欧洲等市场为主，扩大发展；汽车内饰方面，在美国和中国通过主要整车的技术规范，提高占有率。LG Hausys正在向印度、东南亚等新兴市场出口人造大理石和地板材料等建筑材料，未来计划扩大装饰膜等产品的供应。

(以2019年合并财务报表为准)

北美

由于北美地区是全球最大的室内装饰材料及汽车市场，LG Hausys主要推出人造大理石、汽车面料等产品来开展本地化战略。在美国乔治亚州已建立人造大理石和E-stone、汽车面料生产工厂。2017年在加拿大设立销售法人，全面应对整个北美市场。LG Hausys为应对增长性高的E-stone市场，正在新增E-stone 3号生产线，在此基础上通过开发差别化的产品和提高生产力，实现持续高增长。

销售额
4,453 亿韩元

中国

中国市场的事业以地板材料、汽车材料配件及工业用薄膜为主。瓷砖、卷材类地板材料和家电产品用高光泽家电薄膜已经拥有较高的市场占有率，预计仍会持续增长。为推动本地化，在天津和无锡开设并运营工厂，从生产到流通阶段提供差别化的产品和服务。天津和无锡工厂坚持对环境和安全设备进行升级改造，全面落实安全环保生产工作。

销售额
1,930 亿韩元

欧洲

欧洲以人造大理石、家具用膜为主奠定了事业基础。为了加快发展，不断强化人造大理石的商用市场，扩大占有率，计划以PVC地板市场为对象，扩大事业范畴。

销售额
887 亿韩元

印度

以家电膜和人造大理石事业为中心，不断扩大印度市场的发展。通过当地定制设计和营销强化活动等，提升品牌知名度。

销售额
380 亿韩元

其它地区

中东、东南亚等新兴国家的表面材料、工业用薄膜、地板材料等增长迅速。LG Hausys通过客户研讨会等本地市场营销活动，提供符合市场需求的产品。

销售额
1,504 亿韩元

可持续发展

LG Hausys在“创造生活与自然相融合的人类幸福空间”这一公司愿景之下积极推动可持续发展。为了成为深受社会信赖的企业，我们确立了可持续发展体系，重点开展风险管理、社会贡献活动和与利益相关方沟通等方面的各项活动。

可持续发展推进体系

愿景

目标

实践课题

执行情况



可持续经营有关的外部获奖情况

2012	<ul style="list-style-type: none"> • CDP 碳披露特别奖
2013	<ul style="list-style-type: none"> • 韩国企业治理结构院ESG评估综合A级
2014	<ul style="list-style-type: none"> • 韩国企业治理结构院ESG评估综合A级 • 韩民族日报经济研究所韩-中-日社会责任经营优秀企业评选中被评为<东亚30> • 韩国标准协会评选的韩国可持续发展指数(KSI)建材行业第一
2015	<ul style="list-style-type: none"> 首次入围“道琼斯可持续发展韩国指数” (DJSI Korea) • 可持续经营金融中心评选的韩国经济“可持续发展超级企业25” 综合第一 • 韩国标准协会评选的韩国可持续发展指数(KSI)建材行业第一
2016	<ul style="list-style-type: none"> • 连续两年入围“道琼斯可持续发展韩国指数” (DJSI Korea) • 韩国企业治理结构院ESG评估综合A级 • 韩国标准协会评选的韩国可持续发展指数(KSI)建材行业第一
2017	<ul style="list-style-type: none"> • 连续三年入围“道琼斯可持续发展韩国指数” (DJSI Korea) • 入围CDP“碳管理部门荣誉名单(工业材料)” • 韩国企业治理结构院ESG评估综合A级 • 韩国标准协会评选的韩国可持续发展指数(KSI)建材行业第一
2018	<ul style="list-style-type: none"> • 连续四年入围“道琼斯可持续发展韩国指数” (DJSI Korea) • 韩国企业治理结构院ESG评估综合A级 • 韩国标准协会评选的韩国可持续发展指数(KSI)建材行业第一
2019	<ul style="list-style-type: none"> • 连续五年入围“道琼斯可持续发展韩国指数” (DJSI Korea) • 韩国企业治理结构院ESG评估综合A级 • 韩国标准协会评选的韩国可持续发展指数(KSI)建材行业第一 • 产业通商资源部举办的“韩国受欢迎企业”政府表彰中荣获“总统表彰”

2019年可持续发展核心成就

2019年对LG Hausys内外部利益相关者产生重大影响的可持续经营热点问题是开发客户满意产品、提升产品和服务质量、供应商共同成长、打造安全的工作所环境。LG Hausys以四个核心议题为主，编制了今年的报告。

开发客户满意产品 报告页面 18-23p

课题	2019 主要成果	2020 规划	中长期目标
通过扩大保有计划，挖掘并开发差异化产品	<ul style="list-style-type: none"> 为改变居住环境、提高客户便利性，开发未来门窗 应对政府规定，持续开发亲环境建筑装饰材料 开发未来车用大面积轻量化配件 	<ul style="list-style-type: none"> 应对隔热和有害物质等规定变化，持续开发亲环境健康材料 运用设计、分析能力和参考案例，提供轻量化解决方案 	<ul style="list-style-type: none"> 开发解决客户痛点的功能性产品 开发从产品自身-施工-使用全程考虑客户安全的产品 坚持研发电池组有关的零件，抢占亲环境汽车市场
强化差异化设计和功能性	<ul style="list-style-type: none"> 采用设计呈现技术，研发图案鲜明的固体表面 韩国OEM企业率先生产全碳外饰零件 	<ul style="list-style-type: none"> 开发装修综合空间设计 深化符合材料技术，扩大建筑装饰材料用途 	<ul style="list-style-type: none"> 强化客户角度的产品开发和差异化设计能力 运用高清印刷技术，开发设计丰富的汽车装饰零件

打造安全的工作所环境 报告页面 24-27p

课题	2019 主要成果	2020 规划	中长期目标
管理体系设备改善	<ul style="list-style-type: none"> 诊断管理体系，实现全公司环境安全业务标准化 通过紧急应对训练特别诊断，提高危机应对能力 	<ul style="list-style-type: none"> 重新整理Check List并开展特别诊断，促进遵守法规和内部管控 通过化学物质管理等特定项目，诊断公司FTI和重新梳理全公司规章制度 	<ul style="list-style-type: none"> 各营业场所自行发掘/改善遵守法规的热点问题并制定提前应对法规变化的体系 各营业场所基于风险评估和评估结果诊断重点管理必要事项
开展强化安全意识的活动	<ul style="list-style-type: none"> 基于安全文化水平评估结果开展改善活动 开展理解安全运营体系和强化基本能力的培训 	<ul style="list-style-type: none"> 强化引导全员参与安全活动等价值扩大活动 现场传播管理层率先示范的领导力 	<ul style="list-style-type: none"> 为自我评估安全文化水平，建立评估工具并培养评估员 基于安全文化水平评估结果，各事业部/营业场所开展改善活动

合作企业同步发展 报告页面 28-31p

课题	2019 主要成果	2020 规划	中长期目标
强化供应商根本竞争力	<ul style="list-style-type: none"> 通过制造创新活动改善生产力，扩大支援供应商 扩大共同成长投资力度(3亿韩元→5亿韩元) 	<ul style="list-style-type: none"> 供应商共赢基金/现金支付等金融支持 强化供应商技术、经营、教育支持，提高生产力和质量 	<ul style="list-style-type: none"> 提高相互竞争力，建立可持续发展的产业生态系统 提供制造技术支持，最大程度改善供应商生产力
开放式沟通	<ul style="list-style-type: none"> 高管层与一级供应商现场沟通 奖励生产力改善优秀的供应商 	<ul style="list-style-type: none"> 高管层与1、2级供应商现场沟通 对生产力改善优秀的供应商扩大奖励 	<ul style="list-style-type: none"> 强化共同发展基础，形成健全的协作文化 扩大支持共同发展的二级供应商范围
营造公正的交易环境	<ul style="list-style-type: none"> 1-2级供应商之间签订标准转包合同时评估加分 运营转包交易事前·事后审议委员会 	<ul style="list-style-type: none"> 鼓励2-3级供应商之间签订公正委合同 通过遵守法规和指南，建立合理、公正的交易环境 	<ul style="list-style-type: none"> 遵守实践公平交易事项 强化预防不公平交易的活动

提升产品和服务质量 报告页面 32-35p

课题	2019 主要成果	2020 规划	中长期目标
质量保证体系 Level-Up	<ul style="list-style-type: none"> 强化供应商质量体系管理 - 开展主要代加工供应商诊断 扩大基础设施投资，实现制造智能化 - 实时生产 / 建立公正管理体系 	<ul style="list-style-type: none"> 强化质量改善课题执行监督 - F-Cost 课题和质量诊断不恰当改善检查 强化产品安全性和长期使用性能验证 - 定期分享产品安全问题和促进可靠性试验法移交 	<ul style="list-style-type: none"> 质量通用业务能力同步提升 - 质量业务标准化及管理水平Level-up - 质量改善体现客户VOC 引进全球质量领先的IT系统 - 开发-质量领域系统/Data同步 - 运用系统管理执行工作所需的信息和产出物
强化Six Sigma管理	<ul style="list-style-type: none"> 利用工艺数据的质量改善活动 - 各事业部分运营大数据课题 - 通过公司内/外部培训，提高分析能力 	<ul style="list-style-type: none"> 通过Big-Data分析提高质量管理水平 - 扩大Big-Data课题和扩大深度学习愿景检查对象 - 培养公司内部分析专家，开展用户培训 	<ul style="list-style-type: none"> 通过大数据分析创新工作方式 - 各工艺发掘BP案例，传播流程 - 确保工程师的大数据利用领域
强化客户接触点	<ul style="list-style-type: none"> 提高客户售后服务接触点满意度活动 - 通过售后服务供应商培训提高能力 - 梳理施工CTQ改善和施工参数管理体系 	<ul style="list-style-type: none"> 强化服务质量运营体系 - 强化令客户满意的售后服务运营系统 - 树立/运营装修事业质量体系 	<ul style="list-style-type: none"> 优化客户咨询IT系统，提高客户VOC洽谈能力 - 引进单一平台IT系统，关联客户和修理技术人员信息 - 引进聊天机器人系统，提高客户洽谈能力

※ 参考重大性分析58-59页

FOCUS ISSUES

开发客户满意产品

打造安全的工作所环境

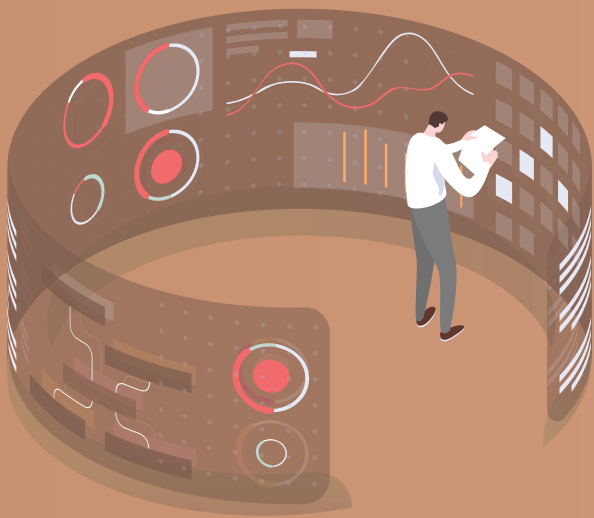
合作企业同步发展

提升产品和服务质量

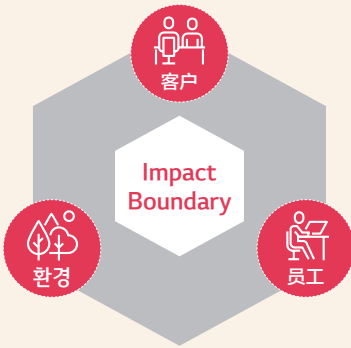


Win-win Growth
with Suppliers

Creating a Safe
Workplace
Environment



开发客户满意产品



可持续的接触方式

研发活动通过扩大表面处理、流变加工、分析可靠性研究和人才培养，开发对环境影响小的可持续产品，把事业重点放在不断挖掘促进未来发展的新事业上。差别化设计和使用过程中，通过强化功能性，致力于研发最大程度令客户满意的产品。

可持续指标

国内外技术认证及奖项

25 件

(截至2019年末累计)

研究开发费用

76,981

(截至2019年末, 单位: 百万韩元)

成就与规划

通过扩大保有计划，挖掘并开发差别化产品

2019 主要成果

- 为改变居住环境、提高客户便利性，开发未来门窗
- 应对政府规定，持续开发亲环境建筑装饰材料
- 开发未来车用大面积轻量化配件

2020 规划

- 应对隔热和有害物质等规定变化，持续开发 亲环境健康材料
- 运用设计、分析能力和参考案例，提供轻量化解决方案

强化差别化设计和功能性

2019 主要成果

- 采用设计呈现技术，研发图案鲜明的固体表面
- 韩国OEM企业率先生产全碳外饰零件

2020 规划

- 开发装修综合空间设计
- 深化符合材料技术，扩大建筑装饰材料用途

研究开发

研发组织结构

我们的研发组织包括研究所与设计中心。研究所主要通过对基础技术的研究与新业务的挖掘，探索未来，且为满足差异化的客户需求，在门窗、装饰材料、表面材料、汽车零配件/原材料领域持续进行环保型新产品的开发。设计中心则通过对设计趋势变化的预测，从事定制化设计解决方案的研究。

我们正通过对研发的持续投入与基础技术的掌握及附属公司之间的合作，在努力挖掘新业务，特别是以表面处理（涂膜）、流变加工、分析可靠性研究等我司的核心技术为依托，把新一代建筑装饰材料的开发、汽车轻量化零配件/原材料定为未来发展领域，并在相关领域集中力量进行研发。同时我们将通过持续进行可灵活应对国内外强化管控等市场变化的产品开发与顺应全球技术趋势、实现客户价值的创新产品的开发活动来引领我们的市场。为此，我们正在持续引进及确保国内外的优秀人才，并且通过与国家级研究所共同开展国策课题、产学研合作及与优秀的研究机构共同研发/合作、与国内外优秀的技术型企业进行战略合作等方式来强化我们的开放式创新活动。

扩大研发投入

为了吸引和培养国内外硕士级以上高级研发人才，实施LG科技研讨会、产学研联合竞赛课程等各种项目。同时，与学术界、由政府出资设立的研究机构、企业等开展合作项目，致力于提升研发实力。

与学术界、研发机构建立合作关系

LG Hausys与首尔大学、高丽大学等韩国著名学府进行产学研合作，并与由政府出资设立的研究机构(韩国建筑生活环境试验研究院、韩国建筑技术研究院等)开展联合研究。通过与外部机构的合作，进一步加快挖掘未来新技术的研发步伐。

与高分子纳米复合材料加工技术中心建立技术合作关系

2017年3月，LG Hausys与高分子纳米复合材料加工技术中心(以下简称“CNSPPT”)签署联合研究及技术合作协议，以此来推动材料加工与工艺技术的升级优化。为此，双方正在进行有关隔热材料与轻量化复合材料的联合研究。我们相信，在此基础上可以有效推动汽车轻量化配件和隔热材料方面的新技术验证及研发活动。

2019年研究主要成果

家用地板材料“X-Comfort”上市

具有高缓冲性和反弹力，步行感觉舒适，采用大尺寸同调印花技术，展现豪华外观。相比现有的地板材料更加轻量化，处理和施工更加方便。



高隔热-高耐久玻璃“Super-plus”上市

优化光学性能和涂层成分的一款家用低辐射玻璃，与传统低辐射玻璃相比，隔热性和加工性均有所提升。用作双层玻璃窗时可以达到一级能效，提高了耐久性，确保可以长期使用。



车用透明光学配件上市

韩国率先成功量产的CID (Center Information Display)产品，是替代显示单元的平板玻璃，该单元可以显示车辆运行信息，提供便利性。采用压缩挤压工艺制造具有光学特性的薄膜和PC树脂，能实现3D形状，设计优雅，将供货给法国雷诺公司上市的第5代CLIO等7种车型。



产品开发流程及研发重点

全公司产品开发流程

尤其是通过部门之间的沟通与协作，在最佳时期推出客户期待的产品，并将市场反应反馈到下一次的产品开发中，不断上市满足客户需求的产品。



产品研究领域

LG Hausys始终坚持以利用环保材料来打造预约生活空间的“Eco-Friendly”、通过高胶产品及轻量化材料来实现节能的“Energy Saving”、解决社会关注的问题并带给客户便利生活的“Human-Friendly”为优先价值，开发可持续产品。



市场趋势分析

设计趋势调研

LG Hausys多角度洞察国内外设计的各项环境和消费者需求等，分析设计变化的动态因素和趋势，融入到新产品设计和内容开发中。另外，相比单纯地为促进事业发展和提高品牌价值开展设计调研，更加注重与客户分享文化价值，实现同步发展，通过研讨会、杂志、媒体、展览等各种渠道支持设计趋势的传播活动。

基于设计趋势的产品开发活动

LG Hausys坚持不懈地分析客户期待的空间，通过大数据调研等各种趋势分析活动，树立公司的设计战略。该方向性一直延续到产品开发阶段，丰富的产品设计带来相同的“设计身份”，打造和谐的空间。

 <p>Trend Research</p>	Social / Consumer Trend	基于社会环境变化和消费者生活方式的分析，跟踪以现象为基础的心理，总结出以此为基础的战略启示。
	Design Trend	通过对设计整体的先行研究，预测中长期趋势变化，制定战略。
	Space Trend	找出使空间变化的各种动态原因，预测不久的将来的空间，研究LG Hausys产品整合性观点的空间。
	Big Data Research	从空间到产品，通过广泛主题的数据抓取，倾听客户需求并体现到设计开发中。
 <p>Design Theme</p>	基于通过趋势调研制定的设计战略，构成空间主题，并应用到所有相关产品的设计方向上。	
 <p>产品设计开发</p>	配合设计主题，开发多种和谐的产品设计。通过产品之间的关联，给所有产品赋予LG Hausys专属的设计身份。	
 <p>综合空间提案</p>	配合设计主题，协调开发的单个产品，组成空间，加上构建空间的小物件等所有要素，向客户展示“LG Hausys提议的空间。”	
 <p>套装产品设计</p>	根据LG Hausys提出的空间风格，配合用户的生活方式和需求开发套装产品设计，为客户提供定制的空间解决方案。	

2019年研究主要成果

地板材料：荣获iF设计奖 – Prestige 地板材料 Crack Concrete

“Prestige-Crack Concrete”是上部空间使用的瓷砖地板，采用具有混凝土的粗糙质感和不同角度可以呈现表面立体感的特殊印刷方法制造，在“2019 iF (International Forum) 设计奖”上荣获“纺织、墙饰和地板材料类”主要奖项。



满足顾客的可持续产品

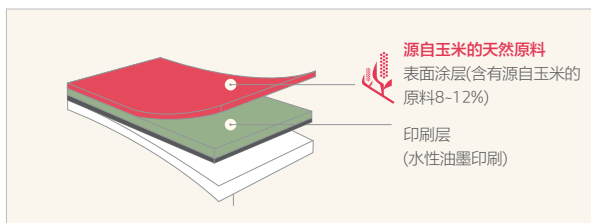
Eco - Friendly 打造健康舒适的生活空间价值

再生家具用薄膜 - PET瓶再利用材料

全世界因塑料垃圾、分类回收混乱等环境问题，出现倡导减少使用一次性塑料的运动。LG Hausys制造出使用回收聚酯(PET : Polyethylene terephthalate)作为原料的“再生(Recycle)家具用薄膜”并展示给客户。家具用薄膜是一种贴在家具胶合板表面，可以进行各种设计的表面涂层材料，它能自然表现出木材或大理石、金属等各种图案和亮光、哑光的质感，适合应用于厨房洗涤槽、衣橱、书桌等多种家具上。解决了PET瓶再利用时遇到的剥离、颜色和质量偏差问题，在韩国率先使用回收材料进行家具膜批量生产。

高端ZEA系列 - 亲环境装饰材料

为了振兴绿色产品市场，自2008年以来社团法人“韩国绿色采购网”每年会颁发“消费者选择的年度绿色产品”奖项，由专家、全国20多个消费者环境团体和500余人组成的消费者小组、消费者投票团经过严格的评选，最终筛选出绿色产品。2019年的评选中，ZEA静源地板凭借降低有害物质的亲环境功能和实际生活中可以降低楼层噪音(轻量)的功能，ZEA壁纸系列(钻石/ZEA Fresh/ZEA Fabric)凭借采用产品表面采用植物性成分的涂层，提高了亲环境性，深受好评。建筑隔热材料凭借可以节省暖/冷气费的高隔热性能获得了评估团队的高分好评。ZEA静源地板和建筑隔热材料这两类产品已连续6年，ZEA壁纸和超级节能门窗两类产品已连续4年被评为“年度绿色产品”。



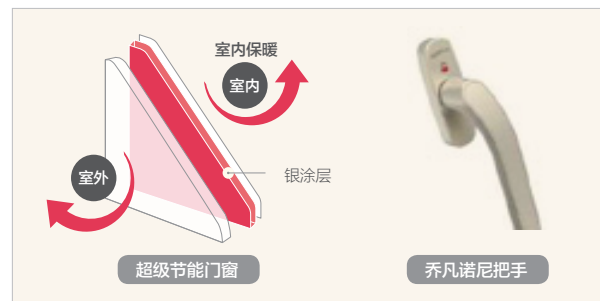
汽车面料 - 去除车内有害物质

考虑到客户对绿色环保材料的需求日益增加，LG Hausys致力于开发有助于减少车内有害物质产生的产品，从而成功推出了采用差异化工艺技术的环保面料，如将曾在汽车面料中广泛应用的邻苯二甲酸酯增塑剂的使用降到最低，对配件表面采用水溶性涂层方式等。LG Hausys环保产品具有独特优势，使得越来越多的汽车厂商采用我们的配件。与此同时，我们还推出了符合汽车内饰高端化趋势的新产品。与广泛用于车内顶棚的普通布料相比，LG Hausys的绒面布料手感、质感都十分优秀。LG Hausys将继续加大研发力度，不断提升制造能力，努力给客户带来更舒适的驾驶体验。

Energy Saving 高效产品和轻量化材料

超级节能门窗 - 能耗效率为1等级的高隔热性门窗

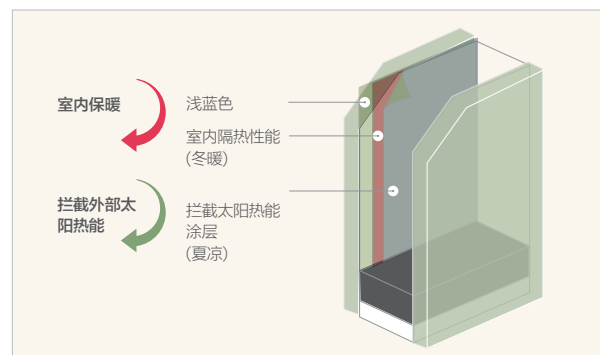
窗户越大越好，但是浪费的能源也越多，提高节能效率对于节省成本尤为重要，同时还能减少因供暖造成的二氧化碳排放，对环境非常友好。”超级节能门”使用”low-E玻璃”用于产品。“low-E玻璃”是一种功能性玻璃，把银或金属氧化物薄薄地涂在建筑平板玻璃的表面上，让隔热效果进一步提高。同时，该门窗还采用了易开易关把手设计，让用户更方便、更安全。



* 玻璃的选择是一个可选项，根据玻璃的参数，能效等级和节能费用会有所不同。

超级双重Low-E玻璃- 隔热性能和遮蔽性能

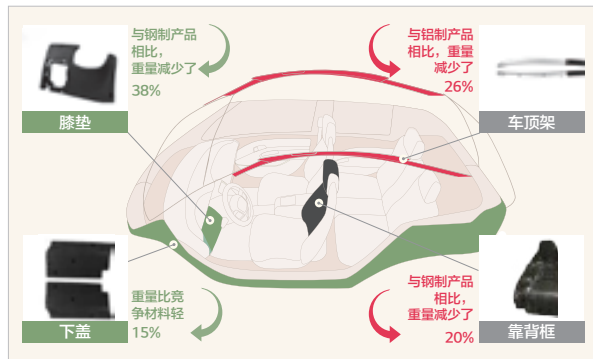
夏季，酷烈的阳光从窗户射入室内，使得室内制冷设备负荷大幅提高，太阳光会削弱建筑表皮的耐久性，造成室内装饰材料或家具褪色、变色，因此，夏季需要通过遮蔽防止外部热能射入室内。相反，冬季外部寒冷的气温会吸收室内的暖气热量，造成暖气负荷增加，因此冬季维持室内温度非常重要。“超级双重Low-E玻璃”采用双层银镀膜，具有韩国最高水平的隔热性能和卓越的遮蔽性能，夏季可以有效拦截74%1)的外部太阳能进入室内，不仅能减少空调费用，还能提高冬季的隔热性能。



1) 太阳能室内进入率=1 - 太阳能获取率(%)超级双层低辐射复层玻璃 24mm 标准 (LG Hausys 门窗性能测试所太阳能获取率测试结果)

创新型车辆轻量化配件一定刚性的同时大幅提升汽车燃油效率

随着汽车环保管制日趋严格，汽车轻量化也日益受到重视。为了成为汽车轻量化领域的龙头企业，LG Hausys大力开展研发活动，致力于开发差异化的塑料复合材料及创意配件。此外，通过与客户端的合作与联合开发，在韩国独自开发了轻量化塑料车顶架、膝垫、PAB饰盖等配件。轻量化塑料车顶架与现有铝制车顶架相比，重量减少26%，不仅实现了产品轻量化，还凭借设计的多样性尽可能满足客户的需求。护膝器从原来的钢制品转化为塑料制品，重量减轻了38%，推出了比传统钢制产品轻20%的前排座椅靠背，最大程度减少了组装零件，从而有助于提高车辆安全性和燃油效率。为了防止车辆下方产生噪音，与竞争材料相比，底部使用的底盖重量减轻了15%。此外，随着环保汽车的发展，将继续在电池组、家电和建筑等非汽车领域扩大轻量化材料的应用。



※ 轻量化程度以汽车设计解释程序模拟结果为基准，实际制造产品时根据配置不同会有所差异。

Human - Friendly 解决社会关注的问题，带给客户更大便利

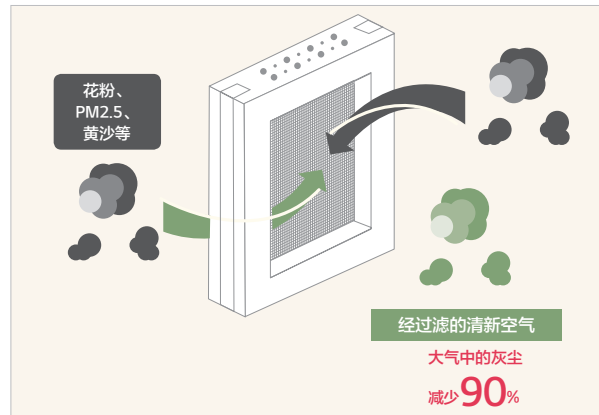
建筑用隔热材料-高阻燃、高性能

LG Hausys生产的PF隔热材料属于不易着火的半阻燃材料。这些产品虽然其厚度薄但隔热效果十分显著(0.020W/mk)，大大降低了建筑物能耗，而且，利用绿色发泡剂来对耐久性、耐热性都很强的树脂进行发泡，在将对臭氧层的影响控制在最低的同时，最大限度控制发生火灾时有害气体产生。经过一系列的努力，公司在建筑物的绿色建筑认证5大领域(能源性能、保护臭氧层严禁使用特殊物质、使用EPD环保产品认证产品、使用低碳材料、绿色建筑物资的适用比例)的优势被认可，为韩国打造绿色建筑发挥了积极的作用。

防微尘过滤窗纱 - 可以过滤90%的微尘

考虑到韩国国内对防微尘产品的需求日益增加，LG Hausys推出了采用厚度仅为头发丝1/230的纳米纤维的防微尘过滤窗纱，从虫子到灰尘再到微尘都可过滤，可过滤空气中90%的微尘，即使有雾霾的天气也

可以放心开窗通风。这一产品具有普通纱网和防微尘卷拉式纱网双重结构，平时可作为普通纱网使用，必要时把防微尘纱网拉下来即可。

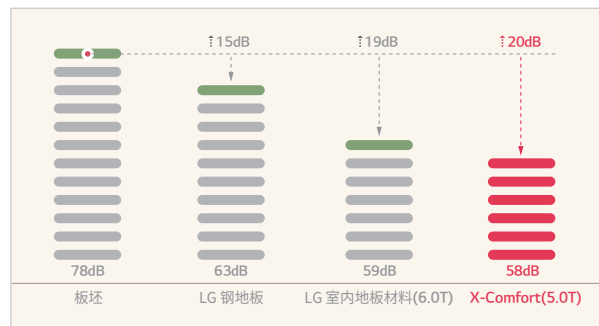


※ 不属于窗SET的窗纱性能根据FIM测试研究院(ASHRAE Standard 52.1, 重量法, 试验PM 0.97-176构成的粉尘)的测试结果显示，实际使用过程中，性能会有所不同，会出现吸入部分灰尘的可能性。

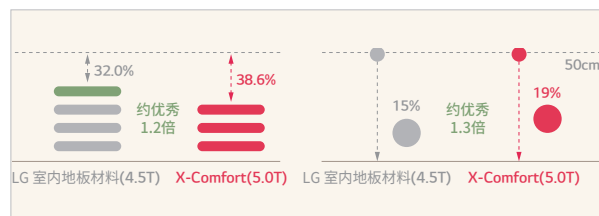
舒适的地板材料“X-Comfort” - 缓解楼层噪音

X-Comfort 是一款令居住环境更加舒适的薄片式(Sheet)地板材料，率先采用高弹性双重缓冲层。高弹性双层缓冲层分为柔软的上层和高弹性的下层，其特点是降低步行的冲击力，同时具有强大的推力，可以防止踩踏后凹陷，使步行感觉更加舒适。韩国鞋皮革研究院对“X-Comfort”进行的步行性能试验结果显示，缓冲性(压缩变化率)和弹性(反弹力)参数相比现有的LG Hausys 薄片式地板材料产品——ZEA 静源地板(4.5T)优秀1.2倍。

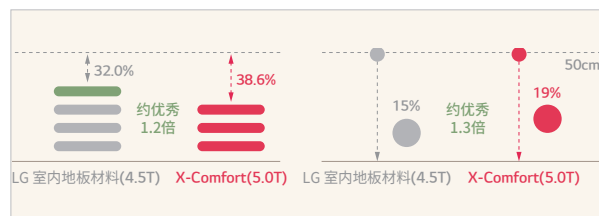
| 实验室条件下感受到的轻量冲击声减少量TEST(ΔdB) |



| 压缩变化率(缓冲性) TEST |

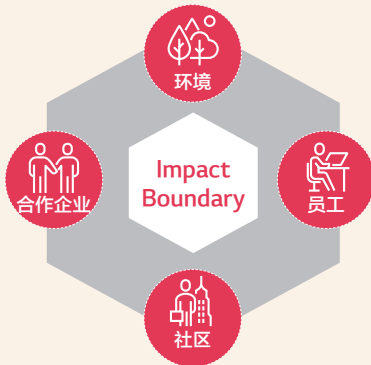


| 球反弹力TEST |



详情请参考 LG Hausys 官网

打造安全的工作所环境



可持续的接触方式

由于对企业活动的环境安全以及地区社会产生影响的规模不一的环境安全事故频繁发生，社会越来越关注营业场所的安全。在这样的社会氛围中，政府的监管变得更加严格，社区的关注与监控活动也不断加强。鉴于此，LG Hausys在制定并贯彻公司安全环境目标的同时，为了构建“安全环境预防性管理体系”，不断加大相关设备投资，致力于优化安全管理系统。

可持续指标

安全消防改善投资

38 亿韩元
(2019年为标准)

事故率

0.37 %
(以2019年为标准, 2018年 0.22%)

成就与规划

管理体系设备改善

2019 主要成果

- 诊断管理体系，实现全公司环境安全业务标准化
- 通过紧急应对训练特别诊断，提高危机应对能力

2020 规划

- 重新整理Check List并开展特别诊断，促进遵守法规和内部管控
- 通过化学物质管理等特定项目，诊断公司 TFT和重新梳理全公司规章制度

开展强化安全意识的活动

2019 主要成果

- 基于安全文化水平评估结果开展改善活动
- 开展理解安全运营体系和强化基本能力的培训

2020 规划

- 强化引导全员参与安全活动等价值扩大活动
- 现场传播管理层率先垂范的领导力的培训

安全环境管理体系

安全环境经营体系

LG Hausys以ISO 14001、OHSAS 18001等为依托建立并运营着安全环境经营系统，并对内外公开发表了针对安全环境的有效经营决心，同时为了给安全环境政策指明方向，我们还树立了安全卫生环境方针，并以此为基础制定及执行相应的业务指南。

提升公司及高层管理人员的责任意识

LG Hausys在全公司范围内构筑安全环境组织体系，树立安全环境管理目标，并把它反映到组织考核体系，不断加强企业经营对安全环境的责任意识。另外，由CEO主导的全公司安全环境委员会将进行每月1次的针对安全环境的主要决策协商，并讨论安全环境目标与诊断、投资现状等。

| 强化全公司环境安全组织 |

1. 新设诊断TFT，发掘并改善环境安全风险
2. 强化对外环境规定，各营业场所拆分新设安全健康Team、环境Team/Part，促进快速决策和集中执行力
3. 根据各营业场所生产特性实施并改善运营体制，为改善作业/工艺方面的隐患，新设隶属生产工厂厂长环境安全P，配备负责工程师



应对传染病危机

为了守护员工和地区社会成员们的健康和安，LG Hausys制定了防止传染病扩散的危机应对指南，根据不同阶段的危险级别，树立应对方案。特别是2020年发生的新冠肺炎疫情已经扩散至全球各地，公司在相关部门安排了专门人力，对国内外营业场所的疑似患者进行管理，防止疫情扩散，尽全力保护员工的安全。

1. 关注阶段

发生传染病

- 发病国家法人发放传染病预防手册并培训
- 监控发病国家传染病扩散等情况

2. 注意阶段

韩国出现患者

- 发放并宣传公司传染病预防指南
- 监控相关地区访问者中是否存在有症状患者
- 掌握相关期间内前往发病国家的访问者/出差者
- 控制相关地区出差/必要时禁止

3. 警戒阶段

营业场所内出现疑似患者

- 疑似患者管理
- 卫生管理
 - 发生地区管理(发生楼层及公共区域): 消毒、防疫、发放口罩、加强外部人员出入管理
 - 日常测量体温(热成像测温仪)、发放手部消毒液、体温计
 - 控制内外部团体活动、身体接触、聚餐、培训等
- 禁止相关地区内出差

4. 严重阶段

营业场所内出现确诊患者

- 确诊患者管理
- 卫生管理
 - 全体消毒，确认同一区域劳动者是否发热
 - 日常测量体温，发放手部消毒液
 - 禁止内外部团体活动、身体接触、聚餐、培训等
- 讨论相关营业场所全体休息或限制外部人士出入

管理体系及设备改善活动

改善事故危险因素活动

为了提前防范火灾、伤害等重大事故，我们通过区分危险因素活动，对其相关活动实施日常检查及改善。

| 强化全公司环境安全组织 |

主要检验活动	内容
 火灾预防活动	<ul style="list-style-type: none"> 在电力与LNG的使用、过热设备方面制定管理标准 建立测量与警报系统 在办公室、仓库等隐患设施增加灭火设备 实施个人应急知识培训
 实施消除油蒸汽、静电的活动	<ul style="list-style-type: none"> 安装防静电装置、油蒸汽测量设备、工业用加湿器等设备 对原材料处方变更、静电及油蒸汽进行每日测量管理
 挤伤事故 Zero Blocking system	<ul style="list-style-type: none"> 通过事故预防活动来努力杜绝发生频率较高的挤伤事故 设置安全装置，防止事故发生并将事故损失降至最低
 加强防灾系统	<ul style="list-style-type: none"> 增加避难设施，完善警报及监控系统 加强隐患设施灭火系统
 ESH* 检查ESH管理现状	<ul style="list-style-type: none"> 根据原则标准进行检验，并对检验结果和有异常症状的员工进行跟踪管理 确认废弃物减排项目进展情况

* ESH (Environment, Safety, Health) : 环境安全健康

强化施工安全能力

LG Hausys不断完善和运行施工安全管理系统，以防止窗户施工期间发生安全事故。2019年公司施工部门的安全健康预防活动、事故管理和组织结构是否符合法规和标准进行了审查，今后将开展定期诊断，持续维护、完善管理体系。

| 主要活动规划 |

- 安全健康定期会议体系和危险性评估常态化
- 提高施工安全监督员培训水平，强化能力
- 强化安全检查活动和引入违法安全标准的I/P制度

强化环境安全特别诊断

LG Hausys在总部组织中中新成立“环境安全诊断TFT”，以加强管理体系和法律法规的合规性，进一步巩固与营业场所环境安全部门的Check & Balance体系。2020年，为了集中强化遵守法规，在必须遵守的环境、安全、消防法规中按项目领域选拔公司内部专家，并重新梳理“合规性检查表”，以此为基础，第一轮由各营业场所自行检查，第二轮由总部诊断TFT开展检查，提前消除不合规事项。同时，将基于化学管理系统进行诊断，以加强对日益复杂和多样化的化学原料的有害危险性管理。诊断范围内发现的问题和改进措施反映在公司范围内的法规中，以防止问题再次发生。

| 各种检查的详细内容 |

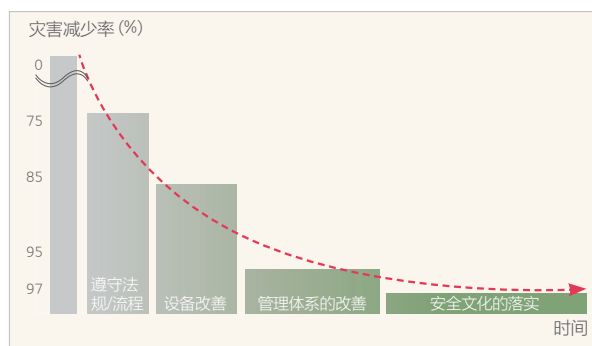
类别	对象	周期	详细内容
定期检查	全部营业场所	1次/年	以全部营业场所为对象，对安全环境领域实施定期检查及对履行情况的检查
特别检查	相关部门	随时	诊断是否符合法律法规，发生内外部问题时诊断类似风险因素并根据管理层的指示进行诊断，诊断对供应商的支持和应急训练
事故检查	相关部门	随时	① 重大灾害 ② 同一队伍发生相同类型的事故或者年内发生3件以上 ③ 有可能存在重大灾害隐患争议的事故

提高安全文化宣传及相关意识

事故预防活动的发展阶段及我司活动现状

LG Hausys根据事故预防活动阶段，自2013年由总公司组织新设以后，相继确立了公司规章制度的制定、针对设备改善的投资、以检查为核心的管理体系，并持续开展了相关的安全活动。作为法规及流程遵守活动范畴，相继制定了全公司安全卫生/环境有关的公司规定及安全作业标准与应急响应手册等，目前已经具备了基本的事故预防相关公司规定及流程。同时，我们对消防设备及建筑的完善、高危设备安全装置等各种设备的改善进行持续投资，从而为降低灾害起到了积极的作用。每年我们还会对包括海外/研究所在内的全部营业场所的安全环境运营体系进行检查与改善活动，从而不断强化安全管理体系。LG Hausys认为要想从根本上预防事故，就需要改善“人的意识与行动习惯”，从而自2018年起努力落实及宣传营业场所的安全文化。

| 事故预防活动的发展阶段 |



※ 来源：英国卫生安全厅 (HSE)，DNV GL

| 各阶段安全文化传播活动 |

2018年下半年	2019年	2020年上半年	2020年下半年
安全文化水平评估 (蔚山/清州, 安全健康工团合作) <ul style="list-style-type: none"> 安全文化水平问卷/访谈 开展线下问卷调查 开展公司外部专家1:1访谈 经营者/管理者/操作人员 	分享运营体系和改善培训 <ul style="list-style-type: none"> 高管层/管理者/专业技术职R&R明确化(3月) 环境安全宣传渠道多面化 构建全公司环境安全IT系统 高管层环境安全领导力培训 管理监督者政法培训效率化 强化专业技术职集体培训 新设生产环境安全P /培养教育 	宣传安全价值及价钱沟通强化 <ul style="list-style-type: none"> 制定公司标语/绝对遵守安全守则 树立公司环境安全日运营计划 高管层表明意志 激活Safety Talk 	系统/内制化 <ul style="list-style-type: none"> 改善/内制化评估方法 问卷评估Tool/访谈保密 开展自我评估的培训教育 各营业场所评估员集体培训 全公司文化水平评估 运用自我评估员开展评估 分析评估结果/树立改善方案 韩国改善优秀案例适用支持 各营业场所树立自我改善目标 安全文化评估系统化 制定评估实施流程规定 环境安全KPI体现预防指标
		价值 <ul style="list-style-type: none"> 沟通 搞活环境安全现场恳谈会 改善公开称赞/褒奖等方式 对不安全行动进行沟通 	

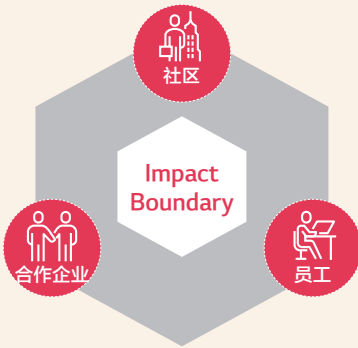
安全文化强化活动

LG Hausys为了把员工的安全文化落到实处，于2018年进行了安全文化水平评估。我们以KOSHA为主导，以蔚山及清州工厂的员工为对象进行了安全文化问卷调查，以负责人与管理者、工作人员为对象进行了采访。并以评估结果为基础，提出改善事项，进行安全环境培训，让员工理解安全环境的意义，从而建立并维护企业的安全文化。

| 详细推进计划 |

价值	标语	全公司征集标语
	绝对数值	针对全体员工选定绝对遵守安全数值
	环境安全日	指定环境安全日(11/1)
	高管层领导力	全公司公布环境安全Letter, 现场安全指导
沟通	Safety Talk	发送并鼓励环境安全信息刊物
	直接沟通恳谈会	营业场所/环境安全领导与专业技术职沟通
	公开称赞/奖励	公开安全活动优秀促进者, 家庭分享
改善现有活动	沟通渠道多面化	利用Kakaotalk沟通
	运行体系	制作法规手册并培训
	培训	现场定制作业标准/法规/原材料培训

合作企业同步发展



可持续的接触方式

LG Hausys将合作企业视作共同成长的伙伴，致力于提升相互竞争力，建立可持续发展的工业生态。为此，支持合作企业建立高效工作流程，提升自身力量。同时，为了防范在与合作企业合作的过程中可能发生的CSR风险，不断加大国内外供应链在CSR方面的管理力度。

可持续指标

诊断合作企业CSR风险

340家

地区社会采购比例

39%

(相比总采购额，营业场所附近供应商采购比例)

成就与规划

强化供应商根本竞争力

2019 主要成果

- 通过制造创新活动改善生产力，扩大 支援供应商
- 扩大共同成长投资力度 (3亿韩元 → 5亿韩元)

2020 规划

- 供应商共赢基金/现金支付等金融支持
- 强化供应商技术、经营、教育支持，提高生产力和质量

开放式沟通

2019 主要成果

- 高管层与一级供应商现场沟通
- 奖励生产力改善优秀的供应商

2020 规划

- 高管层与1、2级供应商现场沟通
- 对生产力改善优秀的供应商扩大奖励

营造公正的交易环境

2019 主要成果

- 1-2级供应商之间签订标准转包合同时评估加分
- 运营转包交易事前·事后审议委员会

2020 规划

- 鼓励2-3级供应商之间签订公正委合同
- 通过遵守法规和指南，建立合理、公正的交易环境

合作公司可持续管理

合作企业情况

LG Hausys在产品原材料和配件采购方面与1530多家合作企业进行交易。2018年，从公司经营场所附近的合作企业采购的金额占到公司采购总额的42%。我们将合作企业视作同步发展的伙伴，为了提升相互竞争力，建立和实施同步发展支持系统。

同步发展项目

LG Hausys认为，同步发展才是企业实现可持续经营的核心因素，为此，大力开展各项支持项目，致力于取得实质性成果。尤其是围绕合作企业共赢五大支持项目建立相应合作方案，包括金融支持、改善支付货款程序、支持质量与技术开发、支持人力资源培训、支持经营活动等。

支持项目	2019年的成就	具体内容
 <p>金融支持</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 设立150亿韩元共赢基金，向33家合作企业提供支持 • 利用“Network-Loan”向3家合作企业支援7.2亿韩元 • 出资5亿韩元，支持推动同步发展 	<p>LG Hausys运营着Network-Loan、家庭贷款、共赢基金等融资方案，帮助合作企业借贷到低利率资金。此外，通过优秀合作企业支持项目，支持合作企业改善财务状况。</p>
 <p>改善支付货款程序</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 维持现金支付比例为100% • 现金支付金额高达2442亿韩元 	<p>根据资金管理标准，支付金额只有低于300万韩元，可以进行现金支付。然而，为了支持合作企业的经营活动，进一步提高现金支付比率。</p>
 <p>支持人力资源培训</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 3正5S培训/FTA原产地培训等334家公司413人 	<p>面向供应商员工，开展质量、环境安全、正道经营、普通和专门经营职务人员的培训。</p>
 <p>支持质量与技术开发</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 向80家合作企业派遣160名技术与质量专家 • 获得3项共同专利，支持1项技术委托制 	<p>在合作企业设备投资与改造、提高生产率、质量稳定化管控、系统基础设施等方面投入了约24亿韩元，并积极实施共同专利申请，加大对合作企业技术的保护力度。</p>
 <p>支持经营活动</p>	<ul style="list-style-type: none"> • “赏赐”金额高达5510亿韩元 • 2019年举行合作企业恳谈会6次(131家合作企业132名员工参加进行交流) • 对优秀合作企业给予奖励(提供福利商城积分) • 支持合作企业改造、维修陈旧设备，并共享相关成果： 支持合作企业改造、维修陈旧设备，并共享由此节省的成本 	<ul style="list-style-type: none"> • 实施“赏赐”制度： 为了减轻合作企业在资金、原材料方面的负担，LG Hausys主动确保主要化学原料和建筑材料的供应，支持合作企业及时确保所需原材料。 • 支持交流活动： CEO及负责采购业务的高管出席合作企业恳谈会，或直接访问合作企业，广泛听取合作企业所面临的问题，并将其反映到公司经营管理中。此外，还开展各种支持活动，如优秀合作企业奖励等。

提高供应商竞争力

支持供应商提升自身竞争优势

LG Hausys认为只有供应商供应最优质产品，LG Hausys的有事才能得到提升。于是，公司致力于加强生产现场中的合作。尤其是，加大在生产设备方面的支持力度，力求供应商实现稳定生产、提升质量水平。为此，公司自2014年起出资投资供应商实现双赢发展，支持主要供应商改善生产力，对效果金额实施成果共享制，推动供应商实现制造创新。

提高供应商生产力支持

通过“Line Zero”焊接技术支持强化生产供应商的制造竞争力

通过LG Hausys的“Line Zero”专利技术及其有关的焊机技术和安装支持，生产差异化产品，从而提高供应商竞争力。

供应商制造创新支持

为了提高制造竞争力，LG Hausys意识到与供应商的共同繁荣是关键因素，致力于开展供应商生产现场的创新和设备自动化等提高制造竞争力的活动。此外，通过制造创新获得的改善成果会借助降低价格、联合专利和技术转让等多种方式与供应商分享。

供应商	概要	支持内容
行星化学	• 自动设置包装，提高生产力和变更真空泵类型改善收率和不合格率	• 自动设置包装，对更换真空泵费用提供支持和咨询
锡永S科技	• 安装伺服切割机，提高生产力	• 伺服切割机制作费支持，通过机械通用化，提高生产力和质量
JJK	• 运用模具进给装置改善更换损失	• 安装模具更换双向载体的费用支持和咨询
协成化学纤维	• 挤压机大型化，引进切割机提高生产力	• 挤压机大型化费用支持，传授切割机技术
TAS FL	• 通过表面涂层改善材料费收益率	• 引进表面涂层流程和费用支持

公平交易

签署公平交易协议

LG Hausys成立以来，坚持遵循共同发展和转包公平贸易协议，遵守转包法等相关法律法规，为供应商发展提供支持。2012年开始公司被列入共同发展指数评估企业，接受公平交易委员会和共同发展委员会开展的对过去一年促进共同发展有关的内容进行客观评估。公司在在共同发展指数评估中连续5年荣获“优秀”评级。与174家一级供应商通过签订公平交易协议、改善结算方式、金融支持、技术保护、培训支持等丰富的支持政策，促进双赢发展，一级供应商再与20家二级供应商签订协议，通过改善结算日期和通知单价调整信息等方式传播公平交易文化。

公平交易自律遵守项目

LG Hausys自2010年起制定自觉遵守公平交易项目，追求公平合理的交易文化。

| 主要项目 |

主要项目	内容
 内部检查	<ul style="list-style-type: none"> 对主要事业部和经营场所实施公平交易检查。
 法律培训	<ul style="list-style-type: none"> 其宗旨在于提高员工公平交易意识、传播公平交易文化 发放公平交易指南及教材 对公司内部和外部相关人员定期实施培训
 事先检验	<ul style="list-style-type: none"> 以企划、营业、营销、采购、财务等所有业务部门为对象 其宗旨在于防止违背竞争法规的行为 在开展业务前由内部公平交易专家进行检验
 转包交易内部审议	<ul style="list-style-type: none"> 构建内部审查机制，防止在与合作企业进行交易时出现不公平转包交易行为 成立由采购负责人参与的“转包交易内部审议委员会”

公平交易项目的成果

每年对事业部和经营场所实施有关公平交易及转包的培训，并实施相关检查。2019年，向全体员工发送CEO公平交易信函，再一次阐明公司高管以身作则、认真遵守公平交易原则的坚定意志。同时，通过“公平交易系列”形式，每月定期公布违规案例，强化员工合规经营意识。此外，向事业部和采购部门的员工反复实施有关防止串通舞弊、引导遵守《转包法》及《公平交易法》的培训。除了对新任组长及新加入的有经验员工的培训以外，还对营销人员进行展示广告培训。

| 员工公平交易自律遵守培训 |

	类别	结业人员 (名)	培训实施 (次数)
2017	转包业务	72	4
	卡特尔及不公交易	252	15
2018	转包业务	110	7
	卡特尔及不公交易	265	12
2019	转包业务	138	6
	卡特尔及不公交易	164	13

支持合作企业保持可持续性

合作企业CSR行为规范

从2016年起，LG Hausys制定并落实以所有合作企业为对象的CSR行为规范。该规范涉及到劳动与工作环境、伦理经营、安全卫生、环保经营等企业社会责任，引导从一级到二级的所有合作企业遵守该规范。此外，对与天津、无锡、亚特兰大等海外生产法人进行交易的海外合作企业而言，引导他们从签署合同起就遵守CSR行为规范。

合作企业CSR评估

LG Hausys根据合作企业CSR行为规范检查列表，对前一年度交易金额超过1亿韩元的340多家合作企业和所有汽车配件供应商进行评价。尤其是，让新增合作企业必须受到CSR评价，将其结果反映到合作企业定期考核或简易评估上。从2020年起，根据合作企业潜在风险程度 (high/middle/low) 进行不同层级的评估，并开展改进活动。

此外，针对美国亚特兰大、中国无锡与天津等海外重点生产基地也认真落实合作企业CSR管理方案。亚特兰大法人对交易金额超过一万美元的合作企业实施评估，并于2018年与合作企业签署行为规范协议。而天津和无锡法人将合作企业CSR行为规范写在进标准合同书，并对其CSR情况进行评估。

| 检查列表项目 |

- **安全卫生** : 安全卫生管理体系、工业安全、工伤
- **环保经营** : 环保经营体系、有害化学物质管理、环境污染物质管理
- **人权与劳动** : 书面劳动合同、防止歧视、工资及工作条件
- **其他** : 客户至上 经营管理、伦理经营体系、公平交易、社区贡献

现场检查和整改方案

LG Hausys对属于下列对象的企业进行了CSR现场检查，即：采购比重较大、因在环境、人权方面存在风险而需要评估。根据CSR行为规范实施的检查结果显示，这些合作企业在作业现场工业安全事故、劳动方面存在漏洞。因此，引导这些企业与员工签署劳动合同、遵守最低工资制度、加入保障制度，同时，还实施了作业现场安全培训并提供培训资料，主要包括叉车安全操作规程、应急处理方案、佩戴安全防护用具等。此外，在召开由合作企业代表参与的采购协议会议上同时实施CSR培训，加强风险防范意识。今后，继续加大管理力度，要求合作企业在接受评估后提交改进方案，进一步加强后续跟踪管理。

| 通过环境标准审查和社会影响评估的新、旧合作公司¹⁾ |

구분	单位	2017	2018	2019
全部新合作公司	数量	101	207	117
通过评估的新合作公司	比例 (%)	100	100	100
通过评估的旧合作公司	数量	400	340	340
确认为高风险 ²⁾ 的合作公司	比例 (%)	0	0	0

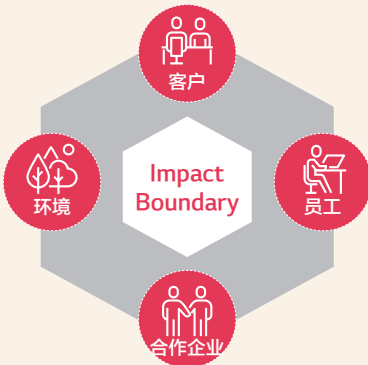
1) 合作公司评估对象

- 新合作公司: 按所属年度标准评估全部新合作公司
- 旧合作公司: 评估全年标准采购额超过1亿韩元或获得战略重要性高的产品的合作公司

2) 各合作公司危险分类

- High : LG Hausys 合作公司CSR检查清单项目分数低于75分
- Middle : LG Hausys 合作公司CSR检查清单项目分数75分- 85分
- Low : LG Hausys 合作公司CSR检查清单项目分数超过85分

提升产品和服务质量



可持续指标

获得绿色认证的产品种类*

133件

* 环境标志, HB标识, 环保成绩标签 (截至2019年12月31日)

环境标志	65件
HB标志 ¹⁾	30件
环保成绩标签 ²⁾	38件
总计	133件

- 1) 绿色建筑材料单位标准认证
- 2) 2016年对环保成绩制度和碳成绩标签制度进行整合

可持续的接触方式

社会要求产品不对人体和环境产生影响, LG Hausys根据这一社会要求, 致力于在生产、销售和使用的全过程为客户提供优质的产品和服务, 努力扩大与客户直接沟通的窗口, 不断增强客户购买的便捷性。

成就与规划

质量保证体系 Level-Up

2019 主要成果

- 强化供应商质量管理体系
- 开展主要代加工供应商诊断
- 扩大基础设施投资, 实现制造智能化
- 实时生产 / 建立公正管理体系

2020 规划

- 强化质量改善课题执行监督
- F-Cost¹⁾课题和质量诊断不恰当改善检查
- 强化产品安全性和长期使用性能验证
- 定期分享产品安全问题和促进可靠性试验法移交

强化Six Sigma管理

2019 主要成果

- 利用工艺数据的质量改善活动
- 各事业部分运营大数据课题
- 通过公司内/外部培训, 提高分析能力

2020 规划

- 通过Big-Data分析提高质量管理水平
- 扩大Big-Data课题和扩大深度学习意愿检查对象
- 培养公司内部分析专家, 开展用户培训

强化客户接触点

2019 主要成果

- 提高客户售后服务接触点满意度活动
- 通过售后服务供应商培训提高能力
- 梳理施工CTQ²⁾改善和施工参数管理体系

2020 规划

- 强化服务质量运营体系
- 强化令客户满意的售后服务运营系统
- 树立/运营装修事业质量体系

1) F-Cost (Failure Cost): 失败成本

2) CTQ (Critical to Quality): 对质量产生决定性影响的关键质量因素

质量管理体系

质量保证体系



1) IQA: 对入库的原材料进行质量检验 / OQA: 对出厂的产品进行质量检验。

2) 4M: 在产品生产流程中的变更要素, (即Man (人力), Material (材料), Machine (机器), Method (方法))。

运行质量信息综合管理系统QAS (Quality Assurance System)

生产新产品或变更原材料、设备和工艺等生产过程的变动可能会对产品质量影响, 因此LG Hausys会对此进行严格管理, 运用IT系统来验证生产的产品是否符合质量要求, 为客户提供质量均衡的产品。如果发生客户投诉, 公司将收集和管理所有质量信息, 以跟踪产品的原材料、生产历史、工艺条件等, 为了运用这些信息提升质量, 公司坚持投资IT/设备。阶段性上线可以制定生产计划和系统管理制造过程的“MES(生产管理系统)¹⁾”和实时监控工艺条件和设备状态的“UMS(工艺/设备管理系统)²⁾”, 强化制造质量管理基础。为强化外观质量竞争力, 利用各种传感器的“自动化检测系统”也被列入年度课题, 持续确保相关技术。

1) MES (Manufacturing Execution System): 从制定生产计划到执行制造、控制并管理生产的系统

2) UMS (Utility Management System): 实时监控工艺条件和设备状态的系统

运行开发质量验证体系

所有新产品从起初的策划阶段到量产阶段, 运用“Q-Gate (新产品质量验证流程)”进行管理。新产品质量验证流程以预防质量事故和提高生产力为核心基础, 力量集中在技术、生产、质量和研究所。从产品策划阶段就树立体现客户需求的明确的质量目标, 需要经过质量验证委员会的三次验证, 确认是否达到质量水平, 致力于推出令客户满意的产品。

提升海外生产法人的质量水平

LG Hausys致力于在海外生产法人建立和韩国同一水平的质量保证体系, 大力开展质量标准化工作, 将韩国国内质量规定及业

务流程灌输到海外生产法人。为此, 派遣公司总部的专家赴海外生产法人负责建立符合当地情况的质量保证体系, 并定期对当地质量体系的运行情况进行检查。同时, 总部质量部门直接参与海外法人质量KPI选定及目标设置过程, 每月将目标达成率汇报给经营高管。此外, 对当地人才实施六西格玛培训, 支持海外生产法人加强自身的质量管理水平, 将韩国国内优秀案例与海外法人共享。

培养质量专家

公司致力于在公司内部培养问题解决型专家, 以此来将六西格玛理念内化于心, 正确把握客户需求, 并制定有效改善质量的对策。从2016年起, 将MBB/BB/GB*资格认证纳入到晋升考核范畴, 实施更全面的人才培养政策。2019年所有工程师中8.1%的人员获得了MBB资格认证, 2020年计划将该比例提高到9.4%。此外, 为了确保在第四次工业革命时代获得必要的的能力, 公司坚持开展以实务工作者为中心的利用大数据的培训课程, 培养大数据分析师完成质量课题。

* MBB (Master Black Belt): 是指对培训及课题活动提供指导咨询的六西格玛专家
BB (Black Belt): 是指六西格玛课题执行领导
GB (Green Belt): 是指六西格玛课题执行人员

产品全生命周期环境影响评估

产品全生命周期环境影响评估(LCA: Life Cycle Assessment)

LG Hausys通过全生命周期评估(LCA, Life Cycle Assessment)对制造、流通、使用、废弃等产品周期全过程的各个阶段提供定量化的环境信息, 建立门窗、呼吸砖、地板材料(出口用卷材、瓷砖)、建筑业用隔热材料、壁纸(ZEA Fresh)、爱可诺、强Green产品等的六大环境要素(资源消耗、温室效应、臭氧层影响、酸化、富营养化、生成光化学氧化物)数据, 不断扩大相应产品群, 分析、管理环境影响。

加强与顾客的沟通

强化线上接触点

随着线上装修客户数量不断增加，LG Hausys通过各种沟通渠道强化线上渠道的访问性。2019年开通了Z:IN Youtube渠道，结合SNC渠道，为客户制作了可以间接体验的丰富的装修材料有关的视频内容。2020年将提供装修信息的网站“Z:IN”和LG Hausys的直营店“Z:IN Mall”进行整合，以“LG Z:IN Mall”的全新形象亮相，从以客户参与为主的“沟通空间”到提供丰富的内容的转型。同时，将通过线上沟通，关联可信用高的线下专业服务，强化从售后到客户管理各个环节。通过大力发展O2O*专卖店提供从咨询到施工、售后服务的系统化客户管理。此外，公司将进一步扩大移动应用程序的便捷性，为客户提供更快速、更便捷的差异化O2O服务。

*O2O : Online to Offline

强化线下接触点

为了让客户能够直接体验、购买产品，LG Hausys开设了论岷洞“LG Z:IN Square”等16个线下展厅，并计划分阶段在韩国主要商圈建造大型展厅。2020年将通过LG电子BEST SHOP等家电卖场和大型流通渠道，扩大“LG Z:IN Interior”的卖场入驻，把卖场扩大成为从装修到各类家电及软装产品的一站式购物场所。此外，将进一步扩大直接拜访客户的营销活动，通过新建公寓入住博览会、公寓小区活动、快闪店等形式开展提高客户购买便捷性的活动。

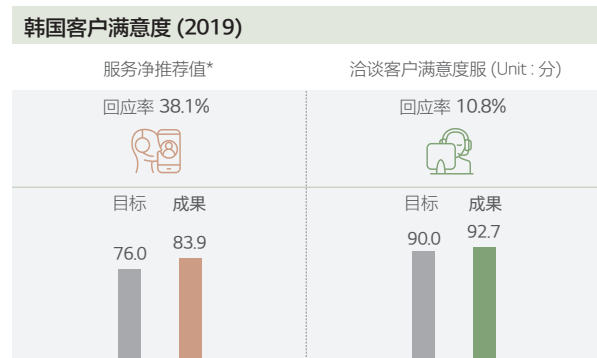
产消者活动“Z:ENNE”

Z:ENNE既是Z:IN品牌的产消者，又是产品宣传大使，负责对公司产品及营销活动的宣传。2006年起运营的Z:ENNE在活动期间里，以LG Hausys各种消息生成优质的内容并加以宣传，发挥客户之间的沟通渠道作用。近期，除了产品宣传，在进行消费者需要的产品创意提案或上市前，不断扩大品评活动等产消者的作用，强化提高客户满意度的活动。

客户检查质量活动

实施客户推荐指数(NPS)调查

自2016年以来，LG Hausys引入了净推荐值(NPS, Net Promoter Score)，从现有客户满意度调查结果中完善辨别力，系统地管理服务质量。对于推荐指数高的，为了不断提高客户满意度，通过强化各地区产品专家体系，持续改善产品质量；对于推荐指数低的，收集客户的意见，将其反映到产品的开发和生产、服务质量中。



*净推荐值=(推荐数量-不推荐数量)/总响应数量

强化现有客户沟通

为了解决客户痛点，提高客户满意度，LG Hausys根据客户类型制定了应对重点管理客户的响应流程。将原来设置在LG Hausys官网的客户服务公告版块单独扩展至其他网站，并于2020年2月完成了开发。因此，公司扩大了具有产品/施工专业知识的人员安排和相关响应部门，为了帮助客户立即解决问题，提供具有手册和视频的“简单咨询”和“自我行动”系统。LG Hausys致力于不断提高使用公司产品的现有客户的便捷性，登录客户服务网站，运用实时KakaoTalk咨询、申请上门服务、购买材料等功能即可享受服务。

运行施工质量检查部门

LG Hausys为了在整个公司活动中按阶段反映客户的不满和需求，从客户角度验证产品、保证质量，持续检查、完善流程。为了提高始终如一的优质产品和施工服务，成立了施工质量检验部门。公司访问韩国各地的主要现场，检查每个施工团队的质量水平，并将优秀施工团队的技术作为标准广泛传播。为了克服不同的施工环境问题和意料之外的现场变化，公司坚持严格管理施工质量，确保所有施工团队提供最优质的服务。

LG Hausys在产品全过程持续推进减少有害因子活动，旨在为客户提供健康、安全的产品。



产品开发

新产品开发时，有害性检查义务化

LG Hausys在新产品质量验证环节规定义务化从投入新产品的原材料到成品均验证有害物质的释放量，确保生产客户放心使用的产品。开发完成的所有新产品都必须通过验证流程，有可能释放有害物质的可疑产品无法通过开发完成审批并限制生产。



原材料入库

运行“化学物质管理IT系统”

-化学物质事先研讨

2018年起利用“化学物质管理IT系统”，即从产品开发阶段研讨安全环境性，对采购、验收、使用、储存、废弃全过程进行系统的化学物质管理。对此，还将不断改善，使操作者免受安全隐患影响，安全作业并最大程度减少产品内有害化学物质带来的风险。



成品验证

成立研究所下属专门部门

-长期可靠性验证

LG Hausys坚持加快研发新的试验方法，并将其纳入定期检查项目，旨在把客户的使用环境体现到产品特性中，验证产品的安全性和长期使用质量。准确检测在使用环境中连续数年暴露的情况下质量到底能维持多久，加以管理的同时不断改善强化耐久性。

-有害物质分析

公司运用精密分析仪器和专业人员，提高检测TVOC、HCHO等重大有害物质的可靠性，确保工艺过程中可能出现的尚未被识别的有害物质的安全性。从开发阶段到产品上市，LG Hausys都会持续监控产品释放出来的有害物质或通过意外的化学反应、未知途径产生的有害物质。

* 2019年进行的有害物质分析产品数量：共计18个

各工厂设立有害物质分析室

LG Hausys在韩国制造工厂建立了有害物质分析基础(化验设备/化验员)，对TVOC、甲醛等重大有害物质进行日常测试。所有产品严格控制在法定标准值以内，检查结果超过标准值的超标产品实施全部废弃处理，同时进行详细的原因分析，防止再次发生同样情形。2018年开始与有关部门举办定期交流会，强化化验员能力，不断提高分析结果的可靠性。

运营氩(放射性物质)检查体系

LG Hausys在公司研究所设置了分析仪器，实行分析体系。2019年起在韩国各工厂引进氩分析仪器，实施定期查。LG Hausys最关注的就是客户的安全，无时无刻不在积极地应对社会关注的问题和新的有害物质。

获得官方产品安全认证

LG Hausys为提高验证可靠性，方便客户认识安全性，取得了多种官方安全认证。从韩国“环境标志”、“HB标志”到海外的“欧洲纤维产品质量认证”，根据产品特性，拥有多种不同的产品安全认证。通过周期性的认证更新，确保国内外市场上值得信赖的产品安全性。

* 环境标志：环境部韩国环境产业技术院的国家官方认证，有关产品制造、消费、废弃全过程的环保性认证

* HB标志(Healthy Building Material)：韩国空气净化协会关于建筑材料有机化学物质(TVOC, HCHO)排放的认证

* 欧洲纤维产品质量认证：欧洲、日本等18家纤维研究机构组成的OEKO-TEX协会评估产品有害性的环保认证



产品出库

具备原因物质溯源管理基础

LG Hausys通过关联MES(生产管理系统)、WMS(仓库管理系统)等IT系统，具备了追溯制造历史(原材料、作业条件等)的基础。将持续运行溯源管理体系，当发生意料之外的有害物质问题时，通过准确查明原因物质，计算受害范围，采取快速应对措施。

MANAGEMENT REPORT

治理结构

正道经营

人才经营

环保经营

社会贡献

信息安全





Environmental Management



Social Contribution



Information Security

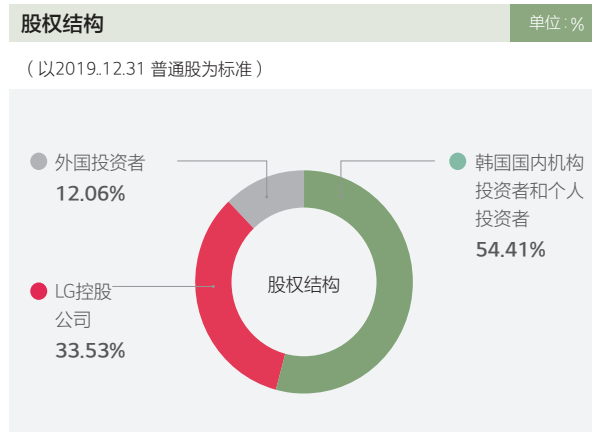


治理结构

股权构成与股东权力

为了成为可持续发展的企业，LG Hausys建立了公平、稳定的股权结构。股东可以行使各种股东权力。与企业经营管理有关的主要内容，可通过韩国金融监督院电子公告系统、LG Hausys官方网站的渠道查询。

LG Hausys官网- 董事会构成



董事会成员构成和角色

LG Hausys董事会的工作主要包括：对公司重要业务的执行进行表决；对董事业务执行进行监督；就根据法律或公司章程决定的议题、或受股东大会委托的议题、或与公司业务有关的重要议题进行表决。截至2020年4月，LG Hausys董事会由2名内部董事、1名其他非常务董事和4名外部董事组成。

董事会及外部董事的选聘

董事会的选聘根据《商法》等相关法律所规定的程序，经过股东大会上股东的投票进行表决。根据法律规定，资产规模超过两万亿韩元的上市公司应选聘占董事会成员半数以上的外部董事。公司代表理事和董事会主席分别由两个不同的人担任，且外部董事占董事会成员半数以上，从而保证董事会决策过程合理、透明。因此，LG Hausys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四位外部董事，而这四位外部董事与公司并没有特别的利益关系。外部董事有责任深入了解LG Hausys在经济、社会、环境方面的战略方向及现存问题等内容，并提出改进意见。

董事会成员构成 (截止2020年4月)				
区分	姓名	首次选聘日	监察委员会委员	备注
内部董事	姜桂雄	2020.3.26	现 (株)LG Hausys 代表董事 现 (株)LG Hausys CEO兼韩国营业部总监 前 (株)LG电子韩国营业本部B2C Group长 前 (株)Hiplaza代表董事	董事会主席
	姜仁植	2019.3.14	现 (株)LG Hausys 代表董事 现 (株)LG Hausys CFO 前 (株)LG化学 经理 前 (株)LG化学 金融	
其他非常务董事	姜昌範	2019.3.14	现 (株)LG 化学组组长 前 (株)LG化学 电池事业本部经营战略负责人 前 (株)LG 经营管理组(化学)	
外部董事	金进坤	2015.3.13	现 浦项工科大学化学工学学科教授 现 韩国科学技术翰林院正式会员	
	裴鍾太	2015.3.13	现 KAIST经营大学教授 前 韩国中小企业协会会长 前 技术经营经济协会会长	监察委员会委员
	金永翊	2016.3.24	现 西江大学经济研究生院兼职教授 前 Hana Daetooi证券调研中心负责人 前 大信证券调研中心负责人	监察委员会委员长
	李鳳煥	2018.3.9	现 (株)LG Hausys 外部董事 前 首尔大学工学专业研究生院产业合作中心教授 前 (株)现代摩比斯研究开发本部长	监察委员会委员

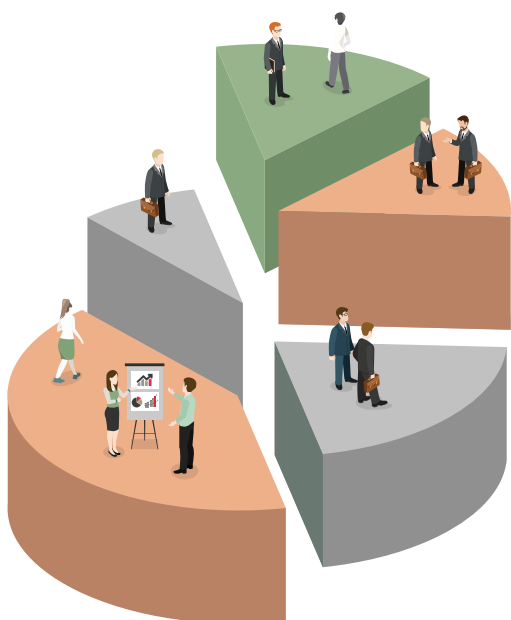
董事会工作内容

2019年，LG Hausys董事会共召开了7次会议，董事会成员的平均出席率为91.8%。在会议上，就业务计划批准等共40项议题进行审议，其中批准议题和报告议题分别为32项和8项。

届次	召开日期	主要议题	会议出席率
1	2019.1.29	关于第10期财务报表的批准及其他10项	85.7%
2	2019.2.21	关于第10期定期股东大会召集的批准及其他4项	85.7%
3	2019.3.14	关于2019年度董事报酬给付的批准及其他6项	100%
4	2019.4.24	关于2019年第一季度经营成果报告及其他2项	85.7%
5	2019.7.25	关于2019年第二季度经营成果报告及其他3项	100%
6	2019.10.24	关于2019年第三季度经营成果报告及其他2项	85.7%
7	2019.11.28	关于执行高管人事(方案)的批准及其他6项	100%

董事评估及奖励

LG Hausys根据董事会履职情况年度评价、物价上涨率、外部董事报酬体系等因素，每年制定报酬标准及其上限。对所制定的报酬标准，需要获得股东大会批准。调整董事报酬金额也需要经过董事会批准。



董事会下属专门委员会

监察委员会

LG Hausys在董事会内设置监察委员会，以保证监察工作的独立性和透明性。监察委员会委员由3名外部董事构成，且全员均不存在与《商法》等相关法律相抵触的情形。监察委员会负责监察LG Hausys的会计状况和业务，可要求公司理事汇报营业情况，也可对公司的业务及财产状况进行监察。为此，可以向董事会提交阐述某项议案召集会议目的及理由的书面申请，要求召开临时股东大会。根据需要，还可要求子公司提交业务报告，并对子公司的业务及财产状况进行监察。

监察委员会的工作内容

届次	召开日期	主要议题内容
1	2019.1.29	关于2018年内部会计管理制度运行情况及其他5项
2	2019.2.21	关于第10期财务报表及营业报告的审计报告决议及其他3项
3	2019.3.14	外部监事选聘
4	2019.4.24	2019年第一季度财务报表报告
5	2019.7.25	2019年第二季度财务报表报告及其他2项
6	2019.10.24	2019年第三季度财务报表报告

外部董事候选人推荐提名委员会

LG Hausys成立外部董事候选人推荐提名委员会，以此来保证外部董事选聘工作的独立性。该委员会对候选人在经济、环境、社会等各个领域的专业能力进行评估，并讨论其与公司是否存在利益关系，然后推荐候选人。被提名的候选人经过股东大会投票表决。外部董事候选人推荐提名委员会由三名委员组成，其中，外部董事占到半数以上。

正道经营

LG Way和正道经营

“LG Way”是LG特有的企业文化，是通过“正道经营”来实践我们所追求的经营理念，即“为顾客创造价值”和“尊重人的经营”，最终实现“一等LG”。

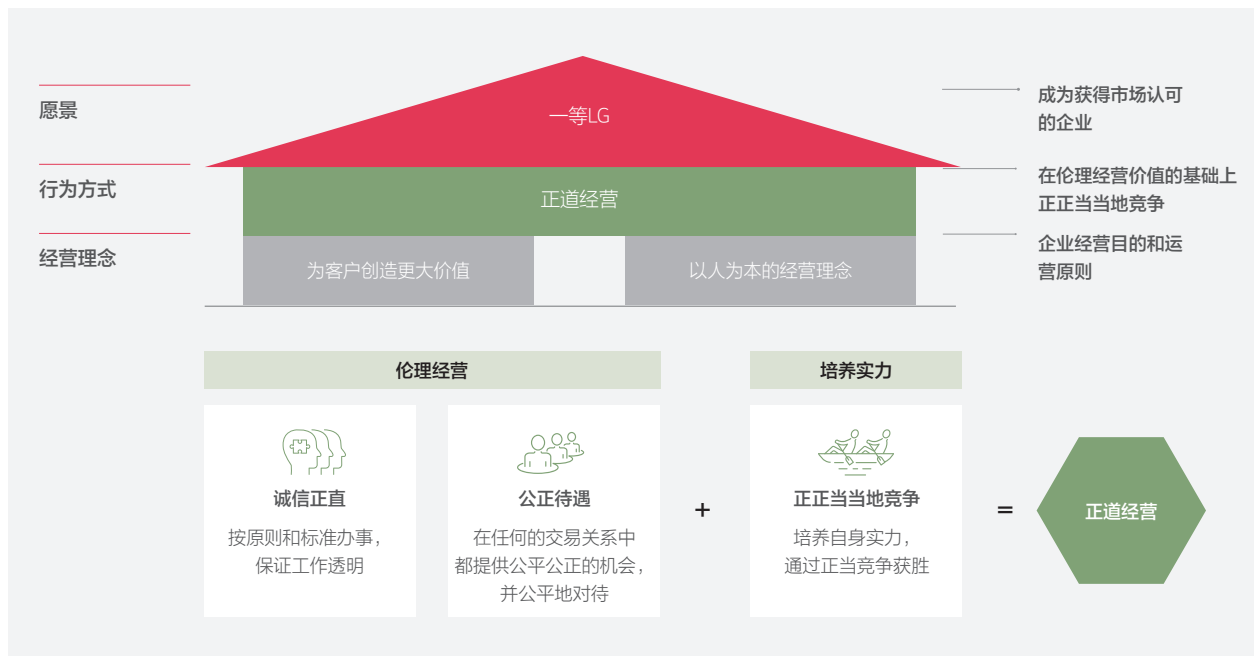
LG 道德规范

LG将所有员工都要遵循的正确行动和价值判断标准定为公司道德规范，并将其内容制作成手册(韩文、英文、中文)后分发给员工。

| 伦理规范构成与主要内容 |

分类	主要内容
第1章	对客户的责任和义务
第2章	公正的竞争
第3章	公正的交易
第4章	职员的基本伦理
第5章	对职员的责任
第6章	对国家和社会的责任

| LG Way和正道经营 |



LG Hausys 精确管理组织



LG Hausys的正道经营

对LG Hausys而言，“正道经营”不是一种选择，而是企业生存的必要条件。为了预防员工的腐败及不正当行为，扎根正道经营文化，我们成立了正道经营专职部门，推动正道经营理念扎根在一线业务中。LG Hausys的正道经营并不只是单纯的伦理经营理念，而意味着凭借实力来在竞争中获胜，创造出实质性的成果。为了体现诚信正直的价值理念，通过不断创新来提高自己的实力，一方面，为客户创造更大价值，另一方面，通过公平机会、公正待遇理念，积极体现“以人为本的经营”。LG Hausys在工作上遵循正道经营和道德规范的同时，主动纠正过去常见的不合理行为，致力于将正道经营理念渗透到组织生活的每个角落。

正道经营实践项目

LG Hausys通过正道经营实践承诺书、行贿受贿举报制度、登闻鼓制度、正道经营培训等实践项目来始终坚持正道经营理念。

正道经营实践承诺书

LG Hausys的全体员工每年在线提交《正道经营实践责任状》、《遵守反腐败法规责任状》、《预防垄断责任状》，而合作企业则在进行交易时通过在合同上签署“正道经营实践承诺”来表达决心。

行贿受贿举报制度

LG Hausys严格禁止公司成员因任何理由收受利益相关方提供的钱物及谢礼。若发生收受钱财或礼物的情况，应根据道德规范委婉得体地拒绝并退还。若已经收到的礼物无法退还，将该物品向伦理事务局进行申报，那么，公司将申报的物品捐献给福利设施，或进行公司内部拍卖后将拍卖收入用于社会贡献活动。

登闻鼓制度

登闻鼓制度的宗旨在于，针对违背于正道经营理念的行为进行举报，举报对象包括：公司成员利用地位优势以不公正的方式处理业务，或收受钱物；违背LG道德规范的与业务有关的一切行为。若无法通过在线渠道进行举报，那么可利用电话、传真、邮件及上门等方式来举报。举报人信息将得到严密保护，即使举报人因举报而遭到不利待遇，也立即采取措施帮助举报人回到正常生活，或给予与此相应的补偿。

📍 LG 网络新闻稿

正道经营的文化传播活动

LG Hausys每年以全体成员(含海外法人)和合作公司为对象开展正道经营培训，发放宣传资料，开展定期的沟通活动。以全体成员为对象，开展分层级(新任组长、驻在员、新入职/有经验员工)的培训和各事业部/部门主导的传播培训；向海外法人的员工提供使用当地语言制作的视频、培训资料。

面向供应商定期发送移动终端漫画、信息等，努力促进具有亲和力的正道经营。

同时，为了在公司内部深化正道经营的文化，选拔事业部/部门的伦理实务局长和伦理实务局负责人，主动开展培训、宣传活动，使正道经营常态化。2019年开展了部门伦理经营事务局研讨会，旨在强化境外法人的正道经营文化传播。

正道经营部门为了提前预防有关正道经营的危险隐患和防止再发等情况，将积极促进遵守正道经营的根本和原则的正道经营文化在公司内生根发芽。此外，将不断加强与合作公司的沟通，旨在建立透明、公正的交易关系。

| 接受培训状况¹⁾ |

区分	区域	单位	2017	2018	2019
接受培训的员工人数	韩国	名	6,075	3,060	2,598
	海外 ²⁾	名	687	934	767
接受培训的合作企业数量 ³⁾	韩国	家	1,615	2,012 ⁴⁾	1,998 ⁴⁾

1) 当年累计人数基准(含重复)

2) 美国、中国、欧洲、俄罗斯等

3) 供应商培训项目: 采购供应商大会、各事业部自主供应商培训

4) 2018~2019年与供应商的沟通方式从线下培训转为发送移动设备漫画/信息等



* 境外法人部门伦理事务局研讨会

人才经营

人事管理原则

人事管理原则

个人的创意是价值创造的源泉，成员的力量则是创造成果的动力。LG Hausys根据成员的能力与资质提供公平的机会，对实现的成果进行客观公正的评价，并按个人和组织的贡献程度给予相应报酬。此外，与人事管理相关的所有决策和活动长期一贯不变的基本原则上，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，并按照同等标准给予相应报酬。

员工状况

截至2019年底，LG Hausys的海外与韩国境内员工共为4484名，韩国办公职务与技能职务的人员比率分别为69%和31%。2019年新聘用员工为196名，为创造青年工作岗位做出了贡献。

确保优秀人才

确保国内外人才

LG Hausys为确保人才，在韩国以及北美、日本等海外重点大学举办招聘说明会和招聘活动。此外，为了尽早获得优秀人才，针对应届毕业生开展雇佣关联型暑期实习。研究、开发职位开设不同学科的定制式研究课程和产学奖学金制度，为符合本公司研究课题的优秀人才提供支持。

提高雇佣品牌

顺利确保优秀人才，与他们进行沟通，需要具备差别化的雇佣品牌。为此，LG Hausys面向国内外理工科的硕士、博士在校人才介绍技术创新现况，举办介绍研发人才培养计划的“LG Techno conference”活动和LG统一雇佣活动“LG Day”，以重点大学为中心，积极参与招聘博览会。

员工报酬体系

通过持续反馈保证考核制度的客观与公正

为了保证考核制度的客观与公正，LG Hausys实施季度检查、评价审议委员会、考核主体专业素质提升培训等项目。通过季度目标进度检查，加大目标执行力度，并对业务成就定期进行反馈，开展指导活动，从而建立公正合理、让员工接受的考核制度。在进行年度考核评价时，积极利用考核审议委员会机制，除了个人成就和能力以外，还综合考虑员工对业务的贡献程度、不同部门的特点等因素，体现了合理、全面的考核。此外，为了提高考核主体客观、公正的评价能力，实施评价能力提升必修培训(e-Learning)。另外，不断研究和体现确保评估公正性的方案，例如变更相对评估单位(Team→职级)等。

以绩效为导向的报酬体系

LG Hausys建立以绩效为导向的报酬体系，分为“累计式”和“非累计式”两种。累计式年薪制度是根据上一年度的考核结果，按个人考核等级给予相应报酬；非累计式则包括“角色报酬制”、经营奖金及“卓越成果奖励制度(On-Spot Incentive)”、不同部门的奖励制度等。此外，还对实施研发创新课题活动的部门给予各项奖励，包括“研究开发奖”、“Design Jump”、“项目执行实力大赛”等，坚持贯彻以“High Performance, High Return”为导向的人事管理理念。

人权劳动保护

全球劳动方针

LG Hausys尊重ILO(International Labour Organization: 国际劳工组织)条约规定的条款、联合国人权委员会的《关于企业与人权的方针(UN Guiding Principles on Business and Human Rights)》等与劳动、人权有关的国际组织和团体的标准与法规。此外，还制定了包括“以保障、尊重人类的尊严性、关于自由和幸福的权利为基本价值”等内容在内的《LG Hausys国际人权、劳动方针》，并通过公司主页进行发布。



国际劳工标准 (English)

劳经关系

LG Hausys通过建立并实践参与和合作的雇佣伙伴关系，不断创造成果，确保世界级企业竞争力，从而提升成员的生活质量，把实现为社会发展做贡献的共同体雇佣关系作为发展目标。为此，成立并运营由企业经营、工作现场、团体交涉组成的企业劳经关系三维模型，引导成员积极参与。此外，为了推动互相尊重、互相信任的劳经文化建设，定期与工会进行沟通。截至2019年年末，全公司员工加入工会的比例为67.4%。

| 工会入会率¹⁾ (以韩国为准) |

类别	单位	2017	2018	2019
入会人数	名	998	1,024	993
入会率	%	64.7	68.1	67.4

1) 工会加入率 = (加入工会的人数 / 公司规定应加入工会的人员) × 100

劳经沟通渠道

LG Hausys致力于打造平等开放的组织文化，而不是垂直型的组织文化。也就是说，要构建管理高层和员工在互相平等、相互尊重基础上寻求合作、积极互动的劳经关系。为此，通过各项活动来力求增进组织互动，主要包括：高管定期与员工进行对话，并每季

度举行经营高管恳谈会；各经营场所每年举办员工运动会等。此外，每季度召开一次劳经协议会，就劳经双方共同关注的问题、福利设施的改善与扩充、经营成果共享、公司主要日程共享等议题进行探讨和互动。

产业安全卫生委员会

为了保障员工在工作中的安全与卫生，公司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卫生委员会，对在生产部门和盲区可能发生的问题进行预防性管理活动，员工代表每半年一次参加作业现场检验活动，为防范各种安全卫生隐患而做出不懈努力。






实施诉求处理流程

LG Hausys通过听取、改善员工的诉求，努力保障员工人权、提高满意度、营造健全的劳动环境。为实现这一目标，在公司内网开设了受理个人诉求的版块。

福利制度

LG Hausys制定形式多样的福利制度，为员工营造良好的工作环境。

| 福利制度 |

领域	项目	内容
 选择性福利制度		根据员工自身生活方式与需求，可以自由地选择各项福利项目
 住房和生活稳定	住房资金	提供住房资金，提供家属宿舍及普通宿舍
	礼金	在员工本人或家人有婚庆、花甲寿辰、丧事等红白喜事时，提供礼金和休假
	学费	在员工子女上初中、高中及大学时，公司给予入学金、学费等费用(子女人数没有上限规定)
 医疗与健康	提供医疗费用	提供员工本人、其配偶以及子女的医疗费
	体检	提供定期体检费用
	提供健康与心理咨询	聘请卫生管理人员和专门机构向员工提供服务
	团体长期保险	在员工患上三大类疾病或死亡时给付保险费
 支持员工休闲活动	休假制度	保障年度带薪休假和暑假
	运营休闲设施	运营四家休闲度假设施
	支持非正式活动	向各项非正式活动提供支持，保障员工享受休闲生活
 其他	给予长期聘用员工奖励	向长期聘用的员工给予纪念品，并奖励在公司工作20年以上的员工和退休人员“夫妇出国游(六天五夜)”
	离职人员纪念品	工龄超过10年的劳动者离职时公司发放纪念品。正式退休时，提供夫妻同行6天5夜境外游。

人才培养项目

扩大领导力改变项目

LG Hausys为诊断领导力能力水平，实施了Team长级领导力问卷调查，并为提高领导力能力，开展丰富的后续项目。开设以全公司Team长级领导为对象的自我审查和讨论为主的“Leadership Jump-Up”课程，发送包含公司内部改善工作方式实践案例的信件，帮助自主改善领导力。对有希望的Team，通过提高Team工作价值和搞活沟通，开展打造幸福团队的“Happy together Team Workshop”等引导实际改变的活动。

强化核心岗位能力

LG Hausys为系统地培养研发和制造专家，研究开发包含高分子材料及加工、无机材料、复合材料、建筑设计及能源等各领域的基础理论和公司实际开发的相关案例的实务课程。制造领域则以汽车渲染、注塑、挤出、涂层、印刷、发泡等公司的基础技术为中心研发课程并分阶段开展培训。

事业·家庭双丰收和扩大/支持女性人才

为了建立事业·家庭双丰收的家庭友好型企业文化，LG Hausys积极落实政府推动的育儿休假等政策。为了把女性人才培养成为组织内核心领导，在工作中挖掘、管理并培养不同职务的优秀人才，为了促进女性人才的相互交流和指导，每年举办雇员委员会主办的“女性人才论坛”。

集团培训体系

□ 公司课程 □ 委托课程（人和院等）

区分	核心人才培养课程	核心人才培养课程	职务专业课程
高管	EnDP 新任高管	LG事业部长 LG担当	
负责人级	组长领导力 Team长 DX 新任组长 LGTeam长 MVP V MVP IV MVP III	Biz/Pro Talent [PT] 国内外学会 [PT] 教练/导师 [BT] 客户经验P/G [BT] Insight研讨会 [BT] D/C ¹⁾ 诊断	生产/工程师 PM课程 MBB候选 BB候选 TRIZ深化课程 工程师基础 生产质量基础 市场的理解 成本管理 现场改善 (IE) 基础 生产管理 高级工程师
选拔任用级	MVP II	Young HPI 第4年：企业创新 第3年：企业运营 第2年：市场营销 第一年：DX基础	技术研究会 [LGE] 制造技术大学 TPS 改善领导 模具/表面加工 注塑模具 冲床模具 生产设备管理 生产质量基础 物流/布局设计 [LGD] 要素技术大学 电气电子 机械要素 工学 PLC
选拔任用级	MVP I Jump-up Camp 新人培训 新人/资深	设计专家 经营战略专家 市场营销专家	R&D 工学 未来空间 无机材料 高分子 Factory OJT 研究员入门
			营业/市场营销 特卖 特卖 B2B专家 B2B营业基础 市场销售 高收益产品深化 复合销售解决方案 培养复合门店 流通管理基础 产品解决方案入门

1) D/C (Development Center) : LG企业家力量诊断课程

组织文化创新

改善工作方式

LG Hausys为了快速应对缩短劳动时间法制化等外部的环境变化，2018年7月开始实施员工与领导协商后每周在40小时内可自行决定工作时间的选择性工作时间制。开展以会议、报告、仪式等关键词为中心的改善全公司工作方式的活动，根据诊断工作方式的问卷调查结果，开展以Team 为单位的改善研讨会等，使成员能够参与到改善工作方式的活动中。

建立充满活力的组织文化

2019年，LG Hausys把组织文化的方向设定为建立以成果主义为基础的充满活力的组织文化，营造出员工主动工作并承担责任的气氛（成果主义）、积极沟通且充满正能量的组织(生动感)、奖励勇于尝试不断创新的创意性文化(创意性)的组织文化。为了应对不断变化的经营环境，促使成员们更加智能的工作，创造更多的成果，公司将持续地做出积极的改变。



| LGHausys 组织文化 |



环保经营

环境经营体系

环境安全健康方针

公司秉承“以人为本”的经营理念，认识到环境、安全、健康经营是保证公司可持续发展的重要经营要素。Hausys已建立了公司特有的环境安全健康方针，通过无灾害亲环境经营，获得客户的信赖，与社会共同成长、发展。此外，公司为每个营业场所制定了有关空气、水质、化学物质、废弃物等的管理规定，追求企业活动与环境的和谐。



环保投入

LG Hausys不断加大环保投入，主要有改善工艺、设计并生产绿色产品、促进温室气体减排和节能、改善作业环境，加大环境保护力度等活动。2019年还投入了71亿韩元，安装好大气污染高效防治设施。

管理经营场所环境污染物质

大气质量管理

为了改善大气质量，积极引进新技术，更换新型高效率防治设备，最大限度控制大气污染物质的排放。蔚山工厂已设有最高效防治设施RTO (Regenerative Thermal Oxidizer) 和电气集尘器等，并已建立监控系统，对防治设施运作情况进行实时监控，有效防范大气污染事故发生。2019年蔚山工厂安装了4台ROT,清州工厂安装了4台湿式除尘器，积极减少大气污染物排放。

水资源质量管理

在经营场所的主要地点安装隔油池，以此来防止污染扩散，并为了防止环境事故造成的污染物外泄，建立应急收集槽。同时，还设置警报系统和排水沟，在液体物质泄漏时可以防止外泄。清州工厂设有4个水闸，建立了系统并实时监控，确保发生污染物泄漏时能够快速阻止污染物扩散至外部。蔚山工厂的废水处理场内24小时有专人坚守，实时监督生产过程中产生的废水被合理处理，水质达标。同时为了防止非点源污染造成的河流污染，安装并运行非点污染源处理设施。

* 蔚山工厂取水源地表水，自来水
* 清州工厂取水源自来水，工业用水

有害化学物质管理

蔚山工厂在生产活动中使用MEK、乙酸乙酯等有害化学物质。为了减少有害化学物质的使用，正在积极开发可替代物质。此外，为了防止经营场所因化学物质而发生火灾、爆炸、泄漏等事故，在有害化学物质储藏、保管设施上安装好防泄墙及气体感应器等安全设备，负责人对车间每个设施的有害物质使用情况进行彻底监测。

新型原材料监管研讨

随着化学物质的政策和监管不断强化，应对监管已成为一个重要问题。因此，LG Hausys正在强化购买新型原材料之前的国内外法规审查，以便更好地遵守化学物质管理法规。

破坏臭氧层物质管理

LG Hausys在生产工艺中不使用蒙特利尔议定书所规定的破坏臭氧层物质。然而，在用于产品冷却和空气调节的制冷设备的制冷剂中含有一些CFC类物质，部分灭火器则充装了卤代烷。

开展环保活动，最大限度控制对生态系统影响

蔚山工厂开展一系列生态保护活动，其中包括每季度对回夜江水系的水质进行调查。从回夜水坝开始到与大海汇合的江口渡口，根据6项指标(COD、SS、pH等)对13个地点进行分析和处理。此外，为了改善美湖川的水质，清州工厂与锦江流域环境厅签署了美湖川水质改善协议，开展沟渠净化、水边栽种植物、居民生活环境培训等活动。

应对气候变化

气候变化应对战略

LG Hausys的各个营业场所开展节能活动和工艺创新，积极应对气候变化风险。为了应对温室气体排放权交易，开展导入外部热源等多种减少温室气体排放的活动。同时上市高能效产品，促使消费者在日常生活中实现节能，并通过开展直营店的绿色卖场认证活动，积极为地区社会节能做贡献。



节能、减排案例和成果

引进RTO浓缩机来减少温室气体排放

随着温室气体排放权交易制度的实施，LG Hausys蔚山工厂于2015年在现有的RTO设备上安装浓缩机(Rotor Concentrator)，并应用新的处理技术，将低浓度、大风量VOC(挥发性有机化合物, Volatile Organic Compounds)气体浓缩成高浓度、小风量的气体后加以处理。在蔚山工厂15台RTO设备中，先对适合安装高效浓缩机的设备依次进行改造。因为浓缩机内部加热器将RTO内部产生的余热当做主要能源，有助于减少温室气体排放。相比过去只用RTO的时候，不仅减少了VOCs处理量，也减少了RTO的燃料(城市燃气LNG)，减少了蔚山工厂的温室气体排放。

开展节能TFT活动

LG Hausys针对韩国营业场所组建节能TFT，开展全体员工参与的节能活动。通过更换锅炉、压缩机、水设施、管道系统等老旧设备以及改进系统、制暖制冷设备、空调机等制冷设备，持续开展节能活动。2019年蔚山工厂改善了箱体的散热损失和冷凝水回收管道，清州工厂采用高能效变频风扇、更换LED灯，并在冬季电力负荷时全面切断融雪等节省能源。

应对温室气体排放权交易制*

- 2019年约剩余3万吨，计划累积到2020年排放权
- 促进未来第2个规划期(2018~2020年)和短缺部分的市场交易，因排放权不足持续开展营业场所减少排放量活动

* 温室气体排放权交易制:《温室气体排放权的分配与交易法》制度

温室气体信息披露

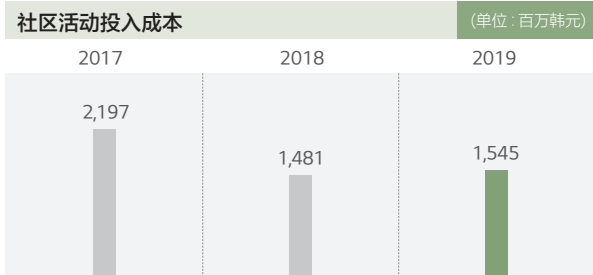
按照温室气体排放权交易制，LG Hausys每年接受权威验证机构对温室气体排放量的核查，对外披露可持续发展报告、事业报告等，通过DJSI¹⁾、CDP²⁾报告为国内外投资者提供气候变化应对体系和最新信息。对部分产品从采购到废弃的全过程所排放的温室气体进行分析，并制作LCA(Life Cycle Assessment)报告，取得环保成绩标签和碳足迹认证。

1) DJSI (Dow Jones Sustainability Indices, 道琼斯可持续发展指数): 综合评估企业的经济、环境、社会层面，在资本市场公开优秀企业的可持续发展投资指数
 2) CDP(Carbon Disclosure Project, 碳信息披露项目): 向投资者披露企业应对气候变化的战略等的项目

社会贡献

推进社会贡献战略

LG Hausys为促进地区社会的同步发展，利用企业和成员的力量，开展社会贡献活动。通过开展文化遗产环境保护活动、独立遗址环境改善活动、国家功臣居住环境改善以及地区社会分享活动等，造福地区社会。LG Hausys今后将通过更丰富的贡献活动，履行社会责任，推动地区社会良性发展。



文化遗产与环境保护活动

LG Hausys在保护自然环境、历史文化遗产方面积极发挥带头作用。同时，还向青少年实施相关教育培训项目，引导我们的子孙后代继续发扬传统价值。

打造独岛绿色空间

为了保护自然保护区域——独岛美丽的自然环境，提高独岛居民们的生活质量，自2009年起LG Hausys 每年坚持开展改善独岛管理事务所、独岛巡查路、独岛警卫队等与独岛有关的设施的活动。

独岛青年守护者活动

LG Hausys从2010年开始每年选拔大学生，开展“爱独岛青年活动”，为青年们提供访问独岛等体验机会，2019年起LG Hausys 坚持开展向全世界宣传独岛重要性的青年守护独岛活动。为了帮助由大学生组成的“青年守护独岛”项目能够顺利进行，使他们源源不断的创意能够制作成守护韩国领土独岛和与其有关的丰富内容，公司在项目策划、视频制作和编辑等方面提供丰富的培训和专家指导、预算等，帮助他们提高内容制作的能力。“青年守护独岛”活动是国家的未来——青年群体了解本国历史、体会领土价值并产生自豪感的绝佳机会。



| 打造独岛绿色空间 |

郁陵

纪念馆

2018. 改善安龙福纪念馆环境(门窗)
2019. 改善义勇守备队纪念馆环境(门窗、地板)

巡查路

2009-2015.
安装并维修防护栏(使用“钢化木材”)

郁陵警卫队

2013. 为总部大楼及地区队进行地板(瓷砖)/墙面(壁纸)施工
2014. 为总部大楼及地区队进行地板(瓷砖)/墙面(壁纸)施工,并捐赠取暖用品。
2015. 为总部大楼及地方部队进行地板(瓷砖)、墙面(壁纸)、门窗进行施工。
2016. 总部及地方部队修缮工程(地板)
2017. 新任义务警察待命设施修缮工程(地板)

独岛

独岛居民住所

2011. 西岛居民住所扩建工程
捐赠门窗、壁纸、地板等材料

独岛管理事务所

2013-2017.
捐赠家电产品

独岛灯塔

2011.
捐赠空调设备
2013-2017.
捐赠家电产品

独岛警卫队

2009. 将体育馆、PC室、食堂等设施的地板换成瓷砖地板
2010. 在内务班地板(瓷砖)及墙面(壁纸)修缮和所需用品方面提供支援
2011. 在厨房修缮(瓷砖等)及烹调器具方面提供支援
2012. 在作战室、客房、走廊地板(瓷砖)及墙面(薄膜),更衣室修缮及家具方面提供支援
2013. 将情况室地板换成瓷砖地板
2014. 更换简报室地板(瓷砖),捐赠家电产品
2015. 浴室与卫生间施工
2016. 更换体育馆地板

独立运动旧址及国家有功者房屋修缮项目

为了弘扬先人的独立运动精神、践行护国报勋价值,让后代发扬光大, LG Hausys开展独立运动相关设施及国家有功者房屋修缮项目。

显忠设施环境改善项目

LG Hausys继承创业者(已故具仁会会长)支持独立运动的精神,利用门窗、地板材料等公司优质的产品,对徐载弼纪念馆、尹奉吉纪念馆、李和英纪念馆、安重根纪念馆、韩龙云纪念馆、安昌浩纪念馆、金昌淑纪念馆进行了重新整修。对重庆临时政府建筑、驻美大韩帝国公馆等位于境外的历史遗址进行修复,共计修复了国内外10处独立遗址。

国家有功者房屋修缮项目

LG Hausys从2015年起为6.25朝鲜战争参战勇士、独立运动烈士后裔等国家有功者开展房屋修缮项目,已经在韩的23位和海外(美国、印度)的3位参战勇士及其后裔进行了住宅修缮,今后还将持续加大支援力度。



社区分享活动

LG Hausys积极开展形式多样的社区分享活动，支持和帮助社区弱势群体，让爱心持续传递。为此，各经营场所在各自开展分享活动的同时，还与当地政府及地方自治团体开展合作，积极谋求有益于社区的活动。

打造幸福空间

青少年是国家的未来和民族的希望。LG Hausys为了支持青少年未来梦想而开展“打造幸福空间”项目，利用公司的产品、设计及施工力量，为青少年社会教育专用设施进行修缮。从“打造幸福空间”项目的第一家“一山Holt儿童福利中心”开始，目前已经拥有24家青少年社会福利设施公用空间。2017年与韩国Habitat达成协议，公司员工及其子女共同DIY储物盒等家具，捐赠给“打造幸福空间”的受惠机构。此外，还携手全国地区儿童中心协会，为地区儿童中心提供设施环境支持。



各经营场所主要社会贡献活动

为了公司经营场所邻近地区的环境改善，LG Hausys积极开展经营场所附近环境净化、净化设施改造、水灾地区救援等一系列活动。

工厂	项目	内容
蔚山工厂	一社一村活动	向蔚山工厂附近村庄活动给予支持，并购买当地农产品
	一社一川活动	对蔚山工厂附近的回夜江实施水质调查，并采取净化措施
	一社一山活动	与蔚山广域市政府、蔚州郡联合实施大云山净化活动
	LG Happy Day	利用年底筹集到的员工捐款，为温阳邑地区儿童中心、独居老人提供过冬泡菜
清州工厂	一社一军营活动	与陆军第37步兵师团建立友好姊妹关系，捐赠抚恤金和慰问品，并实施军营设施改造项目
	1社1村活动	支持清州工厂附近村庄活动等
	支援贫困家庭儿童	与绿色雨伞儿童财团达成协议，为贫困家庭的儿童提供基本生活费
	运送幸福的煤炭	与忠清北道煤炭银行达成协议，向当地空巢老人送煤炭

积极参与官民合作项目，为社区带来更大价值

LG Hausys积极配合政府和地方自治团体，充分利用公司所具有的业务力量和基础设施，积极参与社区居住环境改善项目，使居民能够享受更加环保和舒适的生活空间。

参与绿色改造项目

绿色改造项目是由韩国国土交通部负责实施的项目，旨在改善能效较低的陈旧建筑物，从而缓解能源供应瓶颈、降低能源成本负担。为此，LG Hausys积极推出高隔热门窗等高效产品，为绿色改造项目的成功推动做出贡献。在老旧门窗替换工程方面，我们在2017年完成了6,800项，2018年为7,200项，2019年为7,500余项，从而为激活绿色房屋改造事业市场做出了我们的贡献。

支持室内环境诊断/改善事业(打造舒适的呼吸环境)

以社区儿童中心作为打造舒适呼吸环境项目的对象，LG Hausys针对空气质量测量结果超过《室内空气质量管理法》标准或者肉眼可以看到霉菌等室内环境恶劣的设施，为京畿道的11家社区儿童中心提供了“ZEA自然爱地板”、“FIANCEE墙纸”等获得环境认证的亲环境装饰材料，旨在改善这些不达标机构的环境。该环境改善项目直接受益的青少年达300余名，今后他们可以在舒适干净的环境下生活。

与环境部一同开展弱势群体居住环境改善活动

考虑到低收入阶层、单亲家庭、受环境性疾病困扰的儿童等社会弱势群体往往处于恶劣的居住环境，LG Hausys为这些群体提供一系列支持，如对可诱发环境性疾病的危害因素进行诊断，向需要改善的家庭免费提供绿色壁纸及地板更换服务。从2015年起已经为1200多户家庭提供了环保壁纸及地板免费更换施工服务，还与社区环境卫生中心合作，为患有过敏性皮肤、哮喘等环境性疾病的家庭提供免费诊疗服务，并与政府联合实施室内环境改善项目。

信息安全

强化信息安全管理体系

LG Hausys意识到与可持续的公司发展和提供客户服务有关的信息是重要的资产，为了保护这一资产，建立了公司层面的组织，树立并运行包含政策、培训、诊断在内的管理体系。

运作信息安全咨询团

根据《信息通信网络法》指定信息保护最高责任人(CISO)，全面管理全公司的信息安全活动，建立并运行由总部信息安全Team、常驻主要营业场所(蔚山、清州、研究所)的信息安全负责人、信息安全有关部门及事业部责任人组成的信息安全咨询团。针对公司主要安全政策、全公司的安全问题和需要讨论改善的事项，咨询团决定每年至少召开一次信息安全咨询会。

检查国内外营业场所，提高安全水平

对国内外的营业场所和海外法人的信息从管理、技术、物理、个人信息领域进行安全诊断，总结出薄弱点，逐步提高安全水平。海外法人方面，通过应对欧洲GDPR(个人信息保护法,General Data Protection Regulations)和分析中国网络安全法实施令，制定应对计划并持续改进。蔚山、清州工厂通过检查生产网络，制定并实施可以应对外部攻击的安全强化对策。

提高员工安全意识

公司的安全政策和指南每年会修订一次，公布主要的更改事项，使全体员工能够对相关内容有所认知，每年以员工为对象，开展信息保护培训。将通过宣传安全事故案例(使用勒索软件和恶意邮件钓鱼等)和遇到这些情况的员工的安全遵守事项和应对方法，提高全员的安全意识。

信息安全预防活动

为了防止服务中断、重要机密/个人信息泄露、伪造和破坏信息系统等事故，有关部门实时监控安全威胁。并为了快速对应事故，运用各种安全解决方案，提前识别薄弱环节，坚持开展日常安全强化活动，以应对外部威胁。

安全薄弱点检查活动

建立和改进新系统时，通过安全性审议和研讨程序，从设计阶段起考虑到功能及数据管理层面的安保，制定、运行最大程度减少薄弱点的流程。系统上线前，对相关应用程序的服务器缺陷、源代码进行安全检查和模拟黑客入侵，提前查找可能受到外部攻击的薄弱部分，采取预防措施。

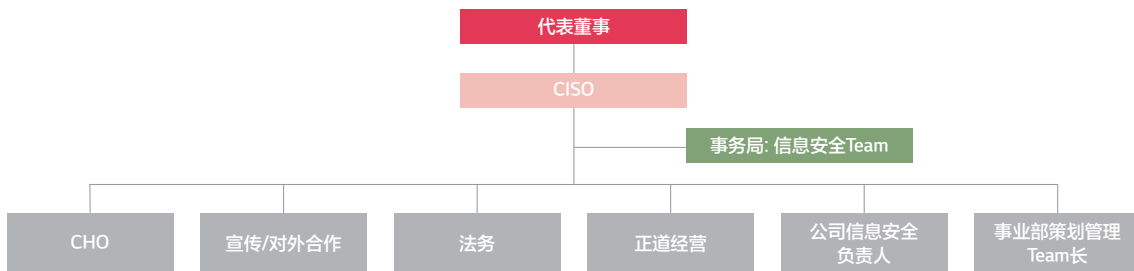
根据IT环境变化适用安全设计

在数字转型环境下，随着IT技术的变化，LG Hausys运用云等新技术，提供最佳的服务。为了在变化的环境中保持并强化安全水平，设计安全架构；并为了强化网络安全、控制访问，采用安全解决方案；通过监控保护客户信息和重要数据，提供稳定的服务。

保护客户信息活动

依照《个人信息保护法》、《信息通信网络法》、欧洲GDPR、中国网络安全法等国内外关于个人信息的法律持续开展信息安全活动。每年取得信息安全管理体系(ISMS, Information Security Management System)认证，通过定期信息安全诊断，保护客户的个人信息安全。

| 公司信息安全咨询团组织图 |



APPENDIX

可持续经营成果数据

ESH·品质认证现状/所属团体

主要经济价值分配

重要性分析

第三方审验报告

GRI Standards Index

UN Global Compact



可持续经营成果数据

财务信息

概要 损益汇报表

(单位: 百万韩元)

项目	2017	2018	2019
销售额	3,209,405	3,266,496	3,186,807
销售成本	2,413,364	2,535,790	2,440,053
销售利润总额	796,041	730,706	746,754
销售及管理费用	650,637	660,335	677,977
营业利润	145,404	70,371	68,777
非营业损益	△ 38,843	△ 87,982	△ 54,996
法人税费用扣除前连续经营部门利润	106,561	△ 17,611	13,781
法人税费用	23,543	△ 1,269	△ 1,019
停业部门损益	△ 15,163	△ 36,785	△ 3,235
本期纯利	67,855	△ 53,127	11,565

* 反映 2017年中断事业(真空隔热材料)并进行了修改

概要 合并财务状况表

(单位: 百万韩元)

项目	2017	2018	2019
流动资产	1,170,284	1,080,876	1,022,430
应收账款	665,121	565,567	511,719
库存资产	288,735	298,354	291,161
非流动资产	1,412,147	1,428,838	1,543,149
有形资产	1,230,726	1,277,509	1,339,828
估计出售资产	-	2,030	2,134
资产总计	2,582,431	2,509,714	2,565,579
流动负债	804,673	736,764	974,505
非流动负债	792,178	856,203	675,096
负债总计	1,596,851	1,592,967	1,649,601
资本金	50,000	50,000	50,000
资本盈余	616,466	616,466	616,466
其他资本项目	△ 8,189	△ 8,189	△ 16,500
累积其他综合所得	△ 22,578	△ 18,926	△ 19,348
盈余公积	349,881	277,396	283,582
非控股股权	-	-	1,778
资本总计	985,580	916,747	915,978
负债及资本总计	2,582,431	2,509,714	2,565,579

* △等于(-)数据

* 2018年因计划转让资产的账户再分类, 体现流动转换并修改

🔗 2019年电子披露系统LG Hausys事业报告

员工

类别	单位	2017	2018	2019	
全体员工人数	名	4,494	4,477	4,484	
海外员工人数 ¹⁾	名	1,297	1,234	1,233	
韩国员工人数 ²⁾	名	3,197	3,243	3,251	
韩国					
正式工	合计	名	3,123	3,184	3,192
	-男性	名	2,708	2,771	2,777
	-女性	名	415	413	415
非正式工	合计	名	74	59	59
	-男性	名	63	44	52
	-女性	名	11	15	7
按性别结构划分	男性	名	2,771	2,815	2,829
	女性	名	426	428	422
按年龄结构划分	20-29岁	名	653	649	622
	30-39岁	名	803	836	883
	40-49岁	名	1,009	1,016	990
	50岁以上	名	732	742	756
按职级划分	高管	名	23	26	28
	职员	名	3,174	3,217	3,223
按职务结构划分	办公职务	名	2,175	2,215	2,254
	专业技术人员	名	1,022	1,028	997
按工作区域划分	总部	名	756	766	865
	清州门窗材料工厂	名	574	630	663
	蔚山/温山工厂	名	1,081	1,054	1,020
	其他 ³⁾	名	786	793	703
残疾人	名	45	49	45	
国家有功者	名	85	87	83	
新进员工	名	229	211	196	
离职 ⁴⁾	名	87	78	80	
研究所/设计中心 ⁵⁾	名	350	368	338	
女性管理者比例 ⁶⁾	%	8.9	9.0	9.4	
育儿假	申请并享受育儿假的员工人数	名	32	32	38
	休完育儿假后返岗的员工比例	%	93	91	97
	返岗后连续12个月以上工作的员工比例	%	90	100	100
相同薪酬 ⁷⁾	高管级	%	86.8	90.6	94.1
	管理者级(年薪制)	%	87.1	87.9	88.6
	管理者级(年薪制+奖金)	%	85.7	86.6	87.4
	未达到管理者级	%	92.6	94.0	97.1
其他					
人均接受培训时间 (按性别结构划分)	男性	小时	33.6	36.7	34.6
	女性	小时	36.5	33.9	27.3
人均接受培训时间 (按职务结构划分)	办公职务	小时	39.3	45.7	42.8
	技术人员	小时	22.5	16.1	13.1
定期成果评估及职业发展 发展审查对象 ⁸⁾	审查对象职员	名	2,105	2,131	2,164
	审查对象职员比例	%	99.6	99.3	99.2
海外法人					
美国聘用当地员工 状况	海外派遣人员	名	15	18	17
	当地人员	名	456	505	569
中国聘用当地员工 状况	海外派遣人员	名	34	32	22
	当地人员	名	731	604	527
主要海外经营场所的 当地高管人员比例	当地聘用人员	名	1,187	1,109	1,096
	当地聘用人员中的管理人 ⁹⁾	名	277	286	289
	高管人员比例		23	26	26

1) 以当地员工为准(海外派遣人员除外) / 2) 将海外派遣人员和子公司人员都包括在内 / 3) LG TOSTEM BM的梧仓工厂被纳入到“其他”项目 / 4) 主动离职人员、被分配到顾问室的人员和PSAA及生产技术中心的人员不包括在内 / 5) 研究所、设计中心、事业部研究PTJ及设计 / 6) 责任(旧称科长)以上职级人力 / 7) 以事务职为基准, 男性工资与女性工资比例, 高管级: 常务以上职级, 管理者级: 责任以上职级人力(高管级除外) / 8) 对象: 高管、担当级以外的韩国职员、专业技术职: 无定期评估成果 / 9) 责任以上职级人力

环境

类别		单位	2017	2018	2019
原材料使用量	PVC	ton	144,119	130,074	119,088
	煤炭	ton	100,395	95,542	97,854
	塑化剂	ton	29,600	31,961	29,912
	MMA	ton	24,302	20,995	19,816
	原材料使用量合计	ton	298,416	278,572	266,670
可再生原材料	可再生原材料使用量	ton	25,774	23,142	22,312
	可再生原材料使用率	%	8.64	8.31	8.37
能源和温室气体¹⁾					
主要能源使用量	LNG	TJ	1017.7	1,029.0	973.8
	柴油	TJ	16.1	27.2	23.9
	汽油	TJ	2.4	2.3	2.0
	电力	TJ	1,805.6	1,806.4	1,704.1
	蒸汽	TJ	47.8	45.7	2.0
年均节能效果	能源节约量	TJ	275	298	239
	温室气体减排	tCO ₂ eq	9,655	7,090	7,146
	节能经济效益	百万韩元	2,390	1,755	1,883
能源使用量	直接能源	TJ	1,036.3	1,058.5	999.7
	间接能源	TJ	1,853.4	1,852.1	1,706.1
	能源使用总量	TJ	2,889.8	2,910.6	2,705.8
温室气体排放量	Scope 1	tCO ₂ eq	65,459	70,314	62,312
	Scope 2	tCO ₂ eq	89,399	88,939	82,839
	Scope 1 + Scope 2	tCO ₂ eq	154,859	159,253	145,150
	Scope 3	tCO ₂ eq	118,387	105,911	104,733
	单位排放	tCO ₂ eq/ton	0.41	0.44	0.34
环保投入					
环保投入金额		百万韩元	4,865	5,617	7,138
环境污染物质					
用水量		ton	648,818	601,004	532,315
水污染物排放量	污水量	m ³	22,869	17,396	15,973
	BOD	ton	0.28	0.21	0.05
	COD	ton	0.71	0.41	0.23
	SS	ton	0.33	0.17	0.23
大气污染物排放量	NO _x	ton	56.94	48.60	45.45
	SO _x	ton	-	-	-
	尘	ton	29.64	35.62	30.98
	挥发性有机化合物 (VOC)	ton	233.47	165.50	171.82
	有害空气污染物 (HAP)	ton	14.34	15.06	23.90
单位有害物使用量 (有害物使用量 / 生产量)		ton/ton	0.0345	0.0549	0.0713
废弃物排放					
普通废弃物	回收利用	ton	32,361	30,723	32,625
	饲料化	ton	101	179	161
	焚烧	ton	3,294	4,275	3,190
	填埋	ton	1,415	2,339	1,021
	合计	ton	37,172	37,516	36,998
特定危险废弃物	回收使用	ton	-	-	-
	回收利用	ton	437	471	655
	焚烧	ton	443	464	406
	填埋	ton	18	3	6
	合计	ton	898	938	1,067
废弃物排放总量		ton	38,049	38,454	38,064
废弃物回收使用量		ton	32,798	31,279	33,280
废弃物回收使用率		%	87	81	87

1) 包含韩国非制造营业场所, 体现2019年“排放权交易制”合理性评估结果与PSAA通用设施的LG化学转让

卫生安全

类别	单位	2017	2018	2019	
事故发生率					
因工死亡人数	工伤事故(频率) ¹⁾	-	1.56	3.07	2.64
	与工作有关的疾病发病率(事故率) ²⁾	-	0.12	0.31	0.18
	缺勤率(AR) ³⁾	%	0.02	0.01	0.01
	损工灾害率(LTIFR) ⁴⁾	-	2.46	5.27	2.64
	因工死亡人数	名	-	-	-
除公司员工外, 公司间接聘用的人员	工伤事故次数	次	6	2	2
	工伤事故频率	-	5.96	1.74	1.51
	损工灾害率(LTIFR)	-	6.96	3.48	3.02
	因工死亡人数	名	-	-	-
有异常症状的员工比例	%	30.64	30.17	31.64	
劳资共同健康安全委员会代表的全体劳动者比例	名	18	20	20	

※ 环境与健康安全数据以韩国营业场所为基准(能源和温室气体除外)

1) 工伤事故频率(事故次数 × 1,000,000) / 全年总工作时间

2) 事故率(劳动损失日数 × 1,000) / 全年总工作时间

3) 缺勤率 : (缺勤日数 × 100) / 全年工作日天数

4) 损工事故率(LTIFR, Lost Time Injury Frequency Rate) : 超过1天的劳动损失件数与所有劳动者总工时之比((1天以上劳动损失件数 × 1,000,000) / 年劳动总工时)

ESH · 品质认证现状

(以2019年末为准)

国家	法人/营业场所名称	所在地	认证现状		
			环境经营	安全卫生	品质
韩国	蔚山工厂	蔚山	ISO14001	OHSAS18001, KOSHA18001	ISO 9001, IATF16949
	清州工厂	清州	ISO14001	OHSAS18001, KOSHA18001	ISO 9001
中国	LG Hausys Tianjin Co., Ltd.	天津	ISO14001	-	ISO 9001, IATF16949
	LG Hausys (Wuxi) Co., Ltd.	无锡	-	OHSAS18001	ISO 9001
美国	LG Hausys America, Inc.	亚特兰大	ISO14001	OHSAS18001	ISO 9001, IATF16949
欧洲	c2i s.r.o.	斯洛伐克	ISO14001	-	ISO 9001, IATF16949

* ISO 9001: 由国际标准化机构所制定、实施的质量管理体系国际规格

IATF 16949 (International Automotive Task Force) : 汽车产业质量管理体系国际规格

所属团体

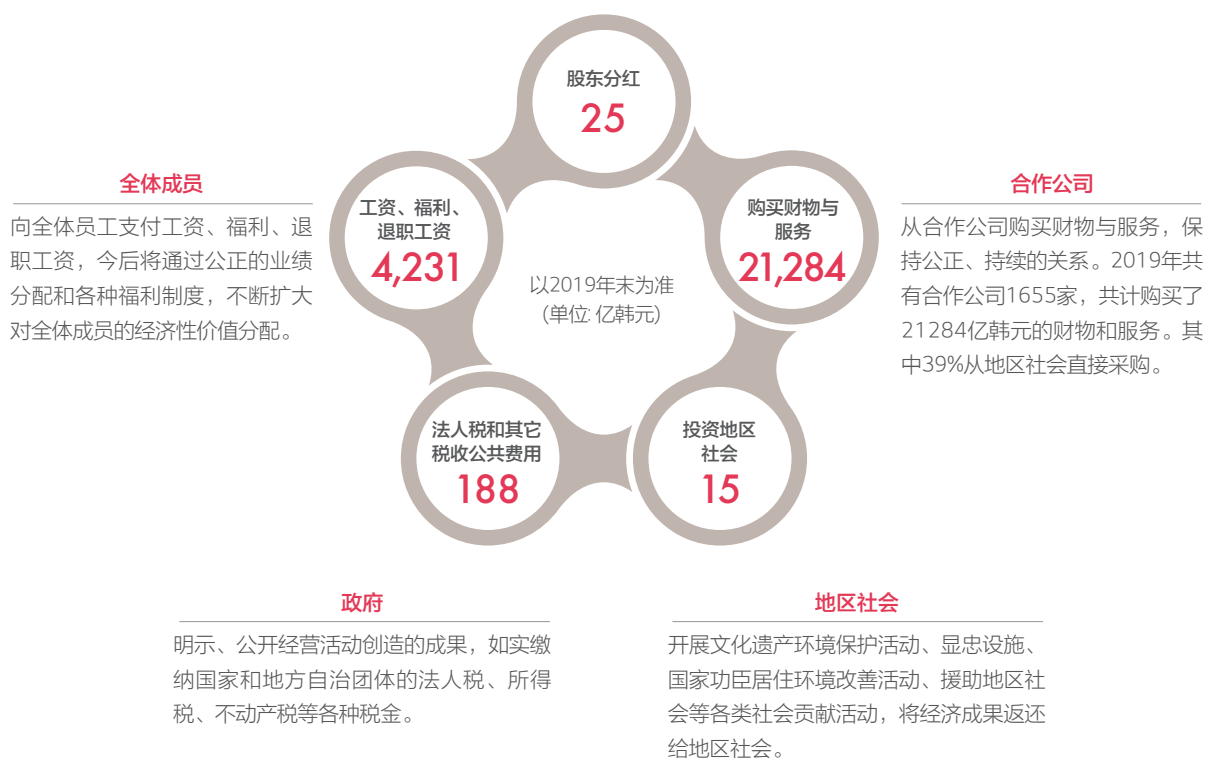
协会加入现状

绿色企业协商会	韩国经营者总协会	韩国工商总会	大韩专业建设协会	SPE KOREA
韩国经营者总协会	韩国高分子学会	韩国公平竞争联合会	韩国乙烯基环境学会	韩国产业技术振兴协会 (KOITA)
韩国外墙隔热建筑协会	韩国流变学会	韩国产品安全协会	韩国化学工程学会	环境保护协会

主要经济价值分配

股东与投资者

LG Hausys坚持不懈地为扩大实际所有人——股东的价值而努力。通过现金分红将公司的利润返还给股东。



全体成员

向全体员工支付工资、福利、退职工资，今后将通过公正的业绩分配和各种福利制度，不断扩大对全体成员的经济性价值分配。

合作公司

从合作公司购买财物与服务，保持公正、持续的关系。2019年共有合作公司1655家，共计购买了21284亿韩元的财物和服务。其中39%从地区社会直接采购。

政府

明示、公开经营活动创造的成果，如实缴纳国家和地方自治团体的法人税、所得税、不动产税等各种税金。

地区社会

开展文化遗产环境保护活动、显忠设施、国家功臣居住环境改善活动、援助地区社会等各类社会贡献活动，将经济成果返还给地区社会。

类别	2017 ²⁾	2018	2019	
股东及投资者	每股分红(韩元) ¹⁾	1,800	250	250
	每股净利润(EPS)(韩元) ¹⁾	6,796	△ 5,327	1,154
	分红总额(亿韩元)	180	25	25
全体成员	工资(亿韩元)	3,043	2,922	3,330
	福利(亿韩元)	658	687	679
	退职工资(亿韩元)	243	226	223
政府	法人税及税金公共费用(亿韩元)	402	174	188
合作公司	购买财物和服务(亿韩元)	22,262	23,192	21,284
地区社会	地区社会投资费用(亿韩元)	22	15	15

1) 普通股标准

2) '18年中断营业(真空隔热材料)损益除外

3) △为(-)数值

重要性分析

以利害关系人为基础决定报告内容

LG Hausys针对对经营活动造成影响的个人与组织，根据其作用、影响力、责任等，把主要利害关系人定义为股东及投资者、员工、客户、合作公司、社区。2020可持续经营报告挑选并收录了2019年一年内对主要利害关系人的决策造成影响的核心焦点。



核心焦点导出过程

2020年报告和上一年的报告一样，为了提炼出主要利害关系人的关注度最高的核心焦点，我们进行了重要性评估。我们通过与可持续经营相关的国际标准、国内外可持续经营的领先企业报告现状、媒体等，提炼出了2019年一年内所讨论的可持续经营焦点，并重新组成了15个主题。

Step 1 : Issue Pool 构成



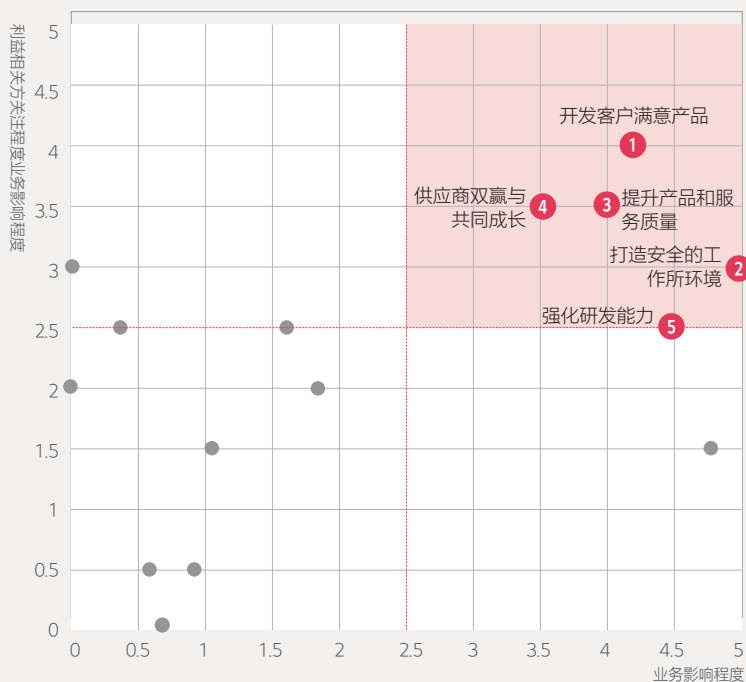
※ 可持续经营调研
 [国际标准研讨] 掌握ISO 26000, GRI Standard, DJSI 等最新的可持续经营热点
 [全球标杆管理] 与韩国本土和境外先进企业或业内企业的最新可持续经营报告进行标杆管理
 [媒体调研] 分析2019年报导的有关 LG Hausys 的新闻中媒体观点的主要热点问题
 [主要利益相关者问卷调查] 对公司内、外部利益相关者进行问卷调查，筛选上一年度报告的反馈和新总结的热点重要度(客户、供应商、可持续经营评估研究员、职员等)

Step 2 : 重要性分析

而且要通过对内外部利害关系人开展问卷调查，针对利害关系人对当前事业的焦点问题与影响力，积极聆听相关意见。2020年2月12日起至2月18日，在相关负责部门的协助下，以员工、客户、合作公司、业界从业者、可持续经营专家等内外主要利害关系人为对象进行了问卷调查。作为调查结果，总共得到了547名利害关系人对2019年提炼的15个主题的重要性与LG Hausys的管理水平的反馈信息。

评估结果

Rank	Issues
1	开发客户满意产品
2	打造安全的工作所环境
3	提升产品和服务质量
4	供应商双赢与共同成长
5	强化研发能力
6	经营成果与战略
7	开发亲环境产品
8	应对气候变化
9	社会贡献活动
10	营业场所环境污染物管理
11	尊重职员人权和劳动权
12	强化伦理经营
13	财务风险管理
14	开发职员能力
15	资源使用量管理



Step 3 : 确定核心问题和报告主题

通过调研，对掌握的各个热点问题的重要度和内外部利益相关者的事业关注度以及对各个热点问题的商业影响等进行了综合整理，评估了重要性，最终选出5大核心问题，收录至本报告期内。

GRI 417-2 营销和标签	GRI 403-1, 403-2 产业卫生安全	GRI 308-1, 414-2 供应链在社会方面的评价	GRI 416-1 客户卫生与安全
开发客户满意产品, 强化研发能力	打造安全的工作所环境	合作企业同步发展	提升产品和服务质量
18-23 page	24-27 page	28-31 page	32-35 page

LG Hausys 今后将通过与利益相关者的有机沟通，掌握主要关注点，与利益相关者共同落实可持续经营。

第三方审验报告

尊敬的LG Hausys利益相关者：

根据（株）LG Hausys（下称：“报告机构”）的要求，韩国生产力本部（下称：“验证人”）对《可持续发展报告2020》（下称：“报告”）进行第三方验证（下称：“验证工作”）并出具如下验证声明（下称：“验证意见”）。

责任与独立性

本报告陈述的信息和意见由报告机构直接制作。本验证人作为独立验证机构，不干涉报告制作，仅对已制作的报告从事客观验证工作，承担出具验证意见的责任。本验证人与报告机构未建立任何可能妨碍验证工作独立性的利益关系。

验证标准与执行方法

验证人依据AA1000 Assurance Standard (AA1000AS, 2008) with 2018 Addendum验证标准，根据Type 1 验证类型和验证的中等水平 (Moderate Level)进行验证，对需要确认用水量、废弃物惯例、损失事故率(LTIFR)、产业灾害率等信息的收集过程可靠性的特定指标同时适用了Type2验证类型。对是否遵守AA1000AP(2018)提出的包容性、重要性、响应性、影响力四大原则进行了研究分析，基于四大原则构成方式¹⁾完成了验证工作。根据从报告机构获取的文件的基础信息和现场采访等，对报告中出现的指标和信息均衡性、可比性、准确性、适时性、明确性、可靠性进行了确认。

本验证工作通过下列方式进行。

- 确认报告是否满足GRI标准符合方法('In Accordance')²⁾中核心(Core)符合方法的要求事项。
- 确认报告是否遵守GRI标准提出决定报告内容和质量的原则。
- 确认报告是否合理处理了对于报告机构和利益相关者重要的主题。
- 通过现场验证确认主要数据和根据，通过与负责人面谈，确认报告指标流程和体系。
- 对报告所陈述内容的合理性和表现上的错误与其它出处进行了对比分析并验证。

验证结果

验证人确认了本报告真实、公平地反映了LG Hausys的可持续发展活动和成果。通过本验证确认了LG Hausys的报告满足GRI标准和核心选项的要求事项。

验证人确认：一般披露(Universal Standards)的情形，遵守核心选项的要求制作了报告；各主题披露(Topic-specific Standards)的情形，通过报告项目决定流程对如下重要主题(Material Topic)进行了披露。

核心事项	Material Topic	GRI Disclosures
Issue 1 开发客户满意产品	营销和标识	417-2
Issue 2 打造安全的工作所环境	工业安全健康	403-1, 403-2
Issue 3 合作企业同步发展	供应网环境/社会评估	308-1, 414-2
Issue 4 提升产品和服务质量	客户健康和安	416-1

1) 构成方式(Format)：AA1000AP (2018)中的四大原则(包容性、重要性、响应性、影响力)分别按照原则说明(Principle Statement)、主要定义(Key Definitions)、讨论(Discussion)、遵循标准(Required Adherence Criteria)提出。

2) GRI符合方法(In accordance criteria)：GRI标准把GRI报告符合方法分为“核心”符合和“全面”符合，核心符合方法通过报告部分一般披露和掌握的所有重要主题的管理方法以及一个以上主题的特定披露事项来满足。

对AA1000AP (2018)中提出的原则的报告研究意见如下。

包容性(Inclusivity) : 利益相关者的参与

验证人确认报告机构按照股东和投资者、供应商、客户、地区社会、高管和职员5个团体定义主要利益相关者，利用各团体的沟通渠道，开展包容性的利益相关者参与，并以此在经营活动这体现利益相关者的意见和主要关注事项。

重要性(Materiality) : 选择主要问题并报告

验证人确认报告机构按照GRI标准、ISO 26000、DJSI等可持续经营国际标准，通过媒体分析、同行业标杆管理等总结出15个可持续发展问题。通过重要性评估总结出LG Hausys要重点管理的5个核心问题，在报告的各项均衡体现。

响应性(Responsiveness) : 组织对问题的响应

验证人确认报告机构掌握了对利益相关者产生影响的成果的主要期待事项，并对掌握的主要问题开展了应对活动，相关内容已在报告中做出恰当陈述。报告机构对各个重点问题从管理方法和成果、中长期目标方面对开展的活动进行了积极披露。

影响力(Impact) : 考虑企业对社会产生的影响

验证人确认报告机构通过对主要问题产生影响的经济设定，考虑企业对社会产生的影响。关注产品对环境和安全的影响和社会问题，为减少负面影响，在报告中披露产品和研发活动。

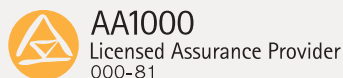
关于LG Hausys 2019年的其他间接温室气体排放(Scope3)验证人通过LG Hausys提供的电子表格(MSEXCEL)的其他间接温室气体排放计算工具对采购的产品和服务、下游租赁资产、上游和下游配送与预留、运营过程中产生的废弃物、高管和职员通勤造成的排放进行了确认。作为验证的一部分，对下列事项进行了确认，未发现计算排放量存在严重错误的事项。

- LG Hausys其他间接温室气体排放计算工具: 计算公式、排放系数
- 采访负责人了解收集LG Hausys其他间接温室气体排放信息/数据的过程

局限事项

- 本验证工作的范围和界限依照报告的时间、地域、价值链上的报告界限。因此，验证工作的范围100%满足韩国营业场所标准，包含部分子公司和境外法人数据。无特别说明的情形，有关供应网的数据不包含在验证范围内。
- 环境和社会成果数据属于实测值的情形，确认了数据收集、计算步骤的可靠性、收集的基础数据的准确性；属于计算值的情形，则确认了假设和计算过程的合理性。财务数据确认了经过会计审计机构审计的财务报表和披露资料等的一致性。
- 现场验证以报告机构的首尔总部为对象进行，未来如果增加验证步骤，结果可能会有出入。

2020年6月
韩国生产力本部长卢奎成
中心负责人郑胜泰
研究员柳胜宪
研究员金宝非



조수영 정승태 김보비

GRI Standards Index

General Disclosures

主题	项目	指标	页数	备注
组织概况	102-1	组织名称	7-9	
	102-2	说明主要品牌、产品与服务		
	102-3	说明组织总部所在位置		
	102-4	说明组织营运所在的国家名		
	102-5	所有权的性质与法律形式	38	
	102-6	说明组织所提供服务的市场	7	
	102-7	说明组织规模		
	102-8	说明员工和工作人员的信息	54	
	102-9	描述组织的供应链	28-31	
	102-10	报告期间有关组织或供应链的任何重大变化	-	组织及供应网无重大变化
	102-11	说明组织预警方针或原则	14	
	102-12	列出经组织签署认可, 由外部所制定的原则或其他倡议	62-64	
	101-13	列出组织参与的协会	56	
策略与分析	102-14	提供组织最高决策者的声明	4-5	
	102-15	描述主要影响、风险及机会	10-12	
伦理与诚信	102-16	描述组织之价值、原则、标准和行为规范	40-41	
治理	102-18	治理结构	38-39	
利益相关方参与	102-40	列出与组织有关的利益相关方群体	58-59	
	102-41	团体协议	43	
	102-42	说明鉴别与选择利益相关方的方法	58-59	
	102-43	说明利益相关方参与的方式		
	102-44	说明经由利益相关方所提出的关键议题与关注事项		
报告书基本资料	102-45	列出组织合并财务报表或相关文件中所包含的所有实体	-	事业报告
	102-46	界定报告内容和考量面边界的流程	58-59	
	102-47	列出Material Topics清单		
	102-48	说明对先前报告中所提供的任何信息进行重编的原因	-	无相关事项
	102-49	说明和先前报告期间相比, 在范畴与考量面边界上的显著改变	2-3	
	102-50	说明报告期间		
	102-51	说明最近的报告日期		
	102-52	说明报告发布周期		
	102-53	说明报告内容的咨询处		
	102-54	根据GRI Standards的报告方式	62-63	
	102-55	GRI Index		
	102-56	第三方验证	60-61	
	经营管理方式	103-1	重大议题和对划分议题边界的说明	58-59
103-2		经营方针和其组成因素	18, 24, 28, 32	
103-3		经营方针评估		

Topic-specific Disclosures

主题	项目	指标	页数	备注
GRI 200 经济				
经济绩效	201-1	创造和分配经济价值	57	
	201-2	气候变化对组织财务方面的影响、机遇和风险	47	
	201-3	组织正在实施的员工退休金制度	43	
市场地位	202-2	主要海外经营场所的当地高管人员比例	54	
GRI 300 环境				
原材料 (Energy)	301-1	组织生产活动所用原材料的重量和体积		
原材料	302-1	组织内部能源消耗	55	
	302-2	组织外部能源消耗		
	302-3	能源强度		
	302-4	减少能源消耗		
	302-5	在各产品和服务方面的节能项目	22-23	
用水	303-1	在不同水源的取水量		
	303-2	因取水而受到较大影响的水源		
	303-3	水资源的回收利用及回收应用		
排放	305-1	直接温室气体排放量 (scope 1)	55	
	305-2	间接温室气体排放量 (scope 2)		
	305-3	其他间接温室气体排放 (scope3)		
	305-4	单位GDP温室气体排放量		
	305-5	减少温室气体排放		
	305-6	排放破坏臭氧层物质		
	305-7	大气污染物排放量		
污水和废弃物	306-2	根据种类及处理方式划分废弃物		
违反环境法	307-1	违反环境法律法规	-	事业报告
供应链环境评估	308-1	通过环境标准审查的新增合作企业比例	31	
GRI 300 环境				
雇佣	401-1	员工招聘与离职	54	
	401-3	育儿假		
产业卫生安全	403-1	劳资共同健康安全委员会代表的全体劳动者比例	56	
	403-2	工伤类型、工伤事故发生率、与工作有关的疾病发病率、停职天数、缺勤率、因工死亡人数		
	403-4	属于公司与工会正式谈判议题的安全卫生有关事项	43	
教育和培训	404-1	员工人均培训时间	54	
	404-2	旨在强化员工力量、支持员工具备新力量的培训	42-45	
	404-3	在绩效、业务能力开发方面定期接受反馈和评估的员工比例	54	
多样性	405-2	男女基本薪资比例及奖金比例	54	
社区	413-1	参与社区、影响评估和发展项目	48-50	
供应链在社会方面的评价	414-2	与供应链有关的社会负面影响因素和整改方案	31	
客户卫生与安全	416-1	违反《关于产品与服务群的安全保健影响的规定》的事件	32-35	
营销和标签	417-2	产品和服务信息以及标签违反有关法律规定和自律规定的事件	-	

UN Global Compact

类别	原则	在公司报告中的相关内容	页数
 人权 (Human Rights)	原则1:企业界应支持并尊重国际公认的人权;	我们制定了《LG Hausys全球人权劳动方针》，宣誓将继续诚挚地尊重人类尊严，保障人对自由与幸福的权利，并制定以所有合作企业为对象的CSR行为规范。	31, 42-43
	原则2:保证不与践踏人权者同流合污;		
 劳工 (Labour Standards)	原则3:企业界应支持结社自由及切实承认集体谈判权;	根据公司行为规范和就业规则，公司招聘人才并无性别、年龄、宗教等区别，认真履行平等雇佣、尊重人权的理念，公司报酬体系也遵循同一标准。	42-44
	原则4:消除一切形式的强迫和强制行为;		
	原则5:切实废除童工;		
	原则6:消除就业和职业方面的歧视		
 环境 (Environment)	原则7:企业界应支持采用预防性方法应对环境挑战;	公司坚持环保经营理念，最大限度控制产品在整个生命周期对环境的影响。通过工艺创新、运营方式的最优化，致力于减少能耗和温室气体排放量，并推出高能效产品，持续拓展环保产品阵容。	46-47
	原则8:采取在环境方面更负责任的做法;		
	原则9:鼓励开发和推广环保型技术		
 反腐败 (Anti-Corruption)	原则10:企业界应反对一切形式的腐败，包括敲诈和贿赂	我们认为“正道经营”是企业生存发展必不可少的因素。为此，大力实施有关企业伦理经营的培训，并建立各项举报制度。此外，为让转包交易做到公平公正，在公司采购规定中增加了有关行为准则并加以实践。	40-41

2020 年度报告编制人员

负责发行业务	李東柱
企划	李東韓、田授然
设计	權京顏

MEMBER OF
**Dow Jones
 Sustainability Indices**

 In collaboration with RobecoSAM brand



本报告在取得FSC森林认证(Forest Stewardship Council®，森林管理委员会)的环保纸上用大豆油印刷。

