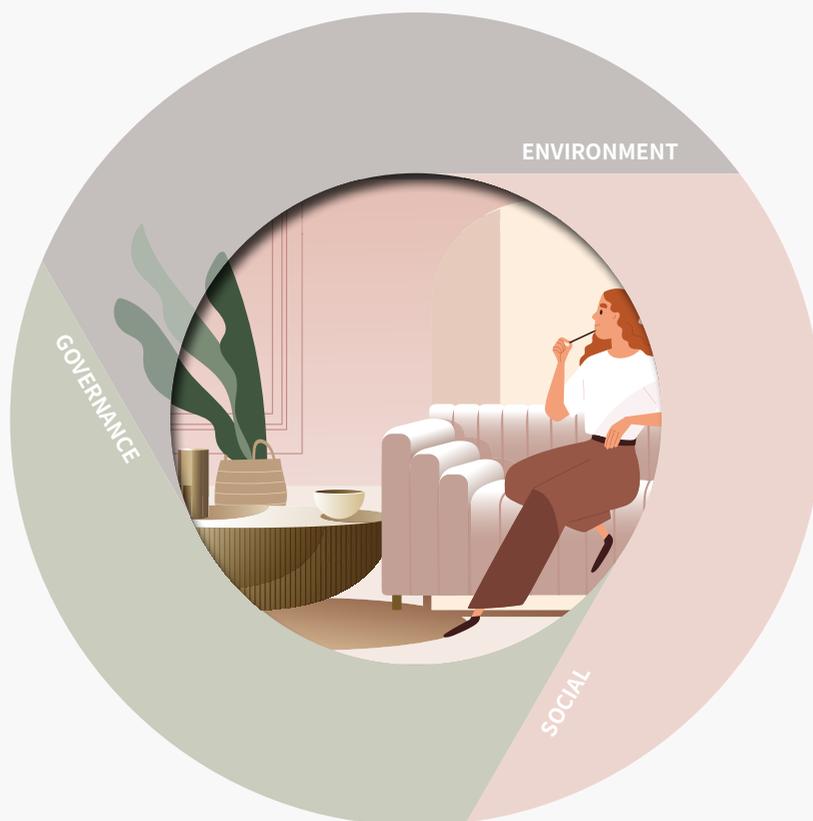


# NATURE, HUMAN AND SPACE

LX Hausys 可持续发展报告 2022





# LINK TO A SUSTAINABLE FUTURE

创造生活与自然相融合的人类幸福空间。



# About LX Hausys

<b>企业名称</b>	LX Hausys
<b>CEO</b>	姜桂雄
<b>成立日期</b>	2009年4月2日
<b>产品和服务</b>	门窗·室内装修等建筑材料·汽车用面料·普通配件·轻量化配件的制造/销售
<b>总公司地址</b>	首尔特别市中区厚岩路98
<b>客户沟通</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• 公司网站 : <a href="http://www.lxhausys.co.kr">www.lxhausys.co.kr</a></li><li>• LX Z:IN website : <a href="http://www.lxhausys.co.kr/zin">www.lxhausys.co.kr/zin</a></li><li>• YouTube : <a href="http://www.youtube.com/lxhausyszin">www.youtube.com/lxhausyszin</a></li><li>• Facebook : <a href="http://www.facebook.com/lxhausys.zin">www.facebook.com/lxhausys.zin</a></li><li>• Instagram : <a href="http://www.instagram.com/lxhausys_zin">www.instagram.com/lxhausys_zin</a></li></ul>

## 互动式PDF

本报告采用交互式PDF发布，  
包含报告内相关页面导航或网  
络页面链接等功能。

## 导航键

 封面

 目录

 上一页

 下一页

 首页

# CONTENTS

## CEO 致辞 04

## CORPORATE OVERVIEW



LX Hausys概要	07
经营战略及成果	08
业务领域	09

## SUSTAINABILITY KEY THEMES



可持续发展	16
客户价值差异化	18
开发可持续产品	22
加强环境安全管理	26
构建共赢合作供应链	30

## ESG MANAGEMENT



治理结构	36
税收战略	37
正道经营	38
人权·劳动保护	39
质量经营	40
环境安全健康 / 环境管理	42
安全健康管理	45
人才经营	48
社会贡献	50
信息安全	53
重要性评估	54

## APPENDIX



可持续发展成果数据	57
ESH·质量认证现状 / 主要经济价值分配	62
所属团体 / ESG评级	63
UNGC	64
TCFD Index	65
SASB Index	66
利益相关方参与	67
第三方审验意见书	68
GRI Standards Index	70
About This Report	72

## CEO 致辞



## 各位尊敬的利益相关方，大家好！

LX Hausys是韩国建筑装饰材料和整体装饰龙头企业，也是生产制造汽车材料零件和工业用薄膜的企业。2009年从LG化学独立拆分出来，一路走来坚持创新和引领市场发展。2021年，LG集团控股公司拆分，我们被纳入新成立的控股公司LX Holdings旗下，并于同年7月1日完成公司名称变更，踏上了新的征程。

2021年 LX Hausys的销售额为3.472万亿韩元，营业利润673亿韩元。由于新开楼盘数量和大家对装修关注度的增加，带动了建筑材料的销售增长，但由于原材料价格暴涨、物流费增加等成本上涨因素，营业利润出现了小幅下降。今年，原材料价格和物流费用将持续上涨，担忧下游市场萎缩等，这种内外部环境都不太友好的情况下，LX Hausys将积极提前应对行业环境变化，通过选择和集中克服危机。

正在集中培育的整体装饰事业将以Z:IN Square、LX Z:IN装饰学院和研发、材料、产品竞争力为基础，突出与竞争对手的差异化，建筑装饰材料方面将通过扩大高附加值高端产品的销售，确保增长动力，推动以创收为主的业务。同时，将通过扩大研发投入，提前获得源头技术和差异化核心材料谋划未来，挖掘新事业机会，积极践行ESG经营。

为此，LX Hausys将促进以下几项可持续发展活动：

### 第一，提供差异化的产品和服务感动客户。

随着企业的产品和服务对气候变化、大气污染和火灾安全等各类社会环境影响的责任越来越大，我们利用高效能窗户和自动换气窗、耐火和隔热性能佳的PF隔热材料等Hausys独创的差异化研发和技术能力，持续研发领先的环保产品，扩大产品阵容。同时，将加强生物PVC、循环PVC等自然友好型产品及工艺的研发。整体装饰方面将开发提高窗户等施工稳定性的施工方法，预防安全事故，通过“LX Z:IN 装饰学院”开展培训，培养施工技术人员，为扩大装饰事业基础做贡献。我们将为客户提供完美的施工品质和服务，以获得客户的信赖并感动客户。

### 第二，强化供应商竞争力，积极促进共同发展。

LX Hausys把供应商视为应该共同发展的合作伙伴，努力提高彼此的竞争力。首先，为强化供应商的根本竞争力，放宽了共赢基金的运营标准，扩大对供应商的金融支持。其次，为预防供应商经营过程中可能发生的伦理经营、安全健康、人权劳动、环境经营等方面的风险，将强化供应链的ESG管理体系。在此基础上，扩大对供应商的技术、经营、培训方面的支持，提高供应商生产力等，不断稳定健全的合作文化。

### 第三，强化进一步提高业务场所安全性的环境安全经营。

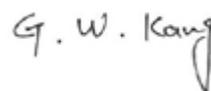
2021年，LX Hausys调整了环境安全部门，召开了全公司层面的环境安全经营委员会等，积极预防安全事故和应对气候变化。2022年，随着碳中和基本法的实施以及2030国家温室气体减排目标(NDC)的公布，将继续投资环境污染物减排设施，努力做好中长期减排工作。另外，将完善公司内部规定和检查组织等预防管理体系，以预防重大灾害和减少安全事故。在各业务场所设立安全体验教育基地，修订安全手册等，履行确保安全健康的义务。

一直以来，LX Hausys追求与社会共同发展。今后，我们将开发以客户为中心的产品，建设可持续的产业生态系统，开展环境安全强化活动，促进可持续成长与发展，致力于成为被客户、员工、供应商等利益相关方信赖且尊敬的企业。

希望所有利益相关方一如既往地关注我们，支持我们。

谢谢！

(株)LX Hausys  
代表董事 姜桂雄



# CORPORATE OVERVIEW

LX Hausys概要	07
经营战略及成果	08
业务领域	09



# LX Hausys概要

LX Hausys是一家制造建筑装饰材料、工业用薄膜、汽车配件材料的企业。主要产品包括门窗、地板材料、人造大理石和E-stone等建筑装饰材料和家电、家具用表面装饰材料等工业薄膜、汽车面料和配件。LX 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，经营6家海外销售法人、3家海外生产法人和2家海外分公司。

## 全球网络

(2022年6月标准)



## 经营战略与成果

### 经营战略

LX Hausys坚持以“优化事业组合和强化事业本质”为核心战略方向推动事业发展。建筑装饰材料业务为应对韩国国内翻新改造市场的发展,将进一步扩大韩国B2C业务,持续扩大隔热材料、E-Stone等高附加值产品的销售。汽车材料配件和工业用薄膜业务将致力于强化竞争力和改善收益性。LX 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,一方面推动全球一流水平的制造创新活动,另一方面积极应对事业环境的变化,通过改善价值链整体结构,强化事业基本面。

#### 战略方向



#### 重点课题



### 成果与目标

LX Hausys 2021年销售额为3.472万亿韩元,较去年增加14.3%,营业利润为673亿韩元,比去年减少5.2%。随着新建楼盘销售扩大、装修热情增加等,带动了建筑装饰材料的销售增长。原材料价格上涨和物流成本增加等因素,使营业利润有所下降。

为应对外部环境变化,公司将通过制造能力、成本和费用创新等举措,强化传统事业竞争力,重组以高附加值产品为中心的产品组合,同时实现发展和收益。此外,将积极应对韩国国内翻新改造市场的扩大,继续强化建筑装饰材料事业的B2C能力。

课题	2021 主要成果	2022 规划	中长期目标
加强全装修事业竞争力	· 推出厨房浴室等全装修产品, 促进入驻展厅等B2C业务	· 基于研发和制造能力推动材料和产品差异化	· 扩大全装修事业
扩大高附加值产品	· 持续发展隔热材料、E-Stone, 扩大门窗、地板等高附加值高端产品比重	· 加快发展隔热材料、E-Stone, 扩大高附加值产品比重	· 基于性能和质量差异化的产品确保稳固的市场领导地位
强化研发竞争力	· 持续发开高隔热、高耐火隔热材料 · 强化健康材料产品差异化和设计	· 开发节能性能、外观设计差异化高端产品 · 通过改善产品质量和性能确保竞争力	· 开发符合未来居住环境的新一代建筑材料 · 优先掌握核心原创技术

# 事业领域

## 建筑装饰材料

LX Hausys主要生产和销售住宅用和商用的内外部装饰材料和产品,以绿色环保、高效节能和防火安全等具有差异化的品质、富有质感的设计和卓越的性能的产品引领市场。同时,基于卓越的产品质量构建可以轻松体验的大型综合展厅(Z:IN Square),运用一流的施工质量和积极拓展提供健康、安全空间的全装修事业。

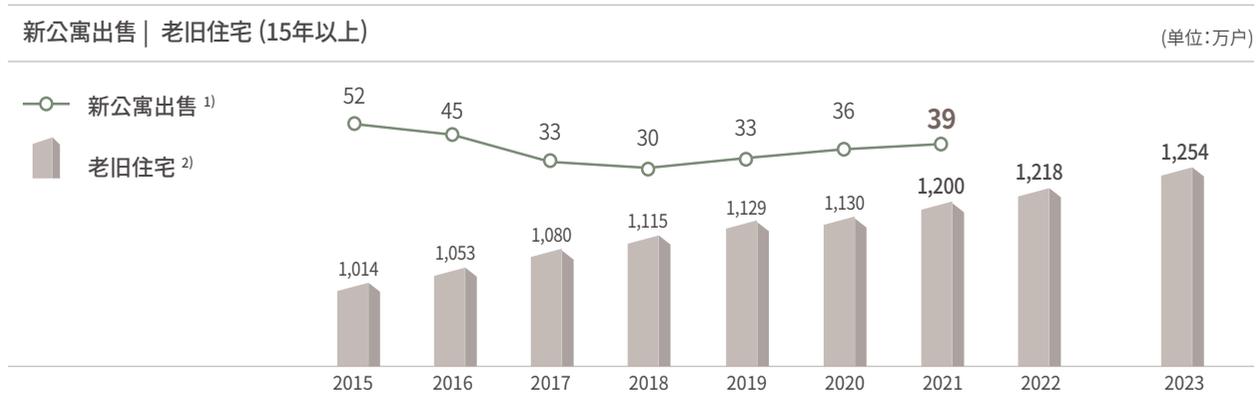
**主要产品** 门窗、玻璃、地板材料、墙纸、建筑隔热材料、人造大理石·E-stone, 厨房、浴室

### 业务介绍

建筑装饰材料事业的主要产品包括门窗、地板/墙纸、隔热材料、实体面材/E-Stone、厨房、浴室等。例如,可用于住宅和商业空间的高性能门窗和隔热、防火性能佳的PF隔热材料,以及设计丰富的环保地板和墙纸、厨房台面、室内外装饰用实体面材和E-Stone,公司致力于通过利用自主研发的材料和技术制造差异化的厨房和浴室产品,积极改善客户住宅环境。

### 市场前景

建筑装饰材料事业与建筑工程和房地产经济息息相关,受到韩国政府房地产管控和经济萧条的影响,住宅成交量和公寓开盘量等主要指标持续停滞。最近,随着扩大住宅供应等政府政策方向的调整,从长远看是一个积极的信号。此外,老旧公寓的增加使老房翻新改造需求扩大,再加上新冠肺炎疫情的原因,人们对居住空间的关注增加,预计B2C事业将持续增长。同时,随着建筑法规的强化与环保要求不断提高,市场对节能和环保材料的需求预计将不断扩大。



1) 不动产 114 / 2) LX Hausys参考统计局、国土交通部、韩国不动产院数据推测



门窗



墙纸

## 业务战略

随着住宅翻新改造需求的不断增加, LX Hausys为了扩大B2C业务, 正在拓宽消费者接触点并加强产品阵容, 将提高门窗、地板、墙纸等现有产品的功能性, 增加厨房、浴室产品等住宅翻新改造所需的产品, 提供整体装修解决方案, 打造空间定制产品和服务。同时, 为提升客户的访问, 开设展厅、网上商城、社区活动、家庭购物等各种销售渠道, 提高Z:IN Square入驻优质商圈的速度, 强化竞争力。

### 节约能源

随着建筑材料的能源效率和耐火要求进一步强化, 预计市场对隔热材料的需求会不断增加, 计划2022年将隔热材料4号机投入量产, 积极应对需求的扩大。此外, 为了提高建筑隔热性能, 公司致力于研发节能门窗、功能性涂层玻璃 (Low-E) 等高性能门窗产品以及自动通风系统等未来型门窗。

### 海外建筑材料

实体面材、E-Stone产品的设计和品质已获得海外客户的认可, 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, 进一步巩固以北美和欧洲为中心的全球市场地位。

### 室内装修业务

计划以门窗、地板材料、墙纸、厨房/浴室、门6大产品为中心, 提供全装修服务。此外, 计划打破传统装修的局限, 将业务领域拓展至居住地的所有空间, 并推出差异化商业模式。



地板材料



浴室

## 工业薄膜

生产优秀设计的家具膜、装饰贴膜、家电/广告膜, 打造美丽空间。

主要产品 家具膜、装饰贴膜、家电膜、广告膜

### 市场前景

工业薄膜市场方面, 随着新楼盘开盘量和装修需求的增加, 预计装饰膜、装修膜需求将持续增加。海外市场方面, 中国和欧洲大型家具公司为中心的环保家具薄膜需求不断增加。家电产品市场方面, 中低价材料呈多元化发展趋势。

### 业务战略

不仅以材料加工和表面处理技术为基础实现多元化设计, 还提供防污、防刮等卓越品质, 在家电、家具膜市场上加强全球竞争力。



家具膜

## 汽车材料配件

通过采用轻量复合材料和优化、解析配件设计减轻重量，提供可以提高燃油效率的电动车结构零部件和挂车壁使用的轻型复合板，推动汽车内部设计多元化，运用被认定为环保及高耐久性产品的汽车面料和装饰配件，打造安全舒适的驾驶空间。

主要产品 电池结构配件、挂车壁复合板、汽车内外饰配件、汽车面料

### 业务介绍

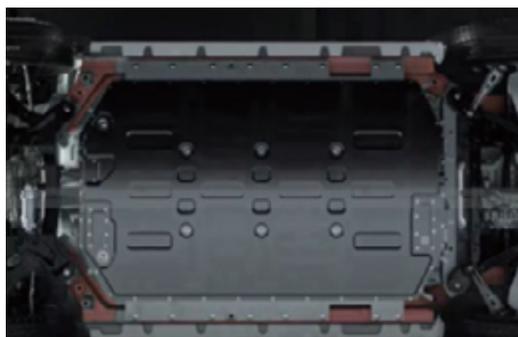
汽车材料配件业务包括轻量化配件、普通汽车配件、汽车面料的生产和销售。轻量化配件是指利用公司的各类复合材料，保持金属的基本性能，同时减轻配件重量，从而改善能耗的产品，预计需求将从电动汽车电池配件开始增加。普通配件是指运用汽车外饰和各种表面处理技术，形成设计图案用于装饰。汽车面料是应用于汽车座椅上的获得欧洲纤维质量认证（OEKO-TEX® Standard 100）一级（BabyClass）认证的环保产品，是一种防污染、耐久性极佳的表面材料。

### 市场前景

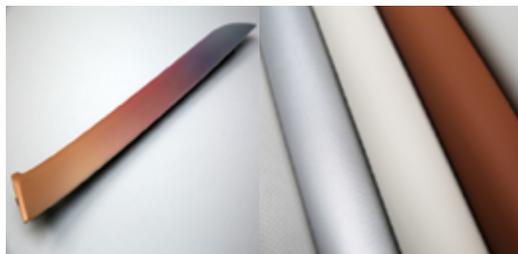
韩国汽车产量受车用半导体零部件供应不足的影响，略有下降。随着主要消费市场美国和中国汽车需求增加，预计将逐步恢复。此外，随着全球推进碳中和，预计电动车、氢燃料车等环保汽车市场将持续增长。

### 业务战略

为了应对行业内发生的材料高端化、改善油耗需求增加、环境治理更加严格等变化，轻量化配件方面，将运用公司的各种复合材料，扩大环保汽车应用。汽车面料方面，到今年为止建设环保工厂，将传统油性处理调整为水性处理，尽可能减少有害成分的产生，致力于研发提高耐污染性、耐久性的功能性配方。装饰配件方面，将重点研发表面处理技术，使汽车内部设计更加高端化。



电池下部保护板



SRP

汽车面料



挂车壁复合板

## 海外业务

LX 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，人造大理石、E-Stone、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渠道，正在加强攻占市场，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；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。LX 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。

(2021年末合并财务报表标准, 单位: 亿韩元)



### 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，LX 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。2020年，LX Hausys为应对成长性搞得E-stone市场，新建E-stone3号生产现，在此基础上通过开发差别化的产品，实现持续高增长。

### 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。

### 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。

### 印度/俄罗斯

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。

### 其他地区

日本，澳大利亚，东南亚的表面材料、工业用薄膜、地板材料等增长迅速。LX 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。

## “舒适空间”的新诠释

### 新冠肺炎疫情常态化使人心身疲惫舒缓情绪的空间

新冠肺炎疫情下，人们对心灵刷新空间的需求越来越大。“充分休息”、“精神关怀”、“照顾心灵”等词汇成为装修的关键词，人们越来越关注安静、舒适的空间风格。LX Hausys关注到每个人感受舒适的瞬间不同，通过对舒适和温馨的观察，以“新舒适(New Cozy)”作为关键词设定了三个主题：第一个是“阳光之吻”，适合努力保持开朗、心态积极的人；第二个是“茶树”，适合珍贵的日常被击垮，但打算恢复常态的人；第三个是“调色板”，适合想要给自己创造独处的梦幻乌托邦的人。今后，LX Hausys将基于趋势洞察和客户生活方式分析，持续提供差异化产品和空间解决方案。

### Trend Theme Proposal

#### 阳光之吻(SUNKISS)

##### 充满阳光的宝库

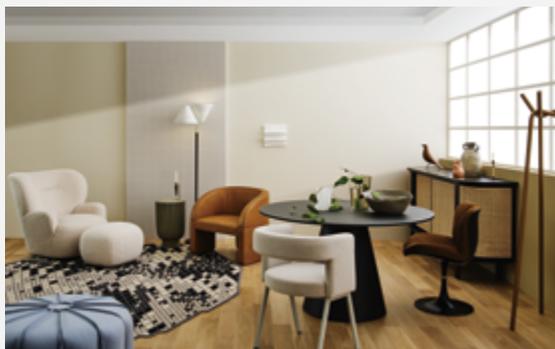
体现了注重自我满足与品味的MZ世代特点，蕴含着将反映自身品味的舒适空间视为宝库之意。



#### 茶树 (TEATREE)

##### 静谧的恢复空间

因环境的急剧变化失去宝贵东西或者艰难地度过日常生活的人需要一个舒适安静的空间来恢复身心。给人平静感的天然材质与色彩的排列，是蕴含帮助恢复和治愈健康日常之意的主题。



#### 调色板(PALETTE)

##### 容纳一切的留白

新常态下，80~00后们追求经济利益和精神满足的平衡，开拓并沉溺于虚拟世界。就像调色板上的染料放在一起本身就是作品一样，将各种色彩和家具、构思等以多样的表现力和用途填满的空间。





# SUSTAINABILITY KEY THEMES

可持续发展	16
客户价值差异化	18
开发可持续产品	22
加强环境安全管理	26
构建共赢合作供应链	30



# 可持续发展

## 2021年可持续发展核心成果

2021年，对LX Hausys内外部利益相关方影响最大的可持续发展热点为客户价值差异化、开发可持续产品、加强环境安全管理、构建共赢合作供应链。LX Hausys选出4个热点作为主要报告内容，将其收录于报告中。

目录	课题	2021 主要成果	2022 规划
<p>客户价值差异化</p>	运用趋势内容的客户体验差异化	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 举行2022-2023趋势研讨会</li> <li>• 开发标志性设计、Z:IN Square潮流立方展示开幕</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 扩大基于趋势-产品-商品-空间的关联开发</li> <li>• 开发基于客户洞察的战略商品，体现在路线图中</li> </ul>
	差异化设计与技术强化	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 通过以空间为主(基于生活方式融合产品+空间产品)的产品开发，确保确立装饰特色设计特征</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 客户为主的装修(厨房/浴室+建筑材料)产品材料设计差异化</li> </ul>
	客户接触点管理	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 专家和忠粉消费者合作，扩大客户体验内容</li> <li>• 改进销售/设计沟通流程</li> <li>• 客户接触点扩大大型展示门店 (19家)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 开发并宣传基于品牌信息“品质装饰(Quality Interior)”的客户营销解决方案</li> <li>• 强化基于专家施工专业性、经验的内容</li> <li>• 运用视觉识别提高品牌可靠性</li> <li>• 开发差异化展示内容扩大客户体验</li> </ul>
	质量保证体系 Level-Up	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 日常工作善用Six Sigma</li> <li>- 4M变更/FMEA解决主要风险/质量问题对策手册</li> <li>• 供应商质量体系检查活动</li> <li>- 扩大新工艺、扩大问题供应商检查</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 确保可以提前防范质量风险的开发品质</li> <li>- 发掘新风险，加强改进对策有效性研讨</li> <li>- 安排FMEA专人负责</li> <li>• 确保包括外包供应商在内的量产质量</li> <li>- 运营外包供应商专门评估组织</li> </ul>
<p>开发可持续产品</p>	拓展持有技术/开发差异化产品	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 应对能源及有害物质等法规变化及开发环保建筑装饰材料</li> <li>• 运用设计/解析能力、参考案例，提供轻量化解决方案</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 应对能源和有害物质等法规的变化，持续开发环保建筑装饰材料</li> <li>- 研究ESG角度的循环材料并扩大此类材料的产品开发</li> <li>• 开发提高用户便捷性的产品</li> </ul>
	环保产品声明(低碳)新认证产品	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 环保产品声明:13种</li> <li>• 低碳产品:16种</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 环保产品声明:8种</li> <li>• 低碳产品:10种</li> </ul>
<p>加强环境安全管理</p>	应对气候变化	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 温室气体排放目标:141千吨</li> <li>• 温室气体排放配额:165千吨</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 气候变化应对水平开展外部机构专业咨询</li> <li>• 温室气体排放目标:138千吨</li> <li>• 温室气体排放配额:164千吨</li> </ul>
	改进管理体系	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 制造设施重大事故预防检查和提高应急体系水平</li> <li>• 再次检查内部管理水平，预防重大灾害(梳理环境安全组织、环境安全管理体系、事故应对流程)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 定期诊断工作场所遵守法规的情况，尽早清除并改进违规风险</li> <li>• 完善重大灾害预防管理体系，强化执行诊断</li> <li>• 扩大绿色采购，提高供应商环境安全评估/支持体系</li> </ul>
	开展安全意识强化活动	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 开展安全文化活动，提高安全意识</li> <li>- 重新梳理管理层环境安全指南</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 提高安全意识，强化安全培训，减少安全事故，开展安全文化活动</li> </ul>
<p>构建共赢合作供应链</p>	强化供应商根本竞争力	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 放宽供应商共赢基金运营标准</li> <li>• 提供现金支付等金融支持</li> <li>• 加强对供应商的技术、经营和培训支持，提高生产力和质量</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 持续运营供应商共赢基金</li> <li>• 持续扩大现金支持力度</li> <li>• 成立供应商创新组，为提高生产力提供技术支持</li> </ul>
	营造公平的交易环境	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 督促鼓励2-3级供应商相互签订公平交易委员会协议</li> <li>• 遵守法规和指南，构建合理公平的交易惯例</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 以签订合同的一级供应商为对象，传播公平交易文化</li> <li>• 强化系统性支持，营造公平的交易环境</li> </ul>
	提高供应链CSR成果	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 定期诊断供应商CSR</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 更新供应商CSR诊断列表</li> </ul>

### 可持续发展综合决策

为了将可持续发展融入经营活动，在做出经营决策时，均衡地考虑可持续性。与可持续发展相关的环境安全、社会贡献、共同成长、人才培养、产品责任等的现职TF组织聚在一起，为了听取利益相关方的各种意见并进行合作而推进活动，谋求可持续发展的成功执行。董事会将长期发展、利益相关方的利益、社会影响力等可持续性反映至经营活动中。2021年上半年审议批准了产业安全及健康计划等，今后计划加强与可持续发展的推进方向和政策相关的决策和责任。

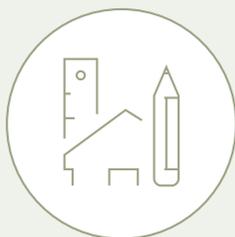
中长期目标	2021成果数据	UN SDGs
<ul style="list-style-type: none"> <li>开发趋势空间, 关联线上线下客户经验</li> </ul>	研发经费 (截至2021年末) <b>71,494</b> 百万韩元  2021年 A/S满意度 <b>93.2</b> %	 
<ul style="list-style-type: none"> <li>通过站在客户角度研发设计的市场领先产品战略, 强化整体装饰设计能力</li> </ul>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>展厅分为空间和产品区, 客户体验集中化</li> <li>开发多样化、细分化的客户体验项目</li> <li>强化施工现场的客户体验管理和可靠性</li> </ul>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>确保解决质量问题的Six Sigma能力</li> <li>培养外包供应商负责人 Six Sigma 人才</li> <li>基于IT系统构建公司综合质量管理体系(QMS)</li> </ul>	可持续产品认证现况 <b>168</b> 件 (环境标志、HB标志、环保产品声明)	
<ul style="list-style-type: none"> <li>产品-施工-使用全过程考虑客户安全的产品研发</li> <li>开发解决客户痛点的功能性产品</li> </ul>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>对比每年产品总量, 逐步扩大环保产品认证数量</li> <li>对新认证产品持续进行更新认证</li> </ul>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>制定气候变化有关的环境安全内部KPI和中长期减排规划</li> <li>温室气体排放权第3轮规划周期 (2021~2025年) 年排放目标141千吨以内</li> </ul>	温室气体排放量 (2020年 132,511 tCO <sub>2</sub> e) <b>131,286</b> tCO <sub>2</sub> e  事故率 <b>0.27</b> % (2020年 0.22%)	 
<ul style="list-style-type: none"> <li>基于风险评估诊断重点管理事项并确立改进体系</li> <li>监控环境污染物质和化学物质, 建立减排体系</li> </ul>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>完善评估工具和培养评估员, 用于安全文化水平自我评估</li> <li>基于完全文化水平评估结果, 各部门开展优化活动</li> </ul>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>提高相互竞争力, 建立可持续发展的产业生态体系</li> <li>提供制造技术支持, 促使供应商生产力最大化</li> </ul>	供应商CSR风险诊断 <b>381</b> 家  社区采购比例 <b>39</b> % (工作场所就近供应商采购占总采购额的比例)	 
<ul style="list-style-type: none"> <li>遵守公平交易实践内容</li> <li>强化不公平交易预防活动</li> </ul>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>扩大CSR诊断对象供应链(海外、二级供应商等)</li> </ul>		

# 客户价值差异化



受新冠疫情影响,人们在家停留的时间增加,居住趋势迅速发生变化。家不仅是单纯的居住空间概念,正发挥着家庭办公室、家庭学校、家庭咖啡馆等各种功能。LX Hausys分析因新冠疫情而发生变化的海内外设计环境和消费者的需求等,致力于开发新产品设计和内容。

## 中长期目标



### 加强差异化设计和构现技术

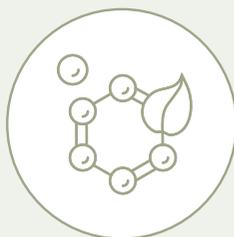
- 通过客户角度的产品开发和先行设计战略
- 加强全装修设计力量



### 客户接触点管理

- 持续开发及运营加强客户接触点的内容
- 加强以客户为中心的连贯的视觉识别传播
- 持续扩大在客户接触点的大型展销店(全韩国)

## 成果指标



研究开发费用  
(截至2021年末,单位:百万韩元)

71,494



2021年净推荐值  
(单位:%)

93.2

## 成果及计划

建筑材料事业的主要竞争优势元素就是以差异化的设计和产品开发力量为基础, 抢先提供符合客户多元化需求的产品。为了迎合不断变化的室内装修市场、加强业务力量, 计划持续扩大客户接触点并加强产品竞争力。与此同时, 正在开发兼具优秀设计和性能的产品。为了加强差异化设计和构现技术, 通过开发以空间为中心(基于Life Style的融合产品+空间产品)的产品,确保室内装修特色设计的特征。

## 推进活动

### 加强客户沟通

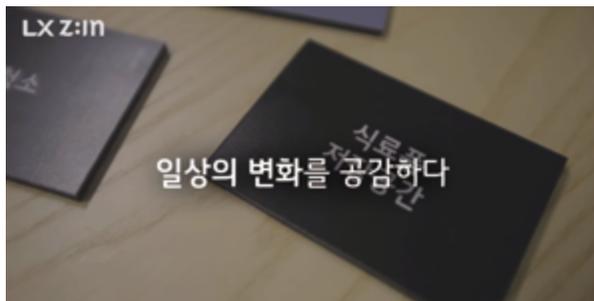
收集客户在采购过程中提出的各种诉求,从中发现问题并改进,解决客户的不便之处。为了方便客户接触到我们,2020年LX Hausys上线了客户服务网站,2021年改进了手机上显示的ARS,进一步强化了客户定制洽谈服务。在扩大客户接待部门的同时,配备拥有产品、施工专业知识的专门职员,并提供自我应对措施视频和产品手册,方便客户自行解决问题。2022年下半年,将开通全年无休的Kakao Talk聊天机器人,不断扩大跟客户的沟通。

### 加强线上/线下接触点

在后新冠时代来临之际,为了加强线上渠道的访问性,运营各种沟通渠道。通过LX Z:IN YouTube频道和SNS频道提供室内装修视频内容,开通“Z:IN Mall”,应用智能咨询系统,可以通过线上Z:IN Mall随时随地轻松查询线下卖场咨询内容。此外,为了让客户可以亲身体验和购买产品,运营展厅“LX Z:IN Interior”,同时扩大入驻LG电子BEST SHOP等家电卖场及大型零售企业,加强可以一站式(One-Stop)购买家电和各种产品的销售渠道。

### 客户/专家Fansumer活动“Z:IN SALON” & “Z:ENNE”

“LX Z:IN SALON” 客户/专家Fansumer活动“Z:IN SALON” & “Z:ENNE” 项目从2020年开始引进并运营, 由家居、生活风格领域的专家和室内装修设计师们聚集在一起, 通过交流、演讲和研讨会分享观点, 以关于空间的客户痛点(Pain Point)为基础, 从专家角度分享创意, 创造与LX Hausys合作的机会。此外, 作为LX Hausys品牌的产销合一者兼宣传大使, 从2006年开始运营室内装修论坛“Z:ENNE”, 执行产品和营销活动的宣传活动。



Z:IN SALON

### 开展A/S满意度调查

开展A/S满意度调查, 力求感动客户。对于满意度低的案例, 收集客户意见, 将其体现到产品开发和施工、服务质量中。优秀案例进行公司内部分享, 提高整体服务质量。通过上述提高A/S满意度的活动, 为客户提供良好的LX Hausys服务体验, 在此基础上重点管理客户体验, 引导客户回购并积极向周围人宣传满意的购物体验, 产生口碑效应。

### 提供服务公平性政策与VOC提前预防政策 (Z:IN 共鸣服务)

制定提供给客户的服务有关的项目、程序、费用标准, 提高服务质量。在官网上公布服务收费标准, 便于客户了解。上门服务费用根据服务类型(上门咨询、普通维保、更换配件)细分为上门费、修理费、配件费、额外费用。此外, 提供收费服务时, 通过发送服务费用明细信息, 为客户提供透明公平的服务。

针对购买厨房/浴室产品的客户, 适用不同于传统的售后服务, 产品安装后, 无论是否发生问题, 从提前应对VOC、提高质保角度出发, 2022年新开设了Z:IN空间服务。Z:IN空间服务是指工程师完成施工一周后, 再次上门为客户详细说明产品使用方法和维护方法, 检查施工状态等的客户交流服务。引进该服务旨在为客户提供优质的产品和施工品质, 提高客户满意度。

通过Z:IN空间服务, 不断累积客户不满意事项的相关数据, 将其系统化, 持续推动制定从产品购买到施工、售后全过程提高客户满意度的政策。

### 提供服务原则

对于通过LX Hausys客服中心电话、服务网站、手机自助受理的服务申请(A/S)、咨询、投诉, LX Hausys采取全部应对原则。受理服务申请(A/S)后, 客服中心将自动分配各地区负责人即服务工程师(Service Engineer, SE), SE将在24小时内联系客户, 预约上门时间并提供服务。

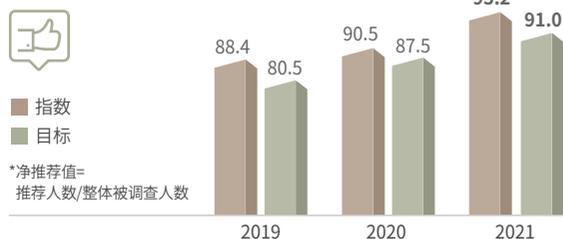
### 经销渠道质量管理

发放加工手册(质量标准), 促进外部经销渠道的质量管理, 每月开展1次审计, 检查是否遵守LX Hausys定义的质量标准, 并将结果反映在营业支持、交易关系维持等营业政策中。

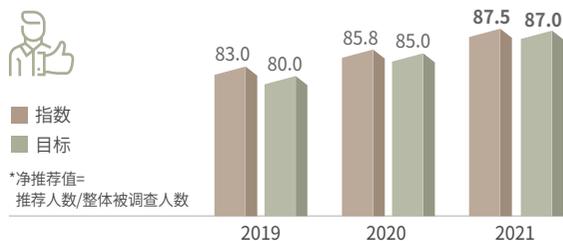
LX Hausys 每年开展1次质量评估管理, 强化外包供应商的质量管理, 为负责质量工作的人员提供质量培训。发生质量不达标的情形, 召开面对面会议(质量委员会), 对发生重大质量过失的供应商展开审计调查。

### 净推荐值\*

#### 韩国客户满意度



#### 咨询客户满意度



## 研究开发

### 研究开发组织

LX Hausys在室内装修、门窗、装饰材料、表面材料、汽车配件材料领域提供差异化的客户满意并开发环保产品。特别是，以表面处理、复合材料设计·加工·分析·可靠性研究等自有核心技术为基础，将厨房、浴室产品及新一代建筑装饰材料选为未来成长领域，进行集中研发。

此外，开发可以抢先应对海内外管制加强等市场变化的产品，并应对全球技术趋势，持续开发实现客户价值的创新产品、引领市场。

LX Hausys的研发组织由研究所和设计中心组成。研究所通过持续的R&D投资、掌握原创·基础技术、子公司间的合作努力发掘新产品，设计中心预测设计趋势的变化，研究客户定制型设计解决方案。

### 扩大R&D投资及构建网络

为了录用和培养海内外R&D高级人才，执行产学定制型研究课程等各种活动和项目。此外，还通过与学界、政府资助机构、企业合作活动等加强研发力量。同时，LX Hausys与韩国优秀大学进行产学合作、与政府资助机构(韩国建设生活环境试验研究院、韩国建设技术研究院等)进行共同研究等，通过与外部机构的合作持续进行研究开发。

#### 获得“研究所安全管理优秀研究室认证”

2020年11月，在由科学技术信息通信部主管的环境系统领域(29个项目)评估中，LX Hausys研究所的高水平安全管理获得公认，共有4个研究室获得了“研究所安全管理优秀研究室认证”。为了让研究员们在更安全更高效的环境中专心研究并取得优秀的研发成果，LX Hausys将竭尽全力不断完善环境安全体系。



### 产品研究领域

#### Eco-Friendly

##### 建筑装饰材料

- 开发最大程度减少室内空气污染的建材
- 扩大关怀地球和环境的低碳产品
- 开发考虑资源循环的环保材料技术

##### 汽车面料、环保材料配件

- 开发利用植物Bio原料和再生材料制作的环保面料
- 开发利用稻糠、木粉等各种环保材料及再生原材料制作的车用内饰配件



#### Energy Saving

##### 高能效门窗/隔热材料

- 最大程度实现建筑物的节能效果与门窗的隔热性能

##### 轻量塑料及复合材料

- 通过轻量化复合材料研究，为提高环保汽车和内燃机汽车的行驶距离及改善油耗做出贡献



#### Human-Friendly

##### 客户友好型建筑装饰材料

- 开发将冲击减至最小、最大程度提高冲击吸收率的地板材料
- 开发获得HB最优秀等级认证的地板材料

##### 强化火灾安全性建筑装饰材料

- 利用准不燃材料开发墙面装饰材料

##### 对人体影响小的汽车面料

- 开发不使用邻苯二甲酸盐增塑剂和卤素阻燃剂等有害成分、对人体影响小的面料

##### 厨房·浴室装修

- 通过组成符合客户生活方式的空间，向客户提供价值



## 设计开发

### 运营设计中心

运营韩国建材行业规模最大的设计中心并致力于培养设计师。为了引领以设计为中心的产品开发流程,宣布了设计管理(Design management),将Design First作为企业经营的核心课题推进,其努力得到海内外认可。

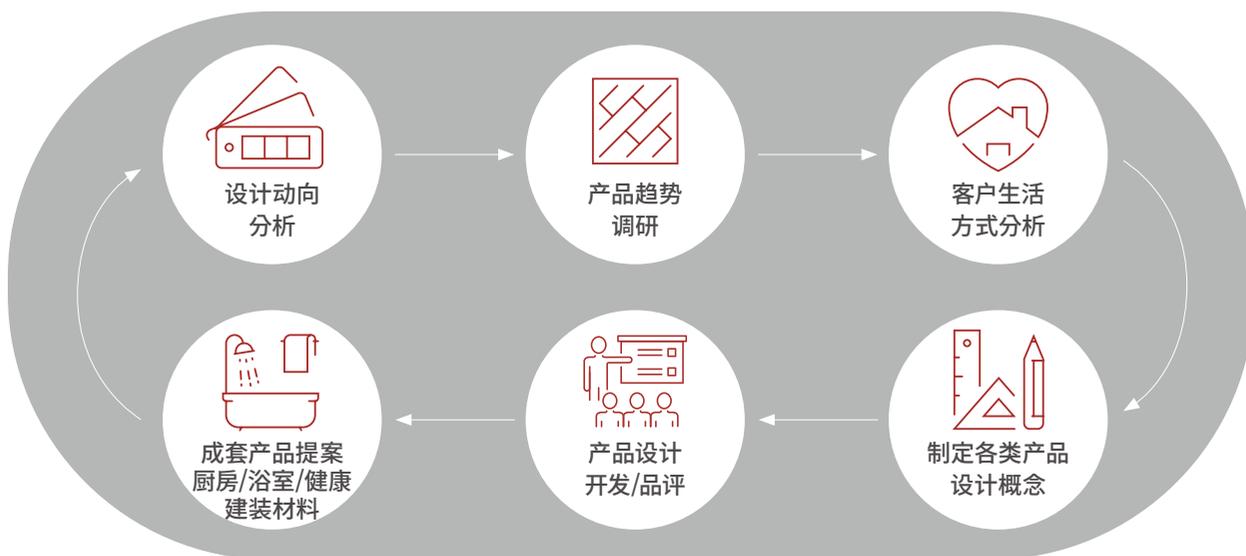


### 开发以客户为中心的差异化产品

LX Hausys致力于分析客户理想的空间,从海内外设计环境和消费者需求等多元化视角分析设计变化的原因和趋势并反映到新产品设计及内容开发中。此外,通过开展设计调研促进业务发展、提升品牌价值,制定符合快速变化的市场环境趋势的中长期产品设计开发战略。坚持与客户沟通,开发出能够与消费者产生共鸣的产品,并通过与客户的系统化品评,开发体现材料专业性的差异化产品。



### 开发关联客户生活方式的产品



### 2022年主要设计成果

#### 荣获“2022 iF 设计奖

考虑用户便捷性的产品,将各种天然材料的质感更真实地融入到装饰材料中的独创性设计产品,以及根据客户生活方式取向,以消费者为中心的构成的便捷样品本,以客户为中心的设计经营理念得到了认可。

·“The lever (装修门把手产品)”、“Real石英石(工程石产品)”、“Fiancee-Bestie (墙纸样本)”3个产品荣获“2022 iF 设计奖(International Forum Design Award) 产品/沟通类奖”



# 开发可持续产品

随着气候变化、可吸入颗粒物、大气污染、环境激素等社会环境方面的各种问题成为焦点,人们对健康和环境的关注度越来越高。随着人们在家停留的时间越来越长,环保建筑材料及室内装修材料的重要性也在增加。LX Hausys持续开发有害物质少、可节约能源和资源并获得环境标志认证的门窗、地板材料、墙纸、汽车配件产品,为客户的健康生活做出贡献

## 中长期目标



### 扩张现有技术开发差异化产品

- 开发从产品本身-施工-使用全程考虑客户安全的产品
- 开发解决客户痛点的功能性产品



### 扩大开发可持续产品

- 逐步提高环保产品认证数量占全年生产产品总数的比率
- 持续更新对新认证产品的认证

## 成果指标实



可持续产品\*认证现状  
(截至2021年末累计,单位:件)

# 168

\*环境标志、HB标志、环保产品声明

## 成果及计划

LX Hausys通过扩张现有技术、挖掘并开发差异化产品,持续开发加强客户安全并解决客户痛点的产品。为此,主动应对能源及有害物质的法规变化,持续开发环保建筑装饰材料。2022年将扩大ESG观点的Recycle材料研究及产品开发。

## 推进活动

### 基于LCA开发产品

LX Hausys通过生命周期评估(LCA: Life Cycle Assessment)提供制造、流通、使用、废弃等产品全生命周期各阶段的量化环境信息。针对6大环境要素(资源消耗、全球变暖、臭氧层影响、酸化、富营养化、生成光化学氧化物),构建了门窗、呼吸砖、地板材料(出口卷材、瓷砖)、建筑隔热材料、墙纸(ZEA Fresh)、爱可诺、强Green产品等的数据库,并逐步扩大分析、管理环境影响的产品群。



## 开发环保·安全产品

### 产品全生命周期安全验证

为了向客户提供健康安全的产品，在产品全生命周期持续推进减少有害因子的活动。在新产品开发、原材料采购及验证、产品出货等阶段，确立并运用分析、检查、验证体系，从而确保产品安全性。开发新产品时，将有害性验证加以义务化，利用“化学物质管理IT系统”，在产品开发阶段系统地履行采购、验收、使用、储存、废弃等产品全生命周期化学物质管理。成立研究所下属专门部门，不仅对产品进行长期可靠性验证，还持续监控TVOC、HCHO等主要有害物质，并通过意外的化学反应或未知途径持续监控有害物质。韩国境内制造工厂拥有分析有害物质的检测设备及检测员，以比法律规定的标准更严格的标准对所有产品进行管理。韩国境内各工厂引进了氦分析仪等，积极应对社会问题和新的有害物质。

### 客户使用安全中心介绍

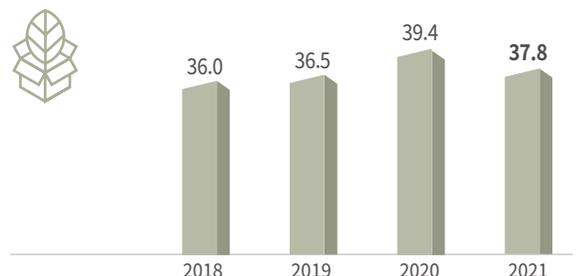
客户使用安全中心对产品的安全性、质量可靠性和无害性进行先行评价和验证。以虚拟设计和性能预测能力为基础，分析并改进产品的结构安全性与性能，通过引进各种性能测试设备及测试方法的内在化，致力于产品的可靠性质量验证、改进并确保质量。并且，运营抗菌实验室，分析产品的有害性及验证抗菌性能。此外，为了确保及维持测试能力的对外公信力，获得并维持韩国实验室认可机构(KOLAS)的认证。

### 环保产品销售及环境标签

持续扩大环保产品销售比重，2021年占总销售的37.8%。考虑环境性、细颗粒物、耐久性、性能改进等的环保产品包括ZEA系列、隔热材料、节能窗和镀膜玻璃。2021年末，在韩国国内共计168件产品荣获碳足迹、水足迹、臭氧层影响、酸雨、资源足迹等7个主要影响范畴的环境绩效认证。为了今后不断扩大环保产品，目前正持续开展与产品制造和运输有关的改进工作。

### 绿色产品\*销售比率

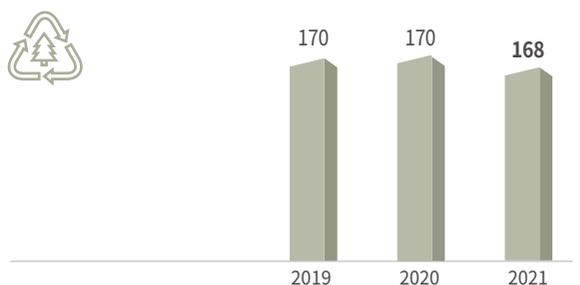
(单位：%)



\*绿色新产品销售额统计对象为装饰

### 环保认证\*产品数量

(单位：件)



\*环境标志、HB标志、环保产品声明

### 产品认证现状

(截至2021.12月底, 单位：件数)



1) 环保建筑材料团体标准认证

### 原材料或成分

- 采用植物提取材料: 使用从植物提取的成分产品举例: 地板材料(ZEA降噪地板、ZEA地板风格等)、墙纸系列(ZEA墙纸等)
- 使用CO<sub>2</sub>减排材料: 玻璃纤维轻量化汽车配件、生物材料汽车面料
- 可再生原料用量: 2021年再生原料用量为17,030吨

### 产品使用

#### 节能产品

- 高隔热门窗: 比普通玻璃节能
- 轻量汽车配件: 利用玻璃纤维减少汽车配件重量, 提高汽车燃油效率 (车顶行李架: =重量比铝减26%, 膝垫: 重量比钢轻38%)

#### 减少有害物质的产品

- 具有吸附、解吸有害物质性能: 墙纸产品中的“呼吸砖”
- 推出TVOC、5VOC、HCHO\*减排产品: 墙纸、装饰贴膜、汽车面料等
- 减少有害灰尘的过滤网: 开发减少细颗粒物的门窗 (减少大气中90%的细颗粒物)
- 自动换气窗: 无需开窗也能自主换气、维持室内能量的系统窗(阻止内部CO<sub>2</sub>排放和外部细颗粒物入侵)

\*TVOC: 总挥发性有机化合物 | 5VOC: 甲苯、苯、乙苯、二甲苯、苯乙烯5种有机化合物 | HCHO: 甲醛

## 环保材料·高效产品

### 表面材料再生原料认证 (表面材料SCS再生原料认证)

实体面材(Solid Surface)因使用再生原材料而获得认可,并获得了美国国际认证机构“SCS Global Service”颁发的环保认证。实体面材中的部分产品在生产过程中使用了10%以上的再生原料,并成功获得了“SCS再生原料认证”。以此次认证为契机,我们计划加速进入偏爱使用再生原材料制造的环保产品的欧洲市场。

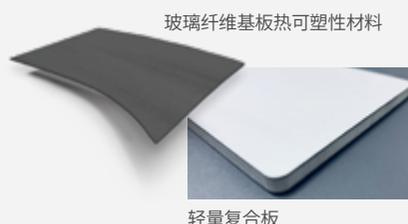
### 可持续汽车材料 (环保高性能汽车面料)

环保配方(水性处理剂、脱邻苯二甲酸盐可塑剂、无锑阻燃剂),凭借取得欧洲纤维产品质量认证(OEKO-TEX® Standard 100)的PVC面料SOFI-NO Green成为北美GM公司可持续开发项目中首家列入可持续面料企业名单的公司。评价该产品不仅是环保配方,而且对比其他产品,是一款具备耐磨性、耐污染性、耐寒、耐弯曲等差异物性的优秀面料。

### 改进汽车安全性能和能效 (环保汽车结构配件和轻量复合材料)

自主研发的新型轻量化复合材料和积层结构,应用于韩国6款电动汽车的电池组底板,在全球率先完成利用纤维芯材的轻量复合板研发并供应给北美整车制造商用于制造挂车壁。

此外,采用本公司自主复合材料之一的连续玻璃纤维基板研发的热可塑性材料目前正在开发符合欧洲电动车市场要求的产品,轻量化复合板则利用材料多变的优势,扩大研发其在电动汽车结构零部件领域的用途。



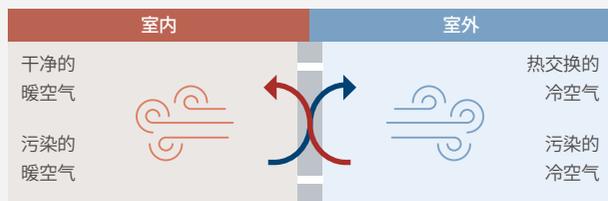
## 解决社会问题和提供客户便捷产品

### 室内污染物排出和新鲜空气流入 (维持舒适的室内空间,“LX Z:IN自动换气”)

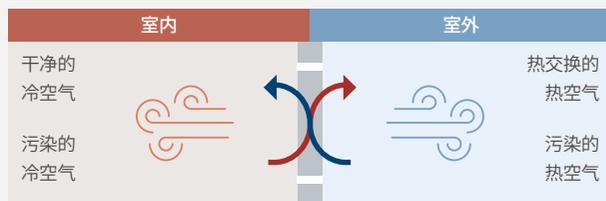
最近,受到可吸入颗粒物和沙尘暴等影响,室内换气变得困难,通过空气净化器去除室内二氧化碳和有害物质的效果甚微,在这种趋势下,换气的必要性被进一步强调。“LX Z:IN自动换气”无需打开门窗即可将室内的污染空气排出室外,应用H13级高效微粒空气过滤器和电热交换系统,在维持室温的同时供应室外的新鲜空气,一年四季维持清新的室内空气。采用与室内装修相配的高端设计,应用智能IoTApp,最大程度实现便利性。计划今后继续推出小型化、纤薄化及噪音和热交换效率得到改善的新一代产品。

#### 自动换气的电热交换

室内取暖时 (取暖有效电热交换效率: 70%)



室内冷气时 (冷气有效电热交换效率: 63%)



### LX专属的高端系列钻石升级问世 (采用环保涂层,且表面坚固、图案深邃细腻的高端墙纸)

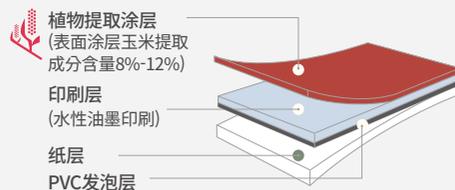
随着装饰市场的高端化发展,LX Hausys对2018推出的高端墙纸“钻石”进行了全新设计,推出升级产品。新产品采用突显钻石独特的硬质表面和深邃感的绘画图案以及减少重复纹路的大型石材图案,给客户一种旧款墙纸产品不曾有过的高级感。钻石在皮肤可以接触到的表面采用环保ZEA涂层,提高了环保性能。已取得欧洲纤维质量认证OEKO-TEX 1级(Baby Class)认证,连3岁以下婴幼儿的皮肤都不会产生刺激,可以放心使用。未来LX Hausys将以差异化的技术为基础,坚持把客户的空间打造成高端、放心的空间。

### 再生PET材料 (再生家具PET贴膜GRS认证)

工业薄膜领域开发了使用再生原料的PET薄膜，并获得了美国 Control Union的GRS认证。家具贴膜是一种贴在家具材料胶合板表面，表现各种设计的表面处理材料，可以自由表现从木材到大理石和金属的各种图案及有光/哑光质感，因此被应用于厨房家具和衣柜等多种用途。LX Hausys在韩国首次批量生产家具PET薄膜GRS认证产品。

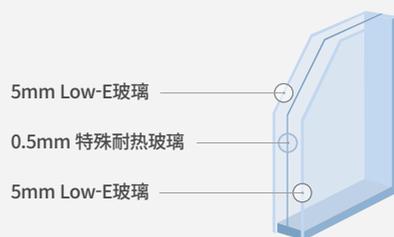
### 环保装饰材料 (“LX Z:IN地板材料ZEA降噪地板、ZEA墙纸系列”)

ZEA降噪地板材料、建筑隔热材料连续7年被列为年度绿色商品，ZEA墙纸和Super Save门窗连续5年被列为年度绿色商品。ZEA降噪地板材料除了具备将有害物质降至最低的环保性，还具备降低实际生活层间噪音(轻量撞击声)的功能性，ZEA墙纸系列(钻石/ZEA Fresh/Zia Fabric)则在产品表面使用了植物提取成分涂层，提高了环保性，获得好评。



### 高能效隔热性 (“LX Z:IN玻璃超轻三层玻璃”)

“LX Z:IN玻璃超轻三层玻璃”在三张玻璃中，中间玻璃采用厚度为0.5mm的特殊耐热玻璃，而非普遍使用的5mm玻璃。三层玻璃的总厚度虽然与原产品相同，但玻璃之间的氩气层变宽，热贯流率提升，由此减少从玻璃中流失的热能损失。



### 空间新趋势 (“LX Z:IN 室内门”)

为了给住宅打造出高档感，推出了反映客户喜好和设计趋势的“LX Z:IN 室内门”系列产品。“LX Z:IN 室内门”使用可以轻松开关的易开合把手和通过10万次开关测试的阻尼器，确保用户的便利和安全，提供最长10年免费保修服务，无需担心售后问题。未来将把产品应用从玄关扩大至杂物间、卧室、客厅、厨房等空间，提供所有空间划区解决方案和更精致的设计方案，创造新价值。



LX Z:IN 室内门5 经典推拉

### 新的空间提案, 新一代厨房平台 (“LX Z:IN Shift 5 Cloud”)

追逐家装潮流，为希望展示独特家居装修的消费者开发的新空间提案——厨房平台“Shift岛台”，用合理的价格打造进口厨房的视觉效果和收纳功能。

钢质材质和双重固定方式提高耐用性，悬浮式岛台使空间更通透，为客户提供多样性选择机会。采用专利钢架、亚克力支架岛台和下吸柜式风口设计，增加了Shift 岛台的开放感。



LX Z:IN Shift 5 Cloud

### 用收纳解决方案提供便利 (“LX Z:IN 简洁口袋抽屉”)

采用韩国竞争对手中难得一见的收纳功能差异化抽屉“简洁口袋抽屉”，对厨房4大VOC(设计、空间管理、收纳、维护)中的空间结构和收纳进行了优化。开放倾斜角度为20°，使抽拉更省力，轻柔关闭功能可以提高安全性和实用性，应用于使用频率高的上层抽屉，使物品取用更容易。内部通过口袋收纳、收纳网等增加了收纳空间。



LX Z:IN 简洁口袋抽屉

# 加强环境安全管理



巴黎协定(The Paris Agreement)生效后, 国际社会承诺将努力把地球温度上升幅度控制在1.5°C以下。对此, 企业必须通过温室气体减排、生产低碳产品等积极参与解决气候变化问题。LX Hausys为了最大程度减少温室气体的排放, 设定全公司环境安全目标, 持续努力减排等, 为下一代着想, 竭尽全力实现可持续发展。

## 中长期目标



### 实现低碳营业所

- 温室气体排放权第3次规划期间(2021-2025年)以年度排放141千吨以内为目标



### 加强安全意识

- 整理安全文化水平评估工具及培养评估人员
- 各组织以安全文化水平评估结果为基础开展改进活动

## 成果指标



温室气体排放量  
(截至2021年末, 韩国标准,  
单位: tCO<sub>2</sub>eq)

**131,286**



事故率  
(2020年 0.22%, 单位: %)

**0.27**

## 成果与规划

### 应对气候变化

2021年为了达成温室气体减排目标, 通过设施改进活动和积极管理能源用量等方式, 连续4年减少了温室气体排放量, 在交易所销售了13,905吨的剩余排放权。在公开气候变化应对体系和现况信息的项目CDP中, 取得了高于全球平均水平的B级。

2022年, 随着碳中和基本法的实施和2030国家温室气体减排规划(NDC)的出台, 计划专业机构咨询后制定中长期减排方案, 通过咨询树立系统的中长期温室气体减排战略和三期规划年度分配目标以及符合韩国国家NDC的规划。

### 预防安全事故

为预防安全事故, 公司于2021年末重新调整了环境安全组织, 新设环境安全工作最高决策人 CPO(Chief Production Officer), 强化了组织能力。为了确保必要的安全投资顺利执行, 将安全投资管理主体调整为环境安全部, 对安全健康方面的公司内部规定进行了梳理, 优化了预防安全体系。

2022年为减少重大灾害和安全事故, 各业务场所设立了安全体验培训场, 提高安全培训水平。对操作手册中本公司产品施工现场的必备安全措施中的重要事项进行了修订, 加强检查。此外, 为提高供应商安全健康管理水平, 将强化供应商安全健康管理能力评估标准, 开展重新评估, 把经常发生安全事故的供应商纳入本公司安全管理创新活动(SI/EI)对象, 强化安全事故预防活动。

## 推动应对气候变化的体系

### 认识气候变化的风险和机遇

LX Hausys从2015年开始就是排放权交易制的分配对象，截至2021年温室气体排放未超过配额标准。今后也将按照温室气体排放权交易制第3次规划期限(2021-2025年)积极履行温室气体减排，积极预防因未遵守排放量而产生的追加费用及非财务性(名誉风险)损失。与此同时，计划积极运用政府的政策方向即加强节能及环保建筑物认证制度条件及支持，持续开发并普及高效能源、环保建筑材料。

### 中长期目标与规划

以排放权交易制第3次规划期限(2021-2025年)为基准，无偿分配比率从97%减少至90%，为此，制定营业所单位排放量目标，改善锅炉低NOx燃烧器和冷却水泵等，计划2022年减排约1557吨。此外，实施定期检测排放量，若发生排放权过多或不足，则在市场上进行排放权交易。

计划通过外部专业机构咨询，制定中长期减排战略。根据政府政策规定，制定不同类型的减排战略并细化减排方案。

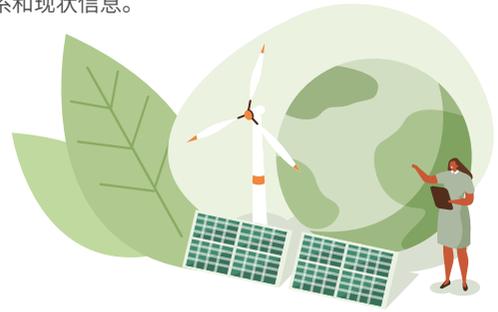


### 温室气体减排决策体系

气候变化既是风险，也是机会，会对企业的损益造成影响，因此，最高负责人认识到责任，针对最终评价能源管理、温室气体排放权交易制、履行管理、温室气体减排投资等的政策和方向做出决策。定期召开全公司环境安全管理委员会，向管理层报告公司温室气体排放量和减排计划，接受管理层决策部署。

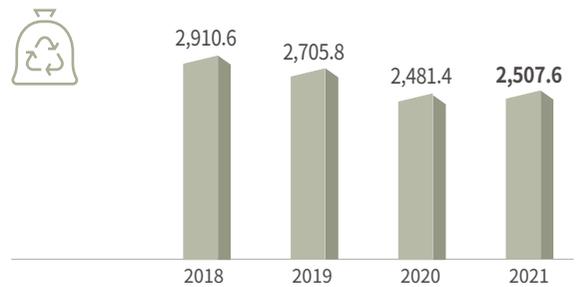
### 公开温室气体信息

根据温室气体排放权交易制，每年由具备公信力的验证机构执行温室气体排放量验证。通过可持续发展报告、业务报告等对外公开结果，还通过DJSI、CDP报告向海内外投资者提供气候变化应对体系和现状信息。



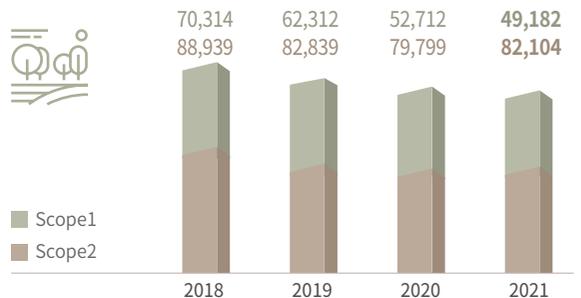
### 能源用量

(单位：TJ)



### 温室气体排放量

(单位：tCO<sub>2</sub>e)



## 温室气体减排活动及成果

### 工艺创新与运营优化

通过工艺创新和运营优化减少能源使用,引进外部热源,减少能源成本和温室气体排放。为了减少业务场所生产产品时使用的能源,蔚山工厂进行了RTO\*蓄热材料和散热损耗优化,清州工厂在整个工厂范围内开展了冷冻机和供水泵优化等节能活动。此外,监测每月能源用量,向管理层和生产部门共享分析结果,引导生产设备优化运行。

\*RTO(Regenerative Thermal Oxidizer): 收集、焚烧挥发性有机化合物和恶臭物质的设备

### 蔚山工厂

蔚山工厂在高温供应和回收蒸汽、热油的管线内增加隔热材料,优化散热造成的损耗,减排CO<sub>2</sub>约276吨。改进空气压缩机容量,节省用电,减排CO<sub>2</sub>约147吨。通过工艺改进,将原本运行2台RTO设备调整为1台,减少了LNG使用量,年度减排CO<sub>2</sub>温室气体约910吨。

### 清州工厂

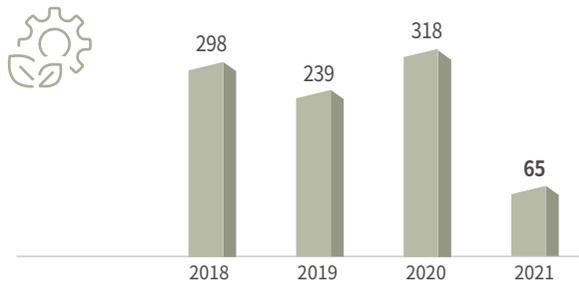
清州工厂把2台老旧的冷冻机整合成1台,冷水供水阀采用联合运行方式,一年减少337tCO<sub>2</sub>温室气体,减少了电力消耗。通过改进厂内漏气部位,一年减少177tCO<sub>2</sub>温室气体。

### 物流中心

2020年,为了加强室内装修业务,新设义王物流中心,物流中心内全部配备电动叉车开展物流作业。义王物流中心共计15台电动叉车,天安物流中心有4台2.5吨和5台3.5吨,共计9台电动叉车,今后将不断扩大电动叉车占比。

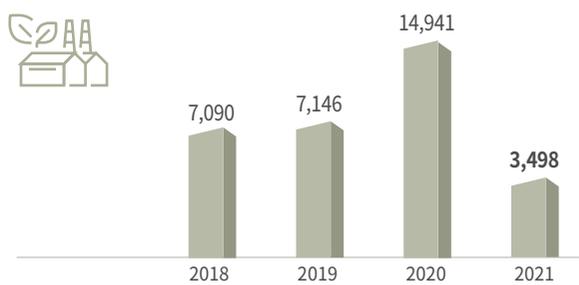
### 减少能源使用量

(单位: TJ)



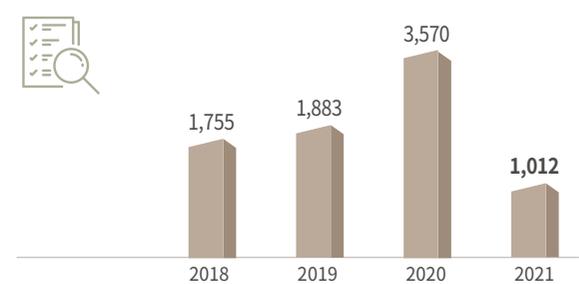
### 温室气体减排量

(单位: tCO<sub>2</sub>eq)



### 节能费用

(单位: 百万韩元)



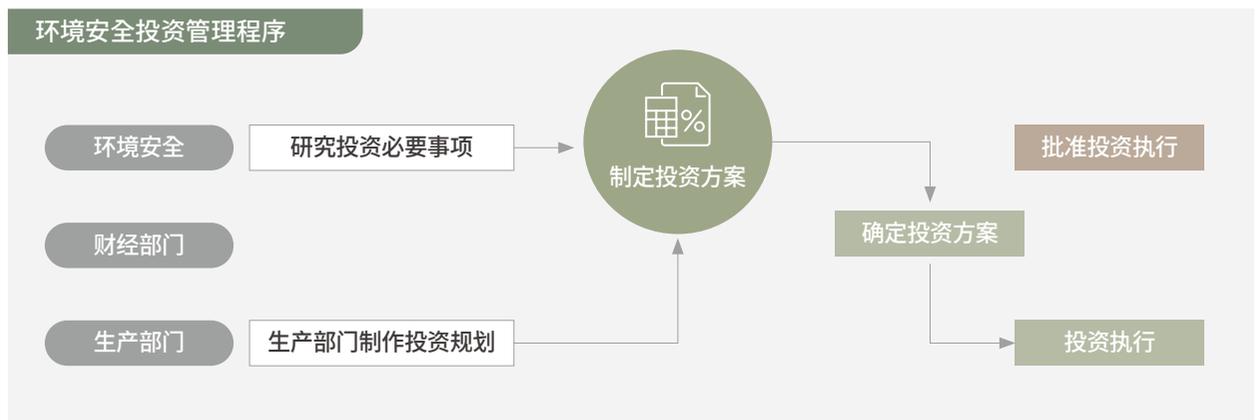
## 加强安全事故预防活动

### 调整环境安全组织

原本CEO直属的环境安全部门纳入CEO旗下新设的CPO(Chief Production Officer)管理,强化环境安全相关的责任和权限。随着CPO的成立,环境安全相关主要工作的自主决策权大幅扩大,通过加快预防安全事故有关的工作,预防重大灾害和事故的发生。

### 变更环境安全投资管理主体

2021年,环境安全投资管理主体从生产部调整为环境安全部,优化了投资管理体系,确保环境安全投资预算能够实际投资到环境安全设施改善中。2022年起,环境安全投资预算的编制和审批权限归环境安全部所有,以确保在全部投资预算中尽可能多的争取到环境安全投资预算。



### 梳理安全管理规定

随着《重大灾害处罚法》的实施,为预防重大灾害,强化安全、健康义务,对安全健康管理的基础——内部规范《安全健康管理规定》和《承包商管理标准》进行了修订,要求每年至少召开1次安全健康管理委员会,强化了劳动者停止作业的权利。

### SI/EI 课题活动

鼓励各业务场所开展自主环境安全改进活动,提高安全意识、消除隐患。各单位组织每年至少制定一个目标,自主选择环境安全改进主题,开展活动。对优秀课题予以奖励,努力打造安全的业务场所。

\*SI/EI : Safety Innovation, Environment Innovation

**制作管理层环境安全现场管理指南**

提高组织安全文化意识方面,最重要、排在首位的当属管理层的关注和态度。2021年,制作了环境安全现场管理指南并落实执行,要求管理层访问工厂时必须优先听取环境安全业务情况报告,第一时间视察工厂综合防灾中心。

# 构建共赢合作供应链



LX Hausys将合作企业视为需要共同成长的伙伴, 通过提高相互间的竞争力, 努力构建可持续发展的产业生态系统。为了培养有竞争力的合作企业, 加强合作企业的力量并订立工作方法等, 将业务的重点放在改善公司结构上。与此同时, 为了应对和支持有可能在合作企业运营过程中发生的CSR风险, 加强海内外供应链的CSR管理体系。

## 中长期目标



### 加强合作企业的根本竞争力

- 通过相互提高竞争力, 构建可持续发展的产业生态系统
- 通过对制造技术提供支持, 最大程度地改进合作企业的生产率



### 提高供应链CSR成果

- 扩大海外、2级合作企业等CSR诊断对象供应链

## 成果指标



合作企业CSR风险诊断  
(截至2021年末, 单位: 家)

381



社区采购比率  
(截至2021年末, 单位: %)

39

## 成果及计划

为了加强合作企业的根本性竞争力, 放宽共赢基金运营标准, 持续扩大金融支持。同时, 加强对合作企业的技术、经营、教育支持, 提高合作企业的生产率等, 相互提高竞争力, 构建可持续发展的产业生态系统。加强与1-2级合作企业的沟通, 对于生产率得到改善的优秀合作企业, 加大奖励等, 落实健康的合作文化。

## 推进活动

### 合作企业现状及交易

LX Hausys为了采购产品原材料和配件, 与500多家合作企业进行2万亿韩元规模的交易。综合考虑年交易额1亿韩元以上、战略重要性、本公司依赖度等, 选出核心合作企业。此外, 在战略重要性方面, 根据核心配件和市场环境, 将以下企业选为核心合作企业, 包括提供不可替代配件的合作企业、在全球市场上具备竞争力的大型合作企业、对本公司的销售依赖度高的合作企业。

### 合作企业CSR行为规范

从2016年开始以全体合作企业为对象制定并实施CSR行为规范。在行为规范中明确规定了劳动条件、伦理管理、安全健康、环境管理等社会责任, 并鼓励一级合作企业和二级合作企业遵守规范。此外, 与天津、无锡、亚特兰大等海外生产法人的海外合作企业签订合同时, 要求其遵守CSR行为规范。

### 合作企业CSR检查列表项目

- 安全健康** :安全健康管理体系、产业安全、工伤处理
- 环境管理** :环境管理体系、危险化学品管理、环境污染物管理
- 人权劳动** :书面劳动合同、防止歧视、工资及劳动条件、处理投诉
- 其他** :客户满意管理、伦理管理、公平交易、信息保护、社区贡献



## 定期管理合作企业CSR风险

### 合作企业CSR管理原则及流程

将上年度采购额超过1亿韩元的400家合作企业作为对象，实施基于合作企业CSR行为规范的列表评估。特别是，针对新的候选合作企业必须实施CSR评估，选择合作企业时反映在评估分数中。对旧合作企业实施定期评估时，也会将CSR评估结果反映在评估分数中。通过这种方法，根据合作企业的事先风险度(high/middle/low)划分合作企业、进行评估并实施改进活动。

在海外，主要以生产法人据点即美国亚特兰大及中国天津、无锡为中心管理合作企业CSR。亚特兰大法人对采购额达1万美元以上的合作企业进行评估，并从2018年开始与合作企业签订CSR行为规范。天津及无锡法人也在标准合同中列入合作企业行为规范并对CSR进行评估。

CSR评估满分为100分，不满70分时，原则上排除在评选对象外。评估以访问考察为原则，但出于业务特点，访问考察存在困难时(非制造企业、海外企业、agent、销售代理店等)或属于一次性交易、年采购额不满1亿韩元的临时登记企业可以通过书面调查进行评估。

### 合作企业CSR评估结果及改进活动

LX Hausys在采购比重高、预计有可能发生环境和人权问题的合作企业中选出需要进行风险评估的部分合作企业，实施CSR现场检查或在检查列表中增加深化检查项目。根据合作企业CSR行为规范进行现场检查的结果是，作业场地内的产业安全、事故预防活动和劳动人权问题等的管理非常薄弱。

为此，向相关合作企业说明要与外籍劳动者签订劳动合同、加入保障制度等，同时计划让合作企业使用安全保健公团为外籍劳动者提供的外语资料、要求遵守安全叉车操作指南、应对紧急情况、佩戴防护用品等，加强监督和后续措施。此外，实施装货高度和安全通道等营业所安全相关的教育并提供资料。在每年由合作企业代表出席的采购协议会上，实施合作企业CSR教育，督促合作企业实施事前预防活动。2021年，考虑到保持社交距离的政策，以结果报告的形式转达了相关事项。今后，要求在评估之后提交改进方向等，加强监督和后续措施。



### 合作企业CSR风险评估实施现状<sup>1)</sup>

项目	单位	2018	2019	2020	2021
所有新合作企业	个数	207	117	169	188
经过CSR评估的新合作企业	比例 (%)	100	100	100	100
经过CSR评估的旧合作企业	个数	340	340	400	381

1) 合作企业评估对象  
 - 新合作企业：以当年度为标准评估全部新合作企业  
 - 旧合作企业：以上年度为标准，评估采购额超过1亿韩元或经营战略重要度高的产品的合作企业

### 2021年旧合作企业CSR评估的各领域结果<sup>1)</sup>

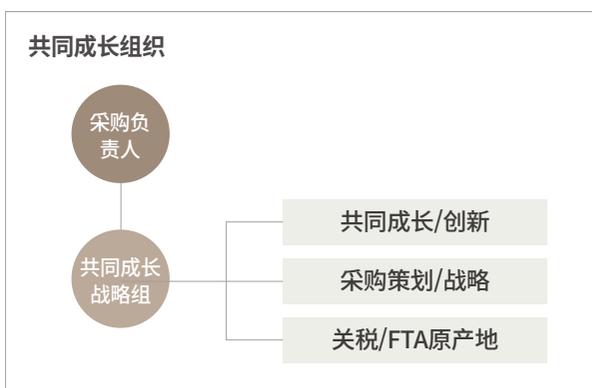
项目	分值	分数	百分位数	Risk <sup>2)</sup>
伦理管理	15	12.92	86.15	Middle
社区	5	3.87	77.46	High
安全健康	25	23.22	92.9	Low
人权劳动	30	28.11	93.71	Low
环境管理	25	24.52	98.09	Low
总体平均	100	92.66	92.66	Low

1) 国内合作公司标准  
 2) 百分位90分以上:Low Risk  
 百分位80分以上:Middle Risk  
 低于百分位80分:High Risk

## 提升合作企业的竞争力

### 共同成长项目

LX Hausys认为,当合作企业以最佳品质供应产品时, LX Hausys的竞争力也会提高,从这一观点出发,加强制造车间的合作。通过支持生产设备和技术,让合作企业实现稳定的生产并改善质量。为此,自2014年起出资支持共同成长,为改善主要合作企业的生产率提供资金支持,并针对效益金额实施成果共享制,引导合作企业进行制造创新。



<h4>支持提高合作企业的生产率</h4>	<h4>支持合作企业的制造创新</h4>	<h4>支持中小工商业者,提供整体装修解决方案</h4>
<p>支持合作企业Geumzin和Mozel构建轻量墙纸用“Glass Bubble” Auto Feeding System。通过这种方式,使合作企业的工厂进一步实现智能工厂化,改进工艺效率和生产率,生产差异化产品。</p>	<p>为了提高制造竞争力,认识到合作企业的共赢是核心要素,支持合作企业在生产车间实施创新活动并实现设备自动化等。此外,以共同专利、技术转让等各种形式与合作企业共享通过制造创新改善的成果。</p>	<p>为了支持中小工商业者,实现共赢,拓展各种经销渠道,比如Z:IN广场、Z:IN展厅、专业经销渠道内的店中店、家庭购物、社区活动等。此外,为渠道内的营业活动创造条件,克服传统装修实体店的局限性,提供更多与客户见面的机会。</p>

### 运营共同成长支持系统

<h4>金融支持</h4>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 设立150亿韩元共赢基金,向36家合作企业提供支持</li> <li>· 利用Network-Loan,向2家合作企业提供0.7亿韩元</li> <li>· 出资5亿韩元,支持共同成长</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 运营共赢基金、Network-Loan、Family-Loan等,让合作企业可以低息融资</li> <li>· 以优秀合作企业为对象,支持合作企业改善财务状况</li> </ul>
<h4>改进货款结算程序</h4>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 维持100%现金结算</li> <li>· 资金执行标准以外的现金结算金额达4,191亿韩元</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 根据资金执行标准,结算金额低于300万韩元时才能进行现金结算</li> <li>· 为了支持合作企业的经营活动,提高现金结算比率</li> </ul>
<h4>支持质量/技术开发</h4>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 向80家合作企业提供150多件技术支持</li> <li>· 获得6项共同专利,支持1项技术托管制</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 约投资30亿韩元,向合作企业投资及改善设备、支持提高生产率、支持质量稳定化、支持系统基础设施等</li> <li>· 为保护合作企业的技术,积极申请共同专利</li> </ul>
<h4>支持经营活动</h4>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 奖励金额达6,474亿韩元</li> <li>· 向优秀合作企业奖励0.3亿韩元(发放现金)</li> <li>· 管理层和采购负责人访问合作企业,听取困难事项和需要改进的事项,开展支持经营活动</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 为解决合作企业的资金负担和材料困难,获取并提供合作企业所需的主要化学原料及建筑原材料</li> <li>· CEO和负责采购的高管参加合作企业座谈会或访问合作企业等,当面听取课题意见并反映在经营活动中,奖励优秀合作企业、对财务结构进行精密评估等</li> </ul>
<h4>其他支持</h4>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 以一、二级合作企业为对象,发放防疫用品和福利补贴</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 帮助合作企业克服因新冠疫情造成的困难,发放防疫用品及福利补贴</li> </ul>

# 公平交易

## 签订公平交易协议

LX Hausys根据共同发展及转包公平交易协议, 遵守《转包法》等相关法规, 为供应商发展提供支持。从2012年开始被列为共同发展指数评估企业, 由公平交易委员会和共同成长委员会对过去一年间促进共同成长的内容进行客观评估。公司在共同成长指数评估中连续7年荣获“优秀”评级。此外, 与80家一级合作企业签订公平交易协议, 通过改善结算手段、金融支持、技术保护、教育支持等各种支持政策促进共赢发展。一级合作企业再与14家二级合作企业签订协议, 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。

## 合规计划

LX Hausys从2010年起指定自觉遵守公平交易项目, 追求公平合理的交易文化。

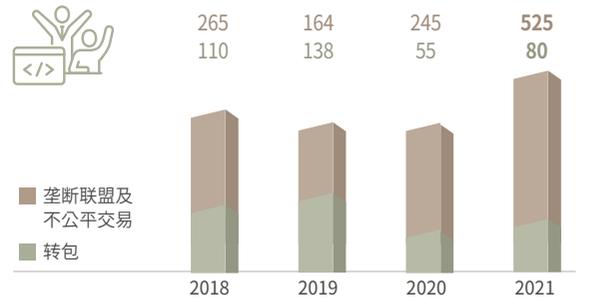
## 主要项目

项目	内容
内部检查	· 对主要业务部及营业所实施公平交易检查
法规培训	· 其宗旨在于提高员工公平交易意识、传播公平交易文化 · 普及公平交易手册和教材 · 对公司内部和外部相关人员定期实施培训
事前审核	· 以策划、营业、营销、采购和财务等全部业务领域为对象 · 其宗旨在于防止违背竞争法规的行为 · 执行业务前由内部公平交易专家实施审核
转包交易内部审议	· 构建内部审查机构, 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”

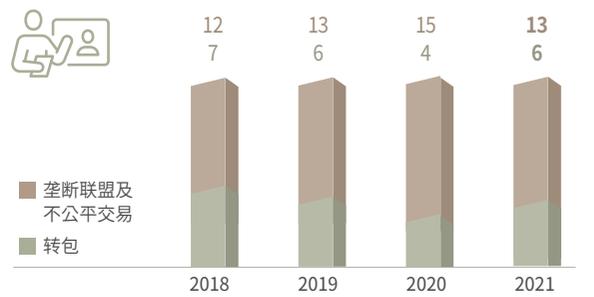
## 合规计划实施成果

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。2021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。除了对信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。

针对高管实施合规计划教育结业人员 (单位: 名)



针对高管实施合规计划教育培训实施 (单位: 次数)







# ESG MANAGEMENT

治理结构	36
税收战略	37
正道经营	38
人权·劳动保护	39
质量经营	40
环境安全健康 / 环境管理	42
安全健康管理	45
人才经营	48
社会贡献	50
信息安全	53
重要性评估	54

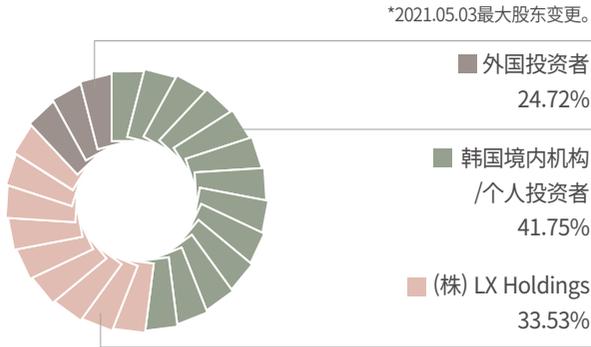
## 治理结构

### 股权结构及股东权利

LX Hausys为了打造可持续企业, 构建公平稳定的所有权结构。股东可以行使各种股东权利, 主要经营事项相关的信息可以通过金融监督院电子披露系统、LX Hausys官网查询。从2021年开始实行电子投票制。

LX Hausys官网-董事会结构(链接) 

### 股权结构 (截至2021.12.31, 普通股标准)



### 董事会的结构及作用

董事会有权决定公司的主要业务执行情况, 并对董事履行职责的情况进行监督, 针对法令或章程中规定的事项、股东大会授权的事项、与执行业务相关的重要事项进行表决。截至2022年4月, 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

董事的选聘根据《商法》等相关法令规定的程序, 在股东大会上选聘, 资产规模达2万亿韩元以上的上市公司须选聘占董事会成员半数以上的外部董事。因此, 董事会成员中过半数被选聘为外部董事, 以便做出合理透明的决策。LX Hausys公司聘请了在经济、经营(营销)、环境设计、汽车工程学等领域拥有丰富经验和专业知识的4名专家担任公司的外部董事。被选聘的外部董事将听取关于经济、社会、环境的战略方向和未决问题等内容, 并积极陈述意见。原则上, 董事任期为3年, 考虑活动及成果评估后决定是否连任。

董事会构成 (截至2022年4月)

分类	姓名	性别	学历	首次选聘日	主要履历	职责	与外部董事的利益关系
内部董事	姜桂雄	男	釜山大学经济学(学士)	2020.3.26	现(株) LX Hausys 代表董事 现(株) LX Hausys CEO 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	男	釜山大学会计学(学士)	2019.3.14	现(株) LX Hausys 代表董事 现(株) LX Hausys CFO 前(株) LG化学会计(出纳) 担当 前(株) LG化学金融担当		
其他非常务董事	盧墳緒	男	美 MIT MBA (硕士)	2021.3.25	现(株) LX控股代表董事 前(株) LX控股CSO 前(株) LG电子战略部门副社长 前(株) LG电子机器人业务中心负责人、专务		
外部董事	河英源	男	芝加哥大学营销专业(博士)	2021.3.25	现 西江大学经营系名誉教授 前 西江大学经营系教授 前 韩国营销学会会长		无
	徐秀卿	女	国民大学技术设计(博士)	2021.3.25	现 淑明女子大学环境设计系教授 现(社) 韩国文化空间建筑学会副会长 现(社) 韩国空间设计总联合会副会长 现 韩国设计振兴院非执行董事	审计委员会委员	无
	金榮柱	男	芝加哥大学经营学(硕士)	2022.3.24	现(株) LX Hausys 外部董事 前 韩国贸易协会会长 前 产业资源部部长	审计委员会主席	无
	李鳳煥	男	英国克兰菲尔德大学汽车工程学(硕士)	2018.3.9	现(株) LX Hausys 外部董事 前 首尔大学工学研究生院产学合作重点教授 前(株)现代摩比斯研究开发本部长	审计委员会委员	无

## 董事会多元化政策

LX Hausys董事会由具备多元化背景和专业性的优秀外部董事组成，包括环境设计领域的女性学界专家、经营营销领域的学界专家、旨在加强公司内部控制及风险管理的财务·会计专家及拥有产业界·学界经验的汽车领域专家等。

## 董事会活动明细

LX Hausys董事会在2021年共召开了11次会议，董事会的出席率平均为98.7%。审议了业务计划的批准等共44多项议案，其中批准议案为35项、报告议案为9项。

## 董事会内的委员会

### 审计委员会

LX Hausys运营审计委员会，保障审计职能的独立性和透明性。审计委员会的委员由《商法》规定的不存在不合格事由的3名外部董事组成。审计委员会可以审计LX Hausys的会计和业务并要求董事会成员报告营业情况或调查公司的业务和财产状况。关于这一点，可以向董事会提交记载会议目的和召集原因的书面文件，请求召开临时股东大会。此外，必要时可以要求子公司进行营业报告，并调查子公司的业务状况及财产状况。

### 外部董事候选人推荐委员会

LX Hausys运营外部董事候选人推荐委员会，确保外部董事选聘过程的独立性。外部董事候选人推荐委员会考虑实务经验及专业性，如能够对本公司做出实质性贡献，检查独立性，如是否与公司存在利益关系等，综合以上两点推荐外部董事候选人，推荐的外部董事候选人在股东大会上最终选聘。外部董事候选人推荐委员会由3名委员组成，外部董事占过半数。

### 外部董事丧失独立性的原因

- 担任公司常务的董事、执行高管及雇员或最近2年内担任公司常务的董事、监事、执行高管及雇员
- 最大股东本人、配偶及直系亲属
- 最大股东法人的董事、监事、执行高管及雇员
- 董事、监事、执行高管的配偶及直系亲属
- 公司的母公司或子公司的董事、监事、执行高管及雇员
- 与公司存在交易关系等重要利益关系的法人的董事、监事、执行高管及雇员
- 公司的董事、执行高管及雇员以董事、执行高管身份任职的公司的董事、监事、执行高管及雇员

## 董事会下属委员会的运营成果

(截至2021年末)

委员会名称	结构	2021年业绩
审计委员会	外部董事3人	7次
外部董事候选人推荐委员会	外部董事2人，其他非常务董事1人	1次

## 董事评估及报酬

董事的报酬由股东大会批准，在董事报酬总额限度内执行。公司内部董事根据董事会决议的高管报酬规定中的特别奖金规定，以绩效评估为标准，综合评估上一年的财务成果及核心课题、为未来做准备的中长期期待事项履行程度等予以发放。外部董事报酬在股东大会批准的董事报酬总额限度内，向所有外部董事发放同等金额的报酬。5亿韩元以上的董事及监事的个人报酬根据相关法令在业务报告中公开。

## 董事会报酬

(截至2021年末)

类别	人数	支付总额 <sup>1)</sup>	人均平均
登记董事 <sup>1)</sup>	2名	1,359百万韩元	679百万韩元
外部董事(审计委员会委员除外)	1名	78百万韩元	78百万韩元
审计委员会委员	3名	222百万韩元	74百万韩元

1) 登记董事中未支付报酬的1名其他非常务董事除外

## 税收战略

### 税收战略及应对

LX Hausys严格遵守韩国及各海外法人驻在国的《税法》及相关规定，认真履行税务相关的申报及纳税义务。LX Hausys为了加强全球市场竞争力并提高股东价值，在《税法》允许的范围内实施有效的节税活动和防止双重征税的税收政策，合理应对税务部门的要求。在审计报告中明确记载每年的企业所得税、递延所得税及有效税率信息，并通过金融监督院电子披露系统对外公开。LX Hausys今后将继续诚实履行透明、健康的纳税义务，努力成为受到社会和客户尊敬的企业。

## 正道经营

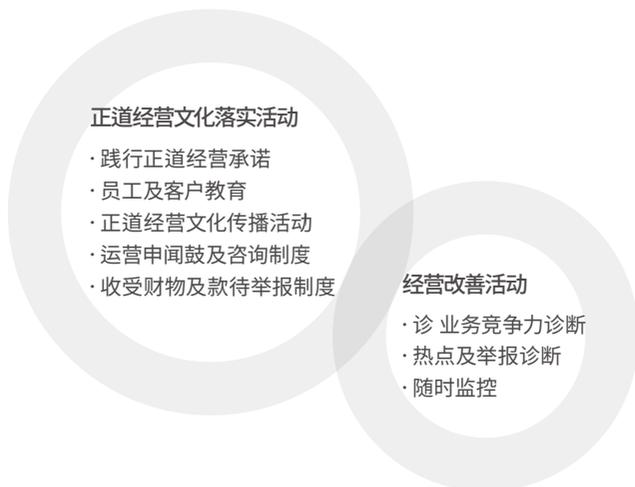
### LX Hausys的正道经营

LX Hausys 认识到“正道经营”并不是一种选择,而是企业生存的  
必要条件,正在通过正道经营专门组织推动以现场为中心的  
正道经营。为了事前预防员工的不正之风并落实正道经营文化,  
将正道经营和伦理规范应用于业务中,自主开展事前预防和风  
险消除活动等,努力将正道经营落实在日常生活中。

### LX伦理规范

作为所有员工必须遵守的正确行为和价值判断的标准, LX制定  
并践行伦理规范。伦理规范的主要内容包括对客户的责任和义  
务、公平竞争及交易、员工伦理及责任、对国家和社会的责任等。  
相关内容公布在官网,可随时查阅。

### 正道经营运营体系



### 申报及举报系统

LX Hausys为了巩固正道经营的实践意志,每年以员工及合作企  
业为对象实施正道经营实践誓约。不论原因如何,严禁员工从利  
益相关方处收受或索要财物及接受款待,当不可避免地从业  
益相关方处收受金钱、礼物或礼金时,必须根据申报制度向伦理事  
务局申报并返还。此外,运营申闻鼓制度,努力落实健全的组织  
文化和公平的合作关系。可以举报员工的不当言行、利用优势地  
位不公平地处理业务的行为及收受财物的行为等违反正道经营  
的一切业务行为,可以通过网站、内部系统、专用电话及传真、  
邮件及上门等所有渠道进行举报。

LX网络申闻鼓

### 正道经营文化传播活动

每年以全体员工(包括海外法人)和合作企业为对象,实施正道经  
营教育并发放宣传品,努力传播正道经营文化。以员工为对象实  
施教育,针对新入职员工和老员工、派驻人员等实施分级教育,实  
施由各业务部/部门主导的传播教育。2021年,根据新冠病毒防  
疫守则,将员工教育转换为在线教育,为了在公司内部传播和落  
实正道经营文化,选出业务部/部门的伦理事务局长、伦理事务局  
负责人,由他们主导进行教育、宣传、事前预防活动等,将正道经  
营加以生活化。正道经营在海内外33个部门的局长、负责人KPI  
项目中,按5%-10%的比率反映在绩效评估项目中。

### 向合作企业传播正道经营

通过透明公平的交易文化,持续改善与合作企业的关系,构建相  
互信任的合作关系。为了以亲切的方式让合作企业了解正道经  
营,定期进行发送手机漫画和短信等交流。

### 正道经营教育进修现状<sup>1)</sup>

类别	地区	单位	2019	2020	2021
接受教育的 员工人数	韩国	名	2,598	4,957	6,111
	海外 <sup>2)</sup>	名	767	76	136
接受教育的 合作企业数 <sup>3)</sup>	韩国	家	1,998	1,675	2,449

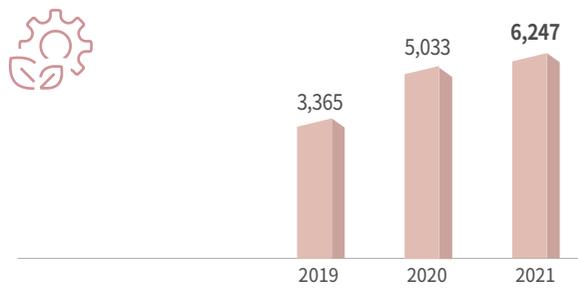
1) 年度累计人数标准(包括重复)

2) 美国、中国、欧洲等

3) 2019-2021年,与合作企业的沟通方式从线下教育转变为发送手机彩信/  
短信的方式

### 教育进修现状(韩国+海外)

(单位:名)



# 劳动·人权保护

## 人事原则

创造价值的源泉是个人的创意，创造成果的动力是员工的能力。LX Hausys根据员工的能力和资质提供公平的机会，公平地评估所实现的成果，根据个人及组织的贡献度支付报酬。此外，设定了基本原则即从长远角度出发，稳定地推进所有与人事相关的决策活动，根据行为规范和就业规则，不受性别、年龄、宗教等的限制，根据“多元化政策”践行平等雇佣和尊重人权，在报酬方面，也不因性别、年龄、宗教、残疾与否等做出歧视行为。

## 全球劳动方针

LX Hausys尊重人权、劳动相关国际机构及团体的标准和法规，如ILO(International Labour Organization：国际劳工组织)公约规定的条款、联合国人权委员会的《关于企业和人权的方针(UN Guiding Principles on Business and Human Rights)》等。制定了《LX Hausys全球人权·劳动方针》，其内容是“将保障和尊重人类的尊严及自由和幸福的权利作为基本价值实践”，并通过官网公布了全文。



全球人权·劳动方针(英文)

## 工作家庭平衡及增加/支持女性人才

LX Hausys为了促进工作家庭平衡，营造家庭友好型企业文化，积极参与激活育儿休假等的政府政策。此外，为了让女性人才成长为组织内的核心领导，发掘各职位的优秀人才同时进行管理和培养。

## 劳资关系

LX Hausys通过构建和实践参与与合作的劳资伙伴关系，通过持续性地创造成果，确保世界级企业的竞争力，提高成员的生活质量，将实现为社会发展做贡献的共同劳资关系设定为目标。

为此，运营由企业经营、作业现场、集体谈判组成的企业特有的劳资关系三维模式，谋求成员的有机参与与合作。同时，为了构建相互信赖和尊重的成熟的劳资文化，与工会进行日常沟通和真诚协商。截至2021年末，专业技术职员工的工会加入率<sup>1)</sup>为99.8%。

$$1) \text{ 工会加入率} = (\text{加入工会的员工人数} / \text{全体专业技术职员工人数}) \times 100$$

## 劳资沟通

职员和经营者站在平等的立场，追求尊重彼此作用的参与与合作的劳资关系。管理层定期与职员对话，每季度召开管理层座谈会，每年通过各营业所运动会等增加组织活力的活动加强劳资间的沟通。每季度召开1次劳资协议，持续针对劳资未决问题进行协商、改善并扩充福利设施、共享经营成果等。

## 开设投诉处理沟通窗口

LX Hausys通过听取和改进员工的困难努力与员工沟通，形成健康的劳动环境，为此，在企业内部网运营可进行1:1咨询的个人投诉受理程序。

## 防止职场欺凌活动

LX Hausys在企业内部网开设性骚扰及职场欺凌咨询·举报渠道，让受害者及目击者可以放心地举报职场内发生的性骚扰及欺凌，接到举报后立即进行事实调查。为了预防职场欺凌和性骚扰，在企业内部网公布并传播教育资料。

## 员工福利

LX Hausys以尊重成员个人创意和自律的成果主义为人事原则，提供富有竞争力的工资和最高的福利待遇。2021年根据员工福利制度，分配了767亿韩元的经济价值。

分类	详细说明
弹性工作制	员工可以选择工作(上班/下班)时间弹性工作
居家办公	孕妇等经过部门领导同意后可以居家办公
兼职	雇佣比法定劳动时间短的短时间劳动者
保育设施	各业务场所设立幼儿园，为员工提供保育支持
设立母婴室	各业务场所设立母婴室(含女性休息室)，为女性哺乳提供良好环境
育儿休职制度	遵守法定标准(养育8周岁以下子女的父/母各最长1年)，实施兼具工作家庭平衡的育儿休职制度
照顾家人休职制度	父母/配偶/子女或配偶父母因疾病、事故、年迈需要照顾申请休职的情形，按规律规定(一年内不超过90天)执行

## 质量经营

### 运行质量信息综合管理系统

LX Hausys为避免新产品开发和原材料、设备、工艺变更等生产过程中可能发生的变动对成品质量造成影响而进行严格管理。通过IT系统实施验证产品是否符合质量标准的流程,为顾客提供均一品质的产品。此外,收集和管理所有质量信息,以便在发生客户投诉时,追溯产品的原材料、生产历史和工艺条件等,并持续推进IT/设备投资,以提高产品质量。通过逐步应用可以系统地管理生产计划和制造历史的“MES(生产管理系统)<sup>1)</sup>和可以实时监控工程条件和设备状态的“UMS(工程/设备管理系统)<sup>2)</sup>”,强化制造品质的管理基础,并且将使用各种传感器的“检查自动化系统”也反映在年度课题中,努力提高质量。

- 1) MES(Manufacturing Execution System) :从制定生产计划到执行制造进行控制的生产管理系统
- 2) UMS(Utility Management System) :实时监控工艺条件及设备状态的系统

### 质量管理体系升级

我们从产品规划阶段到售后服务阶段,努力提供反映客户需求的产品和服务。特别是所有新产品都通过FMEA(失效模式与影响分析)和Q-Gate(新产品开发质量验证程序)进行管理,提前防

范潜在风险。在产品规划阶段就建立了反映客户要求的明确质量目标,并通过验证产品是否满足质量标准的委员会,建立和实施三阶段标准开发质量验证流程。

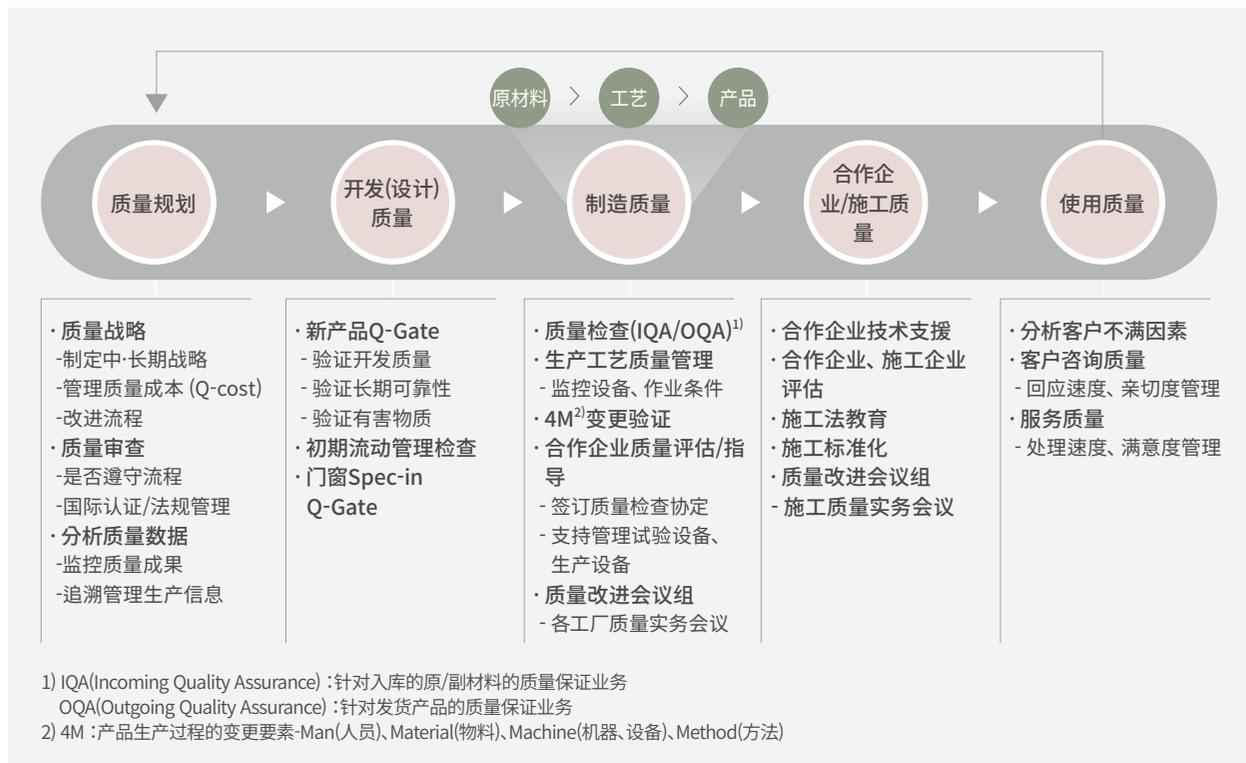
### 培养质量专家

通过六西格玛的内部化,准确地反映客户需求,并且,为了制定有效的质量改进对策,致力于培养公司内部问题解决专家。截至2021年,10.6%的工程师被培养成MBB,计划到2023年为止将这一比率提升至23.5%。为了掌握针对质量问题做出统计性逻辑性决策的能力及掌握执行数字化转型所需的大数据分析能力,以实务人员为中心持续运行教育课程和认证制度。

### 运行施工监理部门

除了产品质量外,为了提供卓越稳定的施工服务,运行施工监理部门。走访全韩国的主要施工现场,检验各施工队的质量水平,将优秀施工队的经验加以标准化并传播。在厨房和浴室领域,进行预防施工重大过失的监理活动,施工完成后,以客户更严格的标准检查全部装修品质。与此同时,持续升级监理方法和反馈措施流程,并为了系统性地管理这些流程做准备。

### 质量经营



## 产品使用安全验证

为了向客户提供健康安全的产品，在产品全生命周期持续开展减少有害因素的活动。最近3年未发违反《关于产品及服务的安全健康影响的规定》的事件。



## 环境安全健康政策

### 环境安全健康方针

秉承“以人为本的经营”这一理念，将环境、安全、健康管理视为保障公司可持续发展的重要管理要素，通过零事故、环境管理获得社会的信任，与全社会共同成长和发展，目前已制定并运营LX Hausys独家“环境安全健康方针”。

#### 环境安全健康方针

- 培育/支持人力、物力资源
- 落实遵守基本原则的文化
- 提供环保产品和服务
- 遵守法规和公司规定
- 透明地公开环境、安全、健康成果
- 支持合作企业

### 加强管理层责任管理

构建全公司层面的环境安全组织体系，努力打造无事故的业务场所，各部门制定环境安全管理目标(提高安全意识活动、执行课题等)并纳入组织评估中，强化管理层对环境安全的责任管理。根据日益严格的法规规定，产业安全与健康规划需获得董事会审批，定期召开由CEO和CPO主持的公司环境安全经营委员会和各业务场所环境安全委员会，分享环境安全政策动向，审议决议环境安全战略。

### 环境安全管理目标

#### 结果指标

- 重大事故
- 综合事故 预防分数

#### 预防指标

- 环境安全诊断改进执行率
- 环境安全管理体系遵守率
- 环境安全改进课题执行率
- 提高安全意识活动

## 环境管理

### 环境管理体系认证

为了建立稳定的可降低事业发展对环境影响的环境管理体系，开展制造工艺环境影响分析，为最大程度减少对主要环境的影响，设定环境管理目标，制定环境管理计划促使目标达成。同时，每年举行2次内部审查，检查环境管理体系实施情况，每年由第三方专家进行一次审查，取得环境管理体系(ISO14001)认证。

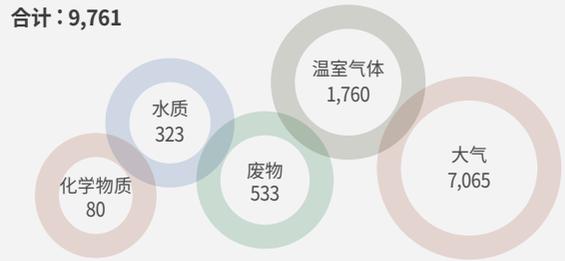
### 环境投资

为了降低产品制造对多个领域的环境影响，减少污染物排放，2021年环境投资约为97亿韩元。

为了减少污染物排放量大、环境负荷高的大气污染物，在新建工艺中安装了新型除污染物设施，并为最大程度减少当前的环境影响，持续对大气、温室气体、废物等领域投资。

### 环境投资金额

(单位：百万韩元)



### 环境安全决策体系

会议名称	详细内容	参会人
董事会	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 产业安全与健康规划</li> <li>· ESG经营规划与业绩</li> </ul>	· 外部董事、CEO等
全公司环境安全委员会	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 分享环境安全政策动向</li> <li>· 环境安全战略审议决议</li> </ul>	· 管理层(CEO、CPO等)
业务场所环境安全委员会	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 分享地方环境安全政策</li> <li>· 业务场所环境安全业务决策</li> </ul>	· 业务场所环境安全责任人

## 大气环境管理

为了改善大气环境，积极引进新技术，更换新型高效防治设施，最大程度减少大气污染物的排放量。主要大气污染防治设施包括蔚山工厂的最佳防治设施——RTO(Regenerative Thermal Oxidizer)和电除尘器等，为了预防大气污染物排放事故，构建监控系统，实时监控防治设施的运转状态。此外，为了减少产生细颗粒物的氮氧化物排放量，制定各业务场所排放目标，管理每月排放业绩。积极开展减少大气污染物和细颗粒物的活动，比如将本公司排放量最大的锅炉燃烧器更换为可减少氮氧化物排放量的先进设备等。

## 水环境管理

蔚山工厂总用水量的75%从回夜江取用，清州工厂使用上水道和地方政府提供的工业用水。产品生产过程中产生的污水全部由内部废水处理厂进行第1次净化后排放到地方自治团体经营的水质改善中心或公共废水处理设施。为了管理排放水的水质，利用内部分析设备分析BOD、TOC、SS、TN、TP等主要水污染物指标，定期委托官方检测机构对韩国法规规定的所有水污染物进行分析。为了预防原材料泄漏引发的水质污染事故，在主要原材料贮存设施中安装并运行防漏警报装置，修建围堰和沟槽防止污染物扩散。大量原材料泄漏时，在各业务场所主要节点设置油水分离槽和应急储罐、雨水应急截流装置，防止泄漏的物质流入江河。

## 破坏臭氧层的物质管理

不生产或者工艺中不使用《蒙特利尔议定书》中规定的破坏臭氧层的物质。但用于产品冷却或调节空气的冷冻机使用的冷媒中含有部分CFC类物质，部分灭火器为充填了卤化烷的灭火器。

## 废物管理

在业务场所内单独设立废物管理场，采用恰当的方法保管、处理废物，作为执行资源循环成果管理\*的业务场所，每年都在努力提高废物再利用率。2021年，将原本采用焚烧方式处理的包装薄膜调整为分类排放的回收利用处理方式，公司产生的地板材料粉尘则通过去除杂质等分类处理，从原本的填埋方式转换为覆土材料再次利用。

\*资源循环成果管理制度-为实现国家的中长期、阶段性资源循环目标，以市、道及大量废物排放企业为单位设定资源循环目标并进行管理的制度。

## 回收利用管理

根据《节约资源和促进回收利用法》每年缴纳废物费用、回收利用协议分摊费、包装材料回收利用分摊费。门窗型材、地板材料瓷砖和墙纸为自愿参与制度，每年与环境部签订回收利用目标，每年完成回收利用指标并免收废物费用。

年度	回收指标*	
	门窗型材	地板
2019年	11.70%	26.50%
2020年	14.70%	29.10%
2021年	16.00%	29.50%

\* 门窗型材和地板材料每年与环境部讨论回收目标，以增加回收利用比例。未达成回收利用率的情形，必须缴纳废物费用。

## 改善社区环境

蔚山工厂安装、运行11台监控设备，监控工厂周边恶臭情况，通过分析恶臭原因和模拟恶臭扩散，开展改善恶臭活动。为了减少工厂噪音对社区的影响，通过专业机构的噪音咨询，精准分析噪音源并制定降噪方案，投资安装隔音墙等积极降噪。为了与社区和地方自治团体持续共赢，主动签署“1公司1河流拯救运动”、“减少细颗粒物”等活动协议并实施，积极改善社区环境。

## 降低对生态系统影响的活动

蔚山工厂从2009年开始每季度开展1次回夜江水系的水质调查，分析蔚山工厂排放水对生态系统的影响。从回夜水坝开始到与大海交汇的江口渡口，在12个节点对4个项目(COD、DO、pH等)进行分析和管理的。



阳东桥下



LX Hausys 排放口

## 环境管理

### 危险化学品管理

韩国业务场所共处理MEK(甲基基酮)等12种危险化学品。为了减少危险化学品的用量,坚持开展使用环保原材料代替含有有毒有害化学成分物质的研发活动。此外,为了避免工厂化学物质引发火灾、爆炸、泄漏事故,在危险化学品贮存、保管设施处修建围堰、安装气体传感器等安全装置,各设施区域安排危险化学品管理人员,通过每周开展1次设施检查等严格的管理措施,确保业务场所的安全。

### 研究新材料法规

随着化学物质相关政策及监督力度的加强,应对法规成为重要话题。为了严格遵守化学物质相关法规,LX Hausys在购买新材料前强化海内外法规研究,最近根据新修订的《产业安全健康法》,针对新制造或进口的原材料,通过日常监督确认是否适用了化学品安全技术说明书(MSDS)提前审批制度。

### 杀生物物质与杀生物产品/处理产品管理

根据《化学产品安全法》规定,对本公司产品中的杀生物物质、杀生物产品、杀生物处理产品进行分类并单独管理。将在宽限期内对本公司生产的杀生物物质办理登记,而生产过程中使用的杀生物产品和处理产品是否办理过杀生物物质登记则通过供应商定期确认。另外,宣传使用杀生物产品、杀生物处理产品的产品时,按照法律规定进行标示。

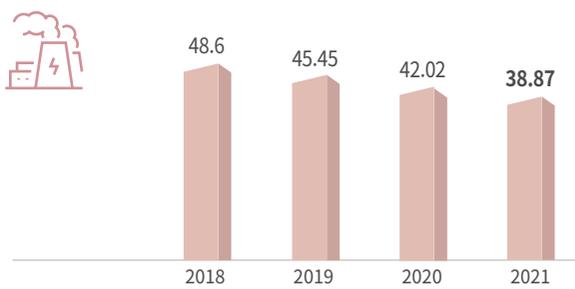
### 化学物质登记评估管理

对已进口的化学物质在宽限期内按吨数办理化学物质登记。2021年已经对进口超过1,000吨的6种化学物质办理了登记备案。计划在宽限期内对进口100吨以上的6种化学物质办理登记。同时,每月对进口化学物质进行监督检查,提前掌握化学物质的变动调整。

### 环境数据

氮氧化物(NOx)排放量

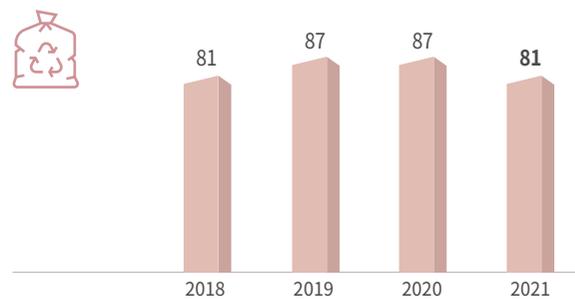
(单位: ton)



年度	2018	2019	2020	2021
排放量	48.60	45.45	42.02	38.87

废弃物回收率

(单位: %)



年度	2018	2019	2020	2021
回收利用率	81	87	87	81

# 安全健康管理

## 安全健康管理体系认证

LX Hausys 蔚山工厂和清州工厂根据安全健康管理体系运行工厂,为预防产业灾害,重新制定了安全健康管理方针和实施标准,每年树立改进优化安全健康活动目标并执行。每年举行2次内部审查,研讨体系实施的恰当性。每年1次接受第三方专家审核,取得安全健康管理体系(ISO45001)认证。

## 事故风险因素改进活动

为了提前预防火灾、爆炸、受伤等重大事故,对每项风险因素执行日常检查及改进活动。

## 各类隐患活动情况

主要活动	内容
火灾预防活动	- 设置电气、LNG 使用、过热设备管理
	- 运营防灾中心、构建测量/报警系统
	- 检查火灾感应设施、避难设施启动状态
	- 开展消防训练、以工厂/室为单位开展应急训练
清除油蒸汽/静电活动	- 除电装置、油蒸汽测量设备、安装工业用加湿器
	- 变更原材料配方、每日测量管理静电/油蒸汽
发掘/改进业务场所隐患活动	- 业务场所每月自主开展室单位隐患检查
	- 分析危险性、开展隐患改进活动
强化防灾系统	- 扩大避难设施、报警/监控系统
	- 强化薄弱设施灭火设备
检查ESH*管理情况	- 开展环境安全综合诊断(每月1次)
	- 危险品贮存点/危险化学品保管仓库检查(每周1次)
	- 停工工地开展安全检查

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

## 产业安全健康委员会

针对员工健康及安全,与工会签订正式协议,按季度召开劳资相同人数参加的产业安全健康委员会。以生产一线和危险设备为主开展事故预防活动,每季度召开一次作业环境检查活动,努力解决各类安全健康问题。

## 重大灾害预防活动

随着《重大灾害处罚法》的实施,为了强化管理责任人的安全健康义务,LX Hausys接受外部专家咨询,进行了为期5个月的公司安全健康管理体系验证并开展了优化活动。为了达到《重大灾害处罚法》预防重大灾害的目的,对原本的管理体系需要完善的部分分为3个类别落实改进。

## 完善安全健康管理体系必要事项



### 整顿安全健康组织体系

新增安全健康总责任人CPO(Chief Production Officer),成立专门的组织,强化了环境安全相关的工作权限和作用。

### 梳理安全健康相关规定

修订安全健康管理的核心《安全健康管理规定》,强化安全健康预算管理,修改危险性评估流程等。

### 调整事故应对路线图

模拟发生紧急情况(火灾、爆炸、生命安全等)展开的应急训练周期调整为每年2次,加强了发生紧急情况劳动者可以暂停作业的权限。

### 应对环境安全紧急情况

为应对紧急情况,每年定期举办由环境安全部门负责的应急委员会和综合应急训练,生产部门负责举行联合或室单位的应急训练。通过持续更新各类训练应急手册和开展培训,强化员工的安全意识水平。

分类	主管	周期
综合应急训练	业务场所、环境安全组长	2次/年
联合应急训练	生产组长	1次/年
室单位应急训练	室、班长	1次/季度

## 安全健康管理

### 制定全公司环境安全标语

2020年面向公司全体员工开展了环境安全标语征集活动，制定了能够表达把环境安全放在首位的内心和意志的标语。为了使环境安全文化深入人心，标语被灵活运用至汇报资料、邮件签名、公司内部宣传资料上。

标语

**Safe Way Right Way**

安全的方法就是正确的方法



意义

旨在告诫所有员工，工作中当我们在安全和不安全但迅速的方法中犹豫不决时，安全的方法一定是正确的方法，而正确的方法最终必然是最快的方法。

### 业务场所安全文化运动

为了使安全文化深入人心，持续开展员工之间的安全交流活动和环境安全运营体系的培训、宣传等。

蔚山工厂和清州工厂指定每月安全检查日，由生产部门的安全工作负责人在现场巡查，排查现场隐患并整改。在餐厅、通勤班车、办公室出入口等处定期通过电视和横幅宣传可以认识到安全重要性的宣传内容。常年粘贴“八大绝对安全守则”，尽全力预防事故。

### 八大绝对安全守则

遵守事项

01



发生异常  
先关机再处置

02



遵守  
安全操作手册

03



正确佩戴护具

04



发生事故  
立即报告

### 定期安全文化水平评估

本公司意识到安全文化水平是预防安全事故的核心因素，2018年之后持续开展提高安全文化水平的活动。每年对安全文化水平进行评估，确认安全文化活动成果。2021年开展了第三次安全文化水平评估，采用满分5分评分制，2021年获得4.26分，比2020年的4.16分略有提升。这是一项全公司层面的安全文化改进活动，可以持续判断员工的安全文化水平。公司认识到提高安全文化水平(改变意识/习惯)是一项长期艰巨的任务，今后将每年举行一次水平评估，还要扩大至供应商，提高本公司水平的同时，引导供应商提升安全文化意识。

### 员工健康管理

公司开展健康体检项目，加强员工健康管理，对3大疾病(癌症、脑血管疾病、心脏疾病)的高风险人群进行单独分类，开设产业健康医生定期问诊项目。

此外，为预防肌肉骨骼类疾病，每周一次安排运动管理师到业务场所对运动类型、强度、时间等进行指导。

禁止事项

05



作业时  
严禁使用手机

06



严禁随意解除  
安全装置

07



严禁在车道步行  
严禁进入禁区

08



叉车停车时  
取下钥匙

## 提高环境安全管理水平

### 环境安全诊断

为了优化环境安全管理体系,加强遵纪守法,LX Hausys 于2020年在总公司成立了“环境安全诊断TFT”,2022年扩大成环境安全诊断部门,每年对国内外环境安全相关法规的守法情况进行自我诊断,处理潜在的违规风险。2022年,按照比法规更加严格的公司管理规定开展了检查,排查业务场所潜在的环境安全隐患并落实整改。修改内部规定,确保诊断中发现的问题不再发生,从而不断提高环境安全管理水平。

### 详细诊断内容

分类	对象	详细内容
定期诊断	所有业务场所	· 针对所有业务场所定期诊断环境安全领域 · 检查守法状况、应急体系
特殊诊断	相关部门	· 内外部发生问题时排查类似隐患 · 供应商诊断支持
事故诊断	相关部门	· 发生重大灾害或相同事故反复发生时,确认事故原因

### 应对COVID-19危机



# 人才经营

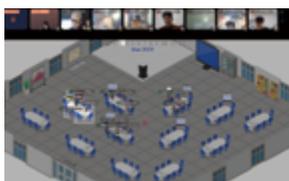
## 人才培养项目

### 人才开发推进方向

公司坚信员工的专业能力和个人成长可以促进公司的发展，因此开展丰富的员工培养项目。为了促进装饰新业务发展，除了对内部员工，还加强对施工、营业等供应商人员的培训。线下教育难以开展的情况下，大部分以线上培训方式进行。构建虚拟培训平台，新员工、核心人才、职务培训、职级培训等全部采用非面对面的线上形式进行。



Hausys 人才开发中心教育场



非面对面培训场景

### 开设LX Z:IN室内装饰学院

为了使整体装饰业务达到令客户满意的施工质量，开设了可以培养施工专业人力的 LX Z:IN室内装饰学院。设有可以学习窗户、厨房、浴室、地板、门等产品施工理论的教室、实操空间和宿舍，建筑面积达3,650m<sup>2</sup>，属业内最大规模。

将面向员工和施工供应商的员工开展以施工实操为主的培训课程，计划通过新人力培训，将本公司与施工供应商的雇佣相挂钩。专业施工人力，在韩国装饰市场提供LX Z:IN独有的施工质量，从而建立可以提高客户满意度的基础设施。



LX Z:IN室内装饰学院教育面貌

### 开设核心人才企业家培养 P/G

为了尽早选拔培养企业家候选人，面向核心人才(资深级HPI HighPerformance Individual, 责任级 Biz Talen)开展建立业务基本技能和加强能力的多种培训P/G。



### 强化新员工入职培训 P/G

随着装饰新业务的逐步推动，招聘的有经验员工人数增加，为了让随时入职的新员工能够快速适应公司，创造出业绩，专门开设了为期4周的新员工入职培训P/G。为确保一入职就能投入工作，提前准备好电脑、欢迎礼盒，第一天的Playlist和接下来的每一周需要了解的公司基本内容、必备的系统使用方法、标准等，完成上述内容后通过测试和Wrap-up结束。

### 强化新员工入职培训 P/G



### 提高核心工作能力

LX Hausys为了系统性地培养研发及制造专家，在研发领域，从高分子材料/加工、无机材料、复合材料、建筑设计/能源等各领域的基础理论开始，开发并运营包括实际开发案例在内的实务课程；在制造领域，以汽车渲染、挤压、注塑、涂层、印刷、发泡等LX Hausys的基础技术为中心，分阶段开发并实施教育。同时设立培养营业/营销职群的专门组织，提供系统性教育，使员工具备围绕客户做出改变的业务环境所需的产品知识及空间设计和咨询能力。

### 主要员工开发项目

员工开发项目	对业务成果的说明	业务成果的定量价值	参与项目的正规比例(%)
职务专业培训(营业/市场营销)	提高B2B/B2C 营业和市场营销活动，强化客户接触点，提升品牌知名度，扩大利益	人均销售额增加 6.28亿韩元 Sales per person increased by KRW 628 million won	38%
职务专业培训(工程师)	提高工程是在生产技术、质量和成本管理等方面的职务能力，改善“内部失败成本”	内部失败成本率改善0.4%(总内部失败成本对比生产额)	46%

## 组织文化创新

### 打造“适合工作的好公司, 追求共同发展的公司”的组织文化

LX Hausys把“适合工作的好公司, 追求共同发展的公司”作为组织文化发展目标, 宗旨是通过持续性活动使员工能够适应不断变化的经营环境, 促进全体成员共同发展。

#### 2021年“改进组织文化”的主要活动



##### ① 推动适合工作的好部门P/G

以公司运营最基本部门(组)为单位, 开展“适合工作的好部门”项目, 旨在促进组长和组员之间的交流, 共同创造成果。“适合工作的好部门”项目主要包括三个活动: 说明6项组长作用的“组长领导力指南”、必要的情况下可以帮助立即执行的“部门研讨会工具包”和培养组员的一对一对话方法“Happy Talk”。2021年, “适合工作的好部门”项目开展了两季。第1季内容包括组长领导力6项指南和付诸实践的部门研讨会8大工具包。第2季内容包括组长领导力视频培训和从29个部门研讨会自主参与案例中评选出来的优秀案例分享, 并扩大应用至实务中。2022年将继续开展第3季活动, 通过这些活动, 促进公司朝着“适合工作的好公司, 追求共同发展的公司”转型。



##### ② 说愿景 (Vision Talk) 恳谈会

说愿景为了使我们的组织文化在多变的事业环境中更加稳健而开展的与管理层直接对话的项目, 各个业务部门和业务场所自主选拔的Green board成员, 发挥组织内部沟通桥梁的作用。开发并推广了说愿景标准项目, 以Green board为对象开展了引导培训。“CEO说愿景”一年举行了5次, 共计53人参加。“部门说愿景”共计19个部门的466名成员自愿参与。今年计划超过半数以上的员工与管理层展开对话, 为企业和劳动者之间提供交流的机会。



##### ③ 优质DNA活动

发掘Hausys成员的成功经验和以此为基础的优质DNA, 并加以推广的项目。去年, 举办了寻找Hausys的“首个、领先案例”、“我们的优势和底气”、“未来的机会因素”等活动, 寻找制作出深受客户喜爱的优质产品的主角, 大力宣传, 赋予动力, 促使我们的优质DNA成为Hausys的整体基因。



##### ④ 优化工作方式和兼具工作生活平衡的活动

为了高效运用有限的时间创造出成果, 举办“WLB”活动, 通过“优化工作方式”和适当休息, 促进个人成长和发展。具体内容包括: 为了快速应对法定劳动时间缩短的外部环境变化, 2018年7月起实施上班时间自由选择制度, 跟领导协商后, 员工可以在每周40小时工作时间内, 自行决定工作时间。不仅如此, 作为提高工作效率的主要方式, 以HR/海外营业工作为对象, 正式上线运行MS Teams。通过建议休假制度、扩大夏季休假使用时间等, 营造2周以上自由休假的氛围, 积极促进工作与生活的平衡状态。

## 员工报酬体系

### 公平的评估制度及持续的反馈

为了进行公平的评估, 实施季度检查、召开评估审议委员会、实施加强评估人员评估能力的教育等。通过每季度期中检查加强目标执行力, 对成果进行定期反馈和指导, 提高评估的公平性和可接受性。进行年末评估时, 通过评估审议委员会激活评估审议功能, 综合考虑个人绩效和能力、业务贡献度、组织特殊性等, 并且, 为了提高评估人员客观公平的评估能力, 实施在线评估能力强化教育。此外, 持续研究并反映确保评估公平性的方案, 比如变更相对化评估单位(组→职级)等。

### 基于绩效主义原则的报酬体系

报酬体系以绩效主义原则为基础、按照累计式和非累计式体系运营。按累计式运营的年薪制是依据上一年度评估结果, 按个人等级提供报酬的体系, 非累计式体系则运营多种制度, 比如针对职责/责任进行认定及按级提供报酬的职责等级报酬制度、绩效工资、针对出色的成果进行奖励的制度即On-Spot Incentive及以组织为单位的奖励制度等。特别是, 2021年合并了原本多元化的以创新活动课题为单位的奖励制度, 新设并运营14 Awards(个人创意)、BP Awards(发掘BP案例)、LOHI Awards(优秀创新案例), 加强了“High Performance, High Return”的绩效主义人事原则。

# 社会贡献

## 社会贡献推进战略

以与社区的共赢为目标, 利用企业和员工的力量开展社会贡献活动。今后也将抱着社会责任意识开展贡献活动, 引导社区出现积极幸福的变化。

### 愿景

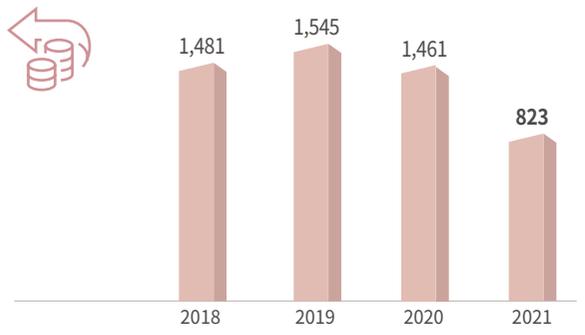


### 主要活动

### 目标

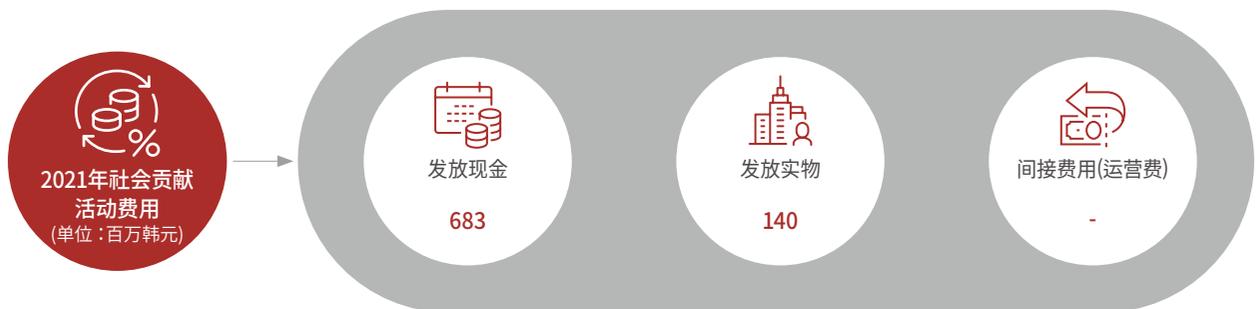
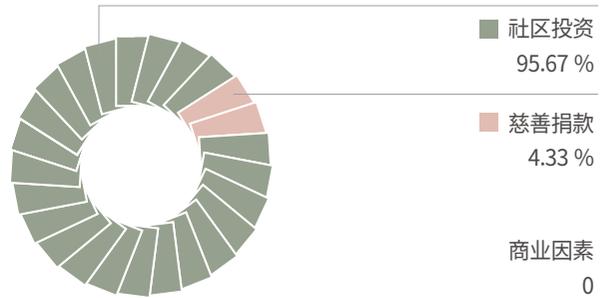
社区投资费用

(单位: 百万韩元)



2021年社会贡献活动比重

(单位: %)



## 社会贡献 战略及活动

项目	业务关联性	业务KPI	社会/环境KPI
与业务相关的社会贡献活动	·提供LX Hausys的产品即墙纸、地板材料、门窗并进行施工服务,利用本公司的业务力量及基础设施,改善弱势群体(国家功臣、独立遗址、困难青少年等)的生活环境。	·宣传产品、施工、设计能力 ·增加客户数量并提高消费者满意度	·支持改善弱势群体的环境并提高社区生活水平:支持次数(支持36名独立功臣、支持12处独立遗址和25处青少年设施)
儿童/青少年教育	·为青少年提供了解文化遗产的教育机会,通过主导和主动的参与发掘文化遗产的保存、宣传、运用内容,为社会发展做贡献。	·提高LX Hausys企业品牌形象	·增加对文化遗产的关注度 ·发掘文化遗产保护、宣传、运用内容
创造社会价值	·开展“打造幸福空间”活动,为地区儿童中心提供改造和修复服务,改善陈旧的设施环境,为保护地区儿童做出贡献。	·确保潜在客户及销售额增加:使用LX Hausys墙纸、地板材料施工(2021年92件)	·为保护社区儿童做贡献

## 改善显忠设施及国家功臣居住环境

### 显忠设施环境改善活动

LX Hausys立足于从创始人(已故具仁会会长)开始传承下来的支持独立运动的精神,利用门窗和地板材料等LX Hausys的优秀产品对徐载弼纪念馆、尹奉吉纪念馆、李会荣纪念馆、安重根纪念馆、韩龙云纪念馆、安昌浩纪念馆、金昌淑纪念馆、申采浩纪念馆、孙秉熙纪念馆、李陆史文学馆进行了改建。此外,还复原了重庆临时政府办公楼、驻美大韩帝国大使馆等海外历史遗址,共支持改善海内外12处独立遗址的环境。

### 国家功臣居住环境改善活动

从2015年开始,以6.25参战勇士、独立运动功臣后代等国家功臣为对象,实施改善居住环境的项目。为33名国家功臣、3名海外(美国、印度)6.25参战勇士进行了居住环境的改造和修复,计划今后继续支持改善居住环境。



朴成高先生的住宅窗户改造前



朴成高先生的住宅窗户改造后

## 社区分享活动

### 打造幸福空间

为了支持未来的主角即青少年的梦想和希望,开展“打造幸福空间”项目,通过LX Hausys的专业产品、施工、设计力量改善青少年社会福利设施的公共空间。以打造幸福空间1号店即一山HOLT儿童福利城为开端,改善了青少年社会福利设施的公共空间,至今达25家店。特别是,自2017年起与韩国Habitat签订协议,在员工和子女一起参加的打造幸福空间活动中,制作储物柜等DIY家具,捐赠给公益设施。

### 支持改造和修复地区儿童中心的环境

与全韩国地区儿童中心协议会携手,支持改造和修复陈旧装修,改善地区儿童中心的设施环境。2021年为Dasom地区儿童中心等92家地区儿童中心进行了改造。



2021 打造幸福空间竣工仪式

## 社会贡献

### 各营业所主要社会贡献活动

LX Hausys海内外各营业所净化周边的环境、捐赠设施、重建灾区等，开展为附近地区的发展做贡献的社会贡献活动。

### 各营业所主要社会贡献活动

营业所	活动	内容
蔚山工厂	1社1村活动	支持附近村庄活动及采购农产品等
	1社1川活动	实施附近回夜江环境净化及水质调查
	社1山活动	蔚山市/蔚州郡联合进行的大云山环境净化
	Happy Day	向地区儿童中心、独居老人捐赠泡菜
清州工厂	1社1兵营活动	与陆军第37步兵师结成友好关系，捐赠慰问金及慰问品，支持改善兵营环境等
	1社1村活动	支持附近村庄活动
	资助贫困家庭儿童	绿伞儿童基金会为贫困家庭儿童资助基本生活费
	配送幸福的蜂窝煤	与忠北煤炭银行联手为独居老人配送蜂窝煤

## 通过官民合作创造社区价值

### 参与绿色改造项目

绿色改造项目是国土交通部主管的项目，其目的是通过改进低能效老旧建筑物的能源性能，解决能源供需不平衡的问题并减少能源费用负担。LX Hausys通过隔热性能高的门窗等高效产品为绿色改造项目的普及做出贡献。从2017年开始每年进行约7千多件老旧窗户更换工程，为激活绿色改造事业市场做出了巨大贡献。

### 携手环境部共同参与改善社会弱势群体居住环境项目

针对低收入家庭、单亲家庭、患环境性疾病的儿童等生活环境恶劣的社会弱势群体，对他们的居住地进行易引发环境性疾病有害因子检查，对需要改善的家庭，免费更换环保墙纸和地板材料等。上门走访拜访弱势群体，对室内空气质量进行检测，从中选择亟待改善的家庭，提供环保墙纸和地板材料等，帮助改善室内环境。走访的家庭中，如患有过敏或哮喘等疾病，会帮助弱势群体联系卫生健康中心，开展免费的治疗服务，与政府合作改善室内环境。

### 赞助急救产妇安心住项目

LX Hausys与江原道土地住宅公社合作，参与为高危产妇提供安全分娩环境的“江原道急救产妇安心住”项目，提供专为产妇设计的地板材料、墙纸等取得环境标志认证的装饰材料。急救产妇安心住项目是为了保障原本需要在恶劣条件下分娩的远征（背井离乡到国外）产妇拥有一个安全分娩环境，LX Hausys改善了急救产妇使用的设施，使环境更加舒适宜人。

### 援助低收入群体过敏儿童项目

援助低收入群体过敏儿童项目是一项为下一代创造良好、健康室内环境的项目。

LX Hausys参加降低环境有害因子、促进国民健康和帮助低收入群体过敏儿童的活动，赞助了取得HB标志认证的安心垫，为提高人们对环保材料的认识和帮助低收入患者募集生活安全基金做出了贡献。

### 儿童福利中心空间改善项目

携手合作设计师，我约有58名儿童和青少年的东明儿童福利中心(1968年成立)开展空间改造项目，为整个项目提供了施工所需的墙纸和地板。

为长时间在室内活动的孩子们提供环保型色彩明亮的墙纸(GR Fabric)和地板(GR Fabric自然爱)，把原本灰暗老旧的空间打造成舒适明亮的崭新空间。

此外，坚持参与为刚刚脱离保护、步入社会的青少年开展的弱势儿童居住空间改善和自立项目。

## 信息安全

### 加强安全管理体系

为保护客户的事业战略、核心技术、研究信息、个人信息等主要资产，促进公司的可持续发展，为客户提供可靠的服务，LX Hausys制定了安全政策，并基于该政策运营组织，制定详细的安全管理方针。每年至少开展一次IT服务应急计划中的灾害恢复训练（DR Test），演习应对灾害、灾难的安全措施。2022年被列入信息保护公示企业，将通过公示信息保护情况，从可持续层面提高利益相关方的知情权，检查信息保护投资和人力现状、活动详情等。

### 加强信息安全组织体系

LX Hausys根据《信息通信网法》指定并登记首席信息安全官(CISO, Chief Information Security Officer)，由全公司信息安全主管部门、信息安全相关部门、各部门信息安全责任人/负责人构建组织并运营。为了加强实质性信息安全体系，由高管及负责人担任各业务部门的信息安全管理责任人，由各组长担任信息安全管理负责人，判断各组织的工作特点及业务风险，加强针对重要信息的认识，提高组织成员的信息安全意识。主要安全政策的协商、调整、计划等相关事宜通过召开信息安全协议会决定或作为全公司经营委员会议题提交后审议决定。



### 内部电脑安全

员工电脑是公司内部重要资产，定期的电脑安全检查可以修复安全漏洞。考虑到需要应对专门针对员工的外部威胁以及内部信息泄露风险，正在构建DLP解决方案的升级版本。

### 安全漏洞检查及改进活动

构建和优化新系统时，在分析需求事项和设计设计阶段就充分考虑安全问题，在构建阶段模拟基础设施漏洞和黑客等，提前掌握信息安全风险并采取措。

### 员工安全教育

为了提高员工的信息安全意识，每年至少开展1次信息安全教育，2021年2570名教育对象中，共有2344人(91.2%)接受了安全教育。通过对新录用人员和在职人员开展信息安全教育，使他们熟悉公司内部安全须知，减少信息安全风险。2022年计划将安全教育对象从公司员工扩大至主要供应商的员工，强化安全教育。

### 信息安全预防活动

为了防止重要信息及个人信息泄露，运行物理安全设施及管理安全体系。当发生疑似泄露内部信息的风险行为时，运行梳理程序以加强信息安全预防活动。考虑到近来国内外网络安全问题不断增加，针对主要员工开展了恶意邮件模拟训练，强化信息安全预防活动。

### 业务场所物理安全

随着B2C事业的不断扩大，Z:IN Square展厅落成，除了总部和研究所等主要业务场所，外部业务场所的物理安全体系也在逐步增加和扩大。Z:IN Square内的员工办公区设为限制区域，安装了出入打卡机。为加强业务场所内的文件管理，采用一体机用户读卡器，努力做好物理安全工作。

### 客户信息保护活动

随着装饰业务的发展，持有的客户咨询信息、金融信息等客户信息量增加，LX Hausys正在积极改进客户信息安全体系。开展员工线上信息安全教育，提高个人信息保护意识，努力做好防止信息泄露和保护客户信息的活动。2022年将对处理客户信息业务的客户信息接触渠道(受托方/Z:IN Square/代理店等)展开检查活动，确认客户信息保护是否存在漏洞。

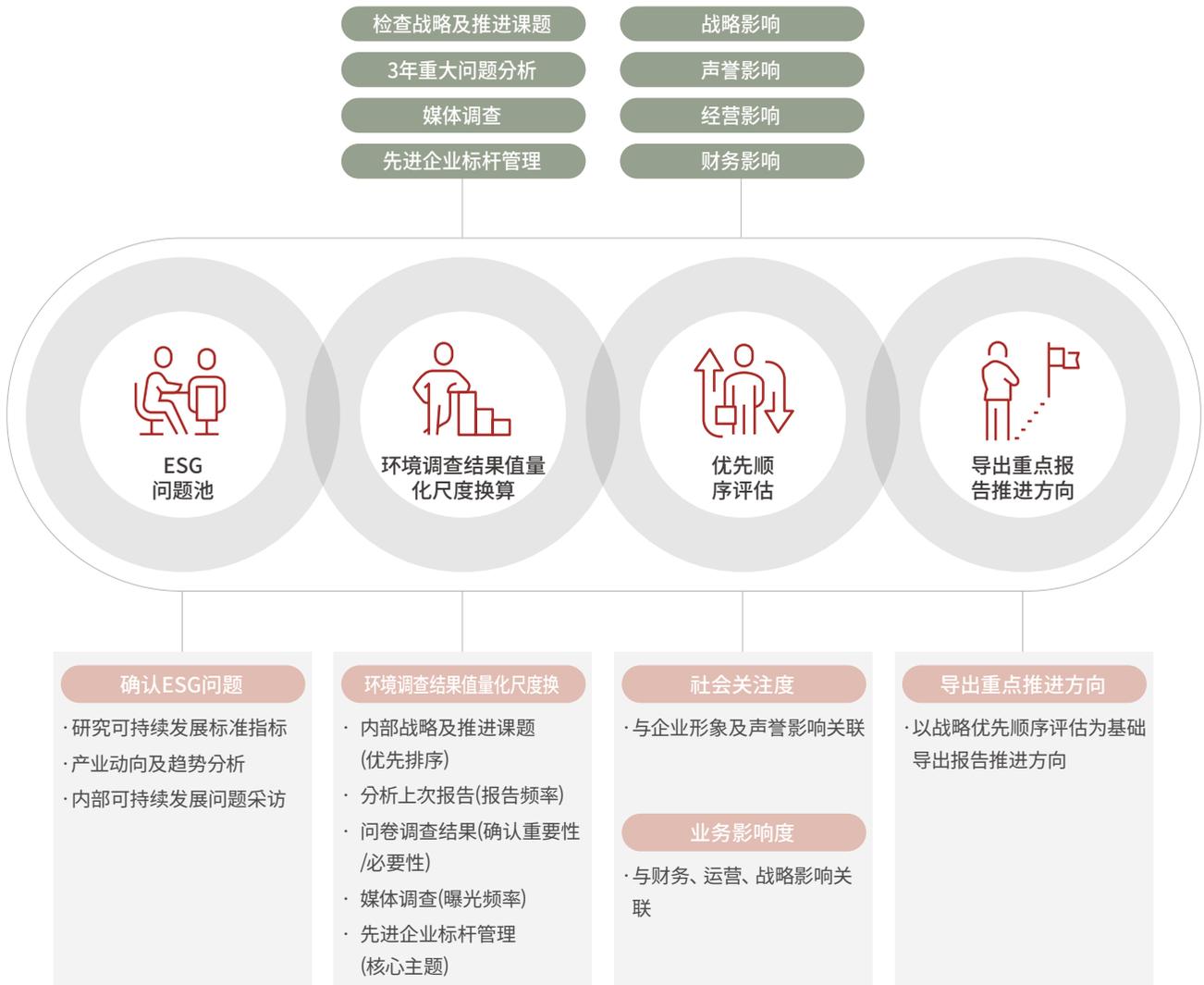
此外，协助个人信息保护委员会和韩国网络振兴院共同运营的电子隐私清洁服务，保护信息主体的个人信息自我决策权。

# 重要性评估

## 重要性评估流程

LX Hausys为了决定可持续发展报告的内容、识别及选定要重点管理的问题，实施了重要性评估。优先考虑对经济、社会、环境产生最大影响且对利益相关方来说最重要的问题，实施重要性分析。为了识别可持续发展问题并组成问题池(Pool)，分析了经营战略及成果、外部评估、政策及管制、产业界主要可持续发展规范等，同时还对媒体曝光的问题进行了分析。以导出的问题为对象，分析了利益相关方影响度(Influence on Stakeholders)和商业影响度(Business Impact)，得出了最终报告的问题。

### Step 1 : 识别问题及构建问题池

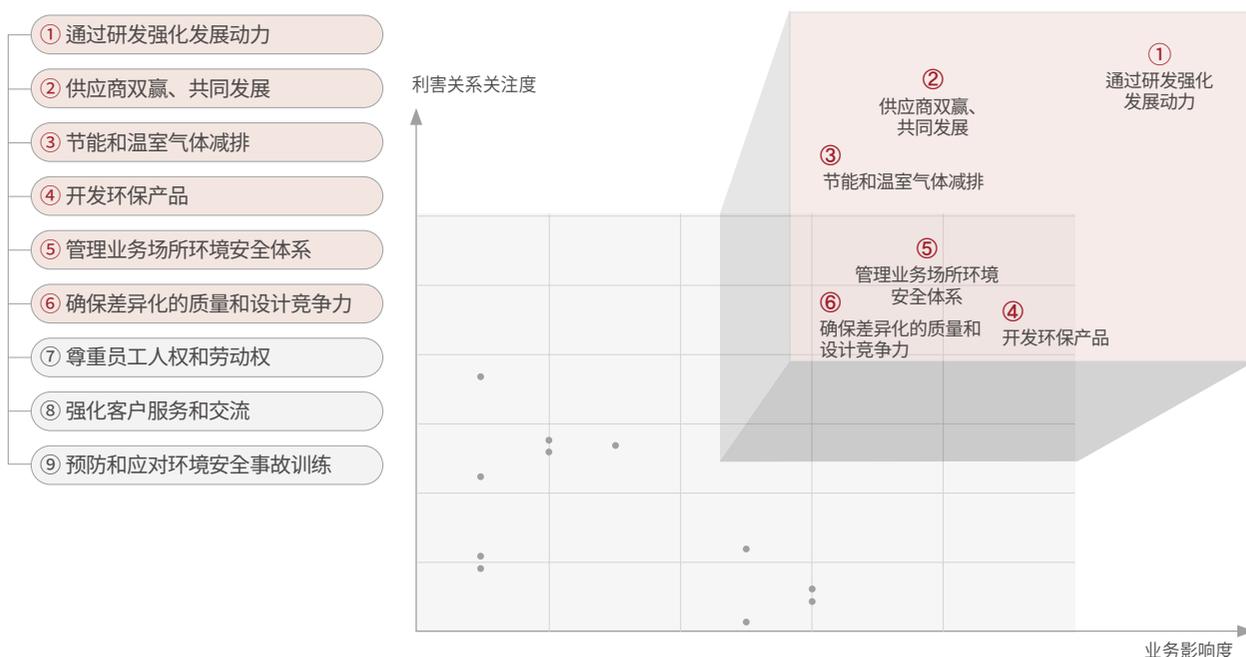


## 重要性评估特征

构建重要性评估问题池时参考了全球建筑材料产业企业的核心问题，同时反映了可持续发展全球指南的标准。以气候相关财务信息披露工作组(TCFD :Task Force on Climate-related Financial Disclosure)和可持续发展会计准则委员会(SASB :Sustainability Accounting Standard Board)为标准设定了报告组成项。

### Step 2 : 重要性评估结果

LX Hausys识别对业务和利益相关方而言最重要的问题并进行了优先排序。将最终结果与利益相关方的关注度及针对潜在业务影响的相对位置一起标注在重要性矩阵上。重要性评估结果显示，与上一年相比，环保产品的开发和应对气候变化成为核心问题，加强R&D力量的重要性有所下降。



### Step 3 : 确定核心问题和报告主题

综合各问题的重要度、内外利益相关方的业务关注度和各个问题的业务影响度等进行重要性评估，筛选出4大核心问题收录在报告中。今后将继续通过内外部沟通掌握主要关注点，与利益相关方共同实现可持续发展。

核心问题	利益相关方影响	GRI Index	业务影响 <sup>1)</sup>	页码
通过研发强化发展动力	员工、客户、投资方	417-2~3	运营、财务	18, 22, 71
供应商双赢、共同发展	供应商、政府	308-1, 414-1	运营、声誉	30~32
节能和温室气体减排	客户、政府、社区、投资方	302-1~2, 305-1~2	声誉	26~27, 60~61
开发环保产品	员工、客户、政府、投资方	416-2, 417-1~2	财务、声誉	22~25, 40~41, 71
管理业务场所环境安全体系	成员、供应商、政府	403-1~2	运营、声誉	26, 42~43, 45~47
确保差异化的质量和设计竞争力	员工、客户、投资方	417-3	财务、声誉	18, 22, 71

1) 财务：短期、直接或间接地与企业的财务利益、损失关联的影响  
 运营：对业务运营、活动、流程造成的影响  
 声誉：对社区、客户等利益相关方的信任及评估造成的影响

# APPENDIX

可持续发展成果数据	57
ESH·质量认证现状 / 主要经济价值分配	62
所属团体 / ESG评级	63
UNGC	64
TCFD Index	65
SASB Index	66
利益相关方参与	67
第三方审验意见书	68
GRI Standards Index	70
About This Report	72



# 可持续发展成果数据

## 财务信息

### 合并损益表摘要

(单位：百万韩元)

类别	2018	2019	2020	2021
销售额	3,266,496	3,186,807	3,038,037	3,472,000
销售成本	2,535,790	2,440,053	2,284,830	2,639,539
销售毛利	730,706	746,754	753,207	832,461
销售及管理费用	660,335	677,977	682,220	765,188
营业利润	70,371	68,777	70,987	67,273
营业外损益	△ 87,982	△ 54,996	△ 163,171	△ 48,692
企业所得税扣除前持续经营净利润	△ 17,611	13,781	△ 92,184	18,581
企业所得税(收益)	△ 1,269	△ 1,019	△ 12,298	6,899
中断营业损益	△ 36,785	△ 3,235	420	982
本期净损益	△ 53,127	11,565	△ 79,466	12,664

### 合并财务状况表摘要

(单位：百万韩元)

类别	2018	2019	2020	2021
流动资产	1,080,876	1,022,430	1,072,702	1,148,724
应收账款	565,567	511,719	405,403	469,797
存货资产	298,354	291,161	247,005	357,559
非流动资产	1,428,838	1,543,149	1,312,670	1,398,667
固定资产	1,277,509	1,339,828	1,139,666	1,171,245
待售资产	2,030	2,134	23,137	76
资产总计	2,509,714	2,565,579	2,385,372	2,547,391
流动负债	736,764	974,505	971,548	1,220,060
非流动负债	856,203	675,096	576,609	463,913
负债总计	1,592,967	1,649,601	1,548,157	1,683,973
资本金	50,000	50,000	50,000	50,000
资本盈余	616,466	616,466	616,466	616,094
其他资本项目	△ 8,189	△ 16,500	△ 8,189	△ 8,189
其他综合收益累计额	△ 18,926	△ 19,348	△ 26,675	△ 12,369
盈余公积	277,396	283,582	206,143	217,984
非控制权益	-	1,778	△ 530	△ 102
资本总计	916,747	915,978	837,215	863,418
负债及资本总计	2,509,714	2,565,579	2,385,372	2,547,391

\*△是(-)数值

2021年电子披露系统LX Hausys业务报告链接 

## 员工

类别	单位	2018	2019	2020	2021	
全体员工名	名	4,477	4,484	4,566	4,770	
海外员工 <sup>1)</sup>	名	1,234	1,233	1,343	1,401	
韩国员工 <sup>2)</sup>	名	3,243	3,251	3,223	3,369	
韩国						
正式员工	全部	名	3,184	3,192	3,125	3,255
	男性	名	2,771	2,777	2,706	2,792
	女性	名	413	415	419	463
非正式员工	全部	名	59	59	98	114
	男性	名	44	52	74	59
	女性	名	15	7	24	55
性别	男性	名	2,815	2,829	2,780	2,851
	女性	名	428	422	443	518
	女性员工比率	%	6.58	6.70	6.28	5.50
按年龄段	20几岁	名	649	622	530	589
	30几岁	名	836	883	980	1,084
	40几岁	名	1,016	990	943	907
	50几岁	名	742	756	770	789
按职级	高管	名	26	28	28	30
	员工名	名	3,217	3,223	3,195	3,339
按职种	办公职	名	2,215	2,254	2,267	2,433
	专业技术职名	名	1,028	997	956	936
按地区	总公司(首尔)	名	766	865	950	1,017
	清州工厂	名	630	663	636	675
	蔚山/温山工厂名	名	1,054	1,020	985	939
	其他 <sup>3)</sup>	名	793	703	652	738
残疾人	名	49	45	41	38	
国家功臣	名	87	83	82	77	
新录用性别	男性	名	189	182	129	347
	女性	名	22	14	41	127
新录用年龄	30岁以下	名	157	137	81	267
	30岁以上50岁以下	名	50	50	81	200
	50岁以下	名	4	9	8	7
全部新录用	全部	名	211	196	170	474
总招聘费用	百万韩元	684	575	131	221	
离职性别	男性	名	62	67	75	162
	女性	名	16	13	14	52
离职年龄段	30岁以下	名	51	40	38	76
	30岁以上50岁以下	名	24	28	43	127
	50岁以下	名	3	12	8	11
核心人才离职率	%	-	1.37	3.60	9.09	
全部离职 <sup>4)</sup>	名	78	80	89	214	
研究所/设计中心 <sup>5)</sup>	名	368	338	282	301	

类别		单位	2018	2019	2020	2021
女性员工比率	高管以上	%	3.80	3.60	3.60	3.30
	负责人以上(包含非高管负责人)	%	1.40	2.70	2.80	5.40
	责任人以上	%	7.10	7.50	8.20	9.20
	责任人以下(员工/高级)	%	22.70	21.40	22.10	23.80
	办公职管理人员比率 <sup>6)</sup>	%	9.00	9.40	10.40	11.40
	STEM比率	%	24.07	25.36	24.60	21.81
育儿休假	用育儿休假的员工人数	명	32	38	32	49
	复工率	%	91.00	100.00	97.00	100.00
	复工后工作12个月以上的比率	%	100.00	100.00	100.00	96.00
同工同酬 <sup>7)</sup>	高管级别	%	90.60	94.10	94.80	96.10
	管理者级别(年薪制)	%	87.90	88.60	89.20	89.00
	管理者级别(年薪制+奖金)	%	86.60	87.40	88.60	88.00
	管理者级别以下	%	94.00	97.10	95.90	90.70
每名员工的损益贡献度	百万韩元/名		729.62	710.71	665.36	727.88
人才开发						
人均教育时间(性别)	男性	小时	37	35	47	51
	女性	小时	34	27	39	83
人均教育时间(按职群)	办公职	小时	46	43	53	74
	技术职	小时	16	13	29	11
定期绩效评估及工作能力开发审查对象 <sup>8)</sup>	接受审查的员工	名	2,131	2,164	2,147	2,294
	被调查率	%	99.30	99.20	97.70	97.20
总培训费用	百万韩元		3,530	3,338	3,082	2,555
海外法人						
美国当地录用现状	派驻员工	名	18	17	16	16
	当地员工	名	505	569	547	646
中国当地录用现状	派驻员工	名	32	22	22	19
	当地员工	名	604	527	485	470
主要营业所的当地出身高管比率	当地录用人员	名	1,109	1,096	1,032	1,116
	录用人员中高管 <sup>9)</sup>	名	286	289	296	323
	高管比率	%	26.00	26.00	29.00	29.00

1) 当地员工标准(海外派驻员工除外) / 2) 包含海外派驻员工及子公司 / 3) TOSTEM 梧仓工厂包含在其他中 / 4) 自愿离职、分配至顾问室的人员、PSAA及生产术中心移交除外 / 5) 中央研究所、设计中心、业务部研究PJT及设计PJT / 6) 责任(旧科长)以上职级人员 / 7) 以办公职为准, 与男性工资对比的女性工资比率, 高管级别 : 常务以上职级, 管理者级别 : 责任人以上职级人员(高管职级除外) / 8) 对象 : 高管、负责人级别除外的韩国职员, 专业技术职 : 定期绩效评估无 / 9) 责任人以上职级人员

## 环境

类别		单位	2018	2019	2020	2021
原料使用量	PVC	ton	130,074	119,088	115,269	136,069
	煤炭	ton	95,542	97,854	87,309	98,207
	增塑剂	ton	31,961	29,912	27,333	30,223
	MMA	ton	20,995	19,816	18,204	27,037
	主要原料使用量合计	ton	278,572	266,670	248,115	291,536
再生原料	再生原料使用量	ton	23,142	22,312	16,023	17,030
	再生原料使用比率	%	8.31	8.37	6.46	5.84
环境投资						
环境投资额		百万韩元	5,617	7,138	11,483	9,761
环境投资计划		百万韩元	5,108	5,898	7,495	4,552
能源及温室气体 <sup>1)</sup>						
主要能源使用量	LNG	TJ	1,029.0	973.8	812.7	765.6
	柴油	TJ	27.2	23.9	23.0	24.0
	汽油	TJ	2.3	2.0	1.9	2.4
	电力	TJ	1,806.4	1,704.1	1,641.7	1,715.7
	△暖气费	TJ	45.7	2.0	1.9	-
	再生能源	TJ	-	-	-	-
	合计	TJ	2,910.6	2,705.8	2,481.4	2,507.6
年节省效果	能源节约量	TJ	298	239	318	65
	温室气体减排量	tCO <sub>2</sub> eq	7,090	7,146	14,941	3,498
	能源节约金额	百万韩元	1,755	1,883	3,570	1,012
能源使用量	直接能源	TJ	1,058.5	999.7	837.7	792.0
	间接能源	TJ	1,852.1	1,706.1	1,643.7	1,715.6
	总能源使用量	TJ	2,910.6	2,705.8	2,481.4	2,507.6
能源成本		百万韩元	30,235	31,486	30,667	28,302
温室气体排放量 <sup>2)</sup>	Scope 1	tCO <sub>2</sub> eq	70,314	62,312	52,712	49,182
	Scope 2	tCO <sub>2</sub> eq	88,939	82,839	79,799	82,104
	Scope 1 + Scope 2	tCO <sub>2</sub> eq	159,253	145,150	132,511	131,286
	Scope 3 <sup>3)</sup>	tCO <sub>2</sub> eq	105,911	104,733	90,854	126,506
	单位排放量 <sup>4)</sup>	tCO <sub>2</sub> eq/ton	0.44	0.34	0.39	0.29
	温室气体排放强度 <sup>5)</sup>	tCO <sub>2</sub> eq/亿韩元	4.8750	4.5550	4.3618	3.7815
环境污染物						
用水量	总用水量	ton	601,004	532,315	480,275	656,504
	用水回收利用量	ton	-	-	-	-
	表层水	ton	-	-	-	-
	地下水	ton	-	-	-	-
	自来水	ton	181,820	142,748	187,243	185,121
	工业用水	ton	111,353	84,745	52,803	116,700
	河水	Ton	447,642	396,600	345,943	354,683
水污染物排放量 <sup>6)</sup>	废水排放量 <sup>7)</sup>	m <sup>3</sup>	17,396	15,973	19,310	46,040
	BOD	ton	0.21	0.05	0.10	0.40
	COD	ton	0.41	0.23	0.35	0.92
	SS	ton	0.17	0.23	0.28	0.63
大气污染物排放量	氮氧化物(NO <sub>x</sub> )	ton	48.60	45.45	42.02	38.87
	硫氧化物(SO <sub>x</sub> )	ton	-	-	-	0.09
	灰尘	ton	35.62	30.98	20.56	17.94
	挥发性有机化合物(VOC)	ton	165.50	171.82	37.36	26.61
	有害大气污染物(HAP)	ton	15.06	23.90	15.75	8.73
单位有毒物质使用量(有毒物质使用量/生产量)		ton/ton	0.0549	0.0713	0.1005	0.0954

类别	单位	2018	2019	2020	2021	
<b>废弃物排放</b>						
普通废弃物	回收利用	ton	30,723	32,625	27,319	26,345
	肥料化	ton	179	161	203	110
	焚烧	ton	4,275	3,190	3,021	3,820
	填埋	ton	2,339	1,021	666	699
	其他	ton	-	-	-	914
	合计	ton	37,516	36,998	31,290	31,887
有害(指定)废弃物	重新使用	ton	-	-	-	-
	回收利用	ton	471	655	831	762
	焚烧	ton	464	406	467	438
	填埋	ton	3	6	-	-
	其他	ton	-	-	-	221
	合计	ton	938	1,067	1,298	1,422
总废弃物排放量	ton	38,454	38,064	32,570	33,088	
废弃物回收利用量	ton	31,279	33,280	28,150	27,107	
废弃物回收利用率	%	81	87	87	81	
违反环境相关的重要法规(1千万韩元以上罚款) <sup>8)</sup>	件	-	-	-	-	

※ 环境数据以韩国境内营业所为准(能源及温室气体除外)

- 1) 根据温室气体排放权交易制的排放量报告及认证相关指南(第2021-278号)计算,并经DNV验证。LX Hausys包括总公司在内,共有19个营业所。-生产营业所:2个工厂(蔚山、清州)/营业所:6处(大田、光州、大邱、釜山、京畿北部、京畿西部)/总公司及其他:6处(总公司、温山工厂、麻谷研究所、天安物流中心、义王物流中心、流通直营店)
- 2) 根据温室气体排放权交易制运营指南计算
- 3) SCOPE 3 计算标准:购买的产品及服务、上游及下游运输及物流、发生的废弃物、水资源使用量《2021年新增项目》
- 4) 与生产量对比的温室气体排放量
- 5) 与销售额对比的温室气体排放量
- 6) 不使用用水回收利用水、表层水、自来水
- 7) 2020年末清州工厂隔热材料二厂投入量产,恰逢更换洗涤剂清洁水周期,蔚山工厂增加了冷却水废水排放设施,因此对比2020年,2021年废水排放量有所增加
- 8) 仅体现电子披露系统要求披露的行政处分(罚金)部分

## 安全健康

类别	单位	2018	2019	2020	2021	
事故率	%	0.46	0.37	0.22	0.27	
员工	受伤发生率(受伤率) <sup>1)</sup>	-	3.07	2.64	1.60	1.83
	职业病发病率(严重率) <sup>2)</sup>	-	0.31	0.18	0.11	0.25
	缺勤率(AR) <sup>3)</sup>	%	0.01	0.01	0.01	0.01
	失时工伤率(LTIFR) <sup>4)</sup>	-	5.27	2.64	2.05	6.19
	总事故频率(TRIFR) <sup>5)</sup>	-	1.05	0.53	0.41	1.24
	与工作有关的死亡人数	名	-	-	-	-
员工外 间接雇佣人员	工伤事故发生件数	件	2	2	4	5
	受伤发生率(受伤率)	-	1.74	1.51	2.67	0.25
	失时工伤率(LTIFR)	-	3.48	3.02	2.00	7.43
	总事故频率(TRIFR)	-	0.70	0.60	0.40	1.49
	与工作有关的死亡人数	名	-	-	-	-
诊断为异常者的比率	名	-	-	-	-	
劳资共同健康安全委员会代表的员工人数	名	20	20	20	20	

※ 健康安全数据以韩国境内营业场所为准

- 1) 受伤发生率(受伤率):针对所有劳动者总工作时间的受伤频率(事故件数X1,000,000)/年度工作总小时数
- 2) 职业病发病率(严重率):针对所有劳动者总工作时间的职业病频率(损失工作日X1,000)/年度工作总小时数
- 3) 缺勤率(AR, Absence Rate):实际缺勤天数占同期劳动者预计总工作天数的百分比(缺勤日X100)/年度工作总天数
- 4) 失时工伤率(LTIFR, Lost Time Injury Frequency Rate):针对所有劳动者总工作时间的1天以上损失工作件数(1天以上损失工作件数X1,000,000)/年度工作总小时数
- 5) 总事故频率(TRIFR, Total Recordable Injury Frequency Rate):针对所有劳动者总工作时间的受伤件数(与业务相关的受伤件数X200,000)/所有员工的工作时间

## ESH·质量认证现状

(截至2021年末)

国家	法人/营业所名	称所在	认证现状		
			环境管理	安全健康	质量
韩国	蔚山工厂	蔚山I	ISO14001	ISO 45001	ISO 9001, IATF16949
	清州工厂	清州	ISO14001	ISO 45001	ISO 9001
中国	LX Hausys Tianjin Co., Ltd.	天津	ISO14001	-	ISO 9001
	LX Hausys (Wuxi) Co., Ltd.	无锡	-	ISO 45001	ISO 9001
美国	LX Hausys America, Inc.	亚特兰大	ISO14001	ISO 45001	IATF16949

\*ISO9001：国际标准化组织制定和实施的质量管理体系国际规格  
IATF 16949(International Automotive Task Force)：汽车产业领域质量管理体系国际规格

## 主要经济价值分配

(以2021年末合并财务报表为准, 单位：亿韩元)



类别		2018	2019	2020	2021
股东及投资者	每股股息(韩元)*	250	250	300	300
	每股收益(EPS)(韩元)	△ 5,327	1,154	△ 7,733	1,306
	股息总额(亿韩元)	25	25	30	30
员工	工资(亿韩元)	2,922	3,330	3,244	3,522
	福利(亿韩元)	687	679	646	767
	退休金(亿韩元)	226	223	236	242
政府	公司税与税收及公用事业费(亿韩元)	174	188	89	313
合作企业	购买商品及服务(亿韩元)	23,192	21,284	20,163	18,391
社区	社区投资费用(亿韩元)	15	15	15	8

\*普通股标准  
\*△是(-)数值

## 所属团体

(截至2021年末)

团体名称	协会费 (百万韩元)
商工会议所	161.45
韩国企业联合会	38.83
大韩专门建设协会	21.88
韩国产品安全协会	18
韩国室内装修管理协会	12
全部协会费*	357.93

\*根据相关法律, LX Hausys不向政治运动、政治团体、说客或游说团体捐款。

\*LX Hausys仅支付加入会员的协会费用。

\*已记录LX Hausys作为会员加入的协会的全部会员费用。

## ESG评级

年度	环境	社会	支配结构	合并
2018	A	A+	B+	A
2019	A	A	B+	A
2020	A	A+	A	A
2021	A	A+	A	A

\* LX Hausys从2011年开始在韩国企业支配结构院接受ESG评价。

## UN GLOBAL COMPACT |

类别	原则	报告相关内容	页码
人权 (Human Rights)	原则1：企业必须支持和尊重国际社会宣布的人权保护	制定以“保障、尊重、实践人类的尊严及自由和幸福的权利”为内容的“LX Hausys全球人权·劳动方针”，以全体合作企业为对象制定并实施CSR行为规范。	30, 39
	原则2：企业努力不被牵涉到人权侵犯事件中		
劳动规范 (Labour Standards)	原则3：企业支持结社自由和集体谈判权的实质承认	根据行为规范和就业规则, 不受性别、年龄、宗教等限制, 实践平等雇佣和尊重人权, 在报酬方面也采取相同的标准。	30, 39
	原则4：排除一切形式的强迫劳动		
	原则5：有效废除童工		
环境 (Environment)	原则6：消除雇佣和工作中的歧视	在产品的全生命周期实践将环境影响降至最低的环境管理。特别是, 通过工艺创新、运营优化努力节约能源及减少温室气体排放量, 通过高能效产品等扩大环保产品的开发。	22~25, 26~28, 60~61
	原则7：企业支持对环境问题的预防性措施		
	原则8：执行增进环境责任的措施		
反腐败 (Anti-Corruption)	原则9：促进环保技术的开发和普及	认识到正道经营是企业生存的必要条件, 实施伦理管理教育并运营申报制度。此外, 为了建立公平的转包交易秩序, 将实践内容反映到采购规定中并遵守。	33, 36
	原则10：企业反对包括非法取得及贿赂等在内的一切形式的腐败		

## TCFD INDEX

气候相关财务信息披露工作组(Task Force on Climate-related Financial Disclosures)为了制定与气候变化相关的信息披露方案,于2015年在G20财长及中央银行行长的咨询机构即金融稳定委员会(FSB)的主导下成立。气候相关财务信息披露工作组认识到应对气候变化的经济决策的重要性,在企业运营的治理结构、战略、风险管理、指标及目标设定体系共4个领域开发了公开气候变化相关财务信息的国际信息公开框架。LX Hausys认识到气候变化危机的严重性,将通过减少碳及温室气体排放量、开发低碳产品等位实现碳中和做出贡献。

TCFD 建议案	信息公开现状	报告内容	页码
治理结构	说明董事会对气候变化相关风险和机遇的监督	加强环境安全管理层的责任	27
	说明管理层在评估和管理气候变化相关风险和机遇方面的作用	认识气候变化的风险和机遇	27
战略	说明组织在短期、中期和长期内掌握的与气候变化相关的风险和机遇	应对气候变化的战略 中长期目标及计划	27~28
	说明与气候变化相关的风险和机遇对组织的业务、战略和财务计划造成的影响		26
风险管理	说明包括《巴黎气候变化协定》的2°C情景在内,考虑各种气候变化相关情景的组织战略的恢复弹性	温室气体减排决策体系	26~28
	说明旨在识别和评估气候变化相关风险的组织的流程		
指标和减排目标	说明管理气候变化相关风险的组织的流程	气候变化相关KPI	27~28, 60
	说明识别、评估和管理气候变化相关风险的流程如何融入整个组织的风险管理		
	公开组织根据战略和风险管理流程、为了评估气候变化相关风险和机遇而使用的指标	温室气体减排活动及成果	28, 60

## SASB INDEX

SASB(Sustainability Accounting Standards Board, 可持续发展会计准则委员会)标准是美国可持续发展会计准则委员会公布的各产业可持续发展会计准则。SASB标准考虑到各产业的特殊性, 提出了财务重要性高的可持续发展信息的定义和标准。LX Hausys 属于SASB标准的建筑材料产业群, 将在可持续发展报告中披露相关信息, 从而持续沟通成果和课题。

TOPIC	DISCLOSURE NUMBER	ACCOUNT METRIC	REPORT	页码
温室气体排放	EM-CM-110a.1	全球总Scope 1排放	温室气体减排活动及成果	27, 60
	EM-CM-110a.1	适用排放限制规定或计划的全球总Scope 1 GHG排放比率		
	EM-CM-110a.2	说明管理Scope 1排放、减排目标及相应目标成果分析的长期及短期战略或计划	应对气候变化推进体系	27~28
大气污染物排放	EM-CM-120a.1	(1)NOx (2)SOx (3)可吸入颗粒物(PM10) (4)二恶英/呋喃 (5)VOCs排放量 (6)PAHs (7)重金属	大气环境管理	43, 60
能源管理	EM-CM-130a.1 EM-CM-150a.1	(1)总能源使用量 (2)电网用电率 (3)再生能源使用率	温室气体减排活动及成果	28, 60
用水管理	EM-CM-140a.1	(1)总用水取水量 (2)用水回收利用比率 (3)总用水使用量及用水压力指数高的地区使用的比率	水环境管理	43, 60
	EM-CM-150a.1	(4)排放的废水及回收利用比率		
生物多样性影响	EM-CM-160a.1	说明活动现场的环境管理政策及惯例 生态系统受干扰地区的恢复率	尽量减少生态系统影响的活动	43
	EM-CM-160a.2			
职业健康安全	EM-CM-320a.1	(1)总可记录事故率(TRIR) (2)(a)正式员工及(b)合同员工的未遂事故(Near Miss)发生率	安全健康	61
	EM-CM-410a.1	矽肺发生报告件数	-	无发生件数
产品创新	EM-CM-410a.1	可持续建筑设计及建筑认证中可获得信贷的产品的比率	开发环保·安全产品	23
	EM-CM-410a.2	使用及生产期间可降低能源、用水、原材料影响的产品总可用市场及市场份额		
价格伦理及透明度	EM-CM-520a.1	与垄断联盟活动、哄抬价格、反信托活动相关的法律程序造成的金钱损失总额	公平交易 正道经营	无违规活动

# 利益相关方参与

LX Hausys听取各利益相关方的意见并反映至经营中。LX Hausys的利益相关方可分为员工、客户、合作企业/供应商、社区、股东及投资者等。LX Hausys开设符合各利益相关方特点的沟通渠道, 2021年通过采访利益相关方积极地收集意见并反映到经营活动中。



## 第三方审验声明

股份公司DNV BUSINESS ASSURANCE KOREA (下称“DNV”) 受股份公司LX Hausys (下称“LX Hausys”)委托, 对其“自然、人类与空间 (NATURE, HUMAN AND SPACE) LX Hausys 可持续发展报告 2022” (下称“报告”) 进行独立的第三方审验。

### 审验意见

经过审验, DNV在下列审验原则方面未发现LX Hausys 报告中收录的信息和数据存在不恰当的描述事项。在绩效信息可靠性方面, 未发现报告的数据与LX Hausys 经营过程中管理的实际数据存在不匹配或假设的条件不合理等事项。DNV认为本报告符合GRI标准的“核心”选项

DNV根据LX Hausys制作的2021年非财务数据和可持续发展相关数据, 对AA1000 AP (2018) 中提出的四项原则的应用水平进行了评估。对根据重要性评估流程整理出来的核心问题相关的GRI标准特定详细指标确认如下

No.	核心问题(Materiality Topic)	Topic Standard	No.	核心问题(Materiality Topic)	Topic Standard
1	通过研发强化发展动力	N/A	4	开发环保产品	416-2, 417-1, 2
2	供应商双赢、共同发展	308-1, 414-1	5	管理业务场所环境安全体系理	403-1, 2
3	节能和温室气体减排	302-1, 305-1, 2	6	确保差异化的质量和设计竞争力	417-3

在不对审验意见产生影响的范围内, DNV的观察意见如下:

### 包容性原则 (The Principle of Inclusivity)

LX Hausys 将利益相关方定义为成员、股东/投资者、客户、合作伙伴/供应商、地方社会、学术界/专家以及政府机关七个群体, 分别对各个群体的主要关注点及相关的LX Hausys的沟通渠道进行了报告。报告中介绍了利益相关方的定义、参与方式和主要问题, 并将收集的利益相关方的主要关注点反映在重要性评估过程中。LX Hausys在重要性评估过程中对内部和外部的利益相关方进行了线上问卷调查, 经确认这些内容被应用于制作报告内容和改进管理活动。

### 实质性原则 (The Principle of Materiality)

为编写本报告LX Hausys进行了重要性评估。基于21个重要问题池, 通过业务影响度评估和利益相关方关注度分析, 选出6个核心问题进行详细报告。DNV确认通过重要性评估选出的核心问题已反映在报告中。

### 回应性原则 (The Principle of Responsiveness)

为了推动可持续发展活动的平衡和综合决策, LX Hausys与可持续发展的相关TF组织和利益相关方建立了合作体系。LX Hausys 董事会为了在经营活动中体现可持续, 计划加强可持续发展管理方向和政策决策及责任, 与此相关的信息已在报告中披露。

### 影响性原则 (The Principle of Impact)

LX Hausys 详细披露了反映利益相关者的关注和期待事项的核心问题筛选背景和实施情况。LX Hausys筛选出2021年对内外部利益相关方影响最大的四个可持续发展管理问题, 分别为客户价值差异化、开发可持续产品、加强环境安全运营、建立共赢供应链, 对主要目标和绩效进行报告, 帮助利益相关方了解 LX Hausys。另外, 还披露了各核心问题的业务影响和利益相关方影响的分析结果。审验小组确认通过重要性评估筛选出来的核心问题按照物理和时间的划分在报告中完全反映了。

## 特定可持续发展绩效信息的可靠性

### (Reliability of Specific sustainability performance information)

DNV 对LX Hausys 的报告是否遵守 AA1000AP (2018) 的原则进行了类型1审验。与相关负责人进行面谈，核实相关信息和数据，听取了数据处理过程的说明，并通过抽样方式确认了数据收集和处理过程、依据文件和记录。从审验结果来看，报告中的可持续发展绩效信息未发现故意错误或错误表述。LX Hausys 能够以可靠的方式和数据解释可持续发展绩效的出处和意义，并能够识别和跟踪相关数据。LX Hausys 报告了过去三年的可持续发展绩效，且可以根据时间轴比较，审验过程中发现的错误或不明晰的表达在最终报告发布之前进行了修正。

### 审验范围与方法

审验活动根据体现国际鉴证业务准则 (“ISAE 3000”)、GRI 可持续报告标准 (“GRI 标准”) 等国际标准的DNV可持续报告审验协议 VeriSustainTM 和 AA1000AS v3 进行，以类型1方法和中等水平的保证形式进行。

报告中明示的报告界限以外的子公司、关联公司、供应商和第三方的绩效、报告惯例等不纳入本次审验范围。DNV 在审验活动中没有与外部利益相关方进行面谈。LX Hausys的财务报表、金融监督院电子披露系统 (<http://dart.fss.or.kr>)上披露的数据以及网站 ([www.lxhaussys.co.kr](http://www.lxhaussys.co.kr)) 上发布的资料不属于审验范围。

提供审验意见方面，DNV为收集认为属于依据的信息，制定并实施了计划。数据验证则通过对LX Hausys收集的数据进行提问和分析，在有限的范围内通过有限形式的抽样方式进行。环境和社会数据通过确认公司层面收集的数据进行了验证。

### 意见判断标准

2022年6月至7月开展了审验，DNV在审验过程中执行了以下活动：

- 确认报告的句式、观点，评价编制报告使用的数据管理系统、信息流和管控的健全性
- 访问LX Hausys总部，审查可持续发展数据和履行可持续发展战略的管理体系及相关流程 (韩国首尔)
- 与主要部门负责人进行面谈
- 文件审查、数据抽样、用于编制报告的数据库、计算机管理系统的测试
- 重要性评估结果和流程审查

2022年7月8日

韩国 首尔

(株) DNV BUSINESS ASSURANCE KOREA

代表董事 李 将 燮



## LX Hausys管理者和DNV的责任

LX Hausys对报告内容承担所有责任，本公司的声明应视为独立的意见，旨在为所有利益相关方提供必要的信息而编制。

除本声明以外，DNV未执行任何与编制报告有关的工作。审验基于LX Hausys提供给DNV的数据和信息展开，并假设它们是完整的、充分的、真实的。DNV不对任何可能根据本声明做出决策的个人或团体承担赔偿责任或连带责任。

## 合格性和独立性

DNV制定的政策和流程旨在对DNV、员工以及其他所有人员 (包括DNV的其他法人员工) 适用独立性要求，并根据相关道德要求事项保持独立性。本次审验由可持续发展专家组成的独立审验组实施。

## DNV - Business Assurance

作为DNV集团一员，DNV Business Assurance Korea是一家提供认证、审验、评估和培训服务的全球性企业，为客户实现可持续的业务绩效提供支持。

[www.dnv.co.kr/assurance](http://www.dnv.co.kr/assurance)

# GRI STANDARDS INDEX |

## General Disclosures

类别	指标	说明	页码	备注
组织现状	102-1	组织名称	2, 7	
	102-2	活动及代表品牌、产品及服务	7, 9~11	
	102-3	总公司的位置	2, 7	
	102-4	业务地区	2,7,12	
	102-5	股权结构特点及法律形式	36	
	102-6	市场领域	7, 12	
	102-7	组织规模	7, 57~59	
	102-8	员工及劳动者的信息	58~59, 62	
	102-9	组织的供应链	30, 62	
	102-10	组织及供应链的重大变化	-	组织及供应链无重大变化
	102-11	事前预防原则及方法	38, 53	
	102-12	外部倡议	64~66	
	102-13	协会会员	63	
战略	102-14	最高决策者声明	4~5	
	102-15	主要影响、危机和机遇	8~11, 18, 27~28	
伦理及廉洁	102-16	价值、原则、标准、行动纲领	38	
治理	102-18	治理结构	36~37	
利益相关方参与	102-40	与组织有关的利益相关方集团名单	67	
	102-41	集体合同	39	
	102-42	掌握及选择利益相关	67	
	102-43	利益相关方参与方式	67	
	102-44	通过利益相关方参与提出的核心主题和关注点	54~55, 67	
报告惯例	102-45	包含在组织合并财务报表的子公司及合作企业名单	-	2021年业务报告 
	102-46	报告内容及主题边界定义	54~55	
	102-47	Material Topics列表		
	102-48	信息重述	-	无相关事项
	102-49	报告的变化	-	无相关事项
	102-50	报告期间		
	102-51	最新报告日期		
	102-52	报告周期	72	
	102-53	针对报告的咨询处		
	102-54	GRI Standards规定的报告方式		
	102-55	GRI索引	70~71	
102-56	外部验证	68~69		
管理方法	103-1	重要性主题及针对其边界的说明	18, 22, 26~27, 30~32, 43, 46, 54~55	
	103-2	相关方面的管理方针及结构	18, 22, 26, 30	
	103-3	相关方面的管理方针评估	18, 22, 26, 30	

标记是核心问题

## Topic-specific Disclosures

类别	指标	说明	页码	备注
<b>GRI 200经济</b>				
经济成果	201-1	创造和分配经济价值	62	
	201-2	气候变化对组织的财务影响及机遇、风险	22~25, 26~28	
<b>GRI 300环境</b>				
原料能源	301-1	使用的原料的重量和体积	60	
能源	管理方式(Management Approach)		26~27	
	302-1	组织内部能源消耗	27, 60	
	302-2	组织外部能源消耗	27, 60	
	302-3	能源强度	60	
排放	管理方式 (Management Approach)		26~27	
	305-1	直接温室气体排放量(scope 1)	27, 60	
	305-2	间接温室气体排放量(scope 2)	27, 60	
	305-3	其他间接温室气体排放量(scope3)	60	
	305-4	温室气体排放强度	60	
	305-6	臭氧层破坏物质的排放	43	报告年度无采购业绩
	305-7	大气污染物排放量	43, 60	
废弃物	306-2	按类型和处理方法分类的废弃物	43, 61	
违反环境法规	307-1	违反环境法规	61	2021业务报告 
供应链环境评估	管理方式(Management Approach)		31~32	
	308-1	经过环境标准审查的新供应商比率	32	
<b>GRI400社会</b>				
雇佣	401-1	新录用员工和离职员工的人数及比率	58	
	401-3	各性别育儿休假后的复工及连续工作比率	58	
职业健康安全	管理方式(Management Approach)		26, 43, 46	
	403-1	安全健康管理系统	43, 46, 62	
	403-2	危险辨别、风险评估、事故调查	42, 45~47	
教育及培训	404-1	员工人均教育时间	59	
社区	413-1	参与社区、进行影响评估及运营发展项目	50~52	
供应链社会评估	管理方式(Management Approach)		30	
	414-1	通过社会影响评估筛选的新合作企业	31	
客户健康及安全	管理方式(Management Approach)		18, 22	
	416-2	违反产品及服务的安全健康影响规定的事件	23	
营销及标签	管理方式(Management Approach)		18, 22	
	417-1	针对是否要求提供组织的产品和服务信息及标签程序的环境和社会影响信息进行报告	24~25, 40	
	417-2	产品和服务信息及违反标签相关法律规定及内部规定的事件	-	无违反事件
	417-3	违反营销传播相关规定	-	无违反事件

## ABOUT THIS REPORT (11th)

报告原则	GRI Standards (Core Option)
报告期间	2021.01.01 ~ 2021.12.31 (包含2022年上半年部分成果)
报告范围	韩国境内全部营业所及子公司、部分海外法人的经济、环境、社会活动和成果
报告标准	以会计年度为准, 合并财务报表标准, 报告最近3年数值
报告验证	第三方审验意见 (DNV)
报告周期	每年发行1次(2012年首次发行)
咨询处	地址: 首尔特别市中区厚岩路98 LX Hausys对外合作组
官网	<a href="http://www.lxhausys.co.kr">www.lxhausys.co.kr</a>
电子邮箱	<a href="mailto:publicteam@lxhausys.com">publicteam@lxhausys.com</a>

## 2022报告参与人员

发行统筹	Dong-Joo Lee
策划	Dong-Han Lee, Bo-Kyung Kim
设计	Jin-Kee Min
经济	Hee-Jun Jung, Young-Min Kim, Bum-Joon Yoon, Jeong-Hwan Yang, Chi-Hyeong Kim, Mi-Young Ma, Won-Kyun Kim, Sung-Jun Yu, Min-Chang Jo, Tae-Youn Kim, Bernard Kim, Yeon-Chul Jeong, Jae-Cheol Song, Sang-Jun Han, Gap-Seong Seo, Sang-Gon Woo, Jong-Hun Choi, Kwon-Bin Song, Myeong-Hee Kim, Mei Jin, Young-Kwang Kim
社会	Ji-Eun Hyun, Da-Ae Jeon, Hoon-Yong Kwak, Sun-Hwa Park, Eung-Gyu Lee, Ga-Ram Kim, Yoon-Seon Hwa, Seung-Won Kang, Chee-Hyoung Choi, Ran-Ho Kim, Seung-Hyun Min, Byung-Mu Kang, Tae-Young Yoon, Ik-Jun Cho, Da-In yang, Jin-hyuk Rho
环境	Kwang-Hyun Lee, Da-Sol Lee, Sung-Kyu Kim, Jang-Su Kim, Sun-Woo Choi, Sung-Jin Park, Chang-Il Hwang

**Sustainability Award**  
Industry Mover 2021

**S&P Global**



