

青岛海尔股份有限公司
2011 年度企业社会责任报告



目 录

董事长致辞	3
第一部分：关于我们	4
1、报告规范.....	4
2、公司概况.....	4
3、社会责任理念.....	5
4、关键绩效.....	6
5、利益相关方.....	6
第二部分：经济责任——持续创新、稳健增长	7
1、经营业绩持续提升.....	7
2、研发创新引领全球家电行业发展趋势.....	7
3、“人单合一双赢”商业模式创新变革公司治理.....	9
4、资产注入助推青岛海尔打造“全球家电龙头企业”	9
5、品牌占有率持续提升.....	10
第三部分：环境责任——绿色元年、和谐发展	11
1、环境管理.....	11
(1) 环境管理体系.....	11
(2) 绿色采购.....	12
(3) 绿色创新.....	12
(4) 环保培训及绩效.....	14
(5) 环保投资.....	14
(6) 环保公益.....	15
2、节约能源.....	16
(1) 降低能耗.....	16
(2) 节约用水.....	17
(3) 绿色办公.....	17
3、减排降污.....	17



第四部分：社会责任——互利共赢、回馈社会	18
1、社区责任	18
(1) 守法经营	18
(2) 履行社区责任	18
2、员工	18
(1) 员工情况	19
(2) 员工发展	19
(3) 员工培训	19
(4) 员工健康	20
(5) 员工意见传达	22
(6) 困难员工帮扶	23
(7) 员工满意度提高	23
3、供应商	23
(1) 战略共享	23
(2) 责任采购	23
(3) 诚信经营	23
(4) 公平竞争	23
4、客户	24
(1) 产品质量管理体系	24
(2) 售后服务体系	24
(3) 客户满意度	24
5、股东	24
6、安全生产	26
(1) 安全生产管理体系	26
(2) 安全教育与培训	27
7、社会公益	28
(1) 社会公益机制	28
(2) 公益捐赠	28
(3) 员工志愿者活动	29
第五部分：展望与评价	30
1、展望	30
2、报告评价	30
青岛海尔 2011 年社会责任荣誉榜	33

董事长致辞：

海尔致力于打造基业长青的百年企业，路途中有阳光更有风雨，无论何时，唯有尽心履行社会责任，方能走远。

我们希望全球消费者能享受到海尔提供的零缺陷、差异化、即需即供的产品和服务；我们希望数万名员工能在海尔快乐工作、快速成长；我们希望国内外的供应商和经销商能与海尔互利共赢；我们希望境内外投资者能一起分享海尔稳定持续增长的果实；我们希望能与自然和谐发展、为子孙后代留下碧海蓝天；我们希望尽己所能扶弱帮贫、回报社会。。。。。

为此，我们勤勉努力、从不懈怠！

2011 年是“十二五”规划的开局之年，也是国内经济结构调整的关键之年。受全球经济持续低迷、人民币升值、行业竞争加剧等因素影响，企业的可持续发展面临更加严峻的考验。对于海尔而言，不被成功的思维定势蒙蔽，不断抓住时代的机遇，积极求新求变，是海尔实现可持续发展的不二法则。

为了抓住互联网时代的机遇，海尔秉承持续创新的理念，着力于“人单合一双赢”商业模式创新。这是对传统公司管理模式的颠覆。纵观全球，公司管理实践经历了三个阶段，即物本管理、人本管理和能本管理，而“人单合一双赢”商业模式就是对能本管理思想的体现，同时也是对这一管理思想的创新。我们将 5 万余名员工变成了 2000 多个经营团队，将员工和用户需求联系在一起，促使每个员工都成为创新的主体。

这一管理革命对海尔的影响深刻而重大，大大增强了企业创新的活力和持续发展的动力，它推动我们在复杂多变的市场环境中进一步巩固了全球白电第一品牌的行业地位，促使我们在中国经济转型的关键时期加快引领中国家电行业从“制造”向“创造”的升级，提升了我们履行社会责任的能力，使越来越多的利益相关方与我们共同成长、一起分享。

展望 2012，国际国内经济形势将更趋复杂，同时随着“人单合一双赢”商业模式创新的深化，我们不可避免将面临更多新的挑战，但我们时刻提醒自己，创新引领未来，必须不断追求更高的目标，才能站得更高、走得更远、履行更多的社会责任。



青岛海尔股份有限公司董事长 杨绵绵

第一部分：关于我们

1、报告规范

- **报告时间范围**

2011 年 1 月 1 日至 2011 年 12 月 31 日，部分内容超出上述时间范围。

- **报告发布周期**

本报告为年度报告。

- **报告发布日期**

2012 年 3 月 31 日

- **报告组织范围**

上市公司合并范围

- **报告采用称谓**

报告中采用的“青岛海尔”、“公司”、“我们”均指青岛海尔股份有限公司。

- **报告编制依据**

全球报告倡议组织 GRI《可持续发展报告指南》(2006 版)

中国社科院《中国企业社会责任报告编制指南》

上海证券交易所《上市公司内控报告和社会责任报告的编制和审议指引》

- **此前报告发布情况**

《青岛海尔 2008 年度社会责任报告》2009 年 4 月 29 日

《青岛海尔 2009 年度社会责任报告》2010 年 4 月 19 日

《青岛海尔 2010 年度社会责任报告》2011 年 3 月 31 日

- **报告数据来源**

青岛海尔股份有限公司及其子公司、海尔集团下属部门

- **报告获取渠道**

本报告以印刷版和电子版两种形式发布，电子版可在上海证券交易所网站

(<http://www.sse.com.cn>) 查阅获取。

2、公司概况

青岛海尔股份有限公司成立于 1989 年 4 月 28 日，它是在对原青岛电冰箱总厂改组的基础上，以定向募集资金方式设立的股份有限公司。公司于 1993 年 11 月 19 日在上海证券交易所上市，成为国内最早一批通过上市谋求发展的企业之一（股票简称：青岛海尔，股票代码：600690）。截至 2011 年 12 月 31 日，青岛海尔总股本为 26.85 亿股；总资产为 397.23 亿元；净资产为 115.39 亿元，其中归属于母公司股东权益为 83.38 亿元。

作为海尔集团的核心企业之一，青岛海尔上市以来取得了长足发展，目前已成为中国 A 股市场最大的家电类上市公司之一，公司同时控股在香港主板上市的海尔电器集团有限公司（股票简称：海尔电器，股票代码：1169，HK），是国内少数几家 A+红筹股公司之一。公司



致力于为用户创造零缺陷、差异化、即需即供、强黏度的产品和解决方案，通过海尔电器平台积极打造虚实网结合的商业流通业务，培育新的业务增长点。

青岛海尔是冰箱、冷柜、洗衣机、热水器、空调行业的领军企业，现已成为世界白色家电第一品牌。2011 年 12 月 15 日，世界权威调研机构欧睿国际公布 2011 年全球家电市场最新调查数据，海尔大型家用电器品牌零售量在全球市场的占有率达到 7.8%，第三次蝉联全球第一。

3、社会责任理念

海尔应像海，为社会、为人类做出应有的贡献。只要我们对社会和人类的爱“真诚到永远”，社会也会承认我们到永远，海尔将像海一样得到永恒的存在。

——海尔集团首席执行官张瑞敏

公司愿景：成为互联网时代全球白电行业引领者和规则制定者

社会责任关键词：可持续发展——责任感/关爱环境/前瞻/决心/尽责/领导

企业价值观：绿色——绿色产品、绿色企业、绿色文化

关怀——救灾援助、希望工程、慈善公益

生活——成为全球消费者美好住居生活方案的提供商

4、关键绩效

项目	2011 年（亿元）	2010 年（亿元）	较上年增长（%）
营业收入	736.63	646.95	13.86%
归属于母公司股东净利润	26.90	22.40	20.09%
每股收益（元）	1.002	0.836	19.86%
归属于上市公司股东的每股净资产（元）	3.105	2.932	5.93%
纳税额	37.241	27.779	34.06%
职工费用	51.390	42.312	21.46%
利息支出	0.524	0.500	4.67%
公益性支出	0.082	0.022	272.73%
每股社会贡献值（元）	4.325	3.471	24.62%

注：每股社会贡献值=每股收益+（纳税总额+职工费用+利息支出+公益投入总额-社会成本）÷期末总股本。计算标准源于《关于加强上市公司社会责任承担工作暨发布〈上海证券交易所上市公司环境信息披露指引〉的通知》。其中，纳税额为支付的各项税费；职工费用包含支付给职工以及为职工支付的现金。

5、利益相关方

利益相关方	企业的责任
政府	严格执行国家法律法规，接受政府的监督管理。
消费者	为消费者提供零缺陷、差异化、即需即供、强黏度的产品和服务。
员工	以员工为最大财富，为员工发展搭建发展平台。
供应商	与供应商互惠互利，合作共赢。
经销商	建立稳定的供应关系，提供品质优良的环境友好产品。
股东	创全球品牌，卓越经营，确保股东利益。
业内同行	与业内同行在国家法律框架下开展竞争与合作，共同推动中国家电行业的发展。
社会团体	与各类社团组织保持密切联系，相互支持，共同发展。



第二部分：经济责任——持续创新、稳健增长

1、经营业绩持续提升

在全球经济持续低迷背景下，海尔积极应对挑战、深化商业模式创新、推动产品和服务创新，在 2011 年取得了不俗的经营业绩。

2011 年总体经营业绩（单位:亿元 人民币）

项目	2011 年	2010 年	增长（%）
营业收入	736.63	646.95	13.86%
归属于母公司股东净利润	26.90	22.40	20.09%
每股收益（元）	1.002	0.836	19.86%
归属于上市公司股东的每股净资产（元）	3.105	2.932	5.93%

2、研发创新引领全球家电行业发展趋势

青岛海尔经营业绩的持续提升主要源于公司始终坚持“产品引领发展”战略。创新是海尔可持续发展的灵魂，也是海尔实现“成为互联网时代全球白电行业的引领者和规则的制定者”发展目标的最有利的法宝。

截止到2011年底，公司及集团累计申请专利12318项，其中发明专利4175项，稳居中国家电企业榜首。仅2011年，海尔就申请专利1575项，其中发明专利796项。

海尔是参与国际标准、国家标准、行业标准最多的家电企业。在自主知识产权的基础上，海尔累计提报了77项IEC国际标准提案，其中无粉洗涤技术、防电墙技术等27项国际标准已经发布实施，这表明海尔自主创新技术在国际标准领域得到了认可。同时，海尔主导和参与了296项国家标准的编制、修订，其中275项已经发布，并有10项获得了国家标准创新贡献奖；参与制定行业及其它标准451项。海尔也是唯一一个进入IEC新兴工业化国家特别顾问委员会



的中国企业代表，有11名海尔人担任国际标准化工作组的专家，并与超过2/3以上的国际家用电器标准研究及制定机构展开交流合作。

● 创新案例：

✓ 冰箱

卡萨帝法式对开门冰箱突破了传统对开门冰箱局限，去掉冷藏室与冷冻室之间的挡板，取而代之的是上面为左右开门的冷藏室，下面是两个超级大抽屉，这无论从视觉上还是空间上，都体现了设计师处处从消费者的需求出发，极力追求用户最大的满足感。采用了多风道、角度立体循环的环保制冷设计理念，实现了超越自然生长环境的保鲜效果。

卡萨帝意式三门冰箱整合全球顶级设计资源，为全球消费者带来全新的生活体验，耗电较以往降耗近 20%，是同规格冰箱中最节能的产品之一，通过“无级变频”技术实现了真正意义上的低碳冰箱。卡萨帝意式三门冰箱创造性地采用了抽屉式设计，以便捷的一步到位终结了传统冰箱先开门再拉抽屉才能取出食物的方式，率先开启了冰箱的“抽屉时代”。

卡萨帝物联网冰箱海尔发布了世界上首台“物联网冰箱”，海尔成为全球第一个、也是目前唯一推出“物联网冰箱”的世界品牌。

✓ 洗衣机

海尔匀动力洗衣机2011 年产品荣获素有“国际工业设计奥斯卡”之称的 IF 国际设计大奖。最少用水量可达到 11L/kg，比波轮洗衣机能效 1 级耗水标准还节省 56%、比滚筒洗衣机能效 1 级耗水标准节省 8.3%。在省电方面，比波轮洗衣机能效 1 级耗电标准节省 17%，开创了全新的节能洗衣新时代。

卡萨帝复式滚筒洗衣机以 1.2 米的新高度创下行业最高，足足比传统滚筒洗衣机高出 40 厘米，推翻了传统弯腰洗衣的时代；首创的 S-e 复式平衡环技术，使其运行更平稳、更安静。其中，2011 年，卡萨帝复式滚筒洗衣机荣获有“国际工业设计奥斯卡”之称的 IF 国际设计大奖。

✓ 空调

海尔除甲醛空调全球领先的 R410A 新冷媒，无氟变频技术，更加低碳环保；利用 RCD 催化分解技术，有效祛除室内甲醛；结合纳米电离超微水离子，边吹空调边做 SPA，为用户缔造更健康舒适的身心享受。2011 年，产品荣获有“国际工业设计奥斯卡”之称的 IF 国际设计大奖。

海尔物联网空调柜机全球首台 3G 物联网空调。海尔无氟变频物联网空调采用全球领先的 R410 制冷剂，不含氯元素，避免造成对大气臭氧层的破坏，绿色环保。

海尔宽带无氟变频空调海尔空调成功研发宽带无氟变频技术，代表了目前行业变频控制技术最高水平，其最大的优势是实现了变频空调行业最宽变频运行，最低可实现 0.1 赫兹频率运转，最高可达 150 赫兹，节能 59.3%，达到国际领先水平。

✓ 酒柜

海尔酒柜系列海尔推出一系列透明门自由式酒柜，满足国际化的个性需求，在美国一经上市，即占据了酒柜大部分的市场份额，填补了美国市场上的一项空白。海尔酒柜的大风量循环风机，确保了内部空气的充分流动循环，防止霉变；特别设计的空气清新过滤器装置，让酒柜内外空气高品质流通，使内部空气更清新。



3、“人单合一双赢”商业模式创新变革公司治理

2011年，“人单合一双赢”商业模式的创新不断深入，完善了公司治理，带动了经济效益的提升，同时逐步在国内外获得业界的认可和好评。

●**背景：**互联网时代的挑战，从“以企业为中心卖产品”向“以用户为中心卖服务”转型

●**内涵：**“人”即为具有两创（创业和创新）精神的员工，创业精神即企业家精神，海尔鼓励每个员工具有企业家精神，从被经营变为自主经营，成为自己的CEO；创新精神的本质是创造新的价值，新的价值的创造来源于创造新的用户资源。“单”即是具有第一竞争力的市场目标，不仅是狭义的订单，而是广义的用户需求。“人单合一”即让员工与用户融为一体。“双赢”则体现为员工在为用户创造价值的同时体现出自身的价值。

●**主题：**我的用户我创造，我的增值我分享

●**举措：**将5万余名员工变成2000多个经营团队，将员工和用户需求联系在一起，促使员工成为创新的主体，使每个员工成为自己的CEO。

●**成效：**“人单合一双赢”模式大大激发了员工创新的积极性，提升了自主经营体创造业绩的动力，从而促进了公司盈利能力的提升。

●**外界评价：**

2012年1月29日，第十八届全国企业管理现代化创新成果获奖名单公布，海尔“以自主经营体为基础的人单合一管理”荣获本届创新成果一等奖第一名。“全国企业管理现代化创新成果奖”是国务院批准、中国企业家协会组织、国资委、工信部指导的中国企业管理领域的最高奖项，被称为中国企业管理创新的奥斯卡。

在菲律宾马尼拉召开的全球商业创新论坛上，海尔被未来消费需求创新调研机构（Consumer Innovation Research Agency Tomorrow）CEO Mike Walsh作为“消费驱动创新”的典型案列向全场300多名与会知名企业主进行了重点介绍，引发了在场人士的高度关注与认可。这意味着海尔独特的创新机制与领先的商业模式不仅成为推动其自身全球化进展的关键动力，还为全球企业提供了可供参考的创新母本。

12月2日，英国皇家特许管理会计师公会（CIMA）中国2011年度颁奖典礼暨CFO高峰论坛在上海举行，海尔“人单合一双赢模式”获得CIMA 2011年度管理会计实践奖。评委团一致认为，海尔的管理会计创新能以公司发展战略为导向，实现员工价值和企业价值的统一，促进了公司战略目标的实施。

4、资产注入助推青岛海尔打造“全球家电龙头企业”

大股东海尔集团推出对青岛海尔的“五年资产注入计划”，并逐步兑现这一承诺，进一步促进了青岛海尔持续健康发展成为全球家电龙头企业。

●**战略目标：**

海尔集团目前以“整合全球资源创全球化品牌”为战略目标。为了实现这一目标，海尔集团确定了青岛海尔和海尔电器的战略目标和发展方向。

●**业务定位：**

青岛海尔定位于朝着美好住居生活解决方案提供商方向发展，致力于为用户创造零缺



陷、差异化、即需即供、强黏度的产品和解决方案。海尔电器则定位于从三四级市场起步的家电销售专业平台，打造“虚实网”结合、送服务上门的营销模式及通路。青岛海尔做产品，海尔电器做通路，通过在产业链上的结合助推青岛海尔实现“打造全球家电龙头企业”的战略目标。

●策略：

2011年初，海尔集团承诺自2011年起5年内，将海尔集团的海外白电资产、家电上游资产和业务以及彩电等其他家电相关资产全部注入青岛海尔。

●行动：

6月17日，青岛海尔公告受让海尔集团及其子公司持有的青岛海尔模具有限公司等10家公司股权。此次资产整合旨在进一步促进青岛海尔持续健康发展成为全球家电龙头企业，延伸家电生产产业链，发挥协同效应，拓展商业模式，扩大经营规模，增强整体竞争力和资本市场影响力。

6月24日，海尔电器公告其下属公司的全资子公司青岛新日日顺物流服务有限公司收购海尔集团全资子公司青岛日日顺电器服务有限公司。本次交易有利于进一步促成海尔电器综合渠道业务所需三个核心环节即销售网、物流网、服务网的融合，有利于进一步明晰青岛海尔与海尔电器的产业定位，增强两者之间的协同效应。

5、品牌占有率持续提升

海尔全球大型家电品牌零售量占有率从2010年的6.1%提升为2011年的7.8%，并第三次蝉联全球第一。

2011年12月15日，世界著名消费市场研究机构欧睿国际（Euromonitor）公布了2011年全球家电市场最新调查数据，海尔大型家用电器品牌零售量在全球市场的占有率提升为7.8%，第三次蝉联全球第一。其中，海尔冷柜以16.7%的品牌零售首次登顶全球第一。至此，根据欧睿国际数据，海尔已同时拥有“全球大型家用电器第一品牌、全球冰箱第一品牌、全球冰箱第一制造商、全球洗衣机第一品牌、全球酒柜第一品牌与第一制造商、全球冷柜第一品牌与第一制造商”共8个“全球第一”。



在距离德国慕尼黑75公里的一个叫拜庭的小镇上，27岁的德国姑娘卡特琳是海尔卡萨帝意式三门冰箱的用户。

“妈妈是被这款产品的设计打动了，因为德国品牌没有这样的设计，她与我家的厨房完全一致……”卡特琳说，影响妈妈选择卡萨帝意式三门冰箱是其独创的抽屉式设计。所以，她家里重新装修厨房时，妈妈放弃了一直钟情的德国本土品牌，而是重新购买了她认为最适合自家厨房的卡萨帝意式三门冰箱。除了冰箱是来自中国的卡萨帝外，卡特琳厨房装修更换的油烟机、消毒柜等电器都是德国顶级品牌。

卡特琳的妈妈表示：“卡萨帝是我们家第一个中国品牌。这款冰箱的抽屉式设计非常人性化，不用蹲下就能取放食品，而整体厨房最下面的抽屉却要蹲下才能使用，相比之下，还是卡萨帝意式三门冰箱更便捷。”



第三部分：环境责任——绿色元年、和谐发展

青岛海尔秉持一贯的社会责任意识，在创意、制造、服务、物流、回收等环节坚持践行绿色理念，积极引领消费者、合作伙伴乃至各行各业共同承担对环境的保护与关爱。

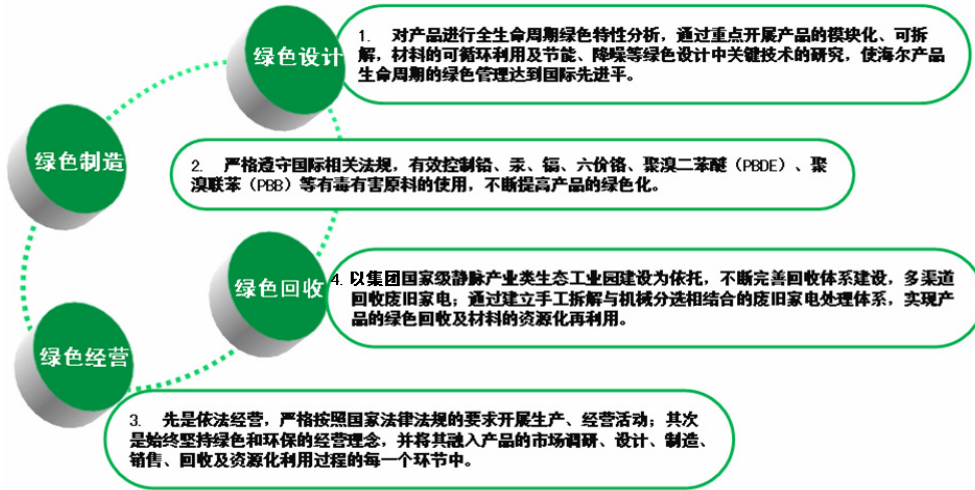


1、环境管理

(1) 环境管理体系

作为家电制造与服务商，青岛海尔现已构建起全生命周期的绿色化管理体系，以绿色设

计、绿色制造、绿色经营、绿色回收贯穿整个企业的经营活动。



（2）绿色采购

海尔的产品全生命周期贯彻“绿色设计、绿色制造、绿色营销、绿色回收”理念，并以“绿色采购”政策作为绿色设计和绿色制造保障的基石，同时作为海尔采购的指导方针。

原材料供应商选取

海尔与日本三菱电机压缩机、中国宝钢钢板、日本 NEC 芯片、芬兰诺尔达铜管、美国霍尼韦尔制冷剂在内的 50 余家全球顶级供应商建立了绿色采购伙伴关系，以降低产品全生命周期的环境负荷。

Haier
NEC
MITSUBISHI
Honeywell

为了保证供应商所提供产品符合绿色标准，每个月会对供应商进行评估，并在每年的供应商大会上举行嘉奖。

（3）绿色创新

在绿色战略的指导下，青岛海尔不断提高产品的节能环保水平，2011 年创新性推出多款高节能、高环保的家电，以高标准的产品影响消费习惯，有效地履行了环境保护的社会责任。

全球最节能冰箱：2011 年，青岛海尔推出四季节能冰箱，**日耗电仅为 0.19 度**，即 5 天用不了 1 度电，创下了世界冰箱节能史上的“吉尼斯”纪录。



全球首创芯变频洗衣机：

青岛海尔首创 S-Drive 驱动系统，以“芯变频”技术实现环保静音洗衣效果，同时将电机电磁辐射**降低了 30%**。



海尔宽带无氟变频空调：海尔空调成功研发宽带无氟变频技术，最大的优势是实现了变频空调行业最宽频率运行，最低可实现 0.1 赫兹频率运转，最高可达 150 赫兹，**节能 59.3%**，达到国际领先水平。

A++ 节能冷冻柜：2011 年，海尔采用先进的制冷匹配技术，高效无氟，比类似容积段中其他主要品牌省电 45~159%，其中容积为 101L 的**耗电仅为 0.33 度**。





热水器行业首个 IF 大奖:

青岛海尔率先推出了 3D 速热热水器，**加热速度提升 78%**，使用此项技术的畅想+电热水器获得热水器行业首个 IF 大奖。

(4) 环保培训及绩效

- ✓ 定期参加山东省和青岛市组织的各种环保培训，掌握最新环保政策和环保动态；
- ✓ 定期进行职业岗位环境监测，对现场设备搬迁、线体改造、新上设备等情况排查危害点；



- ✓ 海尔连续五年发布环境报告书，对公司节能减排、环境保护等工作进行集中披露，引起社会的广泛关注，得到公众的认可和相关媒体的高度关注与好评。



(5) 环保投资

2011 年，海尔继续加大环保投资力度，并重点推进生产节能项目改造实施，先后确立

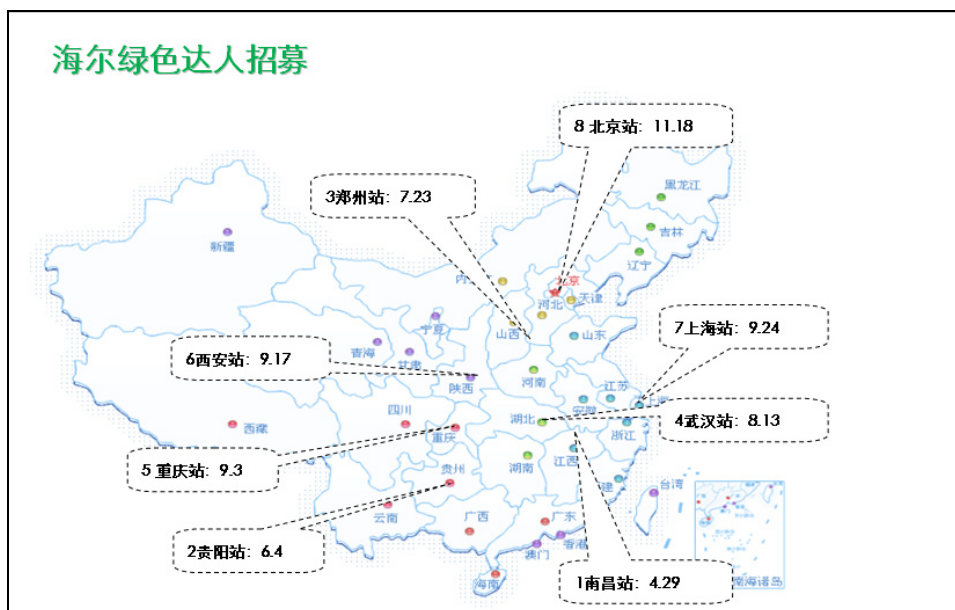


包括：LED 绿色照明推广项目、绿色能源替代项目、现场综合用能管理项目、冬季蒸汽管理项目等共计 182 个节能项目，确保了对环保战略目标的支撑和分解落地。

（6）环保公益

2011 年，青岛海尔积极参加海尔集团携手 CCTV《绿色空间》栏目举办的“绿色空间，乐享生活”暨中国绿色达人招募活动，积极践行企业绿色责任。

全国招募绿色达人：海尔招募的绿色达人是要在生活中提倡绿色健康时尚乐活的生活方式，与全国各地市民共同打造绿色健康生活。



绿色达人影响力：活动通过创新的网络和线下相结合的招募形式，展示全球领先的绿色节能科技、产品，让消费者切身感受到绿色节能环保生活的魅力。



绿色达人与市民深入互动：各地政府、环保组织、环保明星、绿色达人与各地市民展开深入互动，极大地激发了当地消费者的环保热情。这不仅折射出海尔全球化品牌的“绿色”实力，也彰显出整个家电行业的绿色发展趋势。



郑州站的“绿色大骑行”。

武汉站“走进百步亭社区”

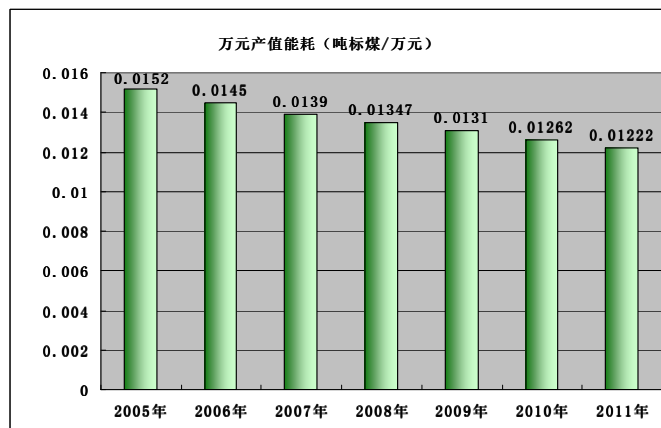


2、节约能源

为了提高能源利用率、控制能源消耗和减少污染物排放，海尔切实加强节能研究，开发和推广节能新技术、新设备和新材料，加速节能技术改造。

（1）降低能耗

2011 年万元产值能耗为 0.01222，比 2005 年下降 19.61%。



(2) 节约用水

“珍惜水源，节约用水”是我们提倡的传统美德。为了合理利用、节约和保护水资源，实现水资源的可持续利用，海尔向全体员工倡议：积极行动起来，从自身和身边做起，珍惜点滴、杜绝浪费；此外，必须科学合理地加以利用，节约用水，提高水的重复利用率。

(3) 绿色办公



通过计算机域进行办公计算机节能控制管理，如果计算机15分钟无操作，将由目前的屏保改为关闭显示器，功耗约下降40%；20分钟关闭硬盘，30分钟进入待机状态，功耗约下降60%以上。



改造办公照明设施，实施小功率照明控制，实现“人来灯亮，人走灯灭”的智能控制。

3、减排降污：

环境目标	主要措施
减少废气排放	实施节能减排项目；严格执行《环境影响评价法》；加强管理，严防污染事故。
减少废水排放	建立2011年节能目标指标操作平台（即目标指标分解）；以季度为单位时间对相关部门的完成情况进行检查总结。
固体废弃物排放	纸壳、泡沫、塑料、铁等分类进行回收利用，避免混放造成浪费；废油、废油桶、墨盒、键盘、鼠标等回收和发放规范，按照流程处理。
生产噪声治理	在生产园区种植大量树木，有效降低噪音分贝。

第四部分：社会责任——互利共赢、回馈社会

青岛海尔始终秉承与利益相关方合作共赢、共享成长的理念，积极践行社会责任。

1、社区责任

（1）守法经营

公司按照《公司法》、《证券法》和相关法律法规的要求，制定了公司章程、三会及各专门委员会议事规则等规章制度，形成了健全、完备的规章制度体系，明确了股东大会、董事会、监事会、经理层的职责和权限，完善公司治理结构，从制度上保障了公司经营行为的合法合规。

（2）履行社区责任

公司不断做大做强，为越来越多的人提供了就业机会，为国家和地方政府缴纳的税收持续增加，同时，通过遍布全国的销售和服务网络，为社区居民提供便捷、完善的家电解决方案。

好邻居“海尔”专卖店

为了满足消费者可以在最近的距离、最短的时间内解决生活中一切所需，截至 2011 年，分布在全国各社区的海尔专卖店已有 7000 多家，让市民享受家电整套购买的一站式便捷服务和惊喜。2011 年，青岛海尔创新推出成套精致服务，为居民提供足不出户的便利，大大提升了消费者的消费体验。

成套精致服务事先做出每个户型家装设计、家电配置图，并针对空调孔过高、彩电放置处装有暖气片等问题提前做好解决方案，并为每位用户免费提供家装设计及家电配置图，免费解决家电安装问题。不仅如此，海尔也为每位用户家中其他家电日常使用中产生的问题免费提供解决方案。海尔希望打造的不仅仅是居民家门口的商店，而是广大用户的“好邻居”。



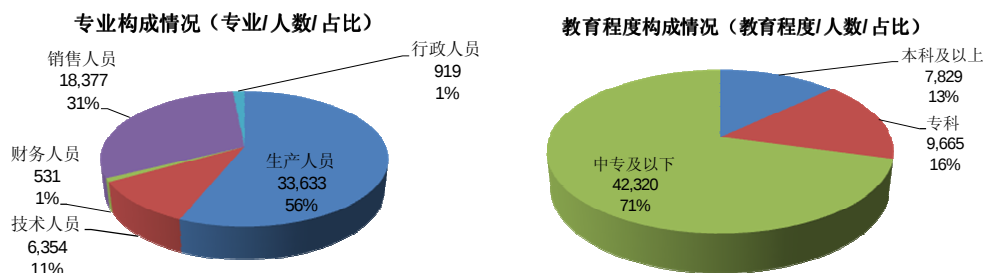
2、员工

海尔始终坚持以人为本，尊重、维护和保障员工的各项合法权益，努力解决员工最关心、



最现实的问题，努力将公司发展成果惠及全体员工。

(1) 员工情况



(2) 员工发展

青岛海尔为员工建立了“管理+专业”的双通道的职业发展通道，同时员工也可以依据自身的能力、兴趣等自主升级、自主发展。

为了满足员工能力提升的需求，海尔大学规划了多种学习资源：

脱产学习：通过参加培训项目、公开课，或外出参加外部培训、论坛或继续教育、参观考察、workshop 等，提升特定的能力，并起到开阔视野，了解前沿学习内容的作用。

自我学习：员工可通过海尔大学 LMS 学习系统进行自主在线学习，通过登陆人力资源信息网下载 maillearning 资源，通过到海尔大学知识中心借阅书籍/杂志，通过手机进行书籍学习或信息接收，通过网络搜索信息与学习资源等形式进行自我学习。

岗位学习（包括向他人学习、在工作中学习）：“70/20/10”学习理念认为，帮助员工提升的学习活动仅有 10%来源于正式的课堂学习，20%来源于指导、辅导、书籍学习，而有 70%来源于工作岗位实践。



(3) 员工培训

青岛海尔为了提高员工的整体素质，加快人力资源的培养和开发，按照《海尔培训管理制度》要求，建立、健全公司良好的人才培养环境和机制。

2011 年，海尔大学秉承自主发展、自主升级的关键理念，共开设 18 个培育项目，158 个班次，覆盖管理人员 5308 人，较 2010 年增长 21%。

在经营体“倒三角”组织架构下，用户的需求瞬息万变，为了满足用户需求，员工的素质需要以变制变。为支持员工个人的学习与发展，海尔规划了随需而变的学习体系：包含三类经营体聚焦专业能力、三级经营体聚焦领导能力、自主经营能力（包括新员工入职培训）三大部分，每一部分都由专门的团队负责设计和实施每年的培育方案。

➤ **三级经营体聚焦领导能力：**三级经营体领导力发展项目的课程设置综合反映了行业领先的领导力理论和海尔的领导力实践。根据不同经营体成员的发展需求，为不同经营体领导者设计管理自我、管理他人、管理团队、管理部门、管理组织等培育发展方案与发展规划。帮助海尔管理者能力加速提升，成为新业务模式的引领者。

➤ **三类经营体聚焦专业能力：**三类经营体培育承接公司及经营体战略，以组织能力对经营体成员的要求为出发点，聚焦专业能力差距，提升经营体成员达成业务目标的能力。在培育过程中通过挖掘做的最好的样板经营体形成模式在内部进行分享，组织相关的人员带着问题进行案例互动研讨，找到差距和创新解决方案，再实践到“人单合一双赢”模式中，实现优秀模式在经营体中持续优化，螺旋式提升。

➤ **自主经营能力：**自主经营能力培育为员工提供了一个自主发展按需学习的平台，每年制定年度的培育菜单，员工根据个人能力提升需求选择合适的资源来学习。

新入人员培养体系由校园招聘新员工培养体系和社会招聘新员工培养体系组成，目的是促使新员工进入海尔后能够快速适应并接受海尔文化，实现个人价值观与海尔价值观的有效融合。校园招聘新员工培养周期一般为2年，包括企业文化及价值观导入、基层入职、抢入经营体三个阶段，有效保证了新员工从校园到社会的平稳过渡。社会招聘新员工培养主要聚焦在企业文化及价值观导入、工作环境及业务流程导入及定岗试用三个阶段，从而促使社会招聘新员工快速适应企业文化和工作环境。



海尔大学培训现场

（4）员工健康

- ✓ **职业安全健康：**为认真贯彻落实国家关于进一步加强安全生产工作的部署和指示，促进安全生产形势持续稳定好转，广泛开展职工安全生产知识培训。

安全培训



安保培训



认真听



仔细记

- ✓ **员工健康体检：**2011 年，我们针对新员工和在岗员工开展了健康体检。



- ✓ **员工关怀：**为了增强员工对企业文化的认同，提高员工的凝聚力；为了员工能够全身心投入到工作中去，海尔各业务部门开展了丰富多彩的人文关怀活动。

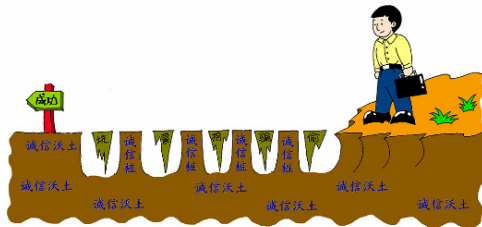


2011 年青岛海尔职工沙滩趣味运动会

为了进一步扩大公司员工的社交面，满足年轻人交友、择偶和婚恋的需求，公司于 2011 年 10 月组织以“冲破沟通障碍 尽显青春风采”为口号的拓展活动，给广大青年搭建了一个活泼、健康、安全的交友平台。



脚踏实地，诚信为本。



海尔白电“诚信杯”话与画活动

(5) 员工意见传达

为促进企业和谐发展，有效加强员工和企业之间的沟通。海尔以“信箱、热线 1001”等渠道为平台，及时反馈员工动态，收集员工意见和建议，从而更好地服务员工。

1001 人力咨询平台是海尔人力资源部面向员工的窗口、是员工对人力资源相关问题的咨询渠道和人力资源部工作建议的反馈渠道，致力于为员工提供一个集中式咨询服务平台。



（6）困难员工帮扶

海尔工会积极响应集团号召，通过工会管理平台来救助、补助困难员工。符合工会“爱心救助”条件的，可申请“爱心救助”基金；建立特困职工档案卡，在元旦、春节等节日给予一定救助；及时走访因伤、病住院、生活困难、直系亲属丧葬等员工及家属。

（7）员工满意度提高

结合一线员工年轻化、个性化的发展特点，为了进一步提高员工满意度，2011年，海尔试点在生产一线建立员工休息区，进一步完善了员工休息时间的合理安排，满足了员工的个性化需求，在试点区域实施后效果非常明显。



海尔员工休息区

3、供应商

（1）战略共享

海尔积极推进模块化战略，从用户需求出发，整合全球资源，与国际化知名企业建立战略合作伙伴关系，通过国际化供应商共同参与产品前端设计研发，不断提供满足全球消费者需求的产品，实现双赢。

（2）责任采购

海尔始终坚持以“绿色、低碳”作为发展理念，将“绿色采购”政策作为海尔采购的指导方针，为保证绿色采购政策的落地实施，海尔与供应商签订相关绿色承诺，不断给供应商施加环保等方面的影响；同时通过与供应商发展战略合作关系，整合一流的国际化供应商资源，不断推出行业最前沿的低碳环保技术，达到低碳环保的目标。

（3）诚信经营

供应商选择首先锁定国际上及行业前列供应商进入模块化供应商漏斗，然后在公开、公平、公正的竞标流程中层层筛选出符合海尔要求且有竞争力的供应商，最后与模块供应商签订合同。从供应商质量、成本、交货等方面进行供应商绩效管理，依据绩效平台信息，进行供应商策略管控。

（4）公平竞争

海尔全面引入了CA数字证书认证机制，实现了网上邀标、网上缴纳投标保证金、网上自动生成并发布竞标文件、网上下载标书、网上澄清答疑、网上投标、网上开标、网上评标等，确保了投标人身份的有效性、投标操作的保密性、竞标文件的完整性、竞标流程的合规性和高效性。

海尔与供应商借助信息化竞标平台共同建立了开放、竞争、共赢的战略合作关系。



4、客户

（1）产品质量管理体系

为保证质量战略的有效开展和实施，借鉴国外质量先进管理办法，建立了贯穿产品生命周期的 PLM 管理模式，确保产品从开发到售后全流程各个节点的质量都得到有效控制，初步实现产品质量由保修期到保证期的转变。

（2）售后服务体系

- ✓ **服务理念：**用户永远是对的
- ✓ **服务标准：**把服务人员每次上门服务是否能做到“准时上门、限时完成、一次就好”成为检验每一名海尔服务人员工作质量的标准。
- ✓ **完善的服务体系：**

国内领先的电话中心（Call center）

现在海尔的电话中心已经成为国内规模最大、座席最多的呼叫中心之一。定位也从刚开始的简单咨询受话回访提升到了用户需求信息一票到底、闭环增值的推进，发挥着企业神经中枢的作用。

遍布全国城乡的服务网络

海尔在国内规划了五级网络架构：大学服务中心、技术服务中心、星级服务中心、特约维修站和社区店、乡镇服务联络站。目前在全国已经建立了 2000 多家社区服务中心；6000 余家特约服务中心；在乡镇农村建立了 5000 家星级服务联络站，快速满足城市和农村用户的需求。

技术力量雄厚的服务团队

海尔服务团队的每个成员均是经过程序严格的服务规范培训并取得了各种行业资质，是国内家电企业中规模最大、技术力量最强的服务团队，遍布各级城市、乡镇，均配备 PDA 等通讯工具和海尔成套服务车，保证随时随地实现“一次就好”的服务。

完善的备件供应体系

海尔利用集团强大的物流资源，保证用户所需要的备件一二级市场 12 小时、三四级市场 48 小时内配送到位，保证能在第一时间给用户需要提供需要的备件。

数字智能化的顾客服务信息系统支持

海尔不断升级信息化网络及集工单、备件、网络管理、质改等功能于一体的顾客服务信息化系统，实现了集中化、规范化、国际化、自动化、个性化、商业化的管理体系。现在，海尔又在各级服务人员中推广“终端 PDA 移动顾客服务信息化系统”。

（3）客户满意度

自 2005 年开始，由国家权威部门中国标准化研究院发布的“中国顾客满意度调查”活动中，海尔已经连续 7 年蝉联家电品牌满意度测评第一名。由于评测客观公正，顾客满意度调研深受百姓的欢迎与信赖，逐渐成为消费者选择品牌的第一参照。2011 年，海尔冰箱品牌满意度为 82.2 分，排名第一；洗衣机品牌满意度为 81.7 分，排名第二；电热水器品牌满意度为 82.9 分，排名第一；空调品牌满意度为 79.3 分，排名第二。

5、股东

上市以来，海尔始终重视投资者回报，每年坚持利润分配，自 1994 年以来更是每年坚



持现金分红，公司上市后的总派现额与总融资额之比高达 0.95，在上市公司中居于前列。2011 年，公司推出 10 股派 1.7 元的利润分配方案。

年份	现金分红(股)			
	分红额（税前） （元）	基准股本（万股）	总额度（万元）	年度现金分红总额/归属于母 公司股东的净利润
1994	0.35	22,100.00	7,735.00	80.24%
1995	0.1	22,100.00	2,210.00	18.84%
1996	0.43	32,653.20	14,040.88	78.77%
1997	0.47	42,174.80	19,822.16	81.03%
1999	0.2	47,058.91	9,411.78	30.30%
2000	0.2	66,470.69	13,294.14	31.35%
2001	0.3	79,764.83	23,929.45	38.73%
2002	0.3	79,764.83	23,929.45	60.27%
2003	0.05	79,764.83	3,988.24	10.81%
2004	0.3	119,647.24	35,894.17	97.16%
2005	0.1	119,647.24	11,964.72	50.04%
2006	0.15	119,647.24	17,947.09	32.27%
2007	0.2	133,851.88	26,770.38	41.59%
2008	0.15	133,851.88	20,077.78	26.14%
2009	0.3	133,851.88	40,155.56	34.93%
2010	0.1	133,996.18	13,399.62	6.59%
2011	0.17	268,512.75	45,647.17	16.97%

大股东增持提振投资者信心

- ✓ 2011 年 4 月 6 日，海尔集团一致行动人海尔创投累计增持公司股份 360,000 股，约占公司股份总数的 0.026%；同时，海尔创投拟在未来 12 个月内继续增持公司股份，与本次已增持部分合计不超过公司股份总数的 2%。
- ✓ 2011 年 8 月 19 日，海尔创投累计增持公司股份比例已达到公司股份总数的 1%。

资产整合引导投资者预期，现金收购增厚每股收益回报投资者

- ✓ 2011 年 6 月 17 日，公司受让海尔集团直接持有或通过其全资子公司海尔电器第一控股（BVI）有限公司间接持有的青岛海尔模具有限公司等 10 家公司股权。
- ✓ 2011 年 6 月 25 日，控股子公司海尔电器下属 BVI 公司的全资子公司青岛新日日顺物流收购海尔集团公司持有的青岛日日顺电器服务有限公司 100%的股权。

- ✓ 2011年6月28日，控股子公司海尔电器拟通过一揽子架构合约实际控制海尔集团电子商务有限公司，其主要经营近2000种“海尔”品牌的家电产品的网上销售业务。

股权激励奠定股东、员工长期利益一致性基础，完善公司长期激励机制

2011年1月15日，公司股东大会审议通过《第二期股票期权激励计划（草案修订稿）》，并于2011年2月完成股票期权的授权事宜。

2011年11月完成公司首期股权激励的第二次行权。

降低关联交易保护投资者利益

公司2010年度股东大会审议并通过了《青岛海尔股份有限公司关于新修订日常关联交易协议及2011年度预计日常关联交易的报告》，对原2010年6月与青岛海尔零部件采购有限公司和青岛海尔国际贸易有限公司两家公司签署的《采购配送合同》进行修订，将原合同中确定的1.75%代理费率降低为1.25%。

真诚沟通获得投资者信赖

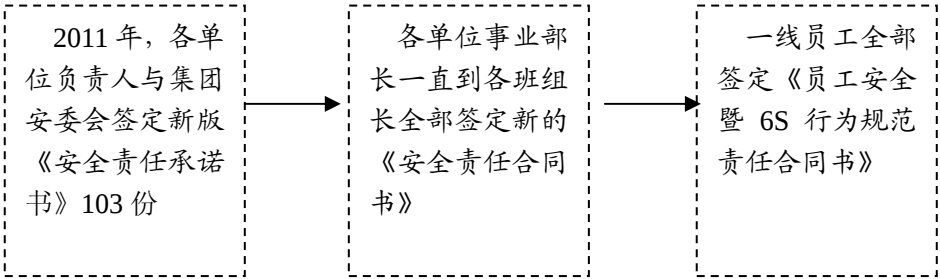
青岛海尔高度重视和投资者的交流，除定期报告披露、股东大会外，公司建立了多种沟通渠道，如电话、邮件、接待投资者来访、网上路演、参加投资策略会等。通过与投资者的真诚沟通，公司的经营动态得以充分传递，不仅可增强投资者的信心，同时也可聆听投资者心声，接纳投资者提出的意见和建议，不断完善公司的治理架构及生产经营等。

6、安全生产

（1）安全生产管理体系

青岛海尔积极落实安全生产责任制，在集团安委会的带领下，积极落实安全管理工作。

- ✓ **逐级签订安全责任书**



- ✓ **“6S”安全管理体系**

全面推进现场“6S（整理、整顿、清扫、清洁、素养、安全）”安全管理体系，通过抓各单位现场的“6S”考核达标来促进现场安全效果，整改现场隐患，从而确保安全零事故。



✓ **每月考核**

安委会按照程序每月组织召开安全工作会议，对当月的安全工作进行总结考评。

(2) 安全教育与培训

青岛海尔严格按照政府要求落实安全工作，强化基础建设和安全治安教育，落实安全生产宣传、教育、培训工作推进。

- ✓ **安全月活动：**2011 年 6 月份，根据有关部门对安全月工作的要求，积极开展各项活动。通过答卷、论文比赛、现场宣传、播放安全教育录像片等多种形式组织安全月活动，取得了良好的效果。



安全月答卷现场

- ✓ **新职工安全教育：**单位对所有新进厂的职工全部按市安监局要求进行三级安全教育，登记职工安全教育卡片，并对调岗人员按要求组织转岗培训和补充培训。



新员工灭火器的使用演示



新员工正在打消防水袋

- ✓ **特种作业人员安全培训：**2011 年 4 月份按要求组织 2730 名特种作业人员培训，保证全部特殊工种均持证上岗。
- ✓ **现场 6S 培训：**各单位组织学习培训《现场 6S 管理手册》、《消防应急管理手册》、《海尔集团现场 6S 安全质量标准化手册》等。

7、社会公益

海尔集团创业 27 年以来，在“真诚到永远”的理念指导下，一直积极承担社会责任，投身社会公益事业，用真情回报社会。

（1）社会公益机制

✓ “绿帆”长效机制

2011 年 9 月 8 日，海尔“绿帆”战略开始实施，该战略的提出旨在完善海尔公益体系、建立企业公益长效机制，更好地推动社会公益事业的发展和进步。

2011 年作为“绿帆”战略实施的起步之年，海尔与中国青少年发展基金会联合发起《希望工程学生绿色成长手册》征集活动，帮助孩子们绿色健康地成长。



同时，海尔还将联合青基会携手教育界专家学者，在各地海尔希望小学重点培训 100 名绿色成长辅导员，为 30000 名海尔希望小学的学生及老师提供教育支持，为更多的孩子们送去健康、快乐。

（2）公益捐赠

✓ 海尔希望小学

海尔一直积极履行企业社会责任，尤其关注少年儿童和教育事业。2011 年，海尔再次向中国青少年发展基金会捐赠 600 万元，用于 20 所希望小学的援建。截止 2011 年底，海尔已累计援建希望小学 144 所及 1 所中学。



云南省盈江县平原镇海尔希望小学奠基



✓ 海尔云南盈江捐赠

2011年3月10日，云南盈江5.8级地震消息发布后，海尔昆明分公司通过云南省青少年发展基金会，向盈江震区首批捐赠18万余元（其中含海尔昆明分公司员工捐款9070元）。该部分捐款将分别用于向灾区赠送援助爱心包、当地受灾小学学生援助两项。



✓ 海尔幸福家园

“2011年海尔幸福家园”全国巡展活动不仅满载智能环保的高品质家电，还有整套的家电生活解决方案，把幸福生活带给更多的家庭；同时，海尔启动“海尔1+1爱心图书室”活动，为20所希望小学建立“海尔爱心图书室”。



（3）员工志愿者活动

✓ 海尔青年员工捐书2000多本

为了纪念“五四运动”92周年，青年员工在海尔团委组织下走进社区，为平度市崔召镇小鱼小学捐书2000余本，为孩子们建了一个小的图书馆。

✓ 海尔员工义务献血

按照《中华人民共和国献血法》和《青岛市公民义务献血条例》的有关规定，2011年6月24日，青岛园区各公司员工响应号召积极参加了义务献血活动。



第五部分：展望与评价

1、展望：

2012 年，全球经济复杂性增强对企业的可持续发展带来巨大的挑战。在国民经济转型的关键时期，青岛海尔将继续坚持可持续发展战略，努力打造全球白电龙头企业，并积极引领中国家电行业迈入“创造”时代，严格履行企业的经济责任、环境责任和社会责任，树立企业公民的典范。

公司将围绕“全球白电行业的引领者和规则制定者”的战略定位，继续深化“人单合一双赢”商业模式创新，促使每个员工都成为自己的 CEO，激发员工创新的积极性，同时，加大技术创新力度，加速产品结构升级，推进规模的持续扩大和盈利的稳步提高，实现持续健康发展。

在经济效益稳步增加的同时，公司将适应时代发展需要，根据国民经济转型和升级的客观要求，持续谋求企业与自然的和谐发展，积极贯彻落实“十二五规划”对节能环保的倡导，深入推进“全生命周期的绿色化管理体系”，从设计、制造、经营、回收等各个环节节约能源，同时通过更加节能、环保的产品带动消费者保护和关爱环境，通过绿色采购带动供应商节约能源，通过绿色公益活动带动员工和民众投身保护环境的实践中。

公司将更加认真、全面地履行社会责任，推动与政府、社区、员工、消费者、供应商、股东等利益相关方的相互促进、和谐发展、互利共赢，携手共创更加美好的明天。

2、报告评价：

2011 年，中国家电产业实现了稳步增长，全球家电制造大国的地位得到进一步巩固。同时，在技术创新、节能环保等领域成效显著，加快了我国从家电制造大国向家电制造强国升级的步伐。取得这些成绩离不开中国经济稳定增长的大环境以及“家电下乡”等惠民政策的支持，同时也得益于像青岛海尔这样的行业龙头企业对行业发展做出的表率 and 引领作用。

青岛海尔不仅致力于成为全球家电领先企业，更以强烈的社会责任感致力于成为中国家电行业的标杆，以推动中国家电行业从“制造”向“创造”升级。《青岛海尔股份有限公司 2011 年年度社会责任报告》（下称《报告》）向我们展示了青岛海尔在 2011 年为此做出的种种努力。

我们看到，青岛海尔在创新方面不遗余力，积极探索商业模式创新、技术创新、产品创新和服务创新并取得丰硕成果。正是基于秉承“创新引领未来”的发展理念，青岛海尔才得以实现经营业绩的持续提升。

同时，《报告》向我们展示了青岛海尔在环境管理体系、节约能源、减排降污等方面做出的努力。青岛海尔不仅将节能环保融入设计、生产、制造、回收、采购等各个环节，而且积极带领消费者、员工、社区和供应商等利益相关方对环境的保护，树立了企业与环境和谐发展的典范。

通过《报告》我们看到，青岛海尔实现了与政府、消费者、员工、供应商、股东、社区等利益相关方互利共赢，树立了一个企业公民的楷模。

展望 2012 年，全球经济环境将更趋复杂，家电行业将面临新的挑战 and 机遇，我们相信，青岛海尔将继续可持续发展、履行社会责任的积极实践，为中国家电行业的转型升级贡献更多的力量。



中国家用电器协会
2012 年 3 月



我认真阅读了《青岛海尔股份有限公司 2011 年年度社会责任报告》(下称《报告》), 现对《报告》做出如下评价和建议:

报告评价

作为中国家电行业的龙头, 青岛海尔致力于成为互联网时代全球白电行业的引领者和规则的制定者, 并带领中国家电行业从“制造”向“创造”升级。《报告》充分展示了青岛海尔在这一愿景和使命的指引下, 在践行可持续发展战略、全面履行社会责任方面做出的积极努力。《报告》让我们感受到了青岛海尔强烈的社会责任感, 同时也让我们看到了作为民族品牌杰出代表的青岛海

尔站在世界之巅的希望。

董事长致辞中阐述了企业社会责任与可持续发展相辅相成、互为因果的关系, 这不仅是青岛海尔过去 20 几年不断创造辉煌的魂, 也是未来建立百年基业的根。

《报告》在经济责任部分向我们展示了青岛海尔在产品创新上着力引领行业发展趋势的实践和成效, 以及在“人单合一双赢”商业模式创新方面的大胆探索, 正是基于对创新的执着追求, 青岛海尔的盈利能力不断提升、品牌占有率不断提高、行业地位不断巩固。

在快速发展、实现经济效益的同时, 青岛海尔始终不忘对环境的保护和关爱。《报告》在环境责任部分披露了青岛海尔适应时代发展要求, 秉承与自然和谐共处的发展理念, 建立了“向低碳转型的全生命周期的绿色化管理体系”, 在生产和经营的各个环节节约能源、减排降污, 并使环保意识深入人心, 带动了利益相关方对环境的保护。

社会责任方面, 《报告》提出了青岛海尔对各个利益相关方的责任, 展示了公司为履行这些责任做出的努力和取得的成效, 体现了公司促进社会和谐发展的宗旨。

总之, 《报告》内容丰富, 全面、清晰展现了企业履行社会责任的情况, 同时在形式上设计新颖, 具有可读性, 是一份具有较高水平的社会责任报告。

报告建议

建议公司进一步加强对社会责任战略和体系的建立, 加强对社会责任理念的推广和传导, 提高员工的社会责任意识, 带动利益相关方积极履行社会责任, 积极参与国内外与社会责任相关的活动和事务, 与履行社会责任的典范进行交流和学

习, 提高公司在社会责任方面的影响力, 引导中国家电行业积极履行社会责任。

贺强

中央财经大学证券期货研究所所长

青岛海尔 2011 年社会责任荣誉榜

1 月

- ✓ 2011 美国拉斯维加斯 CES 展会上，第五届中国电子领先品牌 10 强评选结果出炉，“海尔”高居 10 强榜首。
- ✓ 1 月 8 日，由国家广播电影电视总局、中国城市经济学会、中国信息产业商会、中国城市经济建设创新型国家战略推进委员会等机构共同举办的第三届建设创新型国家大会暨中国资本与产业国际论坛在北京召开，海尔以营销创新、技术创新、管理创新、商业模式创新和环保创新被评为“中国创新力十大企业”。

2 月

- ✓ 中国标准化研究院与清华大学中国企业研究中心联合发布了《2010 中国顾客满意度手册》，在被调查的 19 个著名冰箱品牌中，海尔冰箱凭借 84.5 分的最高分成为用户最满意的品牌，并且在品牌形象、需求满意度评价和服务质量方面获得了最高“五星”评价。
- ✓ 2 月 22 日，公司董事长杨绵绵应邀出席由 NASEBA 集团主办、马来西亚总理夫人赞助的“2011 领袖女性亚洲论坛”，荣获“最具创新女企业家”奖。

3 月

- ✓ 3 月 7 日，2011 年红点设计奖在德国埃森揭晓，海尔设计的物联网冰箱及卡萨帝太阳能热水器在全球 1700 家公司提交的 4433 件作品中脱颖而出，夺得红点设计大奖。
- ✓ 3 月 8 日公司独立董事洪瑛女士获得由全国妇联颁发“巾帼建功标兵”奖。
- ✓ 3 月 17 日，第十届中国家电博览会上揭晓钻石精品奖、时尚新贵奖、低碳先锋奖、技术创新金奖和金芯奖五项大奖，海尔冰箱成唯一揽获五项大奖的冰箱品牌，同时海尔洗衣机、热水器也获得多项大奖。

4 月

- ✓ 4 月 8 日，由《新财富》杂志社主办的“金牌董秘”榜单揭晓，青岛海尔董秘明国珍获评第七届“金牌董秘”。
- ✓ 4 月 26 日，美国知名生活类杂志《好管家》评选出 6 款“最佳洗衣机型号”，海尔美式大滚筒洗衣机成为唯一入选的中国品牌。

5 月

- ✓ 5 月 7 日，由《董事会》杂志社主办的第七届中国上市公司董事会“金圆桌奖”颁奖盛典在京举行，青岛海尔荣获最佳董事会奖，公司董事会秘书明国珍被评为“最具创新力董秘”。
- ✓ 5 月 28 日，由中国上市公司市值管理研究中心、证券时报、证券市场周刊、新浪网、和讯网联合主办的第五届中国上市公司市值管理高峰论坛在京举行，青岛海尔位列第 59 名并荣获 2011 年度最佳创富创新奖，公司董事会秘书明国珍荣获 2011 年度最佳创富 IR 奖。
- ✓ 5 月 11 日，“2011 年上市公司中联价值百强”榜单出炉，青岛海尔位居榜单第 4 名。

6 月

- ✓ 6 月 25 日，由《中国证券报》主办的“2010 年度上市公司金牛奖”榜单揭晓，青岛海尔名列第 46 位。

7 月

- ✓ 7 月初，英国营销杂志《Campaign》发布亚太最有价值 1000 强，“海尔”品牌位居中国大陆品牌首位。
- ✓ 7 月 5 日，2010 年度中国主板上市公司价值百强评选结果在深圳揭晓，青岛海尔入选。
- ✓ 7 月 7 日，由中国国际消费电子博览会组委会主办的《影响世界的全球消费电子势力颁奖典礼》举行，在此次“入世十年影响世界的全球消费电子势力”评选活动中，海尔一举囊括了“影响世界的全球消费电子领袖品牌”、“影响世界的消费电子绿色标杆品牌”、“影响世界的中国消费电子海外榜样”三项大奖。
- ✓ 7 月 9 日，由《华夏时报》、北京大学中国企业法律风险管理研究中心主办的“2011 中国上市公司风

险管理高峰论坛”在北京举行，青岛海尔荣获“2011 年中国上市公司最佳投资者关系奖”。

- ✓ 7 月上旬，柏林国际电子消费品展览会预热新闻发布会分别在德国慕尼黑、汉堡举行，海尔法式对开门、意式三门等冰箱产品吸引了 35 家媒体的青睐，成为当天最受关注的白电展商，而海尔冰箱采用玻璃面板的外面设计理念被参会媒体评选为“2011 年白电类设计奖”。
- ✓ 7 月 13 日，《财富》公布 2011 中国 500 强企业名单，青岛海尔以 605.88 亿元收入与 20.35 亿元净利润名列第 59 位，较 2010 年上升 19 个名次。
- ✓ 7 月 30 日，由中国上市公司企业联合会、中国上市公司企业家协会、中国上市公司发展研究院、中国排行榜网与《南方企业家》杂志社联合组织评定的“中国排行榜·2011 中国上市公司综合实力 100 强”在京揭晓，青岛海尔位列榜单第 44 名。

8 月

- ✓ 8 月 8 日，第五届中国品牌节在北京人民大会堂举行并揭晓年度品牌中国总评榜，海尔荣获“2011 品牌中国华谱奖”，这是海尔连续五年获此殊荣。
- ✓ 8 月 12 日，《财富》中文版发布了 2011 “最具创新力的中国公司”榜，25 家公司榜上有名，海尔位居家电行业榜首。
- ✓ 8 月 21 日，“2011CCTV 中国上市公司峰会暨央视财经 50 指数发布仪式”在京举行，青岛海尔凭借在“成长、创新、回报、公司治理、社会责任”五大维度的优异表现，被专业机构高度认可入选“央视财经 50·十佳成长公司”。

9 月

- ✓ 9 月 9 日，海尔以 907.62 亿的品牌价值连续十年位居 2011 “中国最有价值品牌”榜首。
- ✓ 国际知名杂志《福布斯》发布 2011 年亚太地区最佳上市公司 50 强榜单，青岛海尔入围。“亚太地区最佳上市公司”是从亚太地区 1000 多家收入或者市场资本至少超过 30 亿美元的公司中评选出来的，主要依据过去 5 年来企业的财政状况进行判断。
- ✓ 9 月 29 日，美国《财富》杂志全球同步发布 2011 年“全球 50 位最有影响力的商界女性”排行榜，公司董事长杨绵绵位列榜单第 26 位，这是杨绵绵女士第七次入选该榜单。

10 月

- ✓ 10 月 31 日至 11 月 2 日，第八届上海国际质量研讨会暨国际质量科学院院士论坛在沪举行。经过大会组委会评选，公司董事长杨绵绵、质量科学院院士查尔斯与东京大学教授、院士饭塚悦功等 5 人凭借长期以来在质量工作上的卓越贡献，荣获上海白玉兰质量贡献奖。

11 月

- ✓ 11 月，青岛海尔股份有限公司总经理梁海山荣获山东省轻工业协会颁发的“十一五山东省轻工业卓越贡献带头人”的荣誉称号。

12 月

- ✓ 12 月 3 日，由每日经济新闻主办的“2011 中国上市公司口碑榜”颁奖盛典在深圳举行，因大股东海尔集团对公司的大力支持，青岛海尔被众多机构推选为“最佳大股东”奖项的获得者。
- ✓ 12 月 12 日，青岛海尔股份有限公司副董事长谭丽霞被评为 2011 年度中国家电十大创新人物。
- ✓ 12 月 20 日，青岛海尔股份有限公司董事曹春华被评为中国模具工业协会第七届理事会理事长。
- ✓ 2011 年，海尔大型家用电器品牌零售量在全球市场的占有率达到 7.8%，比 2010 年上升 1.7 个百分点，第三次蝉联全球第一。其中，海尔冷柜以 16.7% 的品牌零售量首次跃居全球第一，至此，根据欧睿国际数据，海尔已同时拥有“全球大型家用电器第一品牌、全球冰箱第一品牌、全球冰箱第一制造商、全球洗衣机第一品牌、全球酒柜第一品牌与第一制造商、全球冷柜第一品牌与第一制造商”共 8 个“全球第一”。