

安徽科大讯飞信息科技股份有限公司

ANHUI USTC iFLYTEK CO., LTD.



2010 年度社会责任报告

证券代码：002230

证券简称：科大讯飞

披露日期：2011 年 1 月 28 日

目 录

一、前 言	3
二、公司经营理念	3
1、 经营理念	3
2、 战略定位	3
3、 战略达成	4
三、价值观	4
1、 公司使命	5
2、 核心价值观	5
3、 文化核心体系	5
四、股东和债权人权益保护	6
1、 建立权益保护的机制	6
2、 建立投资者关系管理机制.....	6
五、人才培养	7
1、 员工总数及构成	7
2、 高效的组织保障	8
3、 完善薪酬体系	8
4、 基于战略的绩效改进系统.....	8
5、 重视员工的培训与开发，打造学习型组织.....	9
6、 基于“职业生涯规划”的员工发展计划.....	10
7、 发展教育产业、对外输出专业人才	11
六、职工权益保护	11
1、 保障职工合法权益	11
2、 员工工作环境	12
3、 员工健康安全和劳动保护.....	12
4、 重视与员工的交流沟通.....	13
5、 丰富多彩的企业文化活动与传播.....	13
6、 亲子活动	14
七、供应商、客户、消费者权益保护.....	14

1、 建立了供应商责任考核与权益保障机制.....	14
2、 以客户为关注焦点，推进客户满意度提升.....	15
3、 以先进管理体系为依托，构建产品质量与安全性保障.....	15
4、 加强保密管理，确保供应商、客户信息安全.....	16
5、 提供完善的售后服务	17
6、 开展治理商业贿赂专项工作.....	17
八、环境保护与可持续发展	17
九、公共关系和社会公益事业	18
1、 加强公共关系建设	18
2、 积极参加社会公益事业.....	18
十、制度建设与信息披露	20
十一、 社会责任发展展望	20

一、 前 言

企业如何才能获取长久的利益？《基业长青》的作者吉姆·柯林斯和J·波勒斯通过数十年对世界上百年基业的优秀公司研究跟踪后发现：那些基业常青的企业，他们不但通过创新获得可观的利润，并且无一不良好地承担起企业的社会责任。这些责任之举不但为他们赢得良好的口碑和品牌认可度，并且为他们获得更大的利润和可持续性发展创造了条件。

成功的企业离不开和谐社会，反之亦然，企业只有找到与社会共同发展的契合点才能踏上可持续发展之路。作为高科技企业，科大讯飞始终坚持“成就员工理想，创造社会价值”的核心理念，在日益发展壮大过程中，不断积极创新，为股东和社会创造价值、为员工谋取福利，并且高度重视企业与其他利益群体的良性沟通和互动，积极承担起社会责任，从行业发展、生态环境、公众利益和社会和谐的角度出发，对国家和社会的全面发展、自然环境和资源，以及股东、债权人、客户、消费者、供应商、社区等利益相关方承担起责任，用自己的践行，实现公司与社会可持续发展的和谐、协调与统一。

二、 公司经营理念

1、 经营理念

公司的经营理念：发展高科技、实现产业化，为中国创新型国家建设做贡献；以语音产业为切入点，成为国内外著名的语音研究高地和产业高地，为社会创造价值的同时为股东带来丰厚回报；以核心技术进步和产品应用创新为中国信息产业发展和人类智能计算机事业进步做贡献。

2、 战略定位

公司的战略定位：成为全球最大的中文语音技术提供商，并在此基础上成为全球最出色的多语种语音技术提供商。

未来十年要把科大讯飞建设成为具有国际影响力的中国信息产业标杆企业。为此，科大讯飞将继续坚定不移的执行“顶天立地”的产业发展战略。在“顶天立地”的发展战略指导下，公司将在原有的业务基础上，紧紧抓住移动互联网发展机遇和以信息技术推动义务教育均衡发展的时代机遇，推动产业规模做大做强同时继续紧跟国家的战略需求，在通信安全、

汉语国际推广、少数民族地区双语教学等领域利用语音技术发挥重要作用。

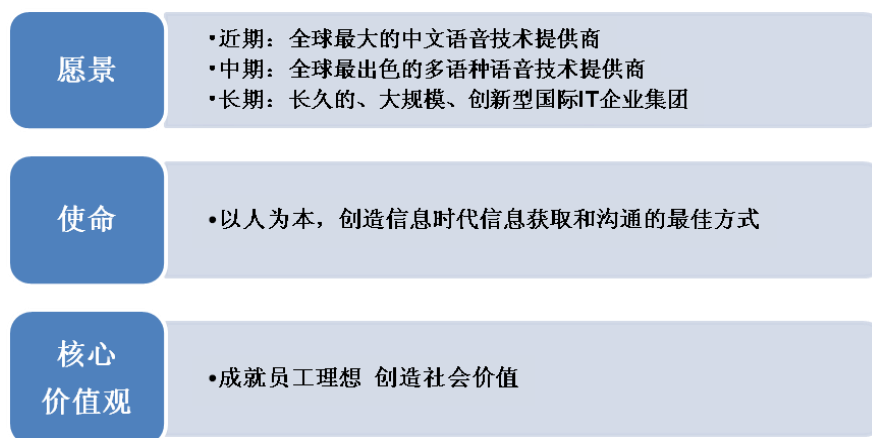
3、战略达成

为保证战略的有效实施，公司把战略管理体系分成战略制定和战略部署两大模块。战略管理体系确定了公司的发展战略目标和长、短期战略规划以及长、短期发展计划，并分解到各事业部、各职能部门。在战略实施过程中，通过计划管理和绩效考核等系统，进行计划执行情况的分析和监控，掌握公司和各部门的绩效预测，定期对公司年度战略落实和实施进行分析及评价。同时，按照一定的程序进行战略规划的调整、战略目标的修正、绩效指标的完善以及提出改进措施，保障公司战略拥有良好的 PDCA 循环的战略管理体系。

近 3 年来，战略目标和战略规划的制定和实施，均得到了完成。

三、 价值观

“语音是文化的基础，民族的象征”。在社会信息化、网络化、智能化的发展趋势下，作为人类沟通和获取信息最自然、最便捷的方式，智能语音技术既可用于信息安全和汉语国际推广等国家战略需求领域，亦可进入亿万家庭、造福百姓生活。作为战略性和前瞻性的重要新兴产业，语音技术市场领域一直是国内外科学界和产业界的关注焦点和竞争热点，世界各国都力争取得关键技术突破，占据产业先机位置，并取得对语音产业的领导权。怀着强烈的民族责任感，公司全体员工立志“中文语音技术应当由中国人做到全球最好，中文语音产业应当掌握在中国人自己手中”。



图表 三-1 公司的愿景、使命与核心价值观

1、公司使命

从智能语音技术特点与重大应用价值出发，将“以人为本，创造信息时代信息获取和沟通的最佳方式”确定为公司的历史使命。

语音是人类沟通和获取信息最自然、最便捷的方式。我们的使命，就是在社会信息化、网络化发展趋势下，不断推进智能语音技术的进步和产业化。

通过“能听会说”的语音及相关技术应用的不断深入，使各种机器和设备不断智能化、简单化，操作应用以人为中心。

以核心技术进步和产品应用创新为中国信息产业发展和人类智能计算机事业进步做出创造性贡献。

2、核心价值观

公司从为员工负责、向社会负责的两大层面，确定公司企业文化的核心价值观：“**成就员工理想 创造社会价值**”。

“成就员工理想”：

- 为志同道合的员工提供施展能力的广阔舞台和简单真诚的人际关系。
- 为员工提供与其贡献相匹配的丰厚回报和持续的培训与成长空间。
- 员工因为讯飞事业和自身贡献，得到家庭的认可、社会的尊重。

“创造社会价值”：

- 讯飞提供的是阳光健康、高技术屏障、高附加值的社会价值，是能够代表区域、国家参与全球高科技竞争的独特社会价值。

3、文化核心体系

公司围绕“成就员工理想 创造社会价值”的核心理念，从内部运营、过程控制、灵活自主、外部发展等不同维度与区间，形成了公司人本文化、执行文化、创新文化、品牌文化四大模块，构建起科大讯飞的文化核心体系。

四、 股东和债权人权益保护

1、 建立权益保护的机制

2010 年，公司继续规范股东大会、董事会、监事会以及管理层等“三会一层”的运作。并依据《公司法》、《上市公司治理准则》、《上市公司章程指引》等法律法规文件逐渐完善治理结构，且围绕公司法人治理的完善制订或修订有关规章制度。同时，以财政部等五部委发布的《企业内部控制基本规范》为契机，编制了《内部控制体系管理手册》，推动和加强了公司内控管理体系建设，规范了公司运营管理，从而形成了较为完善的相互制衡、行之有效的内控管理制度体系。从机制上保证了对所有股东的公平、公开、公正，充分享有法律、法规、规章所规定的各项合法权益。

2、 建立投资者关系管理机制

2010 年，公司严格按照《投资者关系管理制度》的规定，持续加强与投资者之间的信息沟通，开展各种形式的投资者关系活动，促进投资者对公司的了解和认同，倡导理性投资，并在投资公众中建立公司良好的诚信形象。

公司具体实施投资者关系管理主要方式有：

(1) 公司设立了投资者交流信箱：xunfei@iflytek.com，投资者热线电话：0551-5331880，已取得良好沟通效果。

(2) 在公司网站（<http://www.iflytek.com>）中及时刊登公司近期发生的重要新闻，进一步让投资者和社会公众全面了解公司经营情况，设置了“投资者关系”栏目，及时更新相关信息。

(3) 公司召开年度股东大会或临时股东大会，依法刊登股东大会召开通知公告，在股东大会上专门安排时间由公司董事长、总裁和其他高管人员与股东们进行面对面的交流，在不违反信息披露制度的前提下回答股东所关心的问题。

(4) 此外，公司还通过直接接待个人/机构投资者的来访、实地参观、公司高管人员直接接受媒体采访等活动，让投资者了解公司发展经营情况。

五、 人才培养

人才是所有生产要素中最活跃、最富有创造力的因素。对于人才的有效管理和高效利用，是企业创新最基本条件。科大讯飞以“成就员工理想，创造社会价值”为公司核心理念，秉持以人为本，坚持“以事业吸引人，以机制激励人，以待遇保留人”的思想，建立和完善围绕公司整体战略为核心的人力资源战略方针，设计和推行一系列人才引进、培训与发展、绩效管理、薪酬福利等管理体系，建立起与工作业绩紧密联系、充分体现人才价值、鼓励人才创新创造、维护人才合法权益的分配激励保障机制。通过一系列措施激发员工潜能，调动员工积极性，提升员工素质和能力，为公司的快速发展提供强有力人力资源保障。

1、 员工总数及构成

公司目前拥有员工 1166 人（截至 2010.12.31），其中，专业技术人员占到六成，员工整体教育程度及素质较高，本科以上学历达到了 88.94%，高管人员 13 人中有 12 人为硕士以上学历，中高级职称的比例达到近 28%，高学历人才比例逐年上升，员工整体年龄结构较年轻，具体详见图表五-1。

员工专业结构	人数（人）	占员工人数比例（%）
技术人员	692	59.35
管理人员	98	8.40
营销人员	320	27.44
其他	56	4.80
合计	1166	100
员工学历结构	人数（人）	占员工人数比例（%）
硕士及以上学历	205	17.58
本科学历	832	71.36
大专学历	115	9.86
大专以下学历	14	1.20
合计	1166	100
员工年龄结构	人数（人）	占总人数比例（%）
51岁以上	7	0.60

41~50岁	22	1.89
31~40岁	286	24.53
30岁以下	851	72.98
合计	1166	100

图表五-1 科大讯飞员工基本情况

2、高效的组织保障

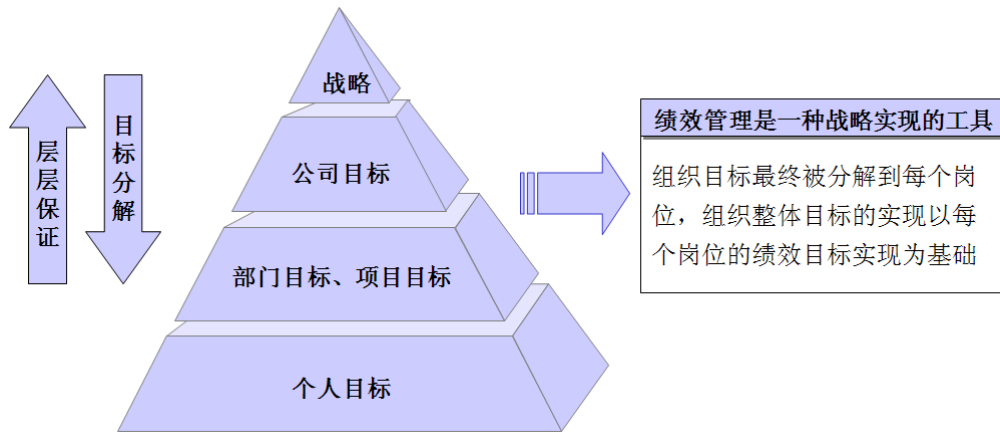
公司建立了三级培训体系，即公司培训、部门培训和在岗培训。培训总体由人力资源部负责，各个部门都安排有培训专员。人力资源部负责组织公司层面战略性、全局性的培训活动，以及公司整体培训体系设计及培训资源管理及协调；各部门负责部门培训的组织、培训需求的收集，协同人力资源部更好地掌握员工的成长需求，共同组织更有效的培训课程。而对于培训效果，公司严格按照柯氏四级培训评估体系进行培训的有效性的评估，不断完善公司的培训体系，并提升公司培训质量。

3、完善薪酬体系

公司秉承“成就员工理想、创造社会价值”的核心理念，根据公司的业务发展水平和人才战略，制定具有竞争力的薪酬体系，并实时做好内、外部薪酬水平调查，兼顾内外部公平，实时完善薪酬战略，并提高福利及保障水平，从而吸引人才、留住人才，为公司的快速发展奠定基础。

4、基于战略的绩效改进系统

公司组织层面绩效以平衡计分卡为主，岗位层面绩效以 KPI 为主。平衡计分理卡与 KPI 构成公司绩效管理的基本思路与方法，将目标逐步分解，形成公司目标、部门和项目目标、岗位和个人目标，通过层层绩效策划和保证，不断提升管理水平和企业核心竞争力。并遵循绩效管理的计划、实施、反馈、改进的循环过程，不断完善绩效管理体系。



图表五-2 以战略为导向的绩效管理和改进系统

公司在项目管理方面，开展全面质量管理和卓越绩效模式，引入微软解决方案框架（MSF）、过程能力成熟度模型集成（CMMI）等先进过程方法，通过改进小组和质量团队的攻关和推广，开展各层级的绩效策划和考核，积极创建学习型组织等方式促进组织绩效的不断改进。

5、重视员工的培训与开发，打造学习型组织

公司坚信“人才是公司最大的资产，人才的升值是公司最重要的升值”，提倡不仅要吸收一流人才，更要造就一流人才。在这个理念下，公司重视员工的培训与开发工作，尝试采取灵活多样的方式，发挥不同培训形式的优势，实现不同培训方式的有机结合，保障员工能力和综合素质的全面提升。

科大讯飞在打造学习型组织上，主要采用公司领导带头、人力资源部组织实施、各部门参与和配合的方式进行，公司鼓励多种方式、多种类型的培训学习和自学，提高人员素质和职业化水平，提升公司整体的综合素质和能力，为企业长期、健康发展提供基础性的保障。

（1）提供组织和制度保障

科大讯飞在成长过程中，由分管人力资源工作的副总裁负责，人力资源部具体落实，为科大讯飞创建成学习型组织提供组织上的保障。在学习型组织的创建过程中，公司每年拨出固定的经费，从资金上保证学习型组织建设的顺利开展。各部门制定专门人员作为部门兼职培训管理员，配合人力资源部进行公司培训学习工作的推进，并负责部门培训工作的落实。

公司不仅为学习型组织的建立提供了组织保障，同时从制度上提供强有力的支撑。公司制定和颁布了《软件工程硕士学位深造管理办法》、《内部培训师管理办法》、《部门绩效

管理办法》、《财务预算管理规定》等公司制度，将公司员工参与外部的学历学习、加强公司内部培训师管理等纳入部门考核以及部门培训费用预算等方面，持续关注学习型组织的创建和改善过程，从制度上保障了学习型组织的全员参与和持续深入开展。

（2）建立以“IFLY”为核心的培训体系

公司 2010 年开始全面梳理培训体系，建立了“IFLY 工程”，共分为：展翼行动、百炼工程和鹏程工程，分别对应到新员工的达标训练，在岗员工的优秀训练和管理干部的卓越训练，使培训有了更加明确的指导思想和方向，建立不同层次的培训以满足不同层面员工的知识需求。

（3）创造良好的学习氛围

为了保持学习型组织活动的持续深入开展，公司增加了部门培训预算的科目，积极鼓励各部门做好并使用好培训经费。培训经费所占销售收入比例逐年提升。

为了满足公司持续的人才培训的需要，公司组建了内部培训师队伍，开发培训课件材料。按照《内部培训师管理办法》，对纳入公司认定的培训师在课件开发、培训课时上给予补助和奖励，每年开展内部培训师的评选和评审，保持了内部培训师队伍的专业和卓越。

公司鼓励员工参加各类专业权威的资格认证培训，在取得认证证书后，公司给予培训费用经费上支持和职级职等评定上重点关注。

通过对员工持之以恒的培训与开发工作，不但提升了员工的专业技能和综合素质，提高了工作效率和工作质量，极大开发了员工的潜能，最大限度的调动员工工作的积极性，同时从数量、质量、结构上为公司的经营与持续发展提供了员工队伍和人才储备，形成了明显的人力资源优势。培训不仅是员工能力开发与激励的重要手段，同时也成为公司有效的留人之道。

指标项	2010 年	2009 年	2008 年
培训计划执行率	93%	92%	90%
培训人均时数（小时）	21.1	16.63	12.50
培训效果（分）	90.1	89.8	88.3

图表五-3 培训类指标实现情况

6、基于“职业生涯规划”的员工发展计划

目前，公司通过职级职等体系为员工建立清晰的职业发展通道。员工不但可以在纵向的

岗位级别中实现从低级到高级的发展，同时还可以在横向的管理通道、技术通道、市场营销通道等各种渠道中实现转换，公司每年启动一次职级职等评审工作，从个人的知识、技能、素质等方面进行专家评审，评审结果与员工的培训、发展挂钩，也为员工指明了清晰的发展道路。另外，员工也可以根据自己的爱好和能力申请转岗发展。

此外，人力资源部专门针对员工设计的《员工职业发展规划》，该规划由新员工与主管领导充分沟通后填写。老员工根据需要每年随同年度计划总结更新一次。填写表格的目的是帮助员工明确职业发展规划，结合公司的发展要求满足员工自我实现的需要，最大限度地发挥员工的才能。

对于已经进入工作角色的员工，公司会帮助员工，根据其自身特点，设计出“职业生涯规划”，并对其成长情况，定期进行评估，并根据评估情况帮助员工提供学习和提升的资源，以达到个人成长追求与公司的需求融合，以更快地实现员工个人追求。

7、发展教育产业、对外输出专业人才

针对员工在工作中，一方面需要不断提升自己在实践经验与能力，另一方面还希望在更高的理论层面学习更多的知识，公司和多所科研院所、著名研究开发机构合作，进行人才的多角度培养和培训。公司与中国科技大学合作成立了“讯飞软件工程硕士班”、成立了“讯飞博士后科研工作站”，此外还与国内外著名研究机构进行紧密合作，与清华大学、中国科技大学、新疆大学、社科院语言所分别建立讯飞联合实验室；与美国 BellLab、日本 ATR、欧洲 DARPA、微软亚洲研究院进行员工互派培养。开发式的合作方式为科大讯飞人才培养提供了良好的环境和机制，推动了讯飞人才的对外交流和发展。

六、 职工权益保护

1、保障职工合法权益

员工是公司最宝贵的资源和财富，公司始终坚持以人为本，严格遵守《中华人民共和国劳动法》、《中华人民共和国劳动合同法》和《中华人民共和国工会法》，以及相关的法律、法规和制度，倡导尊重和保护员工的各项合法权益，珍惜员工的生命、健康与安全；尊重劳动、尊重知识、尊重人才、尊重创造。

公司倡导平等和非歧视的用工政策；实行全员劳动合同制度，劳动合同由公司与员工个

人在完全平等自愿、协商一致的原则下签订。

公司建立了比较完善的用工管理规章制度体系，包括劳动合同管理制度、工资保险与福利制度、业绩考核制度、奖惩制度、职业培训制度、休息休假制度等。积极稳妥地推进各项薪酬、福利和保险制度的改革与完善，努力建立起突出外有竞争性、内具公平性的薪酬制度。

公司按照国家建立多层次社会保险体系的总体要求，为所有员工建立基本养老、医疗、工伤、失业和生育保险等社会保险，按时足额缴纳各项保险费用，维护员工的切身利益。同时，积极建立和完善各项福利制度，为员工办理住房公积金，提供健康检查、教育培训、带薪假、通讯补贴、过节礼金、慰问金等多项福利。

同时，公司依据《公司法》和公司《章程》规定，已经建立了职工监事的选任制度，公司监事会有 5 名监事，其中 2 名为职工监事，由公司职工代表大会民主选举产生，代表职工监督公司的生产经营，并向董事会反馈由公司职工代表大会广泛征集的各项提案。

2、员工工作环境

公司为员工提供了健康安全的工作环境，聘请了专业保洁公司和园艺公司负责办公区的清洁、花草种植及绿化，办公区内四季绿意盎然。同时严格按照消防要求配备各项消防设施设备，并组织员工学习掌握消防知识。

3、员工健康安全和劳动保护

员工是公司最宝贵的资源和财富，员工的健康成长是公司事业取得成功和企业获得永续发展的重要基础和保障。公司将员工健康作为一项重要任务来抓，建立了完善的健康保障机制，从身心各方面关爱员工健康。

- **特色的基础设施：**配备了专业的篮球场、员工活动室等。
- **休假制度：**公司不但严格执行员工休假制度，对特殊岗位采取弹性休假。
- **丰富的健身活动：**公司每周二、四下午 4:30 安排车辆接送员工在上班时间内爬大蜀山锻炼身体。同时采取各项措施促进员工积极参与各项锻炼活动，成立了舞蹈协会、羽毛球、篮球、足球、乒乓球协会等多个健身协会，定期开展各类体育竞技活动。此外还倡导选择健康的生活方式，鼓励员工通过日常锻炼，提高身体素质。
- **安全的饮食保障：**成立了伙食委员会，监督检查每天员工用餐质量状况，持续改善员工伙食质量。不但扩大餐厅面积，美化就餐环境，增加消毒措施，提高饭菜质量，还兼顾员工的各种口味，注重营养搭配平衡。

- **周到的健康服务：**公司为每位员工建立了健康档案，每年都组织全员健康体检，并安排专业人士来公司为员工的体检结果做出分析，释疑解惑，开展健康讲座，引导员工树立正确的健康观念，掌握正确的健康知识。针对女性员工特殊生理状况，公司贯彻落实《劳动法》、《妇女权益保护法》、《女职工劳动保护规定》精神，维护女职工的特别利益。公司还为员工配备“讯飞小药箱”，把对员工的关爱落实到每个小细节中。

4、重视与员工的交流沟通

员工的心理健康问题不容忽视，公司重视与员工的沟通，尽可能消除影响员工心理的不良因素，同时正视和理解员工的情绪波动，展开心理疏导，并通过各种行之有效的方式，舒缓员工的不良情绪，调整紧张的心态，使他们能以良好的精神状态投入工作，真正体会工作的快乐。

在科大讯飞，员工有多种沟通渠道可以维护、主张和申诉自己的权益。公司的内刊《今日讯飞》和《讯飞大事记》成为搭建公司和员工沟通的桥梁，使之成为公司内部交流经验、通报信息、展示成就、表彰先进、鼓舞士气的重要平台，让员工更加了解公司的发展情况、关注公司的发展。定期组织员工满意度调查、部门经理和员工的一对一沟通。同时公司还开展多种形式的员工交流活动，包括新老员工座谈会、Email 给任何公司领导等。公司积极倡导和重视员工之间、领导与员工之间的交流沟通，对于员工提出的建议和意见，积极落实并反馈。

5、丰富多彩的企业文化活动与传播

公司每年通过组织丰富多彩的企业文化活动，宣扬企业文化、丰富员工生活，企业的向心力与凝聚力持续增强。2010 年，各部门组织的员工春游活动，使员工亲近自然、享受文化之旅，也增强了员工交流与感情。鼓励表彰先进，年度“讯飞十佳”员工畅游香港。2010 年度大会，总结计划工作、表彰年度先进个人与集体，多才多艺的讯飞人用精彩纷呈的节目共同奉献了一场充满激情的联欢会，展现了讯飞人敬业、创新、奋进的精神风貌。在 2010 年公司成立十一周年纪念日前后，公司组织了员工座谈会、参观建设中的产业基地、登山比赛等一系列活动。围绕“五一”国际劳动节、公司成立周年纪念日等节日、纪念日，公司组织了员工篮球赛、乒乓球赛等多项文体活动，并组织员工参加高新区歌咏比赛，及与外单位的联谊联欢活动。

此外，公司还积极通过多种企业文化沟通、落地渠道，关注员工、服务员工。公司《讯飞大事记》内刊，及多个部门制作的部门内刊，对优秀员工、团队进行积极报道，既树立了优秀榜样，也进一步增强了员工的荣誉感、自豪感；报道员工工作生活情况，反映员工心声，关怀驻外员工。通过设立邮箱、内部网络平台建设等，收集员工意见和建议，并及时反馈。通过在餐厅、电梯间、卫生间等环境进行文化框建设，传播公司文化，传播各类工作生活小知识。

6、 亲子活动

关心员工，还要关心他们的家人、子女，要把公司成长的喜悦与他们的家人一同分享。持这个理念，公司 2010 年成功举办“讯飞宝贝一家亲”的亲子活动，邀请员工带来他们的子女，为员工提供一个亲子教子的交流平台，给宝贝们创造一个与父母、与其他伙伴游戏共处的机会，得到了家长的一致好评，这是讯飞“家文化”的很好体现，我们也将继续组织下去。

七、 供应商、客户、消费者权益保护

公司致力于与重要客户、供应商等建立相互沟通、全面合作，实现“长期、稳定、共赢”的战略合作伙伴关系。针对关键顾客群建立了紧密顺畅的沟通机制，采用电子邮件、技术峰会、产品展会、客户经理定期拜访，公司高层专门拜访，电话回访等多种方式与关键客户及时沟通，了解客户需求，进行双向交流，保持信息顺畅。例如：各事业部市场部门定期组织技术峰会和产品巡展，邀请重要客户参加，技术支持部门为客户提供全面的售前咨询和售后教育培训、派驻人员去客户现场进行交流服务，技术质量部定期组织顾客满意度调查，了解顾客需求和问题，采购部门派驻人员定期去重点供应商现场检查、交流，确保沟通及时、有效。

1、 建立了供应商责任考核与权益保障机制

2010 年公司进一步完善了供应商责任考核与管理制度，重新修订了供应商管理文件，完善了供应商评审机制，将供应商的社会责任作为对其资格等级评价的重要考量。对新供应商设置了严格的准入门槛，对老供应商每年安排不少于 1 次的供方复评，同时，组织评审组针对重点供应商进行现场专项评审，明确供应商对其所供应物资和原辅材料的品质、服务等

方面的责任。通过持续完善供应商的管理，2010 年采购产品抽检合格率达到 98.8%。

为保证采购过程公正性和透明度，2010 年公司进一步规范了电子采购管理平台的管理，细化采购过程的职责分工，加强了采购过程审计，将采购问题与考核挂钩，杜绝了采购过程供方选择的商业贿赂行为，为供应商参与公平竞争提供了保障。

为加强采购过程的规范性，2010 年 2 季度对采购和进货检验过程文件执行情况进行了检查，通过问题点的分析和讨论，确定并修改了 3 个检验作业文件，加强了文件的适宜性，提升了采购过程执行的规范性。

另外，公司将供应商视为合作伙伴，采取多项措施，加强与供应商的交流，收集供应商意见和建议，促进协同发展，如 2010 年 4 月，采购部门专门组织了供应商访谈沟通会，2 季度安排专人去重要物料供应商现场沟通交流，结合收集的供应商在供货过程中的一些问题和建议，对采购流程和相关措施进行了完善，与供应商建立了良好的利益共赢关系，赢得供应商好评。

2、以客户为关注焦点，推进客户满意度提升

公司以提升客户对我司产品和服务质量满意度为目标，高度重视对客户满意度方面信息的收集、处理和利用，自 2003 年以来，每年实施客户满意度调查。2010 年专门成立了 CSSG 组（顾客满意度调查组）作为第三方对各事业部近 900 位客户进行了调查。专业的调查队伍使调查策划更为周密，实施更加专业；调查范围和深度进一步扩大和延伸，基本覆盖公司所有主要产品和国内的主要客户。

在客户满意度调查的方式、对象、范围等方面均进行了较大改进，对调查中客户反馈的问题和改进建议均安排专人进行了及时跟进和协调解决，同时对客户反馈信息进行充分研究分析，将客户需求转化到我们对产品和服务的改进计划中，持续满足客户需要。

通过公司上下的共同努力，2010 年客户对公司整体满意度水平比 09 年稳步提升，产品和服务质量得到客户的较高认可和肯定。

3、以先进管理体系为依托，构建产品质量与安全性保障

2010 年 3 月，公司顺利通过 ISO9001 质量管理体系监督审核。公司通过内审、专项检查、质量报告分析、内外顾客满意度调查等寻找改进方向，并通过质量改进小组、专人跟进、专人指导等方式推动改进措施的实施，提升质量管理体系的运行效果。

公司在 2010 年采取了多项措施，推动全员质量意识和质量知识的提升：

积极响应国家质检总局、工信部、国资委、团中央等七部委 2010 年全国“质量月”活动的号召，于 2010 年 9 月实施了为期一个月的质量月活动。活动以“聚焦客户需求，追求卓越品质”为主题，开展了包含“质量承诺签名”、“质量改进合理化建议征集”、“优秀质量团队及个人评选”、“质量主题座谈会”等在内的八个主题活动，活动得到了公司领导的高度重视和广大员工的积极参与，取得了良好效果，激发了员工的客户意识和质量意识，增强了员工的质量责任感和成就感，收集到质量改进合理化建议 130 条余条，评出了研发、市场、工程各领域的质量优秀团队和个人标杆，取得了较好的引导效果。

着力提高员工的质量意识和质量管理能力，全年累计安排公司级质量相关培训 11 期。

按照《卓越绩效评价准则》从领导、战略、顾客与市场、资源、过程管理、测量、分析和改进、经营结果 7 个类目对公司的经营质量进行了梳理，对发现的问题和不足组织了改进。

加强对质量事故、纠正预防措施的关注和处理，杜绝质量风险和隐患，2010 年未发生重大质量事故和客户投诉。

进行了需求开发和管理过程、评审过程、软件设计过程等重要过程改进，质量保证过程覆盖各事业部所有项目，促进了产品质量的稳步提升。

每季度实施项目考核，将项目管理过程及产物质量与考核挂钩，全面推进量化管理的实施，并完善考核办法，进而引导并推动项目质量的提升。

以上措施为保证产品质量提供了坚实的管理保障，2010 年在售软、硬件产品质量稳定可靠，软件产品发布后严重 bug 率 0.066 个/万行，销售的硬件产品一年内市场维修率不到千分之二。

另外，公司非常重视产品对消费者及环境的安全保护，特别是儿童玩具类产品，严格筛选物料供应商，将材料送权威检测部门进行化学成分和物理特性等涉及安全方面的全面检测，确保无毒无害、环保、安全。对涉及安全要求的产品（如智能玩具产品）严格按照国家强制性产品认证管理规定和相关法律法规要求进行了 CCC 认证，确保所有相关产品均达到国家权威部门的安全可靠要求，保护消费者安全和环境安全。

4、加强保密管理，确保供应商、客户信息安全

公司将供应商和客户信息视为重要的商业秘密，2010 年从管理、人员、技术多个方面入手加强保密管理。管理上，进一步明确保密委员会管理职责，召开高层沟通会，推动落实保密管理措施，在公司保密制度中明确要求所有员工应保护公司及其客户和厂商的秘密信息和专有信息，对于公司及第三方所拥有的信息，未经适当授权，任何员工不得接触、使用或

披露，避免对公司或第三方的利益造成损害。人员上，重视对员工的保密教育，2010 年组织主要涉密人员开展了 2 次专项培训教育，明显提升了员工的保密意识。同时，要求所有接触相关信息的人员均签订保密协议，明确保密责任，并安排专人进行保密情况检查，技术上，采取一定的信息安全防护技术措施，加强信息传递的监督检查，确保供应商及客户信息安全。

5、提供完善的售后服务

公司构建了完善的售后服务体系，为客户提供全面的服务保障。在各事业部均设立了售后服务组，配备专业技术支持和服务人员，定期进行客户回访，制定了严格的售后服务管理制度，同时，将服务质量指标纳入相关人员月度绩效考核，使服务质量与绩效紧密挂钩，并安排专人定期进行服务情况调查。另外，在北京、上海、广州等城市均设立了办事处，以确保能快速及时地处理客户的需求。以上为客户提供的有效售后、技术等方面服务，得到客户的高度认可。

通过以上五项措施的实施落实，积极建立供应商、客户、消费者和公司互利共赢的良性关系，提升了公司的产品质量和美誉度，营销业绩同比上升，营销网络逐步完善，供应商、客户、消费者管理工作进入良性发展。

6、开展治理商业贿赂专项工作

公司制订了《内部投诉信息反馈处理规定》、《员工收受礼品登记管理规定》、《内部举报管理规定》等制度，在诚信准则等方面接受公司全员和外部相关方以及舆论媒体的监督。此外，公司还定期开展治理商业贿赂专项工作的自查和审计工作。公司坚决纠正和杜绝在生产经营管理工作中的不良行为，加强员工的廉政教育，从完善管理制度、加强内部控制等方面，发挥监察、审计的监督职能，不断促进公司管理水平和效益的提高，为公司与供应商、客户等各方的共同发展奠定了坚实的基础。

八、环境保护与可持续发展

作为一家 IT 高新技术企业，科大讯飞向社会和客户提供的主要是语音技术解决方案，不会产生传统企业排放的废水、废气、废渣、粉尘等废弃物，但公司仍非常重视环保工作，积极响应国家“节能减排”的环保方针，倡导员工保护环境，建设节约型社会，提高环境保护意识，并从自身做起、付诸行动。

2010 年的环保口号是“低碳减排·绿色生活”，公司通过全力推进“绿色办公”行动来积极响应国家的节能减排号召：鼓励无纸化办公，提倡电子交流；倡导员工减少抽烟，过健康生活；倡导纸张回收，双面打印；反一次性，珍惜资源；节约用水，减用墨盒；减少出差，绿色交通；科学使用空调、合理设置空调温度；养成随手关灯习惯；鼓励员工少开车、多坐班车；电子设备使用节能模式；办公区内摆放绿植，远离辐射等。持之以恒的推进让绿色的理念逐渐深入到每一员工中。公司上下厉行节约的风气蔚然成风。从我做起，从身边点滴做起，节约公司和社会资源，为推进污染减排、践行绿色生活、建设生态文明、构建环境友好型社会贡献力量，已埋植于讯飞员工的思想中，落实于日常的行为中。

九、公共关系和社会公益事业

1、加强公共关系建设

积极、主动加强与政府主管部门、行业协会、监管机关以及媒体的沟通与联系，建立良好的沟通关系，热情做好所有相关政府部门、企事业单位、媒体的参观、考察、接待、采访等工作。

年 度	2010 年	2009 年	2008 年
接待各类参观社会团体	134 场	144 场	122 场
接待各类学生参观团体	11 场	8 场	6 场

图表九-1 近年接待社会团体参观情况

2、积极参加社会公益事业

（1）为上海世博会增光添彩

在世界瞩目的上海世博会期间，科大讯飞智能语音技术得到了成功的应用，为世博会信息、服务、展览水平的提升提供了有力支持。世博服务热线，为海内外参观者提供海量、动态的语音信息服务；能听会说的“海宝”机器人、智能语音玩具海宝都成为了世博会上的明星展品、明星纪念品；以智能语音技术为“迎世博 学双语”活动提供了有力支持。通过世博这个世界性的窗口，向世界展现了智能语音技术的独特魅力和国家科技实力。

（2）抗灾重建、捐款捐物

科大讯飞积极关注灾区人民，以微薄之力尽自己的社会责任。2010 年，公司通过安徽

省红十字会、省青联以及省委统战部、省工商联、省光彩事业促进会向西南干旱灾区累计捐款 26 万余元；通过安徽省团委向青海玉树地震灾区捐款 10 万元，并向地震灾区学校捐赠价值 7 万元的智能语音教具系统及配套教材；2010 年 1 月和 12 月，两次向安徽省希望工程办公室共计捐款 5 万元。

（3）援疆、援藏 贡献价值

在援助新疆建设中，科大讯飞不仅积极参与安徽省援疆项目建设，更真正在新疆地区扎根，与新疆大学成立联合实验室，并设立新疆科大讯飞子公司，为“维哈柯阿”语音及语言技术研究、为新疆双语教学贡献自己的价值。在安徽省援疆项目中，在喀什地区双语教学试点工作中捐赠价值 5 万 5 千元双语教学产品。并向新疆各地市教育局捐赠价值 2 万 9 千元的教学产品；为帮助藏族学生提高双语学习质量，向藏族班累计捐赠价值 8 万 6 千元的教学产品。

（4）支持共青团、少先队建设，积极推动四好少年建设

科大讯飞积极支持共青团、少先队建设，并通过创新型活动与多种形式支持四好少年建设。2010 年，为全国第六次少代会捐赠 30 万元活动经费。在全国四好少年建设热潮中，科大讯飞与安徽省团委、省少工委、安徽电信联合开展了“唱响童年：争当四好少年”——语音科技伴成长捐赠体验活动。科大讯飞充分利用自身优势和特点，以公司智能语音玩具产品为载体，以游戏、儿歌、童谣等少年儿童喜闻乐见的形式表现和传播“四好少年”精神，为活动捐赠价值 100 万元智能玩具产品，在全国其他省市四好少年建设活动中，也累计捐赠了 20 余万元的教学和玩具产品。

（5）支持科研建设、人才培养与创新创业

科大讯飞积极支持高校、科研院所的科研平台建设与人才培养。2010 年向中国科学技术大学教育基金会捐款 10 万元，支持软件学院建设。出资 10 万元赞助第七届“安徽省青年科技创新奖”。赞助安徽省、合肥市中小学生电脑大赛、信息化大赛、民营企业研究基金等款项、产品合计 8 万余元。

（6）为和谐社会、环保节约型社会建设贡献力量

在公司内部深入持久地宣传合肥市市民文明公约，着力培育公司内部细节文明，倡导减少行人乱穿行、随地乱吐痰、乱扔垃圾等不文明现象；得知用血紧张，公司工会主动联系血站开展义务献血活动，公司员工踊跃参与；在公司高度关注和执行节能减排的同时，公司内部多次向员工发出倡议，通过倡导使用信用卡电子对账单、少用一次性制品、少开车等各种形式节约能源，低碳工作、低碳生活。公司与全体员工以健康、阳光的精神风貌为和谐社会、

环保节约型社会建设贡献力量。

十、 制度建设与信息披露

公司按照《公司法》、《证券法》、中国证监会有关规定和《深圳证券交易所股票上市规则》的要求，不断完善公司法人治理结构，努力建立现代企业制度。同时，为落实科学发展观，构建和谐社会，根据《中华人民共和国公司法》、《中华人民共和国证券法》、《深圳证券交易所上市公司社会责任指引》等法律、行政法规和规范性文件的规定，结合本公司的实际情况，公司制定了《内部控制制度》、《内部审计制度》、《年报信息披露重大差错责任追究制度》、《内幕信息知情人管理制度》、《对外提供财务资助管理办法》和《总裁办公会议事规则》等制度，进一步推进公司管理朝着规范运营的方向发展。

公司根据《信息披露管理制度》、《重大信息内部报告制度》和《年报信息披露重大差错责任追究制度》的规定，及时、准确、完整、公平地披露了公司 2010 年度生产经营管理等相关信息，并刊登在《证券时报》和巨潮资讯网上，供广大投资者查阅。2010 年 6 月，深圳证券交易所对中小企业板上市公司 2009 年度信息披露工作进行了考评，科大讯飞的考评结果为优秀，这是科大讯飞连续两年考评结果为优秀。公司董秘荣获第 6 届新财富金牌董秘和由《证券时报》组织评选的“中小企业板上市公司优秀董秘”称号。这些都充分肯定了科大讯飞在信息披露、维护投资者关系等方面所作的工作。

十一、 社会责任发展展望

社会责任是我们前进的内动力。心怀感恩之心、付诸创新梦想、勇攀科技高峰、经营语音事业。科大讯飞作为国内语音领域的领头军，致力于民族语音产业的振兴，愿意为促进社会进步，建设和谐社会，创造美好生活，切实履行社会责任。

科大讯飞将坚持认真贯彻国家法律、行政法规和规范性文件的规定，结合公司的实际情况，将承担社会责任视作一项应尽的义务和职责，并接受社会各界的监督。公司也将在不断完善公司社会责任管理体系建设进程中，继续加强与股东、债权人、员工、客户、消费者、供应商、社区等利益相关方的沟通与交流，一如既往地支持社会公益事业，促进公司与区域经济的和谐发展，为我国信息产业的美好明天而努力！