联想(中国)2007年企业社会责任报告

Lenovo(China) Corporate Social Resposibility Report 2007

lenovo 联想

国际奥委会全球合作伙伴

Contents 目录

董事长及CEO致辞 2

大中华区总裁致辞 3

1.关于联想 5

2.联想与企业社会责任 6
2.1 联想的企业社会责任观 6
2.2 联想企业社会责任管理与合规体系 6
2.2.1 联想企业社会责任管理体系 6
2.2.2 联想合规体系 8
2.3 联想与利益相关方 9

3.联想的经济责任 10
3.1 业务回顾 10
3.2 联想对投资者的责任 11
3.2.1 公司治理与投资者关系 11
3.2.2 为股东创造价值 13
3.2.3 塑造创新型企业的竞争力 13
3.3 联想对产业链伙伴的责任 15
3.3.1 倡导多元化平等合作关系 15
3.3.2 引领产业链的责任潮流 16

4.联想的社会责任 17
4.1 联想对客户的责任 17
4.1.1 开发安全、优质产品 18
4.1.2 面向用户、服务社会 18
4.1.3 以一流服务提升客户满意度 19
4.2 联想对员工的责任 21
4.2.1 创造平等、公平的就业环境 21
4.2.2 重视职业安全与健康 21
4.2.3 拓展员工成长通道 23
4.2.4 搭建文化融合的桥梁 24
4.3 联想对社区的责任 25
4.3.1 缩小数字鸿沟 26
4.3.2 支持公益领域创业 27
4.3.3 联想全球“创业希望计划” 29
4.4 携手奥运，共创辉煌 32
4.4.1 助力科技奥运　确保赛事万无一失 32
4.4.2 助力人文奥运　传播奥林匹克精神 33

5.联想对环境的责任 35
5.1 绿色联想 36
5.1.1 联想的环保传统 36
5.1.2 联想环境管理体系 38
5.2 做“绿色PC”的制造者 40
5.2.1 改善产品能效 41
5.2.2 提高材料利用率 42
5.2.3 控制有害物质 43
5.3 打造“绿色产业链” 45
5.3.1 生产节能 45
5.3.2 供应链的环境管理 46
5.3.3 贯彻产品终生责任 47

企业社会责任总监致辞 48

6.未来展望 49

利益相关方点评 50

关于本报告 51
内容选择 51
报告范围 51
数据收集 51

信息反馈 52

附录:GRI指标索引 53

董事长及CEO致辞

在联想，我们对可持续发展有一个简明而深刻的定义，就是问我们自己：“世界是否因为联想的存在而更加美好？”公司在做出所有重大决策的时候，都会审视这一问题，这能够使我们更好地坚持可持续发展和三重底线的原则，也保证了联想的客户、股东、员工以及全球社区都能够从联想的成功和联想做事的过程中受益。

联想是一直坚持商业决策透明的先驱之一。在中国，联想是第一家向员工提供与公司成功挂钩的薪酬福利的公司；第一家承诺对我们的产品进行产品生命周期终止后全面回收的公司；第一家积极保护我们的全球软件伙伴知识产权的公司，以及第一家成为奥运会全球合作伙伴的公司。

当联想在2005年完成与IBM个人电脑部门的并购后，联想一贯重视的企业社会责任与IBM长期倡导的可持续全球商业原则也实现了完美的结合。其结果就是可持续发展的文化已成为联想核心价值观的组成部分，它既是联想作为一家企业的价值观，也是联想作为社会一份子的价值观，它将依旧是联想勇往直前的一盏“指路明灯”。

朋友们，我们所面临的是一个崭新的世界。在这个新世界中，商业企业作为地球上最强有力的组织机构之一，在帮助我们所有人应对挑战的过程中，扮演着非常重要的角色。环境恶化、全球气候变化、耸人听闻的商业丑闻、极度贫困、疾病、剥削等种种问题的解决，都需要企业从中发挥积极作用。同时我们坚信企业也有这个能力。这些问题解决之道的探索，将会漫长而艰辛，联想致力于在其中成为一个发挥领导作用的全新的全球化企业。

为此，联想将一如既往深入推进可持续发展战略。我们将不断创新，努力探索应对全球所面临的挑战的非凡方法；我们将倡导诚信，言行如一，坚持决策透明；我们将致力可持续发展战略的国际化，在所有地区推行最佳实践；我们将秉承高效与便捷的理念，提供能够最有效地达成可持续发展目标的解决方案；我们还将高度重视利益相关方和客户的意见，并对他们的需求及时做出反应。

无论我们的业务拓展到哪里，包括新兴市场，我们都将坚持全球最严格的标准，采用全球最佳的商业实践。作为一家源自新兴市场的企业，联想将努力成为可供其他公司学习的榜样，一个慷慨、负责、创新的全球化公司的榜样。

杨元庆
联想集团董事长

比尔·阿梅里奥
联想集团首席执行官

大中华区总裁致辞

早在创立之初，联想就把“对员工和客户负责，对社会负责”纳入了公司的核心价值观，树立了基业长青的远大抱负。我们相信，企业有责任、也有能力促进社会的可持续发展。多年来，我们致力于通过创新产品和卓越服务成就客户，并将自身的成长与社会的发展紧密结合，在实现业绩强劲增长的同时，努力创造更多的环境和社会价值。

如今的联想，已经成长为一家极富创新性的国际化科技公司。面对更广泛的价值链伙伴、自然环境和全球社区，我们将履行企业社会责任提升到战略高度，提出了“让世界因为联想的存在而更加美好”的愿景。看似简单的话语，却表达了一份长久的承诺。

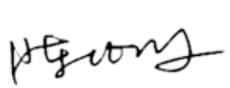
让价值链伙伴从联想的发展中持续获益，是联想赖以生存、实现基业长青的重要基础。我们在与客户、员工、合作伙伴和投资者的交往中，始终秉持诚信正直的原则，并努力通过卓越的商业实践满足甚至超越他们的期望。

联想在环保领域争当表率。绿色，是联想产品最重要的竞争力之一，也是联想企业社会责任战略的重要组成部分。面对全球气候变暖等环境挑战，我们制定并实施了长期的环保战略和一系列前瞻性的环保计划，矢志不渝地在全球范围内推行环保理念。我们以最高的环保标准开展产品生命周期的全程管理，致力于为客户提供最环保的产品，让绿色科技触手可及。我们与合作伙伴、环保组织和当地社区深入合作，共同促进自然环境的可持续发展。

作为社会的一份子，联想积极关注来自全球各地社区的发展需求。我们结合自身特点，将社会参与聚焦于“缩小数字鸿沟、环境保护、教育、扶贫赈灾”四大领域，通过“结合业务发展战略，引入创新公益机制，坚持传统慈善捐赠”三大手段持续加大对社会的投入。我们支持公益事业发展，积极创造条件，鼓励更多的员工投身志愿者活动，为社会奉献才智与爱心。

这份报告将帮助您了解联想为履行企业社会责任所做出的努力。同时，我们也愿意诚恳地倾听您的意见，我们相信，这些宝贵信息将帮助联想更好地评价和改进目前的工作。

“让世界因为联想的存在而更加美好”，这一愿景激励着我们确保兑现每一个承诺，也激励着我们将富有责任感的价值观融入公司的每一项实践，在业绩成功、环境保护和社会发展之间寻求更好的平衡，实现可持续发展。



陈绍鹏
联想集团高级副总裁
大中华和俄罗斯区总裁

成就客户——我们致力于每位客户的满意和成功

创业创新——我们追求对客户和公司都至关重要的创新，同时快速而高效地推动其实现

诚信正直——我们秉持信任、诚实和富有责任感，无论是对内部还是外部

多元共赢——我们倡导互相理解，珍视多元性，以全球视野看待企业的文化

1.关于联想

联想集团公司（简称“联想”）是由联想及前IBM个人电脑事业部所组成的个人电脑制造商。2007/08财年（2007年4月1日——2008年3月31日），联想持续经营业务（不包括手机业务）的综合销售额为164亿美元，较去年同期增长17%。联想共有约23,200名员工，在全球160多个国家销售电脑产品。

发展历程

联想由中国科学院计算技术研究所柳传志等11位科技人员于1984年在北京创立。1994年，联想在香港证券交易所上市。2005年5月，联想完成对原IBM个人电脑事业部的收购，成为全球PC行业的领先企业，销量约占全球电脑市场的7.5%。

联想在美国罗利、中国北京、新加坡及法国巴黎设有四个主要运营中心。同时，联想还在日本大和、中国北京、上海、深圳和美国北卡罗来纳州罗利设有主要研发中心，以及在印度班加罗尔设有市场营销中心。联想以这些支点构建起全球研发体系和遍布全球的销售网络。成功的国际化战略不仅为联想带来了市场增长和规模效应，还使联想获得了“全球资源配置”的优势和打造全球品牌的优秀资源。通过全球资源配置，联想进一步优化了供应链管理，有效控制了成本，并进一步提高了创新能力与水平，使联想从一个中国本土公司跨越成为根植中国的真正的全球化创新公司。

图：联想全球网络分布

产品组合

在全球范围内，联想为客户提供屡获殊荣的Think系列笔记本及台式个人电脑，以及Idea系列。在中国，联想的个人电脑产品凭借领先的技术、易用的功能、个性化的设计以及多元化的解决方案，广受用户欢迎，市场占有率约30%。联想还拥有专为中国市场打造的服务器、外设和数码产品等。

联想在2007–2008财年取得了显著的成绩，供应链的成本竞争力、服务能力和运营效率均有提高。联想在中国市场份额进一步增加，继续保持头号PC厂商地位；在全球多个国家强化了原有关系型业务模式的同时，还成功推出交易型业务模式。

2007年10月，联想将Think系列产品从IBM标识全面过渡至联想品牌。作为一家源自中国的全球化企业，联想将秉承其一贯的创新精神，努力通过对产品、技术与管理的不断创新，服务客户，与客户和社会一起不断探索，实现更大的超越，更好地帮助人们实现他们的目标：工作高效，生活丰富多彩。

2.联想与企业社会责任

2.1 联想的企业社会责任观

联想作为一家源自中国的全球化公司，经历了从小到大，从中国本土企业到全球化公司的转变，逐步树立起“成就客户、创业创新、诚信正直、多元共赢”的企业核心价值观。与此同时，通过在服务社会、回报社会的实践中获得的对企业社会责任的深刻理解，联想也形成了自己的企业社会责任观。联想的企业社会责任观是企业核心价值观在社会责任领域的具体体现。

联想企业社会责任观

联想坚持诚信经营，持续学习，勇于创新，积极承担对价值链伙伴、环境和社会的责任；回报股东长远利益，给员工提供没有天花板的舞台，成就客户，与合作伙伴共赢，保护环境，回馈社会。做优秀的全球企业公民，让世界因为联想更加美好！

秉承这一企业社会责任观，联想承诺将用以下的基本原则来推动实践，更好地履行责任，回馈社会：

- 诚信守法——严以律己，诚信经营，遵守联想开展业务的国家和地区的法律，做当地的好公民
- 全员参与——企业社会责任是所有联想人的共有责任，我们需要将企业社会责任观与各项业务紧密结合，使其在我们的意识、行为和结果中得以体现
- 协作发展——加强与利益相关方的交流与合作，了解并回应他们的期望和要求，共同实现可持续发展
- 关注全球——作为源自中国的国际化企业，重视并积极关注全球各类重大社会和环境问题

2.2 企业社会责任管理与合规体系

2.2.1 联想企业社会责任管理体系

联想在确立系统的企业社会责任观的同时，还着力建立社会责任管理体系。为此，联想（中国）启动了《联想（中国）社会责任白皮书》项目，深入剖析服务于公司战略的社会责任理念、内容、保障机制和工作目标等，以指导联想（中国）的企业社会责任工作，促进各部门之间的协调配合，实现公司履行社会责任与日常经营活动的有机统一。

联想集团企业社会责任管理体系

联想集团设立了可持续发展指导委员会，来从上到下，全方位地推动整个集团的企业社会责任工作。联想（中国）企业社会责任指导委员会由联想集团的高级管理人员组成，统一指导集团范围的企业社会责任工作，负责制订、调整联想的企业社会责任战略，并授权和协调各相关部门进行执行。

图：联想集团企业社会责任管理体系组织结构图

可持续发展管理进程

联想（中国）企业社会责任管理体系

联想（中国）设立了企业社会责任指导委员会，并成立了企业社会责任推进部。推进部具体负责联想（中国）企业社会责任工作的落实，包括责任体系建设与管理、机构建设与管理、提案受理、业务规划以及绩效管理等。其他业务部门、职能部门和区域在指导委员会和推进部的领导下，结合本部门的特点，负责企业社会责任的具体执行，如相关培训和利益相关方沟通等。各部门及区域有专人担任企业社会责任联络员，接受推进部的统一领导。 此外，联想还建立了全面的企业社会责任培训体系，通过形式灵活、内容全面的定期培训来传播社会责任理念、原则和方针，交流先进的实践经验与案例。

图：联想（中国）企业社会责任管理体系结构图

2.2.2 联想合规体系

联想遵守商业道德和法律规定，建立了完备的合规体系，以此来保证公司和员工的经营活动，做当地的优秀企业公民。

联想合规体系包括内部合规制度、内部合规通报体系、内部监督制度和惩戒制度，重点关注环境、商业伦理、产品质量和供应链领域。

联想规定，在对内和对外活动过程中，联想员工应该遵循诚实守信、平等公正、符合法规、不谋私利、利益回避和信息保密等基本准则：对待同事应平等尊重；对待客户应以提供高品质的产品和服务为己任；对待供应商应诚信公正寻求双赢。

此外，联想还要求员工在与政府部门交易时必须要做到诚实、准确；严禁以公司或个人的名义向任何政府官员、党派等提供或许诺提供资金或财物以试图影响其决定，联想也不向任何政党提供政治捐助，即使该捐助符合所在国的法规。

2.3 联想与利益相关方

联想的利益相关方主要包括客户、员工、投资者、监管机构、商业伙伴及社区。联想一直与其在企业社会责任理念、目标、政策、实践等方面进行沟通，以强化社会责任在企业战略中的地位，保持并修正企业的社会责任实践行为。

利益相关方		责任与举措
价值链伙伴	员工	维护员工合法权益；创造良好的工作环境；给予合理的待遇；提供教育和培训，为员工创造发展的空间
	客户	提供优质的产品和服务；产品具有安全性和便利性；实现较高的客户满意度；及时准确的信息沟通
	供应商	实行公平采购；协助履行社会责任；建立相互尊重的合作关系；坚持诚实守信，维护企业的信誉
	销售服务商	提供产品和零部件供应；技术和信息的全面支持与合作；及时响应要求，致力于实现双赢
	股东与投资者	及时准确披露经营状况和重大事项信息，提供合理投资回报，实行责任经营和责任投资的基本原则
环境		推行绿色生产，实践环保经营，加强价值链伙伴协作，推动环保技术的创新、引领行业环保标准
社区		积极关注国际社会和当地社区的进步与发展问题，注重开展反映联想特色、调动员工热情参与的社会公益活动，推动社会可持续、和谐发展

联想定期编写出版企业社会责任报告，就企业社会责任与行为与利益相关方进行沟通。联想还在企业网站上及时更新社会责任内容，实时发布最新政策、活动进展和数据资料。

同时，联想针对不同利益相关方的诉求，通过品牌推广、内部沟通、人力资源、投资者关系等各部门和渠道就联想社会责任理念、原则、目标、实践等内容，进行日常沟通。

联想还将建立开放式的利益相关方对话机制，以及时了解和回应利益相关方的期望。除充分利用现有沟通渠道，联想还通过调查问卷、访谈、论坛、年会等形式来主动扩大和深化与利益相关方的交流，以更好地履行企业社会责任，提供更符合社会和环境需求的产品和服务。

当发生社会责任危机时，联想会通过危机管理体系迅速做出反应，召集相关部门，分析、确认危机的性质、原因及发展势态，并与政府、媒体、用户、行业协会等利益相关方保持畅通的交流，及时发布危机处理计划、过程和结果。

3.联想的经济责任

3.1 业务回顾

2007/08财年（2007年4月1日——2008年3月31日），联想持续经营业务（不包括手机业务）的综合销售额为164亿美元，较去年同期增长17%，联想的个人电脑销量比去年同期增长22%，高于预计市场平均16%的增长。同时，联想的营利率也有所上升，反映了运营效率的提高。出色的业绩证明了联想的并购整合策略是符合公司的长远发展目标的。

联想销售额与员工人数：

	销售额（亿美元）	总员工数（人）	
2003	25.9	9705	注：截至2004年3月31日统计。
2004	29.7	11408	注：截至2005年3月31日统计。
2005	28.9	9682	注：截至2006年3月31日统计。
2006	133	19500	注1：截至2007年3月31日统计。 注2：2005年5月，联想并购原IBM个人电脑事业部。
2007	164	23200	注：截至2008年3月31日统计。

（注：表中所统计销售额及总员工数均包括手机业务。）

联想集团董事会主席杨元庆表示：“联想不仅获得超过市场平均增速的成长，而且同时获得赢利能力的改善，这是竞争力切实改善的结果。面向未来，我们会保持在关系型业务以及大中华区的优势，同时全力推动交易型业务模式和消费业务在全球的拓展，进一步向盈利性增长的目标迈进。”

随着社会信息化进一步深入到人们的生活当中，全球个人电脑市场将会以两位数字增长，尤其是联想具有优势的亚洲及新兴市场。截至2007年12月31日的第三财务季度的总营业额中有75%来自美洲以外地区，总营业额中有近60%来自中国以外的地区。

联想的首席执行官阿梅里奥表示：“踏入2008年，个人电脑市场的增长势头持续，联想的重点策略也显著推进。2008年是集团将Think系列产品从IBM标识全面过渡至Lenovo (联想)品牌的第一年，因此本年度对我们而言将是重要的一年。此外，随着联想推出Idea系列全球消费品牌，以及作为北京2008奥运会的全球赞助商，我们深信2008年将成为联想品牌在国际舞台上突破的一年。”

联想在保持在个人电脑的市场地位的同时，还将业务扩展到工作站和服务器等毛利较高的产品范畴，进一步平衡产品的组合，保证公司的持续成长。

3.2 联想对投资者的责任

联想对股东和投资者的主要责任在于及时、准确地披露经营和其他重大信息，提供合理投资回报，实行责任投资的基本原则，以企业健康发展回报股东的长远利益。

为此，联想实行如下基本政策：严格公司治理，提高透明度；从股东的长远利益出发，为股东和投资者的投资提供合理的回报；在企业经营过程中坚持责任投资的理念和原则，将是否符合社会责任相关要求作为决策的重要参考。

3.2.1 公司治理与投资者关系

联想由董事会负责公司整体战略，管理层在首席执行官领导下负责日常业务。董事会对管理层的授权与程序均有明确的书面规定。同时，董事会还负责编制真实、公平反映公司财务状况的各种报表。

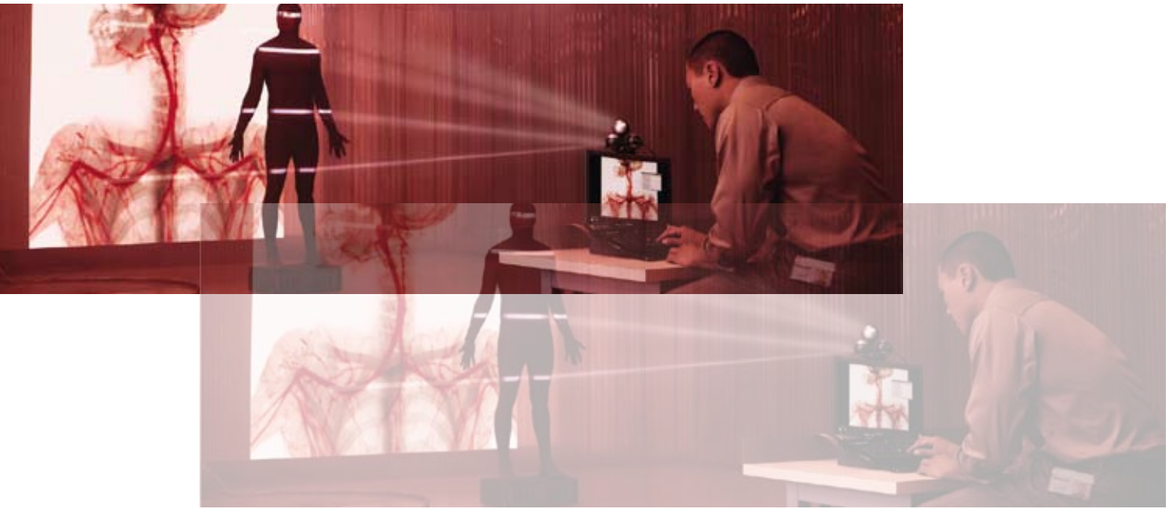
联想董事会现有12名成员，其中2名为执行董事，6名为非执行董事，4名为独立非执行董事。各独立非执行董事的独立性均严格遵守法律规定。同时，董事会主席及首席执行官的职位由不同人士担任，以确保职责分明，权责均衡。

联想董事会下设审核委员会、薪酬委员会、战略委员会和公司治理委员会。审核委员会的职责是协助董事会对财务报表及内部监控制度进行独立检讨，担当顾问职能。薪酬委员会负责计划公司的薪酬政策及决定公司董事及高管人员的薪酬方案。战略委员会负责协助董事会决定公司的愿景、长期战略和中期目标及检讨公司的年度目标，同时对董事会主席及首席执行官进行评估，并向薪酬委员会提出建议。公司治理委员会负责协助董事会监察董事会的组成及高级管理人员继任规划，制订公司治理原则和决定董事会考核标准及程序。

随着联想业务在全球稳步发展，联想继续以积极进取的态度，通过网上直播、电话会议和面对面的会议等不同形式加强与投资者的沟通。联想还保持与投资者的定期会面，多位投资分析师对公司进行长期跟踪分析研究。2007年6月，联想在香港召开证券分析师会议，请公司管理层向投资者详细阐述公司战略，众多证券分析师和基金经理出席会议。

联想对投资者关系的承诺和不断加强投资者关系的努力得到了广泛认同。2006年12月，《投资者关系（IR Magazine）》杂志通过数千名投资经理与分析师的投票选出了在各个地区、各个类别中投资者眼中最为出色的公司。联想获得了中国地区的 “投资者关系优异证书”，并被提名为全球知名的“最佳投资者关系大奖（非国有企业）”的候选公司。

2007年，在《亚洲财经（Finance Asia）》对中国公司举行的类似评比中，联想在“最佳管理”类名列第五，在“公司治理”类名列第六，在“最佳投资者关系”类名列第四，在“最佳首席财务官”类名列第一。



3.2.2 为股东创造价值

为股东提供符合社会责任的价值最大化是公司的基本责任。联想注重股东长期利益，坚持创新，勇于国际化，以出色的业绩向股东交出了一份满意的答卷。

回顾联想国际化的历程，并购之后第一年里，在稳定的前提下，通过协同效应，联想有效地降低了成本，保持了稳定的利润。2006年3月，联想国际化进入第二阶段，通过结构重组，大幅度降低成本，另一方面也达到了增强产品竞争力的效果，再加上通过业务模式的扩展，来增强业务模式方面的竞争力，带动了盈利能力的提升。

从2007年年初开始，联想国际化进入第三阶段。2007财年的第一季度，联想营业额达39亿美元，同比增长13%，EBITDA（不包括重组费用）为1.82亿美元，上升125%。与此同时，联想电脑销量增长超过22%，远高于13%的市场平均增长率。紧接下来的第二财季，联想在所有经营区域均取得增长，第二季度的营业额较往年同期增长20%至44亿美元。联想个人电脑的销量连续第三个季度超过全球个人电脑市场的平均增长水平，年增长达到23%，远高于市场平均增长的15.7%。不仅如此，联想的赢利状况也获得改善，毛利率从去年同期的13.0%提升到15.1%。

为支持全球业务拓展，联想还制定了四大战略举措，通过落实拓展交易型业务模式，优化供应链，提高台式电脑竞争力，打造强大的联想品牌这四大战略举措，联想获得了持续而强劲的增长，为股东创造价值。

3.2.3 塑造创新型企业的竞争力

“追求高品质和性价比，在有限领域成为领先的功能应用创新者”是联想技术创新的宗旨。联想自创立以来，一直以创新作为企业发展的源动力，每年的技术创新投入近25亿元人民币，努力以创新来增强企业竞争力。联想的全球研发架构共有1,700多名工程设计人员，以中、美、日三地为核心的全球一体化研发团队使联想获得了更广泛和更持久的自主创新能力。凭借强大的全球研发实力，联想的自主创新更加贴合IT发展的最前沿。目前，联想共持有5,000多项技术专利。

联想为技术创新建立了世界一流的、24小时不间歇的全球研发运作体系。联想与英特尔、微软、蓝戴斯克、IBM、赛门铁克等厂商联合创立了未来技术中心、联想技术创新中心、EMC实验室、可靠性实验室、破坏性实验室、音效实验室、主板实验室等遍布全球的46个实验室。在中国，联想建立了北京、深圳、上海和成都四大研发机构。在美国北卡三角科技园和中国北京，联想还设立了业内独一无二的创新中心，向客户、合作伙伴、系统集成商和独立软件开发商提供新型个人计算协同方案。

联想还牵头进行了一系列行业前沿的技术开发工作。比如由联想发明的闪联技术是全球3C协同领域第一个ISO标准，并已经累计申请了140项国内专利，45项国际专利。2007年12月，基于该标准的闪联标准底层技术获得中国信息产业部第七届信息产业重大技术发明奖。此外，联想在信息安全技术方面推出的LTT（Lenovo Trust Technology）安全解决方案，也获得了业界的广泛好评和客户的信赖。

在产业发展正从技术驱动型转变为应用设计驱动型的趋势下，联想的创新能力不仅仅停留在技术上，同时也加强了设计领域的创新。联想创新设计中心采取多专业协同创新模式，拥有14个设计实验室，打造了一支来自中国、美国、德国、意大利等多个国家、跨越10多个专业、90余人的综合性、跨专业协同团队，研究范围涉及用户研究、产品设计、结构设计、平面设计、交互设计、同步制造、模具工程、材料工程等多个领域。

2007年，联想设计的“祥云”奥运火炬方案在全球388个方案中胜出，体现了联想的卓越工业设计水平。联想最近推出的IdeaPad U110型笔记本中在全球最大的消费电子展——第四十一届国际消费类电子产品展览会（CES）上被权威媒体评选为“CES最佳产品”和“CES电脑/硬件最佳展品”两项大奖，成为唯一获此最高殊荣的笔记本电脑品牌。2008年2月上市的联想高端产品ThinkPad X300笔记本电脑也以其简洁、典雅的设计与贴心的实用性获得了业界青睐，并被《商业周刊》封面报道，获Top100，NO.5。

在企业管理方面，联想也不断探索，不断学习，不断创新，不断提升，力求卓越。例如，联想通过建立组织尽职审计制度，对企业高管在任和离任后的业绩进行深度评价，从而促进建立有助于组织的长期发展的团队文化，保证企业领导力的传承。在营销方面的“双业务模式”也是联想勇于进行管理创新的成功例证。

3.3 联想对产业链伙伴的责任

联想对上、下游产业链伙伴的主要责任是以坦诚、平等、互利合作、诚实守信为核心价值观，共同履行社会责任，为社会提供优质、安全、环保的产品，在为客户提供更加优质满意的服务的过程中，实现共赢与发展。

3.3.1 倡导多元化平等合作关系

随着联想业务在全球的扩展，包括销售商与服务商等上、下游产业链伙伴在内的联想产业链伙伴的队伍也日益壮大和多元化。联想致力于在全球各地建立多元化的、平等互利的商业关系。

联想要求全体员工都必须严格遵守公司所在地的法律法规，在商业活动中严格做到机会平等。例如，联想的公平采购规定要求采购部门必须为所有符合要求的企业提供平等的参与机会，不能因为代表企业的个人的情况有任何形式的歧视行为。同时，在各个国家和地区，联想还在积极地寻求与当地不同企业建立密切的业务关系，以进一步增加公司商业关系的多元化。

联想在与商业伙伴的合作中另一重要原则是提倡公平，坚持公平对待所有的销售商和服务商，不因自身优势地位提出不合理要求。同时，为销售商和服务商提供全面周到的支持和及时有效的沟通，以帮助他们更好地了解联想的业务需求，共同努力，进一步提高联想的产品和服务质量，使客户满意。

除了完备的合规体系，联想还建立了采购问题申诉处理部门，作为供应商和服务商解决无法通过正常商业渠道获得圆满解决的问题的特殊渠道，以促进联想与合作伙伴建立更加开放、有效和富有成果的共赢。

3.3.2 引领产业链的责任潮流

联想一贯秉承高度的商业道德，有完备的合规体系和员工守则，并积极在供应商及业务伙伴中推行，引领产业链的责任潮流。联想与供应商深入合作，将社会责任理念全面贯穿到产品的设计生产的全过程，协助合作伙伴提高社会责任管理水平，监督执行包括人权与劳工问题在内的各项社会责任标准。

联想是电子行业行为规范（EICC）准则的管理委员会成员，严格遵守《电子行业商业道德准则》中规定的职业安全、尊重员工等各项规定，且完全符合准则在强迫劳动和童工方面的规定。同时，联想对供应商在各方面的表现也有严格的符合国际标准的规定。例如，联想的采购部门设有专职的全球采购专员及热线来收集和处理任何违反商业道德的行为。

同时，联想还致力于带动整个电子产业为环保做贡献。自成立以来，联想一直致力于成为环保带头人，在从产品设计到回收利用的各个环节提倡环保，同时还要求供应商与服务商善尽环保责任，如要求供应商严格遵循《关于用于联想产品的材料、部件和产品的基本环保要求》。联想鼓励所有主要供应商申请进行ISO14001认证，并对通过认证的企业给予优先合作。

4.联想的社会责任

4.1 联想对客户的责任

联想对客户的主要责任是为客户提供创新性产品与服务，帮助客户提升生活品质和工作效率,实现客户的满意与成功。为此，联想将努力采取以下各项措施来不断提高产品与服务的品质、安全性和便利性，从而更好地服务客户：

- 所有产品和服务都以客户的需求为中心
- 采取有效措施保证产品使用的安全性和便利性
- 提高客户满意度
- 将产品和服务的有关信息全面、准确、及时地传递给客户
- 尊重客户隐私，不泄露客户信息

4.1.1 开发安全、优质产品

联想以优质的产品、解决方案和服务来满足客户，始终将客户的满意作为产品开发中考虑的首要因素。首先，高度重视产品的质量和安全，尤其重视确保产品从制造、运送、安装、使用、服务到终期处理的整个生命周期的安全性。

联想对产品安全的重视体现在公司的各项规定中，公司要求所有员工必须致力于使公司的产品符合所在地的各项安全标准，并注意监督供应商满足要求。同时采取措施，鼓励员工积极参与改善产品安全及性能的活动，并为此创造条件。联想还对可能发生的产品安全质量问题设计适当的应对预案，确保有及时的救助措施来保护客户和员工的健康与安全。

4.1.2 面向用户、服务社会

丰富的电子信息产品和服务是社会信息化的必要条件。联想通过不断推出能够满足各类客户的各种需求的产品，多层面地促进了社会信息化的发展，尤其是在广大的发展中国家市场。

引领国际品质，服务企业客户：

安全、稳定和易用是凸显产品国际品质的重要指标。联想整合后的强大研发实力保证了联想产品设计的国际化品质，同时，全球化供应链的形成进一步强化了联想的质量控制能力。联想针对高端商业用户的Think、开天、启天和昭阳系列产品以优良的安全性能和便捷的操作满足了企业与机构客户的需要，尤其是移动办公的先驱ThinkPad笔记本电脑。

开发低价电脑，弥合数字鸿沟：

现代通信技术为知识的传播与获得带来了无限的机会，尤其是对广大发展较为落后的发展中国家。针对这些市场，联想开发的高性价比，能满足人们基本的信息需要的普及型电脑，使人们能够以最小的投资来跨越数字鸿沟，提高教育水平与工作效率，从而促进经济发展与社区建设。

释放快乐价值，丰富多彩生活：

联想在中国成功的关键之一是在创立之初就注意到电脑的休闲价值，率先提出了“家庭电脑”的概念。随着宽带网络的普及和数码产品的丰富，家用电脑的休闲应用也向着全方位、多元化的方向发展。2006年11月，联想首次向外界公布了其以LVT宽带智能管理技术为核心的创新策略，该技术赋予联想娱乐PC更加强大的休闲娱乐性能，使用户能够享受到更加丰富的娱乐资源。联想最近推出的IdeaPad 系列笔记本是又一系列优秀的消费类电脑产品。

4.1.3 以一流服务提升客户满意度

在中国，联想在售后服务方面成就了众多的行业“第一”：第一个实现三年保修、第一个推出上门服务、第一个推出节假日无休服务、第一个敢于承诺修复时效、第一个为奥运提供IT支持服务的中国厂商等等。

2005年2月，联想在中国针对台式电脑用户推出了“2×2×365”快速修复服务。联想承诺在全国范围内，在任何时间对用户的服务要求都在2小时进行回复，在首批1,250个城市承诺在送修的第2天完成修复。全年无休的服务承诺和覆盖广泛的维修网络，不但从时间和地点上最大限度地方便了用户，还以其专业维修服务人员保证了服务的品质，所有这些使联想的服务体系成为了中国电脑行业的行业标杆。

联想周到的服务得到了广泛的认可：八次问鼎CCID年度服务大奖，四次蝉联CTI中国最佳呼叫中心，荣获一百多项政府、媒体、业界颁发的服务奖项。联想在中国35个城市进行的调查也显示在行业内，联想的客户满意度得分长期稳定在较高的水平。

在美国，联想的笔记本PC电脑产品在“科技企业研究（TBR）”2006年第四季调查中获得了客户满意度第一。2007年10月，美国的rescue.com对四万多个消费者求助电话进行的追踪调查中，联想客户服务的可靠性在个人电脑行业排第二。另外，联想在一家主要的美国消费者刊物近期进行的技术支持服务质量评比中也名列第二。

优秀的服务不仅为联想赢得市场，不断吸引新用户。同时，联想对服务的重视已经深入到了企业文化的核心，所有员工都坚持以实际行动诠释了联想作为国际化品牌所具有的一流服务品质。

联想服务案例：传承奥运精神，尽享“专属服务”：

可信赖的优质服务是联想在企业级市场除产品以外的另一个差异化核心竞争优势。联想面向企业客户推出了“专属服务”，承诺“长期锁定、贴身定制、及时响应”，通过专门的全方位一体化服务体系，覆盖了客户在售前、售中到售后的全部环节。“长期锁定”指对大客户有专人7×24小时服务；“贴身定制”，指服务内容根据客户的行业特点、个性化业务需求设计定制；“及时响应”指通过完善的应急反应机制确保快速解决客户问题。

联想长期重视产品服务，在服务团队人员和技术水平的培养和服务体系的不断完善方面付出了巨大的努力。都灵冬奥赛事是联想在国际范围的一个最大的客户，正是凭借多年来为商业客户打造的专属服务体系，联想在为其服务的两年内，圆满完成了从产品和备件的柔性供应体系，到第一时间客户响应的各项支持服务。并且通过在国际化环境下的实际操作，造就了一支具有国际水平、响应迅速、协作有效的精英服务团队。

为了让更多的中国本土客户享受到国际水准的服务，努力将服务整体水准提升到奥运赛事的服务要求高度上，2006年4月开始,联想在中国18个区域举办的“传承奥运精神，尽享专属服务”活动，大力推广 “专属服务”理念。在100多天的巡展中，联想奥运工程师精英团队在全国各地巡回展示，让超过20万的企业用户亲身体验了联想在都灵冬奥赛事的计算设备实施和相关服务的经验，促进了“精英服务模式”在中国的快速普及。

4.2 联想对员工的责任

联想对员工的主要责任是为员工提供良好的工作环境和广阔的发展空间，努力实现员工与企业的共同成长。为此，联想积极维护员工合法权益；创造良好的工作环境；给予合理的待遇；提供教育和培训，为员工创造发展的空间。

联想将努力做到：

- 为员工提供多种形式的教育、培训机会，创造充分发挥个人才能的成长空间
- 对员工的努力付出给予公正的评价与合理的回报
- 为员工创造安全、健康、高效的工作环境
- 不因种族、肤色、性别、宗教、政见、民族血统或社会出身对员工施加歧视性就业与职业待遇
- 不使用童工，不进行任何形式的强迫劳动，保护员工的个人隐私

4.2.1 创造平等、公平的工作环境

联想作为一家国际性公司，其员工队伍的构成充分体现了国际化及多元化的特点。联想在世界各地拥有约23,200名员工，其中在中国约有17,000名，在其他国家有约6,200名。

联想高度重视男女平等，在企业内部，联想组织建立了名为“联想领导层中的女性”（WILL）的新的女性活动计划，联想高级副总裁弗兰·欧萨利文等是活动的执行发起人。

作为一个真正的全球性公司，重视和尊重多元化及文化融合是联想获得成功的基础。员工在各方面的多样性有助于企业更好地向客户提供满意的服务，吸引并留住优秀人才，为员工发挥潜力创造环境。联想重视所有员工的价值，认可他们的差异性为联想的成功所做出的贡献，并致力于提供一个没有歧视和骚扰的工作环境。在管理组织上，联想对多元化工作给予了高度重视，由首席执行官阿梅里奥对企业多元化进行总体负责，并任命专人担任多元化官员。2007年1月，联想还在公司内部正式组建了全球融合和多元化部来管理公司的多元化工作。2007年，联想在全公司范围内对所有员工进行了多元化培训，以确保员工对多元化的重视，更好地为联想大家庭贡献力量。

联想在企业内部建立了完善的员工权益保障体系。首先，联想建立了对员工申诉的受理办法与程序，鼓励员工在权益受侵害和骚扰时向主管或人力资源部进行申诉。同时，联想还制订了鼓励员工对违反法律及商业道德、对健康和安全构成实质及具体危险、违反公司政策的各种行为进行举报。联想对进行申诉与举报的员工有严格的保密与保护措施，严禁任何形式的打击报复。

4.2.2 重视职业安全与健康

联想把职业健康和安全定为经营的重要课题之一，在公司政策中明确阐述了职业健康安全对联想本身和联想业务发展的重要性，并制订有覆盖联想在全球的所有分公司和工厂、所有员工、所有在联想工作的承包商以及访客的职业健康安全规章制度。

联想高度重视安全生产，制订有严格的安全生产规章，并为员工配备必要的安全防护用品，并安排专人负责职业健康与安全工作。联想全球职业健康和安全（OHS）团队负责制订职业健康安全政策、工作程序和作业标准并监督其实施，同时负责促进联想与员工、承包商等相关方之间的联络协商，以消除安全隐患。联想还通过执行OHSAS18001职业健康和安全管理体系来更好地管理健康安全方面的风险。联想正在努力在它的全球每个制造工厂推行OHSAS18001认证。目前，联想所有的制造工厂，包括中国和印度的工厂，都已通过了BVC审核认证，获得了正式的新版OHSAS18001:2007认证证书。

高素质的员工队伍是联想持续创新与发展的最宝贵资产，所以，以建立知识性组织为目标，联想还在企业战略、计划、评估以及所提供的产品中考虑员工的健康和安全要求，重点实施并改进流程和控制环节，为员工提供适当的健康与安全培训，以防止出现工伤事故、职业病和疾病。联想还制订有详细的事故调查与处理规定，以确保所有发生的工伤事故都会得到调查，并在日后采取措施预防同类事件再次发生。例如，在各工厂，联想大约实施有30多个不同的涉及安全、工业卫生、职业健康与员工保健的计划和紧急应急计划，每年联想还对各厂的职业健康与安全情况至少进行两次审查评估和一次审计。

联想为每位员工都提供有各项医疗保险和福利，以及包括职业健康、心理问题、疾病问题、预防医学等各方面的内容的咨询服务。例如，在中国，联想的健康促进计划为员工进行定期体检和全面的职业健康咨询。同时，联想还对因公旅行的员工提供有24小时的紧急全球医疗救助服务。

联想还发展了解决员工心理问题的“员工援助计划（EAP）”，为有需要的员工及家人提供免费的匿名心理辅导与咨询，帮助员工进行压力管理及更好地平衡工作和生活。

案例：联想中国的EAP计划

4.2.3 拓展员工成长通道

在联想，除了为员工提供合理薪酬外，还积极鼓励员工树立终身学习的观念，参加培训和学习。为此，联想为员工提供职业化素质培养、管理能力培养、专业能力培养等培训课程。根据公司要求、部门业务和员工个人发展需要，员工也可申请参加公司组织的各项培训。此外，联想还高度重视员工领导能力的培养，联想计划在2008年1季度完成制订一套完备的领导能力发展框架，以加强公司内部的管理人才储备。

联想的员工可以根据个人的职业兴趣与专长选择行政升迁和专业发展两种发展道路，联想自行建立的技术职称体系为各类专业技术人才提供了更多的选择机会和发展空间。通过明确各类岗位的胜任能力要求，联想为员工确立专业发展路径和方向，并有针对性地开发系列培训课程，使员工可根据自己的情况有重点地进行能力提高。若公司内训课程无法满足员工需要，员工可申请参加外派培训项目。

为了保证员工在联想得到更大的发展空间，联想还推行关键岗位骨干员工轮岗制度，基层以至中层管理岗位的竞聘制度，鼓励员工通过竞聘的方式展示自己脱颖而出，多方面发展自己的工作能力。联想的2007年全球人力资源发展目标是要完成一套新的员工流动性项目，重点在全球各地轮训高层管理人员。

以联想大中华区为例，2007年，联想围绕专业序列，打造一套在岗实践、模拟实战培训、轮岗三位一体的员工培养和发展体系；并且进一步明确管理岗位的职位标准和路径，清晰化晋升体系和晋升文化；通过薪酬体系改革，持续提升薪酬待遇竞争力。该体系还明确了国际化工作技能的要求，持续提升国际化工作能力，给予长期贡献者奖励和优先发展的机会。通过“继任者计划”，“Top100计划”和“Knowledge Exchange国际轮岗计划”三大人才培养计划的实施，提高企业发展的人才潜力。

4.2.4 搭建文化融合的桥梁

走向世界的联想面临的不仅是业务的整合，更重要的是文化团队的融合。在联想进行全球整合和市场拓展的过程中，强大的文化是不容忽视的基础。联想高度重视文化融合，在并购时就制订了以“融”致“合”、和谐为纲的“坦诚、尊重、妥协”三原则，来指导企业内部跨文化的整合。经过几年的努力，联想已成功完成对企业文化的整合与过渡，形成一个共同的、明确的文化框架——“联想全球新文化”。

随着联想业务在全球的进一步拓展，联想在公司内部也加强了对所在地文化的了解与沟通工作，在重视每位员工独特的文化与民族背景的前提下，提供机会与渠道，让他们互相了解，使联想成为一座不同文化进行沟通与融合的桥梁。例如，联想中国长期开展各种被形象地命名为“文化鸡尾酒行动”的多元文化融合活动，半年多的活动中共有近11万人次参加了与文化有关的讨论与交流，2007年12月，联想在全球范围内组织了“文化罗盘”活动，联想在全球的员工就“追求绩效”、“赢的态度”、“拥抱变革”、“坦诚沟通”这四个联想新文化所倡导的行为在共同的网络平台上畅所欲言，进行了充分的讨论和沟通。这些活动极大地加速了员工间的文化融合及对联想新文化的认识，同时也有助于实现业务的融合。

联想在公司内部的机构建设上也突出了对公司人员与文化的多元化的高度关注。2007年1月，联想特地建立了全球融合与多元化部来组织和促进企业文化的进一步融合，计划在从2006年到2009年分四个阶段来实现联想的“全球新文化”。在企业内部，联想通过调查、访谈、对话、高管沟通等一系列活动进行了大量“联想全球新文化”的建立和推广工作。

4.3 联想对社区的责任

作为社会的一个重要部分，联想积极关注国际社会和当地社区的进步与发展问题，注重开展体现联想特色、调动员工热情参与的社会公益慈善活动。

联想的公益慈善战略脱胎于联想作为一个源自新兴市场的创新、高效的“新世界企业”的总体战略，强调对人们创业的能动性的调动，所以联想重点支持那些具有强烈创业意识的组织。联想将收入的1%拿出来进行捐赠，在世界各地发展合作伙伴，扶助小企业发展，在需要帮助的社区建立“联想小企业孵化器”，还在中国建立了创新性的战略公益投资项目。联想集团2007/08年度的公益支出预算额为350万美元。在中国，联想从1995年至2005年底，公益捐赠总额已经达到6,000万元，极大地推动了社会公益和慈善事业的健康发展。

4.3.1 缩小数字鸿沟

作为一家全球领先的IT 厂商，联想积极推动信息技术普及，凭借IT技术优势助力缩小数字鸿沟。长期以来，联想一直致力于为广大的不发达地区提供满足特定需求的电脑产品与信息化服务，助力缩小数字鸿沟。

在仍有近60%的人生活在农村地区的中国，联想开发符合广大农村市场需求的电脑产品，帮助当地经济、社区与文教的发展，并作为培育新市场，实现业务增长的有效手段。

2003年，联想启动“农村（党校）远程教育项目”，以联想电脑为基础设备，通过宽带、卫星、广电三类模式推进农村党员干部现代远程教育。几年间，联想协助组建了20多万个终端教育站点，整合开发了近4万个教材课件，接受教育培训的农村党员干部和农民群众达2亿人次。

自2004年起，联想就开始推行“圆梦计划”，推出面向农村市场的低价教育电脑产品，同时深入乡镇、开展电脑知识普及活动。实施三年多来，已有近400万农村客户应用到了联想提供的科技产品。

2007年，联想在中国推出“新农村战略”。计划在三年内，把联想的信息科技产品带进中国10万个行政村，辐射影响到30万个行政村,让300万以上的农户能够“用得起”和“用得好”信息科技产品。

联想的这些努力极大地推广了农村信息化普及，同时也为联想带来了丰厚的回报，目前该市场已占联想整体销量的30%，并为联想在海外开拓类似条件的市场提供了宝贵的经验。

“圆梦计划”大事记：

- 2004年8月，“圆梦计划”正式发布，低价电脑进军乡镇市场
- 2004年10月，联想启动旨在普及电脑知识的“圆梦快车千校行”活动
- 2005年5月，联想推出面向乡镇地区学生的“家悦”系列教育电脑，并开发了配套的“联想100分学校”和“网络爸爸”等具有学习教育特色的应用功能
- 2005年9月，联想与教育部合作，在全国范围内开展了《同在蓝天下》活动，走访近50个城市，深入了解5、6级用户的切实需求
- 2006年，联想与北京奥组委举办了为期一年的“奥运联想千县行”大型公益活动，让偏远县镇地区的青少年也能近距离接触奥运
- 2007年8月，联想启动新农村战略，将“圆梦计划”推进到第二阶段。联想发布更加简便易用的系列农村电脑，特色应用软件——联想致富通

4.3.2 支持公益领域创业

联想在2007/08年度的两个主要目标是明确联想作为“新世界企业”的定位与创业特性，并为打造强势的企业品牌建立信任基础。与此配合，联想开始设立各种以支持人们创业脱贫为重点的战略慈善项目，力争到2010年能够完成资助10万人创业的目标，至今这些项目已经资助了超过5万人。

此外，联想还积极从资金、物资与人才方面资助小额贷款事业的发展，使更多的穷人能够获得创业脱贫的启动资金。联想还试行了让员工深入到联想的慈善合作伙伴中进行亲身体会的项目来鼓励员工参与公益事业，并设立了一项新的基金来支持员工在所在社区进行社会创业活动。

联想2007/08年度公益慈善统计：

2007年12月，联想在中国启动了公益创投计划，以“让爱心更有力量”为宗旨，在全国范围公开征集公益组织，为其提供创业资金以及能力建设和志愿者服务。公益创投计划是联想引入创新公益机制的重大举措。联想致力于通过这项计划，将自身优势与公益组织充分分享，为有志于在中国公益领域创业的个人和机构提供关键支持，促进中国公益事业发展，为构建和谐社会贡献力量。

联想公益创投计划的选拔标准包括：“追求社会效益的最大化；具备可持续发展的特质；能够把公益领域使命清晰、开放分享的特点，与企业运营高效、管理规范的优势相结合；符合联想社会参与的四大领域，即缩小数字鸿沟、环境保护、教育和扶贫赈灾。”

联想计划在首期投入300万人民币资金来支持15至20个公益组织。在公益创投计划的实施过程中，联想将根据各个公益组织的特点，与公益专家共同制定有针对性的能力建设方案。联想公益创投综合能力建设团队将负责方案的实施，团队成员包括联想高管、联想志愿者和公益专家。这些团队将把联想在IT技术、战略规划、人力资源和财务管理等方面的实践经验，逐步嫁接到公益组织，帮助公益组织成长为具备可持续发展能力的高效率机构，提升公益组织的社会效益。目前，联想已经选定了公益创投计划首批支持的五家公益组织。

参与公益组织	领域	内容	联想已提供的支持
多背一公斤	教育	倡导“公益旅游”，鼓励旅游者出行时多背一公斤书籍和文具，带给旅游目的地的孩子们，开拓他们的视野，并与他们真诚交流。	联想志愿者与“多背一公斤”志愿者共同组织公益之旅，前往泸沽湖畔的达组小学，带去文体用品，并与孩子们深入交流，开拓他们的视野。
四川省南部县乡村发展协会	扶贫	通过“种畜传递”的创新方式，带动农村扶贫。	
山水自然保护中心	环境保护	引入国际环保组织的先进方法，结合中国本地实际，致力于中国生物多样性的保护。	联想志愿者咨询团队为中心制定了助长方案，并将针对中心的需求，与之进行优势资源共享。
红丹丹教育文化交流中心	教育	为盲人讲电影，关注残障人士的精神需求，并为盲人提供系列职业培训。	联想志愿者为“红丹丹”设计了一套音频数据系统，它将帮助“红丹丹”更加便利地管理音频文件，让更多的盲人朋友通过网络，听到大伟讲电影。
中国村络工程	缩小数字鸿沟	为贫困地区建设信息站的方式，开展信息化扶贫，缩小数字鸿沟。	

“联想公益创投计划，是联想企业社会责任战略的重要组成部分，是联想加大社会投入、引入创新公益机制的重大举措。我们致力于通过这项计划的实施，将联想的企业优势与公益组织充分分享，为有志于在中国公益领域创业的个人和机构提供关键支持，促进中国公益事业发展，为构建和谐社会贡献力量。”

——陈绍鹏　联想集团高级副总裁兼大中华和俄罗斯区总裁

外界评价：

我相信联想公益创投计划将成为一个展示中国公益组织创新发展的平台，促进企业界、学术界及公益组织的合作，广泛传播公益创投这一创新理念。

——杜晖贤　联合国全球契约办公室高级顾问

企业天生具备注重效率、结果导向的发展机制，在这一点上，公益组织要向企业学习，要用企业家精神经营非营利组织。联想在国内率先应用公益创投这一机制，为企业在中国更好地履行社会责任做出了重要探索。

——徐永光　著名公益专家、“希望工程”创始人

联想公益创投计划所强调的能力建设、可持续发展的公益思路，让我们耳目一新，也为扶贫工作提供了新的发展发向。

——林嘉骅　中国扶贫开发协会常务副会长，全国政协委员

4.3.3 联想全球“创业希望计划”

联想从无到有，从小到大的创业经历是对人们创业精神的最好例证。为此，联想鼓励全世界的人们勇敢创业，希望通过社会投资来提供机会给需要中的人们，使他们能够通过自己的努力与奋斗来改善自己的生活和当地社区的生存环境。

2007年，联想在全球推行了“创业希望计划”。“创业希望计划”是一个通过为发展中国家和地区的个人与小企业提供贷款来促进社会发展和社区进步的发展项目。联想计划将年度公益预算的80%投入到需要帮助的社区，扶植人们的创业脱贫行动。同时，联想将参加“创业希望计划”作为带动员工投身公益的有效途径之一。

由于联想重点关注那些急需帮助的社区，大部份资助都被投向南亚、东欧、拉美和非洲地区。联想通过小额贷款组织，如国际机会组织(Opportunity International)，向发展中国家和地区需要帮助的人们提供创业所需的小额贷款。2006年，国际机会组织授予了联想“年度公司慈善家” 的称号。2007/08年度联想成功地在欧洲与沛丰国际（PlaNet Finance）合作，在美国与Allan Houston基金会合作，分别设立重要的创业资助项目。

联想与TechnoServe基金会合作，通过赞助商业计划大赛，帮助当地中小企业成长。2007年，联想前后在加纳、坦桑尼亚、肯尼亚、南非和美国纽约州进行了创业计划评选，并给胜出的20家小企业提供启动资金、咨询及其它商业服务，扶植它们发展。在美国，联想还与非盈利组织世界资源研究所（World Resources Institute，WRI）合作，为绿色环保领域的中小企业提供融资以及机构能力建设服务。

此外，联想为迪坎贝·穆托姆博（Dikembe Mutombo）基金会在刚果的金沙萨建立新医院提供支持，联想为这家医院捐赠了互联网技术基础设施，并为医疗人员提供北卡罗来纳大学的奖学金，以便他们能够更好地为这个医院服务。联想还与NBA建立了合作，NBA护理中心和联想正在帮助在全美国建立阅读和学习中心，并为这些中心提供设备。

创业希望计划的成功案例：联想帮助南非妇女实现泥塑人偶创业点子的故事

国际机会组织（Opportunity International）是一个知名的小额贷款机构，联想因其工作系统、全面细致而选择与其合作，一道向贫困中的创业者提供启动业务所急需的小额贷款，同时向他们提供商业和生活技能的培训。这种做法使贷款能更有效地用于助力企业增长和增加收入。

小额贷款的一个重要环节是一个由15至20名贷款者组成的“担保组”。贷款针对“担保组”发放，每个“担保组”每周开一次会，为成员的小生意制订方案，利用贷款进行创业。如果有组员违约未能及时偿还贷款，其他成员将分担其债务。

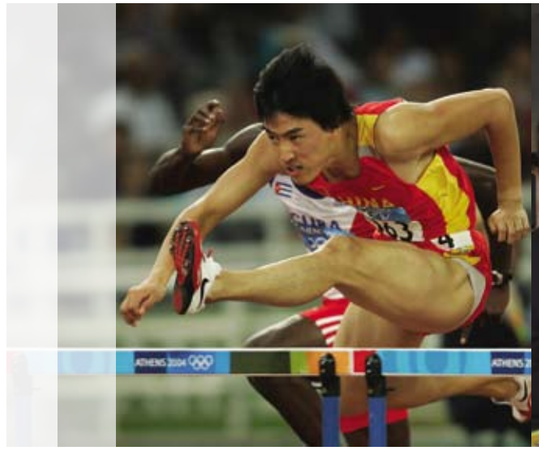
联想通过国际机会组织向贫穷但有创意的创业者提供小额贷款。南非的瑞梦达女士有8个孩子，生活非常窘迫，经常断炊。她有一个制作泥塑人偶的创业点子，却没有创业资金，但她很幸运地遇到了联想的项目。她的第一笔贷款是2000比索，约合200美元，用来购买制作模子和漆。开始的时候，她需要走街串巷挨个敲门去把她的产品卖给商店，如今商店已经开始主动上门订货，她每天工作12个小时以赶制订货。现在她的家庭已经解决了吃饭问题，甚至已经开始有储蓄。

近年联想的慈善捐赠项目（部分）

- 2008年1月，联想向中国政府捐赠300万元用于中国南方雪灾的救助工作
- 2006年 联想奥运千县行，向贫困学校捐赠上千台电脑；向总部所在的美国北卡罗来纳州的“新学校项目”提供了价值10万美元的电脑；与美国克拉姆登（Kramden）协会合作，为低收入学龄儿童提供别人捐赠的、修理过的家庭电脑，以帮助填平数字化鸿沟
- 2005年 捐赠印度洋大海啸受灾地区50万美元；捐赠了1,500台电脑给卡特里娜飓风影响地区
- 2004年 出资100万元设立“联想进取教育基金”
- 2004年 捐赠新疆、云南灾区电脑各30台
- 2004年 联想成为国际奥委会全球合作伙伴
- 2003年 捐赠北京回民小学一间多媒体教室
- 2003年 捐赠北京抗击非典1000万元
- 2001年 赞助北京申奥1200万元
- 1998年 捐赠中国女足1000万元

联想集团2007/08年度社会投资活动主要成果概览：

- 计划到2010年资助10万人创业，预计将提前达成
- 在世界各地与Kiva, 沛丰国际与Allan Houston 基金会合作，开展了多个新项目
- 在加纳、坦桑尼亚、肯尼亚、南非和美国纽约州进行了创业计划评选，并给胜出者提供小企业发展基金
- 在美国，在纽约市哈莱姆区建立第一个联想小企业孵化器，并计划2008年在新奥尔良市场再建一个
- 与世界银行合作，在中国发起战略公益投资项目
- 执行员工“深入了解”项目，组织员工参观了在墨西哥的合作项目，2008计划组织员工前往马拉维和印度进行参观交流
- “创业希望计划”与美国全美篮球协会（NBA）建立合作关系，并向各地的“NBA关怀学习和运动中心”捐赠电脑
- 成功地在欧洲资助妇女论坛
- 创立“联想希望基金”，以更有效地对资金及预算进行管理
- 设立了向联想员工支持的社区创业者和创业组织提供小额资助的机制
- 帮助Technoserve组织筹集了超过30万美元的慈善捐款



4.4 携手奥运，共创辉煌

联想自2001年成为北京申奥最大的赞助商，出资1200万元人民币支持北京申奥。2004年3月26日，联想正式签约成为国际奥委会全球合作伙伴（TOP），是第一家来自中国的奥运TOP企业。

作为国际奥委会全球合作伙伴，联想肩负着在世界范围传播奥林匹克精神的重要使命。为此，联想已经举办了一系列奥运传播活动，充分发挥技术优势和品牌优势，助力科技奥运、人文奥运。

4.4.1 助力科技奥运，确保赛事万无一失

2006年1月，作为国际奥委会全球合作伙伴，联想曾为2006年都灵冬奥会独家提供了计算技术设备和相关的技术服务，并以零故障的完美表现得到了国际奥委会的高度评价。

2008年，联想将为2008年北京奥运会独家提供约3万台计算技术设备，包括服务器、个人电脑以及打印机等。这些硬件设备将被应用在计时记分、成绩处理、信息系统、成绩分发和赛场管理等诸多重要环节，构筑起稳定、高效的信息系统，担负北京奥运会自始至终的所有信息应用工作。为了保障这些设备在奥运会期间的正常运行，联想将派驻500名工程师到奥运村、各个运动场馆以及新闻中心进行服务保障。

作为科技奥运的建设者和科技创新的推动者，联想致力于通过科技奥运战略的部署和实施，为08奥运构筑稳定、高效的信息系统，以创新科技、卓越产品和优质服务确保赛事运行万无一失；以科技助力运动员竞技水平的提升；助力北京奥运会办成一届有特色、高水平的体育盛会，并以科技奥运惠及大众，促进中国发展，贡献力量。

目前，联想技术设备计划、IT运营服务计划实施顺利。在“好运北京”体育赛事中，联想圆满完成了30余项赛事的技术支持工作，为确保08奥运信息系统的万无一失奠定了坚实基础。迄今为止，联想总计已向奥组委交付了8238台设备，将对奥运会的前期准备尤其是测试赛起到重要的技术、设备支持作用。

此外，联想与中国田径队和水上运动管理中心共建“科学化训练工作站”。从最后端的体育科研创新，到最前端的训练监控系统，都将以联想的硬件设备为信息平台，建立完备的训练信息系统；联想信息科技将助力运动员运动队实现竞技水平提升，促进奥运备战。

2007年9月，联想与中国登山队共同宣布共建“火炬登顶珠峰信息指挥系统”，助力2008年奥运火炬成功登顶珠峰。2007年10月，该指挥系统在海拔5000米的青海玉珠峰登山大本营，圆满完成设备前期测试，为“登顶”奠定坚实基础。作为2008火炬传递和中国登山队的双重战略合作伙伴，联想支持登顶珠峰所有人员的电脑设备，以及全世界海拔最高的火炬接力媒体新闻中心和联想网吧，搭建“2008年北京奥运会珠峰火炬接力活动指挥保障技术系统”等。

另一方面，联想致力于将奥运科技成果，移植到社会信息化和广大用户的日常生活中。通过与奥运支持服务相同的设计研发、测试生产、质量控制，让用户享受到同样的创新科技、卓越产品和优质服务，并以奥运科技成果促进城市信息化。通过覆盖全国的科技奥运活动，普及科技知识，培育公众素养，以科学精神和自主创新理念，加速产业创新，促进社会发展。

联想科技奥运五大计划:

计划1：技术设备计划，倾力支持2008北京奥运各大信息系统的运行
计划2：IT运营服务计划，提供项目管理、系统维护、场馆运营支持、运营规划、奥组委系统支持等一系列的运营服务
计划3：联想网吧计划，为各国代表团和记者提供便捷舒适的信息服务
计划4：多品牌电脑维修计划，为各国记者提供电脑维护
计划5：数字奥运体验馆计划，向观众展示奥运科技带来的全新体验

4.4.2 助力人文奥运，传播奥林匹克精神

联想人文奥运战略致力于向全球推广北京奥运，传播中国文化，传递奥运精神。联想“引领探索新世界”的品牌理念，与“更高、更快、更强”，“和平、友谊、激情、梦想”，“参与、分享”的奥运精神内涵高度契合。在此基础上，联想将奥运精神和品牌理念融为一体，提出了“一起奥运，一起联想”的品牌口号，作为联想人文奥运战略的指导思想。

从2006年6月开始，联想与北京奥组委合作启动“奥运联想千县行”系列文化活动，向偏远地区宣传奥运，让这些地区的青少年能和奥运举办城市一样共同感受奥运的激情和活力，通过奥林匹克运动所倡导的“不断超越自我、不断拼搏进取”的精神，激励青少年通过努力奋斗实现人生梦想。

通过这次活动，联想及全体“大联想”伙伴以“奥运传递梦想，教育圆梦中国”为宗旨，走遍了中国854个偏远县镇，进行奥运宣传工作，包括奥运知识讲座、奥运联想千县行晚会、迎奥运万人签名、名师教育方法讲座、联想奥运服务工程师现场咨询和联想奥运产品体验等内容，直接参与人数达

200余万人。联想还捐赠了20余个电子教室，为偏远地区的孩子们提供了使用电脑的便利。奥运联想千县行将累计举办2300多站，直接影响800万人。

2007年4月，由联想设计的 “祥云” 奥运火炬方案，历经北京奥组委三轮遴选，在全球388个竞标方案中脱颖而出。联想通过以奥运火炬为核心的一系列人文奥运活动，掀起了全国奥运热潮。

2007年6月，“你就是火炬手”联想奥运火炬手全国选拔活动正式启动，目标是寻找“具有不断探索超越的奥林匹克精神，为创建和谐家园做出贡献的人”作为联想奥运火炬手。选拔吸引了中国96万民众报名参与，累计有1亿2千万人收看了选拔节目的电视转播，有超过84万人参加了网络投票，吸引了来自47个国家的国际友人报名，在中国掀起了一次全民参与奥运的高潮，传播了奥运精神，对社会大众产生了深远的教育和激励作用。“探索超越，共创和谐”的联想奥运火炬手理念已深入人心。联想奥运火炬护跑手的选拔，则将奥运火炬承载的奥运文化带入全国500多所高校，吸引了近5万名在校师生报名参与。

2007年6月30日，联想集团在上海和广州两地同时启动奥运火炬百城巡展、奥运科技快车、奥运时尚之旅三大覆盖全国的奥运传播活动。联想奥运火炬百城巡展，历经全国324个大中城市，直接参与人数近300万。“联想笔记本奥运时尚之旅”覆盖了全国18个重点城市，超过100万城市白领亲临现场。“联想奥运科技快车”活动，以“为奥运喝彩，为企业加油”为主题，途经200多个城市，在全国70余座大中城市进行地面活动，上万家中小企业直接参与。

联想人文奥运五大计划:

计划1：奥运火炬推广计划，向全球传播奥运精神，让世界共享中国文化

计划2：系列公益传播计划，综合奥运与公益，倾力营造奥运公益氛围

计划3：全球冠军计划，以信息技术探索人类在不同运动领域的新突破，宣传运动员精神，感召更多的人参与奥运，探索进取

计划4：贵宾接待计划，为来自全世界的客户和商业伙伴打造了全球贵宾接待计划，让他们能够更好地体验奥运，感受中国文化

计划5：千万客户关怀计划，给上百万中国客户机会获得由联想提供的各种奥运纪念品、奥运产品以及宝贵的奥运比赛门票，分享奥运的激情与欢乐

5.联想对环境的责任

不论世界各地，联想致力于在其开展业务的社区，践行环保。联想禀承环保传统，不断制订、实施和推进环保政策和计划。联想将努力开发和生产安全、节能的绿色电脑；积极动员产业链伙伴参与环保事业，打造绿色供应链；关注气候变化，从各个方面探索节能减排的新办法；动员员工及社会共同关注环保。

基于可持续发展的目标，联想制定了业界领先的联想环境管理体系，将联想的环保工作贯穿在生产经营、产业链协作和社会参与等各个领域。2007年，联想制定并实施了绿色产品生命周期管理和绿色商务管理计划，积极主动地将环保理念贯穿于从研发到生产、物流交付，直到产品回收的整个产品生命周期，实现利益相关群体、联想自身与环境的多方共赢。

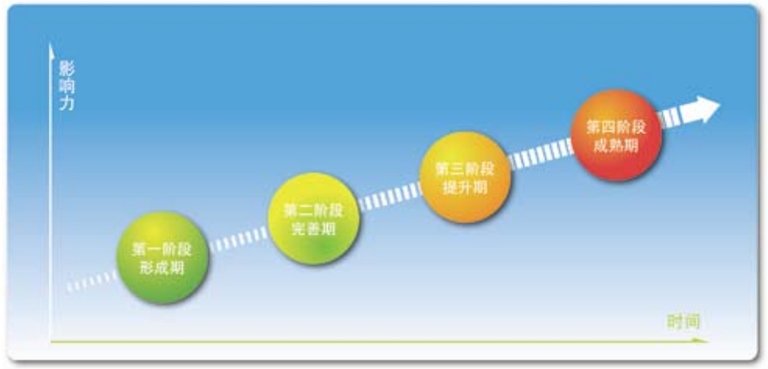
5.1 绿色联想

5.1.1 联想的环保传统

无论是联想，还是并购前的IBM个人电脑部门，都有长期注意环境的优良传统。作为源自中国的国际化企业，新联想将矢志不渝地继续在全球推行环保政策和环保计划。

作为行业的领导企业，联想积极参加各种致力于制定面向电子行业的环保解决方案的行业协会，如中国电子学会节能减排工作推进委员会、电子工业协会环境事务委员会、日本电子和信息技术工艺协会、加拿大电子产品管理协会（EPSC）委员会、通信和信息技术联盟、澳大利亚信息工业协会（AIIA），中国电子信息产品污染防治标准工作组等。

图：联想的环保路线



联想的环保历程：

- 1989年—— IBM个人电脑部门开始在欧洲实施产品回收计划
- 1990年—— IBM发布第一期企业环境报告。制订了环保包装准则，包括禁止采用破坏臭氧层的化学物质
- 1991年—— IBM实施环保产品计划
- 1992年—— IBM参与发起美国环保署能源之星（Energy Star）计算机计划
- 1993年—— IBM在生产中禁止使用第一类臭氧层破坏物质。在节能型PC中采用回收利用的塑料材料
- 1994年—— IBM用户手册改用回收利用的纸张。PC开始采用瓦楞纸板包装箱，最大限度地减少填充泡沫使用量
- 1995年—— IBM率先自愿提交温室气体排放报告的三家公司之一
- 1996年—— IBM开发出用于对产品的“环保性能”进行内部评级的工具
- 1997年—— IBM首批整体获得国际ISO 14001认证的主要跨国公司之一。发布环保产品设计公司标准
- 1998年—— IBM荣膺美国环保署能源之星计划“计算机领域年度最佳合作伙伴（Computer Partner of the Year）”奖。荣获日本环境厅“行动计划（Action Plan）” 颁发的大奖。被塑料工程师协会（SPE）评选为“年度最佳回收企业”。以其在环保领域取得的巨大进步，赢得了电子工业协会（EIA）的特别表彰。创建了产品环保档案内部数据库，以便追查产品的环保特性
- 1999年—— IBM率先采用百分之百回收利用的树脂，生产主要的塑料部件。再度荣膺美国EPA能源之星计划“计算机领域年度最佳合作伙伴（Computer Partner of the Year）”奖
- 1999年—— 联想服务正式通过ISO9001体系认证
- 2001年—— IBM连续第三年荣获美国EPA能源之星计划“计算机领域年度最佳合作伙伴（Computer Partner of the Year）”奖
- 2001年—— 联想中国获得ISO 14001认证
- 2002年和2003年—— 联想商用台式和消费台式电脑获得PC设计最高荣誉奖“2002年秋季创新PC大奖”。其中的开天6800电脑开创了中国PC小型化的设计的道路，使用的塑胶和五金材料不到传统PC的50%。经过两年的持续推广，一举把中国市场的小型化PC从市场占有率不到2%，提升到20%，大大减少了PC行业的原材料消耗
- 2003年—— IBM处理了68,831公吨寿命终期产品，其中，采用填埋法处理的仅占1.62%
- 2004年—— IBM对装饰性金属表面产品采用97.8%粉末涂层，预计可避免产生871,000磅挥发性有机化合物（VOC）
- 2004年和2005年—— 联想台式机荣获中华环保基金会颁发的“绿色产品”奖。联想创新中心大楼荣获“绿色创新”奖
- 2005年—— 联想推出的所有商用产品均达到了中国的节能产品要求；作为PC行业代表，联想中国加入“中国电子信息产品污染防治标准工作组”，并担任副组长，领导中国PC产业制订中国的有害物质禁用（RoHS）和报废电子产品回收（WEEE）标准和规范。联想代表牵头编写了最新的中国国家标准《微型计算机通用规范》。该规范包含了低辐射、低噪声、低功耗等等环保特性
- 2006年—— 联想中国和联想国际（原IBM电脑事业群）实现环境体系，标准，产品规格全面整合
- 2006年—— 联想设立全球环境官，完善环境管理体系
- 2006年—— 在中国大陆全面实施免费回收废旧电脑
- 2007年—— 联想积极参与美国2007年7月新发布的能源之星4.0标准
- 2007年—— 联想牵头编写了适用于中国PC行业的通用技术规范
- 2007年—— 联想集团台式机的Reflex® 热成型衬垫设计荣获美国包装从业者协会（Institute of Packaging Professionals）颁发的电子产品包装类2006年“美国之星（AmeriStar）”大奖
- 2007年—— 联想与世界野生动物基金会等NGO合作，参与和领导了 “拯救气候电脑节能行动”

5.1.2 联想环境管理体系

联想在长期的环保实践中，充分了解到完善的环境管理体系是保证环境目标实现的基石。环保工作纷繁复杂，涉及到企业生产经营的方方面面。因此，必须建立完善的组织体系和明确的工作目标，以此保障工作的科学性和系统性。

对环保的重视还能够增强企业的核心竞争力。联想实施了一系列的前瞻性环保举措，并以业界最严格的环保标准把控产品质量，为拓展国际市场，全面实施国际化战略铺平了道路，同时提升了品牌形象，为联想未来的发展积累更多的竞争优势。

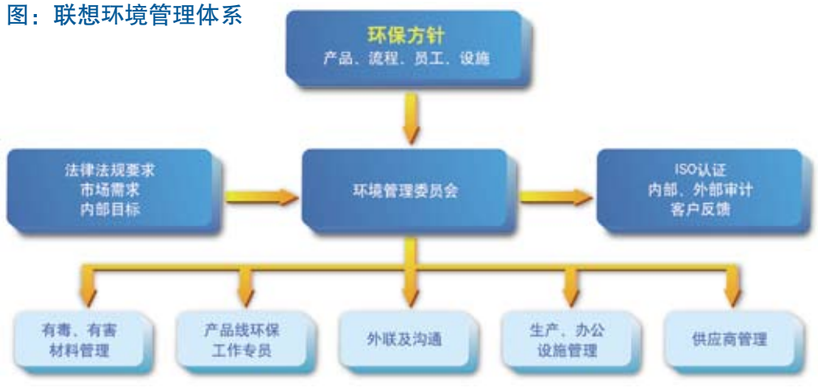
为了实现可持续发展的目标，联想建立了先进的环境管理体系，将环保工作贯穿在生产经营、产业链协作和社会参与等各个领域。

联想的环保政策：联想公司环保政策适用于公司的所有经营活动，是联想环境管理体系（EMS）的基础，主要包括：

- 通过在生产、采购、包装中对材料进行回收与再生节约自然资源
- 开发、生产与销售高能效、环保及可回收的产品
- 在生产中采用对环境无害的工艺流程，尽量减少污染排放，降低安全与健康风险
- 在经营活动中注意节能，尽可能用可更新能源替代不可更新能源

联想的环境管理体系：联想的环境管理体系是在并购前IBM和联想原有体系的基础上建立的。这两个体系均已通过ISO 14001认证，涵盖了联想全部产品开发、生产和营销的各个环节。除获得ISO 14001认证之外，联想还委托认证代理机构，每年对公司的所有主要经营活动和产品研发等进行审核。除了这些外部审核，联想也定期执行内审，以确保环境管理体系运行正常，追踪在实现目标和指标方面取得的进展，以识别持续改进的机会。

图：联想环境管理体系



联想的环境管理目标：联想借鉴人员管理的先进理念，为所有的产品建立环境档案。在完善的历史环境数据的基础上，联想每年为持续提升产品、制造工厂及办公环境制订年度环保目标，并发动全员，努力实现这些目标和指标。联想的2007年度目标是提高工厂的回收利用率、降低能耗和减少纸张使用量。在产品方面，联想的目标重点是提高产品能效、实现可回收利用和重复利用的产品设计以及采用回收利用的材料和环保型涂层等等。联想通过定期报告和内部及外部审核，在全球范围内监控在实现这些目标方面的进展情况。

联想2007/2008年环保工作目标：

领域	目标	进展
产品能耗	开发出能效更高、功耗更低的产品	1) 100%的台式机、笔记本、显示器产品都符合美国能源之星标准 2) 所有最新发布的产品都符合日本节能法案要求 3) 100%的产品都符合中国国家节能认证
产品化学物质挥发	遵循关于产品的化学物质挥发的法律法规	无任何违规事件发生
产品材料使用	开发采用可在生产、使用和处置过程中确保安全的材料的产品，提高回收利用材料的使用率，全面停用一些有害金属	1) 在欧盟RoHS颁布之前淘汰使用限制物质 2) 锂电池生产中的回收材料使用比例超过5% 3) 装饰性金属表面产品采用粉末涂层的比例已超过95%
再生材料、再利用产品的研发	开发出在达到寿命终期后更适于进行重复利用和回收利用的产品；使用再生塑料超过总塑料采购量的5%；在内部塑料部件中使用再生塑料比例超过25%	研制出新型100%可再生包装材料
固体垃圾(制造环节)	继续提高无害固体垃圾的回收再生比例	无害固体垃圾回收再生比例已达95%
能耗(制造环节)	降低整体生产电力能耗	正以年均2.2%的速度降低

产品获得全球各类权威环保认证：

中国节能认证　美国能源之星　欧盟ROHS　EPEAT金牌标准　国家电磁兼容标准　国家噪音标准

5.2 做“绿色PC”的制造者

联想的绿色产品生命周期管理计划中的首要环节是产品的研发设计。产品是联想环保政策和实践的最佳载体，联想在环保方面的努力首先从产品开始。联想在全球拥有的46个顶级实验室全面保障联想在绿色环保方面处于世界领先水平。目前，联想的主要研究领域集中在降低能耗、材料的再生利用以及有害物质控制等方面。

图：绿色电脑的开发思路

联想的绿色PC开发已经取得了以下成绩：

研究领域	举措和成果
有害物质控制	全线产品符合欧盟RoHS指令限制的六种有毒有害物质，同时额外管控其它30余类有毒有害物质
化学品挥发	对产品的化学物质排放量进行评估，最大限度地减少潜在的挥发性有机物排放
再生材料	首选再生材料；并自主研发一系列的再生材料，如再生聚酯塑料
基于产品再利用和材料再生的设计	良好的延展性便于产品升级，延长使用年限；部件易于拆卸；利于材料回收的设计；尽力避免涂层的使用；最小化地设计塑料部件；在用户手册中印有回收介绍
材料分类标签	基于ISO 11469标准的部件材料分类标签 根据当地法规的产品标签

5.2.1 改善产品能效

全球气候变化问题正在深刻地影响社会和经济的可持续发展，引起世界各国的关注。联想将应对气候变化作为环境管理体系的重要组成部分，高度重视产品的能效。

2007年，联想与美国环保署、世界自然基金会以及一些其他科技企业一起成立了气候拯救计算倡议组织（Climate Savers Computing Initiative, CSCI）。各家机构在全球联合倡导推广节能的计算机产品，并制订了到2010年为止，平均每年减少5,400万吨当量的二氧化碳排放，最终的目标是使2010年全球计算机的总能耗降低到现在的一半。

联想产品的节能指标同时达到了中、日、美三国的节能要求。2007年，联想在产品节能方面的目标是使所有换代的产品能够比上一代产品实现5%的能效提高，实现100%的产品达到美国能源之星3.0标准，同时，还将积极参与美国2007年7月最新发布的能源之星4.0标准。2007年，联想统计的二氧化碳排放总量约折合为31,420吨。

5.2.2 提高材料利用率

节约资源是保护环境的另一重要方面，产品本身和包装的研发设计都将影响资源利用与节能减排的效果，联想的绿色PC开发也强调这一点。一方面，尽可能采用能够节约材料的产品设计，既能保护环境，又能降低成本；另一方面，在材料选用上尽可能地采用能够回收再利用的材料。2007年，联想计划从客户那里回收的IT产品总重比上年增长25%以上，制造场所的非危险性材料的回收率达到95%以上。同时，联想还将制订一系列衡量产品的可再生性与可回收性的标准，并予以贯彻实施。

联想2006年废弃物排放与回收统计：

	2006年
废弃物总量(吨)	15232
垃圾填充的废弃物总量(吨)	261
回收利用的废弃物总量(吨)	5725

为了获得更加环保的产品包装解决方案，联想投入资金，专门研究如何优化产品包装，降低运输能耗，提高材料利用率，减少包装材料对森林资源的消耗和运输产生的间接能耗。

例如，联想电脑在运输中使用100%的再生纸板，每年可节约大量木材。联想所采用的100%可回收的热成型包装材料也能大量减少对原生塑料的消耗。2007年2月，鉴于该研发团队成功地推出创新的热成型缓冲包装，美国包装专业协会（IoPP）授予联想“美国之星”包装大奖，以表彰联想在推动环保材料应用、减少能源消耗和垃圾方面做出的开拓性贡献。2007年，联想还计划开发一套行之有效的衡量产品与材料运输过程中的环境影响分析指标。

针对大客户的需求，联想还专门设计面向大客户的复合包装，将5台笔记本电脑包装在一起，不仅减少了60%的包装材料，节约运输成本和能耗，还便利了客户，使客户的总体拆卸时间缩短到原来的50%以下。

5.2.3 控制有害物质

联想承诺不使用有可能危害人类健康的物质，最大限度地降低联想产品对环境的影响。为此，联想制订了严格的材料禁用和限制使用政策，包括限制使用对臭氧层有害的物质等。联想对所有适用产品的化学成份释放进行100%的检测。同时，在产品设计方面，联想有一系列规定，以保证最大限度地提高产品的回收利用率和最大限度地降低资源消耗。

联想的材料管理方法完全符合欧盟《关于在电气电子设备中限制使用某些有害物质指令》（ROHS）的规定，同时，对该指令中尚未有明确规定的材料，联想还进行的相关的研究，以便在将来应对对这些材料的限制使用。

例如，联想已禁止在任何部件中添加多溴联苯（PBB）和多溴二苯醚（PBDE）等；并严格控制使用聚氯乙烯（PVC）和溴化阻燃剂（BFR）；目前，联想已禁止在重量超过25克的外壳组件中使用PVC。联想的目标是到2009年，彻底淘汰使用PVC。联想正在积极地与合作伙伴共同研发，经济的、可行的替代材料，以兑现在2009年将这些有害物质彻底淘汰的承诺。

此外，对于中国在2007年3月开始执行的《电子信息产品污染控制管理办法》，联想也已经制定了完善的管控计划，包括有毒有害物质的限量、标注和信息公开等一系列计划。

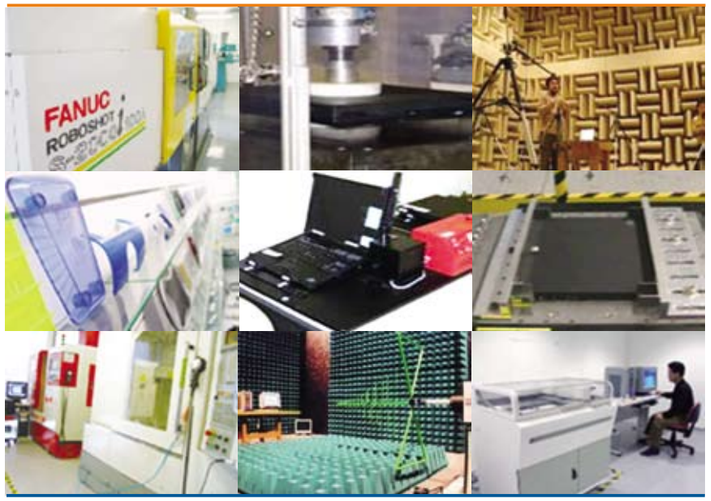
联想在执行RoHS（限制有害物质）标准方面取得的进步：

- 联想自2006年7月1日起在欧盟、欧盟自由贸易协会(EFTA)国家以及日本销售的新产品均符合欧盟标准2002/95/EC
- 联想自2006年7月1日起在日本销售的新产品均符合日本工业标准JIS C 0950 (J–Moss, “Japan RoHS”)
- 联想自2007年1月1日起制造并在美国加利福尼亚州销售的产品均符合加利福尼亚州2003年制订的电子废物回收法案(“California RoHS”)的规定
- 联想自2007年3月1日起制造并在中华人民共和国销售的产品均符合中华人民共和国电子信息产品污染控制管理办法（“China RoHS”)的规定
- 联想自2008年1月1日起制造并在韩国销售的ThinkPad笔记本电脑、Lenovo 3000系列家用笔记本电脑、消费笔记本电脑，ThinkCentre台式电脑，Lenovo 3000系列家用台式电脑、消费台式电脑，ThinkStation工作站，服务器，打印机，ThinkAccessories附件、选件，以及移动通信产品，均符合韩国法律规定，以及电器和电子设备及车辆产品资源回收法案(“Korea RoHS”)的规定

联想的大多数新产品均符合欧盟标准2002/95/E（“RoHS”），并逐步在全球范围内推广采用欧盟RoHS标准的新产品。

图：联想的绿色研发设计

全球46个顶级实验室保障环保品质



5.3 打造“绿色产业链”

除了在研发设计环节确保产品的能效、材料等各方面都符合环保标准，联想的绿色产品生命周期管理计划还涵盖了产品的生产制造、物流交付到产品回收的产业链全过程。

5.3.1 生产节能

在企业的生产经营领域，一方面，在生产制造环节，联想通过提升员工环保意识、对厂区硬件设施进行全面节能规划以及不断优化工艺流程和生产布局来提升能源利用率；另一方面，在公司的商务经营中，联想也大力提倡环保理念，敦促员工在日常商务办公活动注意环保，同时还通过技术和管理的手段，实现绿色商务的目标。2007年，联想计划将制造、开发与研究场所的每单位产量能耗降低5%。

例如，联想在办公区安装了延时开关、节电器、感应水龙头、水循环系统等节能设施，以能够避免电能与水资源的浪费。联想在北京的办公楼的外墙体和屋顶大面积地使用了玻璃材料，能够大幅减少照明用电，并同时增加了建筑的隔热保温效果。联想在北京的北方研发大厦获得了中国国家绿色建筑创新奖。

联想在商务活动中，大力推动电子商务，既提高了效率，也有效节约了资源。以联想北京为例，每月共处理电子单据16000笔，能够节约用纸近500公斤。同时，联想对办公用纸、包装物等可再生资源都进行回收利用，同时，还委托具备资质的专业机构对有害物质进行无害化处理。

5.3.2 供应链的环境管理：

为了创造良好的产业发展环境，联想不仅自己严格遵守各项环保规定，还积极与合作伙伴开展环保领域的产业链协作，打造电子行业的“绿色产业链”。

在运营中，联想坚持执行《关于用于联想产品的材料、部件和产品的基本环保要求》，要求材料、部件供应商必须坚决遵循联想发布的设计技术规范提供部件和材料，其中包括了关于节能、禁用有害物质等具体要求。同时，联想鼓励所有材料的供应链伙伴申请获得ISO 14001认证，并将此作为与之合作的重要依据，在合作中给予优先考虑。

联想作为《全球电子行业行为规范（EICC）准则》的管理委员会成员，在确保自身恪守该准则的同时，还积极引导和要求更多的供应链伙伴严格遵守劳工、绿色物流配送、有害物质控制与运输等各方面的规定。联想对供应商及承包商的评估过程包括：

- 实地考察，并对其环境管理体系与过程控制记录在案
- 调查该供应商或承包商的分包商是否合规及符合联想的环保要求
- 要求其介绍寿命终期产品、选件、部件和材料的处置方式

联想在选择产品翻新、再生产、产品寿命终期管理、有害废弃物处置等事务的外包服务提供商时，必须获得当地环保部门及联想全球环境事务部的审查和批准，以确保其遵循适用法律和满足联想的环保要求。同时，联想对产品、部件等二手货代理商和经销商也有相关的环保要求。

5.3.3 贯彻产品终生责任

联想在世界各地以多种形式向消费者和企业客户提供产品寿命终期产品、电池以及产品包装的回收利用服务。2006财年，联想在全球范围内妥善处理了超过15,000吨的废旧产品，其中超过90%的回收产品都被再利用或材料再生，采用填埋法处理的只有不到1.71%。

联想还主动参加一系列的自发性的环保回收活动。例如在美国和加拿大，联想参与了充电电池回收组织（RBRC）发起的“Call2Recycle”计划。在遍布美国和加拿大的30,000多个RBRC回收点，可以免费回收联想产品，如笔记本电脑的可充电锂电池。

2006年12月，联想（中国）宣布免费回收联想与Think品牌电脑产品，联想提供免费回收服务的电脑产品包括：Lenovo品牌的笔记本电脑、台式电脑、服务器、ThinkPad笔记本电脑及ThinkCentre台式电脑，凡拥有符合联想回收标准的上述产品的商业客户和个人消费客户均可享受联想提供的电脑免费回收服务。客户可自行将电脑送往联想分布在全国各地的服务站进行回收，也可由联想就近免费上门回收。联想同时承诺将以符合环保标准的方式对回收产品进行再利用和处理。回收的产品将委托第三方机构按照中国法律和环保要求进行处理，处理所需要的成本费用由联想承担。

企业社会责任总监致辞

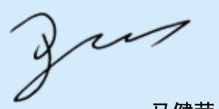
对联想而言，企业社会责任并不陌生。自成立以来，联想一直视回报社会为己任，寻求与客户、商业伙伴乃至公众的和谐发展。联想的核心价值观“成就客户、创业创新、诚信正直、多元共赢”也是社会责任理念的一种朴素的体现。

2007年，联想开始系统建构企业社会责任管理体系。我们启动了《联想社会责任白皮书》项目，剖析服务于公司战略的社会责任理念、内容、保障机制和工作目标等。这项工作得到了联想集团和大中华区领导团队的大力支持，企业社会责任推进部也因此得以建立，负责联想企业社会责任工作的落实，包括责任体系建设与管理、机构建设与管理、提案受理、业务规划以及绩效管理等。

我们认识到，利益相关方对话是制定和实施企业社会责任战略的核心，也是基础。哪些是我们最关键的利益相关方？他们对联想的观点如何？围绕着这些问题，我们做了许多细致的工作，访谈了近100名内外利益相关方、对2500多个员工进行了问卷调查。我们发现，联想要做好企业社会责任的工作，必须要关注以员工、客户、供应商、销售服务商、股东与投资者、环境、社区为核心群体的利益相关方，并与其在企业社会责任理念、目标、政策、实践等方面进行沟通，以强化社会责任在企业战略中的地位，保持并修正企业的社会责任实践行为。

与之同时，我们也梳理联想的社会责任历史，重点总结了过去一年中联想的企业社会责任实践工作：为股东创造价值、引导产业链的责任潮流、提供安全优质产品、拓展员工成长通道、支持公益领域创业、助力科技人文奥运、倡导节能环保.....有些工作是联想一直常抓不懈的，有些则是联想为了全面深入推进企业社会责任工作而专门开展的。通过这份《联想（中国）2007企业社会责任报告》，您就可以清楚地了解到我们的这些工作。

我们深知，企业社会责任是一个企业追求可持续发展、实现基业长青的必由之路，是一个漫长的过程。联想的企业社会责任工作也要在摸索中前进，在学习中进步。我们对此充满信心。我们相信，通过努力，联想品牌能够成为全世界家喻户晓、受人尊重的负责任的品牌。我们也希望每一位关心联想成长的读者能够认真阅读这份报告，指出我们的缺点与不足，谏言献策，促进联想的企业社会责任工作。



马健荣
联想（中国）企业社会责任总监

6.未来展望

联想，是改革开放中创业并成长起来的中国企业的代表，自创立之日起，联想就高度重视社会责任的履行。经过二十余年的不懈努力，联想的企业社会责任实践取得了瞩目的成就。2007年，联想的企业社会责任工作进入新的发展阶段。联想进一步完善了企业社会责任体系建设，将企业社会责任提升到公司战略高度进行长期规划，设置专职部门推进体系建设和关键项目实施，并发布《联想（中国）企业社会责任白皮书》。

为了使企业社会责任战略得以顺利实施，联想制定了“社会责任目标路线”。未来三年，联想将基于社会责任保障机制的不断完善，逐步实现建设期、完善期、成熟期的具体目标。

建设期（2008年）： 设置企业社会责任专门管理机构，开展内部企业社会责任培训，建立并完善合规体系，为企业社会责任实践提供制度和组织保障。针对产业链伙伴特点和需求，开展利益相关方调查；在环境数据统计和环境意识传播方面加大力度，积极分享联想已取得的IT环保实践经验和成果。在社会参与领域，建立富有联想特色的、创新社会参与体系和员工志愿者体系，并通过公益创投，实现对公民社会发展的长期战略性投资。

完善期（2009年）： 在责任保障体系方面，建立KPI指标体系，建立可衡量的目标管理模型，用于指导各职能部门开展企业社会责任工作，逐步完善自身的社会责任评估体系。建立利益相关方对话机制和企业内部企业社会责任工作指南，用以确保社会责任履行的公开、透明、及时和易操作。与此同时，我们将不断提升员工满意度，并以此作为评估社会责任效果的重要依据。

成熟期（2010年）： 联想将建立全面的社会责任绩效考核体系、利益相关方参与机制，携手更加广泛的产业链伙伴，共同履行社会责任，建立全面的责任管理和实践体系。

利益相关方点评

“世界是否因联想的存在而变得更加美好？”每一个联想人也都不断重复问着这一问题。因为它不仅展示了公司的可持续发展理念的指导原则，更重要的是，它代表了联想为迎接面临的严峻挑战所做出的努力，那就是构建一个更加和谐的社会，增加利益相关方的价值。

联想企业社会责任报告大胆创新、内容翔实。称之大胆创新是因为它所探讨的问题极具挑战性。一方面，它要求公司依据已定的标准审视自己的行为和业绩并依据目标审视自己的成效。另一方面，它并非仅仅宣传进步方面，还会提出需要改进或重新思考的领域；它不仅仅回顾过去，更展望未来，指出了愿景和战略。报告内容翔实，探讨了环境、社会和治理的关键议题及经济绩效。同时，它还为广大的利益相关群体提供丰富信息，使其能够做出合理决策、提高看待问题的深度并与公司进行有效沟通。

联想企业社会责任报告为所有的利益相关方提供了一系列的信息以评估联想为构建和谐社会和加强世界团结所做的贡献，为来自金融界、工商界、民间团体、劳工、政府以及学术机构的分析师和决策者提供了一个信息基础。

读过联想企业社会责任报告，您会发现——这份报告编写细致，并且遵循了科学发展观的思路，同时也响应了中国国资委的企业社会责任指导意见，并符合联合国全球契约的精神。

最后，谨向联想、联想的利益相关方以及所有为此报告的编写或改进做出贡献的人员表示祝贺。你们使这份报告成为披露进展情况的优秀范例，让人们可能通过这份报告帮助联想实现“整个世界因联想的存在而变得更加美好”的目标！

杜晖贤
联合国全球契约高级顾问

我们十分欣喜地看到联想在中国高科技行业中引领潮流，致力于创新、可信赖和国际化的企业社会责任实践，并积极推行绿色运营。与此同时，联想的公益创投项目也为中国企业参与社会公益创造了崭新的模式。

我们从这份报告中了解到，联想集中了主要精力实施电脑产品的绿色运营。我们希望联想能够将其经验推广到所有产品线上，如打印机和服务等。关于减缓气候变化和节能，联想不但可以从自身运营着手缩减生态足迹，还可以更进一步，考虑如何帮助用户在使用产品和服务过程中减少碳排放。

作为一家源于中国的、卓越的全球企业，联想对其同行和供应链伙伴的企业社会责任有着巨大的影响力。我们期待联想与伙伴携手，共同创造"绿色联想"，为我们的社会和星球做出积极贡献。

欧达梦
世界自然基金会中国首席代表

关于本报告

本报告于2008年7月发布，内容涵盖2007–2008财年（截至2008年3月31日）及以前发生的各项社会责任实践，涉及联想在中国的主要业务以及在全球的部分业务。报告以中文语言发布，主要在中国大陆地区发行，可以从http://www.lenovo.com.cn下载。此前，联想曾发布2006/2007可持续发展报告（英文版），可以从http://www.lenovo.com/us/en下载。

本报告的编写参照了全球报告倡议组织(GRI)的第三代标准（G3）。

内容选择

联想遵循G3指南的重要性、完整性、可比性原则甄选报告内容，从经济、社会和环境三方面进行陈述，重点报告了联想对环境、社区、及客户、员工、投资者等价值链伙伴的责任。

联想是首家源自中国的国际奥委会全球合作伙伴、奥运会火炬接力全球合作伙伴、北京奥运会火炬设计单位，本报告陈述了联想在人文奥运和科技奥运等领域对北京奥运会的支持。

报告范围

本报告涉及联想在中国的主要业务以及在全球的部分业务。如无特别说明，本报告所使用的经营数据均来自联想上市公司。

数据收集

本报告的数据收集工作按企业现有管理流程进行。随着企业社会责任管理体系的搭建与完善，今后联想的企业社会责任管理数据工作也将会得到不断地完善与补充。

信息反馈

亲爱的读者：

您好！感谢您阅读《联想（中国）2007企业社会责任报告》。如果您对本报告有任何反馈意见，或者对下一年的报告编制工作有任何建议，请填写信息反馈表，通过邮递、电子邮件或传真发给我们。我们非常欢迎并由衷感谢您提出宝贵意见！

联想企业社会责任报告编写组
2008年7月

信息反馈表

姓名：　　单位：

联系电话：　　电子邮箱：

您对本报告的评价

	好	一般	不好
结构和内容	☐	☐	☐
文字和陈述	☐	☐	☐
设计和排版	☐	☐	☐
总体评价	☐	☐	☐

您对下一年的报告编制工作的建议

联系我们

联想企业社会责任报告编写组
地址：中国北京市海淀区上地创业路6号（100085）
电话：86 10 5886 2552
传真：86 10 5886 5600
电子邮件：chenji@lenovo.com

附录：GRI指标索引

编号	内容	相关性	在本报告中的位置
战略与分析			
1.1	机构最高决策者关于企业战略与可持续发展的陈述	高	P2, 3, 48
1.2	对主要效果、危机及机遇的描述	高	P2, 10
公司概况			
2.1	机构名称	高	P5
2.2	主要品牌、产品及服务	高	P5, 10, 14, 18–20
2.3	组织结构图	高	P11
2.4	公司总部的地址	高	P5
2.5	机构业务所在国及报告中涉及的与相关的国家的数量和名称	高	P5
2.6	所有权性质及法律形式	高	P5
2.7	所服务的市场	高	P5
2.8	公司规模（含员工数量、营业收入、市值等）	高	P5, 10, 13
2.9	在报告期间关于机构规模、结构或所有权限的重大变化	高	P5, 10
2.10	报告期间获得的奖励	高	P12, 14, 19, 37
报告参数			
3.1	所提信息的报告时间	高	P51
3.2	最近一次报告的时间	高	P51
3.3	报告周期	高	P6, 51
3.4	回应关于报告或内容相关问题的联系方式	高	P52
3.5	确定报告内容的程序	高	P6, 51
3.6	报告的界限	高	P51
3.7	说明关于报告范围及界限的限制因素	高	P51
3.8	汇报合营机构、附属机构、租用设施、国外采购业务以及其他可能严重影响不同汇报期以及不同机构之间可比性的实体的处理方式	高	/
3.9	数据计算和处理方法	高	P51
3.10	对以前报告中信息进行调整、更改的说明	高	/
3.11	报告在范围、界限及评估方式上出现的重大变化	高	/
3.12	列表标明报告引用的标准；标明页码和网络链接	高	P53–56
3.13	在可持续发展报告附带的认证报告中列出机构为报告寻求外部认证的政策以及现行措施。如果没有列出，请解释任何外部认证的范围以及根据，并解释汇报机构与验证者之间的关系	高	P28, 39, 50
公司治理			
4.1	机构的治理结构	高	P11, 12
4.2	说明最高治理机构的主席是否也兼任行政职位	高	P11
4.3	如机构有完整的董事会体系，说明独立董事与非执行董事的数量	高	P11
4.4	股东和员工向机构最高治理层提供意见和建议的机制	高	P21
4.5	公司治理层、高级经理及执行主管的薪酬与机构效益的联系	高	P11
4.6	最高决策层规避利益风险的程序	高	P9
4.7	最高决策层所任职资格说明	高	P11
4.8	与经济、环境、社会效益及其实施情况相关的使命或价值观、行为守则及原则	高	P2–4, 6, 13, 15, 17, 21, 35

编号	内容	相关性	在本报告中的位置
公司治理			
4.9	最高决策层如对机构进行监查，管理经济、环境、社会效益	高	P6, 7
4.10	评估最高决策层自身业绩的程序与方式	高	P11
4.11	说明机构是否以及如何提出预防性的措施	高	P8
4.12	组织签署或者认可的由外部机构提出的关于经济、环境和社会等方面的章程、原则或者其他倡议等	高	P16, 22, 36, 37
4.13	在协会（如行业协会）和/或国内、国际相关组织的成员资格	高	P16, 36, 37
4.14	机构利益相关方的名单	高	P9
4.15	识别及选择利益相关方的依据	高	P9
4.16	利益相关方参与的程序	高	P9
4.17	利益相关方参与提出的主要问题及机构如何进行回应	高	P12
经济责任指标			
EC1	产生和分配的直接经济价值	高	P10, 13
EC2	机构活动由于市场环境变化产生的财务问题和其他风险及机遇	高	/
EC3	公司明确承诺的各种福利和补偿计划	高	P21, 22
EC4	政府给予机构的重大财务援助	不适用	/
EC5	机构在各主要营运地点工资的标准起薪点与当地最低工资的比例	高	/
EC6	机构在主要业务运营地地点对当地供应商的政策、措施以及支出比例	高	P16
EC7	机构在各主要营运地点聘用当地人员的程序，以及在当地社区聘用高层管理人员的比例	高	/
EC8	机构透过商业活动、实物捐赠或者免费，主要为大众利益而提供的基建投资及服务的发展与影响	高	P20, 25–31
EC9	机构了解并说明其重大的间接经济影响，包括影响的程度	高	P19, 25–28
社会责任指标			
LA1	按雇佣类型、雇佣合同及地区分类的员工总数	高	P21
LA2	按年龄组别、性别及地区划分的雇员流失总数及比率	高	/
LA3	按主要业务划分，只提供全职雇员（不给予临时或者兼职雇员）的福利	高	/
LA4	受集体议价协议保障的雇员百分比	高	/
LA5	有关业务改变的最短通知时限，包括指出该通知期有否在集体协议中注明	高	/
LA6	在协助监察及咨询职业健康与安全计划的正式劳资健康与安全委员会中，员工所占比例	高	P21, 22
LA7	按地区划分的工伤、职业病、损失工作日以及缺勤比率，以及和工作有关的死亡人数	高	P22
LA8	为协助雇员、雇员家属或者社区成员而推行的，关于严重疾病的教育、培训、辅导、预防与风险监控计划	高	/
LA9	与工会签订的正式协议中，涉及健康与安全的项目	高	P22
LA10	按雇员类别划分，每名雇员每年受训的平均时数	高	P23
LA11	加强雇员的持续职业发展能力及协助雇员转职的技能管理及终生学习课程	高	P23

编号	内容	相关性	在本报告中的位置
社会责任指标			
LA12	接受定期绩效考核及职业发展计划的雇员的百分比	高	/
LA13	按性别、年龄组别和少数族裔及其他多元性指标划分，管理层员工和普通雇员的细分	高	P21
LA14	按雇员类别划分，男性与女性的基本薪金比率	高	/
HR1	载有人权条款或者已经通过人权审查的重要投资协议的总数及百分比	高	/
HR2	已通过人权审查的重要供应商及承包商的百分比，以及机构采取的行动	高	/
HR3	雇员在作业所涉及的人权范围内的相关政策及程序方面受训的总时数，以及受训雇员的百分比	高	/
HR4	歧视个案的总数，以及机构采取的行动	高	P21
HR5	已发现可能严重危害结社自由及集体议价权的作业，以及保障这些权力的行动	高	/
HR6	已发现可能会严重危害童工的作业，以及有助于废除童工的措施	高	P8, 21, 22
HR7	已发现可能会导致强制劳动的作业，以及有助于消除这类劳动的措施	高	P8, 21
HR8	保安雇员在作业所涉及人权范围内的相关政策及程序方面受训的百分比	高	/
HR9	涉及侵犯本土员工利益的案例总数，以及企业采取的措施	高	/
SO1	与社区事务有关的评估和管理工作，其核心思路、评估和管理范围以及有效性	高	P25–31
SO2	已作贿赂风险分析的业务单位的总数以及百分比	高	/
SO3	已接受机构的反贿赂政策及程序培训的雇员的百分比	高	P8
SO4	惩治贿赂个案所采取的行动	高	/
SO5	对公共政策的立场，以及在发展及公共政策立法过程中的参与	高	P37
SO6	按国家划分，对政党、政客以及相关组织所做财务及实物捐献的总值	低	P30, 31
SO7	企业涉嫌反垄断措施的法律诉讼的总数，及其结果	高	/
SO8	违反法律以及规则被处巨额罚款的总额，以及所受金钱之外的制裁的总数	高	/
PR1	为改良而评估产品及其服务在其产品生命周期各阶段对于消费者安全与健康的影响，以及须接受这种评估的重要产品或者服务的类别	高	P18
PR2	按照结果划分，违反管制产品或者服务在其生命周期影响健康与安全的法规及志愿守则的次数	高	/
PR3	按程序划分标签所需要的产品及服务信息种类，以及须符合这种信息规定的重要产品以及服务的百分比	高	/
PR4	按结果划分，违反产品以及服务商标管理法律以及规则的次数	高	/
PR5	客户满意度管理措施，包括调查客户满意程度的结果	高	P19
PR6	为遵守市场推广相关法律法规、自愿守则而设立的计划	高	P8, 9, 16, 21, 23
PR7	违反市场推广法律、法规的案件总数	高	/
PR8	已证实关于侵犯客户隐私权以及遗失客户资料引起的客户投诉的总数	高	P17
PR9	违反产品或者服务推广法律法规而受到处罚的款项额度	高	/

编号	内容	相关性	在本报告中的位置
环境责任指标			
EN1	所用物料的总量或者用量	高	/
EN2	采用可循环再造的物料的比例	高	P39, 42, 47
EN3	按照主要源头划分的直接能源耗量	高	P41, 45
EN4	按照主要源头划分的间接能源耗量	高	P42
EN5	因环境保护及提高效益而节省的能源	高	P39, 41, 42, 45
EN6	提供具能源效益或以可再生能源为本的产品及服务计划，以及计划的成效	高	P38–44
EN7	减少间接能源耗量的计划以及计划的成效	高	/
EN8	按源头划分的总耗水量	低	/
EN9	因耗水而受严重影响的水源	低	/
EN10	循环再用水的百分比以及总用量	中	/
EN11	机构在环境保护区或者生物丰富多样的其他地区，或在其他地区，或者是相邻地区，拥有、租赁或管理土地的位置及面积	低	/
EN12	在保护区和保护区以外生物多样性价值较高的地区，活动、产品和服务对生物多样性产生的重要影响	低	P28
EN13	受保护或者经修复的生物栖息地	低	/
EN14	机构对影响生物多样性的战略、当前行动及未来规划	低	P37
EN15	按其濒临绝种的风险程度，依次列出栖息地受机构作业影响的以下物种数量：列入国际自然及自然资源保护联盟下辖红色名册及全国保育名册的物种	低	/
EN16	按重量划分的直接与间接温室气体总排放量	高	P41
EN17	按重量划分的其他相关间接温室气体排放量	高	/
EN18	减少温室气体排放的计划及成效	高	P35, 36, 42
EN19	按重量划分的臭氧消耗性物质的排放量	中	/
EN20	按种类及重量划分的NO、SO以及其他重要气体的排放量	低	/
EN21	按质量以及目的地划分的总排水量	低	/
EN22	按种类以及排污法划分的废弃物总重量	高	/
EN23	严重泄漏的总次数以及泄漏量	中	/
EN24	按照《巴塞尔公约》附录条款视为‘有毒’的废弃物经运输、进口、出口或者处理的重量，以及经国际船输送的废弃物的百分比	高	P43
EN25	受机构排水及径流严重影响的水源及相关栖息地的位置、面积、受保护状况及生物多样性价值	低	/
EN26	减低产品及服务的环境影响的计划及其成效	高	P35–47
EN27	按照类别，售出产品及回收售出产品包装物料的百分比	高	P39, 42
EN28	违反环境法例及规则被处巨额罚款的总额，以及所受金钱以外的制裁的次数	高	/
EN29	运输产品、其他货物以及物料做营运用途，以及运输雇员所产生的重大环境影响	高	P42
EN30	按类型说明环境保护的总体支持及投资	高	P39

lenovo 联想
国际奥委会全球合作伙伴

再生纸印刷

lenovo 联想

国际奥委会全球合作伙伴

地址：中国北京市海淀区上地创业路6号（100085）
电话：86 10 5886 8888　传真：86 10 5886 5600
网址：www.lenovo.com