



缔造大众高品质生活

社会责任报告

—— 2008 ——

北京铜牛股份有限公司
BEIJING TOPNEW CO.,LTD.

报告说明

本报告是北京铜牛股份有限公司公开发布的第一份社会责任报告。本报告依据中国纺织工业协会2008年6月发布的《中国纺织服装企业社会责任报告纲要（2008年版）》（CSR-GATEs:2008）进行编制。铜牛股份公司认为本报告中的信息披露已达到上述纲要的要求。

报告时间

本报告所涵盖的时间范围为 2007 年 12 月 20 日至 2008 年 12 月 20 日，并包含必要的历史信息。

报告范围

在本报告中，“铜牛股份”“公司”和“我们”均指“北京铜牛股份有限公司”，与此相对应的数据和事实也仅限于北京铜牛股份有限公司；同时，作为铜牛集团的控股子公司，北京铜牛股份有限公司也是铜牛集团诸多社会责任决策、行动和评价的当然涵盖范围，因此报告部分数据与事实可能来自铜牛集团，遇此情况，报告则用“铜牛”“铜牛人”指代铜牛集团以及铜牛集团名义涵盖下的北京铜牛股份有限公司。

报告内容与形式

根据《中国纺织服装企业社会责任报告纲要（2008年版）》的指标要求，我们通过事实陈述、图片、图表和实际案例，从企业社会责任战略、员工权益、科技创新、铜牛品质、清洁生产、社会公益六个方面对铜牛股份履行社会责任的情况进行报告。本报告数据来源于人力资源报表、财务报表以及公司的其它内部统计数据。

数据披露

本报告中的数据信息均由铜牛相关部门提供并经过必维国际检验集团依据《中国纺织服装企业社会责任报告验证准则（试行）》进行了独立验证。

本报告由北京铜牛股份有限公司人力资源部编写，经社会责任体系建设小组及公司经理审核和第三方独立验证，并由中国纺织工业协会鉴证后公开发布。

公司社会责任体系建设小组审核，报告采用纸质媒体、光盘、电子文本的形式，欢迎您通过以下途径免费获取本报告：

联系地址：北京市通州区张家湾镇光华路 6 号

北京铜牛股份有限公司经理办公室

邮政编码：101113

联系电话：(010)61502989

传 真：(010)61502960

您还可以登陆我们的网站：www.topnew.cn 浏览或下载本报告的电子文本，并详细了解我们公司的更多信息。

看過，很好，謝謝同志們！

毛澤東

十一月十五日

1967年11月15日毛澤東主席在北京針織總廠（銅牛公司前身）的報喜信上親筆批示
“看過，很好，謝謝同志們！”



董事长致辞	1
铜牛品牌溯源	2
铜牛足迹	3
公司治理	5
产品与服务	6
责任战略	8
员工权益	21
科技创新	32
铜牛品质	39
清洁生产	45
社会公益	51
展望未来	56
社会评价	57
验证声明	58
鉴证意见	59
报告索引	60



8

责任战略

铜牛企业宗旨	9
铜牛股份成为CSC9000T首批执行企业	10
社会责任行为准则	11
社会责任管理	11
2008 年社会责任管理推进	14
2008 年社会责任影响因素	17
寄语利益相关者	18



21

员工权益

维护员工权益	20
保障民主权利	22
注重健康安全	24
促进员工发展	28
关心员工生活	30



32

科技创新

产品创新	33
科研创新	35
交流创新	35
合作创新	36
人才创新	38



39

铜牛品质

严格的采购控制	40
严密的过程控制	41
反馈与提升	43
2008 年质量管理成果	44



45

清洁生产

打造花园式工厂	46
持续发挥环保优势	47
强力推进清洁生产审核项目	48
积极提高员工环保意识	50



51

社会公益

众志成城 抗震救灾	52
与奥运同行 保奥运平安	54
对口扶贫	54
促进文化建设 展现铜牛风采	55

董事长致辞

2008年，中国迎来了改革开放三十周年，伴随着中华民族的伟大复兴，中国纺织服装业在拉动国民经济增长以及成为世界服装生产、消费大国的征程上，写下了不平凡的篇章。众多以质量和价格取胜的国内优秀品牌通过企业内部重组、调整以及优惠的政策跻身国内外市场。我们，铜牛——有着五十余年文化底蕴的企业，就是在这样的改革春风与急剧的变革中迎来了她高速发展的新时代。

多年来公司在一贯坚持提供优质产品的同时，将铜牛事业与中国及北京的发展同步，将铜牛对社会的奉献与责任定为企业基本理念铭记在心，这不仅是由铜牛精神和文化决定的，也是社会发展以及我们的核心价值观“人为本、客为上、诚为根、创为魂”的客观要求。

保障职工的合法权益，尤其是职业健康与安全等基本权利是我们核心价值观的元素之一，这也构成公司企业文化的重要环节，并融合于公司现有的发展项目和计划新发展的项目之中。我们的发展愿景“塑造铜牛世纪品牌，创建世界一流企业”正与这一元素一脉相承。

科技创新与品质保障是铜牛人对社会大众的长久承诺，“真实”与“高品质”既是我们品牌提升、发展的源头活水，也是我们表达志存高远，不断迈向世纪品牌的远景目标。

面对不断扩大的生产经营规模，我们积极进行节能降耗的环保措施，强力推行清洁生产审核项目，使企业发展与环境相协调，促进企业的可持续发展。

铜牛人热心公益，从庆祝申奥成功、抗击“非典”疫情、全民健身活动、爱心助读慈善工程，还是赞助北京男子乒乓球队，为首都民警捐赠保暖套装，都有铜牛人真情回报社会的行动。



北京铜牛集团董事长

林士昌

北京铜牛股份有限公司董事长、法人代表

我们认为，北京铜牛股份有限公司是社会公众公司，因而也应是对社会负责的公司。我们承诺：未来，我们在从事的所有生产、经营和管理活动中，在追求经济效益、保护股东利益的同时，都将依法保护职工的合法权益，诚信对待上、下游客户和消费者，加大力度节能减排，保护环境，积极参与社会公益事业，促进公司与全社会的协调可持续发展。

为了使我们的社会责任建设进一步公开化透明化，我们特此制作了此份社会责任报告，并保证报告内容真实可信，接受利益相关方的监督与质疑，我们希望这能体现铜牛的可持续发展的战略思路。

我们真诚希望此份报告成为与您沟通和交流的桥梁。



品牌溯源

铜牛品牌源于北京颐和园的“镇水铜牛”。

镇水铜牛镇守于昆明湖东堤柳岸之上，祈求国家风调雨顺，百业兴旺，政通人和，国泰民安。

据史料记载，公元 1755 年，乾隆皇帝令工匠铸造铜牛并亲撰铭文：

“夏禹治河，铁牛传颂，义重安澜，后人景从。制寓刚戌，象取厚坤。蛟龙远避，讎数鼉鼉。潏此昆明，潜流万顷。金写神牛，用镇悠永。巴邱淮水，共贯同条。人称汉武，我慕唐尧，瑞应之符，逮于西海。敬兹降祥，乾隆乙亥。”

“镇水铜牛”寓意为自然和谐，吉祥献瑞，趋利避害，基业永固。为此，我公司以“铜牛”为商标和集团名称并铸铜牛塑像和铭文，体现了铜牛精神和牛文化的厚重，挖掘并创立了充满铜牛特色的“诚、实、韧、拓、雄”的文化品格，达到了继往开来，形神兼备的境界。



铜 牛 铭

建 品 业 借 牛 协 拓 牌 之 品 本
世 牌 塑 喻 人 力 争 之 神 牌 公
界 求 造 自 当 再 雄 新 韵 取 司
一 实 铜 励 以 创 于 义 赋 镇 始
流 创 牛 团 拓 大 世 诚 铜 水 创
企 新 世 结 荒 业 齐 实 牛 铜 铜
业 创 纪 尽 牛 铜 心 韧 品 牛 牛

铜牛足迹

1952——2008



- 1952—1964 铜牛集团的前身是北京市人民针织厂。成为当时北京最大的针织企业，所生产产品占全市针织内衣产品的 80%以上。
- 1965—1975 1965 年 3 月成立北京针织总厂，并以当时的“六厂二校”之一而著称。老一代无产阶级革命家朱德同志、邓颖超同志、李先念同志、李富春同志多次到厂视察。
- 1976—1997 北京针织总厂经历体制改革，北京针织一分厂改名为北京第一针织厂，建厂到八十年代中期平均每年上缴国家利税 1000 多万元，年外贸收购值达到 1000 万美元。北京第三针织厂年利润达 2000 多万元，成为北京纺织工业“一枝花”。北京第二针织厂以出口绒布产品著称，成为北京市创汇大户。
- 1997 北京铜牛集团成立。
- 2000 2000 年 12 月 28 日北京铜牛股份有限公司成立。

1952——2008 年铜牛先进人物统计

北京市劳动模范	23 人
全国人大代表	3 人次
全国纺织工业劳动模范	2 人
首都五一劳动奖章	3 人





2002年9月9日,时任北京市副市长刘海燕视察了建设中的铜牛股份。并称赞铜牛股份建厂创造了“铜牛速度”。



2003年3月6日,时任北京市副市长陆昊到铜牛股份视察。



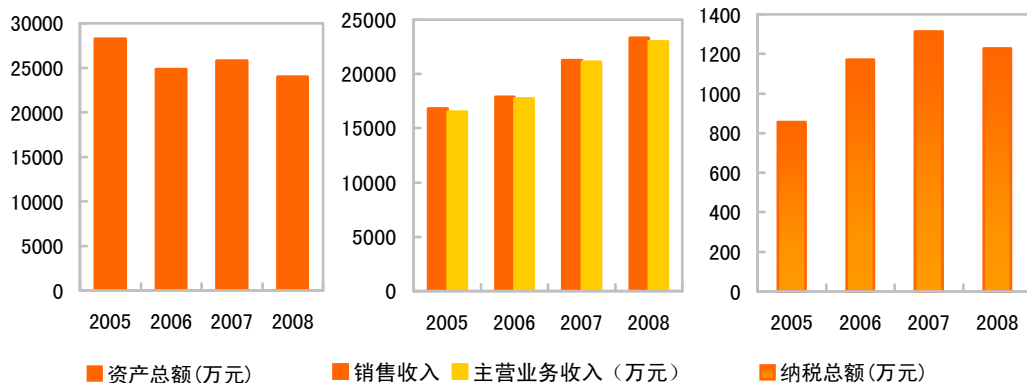
2004年9月2日,时任北京市常务副市长霍洪祥在北京纺织控股公司董事长、党委书记杨文华的陪同下到铜牛股份视察。



2005年7月12日,商务部副部长高虎城陪同美国商务部部长古铁雷斯到铜牛股份视察参观。



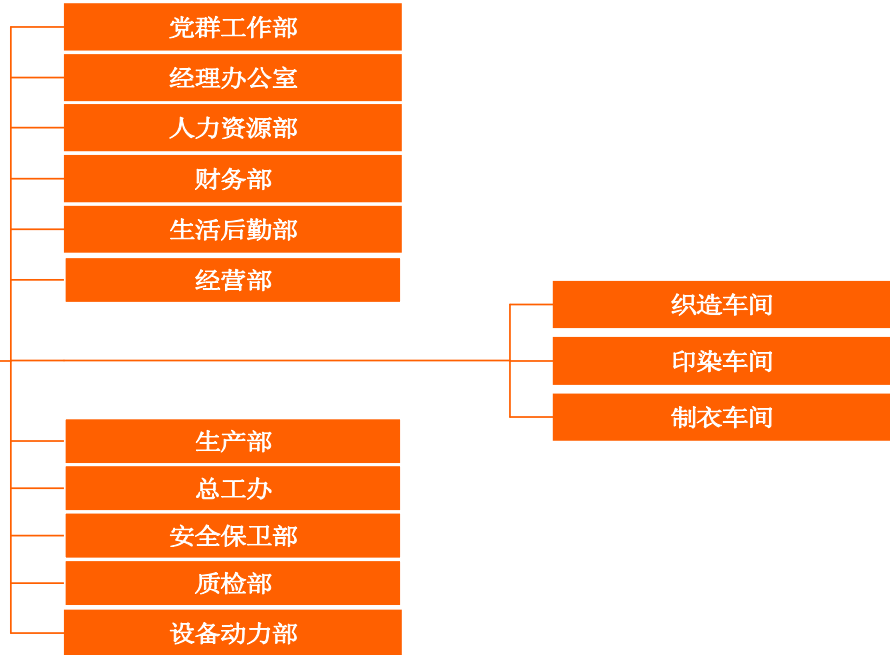
今天,北京铜牛股份有限公司做为北京铜牛集团骨干企业坐落在北京市通州区张家湾开发区。公司以铜牛牌产品为龙头,坚持内外贸并举的方针,以高新技术为先导,重点发展针织内衣系列、针织童装系列、针织休闲系列产品和商品坯布,2008年资产总额24013.75万元,实现销售收入23332.2万元,向国家纳税1226.86万元。公司以创建节约型企业为目标,长期坚持开展清洁生产活动,以技术进步推动企业发展,秉承“快速反应,准确到位”的企业作风,为顾客提供优质的服务,对国内外顾客做出质量和社会责任的承诺。



公司治理

公司工会

北京铜牛股份有限公司



北京铜牛股份有限公司是 2000 年成立的国有控股企业，在不断深化改革中，公司按照《公司法》要求，建立起现代企业制度框架，在完善法人治理结构、实行经营机制和管理模式的转变过程中，严格自律，不断提升自身素质，提高抗风险能力。公司一方面实行政企分开、政资分开，引入竞争机制，加强监管，提高资源配置效率，有效保护消费者利益；另一方面通过推行外部董事和监事制度，市场化的高管人员聘任制等途径，建立起规范的法人治理结构下的权力制衡机制与利益分配机制，提高企业的科学决策水平。

围绕“科学发展，构建和谐”的主题，铜牛集团公司制定了《董事会议事工作规则》、《国有资产收益收缴管理办法》、《财务监督管理办法》等二十项制度，实现了以制度管人、管事、管权，促勤政廉政落实。每年，我们对全体有经营处置权的个人及部门进行至少 2 次的反贿赂、反腐败培训，把完善惩治和预防腐败体系的反腐倡廉建设引向深处。2008 年铜牛股份业务人员未受到接受或给予贿赂的投诉及法律制裁。

我们致力于创造平等、公正、能充分发挥员工聪明才智的工作环境，不断探索公司制企业民主管理、事物公开的有效途径和方法，关注员工的利益诉求，落实领导干部的民主接待日制度、合理化建议制度，促进民主管理依法维护员工的合法权益，让员工享有开放式的沟通。树立起与企业愿景相一致的个人愿景。

产品与服务

1、中国名牌产品生产

作为铜牛高品质制衣基地，我们继承了铜牛的悠久历史与质量信誉，以高新技术为先导，对“铜牛”品牌内衣系列、休闲系列等内贸产品进行生产和加工。

我们遵循“顾客的期望永远是铜牛追寻的方向”的经营理念。“以铜牛的质量占领市场，以铜牛的信誉赢得客户”，发扬“团结尽业，求实创新”的铜牛精神，不断完善机制，创新发展。

2、面料基地建设

铜牛股份是北京市服装产业链建设中唯一保留的针织面料织、染、印生产于一体的全能企业，拥有较雄厚的纤维、面料研发能力，和较完备的硬件设施，与高校、科研机构、总后、航天等部门合作研发，产学研结合，已形成一批具有应用价值的科技开发成果，铜牛的产品可以广泛应用于生产各种不同需求的服装产品。相继推出的基础类、环保类、印花类、功能类面料等，受到消费者的喜爱。



3、国际市场拓展

多年来，铜牛股份结合国际贸易发展趋势，不断提高贸易水平和独立接单能力，并通过积极履行社会责任，赢得了国际客户的信赖与支持，业务量不断扩大。到 2008 年我们的客户遍及欧洲、美洲、亚洲等地区，并同这些客户形成长期发展的合作关系；确定了“稳定日本，拓展欧

美，促进产品与市场结构调整”的市场策略，实行针梭织并举的业务方式和欧、美、日多元市场格局。增长模式从“工贸一体”转变到“技工贸一体”，已同美国哥伦比亚公司和瑞典 H&M 公司、日本 NISSEN 公司等国际知名公司结成战略合作伙伴。贸易模式从 OEM 到 ODM 再到 OBM，实现了战略性转变。

H&M——源自瑞典的欧洲最大服装零售商，欧洲第三大最有影响力品牌。

（右图：瑞典最大报纸——《瑞典日报》记者随 H&M 业务代表来铜牛股份采访）







Bestseller 时装集团——驰名欧洲，总部位于丹麦。旗下品牌包括：ONLY、Vero Moda、Jack & Jones 和 Exit。





日本最大邮购商

责任战略



企业核心价值观

人为本、客为上、诚为根、创为魂

- 人为本（员工为本，是我们的立业之本）
- 客为上（客户至上，是我们的行为准则）
- 诚为根（诚信务实，是我们的品格根基）
- 创为魂（好学创新，是我们的企业之魂）

长久以来，“人为本、客为上、诚为根、创为魂”的核心价值观敦促着我们。随着世界经济全球化的进程，公司不仅要生产和提供符合市场发展趋势的产品，同时还要为客户、供应商、员工及社会其他相关方谋求福祉：即借助企业社会责任战略这一强有力的助推器，在员工权益、科技创新、产品质量、环境保护、社会公益等方面不断加大投入，加强管理建设，促进公司全面创新，增强核心竞争力，全力塑造国际化的品牌！

铜牛企业宗旨——缔造大众高品质生活

“缔造大众高品质生活”是我们的宗旨，也是我们关于自身所承担的社会责任使命的陈述，是我们经营活动的指导思想。我们认为：一个志存高远的企业不能仅仅以赢利作为企业的基本经营目标，而应将自身发展与社会发展有机结合起来，担负社会所赋予的使命，为社会的繁荣与发展承担应有的义务。一个企业也只有树立了强烈的、明确的使命感，才能赢得社会公众更普遍、更持久的支持、理解和信赖，才能帮助企业成员更好的实现自我需求，持续地激发员工的创造热情。

“缔造大众高品质生活”——

激励铜牛人不断开拓进取，追求创新，优质高效地创造出“绿色、自然、健康”等真正符合“大众高品质生活”的产品，引领行业发展。

“缔造大众高品质生活”——

决定铜牛人将通过自己的双手与追求将服饰生产演变为输出生活、创造生活，使消费者在享受铜牛产品的过程中，感受到无微不至的关怀和全方位的体贴，从而服务于大众高品质生活的缔造。

“缔造大众高品质生活”——

敦促铜牛人积极关注社会、共创和谐家园。铜牛股份将从企业自身做起，节能减排，促进环保，唤起广大员工及社会大众对弱势群体的关注，带动社会共同创造和谐家园，为更多的人争取充满关爱的高品质生活。



铜牛《理念行为手册》已于2007年元月发布

企业行为系统是企业理念系统的延伸与外化，亦是符合“缔造大众高品质生活”宗旨的社会责任行为规范体系。2007年，铜牛编制了《理念行为手册》，其中对铜牛全体人员，包括高层管理人员、中层管理人员、专业技术人员，营销人员、生产操作人员的行为准则进行了不同的定位和释义，在它的指引下，铜牛人将持续不断地改进社会责任绩效水平，针针线线，真情真意，不断生产出让百姓放心满意的高品质产品。

铜牛股份成为 CSC9000T 首批执行企业

中国纺织企业社会责任管理体系（CSC9000T），是中国纺织工业协会在中国法律法规、国际公约以及国际惯例的基础上制定的、符合中国国情的社会责任管理体系。CSC9000T 的核心是行业自律、以人为本及管理体系建设，它可以帮助企业实现其社会责任目标与经济目标，满足预防风险和持续改进的要求，有利于中国纺织企业在参与国际竞争的过程中不断提高自身的社会责任水平，树立行业自律，产业升级的形象。

为实现企业的长远发展，铜牛股份一贯坚持“以人为本”的核心价值观，在企业社会责任方面以人权、环境、资源利用为重点，于 2003 年就通过了 GB/T19001-2000 质量管理体系、GB/T24001-1996 环境管理体系和 GB/T28001-2001 职业健康安全管理体系认证。2006 年 3 月，在中国纺织工业协会专家组的帮助和支持下，我们作为首批九家 CSC9000T 试点企业之一，在行业内率先执行了 CSC9000T 社会责任管理体系。铜牛股份是这其中的唯一一家国有企业。



CSC9000T 执行企业证书



2006 年 3 月

中国纺织工业协会 CSC9000T 试点工作正式启动，铜牛股份公司入选首批十家试点企业。



2006 年 5 月

铜牛股份公司正式接受 CSC9000T 初始评估。



2006 年 12 月

公司代表参加首届中国纺织服装行业社会责任年会，并成为 CSC9000T 首批执行企业之一。

社会责任行为准则

作为中国纺织企业公共的社会责任行为准则，CSC9000T 总则是本公司奉行并将予以落实的社会责任准则。CSC9000T 要求以管理体系实施并持续改进以下各要素中的目标要求。

劳动合同：招用员工时依法订立书面劳动合同，具备符合法律规定的条款。

童工：严格杜绝招用童工，招用未成年工人必须符合法律、法规的要求。

强迫或强制劳动：严格杜绝使用或支持使用强迫或强制劳动。

工作时间：遵守国家法律法规关于工作时间的要求。

薪酬与福利：保证向员工支付的工资、福利待遇不低于法律、法规的要求，并且以货币形式支付。

工会组织和集体谈判权：承认并尊重员工组织和参加工会、以及进行集体谈判的权利。

骚扰与虐待：公司保障每位员工的身体与精神健康，禁止骚扰、虐待与体罚。

职业健康与安全：为员工提供健康安全的工作环境，遵守国家法律法规中有关职业健康与安全的规定。

关于以上各总则要素的具体要求，公司承诺将依照 CSC9000T 各要素的细则规定执行。

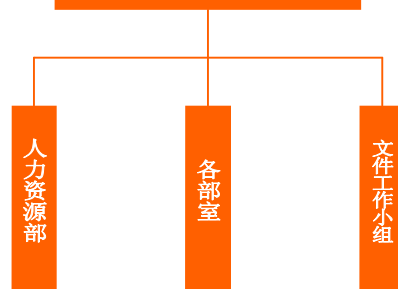
社会责任管理

1、成立社会责任体系建设小组

自实施企业社会责任管理体系，公司领导就高度重视 CSC9000T 的推广工作，要求在试点期间，认真按照中国纺织工业协会安排的工作程序进行，明确改进方案，树立企业良好形象。

体系建设一开始，我们就成立了社会责任体系建设小组，不断完善管理体系与程序建设，加强风险管理与控制，确保绩效目标的实现。

社会责任体系建设小组



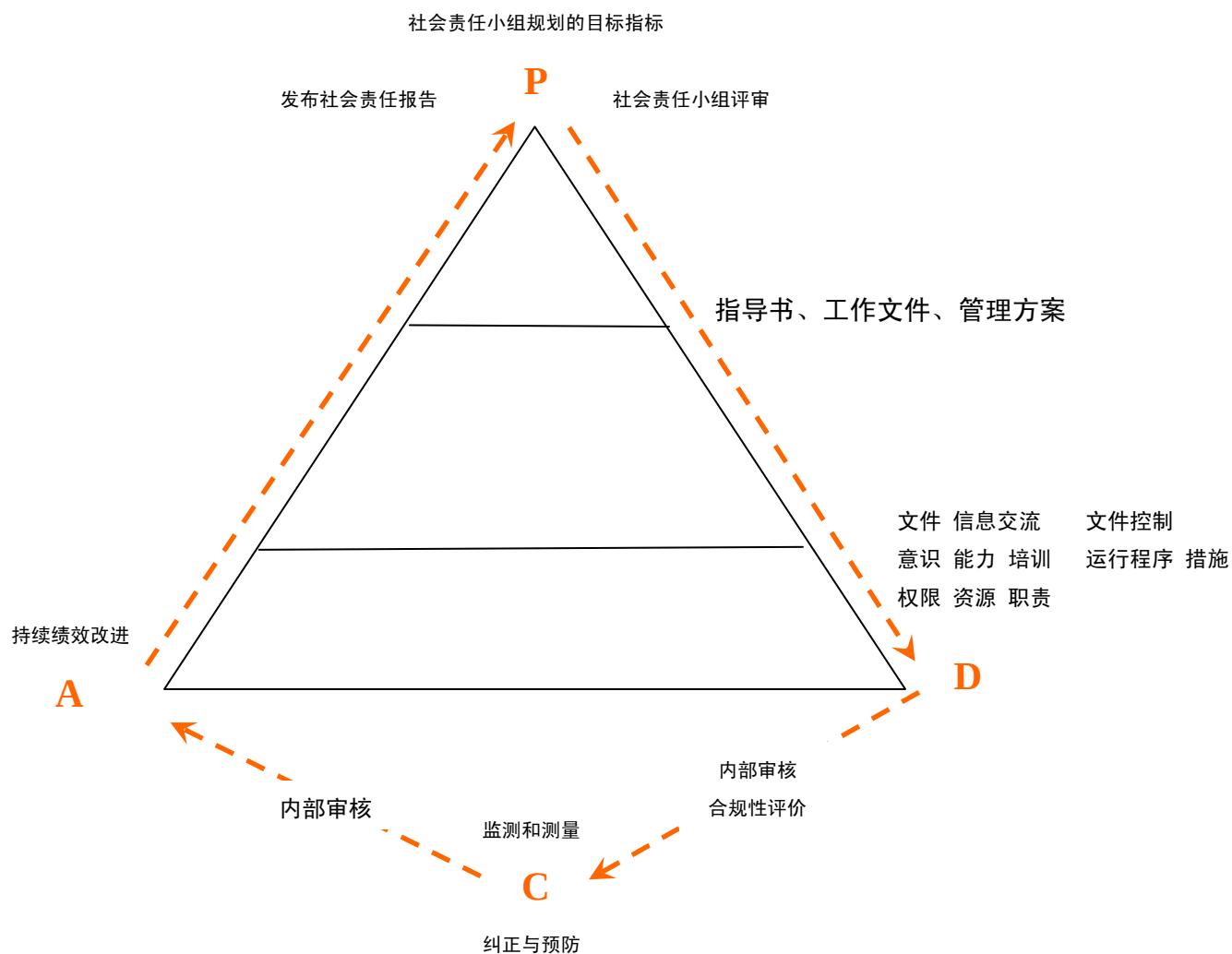
社会责任体系建设小组由各部室主要负责人组成，总经理刘杰任组长，该小组负责公司社会责任管理的领导与决策；讨论并批准相关社会责任管理制度与决议；审议公司年度重大事件、改革调整的目标、指标、实施方案；评议企业年度社会责任报告等；副总经理谷哲昭作为管理者代表主持文件起草的日常工作；人力资源部负责内外部信息识别与社会责任日常运作；各部室人员根据社会责任体系建设小组的要求履行社会责任。

2、管理体系建设

在“缔造大众高品质生活”的企业宗旨指引下，铜牛股份自上而下实施全公司的规范体系《北京铜牛股份有限公司 CSC9000T 社会责任管理体系》，并于 2006 年通过复评，为确保企业社会责任绩效目标的实现打下坚实基础。

公司 CSC9000T 社会责任管理体系按照 CSC9000T《中国纺织企业社会责任管理体系总则及细则（2005 年版）》各要素及公司实际情况进行编写和发布，在这其中，我们实现了社会责任管理体系与原有质量体系 ISO9001、欧盟纺织品出口管理认证 Oeko-Tex Standard 100、环境管理体系 ISO14001 以及职业健康管理体系 OHSAS18001 等体系的有机结合。

在推广实施 CSC9000T 工作过程中，我们从以下方面进行：编写 CSC9000T 实施指导文件与培训材料，内容包括社会责任管理体系的相关要素，如人力资源管理、职业健康与安全管理、员工沟通、员工手册等；宣传社会责任建设工作对企业长远发展的必要性，影响企业家的管理文化等。通过上述努力，铜牛股份最终通过了专家组的初评和复评。



利益相关者	社会责任绩效目标		
客户及消费者	1 提供绿色、自然、健康的高品质产品	2 求实、诚信的合作态度	3 不断改进的服务水平
股东及投资人	1 实现国有资产保值增值	2 树立“铜牛”民族品牌	3 为股东创造经济价值
员工	1 员工权益保护	2 员工培训与发展	3 员工职业健康 4 员工业余生活
价值链合作者	1 共同遵守国家法律法规、行业规程	2 符合质量认证	3 童工、强迫劳动
行业协会	1 加强行业内部交流	2 研究行业发展动态	3 推动行业内部社会责任体系建立
社会公众	1 节能环保	2 促进就业	3 支持公益事业 4 促进社会和谐发展

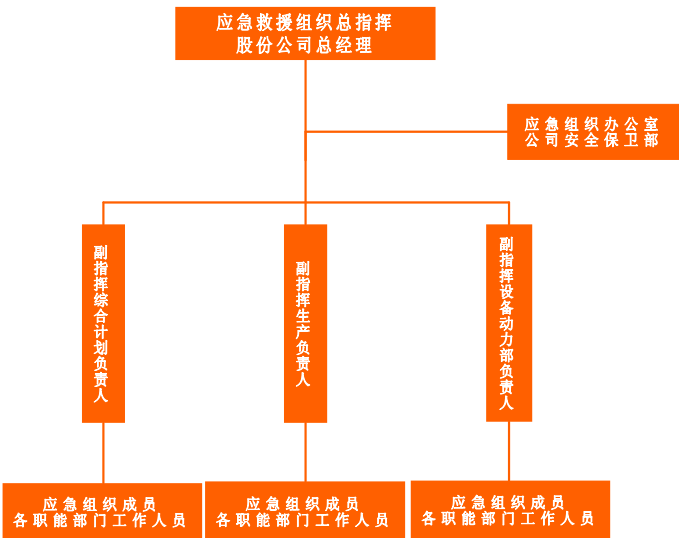
3、社会责任风险管理

2008 年，根据 CSC9000T 管理体系精神，公司提出了“强化安全责任、提供安全保障”的工作要求，不断健全、完善安全管理工作，落实各项安全责任，推进公司平稳的发展。

2008 年 3 月，公司按照惯例逐级签订了“治安、消防、交通、安全生产”四项安全责任书，其中总经理对部门领导 8 份、部门领导对班组长 76 份、班组长对员工 1143 份，明确了“安全生产人人有责”和“分级管理、分线负责”的原则，细化了各项安全工作指标，使安全生产工作步入规范化运行轨道。

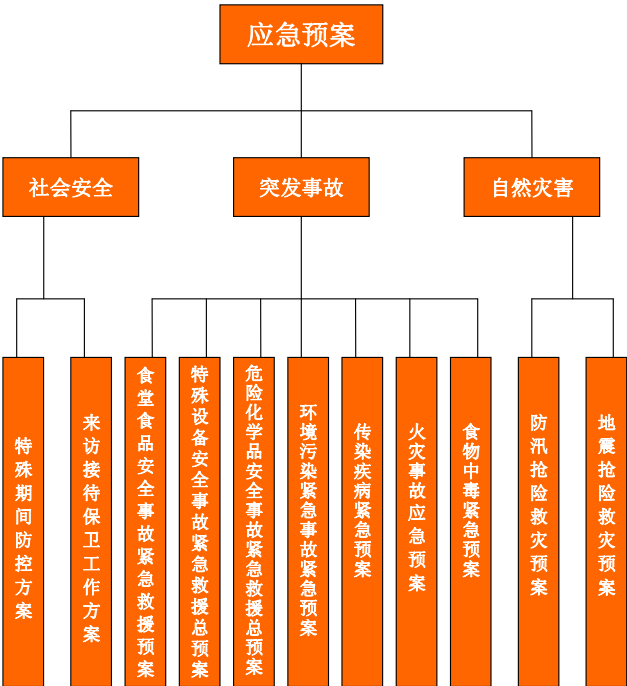
在安全管理上，公司自成立以来设立安全保卫部负责日常安全检查与监督，相关负责人申领安全生产资格证。特种作业、特种设备人员 100%持证上岗并定期及时检验更新。公司组建安全委员会与部门安全领导小组，成立 3 个义务消防中队，17 个义务消防小队，义务消防员共计 234 人。

应急救援组织机构图



应急体系的完善

应急体系是企业社会责任的重要组成部分。我们在企业细则的基础上建立完善的应急准备制度，为提高处理各类突发事件的预防、处置、恢复能力提供依据与保障。2008 年，公司继续完善应急准备与应对程序，针对突发事故、社会安全、自然灾害等方面建立了应急机制并配以相应负责人，严防事故的进一步扩大。



2008 年企业社会责任管理推进

1、贯彻落实信息识别程序

2008 年，遵循 CSC9000T 管理体系《法律法规识别程序》与《文件控制程序》文件，我们严格按照收集、识别、确认、发放、签收、使用、获取新版本、再确认、旧版回收的信息识别程序主动获取了一系列国家的法律法规要求，并使之成为公司的行为规范。这些法律法规也为企业的社会责任建设提出了更细致的要求和更高的挑战。

2、加大社会责任培训力度

铜牛股份高度重视企业社会责任教育培训工作的执行与落实。2008 年，针对企业社会责任管理、风险识别与控制、职业健康与安全，我们展开了 2200 人次相关培训（右图），员工培训覆盖率达到 100%，为保证员工权益、促进铜牛股份可持续发展做好能力储备。

相关链接——

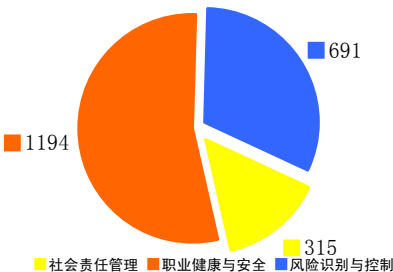
2006 年，公司在中国纺织工业协会专家的帮助下完成了对全公司 20 多名中、高层管理人员 CSC9000T 试点项目的预备培训。

2007 年我们加强了与中国纺织工业协会社会责任建设推广办公室的沟通与联系，通过参加以学习新版《劳动合同法》为主题的专题讲座，我们进一步规范劳动用工管理制度，为和谐发展打下基础。

2008 年，我们分 2 次派人前往上海，参加由中国纺织工业协会举办的“中国-欧盟纺织企业社会责任培训班”和“CSC9000T 社会责任管理体系内审员培训班”，通过这两次培训，我们达到了强化劳动管理、风险防范、提升职业健康与安全的目的，明确了承担社会责任对公司的长远意义。

2008 年，新版《劳动合同法》、《劳动争议仲裁法》、《劳动合同法实施细则》、最低工资标准、相继出台，公司人力资源部及时收集、反馈、传达相关信息，组织、参与了专题培训讲座。

企业社会责任培训人次



2008 年 9 月 22 日，公司社会小组成员赴上海参加社会责任管理体系内审员培训班

3、初步建立社会责任报告制度

2008年6月，作为CSC9000T体系执行企业的代表，铜牛集团董事长、总经理林士昌对社会承诺将发布铜牛股份2008年社会责任报告。并决定从2009年起按照《中国纺织服装企业社会责任报告纲要》（CSR-GATEs）每年上半年发布上年度社会责任报告并按照GATEs要求加以独立验证。在下半年的工作中，社会责任建设小组根据《中国纺织服装企业社会责任报告纲要》的指标体系明确了数据采集流程，初步建立了撰写报告的相关工作制度，并在编写的过程中广泛征求了利益相关方的意见。

社会责任报告制度在铜牛公司整体层面上得到正式确立，促进了管理水平的提升。

4、加强与利益相关者沟通

利益相关者是指任何可能受到企业决策与活动的影响，同时又可以影响企业决策与活动的各利益群体，包括员工、客户、供应商、社会团体、各下属与分支机构、合资伙伴、投资人、竞争者以及环境因素等。维护并满足利益相关者的需求，是我们获得长期生存和繁荣的重要手段与途径。通过定期与利益相关者沟通，铜牛股份逐步建立了利益相关者参与机制，并不断识别出企业社会责任的关键领域与改进内容，从而赢得国内外利益相关者的认可与信赖。



2008年4月19日《瑞典日报》用整版篇幅介绍了H&M公司与铜牛股份的贸易合作

2008年4月15日，铜牛股份接待了三位特殊的客人，其中一位是瑞典H&M公司业务代表，而另两位则是瑞典发行量最大的报纸——《瑞典日报》的记者。此次行程H&M业务代表将通过媒体向瑞典人民介绍H&M公司与铜牛股份的贸易合作，以及铜牛股份作为H&M的中方供货商积极承担社会责任的情况。

相关链接——

2007年H&M公司股东一行10人来到铜牛股份进行考察，对铜牛股份社会责任的履行情况表示了极大的兴趣和关注。

2008年铜牛股份接受了《瑞典日报》记者的采访。

2008年10月铜牛股份以供货方身份参加了H&M公司组织的关于社会责任的相关培训。

铜牛股份 2008 年利益相关者主要沟通项目			
沟通类别	主要对象	沟通部门	沟通内容
采购商	H&M NISSEN 派克兰蒂 铜牛品牌运营中心 北京小护士	经营部	更好的履行社会责任 提升管理水平
供货商	宏润集团 中原纺织 HUNTSMAN CLARIANT DYSTAR YKK	生产部	建设绿色供应链 消费者权益保护
同行企业	广东冠华 上海三枪	生产部	环境保护，共同履行社会责任
行业协会	中国纺织工业协会	总工办	通过培训提升社会责任管理水平

在铜牛股份，采购商的平均交货期限约 50 日，最短交货期限约 30 日，有 20% 的采购商要求进行验厂。2008 年我们共接受验厂次数为 5 次，其中 H&M 验厂 3 次，以订单数计算的社会责任检查覆盖率为 32.6%，通过自觉履行社会责任，铜牛股份不断得到大型采购商的信任，贸易业务量加大。同 2007 年相比，2008 年 H&M 在铜牛股份的贸易订单量增长了 130%。

此外，2008 年，我们未受到国外市场反倾销措施的影响。

铜牛参加的主要行业协会和组织

序号	组织名称	所处地位
1	中国纺织工业协会	理事单位
2	中国质量检验协会	会员单位
3	中国针织工业协会	副理事长单位
4	中国纺织职工思政研会	理事单位
5	北京针织工业协会	理事长单位
6	北京市企业联合会	常务理事单位
7	北京市企业家协会	常务理事单位
8	北京市服装纺织行业协会	副会长单位
9	北京纺织工程协会	理事单位
10	北京纺织劳动分会	理事单位
11	北京市用户满意工程	会员单位
12	首都企业家俱乐部	常务理事单位
13	北京市企业党委书记联谊会	会员单位
14	北京市商标协会	会员单位
15	北京市安全管理协会	会员单位
16	北京纺织思政研会	会员单位
17	北京工业经济联合会	会员单位
18	《时尚北京》杂志社	副理事长单位

5、员工参与

2008 年，我们延续或创新使用更多的方式与员工展开沟通与交流，争取让更多的员工参与到公司的发展与决策中来。这其中包括与公司高层管理者“面对面”交流的“民主接待日”、宣传栏、电子信息栏、短信、电话、邮件、意见箱、员工交流会、职工代表会等。

2006 年，我们在员工餐厅设置了电子大屏幕，每天利用午饭时间滚动播放公司通知与信息。2008 年，我们利用它增加公司信息披露，每当有重大改革调整时，我们都尽早地告知员工，比如：依据新版《劳动合同法》公司人力资源部要将部分员工的劳动合同进行变更时，我们提前 2 周就通过大屏幕宣传了新版《劳动合同法》并详细阐述了要进行劳动合同变更的原因，此外，对于变更过程中可能存在的疑问，人力资源部提前进行了解答和说明，使员工尽早了解相关信息，消除了相关员工的困惑。与此同时，面对愈演愈烈的全球金融危机以及瞬息万变的国内外环境，我们将更多的媒体新闻、国家大政方针及时传递给我们的员工，帮助他们更多的理解和参与到公司的决策当中来。

同时，铜牛股份工会通过组织丰富多彩的文化活动，促进了不同部门间员工的互动与参与。2008 年，工会组织了参观“鸟巢”、郊游、运动会、中秋晚会等多种多样的文体活动，以轻松愉快的方式弘扬了铜牛精神、鼓舞了员工士气，使更多的员工主动融入到铜牛大家庭中来，做铜牛股份的一份子。（详见“员工权益”）

2008 年 11 月 12 日，公司组织各岗位一线青年员工代表相聚在一起，与公司总经理刘杰同志进行了一次题为“了解铜牛历史 感受铜牛文化”的近距离交流，在交流过程中，大家从各自的岗位出发，与领导分享了自己对企业当前现状的想法，领导也从自身和企业出发向大家传递了一些铜牛文化与观点。通过此次交流会，我们向员工传达一个心声：企业就像一盘棋、就像一个家，只有大家共同参与向着同样的方向迈进，不管是一小步还是一大步，都是进步。

2008 年社会责任影响因素

成本上升 2008 年年初至今，人民币汇率上升幅度已超过 7%，汇兑风险的不确定性直接影响贸易接单；此外，国内棉花的硬缺口，让企业不得不付出比国外竞争对手高出 10%~20% 的成本；而随着就业保护标准的出台与薪酬福利待遇的提高劳动力成本直线上升 30% 左右。



外需下降

金融危机已蔓延至欧美国家，国际市场消费萎缩直接导致订单减少、出口下滑。而很多国外采购商资金周转困难，倒闭者越来越多。公司的出口业务因此受到一定程度的影响。



奥运影响

奥运期间受交通限制和化工企业停产等影响，物资价格涨势迅猛，尤其煤炭价格、煤油价格、染化料价格翻番。影响接单制衣约 40 万件，坯布约 120 吨，销售额 1300 万元，影响利润 30 万元；价格上涨、奥运交通影响利润 200 万元（原材料 157 万元；仓储、运费 43 万元）。



融资艰难

由于银根紧缩，多数银行将放贷条件变得更加严格。纺织行业由于被列为所谓的“夕阳产业”，不少银行拒绝向行业内企业放贷或减少贷款额度，从而使诸多纺织服装企业，包括本公司的贷款难度增加。

国际环境风起云涌，国内市场竞争激烈，面对重重压力，如何在新环境下提高生产效率、优化产品结构、深化改革机制、转变经济增长方式，实现企业发展与资源环境相协调，与员工素质全面提升相统一，是铜牛人将长期致力于解决的问题和积极履行社会责任的动力。

寄语利益相关者

面对席卷全球的金融危机，市场需求急剧下降，受大环境的影响，我们的利润也有所下降。突然“转冷”的行情也使产品结构调整不到位、抵抗风险能力需要加强、薪酬水平有待提高等一系列企业自身问题暴露得更加清晰。因此，抓紧时间、苦练“内功”成为当务之急。我们坚信：就在不远的将来，一个以大规模生产为基础、以技术研发为核心、以服务运营为保障的品牌经营时代注定要到来，铜牛——将作为依靠企业修炼“内功”的积极“行动者”，在“经济寒冬”的考验下更早地迎来温暖的春天。

就在近期，政策“暖风”频繁为纺织企业披上“冬衣”，无论是出口退税率的逐步提升、中小企业贷款优惠，还是增值税转型，都无疑为产业升级和企业转型创造有利时机，这些优惠政策不仅可以在严酷的环境下减轻企业负担，缓解资金压力，还可以大大降低企业技术改造成本。由此可见，政府的扶持也是纺织行业前行的动力。未来，我们期望政府可以更多的出台相关“暖风”政策与振兴纺织的发展项目，让科技创新带动行业发展，让行业发展融入国家创新平台。使全社会给纺织一个重新定位。

企业转型的关键环节是怎样建立以消费者为中心，以产品质量为保障的价值链紧密合作的商业模式。过去，我们过多地强调了自身的品质而忽略了上下游价值链的通力合作，当前，我们需要赋予价值链合作新概念、新模式、新内容。如何真正建立起平等、合作、共赢的价值链体系、消除恶性竞争和不公平待遇将是企业乃至整个行业转型的关键。因此，铜牛呼吁在行业内成立一个开放、标准的工作平台，创新思路、拓展视野，在资本股权、市场渠道、研发设计、生产制造和物料供应等多方面实现开放合作，促进产业和谐发展。为此，铜牛也将在以下方面做出努力：第一，



坚持共赢的策略，在不断调整产品结构提高产品单价的同时，合理分配上下游利益，共同把产业价值做大。第二，与价值链合作者共同成长，在老企业基础上做好做新。第三，“真实为源，品行高远”，赢得市场对铜牛始终如一的信任与钟情。

此外，至关重要的是：行业组织与中介机构也是企业成长的助推器，我们期望可以有更多的行业组织关注企业社会责任，并以技术培训、行业研讨等多种方式帮助我们调整步伐，突破瓶颈，争取更多的技术与知识、机会与可能。

员工权益



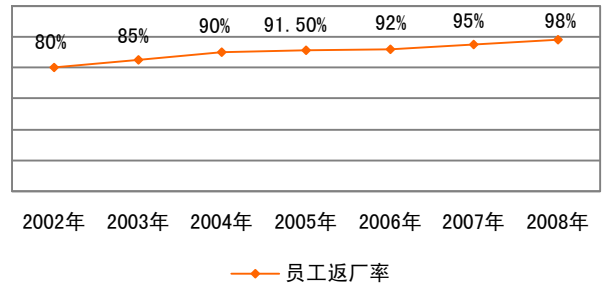
尊重员工权利，倾听员工心声，促进员工发展，让铜牛文化根植于每位员工心中，提高员工素质，创造温馨生活，是我们始终坚持“以人为本”工作方针的具体体现，同时，坚决杜绝使用童工、强迫劳动及歧视性用工等事件的发生是我们积极履行社会责任的必然要求。

维护员工权益

1、员工基本情况

截止到 2008 年 12 月，公司共有在岗员工 1219 人，全部为全日制员工。其中男员工 492 人，女员工 711 人，管理人员 142 人，技术人员 167 人，生产工人 914 人，其中聘用离退休人员 4 人。此外，外地务工人员为 861 人，占人员总数约为 70.1%。

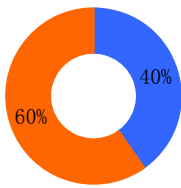
我们长期坚持“以人为本”的铜牛文化，员工队伍稳定，从 2004 至 2008 年，员工春节返厂率均达到了 90% 以上。



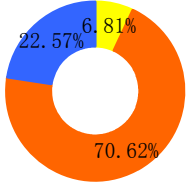
2、机会均等与尊重信仰

男女平等，同工同酬，机会均等是我们长期不变的用工宗旨。在日常的生产生活中，我们充分尊重少数民族员工的宗教信仰与民族习惯，积极创造和谐铜牛大家

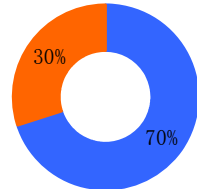
在铜牛股份，共有 36 名来自五湖四海的少数民族员工，为保障他们的权益，尊重他们的民族习惯和信仰。在员工餐厅，专门设置售饭窗口和专用炊具，提供符合民族习俗的可口饭菜。此外，我们还吸纳了 19 名残疾人员工，将他们分配在合适的岗位，并尽可能的关心照顾他们的工作和生活，坚决杜绝歧视现象的发生。



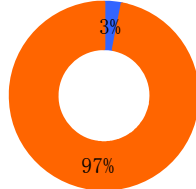
■ 男 ■ 女



■ 16-18岁 ■ 18-45岁 ■ 45岁以上



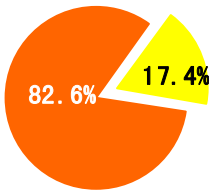
■ 从农村招收员工 ■ 从城镇招收员工 ■ 少数民族员工 ■ 汉族员工



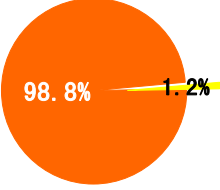
3、劳动合同

我们严格贯彻执行《中华人民共和国劳动法》，建立了相对完善的用工管理制度；在平等自愿的原则上公司同每位员工签订标准劳动合同，截止到 2008 年 1 月 31 日，劳动合同签订率达到 100%。2008 年全年没有发现违反劳动法的情况，未发生劳动仲裁或诉讼。

《劳动合同法》于 2008 年 1 月 1 日生效，我们早在 2007 年就着手组织《劳动合同法》培训，共组织参加了铜牛专题培训讲座 6 次，参加总人数达 170 人。2008 年我们还有针对性地开展了劳动法培训 4 次，与劳动人事管理相关的 48 人次参与培训。



■ 固定期限合同 ■ 无固定期限合同



■ 中长期合同 ■ 短期合同

《避免招用童工程序》

根据CSC9000T管理要素的要求，严格制定并实施了《避免招用童工程序》，在与员工签订劳动合同前，人力资源部将仔细核实员工的个人姓名、年龄、身份证原件、户籍证明、居住地址等信息，确保员工提供资料真实、可靠。截止到2008年12月，公司通过内审和外商验厂，各岗位均未发现使用童工的不法现象。

4、薪酬与福利

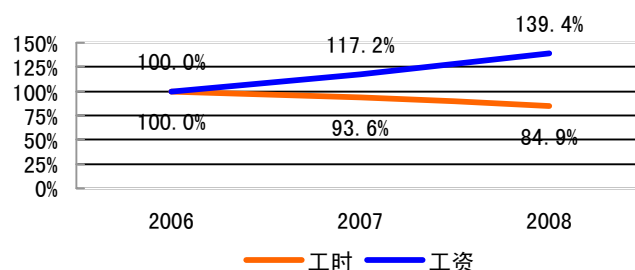
铜牛股份是对员工负责任的公司，公司依法足额发放员工工资，成立至今，未发生一起薪酬拖欠事件，截止到2008年底，全员工资均达到国家法律法规要求。

2008年在不断变化的大环境下，我们仍努力通过提高产品单价和使员工工资与工作岗位、绩效水平挂钩来改善员工工资待遇，调动员工工作积极性。

但是我们深知，目前的薪酬水平还有待提高，在未来，铜牛股份将通过更进一步和更有效的产品结构调整、业务流程再造，逐步完善薪酬体系、提高工资待遇，确保员工工资和福利的公平性。

此外，完善的社会保险福利体系，是公司“以人为本”保护员工合法权益的又一重大体现，根据国家多层次社保体系的总体要求以及企业实际人员结构，我们为员工依法足额缴纳各项法定保险，覆盖率为100%，保证员工退休、看病、生育等权益；逐步完善的医疗补充保险，切实提高了员工退休福利水平，让离退休人员减少后顾之忧。

2006-2008年制衣车间工资工时变动速度图



2008年制衣车间积极实行班组长绩效考核计划，通过制度化的激励和约束机制激发了班组长的工作热情 and 工作效率，同时也提高了员工的工资待遇。

2007至2008年，根据北京市调整了社会保险缴费基数变动，我们及时增加社会保险投入，其中本市城镇与外埠城镇养老、失业、工伤保险缴费基数增加10.47%，生育、医疗保险缴费基数增加10.42%；外埠农民医疗、工伤保险缴费基数增加10.42%。

脱贫致富的三姐妹

郭敏、郭爱华、郭爱香是铜牛股份有名的“姐妹花”。2004年，当姐姐郭敏从山东梁山老家经人介绍来到铜牛股份的时候，她就坚信铜牛能给她和她的家庭带来经济上的转变。经过一年的拼搏与奋斗，当她带着1万多元钱回家过节时，全家人都欢欣鼓舞、激动不已！因为，对于一个挣扎在贫困线同时又养育三个孩子的困难家庭来说，这1万多元钱是他们过去想也不敢想的！2005年2006年，妹妹郭爱华和郭爱香带着感恩与梦想相继来到铜牛股份，在平凡的缝纫岗位上，她们姐妹三人共同创造了月薪过八千的“神话”！几年间，曾经还是家徒四壁的家庭，如今已经添置了许多现代化家用电器，2007年“三姐妹”还在老家盖了三间房子，郭家成了当地有名的“脱贫户”！

保障民主权利



1、完善的工会保障

我们的员工有权根据法律法规建立属于自己的工会，铜牛股份工会自公司成立起建立，公司每年足额计提工资总额 2%用于工会组织建设与发展。多年来，铜牛股份工会一直致力于维护员工的合法权益、反映职工群众的意见和要求。2008 年，公司员工入会率达 70%。

每周召开的工会主席会，使员工代表充分行使参政议政的权力。在铜牛股份，凡涉及公司重大政策、规章制度、员工切身利益等相关事项的制定和实施过程中，必须经过工会集体讨论通过。2008 年，在业务调整、流程再造、人员分流、劳动合同的签订等企业重大问题的决策中，公司工会认真听取职工意见，了解职工真实想法，把握职工心理动态，将维护职工权益，保护职工利益真正落到实处。

此外，工会组织围绕着“科学发展，构建和谐”两大主题，关注员工生活、真诚帮助员工，大力开展主题鲜明的企业文化活动，努力打造凝心聚力工程，积极主动为员工做好事、办实事，热心于树立起职工与企业发展愿景相一致的目标追求。

2、窗口交流

全国总工会常务副主席孙春兰来公司视察、慰问

2008 年 3 月 6 日，全国总工会常务副主席孙春兰来到拥有 600 多名女农民工的铜牛股份慰问，并为女农民工带来了 10000 元慰问金、慰问品和农民工维权书籍。（上图 2）在视察的公司的过程中，孙春兰来到了织造车间，

主席向正在工作岗位操作的女工了解工作情况，在女工集体宿舍里与正在倒班休息的员工拉起了家常，孙主席亲切询问了这位女民工家里的情况，“在这里工作累不累？吃的怎么样？”这位员工告诉孙主席：“我们每天三顿饭都在厂里吃，吃的很好，住的是五层楼的集体宿舍，每天都能洗澡，还有企业为丰富我们的业余文化生活专门为我们开办了员工俱乐部，工作生活环境都很好”，孙主席高兴的点了点头并做出了指示：“企业应着重提高农民工的素质，普及农民工的信息，开阔农民工的眼界”。

美国变革谋胜利工会联合会代表团进行访问

2007 年 5 月 22 日，美国两大全国性总工会之一，下辖 7 家全国性产业工会，拥有会员 600 余万人的美国变革谋胜利工会联合会代表团来到铜牛股份访问（上图 1），代表团由美国服务业、汽车业、烟草业、纺织业工会人员组成。

代表团首先与中国财贸轻纺烟草工会、纺织控股公司工会、铜牛集团公司、铜牛股份公司领导进行了座谈交流，双方在友好的气氛中，就如何更好的维护员工合法权益，建设和谐企业等具体问题进行了广泛交流。随后代表团一行对公司进行了参观，并针对产品提出了一些相关问题和建议。

西班牙工会代表参观铜牛股份

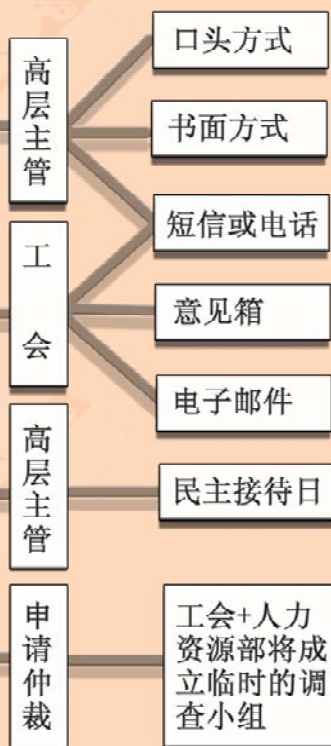
2008 年 12 月 5 日，中国财贸轻纺烟草工会主席贾艳敏与西班牙工人委员会纺织、皮革和化学工业联合会国际关系书记博伊克斯在局工会主席和铜牛集团工会主席的陪同下，参观了铜牛股份制衣车间和产品展厅（上图 3），并就员工权益和工会工作等方面与工会主席刘芳做了具体交流。

疏通密切联系群众的渠道与利益诉求渠道是进一步完善民主管理制度、实行司务公开制度行之有效的办法。它可以通过听取员工意见，集中员工智慧，凝聚员工力量达到摸实情、说实话、办实事、求实效、真诚进行交流、妥善解决问题的效果。

工人先锋号

北京市总工会

员工可选择的投诉渠道



公司高层领导每月在专门时间和地点进行接待解决矛盾

调查结果呈
报总经理审
查

15个工作日内由总经理做出最终裁决,并做出答复意见或处理结果

注重健康安全

1、关注员工身体健康

对新员工的入职体检，老员工年度例行体检及特殊工种定期的职业健康体检，是我们多年来一贯坚持的做法，体现着对广大员工的关爱，2008 年 5 月，我们聘请北京大学附属医院医疗队来公司为企业员工进行健康体检，全年度员工体检率达到 100%。



食堂操作间

2008 年铜牛股份员工福利投入（部分）

项目	费用（万元）
全员体检	9.53
食堂伙食	167.35
单身宿舍维护	3.58
医务室	0.37
合计	180.83

此外，为方便广大员工，公司专门设有医务室，内有专业医生和常规药品，随时为员工问诊。

预防艾滋病人人有责。2008 年，我们在历年零病例的情况下，依然积极采取防御措施，加强艾滋病宣传教育，全年投放宣传展板共计 15 块，其中单身宿舍 10 块，宣传栏 4 块，医务室 1 块，累计投入金额 750 余元。



员工年度体检

食品健康安全是公司后勤服务部头等大事。为此，公司在保证生活后勤部员工 100%持健康证上岗的同时，严格制定和落实了《食品卫生五四制》原则——即由原料到成品“四不许”、食物保管“四隔离”、食物用具“四过关”、环境卫生“四定制”、个人卫生做“四勤”。确保员工食用饭菜安全、健康。实现了 2008 年，餐厅服务零投诉。



医务室李医生正在问诊

逐步建立的员工疗养制度，是企业“以人为本”的又一体现，其目的是关爱员工、激励员工，使他们以更加饱满的工作状态和愉悦的身心，投入到铜牛事业的发展建设中。每年，铜牛将组织评选出的经济技术创新标兵、科技进步标兵、优秀共产党员、铜牛进京好青年、百名星级员工等优秀员工给予奖励，并为他们制定放松身心的疗养计划。



铜牛股份先进员工疗养

2、关注员工心理健康

随着城市化进程的加快，来自广大农村的青年员工的心理状况也发生了很大变化，来自家庭状况、就业、竞争、生存等多方面的压力给他们带来的很多不良情绪威胁员工的身心健康。

为此，我们针对广大青年员工的心理特点，在“员工之家”定期开设心理课堂辅导，讲解如何进行压力释放、以及如何在生活中寻找快乐与兴趣。在传播心理卫生知识的同时，加强正确的心理干预。

08年先进人物疗养

为了发扬成绩、弘扬先进，激励广大员工学习先进人物，铜牛于9月20日组织先进员工赴黄山疗养，一览祖国的大好河山。短暂的旅程，黄山的“四绝”、黄山的“高险”让人豁然开朗、激动不已，“千岛湖”的风光给平日里忙于生产少有放松机会的先进员工们留下了美好的回忆。就像先进人物所说的：“我们只是做好了本职工作，公司却给了我们极大的鼓励，生活在铜牛这个大家庭里我们感到了温暖和舒心，今后要继续努力，为铜牛的发展做出积极的贡献。”

——生产部 赵洪华



员工之家开设“心理课堂”



1、员工宿舍



2、员工餐厅



3、员工操场

3、强化安全管理

珍爱员工生命、关注员工健康，把员工的生命与健康永远放在第一位，是我们积极履行企业社会责任，关注员工职业健康的重要表现。

2006-2008 年，公司根据《危险源辨识与风险评价控制程序》的要求，发动全体职工采用询问与交流、现场观察、查阅有关记录、获取外部信息、工作任务分析、数理统计和概率分析等方法进行危险源辨识。利用发生事故或事故风险的可能性、暴露于潜在风险环境的频次（发生事故）、可能出现的结果（经济损失和伤亡人数）三个影响风险性的因素，对危险源的风险进行评价，确定风险级别，并根据评价结果采取有效措施进行控制，努力消除职业病危害影响因素。

同时，公司每年将聘请相关专业机构对相关方面的安全现状进行检测。2008 年，公司对电器安全检测、尘毒检测、消防设施检测工作和消防器材、设施日常管理和更换工作投入了 10 万元，并为相关岗位员工体检、购置防护用品，有效地保护员工健康。

此外，通过内审及日常检查制度，公司安全保卫部对生产车间、宿舍、食堂等涉及职业健康与安全的地点进行安全检查，截止到 2008 年 11 月底，我们开展日常安全检查和专项安全检查 76 次，共查出不安全因素 226 项，其中开出消除事故隐患通知单 7 份。

4、培育安全文化氛围

为使广大员工从“要我安全”到“我要安全”，再到“我懂安全、我会安全”的思想转变，我们积极培育、倡导和发展具有铜牛自身特色的安全文化活动。

在 2008 年“安全生产活动月”期间，我们从“安全操作规程”、“安全生产规章制度”等方面制作了 90 余块安全展板，时刻提醒员工“人人讲安全，各个抓安全”，较好的体现了企业的安全文化氛围。2008 年 6 月 10 日公司举行了安全生产千人签名活动，共有 1100 余名员工参与了签名活动，将“安全生产月”活动气氛推向高潮。



员工观看安全宣传展板

2008 年安全培训情况统计		
培训对象	培训形式与内容	培训人数
消防中控值班人员	内培外培统一	18 人次
新员工入职培训	内培 “三级”教育	4 批共 392
班组长以上人员	内培	2 批共 101 人次
特殊工种人员	外培取证/复审	91 人次
安全保卫相关人员	消防、职业健康等 专项培训	39 人次

另外，（详见下表）我们通过组织 6 次消防灭火疏散演习、2 次消防中空演习，增强了员工预防事故、控制职业危害和应急处理能力。

安全演习训练情况统计		
项目名称	演习时间	参与人数
灭火演习	3 月、11 月	92 人次
制衣车间疏散演习	3 月、10 月	1250 人次
单身宿舍疏散演习	4 月、10 月	695 人次
安保人员消防中控报警 演习	6 月、8 月	32 人次

第三届消防运动会

为认真贯彻落实《中华人民共和国消防法》，提高员工消防安全意识，铜牛于 2008 年 11 月举办了第三届消防运动会，共有 12 个代表队 97 名员工参加了“两人三节水龙带”、“五公斤干粉灭火器 100 米负重跑”、“五公斤干粉灭火器实际灭火”三项比赛。通过比赛员工的消防意识与技能得到提高。

2008 年是平安奥运年，也是公司安全管理的关键一年。在此期间，我们共投入 127.48 万元用于安全管理，通过一系列的行动排除危险因素、加大安全隐患整治力度。同时，我们开展各种形式安全教育培训工作，使员工自我保护意识明显提高，企业安全生产因此得到巩固和加强。

2008 年全年，铜牛股份没有发生一起火灾、设备化学品伤害事故，没有一起因违反劳动法律及职业健康与安全相关法律法规的行政处罚。但是，2008 年 1 起由保全工人维修操作不当引起的 1 人轻伤的安全事故也时刻提醒我们：安全责任重于泰山，我们一刻也不能放松警惕。在事故发生后，社会责任应急小组立刻启动了相关应急预案，积极有效的采取了控制措施，将对员工的事事故危害减少到最低。

2008 员工工伤及因责任事故死亡统计

因责任事故死亡人数	0
轻伤人数	1



五公斤干粉灭火器实际灭火演练



运动员参加两人三节水龙带、水枪对接比赛

促进员工发展

21 世纪的竞争是人才的竞争，高素质人才是企业的栋梁，关系着企业的创新发展。2008 年，是公司改革调整、技术创新的关键一年，我们加快脚步、加大人才工作投入力度，全年共培训 4236 人次；同时，根据公司现有人员结构、素质水平，我们不遗余力地搭建成长平台，多用途培养人才，用好、用活、用足、用实企业各类人力资源，创造学习环境，提高技术人员自主创新的积极性，力争将全员的思想意识、技术技能提高到新的水平。

1、加强职业技能培养

铜牛是人才培养与成长的摇篮。我们珍惜成长于企业各岗位的技术骨干人才，重视他们为企业创造的价值。2008 年，利用国内外先进的经验理论，我们加大培训投入力度，将一批批优秀员工送出外培，在为企业发展培养后续力量的同时，也为员工自己争取了提升的机会。

班组长队伍建设

作为生产一线的主力军，班组长是创造企业价值、把握企业发展的基层带头人，面对产业升级、更新换代的时代新格局，尽快提高外来务工人员班组长的素质，加强他们的专业技术技能的培养成为企业长期发展面临的当务之急。2008 年，我们继续坚持班组长培训，全年培训人数达到 76 人，培训覆盖率 100%，有力带动了基层班组素质的提升。

第五届技术技能大赛

技术技能大赛是我们多年来的传统，也是我们加大技术技能培养的重要手段之一。自开办以来已先后举办了 5 届，培养锻炼员工近 1500 人。有 94 人获得了北京市中高级职业资格证书。

2008 年 4 月，公司举办了“第五届操作技术技能”大赛，共有 52 位选手参加了比赛，通过激烈的角逐，员工不仅得到操作技能上的提高，更营造了良好的学习氛围。

2、创造良好发展平台

创造有助于员工自身发展的成长平台、帮助员工实现自我价值，是留住人才、使其更好为企业服务的关键。为了达到这一目标，我们除了实施有效的绩效激励制度，还开展一年一度的“百名星级员工”和“铜牛功勋奖”评比活动，充分激发一线员工的技术潜力，最大限度的调动员工的劳动热情和生产积极性，涌现并提拔了许多优秀外地务工人员。同时，在公司领导的带动下，越来越多的员工突破年龄、资历、职位的限制积极参与其中。

从 2004 年铜牛股份开展“百名星级员工”评比活动以来，涌现了很多优秀的员工，其中一线岗位员工占到评比总数 70%，管理岗位员工 20%，中层以上岗位员工 10%，男女比例为 52%和 48%，工作年限为 1-3 年的占 8%；3-5 年的占 20%；5-20 年的占 32%；20 年以上的占 40%。



制衣车间员工参加“第五节操作技术技能大赛”



创造新机制，搭建新平台，随着时间的推移，在不分“你我他”的工作氛围下，一批又一批来自五湖四海的进京务工青年在公司成长起来，并通过自己的努力与奋斗走上管理岗位。

聂喜军是制衣车间整烫班长，2003 年来到铜牛股份的他，如今已成长成为一名出色的一线青年管理人员。多年来，每当新合同下线，他都先亲自试烫，想尽办法找出一个合适的方法来增加组员的劳动效率，这样一来不仅有效减少组员怠工时间。还使班组管理更加顺畅，产量更加稳定。为此他被评为 2007 北京纺织控股技术标兵。

韩咏鑫是制衣车间主任助理兼生产调度。2003 年 10 月，从陕西省扶贫职业技术培训学校来到铜牛股份的他，从生产线上的缝纫工做起，兢兢业业，一丝不苟；由于出色的表现，2004 年 3 月他被任命为车间班组长。2005 年 7 月，经过两年的磨练，他被提为车间生产调度。此时，他可以站在更高的平台上发挥自己的实力。他认为，是铜牛给了他一切，他要用忠诚与汗水回报培养他的铜牛。本着这种精神，2008 年年初，他再一次得到提升，成为制衣车间主任助理。



关心员工生活

1、真诚帮助员工

公司成立至今，关怀体现在方方面面。从 2002 年起，公司工会逐渐增加“金秋助学”与“两节送温暖”的投入，截止到 2008 年，已组织相关活动 10 次，累计投入 48500 元，捐助人次达到 161 人次。

2007 与 2008 年春节，由公司副总经理、制衣车间和人力资源部领导组成的慰问小组分别赶赴山东省乐陵县及河北省保定慰问并送年货与春节祝福。



铜牛董事长关心看望公司老员工

春运高峰，一票难求。公司领导总是想尽办法，克服种种困难，为外地务工人员集中购买车票，并包车送他们踏上返乡的路程，2008 年整项投入为 44060 元；对于不能及时回家过年的员工，每年我们的工会也积极准备了大年三十晚上的活动，与员工一起包饺子、看春晚、放鞭炮，让员工感受到家的温暖。



包车送员工回家

让员工把铜牛当成家

由于风雪的阻扰，2008 年的春节仍有近百名南方员工不能回家过年，我们的工会组织很早就准备了大年三十晚上的活动，力争让 2008 年的除夕之夜比往年的更加丰富、更加难忘。

晚上六点，新年联欢会正式开始，带着不同地域风俗和方言的员工互致问候，精彩的表演和游戏穿插进行，歌声笑声此起彼伏，晚上八点，大家围坐在电视机旁一边品尝美味年货，一边观看春节联欢晚会。十点整，公司总经理、工会主席带领大家来到食堂一起包饺子；当午夜的钟声敲响，新的一年来到，来自五湖四海、四面八方的员工共同放起鞭炮，每个人都沉浸在一片欢乐祥和的海洋中。



大年三十，与员工们一起搞联欢、看“春晚”、包饺子，已经成为工会的传统、铜牛股份的品牌

2、丰富多彩的员工生活



品牌活动

- 1: “中秋晚会”——2008 年是我们举办中秋晚会的第六个年头,“和谐铜牛 共享奥运”成为当晚主题,舞蹈、相声、音乐剧天津快板、戏曲、朗诵等由员工自编自演的创作性节目层出不穷。
- 2: “铜牛杯登山”——2008 年 10 月,以“铜牛内衣 圆梦神七”为题的铜牛杯第十一届登山节在香山公园拉开帷幕。
- 3: “趣味运动会”——在每个“三八”妇女节来临之际,工会都组织包括拔河、蛙跳接力、踢毽等项目在内的趣味运动会。
- 4: 春节组织员工参观鸟巢
- 5: 为北京乒乓球队加油
- 6: 小合唱队留影长城
- 7: 中秋晚会员工精彩演出
- 8: “归根苑”员工疗养
- 9: 游览香山公园
- 10: “发展中的铜牛,成长中的我”演讲比赛
- 11: 公司领导为登山比赛冠军选手颁奖
- 12: 消防运动会比赛
- 13: 紧张激烈的篮球赛
- 14: 游览北京游乐园
- 15: 铜牛乒乓球大赛

科技创新



铜牛内衣 圆梦神七

热烈祝贺“神七”发射成功

中国航天员中心航天内衣唯一合作伙伴

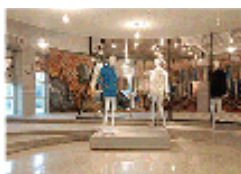
铜牛集团为中国航天员中心航天内衣唯一合作伙伴；
从神五到神七，航天员身着铜牛内衣成功飞跃太空。

“当今时代，谁在知识和科技创新方面占据优势，谁就能够在发展上掌握主动”

——胡锦涛，《2005年全国科学技术大会上的讲话》

随着中国加入 WTO 和全球产业转移的不断加快，中国已经成为纺织服装制造的第一大国，但关键技术自给率低，要实现从纺织大国到纺织强国的目标，使产业从全球增值链的低端到高端，只有依靠科技创新才能提高企业的核心竞争力，为企业发展提供强大而持久的动力。铜牛在默默耕耘的征程上，是这样认识的，也是这样做的。

产品创新



品牌要发展，必须依靠技术的支撑，铜牛秉承半个多世纪纺织服装专业领域的实力，以核心技术为基础，注重知识产权保护，目前已申请专利 19 项，其中发明专利 7 项，使用新型专利 2 项，外观设计专利 10 项。铜牛集团技术中心集中各分公司技术中心负责的产品开发职能，技术管理专业化程度日益提升。

铜牛重视新产品的开发，每年研发经费投入占到当年销售收入的 2% 以上，公司不断加快科研成果产业化的速度，平均每年都有几十个新产品投向市场。近年来，铜牛采用莫代尔、弗莱特、竹纤维、大豆蛋白等新型纤维和先进工艺技术开发的一系列产品，源源不断的推向市场，企业取得了较好的经济效益和品牌效益。

相关链接——

2002 年，铜牛开发了摩代尔内衣

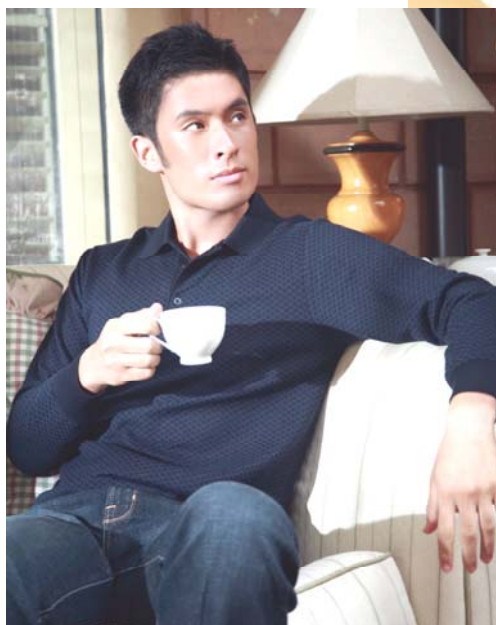
2003 年，铜牛开发了竹纤维项目，2004 年被定为北京市科技开发项目。2007 年 1 月 19 日，该项目通过了北京市科委专家组的验收和鉴定，专家们一致认为该项目达到了国际先进水平。

2005 年，铜牛研发出了“弗莱特”高舒适纤维，并成功应用到了面料和成衣上，该项目获“2005 年度中国纺织科技进步三等奖”。

2006 年，铜牛荣获“2006 年度全国纺织产品开发贡献奖（管理创新类）”。



来自于世界各地各大品牌花型设计师的杰作，加上自有品牌花型设计，紧跟国际潮流，呈现在大家面前的是五彩斑斓的印花面料，我们有多种印花方式：水印、胶印、罩印、染料印花、仿活性印花、拔染印花等等，其中，负氧离子印花是铜牛的专利产品，在穿衣服的同时，也把清新的空气带在身上。染料印花手感柔软色泽艳丽，彻底解决了传统印花手感硬的问题，可以印纯棉、涤棉、竹纤维等各种成分的坯布，主要产品有：汗布印花、罗纹印花、棉毛印花、珠地网眼印花、绒布印花等。



铜牛新面料开发一直遵循着环保、节能减排的原则，已经有很多新型、环保型纤维投入生产。主要产品有：被专家美誉为“会呼吸的纤维”和“第二肌肤”的竹/莫莱卡针织面料；集牛奶、竹莫代尔三种原料优势于一体，带给大众更加贴心呵护的牛奶/竹/莫代尔混纺纱针织面料；符合“生态环保”要求的莫代尔、天丝、玉米纤维、竹纤维和牛奶纤维等环保面料。他们具有极好的悬垂性，滑爽性、吸湿透气性、天然抑菌性、亲肤性，不但能够满足人们对绿色追求，还符合时代潮流具有时尚元素。

结合铜牛多年形成的新产品开发能力，我们开发了各种功能性面料。包括：吸湿速干、抗静电、抗紫外线、负氧离子、阻燃、抗菌防臭、空调纤维、发热纤维等各种功能性针织面料，有些还取得了专利，极大程度地满足消费者在运动休闲过程中能够享受舒适性和安全性的要求。



科研创新

2004 年，铜牛股份参与发表了《一种天然释放离子矿物纳米材料在纺织染整中的应用研究》以及《奇才负离子健康涂料的研究与应用》两篇研究报告，详细阐述了在嫩江流域发现的一种新型天然矿物纳米级材料——嫩江蛋白页岩以及目前各生产领域都广泛关注的负离子特性和负离子添加剂在涂料、衣物涂层中的应用与展望。

2007 年铜牛股份“负离子健康舒适多种功能符合纺织材料及服装”项目被中国纺织工业协会授予“科学技术进步优秀奖”。

2008 年 10 月铜牛股份祁材同志的项目获得“全国纺织印染行业节能减排职工优秀技术奖”，该项目被应用在企业新一轮清洁生产。

“纯棉针织物新型生物酶前处理工艺”

在染色工艺中，传统的前处理工艺使用大量的烧碱和过多有害的化学品，造成生产用水的大量使用，加重污水处理负担和对环境造成污染。我们通过采用新型环保的酶助剂进行前处理，称之为“生物前处理”工艺，由于此工艺的创新，我们节省了许多道水洗工序，节约了大量生产用水，减少了烧碱和双氧水的用量，从源头削减了污染，提高了自用利用效率，年节约资金 52.3 万元。

交流创新

当前，整个纺织产业正处在，一场由技术创新引领的时代变革应运而生，铜牛作为积极推行技术创新和自主研发的大型纺织企业，十分重视先进技术和管理经验的学习与应用。通过参加各种展会和研讨会，我们更好的学习和交流更多纺织新材料、高新工艺技术、纺织化学品和浆料、环保技术、节能技术、检测技术以及标准认证等多方面的技术技能，为企业利用先进技术创造经济效益和社会效益奠定基础。

2006 年 铜牛参加首届中国国际纺织新技术及化学品展览会，对展出的新项目、新技术进行了学习与交流。

2007 年 由《中国纺织》杂志、中国纺织经济研究中心等机构主办，铜牛集团、瑞士苏拉集团、红豆集团协办的“2007 中纺圆桌论坛”在北京亮马河饭店隆重召开，铜牛与同行业企业的专家学者就国家金融、外贸、原料等宏观调控政策及形式特点进行了专题对话。

2008 年 铜牛股份技术人员参加了部分针织染整行业的学术研讨会与节能环保年会，在技术攻关与节能减排方面增加了专业认识和相关技能。

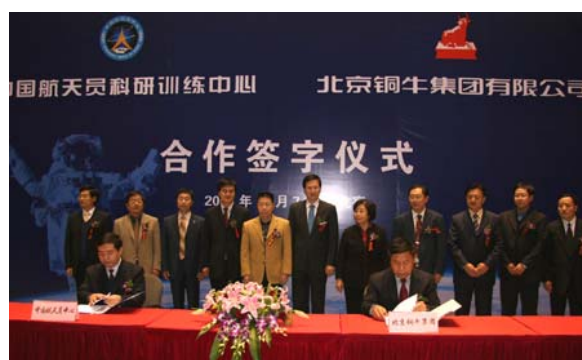


合作创新

2008年9月27日16时43分24秒，身着“飞天”宇航服的翟志刚缓缓钻出“神七”，冲着镜头挥手。“我已出仓，感觉良好。神七向全国人民、全世界人民问好！请祖国人民放心，我们坚决完成任务。”这一刻，是中国人值得纪念的历史性一刻，它标志着中国已经迈进了世界航天领域第一梯队！

早在2002年，铜牛就全力参与了飞船和宇航员用品的科研工作。“铜牛内衣、航天品质”成为铜牛品牌的特色传播符号。2003年和2005年，中国三位宇航员——航天英雄杨利伟、聂海胜、费俊龙先后身着“铜牛”具有特殊性能的宇航员内衣，首次实现了中国人遨游太空的梦想。

2007年11月，铜牛集团作为中国航天员科研训练中心指定的行业内唯一合作伙伴，与中国航天员科研训练中心签订了科研战略合作协议，作为战略合作伙伴，双方共同为中国航天员中心研制“航天”内衣及其它高科技产品。经过精心研究，为神州七号宇航员审计研制了舱内舱外具有舒适、保暖、透气、防水、防静电、抗菌、防尘、隔热等特殊性能的航天内衣、生理测试衣、防寒服、鞋袜、手套等十多个高科技宇航产品。铜牛用科技创新的专业能力和一流品质保证，助力“神七”飞天，为中国航天事业做出了积极的贡献。



铜牛集团成为“中国航天员科研训练中心指定的行业内唯一合作伙伴”签字仪式



航天英雄杨利伟向铜牛领导赠送圆梦纪念碑

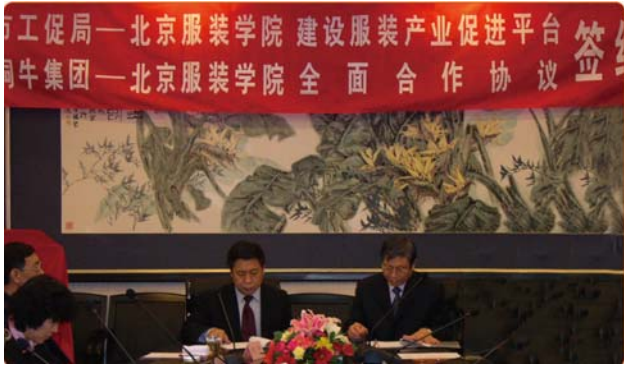
此外，铜牛作为总后军需装备研究所汉麻针织产品研发基地，还承担了总后汉麻中心汉麻针织产品的研发任务。项目成立以来，针对总后军需装备研究所对汉麻汗布军用针织产品的开发目标要求，结合大麻纤维自身的特点和铜牛产品的开发方向，我们多次召开项目研讨会，制定出具体的汉麻针织专用纱线、针织、染整、服装设计研发计划和实验方案并落实执行。经过三个多月的努力，开发出汉麻单珠网眼；汉麻双珠网眼；汉麻沙滩布；汉麻竖条网眼布；汉麻抽条棉毛等共16个品种，根据军需、奥运、内贸市场的需要，开发了汉麻针织服装，取得了阶段性成果。

在走“产学研相结合”的道路中，我们的技术中心组建了专家委员会，成员包括从大专院校和科研院所聘请的针织方面的专家学者以及企业资深的技术工程人员，使院校最新的针织科研成果和企业的生产技术得到了有效结合。近年来，我们和天津工业大学合作开发秋冬季面料，以及北京服装学院合作开发春夏季产品，都取得了较好的效果。

2008年11月19日，由北京服装纺织行业协会牵头主办的“北京时装之都建设——针织面料产品对接会”暨铜牛公司“时装之都建设——针织面料研发制造基地”授牌仪式，在铜牛股份举办。铜牛股份是目前北京市服装产业链建设中唯一保留的针织面料织、染、印生产于一体的全能企业，拥有较雄厚的纤维、面料研发能力，和较完备的硬件设施。通过搭建面料基地平台，服装企业可就近选择自己所需的针织面料，我们也可以以面料研发为中心内容充分拓展与上下游企业合作的领域与模式，使产业研发制造基地发挥自己的最大产能和品牌效应，为时装之都建设做出贡献。



北京服装纺织行业协会张培华常务副会长授予铜牛股份
“针织面料研发制造基地”铜牌



铜牛与北京服装学院签署合作协议

为加强产学研合作，打造中国服装名牌，为北京建设“时装之都”作贡献，2005年11月21日，北京铜牛集团公司与北京服装学院隆重举行全面合作签约仪式。

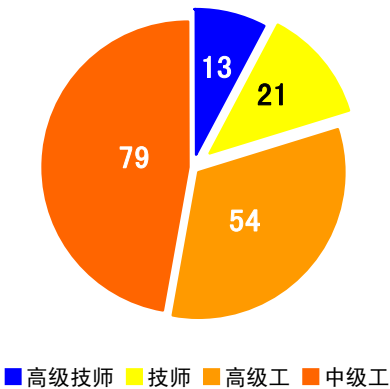
北京服装学院是目前国内唯一一所服装命名的公办普通高等院校，2003年在全国率先开设针织服装设计专业方向。北京服装学院与北京铜牛集团签订协议，标志着双方合作的进一步深化。双方的合作将充分发挥北京服装学院在教学科研、设计等方面的人才优势和北京铜牛集团在针织面料及服装加工技术方面的优势，共同推动服装教育和公司品牌的发展。双方共同在北京服装学院建立北服——铜牛服装设计研发中心，以保证合作的顺利开展。双方的合作将重点在以下几个方面展开：

- 1、利用服装学院在服装设计方面的优势，结合铜牛集团公司先进的针织生产技术，合作开展针织产品设计开发，提升铜牛品牌形象。
- 2、利用双方在纺织领域的不同优势，合作开展新型纤维和纺织材料的开发和应用。
- 3、利用服装学院在品牌策划和市场研究方面的优势，针对铜牛品牌开展品牌和消费者行为研究，提供营销咨询策划。

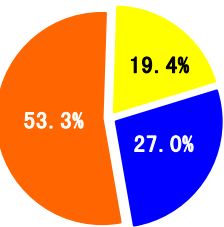
人才创新

铜牛是一家具有 56 年悠久历史的国有企业,如何让老国企在新世纪焕发青春活力,是铜牛管理者长期思考的问题。无疑,及时吸收与培养技术骨干以及具有思想和创新能力的青年人才,将会为企业的发展注入源源不断地活力,也将极大地推动公司改革调整与技术创新的步伐。为此,我们近年来不遗余力的为青年人搭建成长空间,大力提拔优秀青年骨干人才,使他们更多的参与到公司的管理与决策当中来,为企业的发展与科技创新贡献力量。

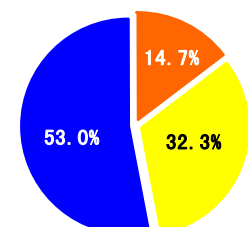
技能人才统计图(单位:人)



管理人员年龄结构图



中层及以上管理人员年龄结构图



35岁以下 35-45岁 45岁以上



大学生拓展训练——齐心协力攀爬“毕业墙”



2008年铜牛大学生入司培训集体合影

2008年,又有33名应届毕业生加入到了铜牛集团的队伍当中来,他们分别来自27所大学,29个专业,其中研究生3人、本科生19人,大专9人,中专2人,男生15人,女生18人。作为铜牛生产基地我们开大门,帮助大学生认识了解铜牛先进的生产流程,为他们提供深入了解铜牛的机会。

铜牛品质



铜牛品牌发展的强大力量源泉是什么？铜牛人回答——高品质。随着人们健康意识的增强，选择穿着也要环保“绿色”健康，纯棉、自然、舒适、时尚的品牌服饰已成人们的首选。铜牛品牌诞生 56 年来，经过不懈努力，其产品不仅畅销全国，而且还成功打入了国际市场，在同类产品销售中，铜牛始终走在行业的前列，赢在高品质定位。

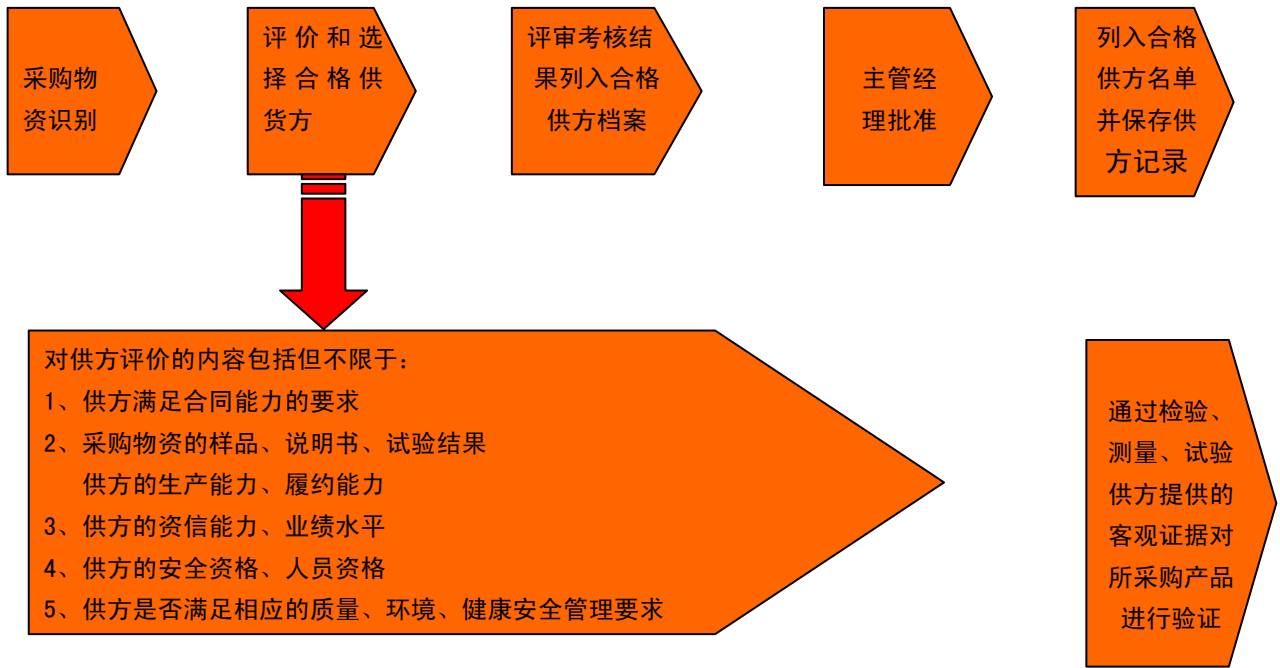
严格的采购控制

高品质是铜牛品牌连接消费者的纽带。为实现产品价值到顾客价值的提升，铜牛的品牌战略从一开始就确定了“真实为源，品行高远”的品牌理念，和“缔造大众高品质生活”的企业宗旨，在强调对社会大众生活环境和生活质量承诺的同时，进行生产流程控制，提升内部质量管理，运用先进科学的管理模式打造铜牛品牌的卓越品质。

我们生产所用的原材料、辅料、染料以及外加工毛、净坯布、成品等与产品质量有关物资的采购与服务采购上，严格执行企业《采购控制程序》对供货方进行选择、评价，保证上述物资符合法律法规和强制性标准，确保企业产品的质量信誉与消费者安全。



性标准，确保企业产品的质量信誉与消费者安全。



铜牛股份采购程序

严密的过程控制

1、管理信息化

高品质产品源于先进的生产流程管理。信息化的应用在有效保证大规模生产过程中产品质量与管理控制的同时，节约了生产资源。2006 年，通过与北京市科委和清华大学 CIMS 中心的合作，我们的 ERP 管理系统及 MES 在线监控系统被列入“北京市制造业企业信息化示范工程”项目并完成了实施，通过了验收，为生产管理插上了信息化的翅膀。



缝纫班长利用 ERP 管理系统输入信息

2、标准化

高标准的质量管理将换来消费者的健康与信赖。为了使生产产品最终达到“绿色、自然、健康”的高品质要求，我们在行业内率先开展了体系认证工作，先后通过了 ISO9001 质量管理体系、ISO14001 环境管理体系、OHSMS18001 职业健康安全管理体系认证，获取了中国环境标志产品认证证书和 Oeko-Tex-Standard 100 纺织品生态标志证书。同时我们还大力开展安全生产标准化活动，本着科学、准确、简练原则和“安全第一，以预防为主”为方针，我们结合各岗位作业原理和生产特点、安全操作规程、历史上发生的各种事故情况，进行了认真的分析、研究、提炼、修改、完善制订了各项各种安全操作规程。

2004 年至 2008 年，公司先后投入 1251.84 万元，花大力气打造管理信息专业化平台，建立起了 ERP 管理体系。经过几年的生产实践与应用，我们利用信息化力量大大节省了工作时间，提高了劳动生产率，取得了较为理想的成绩。



多年来，铜牛股份通过与国际大公司合作，应用了国际先进标准指导产品生产全过程，在质量管理过程控制中逐渐形成了高于国家标准的企业标准。我们还多次参与了国家及行业针织内衣标准、保暖内衣标准、T 恤衫等标准的起草、制定和审查工作。

2008 年铜牛股份参与制订了 GB 21655. 1-2008 《纺织品 吸湿速干性的评定 第 1 部分：单项组合实验法》该标准于 2008 年 4 月 29 日发布，12 月 1 日起正式实施。

2008 年 10 月，第二届全国纺织品标准化技术委员会针织品分会第四次年会暨针织标准审定会在安徽省黄山市召开，铜牛股份代表出席会议并参加了《棉针织内衣》、《针织成品布》两项国家标准的起草工作，参加了针织疵点样照的收集工作。

严把奥运质量关

铜牛自 2005 年底成为奥运特许产品生产运营商以来，以雄厚的实力和丰富的经验为平台，凭借开发、设计的优势，生产了 298 款奥运产品、北京风光特色产品，圆满的完成了生产、经营任务，在弘扬奥林匹克精神的同时，展现了铜牛人“真实为源 品行高远”的品牌理念。



铜牛产品走进奥林匹克公园

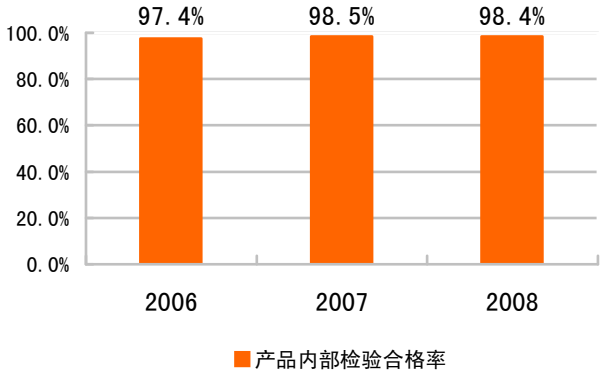


铜牛股份参与行业标准制定

3、品质保障

2008 年我们在技术质量方面加大了对色牢度、缩水、克重、PH 值等质量标准方面的控制，从工艺改进入手，采用符合国际标准的新型染料、助剂，按质量标准的高低筛选，形成系列化组合，满足了不同客户和不同产品的质量需求。此外，我们还通过国家权威机构对婴幼儿产品的甲醛含量、拉力、金属物品进行检测，全力保障消费者健康。2008 年成衣内部检验合格率达到 97%。

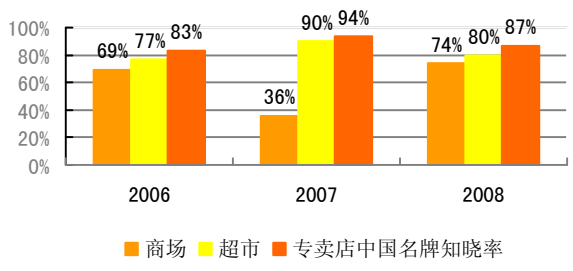
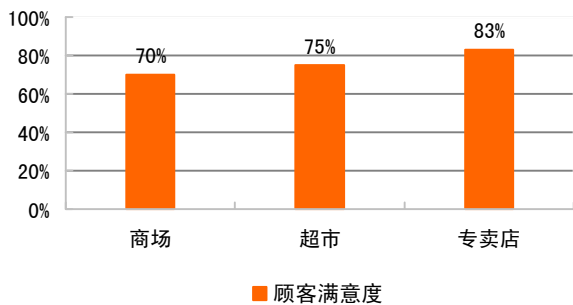
2008 年，我们的产品通过了国家质监局与北京市工商局的产品质量检测，并历年“中国质量万里行”的活动中书写着企业对消费者的承诺。



反馈与提升

铜牛的产品定位以中档消费者为主，同时兼顾部分高档产品，即铜牛的市场定位是满足大众消费。因此，倾听消费者意见，关注消费者需求，是企业产品能否在竞争中取得优势的关键。多年来，我们遵循“顾客的期望永远是铜牛追寻的方向”的经营理念，建立了《顾客满意度调查控制程序》，通过各种方法和渠道与客户及消费者沟通。铜牛人深知，越是重视顾客，公司的回报就越大。

2000 年，我们接到了与日本最大邮购商——日泉公司的贸易订单，自 2005 年，每月一次的“例会制度”成为我们的传统。通过每月一次的沟通，公司可以不断深入挖掘客户的潜在需求，积极学习客户先进的管理经验与理念，在工艺或管理上的不足进行及时改进。



铜牛董事长考察山西市场

铜牛在广告、促销活动中严格遵循法律法规关于竞争规则的要求，并注意这些活动的社会影响。每年“3.15”消费者权益保护日，铜牛都会派出专业队伍来到王府井大街，通过现场咨询与发放满意度调查问卷的方式，与新老顾客面对面的诚恳交流。铜牛认真对待每一条对消费者的意见，2006 年接到顾客投诉 192 件，赔款 2503.9 元，2007 年投诉 151 件，赔款 1438.6 元，2008 年投诉 171 件，1266.4 元。全部给与满意的答复。

此外，公司领导深入了解铜牛在重点区域市场的品牌地位、市场动态及竞争品牌的情况，加强与代理商、商家的沟通。

2008 年 7 月，公司组织北京地区各大商场铜牛专柜、超市导购代表召开了 08 产品信息反馈座谈会，听取消费者反馈意见，并就铜牛品牌提升发展方向、发展状况、重点区域市场建设以及品牌推广等方面进行了沟通并听取客户意见。

2008 年质量管理成果



2008 年 1 月 27 日，北京铜牛集团公司获得 2007 年北京
市质量管理优秀奖



在 2008 年全国纺织行业 QC 小组评选活动中，铜牛股份
制衣车间缝纫七班荣获“2008 年全国纺织行业优秀
质量管理信得过班组”荣誉称号



在 2008 年全国纺织行业 QC 小组评选活动中，铜牛股份
设备动力部 QC 小组荣获“2008 年全国纺织行业优
秀质量管理小组”荣誉称号。

清洁生产



多年的管理实践使我们深刻而又清醒的认识到：面临国际和国内同行业的激烈竞争，如何节能降耗，清洁生产，降低成本，提高产品质量，增强企业市场竞争能力，是企业发展的关键因素。

为此，我们通过持续改进生产工艺和加强生产服务管理等措施，减少污染物产生和排放，节约能源、资源的使用和消耗，有效的保护环境，改善人类的生存条件空间，从而用最小的环境影响、最少的资源投入，实现经济的可持续发展。

基于这样的认识，2008 年公司自愿进行并完成了清洁生产审核。

倾力打造花园式工厂

我们的环保方针是——“缔造大众高品质生活”，为此，我们承诺：

- 1、遵守环境和职业健康的法律、法规；
- 2、坚持持续改进的思想；
- 3、污染预防和降低职业健康安全风险。

早在公司建立初期，我们就严格执行了“三同时”制度，通过自主进行的“环境影响评价”对当地自然水土进行了合理保护，并通过环保部门审批。



铜牛股份在园区建设上充分体现人性化设计，倾力打造“绿色花园式”工厂。目前公司绿化覆盖率达到 37%，人均绿地面积达到 21.39 平方米。经过多年的精心培育与种植，如今公司内已拥有数处花团锦簇且附有铜牛文化的特色景观。我们真正为员工创造了一个舒心、惬意的工作生活环境。人性化设计理念的推广得到了有关政府部门和业界人士的好评，2003 年我们荣获了“首都绿化美化花园式单位”称号。



作为清洁生产、节能降耗的内容之一，工作现场环境的清洁与保护，也被铜牛人高度重视。多年来，通过大量引进新型环保设备，我们营造安全化、标准化、流程化的一流清洁生产环境，坚决杜绝“跑、冒、滴、漏”现象的发生。

此外，公司目前机动车保有量为 19 辆，15 辆为“绿标”环保车，环保定期检验率为 100%。

持续发挥环保优势

1、废水处理

铜牛股份环境保护意识超前，排放废水在当地可以执行 DB11/307-2005《北京市水污染物排放标准》中地表水三级排放标准的情况下，公司采用了处理后出水严于三级排放标准的二级排放标准设计方案，投资 800 多万元建设了一座规模为日处理 3000 吨的污水处理站。其设计体现了高标准和创新理念。

污水处理设施的运行管理，配有专业的操作运行人员，使设备设施每天运行状态稳定，对于水质情况每天有化验室的专职人员进行水质指标检测。

2、废气处理

公司投入 72.9 万元安装了废气治理脱硫除尘装置，并投入资金对其进行了一系列改造，以降低废气排放量和排放浓度，使废气的排放达到北京市执行的 DB11/139-2007《锅炉大气污染物排放标准》中二类区 II 时段标准——这是 2008 年 7 月 1 日起执行的非常严格的满足奥运要求的标准。

3、噪声处理

公司地处北京市通州区张家湾工业园区，在选用设备时，优先选用低噪声的机械设备，设备安装时，采用基底加厚，布局合理，因此工作时产生的声音对周边的单位无影响。这些使得公司满足了 GB12348-1990《工业企业厂界噪声标准》中的 II 类标准。

4、固体废弃物

对生产过程中产生的固体废弃物诸如：废布条、边角料、包装物等物品回收后，由专业人员负责处理，少量不能回收的和生活垃圾一起交环卫部门统一清理。

2008 年我们未受到一起因违反环保法而造成事故处罚与投诉。



污水处理站

截止 2008 年，通过污水处理设备的应用，车间排放的生产废水以及公司的生活废水全部经过处理后达标排放。公司水的重复使用率可达 15%，其中车间冷却水经过技术改造循环利用率达到 100%，无冷却塔自然蒸发浪费。未来，通过清洁生产项目的逐一实施，污水经过深度处理预计回用率将可达到 35%—40%。



废气处理装置：既可以脱硫除尘，又可以降低污水的色度、PH 值，减少污水处理时药剂投放量

强力推进清洁生产审核项目

落实科学发展观，加快生态建设，是我们的社会责任。为从源头削减污染，降低能耗，提高资源利用效率和污染防治的总体水平，自 2007 年 11 月至 2008 年 6 月，公司自愿开展新一轮清洁生产审核，积极进行清洁生产审核项目的实施，并报送北京市发展改革委员会审批。其过程分为以下步骤：

1、筹划和组织、预评估、评估

公司领导高度重视清洁生产审核，在筹划和组织阶段，组织了由公司领导参加以及节能降耗环境保护的专业技术人员、生产工艺人员组建成审核小组，由漆小瑾总工程师任组长，统一制定、部署了清洁生产审核工作计划与要求，同时大规模开展了清洁生产的宣传培训教育

2、方案的产生与筛选、方案的可行性分析

对比国际国内的先进水平，公司根据生产现状找出差距与不足，并提出了 24 个“无/低费方案”以及 1 个“中费”方案，7 个“/高费”共 32 项清洁生产、节能减排方案，并根据经济可行性、技术可行性、环境可行性的评估与筛选，得出 5 项可进行实施的“中/高费”方案。



实验室员工正在进行水样监测对比

3、方案的实施与持续清洁生产

经过经济、环境、技术的可行性分析，公司确定了可实施的节能改造工程项目，制定了实施计划，2008 年一部分项目已经实施，一部份项目处于中试阶段，一些项目定于 09 年实施，这些工程项目的实施为企业提高清洁生产水平，持续清洁生产工作、履行社会责任打下坚实的基础。

序号	培训日期	参加人员	主要内容	形式/老师
1	2007/11-12	全体员工	清洁生产的概述	宣讲/审核师
2	2007/11/26	班组长及以上人员	预评估、评估	讲解/审核师
3	2008/1/28	审核小组	方案产生筛选、可行性分析	讲解/审核师
4	2008/3/11	审核小组	方案实施、持续清洁生产	讲解/审核师
5	2008/5/29	审核小组	编制清洁生产审核报告	讲解/审核师

清洁生产审核部分“高费方案”			
工程/项目名称	评估	环保绩效	实施进度
锅炉的多项节能改造工程	锅炉改造	采用高新燃烧技术，从燃煤锅炉炉膛内部改造入手在燃烧室内安装高新材料，在锅炉炉膛内实现高效燃烧、洁净燃烧。改造后的锅炉节能和环境效益可显著提高	预计项目完成后年节约耗煤量为 795 吨，每年减少废气排放量 827 万标立方米，年减少烟尘排放量 2.27 吨，年减少二氧化硫排放量 1.41 吨
	锅炉烟道气余热利用	加热生产用水，以节约加热能量	节约煤耗约为 432 吨/年
	锅炉除氧改造	锅炉给水除氧方式将热力除氧改造改为药剂除氧	经实验得出：每生产一吨蒸汽能节约 0.013 吨的煤，节约 5.19 元
染印车间节能降耗改造工程	染色工艺改进	改进传统的染色工艺、采用气流染色。此项目是理想的高效节能降耗减排的染色技术，能为企业带来经济和环保的双重效益。	在保证产品质量的情况下，改造后染色水量仅为原设备用量的 40%—50%，染化料减少 10%—15%，助剂节省 40%，节省蒸汽 40%—50%以上，缩短染色时间（节省 50%），排污减少 40%
	冷却工艺改造	改造传统冷却方式，完成染印工艺中的快速降温，同时变频恒压控制，缩短冷却时间，节约电能，节约传统冷却方式的耗水量	项目实施后，染机每班降温时间缩短约 40 分钟，年节约费用 2 万元，节煤 157 吨，节电 13.72 万度
污水深度处理回用工程	将污水深度处理，公司领导高度重视、在小试的基础上目前已进行了一定规模的中试	预计此项目完成后达到 40%的废水可回用于生产	正在进行中试
太阳能工程	利用太阳能替代蒸汽供热	此项目完成后，年节约煤耗量 337.5 吨	2008—2009

本轮清洁生产审核共提出清洁生产方案 32 项，其中符合实施条件列入本次清洁生产审核实施计划的无低费方案 24 项，目前已实施 24 项，实施率为 100%；中费项目 1 项，已经完成；中/高费方案 7 项，计划实施完成 5 项，另两项放入持续清洁生产中。

公司预计投入资金 3004 万元，将带来经济效益 1013.61 万元/年。其中无/低费方案 24 个，投入资金 8.55 万元，已经产生效益 98.52 万元/年，中/高费方案 6 个，预计投入资金 2995.95 万元，将产生效益 915.29 万元/年。通过方案的实施，在环境效益方面，按公司 2007 年生产情况，预计节约原煤约 3162 吨/年；节省用水 21.3 万吨/年，减少排放污水 17.04 万吨/年，减少 COD 排放 17.04 吨/年；节约用电 147.78 万度/年；节约柴油 67.48 吨/年。

通过清洁生产审核和清洁生产项目的实施，使公司在节能、降耗、减排上迈上了一个台阶，为公司的技术进步、经济发展、社会责任等做出了卓有成效的贡献。

积极提高环保意识

广泛开展宣传教育，尤其是一线耗能设备操作岗位工人的积极参与到企业社会责任环境保护建设当中来，是公司清洁生产工作顺利推进和推进环保基础性工作的必要条件和有效途径。2008 年，我们继续利用黑板报、组织报告会、研讨班、培训班、相关知识问答活动、公司网站、《铜牛之窗》等宣传手段，宣传清洁生产，总结和检查环境保护的效果、经验和方法，逐步使每名员工都参与到公司的环保活动当中来，让环境保护的意识深入人心。

2008 年 1 月，为配合清洁生产工作的进行，我们对 69 名班组长以上员工进行《问卷调查》，我们发现一部分员工在思想观念、技术、资金以及政策法规方面存在认识问题，对此，公司迅速而有针对性展开了清洁生产合理化建议的征集活动，员工积极参与、共上报 123 条反映实际问题且有改进方案的意见及建议，有效调动了大家参与清洁生产的积极性。



班组长填写《清洁生产调查问卷》

节能降耗先进个人

单增雨同志是公司印染车间磅料室主管。多年来，每日面对 200 余种染料、助剂的他，一心扑在工作上，严格控制染料、助剂的发放，为公司的节能降耗做出了很大贡献。他常常告诫班组成员：“零点几克的失误就有可能造成几百公斤坯布的损失，再加上水、电、气等能源的消耗，那就是巨大的损失”。



单增雨

社会公益



多年来，铜牛热心公益事业。无论是庆祝申奥成功、抗击“非典”疫情、全民健身活动、爱心助读慈善工程，还是赞助北京男子乒乓球队，为首都民警捐赠保暖套装，都有铜牛热心公益、回报社会的行动。历经 55 个春秋的风雨征程，在“诚实开拓，争雄于世”的铜牛文化引领下，铜牛人正阔步迈向“塑造铜牛世纪品牌，创建世界一流企业”的愿景目标。

众志成城 抗震救灾

5.12 特大地震给四川人民造成了巨大的精神与物质损失，它震动着全国人民，也牵动着铜牛员工的心。

“一方有难，八方支援”铜牛人在第一时间向灾区群众伸出了援手，与灾区人民同呼吸、共命运。2008 年 5 月 17 日，四川地震的第 5 天，铜牛股份全体员工在最短的时间内捐出了 35963 元钱，公司领导随即决定，紧急调运 2 万件服装连同捐款一起发往灾区。在接下来的日子里，铜牛又大规模的组织捐款，截止至 2008 年 5 月 31 日，累计捐资捐物共达 161.8 万元。

在向四川受灾人民伸出援手的同时，我们迅速展开了对灾区员工及其家属的救助活动，经调查了解，铜牛共有四川籍受灾员工 20 余人，各级领导及时组织员工进行捐款，仅用两天时间，捐款 109625 元，我们把部分捐款及时送到受灾员工及其家人手中，使四川籍员工深受感动。

感谢信

敬爱的铜牛股份公司各位领导、各位员工：

你们好！

我是四川省南充市的一名大学生，我的家乡是这次 5.12 大地震的重灾区之一——广元，而我亲爱的哥哥在贵公司上班，听闻贵公司在此次地震中为四川灾区捐款十多万元，捐赠物资三十余万元，并且为川籍员工发放慰问金。此时此刻，我心里温暖无比，感动的不是那些钱、那些物资，而是这些东西后面的那一颗颗真诚的心，在这次地震中，全世界的人民都看到了中国人民的团结之心，那一声声“中国加油，四川加油”的呼声，敲在了每一位中国人的心上……无数个像贵公司及单位员工们这样充满爱心的人们伸出了援助之手，饱含着中华儿女拳拳爱心的救灾物资以最快的速度送到了地震灾区。而这些情意最终汇成浓浓深情，诠释了友爱的真谛。

再次感谢铜牛股份公司及各位员工们的无私捐赠，我也衷心希望我们地震灾区人民早日走出阴霾，早日恢复生产，重建家园。

四川雄起！中国加油！

西华师范大学新闻传播学院 06 级 2 班刘莉
2008 年 5 月 26 日





铜牛向地震灾区捐赠的价值达 112 万元的震灾区急需的雨衣，成人、儿童针织服装等产品发往灾区

在得知抗震一线急缺救灾帐篷，需要调派人手抢工赶制之时，铜牛股份又一次在关键时刻放下自身利益，从一线岗位紧急派出 15 名操作能手、技术骨干进行支援。这 15 名优秀员工，与其他单位的成员共同生产帐篷 15000 顶，并在第一时间全部送往灾区。她们的精神和能力受到了市领导的充分肯定，赢得了社会对铜牛人的赞美与尊重。



铜牛股份员工在抗震救灾生产一线



公司领导把部分捐款及时送到受灾员工手中，使四川籍外来员工深受感动



铜牛股份作为抗震救灾生产企业受到表彰

2008 年 6 月 18 日上午，在北京君安宾馆举办的北京纺织服装企业支援抗震救灾生产总结表彰大会上，经过一个月奋战的铜牛股份援助小分队和其他援助单位接受表彰，其中铜牛股份员工齐广延获得“操作能手”的荣誉称号。铜牛股份公司获得由北京服装行业协会、北京纺织控股有限责任公司、北京光华五洲纺织集团颁发的“情系汶川人民 支援救灾生产”的奖牌。

与奥运同行 保奥运平安

为响应北京市委市政府号召，保证 2008 年北京奥运会、残奥会期间的交通正常运行和空气质量良好，履行北京申办奥运会时的承诺，我们克服重重困难，为北京的绿水青山贡献着自己的力量。

1、车辆停驶 40%

为在奥运期间降低污染物的排放，我们每月以交通补贴的形式，鼓励员工选择乘坐公交车，清洁健身的自行车等交通工具上下班，同时，公司严格执行车辆停驶规定，采取租用形式，解决生产所需，为首都蓝天贡献力量。

2、承担奥运媒体接待

奥运期间，作为通州区张家湾人民政府 6 家境外媒体接待单位之一，铜牛股份领导倾注心力、高度重视，制定了严格接待方案，并借此机会展现中国人、铜牛人的风采。

3、志愿者在行动

我们鼓励员工更多的参与到社会公益活动当中来，争当社会优秀志愿者。2008 年，在我们的队伍中出现几道最为亮眼的风景，他们就是身穿水蓝色志愿服的北京奥运会志愿者。从 2007 年起，他们经过自愿报名、公司选拔、多重考验、多次培训的磨练后，在奥运来临的时刻，累计志愿时间达到 240 天，超过 2000 个小时，他们用高水平的服务和真诚的微笑为北京贡献出了自己的力量，为铜牛争取了荣誉。



北京纺织控股集团领导关心看望铜牛奥运志愿者

对口扶贫

2008 年我们继续贯彻落实国家扶贫政策，对口支援北京市通州区唐小庄地区，支持当地经济发展。该村共有 160 人，由于青壮年外出打工，村中老年、幼儿人口较多，经济发展相对贫困。在具体了解了当地情况后，我们及时制定了帮扶计划——即通过开展实用技能培训，引导农民积极发展第三产业；提供就业岗位改善当地居民收入；改造农村基础设施建设，努力推动企业和地方经济又好又快的发展。



铜牛员工与当地小学学生在一起

促进文化建设 展现铜牛风采

铜牛人热心公益，并身体力行地积极投入到社区及大众文化建设之中。

1、牵手国球

铜牛人对乒乓球情有独钟，从普通员工到高层领导都能打得一手好球，乒乓球也逐步成为铜牛企业文化的一部分。多年来，一直关注民族体育事业，关注国球和奥运会，继 2006 年铜牛成功赞助北京男子乒乓球队征战中国乒乓球超级联赛后，本着携手国球，支持奥运的原则，2007、2008 年铜牛集团继续独家冠名北京男子乒乓球队，为国家体育事业的发展再现真情。

2、铜牛女声小合唱闪耀北展剧场

2008 年 10 月 21 日作为代表纺织行业的外来务工人员，参加了“走进北京工业时代——纪念改革开放 30 周年文艺汇演”，在那里，来自北京各工业企业向观众诉说三十年来北京工业发展的辉煌历程。在这个群星闪耀，精彩纷呈的社会舞台，员工们穿着亲手缝制的服装，用纯洁质朴的声音抒发着真实情感，用歌唱和欢笑告诉人们：我们是改革开放新时代的受益人。

随后，我们又代表张家湾地区参加了“我家住在运河旁”的公共文化服务赛事，受到了地区的一致好评，为铜牛树立了良好的公众形象。

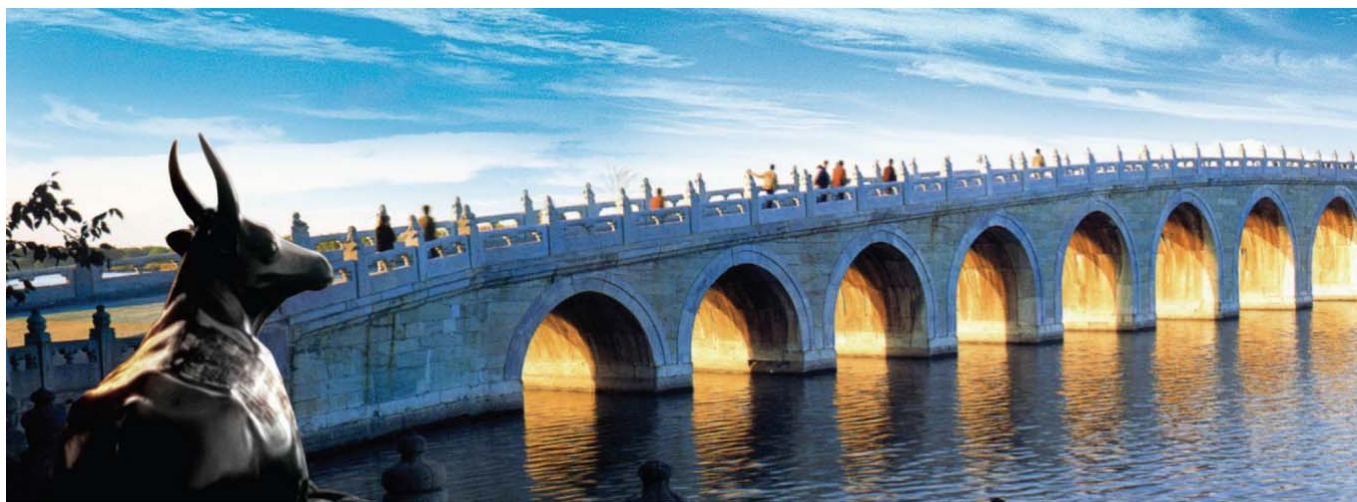


铜牛集团与北京男子乒乓球队签署合作协议



铜牛股份小合唱队在北展参加改革开放文艺汇演

展望未来



2008年11月，中国国家主席胡锦涛在APEC工商领导人峰会上发表的演讲中，特别对企业的社会责任做了精辟阐述，其中一点就是——“企业追求经济效益，也须考虑社会效益，特别要考虑自身行为对经济安全运行和民众生活的影响；共同营造和维护一个良好发展环境，最终对每个企业都有利”。由此可见，履行企业社会责任，重要的是依托可持续发展战略，通过企业自主活动为社会倾洒爱心、创造效益，社会才能为民众创造福祉、和谐发展。

因此，铜牛人必须将自身发展与社会发展有机结合起来，担负起社会所赋予的责任和义务。在新一轮的竞争中，铜牛股份将在不断进行自我转型的同时，做到对人负责；对企业信誉负责；对安全环境负责；对公益事业负责，将企业社会责任落到实处，走上一条释然、励新、超越的和谐发展之路。

社会评价

2008年1月22日“北京时装之都热销品牌商业大奖荣耀典礼”隆重召开，铜牛在北京销售的众多服装品牌中，一举夺得“2007年北京十大服装热销品牌”和“2007年北京品牌服装营销金牌”两项大奖。

2008年1月27日上午，首都商业文明论坛在北京隆重开幕。北京铜牛集团有限公司获得2007年北京市质量管理优秀奖。

2008年3月25日，中国商标网公布了国家商标评审委员会2008年认定的59家驰名商标，“铜牛TONGNIU”商标名列其中。

2008年3月29日，国家统计局中国行业企业信息发布中心，在人民大会堂举办了“第十二届全国商品销量信息发布会”。在会上颁布2007年度全国针织内衣市场销售量统计结果，数据显示：铜牛内衣再获全国市场同类产品销售额前三名。

2008年6月18日，北京纺织服装企业支援抗震救灾生产总结表彰大会上，铜牛股份公司获得由北京服装行业协会、北京纺织控股有限责任公司、北京光华五洲纺织集团颁发的“情系汶川人民 支援救灾生产”的奖牌。

2008年7月8日，铜牛集团参加了由北京质量协会组织的“人文奥运、质量同行——暨2008北京100知名企业万名质量工作（推进）者迎奥运、重质量，营造首都安全消费环境”大型社会公益联合倡议活动誓师会。北京质量协会领导为铜牛企业的代表颁发了荣誉证书。

2008年7月，在国家工业和信息化部、中国电子信息产业发展研究院、中国软件与集成电路促进中心等部门主办的“2008中国信息化发展高峰论坛暨2008中国信息化应用百强盛典”上，铜牛集团荣膺2008中国信息化百强企业。

2008年7月，全国纺织思想政治工作会议暨政研会16次年会在吉林市召开，铜牛集团公司荣获“2008全国纺织和谐企业建设先进单位”荣誉称号。

2008年7月，中国纺织工业协会正式公布了“2007/2008年度中国纺织服装企业竞争力500强”名单，北京铜牛集团光荣入选。

2008年9月23日，在北京服装纺织行业协会主办的“2008北京十大时装品牌颁奖典礼晚会”上，铜牛品牌在连续三年获得“十大时装品牌”后荣获“2008北京十大时装品牌金奖”。

2008年10月，铜牛集团技术中心被北京市总工会授予奥运立功“首都劳动奖”荣誉称号。作为北京市市级技术中心，铜牛集团技术中心坚持铜牛“绿色、自然、健康”产品主题与奥运理念想结合，将“舞动的北京”融入产品之中，突出体现了中国元素和北京特色，得到了奥组委和消费者的一致好评。

2008年11月18日，由北京市工业促进局举办的“北京市工业企业参与奥运、服务奥运工作总结表彰大会”在北京会议中心召开。铜牛集团荣获“参与奥运、服务奥运贡献单位”荣誉称号。

验证声明

必维国际检验集团 验证声明

声明编号: BVC-ASR-CHN09002



验证目的

必维国际检验集团(以下简称BV)受中国纺织工业协会的委托对北京铜牛股份有限公司(以下简称“公司”)编制的社会责任报告2008(以下简称“报告”)执行第三方验证工作。报告中所有信息全部由该公司提供, BV没有参与报告编制的任何过程。BV的职责是在评审该公司信息收集、分析和过程管理基础上, 针对报告披露信息的准确性和可靠性提供独立的验证声明。

验证范围

BV提供独立验证的内容如下:

- 报告在披露期限内的数据和信息;
- 数据信息的收集、分析和检查等管理过程的适宜性和充分性;
- 基于验证标准(中国纺织服装企业社会责任报告纲要CSR-GATES、中国纺织服装企业社会责任报告验证准则CSR-VRAI), 评价报告的全面性、客观性、发展性、响应性和适宜性;

以下信息排除在验证范围之外:

- 信息披露期限之外的活动;
- 关于公司的立场观点、信仰、目标、未来意图和承诺的陈述;
- 通过第三方财务审计的财务数据和信息。

保证等级 合理等级

验证方法

本验证工作于2009年5月进行, BV 根据验证准则, 在验证过程中实施如下活动:

- 访谈公司相关人员;
- 评审文件证据;
- 数据抽样验证;
- 现场拜访;
- 评价数据和信息的收集、汇总、分析和相关管理;
- 评审利益相关方参与活动。

验证根据BV验证程序和可持续发展独立验证指南, 以及中国纺织工业协会的准则和规范(CSR-GATES、CSR-VRAI)进行。



验证结论

- ♦ 报告中的信息和数据是准确的，没有发现实质性的错误；
- ♦ 报告中公司在披露期限内活动的陈述是客观的。

全面性

报告对于涵盖期限内的相关方关注的主要问题进行了信息披露。

客观性

报告中披露的信息和数据真实可靠，具有可追溯、可核实的客观依据。

实质性

公司参考中国纺织工业协会 CSR-GATEs 指南，识别出环境、社会和经济方面相关方关注的关健议题并进行报告。

适宜性

报告较好的反映了公司行业、规模、产品和服务、社会责任管理的特点。

响应性

公司披露了与部分利益相关方进行沟通和协商的状况。

改进建议

BV 通过验证和评价活动，公司在社会责任报告方面有以下改进的机会：

- ♦ 提高报告的完整性，充分辨识利益相关方关注的关键问题，例如：环境方面水资源消耗和废弃物的排放状况；
- ♦ 利益相关方参与过程和利益相关方关注问题的评价均应采用系统化的方式进行；
- ♦ 建立和完善社会责任管理体系数据信息的收集和核查机制。

验证独立性和公正性声明

必维国际检验集团是一家拥有180多年历史，在质量、环境和职业健康安全、社会责任领域提供独立验证服务的机构。验证组成员与委托方和该公司无任何利益或冲突关系，验证活动是独立的，公正的。BV员工在日常的商业活动中谨守BV行为守则和道德规范要求，以确保高标准的职业道德水准。

张万泽

张万泽

中国区总监

必维国际检验集团认证部

2009年5月26日

黄敏

黄敏

验证组长

必维国际检验集团认证部

2009年5月26日

中国纺织工业协会

鉴证意见

中国纺织工业协会根据《中国纺织服装企业社会责任报告验证准则》(CSR-VRAI)及《中国纺织服装企业社会责任报告纲要》(CSR-GATEs)对北京铜牛股份有限公司 2008 年度企业社会责任报告进行了书面审阅,并委托必维国际检验集团(BV)依据《中国纺织服装企业社会责任报告验证准则》对该报告实施独立验证,兹做出鉴证意见如下:

公司编制的 2008 年度企业社会责任报告符合《中国纺织服装企业社会责任报告纲要》的指标涵盖要求和《中国纺织服装企业社会责任报告验证准则》关于报告质量的要求。

必维国际检验集团(BV)依据《中国纺织服装企业社会责任报告验证准则》对北京铜牛股份有限公司 2008 年度企业社会责任报告独立实施并完成了验证,我们建议各利益相关方接受并认可其所做出的验证结论。

签署



中国纺织服装企业社会责任报告纲要/北京铜牛股份有限公司2008年报告指标索引				
本报告依据《中国纺织服装企业社会责任报告纲要（2008版）》（CSR-GATEs: 2008）编制，此指标索引将本报告内容与CSR-GATEs指标体系进行了对照。				
图例：■ 涉及 ■ 部分涉及 □ 不涉及				
编号	GATEs	内容	报告是否涉及	在本报告中的位置
1. 企业状况与经济指标				
	1.1	企业状况		
1	1.1.1	企业名称、住所和法定代表人	■	P5
2	1.1.2	企业的简要发展历程	■	P3-4
3	1.1.3	主要产品、工艺、业务与服务	■	P6-7
4	1.1.4	所有制性质与法律组织形式	■	P5
5	1.1.5	企业组织结构与投资状况	■	P5
6	1.1.6	企业的主要客户与市场	■	P7
7	1.1.7	企业的核心运营地区（国家）及当地的行业发展政策	■	P7
8	1.1.8	企业的基础设施、固定资产及其规模	■	P4
9	1.1.9	企业在报告期间获得的主要奖励和社会认可	■	P33, P44, P54
1.2 经济指标				
10	1.2.1	企业报告期间（或企业选定的期间内）的销售收入、利润总额、收益分配、留存收益及企业净资产收益率、资产保值增值率	■	P4
11	1.2.2	企业全员劳动生产率	□	
12	1.2.3	纳税总额及税种细分	■	P4
13	1.2.4	企业在报告期间的经营成本、向投资人支付的投资回报、向银行等债权人给付的借款利息以及向政府支付的税收之外的费用（包括实物投入及免费的专业服务）	□	
14	1.2.5	主营业务因市场环境变化导致的成本增长或收入增长	■	P17
15	1.2.6	报告期间政府给予企业的重大财政（或财政政策）支持	□	
16	1.2.7	员工薪酬总额，及薪酬总额增长率、管理层与普通员工的薪酬分配比例	□	
17	1.2.8	企业所有的核心知识产权，包括企业所有的品牌、专利与技术创新技术，以及在报告期内的增长幅度	■	P33-37
18	1.2.9	企业在技术研发及品牌推广方面的投入及其占营收的比例	■	P33
19	1.2.10	企业面临的主要经济风险与机遇及其对企业经营的影响程度	■	P17-18
20	1.2.11	企业因自然灾害等不可抗力因素而导致的额外财务负担	□	
2. 社会责任战略与方针				
	2.1	企业的社会责任战略	■	P8
21	2.1.1	企业的发展战略和价值观（企业文化）	■	P10-16
22	2.1.2	社会责任在企业发展战略及价值观中的定位	■	P10-16
23	2.1.3	企业最高决策者或管理者关于上述定位的正式声明	■	P1
	2.2	企业社会责任方针	■	P9
24	2.2.1	具体的社会责任方针声明	■	P9
25	2.2.2	符合此方针要求且符合企业实际的社会责任行为规范体系	■	P11-15
26	2.2.3	对利益相关方做出的关于遵循上述社会责任方针、行为规范和其它适用的法律法规及社会责任要求的承诺	■	P18
27	2.2.4	在此基础上做出的关于持续改进社会责任绩效的承诺	■	P12
3. 社会责任管理体系				
	3.1	社会责任管理组织		
28	3.1.1	企业对管理体系与社会责任绩效持续改进的认知及制度安排	■	P11
29	3.1.2	企业最高决策者或管理者任命的负责社会责任事务的高层管理者	■	P11
30	3.1.3	企业内社会责任职能的领导或协调机构，以及各部门、层次间社会责任职能、权限的分配方式，或者报告期间所做出的重大调整	■	P11
31	3.1.4	报告期间社会责任管理的主要目标与指标	■	P14

32	3.1.5	企业最高决策者或管理者为实现上述目标所配置的主要资源	■	P14-15
33	3.1.6	企业对各主要管理者在社会责任资质、能力和经验方面的要求	■	P11
34	3.1.7	企业已适用的社会责任相关的管理体系与标准认证, 参与的劳工、社会与环境倡议以及国内的和国际性的社会责任组织的会员身份	■	P10
	3.2	社会责任管理运作		
35	3.2.1	企业规划社会责任管理的方法	■	P13
36	3.2.2	企业各部门、各层次社会责任职能有效性的考核与评价方法	■	P13
37	3.2.3	对适用的法律法规和其它社会责任要求的识别、获取与传达机制, 以及报告期内研究与传达的重要的法律变化	■	P14
38	3.2.4	企业为提高管理者和员工的社会责任意识而采取的措施, 包括对于本大纲第四部分所有指标方面的意识提升措施	■	P14, P16
39	3.2.5	企业的社会责任培训制度以及报告期内对所有管理者及员工所作的社会责任培训的次数、平均受训时间及覆盖率及费用支出, 包括与社会责任管理体系、风险识别与控制、职业健康与安全相关的各类培训	■	P14
40	3.2.6	企业在报告期间制定、修改或废止的主要的社会责任管理制度	□	
41	3.2.7	企业促进社会责任绩效的其它管理制度及其效果, 尤其是提升生产效率和促进精益管理的制度	□	
42	3.2.8	企业各层次、职能部门的内部交流与协调安排及社会责任风险的监测、预防机制, 尤其是接单、销售部门与生产部门、人力资源管理部门、尤其是法律部门之间的协调机制及各部门的主要监控职责	■	P26
43	3.2.9	企业在应对、解决社会责任紧急情况、事故与危机方面的应急准备制度与应对措施	■	P26-27
	3.3	社会责任管理评价		
44	3.3.1	企业股东及员工向最高决策者或管理者提出意见和建议的机制与渠道, 及使用频率和主要议题	■	P23
45	3.3.2	董事会中有无独立董事, 以及董事会管理企业的用工、经济、环境和社会事务的机制	■	P23
46	3.3.3	企业定期评价适用的对有关员工权益、社会和环境的法律法规以及其他相关要求的遵循情况的机制, 以及报告期内所作评价的结果概要	□	
47	3.3.4	社会责任目标指标完成情况与各部门及其管理者业绩或薪酬的关联方式	■	P11
48	3.3.5	企业的社会责任内部审核机制	■	P14
49	3.3.6	企业的社会责任管理评审机制及报告期内主要的、有重大影响的管理评审结果	□	
	3.4	利益相关者参与		
50	3.4.1	企业识别外部利益相关者的标准与程序	■	P15
51	3.4.2	确认的外部利益相关者	■	P15
52	3.4.3	企业收集、接收和处理外部利益相关者意见的机构及程序	■	P16
53	3.4.4	外部利益相关者参与企业社会责任管理的途径与方式	■	P15
54	3.4.5	报告期间内上述途径与方式的利用频率	□	
55	3.4.6	报告期间内外部利益相关者所提出的主要社会责任议题	□	
56	3.4.7	企业对上述议题的回应以及据此做出的管理制度变化	□	
4. 社会责任绩效表现				
	4.1	产品安全与消费者保护		
57	4.1.1	企业的产品安全方针及产品的国家检验状态	■	P42
58	4.1.2	对主要产品和服务的生命周期评价及其对产品安全和健康的影响	■	P40
59	4.1.3	生产所使用的原料、辅料以及化学试剂等符合国家法律法规和强制性标准的情况的说明	■	P40
60	4.1.4	企业建立并执行的进货检查验收制度的简要说明, 包括供货商的经营资格审验、产品合格证明和产品标识查验、产品进货台帐及退回等制度	■	P40
61	4.1.5	主要产品的安全因素及生产流程中的安全控制方法	■	P41
62	4.1.6	如果出口产品, 企业对产品进口国(地区)的安全标准的识别或合同要求遵循的情况	■	P42

63	4.1.7	企业有关产品安全的企业检测、抽查制度及报告期内的抽查合格率	■	P42
64	4.1.8	产品安全的国家抽查合格率及送检合格率	■	P42
65	4.1.9	企业的产品召回制度说明及报告期间的召回次数及产品数量	□	
66	4.1.10	获得消费者关于产品安全的信息的渠道，以及报告期内基于安全问题的退货率及消费者投诉次数及处理情况的统计	■	P43
67	4.1.11	报告期间由于产品或服务违反产品安全或消费者保护法规而受到处罚的情况及罚款总额	□	
	4.2	劳动者权益保护		
68	4.2.1	按照年龄段（18 岁以下段，18 到45 岁段及45 岁以上段）、性别、来源地区及教育程度划分的员工总数	■	P20
69	4.2.2	按照用工类型（全日制用工、非全日制用工劳务派遣工等）对员工总数的划分、	■	P20
70	4.2.3	（如果企业在境外有分支机构）企业在当地的用工总数与所占比例，以及从当地聘用的高层管理人员的数量	□	
71	4.2.4	企业在报告期间（或过去一年）的员工流动率及按照年龄段、性别及来源地区和教育程度的细分	■	P20
72	4.2.5	报告期间员工的劳动合同签订率及现行有效的劳动合同按照合同期限（固定期限、无固定期限、以工作任务为期限）的合同细分，以及固定期限合同的期满续签率	■	P20
73	4.2.6	中长期合同（合同期3 年及以上）在签订固定期限合同的员工中的比例	■	P20
74	4.2.7	劳动合同条款的合法性说明及协商方式	■	P20
75	4.2.8	报告期间企业按照法律规定或合同约定而与之解除或终止劳动合同的员工人数	□	
76	4.2.9	报告期间企业向其支付经济补偿金的解聘员工人数及经济补偿金总数	□	
77	4.2.10	企业禁止与预防童工的程序说明、报告期间发现童工的案例总数以及救济上述童工的支出总额	□	
78	4.2.11	报告期内未成年工的数量、所在工种、企业为其提供的职业健康与安全培训以及对未成年工体检的费用投入	■	P20
79	4.2.12	企业对强迫或强制劳动的政策、报告期间接收到的强迫或强制劳动投诉与举报案件数量及处理情况的说明	■	P20
80	4.2.13	（正常工时制度下）报告期间生产线员工的月平均工作时数、其中的加班时数及日平均加班时数	□	
81	4.2.14	如果实行综合计算工时制，生产线员工在综合计算期间的日平均工作时数及周平均工作时数	■	P21
82	4.2.15	报告期间生产线员工平均享受的休息日（包括法定节假日）	□	
83	4.2.16	企业的劳动定额制度说明及报告期间主要的劳动定额指标	□	
84	4.2.17	企业劳动工资总额占企业总支出的比例、男女员工基本工资的分类统计、企业最低档基本工资超过当地最低工资标准的比例，以及平均每月支付的加班费总数	□	
85	4.2.18	员工工资依法按时足额发放的比例	■	P21
86	4.2.19	员工工资的增长计划，尤其是随企业利润成长而增长的比	■	P21
87	4.2.20	报告期间员工享受病假、婚丧假及产假的案例数及占员工人数的比例	□	
88	4.2.21	员工福利待遇支出的分类统计、各类津贴的分类统计	■	P21
89	4.2.22	各项福利及津贴的分类覆盖率统计	■	P21
90	4.2.23	员工社会保险支出的分类统计，包括保险种类、支付金额及分类覆盖率	■	P21
91	4.2.24	企业内工会组织或职工代表组织的设立、选举、组织变更等情况	■	P22
92	4.2.25	企业内的工会会员数量、报告期内召开会员大会或者会员代表大会的次数，或者召开职工代表大会的次数	■	P22
93	4.2.26	报告期内集体协商的次数，协商决议所决定的重大问题及其所涉及的员工的比例	■	P23
94	4.2.27	（如果企业内设有工会）企业向工会拨缴的经费，以及本企业的工会组织在报告期内活动开支的分类统计	■	P22

95	4.2.28	企业与工会或员工代表协商签订集体劳动合同的情况说明或报告期内集体合同发生的重要变更	■	P22
96	4.2.29	报告期间工会或职工代表组织开展的员工的企业满意度评测结果	■	P23
97	4.2.30	企业内少数民族员工、残疾员工、外籍员工数量及所占比例	■	P20
98	4.2.31	企业为保障少数民族员工和各种宗教教徒员工的民族习俗和宗教习惯所提供的便利措施	■	P20
99	4.2.32	报告期间企业接收的员工因民族、种族、性别、宗教信仰等不同而在薪酬福利、培训、晋职、解聘、退休或续订劳动合同等方面受到歧视的投诉数量	□	
100	4.2.33	报告期间企业接收的员工关于骚扰（包括性骚扰）、体罚、虐待、不当的惩戒措施的投诉数量	□	
101	4.2.34	企业关于防止歧视行为和防治骚扰与虐待的制度，以及报告期间企业对管理者和员工开展的有关培训、宣传及其覆盖率	□	
102	4.2.35	报告期内企业在员工关怀及员工职业发展方面的主要做法和投入情况，包括相关技能与知识的培训次数、时间和覆盖率	■	P28-29
103	4.2.36	报告期间企业在改善员工工作环境及生活条件（宿舍、食堂、文体设施等）方面的总投入及类别细分，包括员工的平均居住面积	■	P24-25
104	4.2.37	企业对职业健康与安全的危险辨识、风险评估和风险控制的措施以及报告期间企业内的主要危险源个数及控制	■	P26-27
105	4.2.38	企业负责人安全生产资格证及企业安全人员资格证申领率及变更情况	□	
106	4.2.39	特种作业人员持证上岗率、特种设备的定期检验率及更新率	■	P26
107	4.2.40	报告期间发生的各等级安全事故及其处理情况，尤其是重特大火灾事故、重大设备事故、交通事故、化学品伤害事故和集体中毒事故的次数	■	P27
108	4.2.41	报告期间的工伤事故次数及工伤率、因工致残或重伤率、职业病率、误工率以及因工死亡人数及死亡率	■	P27
109	4.2.42	报告期间传染病、艾滋病以及其它流行性疾病的发病率，企业关于此类疾病的培训、宣传及其覆盖率	■	P24
110	4.2.43	报告期间企业的劳动纠纷案件数量以及企业履行劳动纠纷诉讼判决、仲裁裁决的支出	□	
111	4.2.44	报告期间企业因违反劳动法律及职业健康与安全相关的法律所受到的行政处罚情况及受到的罚款数额	□	
4.3 节能减排与环境保护				
112	4.3.1	企业的环境管理体系及环境保护方针说明、环境保护机构建制以及环境保护能力建设，包括对管理层及员工的环境保护宣传与培训的次数及覆盖率，尤其是耗能设备操作岗位人员培训率	■	P46
113	4.3.2	报告期间分种类统计的原材料使用量及可循环或再造材料的比例	□	
114	4.3.3	企业所采用的清洁生产工艺，以及报告期间停止生产、销售、或使用的法律法规规定淘汰的用能产品和用能设备	■	P47
115	4.3.4	企业所取得的节能质量认证证书以及在用能产品或者其包装上使用的节能质量认证标志	■	P48
116	4.3.5	企业设备和工艺的资源利用率、废弃物综合利用技术和污染物处理技术	■	P47
117	4.3.6	按主要能源种类划分的各类一次能源消耗与二次能源消耗	■	P47
118	4.3.7	报告期间的工业增加能耗，每单位产出耗能量及其与前一报告期间（或年度）相比减少的比例	■	P50
119	4.3.8	报告期间（或前一年度）通过采取节能措施以及提高能源利用效率所节约的各类能源的总量	■	P50
120	4.3.9	报告期间使用替代能源与再生能源而节约的能源总量	■	P47
121	4.3.10	报告期间使用原水的总量及单位产出耗水量	□	
122	4.3.11	循环利用水及再生水的总量及比例	■	P47
123	4.3.12	企业的排污申报登记情况说明及排污许可证有效期内（或报告期间）企业各主要污染物排放总量控制指标	■	P47
124	4.3.13	排污许可证有效期内（或报告期间）企业各主要污染物的实际排放量及	■	P47

		依据类型、处理方法的分类统计		
125	4.3.14	企业排放的污染物稳定达到国家排放标准的比例	■	P47
126	4.3.15	单位工业产值主要污染物（包括工业废水排放量、化学耗氧量（COD）、二氧化硫、烟尘）排放量、浓度和去向，以及单位工业增加值主要污染物排放强度	□	
127	4.3.16	温室气体排放总量及控制指标	□	
128	4.3.17	控制温室气体排放的措施及其效果统计	□	
129	4.3.18	企业主要排污口安装主要污染物监控装置的情况及运行情况说明	□	
130	4.3.19	企业环保设施配备率及正常运转率	□	
131	4.3.20	企业废物（废水（液）、废气、废渣）综合利用率，包括工业固体废物处置利用率、工业危险废物处置利用率	■	P47
132	4.3.21	产品包装物和容器的回收利用率	■	P47
133	4.3.22	企业新、改、扩建项目“环境影响评价”和“三同时”制度执行率	□	
134	4.3.23	报告期间企业缴纳的排污费总额，包括超标排污费的数额	□	
135	4.3.24	企业的选址（或新投资地区）及运营对当地生物多样性，尤其是自然资源及濒危物种的影响，以及企业建设和生产过程中所实施和采用的水土保持措施与设施	□	
136	4.3.25	企业现有或报告期内获得使用权的土地的利用率，包括在集约利用土地方面的投资强度、建设期限和容积率	□	
137	4.3.26	企业建成区绿化覆盖率及人均公共绿地面积	■	P46
138	4.3.27	机动车保有量和适用的机动车环保标准，以及机动车环保定期检测率	■	P46
139	4.3.28	生活垃圾无害化处理比例	■	P47
140	4.3.29	环境污染治理投入总额、以及在环境管理、污染预防及环境技术开发方面的投入	■	P50
141	4.3.30	报告期间环境污染事故及造成的影响统计，以及报告期间企业接收的有关环境污染的投诉次数和处理情况	□	
142	4.3.31	报告期间企业受到的环保部门或其它方面的环境保护奖励	□	
143	4.3.32	因违反环境法规而受到的罚款数额及其它法律制裁措施的次数，包括对企业金融信贷的影响	□	
144	4.3.33	企业自愿继续削减污染物排放量的承诺以及与环保部门签订的改善环境行为的自愿协议	■	P45
	4.4	供应链管理		
		与公平竞争的		
145	4.4.1	报告期间包含社会责任条款或要求的重要投资协议	□	
146	4.4.2	企业主要的采购商、其主要的社会责任要求及进行工厂查验的采购商的比例	■	P16
147	4.4.3	报告期间企业接受的采购商工厂查验的次数、以订单数或供货量计算的社会责任查验的覆盖率	■	P16
148	4.4.4	报告期间采购商提供给企业的社会责任相关的技术援助或指导的次数及其与工厂查验总次数的比率	□	
149	4.4.5	企业在工厂查验方面的总投入及其所占生产成本的比例	□	
150	4.4.6	采购商的平均交货期限、最短的交货期限、短于一个月的交货期的订单比例及总产量	■	P16
151	4.4.7	企业的社会责任成本在采购协议中的体现方式、企业与采购商在社会责任成本方面的沟通及相关协议的内容	□	
152	4.4.8	企业选择供应商的社会责任条件与要求，及满足条件的供应商的比例	■	40
153	4.4.9	按照采购种类统计的企业供应商的数量构成及包含社会责任条款或要求的采购协议的数量及比例	□	
154	4.4.10	报告期间企业对其供应商进行的社会责任指导或技术援助次数及效果	□	
155	4.4.11	企业在反不正当竞争，尤其是在企业自有知识产权方面的所采取的法律措施的数量、投入的数量及结果统计	□	
156	4.4.12	企业因不正当竞争行为所受到的投诉、诉讼次数以及受到的法律制裁措施和赔偿的数量，包括违反国内外同行业知识产权引起的投诉与诉讼	□	

157	4.4.13	企业确保产品广告、促销等活动符合社会责任准则及竞争规则的程序	■	P43
158	4.4.14	企业在金融信贷、纳税及履约信用方面的纪录、等级及相关利益方的满意度	■	P43
159	4.4.15	企业在反商业贿赂方面的政策及报告期间对业务人员进行的反贿赂及反腐败培训的次数及覆盖率	■	P5
160	4.4.16	报告期间企业接收到的有关企业业务人员接受或给予贿赂的投诉数及企业及其管理者所受到的与贿赂和腐败相关的法律制裁措施	□	
161	4.4.17	企业的定价策略及产品价格在同行业中的相对水平	■	P43
162	4.4.18	企业产品受到国外相关市场反倾销措施的情况及影响统计	■	P16
163	4.4.19	企业参加的行业组织名称、企业管理者担任的行业组织职务	■	P16
164	4.4.20	企业参与行业标准（及国家标准）的制定与发展的活动及其成果	■	P42
165	4.4.21	企业对客户信息的保护措施及报告期内信息泄露案例数	□	
166	4.4.22	企业支付给受竞业规则限制的前雇员的补偿数额	□	
4.5 社区发展及社会公益				
167	4.5.1	企业在当地社会发展中的一般作用及地位、对当地公共政策的发展及实施的影响与参与程度	■	P51
168	4.5.2	为本地社区服务投入的人力数量及资金总量，包括对当地基础设施、生态、社区公共卫生、传统文化及公共文化活动的各种投入	■	P52-54
169	4.5.3	企业投资的社会公益创业项目、与企业主要业务的联系程度及其效果	□	
170	4.5.4	企业、企业员工组织参与的支持社会弱势群体的社会活动项目、取得的业绩统计，包括支持妇女、残疾人及儿童发展的项目及受益者人数	■	P54,P55
171	4.5.5	企业参与的防灾、减灾活动及相关投入	■	P52,P53
172	4.5.6	企业支持各类教育机构的项目、投入及受益者人数	■	P54
173	4.5.7	企业组织、参与或支持的公益科研项目、资金投入及研究成果	□	
174	4.5.8	报告期间企业的各类社会捐赠总额及分类统计（包括物资与资金）	□	P52-P54
175	4.5.9	企业员工中志愿者人数、参与活动次数及志愿工作时数	■	P54
176	4.5.10	企业参加的社会团体、企业管理者担任的相关职务、缴纳的会费及其它费用的数额	■	P54
177	4.5.11	企业所获得的社区发展及社会公益方面的奖励与认可	■	P57
5. 发展环境与社会责任绩效				
178	5.1	社会责任事件与应对措施		
	5.1.1	除法律变化外）报告期间企业外部发生的影响企业社会责任绩效的社会责任事件	□	
179	5.1.2	企业对上述事件所采取的应对和解决方案及其效果	□	
180	5.1.3	上述事件对企业社会责任管理能力的影响	□	
	5.2	内外部环境中的社会责任机遇		
181	5.2.1	企业内部现存的有利于社会责任发展的因素变化，和/或对未来一定时间内相关因素变化的预期	■	P18
182	5.2.2	企业外部环境中现存的有利于企业社会责任发展的因素变化,和/或对未来一定时间内相关因素变化的预期	■	P18
183	5.2.3	企业促进及利用上述因素的规划，包括具体的目标与措施	■	P18, P56
	5.3	内外部环境中的社会责任风险		
184	5.3.1	企业内部现存的主要的社会责任风险,和/或对未来一定时间内相关风险的预期	■	P13, P18
185	5.3.2	企业外部环境中现存的社会责任挑战，和/或对未来一定时间内相关挑战的预期	■	P13, P18
186	5.3.3	企业应对上述风险与挑战的方案与需求评价	■	P18
187	5.3.4	外部需求评价及对利益相关方的建议	■	P18
6. 报告界限与权限				
	6.1	报告界限		
188	6.1.1	企业对于社会责任报告制度的方针	■	P1, P15
189	6.1.2	报告信息所涵盖的时间范围	■	封二

190	6.1.3	报告周期及上次报告的日期（如有）	☐	
191	6.1.4	报告内容范围的界定	■	封二
192	6.1.5	数据来源、计算基准与评价依据	■	封二
193	6.1.6	对本纲要的引用声明及各具体指标在报告中所在位置的说明	■	P59-65
	6.2	报告权限		
194	6.2.1	报告的编写部门或机构	■	封二
195	6.2.2	报告的内部评审方式及批准机构	■	封二
196	6.2.3	企业最高决策者或管理者关于报告内容及数据真实性的声明	■	P1
197	6.2.4	企业最高决策者或管理者关于接受利益相关方监督和质疑的声明	■	P1
198	6.2.5	关于报告外部认证或审计的方针及本报告的做法	■	封二, P15
199	6.2.6	本次报告在内容范围、采用标准、评估及批准方式方面的重大变化	☐	
200	6.2.7	报告的获取方式	■	封二
201	6.2.8	关于报告问题的联系方式	■	封二



www.topnew.cn

本报告采用环保纸印刷