

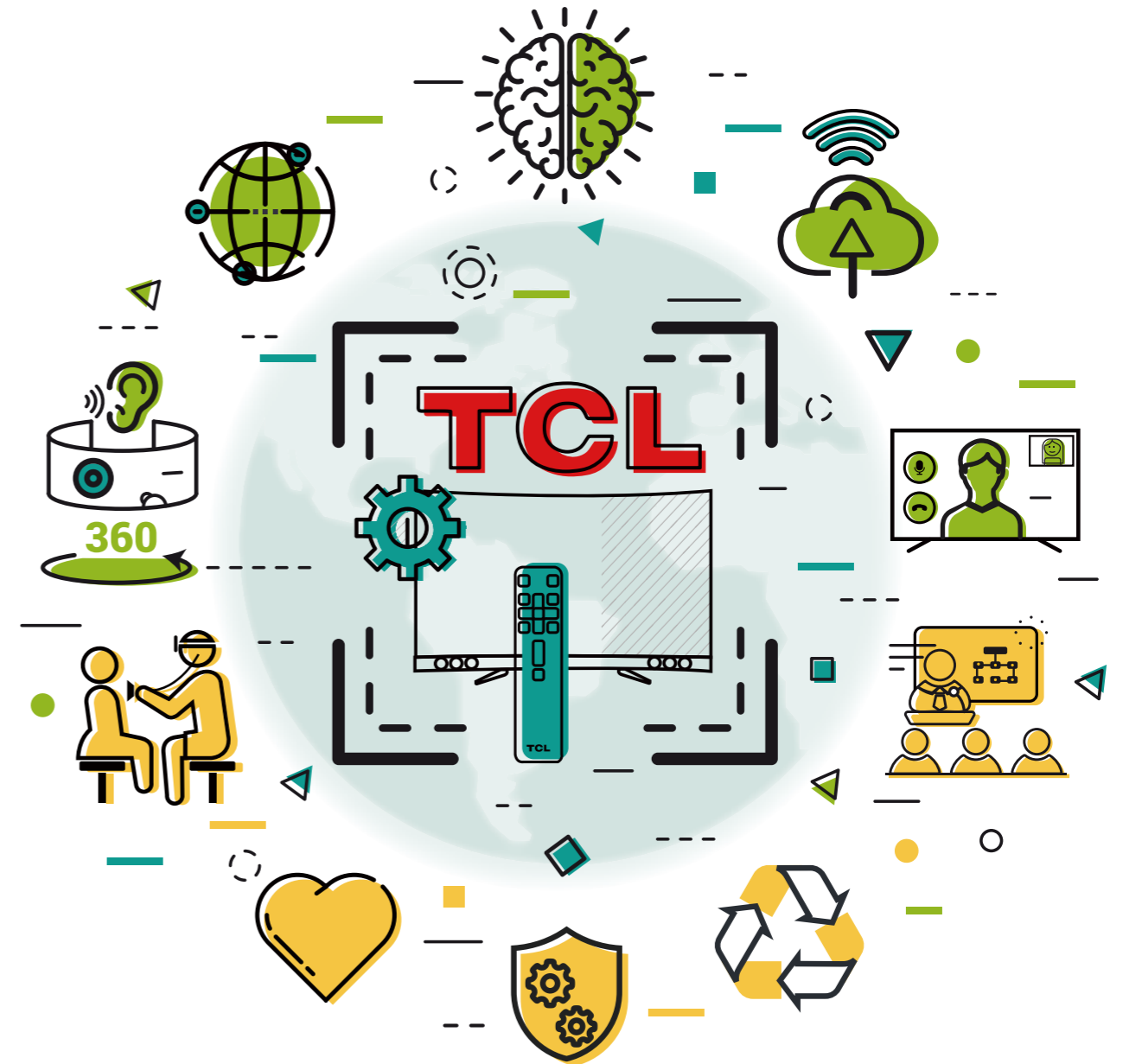
TCL

TCL

## TCL多媒體科技控股有限公司

(於開曼群島註冊成立之有限公司)  
(股份代號: 01070)

地址: 香港新界沙田香港科學園  
科技大道東22號22E大樓7樓  
電話: (852) 2437 7300  
傳真: (852) 2417 7181  
網址: <http://multimedia.tcl.com>



2017

TCL多媒體科技控股有限公司  
環境、社會及管治報告

# 創意感動生活

## 目錄 Contents

### 01 報告編製說明

概覽	01
編製依據	01
報告範圍及邊界	01
數據來源及可靠性保證	01
確認及批准	01

### 02 主席的話

2017年重要數字一覽	04
-------------	----

### 03 責任治理

環境、社會及管治事務的治理架構	06
議題識別方法	07

### 04 為經濟帶來動力

促進經濟增長	09
依法納稅	09
推動一帶一路經濟建設	09
推動行業發展	11
守法合規	12
新時代下的法規挑戰	12
尊重知識產權	12
反貪腐	13

### 05 為用戶帶來價值

電視機，從此不一樣	17
產品設計	19
產品節能設計	19
驅動材料的節約使用	21
節約包裝材料	21
產品安全	24
產品質量保障	25
服務質量保障	25
客戶信息保護	26

### 06 與夥伴分享成功

### 07 安全生產及環保營運

安全生產管理體系	35
落實安全生產責任	35
安全生產技術委員會	37
創新安全管理模式	38
開展多項安全檢查	40
職業健康	41
特殊崗位作業	41
職業病防治培訓	42
成立檢查小組	42
環保營運	44
環保管理	44
節約能源	45
減少廢氣排放	46
節省用水	47
廢棄物管理	48
產品化學物質管理	48

### 08 為員工創造機會

中國區勞工管理	51
員工福利及補貼	51
薪酬激勵	52
工會及勞資溝通	52
員工文化	53
海外員工參與情況	55
發展和培訓	59

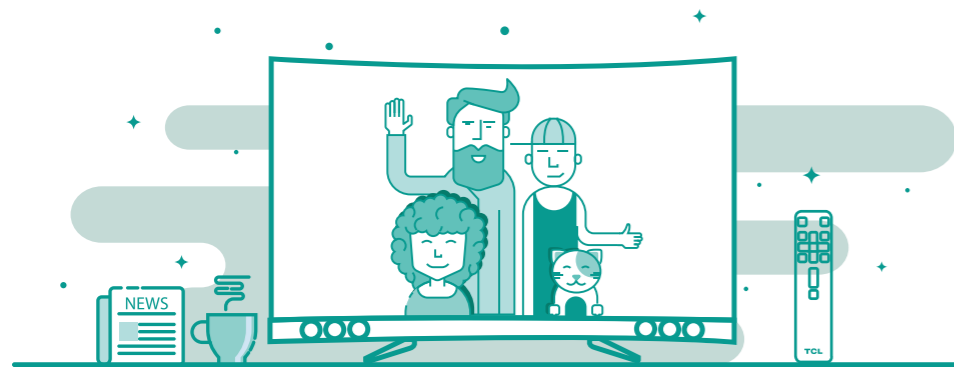
### 09 為社群帶來關懷

TCL多媒體員工愛心互助基金在中國	64
TCL多媒體的海外公益活動	66

### 10 未來展望

《環境、社會及管治報告指引》索引	71
------------------	----

# 報告編製說明



## 概覽

本報告是 TCL 多媒體科技控股有限公司（下稱「TCL 多媒體」、「本公司」、「公司」、「我司」、「我們」）發佈的第二份環境、社會及管治報告，重點披露本公司在創新、產品及服務責任、員工發展及團隊建立、安全及環保、守法合規、責任採購，以及社區投資等方面表現的資料。報告年期與年報一致。

## 編製依據

本報告主要參考香港聯交所《環境、社會及管治報告指引》編製而成。

## 報告範圍及邊界

本報告中所描述之政策及數據涵蒞本公司及下屬佔股比例 50% 以上的子公司，包括於中華人民共和國（「中國」）內及其他海外國家及地區營運的業務。TCL 多媒體在深圳市雷鳥網絡科技有限公司（下稱「雷鳥科技」）的持股比例在 2017 年 9 月 1 日以前為 50% 以上，因此本報告亦包含雷鳥科技方面的信息和數據。另外，深圳十分到家服務科技有限公司雖然並非為本公司之子公司，但 TCL 多媒體對此公司營運有重大影響力，其業務亦與 TCL 多媒體密切相關，因此亦包含在報告範圍之內。

## 數據來源及可靠性保證

本報告的數據和案例主要來源於本公司統計報告及內部溝通文件。本公司董事會承諾本報告不存在任何虛假記載、誤導性陳述，並對其內容真實性、準確性和完整性負責。

## 確認及批准

本報告經管理層確認後，於 2018 年 3 月 28 日獲董事會通過。

# 主席的話

隨著國際化、智能化及互聯網大潮的到來，電視機行業發展日新月異，機遇與挑戰並存，堅守與轉型共生，電視機正在為大眾帶來更多元化的娛樂、更個人化的體驗。TCL 多媒體，作為全球銷量第三的電視機行業龍頭企業，亦正順應時代發展趨勢，主動探索和謀劃國際化、智能化、互聯網化的發展目標，嘗試重新定義「電視機」及「電視機行業」。

同時，公司智能製造藍圖亦確立了「兩智一化」的戰略方針，即「人工智能」、「智能製造」，以及「互聯網化」。2017 年度，TCL 多媒體亦在「兩智一化」上取得長足進步。先說「互聯網化」——本公司本年在互聯網電視的發展上取得了重大的成果。擁有著與眾多互聯網企業深度合作「雷鳥」品牌於 2017 年內正式誕生。憑藉這些合作夥伴所提供的內容優勢，TCL 電視用戶可享受數百萬小時的海量版權內容，包括上萬部國內外電視劇和電影、體育直播賽事、動漫、紀錄片等等。在「人工智能」方面，本年起，TCL 多媒體生產的產品大部分都搭載了人工智能「小 T」，增強用戶與電視的交互性，更好地協助用戶找尋更適合他們的內容。

在為大眾提供更多元娛樂之上，TCL 多媒體亦經常思考在佈局「兩智一化」的同時，如何為社會大眾帶來不一樣的價值。因此，我們開始推出了搭載有家庭圈的產品，研究和建設康泰社區功能，加強長者與家人和社區的聯繫。



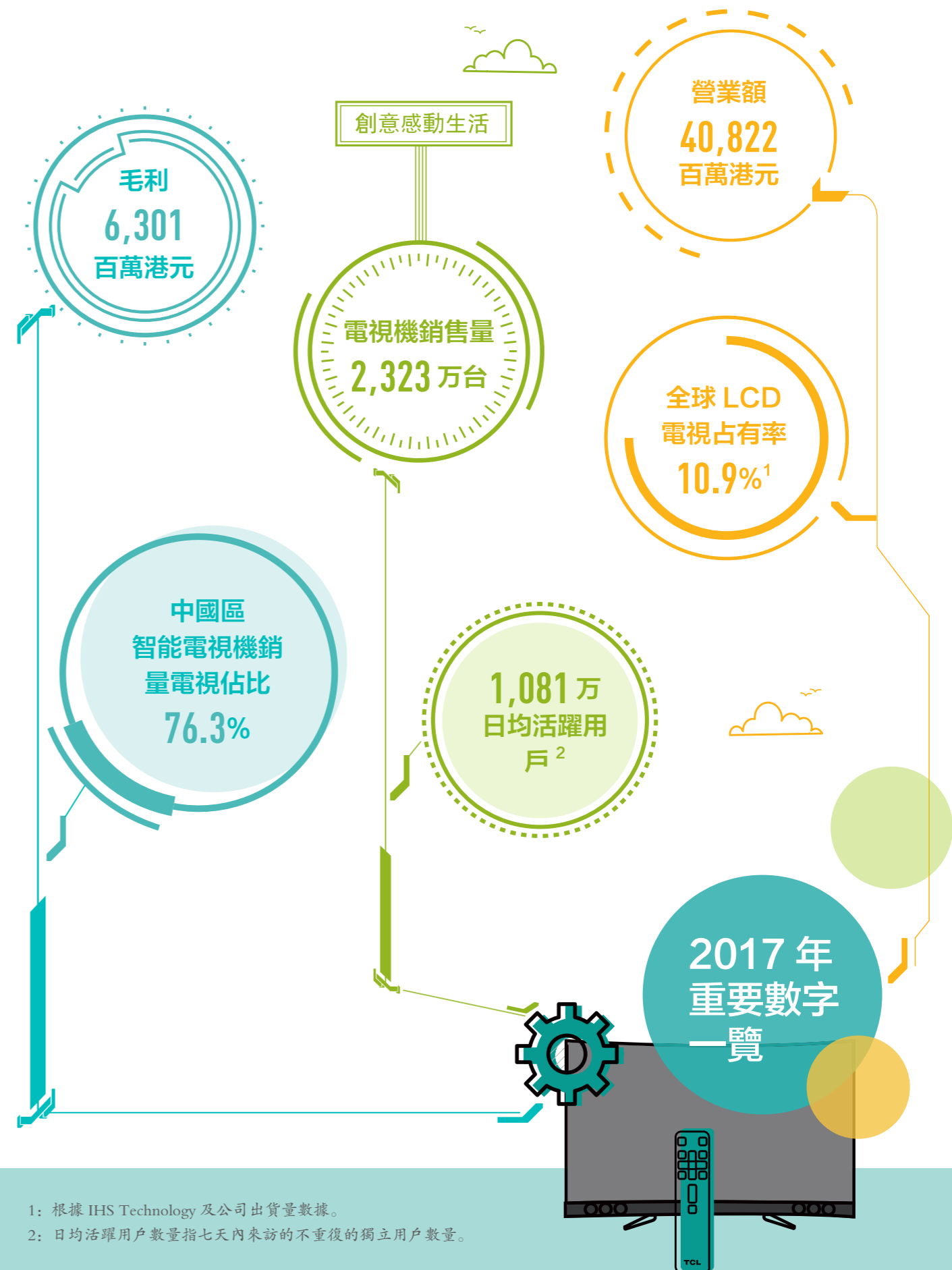
本公司的最終控股股東 TCL 集團股份有限公司（TCL 集團公司，連同其子公司合稱「TCL 集團」）的另一個戰略目標，是在數年內提升海外市場方面的收益達到 50%。TCL 多媒體早已紮根在波蘭、墨西哥等地，實屬 TCL 集團海外市場的橋頭堡。藉由國家一帶一路政策，一帶一路沿線地區正在釋放大量的發展潛力，為 TCL 多媒體帶來海外發展機遇，比如說上年度開通的中歐班列，有利於 TCL 多媒體提升在波蘭的生產效率，更快地開拓海外市場。TCL 多媒體把中國製造業的工業能力、研發和服務能力在各海外市場紮根，帶動當地的就業和經濟增長，帶來了雙贏局面。我們亦關注履行在海外發展時對當地的社會責任，以及面對環境、社會及管治方面新的挑戰。比如說，按當地的法律行事、為當地帶來發展機遇、保護當地環境、關注當地社區的需要等。

「智能製造」將會成為下年度的重心。本年度，TCL 多媒體進行了新一輪智能製造升級，並描繪了為期四年的目標化、可執行的數字化企業藍圖，以期通過數字化驅動營運、流程及經營改善和模式創新，拉通由研發、供應、生產、營銷、服務、渠道、消費者到市場的全價值鏈。到 2020 年藍圖實現之際，本公司將建成由系統輔助決策、研產銷

一體化智能營運、工廠智能化的數碼化企業。TCL 集團正在建設「模組整機一體化智能製造」中心，供 TCL 多媒體及同屬 TCL 集團旗下的深圳市華星光電技術有限公司使用，其中 TCL 多媒體智能顯示終端子項目計劃明年量產。

在專注於變革之外，我們依舊在其他環境、社會及管治方面保持我們一貫的標準及表現，以達到 TCL 集團及我司利益相關方的期望。這本《環境、社會及管治報告》載列了本年度 TCL 多媒體在環境、社會等方面的管理工作及相關成果，希望各位滿意本公司在本年度的表現，亦歡迎各位給予寶貴意見。

主席  
李東生



1: 根據 IHS Technology 及公司出貨量數據。

2: 日均活躍用戶數量指七天內來訪的不重復的獨立用戶數量。

# 責任治理

- 環境、社會及管治事務的治理架構
- 議題識別方法



作為全球領先的顯示科技企業，我們能為廣泛民眾的生活帶來影響。我們自當建立合適的管理體系，妥善管理公司為大眾及環境所帶來的多樣化的影響，並持續為大眾創造獨特的價值。



## 環境、社會及管治事務的治理架構

TCL 多媒體現時收入佔 TCL 集團之收入四分之一以上，屬 TCL 集團的骨幹企業之一。TCL 多媒體沿用 TCL 集團之企業社會責任政策。有關 TCL 集團之企業社會責任政策，請參閱《TCL 集團 2017 年度社會責任暨可持續發展報告》。TCL 集團企業社會責任創新中心負責在集團層面推行企業社會責任政策，並協同集團職能部門如安全、人力資源等對各控股子公司 - 包括 TCL 多媒體 - 遵守集團社會責任政策的情況進行檢查指導。在 TCL 多媒體企業層面，執行力辦公室、財務中心、運營中心、研發中心及人力資源管理中心組成 ESG 小組，負責對外披露企業 ESG 表現事宜，對內則監督各項社會責任相關政策之執行落實。



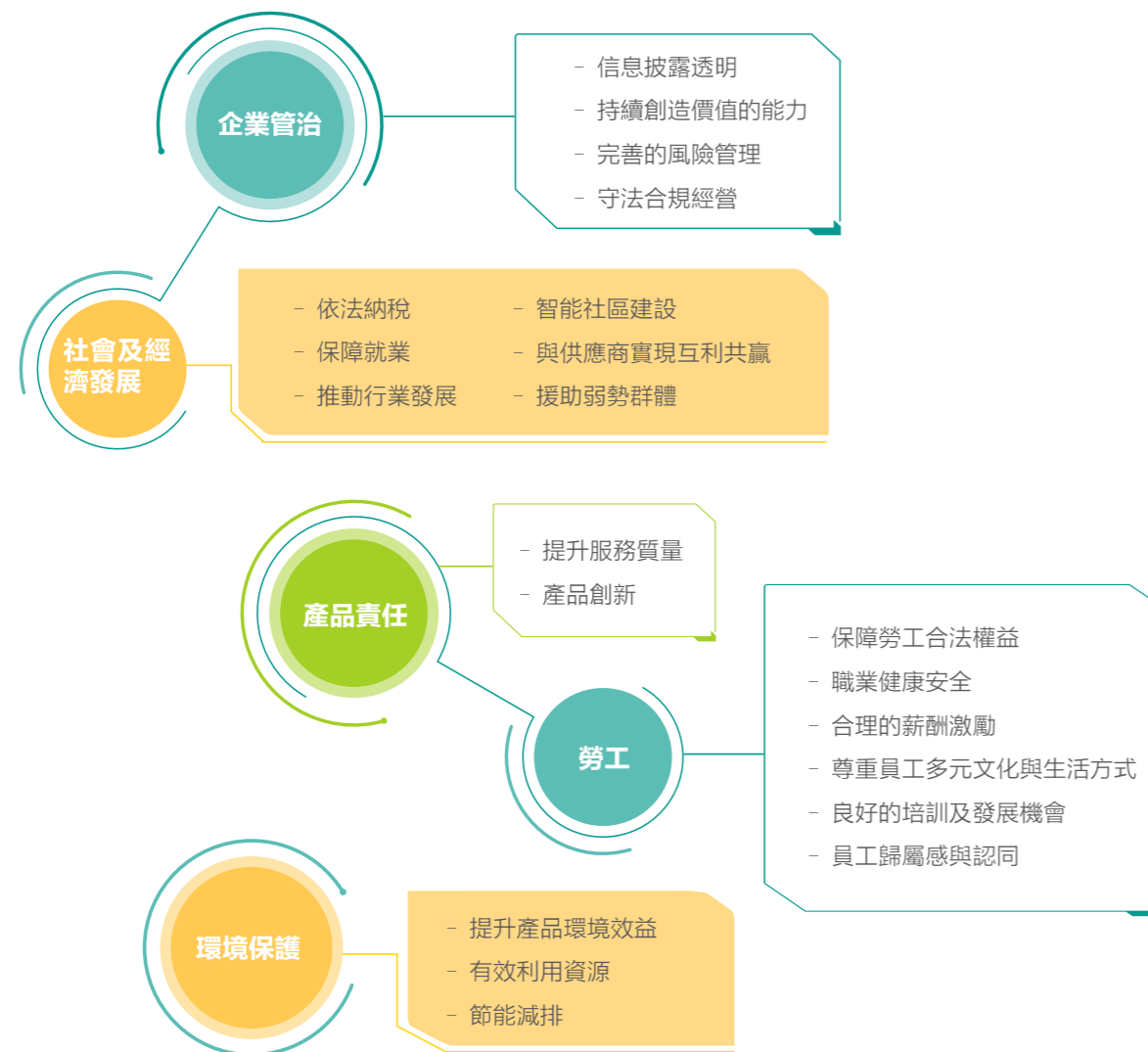
TCL 多媒體的社會責任治理架構如下：





## 議題識別方法

本公司認為，TCL 集團在上年度所進行之利益相關方溝通工作，已經充分地諮詢 TCL 多媒體的利益相關方；又亦因為 TCL 集團乃 TCL 多媒體之主要控股股東，而 TCL 多媒體應緊跟 TCL 集團的社會責任政策，董事會因此同意毋須在編制本報告時，再次進行利益相關方溝通工作以判定本報告之內容。本報告即集中討論 TCL 集團所判定之重要議題。現羅列如下：



誠然，因應 TCL 多媒體的發展戰略，董事會認為在下年度起，公司在產品轉型和海外市場發展兩方面會取得更重大的成果，因此已經責成 ESG 小組著手籌劃下年度利益相關方溝通活動，加強與海外利益相關方、新業務夥伴、行業專家等等在環境、社會責任方面的溝通。

# 為經濟帶來動力

- 促進經濟增長
- 守法合規

TCL 多媒體為全球最主要的電視機生產商之一，其 LCD 電視機之全球市場佔有率名列第三。TCL 多媒體是中國企業國際化的先行者，早在 1999 年公司已經在海外設廠及設立海外銷售分公司。公司意識到其在國際市場上有著重要的地位；我們在各地的投資，可以促進當地的經濟發展，改善當地的民眾生活。同時，我們承諾在營運時遵從適用於各地市場的法律法規，並以 TCL 集團所訂立的行為守則行事。

在中國，我們亦固然在市場上具有一定的影響力。我們善用對市場的影響力，積極推動中國顯示科技的發展。



## 促進經濟增長

### 依法納稅

藉由納稅，我們與各營運地的社會分享公司的經濟成果。公司非常重視滿足各國的稅務要求。年內首設稅務總監一職，以應付各國因稅務改革而變得日益複雜的稅務要求。有關 TCL 多媒體 2017 年度的納稅額，請參閱本公司 2017 年年報。

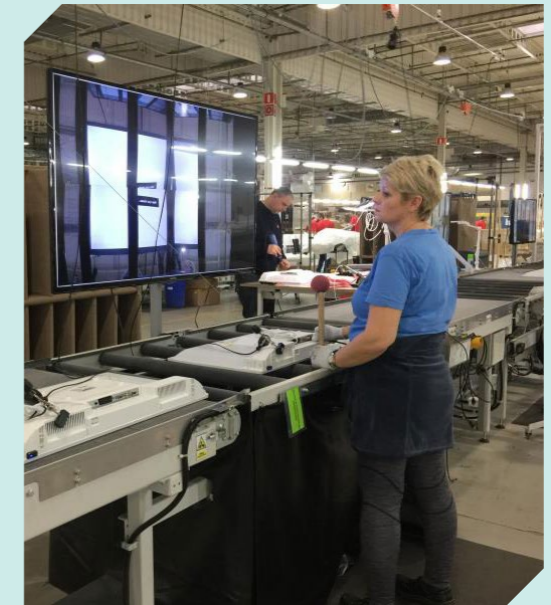
### 推動一帶一路經濟建設

TCL 多媒體當年是中國首批「走出去」的企業，到了今天則得以享受「一帶一路」倡議帶來的機遇，進一步開拓海外市場 開發新興的市場，亦是 TCL 集團未來的發展重點之一。在這個過程當中，TCL 多媒體對一帶一路沿線地區及其他海外市場的投資建設和技術引進，為當地創造了就業機會。現時，除極少數華裔管理人員外，我們各海外廠房及銷售分公司之員工，包括管理人員，均為當地員工，除了履行我們對促進各地經濟發展的承諾之外，也是為了加快公司的本土化進程，縮短適應當地市場的時間成本。



## TCL 波蘭工廠 ——「一帶一路」國家戰略下雙邊經濟合作的成功案例

TCL 波蘭工廠佔地面積 10.5 萬平方米，是中國在波蘭最大的工業製造項目，也是波蘭日拉爾多夫市最大的工廠。自從收購 Thomson 起，TCL 多媒體在波蘭便擁有工廠，為歐洲市場提供彩電產品。波蘭正在致力於再工業化；TCL 紮根當地，在波蘭工廠原有廠房基礎上，升級線體，是中國企業參與波蘭再工業化進程的重要途徑。目前，TCL 波蘭工廠擁有四條生產線，每年可以生產 280 萬台電視，工廠擁有 306 名員工，99% 為波蘭人，50% 來自日拉爾多夫市。部分員工已在工廠工作超過 13 年。



TCL 多媒體波蘭工廠

中歐班列是往來於中國與歐洲以及一帶一路沿線各國的集裝箱國際鐵路聯運班列，當中包括了由中國成都——另一個 TCL 多媒體設廠的城市——連結波蘭華沙的班列。此班列的開通大大縮短了運輸時間及提升了中歐之間貨運的成本效益。藉由中歐班列，TCL 多媒體的成都廠和波蘭廠之間建立了更快捷的物流渠道，加速了波蘭廠的擴張規模，實現中波兩國更緊密的經濟合作，彰顯一帶一路計劃帶來的經濟益處。



TCL 集團董事長及 TCL 多媒體主席李東生先生與中歐班列合影

## 推動行業發展

作為顯示產業的龍頭企業，TCL 多媒體是中國視像協會、中國電子工業標準化技術協會、中國集成電路知識產權聯盟等許多行業協會的會員單位，響應政府推動產業升級的號召，也參與制定行業標準。

2017 年，TCL 多媒體以集團名義聯合多個機構共同申報了中國科技部有關量子點背光關鍵技術的國家重點研發計劃，目標是加強量子點顯示這一較為節能的技術的商品化，推動和完善中國的量子點顯示技術和上下游產業鏈的快速發展，並培養相關技術的專業人才。這個項目將實現更高的背光效率，推動大屏幕顯示技術向環保節能方向發展。

TCL 多媒體的子公司深圳 TCL 數字技術有限公司參與了由 TCL 集團子公司深圳市華星光電技術有限公司牽頭的《超高清電視液晶顯示面板三維自動顏色管理技術芯片國產化及應用》研究項目，解決液晶顯示芯片長期依賴進口、國產化芯片幾乎為零等問題。項目突破芯片算法研究、規格定義、設計等關鍵工藝技術，開發出三維自動顏色管理技術芯片，以及與本芯片應用配套的顯示面板、背光控制軟件、電視整機，打通從芯片到電視整機的全產業鏈條，項目將促進中國新型顯示技術的進一步發展，為中國新一代信息技術產業的安全做出貢獻，有助於提升顯示產業上下游集聚效應，促進信息產業繁榮，最終帶動區域經濟發展。



TCL 多媒體工作人員參與研發項目



## 守法合規

### 新時代下的法規挑戰

本公司本年度正式進軍中國的互聯網電視業務，將需要面對新的監管要求，主要為國家新聞出版廣播電總局等機構所發佈的相關法規。公司除了依法取得相關的牌照資質外，亦與內容提供商緊密合作，確保互聯網電視所提供的內容符合當局規定。另外，經由電商渠道銷售的比例逐年遞增，隨著電子商務立法進入關鍵階段，第一部電商領域的綜合性法律《中華人民共和國電子商務法》2018 年即將出臺，TCL 多媒體亦將致力配合有關電商法規的遵守及執行。

2016 及 2017 年內，公司以與其他法人合營企業的方式進入了更多的新開發的海外市場，如巴西和阿根廷，亦面對新的法規要求。本公司留意到這些當地政策要求，年內未出現重大違規情況。



### 尊重知識產權

TCL 多媒體始終堅持自主創新，實施知識產權管理是企業獲得持續發展的關鍵，是提升企業市場競爭力的保證。公司通過培訓、教育、宣傳等方式，向全體員工宣貫知識產權政策，使之正確理解並堅決執行；多次與廣東審協、其它公司參與調研交流，不斷完善知識產權管理；並主動參與以下組織產業聯盟，預防知識產權系統性事件發生：

- 深圳市中彩聯科技有限公司<sup>3</sup>
- 中國電子視像行業協會
- 中國電子工業標準化技術協會知識產權工作委員會
- 國際商會
- 中國集成電路知識產權聯盟

3: 深圳市中彩聯科技有限公司是一家從事知識產權的高端服務企業，由 TCL 及其他同業共同投資組建，主要解決國內電子信息行業共同面臨的知識產權問題，建立行業知識產權保護體系，維護行業公平競爭環境，引導企業全面掌握專利動態，提供專利信息及深度分析報告等。



TCL 多媒體建立具有核心競爭力的知識產權體系，建設知識庫和專業團隊。本公司尊重並鼓勵廣大員工發明創造，獎勵在推動公司技術創新中做出貢獻的集體和個人。於 2017 年 6 月，TCL 多媒體旗下兩所子公司——惠州 TCL 王牌電器有限公司及深圳 TCL 新技術有限公司通過 GB/T29490:2013 版《企業知識產權管理規範》標準認證，通過體系的建立和完善提升了公司在知識產權管控系統保障能力和風險管控能力。



截至 2017 年 12 月 31 日，  
歷史累計共申請專利

4504 件



累計獲得專利授權

1726 件



 2017 年 TCL 多媒體專利數據

此外，所有在 TCL 電視上可以觀看的内容，均已獲有關版權持有人所授權播出。

## 反貪腐

TCL 多媒體一直堅持誠信經營，維護公平、公正的基本原則，為營造廉潔安全的企業文化，規範引導員工忠實維護企業利益，忠於職守、廉潔從業，促進企業持續健康發展，我們制訂了《TCL 多媒體廉潔規範》。

本公司除了要求所有員工遵守中國及業務活動關聯國家的法律法規，嚴禁一切索賄、受賄、行賄行為，還對所有員工有詳細的廉潔行為規範的要求，如嚴禁將企業業務往來中的折扣、回扣、傭金、中介費等據為己有或私分，嚴禁利用工作便利侵吞、竊取、騙取、挪用、私分或以其他手段非法侵佔公司財物等。為了有效地促進廉潔從業，本公司規定新員工入職時須簽訂《個人廉潔承諾書》；與利益關聯方特別是與供應商、承包商發生經濟業務往來時，接口部門應在簽訂合同的同時必須簽署《廉潔協議》或在合同中增加廉潔條款。《廉潔協議》或廉潔條款中亦列明檢舉投訴的方式及渠道。此外，我們對利益衝突回避處理、禮品禮金處理流程、舉報處理流程、檢查審計和違規行為懲戒等有明確清晰的說明和規定，力求做到自上而下、自下而上的規範。

匯報期內，並未有 TCL 多媒體及下屬子公司的僱員涉及貪污訴訟案件。

# 為用戶帶來價值

- 電視機，從此不一樣
  - 產品設計
  - 產品質量保障
  - 服務質量保障



我們堅持科技是為大眾生活服務的理念，以用戶需求為導向，不斷地通過技術創新，來提升產品對用戶的價值，目前我們已經在人工智能、大屏顯示、人機交互、智能終端等領域建立起競爭優勢與領先的市場地位。在傳統彩電市場日漸飽和、互聯網電視市場百花齊放的环境之下，持續提高用戶體驗、服務質量和電視端內容質量是未來提高用戶粘性的戰略關鍵。

## TCL 多媒體自主研發人工智能——小 T

談及人工智能（AI），一般人會想起科幻電影中的情節，似是遙遠未來才會發生的事情。但其實近年來人工智能技術的應用已經得到突破性的發展，並且已經被普遍應用在你我的身邊智能電子產品當中。在電視機上應用人工智能技術，可以為用戶提供更豐富、更有沉浸感的交互體驗，更具有個性化的內容推薦。相信搭載人工智能的電視機會越來越普遍。

TCL 多媒體近年來積極跟進與佈局人工智能技術，深入開展基於自然語言、計算機視覺、深度學習等相關技術領域的應用研究，最終構建了自主的 AI 引擎小 T。2017 年九月起推出的產品，大部分都搭載了小 T。

小 T 依託成熟的語音技術，能做到基於自然語言的用戶指令識別和意圖搜索，並具備多種語義識別功能，使小 T 在不同的語境下也能瞭解用戶所想，提供更合用戶心意的內容。在海量內容和海量用戶的土壤之下，小 T 可以實現千人千面，在不同時間推送不同內容給不同用戶，幫助用戶發現感興趣的內容。

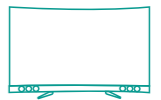
AI 技術的逐漸普及和應用，正在各個領域悄然改變著人們的生活，作為客廳娛樂中心的 TV，AI 又將如何影響用戶的娛樂方式，瞭解用戶的需求，用戶採取行動之前，輔助用戶進行決策，搭起和用戶簡單的溝通，心心相印的橋樑。



## 量子點——對畫質的更高追求

對高畫質的追求是顯示的本質。近年來 TCL 多媒體積極投入量子點顯示技術方面的研究，令公司在有關技術方面獲得優勢。量子點顯示技術本質上是對 LCD 顯示技術的改良，依靠納米材料結構，當量子點受到光或者電的刺激，會根據量子點直徑的大小，發出不同顏色的純正高質量單色螢光。通過更精確的背光控制，量子點技術讓液晶螢幕可以顯示的顏色範圍更廣，從而打破色域的限制，發揮其色彩純度高、還原能力強、顯色性卓越等優勢。此外，量子點電視的色彩恒久性是普通 LED 電視色彩持久時間的 2 倍，達 60,000 小時，不用擔心產品壽命問題。憑藉對先進量子點顯示技術的研發，TCL 量子點電視機於 2017 年獲得電子消費展 (CES)「年度全球顯示技術創新獎」。

根據 IHS Technology 的預測，未來幾年，採用量子點新型顯示技術的電視機將會有爆發式的增長，到 2020 年，出貨量將超過 2,600 萬台。量子點技術的應用，將迎來一場顯示產業的大變革。未來十年，全球將迎來量子點顯示的時代。



量子點電視的色彩恒久性是普通 LED 電視色彩持久時間的

2 倍

達

60,000 小時





## 電視機，從此不一樣

TCL 多媒體產品的創新始終以人文關懷為本，致力於為大眾生活帶來積極的改變。透過互聯網功能和人工智能語音辨識功能，提升長者的生活質素，是我們研發的方向之一。相比於智能手提電話，電視機是較為適合長者使用的智能家居管理平台。現時所有在中國區有售的 TCL 電視大部分均搭載了「家庭圈」功能。透過 TCL 的互聯網電視，家中的長者可以與身在外地家人進行視像通話，家人亦可以在家庭圈平台上分享相片、文字及語音信息，有利於營造家庭其樂融融的氛圍，加深長者與在外家庭成員的聯繫。

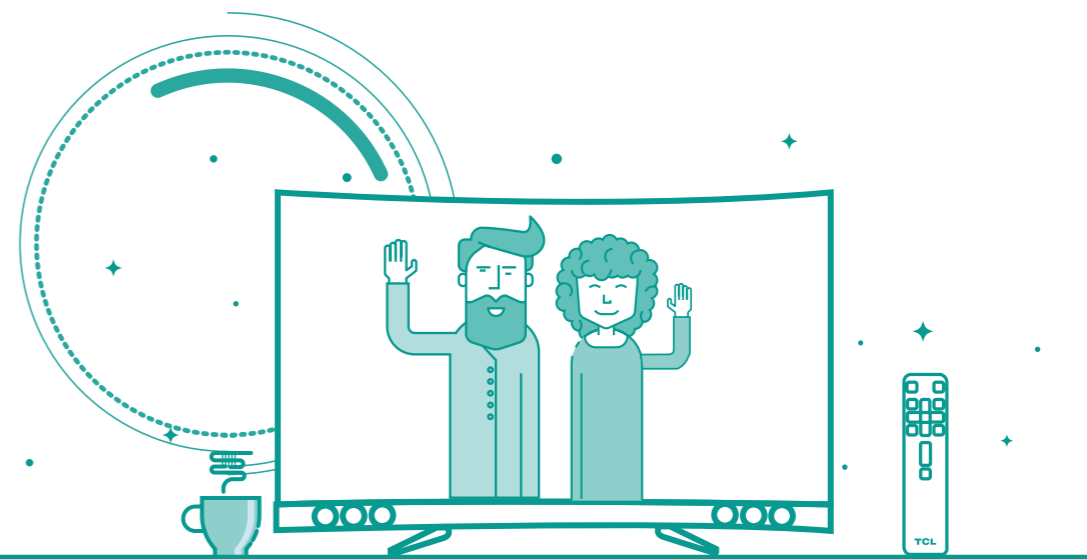


“我在外地工作，經常會用家庭圈跟爸媽遠程視頻，用電視機還挺方便的，爸媽也不用做太多操作，每次撥打視頻電話之前讓爸媽打開電視等著我打過去就行了。視頻的圖像投在電視上屏幕又大，對上年紀的人來說比在手機上視頻清楚多了。而且老人家老是舉著手機也很累，用家庭圈就可以什麼都不做，坐在沙發上看這電視就行了。真的特別方便。”

——一名最近為家人添置 TCL 電視機的顧客

TCL 電視機現時搭載供家長管理電視機內容的功能，包括設定子女觀看電視的時段，避免過度沉迷；家長亦可以設定避免子女觀看不合適的內容。我們正逐步利用人工智能技術加強有關功能，例如電視可以以語音甚至以人像辨識用戶的身份，自動鎖定兒童看電視的時間和鎖定不合適的節目和遊戲；家長未來亦可以遠端操作家中電視。

TCL 電視機增加支持音頻描述功能，通過對數字廣播系統的音頻描述音軌內容解碼，讓弱視力或者失明人士可以聽電視節目，既可以聽到主音軌的聲音內容，也可以聽到音頻描述音軌對該節目的旁白說明。音頻描述也稱為視覺描述，是一種附加的敘述軌道，它由一個講述者通過演講進行敘述，描述在音頻自然停頓時屏幕上發生的事情，有時在進行對話時也會有必要的敘述說明。





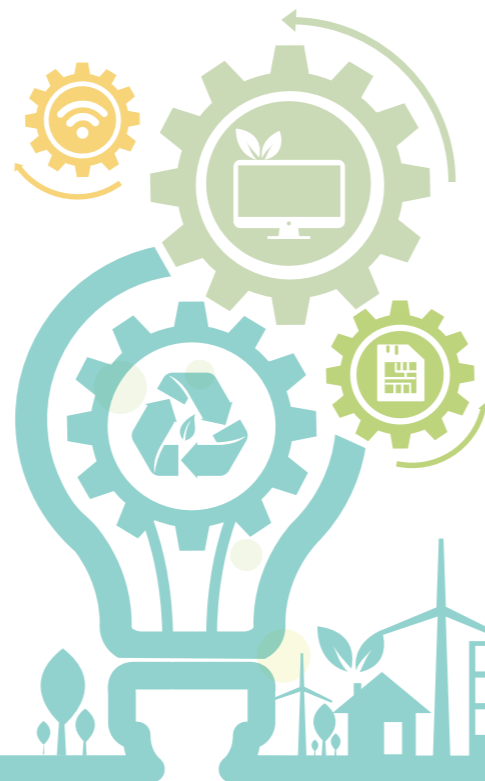
## 產品設計

### 產品節能設計









出於對全球能源日漸短缺，以及全球氣候變化的考慮，家用電器能源效益的提升乃是大勢所趨。作為全球領先的電視機設計及生產商，TCL 多媒體自當肩負提升產品能源效益的責任。在技術能力上 TCL 多媒體擁有行業最領先的設計團隊，以一大批博士、碩士為核心的研發隊伍，致力於節能和環保技術的持續研究開發，在背光、電源、硬件、軟件、結構等多個專業技術領域產生了一大批擁有自主知識產權的節能環保技術。

我們制定了與節能環保相關的產品設計流程，在每個設計環節中控制引導節能環保的設計方向，確保在產品設計的每一個環節都注入節能環保的設計思想。我們制定並嚴格實施《TV 產品中使用的環保標誌及要求》、《TV 產品中國環境標誌認證實施管理規定》等相關流程。部分產品獲得中國環境標誌（俗稱十環認證）。

我們的其中一個產品節能的策略，在於提高 TV 光學系統的效率。例如通過改良光學膜片的內部結構設計，可提升光效 20%~30%。又例如採用反射型再利用膜片，根據液晶屏偏光片發射回來的光轉換為自然光再次利用，實現能量回收利用，把大部分原來被浪費的光利用起來，也就提升了光線的利用效率。



此外，TCL 電視機的自主開發的節能技術還包括：

-  「液晶電視背光控制系統及方法」，使電視機感應周邊自然光的亮度，自行調較顯示屏幕的對背光、對比度、亮度等，在提升畫質同時，節約電源能耗達 40% 以上。
-  混合調光技術，可提升光效，降低電源能耗；已在 2017 年中國區智能產品全面應用。
-  區域調光技術，提升圖像對比度，並大幅降低能耗。
-  直驅 LED 背光，將背光的能源利用效率從 85% 大幅提升到 90%。
-  快速開關機技術，大大縮短了開機過程中的無效等待時間，既提升用戶體驗又減少了無謂的能源損耗。
-  動態電壓頻率調整技術可提升系統的高速響應同時降低系統能耗，減少芯片的熱損耗。
-  智能 Boost 驅動技術，在不增加常態下功耗的前提下大幅提升峰值亮度，在實現畫質提升的收益的同時做到節能環保。
-  TCL 電視機待機功耗執行企業內控標準 0.3W，比國標要求的 0.5W 更低。

基於以上諸多領先技術的應用，TCL 多媒體在產品節能環保領域獲得了國家及省市單位的高度認可；TCL 多媒體每年都有產品入選由中國國家發展及改革委員會等國家部委頒授的「能效領跑者」榮譽，體現 TCL 智能電視產品在節能環保領域的技術領先與市場地位。



## 驅動材料的節約使用

電視機導光板的塑膠光學級粒子由石油原料通過複雜的化學工藝提煉而成，減少單片導光板塑膠粒子的使用量，能減少其原材料製作對其環境的影響。TCL 多媒體致力不斷進行導光板的減薄設計，例如通過貼合的工藝把數層的光學膜片複合為一層，在保證膜片光學性能和物理特性的前提下，減薄塑膠基材厚度，並減少塑膠粒子用量達 50%。

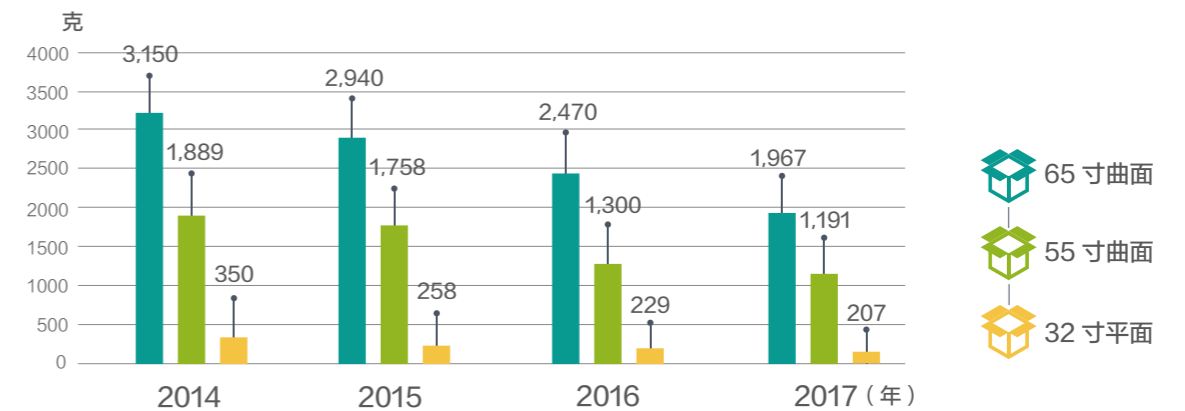
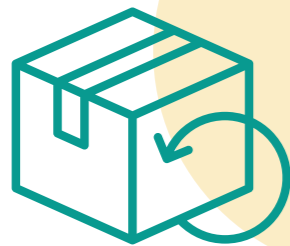


由於瞭解印刷電路板的生產過程中會有污染產生，TCL 多媒體亦積極地在產品當中減少印刷電路板的使用。電視機顯示屏的一根燈條需要上一塊電路板來驅動。以 55 吋電視機為例，過去為了使顯示屏可以平均受光，TCL 多媒體在每一塊顯示屏均要用上 9 根短燈條；現時我們已透過改善透鏡光學角度設計，成功將之優化為 3 根長燈條，目前更少燈條數機型研究並即將量產，處於行業領導水平，最終目標為直下式機型採用 1 根燈條滿足視效要求，最終實現節省 PCB 使用量 40%。



## 節約包裝材料

TCL 多媒體響應綠色環保包裝設計理念，採用更環保，易回收重複利用的 EPE（發泡聚乙烯）材料。EPE 現時主要應用在 P2、X2、X3、X6、P6、C5 等系列機型和屏幕前面做緩衝墊。EPE 容易回收打成顆粒後再次循環使用。相比之下，EPS（發泡聚苯乙烯）則較難被循環利用或自然分解。減少 EPS 的使用可減少白色污染，保護環境。



近 4 年的部分機型單機 EPS 包裝物料使用量

由於應塑料對海洋生態環境的影響日益嚴重，TCL 多媒體現時亦盡可能替代塑料包裝材料。以原木製作的包裝材料亦會間接破壞生態環境，須予以取代。我們積極尋找開發以再生物料製作的蜂窩紙包裝、紙膜包裝等多種替代方案。通過設計優化，提升裝櫃數，減少倉儲空間、提升運輸每件貨物的能源效率。

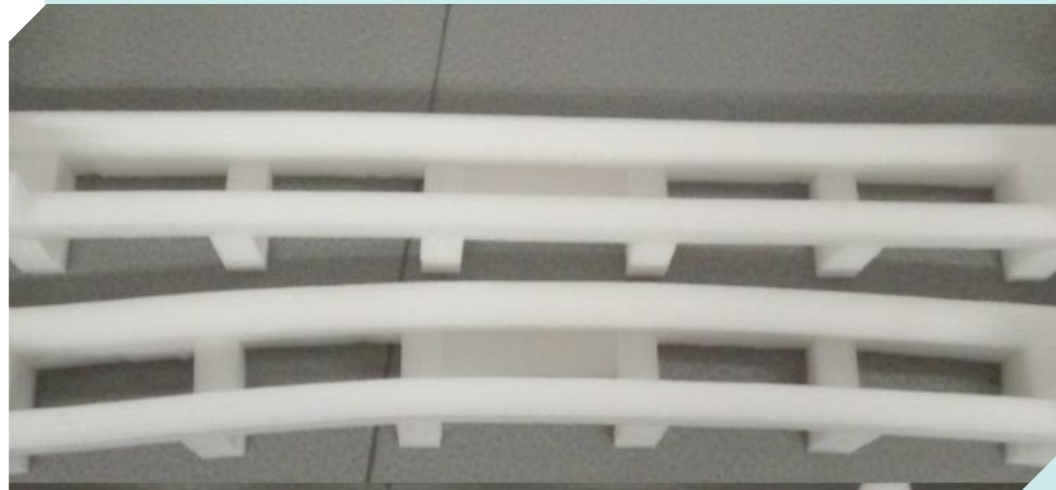
機型尺寸	2014 年	2017 年	假設貨運所需的每公里油耗不變，單台電視機運輸溫室氣體排放減少
65 吋平面	146 台	172 台	15.1%
55 吋平面	347 台	380 台	8.7%
43 吋平面	420 台	704 台	40.3%
32 吋平面	1,100 台	1,209 台	9.0%

部分機型 40 呎高貨櫃的裝櫃數及單台電視機運輸溫室氣體排放量對比 (2014 Vs 2017)





粘貼紙皮的 EPE 樣品



EPE 粘接成型的樣品



36,004 噸  
紙箱



1,003 噸  
說明書



10,962 噸  
塑膠類



2017 年 TCL 多媒體包裝材料使用量 (僅限中國內地廠區)<sup>4</sup>

4: TCL 多媒體海外工廠主要為對來自中國廠區的部件或半成品進行再加工, 所使用之包裝物料主要來自中國。海外廠區所採用的全新包括物料數量相對不重大, 因此不予披露。

## 產品安全

用戶的安全是我們在設計產品時的首要考慮之一。TCL 多媒體高度重視產品安全, 全面遵守包括《中華人民共和國消費者權益保護法》《中華人民共和國產品質量法》《電器電子產品有害物質限制使用管理辦法》等法律法規中關於產品健康與安全的相關條款, 同時嚴格參照包括 GB8898-2011 / IEC 60065:2014《音頻、視頻及類似電子設備安全要求》在內的國家、行業及地方安全生產標準, 保障產品安全, 保護用戶的合法權益。於我們而言, 滿足國家或國際安全標準的要求乃屬基本; 在某些安全測試項目上, TCL 多媒體的內控要求比國家或國際標準更嚴格。

其中, 我們生產的電視邊框做了防刮傷設計, 採用金屬邊框去利邊、導角等加工工藝, 防止產品刮傷用戶。另外, TCL 的電視還具備混合調光、防藍光護眼和動態背光控制功能。混合調光功能可使顯示屏以直流電驅動, 屏幕不閃爍, 起到護眼的作用。電視機搭載的防藍光護眼功能可以通過調整屏幕色溫, 降低電視的藍光輸出, 在長時間觀看電視時, 對用戶的眼睛起到保護作用。

另外, 我們的產品也必須根據 GB8898-2011 / IEC 60065:2014《音頻、視頻及類似電子設備安全要求》通過防火、防觸電及防傾倒 (穩定性和機械危險) 測試, 以確保用戶的安全。防傾倒測試要求產品不易被推倒, 防止產品對用戶帶來機械性傷害。

 以下為 TCL 電視機產品所取得的部分安全認證:



FCC 認證



ETL 認證



UL 認證



CE 認證



日本 S-MARK



韓國 KC 認證



印度 BIS 認證



澳洲 C-tick 認證

年內, TCL 多媒體並無因安全與健康理由而須回收的產品。



## 產品質量保障

公司產品及服務質量事宜均由質量中心負責監察及應對；質量中心每月開會，討論近期發生的質量事宜，檢討客戶滿意度、投訴相對值、累計故障率等指標。

TCL 多媒體下設安全和電磁兼容性 (EMC) 實驗室，實驗室按國際標準 ISO/IEC 17025《檢測和校準實驗室能力的通用要求》建立了完整的質量體系，已獲得 CNAL、CNAS 認可。我們設有專門進行可靠性測試的實驗室——產品可靠性測試均滿足甚至超出國家或國際標準的要求，且根據產品的變化針對性地加強某些可靠性項目的測試保障。如電子可靠性方面：針對使用增多的網絡端口，增加了網絡端口浪湧測試，確保網絡端口的可靠性。環境機械可靠性方面，我們的產品均通過了高溫測試、低溫測試、低氣壓測試、防塵測試、振動測試、跌落測試、碰撞測試等環境機械測試，國際運輸通行認可的 ISTA 相關國際標準也是我們產品的機械可靠性質量管控標準之壹。這些確保了我們的產品在常規運輸、正常使用等情況下能夠可靠使用。

2017 年，TCL 多媒體中國區的售後三個月平均早返率為 1.08%。

2017 年，TCL 彩電的中國顧客推薦度指數 SM 為 7.1%<sup>5</sup>。



## 服務質量保障

TCL 多媒體在全球範圍經營電視機銷售及售後服務的業務。堅持負責任的產品營銷，提供優質的售後服務，包括向客戶提供技術支援，上門維修及退貨是我們對 TCL 多媒體產品用戶的莊重承諾。維持及提升我們的服務質量與產品質量同等重要。

在產品營銷及廣告方面，TCL 多媒體嚴格遵守《中華人民共和國廣告法》《廣告管理條例》及國家有關規定。我們要求本公司所出品的廣告內容須真實、健康、清晰、明白，不以任何形式欺騙用戶和消費者。其中，針對互聯網廣告的合規性，TCL 集團制定有《TCL 集團微博、微信信息管理辦法》，TCL 多媒體亦執行此項管理辦法，令本公司規範使用營銷用語、規範用戶溝通及投資者互動。

5：中國顧客推薦度指數 SM 為中國國內產品之淨推薦值，是評價用戶對產品忠誠度的良好指標。根據用戶的打分推薦意願，將用戶分為三類：推薦者、被動者、貶損者，推薦者與貶損者在用戶總數中所佔百分比之差即淨推薦值。此淨推薦值未考慮不回應者的潛在分類。中國顧客推薦度指數 SM 由品牌評級機構 Chnbrand 編製。



2017 年  
TCL 彩電的中國顧客  
推薦度指數 SM<sup>5</sup> 為

**7.1%**



用戶身處中心城市，

TCL 多媒體承諾上門服務

**24**小時內

通過電話解決用戶所面對的技術問題。如果發現用戶可能需要上門維修服務甚至退貨，TCL 多媒體依託在各市場的合作夥伴為客戶提供有關服務。

本公司的服務政策與 TCL 集團的政策相同。詳情可見 TCL 集團官方網站 [www.tcl.com](http://www.tcl.com)。

## 客戶信息保護

本公司明白，消費者的個人信息安全近日觸發了熱議，因為個人信息外洩的關係使消費者蒙受損失的事件時有發生。對 TCL 多媒體而言，未經客戶授權對外披露客戶的個人信息是不可逾越的紅線。近年來 TCL 多媒體致力開拓電商銷售渠道，因而會收集到客戶的手機號碼、地址、銀行卡號碼等真實信息。公司視所有個人信息為企業機密，根據內部《公司信息安全管理制度》作出保護，並承諾配合即將出臺的中國第一部電商領域的綜合性法律《中華人民共和國電子商務法》建立制度提升技術手段，防止信息洩露、丟失、毀損，確保電子商務數據信息安全；公司的信息科技總監負責統籌網絡安保事宜，並定期聘請第三方公司做信息安全評測。公司員工或其他合作方的人員只有在擁有正當理由並經適當授權後才能查閱、使用、複製、傳遞客戶個人信息；公司員工只有在擁有正當的訪問權限的情況下才能訪問存儲涉密信息的系統。有權接觸客戶信息的人員的訪問權限由各單位主管部門確定。所有員工入職時必須簽訂信息安全保密協議。在發生或者可能發生用戶個人信息洩露、丟失、毀損時，TCL 多媒體將立即採取補救措施，及時告知用戶，並向有關監管部門報告。



## 案例：智能製造驅動質量提升

2017年度，在公司2020數碼化企業藍圖的指引下，TCL多媒體投入大量精力建設現代化智能工廠，推進智能製造戰略，以自動化、信息化等創新技術驅動產品質量提升，為用戶製造更優質、更匠心的電視機產品。

在TCL多媒體惠州生產基地，我們從注塑、SMT、PCBA、模組整機一體化生產、智能倉儲等生產環節就自動化、信息化展開了一系列基礎性項目，已實現具有獨立知識產權的先進智能製造體系，並取得卓有成效的業績：在人員需求減少逾千人的情況下，產量提高了20%。

**注塑：**業界首個注塑無人工廠建成，是國家首批試點工業4.0智能工廠的創新項目，實現了注塑車間無人化、智能分檢、智能物流、後加工無人化，獲得多項國家專利，遙遙領先於同行業水平。



無人注塑車間

**SMT（表面貼焊）：**實現批量投料、芯片軟件燒錄、完工標識自動化，全流程防錯及可追溯，較原有人工操作效率提升3倍，成本減少50%。此工序實現了智能化信息系統全覆蓋，完成智能排產、產線叫料、防錯防呆、設備互聯等功能及大數據集成應用。成為業內信息化流程覆蓋面最完整，智能化程度最高的標杆，為後續其它領域智能化改造提供極具代表性的樣板工程。

**印刷電路版測試：**自主研發的印刷電路版自動功能測試，實現自動上線、智能測試，與SMT車間生產無縫對接，成為業內首創的無人測試產線。

**模組與整機：**我們建成了生產複雜工藝，平面與曲面相兼容的模組整機一體化生產線，通過自主開發實現自動散熱片安裝、自動導引運輸車、機器人自動豎機及下線入箱等裝配、包裝工序自動化，成為業內自動化佔比最高的TV生產線，提升生產效率，並得到有效推廣應用。整機的自動耐壓測試、自動白平衡調試、自動複位和LOGO檢查、自動開/關機檢查等功能，實現了產品的智能識別和自動測試，配置文件和數據的自動下載與抄寫、檢測結果上傳，智能化程度已遠遠領先於行業水平。

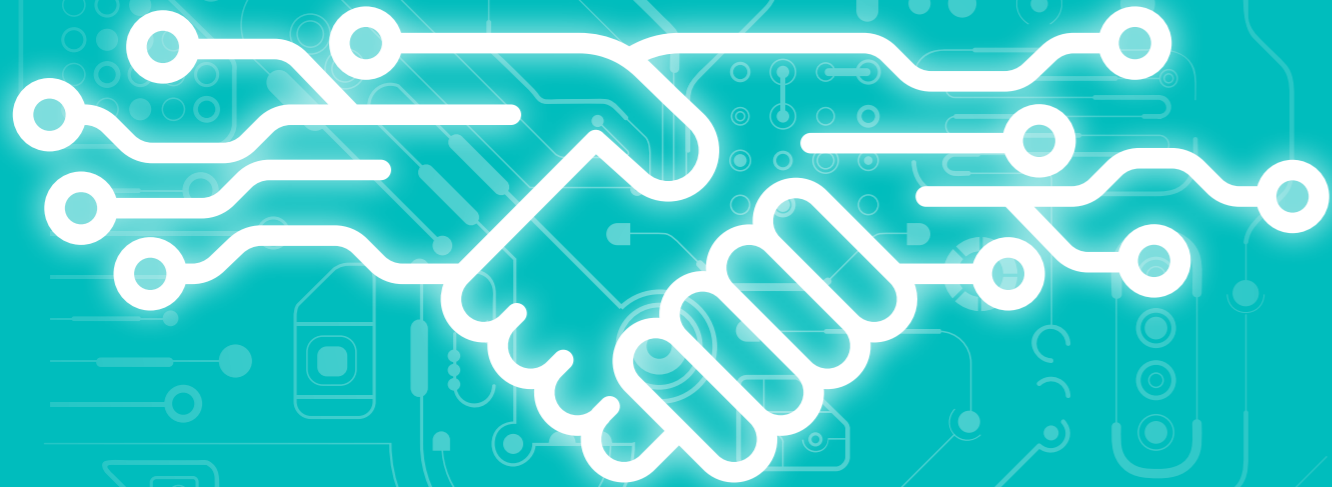
其中自動檢屏則由TCL多媒體首創，並在業界首次成功導入應用的LCD屏幕自動化檢測，可兼容不同尺寸屏幕的畫異、亮暗點、橫豎線等不良的快速識別與判斷，提升效率的同時有效解決人為判斷失誤。

**智能倉儲：**成功搭建了人-機-料-信息全方位立體化交互的物流模式，實現了物料、成品的自動出入庫、智能庫位分配、分揀、配送、盤點、上下游的信息協同，確保了品質、效率的大幅提升，減少人員需求70%。

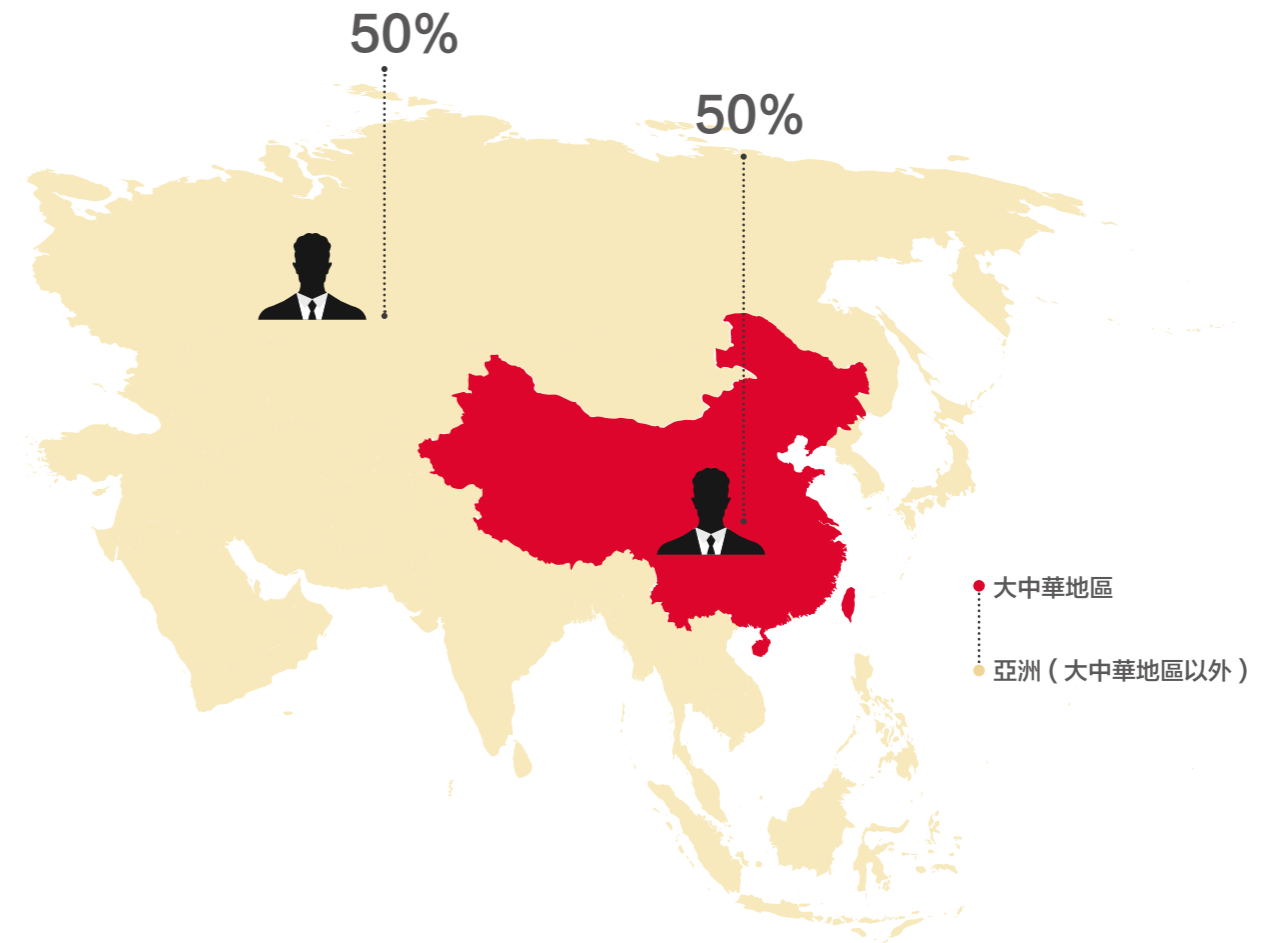
通過智能製造工廠建設，我們將依托產品創新流程，落實產品精品戰略，以更高的品質，更低的能耗，打造綠色產品與個性化服務高度融合的生態圈，為用戶圓一個極致體驗的「智慧家庭」中國夢。



# 與夥伴分享成功



TCL 多媒體致力實踐「兩智一化」戰略，以走在科技的最前端。具有創新、協同能力和高效率的供應商是我們實現「兩智一化」的支柱。我們追求與具能力的供應商合作，共同成長並開拓新的科技領域，但同時我們依舊堅持供應商必定要達到若干的環保標準，使產品和服務符合可持續發展的要求。



截至 2017 年 12 月 31 日，按地區劃分供應商<sup>6</sup> 比率（以採購額計算）

TCL 多媒體始終堅定規範自身的供應鏈發展，並致力於將自身的社會責任理念貫徹到供應商管理中為保持及持續提升公司的供應商管理水平，我們制定了《供應商審查管理規範》及《供應商評價管理規定》等管理政策，用以管理供應鏈的環境及社會風險，使其提供的產品和服務符合可持續發展的要求。其中，《供應商審查管理規範》用以規範對新供應商的導入；對於新增供應商，我們將考核其資格、關鍵工藝、環保監控、上游二級供應商的資質。我們會要求供應商提供 SA8000、ISO 9001 質量管理認證、ISO 14001 環境管理體系認證等企業社會責任認證。《供應商評價管理規定》用以對合格供應商進行定期考核、

6：此項指標當中，「供應商」僅指為生產 TCL 多媒體旗下產品提供原材料和機械、建造及維護服務的企業，其他對 TCL 多媒體作出銷售的企業或個人，如食堂營辦商、辦公室用品提供者則不計算在內。TCL 多媒體對此等供應商的採購額已佔總採購額 95% 以上。

評價、控制及管理，圍繞質量(Q)、價格(C)、交期(D)、服務(S)、創新(I)評分細則，我們開展對供應商的季度評價、年度審查，同時針對評分較低的供應商進行跟蹤改善。其中，

創新(I)項評分為本年配合「兩智一化」戰略所制定，旨在以半年為單位檢視供應商在協助TCL多媒體達成技術創新的表現及自身的創新能力。

2017年8月，TCL集團獲中國工信部評為中國第一批15家綠色供應鏈管理示範企業之一；TCL多媒體作為子公司，亦按集團的綠色供應鏈管理方針行事。對供應商的環保監控主要體現在新供應商導入之時。我們對供應商的環保項目包括其是否有充分落實環保質量體系、是否有對其上游供應商進行環境表現管理、是否具備檢測有害物質的能力，以及有否在產品生產過程中落實對有害物質及污染物的控制。未達標的供應商在進行整改後仍有機會被錄用，但若供應商在評核時未能達到歐盟危害性物質限制指令(RoHS)的要求，則不再被考慮。錄入後，我們要求供應商簽署禁用物質環保聲明，並提供原材料及零部件的材料宣告表。社會議題方面，新供應商若已獲得社會責任國際標準SA8000認證，會有利於其導入資格。

公司定期對供應商進行環保風險評估和培訓，對風險較高的供應商進行專項環保審核；如發現問題，須及時督促糾正。在對供應商的現場審核時，我們亦會留意其生產設備是否可以有進一步的節能空間，並為其推薦節能方案。

與供應商的持續溝通，使其瞭解我們對他們的要求非常重要。TCL多媒體每年均會舉辦全球供應商大會，使供應商有和TCL代表及其他供應商互相交流的機會；部品委員會為各供應商提供相關的信息科技培訓、產品聯合開發、聯合改善等雙贏舉措，提升TCL多媒體供應鏈的競爭力和內外部客戶滿意度。

公司建立了供應商關係管理系統，使供應商的供貨和評核記錄均在TCL集團內共享，對於管理提升供應商能力的措施亦大有助益。

# 安全生產及環保營運

- 安全生產管理體系
- 職業健康
- 環保營運



TCL多媒體在中國及海外均有設廠，具備年產銷3,000萬台液晶電視機的能力。在這些生產基地，我們建立並實行OHSAS18001職業健康與安全管理體系以及ISO14001環境管理體系，以保障員工在工作間的安全、防止對廠房周邊環境的污染，並實現在生產過程節約能源及資源。

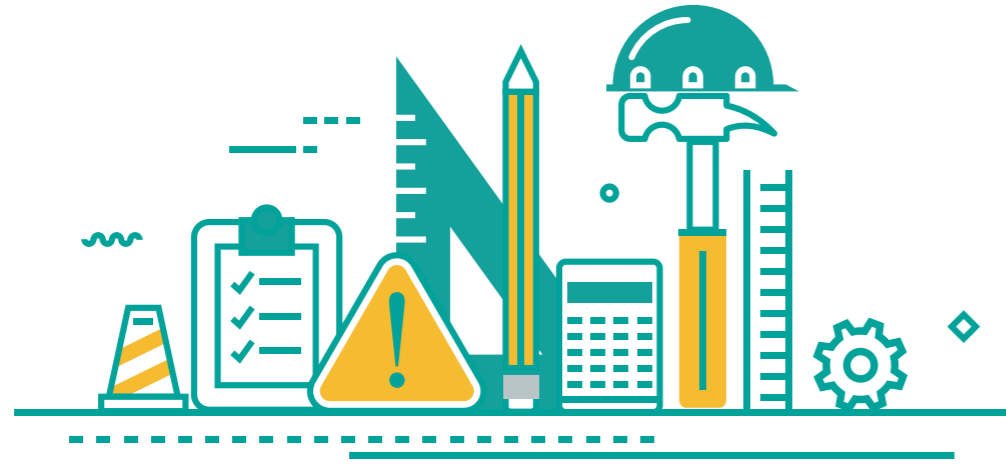


2017年8月  
TCL集團獲中國工信部評為中國第一批15家綠色供應鏈管理示範企業之一



\* 連同後勤人員

TCL 多媒體全球生產基地分佈

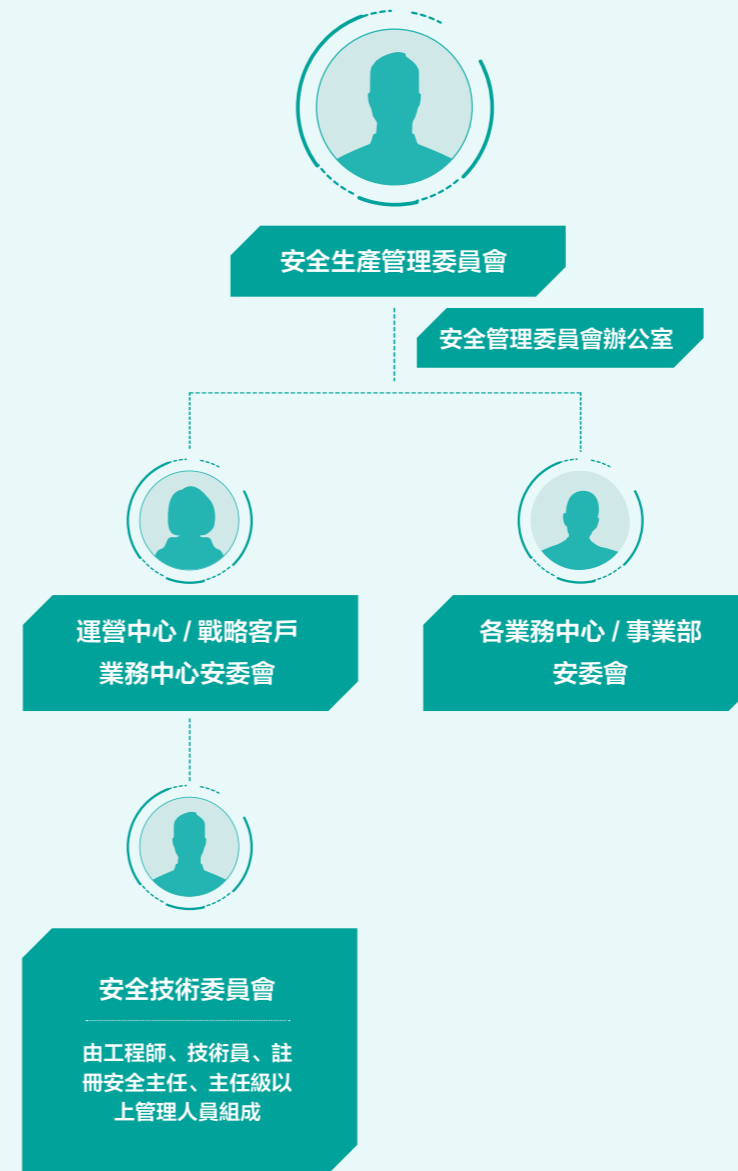


## 安全生產管理體系

TCL 多媒體深知，安全工作只有起點，沒有終點。在安全生產管理中，我們堅持以「強化紅線意識，促進安全發展」為指引，以人為本，為員工創造良好的安全生產環境，為企業的可持續發展保駕護航。我們緊跟《中華人民共和國安全生產法》以及《中華人民共和國消防法》，完善公司安全管理及責任體系，在各生產基地落實安全措施。

### 落實安全生產責任

公司具有完善的安全生產管理制度，我們分類別制定了安全管理手冊、安全質量標準、事件處理程序共 18 個安全管理文件，涉及危險品管理、消防管理、安全生產檢查和安全培訓等多個方面，以制度及管理為員工安全提供保障。同時，公司亦有清晰的安全生產管理組織架構——公司的安全管理委員會（安委會）是 TCL 多媒體安全管理工作的最高決策機構，負責公司安全管理體系及各項安全規章制度的建設工作，承擔公司相應的法定責任。安委會由各部門總經理組成，並由公司 CEO 親自領導，公司 CEO 亦同時為 TCL 多媒體第一安全責任人。各業務中心 / 事業部的第一負責人是法定的第一安全責任人，對其所管轄的業務、部門及區域的各項安全工作承擔相應的法定責任。直接安全責任人負責協助第一安全責任人做好安全管理委員會的日常管理工作，跟進安全委員會的工作執行情況。安委會下設安全管理委員會辦公室（安委辦），作為安委會的下屬常設機構。安委辦負責根據《中華人民共和國安全生產法》及《中華人民共和國消防法》擬制多媒體的各項安全規章制度；負責安全制度體系、事故應預案、安全整改措施等事項執行與落實的監督、檢查、考核、獎懲等工作，對違章、違規和各類事故的調查處理；承擔 TCL 多媒體安全生產及消防安全的執行責任。

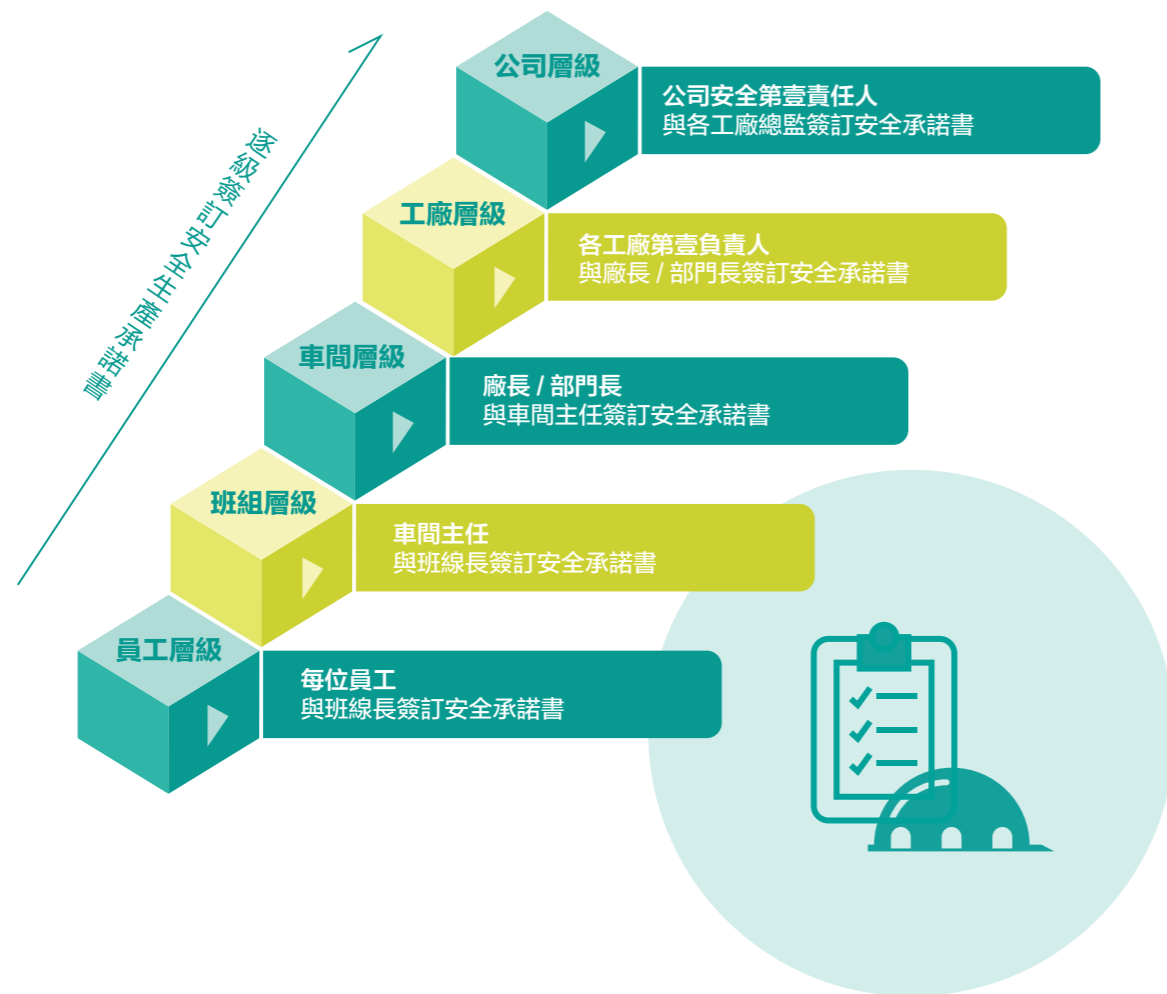


TCL 多媒體安全管理架構



各生產基地亦設置了各自的安委會，配備專人進行安全生產管理，為員工提供安全及人性化的工作環境。惠州生產基地安委會之最高負責人為一名駐廠總經理，其他廠房安委會之最高負責人為當地人力資源及行政部經理。所有廠房安委會之成員亦包括電氣、機械、熱爆、環境、職業健康、建築安全等專業人員及現場部門相應主管。

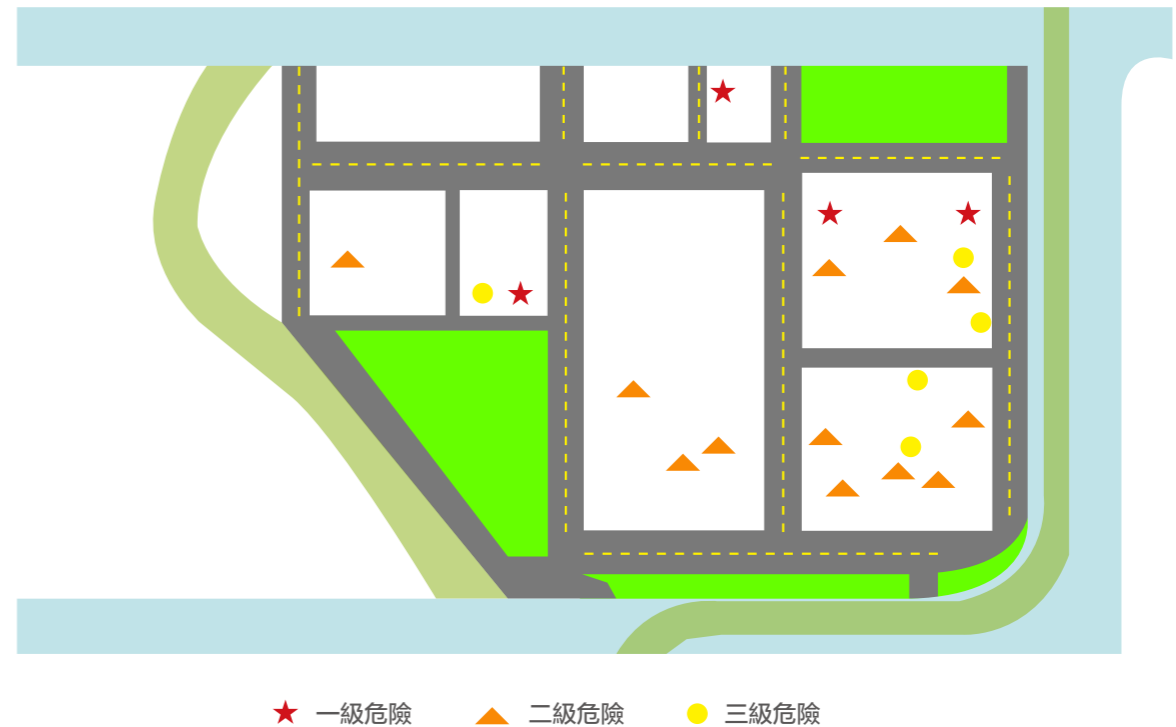
為確保每位職員都重視且遵守安全守則，公司要求所有職員——由總經理到車間員工——逐級簽訂安全生產承諾書，將安全生產落到實處、落到個人。



## 安全生產技術委員會

配合「智能製造」戰略，生產基地內將會有越來越多的電機設備。安全生產技術委員會由工程人員組成，主要負責制定對電機設備的設計、施工、驗收標準，對重大項目上馬、技術改善項目的設計、施工、投入使用的過程提出專業評估，特別是對各類安全生產「疑難雜症」提供解決方案和指導建議。

安全生產技術委員會亦主導危害辨識與風險評估，根據風險程度確認了廠區三級風險，制定了242項風險管控措施，並繪成了各廠區的安全生產風險地圖。針對不同等級風險制定了不同管控措施，如屬一級風險區域，即可能因爆炸造成群死群傷的區域，公司嚴禁動用明火作業。



## 創新安全管理模式

通過安全生產責任制，我們將責任落實到人。此外，由於公司業務規模大，點多面廣，我們亦在實踐中積極探索創新安全管理模式，以推動責任真正落地。我們在安全管理模式上探索出三點創新：「區域管理責任機制」、「季度安全輪值管理機制」以及「綠黃橙紅燈」強制正態分佈考核機制。

### 「區域管理責任機制」

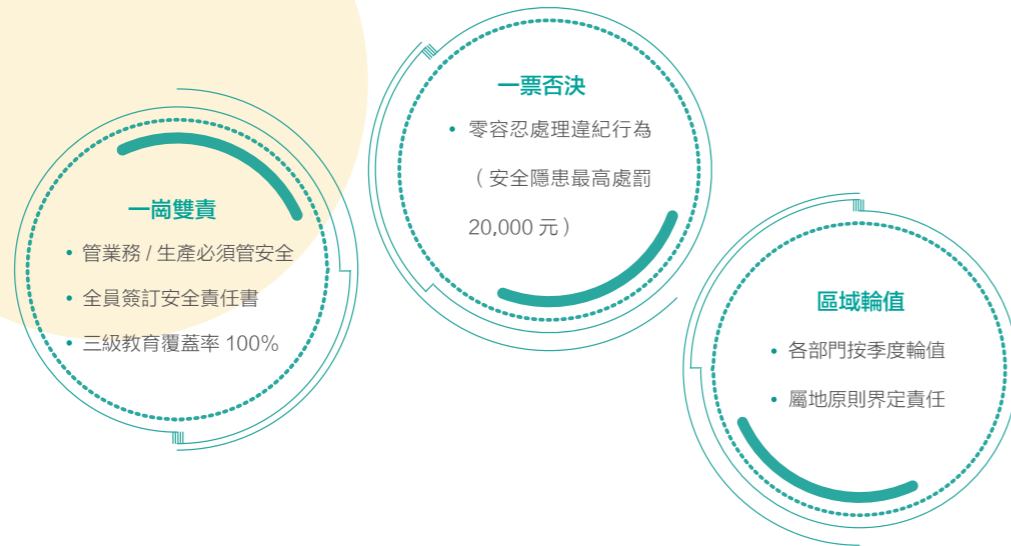
按工作區域和業務性質特點，我們將園區分類劃分片區進行管理，每個片區不論多個部門，均有一個主要部門牽頭管理，各輔助部門均須無條件服從管理，並接受其日常考核，避免了安全管理盲區。

### 「季度安全輪值管理機制」

每季度安排一個廠部擔任整個公司的安全生產輪值單位，全面負責公司的安全檢查及隱患排查整改跟進，組織實施當季度的各項安全工作開展，並發佈報告。輪值機制充分調動了各廠部安全主管的參與意識、責任意識，有效加強了安全管理的工作交流和最佳實踐分享，豐富了安委辦主管部門的管理方法，真正地體現了「全員參與」的安全文化理念。安全輪值管理機制打破了各廠部以往管好自己「一畝三分地」的狹隘思想和本位主義，強化了主人翁意識，有效推動了公司安全文化建設向深度、高度、廣度發展。

### 「綠黃橙紅燈」強制正態分佈考核機制

綠燈即為達標，黃燈為基本達標，橙燈為不達標，紅燈為嚴重不達標。考核目標按年度制定的工作規劃量化為具體的指標如重大安全事故、一般工傷事故、風險控制指標八大項，按周、月、季考評。安全考核的強制正態分佈如一條紅線，更側重過程的管理和考評，真正讓各級管理人員從意識和行為上重視安全，把「人的不安全行為」消除在萌芽狀態。



公司完善的安全生產管理及員工良好的安全生產意識，使得 TCL 多媒體的安全生產管理一直走在前列。TCL 多媒體旗下的生產部門多年連續被評為 TCL 集團安全生產先進單位、廣東省安全文化建設示範單位、中國國家安全生產標準化建設二級認證企業。2017 年，TCL 多媒體安全標準化和「四個能力」建設亦進一步加強：獲得「粵港澳安全知識競賽」惠州市選拔賽的冠軍；代表惠州高新區給 140 家中外企業做職業健康工作經驗專題介紹；在客戶審核中以高分順利通過審查。



儘管公司的安全生產管理成績斐然，但我們亦清醒認識到，隨著智能製造的趨勢成為主流，「新技術、新設備、新材料」的安全風險也將越來越高，未來我們會繼續提高安全工作標準，提升安全生產管理，將「安全紅線意識」貫徹到底。






### 開展多項安全檢查

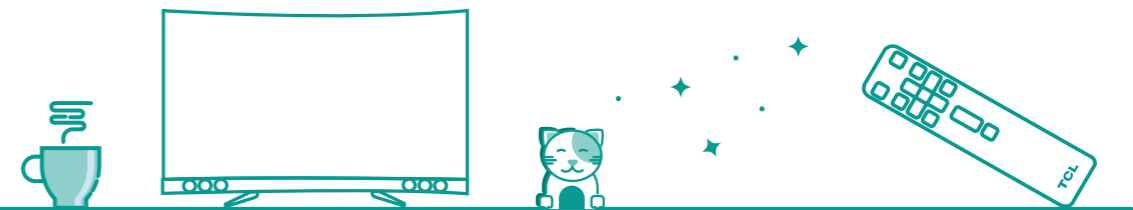
各生產基地亦開展多項安全檢查，包括專項安全檢查、施工安全檢查，考核各單位的安全相關硬件設施、安全管理制度、安全管理落實、安全隱患及安全整改進程。通過安全檢查，排查安全風險點，防患於未然，消除或減少員工和相關方可能面臨的健康安全風險。

**專項安全檢查：**對電氣安全、機械安全、消防安全、危化品安全、職業病防治安全等項目進行檢查，使之符合相關安全生產法規要求。專業檢查由安委辦組織相關專業和職能部門不定期進行，對查出的安全隱患，由安委辦督促整改。

**施工安全檢查：**指對公司範圍內的施工現場進行安全監督檢查，由安委辦自行或組織有關職能部門參加，主要進行工前施工手續檢查、工中作業監督、工後安全驗收等工作。

#### 安全檢查考核因素

-  查硬件：各單位各類消防系統設施設備 / 器材、安防系統是否完善、合理，各類警示標識是否齊全；
-  查制度：各單位是否建立了相應的安全管理規章、制度、操作規程、應急預案等；
-  查管理：是否健全消防安全組織，是否落實目標管理、全員管理、分線負責、分級管理，防火工作是否制度化、標準化、規範化、經常化；是否有違章指揮、違章作業的情況；是否貫徹執行公司的各項安全管理制度；
-  查隱患：檢查辦公、生產現場是否存在人的不安全行為、物的不安全狀態、作業環境的不安全條件、以及安全管理缺陷等；
-  查整改：對檢查出的隱患是否限期進行了整改。





## 職業健康

TCL 多媒體生產基地的職業病主要風險點包括噴油作用、補油作業、調油作業、配料作業、焊接作業、危險品管理員、危險品檢驗員。面對主要風險點，公司在建設新項目時執行「三同時」規定：在新建、

擴建、改建項目的同時，做到職業病危害因素防護工程與主體工程同時設計，同時施工，同時生產和使用。生產佈局合理，有害與無害作業區域明顯分開。

工廠亦設立醫務室，負責日常應急處理及現場藥品管理，負責員工職業健康體檢及其它職業案例與健康的管理。同時，每層樓每個部門均安排培訓了急救員，急救員掛牌上崗，信息在公告欄公佈。



急救培訓

### 特殊崗位作業

員工在從事特種作業<sup>7</sup>前，必須進行健康檢查，由工廠提出申請，人力資源部進行登記及安排體檢，體檢不符合要求者，部門不得安排上崗。從事特種作業的人員，用人部門必須先進行崗前培訓，經培訓合格發放上崗證，並發放防護用品後，方可上崗作業。公司每年組織特殊崗位免費體檢，對於體檢後發現不符合崗位要求的人員進行調崗。

7：即國務院安全生產監督管理部門定義的特種作業，包括電工作業、焊接與熱切割作業等。

### 職業病防治培訓

各部門每年組織各種有機溶劑、鉛化物等中文說明書的培訓，並在工廠內設置宣傳版報，普及職業衛生健康知識，督促員工自覺遵守公司職業病防治要求和操作規程，正確使用、維護防護設備和個人使用的防護用品。

### 成立檢查小組

本公司成立檢查小組，檢查監督員工操作及防護用品佩戴的執行情況，對於違

規行為予以指正，情節嚴重者按違紀規定處理。同時，公司每年定期組織惠州市衛生檢驗中心對公司工作場所的空氣質量、噪音等進行檢測並出具檢驗和評價報告。



職業健康培訓

## 安全管理人員責任意識培訓

2017年6月20日，TCL多媒體根據國家法律法規要求並為確實提高安全管理人員專業知識和管理經驗，組織了公司安全負責人、主任級以上安全管理人員進行安全知識培訓，培訓講師由TCL集團安委會高級經理吳傑主講。生產部門的總經理張榮升及人力資源部總監出席培訓現場。近100名安全負責人、專兼職安全管理人員參加培訓。



專職安全管理人員培訓

## 「人人會使用滅火器」平台職員實操培訓

TCL 多媒體在惠州的生產基地開展職員滅火器實操培訓。培訓現場採用理論講解和實操體驗進行。參與率達 95% 以上。



平台部門人員滅火實操培訓



平台部門人員滅火器培訓簽名牆



2017 年 11 月消防演習



消防演習



0 人  
因工死亡人數



2  
意外受傷宗數



20 天  
因意外而損失之工作天數

2017 年 TCL 多媒體安全績效指標

## 環保營運

TCL 多媒體致力於成為綠色生產製造企業的代表者。TCL 多媒體通過嚴格、全面的綠色管理，專注於提高自身的環境表現，創造最高標準的環境友好型產品，實現綠色發展、環保營運。

### 環保管理

TCL 多媒體以 ISO14001 為基礎建立完善的環境管理體系，管理公司在研發、採購製造、供應鏈、質量等營運環境的環境和產品環境屬性，監督並審核供應商、渠道商的環境表現，保障環境管理體系的有效運行。環境管理體系已成為 TCL 多媒體不斷研發環保技術、提供綠色產品和服務的根基與保障。TCL 多媒體堅持內部審核，並邀請外部專業機構對公司工作場所環境、工業/生活廢水、廢氣、固體廢物、消防應急、特種設備、危險化學品管理等進行檢查與監測控制。我們各項管理制度健全，符合國家和地方的法律法規及標準規範要求，連續三年無重大安全和環境污染事故。

TCL 多媒體在屬區域、職能部門、生產工作場所都設置了環境事務負責人，各部門環境事務負責人不定時溝通環境發展動態信息，服務於 TCL 多媒體各層面環境事務的實施開展。

我們針對專業的環境管理人員和一線的員工分別開展培訓，每年有超過 50 名的環境管理員工參與了公司的專業培訓，內容涉及環保合規、新標準介紹等多方面。此外，一線員工參加環保培訓的覆蓋率為 50% 以上，我們將在未來繼續推動環保教育的普及。



每年有超過

50 名

環境管理員工參與了公司的專業培訓

一線員工參加環保培訓的覆蓋率為

50 %

以上







2013 年至 2017 年  
間累計投資約

**1,150** 萬元

人民幣在改造照明、  
注塑機、空壓機及  
中央空調的效能

## 節約能源

惠州液晶產業園為 TCL 多媒體最主要的生產基地，公司基於提高產品能源績效水平為中心的節能理念，在產業園開展管理節能和技術節能並駕齊驅的節能減排管理方式，持續提高能源管理水平。

管理方面，產業園導入系統化的節能管理體系，訂立各項能源使用規劃、節能措施及節目標。我們亦正在使用麥肯錫的在線能效改善工具，用以識別、優先排序及實施公司的能效項目。

技術方面，公司重點投資於提升產業園的能源效益，2013 年至 2017 年間累計投資約 1,150 萬元人民幣在改造照明、注塑機、空壓機及中央空調的效能。

### 近期完成四個節能項目：

- 一、於 2016 年中開展的產業園 LED 照明節能改造項目於 2016 年底竣工，本年為 TCL 多媒體節約大約 2,840 兆瓦時電力，而所節省的电費已經超過當初的投資額。現時接近所有產業園的室內照明均使用 LED 燈具。
- 二、我們採用「合同能源管理」的模式，在零初期投資的情況下，引進高效節能空壓機，降低空壓機的能源消耗；空壓房每單位能耗下降約 34%。
- 三、我們對模組車間冷凍水泵電機及風櫃電機進行二級能效電機改造更換。通過更換超高效電動機、降低電能損耗，節約製造成本，降低設備故障率；推算每年可節約 231 兆瓦時電力。
- 四、公司在近三年間，對注塑廠內的注塑機按計劃全部進行伺服節能改造，此項改造共投入費用超 600 萬元，2017 年內全部實施完成，推算每年可節約 4,070 兆瓦時。

惠州市政府每年對產業園設定節能考核指標。近年產業園均能達到市政府方面的節能要求。



惠州 TCL 液晶產業園現正使用高效節能空壓機

雖然我們生產的重心會逐漸遷往在建的新廠房，但公司現時依然正在對液晶產業園進行節能改造。我們現正利用主廠房屋面，建設 6.4MW 光伏系統，將會實現每年發電量約 6,000 兆瓦時。



直接能源消耗	32.765 兆瓦時 [天然氣]
間接能源消耗	84.466 兆瓦時 [柴油、用電、外購蒸汽]
總能耗	117.231 兆瓦時
按出貨量計之 能耗密度	每件產品 5.05 千瓦时

2017 年 TCL 多媒體消耗能源量

## 減少廢氣排放

本公司所排放之廢氣主要為因噴漆工藝所產生之揮發性有機物 (VOC)，而只有在惠州液晶產業園才會進行。現時我們在生產高光電視外殼時已經全面採用蒸汽注塑技術，取消了污染嚴重的噴塗工藝。另外，為進一步減少 VOC



排放，我們現正實施注塑噴塗環節的 VOCs 專項整治，更新廢氣環節的處理技術，使噴塗廢氣排放滿足更加嚴格的《家具製造行業揮發性有機化合物排放標準》。



2017 年 TCL 多媒體溫室氣體排放量



### 節省用水

惠州廠房 2017 年比 2016 年人均用水量下降了

**1.35** 噸

年節省自來水近

**5** 萬噸

惠州並非乾旱地區，當地人在獲取水源並無顯著困難。但 TCL 多媒體亦本著珍惜資源的本心防止水資源的浪費。惠州廠房有專人對公司冷熱設施設備加強巡查與維護，並通過技術手段對地下漏水管網進行檢漏修復。注塑設備及中央空調的冷卻用水可在系統內循環，減少對市政水的需求。惠州廠房 2017 年比 2016 年人均用水量下降了 1.35 噸，年節省自來水近 5 萬噸。



2017 年 TCL 多媒體消耗水資源量

### 廢棄物管理

TCL 多媒體惠州生產基地的有害廢棄物均由 TCL 集團旗下惠州 TCL 環境科技有限公司收集進行無害化處理。其他生產基地的有害廢棄物由當地有資質的第三方處理。對於無害廢棄物，TCL 多媒體遵守可持續原則，盡量回收處理再用。



2017 年 TCL 多媒體有害廢物產生及轉移量



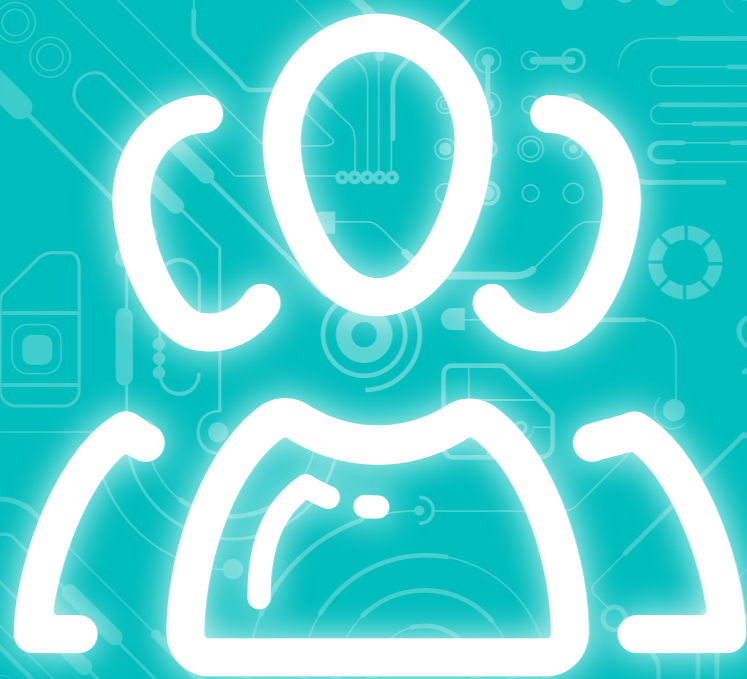
2017 年 TCL 多媒體無害廢物產生量

### 產品化學物質管理

在生產環節，TCL 多媒體針對產品中的化學物質管理採用預防性方法，制訂嚴格的化學物質管理政策，通過技術創新，確保所使用材料無害。公司在產品設計和製造中全面推行 RoHS 和 REACH 指令，最高限度減少危險物質的使用和排放。TCL 的電視機產品均已獲得 QC080000《電子電氣元件和產品有害物質過程管理體系》認證，已 100% 淘汰使用鉛、汞、鎘、六價鉻、多溴聯苯（PBB）、多溴二苯醚（PBDE）超標的非環保塑膠材料。

# 為員工創造機會

- 中國區勞工管理
- 海外員工參與情況
- 發展和培訓

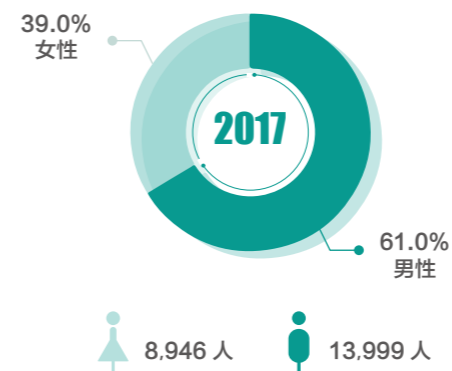


TCL 多媒體的成功離不開人的才能和努力，我們依仗我們的人才，在採購、研發、生產、銷售等環節，建立起 TCL 多媒體的品牌。因此，我們致力滿足員工不同層次需求，並為員工的成長發展提供職業舞台；尊重員工，並肯定員工的業績和貢獻。

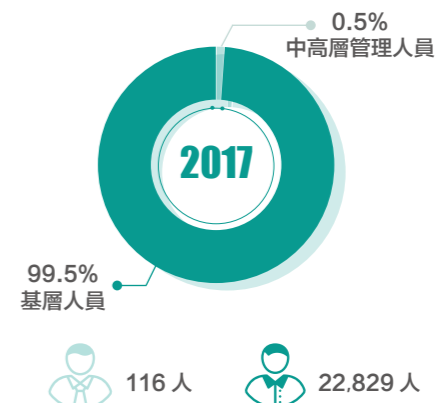
公司實施國際化的戰略，因此 TCL 多媒體的團隊，立足世界各地，並有不同的文化背景。讓他們彼此取長補短，可充分利用 TCL 多媒體國際化的優勢，獲得增長的動力。

總人數  **22,945 人**

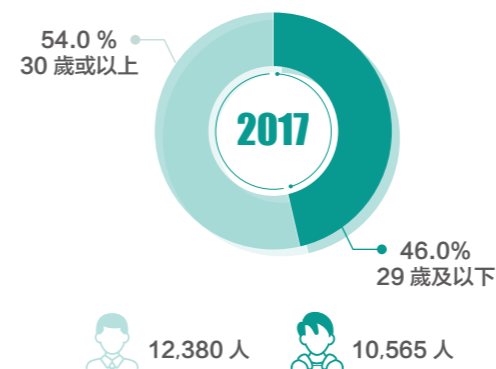
### 按性別劃分



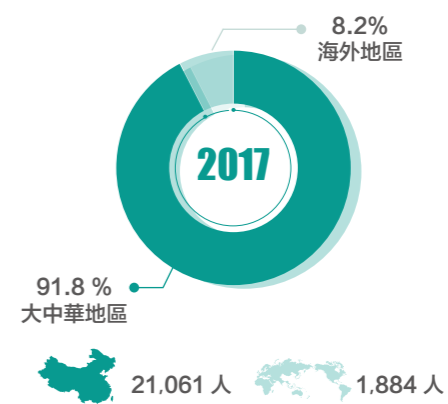
### 按職級劃分



### 按年齡劃分



### 按地區劃分



 截至 2017 年 12 月 31 日 TCL 多媒體員工人數



## 中國區勞工管理

TCL 多媒體嚴格遵守《中華人民共和國勞動法》、《中華人民共和國勞動合同法》等相關法律規定，始終堅持平等僱傭，規範用工，堅定地認為員工是企業最寶貴的資源，積極保障員工的權益，及時合法地與員工簽訂勞動合同，勞動合同的管理依據《中華人民共和國勞動合同法》以及地方法規執行。TCL 多媒體制定了《員工手冊》內部管理制度，在員工招聘及晉升、培訓及發展、薪資及福利等方面提供制度保障，為員工營造公平、包容、開放的工作氛圍。在薪酬體系方面，公司嚴格遵守《中華人民共和國社會保障法》《中華人民共和國稅法》等法律法規，並根據員工的績效及休假情況，對薪酬發放做出相應的調整，最大限度地保障薪酬發放的合理性與公平性。在職業發展方面，我們為員工提供專業、技術、管理的多維度發展通道。職員可根據自身實際情況，設立目標，獲得公平晉升。另外，員工可與公司協商一致解除勞動合同，公司按照《中華人民共和國勞動合同法》相關規定執行相關解聘及離職程序。本公司亦嚴格遵守《中華人民共和國勞動法》中關於工作時數的規定，要求不得隨意延長員工的工作時間，同時鼓勵員工勞逸結合，管理者與員工應提高工作效率，促進工作與生活的平衡。

根據《未成年工特殊保護規定》，TCL 多媒體平等對待未成年工<sup>8</sup>，尊重他們的人格尊嚴，組織可促進其職業發展的相關培訓，實施教育和保護相結合的原則，促進其身心健康發展。TCL 多媒體嚴格禁止使用童工，在招聘等環節嚴格審核應聘者有效身份證件。



員工聚餐一同包餃子

### 員工福利及補貼

本公司依據當地政府法規為員工繳納社會保險及住房公積金等。並額外為一定層級以上員工繳納補充養老保險，以更好地保障員工在退休養老時的經濟利益。本公司還一直致力於為員工提供全面綜合的商業保險保障及優質的保險服務。同時本公司還為員工提供一定額度的福利補貼：符合條件的員工可享有通訊補貼、計算機補貼和市内交通補貼。除此之外，本公司還為員工提供了健康體檢、節日禮物、特別帶薪休假、公司班車、員工宿舍等多樣化福利。

8: 根據中華人民共和國法律，未成年工指未滿 18 歲，但年滿 16 周歲的合法勞工。



為員工在各類節日舉辦慶祝活動

### 薪酬激勵

本公司正在逐步優化全面薪酬激勵體系。公司會根據經營業績和外部市場薪酬狀況，定期進行薪酬回顧。公司始終堅持收益共享理念，在固定薪酬的基礎上，公司還根據年度經營業績和員工個人績效，為員工發放業績獎金，確保有能力、有貢獻的員工在發揮自身價值的同時，得到公司的認可與嘉獎，提升了員工的工作熱情。同時公司在銷售激勵、產品項目激勵、創新及技術類激勵上進行了重點投入，以支持公司產品力、零售力及技術創新能力的提升。在長期激勵方面，公司給予高級管理人員和中基層骨幹員工一定額度的長期激勵，加強了對優秀核心人才的保留與激勵。

### 工會及勞資溝通

TCL 多媒體工聯會下設三個工會，分別為代表惠州王牌電器員工的王牌工會、代表戰略客戶業務部的 SCBC 工會，以及代表非生產員工的新技術工會。各工會下設文體、宣傳、生產、生活、女工委員等職務，代表員工發聲，保障員工的民主管理權利。員工代表定時開會，定期改選。

另外，為評價公司在提供友善工作環境方面的表現，公司每年均進行員工敬業度調查。

## 「全民上一線」

「全民上一線」活動，讓總監級以上的骨幹員工走到生產、銷售、客戶服務的前線，與前線員工共同工作，親身瞭解一線員工可能面對的問題。每一名參與的總監均需要在活動期間上前線至少三次，並將至少一條問題帶到活動期末的集思會上討論。活動最終目的旨在讓公司為前線員工所面對的問題提供並落實解決方案，提升員工的士氣和工作效率。「全民上一線」每年進行兩次，每次為期三個月。



TCL 多媒體總監級員工親身和前線員工共同參與日常生產、銷售及售後服務活動



作為一家庭友善措施，TCL 多媒體在中國的主要業務地點都設有「媽咪小屋」，使正在哺乳期的女員工有了私密且溫馨的哺乳場地，擺脫了以往的尷尬和不便，也免去了在家與公司間的來回奔波。

「在這裡工作，我感受到同事和管理層的尊重和欣賞。適應一個對我而言全新的工作環境和生活文化從來不易，特別是當我對本地的語言一竅不通。本來預期磨合的過程不會太順利，但當和同事交流越深，我發現他們非常關心和願意支持我，使我感到自己是大家庭的一份子。就算言語不算相通，我們都是為了同一目標努力工作。我希望可以有更多的海外員工加入 TCL 的大家庭，共同感受和建立和諧、互相尊重和創新的氛圍。」

—— Tiago Abreu, 工業設計中心員工, 來自葡萄牙  
2015年10月入職 TCL 多媒體

## 員工文化

我們一直在提升員工的幸福感，促進員工工作和生活的平衡。為增加員工交流，增加團隊凝聚力，公司每年會組織員工進行旅遊拓展，並不定期開展部門活動。圍繞著員工身心健康，我們開展了「全民愛運動」系列活動，建立羽毛球、籃球、瑜伽、攝影、騎行興趣協會。公司組織員工



體檢，開設“全民要健康”講堂，針對體檢報告進行解讀，並對常見疾病的預防和治療等健康問題進行宣導，提高對員工健康的關注和重視。



2017 王牌杯足球賽



## 海外員工參與情況

TCL 多媒體在 17 個國家或地區均僱有員工，主要從事當地市場的產品推廣工作、提供客戶服務支援，及產品生產的工作。海外員工佔 TCL 多媒體員工人數近 8%。為了使 TCL 多媒體可以快速融入當地，我們的政策是優先聘用當地的人才，僅有少量華人駐外員工。海外分公司的人力資源事務由當地人力資源部門管理，我們留意並致力於遵守當地的各項勞動法規，包括禁止聘用童工、杜絕工作間的歧視行為、提供法定勞工福利等。



戰鷹計劃的參加者正埋首準備向老師匯報其所在新興市場的市場戰略

促進中外員工的交流，並為海外員工提供業務技能上的指導，對 TCL 多媒體在落實各項質量政策及標準、實現海外市場增長目標至關重要。為此，我們在年內連續推出三項提供中外員工交流機會的重點培訓項目——TTT 計劃、戰鷹計劃和火種項目。TTT 計劃——即「Train the Trainer」(培訓培訓師)——旨在培養 TCL 多媒體海外一線培訓先鋒人才。來自 13 個國家和地區的員工在深圳總部接受為期一周的全封閉式集訓，通過活動、體驗

式的培訓和考核，成為培訓先鋒，協助中國總部建立分公司方面的培訓體系，助力提升分公司的銷售表現。為期七天的戰鷹計劃則為海外分公司的銷售精英，來臨中國與公司的高級管理人員作面對面的交流，並透過一系列的學習和研討活動，瞭解其分公司可以如何配合 TCL 多媒體未來的戰略。火種項目是海外業務中心年度最為重要培訓項目之一，目的為促進中外高度融合和核心管理團隊的建設，幫助提升海外本地管理者以及骨幹員工的工作能力。培訓結束後，公司還會持續關注火種成員們的發展情況，提供各種實踐鞏固、學習分享機會，提供成長所需各種資源。



2017 年的火種項目為第四屆，依然有來自各海外分公司的人才來華參與。



## 案例：波蘭分公司「衝刺目標」團建活動

2017 年 10 月 13 日，TCL 歐洲戰略中心波蘭分公司以「衝刺目標」為主題舉辦了團建活動。

總經理 Bill Jiang、銷售總監和 HR 部門分別在會上致辭。銷售總監 Frederic Langin 匯報了 2017 成果及 2018 年銷售計劃。HR 部門亦通過 Q&A 的互動形式介紹了 TCL 文化。

隨後，員工分為 4 組進行了主題為「如何衝刺目標」的工作坊。各組選出小組名字、推選小組隊長，展示各自小組頭腦風暴的智慧成果，紛紛展示出對「衝刺目標」計劃的鬥志和熱情。會上，Jayway (TCL 多媒體波蘭總經理) 被推選為本次工作坊具體執行計劃的項目組長，將負責收集所有小組的展示成果，並制定更為明確的執行計劃，帶領員工衝刺 2018 年波蘭團隊的銷售目標。



## 案例：TCL 多媒體印尼分公司團隊活動

2017年8月30日，印尼分公司組織總部全體員工一起學習企業文化，由總部HR帶來了企業核心價值觀的講解，讓海外本地員工瞭解了公司的核心價值觀，以及如何在工作中踐行這些核心價值觀。同時，也組織大家開展了打造高效工作團隊的工作坊，通過寓教於樂的互動討論方式，讓各位員工瞭解自己，瞭解他人，認識組織的要求，並形成了一致的行為規範和目標承諾，加強了中方和本地員工，不同部門的員工之間的信任與融合。



## 案例：TCL 多媒體菲律賓公司登上科雷吉多島

2017年9月22日，TCL 多媒體菲律賓公司在風景優美、歷史悠久的科雷吉多島上舉辦了主題為「登頂之路不易——奮鬥與奉獻」的公司團建活動。科雷吉多島為紀念二戰期間英勇無畏抵禦日本侵略者、保衛家園的菲律賓士兵和美國軍隊的紀念地。

本次團建設置8公里徒步活動，沿途增添冒險遊戲，用以塑造員工毅力和信念、增強團隊精神。員工被分為6組，每一組由來自不同部門的15個員工組成。儘管一開始長途徒步看似不可戰勝，但各個團隊憑藉著清晰的目標和堅韌的毅力，積極參與，發揮個人技能和天賦，最終成功完成各項任務。



## 案例：「同一個信念，同一個未來」



2017年9月11-13日，越南分公司組織全體員工一起開展了為期三天，主題為「同一個信念，同一個未來」的團建活動，活動通過有趣的遊戲，加強了團隊融合，更重要的是樹立全體員工對公司的信心。整個團建活動設計了有趣而又非常有教育意義的遊戲環節，大家通過遊戲體會和體驗團隊的力量和隊員的支持，加強了對公司的信心，對同事和領導的信任。

2017年9月11-13日，越南分公司組織全體員工一起開展了為期三天，主題為「同一個信念，同一個未來」的團建活動，活動通過有趣的遊戲，加強了團隊融合，更重要的是樹立全體員工對公司的信心。整個團建活動設計了有趣而又非常有教育意義的遊戲環節，大家通過遊戲體會和體驗團隊的力量和隊員的支持，加強了對公司的信心，對同事和領導的信任。

「與TCL同行已有一年時光，我能更加感受到TCL是一所國際化的公司。大家對自己的工作充滿熱誠，每天都願意為使TCL在國際市場上更進一步而奮鬥。」

—— Olivier Semenoux, 歐洲區產品管理主管, 加入TCL多媒體一年

「我為能夠在TCL工作感到自豪，因為公司提供了理想的工作環境，使我可以專注發展我的事業。往往在工作上也會遇上挑戰，但能越過這些挑戰的成就感十分寶貴。我能感到巴基斯坦分公司的管理層全力支持我的工作，使我在這裡的日子感到快樂和滿足。」

—— Bilal, TCL多媒體巴基斯坦分公司人力資源部經理, 加入TCL多媒體一年

「TCL是一所重視工作誠信和問責的公司。同時，公司亦能培養同事的個人能力、創意思維及團隊精神。我很珍惜這裡的開放溝通文化，使下層的同事也可以和高級管理人員直接交流。TCL是一所優秀的企業，我很高興能成為他們的一分子。」

—— Fiona Ella M GOZON, TCL多媒體菲律賓分公司人力資源部經理, 加入TCL多媒體七年

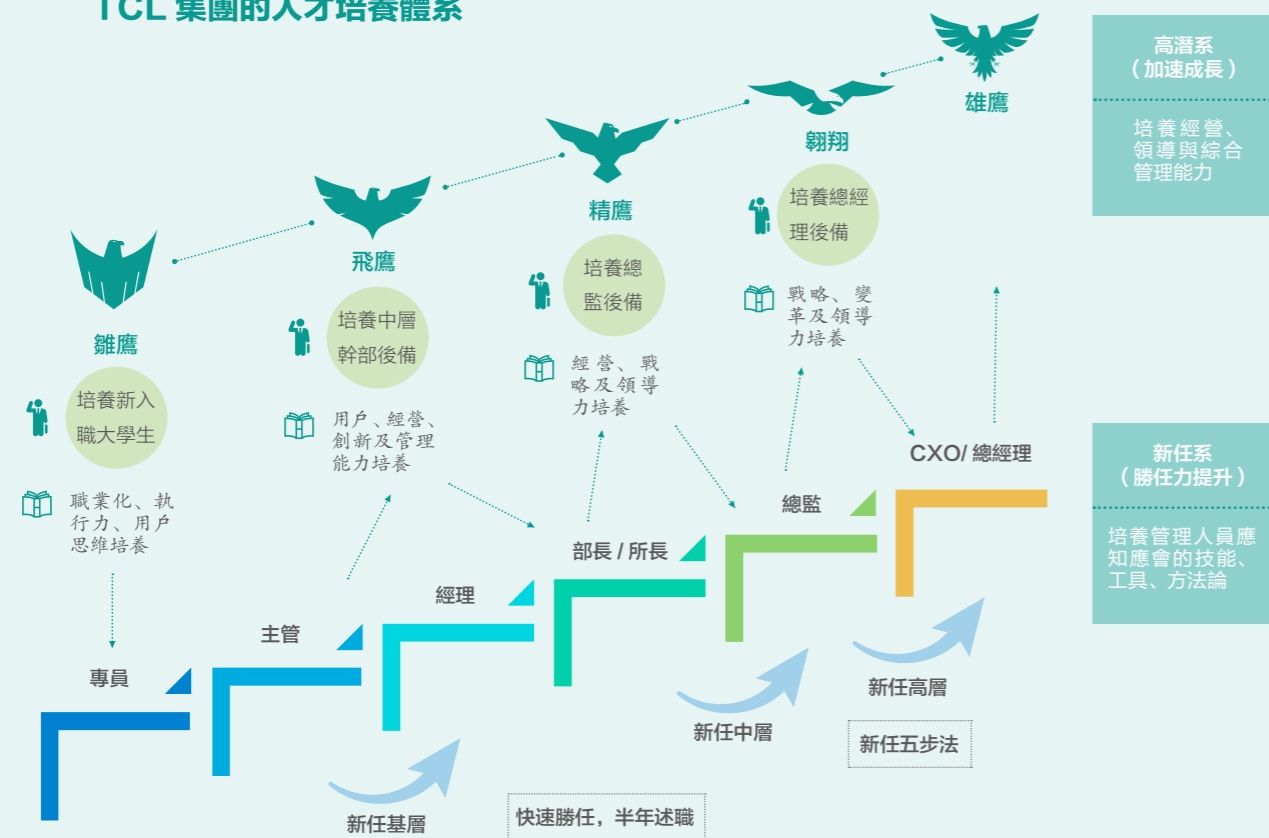


## 發展和培訓

TCL 集團非常重視旗下公司員工的培訓和發展，培養技術、生產、管理、銷售方面的人才，配合集團的各項發展戰略，維持集團在環球市場不同板塊的競爭優勢。TCL 多媒體全面配合集團的人才培訓方針，培養具備創業精神、值得信賴、有能力、結果為本、共享收益的人才，使他們可以成為其領域的專家。我們根據員工個人發展和崗位能力匹配的原則，提供多元化的職業發展機會，實現員工與企業共同發展。

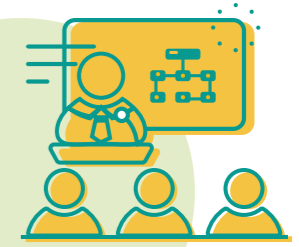
TCL 集團的人才培養體系，在戰略及業務發展需求下，不斷淬煉革新，形成高潛系、新任系、專業系、通用系及戰略專項等等的培養模塊。高潛系的培訓項目均以「鷹」命名，寓意人才將可翱翔天際。鷹系列旨在建立管理人才庫，是 TCL 集團及多媒體接班計劃的核心。

### TCL 集團的人才培養體系



專業系列的課程涉及了研發、產品機制、創新營銷、法務、財務等多個公司部門及崗位；通用及項目類範圍則更廣，包括語言、專利、職業素養等主題。

為配合各種培訓對象的需要和培訓目的，我們的培訓方式不單單只是單向的知識面授。我們為學員提供大量的在線學習資源、為他們組織互動性的實戰工作坊、邀請學員作匯報及演講、安排海外遊學甚至上前線實習等。TCL 多媒體亦培養了多名內部講師，各部門負責人亦會在講課中粉墨登場。



### 案例：戰略專項——產品經理戰略培養

公司為了培養以用戶為中心的产品經理人才及組織，開展了產品經理培養項目。我們從個人素質與產品管理兩個維度，建立了 TCL 多媒體產品經理的 4I (即基礎能力、抗壓能力、洞察力、影響力) + 4P (即產品規劃、產品體驗、項目管理、產品開發) 能力模型。該項目以實戰為核心，開展培訓、諮詢、營銷結合的混合學習模式，為學員提供視野拓展遊學、業界名人講座、用戶洞察課程及實戰工作坊等體驗。我們希望通過培養方案，提升產品經理的用戶洞察能力、全鏈條產品理解能力和產品營銷能力。同時，我們要求學員結合實際產品項目進行實戰練兵並交付產品成果，全面提升學員的素質。

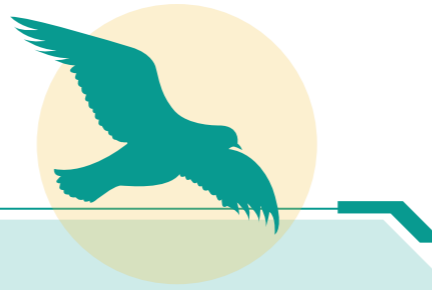
### 案例：新任系培訓——新任基層管理者勝任力項目

為了促進從個人貢獻者向管理他人角色的轉變、提升一線基層經理崗位勝任力，我們開展了新任基層管理者勝任力項目。我們知道一家公司的管理方針對於公司各方面的發展有著密不可分的關係，所以我們傾力訓練一流的管理人員，讓他們帶領公司開創欣欣向榮的未來。

我們設計了若干課程，通過培養其溝通技巧、項目管理能力、工作匯報能力等，提升團隊績效、促進變革。項目共分為三大板塊：學、練、考。通過線上學習、線下集中面授和小組閱讀，學員學習相關的管理知識。接著團隊以新任管理者常見的問題場景為研討主題進行課題研討，通過工作實踐和學習內容的運用來尋找解決方案，同時個人完成修煉筆記，最後評選出優秀項目和個體。學員與上級在這過程中保持溝通，共同制定個人發展計劃。通過學、練、考的形式，持續的關注及培訓，可使學員的管理能力明顯提升。



## 案例：海燕培訓項目



發展海外市場是 TCL 多媒體的戰略重心，在新市場設廠，除了依靠當地員工，駐外華籍管理人員也是必不可少。SCBC 開展了海燕培訓項目，培養海外工業人才。具有一定外語基礎、有興趣的員工可以自薦參加此項為期一年的培訓，通過英語考核、通用能力、交際能力和專業管理能力的培訓，便可獲得被外派的資格。

有關針對海外分公司人才的培訓，請見上一節「海外員工參與情況」。

### 全體員工總受訓時長



205,264 小時

### 按性別劃分



女性



6 小時



男性



4 小時

### 按職級劃分



高級管理層



68 小時



中級管理層



78 小時



基層管理層及  
基層員工



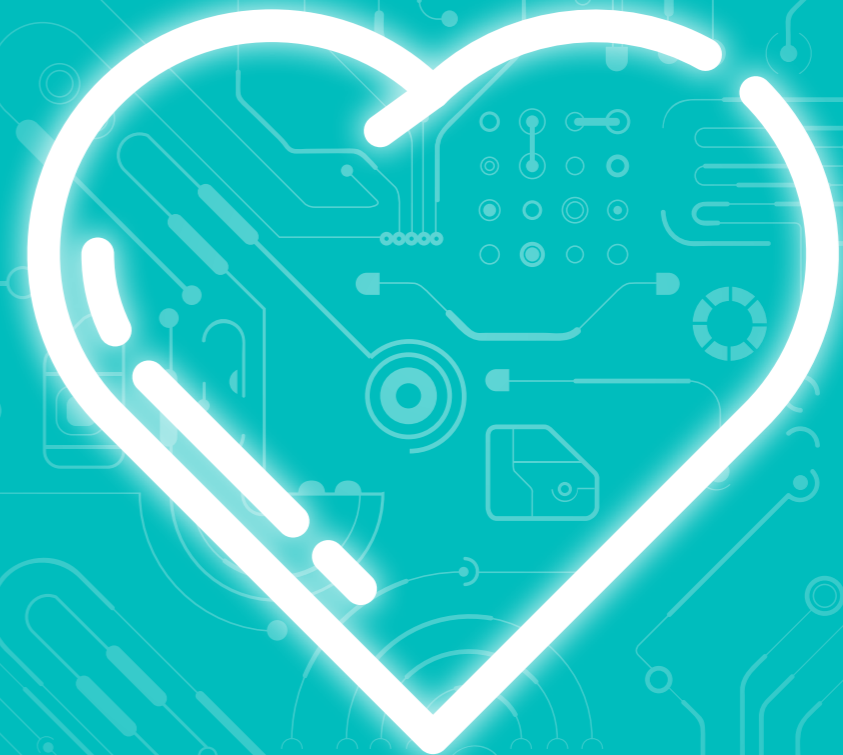
4 小時



TCL 多媒體員工的平均受訓時數

# 為社群帶來關懷

- TCL 多媒體員工愛心互助基金在中國
- TCL 多媒體的海外公益活動



TCL 多媒體深知，企業的可持續發展離不開周邊社區及社會各界的支持。在自身業務發展上，我們積極為當地社區創造經濟價值、提供就業崗位，亦在廢棄物排放、能源資源使用方面制定相應的管理政策，以減少業務活動對當地社區的影響，最大限度地確保當地社區利益。另一方面，我們亦努力成為負責任的社會公民，助力公益慈善。

TCL 多媒體的董事會成員在多年前本著一顆無私奉獻的心，捐出其董事袍金設立了 TCL 多媒體員工愛心互助基金。現時，TCL 多媒體在中國區多以 TCL 多媒體員工愛心互助基金為基礎進行各種公益活動，呼應 TCL 集團的公益重點，TCL 多媒體員工愛心互助基金對外主要支持與教育有關的項目。海外方面，公司每年預留一筆款項，供海外分公司申請，推行適合當地情況的公益活動，回饋社會。此外，公司積極參與由 TCL 集團主導的公益項目，如燭光獎、玫瑰行動等，同時亦作為集團與部分受惠機構或人士的連結者。有關 TCL 集團的公益工作，請瀏覽 <http://www.tcl.com/group/societyDuty/index>。

## 真愛明天

為推動員工積極參加社會公益和慈善事業的活動，TCL 多媒體已連續五年為「真愛明天助學計劃」注資，同時派志願者前往廣西、甘肅參加春、秋助學活動。2017 年 TCL 多媒體安排了總共 4 次前往甘肅省文縣及廣西省那坡縣的助學活動。在甘肅文縣，我們對 5 名受助學生家庭進行了家訪，為 139 名受資助的學生送去助學金及開展心理輔導、講述勵志故事、鼓勵他們努力學習、走出大山。在公司內部宣傳我們的經歷，也帶動了全體員工的助學熱情。本年公司在「真愛明天」項目的投入約為人民幣 15 萬元。

有關真愛明天助學計劃的詳情，請瀏覽 <http://www.tomorrowcn.org/>。



TCL 多媒體義工在廣西那坡縣進行了學生家訪。



## TCL 多媒體員工愛心互助基金在中國

TCL 多媒體員工愛心互助基金屬 TCL 多媒體下設的自主管理組織，由 TCL 多媒體員工愛心互助基金管理委員會負責日常運作。款項來源含公司投入、來自公司內、外個人或群體捐贈的資金及董事捐款等。基金主要用於以公司、工會、基金會等名義作對外捐贈，或為遇重大疾病或家庭遭受重大災難等意外導致經濟特別困難的 TCL 多媒體員工提供經濟援助。



TCL 多媒體義工與當地學生的互動。



甘肅文縣



廣西省那坡縣

## 西麗街道

西麗即為深圳 TCL 多媒體大廈毗鄰之社區。TCL 多媒體覺得應先做好對毗鄰社區的支持。TCL 多媒體每年都會經由 TCL 多媒體員工愛心互助基金，組織志願者，探訪西麗街道殘疾人聯合會（西麗殘聯）的殘疾人。我們挑選了十名殘疾人家庭代表進行座談；這些家庭都很困難，生活給了他們沉重的打擊。經與西麗殘聯瞭解及協商，TCL 多媒體員工愛心互助基金對這十個家庭在春節、全國殘疾人日進行慰問與資助，我們對每個家庭捐款人民幣 1000 元及若干慰問品。我們希望能把公司大愛的精神帶進每一個人的心坎裡，讓更多人受惠。

另外，公司透過 TCL 多媒體員工愛心互助基金，現正長期資助深圳市南山區西麗第二小學的五名學童。我們亦會並組織志願者每學期探望小孩，帶去禮物。TCL 多媒體的志願者切實關注他們的學習和生活情況，經多年的交往，建立了深厚的友情。五名學童在志願者的幫助下變得更願意與他人交流、更加開朗。TCL 多媒體還會跟西麗第二小學聯誼，如組織籃球賽、開放工廠讓老師們去參觀等等。我們打算未來也對學生開放工廠，將其作為學生的活動基地，促進教學與實踐的結合。



學生為表達對 TCL 多媒體的感謝，送出了一張自己的繪畫作品給 TCL 多媒體，簡單的繪畫卻代表了學生感恩的心。



## TCL 多媒體的海外公益活動

TCL 多媒體的海外公益活動由各海外分公司自發開展，公司每年預留一筆款項，供海外分公司申請，推行適合當地情況的公益活動，回饋社會。

### TCL 泰國「TCL BIG SHARE」公益系列實踐

泰國是一個信佛的國度，人們普遍樂善好施，民眾對善舉有著非常高的情感認同。受此鼓舞，TCL 泰國公司自 14 年前成立以來，在開展經營活動的同時，也一直積極參與社會活動。TCL 多媒體發起了名為「TCL BIG SHARE」公益系列活動，旨在扶助泰國當地社會的弱勢群體。

TCL BIG SHARE 活動每年進行一次，是次針對當地長者的捐贈為第二次活動。在活動期間，每售出一台 TCL 電視，TCL 將會拿出利潤的一部分來回饋，最後折成 TCL55 吋智能大電視捐贈給曼谷 Ban Bang Kae 敬老、曼谷 Ban Bang Kae2 敬老院、曼谷 Bang Kean 敬老院、巴吞他尼府 Ba Tong Tani 敬老院和春武裡府 Ban Bang Ra Mong 敬老院。是次共計捐贈 TCL 55 吋智能大彩電 20 台，為 2000 多位老人送去了愛心，帶去了關愛。敬老院負責人說到：「以前我們都沒有電視看，沒有辦法看到外面的世界或知道外面的新聞，現在老人們終於可以天天看新聞，看電視了，孤單寂寞的敬老院突然有了生氣。」



TCL 泰國捐贈了 2 台 55 吋電視予曼谷 Bang Kean2 敬老院

## TCL 美國贊助 Arts Academy at Scottsdale




Arts Academy at Scottsdale 是一所位於美國亞利桑那州的特許學校，其所提供的課程有異於其他學校，它亦照顧了較多的特殊需要學童，但所分到的公共資源相對匱乏。TCL 美國為此學校的所有課程均安裝了電視機，使課室增添多媒體教學工具。是次所捐出產品價值總值為 3,000 美元。現時學校幾乎每日均有使用公司贈送的電視機。



# 未來展望

在繼續鞏固公司在電視機市場的領導地位之外，公司正在計劃開拓更多電視機以外的其他消費及家電產品的業務，成為一個全方位的消費電子品牌平台。

為提升本公司在 LCD 電視機市場的領導地位，我們的策略為專注於：

-  **改善製造設施，使生產線更為智能化；**
-  **投資於人工智能、互聯網電視、量子點等提升用戶體驗的研發項目；**
-  **及擴大全球分銷網絡。**

改善製造設施方面，位於惠州潼湖的「面板模組及電視機產品組裝一體化智能製造產業基地」（下稱潼湖基地）於本年度開始施工，並預計於 2019 年正式投產。TCL 多媒體將與同系華星光電共同使用潼湖基地，同時配合工業自動化及智能物流規劃及解決方案（包括智能倉庫及貨運管理），最大地發揮供應鏈垂直整合的協同效應。智能製造可使公司實現更精細的生產工藝，容許我們在產品開發方面推陳出新，使電視機機身更薄、框架更窄，TCL 多媒體亦可提高高端產品（如量子點、曲面、4K 超高清及大屏幕及智能電視機等）。

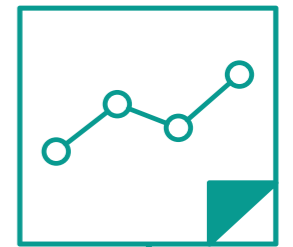
由於生產線將會更為倚重機械和雲計算，我們預期公司的整體能耗會有所增加，因此在建造新廠房的時候，我們非常關注廠房的節能設計，加上產能的增加，我們期許每生產單位的能耗可持續下降。另外，「智能化」後，廠房所需要的人才亦會較今天的有所不同，我們計劃讓現有一線生產員工自然流失，改變對新聘一線人員的要求，同時加強對現有管理員工的培訓，使其順利過渡自「智能製造」的時代。

在「人工智能」和「互聯網化」戰略下，我們將透過投資於研發，繼續改寫電視機的定義，加強其作為智能終端，改變民眾生活的功力。在人工智能電視取得初步成功後，我們即將開始推進電視機人工智能 2.0 技術的發展，完善面容識別、智能搜尋等功能。「互聯網化」方面，我們將進一步落實 TCL 集團的「智能家居」願景，擴大電視機產品與其他消費及家電產品的物聯網聯繫，使電視機成為「智能客廳」的核心。作為智能終端，電視機未來可以帶來更多的價值——「家庭圈」僅僅是我們利用互聯網改善長者生活的開始，我們正在研發「康泰社區」應用程式，配合其他儀器，使電視機可以做到即時向家人發送健康數據、即時呼救，以及推送合適的保健節目內容等。除了提供

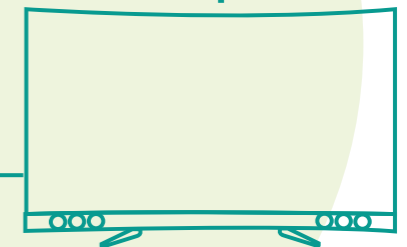
娛樂外，我們希望電視機可以為用戶的生活提供便利，未來亦將會有更多類似的研發項目。誠然，在實現創新的同時，我們亦將小心審視科技會否為用戶帶來新的、如個人私隱保護方面的影響。

公司正在擴大全球銷售網絡，以在全球越來越多國家及地區銷售 TCL 品牌電視機，以協助 TCL 集團達成海外銷售額超過 50% 的願景。在海外員工的努力下，我們的海外銷售的增長趨勢強勁，特別是北美市場及新興市場如巴西。我們留意到北美、南美洲、歐洲、印度、日本及其他地區市場在 2018 年具有的增長空間，將在這些市場尋求合作夥伴推廣 TCL 品牌、加強對海外人才的培訓和發展、鼓勵海外分公司作更具影響力的社區投資，進一步鞏固品牌形象。

在繼續鞏固公司在電視機市場的領導地位之外，公司正在計劃開拓更多電視機以外的其他消費及家電產品的業務，成為一個全方位的消費電子品牌平台。但無論 TCL 多媒體未來如何轉型，董事會均會致力審視新業務對於各方權益人的影響，聆聽他們的意見，管理好環境、社會及管治方面的風險，為大眾帶來持續的價值。



**TCL**



## 《環境、社會及管治報告指引》索引

層面、一般披露及關鍵績效指標	描述	披露段落	附註
<b>層面 A1: 排放物</b>			
一般披露	有關廢氣及溫室氣體排放、向水及土地的排污、有害及無害廢棄物的產生等的： (a) 政策；及 (b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料	安全生產及環保營運：環保營運	
關鍵績效指標 A1.1	排放物種類及相關排放數據。	未有披露	本公司所排放之廢氣主要為因噴漆工藝所產生之揮發性有機物 (VOC)，而只有在惠州的生產基地才會進行。VOC 的排放量經由惠州市監管部門定期檢測，均符合當地政府所訂立之標準。公司並未有對 VOC 的年度總排放量進行精準統計。
關鍵績效指標 A1.2	溫室氣體總排放量（以噸計算）及（如適用）密度	安全生產及環保營運：環保營運	
關鍵績效指標 A1.3	所產生有害廢棄物總量（以噸計算）及（如適用）密度	安全生產及環保營運：環保營運	
關鍵績效指標 A1.4	所產生無害廢棄物總量（以噸計算）及（如適用）密度	安全生產及環保營運：環保營運	
關鍵績效指標 A1.5	描述減低排放量的措施及成果。	安全生產及環保營運：環保營運	
關鍵績效指標 A1.6	描述處理有害及無害廢棄物的方法、減低產生量的措施及所得成果。		在惠州，有害廢棄物均由 TCL 集團旗下惠州 TCL 環境科技有限公司收集進行無害化處理。其他生產基地的有害廢棄物由當地有資質的第三方處理。對於無害廢棄物，TCL 多媒體遵守可持續原則，盡量回收處理再用。TCL 多媒體未設定減低廢物產生量的策略。

層面、一般披露及關鍵績效指標	描述	披露段落	附註
<b>層面 A2: 資源使用</b>			
一般披露	有效使用資源（包括能源、水及其他原材料）的政策	為用戶帶來價值：驅動材料的節約使用、節約包裝材料 安全生產及環保營運：環保營運	
關鍵績效指標 A2.1	按類型劃分的直接及／或間接能源總耗量及密度	安全生產及環保營運：環保營運	
關鍵績效指標 A2.2	總耗水量及密度	安全生產及環保營運：環保營運	
關鍵績效指標 A2.3	描述能源使用效益計劃及成果	安全生產及環保營運：環保營運	
關鍵績效指標 A2.4	描述於獲得水源上面對的問題，以及提升用水效益計劃及成果	安全生產及環保營運：環保營運	TCL 多媒體主要使用市政水，在獲得水源上未有面對任何問題
關鍵績效指標 A2.5	製成品所用包裝材料的總量及（如適用）每生產單位佔量	為用戶帶來價值：節約包裝材料	
<b>層面 A3: 環境及天然資源</b>			
一般披露	減低所屬機構對環境及天然資源造成重大影響的政策	未有披露	TCL 多媒體認為我們的活動並未有直接對營運地點鄰近的生態環境造成影響，我們在獲取用以生產電視機的原材料時亦未有影響自然界中該得材料的供應。我們的產品在丟棄階段可能會對生態環境構成影響，有關減低該等影響的政策，主要為嚴格控制產品內的有害物質含量，以及依託 TCL 集團的回收電子產品的能力回收 TCL 電視機產品。
關鍵績效指標 A3.1	描述業務活動對環境及天然資源的重大影響及已採取的行動	未有披露	

層面、一般披露及關鍵績效指標	描述	披露段落	附註
<b>層面 B1: 僱傭</b>			
一般披露	有關薪酬及解僱、招聘及晉升、工作時數、假期、平等機會、多元化、反歧視以及其他待遇及福利的：  (a) 政策；及  (b) 相關法律及規例的資料	為員工創造機會	
關鍵績效指標 B1.1	按性別、僱傭類型、年齡組別及地區劃分的僱員總數	為員工創造機會	
關鍵績效指標 B1.2	按性別、年齡組別及地區劃分的僱員流失比率。	不予披露	公司認為此指標為商業敏感資料，因此不予披露。
<b>層面 B2: 健康與安全</b>			
一般披露	有關提供安全工作環境及保障員工避免受職業性危害的：  (a) 政策；及  (b) 相關法律及規例的資料	安全生產及環保營運：安全生產管理體系、職業健康	
關鍵績效指標 B2.1	因工而死亡的人數及比率。		年內未有員工因工死亡。
關鍵績效指標 B2.2	因工傷損失工作日數。	安全生產及環保營運：安全生產管理體系	
關鍵績效指標 B2.3	描述所採納的職業健康與安全措施，以及相關執行及監察方法。	安全生產及環保營運：安全生產管理體系、職業健康	
<b>層面 B3: 發展及培訓</b>			
一般披露	有關提升員工履行工作職責的知識及技能的政策，描述培訓活動。	為員工創造機會：發展和培訓	
關鍵績效指標 B3.1	按性別及僱員類別劃分的受訓僱員百分比。		所有員工均有接受培訓。
關鍵績效指標 B3.2	按性別及僱員類別劃分，每名僱員完成受訓的平均時數	為員工創造機會：發展和培訓	

層面、一般披露及關鍵績效指標	描述	披露段落	附註
<b>層面 B4: 勞工準則</b>			
一般披露	有關防止童工或強制勞工的：  (a) 政策；及  (b) 相關法律及規例的資料	為員工創造機會	
關鍵績效指標 B4.1	描述檢討招聘慣例的措施以杜絕童工及強制勞工的方法。	為員工創造機會	
關鍵績效指標 B4.2	描述在發現違規情況時，所採取的行動。	未有披露	
<b>層面 B5: 供應鏈管理</b>			
一般披露	管理供應鏈的「環境及社會風險政策」	與夥伴分享成功	
關鍵績效指標 B5.1	按地區劃分的供應商數目。	與夥伴分享成功	
關鍵績效指標 B5.2	描述聘用供應商的慣例，向其執行有關慣例的供應商數目，以及有關慣例的執行及監察方法	與夥伴分享成功	
<b>層面 B6: 產品責任</b>			
一般披露	有關所提供產品和服務的健康與安全、廣告、標籤及私隱事宜以及補救方法的：  (a) 政策；及  (b) 相關法律及規例的資料	為用戶帶來價值	
關鍵績效指標 B6.1	已售或已運送產品總數中，因安全與健康理由而須回收的百分比。	為用戶帶來價值：產品安全	
關鍵績效指標 B6.2	接獲關於產品及服務的投訴數目以及應對方法。	為用戶帶來價值：產品質量保障	公司認為「推薦淨值」及「三個月平均早返率」對電視機行業而言屬於較為通用的質量指標。

層面、一般披露及關鍵績效指標	描述	披露段落	附註
關鍵績效指標 B6.3	描述與維護及保障知識產權有關的慣例。	為經濟帶來動力：守法合規 – 尊重知識產權	
關鍵績效指標 B6.4	描述質量檢定過程及產品回收程序。	為用戶帶來價值：產品質量保障	
關鍵績效指標 B6.5	描述消費者資料保障及私隱政策，以及相關執行及監察方法。	為用戶帶來價值：客戶信息保護	
<b>層面 B7：反貪污</b>			
一般披露	有關防止賄賂、勒索、欺詐及洗黑錢的： (a) 政策；及 (b) 相關法律及規例的資料	為經濟帶來動力：守法合規 – 反貪腐	
關鍵績效指標 B7.1	於匯報期內對所屬機構及其僱員提出並已審結的貪污訴訟案件的數目及訴訟結果。	為經濟帶來動力：守法合規 – 反貪腐	
關鍵績效指標 B7.2	描述防範措施及舉報程序，以及相關執行及監察方法。	為經濟帶來動力：守法合規 – 反貪腐	
<b>層面 B8：社區投資</b>			
一般披露	瞭解營運所在社區的需要，確保其業務活動會考慮社區利益的政策	為社群帶來關懷	
關鍵績效指標 B8.1	專注貢獻範疇（如教育、環境事宜、勞工需求、健康、文化、體育）	為社群帶來關懷	
關鍵績效指標 B8.2	在專注範疇所動用資源（如金錢或時間）	為社群帶來關懷	