



可持续发展报告
2016

富士施乐中国
根植中国，创享精彩！

报告导读

本报告面向富士施乐所有在华企业的各利益相关方，披露我们与利益相关方在共同创造价值的过程中所遇到的机遇、挑战以及为实现可持续发展所作的努力。我们以可持续发展报告的形式每年与利益相关方沟通与 CSR 相关的非财务信息。

报告边界

涵盖富士施乐在华投资设立的五家公司（详见“关于我们”）。

信息来源

本报告所披露的信息和数据来源于富士施乐在华企业官方文件、相关统计数据以及相关负责人或利益相关方的调研访谈。报告中所披露的信息经过各企业和富士施乐日本总部的确认。同时，我们还邀请了 CSR 领域的专家对报告进行第三方点评。

报告编制过程



报告变化

- 报告特辑部分回顾了富士施乐进入中国以来的价值创造历程，并从利益相关方的视角，讲述了一个个发生在他们身上的真实故事，生动形象地体现了富士施乐中国为实现共同的可持续发展目标而付出的努力。
- 为了能够体现过去的一年实质性议题对利益相关方重要性的变化，以便我们更好地回应利益相关方诉求，我们将原先的 15 项实质性议题调整为 17 项并重新排序。
- 2016 年，我们在全体员工中征集可持续发展报告的封面照片，最终选定了两组员工家庭进行拍摄，并选出其中一张照片作为 2016 年富士施乐可持续发展报告的封面。

报告形式

本报告以印刷版、电子版和网页版三种形式供您阅读，您可登陆 <http://www.fujixerox.com.cn/company>、<http://www.fxsz.com.cn> 或 <http://www.fxsl.com.cn> 获取电子版报告或阅读网页版详细信息。

报告获取

如需获取印刷版或对本报告有任何疑问或建议，敬请发送电子邮件至 fxcl.csr@chn.fujixerox.com，或致电 010-58245000-5418。

时间范围

以 2015 财年（2015 年 4 月—2016 年 3 月）为主，部分文字信息涉及以往年份或体现 2016 财年的方针和实践（文中出现的年份均指财年）。

参考标准

应用全球报告倡议组织（GRI）《可持续发展报告指南》（G4）的核心方案、参考 GB/T 36000《社会责任指南》、GB/T 36001《社会责任报告编写指南》、中国社会科学院《中国企业社会责任报告编制指南》（CASS 3.0）编写，并参考了《电子行业行为准则》（EICC 5.1）。



深圳家庭：富士施乐深圳工厂
妈妈：部品需给管理部 常美琴
爸爸：第八制造部 罗昌



天津家庭：富士施乐（中国）
妈妈：日本客户部 杨超
爸爸：生产型产品事业部 刘洋

报告称谓

本报告中将“富士施乐株式会社”简称为“富士施乐”或“总部”。将富士施乐在华的五家公司统称为“富士施乐中国”，或简称为“我们”或“公司”。富士施乐在华的五家公司的简称如下：

- 富士施乐（中国）有限公司：富士施乐（中国）
- 上海富士施乐有限公司：富士施乐上海工厂、上海工厂
- 富士施乐高科技（深圳）有限公司：富士施乐深圳工厂、深圳工厂
- 富士施乐爱科制造（苏州）有限公司：富士施乐资源循环工厂、资源循环工厂
- 富士施乐采购咨询（深圳）有限公司：富士施乐采购公司

目录

| | |
|----------------|----|
| 报告导读 | 01 |
| 最高管理层的承诺 | 03 |
| 富士施乐在中国 | 08 |
| 公司概况 | 08 |
| 公司治理 | 08 |
| 责任物语：风雨同舟、精彩与共 | 09 |
| 携手共创 | 09 |
| 我们的员工 | 11 |
| 我们的客户 | 13 |
| 我们的伙伴 | 15 |
| 我们的环境 | 18 |
| 我们的社区 | 19 |
| 迈向新时代 | 20 |
| CSR 经营管理 | 21 |
| 战略与治理 | 21 |
| CSR 融入组织 | 22 |
| 实质性议题识别 | 23 |
| 利益相关方参与 | 24 |
| 利益相关方信息公开 | 25 |
| 积淀——股东的精彩 | 25 |
| 共创——伙伴的精彩 | 27 |
| 体验——客户的精彩 | 30 |
| 共生——环境的精彩 | 33 |
| 绽放——员工的精彩 | 37 |
| 共享——社会的精彩 | 41 |
| 主要 CSR 指标 | 44 |
| 附录 | 47 |
| 社会认可 | 47 |
| 第三方点评 | 48 |
| 报告指标索引 | 50 |
| 读者反馈表 | 52 |

最高管理层的承诺

“今后，富士施乐中国的 CSR 目标将在超越自身价值链、更加关注中国社会需求的基础上，为利益相关方创造更多高附加价值，为地球、为下一代、为全世界的可持续发展做出贡献。”



富士施乐中国总代表

徐正刚

感知可持续发展环境的变化

近几年，中国经济的增速逐渐减缓，中国政府在 2016 年也下调了经济增长目标。同时，能源和原材料消耗的增大也让中国面临严峻的环境问题，针对整个供应链的劳工权益问题也越来越受到关注。中国政府提出了“一带一路”“新型城镇化”以及“互联网+”等发展战略，在 2015 年制定了“十三五”发展规划，这些都为未来 5 年的改革创新和环境治理指明了方向。

及时关注和理解社会需求的变化和各利益相关方的需求，将其与企业的经营与改革紧密结合，是决定当今企业能否基业长青的重要因素。我们需要以全新的思考方式积极应对因经济和社会环境的变化而不断出现的问题，善于发觉社会发展进程中的挑战并将其转化为企业发展的机会，才能实现企业的可持续发展，同时为各利益相关方创造价值。

在国际上，2015 年在联合国气候变化大会上通过了《巴黎气候变化协定》，以及各成员国在联合国签署《2030 可持续发展议程》等，都是在可持续发展领域全球规模的积极行动，这些都要求我们不断调整思路，用更加长期和系统的视角来审视我们将如何贡献于地球、全世界以及下一代的可持续发展。

因此，富士施乐在中国经营的同时，需要深刻理解中国社会的需求和中国政府为实现可持续发展目标对企业的诉求。我们需要遵照这样的原则制定战略并开展业务，这是我们获得可持续发展的关键，也是实现我们 CSR 终极目标“为社会做出贡献”的前提条件。

富士施乐的 CSR 理念

富士施乐自创立以来，始终将“创建更好的沟通环境以促进人们的深层次理解并促进文化的传承与发展，为所有利益相关方及社会和地球的可持续发展贡献力量”作为企业使命。

长期以来，富士施乐始终秉承“CSR 即是经营管理”的理念根植中国，基于社会和业务环境的变化，将与 CSR 活动相关的利益相关方的期待和需求融入企业的经营管理，不断为利益相关方创造新的价值，并为社会的可持续发展不断努力。

贯穿价值链的 CSR 实践

富士施乐在中国推进贯穿包括从原材料采购、研发、生产、销售到回收、再利用 / 再资源化的整个价值链的 CSR 经营管理和实践。以下由富士施乐中国价值链上企业的负责人介绍各自的企业如何进行 CSR 实践以及如何应对社会问题。



富士施乐采购咨询（深圳）有限公司
董事长 / 总经理 长尾敏晴

“加深供应商对 CSR 的认识，让他们理解我们积极推进 CSR 是为了他们自身的经营和可持续发展，并为他们提供更多的附加价值。”

作为扎根中国的采购公司，为了实现稳定、可持续的发展，我们不断推进针对整个价值链最前端的供应商的 CSR 采购活动。面对千变万化的环境以及日益严峻的社会要求，我们不仅考虑到供应商可能会面临的环境、人权、劳动、合规等风险，同时也积极支持供应商的改善活动。

CSR 经营管理是确保稳定的企业经营的重要途径。通过与供应商管理层召开研讨会和技术交流活动，我们的 CSR 采购得以持续推进。基于和供应商的信赖关系，我们真正体会到了 CSR 采购不仅提高了供应商 CSR 经营水准和市场竞争能力，也将直接影响到我们供应链的稳定。今后，希望供应商能够进一步认可我们的 CSR 活动，并继续推动 CSR 活动的开展。

“希望研发出更加符合本地需求的产品，为中国的客户提供更好的服务。”

富士施乐上海工厂肩负产品研发和生产制造两大职能，其中产品研发主要面向中国市场。当前中国正在兴起一股创业和改革的时代浪潮，涌现了很多成长型企业。我们希望能够把握中小企业对中低速机器市场的需求，并将其市场需求反映到我们的产品中，制造出深受中国客户喜爱的产品。为此，在 2015 年，我们为推出新产品做了大量的技术研发工作。新产品的研发理念是“更便捷”“更环保”，即用更少的资源为客户提供更多的便捷性，这是我们研发工作的使命。同时，在为客户提供高效的办公效率环境的同时，我们也加强节能环保、网络的技术开发，并考虑了环保性能和可回收再利用的设计、产品的高品质等。我们也在企业的日常运营中开展节能、节水活动，将环保意识推广至方方面面。2016 年是我们稳固基础的年份，今后我们将继续扎根中国，把为客户提供有魅力的产品放在第一位，为中国市场研发出更加符合本地需求的产品，为中国的客户提供更好的服务。



上海富士施乐有限公司
总经理 小堀睦郎

“今天不仅仅是昨天的简单重复。我们希望每个人都能发挥创造力，每天都能改善，提升我们的竞争力。”

“CSR 是富士施乐的经营根本和可持续发展的基础。”作为集团的模范工厂，我们一直都秉持这样的信念。2015 年，富士施乐深圳工厂成立 20 周年。如果没有全体员工的共同努力，公司难以取得今天的成就。肩负起这段辉煌历史，去创造崭新的未来，我们任重道远。

今年公司的关键词是“改变”，我们要求每一位富士施乐深圳工厂的员工从“Change Myself（改变自己）”开始，主动改变思维方式及行动，进而实现“Change Company（改变公司）”，推进组织和集团的变革。富士施乐深圳工厂正处于中期计划的第二年，为了最终实现 3 倍生产力的提升，我们将以勇于挑战、勇于冒险的精神全力以赴，加速前进！



富士施乐高科技（深圳）有限公司
董事长 / 总经理 多田修

“富士施乐（中国）加速向解决方案和服务的业务转型，为客户提供更具可持续发展的价值，切实将 CSR 融入到实现公司愿景的进程中。”

2015 年是富士施乐（中国）成立 20 周年。面向未来十年，富士施乐（中国）的愿景是要成为在中国社会备受尊崇的“优秀企业”，努力实现在业务和财务方面“强大”，对环境和社区等“友好”，令全体员工能“愉悦”工作且为之骄傲的公司；同时作为文件管理解决方案与服务的领导者，富士施乐（中国）锐意推动创新的工作方式，为客户实现有价值的沟通。

在中国“互联网+”快速发展以及经济新常态的背景下，我们将不断推进以文件管理解决方案及服务为重心的业务转型，将可持续发展的理念融入整个价值链的各个环节。这也是富士施乐（中国）转型成功，更是在如此严峻的经济大环境下依然保持业务增长的关键所在。未来，我们将继续通过与利益相关方的深入合作，不断为客户、为合作伙伴创造商业价值，为社会创造共享新价值。同时，富士施乐（中国）愿与合作伙伴携手，为实现社会的可持续发展而共同努力。



富士施乐（中国）有限公司
总裁 余树章



富士施乐爱科制造（苏州）有限公司
董事 / 总经理 山中尚登

“今后，希望能够得到各方的支持，提升我们的产品回收和再制造能力，实现公司业务从再资源化到再制造转变。”

富士施乐资源循环工厂的目标并非只是在价值链终点对回收后的产品进行简单地再资源化，而是将此再制造成为具有新产品品质的产品，打造一个闭环式循环系统，这也正是我们的价值所在。如果能在回收阶段慎重处理这些使用过的产品，那么资源就能够再次重生。当然，实现再制造这项活动仅仅依靠我们资源循环工厂是无法实现的，也需要产品生命周期中各方的支持。比如富士施乐的研发人员在产品设计阶段就考虑到后期产品回收的效率及产品拆解的便利性，各方人士也纷纷为回收后的处理工程献计献策。地球的资源是有限的，我们希望通过再制造的方式减少新资源的投入、降低二氧化碳排放量，成为再制造模范企业，引领中国再制造行业的进步。

契合新时代要求的 CSR 战略方向

正如各关联公司介绍的那样，因为 CSR 和我们的业务发展息息相关，富士施乐在中国已经将 CSR 贯穿于价值链的各个环节。也有赖于各价值链伙伴的支持，富士施乐不仅始终引领行业的发展，以前瞻的视角和战略及时捕捉市场变化的趋势并应对各种挑战，更通过帮助客户应对市场变化不断为客户创造新价值，进而为社会创造更多新价值，同时也实现业务的可持续增长。在整个市场都处于负增长的 2015 财年，富士施乐的产品销售依然实现了计划内的增长，进一步稳固了富士施乐领先的行业地位。



富士施乐中国总代表 徐正刚

在新的经济和环境大背景下，我们已经不能仅仅满足于与自身价值链相关的 CSR 实践。因此，我们根据中国政府的发展战略以及相关方针政策制定出符合世界最新 CSR 趋势的在华经营战略。我们将持续通过自身业务优势帮助更多客户解决经营问题以及复杂多样的社会问题，在获得业务增长的同时为实现可持续发展的社会贡献一己之力。

锐意“改变”，拥抱新的时代

在富士施乐看来，尽管中国经济正逐渐转为稳定增长的“新常态”，但我们对中国的承诺不会变，我们对中国这片热土未来的发展充满信心。2016 财年富士施乐的经营方针是“改变”。中国的经济社会环境在急速变化，现在既是市场的巨大转折期，也是我们捕捉机会的最佳时期。为实现未来的可持续增长，富士施乐中国的各关联公司将紧密协作，制定并实施顺应中国新时代的战略，为社会的可持续发展创造新

价值。同时，我也意识到自身的责任重大，我也要以身作则，带头改变自己并推动改革。

2015 年，富士施乐的深圳工厂和富士施乐（中国）相继迎来了成立 20 周年纪念。在过去的 20 年间，两家公司的发 展离不开所有客户、合作伙伴等利益相关方的信赖与支持。2016 年，我们将继续加强价值链上各企业的一体化和协同，加速研发面向中国市场的产品，并构建根植中国且最适合中国市场的生产和客户服务体系。同时，我们将继续从高难度、高复杂化的客户需求出发，通过提供基于硬件产品且能创造附加价值的整体文件管理解决方案及服务，助力客户改善沟通环境并解决经营问题。希望能继续得到各利益相关方一如既往的支持，通过自身业务优势解决中国社会的问题，成为利益相关方可信赖的伙伴，共同为全社会的可持续发展贡献力量。



前排左起多田修、徐正刚、小堀睦郎；后排左起长尾敏晴、山中尚登、余树章、小泽秀一

富士施乐在中国

公司概况

富士施乐株式会社概要

富士施乐株式会社是由富士胶片控股公司和施乐公司出资成立的合资企业。富士施乐是全球领先的信息沟通技术领导者，开发、制造并销售世界一流的文件管理设备和数码印刷系统等，并为客户提供能带来价值的文件管理解决方案和服务。富士施乐在日本和海外拥有 60 多个分支机构和销售子公司，其中富士施乐高科技（深圳）有限公司已成为富士施乐最主要的生产基地。

名称：富士施乐株式会社（Fuji Xerox Co.,Ltd）

资本金：200 亿日元

总部：日本东京

投资方：富士胶片控股株式会社（75%）、施乐公司（25%）

成立：1962 年 2 月 20 日

员工数：45,397 名（截至 2016 年 3 月 31 日）

富士施乐中国事业分布



公司治理

富士施乐所有在华企业共同商讨富士施乐中国整体经营战略，通过由中国总代表及在华企业高层参加的“中国事业管理会议”进行经营管理决策。此外，各在华企业还会向日本总部和自身业务领域相关的管理机构直接汇报。

富士施乐各在华企业都设有董事会、监事会或监察室，定期召开董事会议。各企业的监察部门履行监督职能，每年针对各部门的经营活动进行内部审计，通过审查业务效率和效果以及财务报表的准确性等，确保保全公司资产并履行企业的责任。同时，各企业也定期接受来自总部经营监察部和第三方会计师事务所的审计。



富士施乐中国总代表与各在华公司高层每月定期召开管理会议

责任物语 风雨同舟、精彩与共

携手共创

伴随着中国对外开放的步伐，富士施乐在中国经历了“生根”、“破土”、“成长”到“扎根”，时光见证了富士施乐在中国的责任历程。20 多个春秋，我们与各利益相关方精诚合作、携手共进，

富士施乐中国价值创造历程

| | 1987-1995 年 | 1996-2000 年 | 2001-2005 年 |
|---------|---|--|--|
| 公司大事记 | <p>1987 上海施乐复印机有限公司成立</p> <p>1995 施乐(中国)有限公司成立(正式开始文件业务); 深圳施乐高科技有限公司成立</p> | <p>1996 施乐实业发展(上海)有限公司成立</p> <p>2000 富士胶片控股株式会社从施乐公司收购中国业务权</p> | <p>2001 施乐(中国)有限公司更名为富士施乐(中国)有限公司; 上海施乐复印机有限公司更名为上海富士施乐有限公司; 深圳施乐高科技有限公司更名为富士施乐高科技(深圳)有限公司</p> |
| 产品大事记 | <p>第一台“施乐申贝 1027”复印机诞生</p>  <p>世界上速度最快的全彩色复印机</p> <p>“DocuColor 4040”上市</p> <p>1987 1993 1995</p> <p>上海施乐与美国施乐共同开发 5416 型复印机获得成功</p> |  <p>融合了自由管理信息的网络功能, 网络型“Able 系列”8 种机型上市</p> <p>1997 2000</p> <p>世界最快速全彩色数码引述出版系统“Color DocuTech 60”上市</p>  | <p>首台采用乳化聚合(EA)墨粉的“DocuCentre Color 500/500CP”上市</p> <p>2001</p> <p>通过网络促进企业间合作的彩色多功能一体机“ApeosPort-II”系列上市</p>  <p>2004 2005</p> <p>推出了新信息系统“Apeos”系列, 其主要系统可与电子文件连接</p> <p>“爱将”彩色高速数码印刷系统</p>  <p>“Xerox iGen3 Digital Production Press”上市</p> |
| CSR 大事记 | <p>1993 上海施乐捐助第一届东亚运动会(上海)</p> <p>1995 上海施乐被评为“上海市花园单位”和“上海市文明单位”并保持至今</p> | <p>1997 上海施乐援建江西峡江县戈坪乡富士施乐希望小学</p> <p>1998 深圳工厂在西安交大及多所大中专院校设立奖学金和助学金</p> <p>1998 上海工厂取得 ISO 14001 认证</p> <p>1999 施乐(中国)制定《绿色采购指引》</p> <p>2000 深圳工厂取得 ISO 14001 认证</p> | <p>2003 富士施乐(中国)依据欧盟 RoHS 指令对《绿色采购指引》进行全面修订, 并更名为《绿色采购基准》</p> <p>2004 上海工厂和深圳工厂取得 OHSAS 18001 认证</p> <p>2004 深圳工厂实现“零废弃”</p> <p>2005 深圳工厂建立人才战略和教育体系</p> <p>2005 深圳工厂义工团成立</p> <p>2005 富士施乐(中国)学习发展中心成立</p> <p>2005 深圳工厂援建甘肃敦煌七里镇富士施乐希望小学</p> |

在为他们创造各种“精彩”的同时，也使富士施乐在中国不断发展壮大。我们秉持为利益相关方持续创造“精彩”的理念，这也是我们未来获得更可持续价值的动力。

2006-2010 年

- 2006 富士施乐爱科制造（苏州）有限公司成立
- 2009 富士施乐采购咨询（深圳）有限公司成立

富士施乐在其发布的 4 款彩色数码多功能设备 (ApeosPort-III C3300/C2200, DocuCentre-III C3300/C2200) 中首次运用了 LED 打印头

富士施乐推出包括“第五色”透明干粉在内的具有超过 147 项专利的数码印刷设备 (Color 800/1000 Presses®)



2007

2009

2010

富士施乐发布新一代 LED 环保型彩色数码多功能设备 (ApeosPort-IV C5570 系列, DocuCentre-IV C5570 系列)

面向中小企业的 A4 规格低价环保小型 LED 打印机在中国市场上市

2011-2016 年

- 2011 富士施乐（中国）以倡导彩色办公为理念的“打印精彩”品牌宣传活动启动
- 2012 富士施乐设置中国总代表室，在华业务将由生产销售为主向以产品开发为重心转型

“中国定制”概念黑白数码多功能机 DocuCentre S1810/S2010 系列投入中国市场



首款“中国定制”概念彩色数码多功能机 DocuCentre SC2020 上市
新一代“中国定制”概念黑白数码多功能机 DocuCentre S2011 及 DocuCentre S2320/S2520 上市

2011

2013

2014

富士施乐发布业界首款全新低碳智慧型新品——DocuCentre-V C4475 系列及 ApeosPort-V C7775 系列

富士施乐推出全新彩色数码印刷系统 Color C75 Press 及智能生产型彩色印刷系统 Color J75 Press



富士施乐推出全新彩色数码印刷系统 Versant™ 2100 Press

- 2006 富士施乐（中国）援建重庆开县镇安镇丰太富士施乐阳光小学
- 2006 深圳工厂启动员工关爱项目（EAP）
- 2007 资源循环工厂提出“零废弃、零污染、零非法丢弃”的目标
- 2007 深圳工厂捐建河北滦平县金沟屯镇富士施乐环保小学
- 2007 上海工厂和深圳工厂取得 ISO 27001 认证
- 2008 深圳工厂开始推行 CSR 采购制度
- 2008 深圳工厂援建云南会泽县大桥乡杨梅山富士施乐环保小学
- 2009 资源循环工厂获得日本经济报刊授予的环境技术特别奖
- 2009 资源循环工厂被中国工信部确定为机电产品再制造试点企业
- 2010 资源循环工厂获得 DNV 信息安全管理系统认证
- 2010 富士施乐（中国）全新客户服务管理系统正式启动

- 2011 富士施乐（中国）大字体教科书项目正式启动
- 2012 富士施乐采购公司开始对所有供应商进行基础访问
- 2012 深圳工厂成为深圳市首批纳入碳交易试点的企业
- 2014 资源循环工厂获苏州市“循环经济示范企业”
- 2014 富士施乐（中国）与合作伙伴普洛斯展开公益合作新模式
- 2015 深圳工厂启动“爱心储蓄罐”项目
- 2015 深圳工厂取得 ISO 50001 认证
- 2015 深圳工厂开始对供应商进行 CSR 知识的培训
- 2016 富士施乐（中国）启动“心公益 heArtS”全国爱心扫描项目

我们的员工

— 员工价值变迁 —

构建富士施乐工作方式

2002

- 导入改善提案制度

2005

- 设立专门的员工培训机构
- 举办工程师技术及服务能力竞技大会

2006

- 引进富士施乐生产方式 (XPW)

凝聚富士施乐特有价值

2006

- 启动员工关爱项目 (EAP)

2010

- 导入危险预知训练 (KYT)

帮助员工应对变革挑战

2014

- 加强解决方案团队的技术认证
- 持续推进轮岗制度

2015

- 深化海外研修项目



故事主角：陈凯

机构 / 职务：富士施乐（中国）维修部主管

与富士施乐关系：原富士施乐（深圳）员工、富士施乐（中国）的首批员工

与富士施乐中国携手：20 年

90年代初，中国刚刚向世界重新打开大门。和整个时代奋进、勇于尝试的氛围一样，大学毕业不久的北京人陈凯在一家企业工作三年后，不满于按资排辈、人浮于事的工作环境，不顾家人反对毅然跨越大半个中国来到改革开放的前沿——深圳，应聘进入了深圳施乐。

改变人生轨迹的决定

从祖国首都北京到南方热土深圳，从手捧令人羡慕的铁饭碗到为“外国资本家”打工，陈凯的人生从踏上南下火车的那一刻起彻底改变了。“家人都极力反对，自己心里也忐忑不安，凭着年轻有冲劲就义无反顾地来到了深圳。当时外资企业刚刚进入中国，我在深圳施乐管理培训中心做技术支持，为了证明自己的能力，我工作非常努力，不断提升自我并追求更高发展，没过两年就被公司调到上海的施乐（中国）有限公司。”陈凯回忆道。

随着中国改革开放的深入和发展，国内对办公设备的需求也日益旺盛。在当时著名的外企办公楼阿波罗大厦，陈凯和其他 100 多名同事通过从设备进口、销售到技术支持，不断推动施乐（中国）业务的发展。2000 年，富士施乐收购了美

国施乐公司在中国的经营权，施乐（中国）有限公司转入富士施乐株式会社旗下，并于 2001 年 8 月正式更名为富士施乐（中国）有限公司。随着公司股权结构的变化，陈凯也迎来了自己在富士施乐中国的工作转型。

工作生涯的两次转型

2001 年，陈凯从技术支持人员转型为培训人员，包括对员工和客户的培训。那时候，陈凯已经结婚生子，并且已经在技术支持的岗位上有了多年的积累。岁月、生活和工作的磨砺让陈凯越发成熟，而培训工作恰恰把陈凯字正腔圆、幽默风趣的表达优势发挥得淋漓尽致。“我喜欢尝试新鲜事物，接受新的挑战。公司能够给我这个机会，并且为我提供了很多岗位转换的支持，我非常感激。回过头来看，虽然同许多 80 后的年轻人打交道会有明显的代沟，但做培训是自己感觉最有成就感的一段工作经历。现在，许多我培训过的员工，都做到主管甚至比我高的职位，我非常开心。”谈起培训的工作经历，陈凯的眼神流露出回忆往事时特有的温柔和悠远。

2011 年，陈凯又从培训人员转型为一线管理人员。“培训

只是传授知识，一线管理就不是简单的知识问题了，而是人的管理。刚刚开始一线管理工作，在对员工情绪、思想的把握等方面需要学习的还很多。好在公司安排了多样化的培训，我也从长期从事管理工作的同事身上学到了很多。”看得出来，年过不惑再次转型，陈凯也感到“压力山大”。“面对时代的发展变迁，富士施乐在积极转型，也帮助员工应对转型过程中的各种挑战。有时候我也在想，为什么能在一家公司坚持工作 20 年？可能是我们这一代人的特点，但更深层次的原因是富士施乐紧随市场和时代的变化积极转型，也对员工的转型和发展高度重视并提供支持。”

展望未来

作为一家日资企业，富士施乐浸染了日本企业一贯以来重视细节、重视标准化流程的特点。随着本土化程度越来越高，富士施乐中国也逐渐面临了企业文化的转型和本土化的问题。“中国人讲究变通，因此希望两种文化能够取长补短，在标准化管理的同时能够有一些变通的可能性。”“社会在变，公司在变，大家都需要不断发现自己内在的价值，实现自我价值和公司价值的统一。”夕阳西下，陈凯露出坚定、温暖的笑容，就仿佛是在迎接朝阳一样。

各在华企业首批员工的心声

富士施乐资源循环工厂

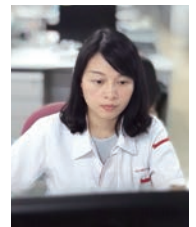
加入富士施乐是看重公司在行业内的影响力和口碑，同时也认可富士施乐的环保制造理念。当年加入公司不久就发生了全球金融危机，但富士施乐资源循环工厂的业务从零开始，与传统行业不一样，比较富有朝气。当然，我们在经营过程中也遇到了很多的困难。但值得欣慰的是，经过我们的努力，资源整合循环利用的理念已经在供应商和整个产业链中引发越来越多的共鸣，我们也倍感自豪。



供应链管理经理
宋晓晨

富士施乐采购公司

加入富士施乐 10 年来，就我个人而言，除了日语能力不断提升之外，在工作层面也逐渐成为了行业内供应商管理方面的专业人士。生活上，由于一直从事 CSR 采购工作，我自己在作为消费者的时候，也更加关注商品生产企业的社会责任实践状况，优先选择企业社会责任表现出色的公司的商品。期待富士施乐采购公司成为一家具有国际化水准的 CSR 采购管理公司，帮助更多的供应商获得 CSR 工作产生的价值。



采购部采购担当
唐华英

富士施乐上海工厂

我在这个岗位上已经工作 29 年，明年就整整 30 年了，作为见证者，我看着公司一步步成长起来。在这段历程中，我印象比较深的是公司成立十周年庆典的时候，从庆典的费用中拿出 25 万元援助一个希望小学。我第一次去的时候那个地方确实很贫困，学生都是两个人睡一张小床，每人每天只有一



总务行政部经理
范伟中

元钱的伙食费。公司帮他们改建教学楼，每年还资助 5 万元用于改善学校教学环境，后来我再次去的时候已经有很大的改善。我想这是我们公司反哺社会的很好的体现，而且公司对员工也很负责任，是互相的认同感让我一直坚持在这家公司工作至今。

富士施乐深圳工厂

1995 年 6 月 5 日，我 22 岁，从东北来到深圳，成为富士施乐深圳工厂的第一批员工。从最初担任秘书，到后来做人事，再到现在转型为制造部部长，这中间经历了很多事情，也是我人生中最美好的时光。富士施乐是一家很优秀的公司，非常关注员工的发展，特别是轮岗制度，对培养员工职业能力



第二制造部部长
董美花

上的深度和广度非常有益。在深圳，富士施乐应该是最早导入 CSR 管理体系的公司，不仅承担起一家大公司该有的社会责任，同时对我们员工的影响也很大。回顾过去二十年，有两个词可以表达我对公司的感言，一个是“值得”，一个是“感谢”。也希望公司未来能继续扎根在深圳，获得更大发展。

我们的客户

— 客户价值变迁 —

全面服务文件打印市场

1999

- 深圳工厂开始生产黑白打印机

2001

- 深圳工厂开始生产复合机与彩色激光打印机

- 上海工厂首台自主研发的数码复印机 (WorkCenter Pro 320/315) 下线

2006

- 富士施乐中国核心渠道合作伙伴俱乐部 (VICP Club) 正式成立

本土开发满足本土需求

2010

- 开始提供维修保养全包服务，并于 2011 年升级为“轻松保远程服务”

- 全新客户服务管理系统正式启动

2011

- 上海工厂成立了标准化与产品认证中心

2012

- 发布首款“中国定制”数码多功能机 (DocuCentre S1810)

适应新时代的客户需求

2014

- 为实现从提供产品向提供解决方案和服务的转型目标，成立解决方案业务部

2015

- 对较为成熟的文档管理解决方案进行标准化建设
- 强化解决方案与互联网+、移动应用和云服务的融合工作



故事主角：邓代先

机构 / 职务：中冶赛迪集团技术支持部部长

与富士施乐的关系：最早合作的客户之一

与富士施乐中国携手：20 年

早在上世纪 90 年代，邓部长刚入职中冶赛迪集团的时候，就能在办公室里见到富士施乐设备的身影。当时施乐 1328、5205 型号的打印机用于普通的日常办公，体验效果还比较好，但在建筑蓝图的打印上，富士施乐与其它品牌的机器相比，速度上不占优势，因此富士施乐最初并没有得到太多的关注。

近十几年，特别是中国加入 WTO 以后，国内经济进入高速增长黄金时期。中冶赛迪借助于这股经济发展的浪潮，快速拓展市场，在国内外设立了二十几家子公司，业务领域辐射至全球。业务的扩大也使得中冶赛迪的文印数量非常大，原先机器的故障率、维修时间、设备运行的成本等已成为业务交付中不容忽视的影响因素。

超越预期的客户服务

2012 年的某次中冶赛迪招标会上，邓部长面对一众知名的打印机设备服务商犹豫了很久。彼时，中冶赛迪正进入业务急速扩张期，公司每年的文印数量也急速增长，但是工程打印的机器却经常出现故障，厂家维修人员又不能在第一时间

及时赶到，这种“基础设施跟不上经济发展”的局面让邓部长头疼不已。

事情的转机出现在与富士施乐的正式合作上。“当时，我们尝试租赁了 2 台富士施乐 DW6055 型号的工程打印机和 1 台富士施乐 C75 生产型彩机，同时希望富士施乐厂商能够提供 2-4 小时之内的上门服务，但后来富士施乐可能考虑到员工安全、重庆交通瓶颈等方面的原因，觉得无法达成这个条件，于是就主动给我们配备了一台生产型彩色机器作为备用机免费使用，这让我们非常感动。”如今作为富士施乐的大客户，说起双方合作的这段往事，邓部长依然很感慨。也正是因为富士施乐这种主动为客户提供解决方案的行为，为后来双方的深度合作奠定了坚实的基础。

稳定的产品性能

此后，邓部长陆陆续续将部分办公型和生产型的打印设备更换为富士施乐的产品。“在这过程中，员工开始有些不适应。比如原先办公型的品牌是 40ppm 的机型，即每分钟能打印 40 张，换成富士施乐 30ppm 的机型后，打印速度跟原先的

相比有差距。但之后，富士施乐在输出品质、设备稳定性以及服务上的优势就逐渐体现出来了。”

“富士施乐没有维修人员长期派驻在公司，但是维修人员每周都会来一两次，对设备进行主动性的维护、保养，而且响应速度非常快，只要我们打个电话，维修人员就能马上赶过来，也能很快找出设备故障的根源。”谈起使用富士施乐机器的体验，邓部长显得非常满意，“由于富士施乐设备的故障率相对很低、维修及时，加上全包服务提供了耗材、零配件等简化了我们工作中的流程，这就弥补了原先速度上的缺陷，产品的稳定反而让大家觉得比较安心”。



邓部长向新进员工展示富士施乐办公设备的功能

富士施乐产品在操作上的友好性、便捷性也减少了员工学习的难度。这几年，邓部长对新进的员工增加了办公设备使用上的培训，包括基本的打印、扫描、复印、传真等，使员工能够更加快速地使用设备。

企业竞争力的提升

邓部长的部门负责为公司提供文印需求上的设备，如何采购到合适的机器并非易事。在购买了富士施乐的租赁服务后，邓部长发现，员工和客户的满意度都有所提升。“我们公司有时候工期要求特别紧，原先的设备经常会在关键时刻出故障，严重影响了任务的及时完成和交付，同时也导致员工工作时间延长，耽搁客户时间”，邓部长说道，“但现在，我们把这种不可控因素控制在最小的影响范围之内，进一步提升了我们的客户服务质量”。

富士施乐倡导的绿色办公理念也让邓部长印象深刻。“富士施乐每次来换耗材，都会把废粉、废粉盒进行回收，这个也是支持我们获得 ISO 14001 认证的重要条件之一。”邓部长谈到。

海外合作的期待

目前，中冶赛迪已在海外建立了多个子公司，承接了不少海外项目。富士施乐作为跨国企业，也有着完善的海外服务支持网络。谈起对未来双方海外合作的期待，邓部长充满了信心。“之前我们探讨过在越南采用富士施乐的全包服务，但后来由于项目进展的原因没有实现。未来随着公司业务量的逐步增加，我们必定会优先考虑富士施乐的产品和服务。”

客户的心声



广东长隆集团有限公司

文印设备管理部门：管理人员

去年，我们正式导入富士施乐文印设备。经过一年多的使用，员工普遍反映体验效果非常好。第一，富士施乐在硬件上集成了打印、复印、扫描等一体化的功能，这种统一减少了我们的运营成本、机器放置的空间，以及日常的管理。第二，设备的设计很人性化，具有很高的科技含量，操作时更加便捷，而且跟传统的文印环境相比也更干净整洁，打印出的资料不会混乱，大大增强了安全性。第三，富士施乐的服务非

常周到，设备的安装、运营、维护及故障处理都不用我们操心，还对我们的员工提供了培训服务。

富士施乐是复印技术的发明公司，具有很强的开拓精神，产品创新一流。同时，富士施乐“更好的解决方案，更低的综合运营成本，更出色的效果，更高的工作效率”的办公理念，也与长隆集团一以贯之的特质相符，深受长隆人的喜爱。期待富士施乐的产品更加稳定、服务更加周到、办公系统更加便捷，也期待与富士施乐有更加深度的合作，为我们提供更多定制化的服务。

我们的伙伴

— 经销商价值变迁 —

探索合作共赢的模式

1995

- 施乐公司开始与经销商合作进行产品销售

2001

- 调整经销商渠道策略，对经销商给予更多支持

构建共存共荣的关系

2006

- 富士施乐（中国）核心渠道合作伙伴俱乐部 (VICP Club) 正式成立

2007

- 开始开展战略经销商培训

扩大和深化伙伴间合作

2010

- 扩大与经销商的合作，进军中小企业市场

2015

- 对战略经销商开放解决方案的销售许可



故事主角：任凭

机构 / 职务：苏州兰陵公司总经理

与富士施乐的关系：最早合作的经销商之一

与富士施乐中国携手：19 年

1986 年，苏州兰陵公司总经理任凭在一本商业营销的书上看到了施乐公司复印机的营销理念。让她没有想到的是，一年后美国施乐公司在华成立合资企业，苏州兰陵竟成为了施乐公司的重要合作伙伴。

“成功背后的光辉”

在 90 年代的中国，复印机是非常奢侈的办公设备，一台施乐 1027 型复印机当时售价 32,980 元。在一个不够成熟的市场中，产品推销困难重重，同时也处处都有机遇。回忆与施乐公司的合作历程，任凭说道：“刚开始非常艰难，因为整个市场的需求和容量还处在一个尚未开发的阶段。不过施乐的产品和服务很好，慢慢开始有所起色，我们苏州兰陵也在与施乐的合作过程中不断发展壮大，目前销售居全国第二位。施乐公司在 90 年代有一个产品广告创意：是一个小和尚和一台 1027 型复印机，旁边有一句经典广告语：‘成功背后的光辉’。兰陵成功的背后，是富士施乐多款经典产品对整个复印机市场的巨大吸引力。”

世界级大会用机服务

2001 年 APEC 财长会议在苏州召开，三家复印机服务商竞标，

最终主办方选择了富士施乐。“会议期间，我们配合富士施乐以赞助的形式提供全程服务。会议结束后，苏州财政局购买了全部 30 台会议用机，分配给各个政府机关使用，这对我们兰陵此后的销售工作也起到了很大的推动作用。”2005 年，第 28 届世界遗产大会在苏州召开，苏州兰陵再次配合富士施乐以赞助的形式提供全程服务。

全面的管理与技术支持

富士施乐对经销商提供从管理到技术等全面的支持。“富士施乐为经销商的工程师提供了网上学习平台，要求工程师每个月保证一定的网上学习时间。针对新机型的一些常见问题和解决办法，富士施乐也会集中利用网络形式对工程师进行培训。我们也会将从富士施乐得到的支持和帮助传递给下一级经销商。”任凭说道。

废旧产品回收

任凭是一个对大自然充满感恩和敬畏的人。从 2005 年开始，苏州兰陵就在她的推动下开始回收废墨盒，并把回收的钱捐给了北京希望工程小学。2009 年，苏州兰陵与富士施乐资源循环工厂合作，全面开展数码复合机耗材的回收。“我们

的地球很脆弱，资源也有限，作为企业更加有义务在自己的经营过程中保护环境。富士施乐在苏州的整合资源循环工厂是一个特别好的实践，我们作为经销商应全力以赴在员工和客户中推动耗材回收，因为保护地球，保护环境，就是为我们的子孙后代造福。”

与富士施乐的不解之缘

20 年来，富士施乐是苏州兰陵唯一代理的品牌，这份时间与经历凝结成的信任弥足珍贵。“我儿子在美国思科工作，我在美国度假期间有一次正好去他们公司，第一件事就是去文印室看看是不是用的富士施乐产品；在加拿大旅游期间在大街上看到施乐的维修车，心里也会感到一阵欣喜……”谈起这些小细节，任凭笑得像一个孩子，“我希望富士施乐能够重视个性化的解决方案并传递给经销商，衷心祝福富士施

乐成为行业引领者，因为富士施乐的成长一定能带动我们的成长。”



任凭出席富士施乐（中国）2015 年经销商大会颁奖活动

— 供应商价值变迁 —

探索合作共赢的模式

2005

- 深圳工厂开始强化供应商管理，防止重复作业

构建共存共荣的关系

2008

- 成立 CSR 采购团队，建立 CSR 采购推进制度，专业诊断团队开始进行访问诊断

2009

- 与供应商进行“互相钻研”活动，帮助供应商提高生产效率

扩大和深化伙伴间合作

2010

- CSR 采购形成固定的模式，确认项目和确认领域不断扩大

2014

- 针对供应商的高层管理者开展 CSR 研讨会，使双方达成理念共识

2015

- 开展供应商 CSR 培训



故事主角：吉成浩一

机构 / 职务：高精科技（深圳）有限公司总经理

与富士施乐中国的关系：战略供应商

与富士施乐中国携手：20 年

2015 年 10 月 5 日上午，高精科技（深圳）有限公司的总经理吉成浩一像往常一样，与经营团队开完晨会后，在办公室处理与日本总部往来的邮件。这时候他接到生产部长的电话，“总经理，刚去富士施乐工厂和他们探讨了新的工艺导入方案，长期困扰我们的零件契合问题已经得到了解决。”吉成总经理不禁格外欣喜，他知道这是双方团队历时半个月，不断探讨、共同创新取得的成果。

互相信赖为起点

高精与富士施乐的合作颇有渊源。1975 年富士施乐日本总部首次研发打印机，出于对高精公司技术的信任，富士施乐开发部向高精公司日本总部提出开发塑胶高精度齿轮的要求。虽然那时所需生产量很小，但高精总部认为富士施乐是值得信赖的合作伙伴，按照交货期完成了开发，由此拉开了双方超过 40 余年的合作序幕。

日益密切的沟通合作

高精于 2001 年在深圳设立工厂，其主要目的也是为了配合富士施乐深圳工厂的生产。随着面向富士施乐供货量的增长，高精在 2009 年把工厂搬至富士施乐深圳工厂的隔壁。双方在研发、零件生产和采购等各部门建立了更加密切和通畅的沟通渠道，在生产过程中发生的问题能够通过即时的沟通获得快速地解决。两家工厂的厂房虽然有着一墙之隔，但富士施乐和高精公司的管理者能够通过内部连接的铁门随时进出双方的工厂。

“富士施乐深圳工厂董事长多田先生在百忙之中也经常抽空来我们的生产现场进行确认，对零件的生产提出改进建议。从某种意义上来



富士施乐株式会社栗原社长和富士施乐深圳工厂多田董事长对高精公司进行现场确认

说，我们公司没有什么隐私可言。”吉成总经理笑谈。

传递“共同学习共同成长”的理念

“高精作为日本企业虽然有比较好的履责基础，但我们对富士施乐的 CSR 耳闻目睹，深刻了解到这是日常经营的重要法宝。富士施乐一直将我们供应商视为合作伙伴，注意倾听我们的想法，在考虑对方立场和难处的基础上共同采用对策，实现共存共荣。”吉成总经理说道，“因此我们受到富士施乐的影响，也对我们自己的供应商进行类似的管理，如 CSR 现状调查表，监察和确认，材料的采购途径等，也不断强化与供应商高层的沟通和互访。”

面向未来的合作

“祝贺富士施乐深圳工厂在 2015 年迎来 20 周年，希望富士施乐深圳工厂能持续改善，永不停步，成为世界最强的工厂。也希望我们能够保持更加紧密的合作，共同为中国市场开发和生产具有低成本和高性能的产品。”吉成总经理语气中透露着坚定，他的思维方式中已经将富士施乐和高精定义为命运共同体，下一个共存共荣的 20 年才刚刚开启。

📢 供应商的心声



销售经理 赵少华

中山林立精密工业有限公司

2009 年，我们作为二级供应商开始和富士施乐合作，经过努力，从 2013 年开始我们成为富士施乐的一级供应商。富士施乐通过现场访问诊断和每年的 CSR 自查表等方式，给我们提出了很多 CSR 管理上的建议。比如我们根据富士施乐提出的

要求缩短了工人的加班时间，提升了员工满意度，改善了工人的流失问题。

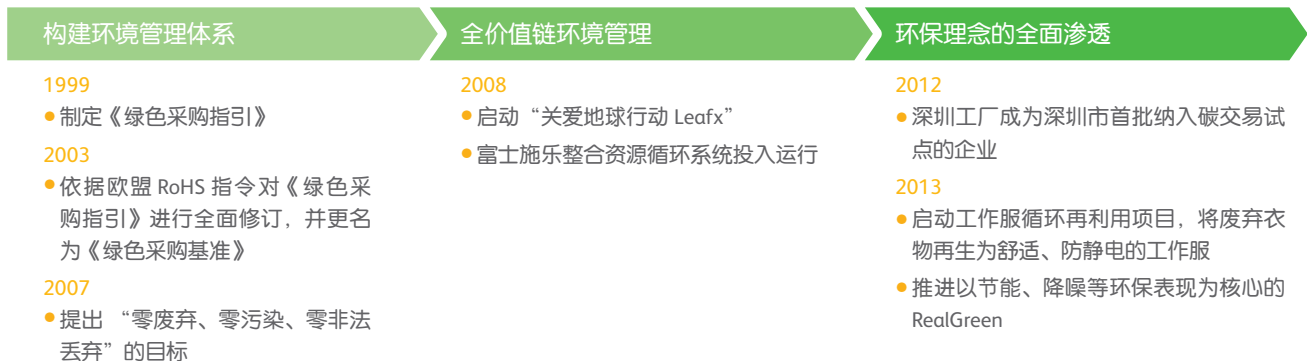
2015 年 4 月开始，我们参加了富士施乐 CSR 培训，接受了包括《职业健康安全》《规章制度与员工管理》《环境保护

基础知识》《劳务管理》《环境经营》《消防安全管理》等多种课程培训。每个课程内容都非常丰富，并且有举例说明，易于理解和操作，另外还有法律法规的案例分析，让我们进一步意识到触犯法律的严重性。在此基础上，富士施乐在我们后期工作开展上给予很大的帮助，同时对我们实际工作的不足提出了许多改善建议。比如 2015 年 8 月，我们借鉴了《规章制度与员工管理》培训中富士施乐给出的提议，建立三期女员工档案来进行管理等。

特别是通过培训，让我们体会到富士施乐 CSR 的“共同学习，共同成长，共同强大”的管理理念，感谢富士施乐给我们提供了学习机会，也深刻体会到富士施乐强烈的社会责任感及对我们长期不遗余力的支持。

我们的环境

— 环境价值变迁 —



故事主角：蒋效军

机构 / 职务：苏州工业园区国土环保局副调查员
 与富士施乐中国的关系：业务运营地地方政府
 与富士施乐中国携手：8 年

蒋效军作为苏州工业园区环境方面的专家，已经在园区环保部门工作多年，长期对环保事业保持极大的热情。这位颇具学者风范的政府官员，一直坚持“环境和资源问题的研究需要站在更高的角度上审视，不应当‘只见树木不见森林’”的观点。

资源循环工厂的震撼

富士施乐爱科制造（苏州）有限公司坐落在苏州工业园区，是富士施乐整合资源循环体系的核心。通过将富士施乐（中国）回收来的打印机、一体机、数码多功能机、耗材等拆解成风扇、金属片、电路板、电机等 56 类，一部分零部件进行清洗进入再制造程序，另一部分经过细分和压缩后交付给有资质的企业进行回炉再造或无害化、资源化处理，全部做到物尽其用。蒋效军对于富士施乐资源循环工厂一直有所耳闻，“我对这种涵盖产品整个生命周期的资源循环模式比较关注，这种模式如何保证经济性，政府如何更好地进行政策支持，关系到这种模式能否获得推广。”

2015 年底，蒋效军陪同国家环保部的专家去富士施乐资源

循环工厂参观。经过多年在耗材回收领域的深耕，此时富士施乐在华整体耗材回收率上升至 59%，已有 12 个型号的鼓粉组件和 2 个型号的废粉回收盒通过了国家工信部再制造产品认证。2015 年，富士施乐中国多年来对于经销商和客户的环保教育成效初显，富士施乐资源循环工厂在环保与经营上进一步实现了平衡。

环保领域的掌上明珠

苏州工业园区从规划之初就对环保有着周密的考量，比如污水处理厂的设置，后来又根据实际需要布局了淤泥干化厂和热电厂废弃物再资源化的循环体系。而富士施乐资源循环工厂在产品资源化上的实践，真正实现了全生命周期概念的落地，在整个园区乃至全中国都是独树一帜的。蒋效军说：“富士施乐资源循环工厂就是我们苏州工业园区在环保方面的骄傲，用掌上明珠来形容也不为过。为了带动更多的企业，我个人建议富士施乐资源循环工厂进一步拓展与园区企业、政府、公益组织在环保培训与意识提升方面的合作，多多开展类似工厂开放日的活动，提高参观培训的便利性和有效性，对此，园区环保局也会给与最大的支持和帮助。”

我们的社区

— 社区价值变迁 —

| 开展传统教育助学 | 践行多方公益事业 | 创新公益合作模式 |
|--|---|---|
| <p>1997</p> <ul style="list-style-type: none"> • 援建首所富士施乐希望小学，并提供教育资源支持 <p>1998~</p> <ul style="list-style-type: none"> • 在多所大中专学校设立奖（助）学金，并延续至今 | <p>2005</p> <ul style="list-style-type: none"> • 深圳工厂成立义工团，并开展各类社区公益活动 <p>2006~</p> <ul style="list-style-type: none"> • 上海工厂组织一系列垃圾清扫、植树绿化、设置树木介绍铭牌等环保活动 <p>2008~</p> <ul style="list-style-type: none"> • 为汶川、玉树、雅安等地震灾区捐款 <p>2010~</p> <ul style="list-style-type: none"> • 陆续在全国多个城市开展大字体教材项目 | <p>2014</p> <ul style="list-style-type: none"> • 带领西交利物浦大学师生参观资源循环工厂再制造流程 • 与合作伙伴普洛斯共同为贫困学校提供文印设备 <p>2015</p> <ul style="list-style-type: none"> • 深圳工厂启动“爱心储蓄罐”项目 <p>2016</p> <ul style="list-style-type: none"> • 启动“心公艺 heArtS”全国爱心扫描项目，为心智障碍人员保存画作 |



故事主角：沈艳霞

机构 / 职务：敦煌富士施乐小学教师
 与富士施乐中国的关系：教育公益活动受益方
 与富士施乐中国携手：10 年

2005 年 8 月的一天，敦煌七里镇三号桥小学已经 51 岁的老校长路兴萍起了个大早，今天是她工作近 25 年的小学正式更名为敦煌富士施乐希望小学的日子。年轻的沈艳霞老师陪着路老师，两人怀着激动的心情，径直向学校走去。新落成的教学楼在初升的太阳照耀下闪着柔和的金光，焕发出新的希望。

老校长的心愿

老校长路兴萍自 1980 年开始在敦煌七里镇三号桥小学教语文，至此就再也没有离开过这里，从任课老师、班主任、年级主任、教导主任一直到 1994 年担任校长，她的心思全在学校发展和学生的成长上。学校唯一的教学楼是建校伊始的改造建筑，敦煌风沙严重，教学楼已经十分破旧，随着学生人数的不断增加，学校的设施和空间也日渐不足，校舍改造则成为老校长一直以来的心愿。2005 年初，老校长听说富士施乐深圳工厂计划在敦煌捐建希望小学，经过向教育局的反复申请，当年 5 月终于迎来了富士施乐深圳工厂的考察团队。



老校长路兴萍

“我对富士施乐的考察团介绍了学校教学楼、师资和学生的情况，学校当时确实非常困难，



2014 年多田董事长访问敦煌富士施乐希望小学

校舍容量有限，课桌椅等基本的设施也很残缺。富士施乐的考察团看到这种情况也很快做出了决定。”路校长说道。富士施乐深圳工厂投入了 35 万元捐建了新的教学楼，并于 2005 年 8 月正式投入使用。“当时富士施乐深圳工厂的董事长亲自参加奠基。新教学楼落成后孩子们开学的那一天，我很早就来学校了，看到他们在崭新的教学楼里，个个脸上笑开了花。”

随着新教学楼的落成，富士施乐也给这个原本贫困的小学带来更多的改变。富士施乐的员工每年都会来学校看望师生，给学校的老师和孩子们带来急需的教学设备。2007 年，学校利用富士施乐捐赠的 30 台电脑第一次开设了电脑课，

孩子们可以通过电脑和网络接触到外面的世界。2009 年和 2010 年富士施乐又先后为学校更换了办公桌椅和课桌椅。

“2010 年现任多田董事长来学校访问，他参加了学生们的联欢活动，这样一个企业领导竟然能和孩子们打成一片。孩子们也毫无顾忌地和这些叔叔阿姨们玩耍和交流，其中有个学生童言无忌，问多田董事长如果学习成绩好是不是可以得到奖励，没想到后来富士施乐就真的设置了优秀学生表彰奖。”

连接广阔世界的桥梁

老校长 2014 年退休后，与富士施乐深圳工厂的对接工作就落在了沈艳霞老师的肩上。沈老师今年 35 岁，她开始用 QQ 与富士施乐深圳工厂的 CSR 负责人保持更加密切的沟通。小学里女教师居多，对于电脑和打印机的使用都不太熟悉。因此，经过沈老师的沟通，富士施乐派出了两名员工来学校支教，手把手地教会老师和学生们如何操作电脑，并通过互联网查找自己所需要的知识和信息。

“我们这里的学生非常喜欢花样跳绳，学校也把这个作为特色来培养。在支教老师的辅导下，学生们学会了上网观看花样跳绳的教学视频，跳绳的进步非常大。”沈老师说道，“2015

年，我和其他 9 位老师带着 10 名学生代表去富士施乐深圳工厂参观，好多孩子都是第一次坐火车，第一次看到现代化的工厂。工厂员工带他们一起去海边玩，孩子们个个喜笑颜开，流连忘返。回到学校后，学生们用绘画和手抄报的形式，把深圳的见闻和敦煌的风景表现出来，作为感谢寄给了深圳的叔叔阿姨。”

敦煌富士施乐希望小学的师资力量目前仍然比较薄弱，沈老师除了日常的管理工作外，兼带两个年级的语文和数学课程，同时也负责学校图书馆的工作。由于低年级孩子们对汉语拼写和读音的接受比较慢，识字量有限，学校图书馆又缺乏适合低年级学生的读物，沈老师就向富士施乐深圳工厂提出需求。随后，富士施乐深圳工厂发动全体员工，捐赠了一批适合低年级学生阅读的拼音读物。

“这些学生内心丰富而敏感，也渴望更多了解外面的世界，”谈到孩子们的发展，沈老师有些激动，“我希望这些孩子能够与富士施乐深圳工厂的员工建立长期稳定的联系，通过书信等方式进行交流，影响可能会是潜移默化的，但种下的种子总有一天会长成参天大树。”

迈向新时代

有赖于各利益相关方的支持，我们已经深深地融入中国这片土地，富士施乐（中国）和富士施乐深圳工厂在 2015 年都迎来了 20 周年纪念。在过去的发展历程中，富士施乐中国秉持“CSR 即是经营管理”的理念，始终关注利益相关方的期望和诉求，为推进各方的价值创造活动做出了不懈的探索，我们的成长和发展也与各利益相关方越来越紧密地联系在一起。



富士施乐深圳工厂 20 周年庆典仪式



富士施乐（中国）20 周年庆典仪式

在新的时代，我们将一如既往地恪守对中国社会的承诺，基于中国经济社会的发展和客户需求的变化，进一步提升我们的价值创造能力，继续为各方提供超越期待的产品和服务，与各方携手，继续谱写精彩篇章。

CSR 经营管理

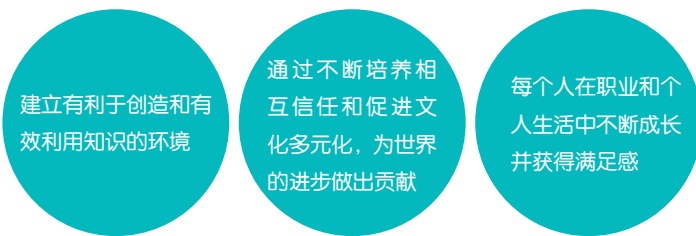
一直以来，富士施乐秉承“CSR 即是经营管理”的理念，通过贯穿价值链的 CSR 实践持续为社会的可持续发展做出贡献。我们将 CSR 融入公司的决策和活动，不断完善富士施乐中国的 CSR 经营管理。

战略与治理

富士施乐为了实现“使命宣言”中所提到的三个目标并不断创造价值，将追求“企业品质”作为企业的经营思想。同时富士施乐还制定了每个员工在开展业务活动时所必须遵循的价值观，我们称之为“共享价值观”。

使命宣言

“使命宣言”是富士施乐及下属公司所有员工的共同目标。



优秀企业构想

富士施乐将“优秀企业”定义为“强大”、“友好”、“愉悦”的公司，并以此作为公司经营的基础。“强大”的公司能够提供使客户满意的产品和服务，并且不断地给予利益相关方回报。“友好”的公司是指在环境、道德、社会贡献等方面，对当地和国际社会友好。“愉悦”的公司能够使其员工愉快地工作和生活。

共享价值观

“共享价值观”描述了富士施乐的每个员工作为公司以及社会的一员，在开展业务时所应有的态度和精神。



CSR 治理

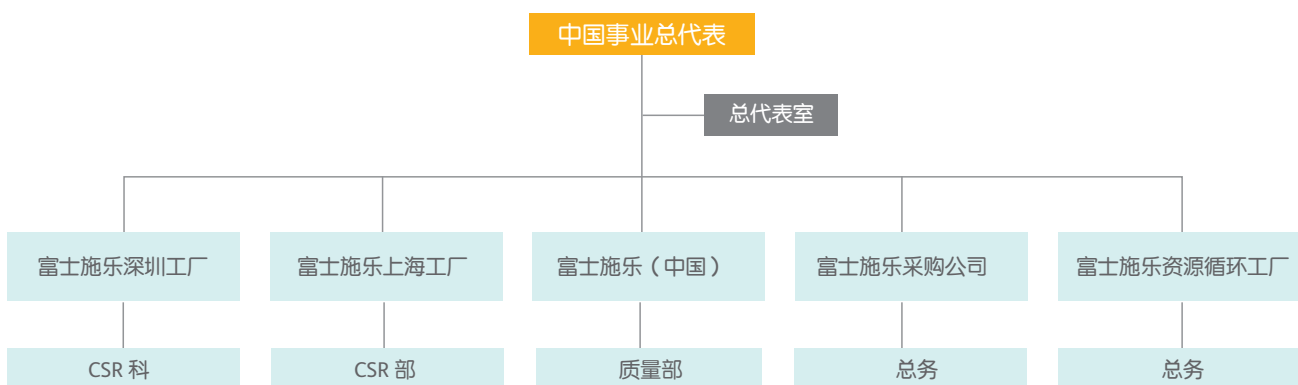
为了能够将 CSR 融入到富士施乐中国整体的经营管理及运营环节中，建立自上而下的决策系统必不可少。中国经营管理会议作为富士施乐中国 CSR 相关议题的最高决策机制，负责审定和讨论 CSR 战略相关的重要议题，中国总代表室负责联合各在华公司 CSR 负责人围绕社会责任信息披露、实质性议题识别、共通社会贡献活动的选定等社会责任工作定期召开会议，整体讨论和推进富士施乐中国的社会责任工作。

CSR 融入组织

我们相信，要实现“CSR 即是经营管理”，不仅要将在 CSR 融入公司治理和运营管理中，还要在公司内部让各层级都能理解各自的社会责任，并且能够通过利益相关方的沟通，传递我们的 CSR 理念。

继富士施乐深圳工厂于 2006 年成立 CSR 部门，在董事长直接管理下系统推进 CSR 工作后，富士施乐在华关联公司均设置 CSR 相关管理机构 and 负责人，选择和自身业务领域相关的 CSR 议题开展系统性管理。2015 年，富士施乐深圳工厂参考《电子行业行为准则》（EICC 5.1）、深圳市《企业社会责任要求（SZDB/Z 133-2015）》等行业与地方标准，进行 CSR 管理体系的重新梳理与构建。在建立 CSR 管理责任制的基础上，深圳工厂的 CSR 部门围绕 CSR 相关议题，确定关键绩效的衡量标准 and 责任部门，设立任务、目标 and 时间表，进行衡量并监控 and 报告。此外，深圳工厂发布了《CSR 基本行为准则》及一系列 CSR 管理规范，在公司内部全面进行 CSR 知识与规范的培训，提升全体员工的 CSR 意识。

富士施乐中国 CSR 管理体制



2015 年，在华各关联公司均举行了《富士施乐中国可持续发展报告 2015》的培训，让富士施乐中国的所有员工都能理解各自的工作与 CSR 的关系，更加深刻地认识到自身工作的价值。此外，富士施乐（中国）组织了两次针对销售人员的 CSR 研讨会，让销售人员加深对 CSR 的理解，同时获取客户对富士施乐 CSR 理念和实践的期待和建议。2015 年，富士施乐中国为员工提供了 CSR 培训 1,827 人次。



2015 年 11 月，富士施乐（中国）销售人员 CSR 研讨会

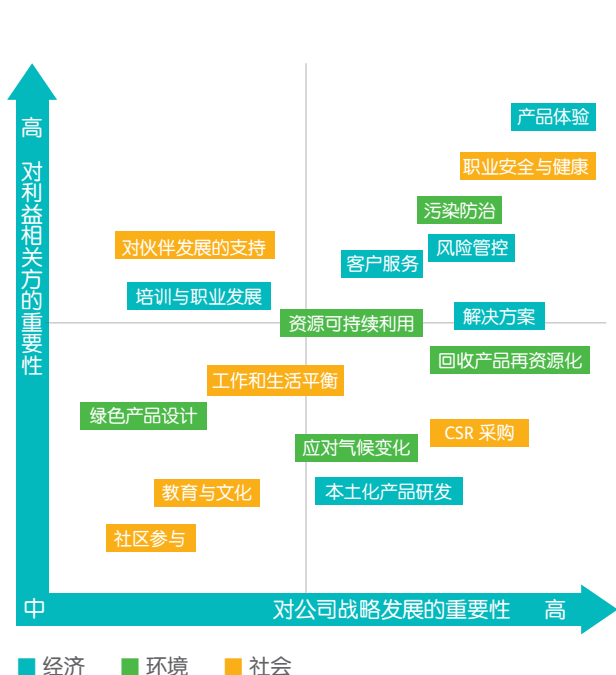


2015 年 12 月，富士施乐深圳工厂可持续发展报告培训现场

实质性议题识别

实质性议题分析是公司确定企业社会责任关注领域而采用的一种方法，对每个议题对于公司业务以及利益相关方的重要性加以分析，进而按综合重要性对所有关注项进行排序。富士施乐中国从 2014 年开始进行实质性议题分析的尝试，2015 年我们通过开展利益相关方问卷调查确认了 15 项实质性议题。以编制本报告为契机，我们与各利益相关方代表对话，进一步了解其期待和建议，以确保富士施乐中国社会责任策略的制定能够回应利益相关方的关注重点。

2016 年实质性议题识别流程



2016 年，我们对包括员工、供应商、经销商、地方政府、社区在内的 25 名利益相关方进行了访谈，并通过意见征求和专家意见反馈等将原来的 15 项实质性议题调整为 17 项。本报告将围绕这 17 项实质性议题展开披露。

2016 年实质性议题变化

| 2015 年议题 | 2016 年的调整 | 调整原因 |
|-----------------|---------------------------|--|
| 产品的安全 和质量 | 调整为“产品 体验” | 客户对于产品的诉求不仅仅体现在安全 和质量上，产品操作的便捷性等方面也影响客户的使用体验 |
| 解决方案 和服务 | 拆分为“解决 方案”与“客 户服务” | 客户对于“解决方案”和“客户服务” 的关注相对比较独立，需要分别进行 管理 |
| 体现公司优势 的社会贡献 | 拆分为“教育 与文化”和“社 区参与” | 社区责任方面除了能体现富士施乐 优势和理念的“教育与文化”，对于 运营所在地的贡献也受到当地社区 关注 |

利益相关方参与

面对各利益相关方的期望和需求，富士施乐中国在积极应对环境变化的同时，不断与时俱进地开展 CSR 活动，以期通过企业业务为社会提供价值。我们的 CSR 活动贯穿整个价值链，希望通过可持续的运营模式，在赢得自身成功的同时，贡献于中国社会和经济的发展。

| 利益相关方 | 实质性议题 | 参与方式 | |
|--|---|---|---|
| | | 沟通 | 监督 |
|  股东 | 风险管控 | 工作计划 汇报会议 | 中国经营管理会议 |
|  伙伴 | CSR 采购 对伙伴发展的支持 | 公司年度方针发布 战略合作伙伴沟通会议 供应商 CSR 培训 供应商 CSR 采购说明会 经销商大会 经销商培训 最佳经销商表彰会 | 供应商 CSR 采购自查 供应商 CSR 访问诊断 举报邮箱 |
|  客户 | 本土化产品研发 产品体验 解决方案 客户服务 | 产品展会 客户热线 客户拜访 | 客户满意度调查 |
|  环境 | 绿色产品设计 污染防治 应对气候变化 资源可持续利用 回收产品再资源化 | 环境委员会 环境推进员会议 政府部门、高校工厂参观 | 节能监督员 管理体系内审、外审 土壤、地下水调查 环境影响的定期监控 |
|  员工 | 培训与职业发展 职业安全与健康 工作和生活平衡 | 员工接见日 员工代表大会 CSR 研讨会 CSR 培训 CSR 微信平台 | 员工满意度调查 CSR 意见箱 董事长交流天地（在线） CSR 微信平台 |
|  社会 | 教育与文化 社区参与 | 志愿者活动 参观和调研 新闻发布会 | 意见征询会 |

利益相关方信息公开

积淀 股东的精彩

我们的理念

我们通过开展健康、透明的经营满足股东和投资方的期望，为公司的长远发展构筑更为稳固的经营基石，进而创造可持续的商业价值。

我们的策略

| 实质性议题 | 子议题 | 2015 年管理进展 | 关键绩效指标 | 2015 年绩效 |
|-------|--------|--|-------------------------|----------|
| 风险管控 | 风险管理体系 | <ul style="list-style-type: none"> 建立了以董事长 / 总经理为最高责任者的风险管理体系 | 内部控制和合规管理方面发生重大问题的次数（次） | 0 |

恪守商业道德

诚信经营是富士施乐中国一直以来的经营理念和基本原则。我们一直秉承“诚实、客观和公正”的价值观，基于所有利益相关方的期望，建立并保持能确保公司道德标准的机制。

遵纪守法

在中国开展经营活动，遵守当地法律法规是我们最基本的责任。我们持续对人权、劳工、环境、健康安全和企业伦理等相关的法律法规进行识别和更新，定期进行合规性评价，使公司的经营管理完全遵循各项法律法规。2015 年，我们根据新劳动法的要求调整了派遣员工的比例，所有在华关联公司的合同员工比例均超过 90%。同时，为了提升员工的法律修养和法律意识，部分关联公司通过定期编写法律专栏、组织法律讲座等形式开展普法教育活动。2015 年，富士施乐中国未发生重大法律纠纷。



2015 年 12 月，富士施乐深圳工厂“12.4”法制宣传日活动

反贿赂反腐败

我们对腐败采取零容忍的态度，坚决杜绝有可能破坏公平或损坏公司声誉的问题。为了更好地落实《反贿赂反腐败政策》，公司在 2015 年展开反贿赂反腐败培训，在公司内部形成反贿赂反腐败的廉洁风气。此外，我们也重视监督，通过开设举报邮箱等方式对员工的日常工作进行监督。

反腐败相关培训

503 人次

知识产权保护

知识产权已经成为企业重要的软实力之一。我们坚决维护公司的知识产权不受侵犯，也尊重其他利益相关方的知识产权，不断建立健全知识产权保护体系，积极推行知识专利申请保护、商业秘密保护、激励机制完善等措施。2015 年，我们未发生和知识产权相关的负面事件。

知识产权保护相关培训

26 人次

2015 年，富士施乐深圳工厂着重提升核心技术的知识产权保护，在确定重点保护项目的基础上，制定《商业秘密保护制度》，明确了保护范围及保密措施，同时对相关技术人员进行培训，提高知识产权保护意识，强化知识产品保护能力。

信息安全

富士施乐中国的所有关联公司均通过 ISO 27001 信息安全管理体系认证或根据 ISO 27001 的要求进行信息安全管理。2015 年，富士施乐深圳工厂在实行信息安全委员会体制且运行良好的同时，发放了《信息安全宣传手册》，同时加强员工信息安全意识和能力的培训，以满足所有利益相关方的信息资产保护要求。特别是针对客户信息的保护，富士施乐（中国）一方面通过相关政策和承诺书等要求和约束销售人员，另一方面强化信息系统的安全管理，对客户信息数据库的查阅设置了详细的应用权限和审批流程。2015 年，我们未发生信息安全方面的负面事件。

加强风险管控

随着全球经济的不确定性以及中国的政策、市场和用工环境复杂程度的不断加深，企业面临风险的机会也日益增多。管理、平衡好风险是企业避免遭受灾害性损失，实现可持续运营的重要保障。

建立健全风险管理体制

富士施乐中国的各关联公司依照总部制定的风险管理规程，设立专职的风险管理员每年进行风险识别，通过每月召开管理会议和每年两次的回顾进行评价和跟进风险管理的成果。2015 年，富士施乐中国所有的关联公司均建立了以董事长为最高责任者的风险管理体制，通过风险识别、对策措施、紧急应对等手段降低各类风险，同时进行内部监察和评审，并进行持续改善。

共创 伙伴的精彩

我们的理念

我们秉承“共同学习、共同成长、共同强大”的合作理念，与供应商、经销商等价值链伙伴共同应对各类环境和社会的挑战，形成收益共享、责任共担的合作模式，共同为客户提供超越期待的价值。

我们的策略

| 实质性议题 | 子议题 | 2015 年管理进展 | 关键绩效指标 | 2015 年绩效 |
|----------|-------------|---|-------------------|----------|
| CSR 采购 | CSR 访问诊断 | ● 将一般供应商纳入访问诊断的范围 | CSR 问卷自查覆盖率 (%) | 100 |
| | | ● 强化供应商改善确认机制 | 基础访问诊断供应商数 (家) | 132 |
| | CSR 意识和能力提升 | ● 开展一般供应商 CSR 采购说明会 ● 系统开展供应商 CSR 培训 | 专业访问诊断供应商数 (家) | 61 |
| | | | 改善确认供应商数 (家) | 10 |
| | | | 开展冲突矿产调查供应商数 (家) | 34 |
| | | | 供应商 CSR 培训次数 (次) | 13 |
| | | | 供应商 CSR 培训参与 (人次) | 1,103 |
| | | | 供应商 CSR 培训满意度 (%) | 100 |
| 对伙伴发展的支持 | 经销商培训 | ● 构建核心经销商体系 | 经销商培训次数 (次) | 187 |
| | 市场支持 | ● 开展有价值的巡展活动 | 经销商培训覆盖 (人次) | 1,742 |
| | | | 战略合作经销商数量 (家) | 5 |

夯实可持续供应链

富士施乐中国将供应商视为“共享理念和方针的合作伙伴”，与众多供应商一道，持续完善供应商的评估与审核体系，制定针对性的持续改善计划，同时根据需求调整供应商培训的内容，与战略供应商构筑共存共荣的信赖关系，实现价值链层面的互利共赢。

深化供应商 CSR 访问

富士施乐中国在开发新供应商时，要求供应商必须符合富士施乐中国的 CSR 标准，每年供应商评价会将 CSR 作为重要的评价内容之一。同时，我们要求供应商进行 CSR 问卷自查，根据自查情况将供应商分类，并制定相应计划帮助供应商持续改善。对于风险较高的供应商，富士施乐采购公司与富士施乐深圳工厂的 CSR 专家团队会对其进行专业访问诊断，并跟进确认改善结果。2015 年，我们进一步扩大了改善确认的覆盖范围，以帮助供应商巩固改善成果。

2015 年，为了全面展开供应商 CSR 采购，控制供应链风险，我们首次将一般供应商（包括消耗品供应商、服务性供应商和派遣公司等）纳入管控范围，并根据《一般供应商 CSR 采购标准》，召开一般供应商 CSR 采购说明会，向供应商传达 CSR 要求。2015 年度，纳入 CSR 采购的 38 家一般供应商完成了 CSR 问卷自查，我们对其中 10 家进行了专业访问诊断，促使一般供应商具有初步的 CSR 意识。



富士施乐 CSR 采购诊断员在供应商现场确认

实现了因供应商 CSR 风险导致的
零停线

系统开展供应商 CSR 培训

为了进一步打造更为稳固的供应链，我们根据在供应商 CSR 专业访问诊断中发现的问题，为供应商有针对性地开发 CSR 培训教材，提供免费培训，帮助供应商提升 CSR 管理能力。

供应商对培训内容的满意率 **100%**



2015 年富士施乐深圳工厂开展的供应商 CSR 培训

2015 年富士施乐中国供应商 CSR 培训课程

| 类别 | 课程名称 |
|------|-----------------|
| 劳工人权 | 人事规章制度制定与管理 |
| | 未成年工、三期女工及派遣工管理 |
| | 工时及工资管理 |
| 环境管理 | 环境保护基础知识 |
| | 环境法律法规概要 |
| | 温室气体量化与报告管理 |
| | 三废处理管理 |
| 健康安全 | 职业健康安全培训安全篇 |
| | 职业健康安全培训管理篇 |
| | 职业健康管理 |
| | 消防安全管理 |

支持经销商发展

经销商在连接客户和富士施乐业务的过程中发挥桥梁的作用，为客户提供始终如一的价值离不开经销商们的通力合作。我们将经销商视为事业发展的伙伴，在长期的发展过程中为众多经销商提供了相对稳定和具有吸引力的成长环境，共同为客户提供及时和多样化的产品与服务。

经销商培训与能力提升

富士施乐中国在对经销商进行分级的基础上，针对不同经销商的能力和 demand 制定个性化培训计划。同时，我们通过举办各种产品的服务交流和提升能力的活动为众多经销商提供交流互动的平台，从而实现共同进步。

经销商培训次数

187 次

经销商培训覆盖

1,742 人次



2015 年，富士施乐（中国）为经销商志诚泰和举办财务研讨会

建立伙伴关系

为了能够让经销商具备与富士施乐销售团队同等的客户服务能力，满足我们销售网络无法覆盖地区的客户在中高端设备、解决方案和服务方面不断增长的需求，富士施乐（中国）从 2013 年开始启动“合作伙伴”项目。我们从核心经销商中挑选出优质合作伙伴，与其进行深度合作，帮助搭建直销团队并提供直销管理经验以及全面的销售支持。截至 2015 年，我们在湖南、福建、河北、浙江、山东共发展了 5 家战略合作经销商，通过紧密的合作共同为客户面临的打印难题提供解决方案的同时，让经销商实现更可持续的发展。

市场支持与沟通活动

我们通过巡展帮助经销商进行产品推广，同时不断建立和完善与经销商的沟通机制。2015 年，我们在经销商大会上除了介绍富士施乐中国的经营战略、产品等，还介绍了资源循环项目，表彰对回收工作有杰出贡献的经销商，与经销商建立更加紧密的合作关系，并达成价值共识。



2015 年度富士施乐（中国）经销商大会

2015 年全国经销商大会期间，富士施乐（中国）组织 54 位经销商代表参观了苏州富士施乐资源循环工厂。参观活动帮助二级经销商直观地了解回收后的富士施乐产品经过拆解、归类、质检等工序后重新进入市场的整个过程。



2015 年，富士施乐（中国）组织经销商代表参观富士施乐资源循环工厂

体验 客户的精彩

我们的理念

富士施乐中国始终致力于提供可靠、便捷、稳定的产品及多样、专业、针对性的服务以满足客户的需求，通过为客户不断创造价值解决客户的经营问题，进而为客户及其利益相关方的可持续发展做出贡献。

我们的策略

| 实质性议题 | 子议题 | 2015 年管理进展 | 关键绩效指标 | 2015 年绩效 |
|---------|---------|--|--|---------------------------|
| 本土化产品研发 | 了解本土需求 | <ul style="list-style-type: none"> 开展客户访问与回访工作 “中国定制”产品的开发 | 研发团队人数（名） | 73 |
| | 本土研发团队 | <ul style="list-style-type: none"> 提供员工发明专利奖励 | 新增“中国定制”产品数量（个） 新增知识产权数量（个） | 0 4 |
| 产品体验 | 产品安全与质量 | <ul style="list-style-type: none"> 产品事故应对流程优化 “每日良品”活动流程优化 成立不合格质量管理团队 QC 小组年度改善评比活动 | 质检平均产品合格率（%） 质量培训参与（人次） 重大产品安全事故（次） | 98.9 8,600 0 |
| | 用户体验 | <ul style="list-style-type: none"> 强化客户反馈中涉及用户体验的部分的分析和改善 | | |
| 解决方案 | 核心团队建设 | <ul style="list-style-type: none"> 专业团队 IT 核心能力建设 | 销售额中解决方案占比（%） | 16 |
| | 创新解决方案 | <ul style="list-style-type: none"> 开发云服务体系 解决方案覆盖行业在广度与深度上的拓展 | | |
| 客户服务 | 客户诉求响应 | <ul style="list-style-type: none"> 提升客户关心的物流时效与产品回收率问题 | 客户满意度（%） | 92.6 |
| | 客户满意度 | <ul style="list-style-type: none"> 确定客户满意度提升战略方向 挖掘影响客户满意度的跨部门问题 | 客户投诉 24 小时响应率（%） 客户投诉 48 小时响应率（%） 客户投诉解决率（%） 行业客户满意度排名（No.） | 99 100 92.5 No.1 |

本土化产品研发

我们根据本土需求专注本土产品研发，为中小型企业提供集经济、便捷、功能强大及环保为一身的“中国定制”系列产品，这是我们支持中小型企业快速发展的有效途径，也是我们拓展商业价值，根植中国市场的保障。

契合本土需求，是“中国定制”产品开发的出发点。富士施乐中国通过客户满意度调查与研发团队的现场调查收集客户的产品需求及使用反馈。2015 年，我们结合客户满意度调查中对现有产品的使用反馈，以及客户和经销商对新产品需

求的调研访问结果，制定了技术开发计划，如针对经销商的带有预支付系统的产品已经在几个试点中取得成功。预计 2017 年，最新的“中国定制”产品将正式发布，这款产品符合国家最新的一级能效标准，能够满足客户快速文件处理、手机等移动端便捷操作等需求。



“中国定制”产品
DocuCentre SC2020

提升产品体验

为客户打造安心的产品，提供卓越的品质体验，一直以来是富士施乐中国取得客户认可和满意的原因所在，更是客户选择、信赖我们的重要标准。构建完善的产品安全质量管理体系，不断提升产品使用体验，成为富士施乐中国客户责任的核心。

产品安全与质量

产品的安全与质量是确保卓越客户体验的前提条件。我们针对产品的整个生命周期，通过采用国际标准及先进技术确保质量的同时，持续推进改善活动以解决产品安全问题。我们的产品安全方面均通过国家产品认证中心与比利时标准实验室的认证，在华各关联公司均通过 ISO 9001 质量管理体系认证，并注重产品生命周期各个方面的质量安全问题。

我们通过质量管理体系内审制度与质量管理年度评审会议对产品的安全质量进行整体把控；在产品量产前，进行严格的安全质量测试；对供应商的零部件安全与质量及其生产过程进行定期的检查；在生产过程中，通过每日质量会议对出现的安全质量问题进行监测、管控与改善；客户与经销商所反

映的产品安全与质量问题由富士施乐日本总部与富士施乐中国统一收集整理后形成大型数据库，在排除了客户使用不当或设计问题之后，通过客户焦点小组的组织架构与会议体制反馈至富士施乐上海工厂与深圳工厂，进行后续改善。

2015年，富士施乐深圳工厂成立“低级质量问题”管理团队，及时发现和解决生产线操作人员所产生的产品品质隐患和问题，并进行持续地跟踪和培训。同时，我们在供应商中拓展了“每日良品”活动，在“每日良品”活动中发现的供应商问题反馈对象由原先的供应商品质部门上升至总经理，提高了供应商零部件的品质管理水平。

我们导入了产品安全事故在线系统，产品安全事故的基本信息会第一时间通过在线系统传递到产品研发、安全质量、销售、售后服务等所有相关部门，并在第一时间响应客户、调查事故原因并反馈后续处理结果。2015年，依靠产品安全事故在线系统，我们迅速完成了对一起产品起火事故的调查和处理，邀请日本和本土工程师一起对残骸进行分析，最终发现是外部火源导致的产品起火。

创新解决方案

为帮助企业提高生产力、降低运营成本并改善业务流程，富士施乐（中国）提供了丰富的文件管理解决方案，助力企业解决经营中的问题，使之更专注于核心业务，并获得更多商业价值。

打造专业核心团队

2015年，富士施乐（中国）的解决方案团队获得了云计算精要、A+IT等行业专业认证，提升了核心团队对于新兴的互联网工作方式和最终用户需求变化的理解，开发设计出更符合市场需求，能为企业创造更高附加价值的文件管理解决方案。

解决方案
团队人数

68名

文件管理解决方案的业务占比

16%

定制化解决方案

2015年，为便于不同行业的企业体验，我们对广受客户欢迎的文件管理解决方案进行了标准化开发。而随着互联网+、移动互联以及云技术的日益普及，企业的业务流程和工作方式也发生了变化，我们也结合最新的市场需求和变化，强化了文件管理解决方案与移动应用和云技术等最新技术的融合。

绿色智能文印平台

形象展示企业绿色文印，可按需定制的绿色智能文印管理系统

智能交互文件管理

自动化企业文档采集及数据提取、整合及优化企业现有流程

微信自助文印平台

微信扫码登陆及付费，随到随用，随用随付，降低整体成本，提升用户体验

优化客户服务

提供超越客户期待的服务是富士施乐中国为企业创造价值的重要延伸。我们不断优化服务流程并完善服务制度，并通过多样化的服务模式为客户提供最佳的应用体验和售后支持，确保客户在体验富士施乐的产品和解决方案时无后顾之忧。

客户诉求响应

2015年，为了提升客户响应速度、优化客户体验，我们建立和开发了客户服务部门的沟通与应用平台，提升了现场工程师之间、工程师与支持团队的沟通有效性，大大提高了工程师现场服务的效率。我们也组织了工程师现场服务能力的培训，通过设置客户现场问题解决时间等绩效指标以及工程师客户服务大赛等活动，提升了工程师技术服务能力与现场沟通技巧。同时，内部的技术专家也针对不同区域工程师的问题提出了相应的改善建议。

为了持续改进我们的服务，2015年，我们根据客户满意度调查结果及客户意见反馈的应对处理，新增或优化了6项流程，其中覆盖物流、客户服务热线和客户反馈跟踪等环节。

富士施乐中国客户诉求响应体系



技术支持中心

专注于富士施乐硬件设备与相关解决方案的远程专业技术支持，为客户提供全面便捷的技术支持服务



客户培训中心

为客户提供现场培训服务、集中式培训服务和有偿培训服务，减少因设备操作问题而造成的故障



客户支持中心热线

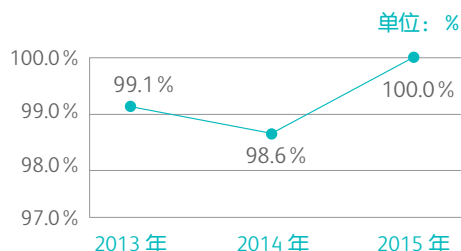
引入最先进的电话系统，为最终客户和授权服务商提供全方位一站式服务



专业服务支持队伍

包括客户工程师、客户培训老师和硬件技术支持专家在内的服务支持队伍为客户提供专业、快捷的维修服务

48小时客户投诉响应率



客户满意度提升

了解客户诉求和期望，与客户建立长期合作互信的关系，是提升客户满意度的基础和目的。2015年，我们重点关注客户关心的响应时效与废旧产品回收等问题，导入了两项新的物流相关信息系统，连续三年蝉联行业客户满意度第一。为了保持在客户服务方面的领先地位，我们更新了客户满意度管理的战略，同时制定了相应的改善计划。

富士施乐中国客户满意度管理战略



贡献行业发展

富士施乐中国的发展离不开上下游企业的发展，也得益于中国打印设备、印刷、光学等行业的不断进步。一直以来运用自身的技术优势和服务经验，积极携手权威机构，推动行业内标准化体系的落地，为中国的相关行业发展做出贡献。

2015年，复印机被纳入《废弃电子电器产品回收管理条例》，富士施乐资源循环工厂作为被工信部认定的再制造试点模范企业，积极参与再制造方面的国家标准制定，为中国企业整体再制造水平的提升贡献力量。

共生 环境的精彩

我们的理念

我们致力于研发与生产更加节能环保的产品，将绿色共生理念贯彻到从原材料采购、生产、物流、客户现场能耗直到设备使用后的资源循环的整个产品生命周期，努力降低自身以及供应商、经销商、客户等产业链对环境的负面影响，共同贡献环境可持续发展。

我们的策略

| 实质性议题 | 子议题 | 2015 年管理进展 | 关键绩效指标 | 2015 年绩效 |
|--------------|---|--|--------------|----------|
| 绿色产品设计 | 产品环保性能 | <ul style="list-style-type: none"> • 多项产品获得中国环境标志低碳产品认证、中国环境标志产品认证、节能产品认证 | 执行绿色采购比例（%） | 100 |
| 污染防治 | 废弃物“零排放” | <ul style="list-style-type: none"> • 工艺技术和过程优化 • 降低生活垃圾和厨余垃圾排放 | 固体废弃物排放量（吨） | 2,853 |
| | 危险化学品管理 | <ul style="list-style-type: none"> • 化学物质信息数据库管理系统 | | |
| 应对气候变化 | 节能减排 | <ul style="list-style-type: none"> • 照明系统改造 | 温室气体排放量（吨） | 34,545 |
| | | <ul style="list-style-type: none"> • 空调系统改造 | 电力使用量（万千瓦时） | 40,555 |
| | | <ul style="list-style-type: none"> • 深圳工厂取得 ISO 50001 能源管理体系认证 | | |
| 资源可持续利用 | 水资源管理 | <ul style="list-style-type: none"> • 污水系统改造 | 用水量（吨） | 389,829 |
| | 物流环节的循环利用 | <ul style="list-style-type: none"> • 物流包装回收再利用 | | |
| 回收产品 再资源化 | 废旧产品回收 | <ul style="list-style-type: none"> • 优化物流供应商及物流环节提升回收效率 | 耗材整体回收率（%） | 59 |
| | | <ul style="list-style-type: none"> • 客户绿色教育嵌入工程师装机流程 | 回收机器数量（台） | 5,534 |
| | | <ul style="list-style-type: none"> • 推行奖惩制度提高经销商回收率 | 新增加再制品类（个） | 2 |
| | <ul style="list-style-type: none"> • 偏远客户采用邮寄到付的回收方式 | 减少利用新资源（吨） | 29 | |
| | 废旧产品处理 | <ul style="list-style-type: none"> • 优化处理流程 • 新增加再制品类 | 回收产品再资源化率（%） | 99.99 |

绿色产品设计

“绿色产品始于绿色设计”——富士施乐中国始终秉承这一环保理念，通过原材料的绿色采购，在生产过程中严格执行国家绿色标准，以及采用先进的节能技术等，为客户提供更加节能、环保的绿色产品。

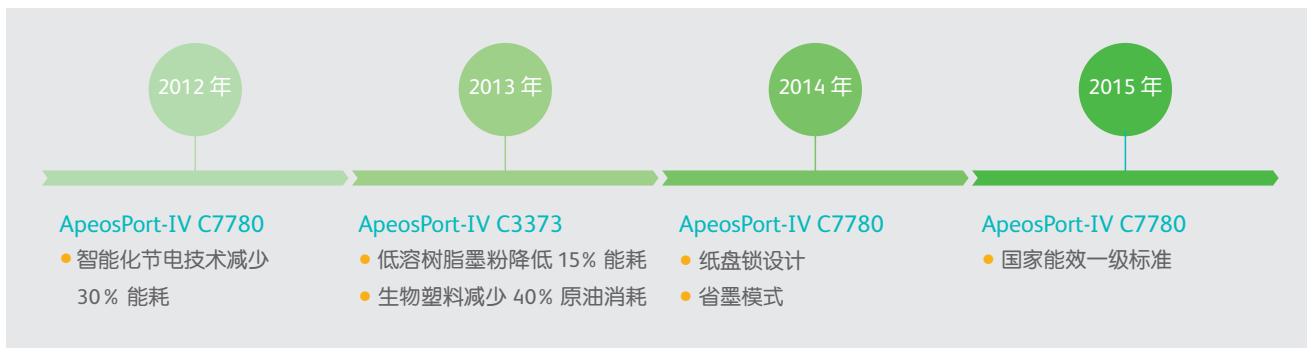
产品的环保性能

在设计新产品和改进原有产品的过程上，我们将绿色环保理念融入到产品的设计、生产和销售等各个环节，通过原材料的绿色采购，严格执行各项国际及区域性标准，利用节能环保材料，减少不必要的用料；精心设计装配、测试方法和步骤，减少不必要的工具、辅料和测试纸张，从而在产品生产过程和使用过程中降低对环境的危害和二氧化碳排放量。

富士施乐中国为客户提供具有业界最先进节能环保技术的绿色产品以及低碳绿色的文件管理解决方案，并通过长期的倡导使绿色打印和低碳办公的环保理念逐渐被客户及合作伙伴所接受。

2015 年国家公布了新的《能源效率标识管理办法》，并于 2016 年 6 月 1 日起正式实施，我们对照新的能效一级标准，对多款专为中国市场量身定制的产品进行了电源、加热、节能软件等方面的优化，确保所有产品均达到最新国家能效一级标准。

富士施乐中国环保产品研发历程



抑制环境污染

富士施乐中国充分认识到生产过程中可能对环境产生的负面影响，通过全力推行生产过程的“零排放”和有害化学品管控，努力将对环境的负面影响降至最低。

环保总投入 **825** 万元

危险化学品管控

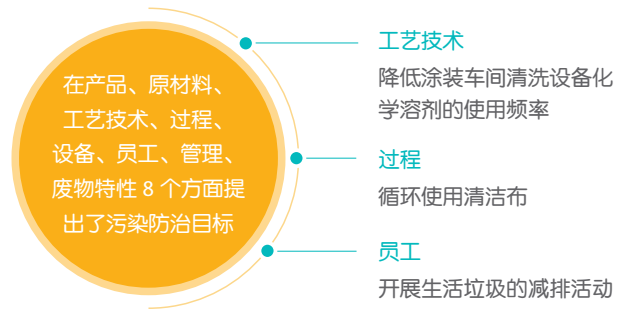
为尽可能降低化学物质对环境的污染以及安全方面的风险，总部设立危险化学品监察部门，并制定了严于国家法规的企业内部标准。我们创建了化学物质信息数据库管理系统，对禁止和限制使用的化学物质进行统一管理，并积极推进减少利用有害化学物质的活动。2015 年，我们未发生重大的危险化学品风险或问题。

废弃物“零排放”

我们秉持“3R”（Reduce Reuse Recycle）原则，从生产源头控制废弃物的产出量，对于无法避免的物料残余、物流和生产过程中的废弃物，我们联合供应商进行最大程度的再利用，对于无法再利用的废弃物则交由有资质的机构进行再生利用或无害化处理。2015年，富士施乐深圳工厂固体废弃物产生量同比减少约17%，工业固体废物综合利用率提升至85%；富士施乐上海工厂完成了第二轮清洁生产审核项目。

富士施乐上海工厂与深圳工厂废弃物再资源化率 **99.99%**

富士施乐中国 2015 年减少废弃物排放举措



应对气候变化

提高能源利用效率，减少温室气体排放，是每一个地球成员共同的责任。我们通过持续开展各项节能项目，积极参与碳排放交易，减少碳足迹，履行应对全球气候变化的环境责任。

富士施乐中国各生产企业不断优化能源结构，提高能源管理水平，并开始尝试引进国际最先进的能源管理体系。2015年，富士施乐深圳工厂遵循 ISO 50001 体系的运行准则，将节能目标层层分解至各能源使用部门，指导、督促各部门制定节能措施和管理方案，并组织各部门能源推进员开展节能巡视工作，监督其节能改善方案的执行状况，共实施 10 项年节能量 10 吨标准煤以上的节能技改项目，整体用电量比 2014 年度降低 3,685 千千瓦时，同比降低 9.8%。



富士施乐深圳工厂是富士施乐中国首家获得 ISO 50001 认证的企业

2015年，富士施乐上海工厂派出多名环境管理人员参加上海市闵行区“能源管理师”岗位培训班，系统学习了能源管理知识，提高了能源管理水平。

富士施乐深圳工厂作为碳交易的试点单位，于 2016 年 3 月委托第三方机构对 2015 年的二氧化碳排放量进行核查，碳核查结果比政府分配量少 32%，比工业增加值增长后允许排放量少 42%，超额达成排放目标。

资源可持续利用

水、森林、土地、能源等是人类赖以生存，社会不断发展进步的基础。富士施乐中国持续开展资源的可持续利用，不仅节约了新资源，也让有限的资源在高效及循环利用的过程中发挥最大价值。

水资源管理

为了保护弥足珍贵的水资源，我们在推行节水措施的同时，还对污水排放情况进行管控，以减轻对水环境的污染。2015年，富士施乐深圳工厂将清洗空调内机的废水沉淀后再次利用，并为大型水龙头和绿化用水龙头加锁，用水总量同比 2014 年度递减了 3.7%，人均用水量减少 11%。富士施乐上海工厂投入 8 万余元增设热水饮水机精华处理装置，同时加强了锈水的多元利用，基本杜绝了管道锈水排放问题，在节约用水量的同时也改善了员工的饮用水质。

物流环节的循环利用

富士施乐中国已不再满足于将零部件的外包装箱直接交给废品回收站的简单回收处理方式，而是要求各零部件供应商将这些外包装箱回收后重复使用，每次在供应商送货的同时把空包装箱带回去用于下一批零部件的包装箱。富士施乐上海工厂和深圳工厂还通过“送牛奶”（Milk Run）的方式派车将空包装箱送到供应商工厂，同时取回新零部件。这些举措不仅大大降低了废弃物的数量，也降低了公司和供应商的成本，更提高了供应商的资源循环意识。

回收产品再资源化

对客户使用过的产品进行回收和再资源化是我们产品全生命周期管理的重要一环。为实现“零废弃、零污染、零非法丢弃”的环保目标，我们通过构建整合资源循环系统，实现了对废旧产品及耗材的再利用和再资源化。

通过与第三方物流公司直接合作，持续开展对经销商的回收教育及奖惩等举措，2015年的耗材和设备的回收率和回收量都有大幅提高。同年11月，AB-MF和Varenne CRU两个再生品获得国家工信部再制造产品认定，富士施乐是此次办公设备行业唯一一家获得再制造产品认证的企业。2015年，富士施乐中国耗材的再制品种已达18种。



富士施乐资源循环工厂利用拆解后的零件制造的花洒

富士施乐中国 2015 年提高回收率措施

意识提升

- 分销商代表参观资源循环工厂
- 新增 22 家回收合作伙伴
- 开展物流公司与经销商的回收竞赛

处理环节

- 货物重量数据共享，减少工厂称重环节
- 采用定制周转箱进行同区域运输

物流环节

- 与第三方物流商直接签订合同，制定回收流程和绩效考核
- 偏远地区采用“邮寄到付”方式

环境意识融入

富士施乐中国一直是环保理念的先行者，也越发意识到传播环保理念、培育环保能力的重要性。我们在提高员工环保意识的同时，也尽可能吸引周边社区参与到我们的环保行动中来，一同守护地球母亲的碧水蓝天。

意识提升

- 环境安全知识竞赛
- 世界环境日主题宣传
- 环保征文活动



环保征文活动

节能减排

- 节能培训
- 奖励节能改善建议
- “节约光荣”光盘有奖行动



光盘有奖行动

污染防治

- 无车日活动



“无车日”活动

公益环保

- “万人同植万株树”活动
- 社区绿化及苗木守护



社区绿化及苗木守护活动

绽放 员工的精彩

我们的理念

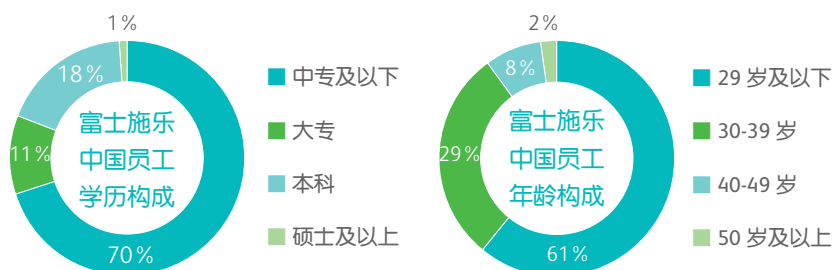
我们致力于为员工创造积极工作、快乐成长的环境，不仅帮助员工迎接挑战，实现个人的成长与变化，也通过人才培养、增进身心健康、拓展职业空间等方式，让每位员工都可以最大程度发挥自身潜能，实现员工与公司的共同发展。

我们的策略

| 实质性议题 | 子议题 | 2015 年管理进展 | 关键绩效指标 | 2015 年绩效 |
|---------|-----------|--|---------------------------------|---------------|
| 职业安全与健康 | 员工安全培训 | <ul style="list-style-type: none"> EHS 巡视制度 | 安全生产投入（万元） | 6,577 |
| | 安全可靠的工作环境 | <ul style="list-style-type: none"> 职业危险因素监测 | 安全培训参与（人次） 报社保员工伤亡事故数（件） | 7,700 1 |
| 培训与职业发展 | 完善培训机制 | <ul style="list-style-type: none"> 扩大海外研修项目 建立内部讲师培训体系 | 人均培训时间（小时） 轮岗次数（人次） | 11.3 1,417 |
| | 职业发展 | <ul style="list-style-type: none"> 提供海外工作机会 支持员工完成转型方面的培训与认证 | | |
| 工作和生活平衡 | 员工关爱 | <ul style="list-style-type: none"> 妈咪小屋 EAP 员工关爱项目持续深入开展 | 人均带薪休假天数（天） EAP 员工关爱项目参与（人次） | 9.4 2,745 |
| | 文体活动 | <ul style="list-style-type: none"> 开展多项文体活动 | | |
| | 员工满意度 | <ul style="list-style-type: none"> 优化员工满意度调查方法 | | |

尊重和包容的职场空间

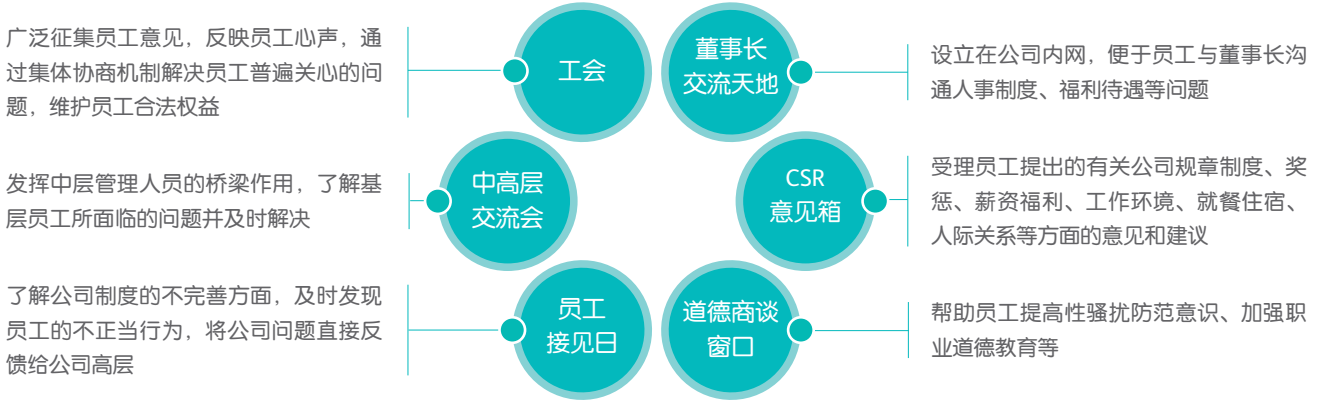
我们严格遵守中国的各项法律法规、国际人权公约和劳工标准，尊重和维员工的各项合法权益，杜绝因宗教、性别、婚姻状况等因素而产生歧视，禁止强迫劳动和雇佣童工等，为所有员工营造一个多元、公平的发展环境。



员工对话与沟通渠道

我们倡导开放式沟通，建立了多层次的沟通机制，并认真对待员工对公司的态度和意见，积极回应员工的需求和期望。我们所有的关联公司均设有工会，通过工会主席和公司管理层与员工的定期沟通，确保员工的民主参与权利得到有效实施，建立和谐的劳动关系。

正式员工参与工会比例 **100%**



安全舒适的工作环境

员工的安全与健康是工作的基础，也是履行员工社会责任的核心内容。富士施乐中国不断完善职业健康安全保障体系与制度，建立健全覆盖所有员工的安全培训机制，尽可能识别与改善工作场所各类潜在的健康与安全风险，努力打造安全舒适的工作环境。

员工安全培训

不断完善安全教育及考核体制，开展全面的员工安全培训，是保障员工职业安全的有效措施。富士施乐中国制定了完善的安全培训体系，确保从员工入职开始在各个阶段都能通过培训养成良好的安全意识，提高防范安全风险的能力。



2015年，富士施乐深圳工厂开展安全知识竞赛



2015年，富士施乐深圳工厂进行消防应急演练

体检及健康档案覆盖率 **100%**

富士施乐中国员工安全培训举措

| | |
|----------|--------------------------------------|
| 客户培训中心 | 按国家规定的学时要求开展新员工三级安全培训 |
| 危险岗位安全培训 | 针对危险岗位员工定期开展职业安全培训 |
| 安全管理人员培训 | 按照《安全主任管理规程》制定公司内安全主任培训教育计划并实施任职资格培训 |
| 危险预知训练项目 | 以班组为单位开展潜在危险隐患的识别与应对 |
| 安全宣传活动 | 不定期开展安全知识竞赛、参观安监办警示教育中心等活动 |

安全可靠的工作环境

围绕“零安全生产事故”的目标，富士施乐中国持续完善安全管理体系，从安全体系构建、现场隐患识别、安全应急管理等方面不断推进完善，为员工打造一个安全可靠的生产作业环境。富士施乐中国的生产企业早在 2004 年就取得了 OHSAS 18001 职业安全卫生管理体系认证，并严格监测体系运行情况；通过每周的高层巡视、各部门和班组每日、每周、每月的巡视活动，对安全隐患和员工的不安全行为进行排查与改善，及时消除安全隐患。

安全生产事故数 **0** 起

职业病 **0** 例

2014年，在富士施乐上海工厂职业危害因素监测中，公司发现了化学品超标、粉尘超标，噪声超标等现场安全隐患。2015年，通过增设排气设施、加强设备隔离密闭性、导入自动化等方式实现了对上述职业危险隐患的改善，降低了公司的职业危害管理风险。

施展才华的舞台

员工的成长与公司的发展息息相关。富士施乐中国注重员工能力的提升、职业发展和个人成长，为员工提供多样化的培训和透明公平的职业发展机会，帮助员工适应时代变迁与公司转型，在工作岗位上实现自身价值。

完善培训机制

富士施乐中国学习发展中心和人事部为员工提供包括入职培训、岗位培训、海外研修、内部讲师培训、自我启发培训等方式的系统化培训，并通过在线学习系统让员工培训更加方便、快捷。2015年，富士施乐（中国）拓展了海外研修项目，提供员工赴新加坡和日本总部学习的机会，让员工提出自己的研修设想和需求，给员工发展转型提供便捷；富士施乐深圳工厂新增《慧眼识图》《设计变更导入流程》《RoHS 应用教育基础》等技术课程以及《报联商》（即在企业内实现有效沟通的“报告”“联络”“商谈”）等管理类课程，进一步丰富了现有的培训课程。



富士施乐（中国）进行“问题解决方法”的相关培训

员工的职业发展

富士施乐中国根据岗位与专业的差异，为不同员工制定职业发展规划，支持员工从公司发展需求出发，结合自身优势和兴趣选择适合自己的职业发展路径。我们为员工不同的职业发展阶段提供相应的学习计划，帮助员工提前储备所需知识、技能与素养，以便顺利晋升到更高层级的岗位。

2015年我们的重点目标是实现业务转型。公司业务的转型离不开员工个人在思维方式、创新精神和工作习惯等方面的转变。为此，我们特别鼓励并帮助销售人员取得 IT 相关的认证，以适应在不断变化的互联网环境下的各项业务的发展。

轮岗人数 **1,417** 名

公开招聘职位数 **604** 个

接受定期绩效及职业发展考评的员工比例 **77.3**%



员工的心声



项目参加者 吕晓敏

富士施乐（中国）海外研修项目

公司在员工培训，特别是销售人员培训方面一直在行业里非常领先。我自己几年前就听说了海外研修项目，今年全面向员工开放之后，我也是非常努力地去争取到这个机会。第一轮选拔需要提交一篇论文，需要对公司、行业、销售和市场发展趋势有非常深刻的认知，也需要表明自己详细的学习目的、方向以及回国之后能够给公司带来什么价值；之后就是与上级领导和多位高管的沟通，他们不仅仅关注两年之后研修人员回归带给公司的价值，而且对研修人员领导力的提升有更加长远的期待。

舒心愉悦的氛围

“愉悦”是富士施乐实现“优秀企业”最重要的价值体现之一。我们通过提升工作环境的多元包容性、举办各类文体活动，关爱员工的身心健康等多种措施，努力为员工构建一个和谐、多元、快乐的工作环境。

员工关爱

作为根植中国的跨国企业，我们拥有不同文化背景的员工，理解并促进多元文化的碰撞与融合。我们还注重保护女性员工、残障员工的各项权益，为所有员工营造一个公平竞争、自由发展的工作环境。

2015年，富士施乐深圳工厂在长期开设多样化的员工帮助与关爱培训课程的基础上，首次将基层管理员工纳入员工心理健康体检范围，200余名员工参与了心理健康测评，包括职业压力和心理健康，并由专业心理咨询师，进行测评结果解读，帮助员工准确了解心理健康状况，与心理咨询师共同探讨应对方法，释放压力、解决疑惑，维护心理健康。此外，为了保障女性员工的健康，工会为公司全体女性员工购买安康险。



2015年，富士施乐（中国）为哺乳期的女性员工新设了妈咪小屋，为她们提供一个安静、隐私的休憩场所

员工满意度

我们努力为员工营造一个能充分发挥个人价值、充满归属感的工作环境。员工满意度调查作为我们倾听员工心声的途径，也是我们提高员工整体满意度的重要手段。2015年，富士施乐中国各关联公司针对所有员工进行满意度调查，并对调查结果进行跟进和持续改善。

丰富多彩的文体活动

2015年，我们开展了文艺晚会、生日会、歌唱比赛、运动赛事、家庭日等形式多样的文体活动，以丰富员工的业余生活，缓解工作和生活的压力，提升团队的凝聚力。



2015年，富士施乐深圳工厂开展11次员工拓展活动，促进了员工之间的沟通和团队的融合

员工拓展
参加人数
440名

2015年，富士施乐（中国）总裁杯篮球赛开赛。本次比赛经过了前期的层层选拔，最终选出了8支强队展开了激烈的对战。



2015年富士施乐（中国）总裁杯篮球赛

2015年，富士施乐中国友谊杯足球赛开赛。本次足球赛得到了各个公司员工的热烈支持，促进了员工之间的团结，提升了团队的凝聚力。



2015年富士施乐中国友谊杯足球赛

2015年，富士施乐资源循环工厂举办第二届家庭日活动。本届家庭日由工厂内部转为室外大公园，增加了团队赛中的亲子类项目，提升家长和孩子的互动，获得员工的积极响应和好评。



2015年富士施乐资源循环工厂第二届家庭日活动

员工家庭日参加人数
261名（其中家属**141**名）

共享 社会的精彩

我们的理念

促进社会的福祉和教育的进步是我们一直以来的理念。我们注重发挥公司的业务优势解决社会问题，鼓励员工积极参与社区活动，通过长期和广泛的 CSR 举措促进文化的发展，并构建更美好、和谐和可持续发展的社会。

我们的策略

| 实质性议题 | 子议题 | 2015 年管理进展 | 关键绩效指标 | 2015 年绩效 |
|-------|----------|---|---------------|----------|
| 教育与文化 | 携手多方机构合作 | <ul style="list-style-type: none"> 与普洛斯合作捐献文印设备 携手“心工艺”助力残障人士 | 奖学金受益学生数（名） | 75 |
| | 关注教育 | <ul style="list-style-type: none"> 开展小学支教活动 希望小学师生来访 扩大大字体教材项目 | 印制大字体教材数量（本） | 685 |
| 社区参与 | 志愿者活动 | <ul style="list-style-type: none"> 开展爱心储蓄罐行动 | 员工志愿者参与人次（人次） | 8,516 |
| | | | 员工志愿者参与时间（小时） | 4,011 |
| | | | 捐赠打印复印设备（台） | 8 |
| | | | 公益捐赠总额（万元） | 38 |

关注教育与文化

教育是立国之本，下一代人才的良好教育是中国社会可持续发展的关键。因此，支持中国的教育事业一直是我们社会贡献活动的重点议题之一。

发挥专业优势解决社会问题

我们一直在积极思考和探索更加切实可行的公益模式，整合客户、公益组织、合作伙伴、政府机构等利益相关方的资源，发挥各自的专业优势，搭建为解决社会问题而共同努力的平台。

案例 携手“心公艺 heArtS”支持残障人士艺术教育

“心公艺”是一家致力于以艺术引导心智障碍人士展示自身才华、融入社会的民间公益组织，专为心智障碍人士提供艺术类课程教学。作为教学活动中的重要一环，“心公艺”要将所有学员的每一幅作品进行扫描并保存为电子文档，用于记录学员成长、后期宣传和艺术品制作等，如何保存绘画作品并进行电子存档是长期困扰“心公艺”的难题。



“心公艺”为感谢“Scan with heArtS”公益项目特赠与富士施乐学员作品（左图）。“心公艺”主创人员与富士施乐（中国）总裁余树章于合作仪式留影（右图）



富士施乐（中国）员工志愿者参与扫描活动

2016年2月，富士施乐（中国）与“心公艺”合作开展“Scan with heArtS”，为“心公艺”无偿提供彩色数码多功能设备进行彩色扫描服务，65名来自富士施乐（中国）的员工志愿者在公司展厅帮助“心公艺”扫描画作685幅，让特殊群体学员的原创艺术作品能够以更丰富的形式向外界展示和传播。

促进教育普及

我们积极支援贫困地区的教育，通过援建山区贫困小学、提供奖学金和助学金、捐赠打印机和数码多功能设备等方式，改善贫困地区的教育环境。

我们在西安交通大学、哈尔滨工业大学、北京交通大学等多所学校设立奖（助）学金，用于资助及奖励品学兼优的大学生，减轻他们的经济负担，鼓励他们努力学习，已经累计有1,220人次受益。2015年，富士施乐奖学金受益人数为75名。

富士施乐中国先后捐建了5所小学



我们在 1997 年至 2008 年间，先后出资在江西、甘肃、重庆、河北和云南捐建了五所富士施乐小学，并通过持续至今的捐赠和访问，支持偏远地区的教育文化建设。



2015 年敦煌富士施乐希望小学师生回访富士施乐深圳工厂

早在 2013 年，云南省会泽县大桥乡和河北省滦平县金沟屯镇两所富士施乐环保小学的师生就来到富士施乐深圳工厂进行交流访问。2015 年，以富士施乐深圳工厂成立 20 周年纪念为契机，敦煌富士施乐希望小学学生代表、老师、教育研究员一行 19 人，来到富士施乐深圳工厂进行“爱心之旅”访问。通过为期三天的回访实践，来访师生们对富士施乐深圳工厂和深圳市都有了深入的了解，孩子们也增长了见识。

2015 年，富士施乐深圳工厂对富士施乐河北环保小学开展了为期两周的优秀班长支教活动，向老师及同学们教授了电脑的基础操作，让老师们体验到了科技发展对学习和生活带来的便利，也填补了他们在信息技术教育方面的空白。

贡献社区发展

融入当地社区，与社区共同发展是富士施乐中国本土化发展的重要体现。我们根据区域经济社会发展需求，积极投身于社区建设，开展各种公益活动，为社区繁荣和进步贡献力量。

富士施乐深圳工厂为提升员工的奉献意识，员工参与志愿者活动即自动注册为义工团成员，鼓励所有员工参加志愿服务。2015 年，富士施乐深圳工厂针对内外部环境变化及新增社会需求，举办了 14 次形式多样的义工活动。



2015 年 9 月，富士施乐采购公司开展“阳光之家”迎中秋活动

案例 “小爱心 大力量” 爱心储蓄罐行动



2015 年富士施乐深圳工厂启动“小爱心 大力量”爱心储蓄罐基金项目

在中国社会留守儿童问题日趋严重的背景下，2015 年，富士施乐深圳工厂启动爱心储蓄罐项目，该基金来源于自愿加入的员工每月工资尾数不足 1 元的零钱及公司一比一配比的部分。该基金首先用于帮助富士施乐深圳工厂存在留守儿童问题的员工，通过设置亲子关系咨询热线，对员工开设教育和亲子关系相关的工作坊等活动，在外出打工的家长和孩子之间建立情感纽带，解决困扰家长和心理健康的心理健康等问题。2015 年，超过 2,500 名员工加入爱心储蓄罐基金，未来也计划用这笔资金帮助公司员工以外的留守儿童家庭。

主要 CSR 指标

客户

重大产品事故的发生次数（单位：次）

定义：每年发生的产品相关事故的次数，其中出现伤亡 / 火灾等重大伤害或其他危险性事故。

| 范围 | 2013 年绩效 | 2014 年绩效 | 2015 年绩效 | 2016 年目标 |
|--------|----------|----------|----------|----------|
| 富士施乐中国 | 0 | 0 | 0 | 0 |

2015 年绩效表明：富士施乐中国竭力为客户提供优质、安全的产品，没有发生重大产品事故。

客户满意度（单位：%）

定义：设备安装 90 天后开展的客户满意度调查结果

| 范围 | 2013 年绩效 | 2014 年绩效 | 2015 年绩效 | 2016 年目标 |
|--------|----------|----------|----------|----------|
| 富士施乐中国 | 91.3 | 91.9 | 92.6 | 93.0 |

2015 年绩效表明：富士施乐（中国）通过缩短客户响应时间，改善现有问题等方式提升了客户满意度。

员工

人均带薪休假天数（单位：天）

定义：平均每人每年能够享受的带薪休假天数。

| 范围 | 2013 年绩效 | 2014 年绩效 | 2015 年绩效 | 2016 年目标 |
|--------|----------|----------|----------|----------|
| 富士施乐中国 | 8.3 | 8.4 | 9.4 | 9.5 |

2015 年绩效表明：富士施乐中国结合自身运营特点，致力于给员工提供合理假期，带薪休假天数有所增长。

员工流失率（月度）（单位：%）

定义：员工离职人数与同一时期内员工总人数的比例。

| 范围 | 2013 年绩效 | 2014 年绩效 | 2015 年绩效 | 2016 年目标 |
|----------|----------|----------|----------|----------|
| 生产企业 | 4.1 | 2.4 | 1.5 | 1.5 |
| 富士施乐采购公司 | 0.5 | 1.9 | 1.9 | 1.8 |
| 富士施乐（中国） | 2.2 | 2.1 | 2.1 | 2.0 |

2015 年绩效表明：富士施乐中国基于自身行业特点，员工基本保持稳定。其中，生产企业采取了一系列措施为工人创造良好的工作环境和氛围，离职率进一步降低。

女性管理者比例（单位：%）

定义：女性管理者占管理者总数的比例（管理者指经理及以上级别）。

| 范围 | 2013 年绩效 | 2014 年绩效 | 2015 年绩效 | 2016 年目标 |
|--------|----------|----------|----------|----------|
| 富士施乐中国 | 27.5 | 27.3 | 27.9 | 29.3 |

2015 年绩效表明：富士施乐中国为女性员工提供公平的职业发展机会，推进女性员工在经理职位中的任用，女性管理者比例略有上升。

供应商

本地化采购比例（单位：%）

定义：本地化采购零部件的金额占总采购金额的比例。

| 范围 | 2013 年绩效 | 2014 年绩效 | 2015 年绩效 | 2016 年目标 |
|--------|----------|----------|----------|-------------|
| 富士施乐中国 | 65.7 | 67.7 | 67.9 | 维持一定水平的本土采购 |

2015 年绩效表明：富士施乐中国的本地化采购比例逐年增加，是零部件采购向中国转移的结果，今后会继续扩大本地化采购。

合同履行率（单位：%）

定义：与供应商、经销商签订合同的履约率。

| 范围 | 2013 年绩效 | 2014 年绩效 | 2015 年绩效 | 2016 年目标 |
|--------|----------|----------|----------|----------|
| 富士施乐中国 | 100 | 100 | 100 | 100 |

2015 年绩效表明：富士施乐中国严格遵守各类合同和协议，确保 100% 的合同履约率。

环境

能源资源使用量

定义：生产运营中的能源资源使用量。

| 指标 | 范围 | 2013 年绩效 | 2014 年绩效 | 2015 年绩效 | 2016 年目标 |
|--------------|---------------|----------|----------|----------|----------|
| 生产及生活用水（吨） | 生产企业 | 424,880 | 418,427 | 389,829 | 370,338 |
| 电力使用量（万千瓦时） | 生产企业 | 46,542 | 44,311 | 40,555 | 38,527 |
| 柴油使用量（千升） | 富士施乐深圳工厂和上海工厂 | 324 | 342 | 317 | 301 |
| 汽油使用量（千升） | 富士施乐深圳工厂和上海工厂 | 57 | 53 | 52 | 49 |
| 液化石油气使用量（吨） | 生产企业 | 229 | 0 | 2 | 1.9 |
| 天然气使用量（千立方米） | 富士施乐深圳工厂和上海工厂 | 237 | 453 | 428 | 407 |

2015 年绩效表明：富士施乐中国的三家生产企业逐步减少能源、资源消耗量，降低了用水量 and 用电量。

废弃物排放量（单位：吨）

定义：生产范围中的废弃物排放量。

| 指标 | 范围 | 2013 年绩效 | 2014 年绩效 | 2015 年绩效 | 2016 年目标 |
|----------|------|----------|----------|----------|----------|
| 废水排放量 | 生产企业 | 382,392 | 376,584 | 350,846 | 33,304 |
| 固体废弃物排放量 | 生产企业 | 4,525 | 3,344 | 2,853 | 2,710 |

2015 年绩效表明：富士施乐中国三家生产企业设定了降低废弃物排放量的目标，努力将生产过程中对环境的影响降至最低。

回收产品的再资源化率（单位：%）

定义：国内回收的多功能复合机和打印机的主体部分（耗材除外）中再利用的零部件或转化为原材料、热能等再生资源的比率。

| 范围 | 2013 年绩效 | 2014 年绩效 | 2015 年绩效 | 2016 年目标 |
|------------|----------|----------|----------|----------|
| 富士施乐资源循环工厂 | 99.7 | 99.9 | 99.99 | 99.99 |

2015 年绩效表明：富士施乐资源循环工厂引入相关系统，扩大再制造的品类，再资源化率得到进一步的提升。

温室气体排放量（单位：吨）

定义：温室气体（主要为二氧化碳）的排放量。

| 范围 | 2013 年绩效 | 2014 年绩效 | 2015 年绩效 | 2016 年目标 |
|--------|----------|----------|----------|----------|
| 富士施乐中国 | 39,565 | 37,585 | 34,545 | 32,815 |

注：该数据不包括富士施乐采购公司

2015 年绩效表明：富士施乐中国持续通过节能减排和绿色办公等措施，在华各企业的温室气体的实际排放量呈现逐年减少的趋势。同时，我们会将富士施乐采购公司纳入统计范围。

 **社会**
公益志愿者活动人次（单位：人次）

定义：每年参与公益志愿者活动的员工人次。

| 范围 | 2013 年绩效 | 2014 年绩效 | 2015 年绩效 | 2016 年目标 |
|--------|----------|----------|----------|----------|
| 富士施乐中国 | 814（人） | 14,510 | 8,516 | 8,942 |

2015 年绩效表明：富士施乐中国公益志愿者队伍保持一定规模。

注：在主要 CSR 指标部分，生产企业指富士施乐中国三家工厂，即富士施乐上海工厂、富士施乐深圳工厂和富士施乐资源循环工厂。

附录

社会认可

| 颁发时间 | 荣誉名称 | 获奖企业 | 颁发机构 |
|---------|--|------------------|------------------------|
| 2015.3 | 2014 年度“环境友好企业” | 上海富士施乐有限公司 | 闵行区环保局 / 闵行开发区 |
| 2015.3 | 2014 年度“节能减排先进企业” | 上海富士施乐有限公司 | 闵行区经委 / 闵行区环保局 / 闵行开发区 |
| 2015.4 | 2013-2014 年度上海市文明单位 | 上海富士施乐有限公司 | 上海市人民政府 |
| 2015.5 | 金典奖·推动行业经济发展(行业)十大创新企业、行业最具竞争力十大诚信品牌 | 富士施乐(中国)有限公司 | 《经济》 |
| 2015.5 | 2015 年度最具竞争力企业百强 | 富士施乐(中国)有限公司 | 《经济》 |
| 2015.5 | 中国经济绿色环保单位 | 富士施乐(中国)有限公司 | 《经济》 |
| 2015.6 | 2014 年度上海市外商投资先进技术企业 | 上海富士施乐有限公司 | 上海市商务委 |
| 2015.7 | 中国工业行业履行社会责任五星级企业(2015) | 富士施乐中国 | 中国工业经济联合会、联合国工业发展组织 |
| 2015.9 | 2015 年度电器电子产品污染控制优秀成果案例 | 富士施乐爱科制造(苏州)有限公司 | 中国电子质量管理协会 |
| 2015.9 | 再制造产品认定(鼓粉组件 2 个品种) | 富士施乐爱科制造(苏州)有限公司 | 中国工业与信息化部 |
| 2015.10 | 全国质量诚信标杆典型企业 | 富士施乐(中国)有限公司 | 中国质量检验协会 |
| 2015.10 | 2014 年度龙华新区工业百强企业、纳税 100 强企业 | 富士施乐高科技(深圳)有限公司 | 深圳市龙华新区经济服务局 |
| 2015.10 | 2015 年度深圳市“服务贸易重点企业” | 富士施乐采购咨询(深圳)有限公司 | 深圳市服务贸易协会 |
| 2015.11 | 2014 年度苏州市文明单位 | 富士施乐爱科制造(苏州)有限公司 | 苏州市人民政府 |
| 2015.12 | 2014 年度全国优秀外商投资企业: 深圳市双优企业、深圳市十大营业额企业、深圳市十大纳税额企业 | 富士施乐高科技(深圳)有限公司 | 中国外商投资企业协会、深圳外商投资企业协会 |
| 2015.12 | 再制造试点企业(推荐示范) | 富士施乐爱科制造(苏州)有限公司 | 中国工业与信息化部 |
| 2015.12 | 2015 中国信息产业年度影响力企业 | 富士施乐(中国)有限公司 | 中国电子信息产业发展研究院(赛迪集团) |
| 2015.12 | 2015 年度深圳市百强企业 | 富士施乐高科技(深圳)有限公司 | 深圳市企业联合会、《深圳商报》 |
| 2015.12 | 2015 中国经济新领军人物 | 富士施乐中国总代表徐正刚 | 《经济》 |
| 2016.1 | 2015 年度梦想家 | 富士施乐中国总代表徐正刚 | 《新民周刊》 |

第三方点评

夏光

中国环境保护部环境科学学会环境管理分会主任委员



不久前刚公布的“2014-2015 绿色中国年度人物”是中国环保领域具有很高影响力的奖项，富士施乐大中华区总裁徐正刚先生是首位获得这一荣誉的外国人，说明了环保业界和社会对富士施乐在环保方面所做出努力的认可。读完这本最新的《富士施乐中国可持续发展报告 2016》，富士施乐在推进环境保护、资源循环利用等方面所采取的一系列切实的行动给我留下深刻印象。

富士施乐把可持续发展理念贯穿在企业生产的各个环节，从绿色产品的设计、原材料的绿色采购，到生产过程中废弃物排放、能源结构的优化，以及产品的回收及再资源化等，实现了环保标准在产品全生命周期中的落地。富士施乐在苏州的资源循环工厂在产品的再制造业务上继续不遗余力、不断创新。2015 年，富士施乐中国有两个再生品获得国家工信部再制造产品的认定，该认定在办公设备行业仅富士施乐一家获得。目前，富士施乐中国的再制品品种已经增加到了 18 种，在促进企业积极承担社会责任、发展循环经济方面做出了示范。

在实现自身资源循环利用的同时，富士施乐在中国也带动了利益相关方对环境问题的关注，比如富士施乐对采购产品在环境方面的标准，促使供应商对原先的产品生产过程进行了整改，这种要求又关联到下一级供应商。富士施乐中国还将绿色教育嵌入到经销商、员工的客户服务环节，倡导可持续发展的理念，提升客户及周边社区的环保意识。通过这样对上下游及利益相关方的影响，富士施乐在中国直接带动了环境保护在整个行业中的落实。

2015 年富士施乐在中国的销售公司以及深圳工厂都迎来了 20 周年，在祝贺的同时期待富士施乐中国能够百尺竿头更进一步，推动资源再生利用的产业化，助力中国循环经济体系的建立，为中国经济和社会的可持续发展、企业的转型升级做出更多的贡献。

第三方点评

翟齐

中国可持续发展工商理事会副秘书长



当前，全球的资源供需形势日益严峻，加之环境污染、气候变化等危机，如何实现可持续发展已是我们不容回避的问题。在这份报告里，我们看到富士施乐作为行业的翘楚，率先在履行企业社会责任、探索可持续发展上所采取的积极行动。

富士施乐管理层高度重视可持续发展，将可持续发展整合到业务活动中，并取得显著成绩。富士施乐管理层密切关注国内外可持续发展变化的趋势，以中国社会的发展和十三五规划制定战略方向，以《巴黎气候协定》《2030 可持续发展议程》等所提出的要求审视业务影响和能够做出的贡献。同时，各关联公司也基于自身的资源和能力，将可持续发展融入所属的业务范围。

确保可持续发展真正融入企业战略、文化和运营，需要企业各个部门的深入落实和持续跟进。我们看到，富士施乐已经构建起完整的社会责任管理体系，对合规管理、CSR 采购、合作伙伴的培训、产品研发、客户服务、污染防治、资源循环利用、员工健康与培训、社区文化等实质性议题均有详细披露，围绕重要的社会责任议题都设置了关键绩效指标和未来目标。富士施乐还通过多种不同的实践活动，包括提升员工与伙伴的可持续发展意识、与外部专家交流、参与行业讨论等措施，将利益相关方的诉求与期待纳入公司决策和发展中。

总体来看，《富士施乐中国可持续发展报告 2016》数据详实，内容清晰，可读性较强。这份报告基于当前广泛的可持续发展背景认真披露信息，明确地识别和分析实质性议题，并将关键绩效指标的变化进行对比，完整详细地展现在我们面前。值得说明的是，报告的“责任物语”部分有所创新，用生动的形式展现出富士施乐不断识别内外部环境变化，为利益相关方创造价值的过程。

中国正处于全面深化改革和适应经济新常态的转型期，企业在推进低碳、绿色、循环发展的行动中扮演着极为重要的角色。希望富士施乐能够发挥行业领先者的优势，携手合作伙伴，提升行业的标准和实践，共同应对可持续发展的挑战。

报告指标索引

— GRI 可持续发展报告指南 (G4) —

| 指标 | 页码 | 说明 |
|-------------|-------------|-----------------|
| 战略与分析 | | |
| G4-1 | 3-7 | |
| 机构概况 | | |
| G4-3 | 8 | |
| G4-4 | 8 | |
| G4-5 | 8 | |
| G4-6 | 8 | |
| G4-7 | 8 | |
| G4-8 | 8 | |
| G4-9 | 8 | |
| G4-10 | 37 | |
| G4-11 | 38 | |
| G4-12 | 16-17;27-28 | |
| G4-13 | 22;27-28 | |
| G4-14 | 21-22 | |
| G4-15 | 1;9-10;22 | |
| G4-16 | 9-10 | |
| 确定的实质性方面与边界 | | |
| G4-17 | 1; 8 | |
| G4-18 | 23 | |
| G4-19 | 23-24 | |
| G4-20 | 23-24 | |
| G4-21 | 23-24 | |
| G4-22 | —— | 未发生重订 |
| G4-23 | —— | 说明范围和边界未发生重大变动 |
| 利益相关方参与 | | |
| G4-24 | 23-24 | |
| G4-25 | 23-24 | |
| G4-26 | 24 | |
| G4-27 | 22-24 | |
| 报告概况 | | |
| G4-28 | 1 | |
| G4-29 | —— | 2014年4月-2015年3月 |
| G4-30 | 1 | |
| G4-31 | 1 | |
| G4-32 | 1 | |
| G4-33 | —— | 目前未寻求外部鉴证 |
| 治理 | | |
| G4-34 | 22 | |
| 商业伦理与诚信 | | |

| 指标 | 页码 | 说明 |
|-------------|-------------|-----------------|
| G4-56 | 21-24 | |
| G4-57 | 21-24 | |
| G4-58 | 21-24 | |
| 经济 | | |
| 经济绩效 | | |
| G4-DMA | 23;25 | |
| G4-EC1 | 25-26 | |
| G4-EC2 | 35 | |
| 市场表现 | | |
| G4-DMA | 37 | |
| G4-EC6 | 37 | |
| 间接经济影响 | | |
| G4-DMA | 41-43 | |
| G4-EC7 | 41-43 | |
| G4-EC8 | 41-43 | |
| 采购行为 | | |
| G4-DMA | 27-28 | |
| G4-EC9 | 45 | |
| 环境 | | |
| 物料 | | |
| G4-DMA | 33 | |
| G4-EN1 | 33-36;45 | |
| G4-EN2 | 33;46 | |
| 能源 | | |
| G4-DMA | 33-36 | |
| G4: EN3-7 | 33-36;45-46 | |
| G4: EN8-10 | 33-35;45 | |
| 废气排放 | | |
| G4-DMA | 33 | |
| G4: EN15-19 | 46 | |
| 污水和废弃物排放 | | |
| G4-DMA | 33-36 | |
| G4-EN22 | 33 | |
| G4-EN23 | 33 | |
| G4-EN24 | 35 | 未发生重大的危险化学品泄漏事件 |
| G4-EN25 | —— | 有害废弃物运输回资源回收工厂 |
| G4-EN26 | —— | 污水排放未对当地产生显著影响 |
| 产品和服务 | | |
| G4-DMA | 33 | |

| 指标 | 页码 | 说明 |
|-----------|----------|----------------|
| G4-EN28 | 33-36;46 | |
| 合规 | | |
| G4-DMA | 33 | |
| G4-EN29 | —— | 未收到违反环境或非经济的处罚 |
| 整体环境情况 | | |
| G4-DMA | 33-36 | |
| G4-EN31 | 34 | |
| 供应商环境评估 | | |
| G4-DMA | 27 | |
| G4-EN32 | 27-28 | |
| G4-EN33 | 27-28 | |
| 环境问题申诉机制 | | |
| G4-DMA | 24 | |
| G4-EN34 | —— | 无相关申诉 |
| 社会 | | |
| 劳工实践与体面工作 | | |
| 雇佣 | | |
| G4-DMA | 37 | |
| G4-LA1 | 37 | |
| G4-LA2 | 37-38 | |
| 职业健康与安全 | | |
| G4-DMA | 37-40 | |
| G4-LA6 | 37-40 | |
| G4-LA7 | 37-40 | |
| G4-LA8 | 37-40 | |
| 培训与教育 | | |
| G4-DMA | 37-38 | |
| G4-LA9 | 37 | |
| G4-LA10 | 38-39 | |
| G4-LA11 | 38-39 | |
| 多元化与机会平等 | | |
| G4-DMA | 37 | |
| G4-LA12 | 37 | |
| 供应商劳工实践评估 | | |
| G4-DMA | 27-28 | |
| G4-LA14 | 27-28 | |
| G4-LA15 | 27-28 | |
| 劳工问题申诉机制 | | |
| G4-DMA | 27-28 | |
| G4-LA16 | —— | 无劳工问题申诉 |
| 人权 | | |
| 非歧视 | | |
| G4-DMA | 37-38 | |
| G4-HR3 | —— | 未发生歧视事件 |

| 指标 | 页码 | 说明 |
|----------------------|----------|-----------------------|
| 结社自由与集体谈判；童工；强迫与强制劳动 | | |
| G4-DMA | 37-38 | |
| G4: HR4-6 | —— | 未发生此类事件 |
| 供应商人权评估 | | |
| G4-DMA | 27-28 | |
| G4-HR10 | 27-28 | |
| 人权问题申诉机制 | | |
| G4-DMA | 37-38 | |
| G4-HR12 | —— | 无相关申诉 |
| 社会 | | |
| 当地社区 | | |
| G4-DMA | 41-43 | |
| G4-SO1 | 41-43 | |
| G4-SO2 | —— | 无对当地社区具有实际或潜在负面影响的运营点 |
| 反腐败 | | |
| G4-DMA | 25-26 | |
| G4: SO3-4 | 25-26 | |
| G4-SO5 | —— | 未发生此类事件 |
| 合规 | | |
| G4-DMA | 25 | |
| G4-SO8 | —— | 未发生因违反法律法规被处以重大罚款 |
| 供应商社会影响评估 | | |
| G4-DMA | 27-28 | |
| G4-SO9 | 27-28 | |
| G4-SO10 | 27-28 | |
| 社会问题申诉机制 | | |
| G4-DMA | 24 | |
| G4-SO11 | —— | 无相关申诉 |
| 产品责任 | | |
| 客户健康与安全 | | |
| G4-DMA | 30-31 | |
| G4-PR1 | 30-32 | |
| G4-PR2 | —— | 未违反任何法规和自愿性准则 |
| 产品和服务标识 | | |
| G4-DMA | 30-32 | |
| G4-PR4 | —— | 未发生此类事件 |
| G4-PR5 | 30-32;44 | |
| 客户隐私 | | |
| G4-DMA | 26 | |
| G4-PR8 | 26 | |
| 合规 | | |
| G4-DMA | 30 | |
| G4-PR9 | —— | 未发生此类事件 |

读者反馈表



可持续发展报告 2016

富士施乐中国
根植中国，创享精彩！

沿
此
线
剪
下

亲爱的读者：

您好！感谢您阅读《富士施乐中国可持续发展报告 2016》。

我们非常重视并期望聆听您对富士施乐中国的可持续发展和这份报告的反馈意见。您的意见和建议，是我们提高可持续发展绩效的重要依据。

您可以填写下表，通过邮递或者电子邮件反馈给我们。

意见调查表反馈方式

电话：+8610-58245000-5418

电子邮箱：fxcl.csr@chn.fujixerox.com



读者反馈表

1. 您是通过什么方式获得的《富士施乐中国可持续发展报告 2016》?

- 事务拜访
- 展览展会
- 业务交流
- 网站下载
- 公司发送
- 其他

2. 在社会责任信息披露方面, 您最为关注哪方面的议题? (可多选)

- 责任物语: 风雨同舟、精彩与共
- CSR 经营管理
- 积淀 - 股东的精彩
- 共创 - 伙伴的精彩
- 体验 - 客户的精彩
- 共生 - 环境的精彩
- 绽放 - 员工的精彩
- 共享 - 社会的精彩

理由: _____

3. 您所关注信息在议题中披露程度如何?

- 很全面
- 比较全面
- 有所涉及
- 涉及很少
- 未涉及

4. 您认为《富士施乐中国可持续发展报告 2016》在哪方面做的比较好? (选择您最满意的前两项)

- 设计排版
- 信息质量
- 文字表述
- 报告结构

5. 为了更好发挥《富士施乐中国可持续发展报告 2016》的沟通作用, 您建议? (可多选)

- 制作报告的 H5 轻应用微信传播版本
- 制作报告的简版
- 制作多语言版本 (英文版、日文版)
- 制作视频传播版本
- 召开报告的发布会暨利益相关方沟通会
- 其他

6. 相对于富士施乐中国, 您的身份是:

- 富士施乐产品的用户
- 政府相关人员
- 员工
- 供应商
- 非政府组织
- 科研院所、高校
- 相关领域专家
- 媒体相关人员
- 其他

7. 除了上述建议, 您对《富士施乐中国可持续发展报告 2016》的编制和内容还有哪些建议? (请简述)

您的姓名: _____ 您的机构名称: _____

您的联系方式: _____

沿
此
线
剪
下





此报告通过 FujiXerox Color 1000i Press 进行打印，使用的纸张为再生纸。

