



lenovo® FOR
THOSE
WHO DO.

每一年每一天我们都在进步

联想(中国)企业社会责任报告 2010/11

报告编写说明

报告简介

《联想（中国）企业社会责任报告 2010/11》是联想（中国）发布的第四份企业社会责任报告。报告回顾了联想（中国）2010/11财年所面临的机遇与挑战，披露了相关的社会责任实践和绩效。

编制依据

参考全球报告倡议组织《可持续发展报告指南》（G3.1）和《中国企业社会责任报告编制指南》（CASS-CSR2.0）。

时间范围

2010/11财年指2010年4月1日至2011年3月31日。

发布周期

本报告为年度报告。上期报告已于2010年12月发布。

报告范围

与联想（中国）的业务覆盖区域一致，并涉及联想在全球的部分业务。

数据来源

报告使用数据来自联想集团有限公司2010/11年报，以及联想的正式文件和统计报告。

指代说明

为便于表述，报告中“公司”、“我们”指代“联想（中国）”，“联想”或“联想集团”指代“联想集团有限公司”。

目 录

高管致辞	02	为环境——缔造绿色科技的美好未来	48
责任专题	06	环境管理体系	49
自身运营零排放——既是里程碑，也是新起点	06	研发绿色产品	52
多角色参与世博——既是荣誉，也是责任	12	降低生产中的环境影响	54
关于联想	14	贯彻产品终身责任	55
机遇与挑战	18	为社会——让爱心更有力量	56
责任管理	18	缩小数字鸿沟	57
为客户——提供丰富多彩的数字体验	22	贡献教育事业	60
追求自主创新	23	推动社会绿色发展	62
用心保障质量	23	支持扶贫赈灾	64
开启移动互联生活	25		
创造卓越产品	26		
提供多元解决方案	27		
为伙伴——开创长期合作的共赢机遇	28		
打造责任供应链	29		
多元共赢“大联想”	32		
为投资者——创造持续增长的市场价值	36		
业务发展	37		
业绩表现	38		
投资者沟通	39		
为员工——提供没有天花板的舞台	40		
吸引和留住人才	41	2011/12企业社会责任展望	68
支持员工成长与发展	43	关键绩效数据	69
重视沟通与融合	45	第三方点评	70
给予人性化关怀	46	GRI指标索引	71

高管致辞



自上一份企业社会责任报告发布以来，联想飞速成长，连续两年在主要个人电脑厂商中保持最快增速，成功晋级世界第二大个人电脑公司。伴随着这些成长和成功，我们对可持续发展的承诺比以往更显重要。我们意识到，我们对世界的影响在日益增加，所承担的责任也将日益扩大。

我们对可持续发展非常重视，在此，我很高兴地宣布一项任命，高级副总裁彼得·霍腾休斯（Peter Hortensius）将担任联想首席可持续发展官，同时兼任新成立的可持续发展工作委员会的主席。他将统筹协调并监督管理各个环节的运营和行动，推动联想在可持续发展领域取得更大进展。在未来的三到五年内，联想将通过规划、研究和合作，为社会创造更多价值；将不断开发新产品，为客户带来更新、更美好的体验；还将通过可持续的生产方式和更高能效，为应对气候变化作出贡献；我们还会把教育作为重要任务；并激励企业家和创新人员发挥积极影响；我们始终尊重员工，鼓励他们实践企业的价值观；也将投资有意义的事业，共同努力让世界更美好。

在过去的一年中，联想在可持续发展领域树立了很多里程碑。联想是获得UL环保认证黄金级别产品最多的个人电脑厂商；被独立的企业责任评估机构Oekom 评定为“最佳企业”级别；在2011年“Reputex恒生可持续发展指数”中获得A+的评定。此外，联想还是联合国全球契约的签署成员，完全遵循其政策和原则。

在这份报告中，你还会看到我们在过去一年里取得的更多成果，我们所面临的挑战，以及长短期可持续发展目标。其中值得关注的是：

- 联想通过节能减排，以及购买可再生能源信用额度和碳抵消额度，实现了既定目标，截至2011年3月31日，成为范围1温室气体零排放的公司，并降低了10%范围2的温室气体排放量（以2009/10财年为基准）。
- 我们承诺2011财年继续购买可再生能源信用额度，在2011和2012财年继续购买碳抵消额度，并将一如既往地关注和提高运营中的能源效

率。过去两年中，联想在全球各地的生产、办公场所中已经付诸实施了40多个节能减排项目。

- 联想90%以上的笔记本、工作站和显示器，以及50%以上的台式平台都符合“能源之星”标准。
- 联想产品团队正在积极投入一项极具挑战性的工作，要在2011/12财年（截止到2012年3月）所发布的每一款个人电脑产品中都使用可再生塑料，并在各产品线中实现年度同比增加20%可再生材料使用量的目标。
- 实施本地制造战略以减少运输成本，在热塑性塑料和其他可再生包装材料的应用方面屡获殊荣。
- 在2010/11财年，联想进一步加强供应商管理。99%的一级供应商承诺遵守《电子行业行为准则》，并签署正式协议。
- 2010年8月，联想发布了一项全面应对气候变化的政策，全力支持相关政策目标的实现。我们确定了5大重点领域的减排，推动全球、各国和当地的温室气体减排，并在各个领域不断取得重大进展。

同时，对于面临的诸多挑战，我们也有清醒的认知。在2011/12财年，联想力争：

- 在新任首席可持续发展官的带领下，继续完善联想可持续发展项目管理和公司治理。
- 在产品绿色设计上，继续保持在可再生材料应用上的领先地位。
- 实现或超越联想在气候变化政策中所设定的目标。

联想深知，要想成为一个卓越的公司，不仅要取得市场上的成功，更要实现“世界因联想更美好”的愿景。我们将身体力行，实现对客户、员工、社会和地球的承诺。

联想近3万名全球员工为我们已经取得的成就感到自豪，并承诺，将在可持续发展领域不断进取。我们有信心，在不久的将来，联想将兑现承诺，成为一家卓越的公司，并为我们生活的地球带来更多积极正面的影响。

感谢你们！



联想集团董事长兼CEO



过去的一年是联想超越自我、刷新纪录的一年。联想已连续八个季度在全球前四大个人电脑厂商中增长最快，并首次成为全球第二大个人电脑厂商。在中国市场，连续八个季度市场份额获得2个百分点以上的增长，中国目前已超越美国成为全球最大的个人电脑市场。作为中国最大的个人电脑厂商，联想义不容辞为中国客户提供最合适他们的产品及服务，特别是在中国新兴地区的客户，联想现在正积极拓展中国新兴市场，务求远胜同侪。

我们要感谢的人很多，包括给予我们不竭支持的政府部门、广大客户、合作伙伴、投资者，和缔造公司业绩新篇章的员工团队和他们的家人，以及公司所在社区的友邻们。他们共同构成了联想根植其中并不断成长的沃土，也是联想每一年、每一天都在进步的源泉。同时，他们也正是联想长期履行社会责任的核心对象。

联想追求企业的可持续发展，努力“让世界因联想更美好”。为了实现这个目标，我们把企业社会责任提升到战略的高度，在为客户提供最优质的产品与服务的同时，全面履行着对利益相关者、环境和社会的责任。在此基础之上，联想（中国）制定了更为具体的社会责任实践策略，积极承担对客户、对员工、对合作伙伴、对投资者、对环境和对社会的责任，形成了联想（中国）“六为”社会责任实践路径图。

我们力求为客户提供丰富多彩的数字体验。如何把最先进的技术，以最快的速度，以最合理的成本带给中国用户是我们每天都在思考的问题。2010年4月，联想在北京发布移动互联战略。2011年3月份，随着联想首款平板电脑“乐Pad”的全球亮相，我们又一次以创新将卓越、丰富的产品体验推到了新的高度，继12年前为国人开启“因特网上新生活”后，再次开创了“移动互联乐生活”的新纪元。

我们与伙伴长期合作，共享发展机遇。联想审慎地推进合作伙伴责任管理，完善与合作伙伴及渠道商的沟通机制，并帮助合作伙伴的成长与发展。我们视合作伙伴和渠道商为“大联想”家庭中的成员，“大联想”模式创立16年来，诸多伙伴公司已发展成为当地IT业的领头军和创业典范。

我们努力为投资者创造持续增长的市场价值。依靠清晰的战略、高端的产品、独特的业务模式，联想在过去的一年中，不断扩大业务规模，加强运营效益，实现了多项里程碑式的业务发展，并以公开、透明、高效的投资者关系管理，获得了投资界的高度认可。

我们致力于为员工提供没有天花板的舞台。联想坚持以人为先，致力于为员工提供优越的福利待遇，不断完善培训体系，为员工提供更加灵活的工作方式，鼓励每一个员工参与到环境保护与社会公益中，使员工共享公司发展的成果。


我们希冀缔造绿色科技的美好未来。联想制定了激进且可实现的环境目标，目标涉及联想面临的所有业务方面。我们执着于减少产品生命周期中每一个环节对环境的影响，携手产业链中的伙伴们共同应对气候变化，减少生态足迹，通过发挥专业优势，为社会可持续发展提供绿色解决方案。

我们追求社会创新，努力让爱心更有力量。联想（中国）充分结合自身特点，将公益战略定位于“缩小数字鸿沟”、“环境保护”、“教育”和“扶贫赈灾”四大领域。努力缩小不同区域、企业和人群的信息化水平差异，关注中国教育领域，以创新性思维支持青年人在公益领域创业，并一直广泛、积极地参与扶助弱势群体、赈灾救助、灾后重建和公益捐赠，对困难之中的人们给予帮助和支持。

21世纪走过了第一个十年，世界经济环境纷繁复杂，人类发展面临着气候变化、资源枯竭、贫困饥饿、自然灾害等诸多挑战，全球ICT产业呈现出融合、调整、变革的趋势。国家“十二五”规划提出中国要加快经济发展方式转变，培育战略性新兴产业，重点发展新一代信息技术产

业，为联想（中国）的发展带来了新的机遇和挑战。

我们将以说到做到，尽心尽力的态度践行“世界因联想更美好”的愿景，为构建更加和谐、美好的世界倾力而为，做优秀的、值得信赖和受人尊敬的全球企业公民！



联想集团高级副总裁、中国区总裁

责任专题：

自身运营零排放——既是里程碑，也是新起点

从2009年哥本哈根世界气候大会到德班世界气候会议，全球的政府、企业、组织在应对气候变化的行动上更加务实，低碳与可持续发展已经成为全世界共同努力的方向。作为积极应对气候变化的行动者，联想取得了显著的成效。这让联想更加坚信，通过技术创新降低产品碳排放，优化运营减小公司碳足迹，推动供应链节能减排以及与政府、行业组织的深度合作，能够稳定控制并减少温室气体的排放，实现社会的绿色发展。

气候变化战略

2010年8月6日，联想集团董事长兼CEO杨元庆签署了联想的气候变化政策。这项政策适用于联想所有的业务和活动并制定了量化的且切实可行的目标。

联想的气候变化战略主要聚焦在五个方面的影响。联想选定这五个方面,并协同合作伙伴推进在全球温室气体的减排。同时，为应对这些重大影响，联想已经制定了短期和长期应对气候变化的目标。

联想关注的五个环境影响范围包括：

- 联想自身运营和自有工厂的直接排放（范围1）
- 能源供应商为联想提供能源所产生的排放（范围2）
- 联想供应链为联想提供服务、产品及运输产生的排放（范围3）
- 联想客户采购、使用和处置联想产品过程中产生的排放（范围4）
- 支持政府、NGO和公众的环保活动，倡导低碳经济

自2006年起，联想已开始收集、测量并报告温室气体排放量。自2009年4月1日起，联想按照财年(每年4月1日至下年3月31日)统计并报告能源与气候变化数据。根据2011年春天进行的外部核查的建议，联想以2009/10财年作为温室气体排放的基准年。

截至2011年3月31日，联想成为范围1温室气体零排放的公司；并降低了10%范围2的温室气体排放量（以2009/10财年为基准）。

	二氧化碳排放总计（公吨）		
	2008年	2009/10财年	2010/11财年
范围1	1,468	1,495	1,249
范围 2	76,621	68,133	61,072
范围 1和2总计	78,089	69,628	62,321
范围3	14,819	15,675	24,316
范围1, 2, 3总计	92,908	85,303	86,637

注：2008年数据只限于内部数据收集；2010/11财年“范围3”显著上升是由于经济形势回暖后商务出行增加引起的。

联想应对气候变化战略目标和措施

目标	日期/指标	措施建议
消除或抵消范围1的温室气体排放量	<ul style="list-style-type: none"> 2011年3月31日, 目标达成率100% 	<ul style="list-style-type: none"> 在经济条件允许时, 运输工具与应急发电机使用生物燃料 在技术与经济条件均允许时, 配置再生能源生产资源 在无法实现减排标准的地区, 购买碳抵消额度
较2008/09财年, 大幅降低范围2的温室气体排放量	<ul style="list-style-type: none"> 2011年3月31日, 排放量降低10% 2013年3月31日, 排放量降低13% 2016年3月31日, 排放量降低16% 2020年3月31日, 排放量降低20% 	<ul style="list-style-type: none"> 通过提高运营能效, 安装高效设备和技术, 完善公司能源使用标准, 提高能源使用效率 当技术和经济可行时, 配置当地可再生能源生产资源 在技术和经济条件不允许的地区, 购买可再生能源信用额度 增加电网中可再生能源比例
大幅降低与供应链及产品碳足迹相关的排放量	<ul style="list-style-type: none"> 2011年3月31日, 设计出定量措施, 制定基线 制定至2012年3月31日前的减排目标 	<ul style="list-style-type: none"> 参加世界资源研究所(WRI)利益相关方咨询工作组, 支持其关于范围3和产品排放协议的研发 按照世界资源研究所(WRI)协议, 开发内部流程, 管理产品碳足迹 支持并参加电子行业公民联盟(EICC)对供应链温室气体排放追踪工具的开发 实施有利于能源和碳减排的采购 减少员工商务差旅有关的碳排放
减少产品采购、使用、处理过程中的碳排放	<ul style="list-style-type: none"> 2011年3月31日, 设计出定量措施, 制定基线 制定至2012年3月31日前的减排目标 	<ul style="list-style-type: none"> 有意识地设计可循环使用和可回收的产品 在联想产品中继续加大可回收材料的使用 减少包装材料 加大包装中对可回收材料的使用 量化并减少产品运输过程中的碳排放量 为客户提供在运输和使用联想产品过程中抵消碳排放量的机会 提高供电能效 鼓励消费者使用电力管理功能 提供产品回收机制以保证产品和材料的循环利用

降低产品碳排放

降低产品在使用中的碳排放是联想产品的发展目标和不变的追求,联想致力于提供更具竞争力的低碳节能产品。为此,联想不断优化产品硬件能效,研发产品节能软件。

联想电脑产品内置的节能和环境友好工具包括:

- 电源管理器 (Power Manager™) ——有助于电脑运行过程的能源优化,每台台式机每年可节省69%的能源消耗。
- 主动散热管理——根据环境变化,快速调整处理器及风扇运行速率。
- 动态亮度控制——通过在开机、关机、注销、屏保锁定和屏幕保护等瞬时状态降低液晶屏亮度,降低电池耗电。

- 可切换的显卡设计——根据用户的使用需求,在独立显卡和集成显卡间自由切换,有效降低能耗。
- 活动目录及管理软件 (Active Directory and LANDesk®) ——通过软件即可实现电源的全局设定和远程部署,管理者可在公司范围内管理和执行ThinkPad公司级的节能方案。
- 支持思科EnergyWise 软件的ThinkPad产品——通过思科网络,使用者可以对ThinkPad产品进行远程监控、执行能源管理任务,并向使用者报告设备的能源使用情况。

探索碳足迹管理

联想始终关注量化产品生命周期内的环境影响。通过计算产品碳足迹,联想可以清楚地了解产品全生命周期的碳排放情况,更有针对性地改进产品的环保属性。

联想加入了世界资源研究所 (WRI) 产品生命周期温室气体标准开发利益相关方咨询工作组。2010年8月,包括联想在内的超过60家企业完成了基于新国际标准下的产品及其供应商温室气体排放的测算工作 (该工作开始于2010年1月,由联想北京台式机开发组进行实地测试)。

联想还协同行业中的其他企业、相关科研单位以及ENERGY STAR®参与PAIA (Product Attribute Impact

Algorithm) 计划,开发简便和快速的信息与通信产品碳足迹监测工具。希望这项努力能促进产品碳足迹的行业标准化。联想目前正致力于将PAIA应用于笔记本产品碳足迹计算的评估,以及台式机与显示器碳足迹工具的开发。

联想内部已经开发完成了一个量化联想产品全生命周期碳排放的计算指导文件。这个文件与ISO 14040&44环境管理——生命周期评估标准、英国碳足迹标准PAS2050 (Publicly Available Specification 2050) 以及国际碳足迹规范 (GHG Protocol) 的产品计算和报告标准相一致。

*世界资源研究所 (WRI): 是一个独立的非营利性组织,旨在开拓实际的方法来保护地球、提高人民生活质量。<http://www.wri.org>

绿色运营

绿色的运营是联想应对气候变化的重要承诺。联想组建了一支全球能源管理小组来监管和指导各地的能源项目团队,以推动联想在全球运营的节能减排。联想建立了全球能源管理数据库,用于评估能源消耗、确定温室气体排放源、监测温室气体排放量,寻找改进机会,与合作伙伴分享经验,力求最大限度地减少和消除潜在风险。

在2009/10和2010/11财年,联想在世界各地设立了40个以提高能源效率为目标的项目。通过这些项目公司减少了运营中近20%的用电量。

在中国,联想新大厦使用更加节能的T5型灯管(相比原先采用的T8型灯管节能27%以上),根据天气情况

随时调整空调机组的开关时间。在北研大厦,定期巡查配电控制系统,制定照明管理方案。新大厦与北研大厦均利用楼宇感性探头自控系统控制办公区的照明时间,并在公共区域采取了每个工作日中午熄灯一小时的节能措施。2010/11财年,新大厦比上一财年节约用电525,720千瓦时,北研大厦年人均电消耗量下降144.31千瓦时(截至2011年3月,人员数量按5,000计)。在节约用水方面,联想(中国)在办公场所配套了节水及中水处理设施,对员工进行节水培训,张贴节水标识。2010/11财年新大厦节水212立方米,北研大厦人均用水量下降5.35立方米/人/年(截至2011年3月,人员数量按5,000计)。

低碳物流运输

随着联想的全球化进程,物流运输已经成为联想环境影响的重要方面。联想在物流运输方面综合考虑环境、速度以及费用,通过改变运输方式、缩短运输距离、集中发货及改进包装,降低物流过程对环境的影响。联想在美洲、欧洲和亚洲使用当地的生产设施,并尽可能使用最低碳的运输方式,如铁路或海路。联想与运输伙伴密切合作,通过更轻更小的产品包装、更高密度和可重复使用的包装材料、散装运输、以及区域配送设施,实现低碳物流运输。

联想在设计和制造包装中坚持3R(Reduce, Reuse, Recycle)原则。通过缩小包装有效增加了单次运输的产品数量,以14寸包装为例,改进包装后,每个运货托盘可放63个(之前的包装一个托盘可放置42个),同时减少了合作伙伴及客户的搬运工作量。

联想优化短驳车辆安排。2010/11财年,联想(中国)华东物流平台海外物流团队将分属于多个ODM(原始设计制造商)的订单,集中统一发运,节约出口集装箱92箱次,节约集装箱卡车92车次,节约柴油约11,040升,减少二氧化碳排放29,476.8千克。

使用可再生能源

联想致力于加大可再生能源的使用。联想(中国)的一些工厂安装了太阳能热水系统,在北京的停车场安装了太阳能灯。此外,联想一直在探索使用替代燃料的可行性,在全球的工厂推广太阳能发电系统,使用太阳能热水等。

联想通过购买可再生能源信用额度和碳汇落实减排目标。联想已同NextEra Energy Resources公司签署协议,通过该公司创新的EarthEra项目来购买绿色认证能源(Green-e Certified Renewable Energy Certificates)。联想已作出承诺,在未来连续三年每年购买1,000万千瓦小时电力来减少15,000吨二氧化碳的排放,这相当于在2009/10财年用电总量20%的碳排放量,

** NextEra Energy Resources公司: 北美最大的风力和太阳能发电公司。*

或联想运营中近15倍的直接碳排放量。此外,联想购买可再生能源信用额度(RECs)的全部收益将用于EarthEra Renewable Energy信托,并将用于在美国建立新的可再生能源设施。

联想选择碳汇抵消运营中车辆和工厂燃烧产生的直接碳排放。联想从NextEra Energy Resources购买了美国得克萨斯(Capricorn Ridge Wind Energy Center)产生的风能碳汇指标,用来抵消3,000吨的二氧化碳的排放。联想已承诺在2010/11和2011/12财年购买相同数量的风能碳汇指标。

供应链行动

作为应对气候变化战略的一部分,联想有责任积极推动供应链上企业的节能减排。联想通过与供应商签订长期协议、达成经济上的联盟等多种方式,努力减少整个供应链对环境的影响。联想长期参与电子行业公民联盟(EICC)的环境可持续工作小组,开发和贯彻碳/水报表工具,对供应链中的碳排放和用水量进行监测和报告。

联想碳报告体系用于收集和分析联想全球供应链部门

和全球环境事务部门确定的一级供应商的数据。同时,对供应商应对气候变化的表现和策略的评估将作为联想选择供应商的重要标准之一。

联想还主动与供应商们一起探索减少碳排放量的方法与措施。在2010年供应商大会上,联想向供应商们介绍了联想在建立产品碳足迹方面的努力,以及供应商在支持这一进程中所发挥的作用。

助推社会绿色发展

联想在不断完善自身环境管理,提高环境绩效,履行联想应对气候变化承诺的同时,积极参与有益于环境可持续发展的项目,共同构筑行业以及社会的绿色未来。

联想参与碳披露项目(CDP),自愿公开报告温室气体排放量和气候变化的策略。2009年至今,联想一直参与两个碳披露项目的数据披露:CPD机构投资者和CDP供应链项目。

根据联合国政府间气候变化专门委员会的第四次评估报告中的结论(AR4)——《气候变化2007》,联想支持委员会提出的到2015年控制温室气体排放行动覆盖全球,到2020年发达国家的排放量减少30%(与1990年的水平相比),到2050年全球排放量减少50%(与1990年的水平相比)。

联想以温室气体协议发起方专家委员会成员的身份,积极参与世界资源研究所(WRI)和世界可持续发展工商理事会(WBCSD)的企业供应链(范围3)的评估与报告标准的开发。

联想是电脑节能拯救气候行动(CSCI)的准会员,完全支持CSCI的目标,旨在促进智能电脑技术的发展、传播和利用,以提高个人电脑能源效率和降低待机状态的能耗。

作为Leased Space能源环境领导联盟的成员,联想一直以来采用环境能源效率使用清单(Environmental and Energy Efficiency Attributes Checklist)对新租赁的建筑在可持续场地管理、水资源利用率、能源效率和材料与资源等方面进行评估。

特别是在中国,联想一直活跃于以下与能源效率有关的工作组、协会、项目:

- 中国PC能源效率标准
- 中国服务器能效标准
- 中国温室气体排放标准
- 中国环境标志计划
- 中国电子研究所节能工作协会
- 中国能源保护计划

**碳信息披露项目(CDP):全球最大的投资者联合行动。2002年开始,CDP代表这些投资者致函全球多家大型企业,邀请他们参加碳信息披露调查。<http://www.cdproject.net>*

**世界可持续发展工商理事会(WBCSD):是一个与联合国联系紧密的国际组织,旨在帮助会员建立可持续发展的商业模式,致力于通过可持续发展增强企业竞争力。<http://www.wbcds.org>*

**电脑节能拯救气候行动(CSCI):是一家致力于推动IT领域节能减排的全球性机构。<http://www.climatesaverscomputing.org>*

责任专题:

多角色参与世博——既是荣誉,也是责任

“世界因联想更美好”的理念与上海世博会“城市,让生活更美好”的精神不谋而合。这使得以多重角色参与世博的联想感到了一种荣誉,更感受到了一种责任。上海世博会期间,联想以强大的技术保障世博零故障运营;以世博物联网、“信息城市”样板,贡献未来城市信息化建设;以定制化应用,提升乐Phone用户的世博体验;以志愿者精神,服务世博。联想以实际行动传承世博精神,践行联想美好的企业愿景。

上海世博会是迄今为止世博史上历时最长(184天)、覆盖区域最广(5.28平方公里)、参展国家和地区最多、参观人数最多(超过7,000万参观者)的盛会。

做“世博会的IT管家”

从进入上海世博园的那一刻起,参观者可能会惊叹信息技术带来的革命:手持智能门票,仅用两秒钟便通过了防伪识别和安检;置身“物联网”的园区中,不仅能随时查询自己所处的位置,还可以了解同伴的方位;通过信息查询系统,可以动态掌握各场馆的参观流量,规划参观行程,并进行网上预约。

在此次规模空前的世博盛会中,IBM、思科、中国电信、中国移动等数百家设备供应商和系统集成商提供信息化服务,而在幕后将这些独立系统整合到同一平台,并确保其安全稳定运行的,就是联想。

作为计算机设备及系统运营服务高级赞助商,联想将服务奥运会等大型国际活动信息化项目的经验与世博特定需求相结合。从信息化平台的集成、数据的流转以及上千个数据的接口到15,000件计算机产品的运转,联想通过稳定、可靠、安全的科技实力为上海世博保驾护航。

提升用户世博体验

基于预置的互联网应用,联想使乐Phone用户能够及时查询世博信息,通过互动社区、微博等形式,分享世博体

验。此外,联想专门为乐Phone开发了三款软件——“乐世博”、“逛逛世博”和“玩转世博”。通过这三款量身定制的软件,用户能够及时获得参观向导、地图定位、场馆介绍等个性化的服务。

探索大型活动IT系统标准规范

基于世博信息系统的建设运营经验,联想探索、提炼出一套适用于国际性大型活动的IT系统标准规范。这套标准规范可被推广至行业,为中国其他城市的信息化建设提供样板。同时,联想还将通过服务器、个人电脑和移动互联终端等产品,推动城市信息化的发展,为人们创造更美好的数字生活。

搭建志愿服务爱心舞台

以“科技世博,有你有我”为主题的公益项目是联想安徽分区针对留守儿童特别开展的一项系列活动,旨在通过“我眼中的科技世博、数字世博、影像世博”,带给留守儿童对上海世博会的认识和了解,通过世博会视频、世博会各场馆介绍、世博会吉祥物“海宝”赠送,带领孩子们领略别开生面的“世博游”,让留守儿童们增加对世博的了解和喜爱。

系列活动之一：

由联想安徽分区支持的义工团队“春晖学社”将第一站选在了安徽省宿州市泗县草庙镇中心小学，并在此开展了为期20天的暑期支教活动。同往年一样，志愿者们一放暑假便来到了草庙中心小学，然而与往年不同的是，2010年他们给草庙镇的留守孩子们带来另一份礼物——最受喜爱的“世博课”，带领孩子们进行了一次精彩的“世博游”。

系列活动之三：

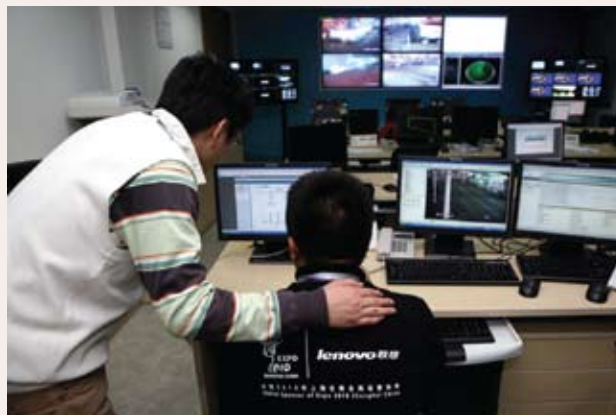
联想安徽分区赞助的公益组织“善乐会”，赶赴合肥市农民工子弟学校——合肥黄桥小学，为孩子们带去了独特的“世博”体验。志愿者通过幻灯、视频、问答互动等方式，让无法前往上海体验世博盛况的孩子们，跟随志愿者“走进”世博场馆，进行了一场与众不同的“世博游”，感受来自于社会和联想对他们的爱心和关注。

系列活动之二：

联想安徽分区赞助的“太阳伞服务队”，带着“世博知识”来到了金寨县花石乡干坪小学。播放上海世博视频，让孩子们在声像中体验世博的科技魅力；讲解世博馆幻灯片，让孩子们跟随老师“走进”各个世博场馆；开展世博知识竞赛，让孩子们获得了世博吉祥物“海宝”。



联想集团副总裁童夫尧与上海世博局信息化部副部长钱诚元为联想服务器新品揭幕



工程师通过联想ThinkCentre M为世博信息系统提供全方位运营保障

关于联想

联想（HKSE: 992, ADR: LNVGY）于1984年在中国北京成立，是全球第二大个人电脑厂商，在超过160个国家开展业务，以2010/11财年216亿美元收入名列《财富》世界500强第450名，并于2010年入选“全球最佳雇主50强”榜单，位列工程类榜单第44位，这是中国企业首次入选该榜单。凭借创新的产品、高效的供应链和强大的战略执行，联想专注于为全球用户提供创新性的个人电脑和移动互联网产品。联想集团由联想及IBM个人电脑事业部所组成，在全球开发、制造和销售可靠、优质、安全易用的技术产品及优质的服务，产品线包含Think品牌商用个人电脑、Idea品牌的消费个人电脑、服务器、工作站以及包括平板电脑和智能手机在内的家庭移动互联网终端。

联想总部位于中国北京和美国罗利，在日本横滨、中国北京、上海、深圳及美国北卡罗来纳州罗利均设有重点研发中心，在中国的北京、上海、惠阳及深圳、印度的庞帝其利(Pondicherry)、墨西哥的蒙特雷(Monterrey)及美国的格林斯博罗(Greensboro)设有个人电脑制造和物流基地。全球员工约27,000名。联想拥有两大市场集团，分别是覆盖澳大利亚、新西兰、加拿大、以色列、日本、美国、西欧等地的成熟市场集团，覆盖中国大陆、香港、澳门、台湾、韩国、东盟、印度、土耳其、东欧、中东、巴基斯坦、埃及、非洲（包括南非）、俄罗斯、中亚及拉美地区的新兴市场集团。

使命、愿景、战略和核心价值观

联想在全球范围内支持和践行可持续和负责任的业务模式，把使命、愿景、战略和核心价值观作为可持续和负责任的业务模式的重要支撑，以及减少公司风险、保证业务可持续发展的扎实根基。2010/11财年，联想制定了“保卫和进攻”战略，开始将可持续发展的理念融入业务战略。

使命

通过专注于三个领域，在五年内成为全球领先的个人科技产品企业：

- 企业文化：我们将成为一家最优秀、最值得信赖和最受人尊敬的公司。人们愿意为之工作、与之合作、对之投资。
- 计算设备：我们将成为世界一流的个人计算设备公司，超越市场增长，持续发展核心业务，高速增长新的市场。
- 信息融合：我们将以创新的产品，优化的服务与应用，使人们和其关心的社区和信息紧密连接。

愿景

远大抱负

成为一家世界级、卓尔不群、基业长青的科技公司，致力于：

- 创造人们期待拥有的科技产品；
- 创造人们渴望融入的企业文化；
- 创造人们诚心信任的恒久事业。

“保卫和进攻” 战略

在“保卫和进攻”战略下，联想围绕新兴市场和成熟市场的独特业务架构运营，迅速而有效地执行适当的战略，加强在中国以及全球企业客户等核心市场中的地位。联想凭借创新的产品和出色的客户体验，把握新兴市场、全球消费电脑市场、移动互联网和数字家庭等领域的增长机遇。



2010/11财年保卫/进攻战略

核心价值观

核心价值观是公司的根基，定义了我们是谁，我们如何运营，其主要原则包括：

- 成就客户——我们致力于每位客户的满意和成功。
- 创业创新——我们追求对客户和公司都至关重要的创新，同时快速而高效地推动其实现。
- 诚信正直——我们秉持信任、诚实和富有责任感，无论是对内部还是外部。
- 多元共赢——我们倡导互相理解，珍视多元性，以全球视野看待我们的文化。

公司治理

联想致力于实现并保持高标准的企业治理水平，维持健全、良好的企业管治规则，以保证股东、客户及员工的利益。联想严格遵守业务所在国家和地区的管治法律及规则，遵守监管机构发布的适用指引及规则，并定期审查公司的管治制度。

治理架构

董事会

董事会由十一名成员组成，包括一名执行董事，六名非执行董事及四名独立非执行董事。董事会以负责任的态度和有效方法，审核整体战略，指导及监管公司事务，管理层在首席执行官的领导下负责公司日常事务。2010/11财年，董事会召开了六次会议，审议公司的财务表现、集团整体战略及经营状况。

审核委员会

负责对财务报表及内部监控制度进行独立审核，为董事会提供协助。委员会每年与外聘核数师及公司内部审计部门管理人员，举行至少四次季度会议。

薪酬委员会

负责就公司的薪酬政策做出考虑及向董事会提出建议，还负责确定董事会主席、首席执行官、其他董事及高级管理层的薪酬水平及薪酬组合。

战略委员会

负责协助董事会决定公司的前景、长期战略、中期目标及审核年度目标，并负责对首席执行官的表现进行评估并向薪酬委员会提出建议。

企业管治委员会

负责协助董事会监察董事会的组成及高级管理层继任计划，制定企业管治原则及决定董事会评核标准及程序。

内部监控

联想建立了内部监控综合框架，该框架与COSO（the Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission）框架一致。在此框架内，管理层对公司风险进行定期评估、持续监控并呈报应对重大风险采取行动的进展。财务诚信是关注的重点之一，相关高级行政人员定期核实季度财务报表的准确性和完整性，确保其遵守内部监控规定。

联想设立了独立的全球内部审核系统，调查可能违反联想业务操守指引或反贿赂反腐败政策的指控，保证内部监控系统如期有效运行。

- 为达成目标——内部审核系统可不受任何限制地接触公司数据文件、电脑程序、物业及人事资料。
- 为保持独立性——总审计师获授权直接与董事会主席及其他董事会成员沟通，直接向审核委员会汇报审核事宜，直接向首席财务官汇报日常行政事宜。
- 为确保审核质量——审核委员会定期委任人员对内部审核系统进行独立外部质量认证审查。

合规管理

联想严格遵守法律法规，将道德地开展业务活动作为企业管理的重要内容。

遵守商业道德

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

联想规定，员工应遵循诚实守信、平等公正、符合法规、不谋私利、利益回避和信息保密等基本准则：对待同事应平等尊重；对待客户应提供高品质的产品和服务；对待供

应商应诚信公正，寻求双赢。联想还鼓励员工报告关于欺诈、不道德的商业行为和违法行为，报告潜在的健康安全风险以及违反公司政策的其他行为。

此外，联想严禁以公司或个人的名义向任何政府官员、党派等提供或许诺提供资金或财物以试图影响其决定，联想也不向任何政党提供政治捐助。

员工行为准则

联想致力于以道德和法制的方式开展运营，制定了《员工行为守则》，为员工提供商业道德指导。联想要求所有员工必须遵守该守则，将违反该守则的行为视为严重事件，并就贿赂及腐败方面的法律法规提供特定的培训指导。

2010年5月，联想（中国）发出《关于联想中国区贯彻“文化重塑，反腐倡廉”相关制度的通知》，要求全体员工系统学习、认真执行相关管理制度。

知识产权保护

联想历来是知识产权保护的倡导者和实践者，制定了关于知识产权保护的公司政策，确保运营中不侵犯公司、个人的版权或其他知识产权；员工在获得必要的许可后，方能使用具有版权或知识产权的产品、服务。

联想（中国）希望通过与其他企业合作，带动全社会尊重和保护知识产权。2010年，联想（中国）响应政府“加强知识产权保护”号召，与苏宁电器、微软中国联合宣布，在苏宁1,300余家门店推出100%预装正版windows 7的联想电脑，通过硬件、软件、渠道三方的通力合作，降低中国消费者使用正版操作系统的成本，让他们享受到正版软件的诸多创新功能和卓越体验。

机遇与挑战

随着经济全球化的深入推进和全球气候、环境、人权、贫困等问题关注度的提高，社会责任已经成为国内外广泛关注的重要议题。联想重视社会可持续发展带给公司的机遇和挑战，以此作为制定战略、履行社会责任的重要依据。

2011 年是中国“十二五”规划的开局之年，面对中国乃至全球的可持续发展背景，面对中国宏观政策环境、产业发展趋势，联想（中国）主动迎接挑战，抓住发展机遇。

经济领域：

全球信息和通信技术（ICT）产业呈现出融合、调整、变革的趋势，中国经济稳步健康增长，国家“十二五”规划提出中国要加快经济发展方式转变，培育战略性新兴产业，重点发展新一代移动通信、下一代互联网、三网融合、物联网、云计算等新一代信息技术产业。联想将突破性技术注入新型产品，发布移动互联网战略，建立独特的端到端业务模式，不断丰富客户体验，以推动产业乃至全社会的经济发展。

社会领域：

社会在迅速发展过程中，不平衡、不协调、不可持续问题依然突出，城乡区域发展不协调，就业总量压力和结构性矛盾并存。联想（中国）努力缩小不同区域、企业和人群的信息化水平差异，支持中国教育发展，以创新性思维助推中国公益事业的创新发 展，并持续性地广泛参与扶助弱势群体、赈灾救助、灾后重建和公益捐赠，对困难之中的人们给予帮助和支持。

环境领域：

全球正面临着气候变化、水资源保护、能源危机、电子废料、自然资源枯竭等诸多环境问题，在中国，发展低碳经济、实现绿色发展、促进产业升级是“十二五”规划的重要任务。信息和通信技术（ICT）行业的迅猛发展正日益深刻地改变着传统产业的生产方式和人们的生活方式，一方面，信息技术产业自身的研发制造和营销应努力变得更加绿色；另一方面，信息技术产业必须将帮助各行各业实现产业升级和低碳转变当成是自身重大的使命与机遇。联想（中国）重点关注碳足迹管理、绿色产品生命周期和行业绿色发展，通过发挥专业优势，为社会可持续发展提供绿色解决方案。

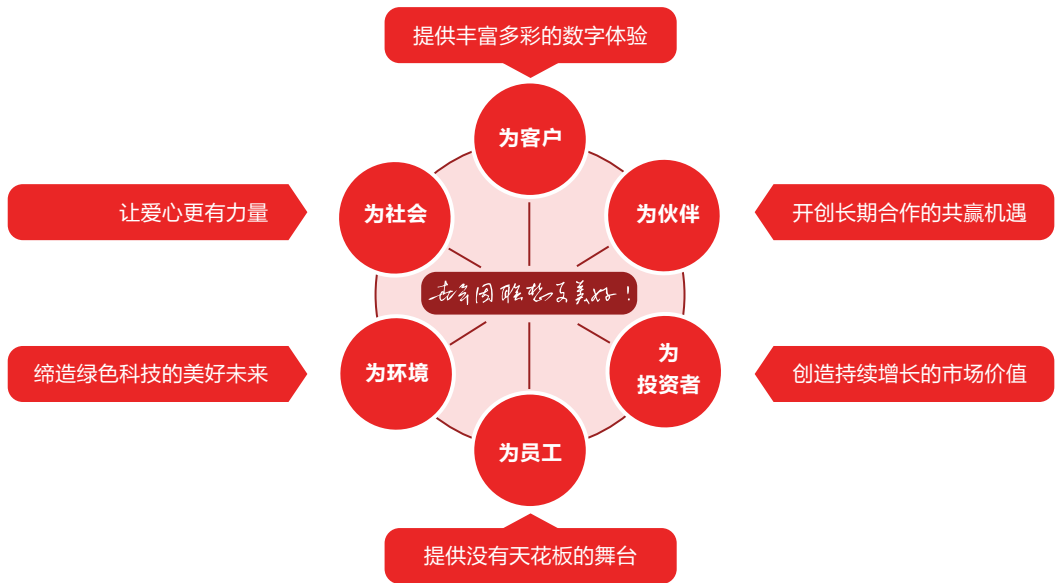
责任管理

有效的社会责任管理是企业可持续发展的基石。联想作为一家拥有远大抱负、期待基业长青的公司，致力于在全球范围内支持、践行可持续和负责任的业务模式，并确保产品、员工和供应商遵循这些承诺。

联想（中国）依托职责明确的社会责任组织体系，积极与利益相关方沟通，为实现“世界因联想更美好”的愿景目标不懈努力。2010年，联想（中国）第五次蝉联“最具责任感企业”奖。

社会责任理念

联想秉持“世界因联想更美好”的社会责任理念，作为联合国全球契约的缔约方和成员，致力于将战略与人权、劳工、环境和反腐败领域的10项原则保持一致，并做出了可持续发展承诺，包括将可持续发展理念融入公司业务战略，坚持高标准的道德要求，关注员工健康、福利和多元化，确保产品质量和安全，投身保护环境，打造全球责任供应链，通过联想的创新领导力和全球文化支持社区发展。在此基础上，联想（中国）建立了“六为”社会责任实践路径图，积极承担对客户、对员工、对合作伙伴、对投资者、对环境和社会的责任。

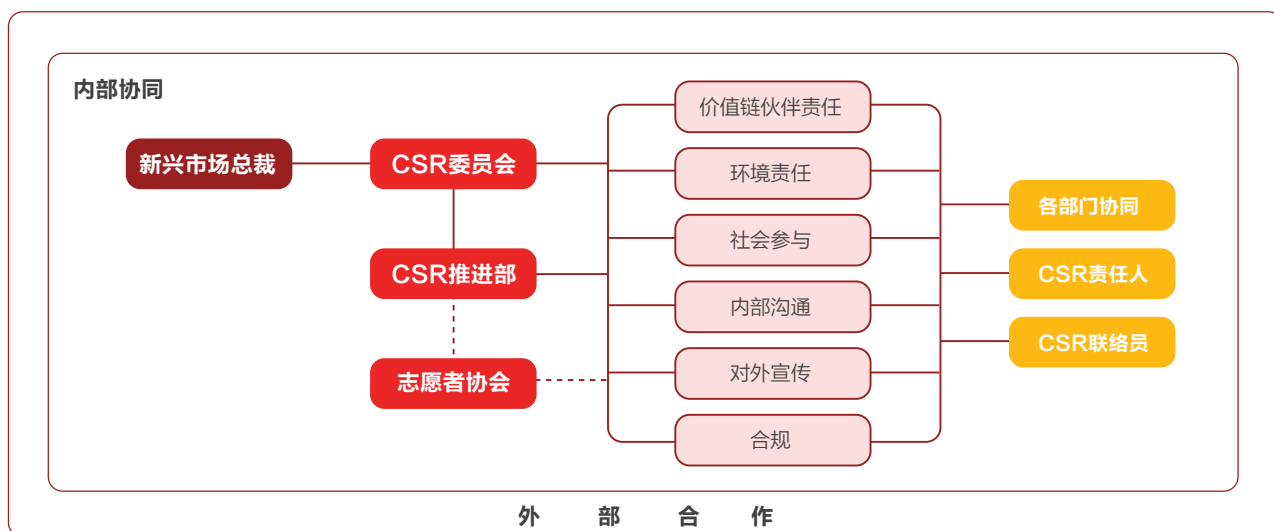


社会责任管理架构

联想设立了可持续发展工作委员会，在其指导下，联想（中国）成立了企业社会责任推进部，在各部门及区域明确企业社会责任联络员，全方位推动联想（中国）的企业社会责任工作。

联想（中国）员工从2008年自发组建的联想（中国）志愿者协会（LCVA）至今已有会员2,000多名，作为促进员工参与的平台，协会积极投身公司在缩小数字鸿沟、环境保护、教育和扶贫赈灾领域开展的公益活动，成为联想（中国）社会责任战略推进的重要实践力量。

2010/11财年，联想（中国）与NGO、专家、行业组织等外部机构广泛沟通，搭建了公司的外部合作体系。内部协同体系与外部合作体系共同构成了联想（中国）的社会责任管理架构。



利益相关方沟通参与

联想（中国）建立了开放式的利益相关方对话机制，通过品牌推广、内部沟通、人力资源、投资者关系等部门和渠道，与各利益相关方在企业社会责任理念、目标、政策、实践方面进行沟通。除充分利用现有沟通渠道，联想（中国）还通过定期发布企业社会责任报告、发放调查问卷、建立企业社会责任专题网页、参与企业社会责任论坛等形式来主动扩大和深化与利益相关方的交流。2010/11财年，联想（中国）开展了一系列活动：

- 在内刊《联想》中增设CSR专栏，介绍联想的社会责任理念和实践，以及国内外可持续发展的重大议题。
- 召开供应商大会，介绍全球供应链未来可持续发展战略，对合作伙伴的卓越贡献表达感谢。300多家供应商参加了联想2010年全球供应商大会。
- 召开联想“商务之星”评选大会，与来自全国的68家联想渠道合作伙伴分享了新财年中国区渠道策略。
- 与中大公益与社会发展中心等机构展开合作，在中山大学讲授《公民与社会》公开课，在华南师范大学创业学院进行联想企业社会责任的宣讲。

.....

利益相关方	主要沟通渠道	责任举措
股东与投资者	交流会议、函件往来、新闻发布、定期工作汇报、公司手册、公司网站	及时准确披露经营状况和重大事项信息；提供合理投资回报；遵循责任经营和责任投资的基本原则。
政府	工作汇报、工作会议、函件往来	遵守法律法规及政策；按时足额纳税；响应政府倡导的号召，配合政府开展建设工作，如家电下乡、产业扶贫、基础设施建设；促进地方信息化建设。
员工	职工代表大会、圆桌沟通会、投诉专员、员工培训、函件往来、公司网站和刊物、问卷调查、专题讨论、探访慰问	维护员工合法权益；创造良好的工作环境；给予合理的待遇；提供教育和培训，为员工创造发展的空间。
客户	问卷调查、公司手册、公司网站、产品宣传册（页）、新品发布会、科技知识普及、服务窗口、服务专线、网络服务平台	提供安全、便利、优质的产品；提供定制化的服务，持续提升客户满意度；及时准确的信息沟通。
渠道商	大联想顾问委员会、大联想伙伴大会、函件往来、公司手册、大联想网站、新闻发布、工作汇报、问卷调查、专题论坛、经验交流会、大联想学院的培训、《大联想》专刊	提供产品和零部件供应；技术、信息和管理的全方位支持与合作；及时响应要求，致力于实现双赢。
供应商	日常沟通、问卷调查、项目合作、联合活动	实行公平采购；协助履行社会责任；建立相互尊重的合作关系；坚持诚实守信，维护企业信誉。
同行	参加行业组织、项目合作、联合活动	依法公平竞争，杜绝价格联盟，维护行业发展秩序；尊重竞争对手，尊重知识产权，维护公平竞争环境；遵守行业标准和规范，参与行业标准的制定；推动信息产业技术创新，促进行业发展。
社区	公益项目和活动、科技信息宣传普及、志愿者活动	积极关注国际社区和当地社区的进步与发展问题；与社会团体合作；注重开展反映联想特色、调动员工热情参与的社会公益活动。
媒体	日常沟通、专项采访和论坛、社会责任报告、公司通讯和网站	积极回应媒体的关注；建立日常沟通机制和信息定期披露机制；接受媒体的专项访谈和论坛活动。
大学和研究机构	调研配合、研讨会和论坛、学术合作	与高校和学术机构结成战略合作伙伴，在科技创新、人才培养、信息交流等方面开展全面合作，推动中国科技研发力量成长和高等教育信息化发展。

lenovo

Service Centre

为客户

——提供丰富多彩的数字体验

联想为客户所做的一切，既是践行经济责任的根本，又是信守对客户承诺的最可靠保证，更是激励联想人实现“世界因联想更美好”愿景的永恒动力。联想依托创新的产品和解决方案、强大完善的质量保障体系、售后服务体系，为实现用户生活和工作的梦想而努力。

- 追求自主创新
- 用心保障质量
- 开启移动互联生活
- 创造卓越产品
- 提供多元解决方案

6,500 件

截至2010年底，联想拥有的专利数量

13 年

联想（中国）连续13年蝉联赛迪顾问（CCID Consulting）颁发的最佳服务奖

追求自主创新

创新是满足客户需求的根本。联想在持续提高产品硬件性能的基础上，加大对产品设计、交互体验、新产品形态、新材料工艺、新使用模式的研发和投入，不断创新产品和服务，推动信息通信技术产业发展，丰富用户体验。

联想坚持“自主创新，追求卓越”的传统，创建了以中国北京、美国罗利、日本横滨三地为支撑的全球“创新三角”，以及遍布全球的46个顶级实验室。2,000余名优秀的工程师、设计师和技术专家24小时不间断地围绕产品和服务，进行着技术研发和测试。截至2010年底，联想全球共申请专利6,500余件，其中在中国申请3,700余件。近五年，申请的专利每年为联想在全球带来了2,000万美元左右的专利使用收入。

技术创新

- 2010年，联想在将工程测试过程可视化的基础上，实现了新兴市场订单可视化。
- 2010年底，联想正式发布了自主研发联想虚拟云终端系统，为教育、政府等行业的IT基础架构提供端到端的云计算解决方案。

产品服务创新

- 联想ThinkStation工作站和ThinkPad移动工作站助力“北美之鹰”团队，帮助其实现以超过800英里的地面时速赢得“地球最快汽车”称号的梦想。
- 在ThinkPad品牌基础上，努力打造Smart PC，达到12个小时以上的电池使用时限。
- 面向现代都市白领，开发ThinkPad全新品牌产品Thinkpad Edge，将ThinkPad理念由工作引向生活。
- 为提升和优化Windows 7 操作系统下个人电脑产品体验，联想开始在产品中预装EE 2.0认证，符合这一标准的联想笔记本电脑将速度更快、性能更强。

投资创新

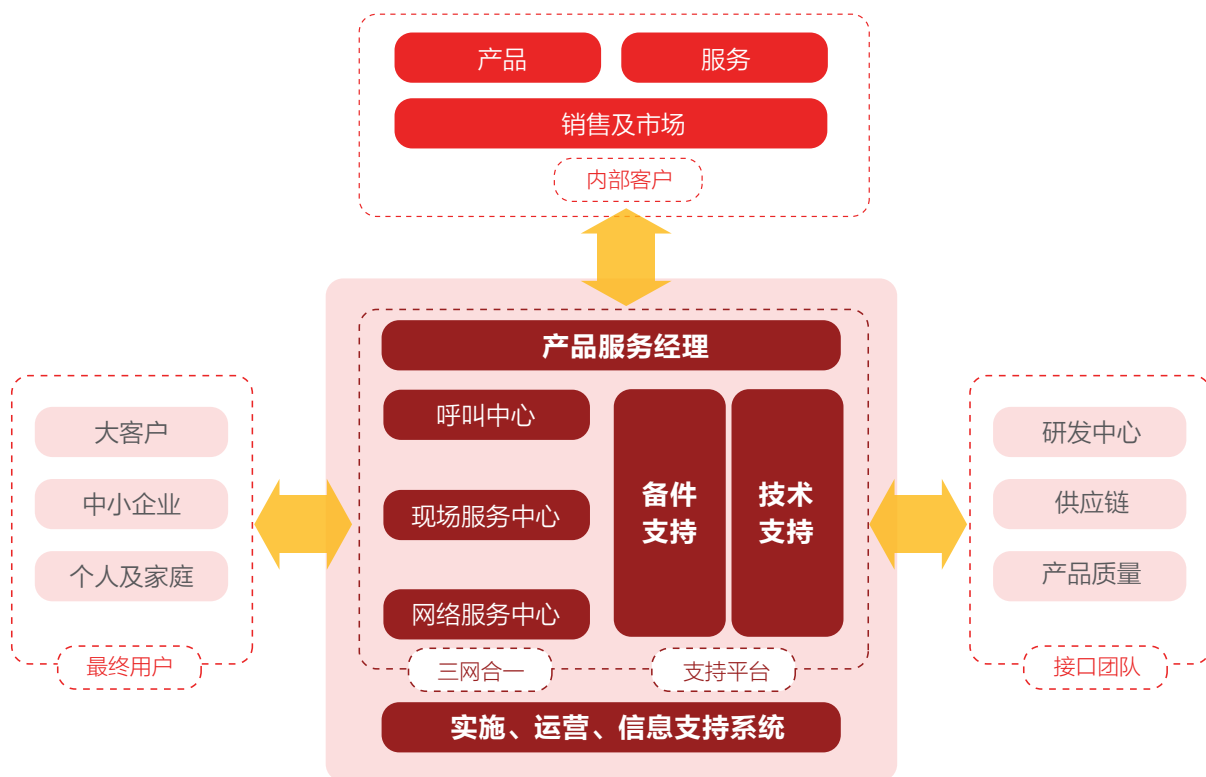
- 2010年底，联想（中国）与成都市政府签订协议，将在成都建设生产、研发、营销运营三个中心为一体的联想西部产业基地，这是联想响应国家“十二五”规划和西部大开发，实施联想全球战略，以及巩固联想在全国和全球领先地位的战略选择。

用心保障质量

联想（中国）在确保产品质量和产品健康安全的基础上，悉心打造全方位的服务体系，设立专业化团队，随时为客户提供咨询和服务。

早在1996年联想（中国）就建立了ISO 9001质量管理体系和全球统一的质量体系框架，覆盖产品的设计、开发、生产和服务全过程，在组织架构、体系监控和员工培训上采取措施，将质量融入自身管理之中，不断提升联想的质量保障能力。同时，联想新成立用户体验研究平台，设计时充分考虑人机工程学，努力使用户在使用时更加舒适、健康。

在客户服务方面，联想秉持“品质源于专业，实力成就用户”的理念，建立“前后协同，服务客户”的客户服务体系，按照大客户、中小企业和家庭用户等客户类型，整合公司备件、技术、产品服务团队，协同研发、质量和供应链团队，为用户提供全面服务。



联想（中国）售后服务体系

网络服务 联想客户网络服务分为自助平台、互助平台和帮助平台。在自助平台，用户可通过智能机器人实现人机对话，寻求解决方案，也可选择在线驱动修复、软件修复，以及注册联想数据库，享受无缝连接的网络服务，每天约有2.5万人次通过自助平台享受网络服务；在互助平台，用户通过联想问吧、在线论坛，借助网友互助解决问题；在帮助平台，联想向用户提供在线客服沟通、网上报修、远程操控解决服务，以及短信推送解决方案和Email支持服务，联想客服人员每月的网页浏览量达1亿次。

电话服务 联想客服中心拥有700多名咨询工程师、800多条电话线，全年365天无休，平均每天接听电话2万个，电话接听率达到95%。

渠道服务 联想拥有业界覆盖范围最广、响应能力最强的现场服务网络，高绩效运营的国际化技术支持和呼叫

中心，以及10,000多名国家权威认证的服务工程师。截至2010年底，联想（中国）建立了2,400余家服务站，覆盖全国所有县级城市，实现100%上门服务，在1,250个城市实现第二日上门，备件次日上午10点送达率达95%。

e-care三网合一服务 联想利用网络将电话、网站、现场这三套独立的体系整合成一个大的服务平台，实现客户信息后台的数据共享和客户身份自动识别，24小时全天候为客户提供服务。

对于客户投诉，联想确立了三步投诉处理法：首先，向用户致歉；其次，找到相关责任人，判断问题性质，并进行处理；最后，在投诉解决后分析问题根源，制定改进措施，避免再次发生类似问题。联想的投诉处理制度采取首问负责制，要求4小时内找到责任人，5日内处理完毕，投诉响应率达100%，从不判定任一投诉“无效”，所有

投诉一视同仁。

为保护客户隐私，联想要求服务人员严格遵守《员工行为手册》，杜绝回收客户硬盘，确保用户资料不外泄。

2010年，联想（中国）连续13年蝉联赛迪顾问（CCID Consulting）颁发的最佳服务奖，同时获得赛迪2010年产品服务满意度奖、服务交付满意度奖；联想呼叫

中心连续6年获得客户服务提供商标准（COPC）认证，成为国内首家满分通过COPC认证的呼叫中心。此外，在素有“中国客户服务奥斯卡”之称的中国最佳客户服务评选中，联想获得最佳客户服务奖、最佳创新服务奖等多项大奖，成为IT服务业唯一一家在此次评选中获奖的企业。

开启移动互联生活

网络技术发展使中国进入了一个全新的移动互联网时代。2010年4月，联想在北京发布移动互联战略，与合作伙伴一起，致力于以用户体验为中心，不断推出创新的个人终端，并实现多种设备互联，打造端到端整合的应用平台，构建完善的产业生态环境，让用户能够按照自己的需求充分享受到自由自在的移动互联网生活。

以移动互联战略为核心，联想（中国）推出以个人电脑、智能手机、平板电脑和智能电视组成的移动终端产品线，配合丰富的互联网应用，使用户在不同产品的切换中保持实时在线。

中国现有4.57亿网民，其中3亿网民会选择用手机上网。

——中国互联网络信息中心2010年统计数据



联想乐Phone基于深度开发的Android系统，采用联想自主设计的四叶草界面，将传统通讯方式和互联网无缝结合，实现了新的沟通体验，同时预装多种应用，方便客户享受新一代移动互联终端的乐趣。



2011年3月，联想（中国）宣布平板电脑——乐Pad正式上市。乐Pad是联想（中国）组建移动互联及数字家庭业务集团后推出的首款产品，配合强大的硬件配置和丰富的应用，符合中国用户的使用习惯和需求。

联想（中国）打造了自己的应用商店——“乐商店”，为移动终端用户与应用开发者搭建交流平台。用户在这里可下载心仪的应用程序，开发者可在这里上架自己制作的应用，好的应用还会得到联想“乐基金”的支持。依照“聚焦精品、安全保障、提高收益、合作共赢”四大

发展战略，联想（中国）通过防盗版、内容审核、后台安全检测等手段，保障开发者和用户的利益。联想（中国）还通过建立联合实验室、举办技术沙龙，为开发者提供技术、人才、交流机会等支持。

乐基金是由联想向应用开发者提供的天使基金，主要面向初期的创业企业，按照企业不同的发展阶段给予相应的资金和增值服务。

■ 创造卓越产品

制造卓越的个人电脑产品，不仅是联想对用户的承诺，也是对自己的要求。联想有着全世界最大的个人电脑研发投入力度和最高涨的研发热情，以技术为核心，持续不断推出高性能的消费产品和商用产品。

针对个人用户，联想（中国）针对年轻白领、游戏玩家、大学生和农村用户四类群体的不同需求，推出多款笔记本电脑，让用户体验到最新技术的消费性笔记本。针对家庭用户，推出一体机以平衡用户对空间节约和性能保证的需要。针对商业用户，力求产品轻薄便携，并不断提升持久续航能力，使其能够成为商旅人士工作与生活中的贴身伴侣。

针对大型机构和企业，联想为客户提供从移动互联终端、商用笔记本、台式机/一体台式机、专业工作站到服务器、存储等全系列产品和创新整合应用方案，并以卓越品质、按需定制、专属服务三大特性，助力用户以简驭繁，创造更大价值。

2010年10月，联想宣布售出第6,000万台ThinkPad产品，成为ThinkPad的又一重要里程碑。

在产品外设和打印机领域，联想一如既往地提供更多具备联想独特设计的高品质产品。2010年，联想推出双面低碳打印机LJ3600D和LG3650DN，在为用户节省50%纸张的同时，有效降低了碳排放量。



超便携消费性笔记本IdeaPad U260，备有镁铝合金金属外壳、皮革掌托材质及玻璃触摸板



ThinkCentre M8300t/s台式机，搭载远程管理平台，成就企业效率



IdeaCentre A700 一体机，是能够满足家庭所需的时尚多媒体消费型台式个人计算机

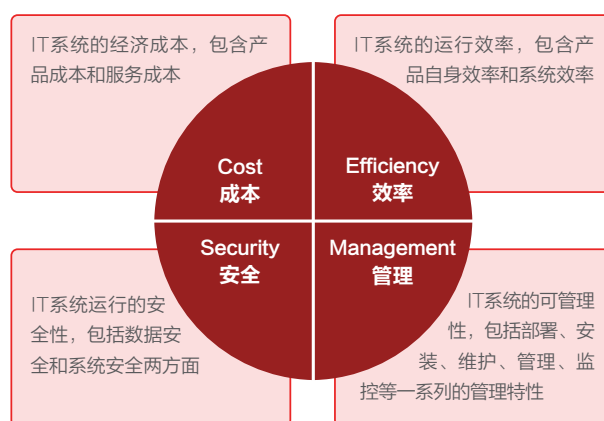
提供多元解决方案

联想在多年企业信息化和行业客户服务的实践中，对IT系统的成本控制、效率和管理提升、信息安全防范等方面，有着独特的理解和深入的洞察，面向商用客户提出了CEMS理念。联想致力于研发性能强大的IT基础架构，整合业界优质资源，为客户构筑基于互联网的、端到端的整合应用方案，并通过创新、丰富的终端产品，帮助客户提升业务的灵活性，提升IT应用总体价值。

联想为客户提供包括桌面级云计算产品、后台企业级数据中心、大规模公共计算在内的IT基础架构设施，作为企业构筑全价值链信息系统的基石。通过端到端的技术资源整合，为客户提供种类丰富、部署灵活的软硬件解决方案。联想还着力为客户打造便于整合行业应用的移动互联网终端产品，包括外形简约、性能强大的一体台式机，以及行业定制化产品。

在移动互联应用日益普及的时代，联想针对行业用户特点，提供丰富的移动互联行业解决方案。搭建了全新的移动

互联行业应用基础平台，一方面通过联想企业级配置分发管理平台（LECP），为行业用户提供对终端进行安全管控的功能；另一方面，通过联想企业级移动互联设备管理平台（LMDM），为行业用户提供安全有效的设备管理和软件部署方案。



联想CEMS理念

与上海市长宁区人民政府共建移动办公平台

2010年8月，联想和上海市长宁区人民政府签署了《共建移动智能办公平台合作协议》，以乐Phone为终端，构建了长宁区政府移动办公平台，根据“安全、实用、先进、易用、开放”五大原则，为政府提供移动办公解决方案。通过这个平台，联想将机关办公系统和邮件系统同步移植到乐Phone，政府工作人员可通过乐Phone随时随地提交申请、上传资料、移交工作；上级领导可使用乐Phone审批文件，查看某一项工作的整个审批流程及相关部门建议。长宁区相关领导表示：“联想结合长宁区办公自动化系统现状，开发的移动办公系统将为长宁区提升电子政务效率起到较大助力作用，在全市乃至全国率先开发出政府整体移动办公的崭新模式。”

在云计算领域，联想致力于研发强大的IT基础架构解决方案，为客户构建端到端的整合应用方案和终端产品，帮助客户简化IT管理，提升业务灵活性。基础架构方面，面对企业纷繁复杂的信息系统，联想提供下一代绿色数据中心，高性能技术解决方案等，为企业构建高效率的云计

算基础架构。

为提升IT管理安全保障，联想为企业用户提供了安全产品和数据安全解决方案，为企业提供数据保护、数据备份和恢复等支持服务，全方位构建企业数据安全体系，帮助企业高效运营和持续发展。



为伙伴

——开创长期合作的共赢机遇

供应商、渠道商是联想价值链中不可或缺的一环，是联想大家庭的成员，他们的可持续性决定着联想的责任竞争力。联想以诚信、开放的胸怀，与合作伙伴建立公平、公正、富有成效的长期合作关系，推动伙伴可持续发展能力的提升，超越伙伴期望，共创价值，共享成长。

- 打造责任供应链
- 多元共赢“大联想”

99%

与联想签署协议承诺遵守电子行业行为准则（EICC）标准的一级供应商比例

3,800家

2010/11财年接受联想商用事业部培训的渠道商数量

■ 打造责任供应链

联想（中国）在联想全球统一、完善的采购体系下，一方面以公正、透明的采购管理保护供应商利益，另一方面帮助供应商提升企业社会责任意识和管理能力，与供应商携手打造责任供应链。

联想的采购愿景：

成为供应商最钦佩的合作伙伴。

联想的采购战略：

致力于使供应商受益于与联想的长期合作、资源共享和共同发展：

- 联合供应商，在探索下一代技术、研发新产品、优化合作流程等方面共同创新、制定规划。
- 通过遵守高标准的质量要求、保持供应灵活性，持续提升运营效率。

联想的采购原则：

客户服务

加强深入理解整个供应链的潜力和需求，包括联想的

消费者、内部员工、供应商以及供应商的供货商。联想主动整合联想自己和供应商的观点，加强各个层次和职能部门的沟通。

创新精神和企业家精神

联想不满足于已有的在技术、价格、质量、响应度、速度和效率方面的竞争优势，持续完善和提高。

准确与求实

联想一直坚信并坚持真正的跨部门的参与，以此来保证公司的商业决定是基于慎重理解的事实之上。

信任和诚信

联想确保公司和供应商之间遵循各项协议及其精神。联想和供应商在信任、诚实和坦诚的基础上建立了长期的关系，不会为了追求当地或区域的利益而牺牲联想的整体利益。联想倡导团队工作、诚信以及彼此的尊重和优势共享。



联想高管与合作伙伴共同启动移动互联战略

采购机制

联想建立了规范、详细的采购原则、制度、流程和供应商申诉机制，确保实现透明、公平的采购。

作为电子行业行为规范电子行业公民联盟（EICC）管理委员会成员，联想制定了与EICC在劳工、环保、健康安全、道德和管理系统等方面要求一致的采购政策和流程，并要求供应商建立EICC标准操作规范，按照EICC供应商参与模型，帮助供应商制定战略和运作模式，加强内部管理，定期进行项目总结、分享和推广。

公司在采购部门设立了全球专职采购专员及热线，收集和处理违反联想采购原则的行为，并在企业的合规体系和员工行为守则中做出了更为全面的规定，如联想员工及其家庭成员不得向供应商和准供应商索取酬金或接受其给予的酬金，员工只可接受25美元或以下的礼物。联想积极推动供应商共同维护道德和公正的原则，建立了申诉办公室。供应商可以通过申诉办公室解决无法通过一般商业渠道解决的采购相关问题。



联想（中国）采购流程图

供应商审核

联想针对产品质量、服务、交货及时性、技术、成本等关键领域，定期评估供应商绩效，并将评估结果反馈给供应商，确保其充分了解联想的业务需求。联想和供应商一起，共同制定评估目标，将企业社会责任指标纳入评估过程，按季度审查供应商的绩效，建立纠正机制帮助供应商持续改进。

联想积极与供应链伙伴开展责任领域的协作，在确保自身恪守电子行业行为规范（EICC）的同时，要求一级供应商遵守EICC标准，并开展由电子行业公民联盟（EICC）认可的第三方机构进行的合规审查。联想还与一级供应商合

作，将EICC标准向二级供应商扩展。

2010/11财年，联想继续推动供应商遵守电子行业行为规范（EICC）。99%的一级供应商与联想签署了正式协议，承诺遵守EICC标准，95.3%的一级供应商采用E-TASC（Electronic Tool for Accountable Supply Chains，责任供应链电子工具），在线提交了自我评估问卷，75.4%的供应商完成了第三方审核。联想还与电子行业公民联盟（EICC）其他成员共同制定一项全面的策略，帮助EICC实施一套标准化全球方案，用标准化的方式监督供应商在可持续发展和社会责任方面的表现。

供应商培训

联想通过培训提升供应商的可持续发展能力和社会责任意识，在培训内容上与电子行业公民联盟（EICC）开展广泛合作，包括合规培训、供应链能力建设、工作时间、电子学习模式、碳报告和能效管理等方面。

2010年，联想（中国）在上海和深圳召开“联想供应商环境规范”培训大会，邀请第三方检测机构，详细解

释了各类环保项目的规范及标准，介绍了联想采纳的领先业界的环保规范和要求，包括“Low Halogen（低卤素标准）”、“REACH”、“Carbon Footprint（碳足迹）”、“JIG（联合产业指南）”、EPEAT Gold及联想供应商自我声明“IPC-1752”等。

**REACH: (Registration, Evaluation, Authorization and Restriction of Chemicals)，是欧盟对进入其市场的所有化学品进行预防性管理的法规，含义是化学品注册、评估、许可和限制。*

**EPEAT: 即电子产品环境评估工具，是美国制定的环境保护规范，比欧盟RoHS更加严格，其中的Gold级别认证层次最高。*

**RoHS: The Restriction of the use of certain Hazardous substances in Electrical and Electronic Equipment，即在电子电气设备中限制使用某些有害物质指令，也称2002/95/EC指令。*

**IPC-1752: 是供应商申明物料时使用的行业标准。*

多元共赢“大联想”

经销商、分销商、代理商等渠道商是联想大家庭中的成员，他们与联想统称为“大联想”，这是联想渠道发展中的创举。“大联想”秉承“风雨同舟、荣辱与共、共同发展、共同进步”的理念，构建专注专业、精细高效、世界一流的营销服务体系，通过管理创新、培训交流、经验共享、鼓励表彰等方式，与渠道伙伴长期合作、变革求新、共享信仰、共同成长，一起建设富有竞争力、充满激情的大联想。

“大联想”的原则和根基：互相信任，系统管理。

“大联想”的精神要素：艰苦奋斗，创业心态。

“大联想”的发展动力：长期合作，变革求新，与时俱进。

“大联想”的共同理想和核心凝聚力：信仰共享，文化凝练。

在2010年中国IT渠道冠军调查评选活动中，联想囊括了所有产品线（消费、商用台式机、笔记本和多功能一体机）的渠道冠军，以综合表现最佳的成绩获得了2010中国IT渠道总冠军的称号——《电脑商报》第七届渠道总冠军奖。

“大联想”管理体系

联想（中国）通过战略、运营、保障三层组成的管理体系，为“大联想”的实际运作提供科学的支撑。联想（中国）不仅将代理商纳入联想的销售、服务体系，也纳入到了联想的分配、培训体系。联想商用打印团队为渠道商建立了专有的网上“销售支持系统”，对零售渠道的销售和管理提供支持。商用事业部采用三层渠道体系全通路覆盖模式，为零售客户、商用个人、中小企业等不同客户群提供丰富的渠道选择。

联想创立“大联想”模式16年来，“大联想”已成为中国覆盖范围最广、纵深程度最高、成员数量最多、凝聚能力最强的IT渠道体系，诸多伙伴公司已发展成为当地

IT业的领头军和创业典范，创始人成长为当地具有创新意识和管理经验的代表人物。很多渠道商自主研发了有创新和实用价值的产品，如中小企业CRM管理软件、集团财务管理软件、电子商务软件、电子教室、电子城管等。2010年，联想（中国）筹建“大联想”事业部，利用“大联想”学院、《大联想》杂志、大联想网站、以及大联想策略关系等各种平台，帮助合作伙伴在“大联想”体系内共享资金、管理、产品等优势资源，实现多元化发展，即将开展的工作包括：在大联想体系内征集和推广优秀自主研发产品；共同开发项目，优先选择对个人电脑主业有增值作用的项目。

“大联想”沟通机制

联想（中国）注重渠道沟通与交流，藉此促进“大联想”伙伴优势互补，提升“大联想”体系整体竞争力和凝聚力。联想（中国）设有“大联想特约顾问委员会”，通过年度策略会议、合作伙伴大会、渠道沟通会、年底答谢会、业务代表日常走访、《大联想》杂志、商务之星评选、Super Sales比赛等多种方式，向“大联想”伙伴传达公司的战略重点，分析行业发展和竞争趋势并分享管理经验。

联想（中国）各分区和各业务部门也定期召开年度渠道商大会、季度业绩总结会和计划会，不定期举办圆桌论坛和文化沙龙活动。联想ThinkPad渠道商还自发成立了渠道商组织“思行汇”，通过拓展训练、会议等途径进一步加强“大联想”的沟通。

2010年11月，联想召开第十三届“大联想”顾问委员会，来自全国各地的117名顾问委员会成员参加了会议。会议以“精彩同行，乐自由我”为主题，通过主题报告会、七大分论坛和两场培训与渠道伙伴分享了联想最新业绩和战略、ABC（态度/行为/能力）和 IEE领导力模型（愿景激励/授权参与/赋能支持），揭晓了“大联想年度风云人物”，并以“有一说一”的现场访谈形式，对联想移动互联网业务进行了详细阐释和深入沟通。

2011年2月，联想（中国）召开以“鎏金岁月，荣耀启程”为主题的首届联想R模式渠道大会，与全国125家合作伙伴共同回顾R模式业务及合作伙伴的成长历程，展望未来发展的广阔空间，表彰为联想R模式作出突出贡献的优秀合作伙伴。



第十三届“大联想”顾问委员会

2011年2月，年度“商务之星大会”在北京召开，68家合作伙伴从全国渠道商中脱颖而出，被授予“商务之星奖”。“商务之星大会”不仅是表彰和总结的大会，也是协同、分享的良机。中国2010年度经济人物李稻葵在会议上就宏观经济形势、通胀条件下的经济管理、货币政策发表演讲。

2010/11财年，联想（中国）举办了第六届Super Sales 比赛。联想（中国）Super Sales大赛是联想全国性店面销售大赛，分为笔试、问答、情景演练等部分，内容涉及联想的发展文化、发展历程和售后服务，为全国销售人员提供交流和展示的平台。



联想（中国）第六届Super Sales 大赛现场

《大联想》是定位于“分享经验，交流情感”的内部月度刊物，每期八万字左右，通过“联想360度”、成长“大联想”、大世界等栏目，展现联想渠道商、店面、以及每位销售人员的总结和思考，致力于成为“大联想”伙伴的文化纽带和成长家园。



为全面了解分销商、代理商和经销商等各渠道类型的合作伙伴满意度，联想（中国）每季度进行“渠道商满意度调查”，调查内容包括行为规范、能力培训、盈利满意度、渠道管理、业务指导、承诺兑现等六个维度。2010年调查结果显示，渠道商对联想的满意度保持较高水平。

“大联想”培训

联想（中国）为渠道伙伴提供系统、多元的培训，提升其管理能力和竞争能力，通过“大联想”学院分析培训需求，设置从销售、市场、商务、技术服务人员到公司管理层的各级课程。2010/11财年，联想商用事业部对3,800家授权渠道提供了线上培训、线下培训和面对面培训。

“大联想”学院的讲师，大多是来自全国的渠道合作伙伴。他们将在工作中总结出来的经验与自身的领悟，编写成教材与大家分享交流。“大联想”学院每年召开讲师年会，与渠道商共同讨论学院发展的目标和管理方式。

“大联想”经营之道与国学班

2009年，“大联想”学院与北京大学传统文化与现代管理中心合作举办了首届经营之道与国学班，50多位获奖分销商参加培训。2010年6月，“大联想”学院继续与北大举办第二期经营之道与国学班，邀请北京大学副院长、经济学院院长刘伟老师讲解宏观经济，养生健康专家沈雁英老师讲授《保持阳光心态，拥有健康人生——企业家的健康生活》课程，北大哲学系主任王博教授讲解《老子智慧与道德经解读》课程。

学习是快乐的，学习是需要坚持的。感谢“大联想”学院，一直坚持组织，创造机会，使我们不断充实自己。

——山东济南新海诺，孙兆煜

“大联想”的培训告诉我，对企业，用最质朴的方式做事做人；对己，用最自然最快乐的方式生活。

——郑州九鼎，李海霞

扬天头雁计划

联想扬天头雁计划是联想渠道业务部面向联想商用产品体验店的店面老板，联合大联想学院推出的一套培训，为联想商用店面体系中最上进、最好学的合作伙伴提供有针对性的培训和相互交流的机会。课程讲师包括联想商用业务负责人、大联想学院院长、大联想学院客座教授/讲师以及全国最优秀的商用店面老板等。

2010年，联想（中国）在郑州、南宁、成都三地举办了三期“扬天头雁计划”课程，包括联想历史与文化、客户类型识别与应对策略、店面解决方案、客户经营与公司管理等丰富内容。



为投资者

——创造持续增长的市场价值

联想拥有清晰的战略和有力的执行，拥有“说到做到，尽心尽力”的企业文化和领先的创新力量，拥有让客户满意的服务和产品，拥有全球顶尖的科技人才，拥有步调一致的合作伙伴。联想所拥有的这些优势，是保障股东利益的扎实根基。联想通过推动企业稳定发展，保持与投资者的透明沟通，为股东创造持续增长的市场价值。

- 业务发展
- 业绩表现
- 投资者沟通

第2

联想2010/11财年成为世界第二大个人电脑制造商

A+级

联想在2011年“Reputex恒生可持续发展指数”中被评价为A+

业务发展

2010/11财年是令人振奋的一年，联想不断扩大规模，加速发展移动互联网和数字家庭产品业务，加强运营效益，实现了多项里程碑式的业务发展。

联想取得丰硕成果主要基于以下几个因素：

- 制定了清晰、长远的战略：全球员工共同专注战略的执行。
- 形成了强有力的领导架构和有效的决策方式：确保最高管理层在密切沟通、审慎研讨的基础上快速决策。
- 对创新持续投入，打造差异化产品：在满足客户需求的同时，推动公司的未来发展。
- 采用独特、高效的端到端业务模式：针对全球大型企业和公共机构的关系型业务模式成效显著，针对中小企业和消费市场的交易型业务模式在全球推行，展现出良好的增长。
- 倡导“说到做到，尽心尽力”的联想之道：强有力的企业文化帮助联想发展更迅速、更具有竞争力。

2011年初，联想组建了移动互联和数字家庭业务集团(MIDH)，旨在专注和加速移动互联业务的发展。由MIDH牵头，联想将面向消费和商用两个市场，快速建立包括互联网手机、平板电脑和互联网电视在内的完善的产品线。另一方面，联想将继续加大研发力度，加强硬件和软件的深度集成，与中国两大移动运营商中国联通和中国电信建立伙伴关系，推出更加丰富的应用和云

服务，为用户提供最佳的移动互联网体验。联想通过多种方式拓展个人电脑业务，2011年1月，联想迈出实质性的一步，与日本NEC成立合资公司，共同组建日本最大的个人电脑集团。

2010/11财年，联想在经营规模快速增长的同时，对费用进行了有效控制，成本费用率达到收购IBM个人电脑业务以来的最低水平。

联想入选香港恒生可持续发展企业指数成分股

香港恒生可持续发展企业指数是首个涵盖香港及内地可持续发展企业的指数系列，是投资界及公众在评估社会责任投资时的一项重要参考工具及指标。2010年，恒生指数公司根据企业可持续发展准则，对香港上市公司进行详细评审，最后选出30家可持续发展方面表现卓越的香港上市公司。联想入选香港恒生可持续发展企业指数的成分股，并被评定为A+级。

业绩表现

2010/11财年，在全球个人电脑市场增长放缓的情况下，联想取得了有史以来的最好业绩。

联想的销量增长速度远远超过全球平均水平，截至2010/11财年，联想连续六个季度成为全球前五大电脑厂商中增长最快的厂商，连续八个季度超过市场平均增长，全年的全球市场份额创下10.2%的双位数新高。联想2010/11财年销售额达到216亿美元，联想（中国）的销售额为99亿美元。

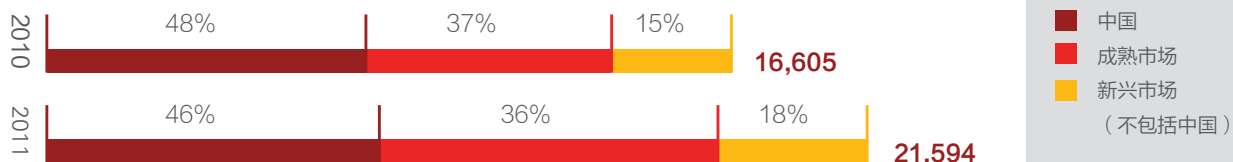
■ 联想各地域、各产品、各客户组别的销量和市场份额

均衡增长：中国业务的市场份额再创新高，占中国个人电脑市场超过三成份额，进一步强化市场领导地位；首次成为全球新兴市场（包括中国）排名第一的个人电脑厂商；成熟市场业务的市场份额及盈利均获提升，第四季度创下市场份额新高。

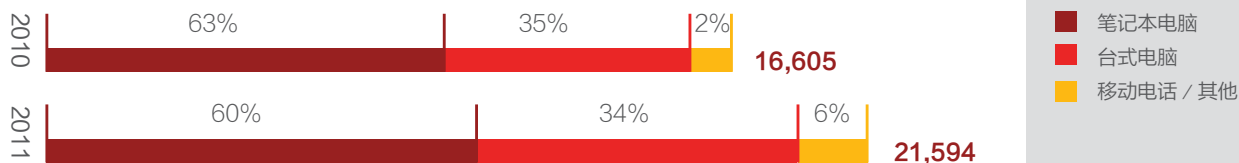
■ 联想关键产品类别实现历史性突破：

首次全球政府及教育行业笔记本电脑市场排名第一；首次全球商用笔记本电脑市场排名第二；全球一体机市场排名第二；个人消费电脑销量突破1,100万台。联想Idea产品组别销量本财年同比上升29.3%；个人笔记本电脑销量同比增长30.2%；个人台式机电脑销量同比增长25.5%，移动业务销量同比上升47.4%。

按市场划分销售额（百万美元）



按产品划分销售额（百万美元）



投资者沟通

联想致力于与股东、投资者及证券分析师进行公开、透明、高效和一致的沟通。

联想设立了投资者关系团队，实时向投资界提供必需信息和数据，让其能更了解公司的策略、运营及最新发展。2010年12月，投资者关系团队邀请联想首席技术官贺志强先生，为投资者介绍联想最新的移动互联网战略和发展计划。

高级管理团队积极参加各种投资者沟通活动，通过分析师简报会、网上直播、电话会议及全球投资者路演等，向投资者及分析师交流联想的策略。2010/11财年开展的主要活动有：

- 联想高级管理团队分别在香港、纽约、北京及旧金山市发表全年业绩及季度报告。
- 联想在北京举办投资者反向路演，高级管理层团队在会上向全球机构投资者展示联想的最新策略和计划，并与会者实地参观了联想的创新中心和生产设施。
- 联想继续举办分析师圆桌会议，加强证券分析师对特定义务的深入了解。
- 除定期的一对一投资者会议外，高级管理层团队还参加了由国际投资银行举办的投资者会议，主动与全球机构投资者沟通。

联想鼓励股东出席股东周年大会，并提前发出大会通告。首席执行官、首席财务官、审核委员会主席及独立专业顾问、外聘核数师均出席联想2010年7月31日举行的2010年股东周年大会并回答股东提问。

联想的投资者关系工作获得了投资界的认可。2010/11财年，联想首席财务官黄伟明获得Asset Magazine颁发的“亚洲区最佳首席财务官”殊荣；在IR Magazine2010年大奖中，被评为“香港最佳投资者关系网站/网上直播公司”，投资者关系团队在同一活动中位列“最佳投资者关系专才”及“最佳投资者关系的科技、传媒、电讯公司”的第三名。联想2009/10财年年报在2010年Galaxy Awards中获得“最佳电子制造公司年报”组别银奖。





为员工

——提供没有天花板的舞台

员工的激情和汗水铸就了联想的每一个里程碑。联想在办好企业的同时，坚持以人为先，把每位员工都当作联想家族中的一员，倾力为员工打造无国界的发展平台，并希望成为员工感到自豪和满足的理由。

- 吸引和留住人才
- 支持员工成长与发展
- 重视沟通与融合
- 给予人性化关怀

50_强

联想入选Universum全球最佳雇主
50强

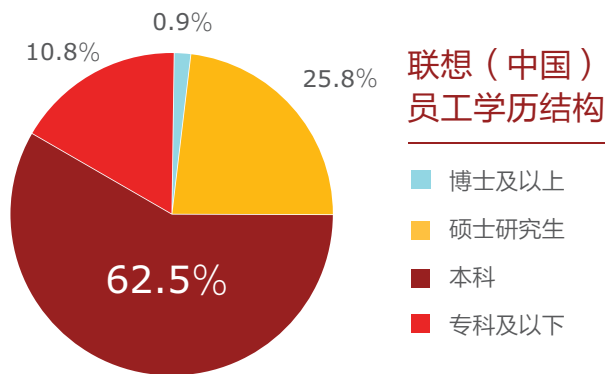
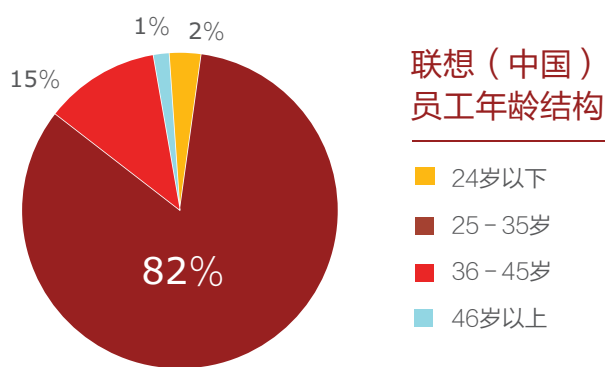
100_%

联想（中国）的员工培训覆盖率

吸引和留住人才

联想的发展和壮大离不开员工的智慧和奉献，员工是联想基业长青、经久不衰的最重要财富。联想力争留住世界顶尖级人才，向最佳雇主迈进。

平等就业



联想尊重人权，坚持平等雇佣，不因宗教、种族、性别、政见、地域、肤色等因素歧视员工。尊重和维护国际人权公约和劳工标准，杜绝使用童工和强迫劳动。联想（中国）全面贯彻《劳动合同法》及相关法律法规，实行男女员工同工同酬，与员工的合同签订率为100%。

联想不断完善员工权益保障体系。当权益受到侵害和骚扰时，员工可向主管、人力资源部或投诉专员进行申诉，联想对进行申诉与举报的员工有严格的保密与保护措施，严禁任何形式的打击报复。员工可以投诉任何问题，所有谈话均无记录，投诉专员通过谈话帮助员工找到解决问题的办法。

2010年，联想成为中国首家入选优信咨询（Universum Communications）“全球最佳雇主”的企业，同时也被评为全球最佳雇主50强，连续八年蝉联大学生最佳雇主奖，被评为“全球工程师最愿意工作的50家最佳雇主”之一。联想（北京）有限公司获得“北京市和谐劳动先进单位”荣誉称号。联想广东惠阳厂获得“广东省和谐劳动关系先进企业”殊荣。

截至2011年3月31日，联想（中国）员工总数为21,945人，其中工厂工人3,889人；工程师、设计师和技术专家2,327余名，占比约为26.8%；高层管理人员中男女比例为4.6:1；少数民族员工占4.1%；外籍员工占1.3%。

*优信咨询（Universum Communications）：是一家国际知名的集调查研究与管理咨询于一身的公司。该公司每年定期在欧美19个国家进行毕业生问卷调研，对结果进行严谨分析后得出最佳雇主排名，并在各国权威网站及其他相关媒体上发布该结果。

联想关注职业女性的成长，自2007年开始制定全球联想女性领导力计划（WILL，Women in Lenovo Leadership），该计划关注女性话题，通过开展各种培训及活动项目拓展社交、增强与外部女性组织合作等，帮助女员工实现工作与生活的平衡。

- 联想（中国）开设“职业女性论坛”，邀请联想的女精英分享各种应对挑战与困惑的经验和女性成功秘诀。
- 在工作场所增设哺乳室，为“妈妈”员工和宝宝提供更多的个人空间。
- 在《联想》杂志推出女性专题，分享家庭生活经验、展示成功女性风采等。
- 在国际三八妇女节发放实用家居小礼物，开展关于婚姻情感、个人形象、茶艺茶道等系列培训，让大家学会如何做幸福、漂亮、气质女人。

薪酬福利

联想致力于为员工提供优越的福利待遇，不断提高员工的生活品质。公司设有薪酬委员会，聘请国际独立薪酬咨询公司，制定了一套适用于全体员工的正规、透明、以绩效为基础的薪酬政策，持续提升员工待遇水平。联想（中国）的薪酬体系包括薪金、奖金、福利和认股权证四个方面。

联想（中国）为所有员工购买社会保险、商业保险和补充商业保险。员工享有公司年假、带薪年假、企业年金、员工援助计划、工作餐、员工购股计划、员工购机以及员工困难补助等各项福利。

激励与认可

联想重视所有员工的力量与价值，认可员工的努力和差异性为联想的成功所作出的贡献，不断激励员工的成长与发展。

联想（中国）采用年度薪酬调整的管理机制，制定与市场趋势相匹配或高于市场水平的年度薪酬调整比例，并结合个人绩效进行调整。公司设立长期服务奖、长期激励计划，吸引、挽留、奖励及激励表现最佳的员工。

联想（中国）每年举行誓师大会，全体员工合唱《联想之歌》，击鼓鼓舞士气，回顾发展历程，展望未来，坚定风雨同舟、荣辱与共的信念；举办庆功宴，与员工分享胜利的喜悦；颁发个人奖、杰出团队奖、联想风范奖、联想奖等，对优秀员工、团队予以表彰。

支持员工成长与发展

“联想因员工而美丽”，员工的成长就是联想的成长。联想帮助员工规划职业生涯，推动个人成长。

健康安全

联想始终致力于促进员工的身心健康，不断延伸职业健康服务，并努力成为信息通信技术行业职业健康安全领域的引领者。2010年，联想（中国）员工体检及健康档案覆盖率为100%，职业病率为0，工伤事故死亡人数为0人，全年未发生重大安全生产责任事故。联想深圳工厂连续第六年获得福田区安全管理委员会授予的“安全杰出贡献奖”。

联想（中国）通过建立职业健康和安全管理体系统，以更好地管理员工的职业健康安全。在每个制造工厂都建立了职业健康安全管理体系统，并通过了法国国际检验局（Bureau Veritas）的审核认证，获得了OHSAS 18001:2007认证证书。

联想（中国）高度重视制造场所的工作安全，制订了严格的安全生产规章，通过详细的事故调查与处理规定确保所有发生的工伤事故都会得到调查，并在日后采取措施预防同类事件再次发生。各工厂实行重点岗位轮岗以及岗前、岗中、岗后体检制度，降低职业病发生率，增强全员的消防安全意识。每个工厂都安排专人负责职业健康与安全工作，并进行定期专业培训。

联想（中国）为员工配备安全防护用品和设备，每年为员工进行定期体检，提供职业健康、个人心理问题、个人身体健康或疾病问题、预防医学等各方面内容的健康咨询服务。联想（中国）还对各个工厂的职业健康与安全情况每年

至少进行两次审查评估和一次审计，对员工餐厅及宿舍进行卫生审查，对大型房产进行建筑安全和状况审查。

联想（中国）组建并不断完善以消防为骨干、专业救援为支撑、社会力量为补充的应急救援队伍体系。各制造厂每年组织针对性应急演练，并将应急管理知识纳入各制造厂培训和宣传教育计划，努力提高员工应急管理知识和应急自救、互救能力。联想在各个工厂实施了30多个涉及安全、工业卫生、职业健康与员工保健的计划以及应对火灾、自然灾害等紧急事件的安全应急计划。同时，对因公旅行的员工提供24小时的全球医疗紧急救助服务。



在2010年全国安全生产活动月来临之际，联想（中国）制造厂通过开展系列宣传、发放宣传页、安全知识有奖问答等安全主题活动，提高全员安全思想意识和防范能力，使“安全第一、预防为主、综合治理”的安全生产管理方针得到有效贯彻和落实，确保制造厂安全生产无事故。

教育培训

培训是提高员工专业技能和道德素养的重要途径。联想（中国）为员工提供丰富而又个性化的教育、培训机会，员工培训覆盖率为100%。每年约有2,000人参加新员工培训，培训平均满意度为4.7分。

联想（中国）建立了完善的员工培训体系。培训类别

包括员工培训、新经理培训、新总监培训、高管培训和专业序列培训等，培训内容涉及领导力培训、专项技能培训和一般技能培训，培训对象覆盖全员，培训方式由内部培训、导师辅导和外部教育培训相结合。

“入模子”培训

2010/11财年联想对“入模子”培训进行了改版，培训内容更丰富，内容涵盖了公司战略、历史、文化、双业务模式和技术创新；培训形式更多样，增加了走出课堂、体验公司店面的环节，将课堂授课与团队活动相结合；培训时间更长，从三天增加到五天，每天一个主题，环环相扣，循序渐进。学员们不仅收获了丰富的知识，而且收获了深厚的友谊和难忘的回忆。

2010/11财年“入模子”培训共计举办了18期，首期培训满意度高达4.8分（满分5分）。公司还为国际员工量身定制入职培训，重新改版全部课程，使国际员工能够迅速融入联想文化。

“入模”，太多的忘不了：忘不了老师的精彩讲述，忘不了朋友们的笑脸，忘不了模友会的掌声。然而，“入模”只是一个起点，带着这些忘不了，我真正地走入了联想，走向了新的生活。

——全球应用开发部 夏烨晗

职业发展

联想（中国）重视员工人才队伍建设，制定年度人才培养实施重点计划，对员工的发展进行战略性、系统性的管理。为每个员工制定个人发展计划——IDP，遵循员工培养“721法则”，即10%的课题培训、20%的交流辅导、70%的岗位学习。着力打造“发展人、培养人、尊重人”的人才摇篮，为员工提供广阔职业发展空间。

联想（中国）为员工提供管理序列和专业序列两条职业发展道路，员工可以结合自己的兴趣爱好与特长选择适合自己的发展道路。

重视沟通与融合

联想推行有效、持续的沟通机制，努力打造一个人才优秀、队伍多元化、具有强大凝聚力的新型全球化企业。在重视每位员工独特的文化与民族背景的前提下，联想积极为员工提供相互了解的机会与渠道，搭建起一座不同文化沟通与融合的桥梁。

企业文化

企业文化是联想践行的信仰和价值观。联想以根文化为基础，结合集团的特点和国际化环境的需求，形成了被称为“联想之道”（The Lenovo Way）的价值观，其核心是——说到做到，尽心尽力。联想塑造全球文化体系，旨在打造一支具有高度责任感、紧迫感、使命感的团队。

联想文化扎根在联想员工心中，支持全球战略的实施，并为联想的持续发展提供动力。

联想企业文化体系建设工作，从2010年4月22日在北京举行“联想之道”研讨会开始，向全球传承联想之道，以共同的价值观聚合人心。



多元融合

尊重员工多元化、注重文化融合是联想成功的基石。联想本着以“融”致“合”、“坦诚、尊重、妥协”的原则，建立起全方位的沟通融合机制。

求同存异 多元化意味着差异与个性共存，联想主张多看对方的优势与合理性，学会接受与包容。在国际三八妇女节、黑人历史月、亚裔美国人传统月、西班牙裔传统月、中国春节及同性恋自豪月等节日，联想都尊重当地习俗和文化，举行庆祝活动。

互相了解 联想以一种尊重的态度去了解他人，加强员

工与员工之间、管理者与员工之间的沟通与了解。联想（中国）每年开展“走分区”行动，了解一线员工工作，促进联想家庭成员之间的相互了解。

2010年10月23日，联想全球应用运维部（GAO）在北京展开了“和谐共享，合力共赢——奥斯卡寻梦之旅”全员熔炼活动。美国、北京、深圳、上海和惠阳等地231名员工代表参加了此次活动。员工在轻松的环境里与跨地域、跨部门的同事合作，看到了彼此身上的闪光点，促进了跨团队沟通与融合。

畅通沟通

工会是员工与企业沟通的桥梁。联想（中国）在北京及各区域、工厂成立工会组织，不断健全职工代表大会制度，支持员工与公司共同发展。2010年，联想（中国）员工入会率达到100%。

联想（中国）通过公司内部网站、邮件、会议等方式让员工了解公司决策、重大变化和发展方向，并积极妥善地处理员工的各种诉求，保障员工的知情权、参与权、监督权和表达权。涉及员工权益的政策制度，需征求工会、

法务等部门意见后方可出台。工会定期举行例会，审议如退休人员补充医疗和员工关爱等议案，针对员工考勤、调岗及辞退等提出参考意见。

联想（中国）增进员工与企业间的对话，设立信箱、咨询台收集员工反馈，开展全员合理化建议征集活动，作为部门工作改进的意见参考；开展多场交流研讨会，为员工提供可直接表达自己想法的机会；在公司内网建立起“我有话说”的博客，鼓励员工提出建议和意见。

给予人性化关怀

联想倡导快乐高效的工作、幸福的生活，帮助员工平衡工作与生活，为员工追求事业有成、家庭美满、人际关系和谐的幸福人生给予最温暖的关怀。

关注心理健康

联想把员工心理健康作为员工健康的重要组成部分。自2007年开始启动员工援助计划（Employee Assistance Program），为员工及其家属（配偶及18岁以下子女）出资购买心理健康服务项目，通过引进国际成熟的EAP服务系统、配备世界一流的EAP行为科学专家、以及建立专业化、高素质的服务队伍和服务体系，为员工及其家庭成员提供专业指导、培训、咨询，帮助他们解决生活或工作中的困扰，舒缓压力，保持心理的健康快乐，提高工作效率，提升生活品质。

2010/11财年联想（中国）和LIPC EAP服务情况汇总

时间：2010.4.1-2011.3.31	联想（中国）（人）	LIPC（人）	总计（人）
首次来电（员工因不同问题来电称为首次来电）	394	113	507
初诊干预（咨询师在15-30分钟的短时间内解决员工困扰）	30	6	36
咨询个案数（咨询师通过50分钟-1小时电话或面谈解决员工困扰）	266	79	345
邮件（员工发邮件给EAP邮箱咨询问题）	17	4	21
自我帮助网站登录（员工登录EAP自助网站了解相关信息）	132	41	173
培训	259	103	362
服务覆盖率(%)=（首次来电+邮件+网站登录+培训）/平均员工数	12.06%	19.23%	/
总人数	6652	1357	8009

*LIPC:指联想信息产品(深圳)有限公司，是联想供应链体系中重要的组成部分，总部设在深圳，在上海设有分支机构，并拥有四个生产基地。

联想（中国）EAP计划目前已覆盖了包括香港和台湾在内的9,000多名员工。北京的办公地点每周五下午都会有咨询师上门服务，有需求的员工均可预约，员工的隐私将得到绝对的保护。联想（中国）为员工和直系家属提供一年365天、一天24小时随时拨打的免费服务热线。此外，相关部门也会不定期举办专题讨论会，现场答疑解惑。

办公方式灵活

联想（中国）正在探索更为灵活的办公方式——SOHO办公。SOHO是一种新概念、新经济、自由、弹性的新型工作方式，也体现员工时尚、轻松、自由的生活方式。联想利用先进的虚拟化和云终端技术，搭建SOHO工

联想（中国）公司网站提供大量心理相关文章、信息、心理健康测量表供员工使用。还针对员工要求和实际困扰，量身定制心理健康培训和讲座。在公司内刊开辟EAP专栏，探讨通往幸福的道路以及如何应对途中的险阻，通过不同的版块为员工提供各不同方面的支持。

作台，通过虚拟坐席可以使员工足不出户实现办公，减少通勤的时间消耗，解决员工的出行拥挤或不便的难题，提高工作效率。

家庭生活平衡

工作的目的是为了更好的生活。联想主张员工保持积极乐观的心态，兼顾工作与家庭。为了更好地传递联想亲情文化，公司组织了一系列活动，让孩子们了解父母工作的环境，促进父母与孩子的情感沟通。



联想（中国）员工俱乐部在深圳举办“爱在阳光下”父亲节活动



业余生活丰富多彩

联想以“快乐工作，快乐生活”为导向，关心员工的业余生活和兴趣培养，为员工提供资源平台，使有文体专长的员工获得技艺展示的舞台，丰富员工的生活。

联想（中国）倡导员工强身健体，养成良好的生活习惯，定期组织全员篮球赛、羽毛球赛等，举办拓展训练、

运动会、旅游等活动。成立了各种兴趣协会组织，如摄影者协会、长跑（马拉松）协会、乒乓球协会等，定期举办各种培训、比赛活动。此外，还举办单身派对、文艺晚会等其他活动，使员工八小时之外的生活更加精彩。



为环境

——缔造绿色科技的美好未来

绿色，是联想最重要的竞争力之一。领先业界、成为环保先锋是联想不懈的追求。联想推崇绿色与科技并重，制定了长期的环境战略，建立了完善的管理体系，专注于产品生命周期管理，积极应对气候变化，贡献行业绿色发展。

- 环境管理体系
- 研发绿色产品
- 降低生产中的环境影响
- 贯彻产品终身责任

97 %

联想（中国）的无害固体废弃物循环利用
利用率

20 %

与2009/10财年相比，联想2010/11
财年在产品中使用再生塑料总量增加的
百分比

■ 环境管理体系

联想通过建立环境管理体系，力求在运营中的每一个环节都考虑对环境的影响，并进行有效管理。环境管理体系已成为联想不断研发环保技术、提供更加绿色的产品和服务的根基与保障。

环境方针

联想致力于在所有业务活动中，在环保事务方面身先表率。下列要求适用于联想全球的所有业务。联想所有的组织都必须贯彻这一方针，所有的管理人员和普通员工以及任何代表联想工作的承包商都有义务帮助联想实现下列目标：

■ 遵纪守法

达到甚至超越联想全部活动、产品和服务的环境要求，包括法律要求，标准和自我承诺。

■ 污染预防

使用适宜的业务操作和流程，以最大限度地减少废气物，预防污染，节约能源和减少碳排放，降低健康安全风险，安全并负责地处置废弃物。

■ 产品环境领先

通过研发产品和包装，最大限度地减少材料使用；

采用可循环利用的、环境友好型的材料；

在产品生命周期末期最大限度地进行重复使用和循环利用；

研发、生产和销售节能产品。

■ 持续改进

坚持不懈地改进环境管理体系，提高环保绩效；

与供应链一起推动环境友好型技术的使用；

在开展业务的社区，力争成为环保典范；

及时、负责任地纠正可能对职业健康、安全或环境造成危害的状况；

提供适当资源，实现这些目标。

环境目标

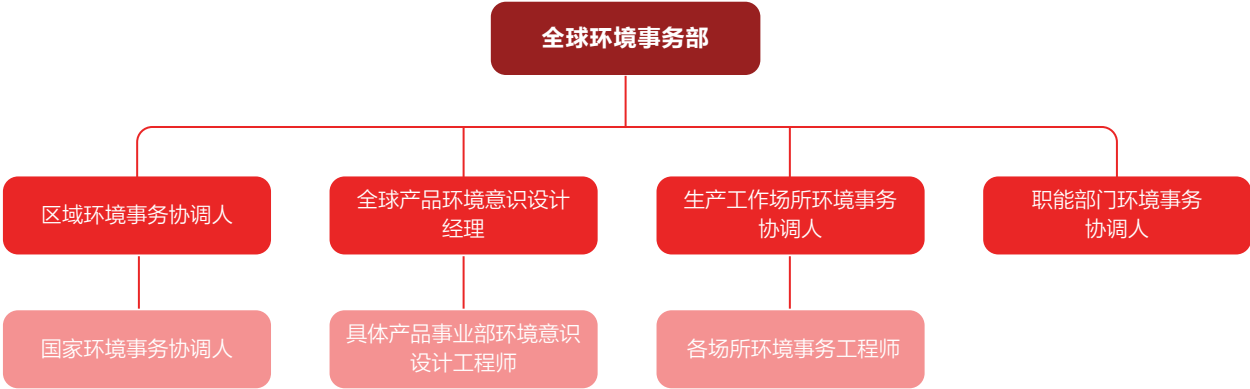
联想针对环境领域的重要议题设立了长期的工作目标，通过目标的进展情况，衡量环境管理的成效。

联想2010/11财年环保工作目标和进展

领域	目标	进展	备注
再生塑料： 采用在生产、使用、处置过程中安全、环保的材料，并提升材料中的可再生部分。	<ul style="list-style-type: none"> 识别供应商，并提升产品中使用的含消费后再生成分的塑料树脂使用等级 确定在产品中含消费后再生塑料树脂的使用 各事业部必须制定超过2009财年绩效的计划 	达成目标 达成目标 部分达成目标	细节参见： http://www.lenovo.com/social_responsibility/us/en_materials.html
环境敏感材料： 采用在生产、使用、处置过程中安全、环保的材料，并提升材料中的可再生成分。	<ul style="list-style-type: none"> 各事业部必须制定淘汰对环境有害材料的计划 全球环境事务部提供事业部对环境有害材料的预期要求 	部分达成目标 部分达成目标	细节参见： http://www.lenovo.com/social_responsibility/us/materials#Halogen
产品能效： 为将产品对气候的影响降至最低，研发可持续产品，提升产品能效，并/或降低能耗。	<ul style="list-style-type: none"> 所有使用产品组线均参加能源之星项目 遵守日本《节约能源法》 	达成目标	约93%的笔记本产品及43%的台式电脑产品通过能源之星认证
包装： 将包装材料消耗降至最低，同时推进对环境友好材料的使用。	<ul style="list-style-type: none"> 推进包装改进，全球范围内减少125吨包装材料 各事业部制定减少总包装量，提升再生材料使用比率的计划 	达成目标 达成目标	通过阶段 II 的新包装设计，减少125吨包装材料 使用 100% 消费后再生包装材料的产品包括： <ul style="list-style-type: none"> 60%的ThinkPad产品 20%的ThinkCenter产品 5%的其他产品 在ThinkPad的新产品（X200、X201、X100e、Edge E30）中使用100%消费后再生塑模纸浆

环境管理机制

联想通过多层级的组织管理机构实现环境事务的高效管理。在各区域、产品商业部门、生产工作场所以及职能部门分别设置环境事务协调人，建立、维护和保证联想各个层面环境事务的管理运行。



联想全球环境事务组织管理框架

联想环境管理体系获得ISO 14001认证，认证范围覆盖全球所有主要运营业务和产品开发领域。2010年，联想（中国）顺利通过中国电子技术标准化研究所（CESI）ISO 14001:2004环境管理体系审核。

2010年10月 25日，联想在由搜狐网和科尔尼公司举办的2010中国企业绿金年会暨中国绿金奖颁奖礼荣获中国绿金奖。

通过披露环境信息与客户及其他利益相关方分享联想在环保上的努力，加强社会各界的监督。联想所有的产品

和包装上均对能耗、化学物质及通过的环保认证作出了明确标注。针对服务器、笔记本、显示器等产品，联想还开发了能源计算器，用户可通过登录能源计算器网页查询各个产品的能耗以及相应的碳排放数据，这些数据都经过联想内部专门部门测定得出。

联想通过多种渠道提升员工环保意识。在内刊中设立了专门栏目，介绍公司的环保工作；在公司内部网站上设立环保版块，介绍环保知识；连续三年举办环境周主题活动。

联想（中国）环境周

2010年6月，联想（中国）举办“绿色联想，你我共创”第三届联想环境周活动，超过3,000人参加了此次活动。公司邀请了在京的其他知名企业环境负责人一同交流分享各自在环境实践的工作经验。为期一周的活动还包括“环保之星”颁奖仪式，“大旱之时看江河”主题环保讲座，联想新大厦中控室、配电室和空调机房参观，灵溪科普教育基地参观，建立环境周博客等。

*中国绿金奖：“中国绿金奖”卓越可持续发展公司评选由搜狐网携手科尔尼咨询公司、世界自然基金会（WWF）、气候组织等多家机构进行，旨在使在中国境内运营的公司可持续发展方面的成效更佳透明，通过评估在中国境内运营的公司可持续发展的成效，发现和分享可持续发展领域的最佳实例。

2011年“地球一小时”，低碳承诺，说到做到！

2011年，联想（中国）继续开展“地球一小时”活动。在此次活动中，公司承诺2010/11财年，联想产品使用环保消费类再生塑胶总量增长20%；员工作出一年的低碳行为承诺。

* “地球一小时”：WWF（世界自然基金会）发起的一个全球性倡议，倡议全球个人、商业组织以及政府部门为了地球环境做出一个行为改变的承诺，并于2011年3月26日晚8点30分关灯1小时。

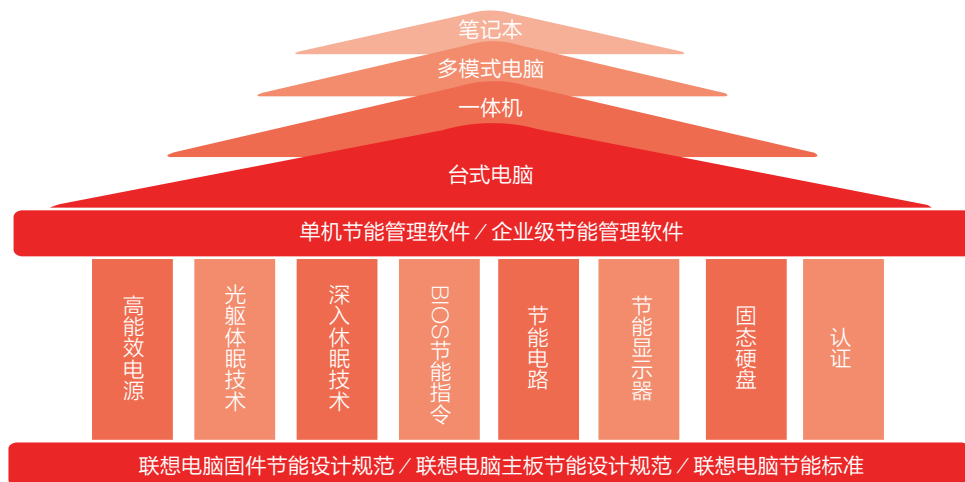


研发绿色产品

根据美国绿色电子委员会（Green Electronics Council）的研究，电子产品90%的环境属性来自于设计阶段，包括产品使用中的能耗高低、所用材料易于回收与否。联想从研发伊始便非常重视产品的环境属性。

提高产品能效

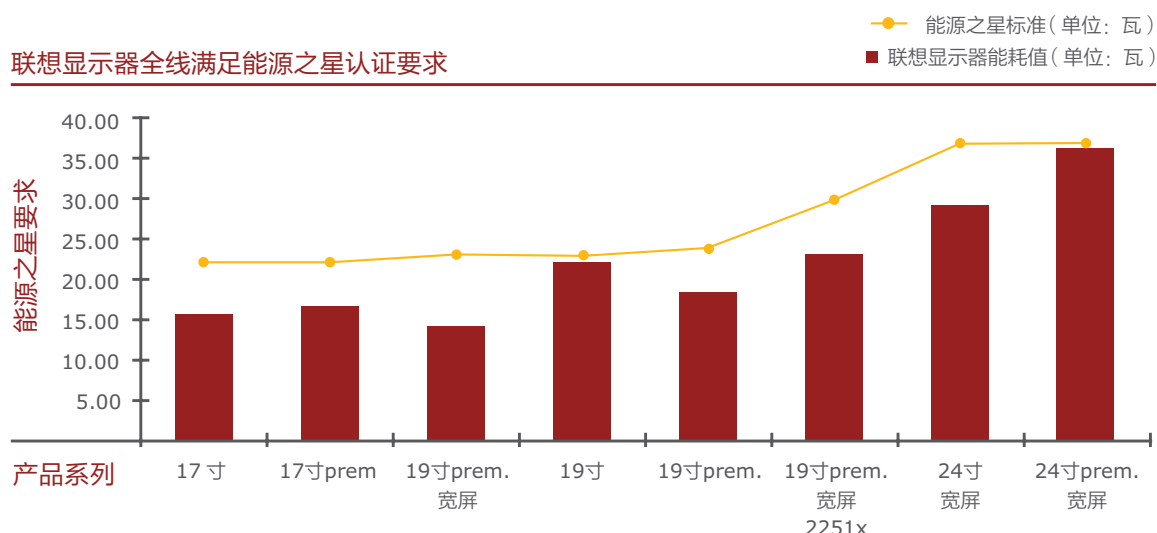
一直以来，降低产品能耗是联想设计研发中的一个焦点。通过整合高效能的硬件和电源管理技术，联想的产品在保证高效计算的前提下尽可能地节能。



联想电脑节能技术模型图

- 联想的台式产品中，ThinkCenter全部产品线、扬天和开天部分产品线能够提供符合能源之星5.0节能要求的机型；
- 笔记本产品中，ThinkPad笔记本电脑全部产品线及60%以上的IdeaPad笔记本电脑能够提供符合能源之星5.0节能要求的机型；
- 显示器产品中，ThinkVision产品线全部提供能源之星5.0机型，并率先达到国家能效标志1级(最高)标准的超低功耗，节能效率高达35%；
- 工作站产品中，90%的ThinkStation产品能够提供符合能源之星5.0节能要求的机型，ThinkServer塔式和机架服务器率先在业界达到“能源之星”服务器V1.0标准。

联想显示器全线满足能源之星认证要求



联想内置电源均符合能源之星5.0的要求，可令电脑在任何负载下都能发挥至少85%以上的使用效能；联想外置电源均符合能源之星EPS2.0的要求，可令电脑在任何负载下都能发挥至少87%以上的使用效能。

控制化学物质使用

管理生产所需的化学物质，是联想以及整个信息通信技术行业需要持续关注和改进的工作。联想通过严格的管理，遵守各项化学物质使用法规；提高技术，力求将对环境有害的化学物质使用量降到最低。对一些暂时无法替代的有害化学物质，联想收集其使用信息，通过产品随附的《信息产品生态声明》报告给客户及其他利益相关方。

联想同时要求其供应商遵守包括RoHS指令、REACH等相关法规，使用行业标准IPC-1752申报表对供应商申明物料进行管理，并将其作为供应商选择的重要标准。联想在推动供应链实现逐步淘汰溴化阻燃剂（BFRs）和聚氯乙烯（PVC）进程中，针对供应链现场作业制定了资源使用和废物回收的基线和目标。

保障产品健康安全

一台电脑中包括超过700种化学物质，其中一部分对人体有着不同程度的危害。除按各项法规要求外，联想还在产品中额外管控超过30种化学物质，努力淘汰一些对人体有害化学物质。

联想所有产品中的塑料外设及大部分产品中的硬盘、

内存、LCD显示器、CPU均符合iNEMI的低卤素标准。联想逐步实现所有产品中溴化阻燃剂（BFRs）和聚氯乙烯（PVC）的废用。iNEMI在2010年10月发布的白皮书中指出，联想承诺将更多的产品线无卤素化工作提上2011年日程。

**iNEMI：国际电子生产商联盟，由65家全球领先的专业的电子生产商、供应商、工业团体、政府组织和大学组成，向业界发布技术路线图，预测未来十年电子技术发展的趋势，促进标准化，以加速新技术的引入。*

降低生产中的环境影响

使用再生原材料、降低生产能耗、管理固体废弃物是联想在产品制造阶段的重要实践，同时也是联想产品生命周期管理的重要一环。

使用可再生原材料

联想在产品、包装的设计及生产中优先选择再生材料和可再生材料。通过与原材料供应商积极合作，研发能够达到IT行业使用标准的再生塑料，并将其应用到联想更多的产品上。

2010/11财年，联想在产品中使用再生塑料的总数相比2009/10财年提高了20%。联想的全部产品及包装中，90%以上的材料可回收再利用。联想全线ThinkVision显示器产品的塑料部件使用了25%以上（以重量计算）低卤素含量的再

生塑料。ThinkCentre M系列有超过30%的塑料部件由再生塑料组成，远高于业界15%的平均值。依据绿色和平组织的数据，联想目前是使用环保消费类再生塑料的领导者。

自2005年5月起，通过在产品中使用消费后再生塑料（PCC）和工业用后再生材料（PIC），联想减少二氧化碳排放近16,000吨。到2012年，联想希望在产品中使用的可再生塑料重量占比达到38%以上。

	含有PCC或PIC的塑料使用量	纯PCC使用量	纯PIC使用量
自2005年初 至2010年6月30日	61,000,000磅	21,000,000磅	2,000,000磅
自2010年1月1日 至6月30日	13,000,000磅	5,500,000磅	500,000磅

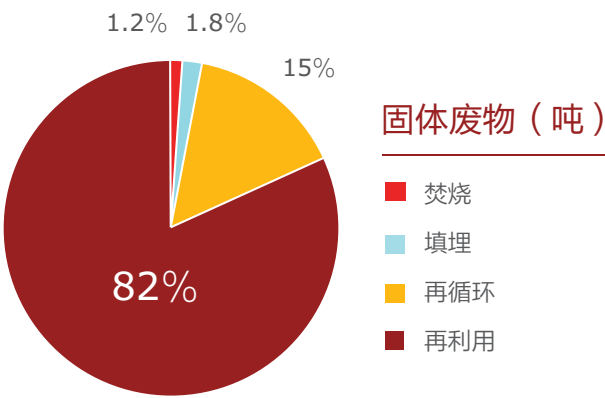
降低能源消耗

高效地利用能源是联想环境承诺的一部分，也是联想不断改进环境绩效的重点工作。联想通过生产设备升级和有效管理，不仅降低了运营中的能源消耗，还有效地减少了“三

废”的排放。通过采用更高效的发动机、进行生产场所分区照明、对中央空调进行智能控制，联想（中国）在成都、上海和深圳的工厂能源消耗比上一年度减少了20%。

管理固体废弃物

联想在生产及运营中所产生的固体废弃物较少。运输包装均可重复使用10次以上，使用期满还可回收进行再利用，所有的产品包装材料都满足EPEAT标准里90%可回收的要求。联想还最大限度的回收和处理办公产生的固体废弃物。联想（中国）在办公区域严格遵照环保要求对废弃物实施分类收集，并定期移交给具有相应资质的垃圾处理中心处理。2010/11财年，联想（中国）的工厂及办公场所共产生无害固体废弃物7,834.2吨，其中的97%实现了再循环及再利用。



贯彻产品终身责任

联想尽可能地延长产品的使用寿命，并对生命周期结束的产品提供完善周到的回收服务，贯彻产品终身责任。

从1998 年发布寿命高达30万页的联想长寿命硒鼓技术，到2010 年在上海世博会引领绿色低碳打印风潮，联想（中国）不断通过创新的设计与技术，以及优质的服务为客户提供使用寿命更长的产品。随着电子产品的更新频率加快，废旧电子产品的回收与处理受到了企业及个人的广泛重视。2008年12月，联想宣布在中国大陆地区全面推出资产回收服务（Asset Recovery Service,简称ARS），帮助商业客户妥善处理各类品牌的废旧电子产品，包括台式电脑、笔记本电脑、服务器、打印机等。对于有再利用价值的产品，联想对其进行全面诊断、调优，并将残值返还给客户。对于报废产品，联想委托第三方机构进行符合国家环保标准的处理。

在回收过程中，对于商业客户硬盘的重要数据，联想可以提供达到美国国防部安全标准的数据清除服务，确保客户数据不被泄漏。

客户	联想	处理工厂
<ul style="list-style-type: none">行政企事业单位个人	<ul style="list-style-type: none">客户和环保处理厂之间的纽带,通过覆盖全国的销售、服务网点:<ul style="list-style-type: none">宣传推广绿色环保理念;提出回收通路;针对客户（行政企事业单位）提供解决方案	<ul style="list-style-type: none">联想指定的第三方认证工厂

联想产品回收流程图



为社会

——让爱心更有力量

更加高效地满足社会公共需求、服务大众，是联想在保证公司负责任运营的基础上，不断思考与探索的方向。联想（中国）聚焦缩小数字鸿沟、教育、保护环境和扶贫赈灾四大领域，通过持续性、战略性的资源投入，以创新的思维和方法回馈社会，为建设和谐家园贡献力量。

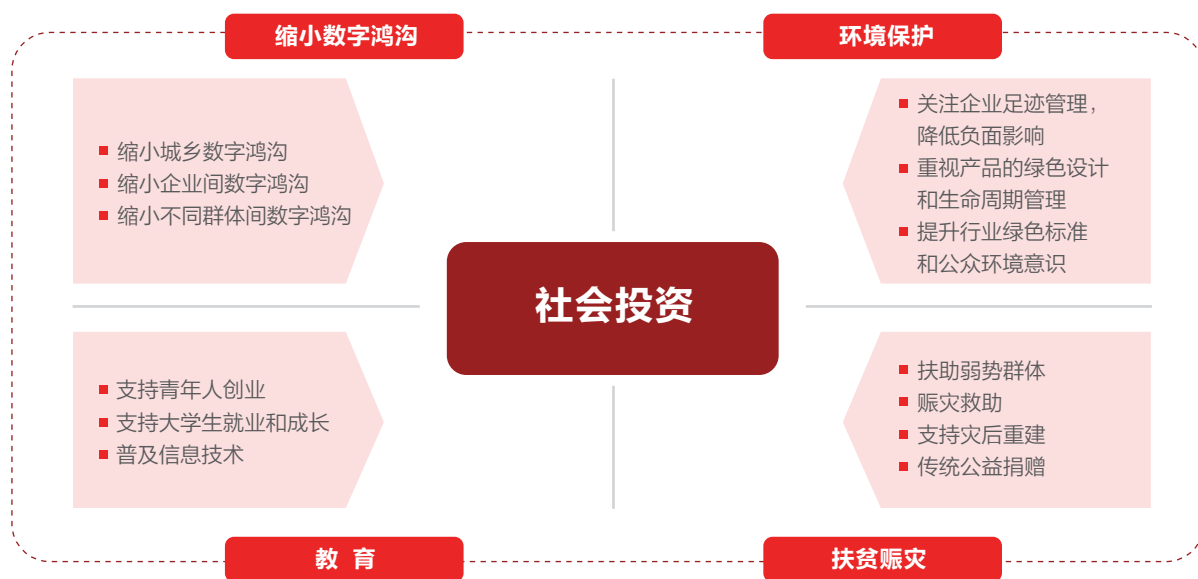
- 缩小数字鸿沟
- 贡献教育事业
- 推动社会绿色发展
- 支持扶贫赈灾

10,000[↑]

联想（中国）2010年“圆梦万镇行”
走入的乡镇数量

18,557^份

联想（中国）2010年“青年公益创
业计划”收到的公益创业计划书数量



联想（中国）社会投资四大责任方向

缩小数字鸿沟

随着互联网技术的普及，信息通信技术的不断发展，中国正进入数字化新时代，多种类型的多媒体产品让人们可以轻松享受科技带来的方便和快捷。然而，由于接受产品、服务以及技术的差异性，不同地域、不同企业、不同类型的用户并不能完全平等地享受科技革命为生产、生活带来的巨大变化。国家信息中心发布的《2010中国数字鸿沟报告》显示，中国数字鸿沟总指数为0.49，表明不同社会群体之间在拥有和使用现代信息技术方面存在明显差距。

联想（中国）作为信息通信技术行业的领先企业，积极致力于缩小数字鸿沟，让乡镇居民同样能够享受到现代化的IT产品，帮助中小企业应用数字化管理，使消费者享受更为便捷的网络生活。

数字化的农村生活

2009年2月，国家将“家电下乡”政策推广至全国，并将电脑列入产品目录。联想（中国）积极响应国家政策，怀揣“让联想产品惠及广大农民朋友，为其带来数字化新生活”的梦想，在2010年启动“跑步下乡”、“圆梦万镇行”、“电影下乡”等活动，走遍全国一万多个县镇，普及电脑知识，推广电脑使用技术，为中国农村经济发展和信息化建设贡献力量。

跑步下乡

2010年，联想（中国）基于对农村用户的深刻了解，坚持“惠农利农”的电脑下乡原则，提出“跑步下乡”策略，尽心尽力为农村用户带来具有国际品质的电脑产品以及专业优质的服务，以实际行动践行对全国7亿农民的承诺。

■ 产品下乡——350多款适农产品

联想（中国）面向农村用户，推出了价廉物美、农民可接受的笔记本、台式机、一体机三大系列产品，以满足农村市场用户个性化、多样化的需求。截至2010年，联想（中国）已经累计为600万乡镇和农村用户奉上了350多款高品质的适农产品。

■ 渠道下乡——37万个行政村

联想（中国）独创1+N+N' 渠道模式，1是指县级地标店，为农民提供产品、培训、售后等一体化服务；N是指数千家深入乡镇的联想专卖店。2010年，增加了N'，即深入到各地乡村的联想乡镇网点，建立了覆盖全国2,500个县、37万个行政村的渠道网络，让广大农村用户能在自家门口方便地购买联想产品。

■ 服务下乡——10,000名服务工程师

联想（中国）建成2,300多家专业服务站、9,500多个便民服务窗口，实现了服务站县级市场100%覆盖，服务30公里到达，2小时快速电话响应，并在第2个自然日上门服务；同时服务工程师从3,000名增加到10,000名，让广大农民消费者轻松享受到联想优质贴心的服务。

■ 普及下乡——16,400多个县镇

联想（中国）的农村电脑普及活动从原有基础上的“千县行”深入到“万镇行”，截至2010年底，联想（中国）开展了2,500多站千城巡展、10,000站“圆梦万镇行”活动、640,000站“电影下乡”活动，足迹遍布16,400多个县镇。

“电影下乡”

为了丰富农民兄弟的日常生活，作为“跑步下乡”活动内容的补充和2009年“电影下乡”活动的延续，2010年，联想（中国）继续在全国58万个行政村中开展“电影下乡”活动，在活动现场安排电脑使用讲解、互动游戏等内容，带领农村用户体验各种多媒体产品，在欢乐中提升他们对电脑的认识，让农村用户享受数字化影音娱乐带来的乐趣。

“圆梦万镇行”

“圆梦万镇行”是联想（中国）面向全国县镇、乡村展开的大型活动，在各地的乡村家庭征集运用信息技术实现自学成才、发家致富或快乐生活的圆梦故事，希望能为更多的家庭带去信念和榜样的力量，帮助大家更快地实现生活梦想。

2010年8月21日，联想（中国）“圆梦万镇行”活动从河北霸州胜芳启动，走遍全国31个省市10,000个县镇，到2011年3月17日在北京圆满结束，来自全国的20个“圆梦家庭”齐聚北京，展开为期三天的“圆满之旅”，包括：参观北大、清华的教育圆梦之旅，参观故宫、长城、鸟巢水立方的快乐圆梦之旅，参观成功标杆企业联想的致富圆梦之旅。



联想（中国）“圆梦万镇行”活动海南现场

专业化的中小企业解决方案

在中国，中小企业是推动社会经济增长的生力军。然而，由于资金、规模、技术上的不足，中小企业与大型企业在信息技术利用、高性能产品拥有上差距明显，存在着不同规模企业间的数字鸿沟。联想（中国）通过向中小企业提供专业化的管理和数据安全服务，帮助中小企业平等地利用信息化社会带来的潜在商机，提升自身竞争力。

根据工信部2010年的统计数据，我国中小企业占企业总数的99%以上，创造的最终产品价值占全国GDP的60%，贡献了全国50%的税收，提供了约80%城镇就业岗位，完成了约65%的发明专利和80%以上的新产品开发，但是中小企业利用信息网络进行营销、采购的比例只有10%。

IT管理服务

中小企业在推进信息化管理进程中，普遍面临着如何减少IT运维成本、提高企业效率的难题。联想（中国）推出了企业IT专家解决方案，致力于让每一个中小企业客户都能享受专业的IT服务。这一方案包括有远程桌面管理、呼叫中心咨询和上门维护服务，全面的信息技术服务工具涵盖了企业IT管理的全部所需，使中小企业在合理成本支出的情况下享受到如同设置专职人员般便利的IT管理。

云盾数据安全服务

随着信息化在企业中的地位日益重要，数据安全保护对于企业的紧迫性正逐渐加强。然而一份2010年对500家中小企业的信息安全调查显示，由于长期以来数据安全意识及保护机制不足，中小企业在面对数据安全威胁时抵抗力远远不如大中型企业。针对这一现状，联想（中国）推出了联想

云盾智能数据防盗服务，包括开机保护、数据保险箱、以及云存储三大功能，使得中小企业的一般数据、重要数据以及核心数据获得了多种安全保护，同时优化了企业数据安全环境，为中小企业建立了一个多层次、有效率、低成本的精细化数据安全解决方案。

高性能产品

联想（中国）依据中国中小企业的特点，针对性地推出品质卓越的入门级工作站和服务器，帮助中小企业摆脱创业起步阶段设备不足的窘境。

联想（中国）专门为中小动漫企业打造了专业的入门级工作站产品ThinkStation E20，使动漫设计师在更短的时间内以更低的成本进行创作，从而大大降低了动漫企业的整体成本，提高在产业内的竞争力。

方便迅捷的网上冲浪

联想（中国）依据2010年发布的移动互联战略，在推出移动互联终端产品的同时，积极寻求合作，共同推动中国移动互联网产业的发展，让消费者可以轻松享受随时随地上网的快感。

2010年11月，联想（中国）联合创维、中兴、华为、

聚晖等终端厂商及闪联产业联盟，与中国电信在第十二届中国国际工业博览会上签署“三屏互动产业战略合作协议”，提供融入闪联技术的3C终端产品，以实现相关技术的异构网络连接，使连接在不同网络的设备可以快速进行互联互通，为全面实现三网融合提供基础和保障。

贡献教育事业

教育是实现国家强盛、民族复兴的充沛动力，中国“十二五”规划中提出科教兴国战略和人才强国战略，推进创新型国家建设。联想（中国）将教育作为履行社会责任的战略方向之一，利用自身的专业优势和社会影响力，推动教育的发展和解决大学生就业、创业问题，并在加速大学校园数字化等方面，不遗余力地寻求与大学合作的机会，在青年成长过程中种下公益的种子，使公益事业的发展拥有强有力的人力资源储备，为社会的长期发展做出贡献。

关注青年就业和创业

联想（中国）关注中国教育发展的首要议题，是大学生就业问题。联想（中国）在积极为大学生提供就业岗位和实习岗位的同时，创造性地将环保公益同大学生创业结合起来，在全国范围内推动“联想青年公益创业计划”，鼓励大学生在公益领域创业，为社会创造价值。

青年公益创业计划

2009年，联想（中国）启动青年公益创业计划，该创业计划有别于传统的商业领域创业，以满足社会公共需求、创造社会效益为核心目标，涉及绿色环保、扶贫发展、社区服务、信息化普及、特殊群体关爱等领域。联想（中国）青年公益创业计划为拓宽大学生就业渠道提供新的思路，引导更多的青年人投身公益事业，在社会公益事业中开创属于自己的精彩未来。

2010年，联想（中国）以“飚爱心、创未来”为主题，开展了青年公益创业计划的第二期活动，继续支持青年群体的就业和成长，并希望协同更多机构关注青年公益创业，共同推动中国公益事业创新发展。活动分为报名、初赛、复赛、公益训练营、创业实践、决赛等阶段，共收到18,557份公益创业计划书，超过800万的青年朋友通过网络关注并支持活动。

联想（中国）持续地将自身资源与青年公益创业团队充分分享，为优秀的团队提供专业培训、公益实习、创业资金等关键支持，帮助创业团队掌握公益创业的技能，进而实现



2010联想公益训练营开营仪式上，嘉宾与全国27强合影

成功运营公益项目或公益组织的目标。

- 为进入全国决赛的27强和最终的全国10强提供了创业基金，以及作为创业工具的笔记本电脑。
- 邀请了包括商业精英、教育界和公益界专家、企业高管在内的创业导师团，为创业团队提供面对面的专业培训和指导。
- 组织全国27强团队参加公益训练营，与国内著名的NGO组织通过工作小组的形式，就组织运营模式、项目设计、团队建设等公益组织发展面临的关键问题，一起深入探讨交流。

此外，拥有营销、IT 等专业知识和经验的联想员工志愿者，组成“爱心小组”，为创业团队提供长期的志愿服务，分享联想在企业运营管理方面的经验，支持他们将公益创业梦想变为现实。

“伴你飞翔”大学生发展工程

“伴你飞翔”是由中国青少年基金会发起的，以推进就业为目标的大学生发展工程，为大学生打造从校园到社会的试飞平台。2010年，联想（中国）与“伴你飞翔”展开合作，为教学活动提供实习岗位，并且在学员参观联想（中国）总部时，以实地为课堂，以公司的发展、员工的亲身经

历为教材，向学生们解答就业中的疑惑。此外，联想（中国）充分发挥信息和通信技术（ICT）企业的优势，为“伴你飞翔”项目提供网络化的教学教务平台。2011年1月，联想（中国）获得了由中国青少年基金会颁布的“2010年伴你飞翔爱心支持企业”。

校园信息化

长期以来，联想（中国）一直致力于推动中国教育行业的信息化，让学生充分掌握信息技术工具，并通过先进的数字化教学模式，帮助学校实现人才培养、学生就业等目标。

从2004年起，联想（中国）与英特尔公司合作，将“笔记本大学”的概念和信息化教学模式引入校园，开启信息化带动教学模式变革之先河。2005年，联想为高校用户推出专供机，为学生和老师打造最佳的教与学工具。2008年，联想依托自身的技术实力，推出“无线校园计划”，在全国

100所高校建设无线网络环境。2010年5月21日，联想召开了“2010年联想-英特尔全国笔记本大学研讨会”，与英特尔公司等厂商代表以及来自全国50多所高校的代表共同商议“笔记本大学”战略的实施及推进工作。会后，联想推出“笔记本大学校企合作”模式，从营造校园信息化、创新教学理念、提升就业品质三个关键环节入手，提升学校教学和就业水平。

“笔记本大学”是国际上日益流行的校园信息化的整体解决方案。它以笔记本电脑为终端载体，以有线及无线网络为基础环境，将网络增值产品、教学应用产品等有效地捆绑其上，组成师生不可或缺的校园数字平台，并不断满足师生在校期间学习、交流、应用的需要，成为未来教育信息化的发展方向。

本次大会的举办地——江西先锋软件职业学院，是联想和国内高校共同打造国内第一所笔记本大学。经过6年的合作与努力，该校达到98%以上的学生笔记本电脑拥有率，同时，建设了150间网络教室，在教室、寝室、图书馆以及其他公共区域开设了超过17,000个网络端口，实现了校园有线网络和无线网络的全覆盖，师生可以随时随地应用互联网来学习、工作和生活。

截至2011年初，联想笔记本大学项目已经建成笔记本大学80余所，为在校大学生提供近10万台笔记本电脑。联想已经与重庆正大软件学院、内蒙古电子信息职业技术学院、苏州西交利物浦大学等学校建立了共建笔记本大学的战略合作伙伴关系。

针对国家提出的新一轮基础教育课程改革，联想推出“班班通系统”解决方案，在整合交互式电子白板、短焦距投影仪、多媒体讲台/储存柜、远程可视化协同教学系统等软硬件设备的基础上，搭建多媒体互动课堂的应用平台。教师可以充分利用班班通多媒体教学系统，以网络多媒体学案贯穿课前、课中、课后的全部教学过程，引导学生学会学习、主动学习，显著增加师生间交互，提升教学质量。

联想还为通过联想服务认证的学生提供到联想服务体系或者联想合作伙伴企业带薪顶岗的实习机会。在满足联想自身售后维修服务工程师和呼叫中心服务工程师两种岗位需求的同时，联想也为其他业界知名企业输送人才，逐渐成为连接在校毕业生与用人企业的桥梁和纽带。

推动社会绿色发展

联想把推动行业和社会的绿色发展作为环境责任之一，通过自身资源优势，充分发挥联想的影响力，积极参与制定行业标准，分享环保经验，开展环保公益。

行业参与

联想希望通过参与标准制定驱动变革，推进信息技术行业高效地利用能源和负责地使用原材料，进而促进信息技术行业的可持续发展。

分类	行业参与情况
行业协会	中国台式微型计算机通用技术标准新版的制定者，此标准首次把节能、有害物质等环保标准引入计算机通用标准 唯一一家代表中国参加国际电工委员会（IEC）环境标准工作组的企业
	参与中国电工电子产品与系统的环境标准化技术委员会（SAC/TC297），成为总技术委员会（TC）和5个分技术委员会（SC）的技术委员，主导和电脑相关的材料声明、环境意识设计、节能、回收和环境评价国家标准的制订
化学物质控制	中国 RoHS 标准工作组的副组长单位 电子行业公民联盟（EICC）成员
噪声	联想台式专家是美国国家标准协会（ANSI）S12 WG3、美国噪声控制工程学会（INCE）、The Information Technology Industry Council (ITI) TC6 的标准组织的成员，而且即将成为欧洲电脑厂商协会（ECMA）TC26及国际标准化组织（ISO）TC43/SC1/WG23 的成员
节能和能效	中国计算机、服务器、显示器、打印机等产品能效标准制定工作组的主要参与者和制定者
	参加由工业和信息化部电子工业标准化研究所牵头负责的《服务器能耗要求》国家标准的制定，该项国家标准已于2010年1月份形成征求意见稿，用以推动中国服务器产品节能技术指标及信息化建设
回收	中国 WEEE 标准制定工作组的主要参与者和制定者
低碳	参加由工业和信息化部电子工业标准化研究所牵头负责的计算机产品低碳国家标准的研究，旨在推动中国计算机产品低碳标准的制定

环保公益

联想（中国）积极传播绿色生活新理念，倡导绿色消费，加强公众环保意识，推进中国环保公益事业发展。

联想一贯支持倡导保护全球环境的权威组织——联合国环境规划署（UNEP），并一直自豪地致力于“为地球植树10亿棵”的活动。植树造林作为联想（中国）的传统环保公益项目已连续开展7年，先期树苗已茁壮成林。2011年4月24日，联想（中国）志愿者协会又一次启动了植树活动。



联想（中国）志愿者植树活动

- | | |
|------------|-------------------|
| 2002年3月23日 | 我为奥运添绿色万柳园植树活动 |
| 2003年3月22日 | 保护母亲河植树活动 |
| 2006年4月22日 | 保护残长城植树活动 |
| 2007年5月12日 | 保护残长城植树活动 |
| 2008年3月15日 | 北京密云水库马永顺义务植树基地植树 |
| 2008年5月10日 | 保护残长城植树活动 |
| 2009年4月12日 | 北京密云水库马永顺义务植树基地植树 |
| 2009年5月23日 | 保护残长城植树活动 |
| 2011年4月24日 | 北京密云水库马永顺义务植树基地植树 |

联想（中国）不仅关注公益组织所开展的公益项目，更关注公益组织自身的发展和成长，将优势资源与公益组织分享。为包括山水生态伙伴自然保护中心、绿色汉江、甘肃省绿驼铃环境发展中心、三亚蓝丝带海洋保护协会等初创的和中小型的公益组织，提供全方位的能力建设支持，推动中国环保公益事业的发展。

支持扶贫赈灾

联想（中国）与当地社区和NGO组织建立了广泛联系，号召员工通过扶助弱势群体、赈灾救助、支持灾后重建、公益捐赠等方式，广泛参与和支持扶贫赈灾活动。

扶助弱势群体

联想（中国）关注偏远和贫穷地区居民的生活，通过捐建学校、援助电脑、爱心义卖等多种方式，帮助当地青少年获得更多的学习和发展机会。

支持偏远地区教育事业

2010年，联想（中国）启动“捐赠二手电脑，让爱洒满人间”活动，发布《捐赠二手电脑倡议书》，号召联想员工支持陕西贫困女孩的成才梦想。联想（中国）员工纷纷伸出爱心之手，共捐赠电脑245台。这些电脑被运往陕西妇女联合

会，帮助当地贫困女生通过电脑了解更广阔的世界。

联想还携手伙伴，帮助落后地区建立提供更加先进的教育平台。2011年，联想与新加坡美国学校（SAS）援华俱乐部的教师及学生志愿者一起，向广东省梅州市的三所学校捐赠了43台电脑和资金。其中飞利浦建兴数侠科技股份有限公司捐款4万美金，希捷公司捐款8千美金，英特尔公司捐献了43台电脑中的18台翻新笔记本。志愿者不但耐心帮助学生解答电脑使用的问题，还为当地学生精心准备了英语课程。

我们代表陕西省受捐助的女大学生，对联想捐赠电脑的行动表示衷心的感谢和敬意，相信她们会在博大爱心的鼓励和帮助下，顺利完成学业，走向社会，实现人生理想。

——陕西省妇女联合会

捐建电子教室

早在2006年，联想（中国）就在布达拉宫广场启动了“奥运联想千县行——西藏自治区系列活动”，为拉萨七中捐建了西藏第一间“联想电子教室”。

2010年8月，联想（中国）又向西藏阿里地区中心小学捐赠26台专业教育电脑、50套桌椅和若干文具，成立了阿里地区第一个联想电子教室，帮助当地学生开阔眼界，快乐学习和成长。联想捐赠的电脑内置“快乐100分学校”软件，能够满足中小学生学习知识、提升素质、培养兴趣和家长辅导四大类需求，另外装载了具有备课中心、考试中心、

教学参考和学生辅导等助教功能的“e教通”，帮助老师轻松完成教学任务。



联想为阿里地区中心小学捐建电子教室

组织公益义卖

2010年7月26日和27日，联想（中国）志愿者协会联合2010联想青年公益创业计划27强团队和彩禾家等8家公益组织，在联想（中国）办公楼和北京研究院开展了两场主题为“联想公益日，爱心跳蚤会”的义卖活动。义卖的手工艺品琳琅满目：有民工子女合唱团带来的CD，有脆骨病患者手工绘制的明信片，有设计独特的手工银饰，还有风格各异的徽章、羌绣、手提袋等。义卖现场的中央放置了一棵开满了火红桃花的许愿树，参与者在现场提供的爱心卡片上写下祝福，表达美好祝愿，跳蚤会成了爱心涌动的欢乐节。两日义卖活动共募集了13,813元善款，这些善款将用于那些需要帮扶的人们。

赈灾救助

当自然灾害发生的时刻，向世界各个社区提供帮助是联想的一贯做法。联想和联想员工承诺帮助那些不幸的人们，并对那些无助的人们伸出援助之手。无论是玉树、舟曲，还是日本……联想人都慷慨解囊，努力帮助。2010/11财年，联想（中国）和我们的员工支持了许多救灾活动，在灾害发生的第一时间，利用资源快速行动，为灾区做最需要的事。

各方行动，扶弱济贫

2010/11财年，联想（中国）各分区除了参与联想（中国）的统一公益项目外，还自发组织富有联想（中国）各部门和分区特色的公益活动。

- 联想客户支持中心：利用先进的虚拟化和云终端技术，搭建在家办公的工作平台，帮助残障人士服务社会，联想（中国）现有10位残疾人坐席。
- 辽宁分区：为玉树地震灾区捐献衣物，支持民间组织“地80”开展敬老院活动。
- 山东分区：长期捐钱捐物，支持陕西安康紫阳县老庄小学十几名贫困儿童完成学业。
- 上海大区：组织渠道伙伴开展慈善拍卖，捐助同济大学土木工程学院贫困学生。

爱心化雨，绿满西南

2010年，我国西南多省遭遇严重干旱。联想（中国）开展了“抗旱救灾支援西南”的善款捐助活动。该活动共进行7天，遍及全国23个分区，近千名联想人怀着“与同胞共担风雨、共渡难关”的决心参与其中，不仅是联想员工，联想人的家属也积极参与。活动共筹得善款105,260元，用于灾区民众打井、送水、蔬菜、粮食等日常生活所需。

情牵玉树，爱洒高原

2010年4月14日，青海省玉树县发生7.1级地震，灾情牵动着联想人的心。当了解到玉树灾区的受灾群众最急需御寒的帐篷和衣物时，联想（中国）迅速行动。

地震发生的当天，公司立即成立了由高级管理层和员工志愿者组成的救灾应急小组，制定了援助方案。联想（中国）志愿者协会向全球员工发出倡议，号召联想员工捐赠衣

物、棉被等救灾应急物资。地震发生的第二天，公司为地震灾区捐赠了价值200万人民币的1,200顶帐篷。地震发生的第三天，联想青海办事处将空运抵达西宁的首批1,000顶帐篷火速运往灾区。救灾物资到达后，联想青海办事处与当地政府相关部门积极配合，在第一时间将它们送到了急需援助的灾区同胞手中。

感谢联想对青海玉树灾区群众的一片爱心，你们的善意之举，体现了救灾济困、行善积德的博爱精神，弘扬了中华民族“一方有难，八方支援”的传统美德。

——青海省民政厅



救灾物资送达灾区同胞手中



大爱无疆，情系舟曲

2010年8月7日，甘肃甘南藏族自治州舟曲县发生特大泥石流。联想（中国）了解到舟曲城关一校、城关二校在泥石流中受损严重，大量教学设施损坏，决定向舟曲县城关

一小、城关二校共捐赠价值250,000元人民币的联想台式电脑100台，以缓解灾区学校设备欠缺的困境。2010年9月5日，100台电脑已经全部运送到舟曲。

联想捐助受灾学校的事迹令人十分感动，这些物品缓解了学校的燃眉之急，解决了舟曲受灾孩子开学后电子教室内设备欠缺的大问题，使孩子们的学业可以得以继续而不受灾害影响。

——舟曲城关一小校长，刘东江

人道援助，祈福日本

2011年3月11日，日本遭受了9.1级地震和海啸灾难。联想为日本震区捐赠100万美元，联想员工捐款131,734元人民币，帮助日本人民渡过难关。

支持灾后重建

联想（中国）关注灾区的重建和发展，帮助在地震中失去家园的家庭重建生活的希望。

2010年11月13日，联想携手公益组织“壹基金”和“仁人家园”，在四川省广元市青川县竹园镇启动“仁人壹家公益创家园”青川灾后重建志工行活动，来自全国高校的80名志愿者和10余名国际志愿者参与了重建家园的建设工作，用双手传递爱与希望。本次活动是继“ThinkPad羌绣保护志工行”之后的第二期ThinkPad壹基金志工行活动。

能参与这样的实践活动将是我大学生涯中最难忘的经历，把自己的汗水和努力投入到灾区的重建当中，我很自豪。我因公益梦想在ThinkPad的帮助下成为现实而倍感振奋！

——参加活动的高校志愿者



志愿者在青川灾后重建志工行活动中挥汗如雨，辛勤工作

2011/12企业社会责任展望

各位朋友:

《联想(中国)企业社会责任报告2010/11》终于可以呈献给大家了。报告浓缩了一年来联想同仁和外部合作伙伴与联想共同取得的履责成就、喜悦和认识。在此我们表示衷心地感谢。

联想从创立至今已经27年了,业务遍布160多个国家。在联想(中国),我们无时无刻不在经历着突飞猛进的增长和日新月异的变化。作为源自中国的跨国企业,我们怀有“世界因联想更美好”的梦想,深感责任的重大。如何使业务增长,与环境保护、社会发展和员工提升保持平衡,并实现可持续发展;如何继续深化为客户、为伙伴、为投资者、为员工、为环境和社会的“六为”责任,进一步推进正面积积极的影响,是我们义不容辞的责任和使命。

2011/12财年,联想(中国)首先将围绕倾听、沟通、参与、传播和前瞻性研究等五个方面,不断提高联想信息披露透明度,加强与利益相关方的合作与沟通。

联想(中国)企业社会责任管理推进工作将聚焦在以下三大工作中:

■ 对内加强责任管理的力度和能动性

建立企业社会责任联络人机制,加强整合、沟通和能动性;与全球可持续发展部门协作,共同推进企业社会责任的体系深化和共赢成果。

■ 责任员工的培养

依托联想(中国)志愿者协会的平台,通过学习、参与、奉献和激励的4个阶梯,提高联想(中国)员工对经济、环境和社会领域重大议题的认知,并提供公益服务基地参与实践,打造责任员工,同时为他们的工作生活平衡提供有意义的内容;加强员工志愿服务的专业性,加强与外部志愿者协会组织的合作,从而扩大联想(中国)志愿者协会的覆盖面和影响力。

■ 与利益相关方双向沟通,增加平台

我们也会更好地发挥联想(中国)企业社会责任网站资源平台的作用,增加信息披露的深度和广度;编制企业社会责任通讯季刊,便于利益相关方及时了解联想在经济、社会、环境和员工等责任领域的进展;积极参与社会责任专项活动,增进双向交流和沟通。

感谢您的关注和支持。如有建议,可以发送至我们的电子邮箱: csr@lenovo.com。

联想集团 企业社会责任部

关键绩效数据

项目	2008	2009	2010
销售收入（亿美元）	64	78	99
新增专利数（个）	300	324	383
个人电脑产品市场占有率	28.8%	30%	29.5%
客户悦度	86%	90%	89.9%
联想（中国）员工总数（人）	15,111	13,021	21,945
劳动合同签订率	100%	100%	100%
高层管理人员中男女比例	6.5:1	4.8:1	4.6:1
燃料使用量（兆瓦小时）	1,386	2,095	1,795
电能使用量（兆瓦小时）	73,496	53,575	49,145
生产场所用水量（立方米）	253,885	227,929	225,669
废水排放量（立方米）	253,730	224,733	222,609
二氧化碳（直接排放）（吨）	378	1,495	1,249
二氧化碳（间接排放）（吨）	57,914	83,808	85,388
无害固体废弃物（吨）	23,865	16,683	7,831
有害固体废弃物（吨）	7.8	26.87	16.83
公益创投项目资助公益组织数量（个）	28	16	27
志愿者活动人次（人次）	1,600	1,650	1,200

第三方点评

联想从2010年起发布移动互联战略，在信息技术和移动互联领域不断探索技术进步，持续推进产品创新，抓住产业机会，在推动中国信息技术产业蓬勃发展中发挥了重要作用，为中外广大消费者提供了更加适合的移动互联产品。

2011年，联想通过努力成为全球第二大个人电脑厂商。伴随着商业上的成功，联想依旧秉持“让世界因联想更美好”的长久承诺，将企业的责任发挥到经济、环境、社区等社会发展的各个领域。依托完善的管理体系，为用户创造更多价值，并且带动供应链和合作伙伴共享发展。把环境保护不仅作为一种要求，更是当作创新的驱动力，引领行业的绿色发展。与此同时，还不忘通过社会投资等公益行为回馈社会。

希望联想能够通过自身的探索和实践，为中国企业提供一种可供学习和借鉴的可持续运营模式，为全球信息通信技术产业的可持续发展作出卓越贡献。

——**丁文武，中工业和信息化部电子信息司司长**

在南非德班参加气候会议期间，接受邀请点评联想（中国）的企业社会责任报告。此间，气候谈判举步维艰，但是，企业的行动却是如火如荼，形成巨大的反差。联想并非是高耗能的制造业主，强力践行低碳努力，着眼于未来，体现一种引领的责任态度和精神，令人印象深刻。尽管此间事情特别多，还是欣然翻看联想的报告，确实感到联想可能主观上是为了提升企业竞争力，但客观上为节能减排保护全球气候作出了巨大贡献。

第一，强烈感受到了联想在应对气候变化方面所做的努力。围绕清晰明确的气候变化战略，注重自身生产运营的节能减排，把碳足迹管理向能源采购和供应商管理延伸，与国际相关机构密切合作，大幅减碳，致力于提升碳竞争力。这为中国企业在应对气候变化方面作出了行动表率。

第二，以更加明确的“六为”社会责任实践路径，系统推进对利益相关方责任的履行，以及对于利益相关方要求与期望的有效回应。

第三，以诚恳的态度和透明的方式披露下一年度的企业社会责任工作规划，使企业社会责任管理能够真正扎根于公司机体之中。

低碳才有未来。希望联想（中国）发挥责任引领作用，影响和带领更多的中国企业在推进全球可持续发展的进程中发挥更大的作用。

——**潘家华 研究员，中国社会科学院城市与环境研究所所长**

这是连续第三年为联想（中国）的企业社会责任报告进行点评，看到了相同之处，同时又出现了许多具有创新的闪光点。相同之处在于，报告整体结构稳定，内容愈发充实且响应利益相关方的关注点；通过理念、实践和绩效反映出公司对卓越经济绩效、绿色领导力和社会贡献的不断追求。创新的闪光点是，联想（中国）将企业社会责任的理念已经融入了企业管理体系之中，并将企业全球社会责任的战略框架逐步推进，同时取得的新进展，以及企业社会责任实践的新成果得到了社会各界的支持和认可。

在经济责任方面，联想通过商业模式创新，为用户带来了更加丰富而美好的互联体验。在环境责任方面，更是取得了自身运营零排放的突破进展。在社会责任方面，依然聚焦缩小数字鸿沟、教育、保护环境和扶贫赈灾四大领域，但却更加注意发挥自身的专业技术和网络优势，并成功地与多个利益相关方进行跨界合作，影响客户供应链中合作伙伴履行社会责任，同时充分利用自身的志愿者资源，促进公益事业的社会化和民间化，推动了中国社会组织健康有序的发展。

最后希望联想（中国）在新的一年里，在践行企业社会责任方面，更加凝聚社会广泛关注的热点问题的专业和技术支持，更加积极参与中国的民间组织能力和网络推动。以更加开放的姿态参与全球民间社会与企业合作的成长进程。为中国企业践行社会责任发挥榜样作用，为中国的和谐社会建设与世界和平事业作出新贡献。

——**黄浩明，中国国际民间组织合作促进会副理事长兼秘书长**

GRI指标索引

“●” 充分披露；“◐” 部分披露；“○” 未涉及；“⊗” 不适用

	GRI 指标	在报告中的位置	披露程度
1. 战略与分析	1.1 机构最高决策者就可持续发展与机构及其战略关系的声明	P2-5	●
	1.2 主要影响、风险及机遇的描述	P2-5,P16,P18,P22,P28,P36,P48,P56-57	●
2. 机构简介	2.1 机构名称	封二,P14	●
	2.2 主要品牌、产品及（或）服务	P14,P22-27	●
	2.3 机构的营运架构，包括主要部门、营运公司、附属及合营机构	P14,P16	●
	2.4 机构总部的位置	P14	●
	2.5 机构在多少个国家营运，在哪些国家有主要业务，哪些国家与报告所述的可持续发展事宜特别相关	P14	●
	2.6 所有权的性质及法律形式	P14,P16	●
	2.7 机构所供应的市场（包括地区细分、所供应的行业、客户受惠者的类型）	P14	●
	2.8 汇报机构的规模	P14	●
	2.9 汇报期内机构规模、架构或所有权方面的重大改变	P14,P16	●
	2.10 汇报期内所获得的奖项	P2,P5,P22,P25,P36-37,P39-40,P41,P51	●
3. 报告规范	3.1 信息汇报期（如财政年度/西历年）	封二	●
	3.2 上一份报告的日期（如果有的话）	封二	●
	3.3 汇报周期（如每年、每两年一次）	封二	●
	3.4 查询报告或报告内容的联络点	封二	●
	3.5 界定报告内容的过程	封二,P14,P16	●
	3.6 报告的界限（如国家、部门、附属机构、租用设施、合营机构、供应商）	封二	●
	3.7 指出有关报告范围及界限的限制	封二	●
	3.8 根据什么基础，汇报合营机构、附属机构、租用设施、国外采购业务及其它可能严重影响不同汇报期及（或）不同机构间可比性的实体	封二,P14	●
	3.9 数据量度技巧及计算基准，包括用以编制指标及其它信息的各种估计所依据的假设及技巧	封二	●
	3.10 解释重整旧报告所载信息的结果及原因（例如合并/收购、基准年份/年期变化、业务性质、计算方法）	封二	●
	3.11 报告的范围、界限及所有计算方法与以往报告的重大分别	封二	●
	3.12 表列各类标准披露在报告中的位置	P71-74	●
	3.13 在可持续发展报告附带的认证报告中列出机构为报告外寻求外部认证的政策及现行措施。如没有列出，请解释任何外部认证的范围及根据，并解释汇报机构与验证者之间的关系。	P70	●
4. 管治、承诺及参与度	4.1 机构的管治架构	P16	●
	4.2 指出最高管治机关的主席有否兼任其他行政职位	P3,P4	●
	4.3 如机构属单一董事会架构，请指出最高管治机关中独立及（或）非执行成员的人数及性别	P16	◐
	4.4 股东及雇员最高管治机关提出建议或经营方向的机制	P20-21,P46	●
	4.5 对最高管治机关成员、高层经理及行政人员的赔偿（包括离职安排），与机构绩效（包括社会及环境绩效）之间的关系	P41	●
	4.6 避免最高管治机关出现利益冲突的程序	P16-17,P20	●
	4.7 如何决定最高管治机关及委员会成员应具备什么资格及经验，包括对性别及其它多元化因素的考虑	P16-17,P20,P41	◐
	4.8 机构内部订定的使命或价值观、行为守则及关乎经济、环境及社会绩效的原则，及其实施现况	P6-7,P14-15,P17,P19,P29,P37,P49,P57	●
	4.9 最高管治机构对汇报机构如何确定和管理经济、环境及社会绩效（包括相关的风险、机遇），以及对机构有否遵守国际公认的标准、道德守则及原则的监督程序	封二,P16,P18	●

“●” 充分披露；“◐” 部分披露；“○” 未涉及；“⊗” 不适用

GRI 指标		在报告中的位置	披露程度
4. 管治、承诺及参与度	4.10 评估最高管治机关本身绩效的程序，特别是有关经济、环境及社会绩效	P16-17	●
	4.11 解释机构是否及如何按谨慎方针或原则行事。	P16-17,P19-21	●
	4.12 机构对外界发起经济、环境及社会约章、原则或其他倡议的参与或支持。	P8,P11,P31,P54,P62-63	●
	4.13 机构加入的一些协会（如业界联合会）及（或）全国/国际倡议组织	P11,P31,P62	●
	4.14 机构引入的利益相关者群体清单。	P21	●
	4.15 界定及挑选要引入的利益相关者的根据。	P21	●
	4.16 引入利益相关者的方针，包括按不同形式及组别引入利益相关者的频密程度。	P20-21	◐
	4.17 利益相关者参与的过程中提出的主要项目及关注点，以及机构如何回应，包括以报告的回应。	P19-21	●
5. 经济	EC 1 创造和分配的直接经济价值，包括总收入、利润、营运成本、员工薪酬、捐助和其它社会投资、留存收益、向政府和资本提供者支付的资金。	P14,P23,P38,P66-67,P69	●
	EC 2 机构因气候变化而采取的行动所带来的财务成本及其它风险和机会。	P7-11,P50	●
	EC 3 机构固定福利计划的覆盖范围。	P41	●
	EC 4 政府给予机构的重大财务支持。		○
	EC 5 在主要经营场所，按性别划分的工资的标准起薪点与当地最低工资标准的比率范围。	P42	◐
	EC 6 在主要经营场所对从当地供应商采购的政策、制度和比例。	P10,P30	◐
	EC 7 在主要经营场所雇用当地员工的程序和聘用当地高级管理人员的比例。	P41	◐
	EC 8 通过商业活动、提供实物或免费专业服务而开展的主要面向大众福利的基础设施投资与服务及其影响。	P12-13,P56-67	●
	EC 9 对其间接重大经济影响的理解与说明，包括该影响的程度和范围。	P22-35	●
6. 环境	EN 1 按重量或体积细分的原料总用量。	P50,P54	◐
	EN 2 所用原料中可循环再生材料的百分比。	P50,P54	●
	EN 3 使用一次能源资源的直接能源消耗。	P69	◐
	EN 4 使用一次资源的非直接能源消耗。	P69	◐
	EN 5 通过采取节能措施和提高利用效率而节省的能源。	P9,P48	●
	EN 6 为运用节能或可再生能源的产品和服务所进行的倡议活动，以及由于这些活动带来的能源需求减少量。	P10	◐
	EN 7 减少间接能源耗用的措施，以及措施所取得的成效。	P9,P50	◐
	EN 8 按源头划分的总耗水量。	P69	◐
	EN 9 因耗用水而严重影响到水源。		○
	EN 10 可循环再利用水所占的百分比和总量。		○
	EN 11 机构在环境保护区或保护区毗邻地区及保护区之外生物多样性丰富的区域拥有、租赁或管理的土地地理位置和面积。		○
	EN 12 描述机构活动、产品和服务对保护区内及保护区之外生物多样性价值高的地区的生物多样性的影响。		○
	EN 13 受保护或已恢复的栖息地。		○
	EN 14 管理影响生物多样性的战略、当前采取的行动和未来计划。	P63	◐
	EN 15 按照生物濒临绝种的风险，依次列出处于受机构经营活动影响的、被列入国际自然及自然资源保护联盟濒危物种红色名录（IUCN Red List）和国家保护名录的物种数量。		○
	EN 16 按重量计算的直接或间接温室气体的排放。	P6,P69	●
	EN 17 按重量计算的其它相关间接温室气体排放。	P6,P69	●

“●” 充分披露；“◐” 部分披露；“○” 未涉及；“⊗” 不适用

	GRI 指标	在报告中的位置	披露程度
6. 环境	EN 18 减少温室气体排放的措施，以及其成效。	P7	●
	EN 19 按重量计算的臭氧消耗物质的排放量。		○
	EN 20 按照类型和重量计算的氮氧化物、硫氧化物以及其它对环境有重大影响的气体排放量。		○
	EN 21 按质量和目的地统计的总排水量。	P69	◐
	EN 22 按种类和处理方法统计的废物总量。	P55,P69	●
	EN 23 重大溢漏的总次数及漏量。		○
	EN 24 按重量计算的根据《控制危险废物越境转移及其处置的巴塞尔公约》附录I、II、III、VIII条款被视为危险废弃物的运输、进口、出口或处理数量，及国际范围内运输废弃物的百分比。		⊗
	EN 25 受报告机构排放水和径流严重影响的的水体以及相关栖息地的特征、规模、受保护状态和生物多样性价值。		○
	EN 26 减轻产品与服务对环境影响的措施及影响减轻的程度。	P8,P52-53	●
	EN 27 可分类回收的售出产品及其包装材料。	P9,P50	●
	EN 28 因违反环境法律法规所受到重大经济罚款的数额和非经济制裁的次数。		○
	EN 29 机构经营活动中的产品、其它货品和原材料运输和劳动力运输对环境造成的重大影响。	P6,P9,P69	◐
	EN 30 按类型计算的环境保护的总支出和总投资。	P10	◐
7. 劳工措施和合理工作	LA 1 按雇用类型、雇用合同、地区及按性别划分的员工总数。	P41,P69	◐
	LA 2 按年龄组别、性别及地区划分的新员工及员工流失员工流失总量和比例。	P41	◐
	LA 3 按主要业务划分，提供给予全职员工的而临时或兼职员工享受不到的福利。	P46-47	◐
	LA 4 受集体谈判协议保障的员工比例。	P46	◐
	LA 5 向员工通报重大业务变化的最短通知期，包括指出该通知期是否在集体协议中订明。	P46	◐
	LA 6 在协助监管和咨询职业健康与安全计划的正式的管理劳资健康与安全委员会中，劳方代表的比例。	P46	◐
	LA 7 按照地区、性别划分的工伤率、职业病率、误工率（损失工作日比例）、缺勤率，以及工伤事故和职业疾病死亡人数。	P46	◐
	LA 8 为帮助员工及家人或社区成员而推行的，关于严重疾病的教育、培训、咨询辅导、预防和风险控制的项目。	P46-47	●
	LA 9 与工会达成的正式协议中涵盖的健康与安全议题。	P43,P46	◐
	LA 10 根据性别、员工类别划分，每位员工每年接受培训的平均时数。	P44	◐
	LA 11 支持员工提高继续受聘能力，以及帮助员工处理好退职事宜的技能管理和终生学习计划。	P44	◐
	LA 12 按性别划分的接受定期绩效和职业发展考评的员工比例。	P44	◐
	LA 13 按照性别、年龄组别、少数族裔成员及其他多元化指标划分，说明各管理机构的成员和每类员工的组成细分。	P41	◐
	LA 14 按员工类别、重要运营地划分，男性与女性员工的基本工资比例。	P41	◐
	LA 15 按按性别划分的育婴假后员工返岗率。	P42,P47	◐
8. 人权	HR 1 包含关注人权的条款或已经通过人权审查的重要投资协议与合同的总数及比例。		○
	HR 2 已通过人权审查的重要供应商、承包商和其它商业伙伴的比例，及机构采取的行动。	P31	●
	HR 3 员工在工作所涉人权范围的相关政策及程序方面接受培训的总时间，包括受培训的员工比例。	P17	◐

“●” 充分披露；“◐” 部分披露；“○” 未涉及；“⊗” 不适用

GRI 指标		在报告中的位置	披露程度
8. 人权	HR 4 歧视个案的总数，和机构采取的改正行动。	P41,P45	◐
	HR 5 已发现可能严重侵犯、危害结社自由和集体谈判权的运营活动及重要供应商，以及保障这些权利所采取的行动。	P31,P46	◐
	HR 6 已发现可能会发生严重危害童工的运营活动及重要供应商，以及有助于消除使用童工的措施。	P31,P41	◐
	HR 7 已发现可能会导致严重的强迫或强制劳动的运营及重要供应商，以及有助于消除所有形式的强迫或强制劳动的措施。	P31,P47	◐
	HR 8 保安人员在作业所涉人权范围的相关政策及程序方面接受培训的比例。		○
	HR 9 涉及侵犯土著人包括本地员工权利的个案总数，以及机构采取的措施。		○
	HR 10 取决于人权评审及/或影响评估的运营活动比例和总数。		○
	HR 11 通过正式不满处理机制被提及并解决的人权方面不满情况数。		○
9. 社会	SO 1 实施了本地社区参与项目、影响评估与发展项目的运营活动比例。	P12-13,P56-63	●
	SO 2 已作腐败风险分析的经营单位的总数和比例。	P16-17	◐
	SO 3 已接受机构的反腐败政策及程序培训的员工比例。	P17	●
	SO 4 回应腐败所采取的行动。	P16-17	●
	SO 5 对公共政策的立场，以及参与公共政策的制定及游说的情况。	P11	◐
	SO 6 按国家划分，对政党、政治家和相关组织做出财务及实物捐献的总值。		⊗
	SO 7 涉及反竞争行为、反托拉斯和反垄断措施的法律诉讼的总数及其结果。		○
	SO 8 因违反法律及法规而被严重罚款的总额，以及非罚款的制裁总数。		○
	SO 9 对本地社区具有重大潜在或实际负面影响的运营活动。	P6	◐
	SO 10 在运营活动中为预防和减轻对本地社区产生的重大潜在或实际负面影响所采取的措施。	P8-11,P53,P55	◐
10. 产品责任	PR 1 为改良而评估产品及服务在其生命周期各阶段对安全和健康的影响，以及必须接受这种评估的重要产品和服务类别的比例。	P8	●
	PR 2 按结果划分，在产品和服务的生命周期中，在健康和安全方面违反法规和自愿性守则的事件总数。	P54	◐
	PR 3 按照程序要求的产品及服务的信息种类，以及属于此类信息规定的重要产品和服务的比例。	P51	◐
	PR 4 按结果划分，违反产品及服务信息和标签的法规及自愿性守则的事件总数。		○
	PR 5 有关的措施，包括客户满意度的调查结果。	P23-25,P69	●
	PR 6 为符合与市场沟通（包括广告、推销和赞助）相关的法律、标准和自愿性守则而开展的措施。		○
	PR 7 按结果划分，违反与市场沟通（包括广告、推销及赞助）相关的法规和自愿守则的次数。		○
	PR 8 已被证实的关于侵犯客户隐私权及遗失客户资料的投诉总数。	P25	◐
	PR 9 违反涉及产品和服务的提供与使用的相关法律及规定所受到的重罚金额。		○

信息反馈表

尊敬的读者：

您好！非常感谢您阅读《联想（中国）企业社会责任报告2010/11》。我们非常重视并期望聆听您对联想（中国）社会责任工作和社会责任报告的反馈意见。您的意见和建议，是我们持续推进企业社会责任管理和实践的重要依据。您可以填写下表，通过邮递、电子邮件或传真反馈给我们，我们非常欢迎并由衷感谢您的宝贵意见！

联想（中国）企业社会责任报告编写组

2011年12月

您的信息：

姓 名	_____	工作单位	_____
联系电话	_____	E-mail	_____

您对本报告的评价：

1. 报告结构：	<input type="checkbox"/> 很好	<input type="checkbox"/> 比较好	<input type="checkbox"/> 一般	<input type="checkbox"/> 不太好	<input type="checkbox"/> 很不好
2. 信息质量：	<input type="checkbox"/> 很好	<input type="checkbox"/> 比较好	<input type="checkbox"/> 一般	<input type="checkbox"/> 不太好	<input type="checkbox"/> 很不好
3. 文字陈述：	<input type="checkbox"/> 很好	<input type="checkbox"/> 比较好	<input type="checkbox"/> 一般	<input type="checkbox"/> 不太好	<input type="checkbox"/> 很不好
4. 设计排版：	<input type="checkbox"/> 很好	<input type="checkbox"/> 比较好	<input type="checkbox"/> 一般	<input type="checkbox"/> 不太好	<input type="checkbox"/> 很不好
5. 总体评价：	<input type="checkbox"/> 很好	<input type="checkbox"/> 比较好	<input type="checkbox"/> 一般	<input type="checkbox"/> 不太好	<input type="checkbox"/> 很不好

您对联想（中国）企业社会责任报告的建议和关注点：

您对联想（中国）企业社会责任工作的建议：

电话：86 – 10 – 5886 8888
传真：86 – 10 – 5886 7867
网址：<http://www.lenovo.com.cn>
邮箱：csr@lenovo.com

版权所有©2011联想集团

本报告使用森林管理委员会（FSC）认证纸张印刷

