

NISSAN GROUP
OF CHINA



2016 日产在华企业 社会责任报告



关于本报告

报告时间范围

2015年1月1日至12月31日，为增强数据可比性，部分内容超出上述范围。

报告组织范围

日产在华全资子公司日产（中国）投资有限公司（简称“日产中国”）、合资企业东风汽车有限公司（简称“东风有限”）及其旗下负责乘用车板块的东风日产乘用车公司（简称“东风日产”）、合资企业郑州日产汽车有限公司（即简称“郑州日产”），以及东风有限的全资子公司东风英菲尼迪汽车有限公司（简称“东风英菲尼迪”）。报告中用“日产在华企业”统称；另外，报告中的“日产汽车”代指日产汽车公司。

报告发布周期

报告为年度报告，本报告是日产汽车公司在中国发布的第三份社会责任报告。

报告数据说明

报告中所使用数据均来自公司正式文件和统计报告，所引用的数据为最终统计数，财务数据如与年报有出入，请以年报为准。另外，除非特别注明，本报告中所涉金额均以人民币作为计量币种。

报告参考标准

本报告编写参照《全球报告倡议组织可持续发展报告编写指南》G4版本，兼顾中国准则和国际准则。

报告可靠性保证

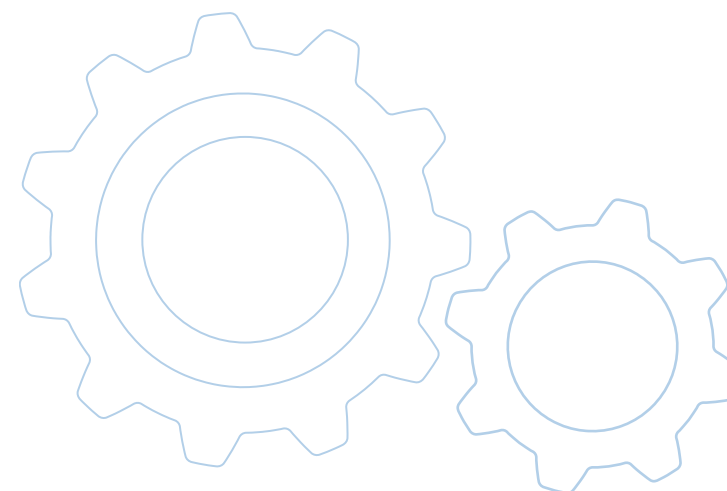
日产在华企业保证报告相关资料的真实性、可靠性，保证报告内容不存在任何虚假记载、重大遗漏或误导性陈述。

报告获取方式

本报告可在日产中国官方网站下载。

网站：<http://www.nissan.com.cn/csr/china/china/psd.php>

点击登录网站下载报告



目录

01 关于本报告

02 高管致辞

04 日产在华企业概要

05 企业社会责任理念

理念描述
实质性议题分析
利益相关方沟通

06 环境责任

日产汽车的环境理念
完善的环境管理制度
绿色产品生命周期
环保公益

07 安全责任

安全责任理念
“三重保护”安全策略

08 慈善事业

日产汽车慈善事业发展框架
教育援助
人道主义援助

09 质量责任

提高质量计划
产品质量管理
销售与客服品质

10 价值链管理

供应商管理
经销商管理

11 员工责任

人力资源发展理念
职业健康与安全
员工权益保障
顺畅的员工沟通
员工发展
员工关爱活动

12 日产在中国的经济贡献

13 公司治理

治理架构
合规管理
信息安全

14 附录

日产汽车在中国的发展史
社会认可

15 第三方评价

高管致辞



自1973年第一辆日产公爵轿车抵达中国至今，日产汽车在中国的事业已经蓬勃发展了四十余年。

在此期间，作为最早进入中国的跨国汽车公司之一，日产汽车有幸见证了中国汽车工业从落后到繁荣的全过程，从改革开放初期的百废待兴到如今成为世界最大的汽车市场，中国完成了向汽车社会的转型。更为有幸的是，日产汽车直接参与了这一过程。在这过程中，日产汽车始终本着扎根中国的理念，成为中国汽车工业发展的坚定支持者，以极大的热情支持中国汽车工业的振兴，与中国汽车工业同发展。2015年，日产汽车在中国的销量达到125万，零部件出口额在中国汽车出口企业中排名第一。

在取得经济效益的同时，日产汽车也注意到当下社会面临着严峻的能源问题、温室效应、交通拥堵、交通事故等一系列可持续发展问题。日产汽车一直关注这些社会问题，并将可持续发展视为企业的核心战略与重要责任。为有效解决这些社会问题，我们确立了“蓝色公民”的社会责任理念，将环境、安全、慈善事业、质量、价值链、员工、经济贡献以及公司治理与内部控制定义为实现可持续发展的八个领域战略，持续推进日产汽车在中国的可持续发展。

经过多年的努力，我很欣喜地看到日产在华企业的可持续发展事业取得了重要成效，从构建更具未来感和年轻化的“PURE DRIVE”，探索更多环保车型，到开展广泛的交通安全研究、交流和倡导，建设安全汽车社会，以及我们在慈善公益领域内取得了丰硕的成果。这些成绩既是对日产在华企业可持续发展努力的肯定，也激励着我们继续向着更高的目标迈进。

如今，中国正处于经济、社会转型的关键时期，日产在华企业将积极适应、把握新常态的发展机遇，一方面支持中国“从制造大国成为制造强国”的转变，为“中国制造2025”战略贡献我们的力量；同时，继续投身环境保护和社会公益事业，努力促进中国经济、环境和社会的可持续发展。

西林隆

日产(中国)投资有限公司董事总经理



日产在华企业概要

日产在华企业概要

日产汽车公司成立于1933年，总部设在日本横滨，是日本第二大汽车制造商。日产汽车在全球二十个国家和地区（包括日本）设有汽车制造基地，在160多个国家和地区提供产品和服务，拥有152,421名员工。日产汽车以“丰富人们的生活”为企业愿景，通过优质的产品、服务和社会责任行动，为全价值链上的利益相关方创造独具特色的可见价值。

日产汽车在中国的发展始于1973年。入华四十余年来，日产在本土化发展中取得了瞩目的成绩，不仅成立了全资子公司日产（中国）投资有限公司管理在华资产，并与东风汽车公司合资成立了东风汽车有限公司（以下简称“东风有限”），旗下东风日产乘用车公司主要负责乘用车业务，生产、销售包括新生代TIIDA、西玛、新时代天籁等在内的共17种车型；旗下郑州日产汽车公司主营轻型商用车，生产、销售包括D22皮卡、帕拉丁SUV、凯普斯达高端轻卡及CDV车型NV200等车型。2014年，日产汽车进一步扩大在华企业规模，通过合资公司东风汽车有限公司全资持股的方式设立了东风英菲尼迪汽车有限公司，推动英菲尼迪车型更加持续地为中国消费者创造价值。

日产（中国）投资有限公司（以下简称“日产中国”）成立于2004年2月，是日产在华的全资子公司，拥有员工共273人，与日产汽车公司总部一起管理在华投资，主要负责日产汽车在中国的公共关系、品牌管理和知识产权等工作，同时在日产汽车的全球运营、采购和出口中国制造零部件等方面发挥着重要的支持作用。

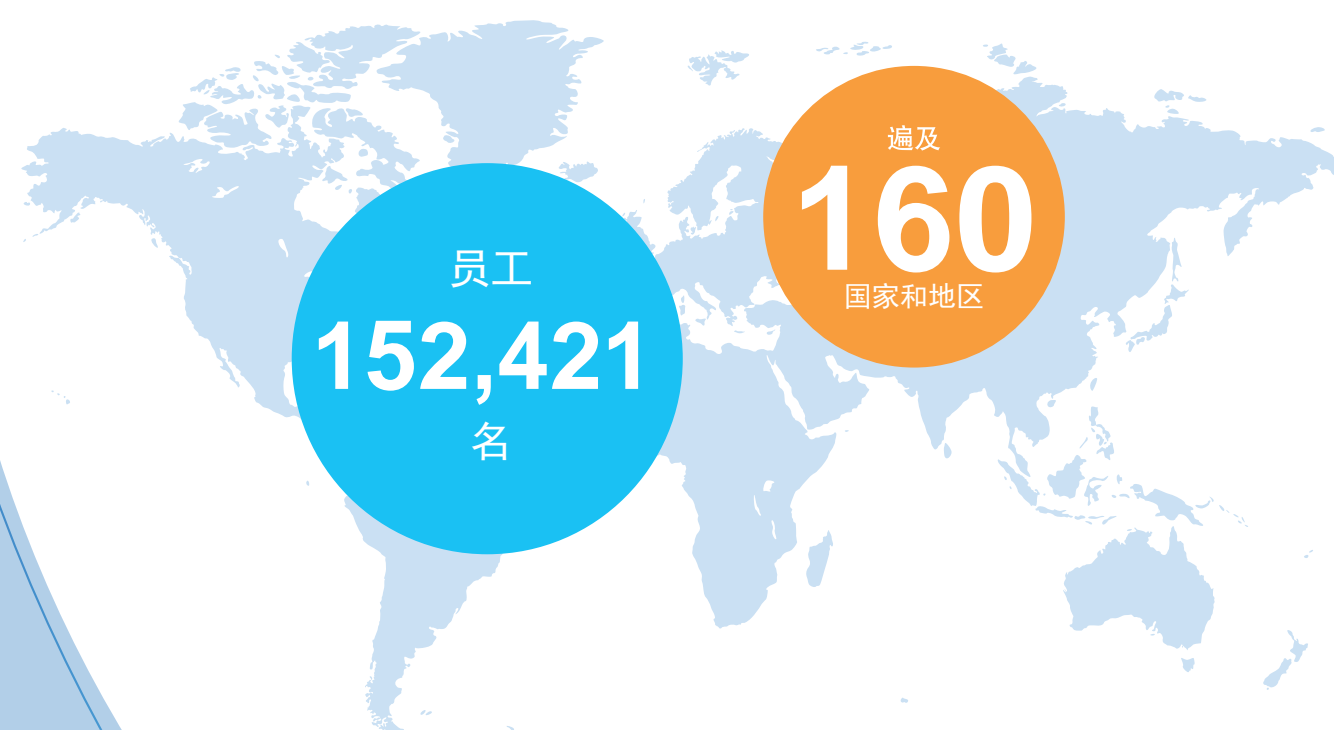
东风日产乘用车公司（以下简称“东风日产”）成立于2003年6月，拥有员工约19,000人，是国内为数不多的具备研发、采购、制造、销售和服务等全价值链业务的汽车生产企业，拥有日产和启辰两个品牌，以及花都工厂、襄阳工厂、郑州工厂、大连工厂、发动机分公司和技术中心。

郑州日产汽车有限公司（以下简称“郑州日产”）成立于1993年3月，拥有员工4,000余人。郑州日产具备研发、采购、制造、销售和服务等全价值链业务，为东风、日产双品牌轻型商用车产品的主要发展基地，长期致力于轻型商用车的专业化和细分市场的高端化。

东风英菲尼迪汽车有限公司（以下简称“东风英菲尼迪”）于2014年8月正式成立，拥有员工225人，在“同一战略、同一品牌、同一团队、同一渠道”的原则下，独立经营英菲尼迪品牌。作为日产汽车公司与东风汽车公司日益巩固的战略合作伙伴关系的重大升级，东风英菲尼迪结合了双方丰厚的资源和宝贵的经验，亦体现了双方共同开拓中国豪华汽车市场、实现双赢的决心。

企业愿景： 日产：丰富人们的生活

企业使命： 日产创造独具特色、创新理念的汽车与服务，并为所有的相关方提供可见的优质价值。所有这些都是与雷诺的合作基础上而展开的。





企业社会责任理念

企业社会责任理念

理念描述

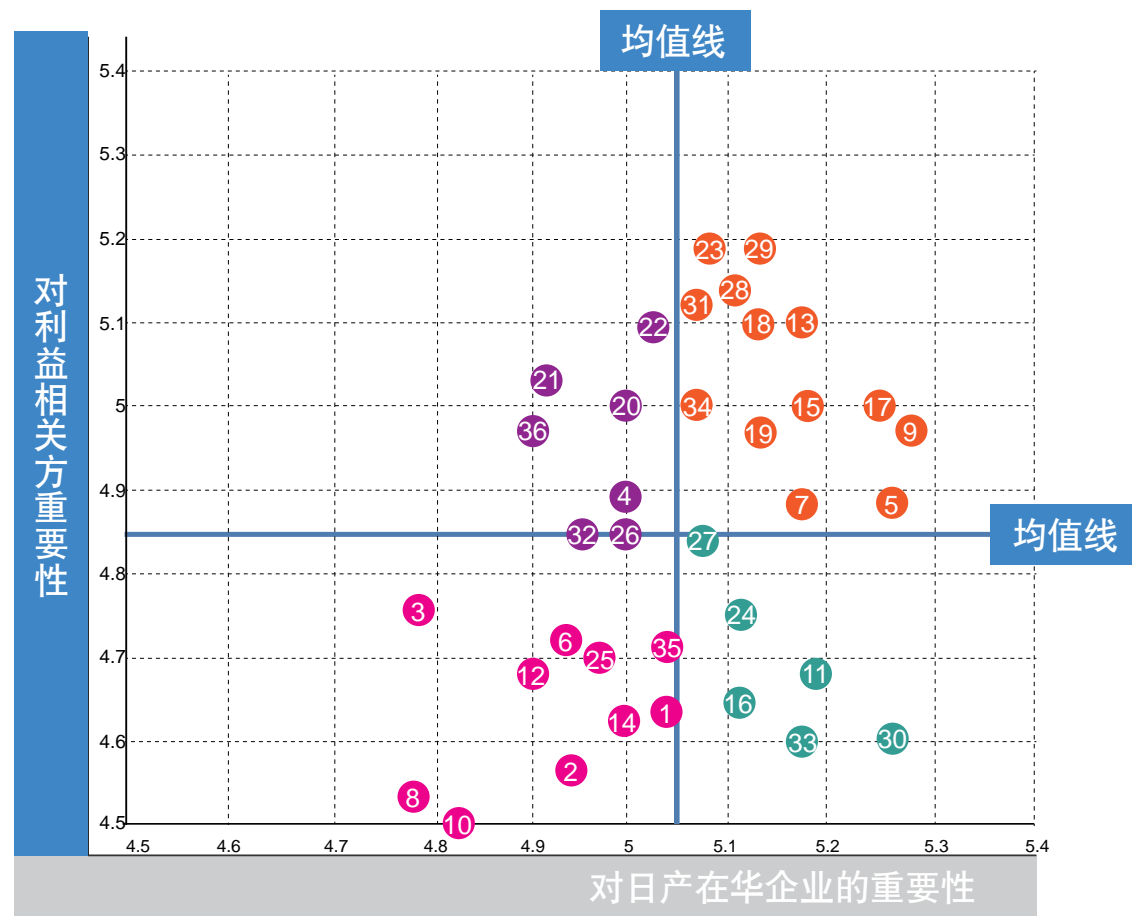
日产汽车始终致力于可持续的企业发展路线，在创造经济价值的同时，也积极投身于社会各项公益活动。日产在华企业在全球“蓝色公民”的企业社会责任理念指导下，在环境、安全、慈善、质量、价值链、员工、经济贡献以及公司治理与内部控制的八个领域全力投入，希望汇聚各方爱心力量，共创人、车、自然和谐相处的美好世界，用实际行动建设可持续发展的交通社会。



- 环境** 通过减少汽车在其整个生命周期内的环境影响并开发更多有效的绿色产品和技术，引领社会转型，建设一个可持续的交通社会。
- 安全** 致力于开发自动驾驶等创新技术，并在安全保障方面发挥了积极作用，让汽车社会对所有人而言都变得更加安全。
- 慈善事业** 作为一个企业公民，开展以环境、教育和人文关怀为主题的公益活动。
- 质量** 在世界各地提供最优质的产品与服务。
- 价值链** 在供应链的各个阶段都实施了符合道德规范、有利环保的措施。
- 员工** 希望成为一家有吸引力的公司，让不同的人力资源都可以通过积累业务经验实现个人的发展。
- 经济贡献** 目标是实现有盈利的可持续发展，为整个社会的经济发展做出贡献。
- 公司治理与内部控制** 在遵守相关法律和公司规章的前提下，进行公平、公正、高效的业务。

实质性议题分析

为提升企业社会责任管理水平，识别对利益相关方和公司发展均重要的实质性议题，日产中国在参考日产全球的实质性议题、国际标准和行业发展特点基础上，结合日产在华企业的业务情况，筛选出36项重点议题，并就此展开了广泛的利益相关方专项调研，涉及客户、供应商、经销商、员工、社区等多个相关方群体。根据调研结果，日产中国建立了日产在华企业的实质性议题矩阵，筛选出了对日产在华企业和利益相关方影响较大的13项高实质性议题，并在报告中对高实质性议题进行了重点披露，同时也为未来加强企业社会责任管理和对外信息披露提供了重要参考。



1	经济贡献	2	本地化发展	3	社会责任理念
4	利益相关方参与	5	资源能源管理	6	循环利用
7	污水与废弃物处理	8	生物多样性	9	产品服务环境影响
10	绿色储运	11	环保公益活动	12	环境补偿机制
13	产品安全	14	安全公益	15	慈善事业
16	志愿服务	17	产品质量	18	服务支持与投诉处理
19	客户隐私保护	20	产品召回	21	人权评估
22	业务连续性计划	23	经销商支持	24	供应商环境评估
25	供应商社会影响评估	26	采购过程规范与透明	27	和谐工作环境
28	职业健康与安全	29	员工培训与发展	30	员工沟通
31	信息披露	32	反商业贿赂	33	治理架构与风险管控
34	合规	35	反垄断行为	36	推动行业建设

利益相关方沟通

日产在华企业高度重视利益相关方的诉求和参与。在日常经营中，日产在华企业不断完善各项沟通机制，积极倾听相关方的声音、了解相关方的需求，并据此做出实质性回应，期冀与利益相关方一起，创造可持续的共享价值。

利益相关方	关注议题	沟通形式及主要表现	利益相关方	关注议题	沟通形式及主要表现
政府与监管机构	守法经营 依法纳税 环境友好 提供就业 促进中国汽车行业良性发展	经济贡献 合规经营 反垄断 环境管理体系 交通安全研究	员工	和谐工作环境 职业健康与安全 员工沟通 员工培训与发展	员工权益保障 完善薪酬福利体系 创造安全、健康的工作环境 建立多元沟通机制 职业发展渠道与全面的培训体系 开展员工关爱活动
环境	资源能源管理 循环利用 污水与废弃物处理 生物多样性 产品服务环境影响 绿色储运 环保公益活动 环境补偿机制	建立环境管理体系 绿色产品生命周期 开展供应商环境培训 “绿色专营店”认证 制定《日产绿色采购指导方针》 环保公益实践	社区	慈善公益 志愿服务 安全公益 环境保护教育	开展教育援助和人文关怀项目 实施环保公益活动 开展交通安全项目 开展员工志愿者活动
客户	产品安全 产品质量 产品召回 服务支持与投诉处理 隐私保护	“三重保护”安全策略 研发安全技术 制定“提高质量”计划 产品品质管理体系 市场品质改善 完善客户服务体系 提升客户满意度 贴心的客户服务活动	供应商	合规经营 采购过程规范与透明 供应商环境评估 供应商社会影响评估 人权评估 业务连续性计划	建立《雷诺-日产供应商CSR指导方针》 完善供应商评估、筛选、管理及违规处理制度 提供供应商改善指导和培训
			经销商	合规经营 产品和服务质量 经销商支持	建立经销商管理机制 开展能力提升培训





环境责任

秉承“人·车·自然和谐相处”的环境理念，日产在华企业设定了严苛的环境目标，建立了完善的环境管理体系，覆盖从研发、采购、生产、销售、售后服务到循环再利用的全价值链各个环节，积极带动价值链伙伴共同为环境友好型社会的建设贡献自己的力量。

日产汽车的环境理念

基于对全球环境问题的深切关注，日产汽车集团确立了“人·车·自然和谐相处”的环境理念，提出了“通过促进资源和能源的有效使用和循环利用，将日常经营活动和产品在其生命周期内对环境造成的影响降低到地球可以自然吸收的水平”的环境目标。为保证目标的顺利达成，日产汽车于2011年启动了第三个中期环保计划——“日产绿色计划2016”，力图在2016财年年底前，成为零排放汽车领域的领军者。

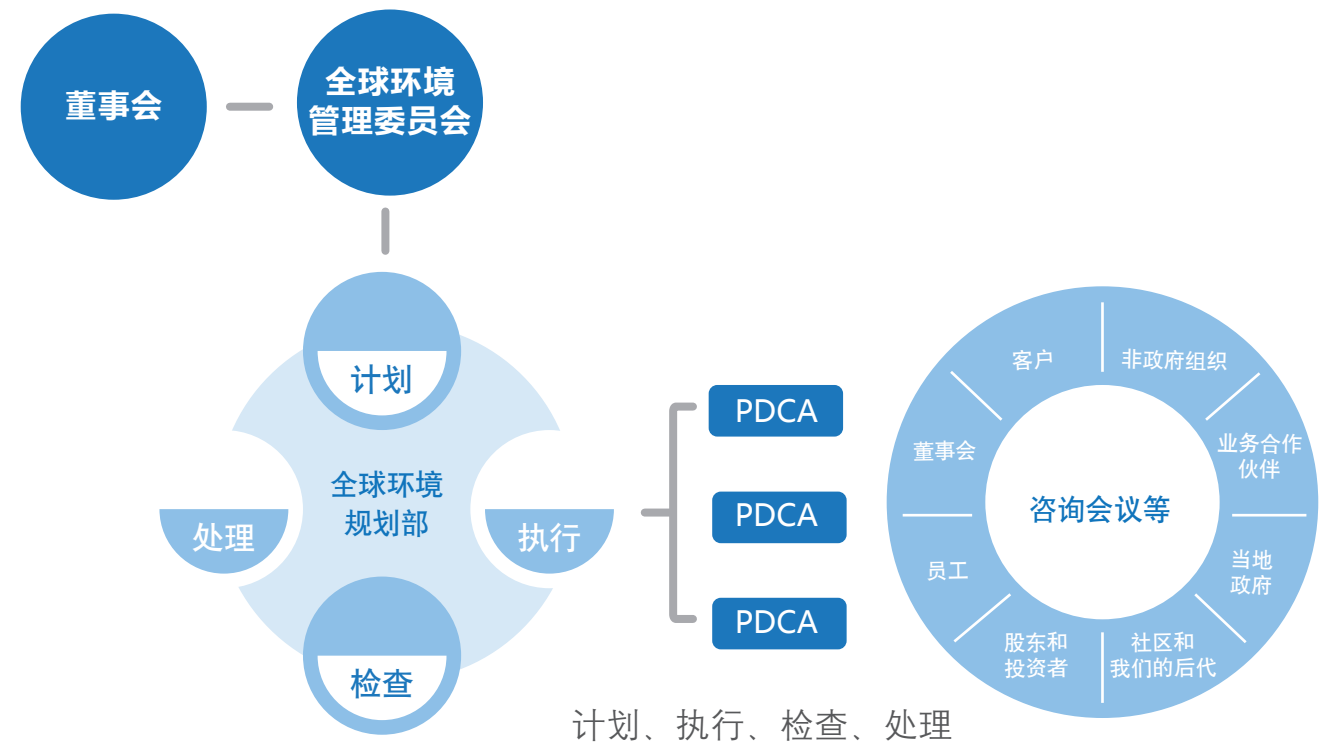
日产绿色计划2016

- 在2016财年年底前，成为零排放汽车领域的领军者，雷诺-日产联盟将累积销售150万辆零排放汽车；
- 在汽车行业具备领先的燃油经济性，与2005年相比，日产汽车在日本、中国、欧洲以及美国所售车辆的平均燃油经济性将提高35%
- 日产成为领先的低碳排放和闭环循环利用企业；
- 日产汽车成为业界首家设定资源再生目标的汽车公司，并通过回收钢材、铝和塑料等材料实现综合性闭环循环再生计划。

完善的环境管理制度

日产汽车成立了全球环境管理委员会，每年组织两次环境专题会议向董事会提交环境相关的规划，并在全球环境管理委员会下专门设立了全球环境规划部，具体落实环境事务工作。

环境管理组织结构图



环境责任

在中国，日产在华企业将环境保护视为重要使命，积极平衡自身生产运营和环境保护之间的关系，通过建立完善的环境管理制度、体系和严格的排放标准，最大限度地减少对环境可能造成的负面影响，实现绿色发展的目标。

2011年，东风日产积极响应“日产绿色计划2016”，秉承“人·车·环境和谐统一”的绿色理念，制定了“2015绿色计划”，明确提出2011-2015年的环保目标，并以此为指引，在GB/T24001-2008环境管理体系的基础上，建立了《危险化学品安全管理制度》、《环境事件应急预案》等制度文件来预防和控制可能产生的环境污染，同时积极开展清洁生产、推进节能减排，有计划、按步骤地完成环境管理目标。

东风日产“2015绿色计划”

- 减少二氧化碳、化学需氧量（COD）、二氧化硫等污染物排放
- 循环利用（废材的再利用、再制造业务扩大）
- 通过导入“PURE DRIVE”实现20%以上燃油经济性改善
- 新的动力总成和轻量化对策、新能源车（电动，混合动力）

绿色产品生命周期

日产汽车致力于将绿色环保理念应用到产品的全生命周期，涵盖了研发、采购、生产、储运、销售和服务的各个环节，力求最大限度地降低资源消耗、尽最大可能减少污染物产生和排放。

绿色研发

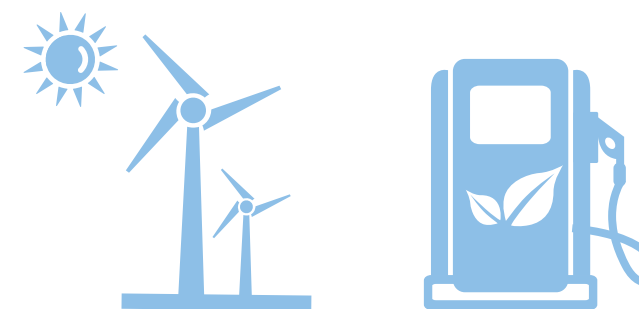
2015年，东风日产继续推进“PURE DRIVE”战略，通过绿色技术的创新研发和引进，助力环境改善。

在新能源技术研发领域，东风日产构建起了以“机械增压油电混合动力系统+EV”为主体的、更具未来感和年轻化的“PURE DRIVE”，截止2015年，东风日产顺利完成了启辰晨风e30纯电动汽车和新楼兰HEV混动汽车的成功上市，同时在电动车核心技术方面，培养专业技术人才，建设自己的新能源开发团队。

在现有车型的节能改进方面，东风日产围绕提高发动机效率、推广无级变速器(CVT)、采用轻量化设计、提高主要车型的燃油经济性、采用智能交通系统等举措，来降低汽车在使用过程中的二氧化碳排放。除此之外，东风日产在节约、再利用和循环使用的绿色理念基础上，编制了“循环设计指南”，力求在汽车全生命周期中高效、创新的利用资源，减少材料浪费，将车辆对环境的负面影响降到最低。



作为东风日产双品牌战略和新能源战略指导下的绿色研发成果，自2015年进入市场以来，启辰晨风纯电动车在推动新能源事业传播、体验推广、推动新能源车基础设施建设等方面持续发力，并因成熟的品质得到了消费者、市场和权威机构的认可，获得“2015年最佳操控性新能源车”等殊荣。



2015年，东风日产技术中心基本构建了传统车型的开发与实验能力，初步建立了新能源汽车的实验能力，累计投资达到12.76亿。

绿色采购

日产在华企业制定了严格的绿色采购体系，积极推进和供应商在环境方面的交流。东风日产和郑州日产通过中国汽车材料数据系统（CAMDS）与供应商建立国家汽车材料回收再利用（MARS）运作体系，要求供应商完成有毒有害物质监控及可回收利用率计算等管理目标，以及满足国家强制性对汽车材料再回收利用率和禁用物质的法规要求。在满足法律法规基础上，东风日产同时要求供应商通过环境及安全状况调查评定，鼓励并支持供应商通过第三方环境体系认证，以控制可能来自源头上产生的环境风险。

郑州日产与供应商签订《环境与安全协议书》、《不使用有害物质承诺书》等制度文件。截止2015年末，包括零部件和材料供应商在内的东风日产供应商100%符合绿色采购方针要求。

绿色工厂

○ 绿色生产管理

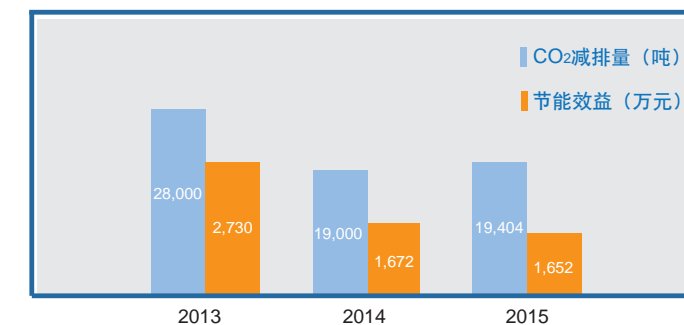
东风日产将绿色理念落实在生产过程的各个环节中，包括投资节能课题、制定严格的排放管理标准、实施量化控制、排放监测等举措。2015年，东风日产设立了“在生产过程中，二氧化碳排放降至每辆车584kg，固体废弃物排放不超过每辆车7.2kg，VOC排放不多于每平方米26.5g”的目标，并制定了相应的管理方案，最终全部达到挑战2目标，并实现零重大环境事故。

此外，东风日产于2015年度完成和更新适用性法律法规评价29部，识别和更新环境因素、危险源共5651项，均通过相应措施100%处于受控状态。

○ 节能降耗

自2013年起，日产在华企业开始引进“日产汽车节能协作组”（NESCO, Nissan Energy Saving Collaboration），对日产在华工厂的能量损耗情况进行诊断，并提出新的节能措施。依托日产全球的节能专业技术，NESCO团队建立了核查员培训计划，并开设了全球培训中心，为持续更新节能举措、应对气候变化献力献策。

2015年，东风日产导入了日产汽车NESCO先进的节能诊断活动9次，提案课题减排量为每年13,463吨，已实施8,165吨/年，在降低能量排放、提高能效方面进展显著。同时，东风日产投入1000余万元，完成节能投资课题12项，年减排二氧化碳19,404吨，实现了1,652万元/年的节能效益。



在原先循环水的节水举措基础上，东风日产针对用水量较大的涂装前处理工艺，采取了多项节水措施，包括降低涂装前处理和喷漆室的循环水排放周期、使用逆流漂洗工艺和新型脱脂剂等，大大减少了原材料及新鲜水的使用量，使循环水在通过油水分离装置时，能够更长时间地维持脱脂性能，从而提高了循环水的使用周期。

此外，东风日产积极配合广东省和广州市汽汽车主管部门的减排调研工作，供主管机构因地制宜制定符合省情市情的排放政策，并参加在南沙自贸区实施平行进口的影响研讨和在广东省内进行新能源积分制度试点的研讨，为政府制定政策提供参考。

○ 清洁排放和高效循环

为减少生产过程中的VOC排放，东风日产一方面引进水性涂装线代替油性涂料，另一方面采用浓缩焚烧的方法处理树脂涂装的VOC，并使用RTO蓄热燃烧装置焚烧处理其他外排的废气，使得VOC的处理效率高达99%以上。2015年，东风日产在大连工厂、襄阳工厂二线、郑州工厂二线投入了三条水性涂装线，全部采用了目前最先进的喷涂工艺，极大地削减了能耗及VOC排放。

环境责任

针对生产废水和生活污水，东风日产将经过物化和生化处理后达标的废水，通过回用水处理设施进行深度和反渗透处理，最终一部分处理水回用于生产部分，其他部分回用于冲厕、绿化、清洗等用途，花都基地实现了废水零排放。在循环处理同时，东风日产每月对废水进行一次水质监测，以避免泄露及污染事件。2015年，东风日产污水排放100%达标，未发生任何泄露和污染事故。

为降低生产过程中的固体废物排放，东风日产一方面设置了单台固体废物排放的管理标准，从产生源头上实施减量化控制，同时设置可回收固体废物的回收站，严格执行分类回收，并辅之以员工分类回收教育和日常巡查监督，全年回收可利用废物达到了144,925.95吨，固体废物综合利用率高达96.5%，相较2014年提升了0.9%。



东风日产在花都基地与越堡水泥厂合作，将干式喷房产生的废石灰粉转变为水泥原料，使之重获利用。2015年，水泥厂协同处置废石灰石粉、干燥剂、活性炭三种废物共计585吨，不仅实现了该部分废物的再利用，同时也节省了处置费用。

绿色储运

在储运环节，东风日产从整车物流和生产物流两个方面进行优化改进。在整车物流方面，东风日产扩大了水路运输比例，并在库区使用节能LED灯替换大功率金属灯来进行照明；在生产物流过程中，东风日产的供应商近地化策略使得平均运距减少3公里，单台体积年均降低0.015立方米，积载率年均提升0.02%，工厂内燃叉车由26辆减少至14辆，大大降低了储运能耗。

而在包装环节，自2004年起，东风日产国产生件的物流包装物就已经实现了100%的循环使用。

绿色销售和服务

在销售和服务环节，东风日产秉持一贯的绿色环保理念，在全国范围内推进“绿色专营店”认证，鼓励经销商主动承担环保责任，通过建立完备的环境管理体系和改善环保设施，来降低能源消耗和运营成本，为消费者提供绿色的汽车产品和服务。

“绿色专营店”资质

东风日产“绿色专营店”要求专营店必须通过ISO14001环境管理体系认证，满足《东风日产绿色专营店指导手册》的要求，且通过“专员检核”环节。专营店需签署《东风日产绿色专营店建设承诺书》，承诺严格遵照绿色专营店的管理执行要求，积极推动绿色专营店的建设改造。

环保公益

在积极推进绿色产品生命周期的同时，日产在华企业还通过运用自身技术和品质管理优势，支持绿色相关的前沿研究，推动行业可持续发展。

日产汽车连续三年与中国汽车技术研究中心合作，参与《新能源汽车蓝皮书》的撰写工作提供自身新能源汽车的先进技术以及产品研发进展信息，帮助汽车行业从业人员、研究机构专家学者和社会公众了解新能源在中国发展的最新动态，同时为政府部门出台相关政策提供参考。

除此之外，日产在华企业还组织各类环保公益活动，鼓励员工、经销商、车主等利益相关方群体共同参与到环保行动中。2015年，东风日产开展了多项环境保护行动，不仅鼓励内部员工使用徒步、骑行、顺风车等绿色出行方式，在办公区启动垃圾分类活动，并组织150人次的青年志愿者参与义务植树活动，还开展了为“火炉山”美容的义务清扫垃圾绿色行动等等，力求影响更多的社会公众关注环境问题，助力环境友好型社会建设。



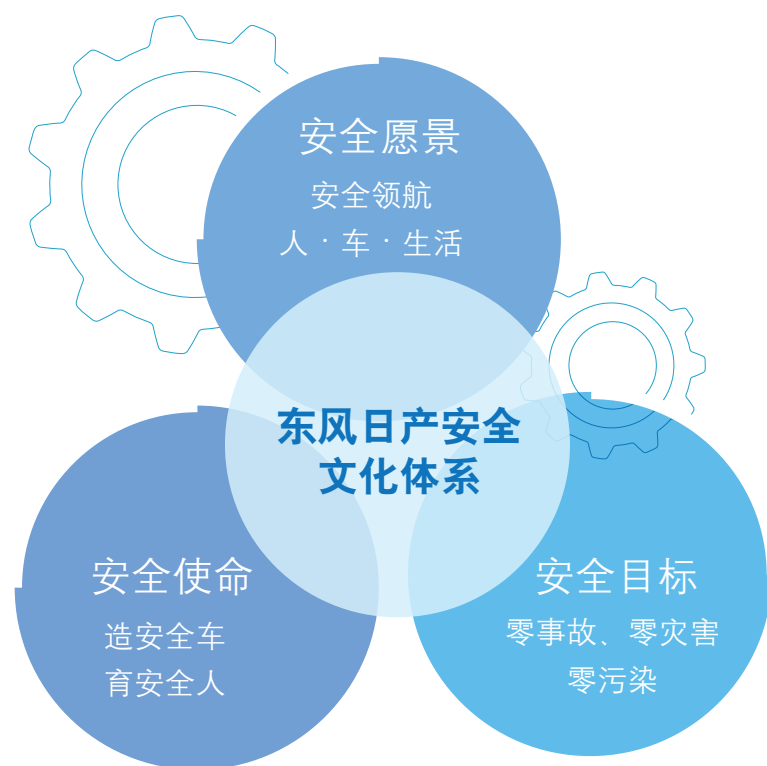
安全责任

日产汽车以追求最有效的汽车安全为基本责任，一方面针对路况开发全方位的安全技术，帮助驾乘人员远离无法预知的危险，同时积极开展安全教育公益活动，传递文明驾驶理念，全面提升公众对道路安全的认识水平，以建设更加安全、美好的汽车社会。

安全责任理念

日产汽车将“车守护人”作为核心的安全理念，不断提升汽车产品的安全性，并设定了“到2015年，使日产汽车相关交通事故的死亡和重伤人数下降到1995年的一半”的阶段性目标，不断提高汽车的安全性，最终实现“创造一个几乎没有死亡或重伤事故的世界”的终极目标。

在日产全球安全理念的指导下，东风日产推出了专属的安全文化体系和“安全车”文化手册，涵盖了安全愿景、安全使命、安全目标、安全价值观和安全文化模式等要素，为全价值链利益相关方提供了一个清晰的安全指引，促进公司由内而外地达成统一的安全共识。



对员工

“1000”代表着人的一生，其中“1”是人的生命，“0”分别是个人的事业、财富和家庭。如果没有了“1”，个人即使拥有再优异的“0”，也失去了应有的意义。安全是员工每天都能体面平安的回家。



对客户

“1000”代表着我们一台高品质的车，其中“1”是产品安全，“0”分别是我们的品牌、技术和服务。如果没有了“1”，客户的移动生活就成为无源之水。安全是客户高品质移动生活的保障。



对公司

“1000”代表着我们的事业，“1”是安全，“0”分别是产量、效益和发展。如果“1”倒下了，那么后面的“0”再多，值仍然为0。安全是我们赖以生存和发展的根本。



对社会

“1000”代表着企业公民的社会价值，“1”是安全，“0”分别是信誉、形象和 responsibility，如果“1”倒下了，则我们的社会价值无从谈起。安全是东风日产企业公民的核心价值观之一。



三重保护”安全策略

为减少交通事故的发生，日产汽车通过“三重保护”策略来实现安全终极目标，分别针对汽车、个人和社会采取了不同的措施，通过研发新技术、开展安全研究和安全倡导等活动，整体性地提高驾驶者、行人和社会的安全意识。

汽车：提升汽车安全技术

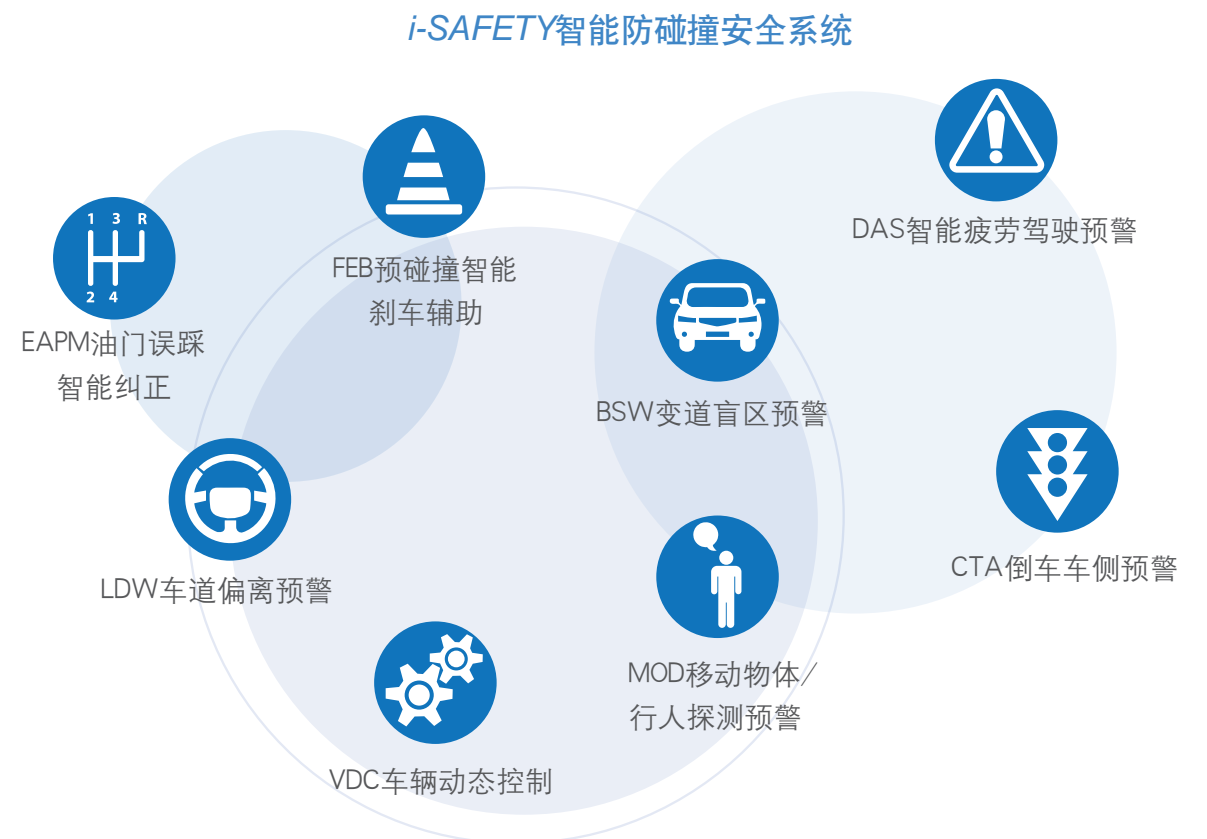
在“汽车”层面，日产汽车以独创的“安全屏障(Safety Shield)”理念和“以人为本”的原则开发了全方位的安全技术，实时监测行车状态，可根据不同的危险因素启动最有效的屏障保护措施，并通过预警提示驾驶者把控车辆行驶状态。

危险阶段	屏障保护系统	作用
危险尚未出现	车距控制辅助系统 支持导航的智能巡航控制系统，具有全速范围跟随功能 主动式前大灯(AFS) 环景监视系统 智能疲劳驾驶预警系统(DAS) 移动物体和行人探测预警系统(MOD)	提供辅助驾驶功能，使司机能够一直安心驾驶
危险已出现	前方碰撞预警系统 车道偏离修正系统 车道偏离报警系统(LDW) 变道盲区警示系统(BSW) 盲区规避系统 倒车车侧预警系统(CTA)	在出现危险时，帮助司机恢复安全状态
可能发生碰撞	刹车辅助系统 防抱死制动系统(ABS) 车辆动态控制系统(VDC) 预碰撞智能刹车辅助系统(FEB) 油门误踩智能纠正系统(EAPM)	
无法避免碰撞	智能刹车辅助系统 预紧式前座椅安全带	
碰撞	Zone Body车身结构 SRS帘式安全气囊系统 弹出的行人保护发动机罩	一旦无法避免碰撞，则将伤害控制在最小范围内
碰撞后	连接气囊的自动危险警告灯	

日产汽车搭载先进的安全技术以减少事故发生

根据中国交通事故深入研究(CIDAS)项目的调研数据显示，中国高速公路主要事故原因大多是“驾驶员感知延迟”以及“疏忽驾驶”。日产汽车针对这两大原因，对旗下车型配置了多种防撞技术，在所有车型上均搭载了超视距前端碰撞预警系统控制系统和车道偏离预防系统，可敏锐感应前方两辆汽车的相对速度和距离，并提醒驾驶员视线之外的风险，有效避免了事故的发生。

东风日产相信处理危险的最好办法是避免危险的发生。2015年，东风日产推出NISSAN i-SAFETY智能防碰撞安全系统，在车前、车后和车侧的360度区间，形成了实时监测、及时预警和智能制动的安全保障，其核心安全技术——FEB预碰撞智能刹车辅助系统正是自动驾驶的技术基础，将普遍落后的被动安全全面提升到了智能主动安全的层次。目前，东风日产旗下新天籁、蓝鸟、逍客、楼兰、西玛、轩逸等主力车型均配置了NISSAN i-SAFETY智能防碰撞安全系统，未来一年，此技术将实现100%全面搭载。



个人：交通安全倡导

在“个人”层面，日产在华企业结合自身优势，开展了一系列安全教育活动，旨在普及交通安全知识，倡导文明驾驶习惯，全面促进文明、安全的汽车社会建设。

○ 东风日产“安全驾驶体验营360°体验中心”

自2005年起，东风日产启动了“安全驾驶训练营”项目，面向车主及公众开展各式各样的体验活动，以传播安全行车、安全急救等知识和技能，倡导安全驾驶理念，力图打造一个围绕道路交通安全的宣教平台。2015年，东风日产“安全驾驶体验营360°体验中心”新设置了模拟翻滚区、模拟冲撞区，不仅帮助参观体验者深入了解汽车原理和构造，同时教授了发生事故时的安全逃生知识，号召体验者养成文明驾驶的习惯，共同营造安全出行的道路交通环境。截止目前，东风日产“安全驾驶训练营”共走过全国300多个城市，吸引了超过160万人参与体验，获得了良好的社会效益。

东风日产构建了以“安全驾驶体验营360°体验中心”为核心的驾驶安全与汽车安全平台，以各种形式展开面向车主及公众的安全驾驶理念与技术培训，以及各种体验活动，扎扎实实地向顾客传播安全行车、安全急救等知识和技能。



社会：开展交通安全交流

在“社会”层面，日产在华企业联合各界社会力量，组织道路交通安全议题相关的讨论和交流，促进各方交通安全共识的达成，以建设一个更加安全的汽车社会。

○ 日产中国支持“2015中国道路交通安全论坛”

为推动道路安全建设和安全技术、政策研究，日产中国于2015年8月连续10年支持并协办“中国道路交通安全论坛”，针对此次论坛“人车路协同发展，促进交通安全”的主题，日产中国不仅展示了在汽车安全技术领域的最新研发成果和进展，还同各路专家、政府部门领导、汽车企业代表等就如何管理并协调人、车辆、道路等影响交通安全的诸多因素协调发展的问题进行了深入探讨。





慈善事业

日产汽车慈善事业发展框架

日产全球制定了慈善事业发展框架，重点关注环境、教育和人道主义援助三大领域。除了资金援助，日产汽车结合自身的技术和产品等资源，合作专业的非营利组织，开展环境教育活动，关注青少年儿童的教育发展问题，实施人道主义关怀行动。

教育援助

日产筑梦课堂

日产中国秉承“爱之行·享未来”的慈善理念，与中国扶贫基金会合作，于2013年启动了日产筑梦课堂项目，通过为贫困地区中小学建立“筑梦课堂”课外活动中心，同时和联合国教科文组织合作，在全国范围内开展日产筑梦课堂系列课程，开拓孩子们的视野，丰富孩子们的课外活动，在增强孩子们动手能力的同时亦普及了汽车知识和交通安全知识，帮助更多青少年的梦想扬帆起航。

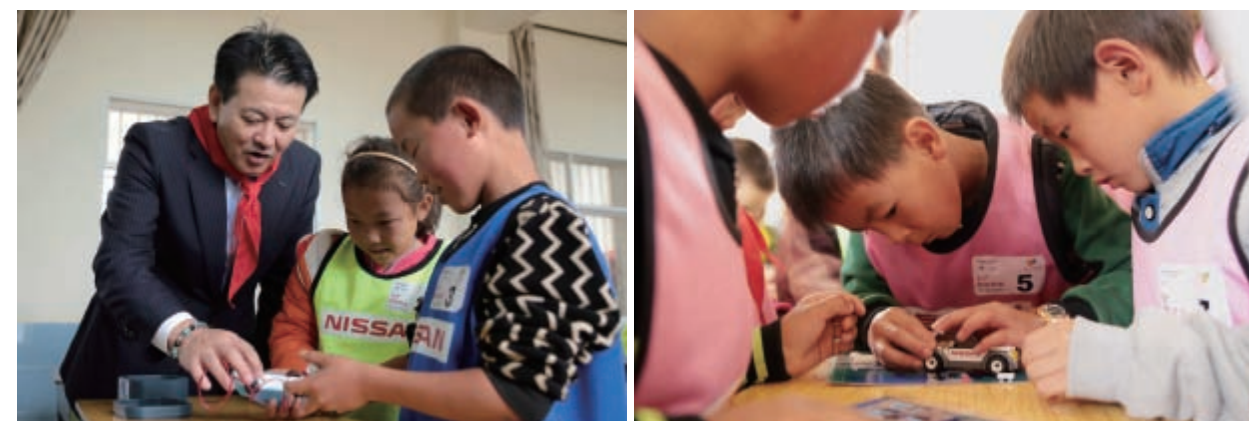
日产筑梦课堂系列课程

日产筑梦课堂系列课程包括制造、环保、喷绘等五大板块20余课时，以寓教于乐的形式，向学生们传授汽车相关知识，为学生们送上妙趣横生的汽车体验。通过日产筑梦课堂系列课程，学生们不仅可以了解汽车的生产制造的过程，增加环保知识，还锻炼了思考和动手能力，并通过视、听、触等多重感官接触收获无限乐趣。

2015年，日产中国与北京市联合国教科文组织协会合作，首次以校本课的形式，将日产筑梦课堂系列课程引入北京市全日制学校开展，成为首家在中国将汽车专业知识纳入学校课程的汽车厂商。截止2015年底，日产中国已陆续在北京、上海、四川、广东、湖北、河南和云南等地多所小学开展筑梦课堂系列课程，受益学生近万人。

筑梦震后鲁甸，日产别样关爱

2015年9月21日，日产筑梦课堂课外活动中心落成在昭通市鲁甸地区的19所小学，同时，筑梦课堂系列课程巡讲在云南正式开课。日产中国总经理西林隆先生出席了启动仪式，并与来自日产的筑梦课堂教师一起，为学生们带来了妙趣横生的课程——日产制造教室和日产环保教室。此外，日产中国员工为鲁甸地区的19所援建小学捐款购买了大量内容丰富的图书，并捐助了7,000余个带有反光条的安全书包，为孩子们的安全出行提供保障。



助力第三届中国青少年汽车模型科技创意大赛

2015年8月，日产中国再次与北京市联合国教科文组织、中国教育学会和中国科协青少年科技中心合作，助力第三届中国青少年汽车模型科技创意大赛。大赛旨在通过独特的比赛形式，向青少年普及创新知识，培养其科学素养。为使更多青少年深入了解汽车、热爱汽车，感受汽车带来的乐趣，日产中国在为比赛提供技术支持的同时，再次将日产汽车先进的教育理念引入大赛，通过教学和辅导使选手们能够将自己的创造力发挥到极致，为孩子们实现“汽车工程师”的梦想创造更多可能。此外，日产中国还为在创意汽车模型制作比赛以及创意车壳彩绘比赛中的优秀选手颁发了日产创新特别奖——参加2015年“NISSAN创新科技探访之旅”，以开拓其视野，用科技筑梦。

NISSAN创新科技探访之旅

2015年11月，日产中国邀请在“中国青少年汽车模型科技创意大赛”中脱颖而出的8名获胜者参加了为期6天的“NISSAN创新科技探访之旅”，带领小朋友们参观博物馆、日产工厂、日本科学未来馆、天空树等活动，零距离感受日产自动驾驶技术的奥秘以及日产汽车坚持创新、不畏挑战的精神，以开拓孩子们的视野，增进其对汽车的了解与喜爱。



东风日产公益事业

○ 阳光关爱·助教未来

2008年6月，东风日产启动了“阳光关爱·助教未来”项目，针对山区、贫困、边远等欠发达地区的老师和学生，通过助教、师资培训、捐资捐物等方式进行帮扶。七年来，该项目已经先后走过11省共16站，累计投入教师培训资金、教学材料、学习用品等超过了3,500万元人民币，受惠师生超过82万余人。



2015年，东风日产联合云南省青少年发展基金会，采用了全新的线上线下联合互动方式，携手明星发起“万步阳光路”公益活动，号召广大网友通过捐步数、晒步数的形式关注鲁甸儿童的心理健康问题，传递爱心。最终，活动成功召集了超过3万网民的63亿步的爱心捐赠，引发了微博话题讨论逾4万频次。东风日产随后将网友们的爱心步数转化成300万元公益基金捐赠，用于为鲁甸山区儿童购买学习物资，开展减灾防灾培训和心理辅导。

此外，东风日产将全国首个面向青少年的汽车制造讲堂——日产制造教室引入到“万步阳光路”活动中，为鲁甸李家山小学的孩子们带来了一堂妙趣横生的造车体验课程，丰富了孩子们的汽车炼成知识。



慈善事业

○ 阳光职业·金色未来

截至2015年，东风日产“阳光职业·金色未来”校企联合办学项目已连续开展了五年，期间通过捐赠教学用整车、发动机等硬件设施以及设立东风日产奖学金、采用东风日产特色的教材教学等软硬件相结合形式，认真践行育人助学的行动目标，至今累计投入超过200万，先后与广东省技师学院、广东省岭南工商第一技师学院、辽宁省大连技师学院等超过40家职业技工院校建立广泛的多层次合作。未来，东风日产将采用“请进来、走出去”的策略对项目进行再升级，通过建设定向工作站、互派资深人员参与授课等新举措，培养更多优秀的创新型、复合型技能人才。

○ 东风日产慈善捐款

2015年6月，东风日产在第三届广州市慈善项目推介会上向广州市慈善会捐资300万元，其中50万元用于花都区养老院扩建、180万元定向捐助风神幼儿园、70万元定向捐助风神试验小学。

郑州日产牵手工程

2010年，郑州日产启动了“牵手工程”项目，致力于为贫困山区孩子搭建知识输送的平台，帮助他们完成学业，以获得更好的发展。2015年，牵手工程继续注资300万，以教育支持为核心，针对贫困地区小学生、孤残儿童和困难大学生分别启动了“快乐成长计划”和“成才圆梦计划”，进行定点帮扶。

郑州日产积极创新公益理念，携手经销商和车主发起了“牵手工程——快乐成长计划”项目，投入150万元的用于贫困山区教学设施的补充和孤残儿童生活的改善。一方面，郑州日产寻找、探访偏远山区贫困学校，为四所贫困学校捐赠课内课外书籍、文具和教学设施，以改善学校匮乏的教育资源，并通过游戏、涂鸦等方式与小朋友互动，帮助孩子们便捷、快乐地获取知识。在这个过程中，郑州日产还联动全国范围内的微信微博公益伙伴，开展了线上捐书捐物活动，吸引并倡导更多社会人士关注贫困地区孩子的读书问题。另一方面，郑州日产完成了“牵手工程”孤残儿童家庭寄养慈善项目，改善孤残儿童寄养楼的居住条件，为孩子们提供更好的住宿条件，并送去日常生活的必需品，为他们健康快乐的成长创造良好条件。

与此同时，郑州日产启动了“牵手工程——成才圆梦计划”，一方面为贫困大学生提供物质和精神帮扶，另一方面鼓励大学生参与社会公益活动，传递公益精神。2015年，郑州日产为300名大学新生提供了总计150万元的助梦奖学金，并举办了四场“牵手用膳”活动，邀请知名媒体人与曾受牵手工程资助的大学生共同用餐，给予大学生学业、就业甚至人生观的指导。此外，郑州日产还积极组织学生参与社会公益活动，且对在特定领域取得杰出成绩的学生和关注公益事业的学生进行持续培养，延续“帮助他人，反哺社会”的精神。



东风英菲尼迪“敢爱星球”公益行动

秉承“敢·爱”品牌精神，东风英菲尼迪于2014年启动了“敢爱星球”公益行动，旨在“持久、实效、参与”的原则下，倡导社会公众关注人的平等发展。东风英菲尼迪先后携手壹基金、中国发展研究基金会，围绕关爱自闭症群体、改善中西部贫困地区儿童的学前教育和营养条件等方面开展合作，以期共同打造一个平等、和谐、可持续的“敢爱星球”。

○ 关爱自闭症群体

2015年，东风英菲尼迪整合自身资源，联合当红明星、中国金融博物馆理事长和企业家等爱心人士的力量，通过支持自闭症青少年创作中国首个城市巨幅地面涂鸦、探访杭州启明星儿童康复中心、举办“敢爱前行”——ONE NIGHT关爱自闭症儿童公益晚会和“敢爱笨小孩”之夜公益晚会等活动，搭建了一个自闭症群体与公众交流的平台，来展示自闭症群体丰富的内心世界，促进自闭症群体的社会融合。



○ 支持“山村幼儿园计划”

基于对贫困地区儿童早期发展的关注，东风英菲尼迪与中国发展研究基金会合作，投入300万元支持其“山村幼儿园计划”，通过在教师培养、儿童健康、早期教育和硬件建设等方面提供帮助，共同为孩子们创造美好的未来。2015年6月，东风英菲尼迪携手经销商、车主、员工和媒体代表走进湖南省古丈县，开展“敢爱播种”山村幼儿园探访活动，不仅与小朋友们一起互动、玩游戏、交流成长中的困惑，还带去了一堂生动的交通安全知识课，用快乐陪伴他们的成长。截止2015年底，东风英菲尼迪已经资助建立了217所山村幼儿园。



○ 敢爱梦想基金

“敢爱梦想基金”作为“敢爱星球”公益行动的一部分，是东风英菲尼迪将公益与真人秀节目结合的创新成果。2015年，东风英菲尼迪将真人秀节目《极速前进》中特设的赛段冠军奖励作为“敢爱梦想基金”。根据明星意愿，将共计500万元的奖励分别捐赠给壹基金92万元、中国发展研究基金会217万元、中国青年创业就业基金会91万元、中华思源工程扶贫基金会芭莎公益慈善基金100万元，用以关爱自闭症群体、支持“山村幼儿园计划”和大学生创业项目以及定向帮助在天津塘沽爆炸事件中的受害者，落实公益承诺。



人道主义援助

2015年，日产中国连续第十年支持中华健康快车基金会和商务部发起的“健康快车”项目，资助贫困地区的白内障患者免费接受手术治疗。截止2015年底，共有超过700名白内障患者术后恢复正常视力，重建光明。

郑州日产也一直开展人文关怀项目。2012年，郑州日产与河南省敬老助老总会签订了为期5年的公益协议，每年捐赠价值不少于100万元的爱心车辆，用于满足地方养老机构的用车需求。2015年，郑州日产向河南省敬老助老总会捐赠了13台爱心车辆，总计价值105万元，有效解决了地方养老机构的用车问题；同时，郑州日产又通过中牟慈善总会向中牟县6个乡镇捐助5台价值50万元的服务车辆，用于贫困乡镇的帮扶工作。



质量责任

为消费者提供高品质有保障的产品，是汽车企业最大的责任，为此日产汽车从产品质量管理到销售客服能力提升，全方位的保障产品品质，提升消费者满意度。

提高质量计划

日产汽车秉持“站在顾客立场上使产品质量在行业中首屈一指”的目标，致力于做到全球最好，使产品质量在行业内达到顶级水平。日产汽车制定了“提高质量”计划，在该计划中，日产汽车明确了到2016年提高产品质量的目标与方案，通过努力实施计划，提高产品综合质量。



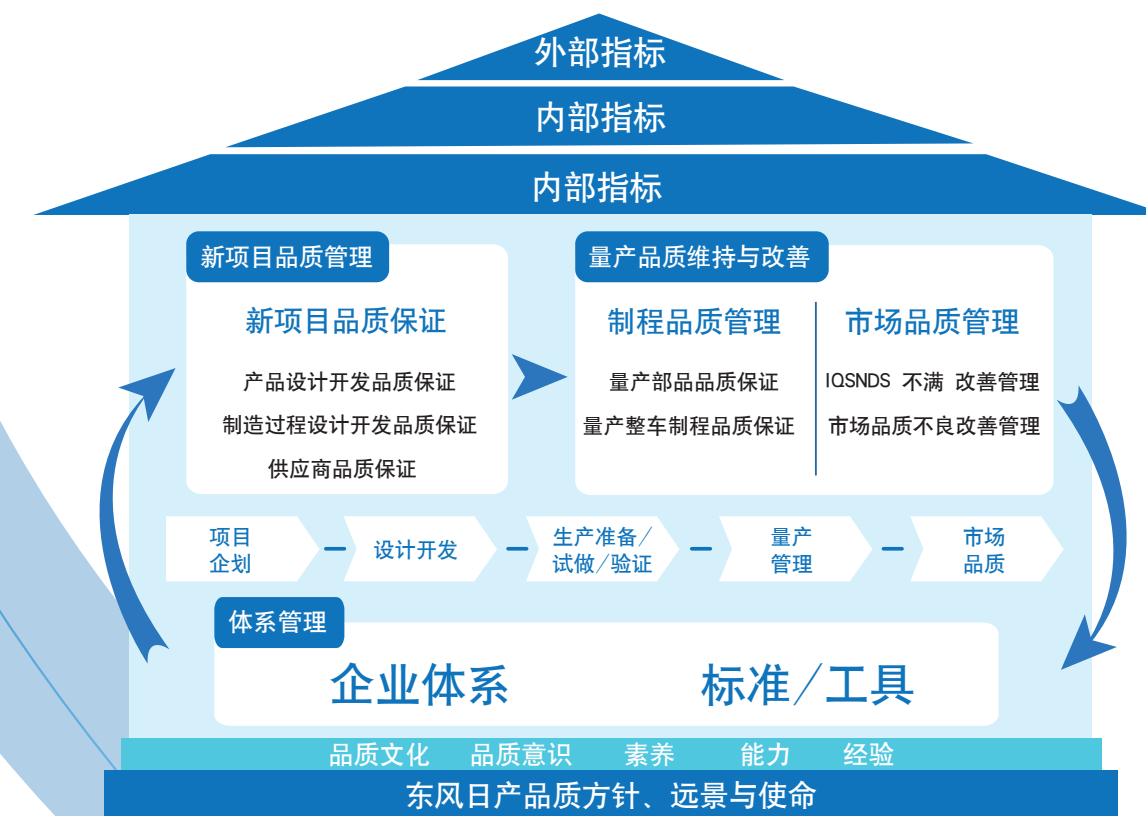
产品质量管理

提高产品品质

○ 产品品质管理体系

东风日产

东风日产的产品品质管理体系以客户为导向，涵盖部品采购、新车、开发、制造、市场等的全价值链产品品质管理体制，最终实现全面客户满意。在产品开发过程中，强调提前获取客户反馈、充分进行中国市场适应性验证、强化开发阶段的监查；在制造过程中，主张“不接收不良，不制造不良，不流出不良”的原则，以保证客户利益为出发点；在市场改善过程中，强调快速、有效解决问题，迅速响应客户呼声。东风日产从客户出发，以高品质的产品实现全面客户满意。



质量责任

郑州日产

郑州日产坚持“品质第一”的经营宗旨，不断满足顾客要求、适用的法律法规要求，向顾客提供需求的车型、可靠的实物质量、及时周到的服务，并“以顾客为关注焦点”，通过对产品和质量管理体系的持续改进提升运营效率，增强顾客满意。公司一方面严格执行日产全球统一质量标准，使严格的质量控制贯穿于产品开发设计、采购、生产制造和售后服务等每个环节中，另一方面又严格按照质量体系流程、标准要求开发新品、选择评价和管理供应商，实施QDC（质量/交期/成本）目视板管理、现场5S（整理/整顿/清扫/清洁/素养）管理及快速响应品质控制会议体制，对新品、部品、过程及市场品质进行管控，降低用户抱怨，提升品牌形象。

○ 产品品质管理活动

东风日产

东风日产从开始到最终的产品下线有诸多品质管理活动把关，以保证产品100%安全可靠：

在变更业务方面，东风日产强化预防管理和供应商的变化点提前识别，并对风险点和预案充分研讨；此外，东风日产积极参与市场快速响应品质控制活动，针对市场出现的不良做到快速解析快速对策，对于疑难案件和超期案件做好内部升级管理，避免出现制程不良流入市场。

在现行量产车品质管理方面，东风日产开展了4M（人、机、料、法）变更管理、重点供应商能力提升、市场客户反馈等活动，确保关键指标达成挑战目标。通过量产车的管理活动，快速遏制制程以及市场问题，维持量产稳定，为高质量跨百万奠定了坚实的基础。

3MIS

车辆交付客户使用3个月内不良率
截止2015年12月份，日产品牌3MIS达到
1.2%，为日产全球一流水平。

东风日产还通过持续开展品质论坛活动，加强内外部的交流，提升全价值链品质管理能力。2015年9月27日，东风日产开展了主题为“至臻品质 助力OaO与您同行”的第六届品质论坛，围绕感性魅力品质、产品品质、销售/服务品质，向内部员工、供应商、经销商传递品牌好感度，提高其品质意识，让客户在全触点都能感受到对品质的极大满意。

郑州日产

2015年郑州日产围绕“以客户为中心，通过全员品质管理，全价值链质量领先，提升质量竞争力”的中心思想，展开一系列的质量管理体系健全优化、市场品质快速改善、采购品质持续改进、以及新车品质保证细化提升等品质管理活动，不断提高产品品质及顾客满意度。

郑州日产还通过继续强化员工的作业技能，不断提高产品质量。通过开展全员练兵和技能评价，推动工人技能水平稳定提升；通过组织和参与多个层级的技能比武，积极塑造“匠人”文化；在日产全球技能大赛中，夺得总装配冠军和悬点焊亚军，带动员工技能的不断提升。



2015年6月，为响应全省总工会的号召，郑州日产结合自身工厂改善的需求，挂牌成立首个以员工名字命名的工作室“王腾飞改善工作室”，立足于制造现场做改善，提升企业核心竞争力。工作室由来自5个部门10个科室的13名青年骨干组成，成员个人共获包括国家级荣誉30余项。此外，“张建伟技能创新工作室”、“朱莹工作室”逐步成立，通过员工工作室的建设，郑州日产将充分发挥高技能人才优势，不断创新技能水平，锤炼“匠心”，提升产品品质。

质量责任

保证市场品质

日产汽车致力于改善及提高顾客实际使用时的“市场品质”，为了让顾客安全舒适使用日产品牌的汽车，面对在市场中出现的问题，日产汽车必须第一时间应对，为此，日产汽车在中国建立了包括缺陷产品召回处理在内的完善的市场品质保障与改善体系。

东风日产

东风日产具备一个完整的市场品质改善体系及专业的技术团队，对于发生的不良，快速有效的进行问题的解析与改善，并识别缺陷产品。对于已明确缺陷类产品，公司组建有专职的技术团队，按照车辆召回程序，向总局提出申报。此外，东风日产还具备完善的车用零件追溯系统，一旦出现召回事项，公司将掌握所有车辆的信息，按照车辆召回程序，公司服务网络将在第一时间联系用户，同时开通咨询电话，方便用户进行详尽的信息查询。

目前对于产品的使用情况，东风日产具有全渠道的信息收集方案，对于各个渠道的客户反馈品质信息进行统一管理。这些渠道包含TR报告、保修申请、技术热线、7天换车、800产品投诉、网络产品质量投诉等。

郑州日产

郑州日产建立健全了重要品质情报管理体系，以及市场重要品质处置活动管理机制，定期召开重要品质检讨会、重要品质情报检讨处置会，有效满足国家对汽车产品召回管理要求，维护消费者权益，保障公司产品品质。

东风英菲尼迪

东风英菲尼迪的召回机制严格按照总部要求，召回发布时间全球同步，改进措施及市场维修措施与全球统一。针对缺陷产品，东风英菲尼迪严格按照召回管理条例，向国家质检总局进行召回备案，并在官网上公布所有召回信息，同时向经销商通知全部信息；发布召回后，在一个月之内通知车主产品存在缺陷、避免损害发生的应急措施和消除缺陷的措施。东风英菲尼迪通过严格的制度与流程、及时准确的回应措施，提升市场品质，保障消费者权益。

销售与客服品质

日产汽车通过对销售服务质量进行富有成效的管理，提供超出顾客期待的应对服务，不断提高客户满意度。

客服理念及体系

东风日产

东风日产秉承五个安心的服务理念：质量安心、费用安心、修后安心、时间安心和紧急时安心，为客户尽心服务。东风日产一直积极拓展销售服务网点，努力为客户提供更加便捷、优质的服务。通过十三年的快速发展，东风日产NISSAN品牌4S专营店已累计实现有效营业755家，全国城市覆盖率达到86.2%、汽车市场的覆盖率已超过98%，渠道覆盖效率在国内汽车企业中处于领先地位，同时通过轻量化一级网点和二级网点的模式积极推动渠道向四五线城市和区县市场下沉，极大的缩短了客户的服务半径，使客户能最便捷地享受到东风日产高标准的销售和售后服务。

为提升客服人员的专业性，东风日产每年面向客服人员开展业务提升相关的培训和交流。截止目前，客服中心已发展至超过230人的规模，平均客户投诉处理时长从2012年的5天降低至2015年的2.5天。2015年，呼叫中心增加了专家坐席应对客户咨询，同时还强化了CIP系统以监控客户投诉相应及处理的流程和成效。



东风日产在由《汽车与驾驶维修》杂志和腾讯汽车联合举办的“2015（第四届）中国汽车客户关爱奖评选活动”中获得“年度客户关爱奖”

郑州日产

为配合销售体系建设，郑州日产建立了总部客户关系中心、区域对接专员、经销商客户关系团队、二级网络重点客户维护人员等四层级、全覆盖的客户关系体系。同时，根据销量规模对经销商实行分类管理，分别制定经销商的客户关系体系标准，从组织机构、专兼职人员配备、核心工作开展等方面基本上满足客户关系管理的需要，从而更好地搭建经销商为客户服务的平台。

质量责任

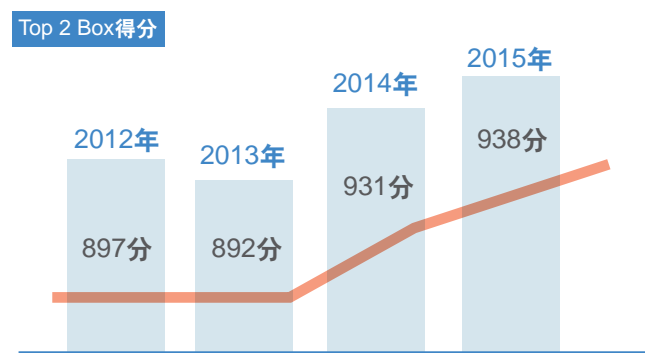
东风英菲尼迪

2015年，东风英菲尼迪经销商客服体系进一步加强了客户关系管理，一线客服人员不仅要针对厂家质量调查结果进行改善，还需要积极地接触客户，倾听客户声音，提升解决客户投诉的能力，并举办各式客户关怀活动，为客户提供全面贴心的服务。

提升客户满意度

东风日产

为了提升客户满意度，2015年，东风日产优化了售后服务流程，并对全国超过6000名服务顾问进行了培训；建立了客户反馈一元化管理及改善机制，并推动其运作；还试点应用微信调查的方式收集客户的心声。2015年，东风日产通过电话对客户进行了满意度调查，调查结果TOP2 BOX(内部调查指标，满分1000)得分为938，达到预期目标；在JDP CSI客户满意度调研中，在58个品牌中名列前茅。2015年，客户服务投诉率为1.52‰，低于预期目标3‰，客户平均处理时间2.51天，也低于预期目标4天。



郑州日产

为充分倾听一线客户的真实声音，深入了解客户，郑州日产组织开展了客户需求调研活动，组织销售、车型、品保、售后、技术等与客户关联性强的内部人员分组亲赴180个一线客户工作生活场所，开展面访调研。郑州日产还专门对公司部分B级经销商进行全面客户分析，通过分析客户特征、评估客户价值，帮助经销商了解当地客户需求并根据自身市场和客户特征制定更精准的营销策略与资源配置计划。

为了维护老客户、与老客户进行密切沟通，郑州日产建立了车主俱乐部这一重要平台，2015年，郑州日产车主俱乐部三期系统又有44家经销商陆续开通。

东风英菲尼迪

东风英菲尼迪持续举办“客户之声”车主座谈会，透过轻松的午餐形式与客户沟通车辆使用经验，与经销商交流经验，举办品牌活动认知等项目，以协助进行更进一步的全方位改善，更切合客户需求，从而提升客户满意度。在内部改善部分，针对“试乘试驾”、“交车”、“议价签单环节”进行了流程完善并完成经销商辅导，整合进入质量调查体系当中。

东风英菲尼迪一直持续进行销售/售后客户满意度调查，并逐条聆听客户反馈声音，针对评分不满意客户，经销商需进行修复，经东风英菲尼迪确认修复结果后方可获得质量奖金，该奖金的设置亦为进一步激励经销商进行相应的质量管理，实现销量和客户满意的双赢。2015年，东风英菲尼迪在J.D.Power SSI调查中荣获豪华车细分市场第二名的成绩；在J.D.Power CSI调查中获豪华车细分市场第三名。

贴心的客户服务活动

○ 东风日产“感心公路”活动

东风日产在每年春节假期和国庆假期持续开展“感心公路”客户关怀活动，在各大高速公路路口设立服务站点，为过往的车主提供免费车辆检修等服务，获得广大车主的肯定和好评。截至目前，东风日产已设立服务站点超过1,600个，服务车主超过48,000名。

○ 东风日产自然灾害客户关怀活动

2015年5月-6月，南方多省暴雨倾城，不少车主的爱车因此而受损。为此，东风日产第一时间启动紧急预案，为16个遭受到自然灾害地区的车主提供包括车辆免费检测、维修绿色通道、延长服务时间、专项技术支持、紧急救援服务、保险理赔协助、日报维修进度在内的7大特色暖心关怀服务以及用车安全的措施建议，共关怀车主4.9万人次。



价值链管理

日产在华企业注重价值链提升与生态健康，在信任、尊重、透明的价值观指导下，与供应商和经销商建立良好稳固、平等互利的合作关系，共同实现可持续发展的目标。

供应商管理

供应商管理方法

日产中国按照雷诺-日产全球标准，根据品质、成本、交货、研发、管理水平，对零部件供应商进行审核，通过公平、透明的方式确定最佳供应商。日产在华企业在总部全球供应商政策基础上，建立了契合日产中国品牌战略和国情的供应商管理体系，不断优化和丰富管理方法。

为保障和提升零部件的整体供应能力，日产中国针对零部件供应商开展了包括THANKS (Trusty and Harmonious Alliance Network Kaizen Activity with Suppliers) 在内的一系列改善活动，帮助零部件供应商在提高产品质量的同时降低成本，提升综合竞争力。

东风日产以“战略、效率、协同”为供应商管理理念，从三个方面与供应商共同成长：以客户为导向，跨越服务品质极限，提升战略供应商竞争力，辅之以多维度、多手段全面优化，跨越效率提升瓶颈，并放大协同作用，实现协同效益最大化的跨越。

《雷诺-日产供应商CSR指导方针》：

1. 安全和质量：提供满足客户要求的产品和服务等；
2. 人权和劳工：禁止童工和强迫劳动，遵守工作时间和劳工报酬法律等；
3. 环境：加强环境管理，减少温室气体排放等；
4. 合规性：遵纪守法，防止腐败等；
5. 信息披露：与利益相关方进行公开、公平的沟通等。

供应商评估与筛选

日产汽车建立了一套供应商资质评估标准 (Alliance Supplier Evaluation Standard, 简称ASES) 系统，对新纳入的日产汽车供应商资质进行评估，在企划阶段、设计阶段、生产准备阶段、量产阶段中，对240个指标进行评估，并根据评估结果对供应商进行ABCD分类，与排位靠前的供应商开展合作。

日产汽车对早已开展合作的供应商使用供应商计分卡，对配套产品质量与市场质量等进行评估，并通过用于确认管理体制的ASAS-P (Alliance Supplier Audit Standard in Production Phase) 对供应商工厂进行监督，同时对是否能维持可提供优质零部件的系统、是否能为进一步提高产品质量而采取新措施进行定期的确认。

此外，随着中国成为日产汽车最重要的全球物流基地，日产汽车正在推行全球采购计划，基于品质、成本、交货、研发、管理 (QCDDM) 供应商评价体系，在零部件的品质和成本方面构建竞争力。

东风日产在发包阶段严格把关，识别供应商品质管理方面和生产技术能力方面的薄弱环节，剔除存在品质风险的供应商。此外，东风日产致力于推广绿色采购体系，要求供应商通过环境及安全状况调查评定，并对供应商通过第三方环境体系认证施加影响。2015年末东风日产的零部件和材料供应商100%符合绿色采购方针要求。

郑州日产则延续往年的标准，从供应商平台搭建需求出发，对推荐的潜在供应商从技术开发、品质保证、成本管控、综合经营管理、交付等方面综合考察认证合格后，报采购委员会纳入郑州日产供应商平台。

供应商改善

2015年，在供应商改善方面，东风日产联合供应商完成竞车拆解分析、新车成本改善活动，组织供应商联合发掘改善案件，引导供应商从结构、材料、工艺等方面进行持续改善、控制成本，加强供应商自主改善能力。另一方面，东风日产还通过组织供应商技术展示交流、开展专题技术发展研讨会等举措，增强供应商开展新技术研究信心，进一步加快新技术产品开发导入速度。除此之外，为协助供应商夯实零部件现场管理基础，东风日产依据零件的重要度、必要性、供应商意愿度选定数家供应商开展摸底调查，依据品质现状编制教材，并通过高层培训、班组现场理论培训、生产线实操训练、改善各项现场基准等方式，加强高层理解，增强现场管理人员发现问题、改善问题的能力，提升价值链品质竞争力。

郑州日产与供应商建立互利互助的伙伴关系，通过优化供方体系、支持供应商参与早期产品设计、与供应商建立合作伙伴关系、开展供应商应援活动协助供应商能力提升，同时这些举措也对郑州日产自身成本控制、新项目开发、经营改善等都产生积极影响，从而实现双方共赢发展。2015年，郑州日产与供应商通过V-FAST课题、Rank-Up提升、经验交流等援助方式，互通有无、解决难题、完善管理基准，全面提升供应商过程品质保证能力。2015年郑州日产对供应商进行了245次工程产品监查，改善了1885项问题点；郑州日产组织了ANPQP培训、Firewall知识培训，共有131家供应商参加，共培训317人。



D → C

— ASES评价 —

通过郑州日产的帮扶和提升，郑州江东有限公司ASES评价由D级提升为C级

2014-2015年，郑州日产对战略供应商郑州江东有限公司开展了ASES RANK-UP 提升活动。通过市场索赔问题解析指导到改善课题的抽出和指导等举措，郑州日产帮助郑州江东共挖掘出了228个改善课题，问题点改善率达到86%，并在ASES重新评价中由D级别上升至C级别，满足日产的质量管理要求。

经销商管理

日产在华企业与经销商紧密合作，通过不断完善经销商管理机制，开展经销商培训，提升服务质量与运营水平，实现共赢。

经销商管理机制

东风日产经销商管理

2015年，东风日产更加聚焦于经销商伙伴的收益改善和客户满意度提升。首先，东风日产从经销商角度出发，以灵活务实的系列商务政策进行支持，以交车为导向，响应市场发展的需要；其次，力争将更多营销资源下放到三四线市场，针对区域市场做出快速决策；同时，以更加优化的金融政策降低经销商的库存和资金压力；最后，针对传统4S店体系进行全面升级，集中实现功能多元化、规模多极化、硬体模块化的全新经营模式，推进销售渠道拓展和创新。

郑州日产经销商管理

郑州日产以创造共享价值为导向，与经销商伙伴构建价值型伙伴关系，引导经销伙伴从面向整车盈利到面向全价值链盈利转变，帮助经销商实现“安全、稳健、高效”发展。

2015年，郑州日产成立了经销商咨询委员会，强化了经销商咨询委员会理事会单位和厂家沟通与合作功能，为经销商与厂家平等尊重、共同发展搭建了平台。此外，郑州日产完善经销商预警机制，每季度对经销商运营情况进行分析，及时发现专营店运营中存在的弱项，进行改善辅导支持。同时也针对市场环境及经销商销售情况变化，对突发性退网风险店进行预警管理，帮助经销商改善风险，恢复正常经营。2015年全年郑州日产累计帮助32家经销商恢复了正常运营。

东风英菲尼迪经销商管理

东风英菲尼迪为适应市场需求，在3-5线城市推出规模灵活的经销店形式，降低初始投资，实现减轻经销商资金负担并加速布点速度的目标，2015年共成立了27家新经销商。同时，东风英菲尼迪注重提升经销商的盈利水平，开发了经销商盈利考核以及辅导体系，以确保其长期稳定的运营。



经销商培训

东风日产经销商培训

东风日产针对各阶段不同能力素质要求开展定制化培训，培训内容包括产品培训、销售技巧以及业务课程。同时，东风日产开展CA分级认证培训，将CA分为初级销售顾问、中级销售顾问、高级销售顾问三个级别，通过直训、内训培训两种方式，全覆盖CA成长各阶段能力素质要求，紧密围绕CA成长路径。



2015年，针对初级销售顾问，东风日产开展了3天直训，培训课程包括汽车基础知识、产品知识、销售礼仪、系统操作、意向客户跟踪管理等，共培训3261人；针对中级销售顾问，开展为期3天的内训，培训内容包括销售技巧、售后业务等，共培训2813人；针对高级销售顾问，开展了为期3天的直训，培训内容包括意向客户分级与管理、销售绩效管理与分析、自我管理激励等，共培训625人。

郑州日产经销商培训

郑州日产完善了培训课程体系，针对不同区域和不同发展阶段的经销伙伴，以及不同岗位的工作人员，均设置了相应的培训课程与辅导策略，帮助经销伙伴扬长避短。2015年郑州日产累计培训891人，有效提升了经销商的管理能力及销售能力。同时依托4S店资源在全国建立了13个培训基地，有效降低了经销商参加培训的成本。



驻店辅导，提升经销商客户管理能力

2015年3月，石家庄华盛店意向客户管理不规范，主销车型销售线索转化率不到35%，成交率不足20%，郑州日产组织辅导专员连续2个月分别进店3天进行驻店辅导，帮助专营店梳理管理流程、培训意向客户管理方法、制定意向客户管理考核制度等，截止5月底，销售线索转化率提升至74%，成交率提升至33%，实销全国排名第三。

东风英菲尼迪经销商培训

东风英菲尼迪致力为经销商建立全方位的人才选育留体系，培养更多优秀的管理、销售、售后及技术人才，保证经销商网络人才的可持续发展。为此，东风英菲尼迪成立了东风英菲尼迪培训学院，秉持“帮助东风英菲尼迪经销商体系拥有汽车行业内最具进取精神的高素质人才”的愿景，以培养师资团队、优化培训设施、搭建培训系统等为基础，细化培训课程，发展经销商内训，举行全国技能竞赛等，全面完善培训及认证体系。

2015年，东风英菲尼迪积极强化经销商人员齐备以及辅导培训流程，完成重要岗位AC测评体系，开展了涵盖经销商各个业务的培训项目，提供了高品质培训课程和专业认证方案。东风英菲尼迪开展的培训项目包括新经销商开业培训、管理培训、销售与产品培训、售后类培训等，期望以全面和实战的培训内容帮助不同岗位员工提高业务水平，从而提升经销商人员专业知识和服务水平。

东风英菲尼迪培训数据

开展培训的课程

237 次面授课程
50 门在线课程

2015年东风英菲尼迪培训学院共进行了237次面授课程，并通过在线学习系统提供了50门在线课程供经销商人员学习。

开展培训的课时数

面授培训 6100 小时
在线课程 16744 小时

2015年东风英菲尼迪培训学院实施的面授培训共计6100小时，经销商用户在在线课程学习时长达16,744小时。

参加的经销商数量

96 家经销商

2015年共有96家经销商参加了面授以及在线课程的学习。



员工责任

员工是日产在华企业在中国持续发展的基础。日产在华企业十分重视员工权益保障，通过打造舒适安全的工作环境、建立顺畅的沟通渠道、提供完善的福利政策等举措，同时辅以健全的培训机制，保证员工身心的健康发展。

人力资源发展理念

日产中国以“集结我们每个人的力量挑战”为人力资源管理理念，以精准的管理模式完善员工生涯发展规划，全面提升员工岗位胜任力、激发员工潜能，加强人才竞争力。

东风日产以“关爱·公平、专注·合力”为人力资源管理理念。在“V Plus人力资源管理”中期战略的收官之际，东风日产在2015年继续以“打造卓越团队，成就精彩人生”为行动目标，倡导“快乐心灵、快乐工作、快乐生活、快乐成长”的企业文化，提升人力资源管理能力。未来，东风日产将实施“HR双核战略”中长期规划，以“建立高效组织”和“打造幸福组织”两大核心策略，实现打造高绩效组织、建设高关爱雇主品牌的目标。

郑州日产相信“让合适的人做合适的事”，贯彻“相信、相伴、相成就”的企业发展理念，在人力资源管理上持续推进改革，致力于为员工提供更好的工作环境及发展空间，积极履行对员工的责任。

东风英菲尼迪树立了“以人为本”的人力资源理念，采取加强员工培训与沟通、提供丰富多样的员工福利、贯彻企业文化等方法，提升员工敬业度和支持度，使人力资源成为企业发展的战略伙伴。



职业健康与安全

日产在华企业建立了相对完善的职业健康与安全管理体系，通过标准化的安全生产规范及安全评估系统（SES）与消防评估系统（F-PES）等安全管理诊断工具，消除工作环境中的潜在安全隐患，保障员工工作场所的安全、健康、舒适和人性化。

东风日产安全管理

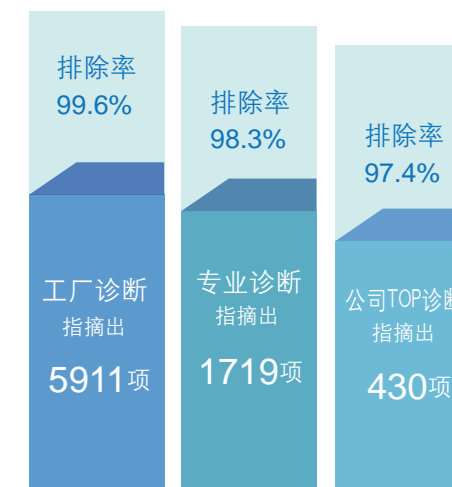
东风日产基于“安全领航人·车·生活”的安全愿景和“造安全车、育安全人”的安全使命，建立了健全的环境健康安全管理体系，开展了包括安全视频培训、“安全环保月”及应急演练在内的一系列安全行动，强化员工安全意识。

2015年，东风日产总计开展安全培训274,776小时，人均培训17.2个小时，组织消防演练24次，实现年度零重伤和死亡事件、零职业病事故、零重大环境事件。此外，东风日产严谨的安全管理也得到了社会的认可，花都二工厂日产安全评估系统诊断得分全球排名第一，花都工厂、襄阳工厂、郑州工厂则分别获得全国安全文化标杆企业、示范企业、河南省安全文化示范企业。

郑州日产安全管理

郑州日产奉行“预防为主，防治结合”的方针，与个别单位签订《安全生产责任书》、与19个重点危险部门签定了《重点危险部位安全责任书》，将工作环境安全指标分解到车间、工段、班组、个人，与员工共同践行和完善环境安全健康标准。

东风日产发现及排除安全隐患



员工责任

2015年，郑州日产共组织了21次安全事故应急预案演练，近6000人次参加演练和培训，并开展了6次专项安全大检查，发现安全隐患199项，整改率达95.4%。除此之外，在天津滨海爆炸事故的警示下，郑州日产还专门开展了危险化学品专项检查治理，全面预防安全问题，为员工创造一个健康安全的工作环境。

员工权益保障

在遵守及维护日产集团全球行为准则规定及各项基础要求上，日产在华企业严格落实各项用工政策，保障员工合法权益，并构筑具备竞争力的薪酬福利体系，与员工共享企业发展成果。

落实用工政策

东风日产在符合国家用工政策基础上，与工会及员工签订《集体合同》、《劳动安全卫生专项集体合同》，设立了劳动安全争议调解委员会，强化员工权益保障。此外，为东风日产特别设有针对女性员工权益专项保护的集体合同，以保障女性职工的特殊权益。

郑州日产持续完善用工制度建设，发布了《郑州日产员工考勤管理规定》、《社招管理规定》、《劳动合同管理办法》、《员工违纪管理办法》等员工相关管理制度，并对职等晋升制度进行了优化，全面保障员工权益。

完善薪酬管理

日产中国结合自身企业特点和地方需求，在保证每位员工的各项法定社会保险及公司福利基础上，为员工提供具有竞争力的薪酬，同时优化改进绩效考核和薪酬管理体系，强调员工实现个人能力提升、达到职业发展目标。

东风日产使用平衡记分卡管理工具和以结果为导向的员工绩效考核体系，旨在建立一套兼具对外竞争力和对内公平性的薪酬体系。同时，东风日产不断完善人才激励体系，通过长期激励宣讲与授予、关键岗位津贴、专项激励方案、全员特别奖制度化以及实施差异化激励等措施，对做出特别贡献的员工进行奖励。

郑州日产发布了第三版绩效管理制度《管理技术人员绩效管理制度》和《绩效管理沟通手册》，并结合公司所在区域、行业特点及发展战略的要求，根据不同岗位特点构建了等级制薪酬体系和技能员薪酬体系，为员工提供体现匹配岗位价值、个人能力、业绩的薪酬，持续激励员工成长。

东风英菲尼迪则根据市场调研，建立了公司薪酬战略体系，不断完善员工薪酬福利的管理，保持奖金分配方案的平衡，并针对有突出贡献的团体和个人进行薪酬调整，充分调动员工的积极性。

顺畅的员工沟通

畅通的内部沟通有助于和谐的劳资关系建立。日产在华企业通过构建完整的沟通机制及丰富多样的沟通渠道，发现并了解员工心声，减少沟通和改善阻碍，助力企业健康地运作。



员工责任

全面制度保障

日产中国从制度上保障了员工的知情权、参与权、选择权和监督权，建立职工代表大会，推进企业内民主管理、民主参与和民主监督机制，努力营造一个平等公正、开放安全的工作氛围。

郑州日产通过总经理经营形势会议制度、员工代表大会制度等文件指导内部沟通，同时开展员工满意度调查，加强领导与员工的直接沟通，使内部员工问题处理得更加便捷、更加高效。

东风英菲尼迪建立高层与员工对话机制，定期开展高级经理以上管理人员会议、全体员工大会、团队建设活动，同时发放员工调查问卷及设立不记名意见箱，为员工发声提供安全、可靠的渠道。

多元沟通渠道

2015年，日产中国新设了感谢卡机制，由领导层对做出杰出贡献的员工发送，增强员工对日产中国的认可。此外，日产中国继续开设了员工意见箱并由专人检查收取，并向所有员工开放投诉邮箱，用于收集员工所报告的事件。

2015年，东风日产开展了两次员工大会，拟定了员工代表提案制度，吸引了更多的员工关注和参与到公司重大事项管理中。除此之外，东风日产还召开了总经理与员工代表的恳谈会，经过听心声、释疑惑、解难题、聚力量和跨百万等主题探讨，员工提出的26个问题得到了100%的回复，给予了员工充分表达的空间。

老徐茶馆

“老徐茶馆”东风日产技术中心徐建明副中心长与员工们共同参与的座谈会，在畅所欲言的氛围中探讨了工作、生活以及未来新车型开发等大家关心的焦点问题。徐中心长睿智幽默的谈话和耐心细致的回答拉近了技术中心领导与员工间的距离，激发了员工踊跃发言的积极性，增加了技术中心各部门职工之间的交流机会。

郑州日产开设了丰富多元的渠道来加强与员工的紧密沟通，包括组织总经理经营形势报告会、员工代表大会、班组建设访谈、劳动管理通报情况协商会、开放日、员工满意度调查、劳动生产职业健康环保保护通报情况协商会等相关会议及活动。2015年，郑州日产开展了第九次员工满意度调查，细分出了销售公司板块、常州分公司板块、国际事业部板块、职能板块、制造板块、商品板块等6个子版块参与调查，发放问卷1245份、收回有效问卷1136份，并在郑州、常州、中牟进行了9场员工宣讲。



东风英菲尼迪也十分重视与员工的沟通，不仅邀请内部优秀员工代表参加企业文化讨论会，探讨品牌内涵及企业价值观，加深对企业文化理解；还通过开展员工满意度调查、定期员工全体大会和部门会议等举措，帮助公司了解员工的困惑，促进公司与员工的相互交流。

员工发展

日产在华企业坚持与员工共同成长，为员工提供全方位的学习培训体系、不断优化的绩效考核标准以及清晰的职业晋升管道，帮助员工合理规划职业生涯发展。

职业发展路径

日产中国每年依据级别岗位的需求对员工进行能力评估，协助员工制定明确的短期、中期和长期发展规划，同时在绩效考核制度中也融入了职业发展目标，辅导员工做出适合的职业生涯规划。基于2015年的考核成果，日产中国共晋升38名员工，晋升率为14%。

东风日产建立了匹配员工能力的双通道、多层级职业发展路径，为员工提供充分的晋升空间。根据员工的工作年限、业绩水平对其进行能力评价，确保符合岗位要求的员工能够获得快速的成长和发展。2015年，东风日产实现晋升共865人。

2015年，郑州日产梳理界定了新的晋升制度，改善了人群及岗位类别划分，优化了转正考核判定，并简化了评审流程以促进人才健康的流动，同时在职等评审中导入绩点换算，体现出了高贡献、高能力、高认可的绩效评价导向。2015年，郑州日产实现晋升员工542人。

员工责任

东风英菲尼迪以贯彻企业文化为核心，重新梳理了年度绩效考核管理体系，启动关键人才的职业生涯规划项目，帮助员工清晰定位职业发展目标和规划。2015年，东风英菲尼迪内部晋升员工35人。

员工培训体系

员工的进步是企业稳步发展的原动力。日产在华企业通过精准、专业、创新的员工培训系统，搭建完备的线上线下学习平台，助力员工发展专业技能、提升职业素养、完善能力结构，进而提升公司的整体人才素质，实现企业和员工的双赢。

日产中国培训体系

日产中国致力于开发更符合员工需求的培训课程，提供了必修和选修的内容选择，包括基础培训、基本技能培训、技术培训、领导力培训、沟通及环境健康安全培训等内容丰富多样的内容，并采用e-learning在线学习及面授形式，员工覆盖率接近100%，选择选修课程的员工比例高达72%。

东风日产培训体系

东风日产继续围绕员工能力发展和组织能力建设两大方面，除了公司整体培训以外，还开展了包含流程管理、项目管理、V-UP、讲师在内的分层级四大认证培训项目。2015年，东风日产在公司整体培训方面共开展员工培训期数6706次，较去年增幅63%，培训人次高达196,574人次，增幅60%，四大认证培训项目累计培养了共1,227人。



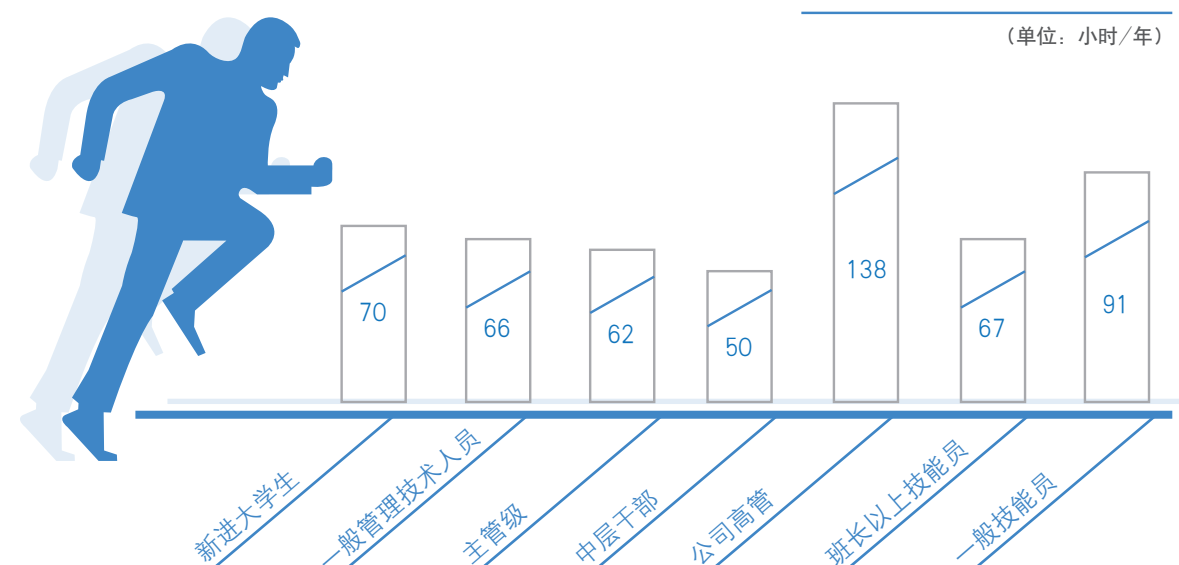
此外，东风日产于2015年还开展了员工培训的硬件和软件建设，帮助员工通过线下企业大学学习、线上上传微课资源区、开创学习社区等举措更高效地掌握知识，提升能力。

东风日产“讲师文化”

东风日产通过系统化的培养方式营造“讲师文化”，通过举办历时100多天的“狮王争霸赛”活动，完成24门面授课程、120门微课程，全面提升了讲师的知识总结能力、微课设计开发能力和课堂表现引导能力。

日产中国员工年培训小时数

(单位：小时/年)



郑州日产培训体系

2015年，郑州日产结合员工能力发展需求，运用培训体系成熟度模型工具，全面诊断员工发展体系，积极开展形式多样的员工培训工作，人均培训学时达到每年40学时。针对新任副课级以上干部，通过举办整体经济形势研讨讲座、实地学习焦裕禄精神、开展德鲁克管理学培训的三期培训，提升干部领导力。而针对新进大学生员工，郑州日产常年开设菁英班，并于2015年优化了课程体系，先后进行拓展、理论集训、车间实习、部门实习四个阶段的培训工作，同时开设知识管理平台及微信公共平台辅助新进员工学习和了解公司事务。2015年，共计127名新大学生员工加入了郑州日产大家庭。

员工责任

东风英菲尼迪培训体系

东风英菲尼迪针对不同层级的员工分别设计了相应的培训课程，开展了领导力提升、通用胜任能力、企业文化等内容的培训项目，结合“敢爱讲堂”内部培训渠道，力争人均培训时数不少于21小时。2015年，东风英菲尼迪培训员工累计达到4200小时培训课。

员工关爱活动

为提升员工的幸福指数，日产在华企业开展了各种关爱活动，帮助员工实现工作和生活间的平衡。

日产中国员工关爱

日产中国深切关注员工健康与生活，不断通过完善各项福利、关爱特殊员工，让员工在工作之余没有后顾之忧、并得到充分的放松，最终实现工作与生活平衡。

在员工福利方面，日产中国在国家法定福利之外，提供了年度体检、节日卡、午餐补贴、地方防暑降温与冬季供暖补贴等多项额外福利，与员工充分共享企业发展成果。在特殊员工关爱方面，日产中国不仅严格执行女性员工在孕期、生育期和哺乳期间从事生产劳动的相关规定，还在员工体检时增加女性检查项目、在妇女节时发放节日卡，全面关怀女性员工；针对困难员工，日产中国则设立了帮扶基金，对有需要的员工给予必要的支持与关怀，帮助员工渡过难关、解决实际困难。

在工作生活平衡方面，日产中国不仅为员工提供了多种福利假期，并于2015年引入了弹性工作制，员工可以在八小时工作时间的的前提下、根据自己的部门业务特点，自行决定上班时间。此外，日产中国还每年组织春游和秋游活动，让员工在工作之余得到充分的休息和放松。

东风日产员工关爱

2015年，东风日产继续秉持“塑东风日产好习惯，做最美东风日产人”的理念，开展了10期“东风日产日”活动，提升了员工的客户意识、文明工作、文明生活、个人修养等素质，并开展了全年健康计划、读书计划和各类文体活动，助力员工开阔视野、强健身体、丰富生活。此外，针对青年单身员工需求，东风日产开展了30余次员工联谊交友活动，为1500多名单身员工搭建了友好交流的平台，并为30对新人举办了集体婚礼。

东风日产每年定期组织青年志愿者开展社区服务，为社区居民提供小家电、电脑的检测、维修、保养及照片过塑等免费服务。2015年，东风日产组织社区服务10次，参与的志愿者共计300人次，服务近500人次，深获社区居民好评。此外，东风日产还组织青年志愿者50人次走进襄阳、郑州和广州花都的社区老年活动中心、敬老院等，看望老人100余位，送上爱心关怀。

郑州日产员工关爱

郑州日产通过员工自发组织的11个员工文体协会开展丰富的文体活动，并提供费用支持。2015年，各大协会相继开展了乒乓球擂台赛、“无羽轮比”羽毛球赛、钓鱼比赛、“贺岁杯”足球赛、中牟县周末篮球联赛、东风股份“新能源杯”篮球赛等比赛，激发员工生活热情。除了文体协会外，郑州日产还开展各类节日庆祝活动，诸如“三八节”员工系列活动、端午节员工趣味活动、员工春秋游等，联系员工间感情，丰富娱乐生活。

郑州日产对于员工的关爱也体现在日常生活中，赠送每位员工生日蛋糕礼券、给有孩子的员工发放六一儿童节读书卡礼品、三八节慰问全体女性员工、看望并慰问住院员工、发送防暑降温冰糕、冰块等。为了保障员工的生活品质，为郑州市区员工提供上下班通勤交通车，并提供工作餐，保证员工营养均衡。另外，郑州日产配备有单身公寓，以帮助新员工过渡工作适应期。



东风英菲尼迪员工关爱

东风英菲尼迪对员工的关爱体现在多方面，除了提供员工年度体检、购买健身名额、空气净化器、防霾口罩、周四水果日之外，还为员工提供五天的带薪高温假期，及为其配偶、子女提供补充医疗保险等，同时给入职超过五年的员工提供旅游津贴。此外，东风英菲尼迪也送去了对员工及家属的节日关怀，并组织开展团队建设活动，增强员工团队协作和凝聚力。



日产在中国的经济贡献

日产在中国的经济贡献

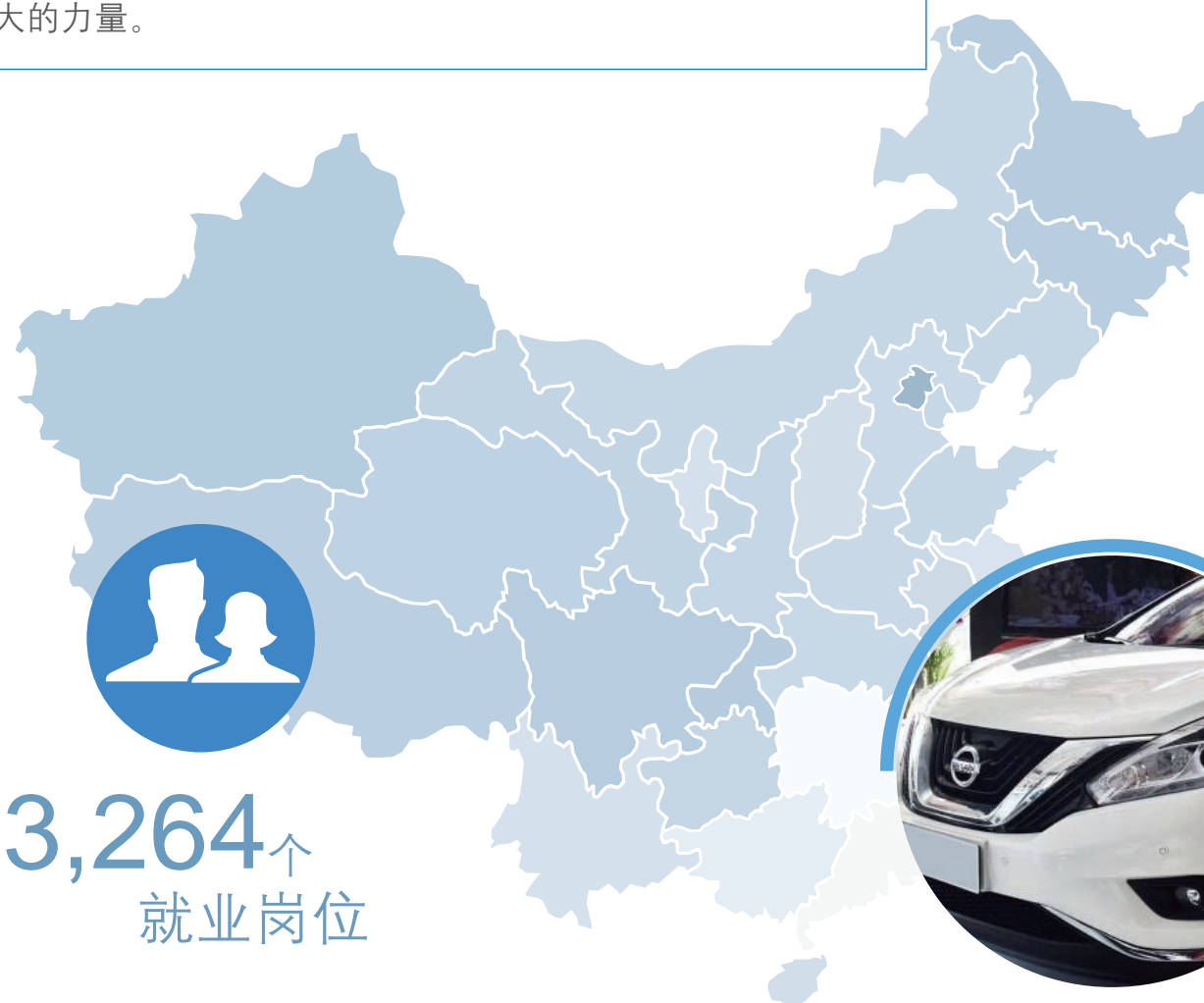
日产汽车将中国视为最重要的海外生产基地与销售市场之一，在中国经济转型的关键时期，日产在华企业积极适应经济新常态，通过技术创新和提供多样化的汽车产品与服务，深耕中国市场，丰富人们的生活。2015年，日产全球销量542.2万台，其中在华总销量突破125万辆，创造就业岗位93,264个，为中国汽车市场的繁荣贡献了极大的力量。



125万辆
总销量



93,264个
就业岗位



进入中国市场以来，日产汽车不断扩大在华企业规模，满足消费者的多样化需求。2014年，在原有东风日产和郑州日产的基础上，日产汽车和东风汽车公司合作成立了东风英菲尼迪汽车有限公司，独立经营英菲尼迪品牌，并于2015年在湖北襄阳建立了英菲尼迪第三个全球性生产基地，来满足中国消费者对豪华车的需求。



在此过程中，日产在华企业积极带动地方产业发展。东风日产经过十二年的扎根和历练，不仅为当地税收和就业做出了巨大贡献，还以整车带动零部件发展等方式，带动汽车相关产业发展，如今，东风日产所在的广州花都地区已经实现了集汽车研发、整车制造、零配件生产、汽车贸易、汽车人才市场的汽车学院等为一体的汽车产业供应链的综合协调发展。而日产在华的另一重要合资公司，郑州日产也积极响应中原经济区的汽车产业发展规划，借助产业集聚效应，充分融合工业化和信息化，加速技术创新，助力中原地区的经济发展。

在持续推动地方经济发展和开发多样化汽车产品与服务的同时，日产在华企业还协助中国政府和相关部门制定汽车相关标准，并积极投身公益事业，推动中国汽车产业的发展与整个中国社会的进步。



公司治理

公司治理

治理架构

承继总部的公司治理与内部控制策略，日产中国将合规管理、信息安全及风险管理并列为三大重点治理内容，建立了三级管理架构，由“管理委员会——信息安全/风险管理/合规管理委员会——管理办公室”三级相互协作，并指定由管理办公室承担日常工作，而责任担当人均由副总裁级别以上的管理委员会成员担任。

合规管理

2001年，日产汽车依据《全球行为规范》，成立了全球合规委员会和三个地区性合规委员会，全力推进日产在全球的合法、合规运营。为了推动日产汽车在中国合规事业的发展，日产中国成立了由来自法务、人力资源、财务等各部门高管构成的合规委员会，制定了《员工职业行为规则》、《NCIC关于商务活动中的接待、馈赠规定》等制度文件以规范员工行为，同时号召员工通过e-learning学习了反商业贿赂与出口管制政策等合规相关的培训课程，共同推进公司整体合作工作的开展。

2015年，日产中国将关务管理的合规业务作为工作的重点，建立了日产中国关务合规管理多部门合作管理机制，对常规及非常规进出口业务进行管控，完善审批流程及监管机制，力求维护及提升日产中国海关信用等级，争取在2018年之前完成海关AEO高级企业认证。此外，在日产总部法务部的支持下，日产中国于2015年3月在北京、上海、广州三地办公室对管理层和经理级以上员工进行了实地反商业贿赂培训，加强管理层人员的反贿赂意识。

关务合规培训

2015年，为增强员工的关务合规意识，规避违规操作风险，日产中国相继开展了“机电产品归类”、“暂时进出境货物管理风险管控及其他特殊贸易方式操作规范”和“解析旧机电产品检验监管调整，探讨检验检疫监管制度创新”等培训，增强员工解决问题的能力，保障公司的关务工作合规。2015年，关务合规培训覆盖员工80人次。

信息安全

为了有效保障信息安全，日产中国遵循日产全球的安全体系与信息安全管理规范，坚持“预防为主”的理念，建立了由副总经理级别以上高管构成的信息安全管理委员会，用以推进整个公司的信息安全进程。郑州日产、东风日产与东风英菲尼迪亦根据日产全球的政策方针制定相应的信息安全政策，与日产中国在信息安全管理方面的政策方针一致。在与供应商签订合同时，日产在华企业也会注意包含信息安全方面的条款。

基于“预防为主”的出发点，日产中国制定了2015年信息安全行动计划，主要围绕信息安全政策与规范、管理委员会会议、管理台账/信息分类管理、教育和提高信息安全认识度、安全事故事件管理和自我工作评价六个方面展开，重点推进信息机密级别分类管理、信息安全事故全面上报和加强使用公司服务器存储信息机密及信息安全意识培训四项工作，并据此建立了信息安全事故的三级汇报流程，即“上报操作员——上报总经理级别的管理层人员——上报副总裁”，广泛开展信息安全e-learning员工培训，培训参与率达到100%，同时根据自我评价的调查结果制定来年的工作计划，从而达到预防的目的。

此外，为了提升信息安全培训的效率，日产中国于2015年向员工发送4期信息安全新闻杂志，内容涉及信息安全的注意要项、信息安全事故上报的流程、个人信息安全注意事项以及信息安全管理小贴士等多个具体问题。



日产汽车在中国的发展史

- 1973年1月 第一辆日产公爵轿车抵达中国。
- 1993年3月 1993年3月，郑州日产汽车有限公司成立。
- 1994年6月 日产汽车（中国）有限公司成立，主要经营进口车业务。
- 2003年6月 日产汽车与东风汽车公司合资成立东风汽车有限公司，旗下成立东风日产乘用车公司专门负责乘用车业务。
- 2004年2月 日产汽车驻北京的全资子公司-日产（中国）投资有限公司成立。
- 2005年5月 日产（中国）投资有限公司广州分公司（技术中心）在广州成立。
- 2005年6月 日产（中国）投资有限公司上海分公司在上海成立。
- 2006年1月 日产（中国）投资有限公司开始向日产汽车其它海外生产基地出口零部件。
- 2007年7月 日产汽车旗下高端豪华品牌英菲尼迪在中国市场发售。
- 2007年10月 东风日产汽车金融有限公司在上海成立。
- 2010年9月 东风日产发布启辰品牌。
- 2011年3月 日产汽车全球第5个设计中心，日产中国设计中心在北京正式启动运营。
- 2012年5月 英菲尼迪正式将全球总部迁至中国香港。
- 2012年6月 东风日产大连整车项目奠基。
- 2013年7月 “日产中国设计中心（Nissan Design China）” 迁入新址并正式运营。
- 2014年9月 东风英菲尼迪汽车有限公司正式成立。
- 2014年10月 东风日产大连工厂正式投产。
- 2014年12月 英菲尼迪北京设计中心成立。

社会认可

获奖单位	获奖名称	获奖名称
日产中国	2015年金蜜蜂奖 领袖型企业	WTO经济导刊
	2015年中国企业社会责任评选“最佳责任企业”	南方周末
	光明公益奖	中华健康快车基金会
东风日产	2015移动互联网年度社会责任车企	有车以后
	2015年度新媒体传播最具好评率案例	汽车头条
	2015年度中国社会责任杰出企业奖	新华网
	2015年汽车企业社会责任年度创新提名奖	汽车商业评论
郑州日产	2015年度车主公益活动奖	汽车驾驶与维修
	2015年度中国企业社会责任公益典范奖	2015中国社会责任公益盛典
	第十二届（2015）中国慈善榜 公益榜样奖	公益时报
	第三届郑州慈善大奖-爱心企业	郑州慈善总会
东风英菲尼迪	2015年度责任企业奖	中国新闻周刊
	2015中国汽车企业社会责任年度先锋奖	汽车商业评论
	2015年度公益大奖	车讯网
	TTA社会责任奖	腾讯汽车
	2015年度企业社会责任人物奖	爱奇艺汽车

第三方评价

《2016日产在华企业社会责任报告》内容全面，覆盖了环境责任、安全责任、慈善责任、质量责任、供应链管理、员工责任、经济贡献、公司治理和内部控制等主要部分，全方位地报告了日产中国对企业社会责任理念的认知和具体履责实践，结构符合规范要求，且描述详尽细致，有数据、有比较、有展望、有图有真相，是一份写作规范、有实质内容、很有价值的报告。

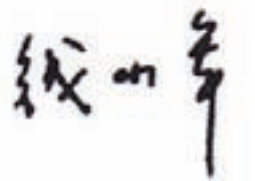
日产中国2016年在履行社会责任的上述各方面都有许多可圈可点的地方。但限于篇幅，我只点评如下三点。

首先，最赞日产汽车在提升汽车安全技术方面的努力。日产汽车以独创的“安全屏障”理念和“以人为本”的原则开发全方位的安全技术，日产中国已开始将研究成果——智能防碰撞安全系统——在新产品上搭载，实时监测行车状态，以减少中国高速公路上经常发生的由“驾驶员感知延迟”和“疏忽驾驶”带来的事故，更大限度地保证驾驶员与乘客的人身安全。这一创新科研成果的研发与应用不仅将给日产中国带来经济效益，也给社会大众带来驾驶安全性的提高，是创造企业与社会共享价值的一个典范。

日产中国针对36项对利益相关方和公司发展均重要的实质性议题，对利益相关方进行了广泛的专项调研，根据调研梳理出13项高实质性议题，并在报告中对这些受到利益相关方高度重视的议题做了重点披露。这种做法很值得赞赏。如果能够在报告中更详细地披露调研对象的组成、数量及其他人口特征的话，将有助于提高读者对调研结果的信任度和理解。

最后，中国私家车拥有量近20年来飞速增加，已经从1995年的每千人约2辆上升到了2015年的约106辆，且早已进入“二次换购”的高速发展期，报废汽车的处理逐渐成为严重的社会和环境问题。希望日产汽车特别是日产中国能够重视这一问题，利用自身强大的科研优势，做好报废汽车的分解处理与资源再利用，为节约自然资源和保护地球环境做应用的贡献。相信这份努力也将为日产汽车（包括日产中国）赢得社会大众与政府的认可，从而给自己带来新的竞争优势。

清华大学经管学院教授、副院长



2016年7月23日

**NISSAN GROUP
OF CHINA**



**日产(中国)投资有限公司
传播管理总部**

地址：北京市朝阳区光华路1号嘉里中心北楼801室

电话：010-5925 1957

<http://www.nissan.com.cn>