

NISSAN GROUP
OF CHINA



日产在华企业 2014年度企业社会责任报告



关于本报告

《日产在华企业 2014 年度企业社会责任报告》（以下简称“本报告”或者“报告”）是日产汽车公司在中国发布的第一份社会责任报告，主要汇报了日产汽车公司在华企业 2013 年 1 月到 12 月间的社会责任绩效，部分数据与描述涉及 2013 年之前的内容。

报告范围包括日产在华全资子公司日产（中国）投资有限公司、两家合资企业东风日产乘用车公司和郑州日产汽车有限公司（即：日产中国与东风汽车集团股份有限公司在华合资公司东风汽车有限公司旗下公司），以及英菲尼迪中国事业部（以下简称“英菲尼迪”），报告中用“日产在华企业”统称；另外，报告中的“日产”代指日产汽车公司。

本报告所有内容和数据均来自日产在华企业。日产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。另外，除非特别说明，本报告中所涉金额均以人民币作为计量币种。

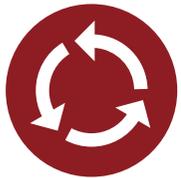
目录



高管致辞 03



日产在中国的概要 04



企业社会责任理念 06

理念概述 07
利益相关方参与 08



日产在中国的经济贡献 09



环境责任 11

日产全球的环保战略 12
日产的环境管理体系 12
绿色研发 13
减少生产运营中的环境影响 14
环保公益活动 17



安全责任 19

安全责任理念 20
“安全屏障”与安全技术 21
交通安全活动 22



慈善事业 23

日产全球慈善事业发展框架 24
教育援助 24
人道主义援助 28



质量责任 29

提高质量计划 30
产品质量管理 30
客户参与 31
销售和服务质量 32



价值链管理 35

供应商管理 36
经销商管理 37



员工责任 39

员工管理理念 40
创造安全的工作环境 40
员工权益保障 41
员工沟通 42
员工成长 43
员工关爱活动 45



公司治理与内部控制 46

合规管理 47
风险管理 47
信息安全 48



附录 49

日产在中国的发展史 50
社会认可 51
第三方评价 52



高管致辞



日产一直致力于成为汽车行业中领先的可持续发展公司之一。自从进入中国以来，我们始终以“丰富人们的生活”为目标，坚定地把先进技术、重要产品和可持续发展战略引入中国市场，并确立了“爱之行·享未来”的企业社会责任宗旨，在与日产发展休戚相关的环境、安全、慈善事业、质量、价值链、员工、经济贡献及公司治理与内部控制八个可持续发展领域全心投入。

我们重视公司治理和经济贡献，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，实现有盈利的可持续发展，为整个社会的经济发展做出贡献；我们致力于开发创新技术，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；我们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，为世界各地的消费者提供最优质的产品与服务；我们爱护员工，力图打造一个有吸引力的公司，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。同时，作为一个企业公民，我们愿意承担社区责任，开展环境公益、教育公益和人道主义援助，让社区更温暖、更和谐。

在这里，我还想重点强调环境责任。正如我们所知，环保是任何一个车企义不容辞的责任，也是日产可持续发展战略最重要的构成，我们一直努力寻找各种途径解决汽车带来的环境问题。2011年我们提出了新的环保计划“日产绿色计划2016”，确定了推出零排放汽车、推广低油耗汽车、最大程度减少企业碳排放量和新自然资源的使用四个关键行动，尽量降低企业活动对环境造成的重要影响。其中一个重要的量化指标就是与2005财年相比，将企业活动的二氧化碳排放量减少20%，这里的“企业活动”包括了日产的制造厂、物流、办事处和经销商，这不是一个简单的目标，但我们正与合作伙伴共同努力，促使它实现。

下一步，我们将再接再厉，一方面与合作伙伴积极开展立足中国的本土化创新，持续研发具备全球品质、令中国消费者满意、有魅力的产品和服务；另一方面，我们还将专注可持续发展，促进“日产绿色计划2016”的实现，为营造一个环保、安全、可持续的汽车社会而努力。这是日产在中国发布的第一份企业社会责任报告，未来我们也将定期发布社会责任报告，持续汇报日产在华企业可持续发展的进展和成果。

我们愿意携手各利益相关方，共同展开合作，为不断丰富人们可持续的社会生活而努力。

日产（中国）投资有限公司董事总经理

西林隆



日产在中国 的概要

日产汽车公司成立于 1933 年，目前已在包括日本在内的二十个国家和地区设有汽车制造基地，并在全球 160 多个国家和地区提供产品和服务，员工约 160,000 人。日产重视中国市场，自入华以来，逐步树立了植根于中国、具有先进技术的国际化企业形象，并成立了全资子公司日产（中国）投资有限公司、合资公司东风汽车有限公司、及其旗下的两家合资企业东风日产乘用车公司与郑州日产汽车有限公司，经营日产、英菲尼迪等品牌。



企业愿景

日产：丰富人们的生活

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，是日产汽车公司在中国设立的全资子公司，拥有员工 300 余人。作为中国地区的总部，日产中国与日产汽车公司总部共同管理在华投资，主要承担以英菲尼迪为主的车辆进口、销售及市场活动，零部件出口业务，以及环境安全技术涉外和认证、技术趋向调查、知识产权维护等职能。除此之外，日产中国还负责日产、英菲尼迪两个品牌的全球车型造型设计、日产在中国的企业公关与涉外和企业社会责任等事项。

2003 年东风汽车有限公司与日产汽车公司结成战略合作伙伴，携手组建中国最大的汽车合资企业——东风汽车有限公司（简称“东风有限”）。东风有限旗下重要的乘用车板块为东风日产乘用车公司和郑州日产汽车有限公司。

东风日产乘用车公司（以下简称“东风日产”）成立于 2003 年 6 月，是日产汽车公司与东风汽车集团股份有限公司的合资企业中最有魅力的事业单元，从事乘用车研

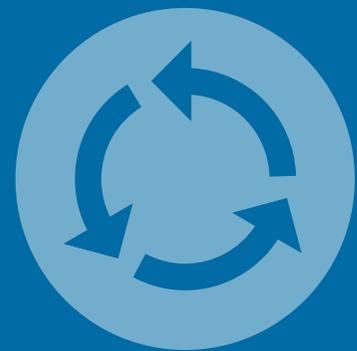
企业使命

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。所有这些都是在与雷诺的合作基础上而展开的。

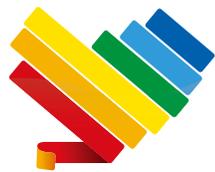
发、采购、制造、销售、服务业务，是国内为数不多的具备全价值链的汽车生产企业。东风日产由花都工厂、襄阳工厂、郑州工厂、大连工厂，以及发动机分公司和研发中心组成，有员工约 18,000 人。

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，是中日合资整车制造企业，并于 2004 年 10 月重组进入东风体系。郑州日产从事产品研发、供应链管理、生产制造、以及营销服务全价值链业务。目前是国家高新技术企业、国家认定企业技术中心，2011 年度河南省省长质量奖获得者。企业定位为东风、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。拥有员工总数 4,000 余人。





企业社会责任 理念

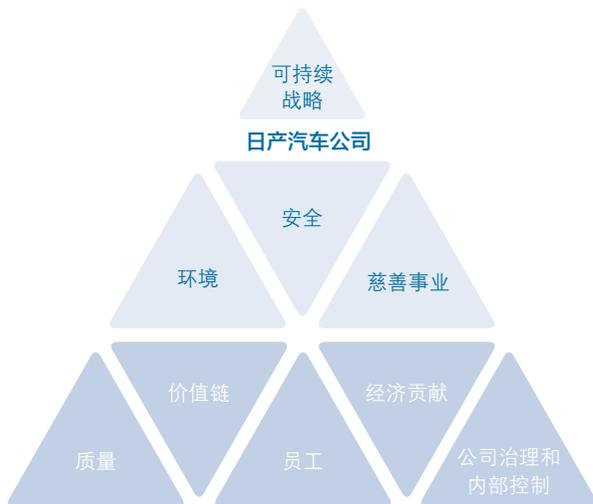


爱之行·享未来

Driving the Future with Heart



Blue Citizenship



理念描述

在“丰富人们的生活”这一企业愿景的指导下，日产为社会不断地推出新的产品、服务和交通方式。“蓝色公民”代表着我们为实现企业愿景所做出的承诺。日产向客户、员工、股东以及业务经营所在区域的社会大众承诺，为所有人提供吸引人的，有价值的可持续移动模式。日产始终将可持续发展作为企业核心战略之一，并将环境、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自身可持续发展的八个领域战略，藉此形成自己的企业社会责任模式。自进入中国市场以来，在“爱之行·享未来”企业社会责任宗旨的指引下，日产在华企业履行着对中国市场和社会的承诺，在八个可持续发展战略领域内全力投入，积极寻求可持续途径解决汽车问题和社会、环境问题，为在中国实现长期可持续发展而努力。日产在华企业希望通过汇聚各方力量，传递日产企业社会责任的信心、热情与行动的力量，共创人、车、自然和谐共处的美好未来，成为为中国社会所信任和需要的公司。

在“丰富人们的生活”的企业愿景的引导下，日产公司不仅通过其产品和服务创造价值，还在世界各地开展了各个方面的业务活动，以实现为社会的可持续发展做出贡献的目标。作为一家全球领先的汽车制造商，我们向我们的所有利益相关方 - 包括客户、股东、员工和日产开展业务的社区做出承诺：为他们提供有吸引力、有价值的可持续交通生活。为了促进电动车的发展，并让新兴国家的消费者在经济上能够负担得起，我们进行了开创性的工作，这也是我们基于此愿景的新计划的一部分。

在日产公司，我们将这种承担企业社会责任（CSR）的方式称为“蓝色公民”。通过“蓝色公民”这个理念，我们希望成为一家符合社会期望的公司。

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，日产希望引领社会转型，建设一个可持续的移动社会。
安全	致力于开发创新技术，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，日产希望进行公平、公正、高效的业务。



利益相关方参与

日产在中国的发展与各利益相关方的支持密不可分。在充分考虑自身运营管理对利益相关方影响的基础上，日产在华企业不断完善沟通机制，了解各利益相关方在社会
责任领域的诉求，并用实际行动回应相关方关注的议题，促进利益相关方的参与，实现与利益相关方的全面、可持续发展。

利益相关方	关注议题	沟通形式及主要表现
政府	<ul style="list-style-type: none"> • 守法经营 • 依法纳税 • 能源效率 	<ul style="list-style-type: none"> • 依法合规 • 诚信经营 • 依法纳税 • 研发新技术
环境	<ul style="list-style-type: none"> • 节约能源 • 减少排放 • 减少运营中的环境影响 	<ul style="list-style-type: none"> • 制定环保战略，启动“日产绿色计划 2016” • 绿色技术研发 • 绿色生产过程 • 绿色办公 • 环保活动
客户	<ul style="list-style-type: none"> • 产品安全 • 服务优质 	<ul style="list-style-type: none"> • 提高产品质量 • 完善产品召回制度 • 开发有吸引力的产品 • 完善客服体系 • 实行多项举措提升客户满意度
员工	<ul style="list-style-type: none"> • 权益保障 • 薪酬福利 • 教育培训 • 个人发展 	<ul style="list-style-type: none"> • 完善员工薪酬福利体系 • 提供清晰的职业发展渠道和全方位的培训体系 • 开展员工关爱项目 • 开展员工志愿者活动
社区	<ul style="list-style-type: none"> • 扶助弱势群体 • 普及交通安全知识 	<ul style="list-style-type: none"> • 开展教育援助与人文关怀项目 • 开展交通安全项目 • 开展员工志愿活动
供应商	<ul style="list-style-type: none"> • 合规经营 • 公平采购 • 合作共赢 • 降低环境影响 	<ul style="list-style-type: none"> • 发布《雷诺 - 日产供应商 CSR 指导方针》 • 完善供应商管理 • 供应商环境认证 • 开展供应商培训
经销商	<ul style="list-style-type: none"> • 合规经营 • 产品和服务质量 • 信誉维护 	<ul style="list-style-type: none"> • 经销商管理体系 • 经销商经营风险管控 • 提供技术、信息、管理的全面支持和合作



日产在中国 的经济贡献



创造经济价值是日产不断发展的基础。随着本土化的深入和中国汽车市场的蓬勃发展，日产在华业务迅猛发展。2013年包括进口车、乘用车和轻型商用车在内，日产在华销量达到126.6万辆，占日产全球总销量的25%。

在经济方面，日产在华企业的贡献可圈可点。东风日产自成立以来，销量从2003年的6.5万辆发展到2013年逾92.6万辆，十年间累计纳税超过782亿元，年销量增长高达1,415倍，东风日产已成为中国国内成长最迅速的企业之一。郑州日产2013年完成整体销量11.8万辆，贡献税收15.6亿元。

在带动地方产业发展方面，日产在华企业也成绩斐然。落户广州花都的东风日产为广州跻身全国三大汽车生产基地提供了强大推动力，在东风日产的带动下，花都区形成了一条集汽车研发、整车制造、零配件生产、汽车贸易、汽车人才市场和汽车学院等综合协调发展的汽车产业链。郑州日产积极响应中原经济区汽车产业发展规划，促进工业化与信息化融合，加大技术改造力度和技术创新，为促进当地经济快速发展，发挥了重要的作用。

在推动中国汽车产业发展方面，日产在华企业亦贡献突出。日产始终坚持将先进的技术和重要产品引入中国市场，并大力支持旗下合资自主品牌发展。在未来，日产将开发出基于日产技术背景又适合于中国的车型，助力中国汽车市场的蓬勃发展。

日产在华销量达到 **126.6** 万辆
占日产全球总销量的 **25%**

东风日产销量从2003年的 **6.5** 万辆
发展到2013年逾 **92.6** 万辆

郑州日产2013年完成整体销量 **11.8** 万辆
贡献税收 **15.6** 亿元



环境责任

日产深知，车企对环境保护有着不可推卸的责任，因此建立了严格的环保战略履行环保责任。日产在华企业始终贯彻总部的环境主张，积极平衡经济发展与自然环境保护，采取主动措施最大限度减少其业务活动对环境造成的直接和间接影响，致力于成为环境友好的绿色汽车制造商。



日产全球的环保战略

环境理念与环保目标

基于对环境责任的深刻认知，日产确立了“人·车·自然和谐相处”的环境哲学，以及“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。为实现这一目标，在中国，日产在华企业一方面积极开展产品研发、技术更新，另一方面踊跃开展环保公益活动，带动消费者共同开展环境实践。

启动“日产绿色计划 2016”

日产的最终目标是限制企业活动和日产汽车在整个生命周期内的环境影响和资源消耗，使其达到地球可以自然接受的水平。为了实现这个目标，日产在 2011 财年启动了新的六年环保行动计划“日产绿色计划 2016”（NGP2016）。

NGP2016 的侧重点是减少日产的企业活动对环境造成的影响并实现资源消耗与生态环境之间的平衡。NGP2016 包括四项关键行动：推出零排放汽车，推广低油耗汽车，最大程度减少企业碳排放量，尽量减少新自然资源的使用。它们涉及开发、制造、销售、服务以及公司所有其他部门的活动。

水资源使用管理

随着全球人口的增长，水资源使用量逐年增高，因此水资源问题变得更加严重。通过不懈的努力，日产希望有效地管理和减少所有汽车制造厂的用水量。它的计划是：到 2016 财年，使生产每辆车的用水量比 2010 财年的水平减少 15%。

日产的环境管理体系

日产的环境管理组织

为了实现 NGP2016 的目标，日产建立了一个全球性的环境管理框架，并在包括生产、技术开发、制造、营销、销售等环节的所有活动领域设定了目标，以有机地实施行动计划。

为了进行全球性的环境管理，日产建立了一种将各项功能与各个地区联系在一起的组织方式。全球环境管理委员会（G-EMC）由涉及相关议题的公司高管组成，每年召开两次会议，以确定公司的总体方针和提交给董事会的报告内容。为了在各个地区更深入地实施环境管理并开展相关活动，日产还在四个区域设立了委员会：欧洲、日本、美国和中国。这些机构向各地区管理委员会汇报工作并与环境规划部合作，同时还要向 G-EMC 报告。

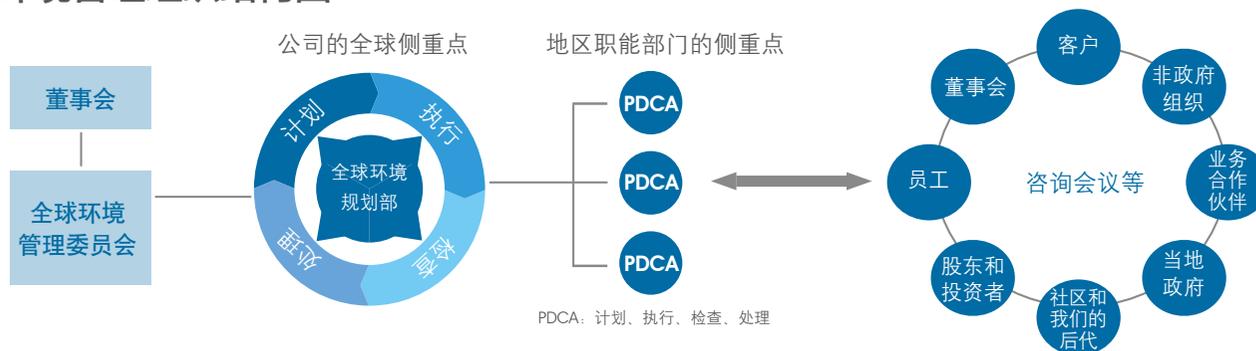
日产同时分析了其企业活动对于资源和能源的使用、造成的环境影响以及在价值链的各个环节减少环境影响的方法。通过不同的渠道和方法，日产了解了各利益相关方的意见以及社会的不同需求，并在开发和实施环保战略时将它们作为重要的考虑因素。

我们的全球环境管理框架

主要问题



环境管理组织结构图



PDCA: 计划、执行、检查、处理



东风有限环境管理体系

为了保证环境管理目标的顺利实现，东风有限建立了 GB/T24001-2008 环境管理体系，对可能产生环境影响和风险的产品、活动与服务进行全过程控制，积极推行清洁生产，开展节能减排，以实现经济与环境资源的协调发展，达到节能、降耗、减污、增效的目的。以此为指导，东风日产和郑州日产在日常工作中不断推进各自的环境管理工作。

针对当前全球面临的环境问题，东风日产积极推动“2015 绿色计划”，提升燃油经济性。

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)

绿色研发

日产的目标是到 2050 年新车型的二氧化碳排放量较 2000 年相比降低 90%。因此，在研发新技术和新车型时，日产在确保驾驶性能的同时，尽可能降低新产品对环境的影响。

零排放努力

◎北京市新交通信息系统技术验证项目

汽车的燃料效率不仅取决于自身性能，还取决于其行驶环境和驾驶方式。鉴于此，2012 年日产和北京市交通委员会启动了“北京市新交通信息系统技术验证项目”，对望京地区 12,000 辆使用 IT 终端和环保驾驶辅助设备的动态路线导航系统 (DRGS) 的汽车进行了测试，并进行了一年多的连续跟踪监控，以期改善北京市的交通拥挤状况。

2013 年 9 月，日产公布了项目成果：日产的 DRGS 能有效地缓解交通压力，减少拥堵时间：若北京市 10% 的行驶车辆搭载这一系统，则整体平均行车速度可以提高约 10%，燃油消耗量及二氧化钛排放量可消减约 10%。

◎东风日产“绿色城市计划”

2009 年东风日产全面启动“绿色城市计划”。该计划以世界领先水平的电动汽车导入为核心，通过与地方政府深度合作，推动智能交通系统，积极参与社区生态环境的改善工作。目前，东风日产已先后和国家工信部以及武汉、广州、大连等城市签署了纯电动汽车示范运营协议，并已分别向广州、大连、襄阳交付 120 辆、136 辆、30 辆启辰晨风纯电动车 (自主品牌纯电动车)，形成了“以点带面、纵贯南北”的新能源汽车推广布局。同时，在未来一年还将有超过 1,000 辆启辰晨风纯电动车陆续交付全国多个城市。



PURE DRIVE

为了最大程度提高内燃机车的燃料效率，减少二氧化碳排放量，日产致力于研发、推广排放量和油耗极低的汽车，即 PURE DRIVE。基于 PURE DRIVE 技术，可大幅提升燃料效率，并降低汽车在使用过程中的二氧化碳排放量。在其推动下，日产汽车 2012 年的平均燃料效率比 2005 财年提高了 24.9%。



减少生产运营中的环境影响

日产在华企业建立了绿色产品生产周期，在采购、生产、物流和销售各环节实行严格的绿色管理制度，以期有效降低运营中的各种环境影响。

新一代 Xtronic CVT 无极变速箱

CVT 可在无明显档位变化的情况下进行流畅的加速，还可以选择最适合汽车行驶速度的发动机速度，从而以更低的油耗实现了强大的驱动功能。日产推出的 Xtronic CVT 无极变速箱，摩擦力比原来减少 40% 左右，燃料效率提高了 10%。

截至 2013 年底，日产在中国 85% 以上的车型搭载了 Xtronic CVT，年均每车每年节油 180 升，为消费者每年节省 1,400 元开支，每车每年减少二氧化碳排放超过 486 千克，相当于种植 26 棵树。

绿色采购

东风日产制订了绿色采购方针和严谨的零部件及材料采购通则。在新品开发过程中，供应商采用的材料与物资，必须通过中国汽车材料数据库系统（CAMDS）严格审查，确保新车型的再回收利用率和禁用物质等技术指标满足国家法规；零件和材料必须严格执行相关国内法规；供应商的服务与产品管理必须严格遵守相关法律、法规和公司的相关规定。在供应商的绿色管理上，东风日产坚持绿色采购，要求供应商建立环境管理体制，并通过第三方的环境体系认证。目前，公司量产车型中所有零部件和材料均满足了东风日产产品技术标准中关于环境负荷物质的要求，且 94.1% 的零部件和材料供应商通过了 ISO14001 或 GBT24001 环境体系认证，这一指标计划在 2015 年内达到 100%。

郑州日产于 2011 年 7 月正式导入“中国产品标志产品认证”，要求供应商通过劳工、环保和质量方面的认证，并与全部供应商签订了《不使用有害物质承诺书》，以增强其环境意识、实现节能减耗。目前，郑州日产 95% 以上的供应商通过了劳工、环境和质量认证；对于未通过认证者，郑州日产将持续跟踪落实助其改善。



绿色生产

2013年东风日产以零污染事故、主要排放污染物100%达标为目标，绿色生产围绕二氧化碳排放递减、单挑固废排放递减和挥发性有机化合物（VOC）排放递减三个环境链活动展开。

◎降低二氧化碳排放

东风日产导入了QCT新型管理模式，开展二氧化碳递减课题，并通过减少电能、天然气等常规能源的使用量，减少二氧化碳排放。

年份	CO ₂ 递减课题 (项)	CO ₂ 减排量 (吨)	产生效益 (万元)
2011	97	7,683	614
2012	241	5,756.9	388
2013	359	28,000	2,729.6

◎减少 VOC 排放

为了减少涂装过程中的VOC排放量，东风日产采用水性涂料替代油性涂料，使涂装过程中的VOC排放量降低近50%；通过使用RTO蓄热燃烧装置燃烧涂装过程中的VOC，VOC处理效率达到99%以上。2013年东风日产开展VOC递减课题17项，预计每年减少VOC减排100吨。

◎固体废物管理

为降低生产过程中的固体废物，东风日产设置了单台固体废物排放的管理指标，从固体废物的产生源头上实施减量化控制，并对员工开展分类回收教育，坚持日常巡查监督，设置可回收固体废物回收站，严格执行固体废物分类回收。最终，东风日产2013年全年开展单台固废递减课题63项，减少固体废物53.2吨，可回收固体废物100%回收利用，固体废物综合利用率达到96.5%。

◎节能管理

为降低生产过程中的能源消耗，东风日产积极采取各种节能措施。公司不但开展了电机变频化，保证热能的重复利用，还强化了能源计量系统管理，分别配备了一级、二级、三级计量仪表。同时，为响应国家电机系统能效提升计划，东风日产在2013年先期投资130万元对花都地区列入国家淘汰目录的电机进行更换，更换后电机均达到国家能效二级标准。

通过热交换器对烘房及RTO的预热进行有效回用，东风日产各工厂的涂装车间大大降低了燃气使用量。其中，花都二工厂涂装车间引进了日产最新的3wet及空调器窗口控制等最新节能工艺，单台能耗可下降20%。

◎水资源管理

为加强水资源管理，东风日产采取了多项节水措施。其中，前处理循环水排放周期由原来的每年6次降为每年4次，喷漆室循环水排放周期亦由原来的每年4次降为每年2次。

同时，公司通过预处理、物化处理、生化处理、回用处理等步骤对生产废水和生活污水进行处理。最终，一部分处理水经超滤反渗透后回用于生产部分，其它部分回用于冲厕、绿化、清洗等用途，达成废水零排放。东风日产还每月对废水进行一次水质监测，避免泄漏及污染事件。

◎物料循环再用

早在2005年东风日产就建立了循环经济试点推进委员会，将商品规划、技术中心、生产制造、销售服务等部门纳入到推进委员会中，制定了循环物料使用的相关流程和制度。东风日产在节约、再利用和循环利用的“3R”理念基础上编制了《循环设计指南》，力求在整个汽车生命期中高效、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。



“绿色专营店” 资质

要获得“绿色专营店”称号，必须要通过 ISO 14001 环境管理体系认证，同时满足《东风日产绿色专营店指导手册》的要求。此外，2009 年东风日产增加了“专员检核”环节，加大对专营店改善执行力度的管控。2011 年东风日产又增加了新举措，要求各专营店经理签署《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，并积极向客户和相关方面宣传东风日产“人·车·环境和谐”的绿色环保理念，将东风日产对绿色环保的不懈追求转变为对公众的郑重承诺。

绿色物流

针对物流过程，东风日产采取了“减少废弃物、降低二氧化碳排放”的环境管理方针。根据现有的公路、铁路和水路运输三种物流运输方式，东风日产通过采取供应商近地化、扩大铁路水路运输线、改善运输路径等措施，降低物流过程中产生的废弃物和二氧化碳。值得一提的是，从 2004 年开始，东风日产国产生产件的物流包装物已经实现 100% 的循环包装，没有一次性纸箱的消耗。

绿色销售与服务

2006 年 2 月，东风日产引入日产全球标准的“绿色专营店”项目，全面营建一个环境友好的销售服务网络。“绿色专营店”项目是东风日产环保战略的重要组成部分，其认证已经成为东风日产专营店运营管理的战略目标之一。

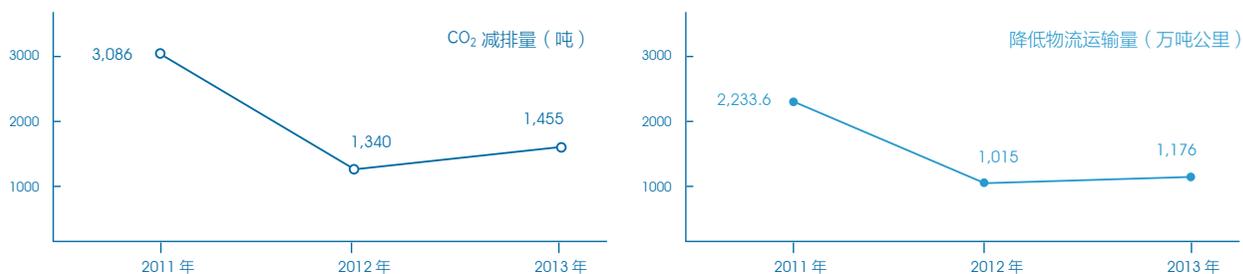
“绿色专营店”鼓励经销商承担环保责任，通过建立完备的环境管理体系开展持续的环保工作，并通过改善环保设施，降低水、电等能源消耗，进而降低运营成本，是东风日产带动经销商一起从事环保工作的重要努力。

“绿色专营店”自开展以来，大大提升了经销商的环保意识，创造了可观的环保效益。截至 2013 年底，已有 300 来家东风日产专营店获得“绿色专营店”称号，每家绿色专营店每年可节水 1,500 吨。以目前东风日产已完成绿色化经营的 300 来家专营店计算，1 年节水约 45 万吨。而我国目前人日均用水约 200 升左右，所有绿色专营店节约的水资源大约可供 6000 多人使用 1 年。

东风日产绿色物流二氧化碳减排绩效表

年份	CO ₂ 削减目标	CO ₂ 实际削减绩效
2011	1.0%	1.1%
2012	1.0%	1.2%
2013	1.0%	1.2%

东风日产绿色物流数据





绿色办公

东风日产还十分注重在工作场所推行绿色低碳办公，通过纸张重复使用、无纸化办公等各种节点措施，将节约纸张、节约用电等口号变成每个员工切实的自觉行动。

“水蓄能”空调

东风日产投入 400 万元引入“水蓄能”空调项目。“水蓄能”空调指在晚间用电的低谷时段，使用电能将水冷却、储蓄，待白天用电的高峰时段，不使用电能便可使用的空调。由于晚间电能利用率低，电网发电功率较平稳，且晚间电费是白天电费的 1/3，“水蓄能”空调既提高了电能利用率，也节省了空调用电费，而最初 400 万的投资成本在 3 年内便可收回，实现一举多得。

环保公益活动

日产在华企业开展了一系列环保公益活动，活动主体从员工扩展至车主、家属、经销商等其他利益相关群体，倡导更多民众加入到环境保护行列中。

联合发布《新能源汽车蓝皮书》

在 2013 中国汽车产业发展（泰达）国际论坛上，由中国汽车技术研究中心、日产中国与东风有限合作编写的我国第一部《新能源汽车蓝皮书》正式发布。《新能源汽车蓝皮书》是我国首部以皮书形式发布的关于新能源汽车产业发展的综合性年度报告，从社会科学角度，使用大量详实、权威数据和第一手调研结果，对中国新能源汽车发展情况进行了全面系统的分析，涵盖中国新能源汽车产业发展状况、产业国际竞争力评价、政策环境分析、关联产业及配套设施现状分析、消费者体验调查、国际经验借鉴等内容。该书的发行，将成为汽车产业管理部门、研究机构、整车和零部件生产企业、社会公众等了解中国新能源汽车产业的一个窗口。





公益活动

◎日产中国：地球一小时

自 2010 年起，日产中国号召全体员工及其家人、朋友一起参与“地球一小时”活动，在指定日期的指定时间关灯一小时。同时，日产中国还呼吁东风日产、郑州日产的员工，以及在华经销商、车主共同参与其中，为保护环境做出贡献。

“天籁绿洲”项目 启动仪式暨新闻发



◎郑州日产：“我排放，我补偿”

— 郑州日产车主俱乐部植树育人活动

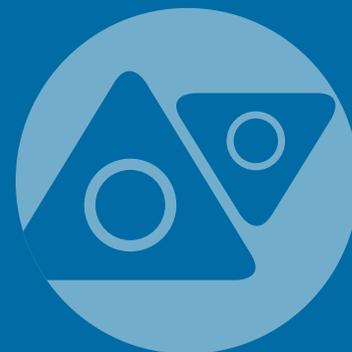
“我排放，我补偿”植树育人项目是郑州日产车主俱乐部 2007 年发起的公益项目，通过每年定期举行环保公益活动，号召车主和家庭积极参加，从而提升社会大众的环保意识。迄今为止，“我排放，我补偿”项目已开展 7 年，共举办了 34 场活动，累计 2,190 人次参加，活动区域覆盖了全国 16 个省市区。

◎东风日产：“天籁绿洲”大型公益项目

2006 年东风日产与中国绿化基金会合作发起了“天籁绿洲”大型环保主题公益项目，旨在响应我国关注自然环境、追求和谐发展的理念，提高民众的绿色生活质量，发动民众参与生态环境保护。

自启动以来，“天籁绿洲”项目已在北京、上海、广州、武汉、重庆、内蒙古、贵州等地实施，以森林公园、城市绿地、生态防护林、自然保护区等主要绿地为主要养护和建设对象，不仅带动了有社会责任感的购车消费者参与到中国环保事业中来，而且实现了“社会—企业—消费者”三者和谐统一、共同致力于环境建设的设定目标。目前，“天籁绿洲”项目已经认养和种植绿地超过 5,000 亩。





安全责任

安全是车企永恒的话题。日产及其在华企业视安全为重要使命，本着“以人为本”的原则，不断研发安全技术，普及安全教育，传播安全驾驶和文明出行理念，全力营造安全氛围，推动人、车、社会的和谐发展。



安全责任理念

日产以“车守护人”为核心安全理念，终极目标是建设一个几乎没有死亡或重伤事故的世界。在实践中，日产在华企业借助自身专业知识、技术和产品，一方面致力于研发新的安全技术，另一方面推广安全教育活动，通过对人、车和社会三个层面的关注，营造一个安全无忧的汽车社会。

2013年7月，东风日产正式推出了全新的安全理念及“造安全车，育安全人，实现快乐工作、快乐生活、快乐成长”的“安全车”文化手册，为全体员工和客户提供明晰扼要的安全指引，全面推进企业内部的安全文化建设。

新的安全理念以“人·车·生活”的企业愿景为最高目标，涵盖了全价值链体系，不仅促进企业由内而外建立了对安全问题统一、深刻的认识，也为其他企业和行业的安全管理工作提供了参考。东风日产亦成为业内首个发布专属安全理念的合资车企。

东风日产安全文化体系

安全愿景：安全领航 人·车·生活
安全使命：造安全车 育安全人

安全目标：零事故、零灾害、零污染
安全价值观：1000-1=0





“安全屏障”与安全技术

日产在华企业重视行车安全，坚持“车守护人”的安全理念，提出了“安全屏障”的概念，以帮助驾驶者保持舒适的驾驶、帮助驾驶者从危险状态中恢复、帮助减少不可避免的碰撞伤害为目标，不断开发各种安全理念和安全技术，在最大程度上降低、减轻交通事故。

危险阶段	屏障保护系统	作用
危险尚未出现	<ul style="list-style-type: none"> - 车距控制辅助系统 - Carwings 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 - 智能巡航控制 - 智能踏板 	提供辅助驾驶功能，使司机能够一直安心驾驶
危险已出现	<ul style="list-style-type: none"> - 车道偏离修正系统 - 车道偏离报警系统 - 四轮主动转向 - 盲区警示系统 - 盲区规避系统 - 倒车防撞系统 	在出现危险时，帮助司机恢复安全状态
可能发生碰撞	<ul style="list-style-type: none"> - 防抱死制动系统 (ABS) - 刹车辅助系统 - 车辆动态控制系统 (VDC) 	
无法避免碰撞	<ul style="list-style-type: none"> - 智能刹车辅助系统 - 预紧式前座椅安全带 	一旦无法避免碰撞，则将伤害控制在最小范围内
碰撞	<ul style="list-style-type: none"> - 减轻行人伤害的车体结构 - Zoom Body - SRS 帘式安全气囊系统 - 弹出的行人保护发动机罩 - 主动式安全头枕 - 低摩擦安全带 - 模拟人体模型 	
碰撞后	<ul style="list-style-type: none"> - 连接气囊的自动危险警告灯 	



交通安全活动

除了安全理念和安全技术，日产在华企业还充分运用自身优势，开展多种形式的交通安全活动，从交通安全知识普及到安全驾驶体验、再到推动政府议案，覆盖了从民间到政府的多个层面。

NISSAN 杯全国青少年交通安全汽车环保知识评选活动

为提升青少年的交通安全意识、普及安全环保知识，日产中国于 2006 年启动了 NISSAN 杯全国青少年交通安全汽车环保知识评选活动。该活动面向 8 - 16 周岁的儿童和青少年，采用网络竞赛和活动形式，致力于加深青少年对于安全、环保节能知识的理解。项目开展至今，已覆盖全国 16 个城市的 100 余所学校，超过 20 万学生从中受益。



东风日产 NISSAN 创新科技暨安全驾驶体验营

为传递安全驾驶理念、培养消费者安全驾驶习惯，2009 年东风日产构建了以“安全驾驶训练营”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，传播安全行车、安全急救等知识和技能。

“东风日产 NISSAN 创新科技暨安全驾驶体验营”搭载了汽车科技演示器具和多个在日常生活中可能遇到的交通安全事故的模拟实验器具。在了解汽车原理、构造的同时，参观体验者可以亲身体验例如车辆碰撞模拟、车辆翻滚模拟、安全气囊打开等项目，学会如何在交通事故发生时安全逃生。这些安全事故模拟体验也从侧面提醒车主文明驾驶、安全出行的必要性。

经过多年的努力，“安全驾驶训练营”获得了良好的社会效益和影响。至今，共走过全国近 300 个城市，向超过 150 万参与者传递安全驾驶知识、倡导文明出行理念。



郑州日产推动汽车文明议案

随着汽车社会的到来，汽车文明日益成为焦点，而构建和谐的汽车文明，离不开政策和法制的支持。因此，郑州日产就当前汽车社会存在的问题，积极向两会建言，试图通过政策倡导方式，推动汽车文明的普及。2012 年两会上，郑州日产提出了“新增无障碍出租车型，提供差异化公共交通服务产品”的议案，建议将老年人群、出行不便人群的出行课题纳入政府发展民生的范围之内；2013 年两会期间，郑州日产再次聚焦汽车社会的热点问题，提出了“倡导文明驾驶，强化交通礼仪”的议案，主张对目前交通法规中的一些倡导性驾驶行为进行立法，营造讲究交通礼仪的良好氛围。





慈善事业

慈善是日产全球可持续发展战略的重要组成部分。日产在华企业注重企业发展的同时，亦积极贯彻总部的慈善方针，广泛开展教育支持和人道主义关怀，为有需要的人提供各种帮助，认真履行作为企业公民应尽的责任。



日产全球慈善事业发展框架

日产在全球倡导企业慈善，制定了全球性的慈善事业发展框架，在环境、教育和人道主义援助三个领域推动社会进步。日产在华企业始终坚持总部的慈善方针，本着以人为本的宗旨，积极开展环境教育活动，支持教育发展，倡导人道主义关怀，在“丰富人们的生活”这一共同愿景的引导下，通过产品和企业活动来满足社会需求。

教育援助

百年大计，教育为先。日产在华企业深切关注中国教育事业的发展，多年以来，在硬件和软件两方面同时着手，不吝投入，在助学、助贫、助困方面发挥了重要作用。

筑梦课堂

为缓解教育发展不平衡问题，秉承“爱之行·享未来”的企业社会责任宗旨，日产中国于2010年启动了“农民工子女关爱行动”项目，通过物资捐助、志愿者支教、爱心夏令营等一系列行动，从物质层面和精神层面为农民工子女提供支持和帮助，开启了贫困儿童关爱行动的序幕。贫困儿童关爱行动首先围绕北京、上海和广州的4个农民工子弟学校展开，并逐渐扩展至偏远地区，为更多贫困地区的孩子带来改变的动力。

2013年11月，日产中国联合东风日产和郑州日产，携手中国道路交通安全协会、中国扶贫基金会联合打造了日产“筑梦课堂”项目，通过为贫困地区中小学学校建立“筑梦课堂”课外活动中心、普及交通安全知识等活动，开拓学生视野，引导其拥有梦想、自信与从容地实现梦想，从而为贫困儿童的全面健康成长打下良好基础。迄今，日产中国在四川雅安地区建设了7所“筑梦课堂”课外活动中心，全部建成后，将有3,000余名学生从中受益。





阳光关爱基金会

2008年6月，东风日产设立了阳光关爱基金，依托这一平台，东风日产开展了一系列助贫、助困、助学活动。东风日产希望借助于平台，将爱心救助制度化、长期化和规范化，并把员工、经销商合作伙伴和广大车主的爱心与行动传递给社会。



◎阳光关爱·助教未来

2009年7月，阳光关爱基金会正式启动了“阳光关爱·助教未来”项目，该项目主要针对山区、贫困、边远等欠发达地区的老师进行培训。4年来，该项目已经先后在广东、湖北、黑龙江、福建、西藏、山西、四川等10省12站开展，累计投入教师培训资金、教学教材、学习用品等超过了2,000万元人民币，累计受惠教师超过了20万人、受益学生超过50万人。

2013年东风日产开始有意识地吸收经销商和车主加入，将“阳光关爱·助教未来”项目发展成一个支持教育的平台。一方面，东风日产搭建了“阳光关爱基金会官网平台”，发起爱心车主招募活动，并向社会开放捐赠学校和学生的信息；另一方面，为了尽可能募集更多的救助物资，东风日产还全面整合销售渠道的爱心力量，特别是在实施阶段，东风日产和经销商合作，共同招募车主和员工志愿者。

◎阳光关爱·教育援川

“阳光关爱·教育援川”活动于2009年2月正式启动，是以精神援助为核心的教育重建与恢复援助。项目在2009年先后派出5批、共50人次的专家志愿者，赶赴汶川开展一对一的援教和精神重建工作。





◎阳光职业·金色未来

2012年6月，在国家人力资源和社会保障部的大力支持下，东风日产与全国20所职业、技工院校签订校企联合办学协议书，正式启动“阳光职业·金色未来”校企联合办学项目。东风日产投入3,000余万元，通过向签约院校提供教具、设置“东风日产班”等方式深度合作，定向培养相关汽车人才。在未来3年内，东风日产将与生产基地周边的60所院校开展战略合作，预计总投入超过1.5亿元。

2013年东风日产先后向6所全国重点学校捐赠近200万元，设立“东风日产奖学金”，培养和奖励具有创新潜力的青年人才。以此为标志，东风日产全面升级校企合作项目，即在扩大原有职业院校合作范围的基础上，加大与985、211高校之间的合作，驱动创新人才的优质成长。

东风日产·青年日

为加深青年群体对中国汽车工业的认识和理解、激发青年群体更多的灵感与激情，东风日产发起了“东风日产·青年日”大型青年精英探秘东风日产的活动。2013年6月17日，由司法部、商务部等重要国家部门团委领导和知名企业团委领导组成的26名精英团代表、全国主流高校的40名大学生记者，以及“最美启辰车设计大赛”的6名优胜者，一同来到东风日产花都生产基地参与青年日活动。活动当天，精英团代表还以“工业梦·青年的力量”为主题，与东风日产高层进行了沟通。

◎纯正精品·爱心联盟

东风日产纯正精品爱心联盟活动于2006年启动，是东风日产联合专营店及客户一起献爱心回报社会的活动。“纯正精品·爱心联盟”每年举办一次，是一项长期扶贫助学计划。活动期间，客户在专营店购买纯正精品后，东风日产即以客户的名义提取其消费金额的2%作为爱心捐款纳入到东风日产阳光关爱基金中，用来改善贫困地区的办学条件，帮助失学儿童重返校园，以实际行动支持中国教育事业的长远发展和进步。





牵手工程

为了使学校中的贫困学子顺利完成学业、实现梦想，郑州日产于 2010 年启动了牵手工程，计划在 2010 到 2014 年 5 年内，每年向郑州慈善总会捐赠不少于 300 万元人民币，累计不少于 1,500 万元人民币，用于对全国贫困大学生、孤残儿童等困难群体的专项帮扶。除直接捐助外，牵手工程还为受助学子搭建了志愿活动平台，提供其参与公益活动、进行爱心传递的机会，促进爱心循环，实现了对受助对象多角度、深层次的救助。

目前，牵手工程已经成为郑州日产标志性教育公益品牌，每年固定开展探访“牵手之家”、“我用好车捐好书”、“阳光助学”、“公益夏令营”、“爱心 1+1”、“牵手暖冬”等多个活动，多年来累计投入近 1,300 万元，近 5,000 名贫困大学生、1,000 名孤残儿童以及近 1,000 名灾区儿童及农民工子弟从中获益。

◎ “关怀行万里·赠书大接力” 捐书活动

为解决贫困地区孩子课外书匮乏的问题，郑州日产于 2012 年 4 月发起“关怀行万里·赠书大接力”活动，采用线上号召、线下支持的形式，整合爱心车主、网友、企业员工等众多爱心力量，进行了全民献爱心接力。迄今为止，郑州日产捐书接力活动已经遍及四川、内蒙、陕西、山东、河南、云南六个省份，向贫困小学共捐助近万本书籍，帮助 2,000 多名孩子完成阅读梦想。



◎ 阳光助学

为帮助郑州周边地区贫困大学生实现大学梦想，牵手工程“阳光助学”每年 8 月份举行捐赠仪式，在高校开学之前资助近 300 名贫困大学生，给予每人 5,000 元的助学金。目前，该项目已经帮助 1,200 名郑州周边地区学生圆梦大学，并定期组织受助学子大学生进行回访、拓展、志愿服务等活动，不断进行爱心传递，关注大学生身心成长。





人道主义援助

一方有难，八方支援。日产积极参与人道主义援助，当某地区遭受自然灾害时，日产结其所能，提供各种支持，帮助他们渡过难关。

雅安地震救助

雅安地震发生后，日产汽车公司、日产中国与英菲尼迪第一时间通过中国扶贫基金会联合捐助 300 万元，用于震后恢复定向捐助和震后教育支援，使受灾民众能够尽快得到妥善安置，让受灾的青少年能够早日重返校园、恢复正常的生活与学习。日产援建的向阳小学已于 2013 年 12 月动工，全校 200 余名师生预计于 2014 年底前可入驻新校舍。

东风日产也在第一时间积极地筹备了救灾物资，并出台了一系列支援灾区的紧急措施，安排受损车辆就近维修。此外，东风日产阳光关爱基金向四川省民政厅捐赠 10 辆价值约 260 万元的救援工作车，并启动了精神重建和教育援助项目。

郑州日产在震后迅速向雅安民政部门捐助了总价值约 140 万元的救援车，并为韩红爱心基金和“智富西部”组织提供救援工作车，全面支持政府和民间组织的救援工作。郑州日产还及时向灾区的合作伙伴送去慰问，并成立车辆抢修小分队和临时救助点，用以保障救灾一线的行业客户有效投入救灾，及为灾民发放食物、水等必需品，同时设立了针对个人客户的 24 小时救援电话。

健康快车捐助

自 2006 年起，日产中国还每年为中华健康快车基金会和商务部共同组织的“健康快车”捐助健康基金，为贫困地区的白内障患者免费手术治疗。截止到 2013 年，累计捐款达 102 万，先后为数百名白内障患者免费进行了手术治疗。

敬老助老工程

为了更好地推进河南省老年事业的发展，郑州日产启动了敬老助老工程，计划在 2012 至 2016 年间，每年向河南省敬老助老总会提供 100 万元人民币的物资或现金资助，累计 500 万元人民币，用于“四就近”与“金色家园”项目的支持。同时，郑州日产还为出行不便的老人捐助车辆，方便老人出行。





质量责任

日产一直致力于提供最优质的产品与服务，并要求其全球企业不断深化质量管理。日产在华企业认真遵循总部的质量策略，从严谨的产品质量管理到完整的召回机制，到客户为本的质量标准和产品研发，再到不断完善的客户服务体系和提升客户满意度举措，均认真对待，精益求精，期待在与客户接触的各个环节都为其提供高质量的服务。



提高质量计划

2011年日产在全球启动“提高质量”计划，详细阐明了日产在质量管理方面的目标以及到2016年的阶段性实现途径。为了达成目标，日产不仅加强“产品质量”管理，并着眼于“销售服务质量”的管理，力争在世界上任何一个地区都能在这两方面达到领先水平。

“让日产成为全球汽车制造商中的佼佼者，同时确立英菲尼迪在奢侈品牌中的领先地位”，逐步实现“在质量方面得到客户的最高评价”这一最终目标将成为日产全球及其各个国家和地区不断深化质量管理的动力。其中，英菲尼迪事业部将2014年定为“质量年”，全力贯彻总部的“提高质量”计划。



产品质量管理

秉承一贯的质量严谨概念，日产在华企业不断加强质量管理，提供多种改进方案，应对产品质量问题，并完善汽车召回制度，最大程度满足客户的安全与品质需求。

提高产品品质

自2009年起，东风日产独树一帜，开始举办东风日产品质论坛。论坛通过展板展示、参观、课题研讨会、专家交流会等形式，不仅全面展示了东风日产的品质保证与改善工作以及管理成果，还加强了全价值链品质管理部门、及其与行业协会专家、行业媒体专家的交流和学习，对全价值链品质管理能力的提升具有重要意义。如今，东风日产品质论坛已经举办了四届，成为东风日产对内进行品质教育、对外进行专业探讨的最好平台。

郑州日产设立了与日产在全球一致的品质指标体系和品质保证体制，并制订了专项管理措施，对市场不良、部品不良、作业不良等问题实施整改，促进不同形式的品质改善，稳定并不断提升各环节产品品质，持续降低顾客抱怨和市场索赔，提高顾客满意度。

英菲尼迪针对中国市场的特点，在降低排量、车身轻量化、混合动力技术等方面不断改进工艺，推动高质量产品的提供和可持续发展。

产品召回制度

尽管全力避免产品故障是制造商的基本责任，但是由于汽车产品的复杂性，故障时有发生，产品召回难以避免。在中国，汽车市场于2004年开始实行召回制度，但日产中国在此之前就已经对中国市场开始了召回活动。日产公正、及时地处理召回的产品，保证产品召回机制的完善度和透明度。

日产在华企业的召回制度本着以保证客户安全和最大程度减少破坏的出发点，按照全球统一的市场措施和改进措施来进行，各地时间差不超过一天。为了保证信息的及时发布，日产在全球和中国官网均发布召回信息，同时通过呼叫中心第一时间通知客户，提醒客户在召回前采取安全措施，并将故障描述、改进措施、维修措施全部通知经销商，召回的维修工作必须在召回信息发布后一个月内开始。



客户参与

客户是汽车产品的直接使用者，他们的态度和意见对于改进产品质量有着非常重要的参考意义。基于此，日产在华企业坚持从客户出发，开发客户体验良好的优质产品。

从客户角度设定质量评估标准

日产认为，从客户角度出发制定评估标准是提高产品和服务质量的最佳选择。因此，日产秉承“追求更高的质量，藉此与客户建立信任”的长期愿景，努力在每个与客户接触的环节互动，尽量满足或超越客户的期望，以此建立信任感，从而获得其真实的产品建议。日产还参照客户认可的第三方权威质量指数，严格要求自身产品质量，力求获得最高评级。

在中国，东风日产聚焦客户反馈，主动了解客户想法。针对客户反馈处理，东风日产采取评价员电话访问，与顾客直接核实问题点；针对车辆检测，客户调查不仅局限于新车，而是调用专营店库存的车来进行评测，以求更接近 J.D.Power 权威的评价方法。此外，东风日产通过评价员进行现场调查，及时将客户意见反馈到总部，从而及时把握客户的动态需求，助力新车研发。

开发有吸引力的产品

客户在观察、触摸、使用汽车时的感觉细微且难捕捉，但对于汽车车型的设计有着重要意义。为此，日产在华企业采取科学方法来评估和分析人类的认知，对舒适体验进行量化处理，并将之运用于汽车设计，以期在提升舒适体验方面不断突破。

先进设计助力新世纪天籁舒适感提升

新世代天籁在素有“舒适之王”的上代基础上，再次增添了一系列行业首创的先进配置：独有的零重力健康姿态座椅结构提供了最贴合人体腰背支撑，让脊椎时刻处于健康、放松状态；而由具拉伸弹簧的后减震器和具三层缓冲材质的座椅构成的双重减震系统，可有效减少振幅并吸收震动，强化整车稳定性，让驾驶者在享受最舒适坐姿和最小震动的同时，腰背劳累程度比同级车降低 67%，舒适体验更进一层。





销售和服务质量

本着“客户至上”的理念，日产在华企业不断完善客户服务体系、创新客户服务活动，开发并提供能够满足客户期待的创新、安全、优质的产品与服务，最大限度地提高客户满意度。

客服理念及体系

◎东风日产客服体系

东风日产围绕“五个安心”开展售后服务：质量安心、费用安心、修后安心、时间安心和紧急时安心，并建立了完善的客户服务体系。

东风日产客户服务部负责统筹客户服务相关事宜。在组织架构方面，售后服务部联动技术、产品、环保、备件物流管理、采购等部门，在公司内传递客户的声音，保障客户服务工作的顺利开展；在服务支持方面，售后服务部从网点改善、三包、维修技术支援、培训、服务营销、精品、客诉等业务着手，组建相应的科室，形成“一对一”模式，对应一线服务工作，保证客户服务业务的顺利开展；针对东风日产全国 800 多家服务网点，4 个地区营销部共派驻了 50 多名服务专员，指导专营店客户服务工作的开展。

◎郑州日产客服体系

郑州日产始终以客户满意为服务工作的重心，秉承“一对一生贴心服务”的理念，建立了包括授权服务中心、专营店、大区办事处和公司职能部门在内的服务体系：公司职能部门对授权服务中心和专营店进行全面支持，帮助其提高服务质量，并为每个省属办事处配备一名服务专员，指导专营店开展工作。此外，客户服务部通过服务网络强化、忠诚客户提升，不断完善服务管理体系，构建起以忠诚客户为核心的服务模式。

◎英菲尼迪客服体系

英菲尼迪的客户体系凸显了其服务细致、注重细节的品牌特色，包含售后服务、客户满意度、销售售后流程执行等环节，在对经销商统一培训后由经销商贯彻执行。为了明确责权，英菲尼迪每个经销商都有独立的客户服务部，直接向总经理汇报，及时倾听客户声音，及时处理客户咨询或客诉，并监督销售和售后服务部门标准流程的执行，及时发现和解决服务质量的内部问题。此外，英菲尼迪销售部、售后服务部、客户服务部共同协作，通过标准化和个性化尊贵式服务，使客户满意并加强客户忠诚度，同时不断改善内部服务管理体系，构建以客户为核心的服务模式。





提升客户满意

◎东风日产

为了有效践行“安全保障、7天包换服务、出险代步”三大客服承诺，东风日产通过每月电话调查及时掌握一线客户服务满意度工作的问题和进展，并进行专项支援、弱项改善。2013年东风日产在全国专营店中导入了导修台、SA接车工具包、交车夹等工具，旨在为客户提供更专业服务的同时，提高客户交接车时的服务效率。

不仅如此，东风日产每月都会在内部开展针对客户满意度工作的电话调查 TOP 2 BOX，及时掌握一线客户服务满意度工作的开展情况；还设立了400和800的客户投诉电话，通过严格的管理机制和考核办法，要求对于客户的投诉必须严格落实2小时的响应机制，并重点关注案件的结案率、结案时长等指标。

东风日产对客户满意度工作的重视也赢得了消费者的普遍认可。2013年8月，东风日产荣膺 J.D.Power 年度汽车销售满意度调查冠军，成为该权威调研中业内首家力压豪车品牌的企业。



◎郑州日产

2013年郑州日产以“全面掌握客户满意度现状、深入诊断、有效提升”为目的，在各领域开展了一系列综合提升客户满意度的活动，包括NSSW推进、投诉处理改善、设备器具化、生产效率改善、技术能力提升、完善维修信息精度、强化市场品质管理和客户满意度调查方法变更等。郑州日产还在业内率先导入了远程诊断系统，通过在线视频，以专家会诊的方式帮助服务网点快速解决技术难题，提高疑难故障的应对速度。此外，郑州日产还设有专门的400投诉电话、专门邮箱、网络媒体三种投诉方式，用于客户意见反馈。

◎英菲尼迪

在提升客户满意度方面，英菲尼迪为经销商总经理、销售和售后经理、客服在内的所有关键岗位提供满意度培训、视频讲解和现场辅导，针对行业共性的弱项，如交车讲解、试乘试驾等问题，提出创新改进措施。此外，英菲尼迪每月对所有经销商开展月度调查，设定指标并加大奖励举措。同时，英菲尼迪还通过与客户互动、为车主提供24小时道路救援、开展丰富的车主活动等，多维度提升客户满意度。鉴于在客户满意度方面的有效举措，2013年英菲尼迪汽车在JD Power 高端车客户满意度排行中名列第四，其提升客户满意度行动受到了各方的充分肯定和认可。



创新客户服务活动

◎感心公路活动

从 2009 年开始，东风日产每年都会在客户出行返乡高峰期开展感心公路活动，提供车辆免费检测服务，保障客户的安全出行。2013 年感心公路活动从高速公路延伸到大型社区，共开设高速公路站点和大型社区站点超过 450 多个，为上万客户提供了服务，获得了客户良好的口碑。

◎纯净呼吸活动

为了应对空气质量的恶化，东风日产全力进行 PM2.5 高效净化系统的开发，并在 2013 年下半年开展“纯净呼吸”活动。该活动通过为车辆加装 PM2.5 高效净化系统，有效减少外界空气污染影响，为车主营造一个相对安全的、健康的车内环境。PM2.5 净化系统好评有加，受益客户群超过 35.8 万人次。

◎冬夏双季服务月活动

如何在高温暴雨的夏日和季度严寒的冬日等极端天气中养护汽车，降低车辆故障率是车主最为关心的事情之一。郑州日产密切关注客户这一需求，分别于 5 月和 10 月开展了夏季服务月和冬季服务月活动，提前为车主的汽车做好养护准备，提供免费洗车和车辆检查服务，让车主安心享受盛夏的阳光和冬日的温暖。

◎郑州日产“走进石化”活动

针对用车频次、强度大、行车环境恶劣的石化行业客户，郑州日产于 2013 年 5 月至 8 月特别推出“郑州日产服务在行动——走进石化”活动。期间，除了开展免费检车、洗车以及赠送精美礼品之外，郑州日产还成立了特别工作组，以各大油田为主要活动路线对大型行业单位进行走访，从服务、质保、销售等不同角度切实解决客户的需求，并向车主赠送《保养知识手册》、开展爱车课堂等活动，减少客户用车之外的忧虑。





价值链管理

供应商和经销商是日产的重要合作伙伴，日产在华企业固守商业伦理，本着公平、公开、公正的原则，在信任、尊重、信息透明的前提下，努力与其建立并维护良好的合作关系，致力于在平等互利的基础上共同实现可持续发展。



供应商管理

日产在华企业实行严格的供应商管理制度,制定了完善的供应商筛选、准入、评价和违规处理机制,从源头上保证产品和服务的绿色环保与高品质。

供应商指南

在全球范围内,日产和雷诺制定了《雷诺-日产采购方式》,对业务经营中需要遵循的重要价值观和业务流程进行了全面且完整的规定,并从2006年起向雷诺和日产的基本供应商分发该手册。2010年5月,日产发布了《雷诺-日产供应商CSR指导方针》,从安全和质量、人权和劳工、环境、合规性、信息披露五个部分阐释了日产的CSR和采购政策,日产向包括中国在内的世界各地所有基本供应商发放了该手册,帮助供应商重新考量自身的经营是否推动可持续发展,并在基础上进一步开展CSR活动。日产在华企业以总部的供应商政策为指导,积极推进自身的供应商管理工作。

供应商管理方法

日产在华企业积极完善决策机制和管理标准,建立并持续维护一个日产中国品牌战略和供应商日常运营具有同样实用性的供应商管理体系。在供应商选择、准入、评价、退出各个环节,不断改进并丰富管理方法。

◎ 供应商筛选

东风日产与郑州日产均采用公平竞争的对外政策和严格考核的准入政策,综合考量供应商技术、品质、成本、管理体制、交货期限等各方面能力。郑州日产首先对供应商平台需求进行判断,从《潜在供应商目录》中进行推荐,经过供方考察、现场认证、会议通过等程序,将符合要求的供应商纳入《潜在合格供应商目录》供选择。在参与新项目、国产化、变更供方等某一项目时,如果中标,将提案采购委员会,经其批准后纳入《合格供方目录》。

◎ 供应商管理与评价

东风日产要求供应商建立环境管理体制,并通过第三方的环境体系认证,在新产品发包活动中优先考虑通过认证体系的供应商。2013年东风日产拥有零部件和材料供应商共计345家,其中94.2%通过了ISO14001或GBT24001环境体系认证。2015年内,这一指标将有望达到100%。

郑州日产致力于帮助供应商通过日产全球的ASES评价,从而获得进入日产全球供应商系统的资格。同时,为了确保产品和服务质量,郑州日产积极发展战略供应商和推进近地化,严格控制新增供应商数量,在2012、2013两年时间内仅引入15家新供应商。

◎ 供应商违规处理

在对供应商的绿色管理上,东风日产坚持实施绿色采购,并制定“零容忍”政策。针对第三方权威机构检测出的未达到环保标准的产品,东风日产都会要求供应商限期整改,反复检测,直到合格。同时,在规定的期限内仍不达标者将彻底退出东风日产的供应商系统。

郑州日产通过对供应商季度和年度的《供方绩效评价细则》,对不符合规定的供应商,通报其改善项目,并跟踪落实改善结果。另外,郑州日产每年根据供应商的合作现状及年度评价结果进行整合对象梳理,对由各部门共同梳理出的整合对象进行淘汰。



经销商管理

日产在华企业积极与经销商合作，完善经销商管理体系，组织经销商培训，并开展满意度调查，以不断提高经销商的服务质量、管理能力和风险应对能力，最终实现共荣共赢。

经销商管理机制

◎东风日产经销商管理

东风日产与所有经销商签订了《经销服务协议》和《商务规定》，对其进行统一管理。针对日常管理，东风日产采用地区制管理，在全国东南西北四个地区各设三个大区，每个大区设有管理科，负责地区和总部的沟通以及一线的督促和检验核查，从而推动东风日产政策、策略在经销商中的落实执行。

面对激烈的竞争环境，东风日产以整合资源为首要目标，建立双月整合营销机制（BMAP）——每双月进行阶段性政策发布和阶段性任务下达，通过管理科召集区域或部门会议，进行重点工作部署和任务目标分解。BMAP 双月整合营销机制有效整合了资源，促进了效率最大化，不仅为销量提升做出了积极贡献，更是在政策层面对专营店进行了激励。

◎郑州日产经销商管理

郑州日产在经销商管理方面采取了多项举措，包括导入经销商运营管理标准（DOS）、日产 NSSW 标准销售服务体系、定期的经销商会议形式以及开展阶段性、年度评先等活动，强化日产经营方法和品牌理念，同时紧密指导和支持经销商，逐步改善经销商的经营管理综合能力，最终达到经销商水平整体提升的目的。

此外，为不断提升经销商对公司的满意度，郑州经销商支持部每年年底对经销商开展满意度调查工作，调查内容包含对郑州日产的“整体满意度”、对销售订车流程、品牌宣传、区域广代、销售培训、售后服务、精品、区域的经营环境、返利政策等各项工作的“专项满意度”及“对各职能部门满意度”，并根据调查分析结果进行专项改善提升。

◎英菲尼迪经销商管理

英菲尼迪设立经销商运营管理小组，对经销商进行统一管理。经销商运营管理小组关注经销商整体利润状况，帮助经销商从成本控制角度进行新车的利润与成本管理。通过经销商财务管理系统，运营管理小组每月跟进数据，对经销商财务状况和运营利润构成的市场销售费用、管理费用、财务费用等进行分析，与重要财务指标异常的经销商及时沟通，了解原因，与区域经理探讨后共同提出改进建议并监督改进进程。

英菲尼迪还建立了完整的经销商风险评价体系，该体系包括 15 个相关财务指标，综合评价经销商的营利能力、成本能力、承载能力等五个运营能力。根据系统每月生成的风险报告，经销商运营管理小组将经销商分为 A 至 E 五个等级，对处于高风险区的经销商予以特别关注。同时持续关注经销商承载能力，一旦经销商资产负债率发生异常，运营管理小组将会持续跟进，帮助其摆脱困境。



经销商培训

◎东风日产经销商培训

2013年东风日产在原有经销商循环认证分级制度基础上，制定了经销商培训体系，旨在每年结合工作业绩以及地区总部的评价，对入职半年以上的总经理、部门经理、销售顾问进行人力测评和分级，之后切合其需求对不同层级的人提供培训。这个体系在2013年采用部分试点之后，将在2014年全面推广。

同时，东风日产聘请第三方机构进行专营店明访、暗访、电话调查等，督促专营店按照东风日产的要求和标准为客户提供最高品质的服务，针对表现较差的专营店，东风日产根据检核重点进行分类和特训特训。

在人力保留方面，东风日产对优秀的经销商进行“大会表彰+奖金”的奖励措施，年度最佳专营店的总经理和部门经理获得清华EMBA一年的高级培训。

◎郑州日产经销商培训

2014年郑州日产经销商培训工作将重点围绕强化二级网点培训和强化卖点话术掌握情况，同时由总经理办公室负责开展经销商满意度调查，每年对所有经销商发放满意度调查问卷。



◎英菲尼迪经销商培训

自2008年进入中国以来，英菲尼迪便开始开展经销商培训。迄今，培训已经从产品、经销商能力提升、经销商员工职业生涯规划逐步发展到一系列基于行业特色、发挥品牌特性的培训，涉及经销商流失率高、关键岗位职业生涯、关键绩效指标（KPI）、经销商培训认证和豪华品牌认知等多个方面。

2013年英菲尼迪开设了英菲尼迪培训学院，致力于通过整合的学习体系帮助英菲尼迪为经销商提供连续的、提升尊贵客户购买和拥有体验的服务，并提供高质量的培训。

2013年英菲尼迪学院培训数据

课程数量	参加人数	培训天数
195	5,430	666



员工责任

员工是企业最重要的资源，是企业创造一流产品和服务的主力军。日产在华企业认识到自身发展离不开每一位员工的努力与付出，因而力求创造一个安全、舒适，保障员工身心健康且有动力迎接挑战的工作环境。



员工管理理念

日产中国本着“集结我们每个人的力量挑战——‘品牌力、销售力、提升品质、业务扩展、降低成本’”的人力资源管理理念，全力打造多元文化共生共荣的平台，积极保障员工的合法权益，建立并不断完善畅通的沟通渠道和职业发展培训体系，为每个员工的发展提供支持。

东风日产将“快乐工作、快乐生活、快乐成长”为基础的快乐文化作为企业文化，秉承“关爱、公平、专注、合力”的人力资源理念，致力于为员工营造和谐向上的工作氛围、丰富精彩的职业人生和基于价值贡献的个人回报。

郑州日产则是坚持“相信、相伴、相成就”的企业发展理念，遵循“让合适的人做合适的事”的原则，积极履行对员工的责任。

创造安全的工作环境

日产在华企业积极遵循总部在全球范围的关于安全工作的政策，按照统一的全球劳动力安全标准，确定并解决工作环境中潜在的问题或隐忧，最大程度地确保员工的安全。

在生产安全问题首当其冲的一线工作场所，东风日产秉承“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，构建了完整的作业环境和安全生产条件并持续改进，确保员工工作场所安全、健康、舒适、人性化。

东风日产分别于 2003 年和 2005 年建立了安全管理体和环境健康安（EHS）全管理体系，此后先后导入危害预知（KY）活动、开展安全标准化、推行三个环境链、

安全评估系统（SES）等先进安全管理方式，不断完善 EHS 体系，并逐步将企业对安全的重视“辐射”到全价值链体系。

多年来，东风日产各项职业安全指标均小于控制目标，杜绝了因工较大伤亡以上事故的发生，特种（危险）作业人员持证上岗率达 100%，特种设备依法定检率及合格率达到 100%。由于持续的技术进步和管理改善，东风日产获得国家安全标准化一级企业等殊荣。

郑州日产对新入职员工进行“三级”安全教育，强化员工的安全意识；要求从事车间一线生产工作的员工必须按国家职业安全保护的要求穿戴劳保用品；并在各车间均设立安全员，全天 24 小时进行现场巡查，避免因不安全操作对其本身或他人造成伤害。



员工权益保障

日产在华企业注重保护员工权益，在法律法规的框架内，严格落实各项用工政策，建立了有竞争力的员工薪酬和福利体系，坚持与员工共享企业发展的成果。

落实用工政策

日产严格遵守国家劳动法律法规和所在地政策要求，依法签订劳动合同，尊重并保护员工合法权益，保障员工的工资、社会保险、各项福利待遇等权益。

东风日产严格遵守国家用工政策，强化劳动关系保障，与工会签订《集体合同》、《劳动安全卫生专项集体合同》，同时设立劳动争议调解委员会，健全员工权益组织，强化劳动关系保障。东风日产还专门设置了女工权益保护专项集体合同，从制度上对女工的特殊权益做了规定。郑州日产制定了《郑州日产员工考勤管理规定》，保证员工休息休假的权利。

日生产力求创造一个包容的工作环境，不因性别、国籍等因素对员工产生歧视，鼓励所有员工积极参与公司活动，规划自身职业发展。郑州日产将多样性贯穿整个生产链，在开展公司内、外部招聘时，唯才是用，均从岗位所需工作技能、专业知识水平出发，无男女性别、民族、年龄等歧视条件。

完善的薪酬福利体系

◎薪酬管理

日产在华企业建立了现代化的薪酬管理体系，为员工提供有竞争力的薪酬，保障每位员工享受各项法定的社会保险和福利。

东风日产以平衡计分卡（BSC）为基础，建立了一套与公司行业地位相符的、兼具对外竞争性和对内公平性的薪酬体系，在此基础上还设置了包括总经理特别奖制度化、核心人才长期激励、关键岗位津贴、年度调薪在内的额外激励计划，有效地调动了员工的工作积极性，保证了公司事业的可持续发展。

郑州日产根据公司经营情况，适时展开薪酬标准调整、职位晋升薪酬对应、业绩调薪、经营性奖励发放工作，不断完善优化员工薪酬体系。2013年郑州日产进一步完善了原有的包含平衡记分卡、KPI等理念的绩效管理体系。截至2013年底，郑州日产已经完成了技能体系、管理技术体系、行政体系三大序列、四大通道覆盖全体系员工的薪酬体系构建工作，构建起为岗位付薪、为能力付薪、为业绩付薪的薪酬支付体系。



◎员工福利

日产中国形成了较为完善的二维福利模式，在提供国家法定福利的基础上增加多项额外福利，包括多种假期和补贴，提供年度健身卡、洗牙卡、员工生日礼物、新婚福利卡、员工子女新生儿福利卡等。

东风日产以“消费者”理念为导向，忧员工之所忧，急员工之所急，建立了高效的福利策略，在员工生、老、病、伤、残，衣、食、住、用、行等方面提供全方位的立体保障，包括提供员工自选的体检菜单、交通补助，构建员工关爱中心，解决子女教育、协助解决员工及家属落户、夫妻两地分居等问题。



员工沟通

畅通的内部沟通是企业良好运营的保障。日产在华企业通过制度保障、畅通沟通渠道、开展员工满意度调查等多种形式，最大限度地了解员工声音。



制度保障

完善的沟通制度是沟通文化的基石。日产中国坚持以职工代表大会制度为基础的企业民主管理、民主参与和民主监督制度，从制度上保证了员工对企业的知情权、参与权、选择权和监督权。郑州日产针对员工沟通，形成了总经理经营形势会议制度、员工代表大会制度、党支部工作手册、党群工作例会制度等一系列支持制度和指导文件。

多元沟通渠道

随着员工构成结构的日趋多元化，日产在华企业不断完善员工沟通体系，积极探索与推广新的沟通渠道，力求实现信息畅通，达到沟通效率和价值的最大化，增强企业的活力。

日产中国通过多种形式加强沟通，包括设立员工意见箱、举办“总经理午餐沟通会”、设立内部网络企业信息公开栏等方式，最大限度地确保企业信息公开透明。另外，日产中国人力资源部高管的直线电话也向全公司员工开放，接受员工关于权益问题的咨询和投诉，并及时为员工解决问题。

东风日产坚持员工民主生活会、群众路线反映问题及对策双管齐下的群众路线，通过多种形式与员工保持畅通

的交流，包括定期举办员工座谈会、员工论坛、员工代表大会、年度高管论坛、员工满意度调查、内部 OA 系统、总经理信箱等。

郑州日产则是采取了总经理经营形势报告会、党群工作例会、员工代表大会、员工代表小组组长联席会议、员工满意度调查、不定期的党群工作部与人力资源部召开的沟通会等形式，保障信息的有效传达。

员工满意度调查

日产中国不定期进行员工满意度调查，根据调查结果确定公司和各部门的优势及需改进方面，据此制定并执行针对特定需求的行动计划。日产中国计划于 2014 年引入全球组织进行员工满意度调查，以对员工的工作满意度有更清晰、准确的掌握。

东风日产每年聘请第三方机构开展两次员工满意度调查，并根据调查结果督促各部门进行改善。由于对员工满意度的高度重视，东风日产的员工主动离职率和关键人才流失率远低于行业平均水平。

郑州日产在经济效益稳步提升的同时，也重视员工满意度调查和持续改进，并维持非常低的员工流失率。2012 年和 2013 年的合同工流失率仅为 4.04% 和 3.40%。



员工成长

日产坚持员工与企业共同成长，并提供了畅通的职业发展途径和多方位学习培训体系，将员工的长足进步凝聚成企业不断进步的原动力。

支持职业发展规划

日产中国针对员工的发展方向，提供了专业型和行政型两条晋升路径，并辅之以相应的培养和培训计划。2013年日产中国还改进了绩效面谈流程和文件，强调领导辅导员设定职业发展目标和个人能力发展计划，计划在新的一年付诸实施。

东风日产为员工提供了多渠道的职业发展通道，鼓励每位员工依托公司的发展平台实现自我成长目标。东风日产每年为员工提供一定比例的职业晋升机会，符合条件者可自主申请，经过公开答辩、评审和业绩评价，经公司人事委员会审定，最终公布晋升结果。

郑州日产 2013 年致力于全员职业生涯规划体系，在保障晋升途径畅通的同时，着力提升干部选任工作的满意度。本着对全员负责的态度，对新任干部开展 360 度民意测评，坚持对选任干部采用任前公示，纪委、监审全程监督的方式，确保干部选任过程公开透明。

培训体系

日产在华企业关注员工个人成长和职业发展，提供了扎根本土的高水准、专业化培训，帮助员工发展专业技能和提高职业素养，并且在原有培训机制上，不断推陈出新，开展创新培训课程和项目，完善员工能力结构，如建立内部讲师团队，搭建线上学习平台，引入电子化学习项目等，为企业发展注入源源不断的活力。

◎日产中国培训体系

日产中国根据公司的业务发展战略和岗位胜任力要求，制定了项目多样、内容丰富的培训计划，以提升员工专项能力、强化人才供应链，其培训体系包含基础类培训、沟通类培训、专业技能类培训和管理 / 领导力培训四个主要内容。

培训类型	课程	对象
基础类培训	新员工培训、制度法规培训等	各层级员工
沟通类培训	商务英语、驻足思考等	员工自行申请
专业技能培训	各部门业务流程、行业知识、讲师培训等	员工自行申请
管理 / 领导力培训	新经理培训、高效能人士的七个习惯、情景领导、绩效管理技能提升等	副经理和以上级别员工



◎东风日产培训体系

东风日产从员工和组织需求出发，以学时、学分、认证三重保障促进人才培养，设计了入职包、学分包、认证包、提高包四大课程包，并为管理技术人员和技能人员提供了两套完整的培训认证体系，形成了独具特色的覆盖全员的东风日产学习方式及人才培养方式。

◎郑州日产培训体系

郑州日产强调以用为本，开展新知识、新技术、新技能、新产品、质量改善及管理优化培训，重点提升员工岗位胜任能力、执行力、创新能力、解决问题能力、团队合作能力，增强员工客户导向意识、目标导向意识、质量意识和工作效率。培训采取工作中培训、培训中心培训、网络学院等多种方式，覆盖了从制造、研发到管理的公司全员。

近三年来，郑州日产结合员工职业生涯规划，不断完善培训体系，相关举措包括：构建培训学分制度，提出低职等人员晋升必须满足的参训学分要求、高职等人员必须进行岗位培训的学分要求；构建外语能力提升体系，以考带学提升员工外语水平，提升中外员工融合度；在技能员培训方面，沿用日产全球的技术培训中心体制，以种子讲师的方式，提升技能员内训的有效性。

东风日产培训体系

针对管理技术人员	以学分制促进员工职业能力提升，形成“星计划”、“职业人”、“团队人”、“经理人”四大学分体系； 以能力认证制度推动组织基础能力发展，形成“流程管理”、“项目管理”、“管理改善”、“培训讲师”的四大认证序列。
针对技能人员	依托日产先进的现场管理经验，形成东风日产“现场七管理”培养体系； 建立基本技能训练场，覆盖装配、喷涂、冲压、焊接、保全、质检、机加等七大基本技能培训体系。

东风日产成长导师计划

为强化对新入职应届大学生的服务，从2013年开始，东风日产在原有的工厂导师、专营店导师和岗位导师的基础上，为每位新人配备公司资深中层管理人员为“成长导师”，形成全方位的导师辅导制度，帮助新员工快速成长、快速融入公司。





员工关爱活动

日产在华企业开展各种关爱活动，丰富员工生活，促进实现工作与生活平衡，从而提高员工的幸福感，同时对有需要的员工给予必要的帮助，帮助员工尽快度过难关。

◎日产中国员工关爱

日产中国特别关注女性职工权益和生活困难员工。针对女性员工，日产中国提供妇女节赠送节日卡、增加女员工检查项目等关爱计划；针对生活困难员工，日产中国成立帮扶基金，帮助解决他们面临的实际问题。2012年日产中国还根据员工幸福感调研，开展了一系列的培训和一对一的心理健康辅导活动。

在工作之余，日产中国每年都会提供全额活动经费，组织旅游、团队建设等丰富多彩的员工活动，增进员工间交流，缓解工作压力，力争工作、生活平衡。

◎东风日产员工关爱

2009年东风日产启动了“员工辅导计划（EAP）员工快乐心灵计划”。经过三年的实施，已经形成了包括EAP学习培训、内部EAP团队培养、心理辅导、危机干预四项实施机制在内的、具有东风日产特色的EAP管理体系和模式，为员工提供全方位、分层次的支持和辅导，大幅提高了员工快乐指数。

2013年东风日产开展了鼓励员工自我学习、提高素养的“塑东风日产好习惯，做最美东风日产人”项目，其核心活动“东风日产日”号召全员在每月抽取一天定为主题日，并进行相应活动。目前已有梦想日、读书日、志愿服务日、办公室一小时等多个主题日，其中近一半的主题日旨在向员工传播节约、环保等良好习惯，让员工在身体力行中加深对可持续发展理念的认识。

2003年东风日产在高层倡导下开启“顺风车”搭车活动。2013年东风日产将“顺风车”纳入推广汽车公民理念，实现从员工到全价值链体系、乃至全社会的低碳普及。东风日产在花都风神花园的主干道上建立多个“顺风车”站点，号召有车业主与员工和身边无车的同事、邻居互相匹配，进一步推动“顺风车”活动。



◎郑州日产员工关爱

郑州日产自2006年起引入弹性工作制度，实行不定时工作制度、综合计算工时制度和标准工时制度三种弹性工作时间制度，有助于员工心情愉悦，工作高效。

自2011年起，郑州日产每年都会开展传统节日庆祝和各种文体活动，鼓励员工根据兴趣爱好自发组织各类文体协会，并为各项活动提供费用支持。同时，依托员工爱心帮扶基金，对有困难的员工进行救助。



公司治理 与内部控制

日产中国延续了总部的公司治理与内部控制战略，致力于在遵守相关法律和公司规章的前提下，进行公平、公正、高效的业务经营，同时保持高透明度和一致性，为此，日产中国聚焦合规管理、风险管理和信息安全三个重点，着力于建设有效的内部管理控制系统。



合规管理

日产全球历来重视合规管理，已于 2001 年制定了《全球行为规范》，并先后成立了全球合规委员会和三个地区性合规委员会，通过内部审核或报告尽早发现并解决违规问题，保持并加强对《全球行为规范》的内部认识，以此保证全球的运营符合当地法律法规，防止违法行为和不道德行为的产生。

在中国，为了有效贯彻总部的《全球行为规范》，日产中国制定了此规范的中国对应版——《日产（中国）投资有限公司员工职业行为准则》，准则通过对内外基本准则、商务合作基本准则、全员义务和普遍规定等方面的详细规定，力图强化中国员工的合规意识。

《日产（中国）投资有限公司员工职业行为准则》

对内基本准则

提供平等就业机会、保护公司财产、保护公司知识产权、保守公司机密、避免利益冲突

对外基本准则

遵守法律法规、提供优质产品和服务、保护环境资源、遵守职业行为

商务合作基本准则

商务诚信、相互尊重

风险管理

日产实行外部审计、内部审计与内部控制相结合的制度，辅以相应的财务培训，来有效预防经销商和供应商的经营风险。同时，销售部、经销商网络发展部和东风日产金融还联合成立了经销商风险管理委员会，召开月度会议，帮助经销商度过经营难关。由于管控得力，近三年内经销商融资实现 100% 安全；针对供应商，公司基于已有的采购制度和供应商管理制度，积极与供应商进行沟通，帮助供应商及时发现问题并实现整改。

国家营改增政策出台后，供应商税负发生改变，日产积极与供应商保持沟通，对几十家供应商进行了财务培训，以有效降低企业负担，而对于其中的“困难户”，亦根据实际情况、进行差异化处理。例如，对于物流供应商，日产在充分考虑了其营改增税点从 3% 增加为 11%、抵扣少的实情后，做出了价位不降反升的决定。



信息安全

根据日产全球安全体系与信息安全管理规范，日产中国制定了信息安全工作，组建了副总裁级别以上的信息安全管理委员会，负责年度工作计划制定以及具体工作的推进，所有员工可以通过内网查看学习信息安全管理规范。郑州日产与东风日产亦根据日产全球的政策方针制定相应的政策，与日产中国的相关政策方针保持一致。

为了有效保障信息安全，日产中国实行“预防为主”理念，将文件按机密程度分为五类，对其使用者范围、影响和示例各自做了详细规定。信息安全工作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工作评价六个方面重点展开，并通过 E-learning、信息安全杂志等对全员进行教育与普及，最终达到预防的目的。

2013 年，日产中国为了加强信息安全管理，面向全体员工开展了信息安全 E-learning 培训，员工可以通过公司内网学习信息安全管理方面的规定与知识；为了提高信息安全培训的效率，公司向员工发送了 4 期信息安全杂志，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、信息安全管理小窍门等多个具体问题；同时，公司还按照信息安全管理规范的内容，开展自我评价调查，并根据调查结果制定来年的工作计划。



附录



日产在中国的发展史

1973年1月	第一辆日产公爵轿车抵达中国。
1993年3月	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。



社会认可

日产在华企业 2013 年获得的重要奖项

获奖企业	所获奖项 / 荣誉	颁奖机构
日产中国	2013 中国企业社会责任 (CSR) 公益案例卓越奖	《公益时报》
	世界 500 强企业在中国贡献排行榜位列第 21 位	《南方周末》
	特别贡献奖	《中国买车网》
	中国最佳企业公民	《21 世纪经济报道》
	年度中国汽车企业贡献奖	《南方都市报》
	第三届中国企业社会责任卓越奖	《公益时报》
	2012 年度扶贫爱心奖	中国扶贫基金会
	光明公益奖	中华健康快车基金会
东风日产	2013 年中国汽车界十大公益慈善事件	《中国买车网》
	中国最佳企业公民	《21 世纪经济报道》
	年度中国汽车企业贡献奖	《南方都市报》
	年度中国汽车企业贡献奖年度人物	《南方都市报》
	2013 南都车坛奥斯卡颁奖典礼·年度责任企业	《南方都市报》
	中国企业社会责任榜·杰出企业奖	《第一财经日报》
	猎车·2013 年度社会责任企业	《每日经济新闻》
	2013 超级汽车“年度最受消费者信赖企业”	《新京报》
	可持续发展优秀案例	《经济观察报》
	2013 年度最具社会责任雇主奖	智联招聘
郑州日产	最具爱心捐赠企业	中国民政部主办的第七届中华慈善奖
	年度人文关怀奖	《京华时报》
	2013 年度企业责任案例	《南方周末》
	年度中国汽车企业贡献奖	《南方都市报》
	2013 中国汽车企业社会责任奖	《汽车商业评论》
	2013 最具公众影响力企业社会责任奖	中国公共关系网



第三方评价

《日产在华企业 2014 年度企业社会责任报告》从“社会责任理念”、“经济贡献”、“环境责任”、“安全责任”、“慈善事业”、“质量责任”、“价值链管理”、“员工责任”、“公司治理与内部控制”等方面，介绍了日产在中国的社会责任重点内容，论述详实清晰，丰富地展示了日产履行社会责任的经济绩效、环境绩效、社会绩效和责任管理绩效，体现了报告的完整性。

环境方面，《报告》对日产的二氧化碳排放、VOC 排放、固体废物回收都做了定量披露，针对公司的二氧化碳排放、绿色物流等数据，还进行了三年对比，呈现了日产在环境保护方面取得的成效。针对消费者关注的质量责任，除产品、销售和客户服务质量外，《报告》还对产品召回制度及中国执行情况也做了较为详细的披露，彰显了报告的客观性和真实性。

此外，《报告》也体现了日产对责任管理的重视，不仅将企业社会责任与企业核心业务进行了深度融合，且建立了较为完善的社会责任沟通机制和处置预案，如 GB/T24001-2008 环境管理体系、环境风险应急预案以及完整的产品召回机制等。

综上，日产在中国已经将企业社会责任理念融入到了公司战略之中，实现了企业社会责任工作与企业核心业务的深度融合，并在企业转型升级、提高客户满意度、提高产品竞争力、保证环境安全等方面发挥了重要作用。《报告》对社会核心议题的披露详细具体，实质性和可读性强，是一份优秀的社会责任报告。未来，希望日产公司能够延续这份《报告》的优点，并在“社会责任理念”、“公司治理与内部控制”和量化数据披露方面，做进一步具化和加强。

中国社工协会企业公民委员会副会长兼总干事：刘卫华

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：010-59251818

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