

十年风雨 坚守责任

## 东风Honda首次发布CRS报告

日前,东风本田汽车有限公司(以下简称“东风Honda”)暨企业十周年之际,向社会公众首次发布了《2012年企业社会责任报告》。该报告回顾了过去十年特别是2012年东风Honda在经济、客户、合作伙伴、员工、环保、公益等领域履行责任的成果。同时,立足企业十年成长,东风Honda以更成熟的企业责任感,展望未来、规划未来,开展CSR的全新里程。



□宇轩

## 践行——

## 对利益相关群体负责

东风Honda对责任的践履贯穿于企业的各方利益相关者当中。除了对社会与环境的责任,东风Honda对“客户、合作伙伴、员工、投资者以及政府”等与企业活动利益相关的各方群体负责。首先是对客户的责任:东风Honda以“精益”的态度,将安全、可靠的产品品质,以及能给予“实质的信赖”的服务品质回应客户的需求;二是对合作伙伴的责任:基于双赢的原则,东风Honda强调与经销商、供应商的可持续发展,保持有效的沟通,以及对管理机制进行优化,提升合作效益;三是对员工的责任:秉承“以人为本”的理念,保障员工权益,关注员工发展,努力打造企业与员工的双向沟通平台;四是对投资者的责任:以建立

国际企业为目标,东风Honda努力提高经营效益,保护股东权益,实现稳健的经济回报;最后,东风Honda以稳健的经营收益,向当地政府积极履行在税收、就业、区域带动等方面的责任。

## 回报——

## 奉献环保与公益责任

饮水思源,感恩社会,东风Honda在环保和公益方面同样硕果累累。秉持“给孩子们留下一片蓝天”的环保理念,东风Honda积极建设环境管理体系,围绕“绿色工厂、绿色产品、绿色销售、绿色采购、绿色公民”,打造绿色产业链。各量产车型在环保性能方面成绩显著,全系车型率先达到京V排放标准,并先后引进混合动力版思域与INSIGHT;未来更将加速导入代表Honda技术研发基本理念的FUNTEC技术,首先体现在今年下半年即将上市的JADE车型;自2008年起参与内蒙

古植树活动,累计投入1000万元,种植约74万棵苗木;去年7月,以“技术先进 环保领先”为标志的东风本田第二工厂正式投产,同期导入了600KW太阳能光伏发电系统,开创了国内汽车行业大规模采用光伏发电并应用于生产的先河。与此同时,东风Honda每年开展供应商环境负荷削减项目,积极推进绿色特约店的建设,全面构建绿色全价值链。

本着“全员参与,服务社会,共享喜悦”的理念,东风Honda积极开展灾害援助、扶贫助困、安全教育等系列活动。2008年汶川地震发生后,东风Honda第一时间捐赠100万元现金和两台CR-V支援救灾,同时联合供应商、经销商等合作伙伴共同捐资900余万元,在四川省茂县灾区捐建了东风本田励志小学,并给予持续性的关注与支持。今年雅安地震发生后,又在第一时间捐赠200万元现金和3台CR-V,用于抢险救灾与灾后重建。此外,东风Honda持续开展小学生交

通安全教育、小学生环保绘画比赛、帽子小学一对一帮扶等特色公益活动,给予下一代更多的关注。不仅如此,东风Honda还注重引导鼓励客户与员工的志愿者活动,将公益意识深入推广开来,全面致力于社会公益。

## 改善——

## 为垃圾处理项目贡献力量

展望未来,东风Honda将始终以勇攀高峰的精神探索成长,始终以共生共荣的信念服务社会。在CSR报告发布会上,东风Honda公益委员会携同当地政府代表进行了“农村垃圾处理设备捐赠仪式”。据悉,农村垃圾处理项目是由东风Honda与武汉开发区管委会共同开展,是一个旨在改善农村环境的持续性项目。在去年的十八大报告中,党中央明确提出建设“美丽中国”的宏伟蓝图,而农村环境治理是其中的重点工作之一,也是难点之一。东风Honda此次捐赠,不仅

给武汉当地农村带去了先进的垃圾处理设备,同时还积极推广环保知识与意识,共同改善农村生活环境。同时将以此为示范,向周边各个村镇进行推广,全面推进“绿色开发区”的建设。此外,东风Honda更希望以垃圾处理项目为契机,倡导社会各界对农村关注,并积极投入到对农村生存环境的改善中去。东风Honda相关负责人表示,作为东风Honda十周年系列活动之一,CSR报告的发布不仅力证了企业十年所获成绩,还有利于增强内部与外界对东风Honda履行责任的认同;对内而言,报告的发布将促进公司员工对公司文化的切实践行,提高全体员工的自豪感与归属感,并进一步激发全员履行社会责任的热情。而对外界来说,向社会公众发布报告,除了能够提升公司履行社会责任的企业形象,更重要的是向社会作出庄严承诺,同时也寄予着东风Honda在迎接新十年之际再获社会支持与信赖的美好希冀。



## 东风日产党委书记周先鹏：党建也是生产力



当中国汽车年销量向2000万台稳步迈进的同时,合资厂商的管理能力正接受日益严峻的考验。而当它们在走向经营管理国际化的同时,最具中国本土特色的党组织力量却往往被忽视或是刻意回避。这其中,东风日产无疑是个另类,它的十年发展历程,同时也是一份令人满意的党建工作答卷。正如东风日产党委书记周先鹏所说:“在新时代的企业发展道路上,做好党建工作,有利于推动企业的健康发展、文化建设以及核心竞争力的提高,我们也因此获得了巨大的收益。显然,党建也是一种不折不扣的生产力。”

“五引领”责任党建  
助推东风日产腾飞

在一般的合资企业里,外资方普遍对中国的党委组织抱有“戒心”,这也使得党建工作存在先天的被动,难以发挥积极作用。在东风日产成立伊始就建立的公司党委,秉持与企业共同发展的理念,努力把政治优势转化为企业发展的内在动力,始终战斗在企业发展的关键时刻的第一线,不仅对东风日产的发展作出了巨大贡献,也赢得了外资方的高度认可。为了确保党的精神优势能够在合资企业中发挥正面作用,东风日产党委坚持用党的方针政策引领企业发展,用党的政治优势凝聚企业力量,用党的优秀文化激励企业成长,用党的人本理念关爱企业员工,用党的组织优势保障企业和谐,多年不懈创新,逐步确

立了政治引领、发展引领、文化引领、幸福引领、和谐引领“五引领”的责任党建格局。

东风日产“五引领”责任党建体系,把党的责任化为了企业的领导力、发展的驱动力、文化的凝聚力、幸福的推动力、和谐的构筑力,把党的先进性成功转化为企业发展的先进性,打造了东风日产高速发展的“合”心竞争力,造就了令业界侧目的“东风日产速度”。

## “党建也是生产力”

在合资汽车企业中推动党建工作,难度最大,标本意义也更加鲜明。在东风日产面临不利发展环境的时刻,党组织始终冲在一线,把党员“责任心强,事业心重,遇问题敢担当,政治觉悟很高”的优点转化为企业发展的推动力。而在东风日产发展的顺境,党组织始终凝聚人心,带领员工为梦想挑战不止。

东风日产党委的创新型工作思路,不仅促进了企业的发展,赢得了广大员工的信任,也赢得了日方管理层的高度认同和尊重。公司现任总经理松元史明,深有感触地说:“西班牙日产的工会,更多地强调政治地位,反映员工意见,但不关心公司业绩。而在东风日产,经营管理层和工会从两个角度、两个侧面,支撑公司的发展。工会通过走访、沟通,不仅是搜集员工意见,为员工排忧解难,更重要的是以公司业绩和员工利益唇齿相依的关系,激发员工的主观能动性,提高员工对企业的认同感和归属感。”(陆小虎)

## 东风标致301车系力拓中级车市

7月10日,来自东风标致的消息称,其全新中级车301系列产品会在第四度正式推向市场。根据既定的计划,这是针对中级车市场中低端细分区间的一款产品。其主要竞争对手为捷达、桑塔纳、伊兰特等产品。在引进301系列产品后,东风标致实现了对中级车市场的全覆盖。在该细分市场的高端区间,东风标致投放了308系列产品;在该细分市场的中端区间,东风标致有408系列产品;而301系列产品则进一步细分了该区间,成为该区间的入门级产品。

在品牌层面,东风标致引进的301系列车型系出名门。早在1932年,标致就推出了301系列老爷车,它是标致品牌当时根据空气动力学原理打造的量产车。这款车奠定了标致品牌在工业设计领域的领先地位,经典的“大波浪”和“曳地裙”造型至今仍为很多车迷津津乐道。在世界汽车工业史上,标致301洗车车型具有举足轻重的位置。

延续301开创的辉煌历史,标致品牌的3

系产品,成为世界汽车市场的主宰性力量之一。其中,302系列的“风中水滴”造型,引领了彼时的汽车设计潮流;306系列配备双气囊和ABS的配备,同样是当时行业中的领先者;303称霸勒芒,307横扫WRC,引领标致品牌跨入了新的运动领域。标致汽车3系产品传承其“致雅、严谨、激情”品牌优势80余年,最终获得全球超过1200万用户的广泛认可和称赞。

标致品牌的高管表示,东风标致的企业战略可以确保其能保持在中国市场的稳步增长。2012年8月底,东风标致发布了E动战略,为东风标致品牌与产品提供了技术层面的支撑。在接下来的时间中,东风标致将陆续导入在中国市场备受关注的涡轮增压及变速箱技术。1.6CVVT、1.8CVVT、1.2THP、1.6THP和1.8THP共5台发动机以及第三代6AT变速箱会陆续的导入中国市场。其中,1.6THP发动机与变速箱技术已经匹配在3008等车型中。借此,东风标致进入了T时代。

(陈飞)

爱玛助力周董《天台爱情》  
电动车营销的第一张感性牌

夏季,总是热血青春的。由代言爱玛电动车的周杰伦自编自导自演的《天台爱情》7月11日起全国上映。同时作为该片的赞助商,爱玛电动车通过品牌的巧妙植入,讲述了爱玛品牌与繁华都市中那批“活出自己”的“天台人”共同的浪漫与热血,复古而感人的故事情节不仅得到年轻们的强烈共鸣,更能引发而立之年的“老朋友”们的集体怀旧,同时也打出电动车营销的第一张“感性牌”。

电影《天台爱情》风格走复古风格路线,近似于上世纪70、80年代。影片中以爱情为发展主轴,成功的结合舞蹈、音乐、武术为一体,被称为“前所未见的电影类型”。爱玛品牌在影片中的出现,不仅增添了影片中复古怀旧的气氛,还演绎了“天台人”简单的激情与快乐,揭示人性最本真的善良,更见证了无数如《天台爱情》主人公一样的平凡人的成长。

据爱玛电动车相关负责人表示:“《天台爱情》中温暖的关怀,浪漫的爱情,残酷的热血其实正是现实生活中爱玛用户的缩影,



也是社会对以爱玛电动车为代表的电动车行业产生情感认知过程的真实写照。借助电影,我们希望能够叙述爱玛用户在成长中为社会产生正能量的历程,展现爱玛品牌与中国电动车行业共同摸索前进的14年。现在已然成为行业领导者的爱玛,除了对全中国用户表达感恩之情外,也期待可以与更多人一起谱写关于青春热血的回忆。”

为配合《天台爱情》的上映,爱玛各地经销店根据当地情况同时开启“购车送电影票”活动,还有各种形式多彩的促销活动。还等什么?行动起来,和爱玛,周董一起,活出自己。(胡可)