



The *WALT DISNEY* Company

企业社会责任报告

2018

高管致辞

华特迪士尼公司[®]是全世界最知名的公司之一，以挑战创造力和创新极限而著称，提供令人难忘的娱乐体验，为世界各地人们带来欢乐和喜悦。对我们同等重要的是，我们被视为世界最受尊重和敬仰的公司之一。因此，只要有迪士尼公司名称，也就体现出我们强有力的承诺，即始终恪守道德准则，以负责任的态度打造内容和产品，维护彼此尊重的工作环境，对社区进行投资以及做好环境保护。

我们的业务目标和战略与成为优秀企业公民这一承诺保持一致不只是“锦上添花”，而对我们来说，也是企业责任要求。消费者越来越看重行动富有目的性，在解决对其重要的问题方面处于领先地位的公司。我们认识到，在公司业务和运营两方面同时做出企业社会责任承诺至关重要。毋庸置疑，在环境、社会和地缘政治方面，我们的业务运营条件正在发生巨大变化。为取得长期财务成功，我们必须考虑这些因素并以我们的承诺为指引，围绕可持续发展的未来制定重点战略。

回顾过去，我很自豪地说，在企业社会责任方面，2018年可谓极具里程碑意义。通过持续降低我们对环境的影响，有效接触社区成员并确保以合乎道德的方式制造产品，我们继续坚定落实努力成为受人尊敬的公司这一目标工作，同时我们也决定，在我们认为可通过慈善行为产生最大影响的其他领域内扩大重点工作范围。

在3月，我们宣布新制定一项覆盖全企业范围的社区服务和慈善计划，即“迪士尼英雄团队”。通过“迪士尼英雄团队”计划，华特迪士尼公司承诺在未来五年投入1亿美元，用于向世界各地儿童医院中的患儿及其家庭给予慰藉和鼓励。通过充分利用迪士尼资产和能力，我们将以创新方式讲述永恒经典故事，为住院患儿及其家庭减轻压力。2019年4月，我们将在德克萨斯州休斯顿儿童医院启动第一个试点项目，并计划逐步延伸到美国以及世界各地其他医院。此外，在整个2018年，我们在中国多家医院不断建设迪士尼主题游戏室，在英国伦敦大奥蒙德街区医院开设以海底世界为主题的迪士尼礁区游乐场，还在香港儿童医院捐赠迪士尼主题服装以供住院患儿穿着。

2018年，我们还大力推进对环境管理的承诺，着重于在经营和拓展业务的同时善用资源和保护地球。可以自豪地说，我们超额完成2018年将饮用水用量维持在2013年水平的用水目标。即使业务增长超出计划预期，但在2018年，我们仍然实现用水量比2013年下降近6%。2018年7月，我们宣布，到2019年中期，华特迪士尼公司将在全球所有自营业务场所彻底消除一次性塑料吸管和塑料搅拌棒，这相当于每年减少超过1.75亿个吸管和1300万个搅拌棒。此外，我们还宣布，在未来几年内，我们将对酒店和游轮客房设施换用可重装用品，这有助于将客房塑料用量减少80%。我们还在全球所有自营业务场所努力完成聚苯乙烯杯消除工作。这些措施都是我们旨在减少一次性塑料制品的长期工作的一部分。

去年，迪士尼将电影《黑豹》搬上世界各地影院银屏。到目前为止，这部电影创纪录的票房表现（超过13亿美元）使其进入有史以来票房最高的10大电影行列，不仅成为一种文化现象，而且打破以多元文化为背景根基的电影不能成为全球热映大片的传统观念。《黑豹》只是体现我们的战略重心如何在台前幕后以及各业务部门推动创新并取得卓越业务成果的最新一例。

消费者非常关注我们公司如何运营。无论迪士尼品牌产品生产地点位于何处，我们始终致力于构建安全、包容和互敬互重的工作场所。去年9月，我们通过供应链投资计划宣布新一轮投资，旨在制定可解决全球供应链中系统性劳工问题的可扩展解决方案。自从2012年以来，迪士尼已对全球创新项目投资将近1900万美元。

2018年，在对社区造成影响的多次自然灾害中，迪士尼公司及其员工做出及时响应，我们对此引以为傲。飓风“佛罗伦萨”对南北卡罗来纳州各地家庭造成史无前例的灾难性打击，赈灾救援响应及时纷至沓来，而这有力证明，在困难时期，众人团结一心、互帮互助，可产生巨大影响。华特迪士尼公司承诺捐款援助，为受飓风影响的灾民提供避难所、应急物资、医疗救助、食物及其他挽救生命的服务。此外，我们自营ABC电视集团旗下八家电视台广泛深入的救灾特别节目

也让观众通过电话和在线方式为此慈善事业捐款。通过迪士尼员工配捐计划，迪士尼公司也为员工的每笔合格捐款提供等额配捐。这是去年我们为多家组织提供的超过3.32亿美元慈善捐款的一部分。

我们对这些及其他许多成就深感无比自豪，也会不断挑战自我，以确保我们的承诺和举措侧重于对我们的业务和社区影响最大的领域。这些持续努力的基础充分体现出我们的卓越价值观和传统，以及华特迪士尼公司的广泛影响和资源。我们努力成为一个优秀的企业公民，并自豪地与您分享我们的成就，感谢您的支持与关注。随着我们着手实现明年目标，可以肯定的是，我们会不断探索可产生积极影响的新途径，同时寻找新机会，在最大程度上为周围世界带来积极影响。

谨致问候

CHRISTINE M. MCCARTHY
高级执行副总裁兼首席财务官
华特迪士尼公司

“我们会不断挑战自我，以确保我们的承诺和举措侧重于影响最大的领域...”



2018 年目标绩效

我们相信，经营一个受人尊敬并有社会责任感的公司是一项长期投资，这不仅在今天对我们有好处，还有可能在未来对支持世界各地的儿童和家庭产生更广泛的影响。目标是一个重要的工具，有助于衡量公司的进步和引导公司的未来规划，我们还将定期对目标进行评估，以判断其是否与我们的整体战略愿景保持一致。

目标定义

基于华特迪士尼公司的财年，除非特别标明该目标按照日历年度来报告
除非另有说明，所有目标日期均指迪士尼公司的财年结束日期（前一年 10 月份开始，当年 9 月份结束）。例如，当某个目标表示“在 2018 年前”，我们指的是 2018 财年结束前，也就是 2018 年 9 月底之前。

这些目标是动态的并且可能随时更新或更改。
设定努力方向和目标不是一个静态过程。我们将不断评估这些目标的可行性和效用。

兼具远大性和可达性。

这些目标中有些代表了“夸张”的抱负。有时尽管我们很努力，但是市场和其他条件可能会影响我们实现这些目标的能力。

有时限性并且具有前瞻性。

本更新包含前瞻性目标和努力方向。这些目标具有某种不确定性，无法保证能够完成。还可根据业务优先级及其他外部因素的变化对其进行调整。



环境

- 进展顺利
- 进展顺利
- 已实现

志愿者服务小时数

- 进展顺利

健康生活

- 许可批发食品销售 进展顺利
- 全球广告 进展顺利



目标

排放

目标



进展顺利

截至 2020 年

净排放比 2012 年的总量水平减少 50%。

2018 年内

我们的净排放比 2012 年的水平减少了 44%。

垃圾

目标



进展顺利

截至 2020 年

实现从垃圾填埋场和焚烧厂转化 60% 的垃圾。

2018 年内

对于迪士尼的主题公园和度假区、制片厂和办公场所产生的运营废物，我们实现了 54% 的转化率。

水

目标



已实现

截至 2018 年

将现有场所的饮用水消耗量维持在 2013 年的水平。制定针对新场所的节水计划。

2018 年内

我们的饮用水消耗量比 2013 年基准水平减少了 5.8%。上海迪士尼度假区制定了一项节水计划。

志愿者服务小时数

目标



进展顺利

截至 2020 年

通过迪士尼志愿者活动让员工义务提供 500 多万个小时的社区服务。

2018 年内

为庆祝该计划实施 35 周年，迪士尼志愿者以技能、时间和工作等方式，提供了超过 600,100 小时的志愿者服务。从 2012 年开始，迪士尼志愿者已经贡献了总计约 400 万小时的服务。

健康生活

目标



进展顺利

截至 2020 年

将符合我们全球营养指导方针的日常食品占全球许可经营批发食品销量的比例提高到 85%，并继续在北美实现 85% 的目标。

2018 年内

我们继续在北美实现 85% 的指导目标。2018 年，我们还在全球实现 85% 的指导目标。



进展顺利

截至 2020 年

在全球范围，所有受迪士尼控制且重点针对美国儿童的媒体平台和迪士尼旗下面向有年幼孩童家庭的在线网站都将与符合全球营养指导方针的食品和饮料挂钩。

2018 年内

我们在美国实现了此目标。我们继续在全球朝着这一目标努力。



数据表

环境管理	2018 ¹	2017	2016
直接排放 ^{2,3,9} (公吨 CO ₂ e)	897,523	843,195	866,219
间接排放 ^{2,3,9} (公吨 CO ₂ e)	1,027,874	1,034,240	912,877
直接排放和间接排放合计 ^{2,3,9} (百万公吨 CO ₂ e)	1.93	1.88	1.78
清偿的碳信用 ^{4,5} (公吨 CO ₂ e)	892,769	804,859	685,706
净排放量 (百万公吨 CO ₂ e) ^{2,3,4,5,9}	0.98	1.03	1.09
总能量 (兆瓦时) ^{6,9}	5,907,648	5,826,719	5,518,223
从垃圾填埋场和焚烧厂转化的垃圾总量百分比 (吨) ⁷	54%	46%	45%
用水量 (十亿加仑饮用水) ^{8,9}	6.46	6.9	7.04

战略性慈善行为

企业捐赠 (现金, 百万美元) ¹⁰	\$103.7	\$104.5	\$101.0
企业捐赠 (实物捐赠, 百万美元) ¹⁰	\$229.1	\$244.1	\$301.1
志愿者服务小时数	600,100	486,600	542,800

工作场所	2018 ¹	2017	2016
全球员工 ^{11,12}	183,677	180,154	178,985
少数民族百分比 ¹² (美国 员工)	42%	42.8%	40%
少数民族百分比 ¹² (美国 管理层)	25.1%	25.3%	24.4%
女性百分比 ¹² (全球员工)	53.1%	52.9%	52.7%
女性百分比 ¹² (全球管理层)	43.4%	43.2%	43%
少数民族 女性 残疾人 退伍军人 伤残退伍军人以及同性恋 双性恋和变性者拥有的商业企业的总计直接开支 (百万美元) ¹³	\$554.7	\$432.7	\$478.6
提供的培训 (独一无二) ¹⁴	20,700	19,400	17,300
参加培训人次 ¹⁴	1,027,500	1,027,800	1,025,200

供应链: 设施足迹

财年期间制造迪士尼品牌产品的设施总数 ¹⁵	40,100	37,500	34,200
国家/地区总数 ¹⁵	102	100	96
占设施总数 1% 或更少的国家/地区数	90	88	84



供应链：设施足迹 - 国家/地区数据¹⁶

	2018 ¹	2017	2016
迪士尼品牌产品制造设施总数（按国家/地区）： 数量（占总数百分比）			
中国	10,050 (25%)	9,500 (25%)	9,000 (26%)
日本	8,300 (21%)	7,800 (21%)	7,200 (21%)
美国	4,850 (12%)	4,500 (12%)	3,700 (11%)
韩国	1,840 (5%)	1,790 (5%)	1,500 (4%)
巴西	1,460 (4%)	1,380 (4%)	1,270 (4%)
意大利	1,280 (3%)	1,290 (3%)	1,320 (4%)
中国台湾	1,080 (3%)	990 (3%)	830 (2%)
印度	980 (2%)	820 (2%)	730 (2%)
英国	870 (2%)	770 (2%)	730 (2%)
法国	820 (2%)	780 (2%)	710 (2%)
葡萄牙	700 (2%)	620 (2%)	520 (2%)
德国	600 (1%)	600 (1%)	550 (2%)
所有其他设施（在占设施总数 ≤1% 的国家/地区）	7,270 (18%)	6,660 (18%)	6140 (18%)

供应链：已确定的补救调查结果百分比^{15,17, 18, 19, 20}

	2018	2017	2016
童工	1%	1%	1%
非志愿劳工	1%	1%	1%
胁迫与骚扰	0%	0%	0%
反歧视	1%	1%	1%
结社	1%	1%	1%
健康和​​安全：工厂	84%	85%	86%
健康和​​安全：宿舍	3%	3%	4%
补偿：最低工资	7%	8%	9%
补偿：加班工资	11%	11%	13%
补偿：加班时数	66%	63%	61%
补偿：社会福利	61%	59%	59%
保护环境	30%	33%	36%
其他法律	22%	25%	28%
分包	2%	3%	5%
监测与合规性	8%	10%	11%
出版	3%	4%	5%

健康生活

	2018 ¹	2017	2016
符合迪士尼营养指南的日常食品占迪士尼许可经营批发食品销量的百分比			
全球	86%	79%	70%
北美洲 ²¹	达到 85% 的目标	达到 85% 的目标	达到 85% 的目标

数据表脚注

1. 迪士尼的财年通常从最接近 10 月 1 日的周日开始，到最接近 9 月 30 日的周六结束。
2. 迪士尼温室气体目标范围包括拥有和运营的资产（例如迪士尼乐园和度假区、迪士尼邮轮公司和商业空间）、租赁资产（如迪士尼商店和办公地点）以及制片（包括故事片、电视、戏剧和 ESPN）。
3. 温室气体排放的测量和计算依据为世界资源研究所 (WRI) 和世界企业可持续发展委员会 (WBCSD) 温室气体核算体系的《2004 年修订版企业会计和报告标准》(GHG 核算体系)。
4. 碳信用来自根据公认标准（例如气候行动储备方案、核证减排标准、黄金准则等）制定的项目。所有信用均由有资质的第三方审核机构验证。可在我们的[网站](#)上查看碳信用额度清偿证书。
5. 合同工具和来源特定的排放因素可用于计算信用清偿和净排放，以更好地反映迪士尼的业务运营状况。经过这些调整，迪士尼公司 2018 年的直接和间接排放合计为 187 万 MTCO₂e。
6. 总能源包括电力、天然气、冷却水、热水、蒸汽、可再生能源和燃料。
7. 转化包括运营回收、堆肥、捐赠、出售和清算的物品、存档的物品、热垃圾产能，以及非热垃圾产能。垃圾包括不能回收能源的运营填埋和焚烧。设施包括主题公园和度假区、ESPN、企业自有设施和皮克斯。不包括所有租赁资产、迪士尼商店和经销中心、电视台、迪士尼电台和所有建筑材料。
8. 迪士尼的用水目标范围包括拥有和运营的资产（主题公园和度假区、迪士尼邮轮公司、自有商业空间、制片厂和 ESPN）。目标中不包括迪士尼商店和租赁资产的用水量。上海迪士尼乐园的数据不包括在该值中，因为它不是 2013 年基准的一部分。2013 年基准为 68.6 亿加仑。
9. 自 2017 年度企业社会责任报告发布以后，数据进行了修改，以反映因内部审计而对数据实施的修正。
10. 企业现金捐赠包括迪士尼环境保护基金赞助的企业捐款。实物支持指的是有形物品或无形支持构成的任何非现金捐赠。捐赠可包括但不限于商品、主题公园门票、食物、公共服务广播时间 (PSA)、角色/人才露面和其他慈善支持的估计价值。由于在传播、收视率、节目安排、供应情况、定价、市场需求和其他可变因素方面的差异，公益广告 (PSA) 的价值估算方法在各个媒体平台有所不同。例如，在有些情况下，PSA 价值是根据时段的平均销售价格计算的。而在另外一些情况下，该价值是根据轮换时段的平均赞助价值计算的。因此，我们用于评估 PSA 价值的方法不止一种。在 2017 财年，针对一些特别举措（墨西哥地震和特奥会），存在停产玩具下线产品一次性捐赠以及广告和 PSA 援助。而在 2018 财年，这些捐赠并未继续，但根据一些特别的地方性举措，公园门票捐赠有所增加，进而抵消一些下降。
11. 员工统计数据反映了我们每个财年年底的员工基数。管理层包括经理级别以及更高的级别。截至 2018 财年年底，华特迪士尼公司拥有大约 20.1 万名员工。
12. 全球员工多元化数字包括我们 SAP 系统中的所有员工。这一数字不包括皮克斯和巴黎迪士尼乐园的员工，同时包括最近 60 天内支薪的临时工，但不包括日工和合同工。少数民族数字和百分比只包括美国员工。迪士尼邮轮公司不包括在国内总数之内。
13. 包括对获得第三方机构认证，作为少数民族、女性、残疾人、退伍军人、伤残退伍军人或同性恋、双性恋和变性者持有 51% 股权、控制权和经营权的公司的一级开支。
14. 对于与培训相关的，这些数字代表 *D Learn* 中的所有员工，但不包括皮克斯、巴黎迪士尼乐园和合同工。参加者可参与多次培训。培训包括网上课程、课堂及在职培训。
15. 数据包括财年内任何时间点的设施活动，并四舍五入到最接近的百位数。
16. 设施总数四舍五入近似取整（对于国家/地区设施数据）。
17. 迪士尼使用世界银行的治理指标 (WGI)，作为找出和比较风险地区以及确定我们需要集中监控资源和要求之地区的主要资源。请参阅我们的[允许采购国家/地区政策](#)。
18. 国际劳工标准 (ILS) 计划致力于持续改善迪士尼品牌产品生产设施的工作条件。对于在审计或评估时在当前设施中发现的所有违反行为为准则的行为，必须在 ILS 计划规定的时间期限内，以 ILS 计划规定的方式纠正，或者进行补救，这是继续使用设施生产迪士尼品牌产品的一个条件。
19. 迪士尼品牌产品的供应链在当前设施中经历了常规波动。2018 年，我们的工厂总数中约有 22% 是迪士尼品牌产品的新生产商，这使得任何年同比都变得复杂了。
20. 这些类别调查结果的减少的原因是由于我们始终努力只与达到迪士尼 ILS 计划要求的授权商和供应商合作。
21. 北美洲（包括美国和加拿大）的计算中不包括 2006 年前的合同协议，并且符合不断发展的儿童营养产品行业分类标准。我们继续评估国际上不断演变的行业分类。

The WALT DISNEY Company

要了解详细信息，请访问

TheWaltDisneyCompany.com

并关注

 [@DisneyCSR](https://twitter.com/DisneyCSR)