



2016
AS FORCE FOR
GOOD
AS NU SKIN

尚善如新

NU SKIN 大中华企业社会责任报告
本报告由安永协助编制

2016

AS FORCE FOR
GOOD
AS NU SKIN

本刊内页全部采用环保纸及大豆油墨印刷
NU SKIN 如新和您一起爱地球





CONTENTS

目录

关于本报告	01
开启发现之旅	03
1 发现·我们	05
1.1 我们的业务	07
1.2 我们的品牌承诺	11
1.3 我们的CSR理念	13
1.4 我们的CSR管理	15
2 探索·品质	19
2.1 品质创新	21
2.2 品质保障	27
2.3 品质服务	29
3 追求·自然	31
3.1 自然理念	33
3.2 尊重自然	34
3.3 守护自然	39
4 协作·团队	41
4.1 团队管理	43
4.2 团队发展	45
4.3 团队关爱	47
5 携手·伙伴	49
5.1 事业伙伴	51
5.2 商业伙伴	55
5.3 公益伙伴	57
5.4 社区伙伴	61
6 汇聚·善力	67
6.1 关于善与爱	69
6.2 传递善与爱	70
6.3 播撒善与爱	81
7 外界认可	83
附录GRI G4内容索引	88

关于本报告

概览

本报告是 NU SKIN 如新大中华发布的首份企业社会责任（以下简称“CSR”）报告，旨在展现 NU SKIN 如新大中华在践行企业社会责任方面“如本、如善、如新”的努力，同时与利益相关方建立沟通，向社会各界分享 NU SKIN 如新大中华区域在“善的力量”方面所做出的努力和承诺。除特别说明外，本报告数据的时间跨度为2016年1月1日至2016年12月31日。

资料来源及可靠性保证

本报告的资料和案例主要来源于公司公开文件。公司承诺本报告不存在任何虚假记载、误导性陈述，并对其内容真实性、准确性和完整性负责。

编制依据

本报告主要依据全球报告倡议组织发布的可持续发展报告指南第四版（“GRI G4”）进行编制。报告内容按照一套有系统的程序而开展，包括：识别和排列重要的利益相关方、识别和排列 CSR 相关的重要议题、确定 CSR 报告的界限、收集相关资料和数据、根据资料编制报告、对报告中的资料进行审阅等。

称谓

文中出现的“NU SKIN 如新集团”“集团”指 Nu Skin Enterprises, Inc. 及其在全球开展业务的所有附属公司。

文中出现的“NU SKIN 如新”及“我们”均指代 NU SKIN 如新集团在大中华区域的相关运营主体，主要包括如新（中国）日用保健品有限公司、美国如新企业香港分公司、美商如新华茂股份有限公司台湾分公司、湖州工厂（指位于湖州的生产基地华茂（湖州）保健品有限公司以及如新（中国）日用保健品有限公司湖州分公司）、奉贤工厂（指位于奉贤的生产基地上海如新生物科技有限公司）。

文中出现的“GICP”指 NU SKIN 如新位于上海的大中华创新总部园区。

文中出现的“元”指“人民币元”。

报告范围及边界

除有特别说明的内容之外，本报告主要覆盖 NU SKIN 如新集团在大中华区域的组织及业务，包括如新（中国）日用保健品有限公司、美国如新企业香港分公司和美商如新华茂股份有限公司台湾分公司。

发布形式

您可以通过如新中国官网查阅并下载本报告

网址：<http://china.nuskin.com/html/content/csrreport.html>

如果您对本报告的内容有任何意见和建议，欢迎通过如下联系方式向我们反馈：

地址：上海市奉贤区环城西路3000号如新（中国）日用保健品有限公司

电话：400-004-5678（转接1），周一至周五09:00-20:00

邮箱：48hrs_reply_china@nuskin.com



NU SKIN 如新集团是全球个人保养品和营养补充品行业的领先企业之一。我们的使命是在世界各地凝聚一股善的力量，凭借回报优越的事业机会、不断创新的优质产品和充实积极的优良文化，赋予人们提高生活品质的力量。我们的愿景是成为全球行业的领导者，赋予销售最为丰厚的回报。



开启发现之旅

为此，我们致力于发现生活的美好，使人们对当下充满信心，对未来保持乐观。2016年，我们依旧不忘初心，继续秉持“善的力量”的核心价值观，带领更多人预见更好的自己。

创新是我们一贯坚持的成长动力，也是引领我们成功的关键动力，我们坚持创新理念，专注于产品研发，致力于为消费者带来创新卓越的产品。品质是我们一如既往的追求。我们在产品生产及销售的每个环节进行质量、功效和安全性等方面的严格监控，符合法律法规的要求。沟通是连接NU SKIN 如新和消费者的桥梁，我们打通多种渠道，收集消费者建议，并给予及时反馈。

我们的每款产品和每项行动，都是对 NU SKIN 如新环境理念的践行。我们将可持续发展的理念贯彻于我们的发展历程中，从高质天然的产品和节能环保的生产过程，到环境友好的新型建筑和倡导绿色的创新氛围，无不展现出 NU SKIN 如新对自然的尊重与守护。

NU SKIN 如新团队大家庭，是实现产品研发生产，并得以在市场广泛推广的重要推动力。对于 NU SKIN 如新而言，团队成员不只是员工，更是最亲的人。我们吸引诚实正直的人才，帮助他们发展领导能力和事业能力，在生活的每个细节给予关怀，并携手互助，一同向世界传播善与爱。

在发展的路上，我们最坚实的力量来自于伙伴的支持。我们的事业经营伙伴精力充沛、胸怀梦想，将 NU SKIN 如新的产品带到全球各个角落，而我们也为之回报以丰厚的商业机会和广阔的发展平台，帮助他们预见更好的自己。我们的产品离不开优秀的供应商伙伴，我们遵循道德采购原则，推进绿色生产、打造绿色供应链，实现共同的目标。我们还扎根社区，致力于创建更美好的家园，并放眼各地，联手众多公益伙伴，将善的力量洒满每个角落。



无论是我们的家人还是伙伴，都是“善的力量”的传播者。全球范围内，NU SKIN 如新集团开展了数以百计的公益项目，在教育、经济、灾害救助等各个领域，都活跃着我们志愿者的身影，他们用善的力量在滋润着一个需要帮助的人，帮助他们预见更好的自己。

过去，创始者们基于诚信、可靠和可持续发展的价值观创办了 NU SKIN 如新集团，开始起步；现在，我们拥有优秀的人才、优质的产品、优良的文化、优越的事业机会，在业界脱颖而出；未来，我们将持续创新并开辟新的发展机遇不断突破。我们拥有好奇的本性，拥有专有科学技术，我们将更深刻地了解衰老的过程和原因，从而研发出更加优质安全可靠的健康和美容产品，为消费者提供内外兼修的抗衰老解决方案。

如新娃娃是每个如新人都非常喜爱的吉祥物。接下来，就由可爱善良的如新娃娃带领大家，开启发现之旅，发现我们，发现本真与善。



如新娃娃：
多么纯朴的理念和追求！请问您对创始人理念有什么样的感受？

NU SKIN 如新高层：

改善生活品质 and 生命格局的强大影响力，往往始于微小而简单的第一步。在进入大中华市场之后，身边越来越多的朋友亲身体验到我们产品的优异，也被 NU SKIN 如新的理念所感染，进而让整个社会更美好。看着我们的行动能产生如此美好的影响，我感到非常欣慰，也充满着力量！

关键绩效

大中华地区设有**63**个体验馆、形象店、时尚店

如新中国区**首批**
在大陆获发直销经营许可证的公司之一

2016年净收益达到**108,400,000美元**
同比增加**245.38%**



发现·我们

一根汤匙 梦想起飞
NU SKIN 如新集团
梦想之路的开启

时光倒回1984年，一个简单而创新的念头催生了 NU SKIN 如新集团，并在日后为全球很多人的生命带来深远的影响。那时，正准备进入法学院攻读硕士的罗百礼 (Blake Roney) 先生受到启发，与伦米勒、戴纯雅等志同道合的伙伴，成立了一家以只创造研发含有100%对皮肤有益成分的产品为理念的公司，从而开创了如新事业。

当年，制成品被放在一个一加仑空罐内，寄到罗百礼家中。对产品有兴趣的顾客，须自备容器前来，让罗百礼用汤匙为他们装产品。自此，NU SKIN 如新集团“营养优质 纯天然”的产品广受欢迎。这根汤匙是 NU SKIN 如新集团版图的开篇，它所代表的意义是：改善生活品质 and 生命格局的强大影响力，往往始于微小而简单的第一步。

自1984年创立以来，NU SKIN 如新集团从最初以“营养优质 纯天然”为诉求生产个人保养产品，发展到今日成为在全球近50个市场拥有超过110万名销售人员的个人保养品和营养补充品行业领先企业，并建立起积极、充实、良善的企业文化，帮助无数人提升生活的质素，追寻人生的意义，进而遇见更好的自己。



全球布局示意图

我们的业务

NU SKIN 如新集团于1984年在美国犹他州普罗沃市创立，并持续以惊人的速度在全球各地扩展业务。我们现在已经成为全球个人保养品和营养补充品行业的领先企业之一。

1984 美国	1997 奥地利	2007 斯洛伐克
1990 加拿大	1998 菲律宾	2008 南非
1991 中国香港	1998 波兰	2008 捷克
1992 中国台湾	1998 瑞典	2009 哥伦比亚
1993 新西兰	1998 丹麦	2009 土耳其
1993 澳大利亚	1999 冰岛	2010 乌克兰
1993 日本	1999 卢森堡	2011 阿根廷
1994 墨西哥	1999 挪威	2012 越南
1995 中国澳门	2000 芬兰	2015 智利
1995 法国	2000 新加坡	
1995 德国	2001 马来西亚	
1995 比利时	2003 中国大陆	
1995 英国	2004 斐济	
1995 荷兰	2004 文莱	
1996 韩国	2004 以色列	
1996 西班牙	2005 匈牙利	
1996 意大利	2005 印度尼西亚	
1996 爱尔兰	2006 罗马尼亚	
1997 泰国	2006 俄罗斯	
1997 葡萄牙	2007 瑞士	



广阔市场 涵盖全球

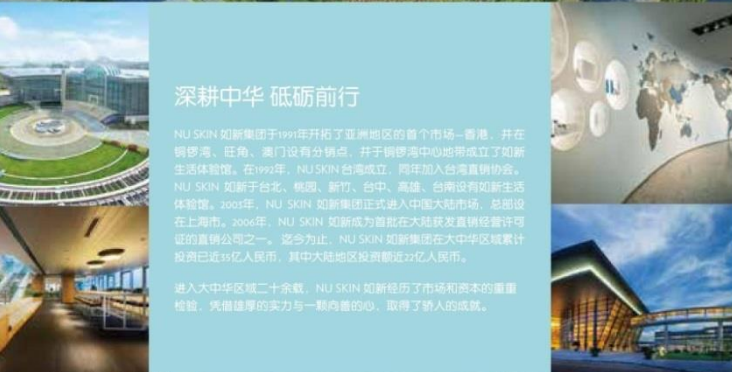
目前，我们已在全球近50个地区开展业务，其中在大中华地区拥有43个体验馆、形象店、时尚店。



骄人业绩 成就斐然

在成立短短的十余年后，NU SKIN 如新集团于1996年在全球最具规模的纽约证券交易所上市，成为全球最大且发展最迅速的直销公司之一。集团被全球最具权威的财务评比公司邓白氏（D&B）评定为5A1公司，财务稳健，零负债。在大中华区域，我们是销量规模领先的直销公司之一，业绩增长势头迅猛。2016年，NU SKIN 如新实现总收益794.4百万美元，同比增长3%，占全球总收益的36%。

	单位	2016年	2015年	增长率
大中华区域的净收益	百万美元	108.4	31.4	245.38%
大中华区域的总收益	百万美元	794.4	771.6	3%



深耕中华 砥砺前行

NU SKIN 如新集团于1999年开拓了亚洲地区的首个市场—香港，并在铜锣湾、旺角、澳门设有分锁点，并于铜锣湾中心地带成立了如新生活体验馆。在1992年，NU SKIN 台湾成立，同年加入台湾直销协会。NU SKIN 如新于台北、桃园、新竹、台中、高雄、台南设有如新生活体验馆。2005年，NU SKIN 如新集团正式进入中国大陆市场，总店设在上海市。2006年，NU SKIN 如新成为首批在大陆获发直销经营许可证的直销公司之一。迄今为止，NU SKIN 如新集团在大中华区域累计投资已近35亿人民币，其中大陆地区投资额近22亿人民币。

进入大中华区域二十余载，NU SKIN 如新经历了市场和资本的重重检验，凭借雄厚的实力与一颗向善的心，取得了骄人的成就。



在“预见更好的自己”的品牌口号下，我们提出 NU SKIN 如新的三大核心支柱。我们对大中华区域市场未来的发展充满信心，NU SKIN 如新将以更年轻、更具活力、更富正能量的姿态继续前行。

不断创新的产品

值得信赖的公司

赋予能量的事业

我们的品牌承诺

“预见更好的自己”是我们向全世界传达的品牌承诺。

我们希望通过彼此间的互动，

让使用 and 分享我们创新产品的用户、建立自身业务的事业经营伙伴、融入 NU SKIN 如新优良文化的同仁志士，
都能对当下充满信心、对未来保持乐观。



我们的CSR理念



NU SKIN 如新集团以“善的力量”（Force for Good）核心价值观作为行事准则，以持续盈利与永续经营为企业生存前提，恪守社会法规，为打造和谐健康的社会环境而努力。NU SKIN 如新在大中华区域持续耕耘，一直以来坚守合法合规经营，坚持有利社会的价值观，实现健康稳定的业绩增长。

我们的CSR管理

1998年，在财务状况已经非常稳定的情况下，NU SKIN 如新集团创办人罗百礼认为有必要成立慈善基金会，以实现企业的社会责任与回馈。于是善的力量基金会（Force for Good Foundation）正式成立，该基金会是在美国注册为第501(C)(3)号的一个非营利机构。在大中华地区，为了更好的贯彻“善的力量”理念，践行企业社会责任，我们成立了专业的部门，负责大中华区域“善的力量”战略制定和重大决策。

与利益相关方的沟通

我们高度重视与各利益相关方之间的沟通，通过与各利益相关方充分、如实的沟通，能够让我们从业绩之外审视自身。这将有利于加强伙伴对 NU SKIN 的认同感、提升经营效率和加强合规。我们也坚信双向、透明及定期的沟通有助于加强互信及尊重、避免误解，进而为我们的可持续发展奠定坚实的基础。



我们识别出对 NU SKIN 如新具有决策权或影响力、与公司关系密切的几个主要利益相关方：

- 客户/消费者
- 员工
- 事业伙伴
- 合作伙伴
- 媒体
- 政府及监管机构

我们积极地与不同的利益相关方进行沟通，以充分了解各利益相关方的诉求、要求与期望，并定期检讨有关行动，以完善沟通渠道，更全面地反映利益相关方的意见。下表列出了报告期内不同利益相关方组别所关注的议题以及对应的沟通反馈方式。

2016年我们特别聘请了独立的第三方顾问向我们的利益相关方开展问卷调查，以详细了解利益相关方对 NU SKIN 如新应对及披露有关议题的评价以及期望。第三方顾问共回收超过3,419份有效问卷，并与超过30位来自不同界别的利益相关方进行电话访谈或面谈。

利益相关方组别	利益相关方关注的主要议题	沟通渠道 / 反馈方式
客户 / 消费者	产品安全 服务质量	产品发布会 推广活动 热线 微信 / 微博
员工	员工关爱 发展与培训	员工活动 沟通会议 线上线下培训课程 员工心理咨询
事业经营伙伴	事业机会 事业经营伙伴的发展及培训	满意度调查 线上线下培训课程 一对一沟通平台 年会、领导力会议等 旅游活动
合作伙伴	供应商管理要求 社区投资	现场调研 供应商准入评估
媒体	社区投资 产品安全	新闻稿 / 公告 采访 会议
政府及监管机构	环境保护 社区投资	拜访 业务办理

重大性评估过程

第三方顾问通过以下三个步骤的工作，对 NU SKIN 如新涉及的CSR议题的重大性进行评估：首先识别各项可能对 NU SKIN 如新业务或利益相关方造成影响的CSR重大性议题，然后对潜在重大性议题进行排序，最后对重大性评估流程进行检讨。

1 识别潜在重大性议题

独立顾问公司通过详细查阅包括媒体分析、同行对标分析及其他相关文件后，识别能够反映 NU SKIN 如新业务对经济、环境和社会的影响，或影响利益相关方对 NU SKIN 如新评估和决策的潜在重要议题。

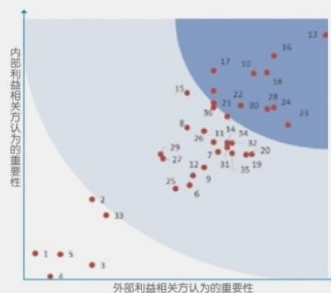
2 对潜在重要议题进行排序

我们的独立顾问公司制定了利益相关方沟通计划，进行全面的问卷调研及访谈，了解各利益相关方所关注的优先议题，最后得出重大性矩阵，由矩阵分析辨别真正具有重大性的议题。

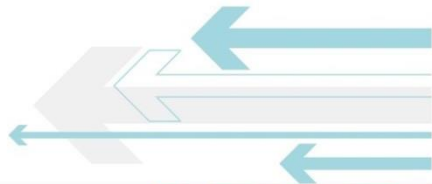
3 回顾

检查报告内容是否提供了关于 NU SKIN 如新的影响和可持续发展表现的合理描述，以及编制报告内容的流程是否反映了报告原则的意图。我们会邀请各利益相关方就这方面提供意见。

通过以上评估过程识别出对于 NU SKIN 如新最重要的11项CSR议题，我们将会在本报告内详细披露有关内容。



编号	具体议题	编号	具体议题
1	经济绩效	19	员工保留
2	产品包装	20	员工安全健康
3	能源消耗	21	员工发展
4	环境污染	22	事业伙伴发展
5	节水降耗	23	员工背景多元化
6	气体排放	24	关于女性发展
7	废水及废弃物	25	供应商劳工准则
8	环保合规	26	劳工申诉机制
9	供应商环境管理	27	雇佣权利
10	产品质量管控	28	不歧视
11	客户满意度	29	员工结社自由与集体谈判
12	产品召回	30	防止童工、强迫劳工
13	产品的创新	31	人权的管理
14	合理营销及推广	32	人权申诉机制
15	假冒伪劣产品	33	周边社区的互动
16	保护客户隐私	34	慈善公益
17	依法提供产品及服务	35	反腐败及透明政策
18	员工福利	36	遵循法规





探索·品质



NU SKIN 如新集团 品质理念的起源

“市面上很多保养品当中真正有用的成份只占很少部分，其余都是蜡质、矿物油、酒精等伤害肌肤的成分或为增加容量而加入的填充物。”当年年轻的法学院研究生罗百礼从姐姐的口中得知这样一种情况，他深感震惊。为了验证姐姐说的究竟是不是事实，他干脆搜集了当时市面上所有肌肤保养品的相关资料开始研究分析。

几乎所有的证据都明白地告诉他，市面上的保养品内容物大都只包含一两种有益成份，其他则是一大堆的无益成份。他的心中涌出万千疑问：既然叫做保养品，不就应该为了肌肤好吗？人们所喜欢的，不也都是包含好成份的产品吗？但为何市面上没有一种保养品能够做到含有百分之百的有益成份呢？

在此之前，20岁出头的罗百礼对保养品所知寥寥，但这一次的调查研究结果却点燃了他胸中的理想——他决定与亲朋好友一起，筹措出五万美元的启动资金，租赁最便宜的地下车库作为办公室，建立一家以青春之泉做为标志，只制造及贩卖百分之百对人体有益成份（All of the Good, None of the Bad）的保养品公司，那就是 NU SKIN 如新集团！



如新娃娃：
 听了创始人人们不得追求品质“根基优质，纯然无瑕”的故事，如新娃娃深受触动，那 NU SKIN 如新的小伙伴们是怎么继续发扬 NU SKIN 如新文化的呢？

诚造部门：
 NU SKIN 如新的小伙伴们遵循着罗百礼先生的理想与追求，诚意依照复杂而完整的研究与生产体系，严选遍及世界各地优质安全的原料，通过快速及时的产品供应和精益的成本管控，持续不断地提供卓越的产品。

关键绩效

0次因产品质量被召回的事件

NU SKIN 如新的研发中心有专业人员20人

大中华区域2016年用户数占

NU SKIN 如新集团全球用户数量的25.1%，
 同比增长2.67%



品质创新



创新是 NU SKIN 如新一贯坚持的成长动因，亦是引领 NU SKIN 如新成功的关键动力。近30年来我们始终坚持创新理念，方才造就今日的 NU SKIN 如新。

研发理念

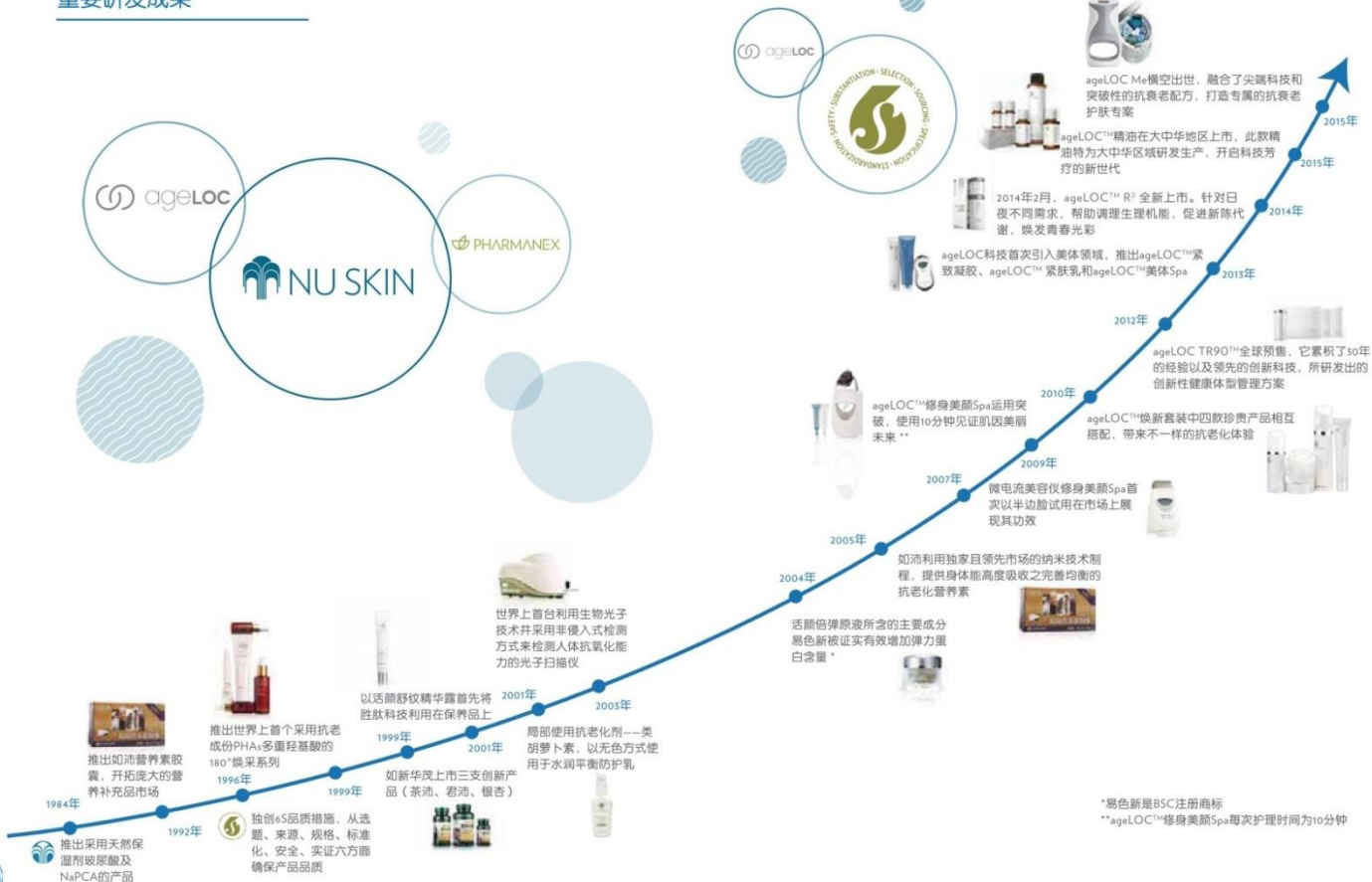
自创立以来，NU SKIN 如新集团就以象征“青春之泉”的喷泉标志，代表我们致力追寻的目标与梦想，更以严谨缜密的探究态度，力求将最新科研成果注入每项产品之中。我们的科学家来自不同的专业领域，帮助我们在科研的道路上不断探索和创新。他们的专长给予我们前所未有的创造力去研发并生产出不断创新、领先的产品。

我们的产品

NU SKIN 如新集团的主要产品线包括护肤类的 NU SKIN 系列，保健类的 PHARMANEX 系列，抗击老化的 ageLOC 系列。各项产品皆有精准的定位，以最大程度满足消费者的需求。

ageLOC 系列	NU SKIN 系列	PHARMANEX 系列
<ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> ageLOC修身美颜SPA <input type="radio"/> ageLOC焕新系列 <input type="radio"/> ageLOC精油系列 <input type="radio"/> ageLOC美体SPA <input type="radio"/> ageLOC Rⁱ <input type="radio"/> ageLOC TR90 <input type="radio"/> ageLOC Me <input type="radio"/> ageLOC紧致按摩眼霜 	<ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> 如新180°焕采系列 <input type="radio"/> 如新萃善秀系列 <input type="radio"/> 活颜抗老 <input type="radio"/> 如新澄透三效保养系列 <input type="radio"/> 如新净肤系列 <input type="radio"/> 周期保养 <input type="radio"/> 艾蒲系列 <input type="radio"/> 身体护理 <input type="radio"/> 晒特丽防晒系列 <input type="radio"/> 凝韵系列 <input type="radio"/> 丝昂基础护理系列 	<ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> 基础营养 <input type="radio"/> 自我保健 <input type="radio"/> 检测仪器

重要研发成果





2016年，我们推出了全新研发的产品 egaLOC Me。它是一套私人定制护肤仪，可以根据年龄、肤质、肤色、肤质、皮肤状况、地点、生活方式和护肤习惯等，提供2000余种的特制护肤方案，让消费者拥有更精准更有效的护肤体验。egaLOC Me 目前已获得4个专利，另有1项专利正在申请中。作为 egaLOC 旗下的又一明星产品，egaLOC Me 仅在2016年的预售活动中就实现了4.1亿人民币的销售额，成功引领了定制护肤的新风尚。

研发团队及外部合作

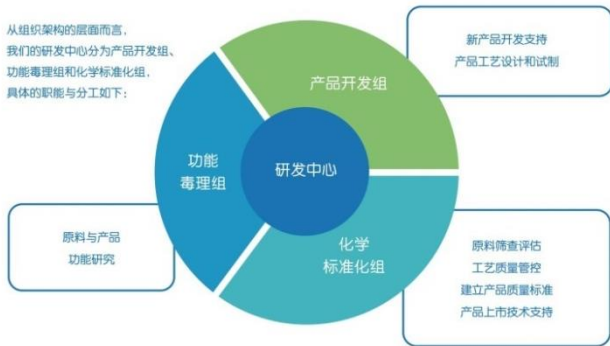
我们坚信，要研发真正能够改善生活品质的产品，需要依靠强大的科学实力。直面给人类生活造成负面影响的健康问题。因此，NU SKIN 如新基于产品研发和研发管理的理念，与知名大学的科研人员保持合作。致力于组建专职研发团队，并为多所学术机构的研究项目提供资金支持。我们始终鼓励不同背景的专业人才将自己的知识与技能，运用于 NU SKIN 如新的创新事业。

NU SKIN 如新集团在位于美国犹他州普罗沃市的总部和位于上海的GCIP分别设立了抗衰老科研中心，每一个科研中心都聘请数十位优秀科研人员，配置先进的科研设备，专注于研发。在大中华区，我们通过与当地学术医疗机构合作，为抗衰老专职科研团队融入新的科研实力，同时更深刻地把握不同地区的健康问题和地域需求差异。

截至2016年末，NU SKIN 如新的研发中心的研发人员数量达到20人，其中包括5位博士，2/3以上的研发人员具有硕士学历，专业背景涉及药学、生物学以及化学等相关领域。我们的研发中心实验室配备有生物大分子与生化研究相关设备，包括HPLC, UPLC, GC-FID, GC-MS/MS, LC-MS/MS, ICP-MS, IR, UV等精密科学仪器，给予研发充分的技术支持。



从组织架构的层面而言，我们的研发中心分为产品开发组、功能毒理组和化学标准化组，具体的职能与分工如下：





品质保障

我们始终致力于生产高品质的护肤品和保健品。我们为产品制定了严格的标准，对每个环节进行质量、效果和安全性严格监控，保证最终的成品都能秉持高标准。

6S品质措施

我们的研发中心在1996年独创6S品质措施，作为研发产品和管控产品质量的基本原则和思路。6S为选题Selection、来源Sourcing、规格Specification、标准化Standardization、安全Safety、及实证Substantiation。

这一措施包含了一系列环环相扣的精密监管行为，在不同层面上进行科学实验，对每一个细节都严格把控。6S品质措施要求的是整个团队在各环节的紧密合作以及对产品质量共同一致的承诺。



在对生产过程的把控上，我们实行严格的质量管理体系。我们在大中华区域的生产基地均已获得ISO9001:2005质量管理体系认证。此外，利用产品质量的“防火墙”QA (Quality Assurance, 即质量保证) 和 QC (Quality Control, 即质量控制)，从原料到成品的生产链进行全程跟踪，保证质量。

一丝不苟 精细研发

我们对产品材料的选择有严格的考量标准，以保证产品质量可靠、产品本身与所在环境的可持续。其中，安全性、有效性、可持续性与环境友好是我们考量标准的核心。

安全性	原料本身要符合食品或保健品相关法律法规及 NU SKIN 如新集团内部的要求，没有重金属及农残的污染。
有效性	NU SKIN 如新集团会对原料质量进行选择，原料的天然来源中草药或植物成分受环境影响，成分含量差异会比较大，原料中有效成分浓度必需达到所研发的功能的要求，所以我们会选择有效含量符合要求的原料使用。
可持续性	产品上市之的原料供给的可持续性，不能“涸泽而渔”，对物种的繁衍和生态平衡造成破坏。
环境友好	原料选择注重产地及周边的环境状况，材料不能被环境所污染，生产种植环节中也不能对环境产生污染。

品质服务



作为全球个人保养品和营养补充品行业的领先企业之一，NU SKIN 如新必须架起长效沟通之桥，用心聆听消费者的心声。为完整呈现我们希望通过产品带给消费者的价值，消费者意见的收集、反馈与改进工作必不可少。

用心沟通 客户满意

为了紧跟消费者的使用方式和习惯，NU SKIN 如新一方面通过电话、专卖店、直销员、官方网站与微信公众号等多种渠道打通与消费者沟通的管道，对建议或投诉进行妥善处理；另一方面，产品研发、制造部门也会充分参考消费者的意见与建议，从而生产出更符合消费者需求的产品。

为了保护客户的个人隐私，我们认真做好数据保密工作，保证所有会员顾客私人信息仅作公司内部使用，严禁外泄甚至作为商业用途。



NU SKIN 如新多项提升消费者体验的措施:

- 315消费者权益保护日成立志愿者站岗
- 直销员通过短信、微信等形式与客户沟通
- ARO (忠诚客户计划): 忠诚顾客可享受产品折扣、积分兑换服务
- 400热线或体验店接受顾客投诉
- 所有的反馈和投诉处理情况都会经过量化统计, 定期制作成专门报告供公司参考研究
- 坚决按照国家相关规定进行售后保修



产品追溯及召回

为了让消费者能够放心的使用我们的产品，每个消费者都可以通过“中国产品质量电子监管网”网站输入电子监管码信息查询到产品批次信息和生产日期等。我们的产品建立了“批号唯一性”和“电子监管码唯一性”，从而全面实现可追溯。



截至2016年12月31日，我们未发生任何因产品质量问题而被监管机构要求召回的事件。但为了防止未来可能存在的产品质量问题，我们制定了详细的召回流程规定，并已实行过多次模拟召回的演习，以最大程度守护消费者的健康与安全。



追求·自然



雨林守护者 柯伯尔博士与EPOCH

NU SKIN 如新集团与自然的渊源，可以追溯到1996年。Epoch系列的研发创始人柯伯尔博士，是被时代杂志评为“医学界11位风云人物”世界级种族植物学家之一。

在一个项目中，他在白宫科学青年领袖研究计划奖金的资助下前往萨摩亚的萨隆岛展开研究。萨摩亚位于南太平洋环火带，工业与农业都不发达，却拥有珍贵的雨林与上千种珍贵动植物。从1970年代起，美国伐木工厂大量进驻，生活贫困的村民们不得不忍痛育有雨林，将伐木收入交给木业集团，使这个低地热带雨林区面临极大的危机。

柯伯尔博士决定倾其所能去阻止这场雨林浩劫，他的妻子也非常支持。于是他们卖掉了手上唯一有价值的房产，但资金仍然不足，前期奔走筹款的效果也并不理想。正当一筹莫展之际，NU SKIN 如新集团的管理层主动捐出了一笔资金，才终于使这片雨林得到保护。从这次危机当中，柯伯尔博士感受到了NU SKIN 如新集团无比的真诚，于是他决定与NU SKIN 如新集团展开合作，开发出一系列源自萨摩亚原住民祖先智慧的保养产品，让这片受到保护的热带雨林产生新的价值。

多年来，这项守护雨林的行动一直都在“善的力量”基金会支持下持续地默默运作中。“一次救一个村落、一片森林，最后我们可以拯救全世界（的森林）。”这是柯伯尔博士与NU SKIN 如新集团共同的愿景。



如新娃娃：“雨林守护者”，真是了不起！柯伯尔博士伟大的理想是否得到了传承呢？

善的力量部门：

每一件产品、每一项行动背后，都是NU SKIN 如新对始创之初的环境理念的实践。直到现在，每售出一瓶Epoch系列产品，我们都会捐出部分收入用作专项基金，让NU SKIN 如新善待自然的理念得到延续。

关键绩效

GCIP已获得10项LEED绿色建筑认证

2016年GCIP内所有Go Green活动共节约碳排放28,399kg

2016年GCIP园区的节水系统与雨水收集系统可减少50.3%的用水量。

生产用热水循环利用。每年节约约用水1,500吨，蒸汽250吨，

年节省约77,000人民币。

氨水循环利用。每年可节省氨水购买费用约130,000元。

减少含氮废水排放量1,000吨，废水排放量1,500吨，

年节省人民币约140,000元。

可再生能源证书(RECs)是可以用于交易的能源商品，

我们赞助了3,825,000千瓦时每年的可再生能源项目

2016年总耗水量较上一年下降11.25%

生产和办公类废弃物回收率100%。



NU SKIN 如新的环境理念

“根基优质，纯天然无瑕”，NU SKIN 如新对美好自然环境的追求，传承自创始人对环境理念。根植于NU SKIN 如新的企业文化之中，在人们日益关注健康、天然和环保的今天看来，这种追求显得尤为珍贵。从具有着回馈自然理念的产品，到生产运营中的节能环保；从环境友好的新型建筑，到倡导和实践绿色的创新氛围，NU SKIN 如新始终坚持可持续发展的运营理念。



自然理念



我们的绿色管理

自2015年起，以GCIP为基础，NU SKIN 如新启动“Go Green”计划，在提倡绿色健康的生产生活方式的同时，从根本、从细节做起，减少运营活动中的资源使用和排放，致力于成为环境友好型企业。我们专注绿色生产、绿色办公，结合生产经营活动的实际，寻找可以进一步降低资源消耗、能耗、排放的方法，每年设计推出新的Go Green项目并长期执行。

我们致力于不断完善环境友好的管理体系，精心设计运营中的每一个环节，打造绿色理念产品，节约资源，保护环境。我们所有的化妆及保健品生产基地均获得了ISO14001:2004环境管理体系认证。



尊重自然

节约资源

秉承“善的力量”的使命，NU SKIN 如新从初创时就致力于将生产销售过程中所消耗的资源降至最低，在铸就“一根汤匙”传奇的同时，避免不必要的资源浪费。

在产品生产运输环节中，我们精心设计生产流程，科学规划物流方式与路径，建立高效的运输网络，将生产运输过程中的资源损耗降到最低。

生产加工

- 各厂区生活垃圾全部分类回收。
- 各工厂通过能耗目标设定情况，对比同期同产，每月考察用水情况。结合政府指定的指标，制定未来用水计划。
- 生产用热水循环利用。每年节约用水1,500吨，蒸汽250吨，年节省约77,000元人民币。
- 对植物提取工序中的耗水进行回用。
- 将G3果汁的洗瓶水作为冷却用水。

包装运输

- 发货用纸箱换膜型，减少纸箱损耗及包装人力。年可节省约102,000元。
- 节约包装材料，两类箱型取消打包带，年可节省约5,500元。
- 发货重新设计，减小面积，并使用再生纸双面打印。
- 发货分拣流程优化，减少所需工单。



的成效，你我共见

园区生活与办公中，我们通过各类Go Green活动来宣扬厉行节约的理念。在2016年，我们共开展了十余项Go Green活动，取得了一系列的成果。

01	素食节	每月节约 115 公斤肉食
02	自带水杯	每月节省 2,386 个一次性纸杯
03	双面用纸	每月节省 18,894 张纸
04	换用环保纸	订单用纸每包单价降低 5 元 年度节约近 37,000 元
05	水瓶回收	每年回收 840 个塑料水瓶 收入全部捐赠 「NU SKIN 如新中华儿童心脏病基金会」
06	纸箱、袋再利用	全年可回收近 3,600 个纸箱 全年回收近 1,500 个闲置袋
07	衣来衣往	「衣来衣往」已回收 245 件衣物 已取走 90 件衣物

GCIP园区内安装有十分先进的节水系统和雨水收集系统，所有安装于办公区的用水设备均为节水型号；雨水收集系统可有效收集屋面雨水，通过雨水回用，可减少冲厕用水50.3%并100%代替灌溉用水。借助这些举措，我们的园区相较于传统设计，可减少50.3%的用水量。

2016年，尽管年度产量有所提升，但通过采取一系列降低资源消耗、提升效率的手段，NU SKIN 如新全年的总耗水量较上一年仍有大幅的下降。



注：数据包括GCIP、奉贤工厂、湖州工厂

节约能源

基于 NU SKIN 如新的自然理念，今天我们正在探索更佳的环境管理模式。绿色办公方面，GCIP整个园区是按照美国绿色建筑协会的LEED金牌认证的设计要求建造而成。NU SKIN 如新集团美国全球创新中心和GCIP均已获得LEED金牌认证。到目前为止，GCIP已获得10项LEED认证，包括绿色环保材料、节水、能效、采光与视野、热岛效应控制、雨水径流控制、雨水收集与处理、工作环境优化、绿色能源与透水路面等。



GCIP园区的节能性取决于建筑设计及系统性测试。GCIP办公楼的项目外幕墙设计、锅炉能效、照明系统均超过ASHRAE（美国采暖、制冷与空调工程师学会）的标准，且综合能耗与ASHRAE标准相比降低18.55%，值得一提的是，能耗的计算机模拟在项目全程中得到应用以优化并监测能耗表现。



GCIP的节能策略主要有:



在园区的日常营运中,

NU SKIN 如新通过一系列管理制度和Go Green相关的行动,

来鼓励大家从点滴做起, 共创美好自然。



Go Green的节能降耗理念也深深地贯彻在NU SKIN 如新的生产活动中。位于奉贤和湖州的工厂, 均参照当地的政府提出指标要求, 通过设定能耗目标, 每月考察能耗情况, 对比同期同产, 制定出来年的用电计划和节电方式。具体措施有:

NU SKIN 如新生产环节的节能举措

余热回收器

两座工厂均已安装余热回收器, 通过用水循环加热达到节能的目的。仅湖州工厂每年可少使用柴油9吨, 减少二氧化碳排放24吨。

LED灯改装

两座工厂均已展开更换LED灯工作, 以降低能耗。湖州工厂在完成改装后, 2016年3月-12月期间共节约电费20,000元。

技术改造

工厂正在进行技改:

- 湖州工厂循环水冷却风机将由人工控制改为温度自动开关, 每年将降低能耗成本20,000元。
- 奉贤工厂将通过时间继电器, 使风机周期性开启, 预计每年将省电14,000千瓦时。

2016年, 由于我们生产经营业绩的提升, NU SKIN 如新的能源消耗总量有所提升, 但每万元产值的平均能耗却大为降低。由2015年的0.43吉焦耳/万元减少到2016年的0.17吉焦耳/万元, 由外购电力消耗产生的每万元产值温室气体排放量(范畴二)由2015年的0.084吨/万元减少到2016年的0.034吨/万元, 下降幅度均接近60%。可见我们的能源使用效率得到了有效的提升。



守护自然

减少排放

NU SKIN 如新一直以来都在孜孜不倦地追求生产流程的优化，降低生产过程中的排放，用积极的行动践行共建美好环境的社会责任。

我们的生产活动产生的污染物主要为废水和固体废物。针对固体废物，我们严格将危险废物与非危险废物进行分类存放和处置。我们制作了危废清单，所有的危险废物都交由有危险废物处理资质的单位进行统一处理。NU SKIN 如新在所有护肤品及保健品生产基地均建有专门的废水处理设施，污水处理系统采取“物化+生化”法为主的工艺处理生产废水。在经过处理和检测后，所有废水将按国家相关标准统一纳管排放。



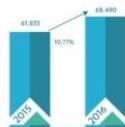
凭借先进完善的清洁生产管理体系，NU SKIN 如新湖州生产基地的华茂（湖州）保健品有限公司于2015年1月获得浙江省经济和信息化委员会以及浙江省环境保护厅的认证，还荣获由浙江省经济和信息化委员会以及浙江省环境保护厅共同授予的“2015年度浙江省绿色企业（清洁生产先进企业）”称号。

在绿色生产的实践过程中，NU SKIN 如新也对既有的生产设备和生产方法进行了一系列的持续改进，在点滴的进步中优化我们的环境。湖州生产基地的华茂（湖州）保健品有限公司于2016年8月进行了污水站活性污泥压滤进方式改进。在此之前，我们已将生产用水循环利用，每年可节省购水购买费用约30,000元。同时我们还减少了含氮废水排放量1,000吨，减少废水排放量1,500吨，年节省人民币约140,000元。

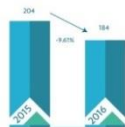
2016年因为生产量的提升，使得废水排放量有所增长。但我们通过一系列技术升级和资源管理措施，使排放的污水中COD量大幅下降，进而提高水质。



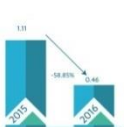
废水排放量（吨）



COD减排量（吨）



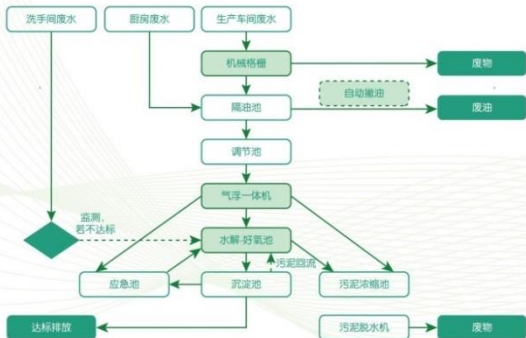
万元产值废水排放量（吨/万元）



注：以上三图数据包括GCP、奉贤工厂及湖州工厂

我们的生产与办公废弃物历来均100%合规回收，同样因本年内产量提升、经营活动增加，工业和办公区废弃物产生量也较上一年有所增加。为此，我们通过工厂改进生产设备，提升加工工艺，在办公区采取节约资源等绿色措施以减少垃圾产生，力求降低废弃物产生量。

2016年办公区垃圾产生量（吨）





协作·团队



是员工，
更是家人

工厂职工张师傅在 NU SKIN 如新的工厂工作多年，在他心目中，NU SKIN 如新已经不仅仅是自己的工作单位，也是自己的家。

谈及在 NU SKIN 如新多年的职业历程，张师傅说：“在来如新之前，我在七八个工厂待过，可是都做不长。有的工厂从不考虑工作时长，我们常常要在一连续工作十几个小时，身体实在扛不住；还有的厂偷工减料，我们都看在眼里……直到后来来了如新。”

在 NU SKIN 如新的工厂，张师傅才发现，原来工厂的安全教育和安全设施可以如此完善，对工人的关心可以如此无微不至：劳保手套、耳塞、防护衣物一一齐全，还按时让工人休息。“既然如新对我们这么好，我当然要尽心尽力、尽职尽责地完成每项工作！”



如新娃娃：
我刚刚看到园区有大草地，有咖啡馆，有按摩椅，有健身房……实在太棒了！这儿不是办公楼吗？

人力资源部门：

每个 NU SKIN 如新人不仅是我们的员工，更是我们的家人。我们希望他们能快乐地工作、生活，劳累时可以休息放松，有想法时可以交流讨论。所以我们竭力为我们的团队提供舒适、开放的环境，让每个人都乐在其中。



关键绩效

截止至2016年底，

NU SKIN 如新的行政员工规模达1,670人，

NU SKIN 如新全年付出5,400,000元的员工培训费用，

培训总时长达29,200小时，

员工平均受训时数19小时。





团队管理

人才是 NU SKIN 如新的优势与核心。
我们吸引诚实正直的人才加入；
我们秉持“弘扬善心”的理念培养人才；
我们帮助奋进的如新人发展领导能力；
我们携手每个成员，向世界散播善与爱。

招募人才



培训人才



发展人才



我们的目标



NU SKIN 如新是一个多元化的大家庭。

我们有1,670名家人，

来自**两岸三地**多个城市，

少数民族45名，

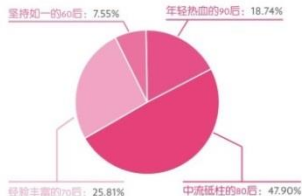
外籍员工15名。

从年轻热血的**90后**，到成熟稳重的**60后**，

都始终充满热情，胸怀助人之心。

我们是一个年轻而有活力的团队。

80后、90后成员占比达**67%**；



NU SKIN 如新团队年龄分布

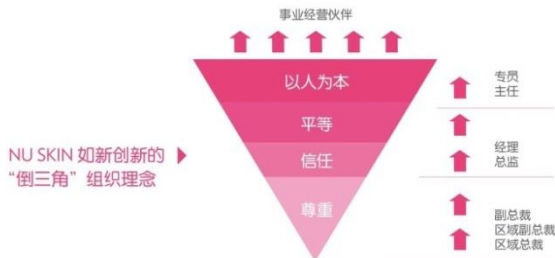
我们是一个尊重女性、呵护女性的团队。

女性员工占比达**68%**，是团队中不可或缺的力量；



NU SKIN 如新团队性别分布

我们是一个温馨平等的团队，没有繁复的阶层，有的是团结一心的和谐。NU SKIN 如新通过“自上而下”的“倒三角”的组织架构，倡导以人为本、平等、信任以及尊重的理念。我们的人才战略是希望透过组织的发展，来帮助所有的员工在 NU SKIN 如新能够获得成功，并通过职业上的成功，改善、提升员工家庭的生活品质。

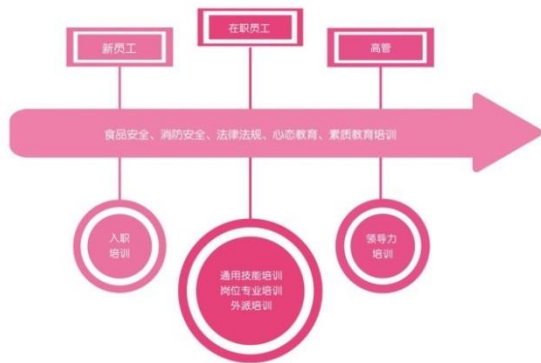


NU SKIN 如新创新的
“倒三角”组织理念

引领人、引导人——支持者

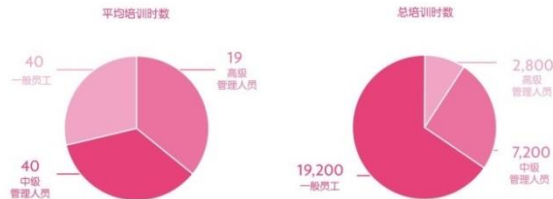
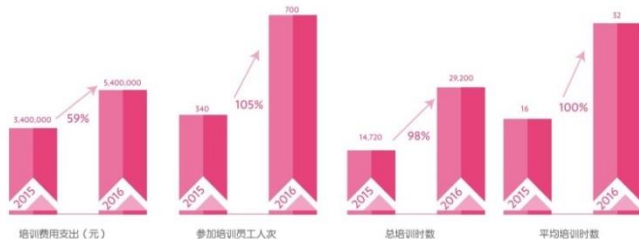
团队发展

我们为员工提供广阔的发展平台，在帮助一个个奋发上进的如新人实现事业梦想，凝聚、传递“善的力量”。
我们为员工提供高品质的教育资源，从刚刚入职的职场新人，到经验丰富的管理高层，我们的全体家人在学习、奋斗的路上都未曾止步。



为了打造更加精益求精的 NU SKIN 如新团队，2016年我们全面升级了 NU SKIN 如新的人才培训体系：

培训费用投入为5,400,000元，比2015年增加59%
参与培训人次为700人次，比2015年人次增加105%
总培训时数为29,200小时，比2015年增加98%
人均培训时数为32小时，比2015年增加100%



团队关爱

每个员工都是我们大家庭的一员，我们关心 NU SKIN 如新人生活的点点滴滴，从最细微的小事入手，赋予最真诚的关怀，让每个 NU SKIN 如新人快乐工作、健康生活，帮助员工预见更好的自己。



在GCIIP除了设施齐备的健身房，还有动感单车、舞蹈室、乒乓球桌、投篮机……你选哪个呢？

- 与专业咨询机构合作，每年 2-3 次心理咨询
- 为女性员工提供女性健康及家庭生活讲座
- 女性员工一年 2-3 次“带宝宝上班”的福利
- 设施完善的健身房，帮助员工打造强健体魄

我们心怀着绿色生活的关怀理念，鼓励每个 NU SKIN 如新人节能环保，并力所能及为大家提供便利。

- 配备电动充电桩，为驾驶电动车上班的员工提供便利
- 配备专用淋浴房，骑行上班的员工再也不怕大汗淋漓
- 37 条班车 GCIIP 接送专线，覆盖上海市区主要地铁站

- 为每一个 NU SKIN 如新人购买员工保险，进行员工体检
- 工厂均获得 OHSAS18001 职业健康安全管理体系认证
- 工人师傅适时休息，岗位轮换，各种劳保用品必不可少
- 仓库定时对员工进行安全教育，采取众多日常安全措施

我们用心守护每个 NU SKIN 如新人的安全，无论是总园区、工厂或是仓库，一丝不苟的安全管理是我们最基本的要求。

在 2016 年，我们实现了 0 事故的安全目标：
工伤人数为 0，
工伤事故率为 0，
损失工作日数为 0，
因工死亡事故人数为 0。



如新小课堂：仓库安全措施有多少？

安全教育 + 日常安全项 = 仓库安全

仓库安全 SOP 重新修订与现场学习
邀请消防队到仓库指导
进行火灾安全演习

配置南区安全标识，逃生路线图
划分具体功能区
防火、叉车等设备定期维护
配备安全人员
严格要求进仓进行安全装备穿戴
配备防高温设施
为三方人员提供休息室
配备紧急药箱与水等能力补充品





携手·伙伴



从加入 NU SKIN 如新开始 开启全新的人生价值之旅

NU SKIN 如新的事业经营伙伴当中，很多人都有着极为丰富的人生经历。但从他们加入 NU SKIN 如新的那一刻开始，新的人生便在他们面前开启。

他们有的已经具备很高的学历，但 NU SKIN 如新的事业让他们发现更加广阔的学习领域。

他们有的当过兵，做过各种生意，在社会上摸爬滚打多年，漂泊于五湖四海，但 NU SKIN 如新让他们找到一项真正值得坚持终身的事业。他们有的做过非常成功的职业经理人，甚至自己当过老板，但 NU SKIN 如新让他们发现新的目标，并不断自我超越。

很多事业经营伙伴告诉我们，自从加入如新，就未将此视为一份简单的工作，而是将其视为实现人生价值的途径。这使得他们在遇到事业低潮期时，也能以不变的信念，从容坚定地面对挫折；在取得成绩时，他们也不得意忘形，而是继续顽强进取。

在事业经营伙伴们心目中，生命，就是要不断成长才有意义。



如新娃娃：
咱们如新的大家庭太温暖了！那我们还有哪些好朋友呢？

外事部门：
在如新前进的路上，我们有很多伙伴相伴，跟我们一起成长，传播“善的力量”。我们在遍布两岸三地的事业经营伙伴，一同实现事业梦想；我们严格选择绿色供应商，和我们一同守护绿色供应链；我们与众多公益伙伴形成紧密的关系，一起推动善的力量；我们在奉贤区携手社区伙伴，建设更美社区。

关键绩效

截止至2016年12月，
我们有**1,292**名供应商伙伴，
中国大陆当地供应商采购支出比例达**85.96%**；

我们与**超过20**个公益伙伴形成紧密的关系，
包括基金会、NGO、慈善组织、医院等；

我们扎根奉贤区**16**年，携手社区伙伴传播善的力量。



事业经营伙伴

除了 NU SKIN 如新大家庭，我们还有一支尤为重要的事业经营伙伴团队。我们致力于对遍布两岸三地的事业经营伙伴提供最佳的发展平台与高质的教育资源，我们给予广阔的成长空间和完善的支持与保障，帮助更多的追梦者实现人生梦想，预见更好的自己。

事业经营伙伴寄语

很多人都缺钱，但内心真正的幸福感却很低。所以我真的希望通过如新这个平台，带给大家这种真正的幸福感，而我此时此刻正在享受这种感觉，非常非常的美妙。

永远都要记得你的“为什么”，当你的梦想越大时，所有的问题都会迎刃而解。

我觉得我的人生精彩，并不是因为我买了什么车，拿了什么包包，而是在这边我们有机会改变好多人的人生。看到很多人的人生能一样的精彩！而我自己也有机会跟一帮很有梦想、很有未来、很有上进心的人一起度过我这一生。



顺畅沟通，倾听你我

2016年，我们针对事业经营伙伴展开了对 NU SKIN 如新服务满意度的调研。调研结果显示：



事业经营伙伴对“NU SKIN 如新要带动 NU SKIN 如新集团成为全球创造最多微笑的企业”

愿景的认同度：**4.88分**（满分5分）

对“NU SKIN 是值得信赖品牌并能实现梦想的平台”的认同度：**4.86分**（满分5分）

注：数据来自于2016年4月由北京特德斯市场调研咨询有限公司发布的《NU SKIN 如新事业发展伙伴服务满意度调查报告》

阶梯培训，伴你成长

我们建立层次分明的培训体系，帮助事业经营伙伴一步步成长。



坚持信念，商德可贵

我们设立如新德化约章，发布商德培育素材，督促事业经营伙伴合法合规经营，坚持信念，进德修业。

自2014年4月起，NU SKIN 如新为事业经营伙伴开展 NU SKIN 如新商德认证班。开班以来，得到了全国事业经营伙伴的热烈响应和积极参与。认证班分为起步班、进阶班以及领航班三个阶段，所有课程由文化、产品、事业三个版块组成。通过学习，事业经营伙伴能全方位了解公司开拓积极的此层文化、不断创新的优势产品以及能够倍增的事业机会，为 NU SKIN 如新事业合法合规、健康、长久、可持续发展助力。当完成整个课程的学习并通过考试后，事业经营伙伴将获得商德认证。此认证将影响晋升、表彰、奖励旅游以及季度评估的考核。





尊荣奖励, 鼓舞人心

我们构建鼓舞人心的奖励机制, 以嘉奖不辞辛劳、成绩斐然的事业经营伙伴。



创星登峰游: 在 NU SKIN 如新2016悉尼之旅中, 4000名伙伴齐聚悉尼歌剧院, 完成4000人世纪大合照

我们的事业经营伙伴对 NU SKIN 如新给予了极大的肯定:

- 与 NU SKIN 如新的合作满意度达到94%;
- 对 NU SKIN 如新的认可和信任程度打分达91分;
- 94%的伙伴表示将与 NU SKIN 如新继续合作。

注: 数据来自于2016年4月由北京特恩斯市场研究咨询有限公司发布的《NU SKIN 如新事业发展伙伴服务满意度调研报告》

商业伙伴

优质产品，始于绿色

NU SKIN 如新一一直坚持与绿色供应商合作，共同推进绿色生产，打造绿色供应链。目前，我们的供应商中已经90%的供应商伙伴承诺：遵循道德采购原则，在采购实践中履行社会及环境责任。

在选择伙伴的过程中，我们十分注重供应商的社会责任表现，要求并督促供应商做好劳工合规、环保节能等工作。

2016年，中国大陆当地供应商采购支出比例达85.96%。

合作前考察：

是否合法合规履行环境和社会责任：

- 保护环境
- 合规排放
- 提供员工福利
- 购买员工保险



合作后关注：

从合作的角度而非强制和命令的方式：

- 鼓励在管理过程中制定环境和社会绩效标准
- 推动绩效评估进度

为了保证绿色生产，我们对供应商伙伴的筛选毫不含糊。但只要你能通过这些考验，我们必将与您携手共进，创建绿色未来。



绿色建筑，用心建造

如果您细心留意，便会注意到GCIP处处体现可持续发展理念，环保绿意满满。我们得以在这个荣获LEED绿色建筑认证的家工作、生活，要感谢的是我们最优秀的建筑设计团队，最出色的服务供应商。

NU SKIN 如新是一个很负责任的公司，对每种建筑材料的使用都有严格的标准，对每项规章制度都要求我们认真遵守。建设总部园区的数据中心时，他们提出按照国家二类机房(最高为一类)标准并参照北美通信标准设计建造。装修以环保、节能、安全为主，墙壁、门窗都需要是防辐射材质。防火性能必须达到A级，静音指数需达到在机房外听不到机房内设备的运行噪音。我们很高兴也很荣幸能跟如此严谨、负责的客户合作，一起建造最环保的建筑。

— GCIP建筑设计团队

公益伙伴

我们一直将凝聚“善的力量”作为 NU SKIN 如新使命宣言的核心。漫漫公益路上，我们与许多公益伙伴结成了长久、稳定、共同进步的合作关系，一路相伴，一起传播“善的力量”。

「受饥儿滋养计划」合作伙伴



长期以来，我们与 NU SKIN 如新保持着稳定、愉快的合作。2010年起，每年我们都会联合 NU SKIN 如新和世界儿童基金会，推动大中华区域的「受饥儿滋养计划」；2014年开始我们联手开展了「集善如新创意计划」，支持残疾人自主创业；在 NU SKIN 如新捐赠1000万的支持下，我们已完成了5部电影的拍摄，极大推动了中国残疾人福利基金会宣传残障事业。

——中国残疾人福利基金会
项目一部项目主管 林岗



NU SKIN 如新集团2002年发起了「受饥儿滋养计划」。在该计划中，NU SKIN 如新集团凝聚遍布全球的事业经营伙伴、顾客及员工的力量，透过持续性的婴儿餐捐助，以滋养全球饥饿及营养不良的儿童，并拯救他们的生命。NU SKIN 如新的事业经营伙伴、顾客及员工可购买婴儿餐然后选择自用或捐赠。NU SKIN 如新鼓励将婴儿餐捐赠给第三方非营利性机构，由它们将婴儿餐分发给正在遭受饥饿及营养不良的儿童。

从2004年起，我们相继携手中国扶贫基金会、中国儿童少年基金会、中国残疾人福利基金会、世界儿童基金会，在中国推广「受饥儿滋养计划」，已经为中国29个省份地区，超过56万名贫困儿童送去营养丰富的婴儿餐。

「NU SKIN 如新中华儿童心脏病基金」合作伙伴



「NU SKIN 如新中华儿童心脏病基金」是由NU SKIN 如新针对贫困先天性心脏病患儿所发起的慈善救助项目。目前，我们已携手中国青少年发展基金会、上海市慈善基金会、复旦大学附属儿科医院、台湾心脏病儿童基金会、台大医院附属儿童医院和香港儿童心脏病基金会等合作伙伴，立足台湾、香港、上海、新疆、吉林、山东、广东、云南、黑龙江、广西、陕西、河北，辐射整个大中华区域。截止2016年底，「NU SKIN 如新中华儿童心脏病基金」已经救治5,716名患儿。



中国扶贫基金会

5.12小额信贷基金项目

我们与中国扶贫基金会合作，在汶川大地震之后成立「5.12小额信贷基金」项目，致力于为受灾居民及其他贫困人民提供援助，重建家园。

2014年起，NU SKIN 如新集团通过中国扶贫基金会向孤儿院学校捐赠“爱心厨房”设备，结合营养知识宣教，打造全方位的「受孤儿滋养计划」。截至2016年12月，NU SKIN 如新集团已捐赠爱心厨房47套，受益儿童超过9,300人。



中国儿童少年基金会

孤儿保险

2010年-2016年，我们与中国儿童少年基金会合作，通过“孤儿保障大行动”为孤儿孩童送去疾病公益保险，帮助他们健康成长。



中国残疾人福利基金会

集善如新创星计划

自2014年起，NU SKIN 如新集团十年内每年向中国残疾人福利基金会捐赠100万元人民币，共计1000万人民币，成立「集善如新创星计划」，用于支持中国大陆地区残疾人创业，激发残疾人创业积极性，为残疾人创业提供启动资金，摸索并建立起针对残疾人自主创业就业的帮扶体系。自2014年成立以来，「集善如新创星计划」已经先后在陕西、甘肃、福建、青海、湖北5省落地，帮助了残疾人项目20个。

「NU SKIN 如新中华儿童心脏病基金」项目开启了中国青少年发展基金会服务青少年的新领域，NU SKIN 如新公司和员工的持续支持和参与，将为每一个受救助的生命及更多的贫困家庭带来新梦想，心希望！

— 中国青少年发展基金会

社区伙伴

NU SKIN 如新与上海市奉贤区结缘已久。2000年，NU SKIN 如新就在奉贤工业综合开发区龙洋工厂登记注册，2014年4月，GCIIP在上海市奉贤区落成，成为最早入驻奉贤美丽健康产业开拓者与引领者。

2016年，我们继续致力于在社区传播善的力量，通过与当地各部门形成良好互动，结成稳定的伙伴关系，来帮助社区居民预见更好的自己。



履行依法纳税责任

依法纳税、诚信纳税是企业最大的社会责任。NU SKIN 如新作为社会的成员，认真履行纳税责任。

	2016	2015
大陆地区（人民币）	901,696,096	720,791,656
香港（港币）	9,095,074	2,233,825
台湾（新台币）	111,219,978	74,814,690

NU SKIN 如新荣获2015年度奉贤区纳税财富100强企业第2名
NU SKIN 如新荣获2016年度上海工业税收排名第40名

普及消费者权益

2016年3月15日，NU SKIN 如新作为唯一企业代表，受邀参与奉贤区消保委现场“15国际消费者权益日”咨询活动，为消费者答疑解惑。3月19日，NU SKIN 如新与奉贤区消保委、上海商学院等在文法学院模拟法庭共同举办“新消费，我做主——消费维权同行”活动。12月14日，由上海市消费者权益保护委员会、上海社会科学研究所及上海商学院主办的“新消费，我做主”第四届消费维权论坛在GCIIP剧院举办。



带动产业发展

2016年5月，在奉贤区政府的主持下，NU SKIN 如新受邀参与发起东方美谷产业促进中心，助力推进美丽健康产业的大发展。7月，我们又与东方美谷在上海中心塔冠签订深层次的战略合作协议，双方携手促进奉贤区美丽健康产业的长远发展。

我们要谱写好“中国梦”的奉贤篇章，就要实现“奉贤强、奉贤美”。“东方美谷”是体现奉贤发展的强与美的最佳结合点。

——奉贤区委书记 庄小弟



与“东方美谷”的完美“联姻”，不但是我们作为企业的进一步发展，也是我们为提升奉贤区美丽健康产业的竞争力和影响力所作的努力。作为扎根奉贤十多年的产业拓荒者和引领者，我们希望依托 NU SKIN 如新的全球影响力，进一步促进企业、政府和产业集群的资源整合并形成合力，实现优势互补共生共荣，共同推动“东方美谷”，成就新一代世界时尚之都。

优化社区环境

社区就是我们的家。NU SKIN 如新投资80余万元，进行社区环境绿化、周边道路修整，致力于优化社区自然环境。为了让农村农民获得更好的社区生存环境，我们向奉贤海港开发区民福村捐赠“如新号”拖拉机，改善农民的劳作条件及生活环境。



2016年6月11日，在民福村党委书记董书贵、董博洋的主持下，民福村的拖拉机捐赠仪式圆满完成，NU SKIN 如新的捐赠得到了民福村村民、工商奉贤分局江局、海港开发区施主任的赞赏。村民表示，将完成夏耕工作，将NU SKIN 如新“善的理念”发扬光大。

NU SKIN 如新「善的力量，点亮星光」星光小学公益项目于2014年正式启动，并建立了 NU SKIN 如新在上海奉贤社区的首个志愿者服务点。

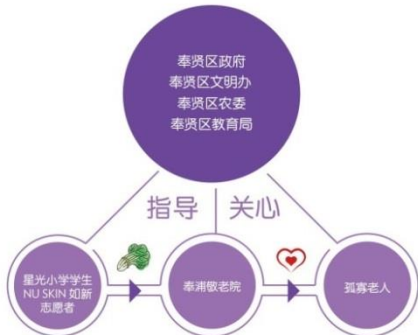
2016年11月11日，我们与结伴三年多的星光小学再次相遇，开展都市菜园，传播“爱的种子，善的力量”。在孩子们耕种、采摘之后，在奉浦敬老院的协助下，将蔬菜送到了孤寡老人的手中，将 NU SKIN 如新的文化理念传递上海奉贤。

2016年6月26日，东方美谷，风雨彩虹——“圆梦行动在贡城‘爱心集市’”开幕式在奉贤区行政服务中心举行。NU SKIN 如新作为圆梦行动的一员，为实现一位老人与家人合影的梦想，由 NU SKIN 如新团队志愿者克服重重困难，联系上老人长期在外的子女及其他亲戚，最终助他圆梦。

辐射周边社区

NU SKIN 如新力争企业的理念影响和感染身边人，以自身的文化唤起大家的尊重和认可，带领大家建设美好社区。

教育儿童，关爱老人



2016年6月5日世界环境日，我们提出了「“衣”旧如新，预见更好的自己」的主题，携手上海市奉贤区环保局及上海市工业综合开发区，在全区范围内收集旧衣，并捐赠予弱势群体。

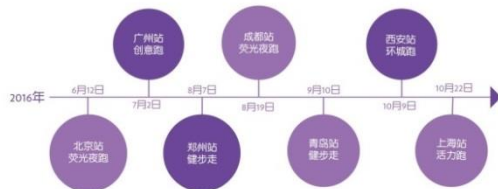
引领
健康中国



2016年是 NU SKIN 如新举办健康中国行的第三年
已有8万余人参与，跑过26座城市
总计里程达到33万公里



文化名城西安古城墙的汉唐魅力、青岛崂山区海岸线的沙滩海浪、上海陆家嘴的时尚奔放、广州羊城创意园的夏日风情……此等美景有没有吸引到你？北京和成都的荧光夜跑、广州的创意跑、郑州和青岛的健步走、西安的环城跑、上海的活力跑，还觉得跑步枯燥无趣吗？





如新娃娃：
刚刚我在GPR的使命墙上看到一个标志，那是什么意思呢？

善的力量部门负责人：

那是 NU SKIN 如新使命“善的力量”的标志。五个小朋友手拉手连成一个圈，代表我们将善的力量传递到世界各个角落。这个标识生动地展现了“如新善的力量基金会”和 NU SKIN 如新的目标：让世界上每天有更多的儿童因如新而开心欢笑。

我们希望将“善的力量”传递给世界，缓解、消除贫困儿童的不幸，保护脆弱的地球环境，提高人们的生活品质，创造一个更美好的世界。

关键绩效

截至2016年底，我们在大中华区域的事业经营伙伴

购买并捐赠蜜儿餐超过1亿份

中国贫困地区的蜜儿餐受捐数量超过5,900份

「NU SKIN 如新中华儿童心脏病基金」已成功在大中华区域
募集善款超过8,100万元人民币，共救治5,716名贫困先心病患儿

「NU SKIN 如新5.12小额信贷基金」已持续发放贷款逾4亿元
受益农户逾14,000户

如新小学已经培育了28,799名学生，

志愿者团队在大中华区域已累计超31,704人次志愿者
帮助陪伴了55,239位受助人，贡献志愿服务时间121,959.5小时

汇聚善力



蜜儿餐
滋养小若雅

从小到大，安若雅的家一直在贫困线上挣扎。父母辛苦劳作，收入微薄，若雅不得不跟着年迈体弱的爷爷一起生活。在常年营养不良的条件下慢慢长大。渐渐地，跟同龄人相比，若雅显得身材矮小，面黄肌瘦，学业成绩也跟不上同龄人。家人看在眼里，急在心里，却也无可奈何。

2016年，蜜儿餐来到了阳光小学，若雅和其他同学得以尝到营养丰富又美味的蜜儿餐。正在长身体的若雅在食用蜜儿餐几个月之后，营养不良的状况明显改善，精神状态好转，身高也有所增长。更重要的是，丰富营养的餐食使若雅打起精神，努力学习，成绩大有改善。各科考试接近满分，还曾在整个黔东南州考试中排名第一。这正是「爱他儿童营养计划」的目标，帮助每个孩子补充营养，快乐成长，遇见更好的自己。

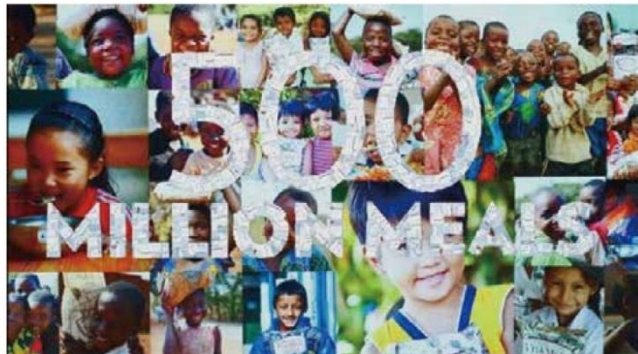
关于善与爱

“善的力量”不仅是我们的责任，更是如新人的使命。我们吸引正直、善良、杰出的人才，鼓励人们在互助、助人中发现乐趣。善的力量基金会自诞生起，已经在全球开展了数以百计的公益项目，资助范围涵盖健康、教育、经济、灾害救助四个领域。

我们每天起来的每一件事情，是要思考今天最起码有一个人我们可以去帮助，让他的生活品质可以得到提升。

—— NU SKIN 如新集团创办人罗百礼

基金理念及基金来源



传递善与爱

营养蜜儿餐，滋养受饥儿

你知道吗？全世界有 1/3 的人口仍处于饥饿之中，6400 万学龄儿童遭受饥饿与营养不良，每年有超过 310 万儿童因此而死亡。（注：数据来自联合国发布的报告《2015 年世界粮食不安全状况》）

2002 年，身为八个小孩的父亲，NU SKIN 如新集团创办人罗百礼无法漠视儿童遭受因饥饿所带来的生命威胁。于是，他决定发起「受饥儿滋养计划(Nourish the Children)」，通过凝聚遍布全球事业经营伙伴、顾客及员工的力量，透过持续性的蜜儿餐捐助，以滋养全球饥饿及营养不良的儿童，并拯救他们的生命。

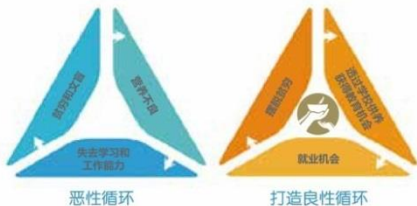
「受饥儿滋养计划」的使命是为全球各地的脆弱生命注入希望与光芒！我有信心，此一计划将改变饥饿及营养不良儿童的命运！我相信，「受饥儿滋养计划」只是我们所做的 5%，但却体现了我们生命价值的 95%！

—— NU SKIN 如新集团创办人罗百礼



2016年11月，我们与中国扶贫基金会组织20多名伙伴参与蜜儿餐探访之旅，前往贵州贫困地区，与孩子们进行亲密互动，共同食用蜜儿餐，亲身感受蜜儿餐为孩子们带来的改变。

我们还为贵州省威宁县营养不良的孩子们发放了9,403份营养手册，填补孩子们对营养知识的空白，让孩子们可以在日常生活中注意营养均衡，促进健康茁壮成长。



“授人以渔”式的救助链条

我们结合教育与生产，旨在打破贫困地区的恶性循环，创造幸福周期。

我们开发并生产蜜儿餐，我们的事业经营伙伴、顾客、员工从 NU SKIN 如新购买蜜儿餐，并捐赠给专业的慈善机构，慈善机构再将蜜儿餐送到贫困地区的学校，而非直接送给当地家庭。我们希望透过蜜儿餐吸引贫困地区的儿童去学校接受教育，让饥饿及营养不良儿童能获得健康文字知识，从而获得自力更生的能力，改变贫困现状。

给予营养食物，打破贫困的恶性循环，是善的力量“授人以渔”理念的体现。



NU SKIN 如新

- 以创新的商业模式践行 NU SKIN 如新善的力量使命



饥饿儿童和社区

- 长期免费获得营养丰富的饱肚食物，智力发育和健康更有保障
- 有机会接受教育，学习职业技能
- 蜜儿餐工厂为当地社区提供就业机会



慈善机构

- 透过购买并捐赠蜜儿餐，传递善的力量，带动更多人参与



慈善机构

- 无需付费购买粮食，把资源集中于慈善项目
- 拥有长期捐助客户，有效管理其慈善项目

打造四赢局面

设立爱心基金，挽救先心病患儿



你知道吗？目前大中华有超过240万儿童正在遭受先天性心脏病的折磨，每年新增约20万先天性心脏病患儿，其中大部分因为家庭贫穷无法得到及时的治疗。

「NU SKIN 如新中华儿童心脏病基金」是由 NU SKIN 如新针对贫困先天性心脏病患儿所发起的慈善救助项目。自2008年起，我们携手多个合作伙伴，立足台湾、香港、上海、新疆、吉林、山东、广东、云南、黑龙江、广西、陕西、河北等地，挽救分布于整个大中华地区的先心病患儿们。

从2009年每天让**1**名患儿获得如新的生命，
 进步到2012年每天让**1**名患儿获得如新的生命，
 再到2015年每天让**3**名患儿获得如新的生命，
 我们已经累计帮助**5,716**名先心病患儿进行手术，获得如新的生命。

如新小课堂： 资金从哪里来， 到哪里去？



2016年

- 5月 「NU SKIN如新中华儿童心脏病基金」全国新生儿先心病协作网交流培训研讨会及专科医生培训项目2016年度会议举办，通过与复旦大学附属儿科医院的合作，对全国**40多家**的医院进行相关培训指导，不断提高先心病的防治水平。
- 6月 我们资助复旦大学附属儿科医院的先心病筛查项目取得重大进展，将常规先心病筛查有效指标从**7项**减少到**两项**，并发表在世界权威医学杂志《柳叶刀》上，最终推动上海市政府通过将新生儿先心病筛查纳入到常规筛查项目的提案，今后所有上海市新生儿都将进行先心病常规筛查。
- 我们开启在陕西省的慈善救助，未来十年内将向陕西青少年发展基金会捐赠善款人民币**1,000**万元，携手中国青少年发展基金会、陕西青少年发展基金会、第四军医大学西京医院，共同帮助当地贫困先心病患儿及时接受手术治疗，帮助更多患儿获得如新的生命。对于6-18周岁受该项目资助的患儿，陕西省基金会通过社会动员另行筹集资金，形成**救助助学一体化**爱心链条。
- 7月 如新中华儿童心脏病基金2016年度理事会在代表着中国高度的上海中心举办，相关合作机构代表、媒体及200多位基金理事出席会议，分享项目新高度，探讨项目新未来。
- 8月 「NU SKIN 如新中华儿童心脏病基金」荣获陕西省青少年公益项目大赛金奖以及希望工程贡献奖。
- 9月 我们开启在河北省的慈善救助，未来十年内将向河北青少年发展基金会捐赠善款人民币**500**万元，携手中国青少年发展基金会、河北青少年发展基金会、河北省儿童医院，共同帮助当地贫困先心病患儿及时接受手术治疗。
- 12月 「NU SKIN 如新中华儿童心脏病基金」2016年全年累计救助贫困先心病患儿**1,257**名。



改写子超命运的天使

7个月大的子超，在别人看来与普通婴儿并无差异，圆嘟嘟的小脸蛋，笑起来眼睛眯成一条线的模样十分讨人喜欢。然而他却是一个先天性心脏病宝宝，因为受疾病折磨，常常啼到哭啼不止，靠种田为生的家庭本已捉襟见肘，加上子超的父亲在孩子出生前出了车祸，子超妈妈独木难支，常常只能靠泪取暖。

就在全家人决定要放弃的时候，小子超得到了「NU SKIN 如新中华儿童心脏病基金」的爱心救助，成为项目在河北救治的首位患儿。在 NU SKIN 的帮助下，子超顺利完成手术。2016年，子超和妈妈还一起参加了「NU SKIN 如新中华儿童心脏病基金」慈善救治项目启动仪式。看着康复中的子超和 NU SKIN 如新志愿者志愿者们亲密互动，子超的妈妈频频抹泪，感谢 NU SKIN 如新让孩子和她都有机会看见更好的自己。



宁泽涛担任青春公益大使

2016年，“亚洲飞鱼”宁泽涛正式受邀成为“NU SKIN 如新中华儿童心脏病基金青春公益大使”，携手 NU SKIN 如新及公益组织，带动全社会对先天性心脏病患儿群体的关注与关爱，帮助他们获得新生命。2016年10月，宁泽涛走进复旦大学附属儿科医院，看望病房里的孩子们，了解他们的身体情况，寄予最大的祝福。他承诺将发挥自己作为 NU SKIN 如新青春公益大使的影响力，带动更多年轻人关注贫困儿童的健康问题。

温馨乐善汇 汇聚乐善心

你知道吗？

NU SKIN 如新有个志愿者的大家庭。

为 NU SKIN 如新的家人和事业经营伙伴提供践行、传递善的力量平台。



2016年，我们共计**7,641**位志愿者累计贡献了**26,039**小时，服务**9,045**位受助人，其中包括长者、残障群体及外来务工人员。

截止2016年底，乐善汇大中华地区已累计超**31,704**人次志愿者帮助陪伴了**55,239**位受助人，贡献志愿时间**121,959.5**小时。



农场生态保育新体验

2016年3月25日，23名志愿者成员陪同130位来自鲜鱼行学校的小三及小四学生及其家长前往于香港中区的鲜鱼行农场体验生态保育之旅。义工带领同学们分成20小组分别进行绿色体验工作坊。由志愿者担任的导师们，沿途为他们介绍及讲解有机种植及环保知识。虽然过程中下着大雨，学生的热情表现得非常兴奋雀跃。义工和同学们更合力完成指定任务，利用环保物料设计上衣及制作“环保小盆栽”和“有机善举肥皂”。学生们都充满创意和欢乐。最后他们更一同品尝特色健康午餐。不只学生，还有家长及义工在活动期间也增加对大自然的保育意识，共建更美好的生活，看见更美好的自己！



如新小学，圆贫困学子之梦

你知道吗？目前，全国有655个贫困县，超过1400万农村孩子面临就学问题。
如何让孩子们摆脱贫困的阻碍，得到接受教育的机会，已经成为一个迫在眉睫的问题。



如新小学“爱的回访”

截至2016年12月，
我们在全国各地投资了24所如新小学，
每所学校投入资金约30万元。
帮助学校建设教学楼与宿舍，改善教学条件，
并持续组织一年2次的志愿者回访活动。
已帮助近24,000名贫困学子圆学习之梦。

吉林市丰满区旺起镇中心小学校	2011年9月	30万	山西省吕梁市温泉乡庞子窠如新小学	2014年4月	35万
黑龙江鸡西市鸡西小学	2007年10月	15万	河北省石家庄市平山县古月如新小学	2015年11月	30万
黑龙江鸡西市东风小学如新幼儿园	2007年10月	15万	河北省邯郸市涉县马市如新小学	2014年10月	32万
重庆市渝北区王家镇中心学校	2010年9月	30万	四川省广安市岳池村如新小学	2017年	30万
陕西省宝鸡市陈仓区新街镇菜园村如新小学	2012年9月	30万	四川省成都市都江堰市北街小学	2014年-2016年	180万
湖南省长沙市岳麓区青山如新小学	2011年9月	30万	青海省西宁市湟源县寺寨乡如新中心学校	2014年11月	30万
浙江省杭州市淳安姜家镇如新小学	2002年3月	30万	安徽省阜阳市颍州区徐寨如新小学	2015年9月	30万
浙江省湖州市安吉县递铺镇如新小学	2004年2月	30万	辽宁省抚顺市新宾县水沟如新学校	2015年5月	30万
江苏宿迁泗阳县众兴镇北京路如新小学	2005年4月	30万	贵州黔南州惠水县好花红如新民族小学	2015年7月	30万
广东省梅州市兴宁县刁坊镇大桥如新小学	2005年4月	30万	河南省南阳市厚福盘如新完全小学	2016年5月	30万
江西省新余市渝水区峡江镇南宋如新小学	2006年12月	30万	天津宁河区齐家埠如新小学	2016年9月	30万
湖北武汉市梅田如新完全小学	2015年8月	30万	云南省普洱市江城如新小学	2016年12月	30.4万

播撒善与爱

NU SKIN 如新一致力于将善的力量渗透到各个细微的角落。我们留心每个需要帮助的边缘群体，力所能及地探索、涉足新的援助领域。

“谢谢你们愿意相信我”

张明冲连小学都没念过，年轻时生活很颓废，辗转组成家庭，妻子借债持家，将他转变成诚实正直的人。地震发生后，原本有起色的生活全毁了，更因为年轻时的荒唐，他连一毛钱都借不到。看到「NU SKIN 如新5.12小额信贷基金」项目宣传后很高兴，便尝试着向基金借了一万元。

张明冲没想到真的如愿了！“一辈子都没有人会借钱给我，因为你们愿意借给我，我才可以有机会重新再来。原本张明冲计划在一年之内还清款项。后来，只要一有钱，他就立刻去把把钱还的部分都还了。最后，只用了六七个月就还完全部款项。

一万元不仅让张明冲可以重新再来，更重要的是重燃了他对人的希望——“原来还真的有愿意再相信我”。

为了帮助2008年5.12汶川大地震中的受灾同胞，我们携手中国扶贫基金会，成立了「NU SKIN 如新5.12小额信贷基金」，通过善款循环滚动，帮助灾民重建家园。截至2016年年底，中国扶贫基金会「NU SKIN 如新5.12小额信贷基金」已持续发放贷款逾4亿元，受益农户逾14,000户。

NU SKIN 如新5.12小额信贷基金

为了响应国家的脱贫扶贫政策，实现精准扶贫，为了帮助有专项技能的残疾人更好地创业，获得新的生活，我们自2014年起，承诺十年内向中国残疾人福利基金会捐赠1000万元人民币，以支持、带动残疾人创业。自成立以来，该项计划已经先后在陕西、甘肃、福建、青海、湖北5省落地，帮扶残疾人项目20个。2016年5月12日，我们联合中国残疾人福利基金会、湖北省残联开展“湖北省‘助残圆梦’残疾人创业新星争霸赛”，将「集善如新创业计划」落地湖北。无息贷款帮助三位残疾人创业，带动多位残疾人就业。同时这笔无息贷款将持续滚动帮助湖北省更多的残疾人创业就业。

集善如新创业计划

2016年5月12日，「集善如新创业计划」落地湖北武汉，最终黄德华的“云香阁”项目获得本次比赛的一等奖——15万元创业启动资金。

19岁那年，肢体残疾的黄德华只身来到武汉。从路边摆摊到连锁书店老板，再到创办学校，20多年的创业历程的艰辛难以言述。2009年，机缘巧合下，黄德华的学校开始与阿里巴巴合作，利用互联网培训帮助残疾人就业，连续获得各类奖项。「集善如新创业计划」的肯定，也使黄德华更有信心，为更多残疾人圆创业梦。



为了提升大众对罕见病的认知，我们联手财团法人罕见疾病基金会，2016年我们在台湾开展了2016马凡氏症歌手——张琼玉“向麻娜Say Yes!”新书认购暨生命教育巡回讲座，所认购的新书作为颁奖及赠与之用，一共有超过250人出席讲座。我们还在线上发布了2016罕见病公益影片，共计358,373人次观看；藉由2季度共5-8辆列车灯箱广告、46-48面公车车体广告、播放超过250档罕见病广告，我们进一步向公众传达罕见病的信息，提升大家对罕见病患者的关怀。

罕见疾病宣传暨病友活动计划

企业实力

2016年	荣获2016年度上海工业税收排名第40名
2016年9月	荣获质检总局联合中宣部、发改委、工信部等42个相关部门、行业协会等单位共同颁发的全国质量诚信标杆典型企业
2016年9月	凭借 NU SKIN 如新大中华2015创星巅峰游荣获“2016年度国际企业大奖 - 最佳表扬活动金奖”
2016年9月	荣获“2016年度国际企业大奖 - 年度人力资源部银奖”
2016年8月	荣获上海市奉贤区人民政府颁发的2015年“财富100强企业”
2016年6月	荣获Vmware颁发的2016移动商务创新大奖
2014年6月	荣获“全国质量检验工作先进企业”证书
2014年1月	首度获香港杰出企业公民奖——企业优秀奖
2014年1月	获得2015年度工业产值奖、2015年度亩均纳税奖、2015年度税收总额奖
2013年11月	荣获2013 Stevie Awards年度“健康产品与服务产业最佳企业铜奖”
2013年11月	荣获2013 Stevie Awards“最佳管理团队铜奖”
2013年11月	凭借大中华区域大会荣获2013 Stevie Awards“最佳商展铜奖”
2013年11月	荣获2013 Stevie Awards“年度国际企业大奖——最受爱戴企业”
2013年11月	荣获2013 Stevie Awards“年度国际企业大奖——十佳企业”
2013年11月	荣获2013 Stevie Awards“成长最快速企业金奖”
2013年11月	荣获2013 Stevie Awards“最具创新力企业金奖”
2013年7月	荣获2013《天下杂志》金牌服务大赏“直销业第一名”
2013年7月	荣获2013“中国最佳客户服务奖”



外界·认可



我们在企业实力、品质品牌、慈善公益、社会责任等方面所作的努力均获得了各方认可，荣获国内外多个重大奖项。

品质品牌

2016年11月	凭借ageLOC Me获得2016年度“Top100嘉人美妆大奖评选”之“美妆技术宅”大奖
2016年10月	凭借ageLOC Me赢得 Happi 杂志读者推荐奖-年度抗衰老产品奖
2016年6月	凭借如新华茂牌如沛矿物质胶囊, 如新华茂牌如沛维生素胶囊, 如新华茂牌如沛绿沛胶囊荣获中国保健协会颁发的中国保健品公信力产品
2016年1月	凭借ageLOC Me新智我获得了2015年度“优良设计奖”(Good Design Award)。“优良设计奖”由芝加哥雅典娜建筑与设计博物馆和欧洲建筑艺术与都市研究中心联合颁发, 是世界上历史最为悠久和广受认可的卓越设计奖项之一
2015年12月	荣获由《中国经营报》颁布的“2015年度卓越表现奖 最佳品牌价值奖”
2015年11月	凭借“星火燃梦, 依如新生——2015年如新健康中国”荣获“2015中国最佳国际品牌建设案例”金象奖
2014年11月	ageLOC活颜倍弹源液获得“2014异想天大会年度产品”称号
2015年11月	凭借Discovery频道《人类基因组》荣获2013 Stevie Awards“最佳品牌科技领域银奖”

慈善公益

2016年12月	「NU SKIN 如新中华儿童心脏病基金」的青春公益大使宁泽涛获得2016中国公益年会颁发的“2016年度中国公益人物”
2016年12月	荣获2016中国公益年会颁发的“2016年度中国公益企业”
2016年10月	荣获连续七次荣获“中国慈善排行榜·十大慈善企业”称号
2016年9月	第四次荣获中华慈善奖, 此前曾在2008年、2011年、2012年分别获得“中华慈善奖之最具爱心外资企业”称号, “中华慈善奖最具影响力慈善项目”奖项以及“中华慈善奖最具爱心捐赠企业”称号
2016年8月	凭借「NU SKIN 如新中华儿童心脏病基金」荣获2016年陕西省青少年公益项目大赛金奖
2016年3月	荣获由中国扶贫基金会颁发的2015年度扶贫大使奖
2016年3月	凭借「爱伢儿滋养计划」项目, NU SKIN 如新希望小学项目, 「NU SKIN 如新中华儿童心脏病基金」项目荣获由中国消费者报社颁发的消费者心目中最值得点赞的公益慈善项目
2016年12月	连续11年荣获香港社会福利署颁发的义务工作嘉许金奖状

2016年1月	获得中国企业公益事业发展组织委员会颁发的2015年中国公益事业杰出成就勋章奖
2015年10月	凭借「NU SKIN 如新中华儿童心脏病基金」荣获“跨国企业在上海”最佳创新实践案例Top 12
2015年4月	再度荣获由中国残疾人福利基金会颁发的“集善钻石奖及集善贡献奖”
2015年3月	连续第三次荣获由中国扶贫基金会颁发的“年度突出贡献奖”
2015年3月	连续第三次荣获“中国儿童慈善奖——突出贡献奖”
2014年3月	荣获由中国扶贫基金会颁发的“2013年度突出贡献奖”
2014年1月	“如新爱心义工队”连续四年荣获香港杰出企业公民奖——杰出义工队优秀奖
2014年1月	荣获2015年度公益慈善奖
2015年	「NU SKIN 如新中华儿童心脏病基金」项目荣获美国“社群奉献奖(Communitas Awards)”之杰出慈善贡献奖
2015年1月	荣获“中国扶贫基金会2012年度突出贡献奖”
2012年12月	荣获中国残疾人福利基金会“集善钻石奖”
2012年12月	爱伢儿项目在善耀中国2012公益嘉年华系列活动荣获“第二届跨国企业社会责任十佳案例”和“第二届跨国企业社会责任优秀案例”
2012年2月	「爱伢儿滋养计划」荣获第四届“中国公益新闻年会媒体关注公益品牌项目”
2011年1月	荣获“2011跨国企业企业社会责任(CSR)十佳案例奖”
2011年12月	荣获“2011第一财经中国企业社会责任榜”“仁商贡献奖”
2011年8月	「NU SKIN 如新中华儿童心脏病基金」项目荣获“亚洲年度企业社会责任”荣誉大奖
2010年5月	荣获中国残疾人联合会颁发的“白金爱心企业奖”

企业责任

2016年12月	连续5年获得智联招聘颁发的“中国年度最佳雇主100强”奖
2016年12月	连续2年获得前程无忧颁发的“2016年中国典范雇主”奖
2016年12月	荣获集善如新创星计划获得2016中国企业社会责任卓越奖
2016年12月	荣获“2016年度中国社会责任杰出企业奖”
2016年11月	凭借「NU SKIN 如新中华儿童心脏病基金」项目荣获2016中国食品企业社会责任“优秀案例奖”
2016年11月	荣获2016年度中国食品企业社会责任百强企业称号
2016年2月	第十次荣获香港社会服务联会颁发的“商界关怀”标志
2016年1月	荣获由新华网、中央财经大学商学院联合颁发的2015在华外资企业十佳公民
2015年12月	荣获新华网和中国社科院经济学部企业社会责任研究中心主办颁发的2015年度中国社会责任年度杰出企业奖
2015年12月	荣获由公益时报颁发的“中国社会责任卓越奖”
2015年10月	四度蝉联“中国年度最佳雇主”
2012年12月	荣获2012年第一财经-中国企业社会责任榜“杰出企业奖”
2012年12月	荣获“2012上海年度最佳雇主”
2011年9月	荣获“2011年卓越雇主—中国最适宜工作的公司”

附录：全球报告倡议组织 (GRI) G4内容索引

指标	标准披露项标题	索引	备注
战略与分析			
G4-1	机构最高决策者就可持续发展与机构的相关性及机构可持续发展战略的声明	开启发现之旅	
机构概况			
G4-3	机构名称	关于本报告	
G4-4	主要品牌、产品和服务	我们的业务	
G4-5	机构总部的位置	我们的业务	
G4-6	机构在多少个国家运营，在哪些国家有主要业务，或哪些国家与报告所述的可持续发展主题特别相关	我们的业务	
G4-8	机构所服务的市场（包括地区细分、所服务的行业、客户/受益者的类型）	我们的业务	
G4-9	机构规模，包括：员工人数；运营地点数量；净销售额；或债务和权益细分的总市值；所提供的产品或服务的数量	我们的业务	
G4-10	雇员统计数据	团队管理	
G4-11	集体谈判协议涵盖的员工总数百分比	团队管理	
G4-12	描述机构的供应链情况	商业伙伴	
G4-13	报告期内，机构规模、架构、所有权或供应链的重要变化		报告期内未有相关变化
G4-14	机构是否及如何按预警方针及原则行事	品质创新 品质保障	
G4-16	机构加入的协会（如行业协会）和国家或国际性倡议机构	外界认可	
确定的重大性方面和边界			
G4-17	列出机构的合并财务报表或同等文件中包括的所有实说明在合并财务报表或同等文件包括的任何实体中，是否有未纳入可持续发展报告的实体	关于本报告	
G4-18	说明界定报告内容和方面边界的过程及机构如何应用“界定报告内容的报告原则”	我们的CSR管理	
G4-19	列出在界定报告内容的过程中确定的所有重大性方面	我们的CSR管理	
G4-20	对于每个重大性方面，说明机构内方面的边界	我们的CSR管理	
G4-21	对于每个重大性方面，说明机构范围外方面的边界	我们的CSR管理	
G4-22	说明重订前期报告所载信息的影响，以及重订的原因		不适用 此份为份报告
G4-23	说明范围、方面边界与此前报告期间的重大变动		不适用 此份为份报告

利益相关方参与			
G4-24	机构的利益相关方列表	我们的CSR管理	
G4-25	就所选定的利益相关方, 说明识别和选择的根据	我们的CSR管理	
G4-26	利益相关方参与的方法, 包括按不同的利益相关方类型及组织的参与频率, 并指明是否有任何参与是专为编制报告而进行	我们的CSR管理	
G4-27	利益相关方参与的过程中提出的关键主题及顾虑, 以及机构回应的方式, 包括以报告回应。说明提出了每个关键主题及顾虑的利益相关方组别	我们的CSR管理	
报告概况			
G4-28	所提供信息的报告期	关于本报告	
G4-29	上一份报告的日期(如有)		不适用 此份为年份报告
G4-30	报告周期	关于本报告	
G4-31	关于报告或报告内容的联络人	关于本报告	
G4-32	说明机构选择的“符合”方案。针对所选方案的GRI内容索引	附录GRI G4 内容索引	
G4-33	机构为报告寻求外部鉴证的政策和目前的做法		不适用
治理			
G4-34	机构的治理架构, 包括最高治理机构下的各个委员会说明负责经济、环境、社会影响决策的委员会	我们的CSR管理	
G4-37	利害关系人与最高治理机构在经济、环境和社会议题上咨询的流程	我们的CSR管理	
商业伦理与诚信			
G4-56	说明机构的价值观、原则、标准和行为规范, 如行为准则和道德准则	我们的品牌理念 我们的CSR理念	
经济			
方面: 经济绩效			
G4-DMA	管理方法披露	我们的业务	
G4-EC1	机构产生和分配的直接经济价值	我们的业务	
G4-EC9	在重要运营地点, 向当地供应商采购支出的比例	商业伙伴	
方面: 物料			
G4-DMA	通用管理方法披露	品质保障	

方面: 能源			
G4-DMA	通用管理方法披露	尊重自然	
G4-EN3	机构内部的能源消耗量	尊重自然	
G4-EN5	能源强度	尊重自然	
G4-EN6	减少的能源消耗量	尊重自然	
G4-EN7	产品和服务所需能源的降低	尊重自然	
方面: 水			
G4-DMA	通用管理方法披露	尊重自然	
G4-EN8	按源头说明的总耗水量	尊重自然	
方面: 废气排放			
G4-DMA	通用管理方法披露	尊重自然	
G4-EN16	能源间接温室气体排放量(范畴二)	尊重自然	
方面: 污水和废弃物			
G4-DMA	通用管理方法披露	追求 ● 自然	
G4-EN22	按水质及排放目的地分类的污水排放总量	守护自然	
G4-EN23	按类别及处理方法分类的废弃物总重量	守护自然	
G4-EN24	严重泄露的总次数及总量		报告期内未发生
方面: 产品和服务			
G4-DMA	通用管理方法披露	守护自然	
G4-EN27	降低产品和服务环境影响的程度	守护自然	
方面: 合规			
G4-EN29	违反环境法律法规被处重大罚款的金额, 以及所受非经济处罚的次数		报告期内未发生
方面: 交通运输			
G4-DMA	通用管理方法披露	尊重自然	
G4-EN30	为机构运营而运输产品、其他货物及物料以及员工交通所产生的重大环境影响	尊重自然	
方面: 整体环境情况			
G4-DMA	通用管理方法披露	自然理念	

方面: 供应商环境评估			
G4-DMA	通用管理方法披露	商业伙伴	
方面: 雇用			
G4-DMA	通用管理方法披露	协作 ● 团队	
G4-LA1	按年龄组别、性别及地区划分的新进员工和离职员工总数及比例	团队管理	
G4-LA2	按重要运营地点划分, 不提供给临时或兼职员工, 只提供给全职员工的福利	团队关爱	
方面: 职业健康与安全			
G4-DMA	通用管理方法披露	团队关爱	
G4-LA6	按地区和性别划分的工伤类别、工伤、职业病、误工及缺勤比例, 以及和因公死亡人数	团队关爱	
方面: 培训与教育			
G4-DMA	通用管理方法披露	团队发展	
G4-LA9	按性别和员工类别划分, 每名员工每年接受培训的平均小时数	团队发展	
方面: 多元化与机会平等			
G4-DMA	通用管理方法披露	团队管理	
方面: 供应商劳工实践评估			
G4-DMA	通用管理方法披露	商业伙伴	
方面: 非歧视			
G4-PR3	歧视事件的总数, 以及机构采取的纠正行动		报告期内未发生
方面: 童工			
G4-PR5	已发现具有严重使用童工风险的运营点和供应商, 以及有助于有效杜绝使用童工情况的措施		报告期内未发生
方面: 强迫与强制劳动			
G4-PR6	已发现具有严重强迫或强制劳动事件风险的运营点和供应商, 以及有助于消除一切形式的强迫或强制劳动的措施		报告期内未发生
方面: 供应商人权评估			
G4-DMA	通用管理方法披露	商业伙伴	
方面: 供应商社会影响评估			
G4-DMA	通用管理方法披露	商业伙伴	

方面: 社会影响问题申诉机制			
G4-SO11	经由正式申诉机制提交、处理和解决的社会影响申诉的数量		报告期内未发生
方面: 客户健康与安全			
G4-DMA	通用管理方法披露	品质创新	
方面: 产品及服务标识			
G4-PR3	机构关于产品和服务信息与标识的程序要求的产品及服务信息种类, 以及需要符合这种信息要求的重要产品及服务类别的百分比	品质保障	
G4-PR4	按品类说明, 违反有关产品和服务信息及标识的法规及自愿性准则的事件总数		报告期内未发生
G4-PR5	客户满意度调查的结果	品质服务	
方面: 客户隐私			
G4-DMA	通用管理方法披露	品质服务	
G4-PR8	经证实的侵犯客户隐私权及遗失客户资料的投诉总数		报告期内未发生

