

NU SKIN

2019

AS FORCE FOR  
GOOD  
AS NU SKIN

如新(中国)企业社会责任报告

如新之道  
预见未来

NU SKIN



本刊全部采用环保纸及大豆油墨印刷  
如新和您一起爱地球



**FORCE  
FOR  
GOOD**



NU SKIN  
**FORCE FOR GOOD**  
FOUNDATION



**SUSTAINABILITY**



**NOURISH**  
*the* **CHILDREN**



**COMMUNITY  
OUTREACH**

## 专家评语

社会责任报告是企业公开披露其经济、社会、环境影响的方式，是企业践行社会责任过程中不可或缺的重要一环，是企业与利益相关方沟通的重要工具和渠道。GRI 作为全球范围内应用最广泛的社会责任报告通用语言规范和编制标准，为企业和各类组织提供了一个可参照的科学框架，也为企业和利益相关方的沟通创造了一种共同语言。

《如新(中国)2019 企业社会责任报告》在编制过程中参考 GRI 标准搭建了报告框架。可以看到，报告在实质性议题识别上较好地回应了利益相关方的关注重点，报告主体的五大章节依次回应了合规管理及商德建设、善的力量文化和社区共荣、负责任的产品及服务、员工和事业经营伙伴发展、企业可持续发展五大核心议题。总的来说，有干货、有诚意、有

亮点，称得上是一本对于利益相关方有价值的报告。一个企业践行企业社会责任，面临着来自企业内外多方面多重挑战。就外部而言，利益相关方的声音也是复杂的。能够及时回应利益相关方的质疑，对企业是一严峻的考验。在这方面，包括如新在内的很多企业仍有完善和提升的空间。

在如新公司的使命中，“善的力量”居于核心位置，我认为这为公司将企业社会责任融入公司战略提供了良好的基础。报告中也全面展示出企业为践行使命而采取的一切努力。期待和祝福如新能在自身可持续发展的道路上行稳致远，不断向外辐射“善的力量”，为中国和全球可持续发展带来更多积极的贡献！



—— 吕建中博士

全球报告倡议组织 (GRI) 董事局董事、CSR 思想实验方法论的创立者



# 目录

CONTENTS



总裁致辞：使命是如新永恒的底色 03  
 责任理念与可持续发展目标 05  
 责任绩效概览 09  
 走进如新 11

**可信赖，共筑行业健康生态** 15  
 责任聚焦：商德引路，成功有道 17  
 以身作则，稳健合规的公司治理 19  
 诚信正直，全面保障消费者权益 21  
 携手同行，积极参与行业共建 23



**守初心，凝聚善力共创价值** 25  
 责任聚焦：善的力量，为世界带来美好改变 27  
 授之以渔，“受饥儿滋养计划”在行动 29  
 人人参与，社区关怀常相伴 33  
 持续行善，开启善力新篇章 39



**年轻化，推动品质生活更可达** 43  
 责任聚焦：让年轻化，成为人人可享的品质生活 45  
 大胆创新，打造美丽健康的产品 47  
 心向客户，创造优越的消费者体验 53  
 齐心协力，提供一流的供应保障 56



**敢追梦，提供公平广阔的发展平台** 57  
 责任聚焦：赋能追梦，公平广阔的发展平台 59  
 启梦，广阔的事业发展平台 61  
 启航，深入支持员工发展 67



**可持续，积极行动预见更好未来** 71  
 责任聚焦：我们的可持续发展模型 (Planet、Product、People) 73  
 地球与环境，可持续运营 75  
 产品与生产，可持续的全生命周期 78  
 人文与社区，赋能可持续发展模式 86



**责任管理与责任绩效** 89  
 利益相关方沟通与实质性分析 89  
 报告数据绩效 91  
 加入的行业协会与担任职务 96  
 外界认可 97  
 《全球可持续发展报告标准》(GRI 标准) 索引表 99  
 报告编制说明 102

## 总裁致辞

### 使命是如新永恒的底色



受惠于中国经济在 21 世纪的强势崛起，如新集团自进入中国市场以来，始终保持稳健快速的增长步伐。随着消费者对于美好生活的向往以及美丽健康需求的持续增长，我们对未来的发展方向亦愈加坚定，持续践行“善的力量”企业使命，致力于为客户提供优质的产品和服务。

在开拓中国市场的过程中，如新集团一直秉持“善的力量”企业核心价值，诚信正直的经营理念，为消费者提供不断创新的

产品；积极赋能员工与事业经营伙伴，开展公益慈善活动，不断完善和落实“善的力量”之企业文化，帮助更多中国消费者提高生活品质，同时对当地经济、社会和环境也做出了重要的贡献。

如新致力于成为消费者心目中最值得信赖的企业！在多年的发展历程中，如新始终坚持强化事业经营伙伴在合规经营、保障消费者权益等方面以身作则，将消费者权益维护工作融入到生产、经营和销售的各个环节；并始终为企业的可持续稳健发展营造良好环境，与行业伙伴携手共筑健康的行业生态，致力于实现企业、行业和社会的多方共赢。

不断创新的产品，是如新赢得中国消费者青睐的核心。通过持续创新，如新在消费、品质、服务、品牌、产业五大方向开展全方位的“年轻化”战略升级，为消费者提供更多、更好的优质产品，以满足消费升级趋势下，越来越多中国消费者品质化、多样化、个性化的需求。

“善的力量”一直激励着如新，让我们更具使命感，去主动肩负起企业社会责任，帮助更多人开启美好的生活。我们打造了公平广阔的发展平台，让员工能够在包容、平等、健康的职场

环境中悦享身心健康，充分释放潜能；在完善创新的培训体系和发展方案的帮助下，实现快速成长；同时，我们的事业经营伙伴也能够如在如新事业平台上达成人生梦想，实现自我价值的提升，预见更好的自己。

秉持“授之以渔、持续行善、人人参与”的行善理念，如新自成立以来，就将“善的力量”作为最高原则和行动指南，贯穿在企业包括生产运营的一切行动之中。不知不觉，如新在中国走过的公益之路已逾十年，并五度荣获“中华慈善奖”。2018 年 12 月，经上海市民政局批准登记，如新公益基金会成立了！这标志着我们将以更加专业、系统、透明的方式，携手员工和伙伴，投入公益事业，为更多有需要的人提供助力、送去温暖，为更美好的世界而持续行善。

作为可持续发展理念的传播者、践行者和推动者，如新自 1984 年成立以来，就不断检视公司各个业务项目，对地球生态和社会环境带来的影响，并于 2019 年制定了“Planet（地球与环境）、Product（产品与生产）、People（人文与社区）”的可持续发展战略，从可持续运营管理、可持续生产、可持续社区支持三大方面践行绿色发展，提升对环境的友好程度，通过每一个在生产运营中的细节，来预见世界更加美好的未来。

感谢您一直以来对如新（中国）的支持，也欢迎您阅读这一份社会责任报告，我们真诚地与您分享如新（中国）在公司治理及商德建设、公益慈善与社区共荣、负责任的产品及服务、员工及事业经营伙伴发展、企业可持续发展五大方面的所思、所为、所及及所愿。如新之道，源于使命，重在行动，这是全体如新人的基本行事原则。我们相信，每个人一点一滴的善行，终将能够汇聚成为，预见更好未来最大最强的力量！

如新会一如既往地践行企业使命，凝聚善的力量，透过积极充实的优良文化，为中国市场带来更多的优质产品和卓越服务，赋予人们提高生活品质的力量。我们也将坚定不移地用实际行动诠释企业责任，向社会传递更多善的能量，为推动行业生态健康发展，助力美好生态和温暖社会建设做出更多的贡献！

郑重 Vincent Cheng  
如新（中国）总裁

# 责任理念与可持续发展目标

## 我们的使命

在世界各地凝聚一股善的力量，凭借酬报优渥的事业机会，不断创新的优质产品，充实积极的优良文化，赋予人们提高生活品质的力量。

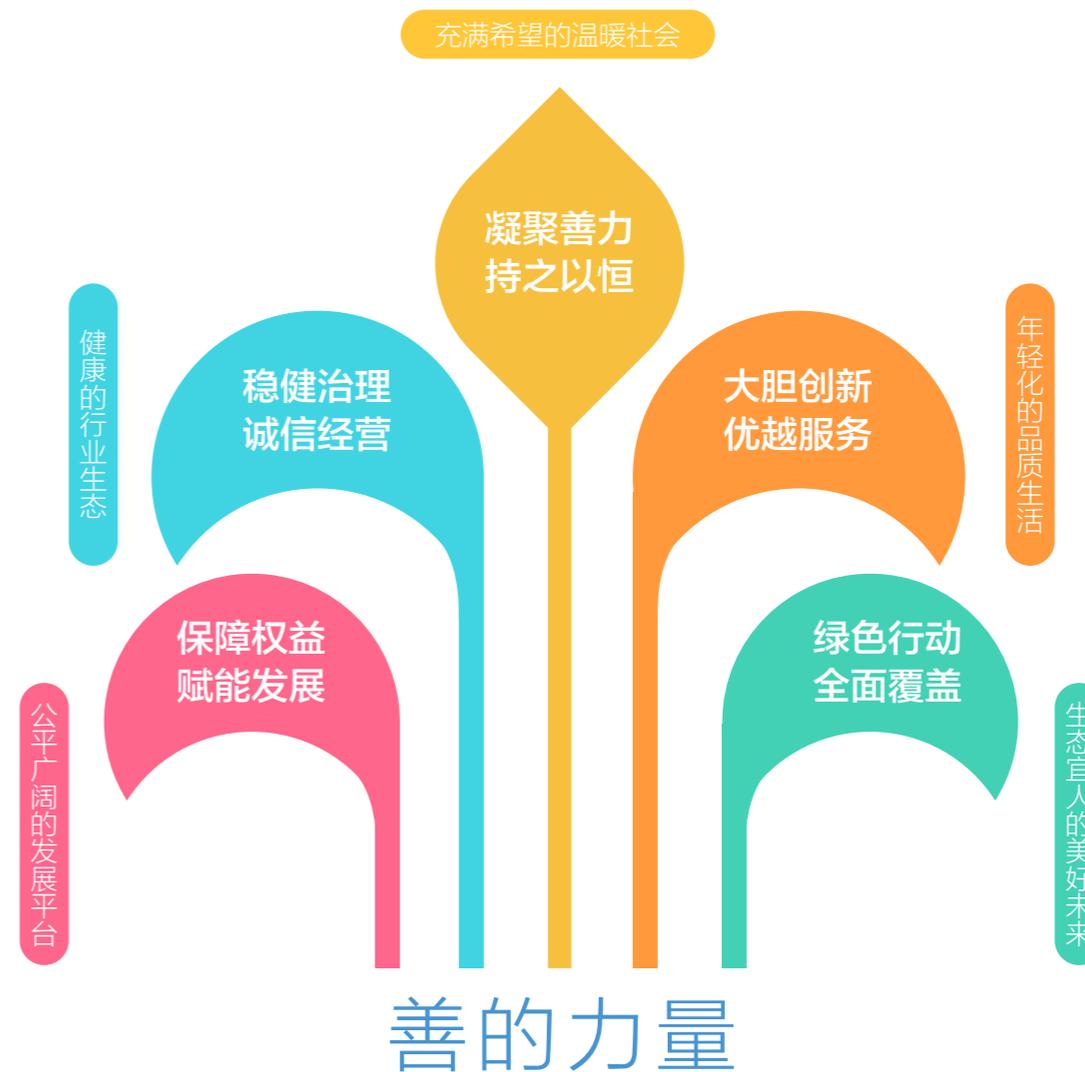
## 我们的社会责任模型

善的力量，代表着如新的本质和内涵，我们将“善的力量”放在如新之道的核心位置，作为如新一切行动的出发点和最高追求。

通过以身作则的稳健治理、诚信经营，我们携手伙伴共筑行业健康生态；以“善的力量”使命贯穿公司一切选择和行动之中，持之以恒地采取行动，建设人人有希望的温暖社会；通过提供创新的产品和卓越的服务，我们努力为更多人带来年轻化的品质生活；通过深度赋能员工和事业经营伙伴的发展，打造公平广阔的发展平台；通过落实全面覆盖的绿色承诺，我们积极倡导并投身于保护地球永续发展的行动，携手各方共创生态宜人的美好未来。



## 如新社会责任模型



### 如新对全球可持续发展目标的推动

2015 年 9 月，联合国正式通过《2030 年可持续发展议程》，提出了 17 项可持续发展目标（SDGs），动员全球力量来实现一系列共同目标。为促进《2030 年可持续发展议程》的目标在中国顺利落实，中国政府于 2016 年 9 月发布了《中国落实 2030 年可持续发展议程国别方案》，并定期在联合国大会中作进度报告。

如新（中国）积极响应可持续发展目标落实方案，全面审视 SDGs 与公司履责实践的关联性，为企业社会责任工作提供方向性指导。

#### 可信赖，共筑行业健康生态

- 三管齐下提高商德规范：制定《如新约法》，开展商德培育与宣传，设置多重渠道进行监管
- 以完善的公司治理架构开展风险管理与合规经营
- 将消费者权益维护工作融入到生产、经营和销售的各个环节，全流程保障消费权益
- 公司发起成立直销行业高峰论坛暨上海市直销企业自治联盟，促进上海市直销行业的健康稳定发展

#### 守初心，凝聚善力共创价值

- 2003 年“受饥饿滋养计划”进入中国，如新联手多家国内慈善机构向贫困儿童发放蜜儿餐
- 2008 年如新成立“NU SKIN 如新中华儿童心脏病基金”，发展至今已成为具有完整救助链条的先天性心脏病救助项目
- 2014 年如新建立“乐善汇”志愿者平台，作为员工及事业经营伙伴身体力行践行和传递“善的力量”的平台
- 2018 年 12 月，如新发起并成立“如新公益基金会”，在原有项目的基础上，补充开展了“如新小学”和“如新春蕾计划”项目，旨在为更多儿童创造美好世界



#### 可持续，积极行动预见更好未来

- 如新集团制定“Planet（地球与环境）、Product（产品与生产）、People（人文与社区）”的可持续发展战略
- Planet: 关注地球与环境，打造绿色如新，采取可持续运营模式，推行 GO GREEN 措施，践行绿色办公与绿色会议
- Product: 从研发、生产、包装、物流、仓储、销售全流程，实现产品全生命周期的绿色行动
- People: 建设可持续人文及社区，如新全球开展海洋保护、在非洲马拉维开展家庭自立农业学校等项目，赋能当地可持续发展模式

#### 敢追梦，提供公平广阔的发展平台

- 为事业经营伙伴提供广阔的发展平台，通过丰富的开市专案、畅通的沟通渠道、递进式的培育激励体系，帮助他们成长与发展
- 为员工深度打造健康职场，制定年轻人才引进战略，保障员工权益，为员工提供平等的发展机会

#### 年轻化，推动品质生活更可及

- 以“年轻化”和“数字化”为公司战略，从产品科技创新到数字化平台转型，全方位创造品质生活
- 制定严格的 6S 品质措施，从产品研发到交付全流程严控产品质量
- 为消费者提供优越的消费者服务，提供多种消费者沟通渠道：线上搭建“星享城”电商平台，为消费者提供数字化、智能化体验；线下创建如新（智新）体验中心，为消费者提供场景化设计、沉浸式体验

# 责任绩效概览

## 诚信经营

行动

- 三管齐下提高商德规范，加强会议与经营场所审核
- 以完善的公司治理架构开展风险管理与合规经营
- 公司发起成立直销行业高峰论坛暨上海市直销企业自治联盟

绩效

- 2017-2019 年，报备会议资料审查率达 **95%** 以上
- 2017-2019 年，获得 **5 项** 税收奖项
- 2017-2019 年，获得政府诚信经营、扶优扶强奖励基金 **840.20 万元**

## 研发与生产

行动

- 制定严格的 6S 品质措施，从产品研发到交付全流程严控产品质量
- 从研发、生产等全流程采取覆盖产品全生命周期的绿色行动
- 奉贤与湖州两大生产基地加大投入，用于废水监测与处理、废气排放、固废处理、危废处理等减排措施

绩效

- 通过 ISO9001、ISO22000、ISO22716:2007、良好生产规范（GMP）准则和 HALAL 认证
- 2017-2019 年间，奉贤与湖州基地完成政府监督检查 **39 次**，通过率 **100%**；生产产品 **7,650 批**，合格率 **100%**
- 2019 年每生产 **1 件** 如新产品相较 2017 年变化：  
耗电量减少 **17%**                      废水排放量减少 **31%**  
耗水量减少 **13%**                      有害废弃物排放量减少 **17%**  
温室气体排放量减少 **17%**

## 仓储与运输

行动

- 通过包装材料减量化与轻量化，有效控制包材使用量
- 通过使用环保再生纸、纸箱填充物，循环利用纸箱等措施，降低木材与塑料的消耗

绩效

- 2017-2019 年，每生产 **1 件** 如新产品包装材料使用减少 **17%**
- 物流拣货清单全面使用环保再生纸，**80%** 来自回收废纸，每年平均减少木材约 **33.16 吨**
- 通过封箱带优化及填充材料改造，每年平均减少塑料约 **41.13 吨**

## 销售与售后

行动

- 推进“年轻化”和“数字化”战略，从产品科技创新到数字化平台转型，全方位创造品质生活
- 为消费者提供优质服务，提供多种消费者沟通渠道
- 线上搭建“星享城”电商平台，线下创建如新（智新）体验中心，为消费者提供场景化设计、沉浸式体验
- 通过空瓶回收可持续消费倡导举措向消费者宣传环保理念

绩效

- 如新（智新）体验中心获得世界数字导视博览会 DSE APEX 颁发的“零售类别数字化体验大奖”、美国交互体验协会颁发的“年度最佳零售行业大奖”、第 69 届芝加哥优良设计奖的“环境类别 GOOD DESIGN 大奖”，入选美国零售设计学院评定的“2018 年度行业设计大赏”
- 2017-2019 年，公司已经回收 **100 余万** 如新空瓶

## 事业平台

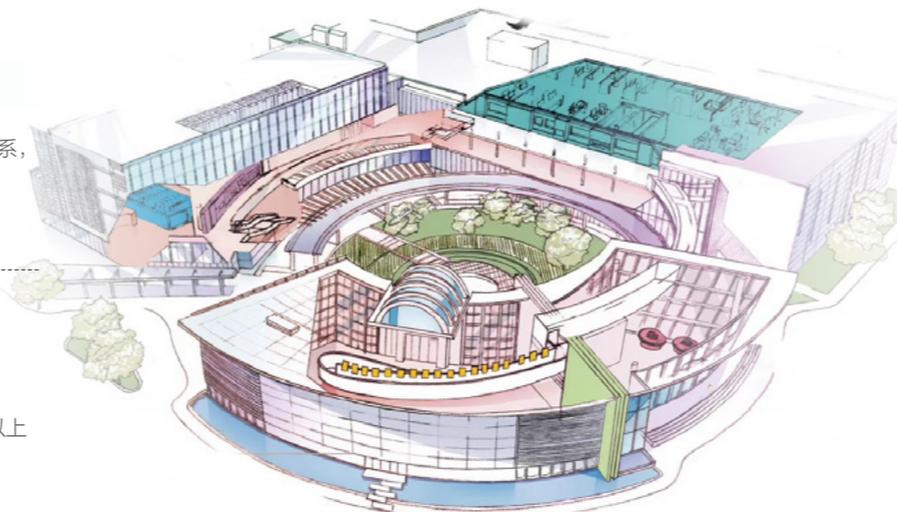
行动

- 为事业经营伙伴提供广阔的发展平台，通过丰富的开市专案、畅通的沟通渠道、递进式的培育激励体系，帮助伙伴成长与发展
- 为员工深度打造健康职场，制定年轻人才引进战略，保障员工权益，为员工提供平等的发展机会

绩效

- 提供市场营销活动、业务活动双线的开市支持，包括线上直播及线下全球大会、超级年会等丰富活动
- 2019 年超级年会获得 Event marketing Awards 2020 “活动营销大奖”——最佳激励活动奖
- 2017-2019 年，公司面向事业经营伙伴共开展线上、线下产品培育培训覆盖 **3,600 余万人** 次
- 2019 年，90 后员工占比 **31%**，千禧一代<sup>1</sup> 管理层员工占比 **42%**，女性高级管理层员工占比 **60%** 以上
- 2017-2019 年，员工培训覆盖率为 **100%**，接受培训平均小时数均超过 **20 小时**

<sup>1</sup>指 1982-1995 出生的一代



## 公益贡献

行动

- 2003 年“受饥儿滋养计划”进入中国
- 2008 年如新成立“NU SKIN 如新中华儿童心脏病基金”
- 2014 年如新建立“乐善汇”志愿者平台
- 2018 年 12 月，如新发起并成立“如新公益基金会”

绩效

- 五度获得“中华慈善奖”
- 截至 2019 年 12 月，“受饥儿滋养计划”中蜜儿餐全球捐赠超过 **6.5 亿份**
- 截至 2019 年 12 月，“NU SKIN 如新中华儿童心脏病基金”已成功募集善款超过 **1 亿 3,600 万元** 人民币，共救治 **10,161 名** 贫困先心病患儿，推动全国 28 个省份将新生儿先心病筛查纳入到常规筛查中
- 2014 年起成立乐善汇志愿服务平台，已累计贡献志愿时间 **82,899.5 小时**

# 走进如新

公司名称: 如新(中国)日用保健品有限公司

成立时间: 1993年3月28日

总部地址: 中国上海

如新体验中心: 4个体验馆分布上海、广州、西安、北京;  
4个体验中心分布深圳、南宁、昆明、济南; 及其它33家  
形象店

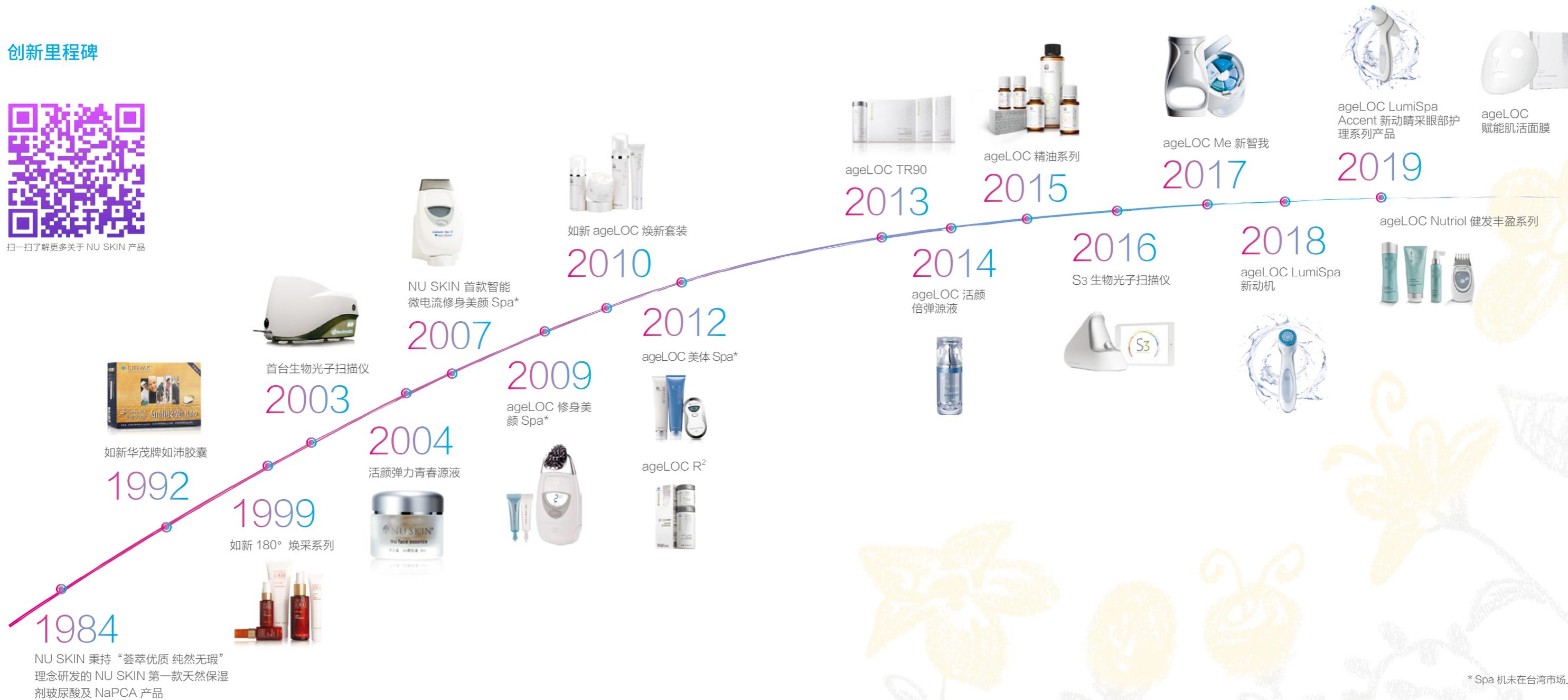
主营业务: 如新一直致力于成长为个人保养品与营养补充  
品的领导品牌, 业务遍布全球近50个市场, 并将持续为更  
多人带来健康、快乐和美好的生活



### 创新里程碑



扫一扫了解更多关于 NU SKIN 产品



\* Spa 机未在台湾市场上市

# 可信赖， 共筑行业健康生态

国家市场监督管理总局的组建成立，给直销行业管理带来了新的政策局面。2019年，国家市场监督管理总局等十三部委联合发布政策对保健品市场进行规范整改。这一系列行业监管举措，为直销市场带来了规范与发展的契机。

自成立以来，如新始终在加强事业经营伙伴合法合规经营、保障消费者权益等方面以身作则，不断完善公司商德建设，加大投入力度，进一步响应国家政策及号召，共同推动直销行业规范发展，塑造健康行业生态。

## 责任实践

- 三管齐下提高商德规范：制定《如新约法》，开展商德培育与宣传，设置多重渠道进行监管
- 以完善的公司治理架构开展风险管理与合规经营
- 将消费者权益维护工作融入到生产、经营和销售的各个环节，全流程保障消费者权益
- 公司发起成立直销行业高峰论坛暨上海市直销企业自治联盟，促进上海市直销行业的健康稳定发展



16.5 16.6

## 责任聚焦 商德引路，成功有道

近年来，国家市场监督管理总局明确加强对直销企业、直销员及直销企业经销商、合作方、关联方的监管。面对日渐严格的要求，公司坚持以合规经营为己任，为企业的持续稳健发展营造良好环境，实现企业、行业和社会的多方共赢。

### 三管齐下提高商德规范

公司严格遵守《直销管理条例》《禁止传销条例》及商务部、市场监督管理总局发布的部门规章和各分支机构所在地的地方规范性文件，严格遵循高标准的“十项要求”，并从制度制定、商德培育与宣传、多渠道监管等方面提高公司的商德规范，保证公司的规范经营。

#### ▶ 三管齐下提高商德规范



#### 制定《如新约法》

覆盖全流程的从业规范



#### 商德培育与宣传

2017-2019 年间，开展 181 场商德规范培训，11,633 名营销人员获得商德认证；2,172 名线上通过商德规范测评



#### 多渠道监管

利用产品一物一码全覆盖技术查处未经授权渠道的销售行为

### 加强会议与经营场所两大规范

如新聚焦会议规范与经营场所规范，从会议报备、会议开展的规范制定，到开展经营场所规范审查，全面加强公司对商德规范的保障。

#### ▶ 会议与经营场所规范

会议报备流程规范

会议开展规范

参会人员规范

• 2019 年，报备会议资料审查率达 95% 以上

#### 会议规范

#### 经营场所规范

经销商管理

经销商经营规范

经营场所规范

• 开展经营场所规范拜访、审核经销商名单提交

#### ▶ 如新事业经营伙伴的商德规范之路



开市

遵守公司合同、《如新约法》等政策指引



经营

通过《如新约法》、商德教育、监管审查等规范经营行为



考核与激励

制止夸大或者不实的宣导、不合理考核



违规处理

设立如新(中国)事业经营伙伴行为审查委员会处理违规事件

## 以身作则， 稳健合规的 公司治理



2017-2019 年，公司获得 **99 项** 合规荣誉，包括守合同重信用称号、5A 级信用等级企业、品质消费诚信示范企业。

### 完善的公司治理

公司严格遵循国内外法律法规，在如新集团的组织架构下，如新（中国）建立了完善的公司治理结构。



### 全面的风险管理

2019 年，公司制定了《风险管理手册》和相关制度，并通过风险管理问卷识别出业务开展过程中，针对行业营商环境、营销人员商德培育、个人信息安全等共计七大方面的风险，根据可见性、重大性、公开性、发生后对财务的影响力、对利害关系人的影响力、相应危机防范措施完备性等维度进行风险评估，同时根据识别出的风险结果积极采取防范行动，确保公司风险管理能力的持续提升。



### 高度重视反腐败工作

公司高度重视反腐败工作，关注美国《反海外腐败法》（简称 FCPA）等反腐败法律法规，在如新集团《全球反腐败政策》基础上补充制定《中国大陆反腐败反贿赂补充政策》，覆盖所有在中国大陆开展业务的如新管理人员、董事、员工、代理商和 / 或第三方代表，以及公司正在运营或正积极考虑进入的所有地区发生的交往和交易。

与此同时，公司设立了“自上而下”和“自下而上”的双线反腐败机制。一方面，公司建立“中国大陆法务部—全球合规部—核心合规队伍”的反腐败工作汇报层级，自上而下严守公司的反腐败底线；另一方面，为员工提供投诉渠道，提供法务部或合规部汇报、举报热线，在线举报等投诉渠道，直接汇报、匿名检举等投诉方式，并制定严格的反腐败举报处理流程，自下而上保障公司的反腐败防线。

公司于 2017-2019 年重点进行反腐败工作流程标准化升级，并继续开展线上、线下反腐败培训，加强合同的反腐败风险审核，防范贪污腐败行为。



### 知识产权保护

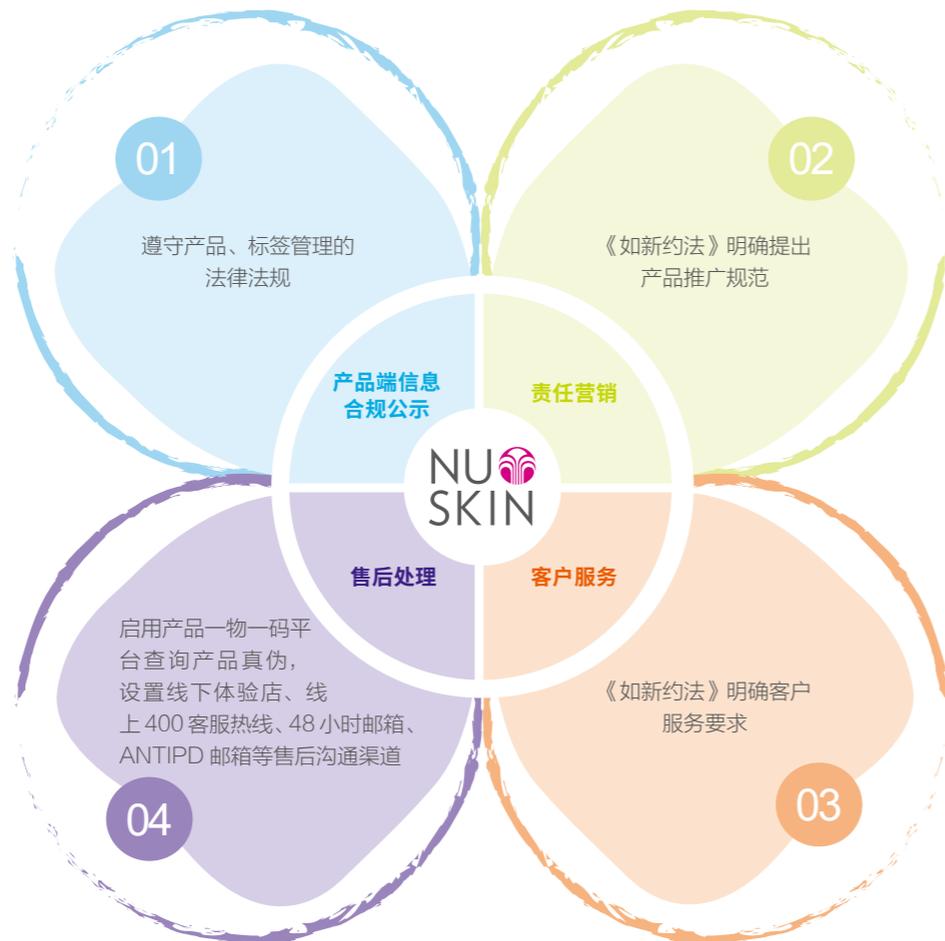
公司关注《商标法》《专利法》及《著作权法》等法律法规，保护公司的知识产权，并请第三方机构定期检索，以确保公司不侵犯他人的知识产权。如新集团在中国市场加紧知识产权的布局工作，在 2017 年到 2019 年间持有注册商标 230 件，专利 9 件。截至 2019 年，如新奉贤生产基地已成功申请 3 个实用新型专利，预审通过 2 个发明专利，如新湖州生产基地成功申请 2 个实用新型专利。

# 诚信正直， 全面保障 消费者权益

## 全流程的消费者权益保障

如新坚决保护消费者权益，将消费者权益维护工作融入到生产、经营和销售的各个环节，从产品成分信息公示、责任营销、客户服务、售后处理等方面全流程保障消费者权益。

▶ 如新采取的全流程消费者权益保障措施



## 严密的数据安全与消费者隐私保护

进入大数据时代，数据成为企业竞争力的重要组成部分，如何确保企业使用数据的过程中不会侵犯他人的合法权益，并且符合国家的相关法律规定，是企业面临的新议题。如新重点关注并遵守《中华人民共和国网络安全法》《网络信息安全等级保护制度》《通用数据保护条例》等国内外信息安全法律法规及行业标准。

如新集团制定《如新全球隐私政策》，成立全球隐私保护委员会负责数据安全及隐私保护工作。公司制定《如新隐私政策》，保障消费者隐私；制定《数据加密政策》《如新数据使用政策》等相关政策，规范公司的数据采集、传输、处理、存储与销毁全流程，并在各环节利用数据安全技术采取保障措施，加强数据使用安全。



## 携手同行， 积极参与 行业共建

如新积极关注并响应行业倡议，主动参与行业共建，在 51 家<sup>1</sup>行业协会担任相关职务。公司发起成立了直销行业高峰论坛暨上海市直销企业自治联盟，进一步促进联盟成员与政府、联盟成员与社会、联盟成员之间的沟通与互动，促进上海市直销行业的健康稳定发展。2017 年 12 月 18 日，上海市直销企业自治联盟启动仪式在如新上海总部开幕，30 家直销企业高层代表参与其中。

2019 年 3 月 28 日，公司参加中国外商投资企业协会举办的《中国外商投资企业协会关于守法直销、做中国好公民倡议书》签字仪式，并签署倡议书。



### 助力东方美谷建设，推进上海大健康产业发展

东方美谷为上海市“十三五”产业专项规划美丽健康产业政府重点扶持项目，是上海大健康产业发展的核心承载区。如新作为东方美谷国际化妆品企业代表、东方美谷产业促进中心的联合发起单位之一，2019 年联合东方美谷及第一财经商业数据中心发布《2019 东方美谷蓝皮书（化妆品行业）》，全方位解析全球及中国化妆品行业现状、消费者洞察，助力行业结构升级，为东方美业可持续发展提供了理论指引。



<sup>1</sup> 详见本报告“责任管理与责任绩效”：加入的行业协会与担任职务

# 守初心， 凝聚善力共创价值

如新自成立以来，持续践行“善的力量”使命，秉持“授之以渔、持续行善、人人参与”的行动原则。如新将“善的力量”作为行动基石和最高原则，贯穿在企业包括生产运营在内的一切行动之中，并通过加大对“善的力量”的投入，实现公司使命和文化的理念深入和实践升级。

## 责任实践

- 2003年“受饥儿滋养计划”进入中国，如新联手多家国内慈善机构向贫困儿童发放蜜儿餐
- 2008年如新成立“NU SKIN 如新中华儿童心脏病基金”，发展至今已成为具有完整救助链条的先天性心脏病救助项目
- 2014年如新建立“乐善汇”志愿者平台，作为员工及事业经营伙伴身体力行践行和传递“善的力量”的平台
- 2018年12月，如新发起并成立“如新公益基金会”，在原有先心病项目的基础上，补充开展了“如新小学”和“如新春蕾计划”项目，旨在为更多儿童创造美好世界



## 责任聚焦 善的力量，为世界带来美好改变

“善的力量”代表着如新的本质和内涵，无论是个人或组织，如新始终秉持诚信正直的原则来行事，并积极投身于有益社区、有益环境的可持续发展和公益行动，真正践行善的力量，让更多美好改变发生。数十年如一日的坚持，“善的力量”文化在每一位如新人的踏实践行中历久弥新，每个人的点滴行动，终能汇聚成为改善更多人生活品质的强大力量。



**我们每天**起来的第一件事情  
是要思考今天**最起码有一个人**  
我们可以帮助到  
让他的生活品质可以得到提升



罗百礼  
NU SKIN 集团创办人



“善的力量”秉持“授之以渔、持续行善、人人参与”的原则，致力于帮助人们解决基本生存问题，扩大生命格局，从而有余力关怀环境、社会与他人，达成自助与助人的循环。以此不断吸引价值观相同的伙伴加入、同行，凝聚成为一股“善的力量”，为世界带来更多美好改变。

### 授之以渔

如新坚信授人以渔，只有从根源做起，帮助人们自力更生，实现自身发展，才能真正解决社会问题。

### 持续行善

如新强调长期行善，持续不断地给予需要者援助，相信只有持续才能收获改变。

### 人人参与

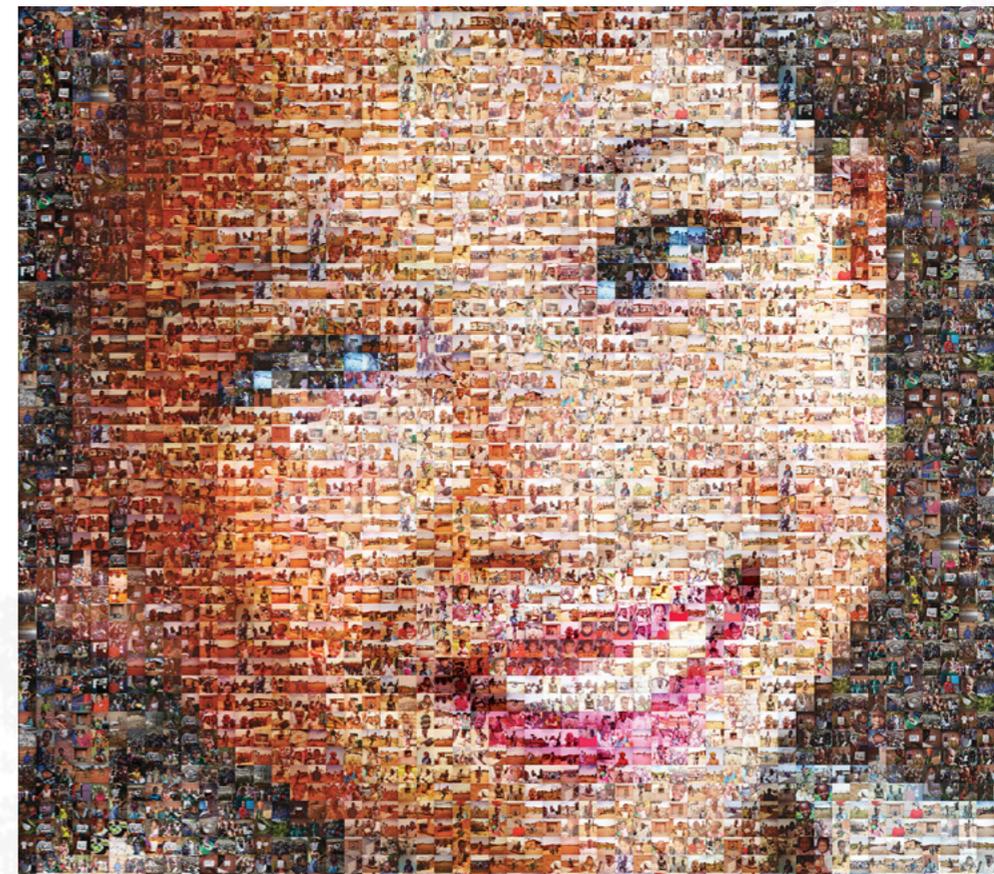
如新鼓励人人参与，每人每天付出 1%，汇聚起来，将是 100% “善的力量”。

在如新“善的力量”使命持续践行的过程中，所有受到善力影响，从而改变生活、改写命运的人，和所有传播“善的力量”赋予他人希望的人，都是如新“善的力量”的相关方，包括如新的员工及其家人、事业经营伙伴及其家人、政府及监管部门、股东、供应商等行业伙伴、受益群体与社会，以及自然环境等。如新关注“善的力量”相关方的真实需求，与相关方建立并保持紧密的伙伴关系，并乐于带动相关方一同成为“善的力量”的践行者。

如新秉持“诚信正直、以人为本”的经营理念，坚守“善的力量”核心价值，完善公司治理，加强商德建设，切实保障消费者权益，与伙伴与顾客共同成长，全面支持创新事业，塑造健康企业发展生态。

秉持“善的力量”，如新将“荟萃优质，纯然无瑕”的产品理念转变成能够赋予人们力量的源泉。通过科技研发、质量保障、体验式服务和回馈自然，如新在提高人们生活品质的同时，进一步赋予他们提升自我、改变社会的力量。如新通过以人为本的企业文化，关注员工与事业经营伙伴发展，提供发展和完善的支持与保障，让“善的力量”得以不断传递。

秉持“善的力量”，如新在自我成长发展的同时，更注重回馈社会，通过创新的公益理念、坚持不懈的积极行动，携手全体利益相关方，坚定不移地贡献社会，创造更多共享价值。



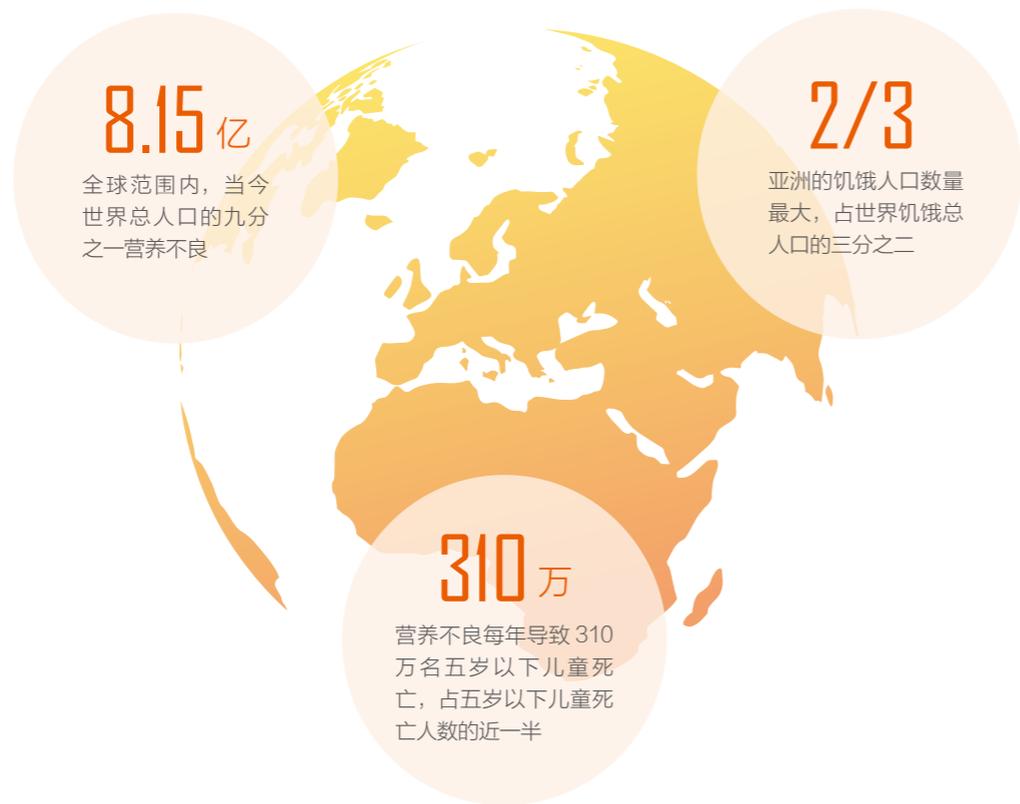
# 授之以渔， “受饥儿滋养计划”在行动

## 如新关注到的社会问题

2015年联合国通过用于指导2015-2030年全球工作的可持续发展目标，其中“零饥饿”被列为第2项目标。世界卫生组织等多家国际机构联合发布的《2018年世界粮食安全和营养状况》表明，不断有新的证据表明全球饥饿人数在持续上升，并呼吁全球采取更加有力的行动来保障每个人的基本权益。



▶ 刻画全球饥饿现状的一组数据:



\* 数据来源：联合国可持续发展目标官方网站



截至2019年12月，全球累计购买并捐赠蜜儿餐超过**6.5亿份**，大中华地区购买并捐赠超过**1亿3千万份**，其中中国大陆市场购买并捐赠超过**1千9百万份**。

如新向中国贫困地区累计捐赠**7,200万份**蜜儿餐，帮助超过**1,700,000名**中国儿童改善营养，覆盖超过**30个**省市区，**80个**县。

## 如新采取的行动和成果

早在2002年起，如新集团开始推动“受饥儿滋养计划”，即一个通过商业模式可持续地解决儿童饥饿及营养不良问题的计划。该计划凝聚遍布全球的事业经营伙伴、顾客及员工的力量，通过持续性的蜜儿餐购买及捐赠，帮助全球饥饿及营养不良儿童，拯救他们的生命。

2003年起，“受饥儿滋养计划”进入中国，如新联手中国扶贫基金会、中国儿童少年基金会、中国残疾人福利基金会、世界儿童基金会等慈善机构向贫困儿童发放蜜儿餐。



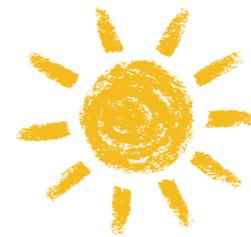
### 【百科】什么是蜜儿餐？



蜜儿餐(VitaMeal)由NU SKIN如新和世界知名的儿童营养专家共同精心研制，是专为受饥儿及营养不良儿童设计的营养食品。一般救济用的食物，只能提供足够的热量让生命得以维持，但有益健康的蜜儿餐是味道可口的大麦扁豆大米特调餐，更提供多种人体必需的维生素和矿物质，使营养不良的儿童获得健康成长所需的充足营养。



▶ “受饥儿滋养计划”项目模式



2017年至2019年间，如新(中国)事业经营伙伴代表多次受邀前往“受饥儿滋养计划”受益地区非洲马拉维，深入善的力量腹地，并在行程中主动认捐当地农户的农业技术学习费用、水井建造费用，希望支持当地的自力更生。

2017年9月、10月，如新(中国)集聚超过130名志愿者前往内蒙古、福建、湖南、江苏、河北等地的蜜儿餐受益学校，教授孩子们健康营养的饮食知识，与孩子们热情互动，陪伴残疾儿童及留守儿童度过了纯粹快乐的一天，亲手给予贫困儿童温暖和力量。



2019年5月，四川大凉山受益儿童受邀前往如新训练营担任嘉宾，用他们的歌声和表演讲述蜜儿餐进入大凉山8年以来，为大凉山的营养不良儿童带来的积极改变。孩子们的歌声也激励着捐赠人持续关注、捐赠“受饥儿滋养计划”，赋予更多孩子享受营养、充足的食物权利。



“授之以渔”理念在“受饥儿滋养计划”中有哪些体现？

1、捐赠模式：蜜儿餐不是直接送给贫困家庭

如新的事业经营伙伴、顾客及员工购买蜜儿餐并委托如新捐赠，如新选择信誉卓越的慈善机构，专业慈善机构将蜜儿餐送到贫困地区的学校，而不是直接送给贫困地区的家庭，其目的是要通过蜜儿餐吸引贫困地区的儿童去学校接受教育，让受饥儿既吃得健康又学到知识。该项目不仅仅是为贫困地区的受饥儿童和弱势群体捐赠食物，而是送去改变贫困命运的机会。这也正是善的力量“授之以渔”理念的体现。

2、生产模式：在贫困地区建设蜜儿餐生产基地

同时，为了给当地创造更多的就业机会以赋予他们自力更生的能力，如新集团在当地安置了蜜儿餐生产基地，推动当地经济及民生的发展，使受益人可投入到良性循环的新生活。



# 人人参与， 社区关怀常 相伴

## 志愿足迹，遍布全国

乐善汇成立于2014年，是如新(中国)为员工及事业经营伙伴提供的一个身体力行践行和传递“善的力量”的志愿者平台，温暖他人，丰盛自己。



▶ 乐善汇大陆地区已累计



\*数据截至2019年12月底

温暖他人 丰盛自我  
快乐行善 乐于行善

### 乐善汇 关注人群



截至2019年12月底,乐善汇志愿者活动已累计有26,744人次志愿者参与,帮助陪伴了90,709位受助者,贡献志愿时间82,899.5小时。

### 国际志愿者日,“围住温暖预见爱”多城联动

自2016年起,如新的志愿者平台“乐善汇”会在每年的国际志愿者日到来之际,在全国范围内开展主题为“围住温暖 预见爱”的志愿者活动。2019年,已经是这项年度主题志愿者活动的第四年。在过去四年的时间里,如新乐善汇的志愿者先后走入广州、重庆、长沙、西安、上海等15座城市,共计为近3,000名弱势儿童带去了关爱,也令更多的人加入到公益慈善的队伍中来。



为近 **3,000** 名

弱势儿童带去了关爱



\* 图为乐善汇志愿者在“围住温暖预见爱”的活动现场

### 积极参与,社区共建

在总部及各分公司、体验点,公司积极支持运营地所在社区的发展,致力于实现与所在社区的和谐共生。一方面,公司积极响应运营所在地政府的号召,积极提供公司的场地、人员、专业资源,助力政府政策落地;另一方面,公司主动参与当地社区的共建工作,为构建和谐、友好的社区发展环境做出贡献。

### 乐在社区,如新杯南沙区残疾人趣味运动会现场火热

2019年1月11日,由广州市南沙区残疾人联合会主办、南沙区康园中心、如新(中国)日用保健品有限公司承办的“如新杯”南沙区残疾人趣味运动会在南沙体育馆拉开帷幕,南沙区康园工疗站8支代表队近240名工疗学员参加此次趣味运动会。

如新作为活动承办方派出员工代表和30名志愿者到场支援,支持当地残疾人投入到康复训练和体育运动中增强体质,提升体能,更好地享受生活。



### 热心关注，及时支援

在灾难面前，如新总能在第一时间做出紧急援助的决定，竭力帮助受灾地区渡过难关。在 2008 年汶川地震，2010 年玉树地震，2013 年雅安地震等一系列灾难挑战面前，如新都在第一时间及时响应捐赠各种灾区急需的物资，并在灾后及时跟进灾区情况，为前线提供最需要的帮助。

2020 年初，为支援抗击新冠肺炎疫情第一线，如新相继捐赠 120 万元人民币现金、价值 254 万元人民币的物资，并在各地积极响应户外媒体的公益推广行动。如新的公益短片在各大城市的 CBD 地标与人流中心滚动播放，送出如新全球总裁和员工的祝福与加油，那句“一切如新”激励着全国各地的如新伙伴和家人共克时艰、恢复信心。



# 一切如新

有一种期望叫  
**如新**

**抗疫一心**  
如新与你同在



扫码即可  
查看公益短片

▶ 2017-2019 年间如新采取的主要紧急救援行动列表			
时间	合作基金会	捐助地区及事由	捐赠物资价值(元)
2017 年 6 月		湖南怀化溆浦县淘金坪乡令溪塘村（水灾）	1,400,000
2017 年 7 月		江西省（水灾）	1,082,400
2017 年 8 月	中国儿童少年基金会	吉林省（水灾）	520,800
2017 年 8 月		新疆（地震）	1,323,200
2018 年 9 月		山东省潍坊市（水灾）	320,800
2019 年 6 月		江西省（水灾）	2,028,400
2019 年 6 月		四川省（地震）	2,028,400
总计			8,704,000

## 持续行善， 开启善力 新篇章



2018年12月29日，经上海市民政局批准登记，如新公益基金会正式成立。基金会使命是：点燃儿童心中的希望，减少疾病、改善教育、消除贫困，创造更美好的世界。基金会的成立代表着如新坚定投入公益事业的决心，也标志着如新公益项目经过十余年的发展，迈入了新纪元。

以2008年首度荣获中华慈善奖为起点，对于过去十余年在不断拓展公益版图的如新(中国)来说，如新公益基金会的成立，并不是从零起步，而是再上层楼。

如新公益基金会的公益版图从最初的“NU SKIN 如新中华儿童心脏病基金”项目起步，一方面实现了项目的纵深发展，“NU SKIN 如新中华儿童心脏病基金”项目发展为集合“慈善救治、医疗培训、前期筛查、志愿服务”于一体的全链条公益项目，并在公司、员工、事业经营伙伴的共同支持下，实现了公益资金十年十倍的高速增长。另一方面，项目领域从儿童健康拓展至儿童教育、扶贫等领域，实现了公益领域的不断扩增。

如新公益基金会的成立，打造了一个更加专业和可持续的公益平台，赋能公益事业获得更专业的支持，成为鼓励人们人人参与、持续行善，聚力传播善的新生力量。



如新中华儿童心脏病基金



如新小学  
如新春蕾计划



集善如新创星计划

\*基金会关注领域及项目



扫码走进  
“如新公益基金会”

作为一家规范、专业运营的非公募基金会，如新公益基金会作为支持“善的力量”践行的全新平台，将更加专业高效地凝聚善力，携手专业伙伴、爱心捐赠者共同为更加美好的世界而努力。



### 如新公益基金会项目情况总览

健康领域	项目名称	NU SKIN 如新中华儿童心脏病基金
	关注问题	<ul style="list-style-type: none"> <li>先天性心脏病是胎儿时期心脏血管发育异常所致的心血管畸形，很多患儿因家庭贫困错失治疗的最佳时机。在中国，目前有超过250万儿童正在遭受先天性心脏病的折磨，每年新增患儿约20万。先天性心脏病占出生缺陷率的第一位。</li> </ul>
	项目行动	<ul style="list-style-type: none"> <li>2008年成立以来，“NU SKIN 如新中华儿童心脏病基金”已发展成为完善的先天性心脏病救助项目，通过前期筛查，慈善救治，志愿服务及医疗培训这一完整的救助链条，帮助先心病儿童尽早发现病情，资助患儿及时进行手术，并组织志愿活动为患儿带来心灵关爱，同时还开展儿童心脏专科医生培训，不断提高先心病的防治水平。</li> </ul>
	核心绩效	<ul style="list-style-type: none"> <li>截至2019年底已成功募集善款超过<b>1亿3,600万元</b>人民币，共救治<b>10,161名</b>贫困先心病患儿。</li> <li>共计为361,385位贫困儿童提供免费先心病筛查。</li> <li>已有1,797人次志愿者帮助陪伴先心病患儿。</li> <li>共计成功培训超过559名优秀医生。</li> <li>已成功落地17个省市和地区。</li> <li>推动全国28个省份将新生儿先心病筛查纳入到常规筛查。</li> </ul>

教育领域



项目名称	如新小学
关注问题	• 据统计，超过 1,400 万农村孩子面临就学问题。
项目行动	• 如新从 2003 年开始推进“如新小学”项目，着眼于孩子们的教育问题，期待通过改善他们教育环境使他们有能力去创造更好未来。
核心绩效	• 截至 2019 年底，共资助 <b>26 所</b> 如新小学，累计帮助过的学生超 <b>41,285 人</b> 。
项目名称	如新春蕾计划
关注问题	• 目前贫困地区的女童能获得的个人发展支持特别贫乏，在享受教育培训、平等就业等方面面临较大困难和障碍。
项目行动	• 2019 年，如新公益基金会与中国儿童少年基金会合作开展了“如新春蕾计划”项目，希望帮扶贫困家庭适龄女童接受职业技能培训，享有就业机会，从而实现人生理想。
核心绩效	• 2019 年 10 月 22 日，“如新春蕾计划”公益项目启动仪式在四川国际标榜职业学院举办，为 <b>100 名</b> 贫困女童提供免费职业教育。

扶贫领域



项目名称	集善如新创星计划
关注问题	• 在贫困地区努力摆脱贫困的进程中，残障人士所面临的挑战更为复杂，其中具有创业精神的残疾人创业家，往往缺少项目启动资金支持，无法真正实现创业的持续发展。
项目行动	• 如新携手中国残疾人福利基金会开展“集善如新创星计划”，资助贫困地区残疾人创业，提供启动资金，摸索并建立了对残疾人自主创业的帮扶体系
核心绩效	• 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、内蒙古、辽宁、重庆、贵州 <b>9 省市</b> 落地，帮助了残疾人项目 <b>32 个</b> 。

► 如新（中国）公益伙伴列表



“NU SKIN 如新中华儿童心脏病基金”十年庆生，首例“换心”手术顺利完成

历经十年的发展，能够推动政策层面的改变，是“NU SKIN 如新中华儿童心脏病基金”项目重要的里程碑。2016 年 4 月，由项目出资支持的复旦大学附属儿科医院的科研成果推动了新政策的落地，上海市正式将新生儿先心筛查纳入常规筛查。此后，上海经验得到了国家卫健委的关注和认可，最终国家卫健委采纳了“双指标筛查法”的建议，2018 年开始在全国 24 个省份进行推广复制。至今，全国已有 28 个省份将新生儿先心病筛查纳入到常规筛查。

2018 年 6 月 19 日，“感恩十年，从心出发——‘NU SKIN 如新中华儿童心脏病基金’2018 年度理事全会”在香港迪士尼狮子王剧院顺利落幕。活动现场，如新借此机会向十年来支持项目的每一位爱心捐赠者，和为项目做出重要贡献的合作伙伴、工作人员、医护人员，表示诚挚的感谢。

十年，是重要的里程碑，更是向远方出发的新起点。2019 年，“NU SKIN 如新中华儿童心脏病基金”项目纳入基金会后，以如新公益基金会名义参与由腾讯公益开展的“99 公益日”活动，发起聚焦先心病儿童的“一百个如‘心’人生”募捐筹款项目。项目自开展伊始便受到众多爱心人士的关注，大家纷纷慷慨解囊，救助贫困家庭先心病儿童进行手术治疗，恢复健康重获新生。作为一家以“为儿童创造更美好的世界”为使命的基金会，如新公益基金会此次借力 99 公益日，用独有的方式关注并为贫困先心病儿童带来福音，从而影响更多的人加入到行善的行列中。



2020 年初，在连续 24 小时的接力营救和如新公益基金会快速的资助决策下，“NU SKIN 如新中华儿童心脏病基金”项目资助的首例儿童心脏移植手术顺利完成，在这个有些艰难的冬季送出了一份温暖守护，让这个年仅 12 岁却长期受病痛折磨的男孩，获得了和其他孩子一样健康长大的机会和希望。越来越多的善心故事不断发生，每一个好消息，背后是一个家庭重新燃起的希望，也是如新公益基金会和全体爱心捐赠人不断前行的动力。



# 年轻化， 推动品质生活更可达

移动互联网时代，以大数据、人工智能等为代表的新一代信息技术，正为传统经济向数字经济转型带来新的契机。随着智能化和物联网的不断深化，互联网技术在日常消费品中的创新应用，也为产品的焕新升级、消费者的使用体验带来了耳目一新的方案。

把握数字化时代的机遇，如新将“年轻化”和“数字化”作为重要的发展战略，深耕品质保障，严格贯彻 6S 品质措施，严控生产研发到产品交付的全流程，凭借敦实的科研实力迅速推出多个符合千禧一代的美容科技产品，并且在持续加强产品质量保障的同时不断优化顾客体验，将年轻化和数字化的理念贯穿至所有公司业务中，推动品质生活更可达。

## 责任实践

- 以“年轻化”和“数字化”为公司战略，从产品科技创新到数字化平台转型，全方位创造品质生活
- 制定严格的 6S 品质措施，从产品研发到交付全流程严控产品质量
- 为消费者提供优越的消费者服务，提供多种消费者沟通渠道：线上搭建“星享城”电商平台，为消费者提供数字化、智能化体验，线下创建如新（智新）体验中心，为消费者提供场景化设计、沉浸式体验

## 责任聚焦 让年轻化，成为人人可享的品质生活

“赋予人们提高生活品质的力量”是写进如新使命中的一句话。在科技、人文高速发展的时代背景下，如何定义“生活品质”，更好地支持每一个人享有品质生活，是如新始终在思考的问题。

在数字化生活方式全面深入的背景下，如新聚焦产品创新与客户服务，全面升级“年轻化”战略，传递快乐、健康、乐活的年轻生活态度，由内而外，助力更多人享有“年轻化”的品质生活。

### 不断创新的优质产品



根据全球市场研究数据分析权威机构 - 欧睿国际有限公司的报告，如新荣获2017及2018年**全球排名第一**居家美容仪器系列品牌\*。

ageLOC 科技是如新的创新性研究成果，旨在超越表层的老化特征，探索从根源改善老化问题。如新在过去三十年间致力于产品创新，更将抗衰老科技带入新世代，开启人工智能护肤新时代。

公司着重利用 ageLOC 科技，开发抗衰老产品。2017-2019 年，不断推出全新的抗衰老产品，完善 ageLOC 黄金生态圈，全面赋能消费者年轻化生活状态。

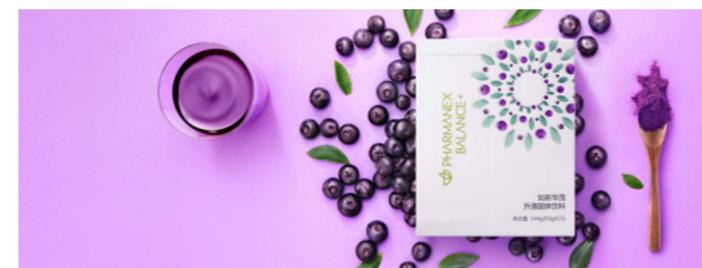


\*数据来源 EUROMONITOR INTERNATIONAL LTD; 零售价值 RSP 条款 (RETAIL VALUE RSP); 所有零售渠道; 2017 及 2018 年。包括居家护肤仪器专属搭配的同品牌的外用消费商品。根据 2019 年 1 月和 2 月 EUROMONITOR 定制化研究方法。包括 EUROMONITOR PASSPORT 数据库中定义的电动洁面机; 不包括护发 / 除毛, 剃须刀或口腔护理产品。

### 畅享年轻态生活方式

除抗衰老产品外，近两年如新在“荟萃优质、纯然无暇”的基础上不断创新，以帮助当代消费者适应快节奏的生活，有效应对空气污染等环境挑战，最大限度支持消费者葆有健康活力的生活状态，焕发年轻光彩。

▶ 人与环境：高品质产品提升个体适应性



**益活顺畅**

如新华茂牌益生菌固体饮料，每袋活菌数不少于 150 亿 CFU，含有天然花青素，并创新性加入“植物益生元”。

“2018 健康榜样大奖”评选中，“如新华茂牌益生菌固体饮料”摘得“最佳顺畅营养”。



**吐纳清盈**

如新华茂牌润舒固体饮料，包含丰富的金银花粉，西兰花种子水提取物，罗汉果甜苷三种成份。

荣获《时尚健康》杂志 2019 年度创新产品奖。

关于呼吸道健康的细胞学和临床两项研究被美国营养学会认可并发表于 2020 年的营养学年会上。\*

\* 不得作为产品宣传材料使用



**360°“喝”护**

如新华茂牌妍控秘饮固体饮料，将胶原蛋白肽和磷脂酰丝氨酸，叶黄素等优异成分创新结合，并特别添那雪莲培养物，提供 360。“喝”护，欧洲皮肤病与性病学会 (EADV) 认可并发布于 2019 年第 28 届 EADV 大会上。\*

\* 不得作为产品宣传材料使用

除了创新的产品，公司还在线上线下平台，充分利用数字化和智能科技，让消费者更加便捷地获取年轻化的产品与服务。2018 年，公司打造线上互联网电商平台“星享城”，提供下单、分享、社交、销售、推荐五大核心功能。同时，公司建立线下如新(智新)体验中心，为消费者提供场景化设计、沉浸式体验。

## 大胆创新， 打造美丽健 康的产品

### 严格的 6S 品质措施

确保产品的安全可靠与保持产品的优良品质是如新的核心责任。如新不断提升产品开发和制造过程的标准，对每个步骤进行品质、效果和安全性的严格监控，以确保成品在任何时候都能达到最高标准并符合法规要求。

公司严格遵守《中华人民共和国食品安全法》《中华人民共和国食品安全法实施条例》《中华人民共和国标准化法》《国家食品安全标准》《化妆品安全技术规范（2015 版）》，以及美国分析化学家协会 AOAC (Association of Official Analytical Chemists) 标准等。公司在化妆品配方

► 如新 6S 品质措施



公司确保产品品质始终如一的关键就是 **6S 品质措施**：选题 (Selection)、来源 (Sourcing)、规格 (Specification)、标准化 (Standardization)、安全 (Safety)、实证 (Substantiation)。

设计及原料甄选上制定了一份远高于法规要求的《禁用成分清单》，该清单目前共有 45 项护肤品常见成分，其中有 95% 是符合国家标准成分，但是因为其潜在风险而被公司列入不被采用或不建议采用清单。

整个品质管理流程包含一系列严谨且高度整合的环节，通过多层级科学实验，严密把关每一个细节、各部门通力合作，贯穿公司产品的研发、生产全流程，为消费者提供高质量的产品。



#### 选题 ( Selection )

- 只选择科学性、功效性和安全性均符合标准的原材料。
- 与全球专家及原料供应商合作，考量原料的历史性和创新性。
- 找出产品所需的独特成分。



#### 来源 ( Sourcing )

- 从产量、质量和关键成分的浓度等方面对原料的来源进行科学评估。
- 确保产品质量以及原料在配方中的实用性，实时监控原料在实际使用中的稳定性。



#### 规格 ( Specification )

- 挑选安全的成分和高质量的原料加入产品配方。
- 设定产品规格，以此作为原料、活性成分以及成品的审核基准。
- 实时分析确保产品所含活性成分、生产过程和产品品质的稳定性。



#### 标准化 ( Standardization )

- 原材料满足稳定性规格后才能投入生产。
- 专家团队通过不懈努力使产品标准化，保证产品中有效成分达到足够浓度。
- 成品经过严格检测，符合产品规格要求，才能对外销售。



#### 安全 ( Safety )

- 坚持对产品安全的高标准要求，潜心研究现有科学文献资料，严格遵守相关产品安全标准。
- 对个人保养品和营养补充品分别进行专门检验，如微生物实验、重金属分析，以及刺激性和过敏反应等，“安全”渗透到 6S 品质措施的每个步骤。
- 请第三方检测机构进行产品安全标准实验，以确认结论的有效性。



#### 实证 ( Substantiation )

- 严格依据实验研究结果和科学文献资料确保产品和成分安全有效。
- 针对其中关键产品进行临床实验以确定产品和成分的有效性。

## 负责任的产品研发与创新

作为一家深耕于全球抗衰老领域的公司，公司始终坚持“荟萃优质、纯然无暇”的产品理念，凭借对基因表达的深入研究及成果，围绕抗衰老在护肤与营养领域不断开发新产品。

公司在上海设有抗衰老研究中心，覆盖生药学、药物化学、应用化学、生物学、中药学、药物分析学、生物化学、药理学等不同学科领域，负责公司的产品研发。与此同时，截至2020年1月，如新全球抗衰老科研顾问团拥有16位不同学科领域的科研专家，协助公司进行产品研发，开展科技及产品推广或培训活动，并根据科学事实及学术依据为公司提供真实客观的第三方言论。

公司在实证过程中严格遵循科学性，在临床试验中严格遵守《药物临床试验质量管理规范》及其伦理学要求；非人体试验中以“尽量减少动物实验”为原则，严格遵守中国《实验动物管理条例》，引入体外组织细胞实验体系以及分子生物学实验技术，紧跟现代生物技术的发展，更新实证手段。公司也要求第三方研究单位严格遵守并执行《药物临床试验质量管理规范》及《实验动物管理条例》，具备第三方三级动物房（SPF级，即无特定病原体）及所用实验动物为国内外公认的实验动物品系等。



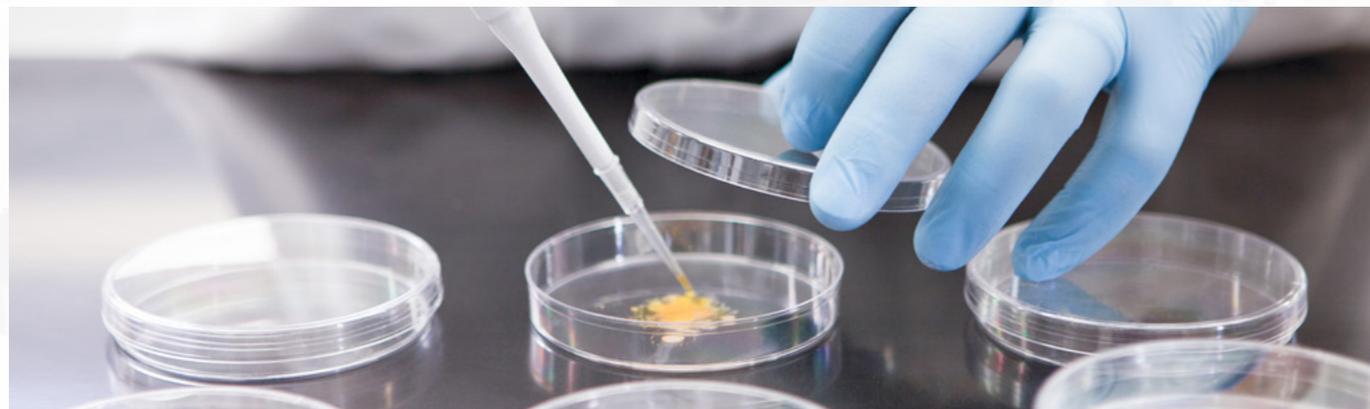
## 高标准的生产流程

公司湖州生产基地及奉贤生产基地在生产过程中以“6S 品质措施”为准则，通过制定质量管理体系、加强生产过程标准化、开展质量安全培训，切实践行产品成分、规格的高标准，提高质量管理水平。

公司制定了采购、生产、检验与放行全流程的质量控制程序，并建立风险管理小组与食品安全小组管理全流程的产品质量安全，制定《风险管理控制程序》和《危险源辨识和风险评估控制程序》，对产品全生命周期的质量进行评估、控制、沟通、审核，以提高产品质量管理水平。

公司生产基地在产品生产的 **6S 品质措施** 各个环节切实践行高标准，并建立 MFS (Manual Formulation System) 配料生产管理系统与产品可追溯系统。MFS 系统对入库的原物料生成唯一的原料信息标签并进行严格的一物一码管理，实现称量和投料数据、进出库数据、生产损益统计等可追溯。产品可追溯系统将检验合格的所有原料、包材生成唯一批号，形成批次生产记录，实现原材料和生产设备的信息有效追溯。

与此同时，公司生产基地积极开展质量培训，提升人员质量管理意识与水平。2019 年，奉贤生产基地开展质量月活动、月度技术分享会、金点子活动、质量控制培训；湖州生产基地对内宣贯 212 条食品安全相关法规、开展法规与案例学习质量培训，并参加“2018 年湖州经济技术开发区食品安全知识竞赛”获得三等奖。



## 一流的产品交付品质

在公司的 6S 品质措施体系保障下，公司湖州生产基地及奉贤生产基地在 2017-2019 年完成政府监督检查 **39 次**，通过率 **100%**，均未发现不合格的情况。公司已经通过 ISO9001、ISO22000、ISO22716:2007、良好生产规范 (GMP) 准则和 HALAL 认证。公司在三年内生产 **7,650 批** 产品，均 **100%** 合格。



▶ 公司产品线一览



### age LOC 系列

旨在探索直击老化根源，为您注入青春元素  
无论现在，亦或将来



### NU SKIN 系列

秉持“荟萃优质、纯然无暇”理念  
推出脸部保养、头发养护、口腔护理与彩妆等产品



### PHARMANEX 系列

秉持“天然萃炼、科学验证”理念  
制造高质量综合维生素、矿物质及针对个性需求的营养补充产品

## 心向客户， 创造优越的 消费者体验



### 优越的消费者服务

如新认为每一项工作、每一件产品都需以客户为中心，基于客户需求，打造个性化的体验。公司制定《如新（中国）体验点服务手册》，规范服务行为准则，为消费者提供满意的服务。同时，公司开展丰富多彩的系列培训，全面提升员工的服务能力。

公司为消费者提供线下体验点、线上热线、如新大中华创新总部园区（GCIP）导览、48 小时邮箱等沟通渠道，对客户问询及投诉信息规定“48 小时”内处理原则，制定客户服务管理体系，规范处理消费者意见。公司通过 VOC 顾客之声系统，负责系统化记录、流转、处理、跟进顾客诉求，将 48 小时响应承诺有效地付诸于行动，同时也从管理上提供了有效的数据分析。

此外，公司优越体验部针对线下体验点、线上热线、如新大中华创新总部园区（GCIP）导览等服务开展顾客满意度调研，根据调研意见反馈，公司精准定位相关部门做出调整与改善。



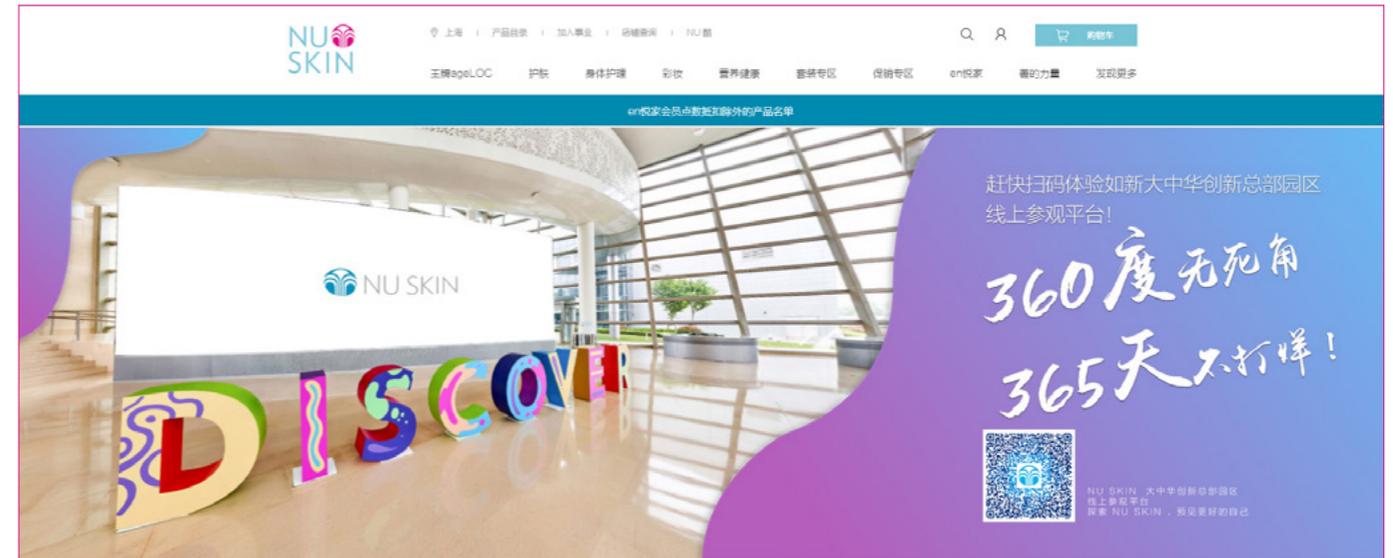
### 全面推进数字化转型

基于移动互联网的数字化生活方式逐渐深入，数字化转型成为如新的重要战略。公司建立信息技术创新实验室，负责制定数字化转型战略，及信息技术的开发与实践。公司以数字化赋能公司内部运营及外部营销与服务，并注意保障数据系统的安全应用，提升劳动生产率、产销精准率、服务效率和品质。自 2017 年开始，公司与阿里云达成战略合作，打造数字化平台，并不断升级，为全面拥抱移动互联网打下技术基础。



### 星享城平台全新上线

公司借鉴了阿里云的中台战略，全面使用阿里云提供的基础云资源、安全服务、大数据等产品和服务，2018 年年底，推出互联网电商平台“星享城”，集聚了下单、分享、社交、销售、推荐五大核心功能，赋能事业经营伙伴，为他们更好地服务消费者提供最大的便利。



公司不仅以“数字化转型”战略为消费者提供数字化、智能化体验，还建立了如新（智新）体验中心，为消费者提供场景化设计、沉浸式体验。2018 年开业至今，如新（深圳）智新体验中心凭借杰出的设计及体验，成功斩获世界数字导视博览会 DSE APEX 颁发的“零售类别数字化体验大奖”、美国交互体验协会颁发的“年度最佳零售行业大奖”、第 69 届芝加哥优良设计奖的“环境类别 GOOD DESIGN 大奖”，入选美国零售设计学院评定的“2018 年度行业设计大赏”。



### 如新（智新）体验中心为消费者带来沉浸式体验

如新（智新）体验中心 NU Xtore 是如新在 2018 年打造的集智慧与创新于一体的沉浸式体验场景。公司在深圳、南宁、昆明、济南已经设立如新（智新）体验中心。

在深圳的 NU SKIN 如新智新体验中心，消费者可以通过数字化互动设备探索如新的企业历史，了解如新“善的力量”文化，检索经销商信息等内容。

店内通过场景化产品呈现、多媒体视频介绍等手段，传递如新品牌年轻动感的生活理念。通过店内的专业仪器，消费者可以轻松体验了解身体氧化指数（S3 光扫描仪）、进行体脂测试，并通过如新自有的数据库，进行成绩解读和比对，提供给消费者作为参考。



互动式公司介绍



数字化产品信息呈现



场景化设计



指数区：消费者可进行身体全方位检测，了解体脂率以及抗衰老指数

## 齐心协力，提供一流的供应保障

2019 年，公司共有包括原料类、包材类、合同类、运输类在内的 1,307 家供应商。公司制定《采购控制程序》，并针对不同类型供应制定开发程序，规范供应商的引入；制定《合格供应商管理指南》，进行供应商日常管理，保障供应商的稳定供应，夯实质量保障的基础。



### 供应商引入

### 供应商管理

#### 四类供应商引入

分别为原料类、包材类、CM 类、运输类供应商制定针对性的引入标准

#### 风险评估

社会风险：开展企业诚信审核  
环境风险：关注国际认证及环境排放许可资质；进行全方位现场环保审核

#### 供应商管理

分为重要原物料供应商（I 类）、一般原物料供应商（II 类）、辅销品供应商（III 类）

#### 风险防范与管控

风险管理：提出产品全生命周期的质量、环境、健康与安全要求





# 敢追梦， 提供公平广阔的发展平台

如新秉承以人为本、平等、开放、多元的企业文化，深度打造广阔的事业平台，赋能支持事业经营伙伴与员工发展，形成以服务和支持为理念、自下而上的创新型团队架构。一方面通过培育与激励方案积极为事业经营伙伴提供公平广阔的发展平台，另一方面为员工提供平等开放的职场平台，保障员工权益与健康，并深入支持员工发展。

## 责任实践

- 为事业经营伙伴提供广阔的发展平台，通过丰富的开市专案、畅通的沟通渠道、递进式的培育激励体系，帮助伙伴成长与发展
- 为员工深度打造健康职场，制定年轻人才引进战略，保障员工权益，为员工提供平等的发展机会



5.1

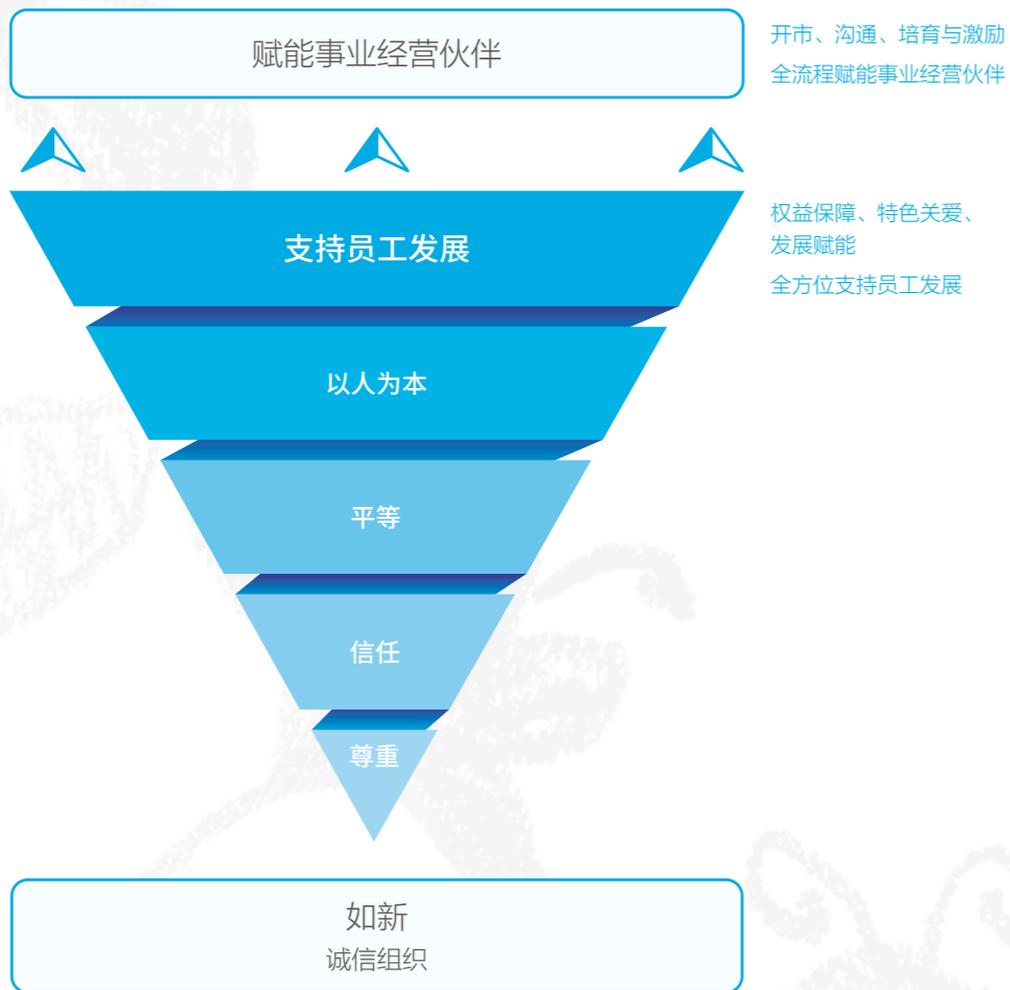
8.5 8.8

10.3 10.4

# 责任聚焦 赋能追梦，公平广阔的发展平台

人才是如新的优势与核心，如新吸引诚实正直的人加入，秉承“善的力量”的理念培养人才，为他们提供公平广阔的发展平台，携手所有如新人一起开创一片广阔天地。

如新以诚信组织为基石，通过打造以人为本、平等、信任、尊重的平台，以“善的力量”为核心价值观，全方位支持员工发展，从而深度赋能事业经营伙伴，助力员工和伙伴都能在如新提供的广阔平台上勇敢追梦，预见更好的自己。



事业经营伙伴是与如新一起携手共进的伙伴，如新致力于为事业经营伙伴提供最佳的发展平台与高质量的培育资源，给予事业经营伙伴广阔的成长空间和完善的支持与保障，帮助更多追梦者实现人生梦想。

公司建立丰富的开市专案、畅通的沟通渠道、完善的培育激励体系，发掘事业经营伙伴创立事业的潜力，并提供全流程的赋能方案支持事业经营伙伴圆梦，让他们拥有改善自己及他人生活品质的力量。



在如新，支持着事业经营伙伴勇敢追梦的重要力量，就是如新优秀的员工队伍。对于如新而言，员工不仅是员工，更是家人。公司竭力为员工提供舒适、开放的环境，保障员工的合法权益，开展特色化的员工关爱活动，制定完善详实的员工培训计划，支持员工发展，让员工找到可以乐在其中的工作和生活方式。



## 启梦， 广阔的事业 发展平台

如新以“在世界各地凝聚一股善的力量，凭借酬报优渥的事业机会、不断创新的优质产品、充实积极的优良文化，赋予人们提高生活品质的力量”为使命，与事业经营伙伴结为同道人。如新帮助每一个怀有梦想的人在这里找到属于自己的事业舞台，拥有实现梦想的力量，更帮助他人获得持续提高生活品质的力量。

▶ 事业经营伙伴开市专案



## 丰富的开市专案

如新创建了优异的事业平台，吸引来自各行各业的精英，发掘和展现无穷的领导力，成为拥有卓越企业家精神的事业经营伙伴。

如新通过市场营销活动、业务活动两方面助力事业经营伙伴向消费者展示优秀的产品，让更多人体验到优质的服务，从而助力开拓销售市场，也让事业经营伙伴站上属于自己的事业舞台。

### 市场营销活动

- 健康美颜博览会：每季度一次，通过促销、体验、分享等综合活动帮助开市和销售
- 核心创新产品：通过有节奏的预售和上市活动，帮助市场长久持续地发展和成长
- En 悦家忠诚顾客计划：培养顾客忠诚度，帮助经营伙伴吸引、维系和拓展顾客，夯实顾客基础



### 业务活动

线上：

- 线上开市直播活动或开市短视频，邀请不同嘉宾分享如新人才、文化、产品和成功故事，展现如新创业平台的优异

线下：

- 超级年会，针对事业经营伙伴开展一年一度的中国大陆地区表彰大会
- 全球大会，面向事业经营伙伴开展两年一度的全球大会

## 2019 年超级年会获得 Event marketing Awards 2020 “活动营销大奖”<sup>1</sup>——最佳激励活动奖



<sup>1</sup>Event marketing Awards 2020 “活动营销大奖”为亚太区活动营销领域最具声望的奖项之一。

### 畅通的沟通渠道

公司为事业经营伙伴提供畅通的沟通渠道，及时与他们同步公司发展信息、倾听伙伴的心声。公司定期开展事业经营伙伴满意度调研，包括产品套装、销售推广工具、业务活动、顾客流失等，并根据调查结果进行改善优化。

▶ 畅通的事业经营伙伴沟通渠道:



### 完善的培育与激励体系

公司通过完善的培育体系，以线上、线下培训相结合的方式积极开展事业经营伙伴培育，针对不同阶段的事业经营伙伴，给予针对性、层进式的培育和激励支持，在合规意识、销售能力和领导能力等方面全方位支持他们的成长和发展。

针对新的事业经营伙伴，公司开展如新事业第一课、产品达人班、商德认证班等入门培训，支持伙伴在如新事业发展迅速起航；对于经营时间较长的事业经营伙伴，重点提供领导力培养，通过如新演说家、领导力专项培育等课程赋能他们在领导力方面的发展；对于资深的事业经营伙伴，公司则提供北大研修班、海外研修班等深造机会，支持他们突破自身发展瓶颈、再攀高峰。

除此以外，公司常年为事业经营伙伴提供线上学习平台，包括“企梦园”微信公众号、NU SKIN 培育系统、NU 产品云课堂、NU 知播等，为他们创造学习氛围，打造学习型团队，深度赋能伙伴在如新取得优异的成长。

  
 超过 **3,600** 万人次  
 开展的线上、线下培育课程覆盖

2017-2019 年，公司面向事业经营伙伴开展的线上、线下培育课程覆盖超过 **3,600 万人次**。

▶ 完善的事业经营伙伴培育体系





### NU SKIN 北大研修班与海外研修班

2017-2019年, NU SKIN 通过开展北大研修班、海外研修班等, 助力事业经营伙伴在 NU SKIN 事业平台上更好地发展事业、赋能销售团队成员的成长和成功。

2017-2019年, NU SKIN 与北京大学国家发展研究院合作, 面向 264 位如新事业经营伙伴开展了“NU SKIN 巅峰突破北大研修班”。

2019年, NU SKIN 结合美国麻省理工学院和西点军校的名师授课、文化体验、领导力合作项目, 名企参访等多维教学方式, 为 34 名事业经营伙伴量身定制了“NU SKIN 巅峰突破海外研修班”。



此外, 公司通过“创星登峰游”、“寰宇之旅”两大激励专案, 鼓舞事业经营伙伴为实现个人梦想而不断奋斗, 充分释放自身潜能, 预见更好的自己。

精英汇聚出谋划策, 为如新的发展提供宝贵建议。

寰宇之旅

创新登峰游

享受如新精心打造的梦幻之旅, 留下珍贵记忆。



\* 图为 2017-2019 年创星登峰游照片



\* 图为 2018 年夏威夷寰宇之旅大合照

## 启航， 深入支持 员工发展

公司积极推进多元化职场建设，并充分给予年轻员工信任和发展机会。2019 年如新共拥有 1,344 名家人，其中 31% 为 90 后。在管理层员工中，千禧一代员工占比 42%，女性高级管理层员工占比 60% 以上。公司深入支持员工的职业发展，形成专业、创新、有活力的人才队伍，以此深入支持事业经营伙伴的发展。

### 充分保障员工权益

公司关注《中华人民共和国劳动法》《中华人民共和国劳动合同法》及分公司各省市当地政府的税务、人力资源保障局等出台的政策法规。

公司为员工设立了全员沟通、上下畅言的方式，通过邮件沟通、申诉机制设置等渠道，管理层可直接听取员工建议并将信息反馈员工，保障员工的合法权益。同时，如新集团每两年开展一次全球范围的员工满意度调查，从 2020 年已经升级为每季度一次。

与此同时，公司针对不同业务部门制定数据安全及隐私保护培训计划，并特别针对新进员工制定《新家人信息安全意识指引》，每季度针对新进员工开展线下信息安全培训，规范信息安全使用与隐私保护，提升员工信息安全意识。



## 深度打造如新健康职场

公司为所有员工提供安全且受尊重的工作环境，严禁骚扰、霸凌、偏见和不专业的行为，全力保障员工的职业健康与安全，深度打造具有如新特色的健康职场。

### 政策保障平等包容的职场环境

- 制定《健康职场》政策，严禁一切职场歧视行为，阐明职场骚扰定义与反骚扰规范，为员工提供公开且畅通的渠道
- 2017-2019 年，管理层中女性员工占比超过 60%，员工歧视事件总数为 0

### 全覆盖的职业健康与安全保障

- 覆盖研发、工厂、仓储相关岗位的安全保障
- 制定安全管理制度与方针、建立安全管理小组、评估职业病危害因素及健康风险、开展安全培训
- 湖州生产基地已经通过 OHSAS18001 认证、安全生产标准化企业三级（轻工）审核并取得；奉贤生产基地已经通过 OHSAS18001 及 ISO45001 认证

### 360° 身心健康守护

- 建立完善的福利政策保障体系，包括购买健康保险、提供健康产品、健康运动场所、健康培训、健康饮食等
- 开展 EAP(Employee Assistance Program) 员工心理辅导关爱项目，提供心理咨询热线，定期开展心理健康讲座，保障员工心理健康
- 在新冠疫情期间，公司 EAP 心理咨询热线持续 24 小时在线服务，为受疫情影响有相关需求的员工提供专业咨询

### 正向带动，持续传递健康理念

- 2014 年起连续 5 年开展如新健康中国行活动，传递如新美丽健康的理念
- 2017 年，如新健康中国行活动历时八个月分别在 7 个城市举办，参与人数近 65,000 人
- 2018 年，公司在 7 个城市开展垂直马拉松运动，在线上开展爬楼打卡挑战活动，带给更多参与者美丽、健康、积极向上、节能环保的生活理念

## 创新员工关爱活动

公司通过为员工提供团队活动费用、节庆活动费用、员工关爱礼金等方式关爱员工生活，并开展 GO WOW 系列行动，丰富员工职场生活。同时，公司还为员工的配偶和子女购买保险。

公司通过三八妇女节系列活动、孕产期女性员工关爱、灵活的弹性工时安排、设立妈咪小屋等措施关爱女员工。针对困难员工，公司制定专门的帮扶机制，为其提供精神和物质帮助。此外，公司积极开展供应商员工的关爱活动，包括为服务类供应商员工提供专用休息室、个人防护设备，通过感恩节主题美食节开展服务类供应商员工表彰等活动。



## 完善的职业培训与发展

如新作为一家跨国企业，制定了年轻人才引进战略，以及跨部门 / 地区的全方位人才发展战略，为员工提供平等的发展机会和广阔的发展舞台，满足公司的人才发展需要，保障公司的可持续发展。公司与优秀高校合作创建实习基地，积极面向全球高校招纳贤才，为在校大学生和应届生创造实习和就业机会、制定倾斜文件和制度，并配合上海市政府相关政策，为年轻员工在发展、落户、租房等方面提供支持。

公司制定《培训管理制度》，积极开展包括业务线、管理线、技能线、基础线等各维度的培训项目，提升员工专业与管理能力；同时，公司致力于打造充实积极的企业文化，开展企业文化相关培训、推广，使员工对公司文化、战略方向等有更多了解。此外，公司通过内训师培养项目，赋能内部培训力量，并充分利用数字化与游戏化手段，优化员工培训参与体验，提升员工的培训参与率及活跃度。2017-2019 年间，公司员工培训覆盖率达到 100%。



\* 图为 NU Leader 经理人才培养项目现场



\* 图为 NU SKIN Way 培训现场

## 创新推出数字化、游戏化培训平台

2018 年，公司推出 Nu You 学习平台。2019 年，公司在“如新之道”培训中充分利用在线学习平台 Nu You 的丰富学习资源，推出“如新之道线上学习计划”，通过轻松有趣的视觉设计和参与机制，以“学习赢积分，积分换奖励”的形式吸引员工参与。

2018 年，公司在 NU Pro X 产品培训系列课程中开发线上答题挑战小程序“谁是新战王”，实现全国各地员工的共同参与；2019 年，在继续沿用“谁是新战王”小程序的基础上，进一步开发新的答题与对战功能，并结合线下推出“产品嘉年华”大型产品体验活动，以游园会的趣味形式吸引员工参与。



# 可持续， 积极行动预见更好未来

随着经济全球化，地球的污染日渐严重，自然资源越来越稀缺，可持续发展成为了具有战略前瞻性的企业共同的选择。从生产端到消费端，再到企业与社会的关系，化妆品行业的每个环节正在发生前所未有的“绿色低碳”“社会与环境友好”的改变。

如新坚持可持续发展，不断检视公司各个业务项目对地球生态和社会环境带来的影响，制定“Planet（地球与环境）、Product（产品与生产）、People（人文与社区）”的3P可持续发展战略，从可持续运营管理、可持续社区支持、可持续生产三大方面践行绿色发展，最大程度降低公司对环境的影响，积极推动社区的可持续发展，并通过不断加大对公司可持续发展的投入力度，将公司发展推向新的高度。

## 责任实践

- 如新集团制定“Planet（地球与环境）、Product（产品与生产）、People（人文与社区）”的可持续发展战略
- Planet: 关注地球与环境，打造绿色如新，采取可持续运营模式，推行 GO GREEN 措施，践行绿色办公与绿色会议
- Product: 从研发、生产、包装、物流、仓储、销售全流程实现产品全生命周期的绿色行动
- People: 建设可持续人文及社区，如新全球开展海洋保护、非洲马拉维家庭自立农业学校等项目，赋能当地可持续发展模式



6.3 9.4 12.2 12.4 12.5 12.6 13.3

## 责任聚焦 我们的可持续发展模型 (Planet、Product、People)

作为一家全球性的企业，如新深知公司的产品与服务对环境的影响广泛而深远，始终秉承“关注环境保护”与“可持续发展”理念，如新集团建立可持续发展指导委员会，检视公司各个业务项目对地球生态造成的影响，以“Planet（地球与环境）、Product（产品与生产）、People（人文与社区）”的3P可持续发展模型积极推进绿色行动，并宣告了可持续发展的使命——参与可持续行动，预见更好的明天。



### 地球与环境

- 打造绿色如新，开展绿色办公与绿色会议



### 产品与生产

- 研发、生产、包装、仓储、运输、销售全生命周期的可持续行动

### 人文与社区

- 通过授人以渔的方式赋能运营地所在社区的可持续发展

在 Planet（地球与环境）层面，公司响应总部 Think Green 战略，积极将办公场所打造为绿色建筑，并通过开展 Go Green 系列活动，加强内部员工的环保意识，开展绿色会议，建立自身的绿色环保形象，展望一个零废弃的未来。

在 Product（产品与生产）层面，公司在研发、生产、包装、仓储、运输、销售等全生命周期制定了严格的环境保护政策与环境管理体系，以实现绿色产品生产，以最大程度降低自身对环境的影响。

在 People（人文与社区）层面，公司充分发挥自身的优势，携手海洋基金会开展海洋保护项目，并在马拉维开展家庭自立农业学校项目，旨在协助当地建立绿色的环境，赋能当地社区可持续的发展。

### 如新集团在 Nu Skin LIVE 2019 全球大会中宣布了可持续发展规划中的五项承诺：

1

Nu Skin 将建立一套环境影响评估系统，计划到 2020 年底，提高公司 20 款最畅销产品的环境影响评分值。

2

Nu Skin 将对所有产品的全生命周期进行评估，计划在 2023 年之内做出有益于地球与环境的积极措施。

3

Nu Skin 计划在 2030 年之前更换所有产品包装，实现可重复使用、可回收、可再生、可重复充装。

4

Nu Skin 致力打造一个全球零废弃物设施，以减少碳排放。

5

Nu Skin 将拿出一半以上的美国善的力量基金会募款，资助给那些为地球与人类提供重要资源的组织与个人。

公司将在三大层面持续行动，通过每一个在生产运营中的选择，来预见更加美好的未来。

## 地球与环境， 可持续运营

公司以“建设绿色地球与环境”为己任，积极打造绿色如新，从公司自身运营减少碳足迹出发，开展绿色办公，打造绿色建筑。

### 打造绿色如新

公司上海总部办公园区荣获 LEED 金奖认证，并成为首家上海市保健品工业旅游景点和首家东方美谷美丽健康产业工业旅游景区示范点，以开阔自由的空间和以人为本的设计，成为东方美谷产业集群中的可持续发展标杆。



同时，如新是上海市奉贤区环境科学学会第四届理事长单位，并积极参与学会举办的各项活动，包括 2018 年奉贤区污染防治攻坚战暨“水天一色”立功竞赛、2019 年“水天一色 法润贤成 大家谈”环保论坛、“水天一色·美丽奉贤”、2019 年“环保健步行”、2019 年走进优秀环保企业参观学习等活动，并在 2018 年度“水天一色”立功竞赛评选中获得优秀环保企业称号。

## 绿色办公与绿色会议

公司倡导绿色环保的企业文化，推行线上无纸化办公与 GO GREEN 系列措施，面向员工开展环保培训与宣传，提升员工环保意识。

### GO GREEN 系列 措施



使用电动班车  
衣来衣往  
绿色领用  
环保不“瓶”凡  
净桌行动  
自带水杯代替一次性纸杯  
电梯停运  
光盘行动  
双面打印  
垃圾分类  
素食日

2019 年 12 月，班车均替换为电动班车  
闲置衣物循环利用  
闲置袋、纸箱回收再利用  
设置塑料瓶回收点，处理的善款作为爱心善款  
在日常及下班后及时清理桌面，关闭投影  
使用水杯 / 马克杯  
每月第四周的周三电梯停运一天，倡导大家走楼梯  
每月第一周的周五是光盘日，倡导大家避免浪费  
倡导双面打印，节约纸张  
在园区设置四类垃圾桶，落实垃圾分类指导和培训  
每月第三周五，餐厅不提供肉类食品





### 垃圾分类，如新人在行动

2019年7月1日，上海正式实施《上海市生活垃圾管理条例》，公司在条例正式推行之前开展垃圾分类互动活动，培养员工垃圾分类意识；并在条例推行之后开展垃圾分类讲座，深化垃圾分类行为习惯。

2019年6月20日，公司开展垃圾分类互动活动，共有233人参与；2019年7月9日，公司开展垃圾分类讲座，介绍垃圾分类的意义、四类垃圾的定义、如何进行垃圾分类等内容，并进行垃圾分类演练，共有34人参与。



与此同时，公司在如新集团《可持续活动准则》的倡导下开展绿色会议，并逐步落实以下绿色会议行动：

- 会议物资尽可能使用环保材质
- 物资回收，重复利用
- 会议现场落实垃圾分类
- 鼓励参会者自带水杯
- 会议互动采取无纸化措施
- 会议现场空瓶回收
- 大型活动现场设置接驳车，公共交通绿色出行
- 提倡员工绿色差旅
- 倡导合作供应商落实绿色措施

### 产品与生产，可持续的全生命周期

公司聚焦各个业务项目，不仅以创新的6S品质措施保护环境，同时积极投资节水节能减碳的先进生产科技，以产品全生命周期为线索，持续推进环保合规、污染防治、资源保护，以不断提升的环境要求，推进自身的可持续发展。

▶ 如新产品全生命周期绿色行动



### 绿色研发，避免环境危害

在产品研发试验环节，公司制定符合绿色化学原则的化学品使用规范，规定在产品研发试验中尽量选用低毒试剂及可循环利用的实验耗材，并对化学品的采购、使用、处理等进行规范，避免对环境造成任何污染及危害。



### 绿色生产，加大环保投入

公司奉贤生产基地及湖州生产基地践行绿色发展理念，推行绿色、低碳、循环、可持续的生产方式，实现公司的可持续发展，均已通过 ISO14001 环境管理体系认证。湖州生产基地于 2013 年通过政府清洁生产审计，2016 年获得浙江省绿色企业称号，2018 年获得湖州市四星级绿色工厂称号。

公司湖州生产基地建立环保工作提升专项会议机制，奉贤生产基地制定明确的环境管理目标与环境管理方案，持续推进环保合规、资源利用、污染防治等改善措施。2017-2019 年，公司 2 个生产基地投入 360 余万元，用于废水监测与处理、废气排放、固废处理、危废处理等方面。

此外，公司积极开展环保培训活动，湖州生产基地在 2019 年开展浙江省固废平台管理办法和公司废弃物管理文件学习，以及环保监测仪器、设备操作的培训和考核，提升检测能力，保证数据的准确性。

公司在生产过程中主要消耗的资源为电力与水资源，其中水资源主要为市政供水。公司湖州生产基地制定《能源与资源管理程序》，奉贤生产基地制定《EHS 运行控制程序》管理能源资源利用，并设置环境管理委员会进行管理，采取优化设备、能量回收等降耗措施，雨水收集、浓水处理回收、蒸汽冷凝水回收利用等节水措施提高使用效益，减少对环境的影响。



\* 图为公司湖州生产基地





公司生产过程中主要排放物为废水、废气、固体废弃物及二氧化碳。公司严格遵守各项排放标准进行达标排放，并关注《联合国气候变化框架公约》《京都议定书》，采取节能措施实现温室气体减排。

公司湖州生产基地制定“避免、减少、循环利用”污染预防基本原则及“减量化、资源化、安全处理”的污染预防方式，并分别制定废水、废气、废弃物排放管理制度；公司奉贤生产基地制定《EHS运行控制程序》管理废水、废气、废弃物排放。与此同时，两个生产基地积极采取废水再利用、安装废气处理装置、改善处理污泥等污染减排措施，减少产品生产的废水、废气、废弃物排放。



每生产 1 件如新产品有害废弃物排放减少 17%

每生产 1 件如新产品废水排放减少 31%



每生产 1 件如新产品温室气体排放减少 17%



### 绿色包装，提高利用效率

公司在产品生产过程中包装材料包括塑料瓶、纸盒、纸箱、塑料袋等，公司湖州生产基地与奉贤生产基地积极采取包装材料减量化与轻量化措施。此外，湖州生产基地建立包装材料使用包材损耗率<sup>1</sup>目标，采取中转箱循环套用、干净的包装塑料袋作为垃圾袋等措施，减少包材使用，对包材使用有效控制。



每生产 1 件如新产品包装材料使用减少 18%

### 包装材料减量化与轻量化

湖州生产基地在 2019 年针对产品 ageLOC R<sup>2</sup> (包含如新华茂牌复沛日新胶囊和如新华茂牌复沛夜清胶囊) 去除原瓶装外覆的收缩膜。

奉贤生产基地已去除 7 个产品的彩盒，年均节省彩盒超百万套；并于 2019 年对纸箱及纸隔板类等辅包材进行材质轻量化。

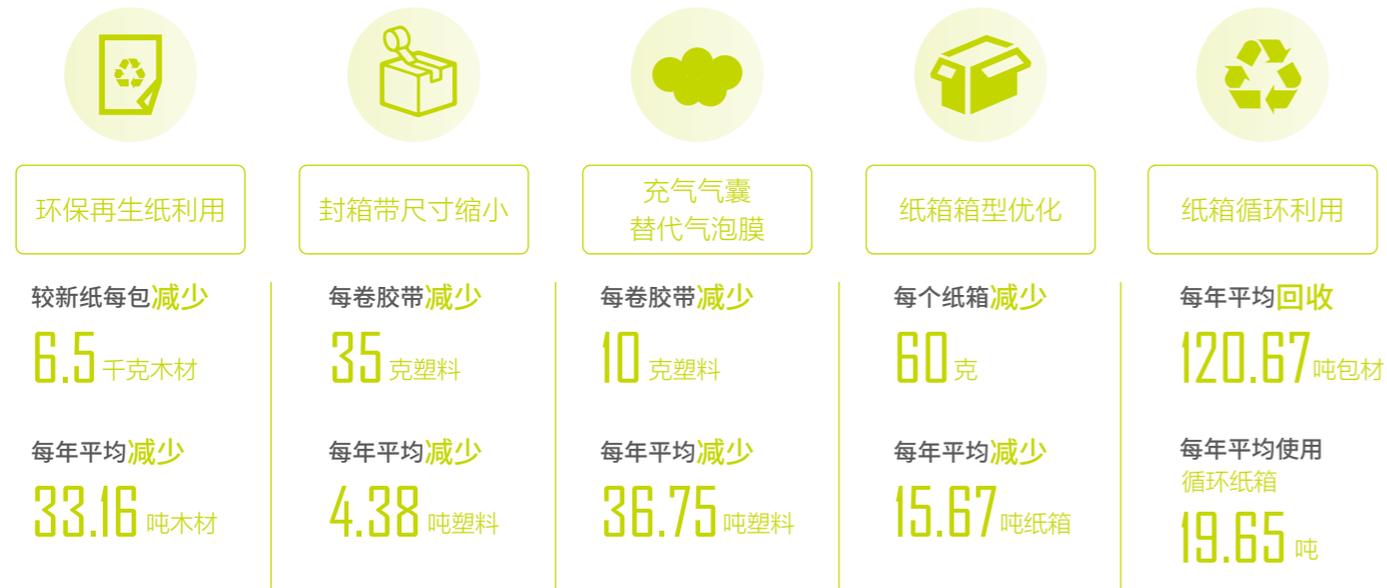


<sup>1</sup>包材损耗率 = 损耗包材价值 / 净用包材量 \* 100%

## 绿色物流，减少环境影响

公司拥有4个自营物流仓储中心及5个非自营物流仓储中心，在产品生产入仓后，公司采取利用环保再生纸、缩小封箱带尺寸、循环纸箱利用、减少塑料填充物、使用LED灯具等绿色仓储措施，采取优化运输路线等绿色物流措施实现产品仓储及运输环节的绿色节能，减少对环境的影响。

### ▶ 绿色仓储与物流措施成果



## 物流拣货清单全面使用环保再生纸

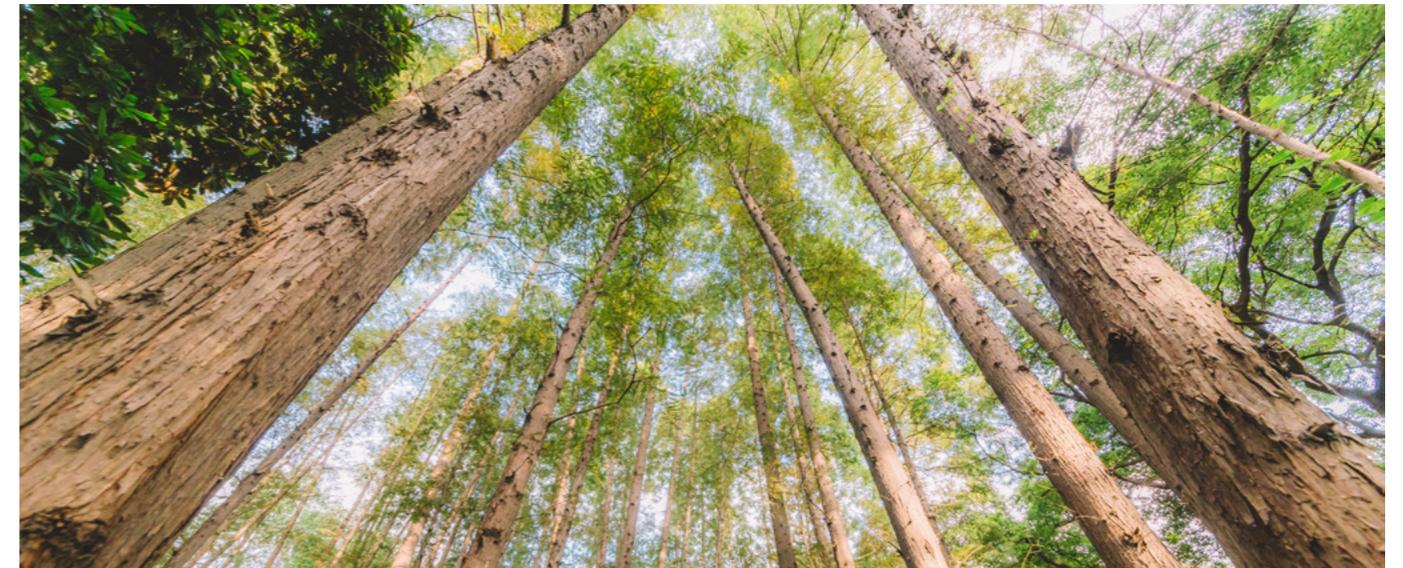
环保再生纸中，原料的80%来源于回收的废纸，将其打碎、去色制浆经过多种工序加工生产，被誉为低能耗、轻污染的环保型用纸。

以全国拣货清单每年用纸量4,000包计<sup>1</sup>：

每年节约木材总量相当于  
**82** 棵树龄为十年的杨树

每年少排放的废水总量相当  
**16,500** 桶标准饮用桶装水

每年碳排放降低相当于种了  
**1,175** 棵树



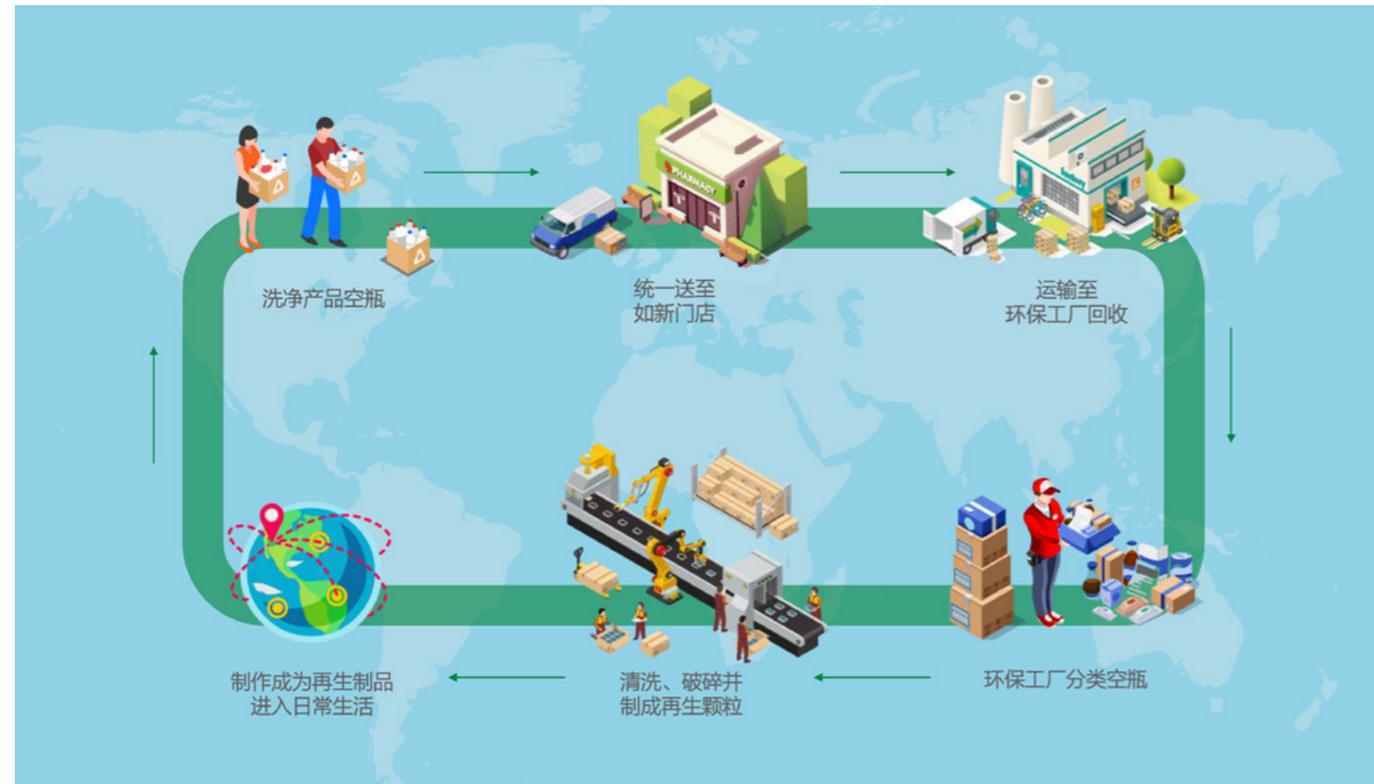
<sup>1</sup> 计算方式如下：

1棵10年树龄的树可以制造48.8包A4纸，4,000包纸需要82棵10年树龄的树  
生产1包A4纸产生74.25L的废水，4,000包纸产生297,000L废水，一桶水18L，共计16,500桶。  
生产1包A4纸产生2.9375kg的碳排放，4,000包纸产生11,750kg，一棵树1年可以吸收10kg碳排放，共计1,175棵。

### 绿色销售，倡导可持续消费

公司进一步通过产品包装减量推广、空瓶回收等可持续消费倡导举措向消费者宣传环保理念，并通过环保协会与活动参与向社会宣传公司的可持续发展理念。

2019 年，公司推出无皂盒、更环保的洁肤霸产品家庭装，此举措每年节省将近一半的皂盒使用量。公司积极回收所有如新塑料空瓶，并制成再生制品。2017-2019 年，公司已经在大陆门店回收超过 100 余万如新空瓶。



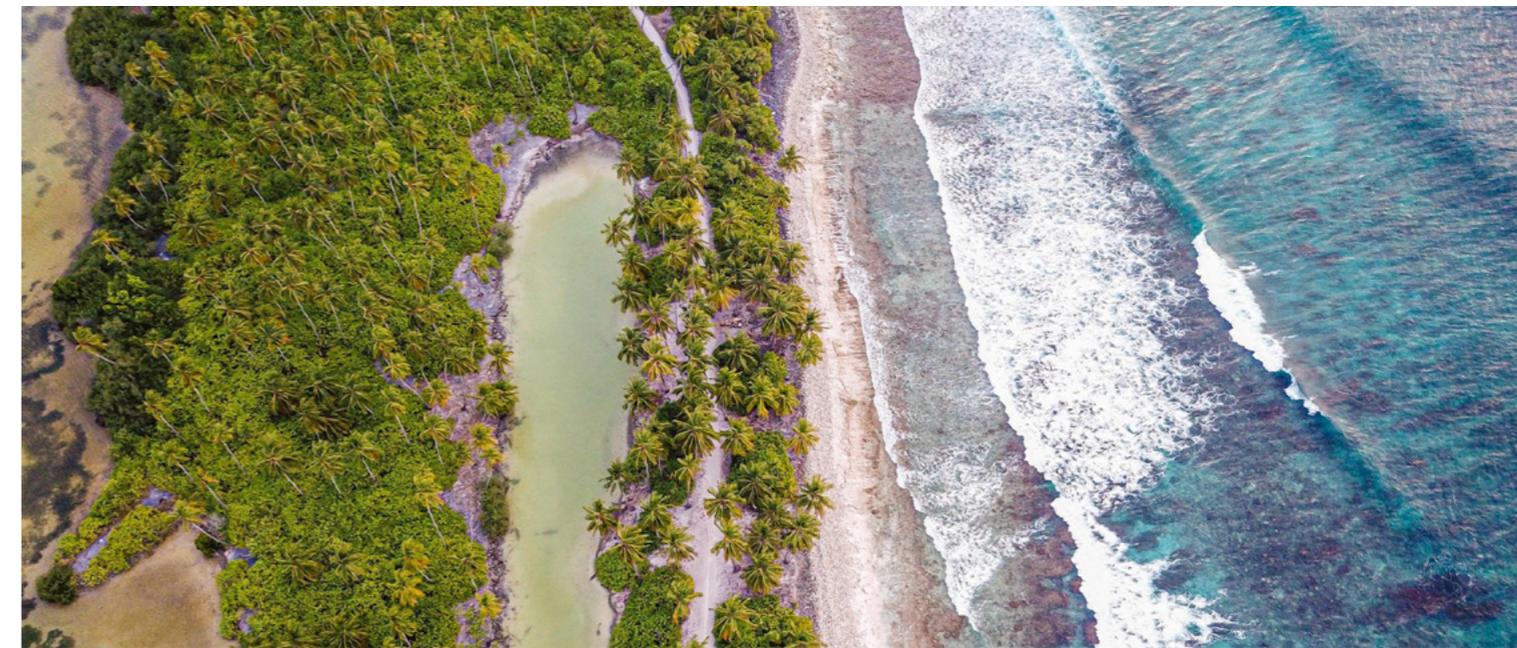
### 人文与社区，赋能可持续发展模式

在公司实现自身可持续运营与生产的基础上，公司积极回馈社区的可持续发展，扩大公司可持续发展理念的影响力，通过授人以渔的方式赋能运营地所在社区的可持续发展，为地球美好明天贡献力量。

#### 携手海洋基金会共护海洋

面对贫困与环保的双重难题，如新集团与海洋基金会联手，提出独特的解决之道。通过与当地岛民合作，海洋基金会兴建学校、社区中心、供水系统和卫生所，改善岛上孩子们的生活，并帮助他们学习保护海洋栖息地的方法，以实现当地社区的可持续发展。

25 年来，海洋基金会保护了 134 万英亩海洋栖息地。2018 年，在如新的资助下，海洋基金会保护了 10,252 英亩的栖息地，并分别在孟加拉、马达加斯加和密克罗尼西亚建造了红树林教育中心 and 林中步道、社区中心，以及妇女会议中心。



## 马拉维的绿色行动

为了打破当地贫穷的恶性循环，培养当地人的自立能力，如新集团与马拉维当地企业合作发起了家庭自立农业学校（SAFI），帮助马拉维战胜饥饿。项目为当地贫困家庭提供免费的农业、种植业等脱产学习，并作为“希望的种子”，带动周边的4户人家，教授给他们种植技术和耕作理念，进一步影响周围更多的人，从而形成受助的“涟漪”效应，让更多的人能够受益。自2007年至今，已有337户家庭通过SAFI项目实现自给自足，其中2019年期间有34户家庭。

与此同时，如新集团与家庭自立农业学校拓展项目合作，培训政府农业工作者以便今后更好地指导当地家庭和社区。项目成立至今，在马拉维总培训人数达7,598位，2019年期间培训了超过1,813位学员，赋能学员自给自足。

如新自始至终以良好地球公民的标准来要求自己，如新深知长远的发展离不开每一天深思熟虑的决策，以求将可持续实践纳入如新业务活动的各个层面。为了更加美好的明天，如新从现在开始践行承诺，守护地球，采取更多的可持续实践。通过强化公司的策略以及努力，未来的方向和目标将更明确，如新也将持续宣扬责任感文化，深化对员工、环境和地球的承诺。



# 责任管理与责任绩效

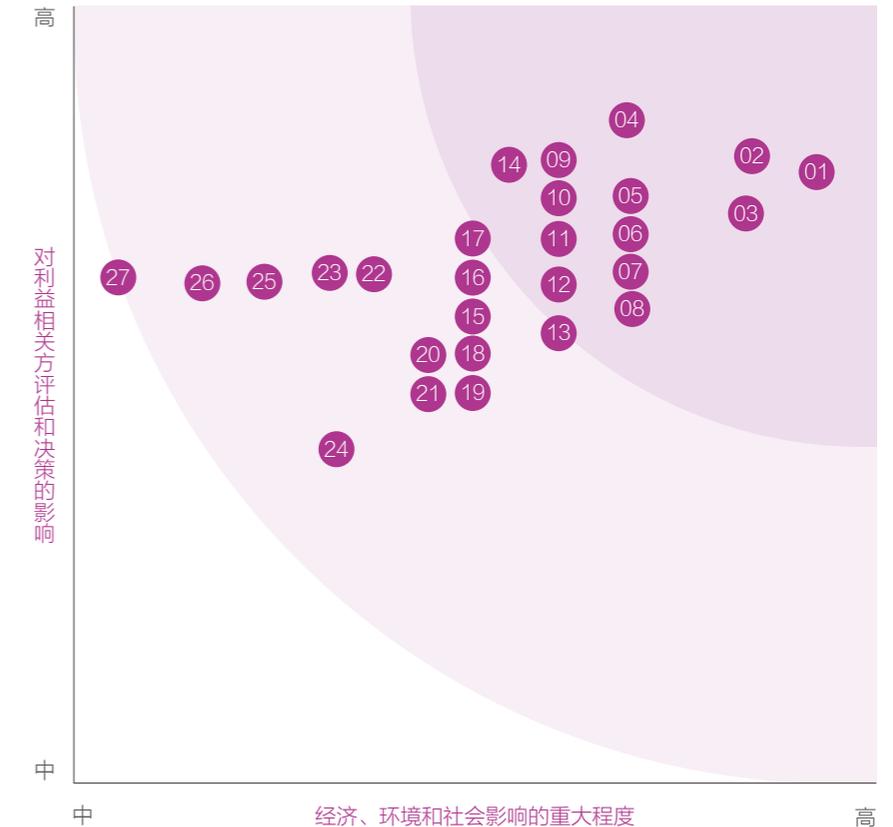
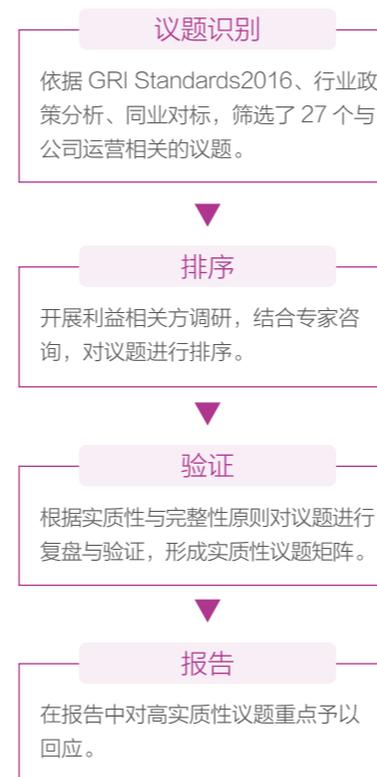
## 利益相关方沟通与实质性分析

### 利益相关方沟通

核心利益相关方	关注的议题	沟通渠道 / 方式
 政府及监管部门	<ul style="list-style-type: none"> <li>合规经营</li> <li>风险管控</li> <li>反腐败</li> <li>能源消耗</li> <li>温室气体排放</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>排放物管理</li> <li>产品包装</li> <li>水资源利用</li> <li>绿色物流与仓储</li> <li>政策学习</li> <li>信息披露</li> </ul>
 事业经营伙伴	<ul style="list-style-type: none"> <li>公平的事业机会</li> <li>事业经营伙伴发展</li> <li>事业经营伙伴管理</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>官方长期沟通平台</li> <li>一对一事业经营伙伴服务平台</li> <li>定期会议沟通平台</li> </ul>
 客户及消费者	<ul style="list-style-type: none"> <li>产品研发与创新</li> <li>产品质量与安全</li> <li>负责任营销</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>售后服务与投诉处理</li> <li>可持续消费</li> <li>客户隐私保护</li> <li>产品发布会、推广活动</li> <li>星享城</li> <li>体验点</li> <li>客户沟通平台</li> </ul>
 员工	<ul style="list-style-type: none"> <li>员工权益保障</li> <li>员工关爱</li> <li>员工培训与发展</li> <li>绿色办公</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>员工申诉机制</li> <li>员工满意度调研</li> <li>员工培训</li> <li>内部刊物</li> <li>文体活动</li> </ul>
 供应商	<ul style="list-style-type: none"> <li>供应商管理</li> <li>可持续采购</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>供应商审核、评估</li> <li>供应商管理系统</li> </ul>
 公众及社区	<ul style="list-style-type: none"> <li>公益活动</li> <li>社区发展</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>如新公益基金会活动开展</li> <li>社区服务活动</li> </ul>
 行业组织	<ul style="list-style-type: none"> <li>经济绩效</li> <li>合规经营</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>行业协会活动</li> </ul>

### 实质性议题识别与分析

公司结合利益相关方关注的重点和期望,以及应当遵循的国内、国际标准和政策等,按照识别、评估、验证和报告的程序,对社会责任议题识别和分析,确定社会责任报告的重要内容。



- |             |               |            |              |             |
|-------------|---------------|------------|--------------|-------------|
| 01. 合规经营    | 07. 公平的事业机会   | 13. 温室气体排放 | 19. 事业经营伙伴发展 | 25. 员工培训与发展 |
| 02. 负责任营销   | 08. 能源消耗      | 14. 可持续消费  | 20. 供应商管理    | 26. 经济绩效    |
| 03. 产品研发与创新 | 09. 售后服务与投诉处理 | 15. 员工关爱   | 21. 绿色物流与仓储  | 27. 风险管控    |
| 04. 产品质量与安全 | 10. 反腐败       | 16. 排放物管理  | 22. 可持续采购    |             |
| 05. 客户隐私保护  | 11. 公益活动      | 17. 产品包装   | 23. 事业经营伙伴管理 |             |
| 06. 员工权益保障  | 12. 绿色办公      | 18. 水资源利用  | 24. 社区发展     |             |

本报告相较于上一本报告(《如新(中国)2016年企业社会责任报告》)实质性议题分析变化如下:

2016年实质性议题	2017-2019年实质性议题	调整原因
/	风险管控	新增议题
/	可持续消费	新增议题
事业经营伙伴发展	公平的事业机会 事业经营伙伴发展 事业经营伙伴管理	将议题内容进行细化
/	可持续采购	新增议题
气体排放	温室气体排放	将议题内容精确化
/	绿色办公	新增议题
/	绿色物流与仓储	增加议题
关于女性发展	/	已融入“公平的事业机会”议题

## 报告数据绩效

### 经济绩效

指标	单位	2017	2018	2019
营业收入	万元	532,116	638,065	534,506
纳税总额	万元	107,977	144,028	118,780
利润总额	万元	101,384	123,992	97,197
政府奖励/补贴	万元	373.09	168.89	298.22

### 社会绩效

指标	单位	2017	2018	2019
<b>员工雇佣</b>				
员工总数	人	1,387	1,350	1,344
男性员工数	人	464	449	452
女性员工数	人	923	901	892
劳动合同制员工人数	人	1,381	1,345	1,338
其他雇佣形式员工数	人	6	5	6
在中国大陆工作的员工人数	人	1,387	1,350	1,344
在港澳台及海外工作的员工人数	人	0	0	0

指标	单位	2017	2018	2019
50岁以上的员工人数	人	45	49	52
30岁至50岁的员工人数	人	857	875	905
30岁以下的员工人数	人	485	426	387
少数民族员工人数	人	42	37	39
员工流失率	%	16.80	13.29	10.93
男性员工流失率	%	18.31	15.12	12.74
女性员工流失率	%	16.01	12.35	9.99
50岁以上员工的流失率	%	4.26	5.77	1.89
30岁至50岁员工的流失率	%	13.26	9.89	7.37
30岁以下员工的流失率	%	23.26	20.22	19.21
高级管理层中本地员工所占比	%	27.27	36.36	30.00
高级管理层女性员工占比	%	63.64	63.64	60.00
中级管理层女性员工占比	%	65.42	66.53	66.53
员工歧视事件总数	件	0	0	0
劳动合同签订率	%	99.57	99.63	99.55
<b>员工培训与发展</b>				
员工培训覆盖率	%	100	100	100
培训覆盖的男性员工的比例	%	100	100	100
培训覆盖的女性员工的比例	%	100	100	100
培训覆盖的基层员工的比例	%	100	100	100
培训覆盖的中级管理层员工的比例	%	100	100	100
培训覆盖的高级管理层员工的比例	%	100	100	100
基层员工接受培训平均小时数	小时	17.82	19.75	22.85
中级管理层接受培训平均小时数	小时	38.15	22.34	18.53
高级管理层接受培训平均小时数	小时	7.36	12.55	25.00
男员工接受培训平均小时数	小时	20.50	21.16	22.46
女员工接受培训平均小时数	小时	21.55	19.65	21.88
员工接受培训平均小时数	小时	21.20	20.15	22.08
接受定期绩效及职业发展考评的员工占全员百分比	%	91.35	91.93	91.96

指标	单位	2017	2018	2019
<b>产品与客户服务</b>				
在客户隐私方面发生违法违规事件的总数	件	0	0	0
在市场推广方面发生违法违规事件的总数	件	0	0	0
所提供的产品和服务在健康与安全、标签方面发生违法违规事件的总数	件	0	0	0
已售或已运送产品中因安全与健康理由而须回收的产品的金额	万元	0	0	0
<b>员工健康与安全</b>				
接收正规安保培训的保安人员数	人	17	14	15
因违反职业健康与安全法律法规而受到处罚的事件数	件	0	0	0
职业病风险岗位员工人数	人	82	82	81
因工伤死亡的人数	人	0	0	0
<b>供应商管理</b>				
当地供应商采购支出比例	%	81.78	80.42	86.53
海外及港澳台地区的供应商数	家	9	6	7
大陆地区的供应商数	家	1,120	1,272	1,300
供应商总数	家	1,129	1,278	1,307
<b>社区与公益</b>				
社区公益投入金额	万元	4,045.52	6,852.05	5,013.86
员工志愿服务时长	小时	950.5	750.0	754.0
员工志愿服务人次	人次	258	204	240

注：  
 员工雇佣、员工培训与发展、产品与客户服务相关指标统计口径为 2 个生产基地，如新（中国）上海总部，上海、广州、新疆、西安 4 个自营仓储物流中心；  
 员工健康与安全、供应商管理相关指标统计口径为 2 个生产基地；  
 社区与公益相关指标统计口径为如新（中国）上海总部及 2 个生产基地。

► 环境绩效

指标	单位	2017	2018	2019
<b>能源消耗</b>				
自有车辆汽油用量	升	168,100	161,342	1,200 <sup>1</sup>
天然气消耗总量	立方米	118,197	108,539	120,349
耗电总量	兆瓦时	414,865.88	464,843.14	349,594.44
单位营收耗电量	兆瓦时 / 万元	0.78	0.73	0.65
<b>水资源消耗</b>				
水循环与再利用的总量占总耗水量的比例	%	2.04	2.34	2.06
总耗水量	立方米	124,743	149,834	105,905
单位营收耗水量	立方米 / 万元	0.23	0.23	0.20
<b>包装材料使用</b>				
制成品包装材料的使用总量	吨	3,231.88	3,290.56	2,670.88
制成品所用包装材料的回收量	吨	103	193	118
塑料填充物消耗量	吨	149.37	213.45	180.02
纸箱消耗量	吨	904.80	1,115.67	1,099.87
纸箱回收量	吨	84	175	103
制成品包装材料回收比例	%	3.19	5.87	4.42
纸箱回收比例	%	9.28	15.69	9.36
<b>污染防治</b>				
所产生无害废弃物总量	吨	591	883	842
所产生有害废弃物总量	吨	12.88	19.60	10.72
范围一温室气体排放量	吨二氧化碳当量	711.07	671.86	263.79
范围二温室气体排放量	吨二氧化碳当量	281,591.51	316,305.54	236,275.38
温室气体排放总量	吨二氧化碳当量	282,302.58	316,977.40	236,539.17
废水排放总量	立方米	83,353	104,924	61,224
（废水中）悬浮物（SS）排放量	吨	0.51	0.43	0.19
挥发性有机物（VOCs）排放量	千克	11	58	50
（废水中）氨氮（NH <sub>3</sub> -N）排放量	吨	0.42	0.59	0.30

<sup>1</sup>注：2019 年由于上海总部班车替换为电动车，所以耗油量大幅下降。

指标	单位	2017	2018	2019
（废水中）化学需氧量（COD）排放量	吨	5.25	5.59	3.57
硫氧化物（SOx）排放量	千克	8	0	0
氮氧化物（NOx）排放量	千克	167	278	268
颗粒物（PM）排放量	千克	31	29	30
单位营收无害废弃物排放量	千克 / 万元	1.11	1.38	1.58
单位营收有害废弃物排放量	千克 / 万元	0.02	0.03	0.02
单位营收温室气体排放量	吨二氧化碳当量 / 万元	0.53	0.50	0.44
单位营收废水排放量	立方米 / 万元	0.16	0.16	0.11
因违反环境保护法律法规而受到处罚的事件数	件	0	0	0

注：  
 耗电量、天然气消耗量统计口径：如新（中国）上海总部，2 个生产基地，上海、广州、新疆、西安 4 个自营仓储物流中心；  
 水资源消耗量统计口径：如新（中国）上海总部，2 个生产基地；  
 包装材料使用量统计口径：2 个生产基地，上海、广州、新疆、西安 4 个自营仓储物流中心与天津、沈阳、厦门、郑州、成都 5 个非自营仓储物流中心；  
 塑料填充物消耗量与纸箱消耗量统计口径：上海、广州、新疆、西安 4 个自营仓储物流中心与天津、沈阳、厦门、郑州、成都 5 个非自营仓储物流中心；  
 废气、废水排放量统计口径：2 个生产基地；  
 废弃物排放量统计口径：2 个生产基地、如新（中国）抗衰老研究中心。

## 加入的行业协会与担任职务

组织 / 协会的名称	公司或公司高层在其中所任职务
<b>上海</b>	
上海市直销企业自治联盟	常务理事单位
上海市日用化学品行业协会	会员单位
AMCHAM Shanghai 上海美商会	成员单位
USCBC 美中贸易协会	成员单位
上海市消保委美丽健康专业办	网络单位
东方美谷产业促进中心	副理事长单位
奉贤区环境科学协会	理事单位
<b>江苏</b>	
江苏省保健食品化妆品协会	常务理事单位（南京分公司）
江苏省反不正当竞争协会	常务理事单位（南京分公司）
南京市建邺区新阶层人士联合会	常务理事（南京分公司）
苏州市历史文化名城保护区企业联盟观前商圈分会	副会长单位（苏州分公司）
无锡市保健化妆品安全协会	常务理事（无锡分公司）
<b>河南</b>	
河南省外商投资企业协会	常务理事单位（河南分公司）
河南省直销企业驻豫机构联席会议	成员单位（河南分公司）
<b>安徽</b>	
安徽省直销联席会议	成员单位（安徽分公司）
<b>湖南</b>	
湖南省直销及门店销售协会	理事单位（湖南分公司）
<b>广东</b>	
广东省直销企业协会	副会长单位（广州分公司）
<b>青海</b>	
西宁市直销论坛	会员单位（青海分公司）
青海省保健食品行业协会	成员单位（青海分公司）
<b>新疆</b>	
新疆自治区守重协会	副会长单位（新疆分公司）
<b>陕西</b>	
西安外商投资企业协会	会员单位（陕西分公司）

组织 / 协会的名称	公司或公司高层在其中所任职务
<b>陕西省青少年发展基金会</b>	
陕西省青少年发展基金会	理事会单位（陕西分公司）
<b>甘肃</b>	
兰州市工商联	常务委员单位（甘肃分公司）
甘肃省工商联	执行委员单位（甘肃分公司）
<b>四川</b>	
中国西南美国商会	会员单位（四川分公司）
成都外商投资企业协会	理事单位（四川分公司）
成都市企业诚信促进会	会员单位（四川分公司）
四川省青少年发展基金会	理事会单位（四川分公司）
<b>云南</b>	
云南省外商投资企业协会	会员单位（云南分公司）
<b>重庆</b>	
重庆市外商投资企业协会	会员单位（重庆分公司）
重庆市渝北区龙塔街道商会	会员单位（重庆分公司）
<b>黑龙江</b>	
哈尔滨市企业信用协会	会长单位（黑龙江分公司）
<b>吉林</b>	
长春市工商业联合会	执委单位（吉林省分公司）
吉林省企业信用联合会	会员单位（吉林省分公司）
<b>辽宁</b>	
辽宁省企业信用协会	会员单位（辽宁分公司）
<b>山东</b>	
青岛市商业联合会	常务理事（青岛分公司）
青岛市市北区工商联	会员单位（青岛分公司）
<b>内蒙古</b>	
呼和浩特市政协	委员单位（内蒙古分公司）
呼和浩特市新的社会阶层人士联谊会	副会长单位（内蒙古分公司）
呼和浩特市非公经济委员会	副书记单位（内蒙古分公司）
呼和浩特市监察委员会特约监察员	委员单位（内蒙古分公司）
呼和浩特市工商联	委员单位（内蒙古分公司）

## 外界认可

获奖年份	奖项名称	颁奖单位
如新所获奖项		
2017 年	2017 年度国际企业大奖 - 年度公共传播项目铜奖	Stevie® Awards
2017 年	全国质量诚信标杆典型企业	中国质量检验协会
2017 年	全国质量诚信示范企业	中国质量检验协会
2017 年	2017 可持续行动典范奖	上海市人民政府新闻办公室、市商务委员会和市环境保护局指导，解放日报·上观新闻、上海日报和东方网共同主办
2017 年	2017 可持续行动传播影响力奖	解放日报, Shanghai Daily, 东方网
2017 年	2017 可持续行动传播影响力奖	解放日报, Shanghai Daily, 东方网
2017 年	品牌企业公益爱心奖	中国保健协会
2017 年	全国企业学习项目设计金奖	CSTD 中国人才发展社群
2017 年	第十三届中国品牌【金象奖】-中国十大优秀品牌建设案例奖	《21 世纪经济报道》
2017 年	2017 中国企业社会责任（第七届）卓越奖	公益时报社
2017 年	2017 年度中国公益企业	中华少年儿童慈善救助基金会、中国社会福利基金会、中华社会救助基金会、中国华侨公益基金会、腾讯公益慈善基金会、中国扶贫基金会、荷福慈善基金会、传化慈善基金会、河仁慈善基金会、老牛基金会、公益时报社
2017 年	中国 100 典范雇主	前程无忧
2017 年	HR 管理团队典范	前程无忧
2017 年	非常雇主之魅力雇主	大街网

获奖年份	奖项名称	颁奖单位
2018 年	2017 年度中国扶贫基金会“杰出贡献奖”	中国扶贫基金会
2018 年	2018 中国慈善榜“十大慈善企业”	《公益时报》社
2018 年	2017 年度中国成长力企业百强	中国企业报
2018 年	中国质量万里行 2018 年 3·15 履行社会责任承诺单位	中国质量万里行杂志社
2018 年	最受海外人才欢迎雇主	Lockin China&GUCCU
2018 年	中华慈善奖	中华人民共和国民政部
2018 年	爱加餐十周年杰出贡献奖	中国扶贫基金会
2019 年	最受消费者信赖品牌	长沙晚报报业集团
2019 年	希望工程最佳合作伙伴奖	中国青少年发展基金会
2019 年	中国扶贫基金会三十年三十人——资助者	中国扶贫基金会
2019 年	如新（中国）2018 年作出杰出贡献	中国扶贫基金会
2019 年	春蕾计划三十周年奖	中国儿童少年基金会
如新（中国）奉贤总部所获奖项		
2017 年	2016 年经济发展“杰出贡献奖” & 2016 年度奉贤区财富百强企业第 4 名	上海市奉贤区人民政府
2018 年	奉贤区人民政府“2017 年度奉贤区经济发展杰出贡献奖 & 财富百强企业	上海市奉贤区人民政府
2018 年	2017 年度奉贤区最佳志愿服务组织	上海市奉贤区人民政府
2019 年	优秀环保企业	上海市奉贤区环境保护和环境建设协调推进委员会



### 《全球可持续发展报告标准》(GRI 标准) 索引表

指标	对应章节
一般披露	
基础	
101-1	报告编制说明
组织概况	
102-1	走进如新
102-2	走进如新
102-3	走进如新
102-4	走进如新
102-5	走进如新
102-6	走进如新
102-7	走进如新
102-8	敢追梦, 提供公平广阔的发展平台
102-9	齐心协力, 提供一流的供应保障
102-11	以身作则, 稳健合规的公司治理
102-12	携手同行, 积极参与行业共建
102-13	加入的行业协会与担任职务
战略	
102-14	总裁致辞: 使命是如新永恒的底色
102-15	以身作则, 稳健合规的公司治理

指标	对应章节
道德和诚信	
102-16	责任理念与可持续发展目标
102-17	以身作则, 稳健合规的公司治理
管治	
102-18	以身作则, 稳健合规的公司治理
102-21	利益相关方沟通与实质性分析
102-29	利益相关方沟通与实质性分析
利益相关方参与	
102-40	利益相关方沟通与实质性分析
102-41	社会绩效
102-42	利益相关方沟通与实质性分析
102-43	利益相关方沟通与实质性分析
102-44	利益相关方沟通与实质性分析
报告概况	
102-45	报告编制说明
102-46	利益相关方沟通与实质性分析
102-47	利益相关方沟通与实质性分析
102-49	利益相关方沟通与实质性分析
102-50	报告编制说明

指标	对应章节
102-51	报告编制说明
102-52	报告编制说明
102-54	报告编制说明
102-55	《全球可持续发展报告标准》(GRI 标准) 索引表
102-56	外界认可
经济	
103-1	可信赖, 共筑行业健康生态
103-2	守初心, 凝聚善力共创价值
103-3	年轻化, 推动品质生活更可及
103-3	敢追梦, 提供公平广阔的发展平台
经济绩效	
201-1	走进如新
201-4	报告数据绩效
市场表现	
202-2	报告数据绩效
间接经济影响	
203-1	守初心, 凝聚善力共创价值
采购实践	
204-1	报告数据绩效

指标	对应章节
反腐败	
205-1	报告数据绩效
205-2	以身作则, 稳健合规的公司治理
环境	
103-1	
103-2	可持续, 积极行动预见更好未来
103-3	
物料	
301-1	产品与生产, 可持续的全生命周期
301-2	产品与生产, 可持续的全生命周期
301-3	产品与生产, 可持续的全生命周期
能源	
302-1	产品与生产, 可持续的全生命周期
302-3	产品与生产, 可持续的全生命周期
302-4	报告数据绩效
302-5	产品与生产, 可持续的全生命周期
水资源	
303-1	报告数据绩效
303-3	报告数据绩效

指标	对应章节
<b>排放</b>	
305-1	报告数据绩效
305-2	报告数据绩效
305-4	报告数据绩效
305-5	产品与生产，可持续的全生命周期
305-7	报告数据绩效
<b>污水和废弃物</b>	
306-2	产品与生产，可持续的全生命周期
<b>环境合规</b>	
307-1	可持续，积极行动预见更好未来
<b>社会</b>	
103-1	
103-2	责任管理与责任绩效
103-3	
<b>雇佣</b>	
401-1	报告数据绩效
<b>职业健康与安全</b>	
403-2	报告数据绩效

指标	对应章节
<b>培训与教育</b>	
404-1	报告数据绩效
404-3	报告数据绩效
<b>多样化与机会平等</b>	
405-1	敢追梦，提供公平广阔的发展平台
<b>反歧视</b>	
406-1	报告数据绩效
<b>安保实践</b>	
410-1	报告数据绩效
<b>客户健康与安全</b>	
416-1	大胆创新，打造美丽健康的产品
<b>营销与标志</b>	
417-1	诚信正直，全面保障消费者权益
417-2	报告数据绩效
417-3	报告数据绩效
<b>客户隐私</b>	
418-1	诚信正直，全面保障消费者权益

## 报告编制说明

《如新（中国）2019 企业社会责任报告》（以下简称“本报告”）阐述了如新（中国）日用保健品有限公司 2017-2019 年间履行企业社会责任所秉持的原则，开展的工作及取得的工作绩效，包括重要利益相关方所关注的有关公司治理、环境及社会的可持续发展议题。

### 编写依据

本报告编制参考全球可持续发展标准委员会 (GRI)《可持续发展报告标准》(GRI Standards 2016)。

### 报告称谓

报告中的“如新集团”指 NU SKIN Enterprises, Inc 及其在全球开展业务的所有附属公司。报告中的“如新（中国）”“如新”、“我们”、“公司”均指代如新集团在大陆地区的相关运营主体，主要包括如新（中国）日用保健品有限公司、湖州生产基地（如新（中国）日用保健品有限公司湖州分公司、华茂（湖州）保健品有限公司）、奉贤生产基地（上海新如生物科技有限公司）。

### 报告范围

本报告涵盖如新（中国）日用保健品有限公司（包括上海总部，各地分公司及体验点，上海、广州、新疆、西安 4 个自营仓储物流中心，天津、沈阳、厦门、郑州、成都 5 个非自营仓储物流中心）、湖州生产基地（如新（中国）日用保健品有限公司湖州分公司、华茂（湖州）保健品有限公司）、奉贤生产基地（上海新如生物科技有限公司）。

### 时间范围

本报告中数据信息统计的时间范围为 2017 年 1 月 1 日至 2019 年 12 月 31 日，部分文字及案例信息延展至 2020 年初的内容。

### 数据说明

报告中数据来自公司实际运行的原始记录。

### 报告获取方式

本报告以独立的中文版报告向社会发布，发布形式分为印刷版和电子版。电子版报告欢迎移步至如新（中国）官网 <https://china.nuskin.com> 查阅。



NU  
SKIN