

NU SKIN®

2024-2025年
环境、社会及治理报告

NU SKIN®

智启如新
善筑健康未来



关于本报告

《如新（中国）2024-2025 年环境、社会及治理报告》（以下简称“本报告”“ESG 报告”）阐述了如新（中国）日用保健品有限公司 2024-2025 年间履行可持续发展所秉持的原则，开展的 ESG 工作及取得的工作绩效。



报告称谓

本报告中的“如新集团”“NU SKIN”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”“公司”均指代如新集团在中国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，天津，西安，成都，新疆 6 个仓储物流中心）、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、上海仓储物流中心）。



报告时间

2024年1月1日至2025年12月31日（简称“报告期”）



声明

报告使用数据来源包括公开数据、如新中国内部相关统计报表、问卷调查和访谈等。本报告中涉及到的经济数据与如新 2024 年发布的如新（中国）2022-2023 年环境、社会及治理报告中数据范围保持一致。



目录



如新ESG管理

总裁致辞
走进如新
可持续发展理念



大健康篇 焕发新容颜

大健康产品，创新之作
研发驱动，日新月异
配套培训，高质量服务顾客



环境篇 绿色新环境

气候领航，低碳新程
资源管理，永续蓝图
排放管理，无废新生
绿色物流，通畅未来
绿色办公，点滴践行
安全生产，基石永固
供应链管理，协同共绿



社会篇 共创新价值

善聚初心，行稳致远
品牌共建，数字赋能
人才共进，赋能发展



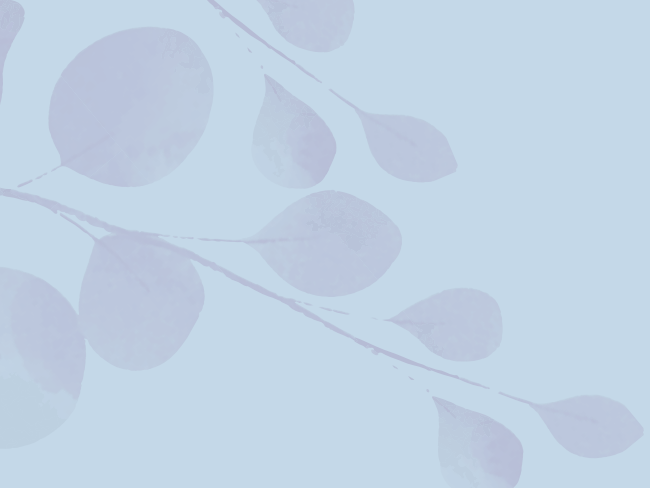
治理篇 稳健新治理

合规运营，稳健运营
廉洁自律，诚信经营



附录

加入的行业协会和担任职位
荣誉和奖项
绩效指标表



01 Management

如新ESG管理



总裁致辞

深耕中国二十余载，如新始终以善的力量品牌初心，全面对标联合国可持续发展目标（SDGs），聚焦地球、人文、产品三大维度实践 ESG，以科技、绿色、公益、合规四轮驱动，实现企业、环境、社会共生共赢的高质量发展。2024-2025 年，我们立足大健康赛道，交出了一份兼具创新力与社会责任的可持续发展答卷。



如新亚洲区域总裁
姜惠琳 Charlene Chiang

科技赋能全民健康

依托集团四十余年科研积淀，我们以大众健康需求为导向，6S 全链路品质管控体系筑牢产品根基。报告期内落地 Prysm iO 智能扫描仪、MyND 360 认知健康产品，打造无创检测、科学干预、长效调理的全周期健康管理闭环。我们联动高校院所共建临床研究、推动大健康产业技术升级；同时落地数百场社区健康科普与公益体验，把专业健康科技普惠于民，助力健康中国建设。



绿色推进低碳永续

我们把低碳循环作为生产运营核心准则，打造标准化绿色智造基地，落地光伏发电、水资源循环、工艺降耗项目；全面推行轻量化环保包材、空瓶回收、废料资源化利用，搭建新能源物流与数字化仓储体系，持续降低全产业链碳足迹，以实业行动响应国家双碳战略。



公益传递社会温度

依托上海如新公益基金会，聚焦儿童健康、乡村教育、社区帮扶、应急救援四大公益赛道长效深耕：如新中华儿童心脏病基金救助上万困境患儿，蜜儿餐滋养计划惠及近两百万弱势儿童，三十余所乡村如新小学落地生根。「乐善汇」志愿者平台，联动经销商、消费者开展敬老、护童、环保志愿活动；灾情发生时快速驰援，让“人人可参与、可持续行善”的公益理念贯穿品牌发展。



合规夯实长效根基

建立全流程立体化合规治理架构，常态化开展经销商合规培训，规范市场经营行为；升级数据安全与隐私保护机制，建立绿色、合规双维度供应商考核标准；完善员工与事业伙伴成长赋能体系，打造多元包容、诚信透明的创业生态，引领行业高质量自律发展。



道阻且长，行则将至。如新将持续锚定联合国可持续发展目标，持续深耕健康科技创新、加速绿色低碳转型、拓宽全民公益版图、完善现代化合规治理。

未来我们将联动经销商、消费者、产业伙伴凝聚善的力量，以科技守护健康、以绿色保护地球、以责任回馈社会，致力成为全球美丽健康行业可持续发展标杆，书写高质量发展新篇章。

走进如新

公司简介

NU SKIN 如新集团于 1984 年在美国犹他州普罗沃市创立，致力成为领先全球的领导力事业平台，提供美丽健康的智能解决方案。如新集团于 1996 年正式在纽约证券交易所挂牌上市（股票代码为“NUS”）。目前，如新的业务遍及全球，深耕于美洲、亚洲、欧洲、非洲和太平洋地区的近 50 个市场。



如新自 2003 年进入中国市场以来，始终如一地深耕美丽健康之域，带来荟萃优质、纯净无瑕的产品，用心提升消费者体验，与事业伙伴共绘蓝图。在此过程中，“善的力量”这一企业文化如涓涓细流，不断滋养着如新团队的成长，使其肩负起更为厚重的企业社会责任，以德润人，用实际行动点亮更多人美好生活的希望之光。



创新里程碑



1992年
华茂如沛胶囊



1999年
如新 180°焕采系列



2003年
首台生物光子扫描仪



2004年
活颜弹力青春源液



2007年
首款智能微电流
修身美颜 Spa



2009年
ageLOC 修身美颜 Spa



2010年
ageLOC 焕新套装



2012年
ageLOC 美体 Spa
ageLOC R²



2013年
ageLOC TR90



2014年
活颜倍弹源液



2015年
ageLOC 精油系列



2025年
Prysm iO 超光谱智能
扫描仪
ageLOC 活颜奢享系列
MyND360



2024年
ageLOC WellSpa iO



2023年
ageLOC TRME
系列产品



2022年
ageLOC LumiSpa iO
如新新动机 iO



2020年
ageLOC Boost
瓷光机



2019年
ageLOC LumiSpa Accent
新动睛采眼部护理产品
ageLOC Nutriol 健发丰盈
系列产品
ageLOC 赋能肌活面膜



2018年
ageLOC LumiSpa



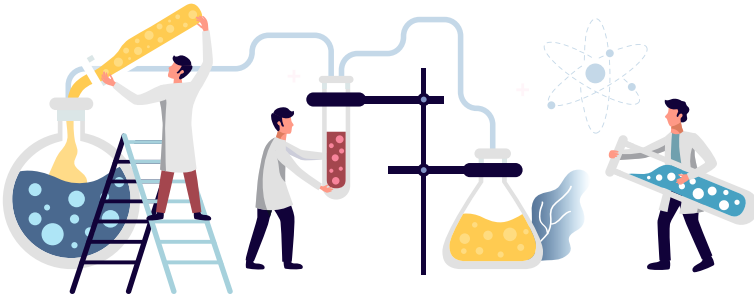
2017年
ageLOC Me 新智我



2016年
S3 生物光子扫描仪



MILESTONES



可持续发展理念

在生产经营的每一个环节中，如新始终秉持对环境与社会问题的深切关怀，始终践行企业社会责任。通过孜孜不倦的探索创新，以及脚踏实地的公益实践，如新坚持将可持续发展理念融入企业日常的生产和经营活动之中，以联合国可持续发展目标（SDGs）为指引，与全球的同行业伙伴并肩前行，矢志于为社会和环境带来积极而深远的影响。

在联合国可持续发展目标（SDGs）的指引下，如新将内部商业战略、发展现状与外部行业发展趋势、前沿的可持续发展理念深度结合，确立了公司的使命、愿景和承诺；在此基础上，构建了以地球与环境（Planet）、人文与社区（People）、研发与产品（Product）为三大支柱的可持续发展战略。



使命

要在世界各地凝聚一股善的力量，凭借报酬优渥的事业机会、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力量。



愿景

凭借智能化的抗衰老科技，建构全球领先的领导力事业平台。



承诺

全力支持顾客和事业经营伙伴收获更年轻、更健康、更精彩的人生。

三大支柱

Plant-
地球与环境

People-
人文与社区

Product-
研发与产品

我们坚信，这一战略将为我们践行可持续发展理念提供坚实的支撑，凝心聚力，在全球范围内，我们凭借丰富的事业机会、创新的产品以及积极向上的文化，不断助力人们追求更高生活品质；通过打造一个多元化、充满活力的创业平台，致力成为全球美丽与健康领域的引领者。我们郑重承诺，在实现这一愿景的征程中，全力支持顾客和事业经营伙伴收获更年轻、更健康、更精彩的人生，恪守诚实、正直、创新、乐观、体贴的核心价值观，积极传播“善的力量”，在社会与环境层面主动承担责任，在全球可持续发展的伟大事业中贡献如新力量。

SUSTAINABLE DEVELOPMENT

02

Health

大健康篇——焕发新容颜

如新怀揣着成为大健康行业引领者的坚定信念，倾心产品创新研发和品质提升，以期为消费者带来高品质的产品及服务。同时，基于对可持续发展理念的深刻认知，如新不断优化原料选择，严格管理产品的全生命周期，致力于打造一条绿色、环保的供应链。我们愿与整个行业携手共进，实现行业的可持续发展。



大健康产品, 创新之作

如新肩负责任感与使命感, 创造出更加健康、更加环保的产品。如新响应国家大健康计划, 推出超光谱智能扫描仪 PRYSM iO。这款凝聚如新40年抗氧化科学研究结晶的产品, 凭借技术突破荣获2025年度Blobee Business Awards 年度创新产品银奖, 并斩获2026年度Globee®商业卓越奖。其研发采用了超光谱拉曼Rai技术搭配AI人工智能, 实现了无创便捷测量皮肤类胡萝卜素水平的突破。



PRYSM iO® 超光谱智能扫描仪

Prysm iO 采用超光谱拉曼Rai 技术, 每次扫描搜集700,000+光波数据, 借助AI技术与如新独有的2100万条扫描数据库智能匹配计算, 可快速生成可量化的“身体防御指数”。这一指数与饮食、环境、运动、睡眠及营养补充等生活方式密切相关, 能反映皮肤状态、体型体脂、代谢健康等关键健康维度, 帮助消费者在15秒内掌握自身抗氧化水平, 为饮食调整、营养补充和生活方式优化提供数据依据, 构建“检测-干预-追踪”的健康管理闭环。

Prysm iO 能测量什么?

通过15秒、无痛的手指扫描, Prysm iO™ 可测量您皮肤中类胡萝卜素的水平--这可以反映您的[身体防御指数]*, 即抗氧化健康状况的重要生物标志。

抗氧化能力会受到多种因素影响, 包括饮食习惯、营养补充剂吸收效果以及您的日常生活习惯: 像紫外线照射时长, 污染环境接触、吸烟史、压力水平、运动状况以及体重状况等。

什么是类胡萝卜素?

类胡萝卜素被誉为自然界超强抗氧化盾牌, 它不仅能中和自由基, 更能修复其他抗氧化物质, 构建双重防御体系。皮肤里的类胡萝卜素含量, 和身体整体的抗氧化水平是高度相关, 因此掌握了皮肤类胡萝卜素指数能反映出身体的防御水平, 它既是你过往生活健康程度的一定体现, 也预示未来可能的风险。



通过持续跟踪和有针对性的监测洞察, 可以更好得管理自己的抗氧化健康状况, 通过改善生活方式和营养补充来更好地迈向更加理想的健康状态。

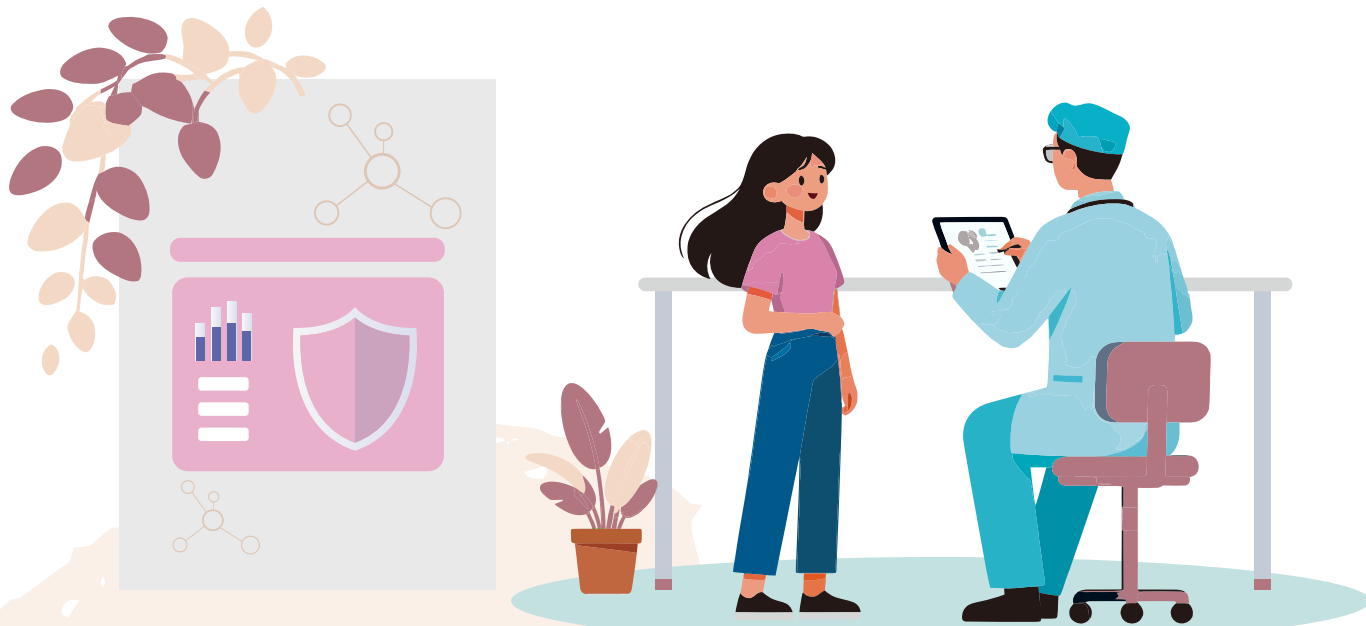
*身体防御指数具体代表: 通过Prysm iO超光谱智能扫描仪测量出的身体类胡萝卜素指数, 反映出人体整体的抗氧化水平, 该指数和营养补充剂摄入、饮食习惯、运动状况、是否长时间受紫外线照射及暴露在污染环境、是否吸烟、是否饱受压力、是否拥有健康体重等因素息息相关。



报告期间，如新仍然注重于研发针对个性化的产品，如脑健康系列产品。在研发过程中一直遵循选题、来源、规格、标准化、安全、实证的6S品质管理措施。在原辅料选择方面针对有资料记载的重要植物原料，若是珍贵品种，选择环境友好的、可持续获得的资源；建立了原料研发职能和项目，对原料进行从溯源、提取、研究、到实证验证，严格控制原料成分规格。在辅料选择上也尽量减少或者不添加蔗糖等还原性糖，使用相对更健康的甜菊糖苷及糖醇（异麦芽酮糖醇）提供甜味剂改善风味，以达到控糖的目的。



此外，生产运营中，如新持续追踪，以不断改善产品对社会和环境的影响。“三棵小树”标志，象征我们通过不懈的努力维护环境、守护地球健康，追求可持续发展，体现我们对地球的关切与呵护之心。当我们的产品研发或改良符合可持续原则并通过总部审核认可时，我们将在产品包装上添加如新的“三棵小树”可持续产品印章。



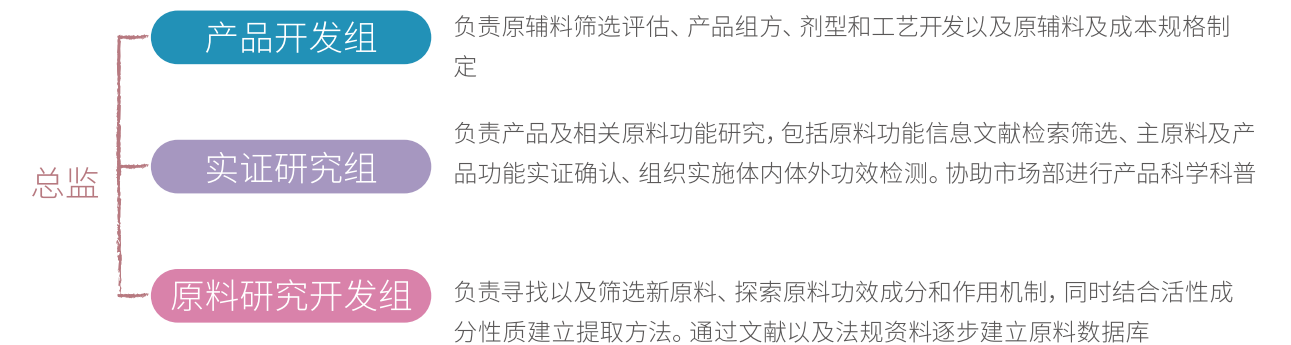
研发驱动，日新月异

美丽与健康是如新矢志不渝的追求。为此，我们将“荟萃优质、纯然无瑕”的理念融入于产品研发的每一个创新细节。我们用心聆听每一位客户的需求，不断加强行业交流合作，坚持推动产品升级，让美丽与健康触手可及。

专业化的研发管理

如新设立抗衰老研究中心，下设研发部及大中华科创中心实验室，旨在打造一支专业、完善的研发及质量团队，从生药学、药物化学、应用化学、生物化学、中药学、药物分析学等不同学科领域，持续优化产品研发、功效测试和质量标准的建立。我们依据《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》、《保健食品注册与备案管理办法》等国家食品和保健食品相关法律法规，及公司的6S管理原则，对产品研发的全流程进行严格的把控、分析和评估。其中，

1) 研发部的设定架构如下：



2) 大中华科创中心实验室设定架构

该实验室为CNAS认可实验室，设定了理化及微生物实验室，不仅在中国的产品研发过程中遵循公司的6S品质管理原则，为原料的筛选及质量制订，工艺的验证及产品的质量标准的建立、产品的标识、产品安全提供科学的检测方法及化学研究支持，而且为东南亚市场的产品开发与制造提供必要的化学研究及检测数据支持。同时为如新的中国保健及化工工厂的产品制造提供必要的品质和安全管控的技术及数据支持。

内外兼修的研发产品

如新坚信：创新引领行业发展的潮流。只有不断研制优质的新产品，才能紧跟消费者对美丽健康的新需求。报告期间，如新持续聚焦个性化需求，主要研发成果如下：

· MYND360系列 (认知健康系列)：

该系列于2025年在中国市场全面上市，包含悦忆思凝胶糖果、悦甜梦压片糖果等多款产品，旨在为消费者提供脑健康的多方面支持。

· Prysm iO超光谱扫描仪：

于2025年上市，该设备通过非侵入式检测皮肤类胡萝卜素指数，用于评估身体的抗氧化能力。这一创新工具的应用，响应了国家大健康计划，帮助消费者直观了解自身饮食和生活方式对机体抗氧化能力的影响。

在研发团队的激励上，如新抗衰老研发中心一贯秉承充分信任、提供足够资金支持、鼓励创新和内驱创新的原则，营造良好的科研氛围。

在产品/工艺创新荣誉方面：

2024年

TRME体型管理计划入选“营养盒子嘉选TOP10”；并荣获VERY FOOD年度最佳“非常「配方有料」奖”。

2025年

TRME系列产品中的型燃和美代纤奶昔荣获第七届iSEE创新品牌百强；美代纤奶昔（浓情榛巧味）和美代纤奶昔（玄米抹茶味）荣获iSEE全球美味奖。

2025年

MYND360系列荣获VERY FOOD创新奖“非常「潜力新品」奖”；及新营养“峰”营养创新奖。

携手共创产业升级

如新研发团队积极组织和参与行业交流与合作，不仅重视自身研发水平的提高，更追求整个行业的共同进步。公司管理层与研发专家积极参与国内外顶级学术会议，分享如新在抗衰老、体重管理、脑健康等领域的最新研究成果。

行业论坛与学术交流：报告期内出席“新营养峰会”、“亚洲营养保健与功能性食品峰会”、“澎湃论坛”等活动，就“女性健康”、“体重管理与抗氧化”、《解锁健康、幸福与肌肤活力：类胡萝卜素的关键作用及其测量技术革命》、发表《抗氧化剂在预防慢性病和抗衰老中的作用及Prysm iO 589例横断面临床研究结果首次发布》演讲。同时，在重要期刊《Current Developments in Nutrition》期刊多次发表健康研究相关的学术海报。

报告期内，如新持续与国内外顶尖学术及科研机构开展合作，将前沿科技与市场需求相结合，推动产品升级。

与东南大学合作

以果蝇为模式动物，评价新如沛对寿命和抗压能力的影响，并通过多组学分析探索其对相关基因表达的作用机制。



与上海复硕正态质量技术有限公司及蔡美琴教授合作

- 开展近600例人群的饮食和生活方式调查，使用Prysm iO超光谱扫描仪探讨饮食与生活方式对皮肤类胡萝卜素指数的影响。
- 开展新如沛的人体试食试验，科学验证其对皮肤类胡萝卜素指数的改善效果。



研发人员能力提升

2024年及2025年6月，研发团队成员积极参加“新营养峰会”等外部行业会议，持续学习，保持与行业前沿同步。



如新大中华科创科创实验室作为CNAS认可实验室，顺利通过了2024年及2026年度的复评审，持续维持认可能力。其检测报告及数据可在国际上多个国家被认可。同时积极参与中国部分行业标准及团体标准的制定。报告期内，参与了国家标准 GB/T 46109-2025《灵芝栽培及采收技术》的制定。

严控品质，全程追溯

如新在产品质量的把控上始终坚持具有高标准严要求的“6S品质措施”，确保产品在任何时刻均有一致的有效性和安全性，帮助更多的消费者健康生活，焕发年轻光彩。

如新产品通过“批号唯一性”和“产品二维码的唯一性”实现追溯系统。通过公司自建的“TTS追溯系统”与“SAP系统”及“MFS配料生产管理系统”的无缝连接，实现产品全周期追溯。上海生产基地的PCS7.0批号管理系统是生产配制SIMATIC PCS7.0的一个模块。用于半成品生产过程的监控，并通过可视化与全面的批生产报表实现管理和追溯。湖州生产基地作为浙江省市场监督管理局挑选的“浙食链”项目第一批的试点企业，将食品生产至消费的各个流转环节进行数据归集，实现预包装食品的全流程溯源。



如新不断优化客诉处理流程，根据《客户投诉处理程序》要求，及时处理顾客投诉，设立了专职团队统一管理消费者因产品质量问题所提交的各类投诉和紧急投诉，实现客诉闭环率100%。为了降低客户的投诉率，增加客户的满意度，我们不仅对生产环节中的偏差、变更和内审外审的发现项中寻找改进和提升产品质量的机会，同时形成了月底分析和跟踪的机制，利用每月质量分析会汇总分析客户投诉情况，并跟进投诉和生产中质量相关的纠正预防措施的完成情况，一次一步改进产品的质量。

案例

2025年5月9日—6月9日，上海生产基地举办了以“从指尖到瓶尖，让质量成为本能”为主题的2025质量月活动，通过专题讲座、知识竞赛、案例分享等形式，深刻践行了“质量为先”的理念。共开展5场质量管理方面的培训，从设备设施管理、过程监控、质量管理多维度进行分享，培训覆盖约105人次。组织跨部门联合检查，整改问题点20项，6个质量改进项目，均已根据实施计划执行完毕。

2024-2025年湖州生产基地总计举办了28次相关培训，在体系和质量方面进行了CGMP、ISO22000、以及食品欺诈、食品防护、过敏原和人类食品预防控制标准相关的培训，共计23人参加培训并获得证内审员证书。

科技向善·智领健康：大健康论坛共绘健康管理新场景

报告期内，围绕“科技向善”与“科学营养融入全民生活”主题，多场高规格的大健康论坛和研讨会相继在京、沪两地举办。这些活动由人民日报健康客户端、如新中国、第一财经等权威机构与媒体联合主办，汇聚了政府、学界、产业界及文体领域的多方力量，旨在推动精准营养、慢病防控与健康管理技术的创新落地，助力“健康中国”建设。

北京



2025年8月25日·北京：由人民日报健康客户端主办、如新（中国）公益支持的“科技向善，重构营养健康管理新场景”学术交流会举行。会议聚焦精准营养技术、慢病防控实践及临床营养干预价值，搭建产学研用协同平台，推动营养健康管理技术升级与产业落地。

上海



2025年11月15日·上海：由如新中国主办、澎湃新闻提供媒体支持的“智领营养赋新健康”研讨会召开。会议探讨如何让科学营养真正融入全民生活，汇聚多方智慧，助力“健康中国”战略的深入实施。

2025年12月5日·上海：由如新与第一财经联合策划的“预见健康 智享生活”大健康主题论坛在上海国际会议中心举行。论坛融合宏观视野、科学求真与生活美学，邀请各界思想者与实践家，描绘从认知升级到行动落地的健康生活全景图。

科技赋能基层：社区健康检测活动助力健康中国落地

为深入响应国家“健康中国2030”战略，秉持“预防为先”的理念，如新致力于将精准健康管理下沉到基层。活动旨在通过科技手段，将抽象的“抗氧化能力”可视化，帮助公众量化自身健康状况，从而推动“营养进万家”的落地。报告期内，“社区渗透+精准服务”模式，深入全国各地的商务写字楼、企业园区、街道居委及特殊群体中，累计举办了241场活动，活动直接为10,304名社区居民、白领、企业员工及残障老人等特殊群体提供了“检测-分析-定制”的全链条营养健康服务，不仅推动“营养进万家”，更成为积极践行“健康中国”战略、深化定制化健康管理的重要实践。



五城联动漫步疗愈：如新City walk传递健康生活新平衡

为回应都市人群对“慢生活”与身心平衡的迫切需求，如新于2024年5月19日在北京、天津、上海、成都、广州五座城市同步发起“身心轻治愈之旅”主题City walk活动，以实际行动传递“美丽与健康共融”的品牌理念。活动以城市漫步为载体，每座城市拥有专属主题色与定制路线，如北京的暮光橘、成都的翠竹绿等。参与者在沿途打卡集章，终点处体验如新TRME体重管理系列与ageLOC WellSpa iO新智清体仪，亲身感受“轻盈启程”与“活力焕发”。活动主要面向品牌消费者、健康生活爱好者及都市白领，将城市文化探索与产品体验有机融合。此次五城联动不仅为参与者提供了一场身心解压的治愈之旅，更成功强化了如新在大健康消费领域的引领形象，为后续社区健康活动的开展奠定了积极的用户情感基础。



案例

一场直播，一份档案：如新与《北京卫视养生堂》视频号携手“定制”健康

如新携手《北京卫视养生堂》视频号开启健康科普新篇章，助力全民健康素养提升，美丽与健康行业领军企业如新中国与国民健康科普标杆平台《北京卫视养生堂》视频号达成合作，推出健康科普直播，邀请医学、营养学领域权威专家，围绕代谢健康、科学饮食、疾病预防等话题进行深度解读，并建立“个性化健康档案”，为观众提供定制化健康建议。这标志着如新在助力“健康中国”战略纵深发展，传递健康生活方式，推动全民健康管理实践中迈出新的一步。



3月6日 20:00 《北京卫视养生堂》视频号

“吃”出好代谢解锁健康底层代码

配套培训，高质量服务顾客

为消费者创造舒适、愉悦的消费体验是如新人砥砺前行的使命，我们致力于不断提升客户服务品质，将客户需求视为我们持续改进的方向。通过完善客户服务流程、优化信息管理机制，为客户提供安全、有保障的服务。

如新认为，团队能力的提升对于客户服务体验是很重要的决定因素。因此，我们定期面向服务团队开展提升服务意识、优秀服务案例总结等培训，帮助员工持续学习。报告期内，如新在北京/上海/广州/西安/乌鲁木齐开设了ageLOC活颜奢享系列新品课程和Prysm iO实战训练营课程，共计覆盖578人，进一步赋能经营伙伴，快速掌握新产品讯息以及提升新产品销售技巧，提升展业专业度与实操能力。



03

Environment

环境篇——绿色新环境

在可持续发展战略的指导下，如新坚持可持续发展的核心，致力于推行绿色、低碳、循环和可持续的生产方式，确保绿色发展理念深入公司经营的方方面面。将环保承诺融入血脉，营造浓厚的绿色文化氛围；不断提升发展质量，优化环境管理体系，将绿色低碳理念深度融入产品的全生命周期，从源头采购，到运输、使用均力求环保；强化自身和供应商的社会责任管理水平，积极建立健康、完善的上下游管理体系，实现产品进步和价值共鸣。



气候领航，低碳新程

如新严格遵循《中华人民共和国环境保护法》《中华人民共和国节约能源法》等相关法律法规规定，并依据集团环境管理政策，如《环境政策》（Environmental Policy）《森林砍伐政策》（Deforestation Policy）《如新集团可持续发展承诺》《如新集团可持续发展政策》等，制定了专属的管理体系，上海生产基地的管理制度包括但不限于《环境因素控制程序》、《环境健康及安全规范》、《环保应急预案》、《危险化学品安全管理制度》、《自然灾害应急预案》等，湖州生产基地的管理制度有《环境、健康安全监测与测量管理程序》、《环境因素识别评价与更新管理程序》、《空气污染防治管理程序》、《水污染防治管理程序》、《废弃物污染防治管理程序》、《噪声污染防治管理程序》、《噪声污染防治管理程序》、《能源与资源管理程序》等。

上海生产基地在2020年建厂初期采用LEED 高要求，自奠基之处便深植绿色基因，融入绿色能源高效使用的核心理念。在选址规划、建筑设计、材料选用、能源效率、水资源管理、室内环境质量等多个方面均实施了严格的标准与措施，从顶层设计到细节执行，每一步都精心规划。将绿色设计、绿色施工、绿色运营融入到项目开发的各个环节中。于2024年9月三幢主体建筑均通过了美国绿色建筑委员会的严格评估，获得LEED 金奖认证，彰显了企业领先行业的绿色发展成就。

报告期间，上海生产基地还获得了“上海市绿色工厂”、“上海市无废工厂”荣誉称号，以及ISO50001体系认证、ISO14064体系认证；湖州生产基地荣获了浙江省“无废工厂”审核。



气候风险管理战略



如新对应气候变化也制定了一系列的管理机制，两家生产基地分别将气候风险识别和应急应对办法纳入了日常工作重点中。上海基地整理了《重要环境因素清单》，并制定了相应的《自然灾害应急预案》和《应急准备和响应控制程序》；湖州基地也制定了《自然灾害应急预案》，详细介绍了台风/暴雨、冰雪/极冻、地震等自然灾害来临时的应急举措，并于2024年4月进行了《自然灾害应急预案演练方案（台风洪涝）》的桌面推演。

生产基地碳排放目标

湖州生产基地将碳达峰目标和碳中和愿景转化为实际行动，建设“零碳工厂”和“零碳产品”，以绿色，节能，低碳，循环制造确保产品品质和企业可持续性发展。自2015年起设立中长期“双碳”目标战略规划。

阶段一：（2015-2023年）

- 1) 循环水系统改造、蒸汽冷凝水换热等19个节能减排项目
 - ◎ 累计投入约RMB610,000，累计经济收益约RMB 2,990,000
 - ◎ 减少直接与间接碳排放201.5吨CO₂e/年，占总排放量4.87%（以2021年为基准年排放标准计算）
- 2) 2022年完成ISO14064认证，以2021年为基准年进行碳核查
 - ◎ DS工厂碳排放740.54吨CO₂e
 - ◎ PX工厂碳排放3,472.54吨CO₂e，总计4213.08吨CO₂e

阶段二：（2024-2025年）

- 1) 新立植提蒸汽冷凝水利用、灵芝水提浸膏喷雾工艺改进等节能减排项目
 - ◎ 未来累计投入约RMB128,000，经济收益约RMB170,000/年
 - ◎ 预计减少直接与间接碳排放约65.6吨CO₂e/年，占总排放量1.58%
- 2) 范围三，制定管控供应商碳排放方案并实施
 - ◎ 将路径纳入管控减少运输碳排放
 - ◎ 优先选择零碳工厂或零碳产品
 - ◎ 供应商评分加入可持续发展项



3) 绿电项目-光伏安装

◎ 投入0, 可得绿电1,000,000度/年, 节约RMB 360,000/年 (投资回报期为20年), 减少间接碳排放约817T CO₂e/年, 占总排放量19.7%

小案例: 湖州生产基地光伏项目, 利用厂房屋顶面积约8,300M², 进行光伏组件排布, 综合组件安装共计2058块620瓦单晶高效光伏组件, 总装机容量为1275kwp。2025年4月27日投入使用, 截止12月底共累计发电量为106.82万度。

阶段三: (2026-2027年)

1) 节汽项目-蒸汽浓缩改为膜浓缩

◎ 预计投入RMB1,100,000, 节汽1000T (投料100吨计) /年, 节约RMB200,000/年 (投资回报期为5.5年), 减少间接碳排放约296.5吨CO₂e/年, 占总排放量7.16%

阶段四: (2028-2030年)

1) DS工厂2028年完成PASS2060认证、工厂碳中和及零碳工厂认证、ISO14067认证、部分产品可实现零碳产品认证

2) PX工厂预计2030年实现上述

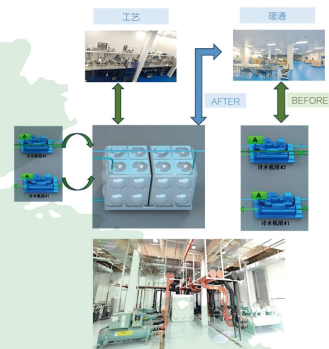
资源管理，永续蓝图



水资源高效利用，守护蓝色珍宝

水资源使用始终是如新高度重视的核心议题。我们严格遵守《中华人民共和国水法》、《中华人民共和国水污染防治法》、《城镇排水与污水处理条例》等法律法规，制定了《水污染防治管理程序》。在报告期内，也开展一系列的节水举措。

上海生产基地纯水设施采用二级反渗透系统，浓水回收利用可节约用水2000T/年。2024年度也开展了节能项目暖通冷冻水管道改造，冷冻机组增加了中央储冷水箱。将原空调、工艺“分散式”冷冻水降温改为集中式系统分配降温，增加了分区化控制，大大降低能源，节约机组能耗费用，每年节省水费、电费合计200,000元。湖州生产基地植提车间实施蒸汽冷凝水的回收利用，高于60℃的冷凝水的通过新增的热交换器，把生产用的纯化水进行预热升温，每生产1吨原料可节约蒸汽用量0.5T；低于60℃的冷凝水用于设备清洗，从源头上减少了废水排放。



绿色包材应用，引领环保新风尚

公司凭借卓越的技术创新，深刻践行了绿色包装理念，同时也设定了宏伟目标和遵循“5R”原则，特别强调生产生活材料的“可回收、可循环、再利用”，大幅减少产品初次和二次包装数量，实现包装全面优化，减少资源浪，以脚踏实地的行动全面达成可持续经营的企业目标。

可回收



可循环



再利用



为进一步减少产品包装中的塑料和纸张用量，将减塑渗透进整个价值链环节，真正推动包材100%可循环、可重复利用和可降解目标，我们从包装轻量化，材料环保化，工艺优化三个方向着手，在各类产品中设计和使用可持续包装，为地球减负。2024-2025年，新增51个产品使用FSC彩盒，31个产品使用PCR (其15个产品同时使用FSC和PCR包材)，2个产品使用Bioresin，3个产品去掉收缩膜。

51↑

产品使用FSC彩盒

31↑

产品使用PCR

2↑

产品使用 Bioresin

3↑

产品去掉收缩膜



排放管理，无废新生

公司始终坚守合规透明的排放管理原则，制定了《废弃物污染防治管理程序》等管理制度，确保排放管理工作落到实处。

为响应《中华人民共和国固体废物环境污染防治法》对固体废物污染环境的防治实行减少固体废物的产生、充分合理利用固体废物和无害化处理固体废物的原则，湖州生产基地与资质单位签订植提渣处置服务合同，其将植提渣进行生物发酵制作成有机肥，有机肥出售给种植户用于植物施肥。2024-2025年共处置植提渣505.08吨，约生产出有机肥152吨。



湖州生产基地对厂区雨污管网清淤并进行CCTV检测，根据检测情况进行维护，确保雨污分流，完成《排水许可证》的换证工作。雨水排放口安装应急智能阀组系统，实时监测雨水数据，确保100%达标排放。湖州工厂是辖区内少数连续两次被环保部门纳入湖州市生态环境监督执法正面清单的企业。废弃物达标排放率达到100%。2024年湖州生产基地荣获了浙江省“无废工厂”审核。报告期间，上海生产基地也获得了“上海市无废工厂”荣誉称号。

绿色物流，通畅未来

如新在物流运输仓储方面也积极开展数字化管理，采用集成智能化技术手段，打造物流过程中的智能物流、绿色低碳运输和绿色仓储全价值链，提高物流效率，为实现可持续发展打造夯实基础。



绿色运输，环保物流新典范

报告期间，如新提高新能源车在原有提货场景的应用，使用的范围进一步扩大，上海奉贤各仓之间的短驳也纳入了使用范围，每车次减少11.8KG碳排放，2024-2025期间共计使用540次新能源车辆，共计减排6.1吨。

运输过程中我们使用F1飞机盒替代部分的A1纸箱，每替代一个A1纸箱可以减少0.11KG耗材的使用，相应填充物减少（气泡膜等）60%左右。2024-2025年，我们共使用了282,766个F1纸箱，相当于节约纸箱耗材31.104吨。除此以外，我们也在2022年度的基础上增加使用B1纸箱替代部分A1纸箱，每替代一个A1纸箱，可以减少0.09KG耗材的使用，相应填充物减少（气泡膜等）40%左右。B1纸箱共使用794,563个，相当于节约纸箱耗材33.88吨。两个新型纸箱共节约纸箱耗材71.51吨。

绿色仓储，引领行业新高度

在仓储方面，我们通过学习和使用Tableau可视化数据分析平台，对全国仓储进行分析和优化，提高仓储货架的使用率，使库存流通和分布更合理、高效。利用Tableau算法的灵活性和便利性为仓储和运输提供更为准确和详细的数据分析和预测，优化时效减少风险。

如新还开展了旧箱回收循环使用和旧美容仪器无害化处理项目。2024-2025年，旧箱回收利用92,708个，总重34.14吨；旧美容仪器无害化处理287,201个，平均每个仪器可减少的碳排放量为0.00023 tCO₂-eq，总计减少碳排放量达67.73吨。

绿色办公，点滴践行

除了在生产、物流、仓储方面践行可持续发展理念，如新在员工办公日常也提倡绿色办公，所有办公场所积极践行“GO GREEN”理念，打造可持续办公环境。

2024年期间，上海奉贤大中华创新园区持续开展垃圾分类、电梯停运、旧衣回收、空瓶回收等可持续项目。2025年办公地搬迁至新场所后仍坚持实行垃圾分类、空瓶回收等行动。



上海奉贤办公园区：



垃圾分类



电梯停运



旧衣回收



空瓶回收

上海来福士办公地点：



空瓶回收

垃圾分类

2024年在上海奉贤园区办公期间，园区餐厅每月也会举办一天素食节活动，定制专属素食菜单，除了号召员工素食一餐帮助身心健康以外，也希望为减少碳排放做出些许贡献。餐厅每日菜单也都会按照333+饮食计划及“三减”行动（减油、减盐、减糖）制定。对菜品菜牌按健康等级进行颜色分类，对各菜品的健康饮食相关元素进行明确标注。餐厅在餐桌粘贴减油、减盐、减糖小贴士，开展健康饮食宣导。



安全生产，基石永固

如新的生产基地始终坚持贯彻“安全第一、全员行动、遵法守信、清洁生产、全程控制、持续改进、为用户提供满意的产品和服务”的EHS方针，结合情况制定EHS年度目标计划，纳入网格化责任归属管理定期考核。

上海生产基地建立了特种设备一台一档标准目视化管理。进一步完善了公司人员持证上岗清单台账，消防管理类、安全生产管理类，职业健康管理类，特种作业类和危险化学品类等。

报告期间：

- 全年生产性工伤事故为0，开展安全生产监督检查和安全教育培训等活动。
- 全年安全工时率 $\geq 99.5\%$ （以生产性实际安全工时统计为准）。
- 全年火灾事故为0，开展落实防火安全检查。
- 全年职业病发生率为0，开展落实职业健康安全教育培训、职业健康体检等活动。
- 相关方安全教育等培训共计32项次，460人次。



案例

上海生产基地为进一步贯彻执行消防法“预防为主，防消结合”八字方针，提升员工的安全防范意识，检验应急救援小组成员应对突发事件时的应急处理能力和灭火等应变技能，熟悉灭火程序和操作规程及组织与配合，达到快速灭火救援并检验我公司应急预案的适用性和有效性，树立全员参与意识，通过专业培训和演练，提高公司员工安全防范技能和意识，促进公司健康安全稳定发展。

预防为主 防消结合



湖州生产基地为切实筑牢安全生产防线，全力保障全体员工的生命安全与职业健康，始终将安全培训作为常态化、制度化重点工作来抓，每年精心组织开展形式多样、内容丰富的安全专项培训，全面覆盖消防安全、职业健康安全、劳动防护用品（PPE）规范使用、急救救护知识、交通安全、化学品安全管理等关键领域，并扎实开展“安全生产月”等主题宣传教育活动，持续强化全员安全意识与应急处置能力。

- 报告期间：
- 1) 重大事故发生率：0
 - 2) 隐患整改率：100%
 - 3) 安全工作时数：99.8%
 - 4) 设备完好率：99%
 - 5) 特种设备的检测和校验完成率：100%
 - 6) 特种作业管控率：100%
 - 7) 组织开展各类培训共78次，600人次
 - 8) 组织开展各类应急演练20次，涵盖387人次



为全面检验生产基地的应急预案的科学性、实用性与可操作性，切实提升企业应对各类突发安全事故的快速响应、协同处置及应急救援能力，通过常态化应急演练，让全体员工熟练掌握突发事件发生后的应急流程、避险逃生技能与初期处置方法，最大限度保障员工生命安全、减少财产损失与环境影响，湖州生产基地坚持以演筑防、以练备战，每年常态化组织开展多场景、全覆盖的应急演练活动。演练内容丰富、针对性强，涵盖有限空间应急救援演练、消防疏散演练、危化品泄漏环保综合演练、消防器材实操演练、应急桌面推演等多个重点科目，持续完善应急机制、锤炼应急队伍，全面筑牢工厂安全生产与应急保障防线。



供应链管理，协同共绿

如新在生产经营全环节的供应链上也追求全方位管理和可持续运作。例如生产基地更新了《采购控制程序》、《产品和服务要求控制程序》、《承包商管理程序》等一系列管理制度，逐年优化供应商年终绩效考核标准，提高质量相关评分占比，同时增加客诉反馈及后续改进情况打分标准，对供应商进行多维度绩效评估。

上海生产基地在新供应商引进或现有供应商年度审核时，收集供应商有无绿色环保方面的措施以及获得的荣誉，定期与供应商沟通环保类项目的行业趋势以及供应商产能情况；在对供应商进行质量体系审核时，审核内容中增加关于环境、职业健康等方面的要求；且将供应商对环境和社会风险的控制情况作为考核供应商的指标之一。湖州生产基地在供应商引入的时候，调查表中都有体现关注供应商环境和职业健康方面的内容。

除了生产方面的供应链管理，如新在经营活动中的供应链管理也制定了严格的管理制度和程序。包括在供应商的引入和管理流程中纳入风险防控环节，例如启用第三方工具对供应商资质进行筛查；通过供应商面试、现场勘查、评分等方式综合评价选择合作的供应商。2024-2025年共计引入557家供应商，对2800多家供应商进行了认证更新，对900多家集中采购的供应商进行了资质筛查。2024年对采购管理系统进行了优化，在风险防控的同时也做到了更合规透明和效率提升，更好地支持于业务部门开展工作。

2024-2025年

共计引入供应商 557 家
认证更新供应商 2800 家
资质筛查 900 多家

在供应商选择上，供应商的企业社会责任也是我们评估合作的特殊指标之一。我们要求供应商遵守当地劳动、安全、环保、反腐败法规；禁止童工、强迫劳动、恶意欠薪的情况；重要项目的供应商还需要提供BSCI / ISO14001 / ISO45001等认证。在高碳项目中，我们还要求供应商以绿色、环保、节能的方式为如新提供优质服务，采用环保材料，优先使用FSC、中国环境标志产品；在工程、装修、建设类项目中用绿色建材、低VOC材料，优先选择低能耗设备。



04

Social

社会篇——共创新价值

如新始终以传递社会正能量为己任，将“善的力量”深度融入企业文化内核。我们积极关注社会弱势群体，以务实行动践行社会责任；同时全面赋能事业经营伙伴与员工，激发个体潜能和创造力，携手构建稳固共赢的利益共同体，同心聚力，共赴未来。



善聚初心，行稳致远

如新始终将“善的力量”作为企业核心责任与使命，致力于在全球范围内为提高人们的生活品质作出贡献。我们坚守“授之以渔，人人参与，持续行善”三大理念，积极投身社会公益事业，推动社会与环境协同可持续发展。

善的力量战略

“善的力量”既是如新的责任担当，更是长期坚守的使命。如新关注“社会影响力”和“可持续发展”两大领域，传递“善的力量”。“社会影响力”版块涵盖“上海如新公益基金会”、“蜜儿餐滋养计划”和“社区关怀”。通过多元公益实践持续释放正能量，彰显企业社会责任与时代担当。

公益慈善获奖

2024年9月24日

【新启航教育计划】荣获创业者领袖大会金雁奖·2024尊敬中国受人尊敬公益项目



2024年6月28日

“共建责任新未来——第八届南方公益品牌年会”在广州举行，如新“新启航教育计划”荣获2024南方公益传播奖·创新奖。



2024年6月

如新中国获得2024北京间接采购高峰论坛菁英奖可持续发展奖。



2024年12月

上海如新公益基金会微电影《心鼓》荣获第十届上海公益微电影节微电影组最佳公益微电影三等奖。



2025年8月

Nu Skin如新荣获由南方日报社颁发的“南方日报南方公益·2025公益传播创新案例”奖



2025年12月

Nu Skin 如新荣获由界面新闻颁发的“界面新闻2025【臻善奖】年度臻善企业”奖。



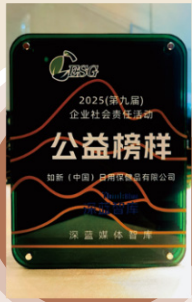
2025年11月

Nu Skin 如新荣登广东外商投资企业协会发布的“2025广东外资企业ESG优秀案例榜单”。



2025年12月

Nu Skin如新荣获由北京商报社与《中外企业文化》杂志社颁发的“北京商报2025（第九届）企业社会责任活动公益榜样”称号。



公益聚力，点亮希望

为提升公益行动效能，同时为事业经营伙伴搭建一个更开放的公益参与平台、提供更专业的公益支持，如新中国于2018年12月29日正式成立了上海如新公益基金会。基金会以系统化管理、专业化运营为支撑，聚焦健康与教育两大核心领域，以“点燃儿童心中的希望，减少疾病、改善教育，创造更美好的世界”为使命，为更多人带去希望与改变。

如新中华儿童心脏病基金

2008年，如新中国携手上海市慈善基金会，启动“如新中华儿童心脏病基金”，开启儿童先心病救助的征程。该项目于2019年正式纳入上海如新公益基金会管理体系。

成立初期，项目曾为困难家庭先心病患儿提供前期筛查，慈善救治，志愿服务及医疗培训，帮助先心病患儿尽早发现病情，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，成效显著。为促进这一慈善救助项目在大中华各地的深化和拓展，2015年4月，如新中国与中国青少年发展基金会达成战略合作，共同开展先天性心脏病救助项目，整合更多社会资源，进一步推动中国困难家庭先心病患儿慈善救助事业的发展。自2026年起，项目聚焦资助困难家庭先心病患儿的手术救治，助力患儿重获健康和希望。

截至2025年12月底



如新中华儿童心脏病基金项目多年来的坚持和努力受到了社会各界的高度认可，屡获殊荣。截至目前，项目已累计荣获全球20多个奖项，其中2011年，项目获得了中华慈善奖之最具影响力慈善项目荣誉，充分展现了其在公益领域的卓越贡献和影响力。



扫描二维码观看
医院探访活动

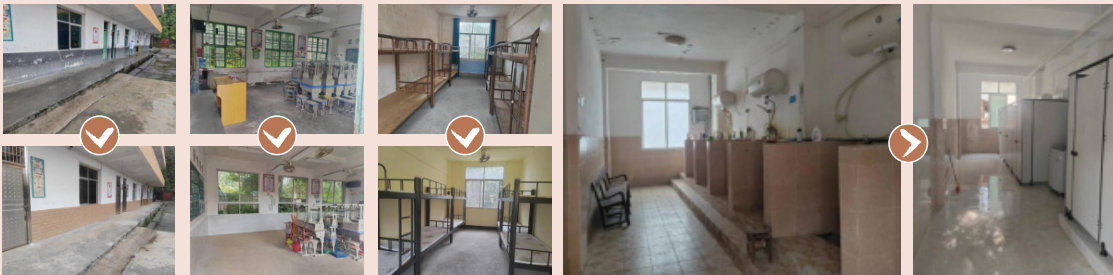
如新小学项目

儿童是国家的未来和希望，如新在儿童教育领域持续投入。自2003年起，推出如新小学项目，深度关注儿童教育，优化教育环境，助力孩子筑梦未来、成就美好人生。该项目专注于支持困难地区的儿童教育，科学配置教育资源、改善教育环境，为孩子们铺就一条通往成功的道路。

如新团队采用严谨系统的调研方法，精准分析建校需求，不仅提供充分有力的资金支持，还建立了定期回访机制，持续关注项目的长远效益，保障每个孩子都能切实地从项目中受益、茁壮成长、迎接更加美好的未来。自2003年9月至2025年12月，如新小学项目累计共资助34所学校，累计帮助过的学生超60,619人。

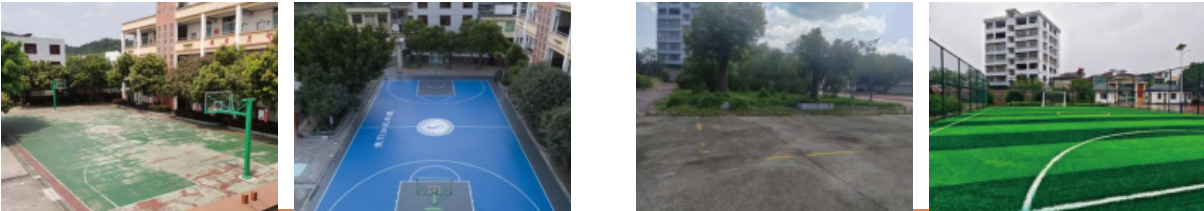
全南县对口支援捐赠项目

2024年，为响应商务部对口支援全南县工作要求，在中国外商投资企业协会的领导下，如新公司向江西省全南县南迳小学捐助约46万元，用于改善学校教学条件，为全校师生提供更好的教育学习环境。



南迳小学改造前后对比图

2025年，为深化政企协同与公益实践，助力乡村教育振兴，如新再次向江西省全南县捐助项目2个，用于改善全南县落后学校办学条件。向全南县龙下初级中学捐赠篮球场翻新项目、全南县乌柏坝中心小学足球场修建项目，累计捐赠金额共计约30万元，切实改善当地教育资源短缺现状。



全南县龙下初级中学篮球场改造项目前后对比图

全南县乌柏坝中心小学新建足球场项目前后对比图

六一儿童节如新小学走访捐赠

◎ 2024年6月，如新中国回访了受关爱的18所小学，采购了近13万元的书籍、体育用品、文具，帮助孩子们改善阅读和运动的条件，助力孩子快乐成长。



◎ 2025年6月，如新团队回访了15所合作小学，捐赠价值近11万元的书籍、体育用品及文具，为孩子们改善阅读与运动条件，用实实在在的物资支持助力他们快乐成长，延续了跨越多年的善行承诺。



扫描二维码观看
如新小学的
孩子们送上的感谢

新启航教育计划

为推动困难地区学生接受良好职业教育，2019年，上海如新公益基金会与中国儿童少年基金会合作，先后在四川、贵州两地开展“新启航教育计划”项目，为14至22周岁在校困难学生设立奖/助学金、为困难家庭学生开办短期职业技术培训班、开展素养教育、组织毕业游学、携手学校打造就业平台。除继续资助四川、贵州两地的学生外，2024年落地湖南两所职业学校，助力困境优秀学生职业技能学习。

自2019年项目启动至2025年12月，该项目已累计投入500万元，使1,068人次适龄家庭困境学生受益，资助学生们学习美发、美容、美妆及民族工艺品设计制作、戏剧、舞蹈、数字产业等专业，助力困境家庭适龄学生未来成为美容美发大师，民族工艺品设计专业的学生学习和传承非遗文化，未来有可能成为非遗大师。



基金会永续发展

上海如新公益基金会资金主要来源于事业经营伙伴和行政员工的自愿捐赠。我们对参与上海如新公益基金会的捐赠者建立了荣誉激励制度。一旦捐赠者达到捐赠标准，我们将为其颁发荣誉证书和奖章，以表彰其贡献。同时，所有事业经营伙伴捐赠者的善举都将在如新线上平台得到公开表彰。荣获年度荣誉证书的事业经营伙伴更有机会在如新线下会议活动中接受表彰，进一步认可和宣扬其社会责任感和公益精神。

◎ 2024年6月20日，如新新启航教育计划落地湖南，助力更多学生点燃成长、成才梦想。

◎ 2025年5月至6月，上海如新公益基金会与中国儿童少年基金会携手，在贵州、湖南两地先后举办了“新启航教育计划”静伴花开心理成长营活动。76位学生在活动中获得了专业的心理成长支持。



扫描二维码观看
心理成长营的故事



守护儿童营养，赋能健康成长

面对全球儿童营养不良问题，如新集团及其事业经营伙伴于2002年发起了“蜜儿餐滋养计划”。“蜜儿餐”由如新集团的营养科学家们根据营养不良儿童所需的营养成分和比例调配而成，富含多种儿童成长所需的维生素和矿物质。为更加系统科学地运营这一项目，如新精心设计了可持续的商业模式，凝聚全球的事业经营伙伴、顾客及员工的力量，保障蜜儿餐的长期供应，为全世界饥饿及营养不良儿童提供最迫切需要的营养，呵护他们茁壮成长。

如新集团创造性地搭建了“授之以渔”式的救助链条——从如新购买的“蜜儿餐”并非直接赠送 to 家庭，而是由专业慈善机构送到困难地区的学校，再由学校进行分发。这一举措吸引了更多当地儿童去学校接受教育，让孩子们既吃得健康又学到知识，赋予他们自力更生的能力。同时，如新集团也在当地设置了蜜儿餐生产基地，提供更多就业机会，进一步推动当地经济及民生的发展，使受惠者投入到良性循环的新生活中。

截至2025年12月底，全球累计购买并**捐赠蜜儿餐超过8.5亿份**，其中向中国大陆困难地区**累计捐赠9,200万份**，帮助**超过1,910,000名**中国儿童改善营养，覆盖**超过30个省市**区。同时，经过“蜜儿餐滋养计划”多年的努力，我们已经与中国儿童少年基金会、中国残疾人福利基金会建立了紧密的合作关系，共同解决儿童饥饿和营养不良的难题。

微光汇聚，温暖同行

在企业发展的过程中，如新始终不忘回馈社会、回馈社区。2014年成立的志愿者平台“乐善汇”，倡导“人人行善、积善成德”，重点关注身心残障儿童、留守儿童、困难儿童等群体，为员工及事业经营伙伴提供了一个身体力行和传递“善的力量”的平台，温暖他人，丰盛自己。

截至2025年12月底

乐善汇志愿者活动已累计

29,053

人次
志愿者参与

帮助陪伴

101,966

位受助者

贡献志愿时间

90,106

小时



◎ 2025年6月，“童心绘梦，善行未来”乐善汇志愿者活动在北京、上海、广州、西安、乌鲁木齐等城市开展，志愿者们亲手绘制充满祝福的帆布包与水杯，并在明信片上写下暖心寄语。活动结束后，帆布袋作为纪念赠送给志愿者；而承载着满满心意的水杯、牙刷、毛巾和明信片，则由如新统一打包回收，将这份温暖转赠给那些有需要的儿童，把善意传递给期盼的角落。

◎ 2025年11-12月，如新携手全国乐善汇志愿者，先后走进上海、北京、成都、天津、深圳等地的社区，开展了多场以“银龄‘新’康关爱长者”为主题的志愿服务活动。本次活动延续了“科普+体验+互动”的志愿服务模式，累计吸引近50名志愿者参与，服务近100位长者，通过健康知识讲解、手工制作陪伴及创新科技体验，切实帮助老年人提升自我健康管理能力，传递社会温暖与关怀。



扫描二维码观看
乐善汇志愿者们丰富的活动



救灾驰援，彰显担当

如新始终心系同胞，灾情发生后，如新总能在第一时间启动应急援助，精准调配生活急需物资，以实际行动传递善的力量，展现了企业的社会责任与担当。

◎ 2025年7月，湖南省、广东省、贵州省等多地遭遇持续性强降雨侵袭，引发严重洪涝灾害，当地儿童及家庭的生活受到严重影响。在这一紧急时刻，如新（中国）日用保健品有限公司迅速响应，通过中国儿童少年基金会捐赠了公允价值21万元的复合谷物食品蜜儿餐（1000包），物资送达湖南常德市、益阳市和贵州榕江县等4个灾区市县，为受灾儿童及家庭提供了及时的营养支持，助力他们渡过难关。



◎ 2025年8月，如新通过中国儿童少年基金会捐赠蜜儿餐2000包，援助河北承德、赤城受灾群众。

◎ 2025年12月，如新中国在香港新界大埔宏福苑发生严重火灾后，迅速启动援助机制，通过中国青少年发展基金会捐赠人民币100万元，用于支持受灾居民的紧急救援与灾后重建工作。

践行绿色使命，共筑永续未来

“随手身边事，创造大不同”不仅是如新的理念口号，更是其恪守的行动指南。如新积极践行可持续发展战略，产品包装均选用环保材料，同时大力推行空瓶回收再利用计划，携手事业伙伴共同构建绿色循环经济，以实际行动诠释“小行动，大不同”的环保理念，共创绿色未来。

空瓶回收计划

如新自2017年启动空瓶回收计划，通过线下门店设置的回收箱和线上主题短视频宣传，积极宣传环保理念，鼓励消费者参与空瓶回收。回收的空瓶被创意再利用，制成环保手包和收纳盒等兑换礼品，实现资源循环利用。截至2025年12月，该计划已成功回收457万余个空瓶，总重达118,499.68千克，节能1,666,657.92千瓦时。



品牌共建，数字赋能

事业经营伙伴是如新实现企业愿景不可或缺的基石。为此，我们精心构建了稳固而充满活力的如新事业平台，以创新数字化工具、多元化激励机制全面赋能伙伴，搭建高效沟通渠道，持续优化服务体系，提供全周期培育资源，助力伙伴实现事业理想，共创共赢新格局。



如新事业平台：筑梦舞台，共赢未来

如新以“凭借智能化的抗衰老科技，建构全球领先的领导力事业平台”为愿景，坚持以人为本，构建平等、信任、尊重的事业环境。公司深知事业经营伙伴是我们最宝贵的资产，因此致力于为他们提供高质量的培育资源、广阔的成长空间和完善的支持与保障。

如新精准匹配不同创业者需求，提供定制化经营模式，为初创者与资深创业者提供成长沃土，是实现梦想、携手共进的创业家园。

分享者的 推广激励

分享，是如新的商业核心。在如新的创业平台上，也支持零工经济的从业者。每当用户将优质的产品或服务分享给亲友，不仅能为他们带来美丽与健康的体验，更能因此获得实质的回报。通过推广激励，我们希望每位分享者都能感受到分享的喜悦与价值，与如新一起，将美丽与健康传递给更多人。

经营者的 多元发展 机会

对于有志于在如新平台上进一步发展的经营者，我们提供了丰富的副业或全职发展机会。无论您是想要利用业余时间增加收入，还是希望全职投入，打造一个属于自己的事业，事业平台都针对性的提供全面的培训和支持，帮助用户在事业上不断进步，实现个人价值和财务自由。

销售领导者的 团队打造 利器

对于那些已经展现出卓越领导才能的伙伴，如新更是提供了一系列打造成功事业团队的利器。我们为销售领导者提供了先进的团队管理工具、丰富的团队建设资源以及专业的领导力培训。这些都将帮助领导者打造一个凝聚力强、执行力高、充满活力的团队，共同创造更大的事业辉煌。

赋能伙伴，事业扬帆

为了满足事业经营伙伴在不同成长阶段的个性化需求，激励他们更好地实现事业目标，如新着力打造了一套定制化课程体系，涵盖了从品牌合规、产品解读、销售服务到视野拓展与格局提升等全方位内容，每一部分都经过深思熟虑和精心设计。我们希望通过这一体系，帮助每位伙伴内外兼修——不仅提升专业技能，更拓宽视野和格局，从而夯实经营中所需的各项能力。我们相信，随着伙伴们的不断成长和进步，他们将逐渐蜕变为杰出的创业家和领导者，引领个人事业迈向更加辉煌的未来。



事业伙伴成长路径

为了表彰业绩卓越的事业经营伙伴，并激励他们在新的一年里继续成长与发展，我们设计了多元化的激励机制。除了提供具有竞争力的收入激励外，还组织了丰富多彩的外出游玩活动，如城市游览、手作体验、晚宴及业务分享会等，以增进团队凝聚力与归属感。对于优秀事业经营伙伴，我们邀请其参与“创星登峰游”、“集合吧！NU星人”、“寰宇之旅”等独家游玩活动，以表彰其辛勤付出，鼓励他们再创佳绩。

集合吧！NU星人

2025年集合吧！NU星人，品质溯源之旅再度启航，走进湖州生产基地，沉浸式体验6S品质管控体系，共鉴硬核品质、共启事业新程。

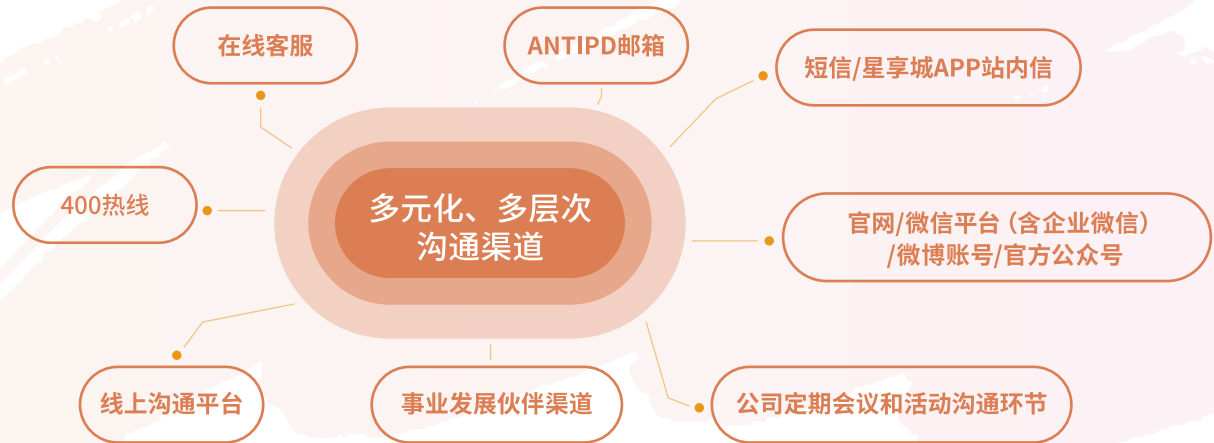


2024年3月5日-3月12日
&2025年3月26日-3月31日，
达标伙伴相聚布里斯班、布达佩斯，共同参与专属的如新奖励旅行活动。

创星登峰游

事业伙伴沟通渠道

为了加强与事业伙伴的紧密联系，并推动如新持续成长，我们积极开发和疏通多元化、多层次的沟通渠道，与事业伙伴保持高频次、实时的交流，确保信息畅通、反馈及时，共同推进如新迈向事业新高度。



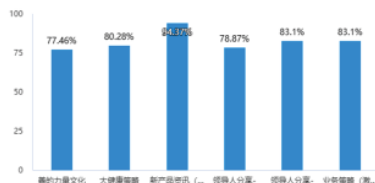
2024-2025年，如新业务热线总接线量达264,307通，其中业务热线总接线量140,635通，售后线总接线量123,672通，显示出高效的服务能力。同时，事业发展伙伴通过协作平台每月同步项目进度，成功跟进结案146条项目，覆盖四区，有效提升用户体验，推动公司持续发展。

为确保市场反馈的及时性和问题解决的高效性，事业发展伙伴与核心经销商之间还建立了紧密的定期沟通机制，以核心会、走透透、1V1沟通等形式进行调研。2024-2025年整年共计完成1,494场走透透、核心会、1V1沟通安排，覆盖两大区域事业经营伙伴，深入渗透到20余个体系中。通过这些活动，我们积极收集了关于产品质量、激励机制、市场活动等方面的宝贵建议。为确保每条反馈都得到妥善处理，活动结束后也会立即启动相关追踪机制，将收集到的信息转交给相关部门进行针对性跟进处理，从而持续优化我们的产品和服务。

满意度反馈

整体满意度: **4.83** 表彰满意度: **4.7**

*满分5分，70份反馈



数字赋能“新”零售

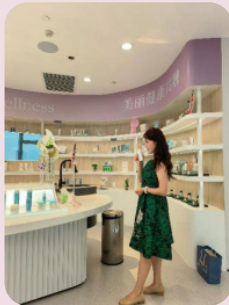
顺应新零售发展趋势，如新打破传统门店销售模式，借助微信小程序成功推出NU店小程序，赋能事业经营伙伴打造个性化店铺，实现商品精细化运营，提升客户粘性与业务增长。

NU新到

NU学堂是如新事业经营伙伴专属的在线学习平台，持续提供且不断更新多元化课程和资源，全面覆盖伙伴自我提升和事业经营全场景需求。

我们根据伙伴不同发展阶段，量身定制阶段化专属学习体系，涵盖合规的品牌认知、产品演绎、精细化销售服务，同时配备不断向上发展的拓展视野、提升格局的进阶内容，助力每一位伙伴成为内外兼修的创业家和领导者，预见更好的自己。

NU学堂自上线以来，累计帮助11万+名事业经营伙伴实现专业力升级。在2024-2025年期间，如新不仅对平台进行焕新升级，上线了分享、下载等实用功能，还自主开发和上线了一系列实用课程和资源，如：如新新人起步指南、面向不同顾客群的销售服务指南、事业机会推荐指南、快速上手沙龙运营实操、如新AI赋能课等等，以落地、全面、与时俱进的体系化赋能，陪伴伙伴稳步成长、高效进阶。



为助力事业经营伙伴明确自身人设定位与人设价值，掌握依托人设运营社群的核心方法与重要性，帮助伙伴了解社交媒体平台规则与流量机制、社群电商变现路径，如新为事业经营伙伴提供了数字化赋能培训，课程于2025年1月7日正式启动，涵盖个人IP打造、社交媒体运营、直播电商、社群运营四大核心模块，每月两期、滚动循环授课，全年共24期。截至目前，累计预约人数超3,600人，累计参训人数超2,000人。此外，2025年5月，如新开放事业经营伙伴在体验中心开展直播服务，支持多渠道拓客。自6月至12月期间，广州体验中心共支持230场的直播。

数字化赋能培训

内容厨房

为解决日常与顾客沟通中缺少物料、自行创作困难及公司物料获取难等问题，2025年7月2日，如新上线了一站式物料获取和分享平台“内容厨房”。事业经营伙伴可通过内容厨房快速获取和分享公司品牌、产品、美妆大健康科普等相关物料，素材总量超过8,000个，业务代表及以上事业经营伙伴访问次数超55,000次。

素材总量

8000⁺

访问次数超

55000⁺

行业共建，协同创新

如新始终秉持着推动行业可持续发展的坚定信念，对行业的变革与倡议给予深切关注与及时响应。我们主动担当起行业共建的责任，通过参与行业研讨会、交流活动等多元形式，与同业共享经验，携手共创和谐共赢的行业新生态，切实维护消费者权益，以实际行动助力行业的升级发展。

直销企业依法自律发展座谈会

继2021年受商务部和投促会委托，组织自律委员会成员单位调研和编写“国内外直销行业发展的现状和相关法律法规”的研究课题后，如新作为中国国际投资促进会直销行业自律工作委员会的理事长单位，在2025年10月由自律委员会组织召开“直销企业依法自律发展座谈会”，投促会领导、商务部消促司主管领导等领导出席，13家会员企业代表参会。

会议围绕直销企业发展新情况、新特点、新做法，行业面临的问题与挑战，以及“两个条例”修订的共性问题与行业诉求展开讨论。会议中，会员企业高度评价直销自律委员会的重要作用，并感谢如新公司及李潮东理事长对行业的贡献；与会领导均强调了直销自律委员会在行业发展中的关键价值，并高度评价如新公司在自律委员会工作中的积极作用。

会后，按领导要求组织全体会员单位就“两个条例”修订提出意见建议，在如新公司的积极组织下，形成报告并经投促会领导审阅修改后，提交至商务部消费促进司、条法司及外资司，为条例修订提供支持。



中国国际绿色创新发展大会

2024年及2025年，如新连续参加由商务部主办，福建省人民政府、厦门市人民政府、商务部投资促进事务局联合承办的中国国际投资贸易洽谈会。自绿创展创办以来，如新集团便成为这一盛会的积极参与者与重要推动者，始终致力于绿色科技的研发与应用，连续七届亮相这一盛会，充分彰显了其在大健康和可持续发展领域的坚定承诺与不懈努力。2025年，如新在第二十五届中国国际投资贸易洽谈会中获评“绿色创新解决方案”荣誉。



3·15国际消费者权益日“产品和服务质量诚信承诺”主题活动

2024年及2025年，如新连续参加由中国质量检验协会主办的3·15消费者权益保护日主题活动。如新集团凭借对产品质量升级与质量管理的长期坚守，荣获中国质量检验协会颁发的“全国产品和服务质量诚信承诺企业”荣誉称号。



2025消费责任对话

2025年11月由中国消费者协会、四川省市场监督管理局指导，中国消费者杂志社、四川省保护消费者权益委员会、成都市市场监督管理局联合主办，成都市保护消费者权益委员会承办的“2025消费责任对话会议”。

如新（中国）日用保健品有限公司应邀参与及分享了如新在消费者权益保护与服务创新方面的实践与思考。由32位来自一线的、维护消费者权益的优秀客服工作者和28家提升服务品质的企业创新典型案例入编。如新（中国）日用保健品有限公司广东分公司员工被评为“客户服务典型人物”。

人才共进，赋能发展

人才是如新发展的核心动力。我们致力于营造一个平等、开放、坦诚沟通的工作环境，赋能不同个体，鼓励多元视角，尊重每一位员工的价值，以“如新之道”为行动准则，践行“以人为本”的领导力，通过简化、专注与高效执行，激发员工斗志，增强组织效能。同时，结合线上线下多元培训资源，全面助力员工职业成长。我们关注员工的身心健康，致力于营造优质的办公环境，并通过各类活动增强员工的幸福感和工作满意度。我们重视员工的声音，持续收集反馈并积极进行内部改进，与员工携手共进，共创美好未来。

践行如新之道，凝聚团队合力

如新以“如新之道”为核心文化纲领，同步明确“非如新之道”行为边界，引导员工理解企业使命、认同核心价值，践行创新、协作、担责、向善的行为准则，打造多元共融、彼此尊重的团队氛围，激发组织创新活力。每一位员工都必须完成相关培训课程，以全方面了解如新核心价值观、塑造如新品质，成为一个合格的如新人。



如新之道 The Nu Skin Way

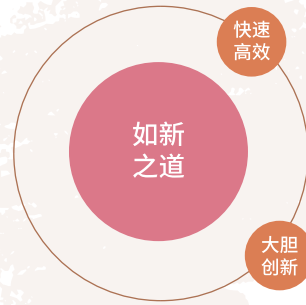


非如新之道 The Non-Nu Skin Way



全民必修课——IMPACT Learning Series

2023年起，如新集团在全球范围推出了新的学习系列课程-IMPACT Learning Series，围绕对公司文化/价值“The Nu Skin Way 如新之道”展开，赋能员工进一步理解和践行“如新之道”，不断增强个人影响力，提升自身价值。如新中国在承接集团这一全球学习课程的同时，通过追加翻译、应用Workday学习平台资源，推出了面向如新中国全体员工的中文版线上必修课，以及由各部门主管跟进主导的学习研讨环节。



2024和2025年，IMPACT Learning Series共推出4期课程，主要聚焦在“快速高效”、“大胆创新”、升级版的“如新之道”。通过这个系列的学习和讨论，公司的文化/价值从比较抽象的概念，落地为可运用到实际工作中的方法/工具，使员工更易于理解和践行“如新之道”，为进一步增强对事业经营伙伴和顾客的影响力打下了基础。

在线学习平台

随着公司整体数字化转型的推进，自2022年Workday系统上线以来，线上学习平台 Workday Learning 提供了更丰富的学习资源和更灵活便捷的功能，使员工能够随时随地参与培训，进一步推动自主学习的习惯养成。



体系化培训，激发人才潜能

结合公司战略方向及员工需求，如新中国在2024-2025年全面采用线上化培训模式，面向全体员工持续开展内容丰富、形式多样的学习项目。公司不仅每年推出覆盖全员、通过线上直播或Workday平台完成的年度必修课程，并保持100%参与率，同时也根据不同职级与特定群体的能力需求，规划并实施以线上直播与Workday视频课程为主要形式的针对性培训。

全员必修课（合规、信息安全、内外部政策/规范相关）

我们始终将公司整体合规运营、员工行为符合规范视为公司健康有序发展的重要基石，每年持续推出面向全体员工的相關必修课并严格追踪学习完成情况，确保100%参与及完成。2024-2025年间，每季度定期推出合规线上必修课、信息安全意识线上必修课，并根据公司政策/流程/规范或外部法律法规的最新动态，在各年度推出相应课程，确保员工及时了解和掌握相关知识和讯息，包括年度合规培训、行为准则培训、海关关务培训、采购流程培训、合同审核流程培训线上课程等。大部分必修课程也已纳入新员工入职线上必修课，确保新加入公司的员工也能在第一时间学习、了解相关政策/流程/规范等，为在如新更顺畅的工作开展和职场生活做好准备。

Workday线上选修课

依托Workday学习平台，公司内部越来越多的培训学习采用了线上进行的方式，除了上述全员必修课程，2024-2025年间也陆续上线了一系列丰富的内部选修课资源，以多元化的学习选择持续赋能员工。

◎ NU Product 产品培训课堂：既有关于公司产品本身的介绍内容，也有关于产品科技、营养学知识的介绍，让员工多角度了解公司产品理念和具体的产品、以及背后的投入，以此鼓励员工多多体验公司产品，也从产品层面进一步理解如新的价值。

◎ 公司业务知识培训课堂：我们推出了精选的经营者活动实录视频，完整呈现了经营者如何通过如新事业实现个人成长和生活品质双提升，旨在帮助员工加强对经营者的了解，让员工深入理解经营者对如新事业的坚持和热爱，同时为员工的日常工作注入新的视角。

线上直播课程-Leading and Learning领导力学习系列

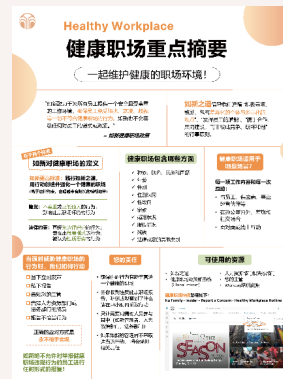
Leading and Learning 领导力学习系列是如新全球专为现任带人的主管打造的核心领导力发展项目，旨在系统培养全球主管在快速变化的业务环境中所需的关键领导能力。课程以线上直播课程为主要形式，每两个月举办一次，并提供3个可供选择的时段，方便来自不同市场的主管灵活参与。该系列自2025年上线以来，一共推出了5期课程。为了进一步提升学习体验、消除语言障碍，从2025年下半年起，如新中国特别推出了中文场线上直播课程，由如新大中华人力资源副总裁曾惠芬用中文亲自授课，让主管能够在母语环境中更轻松理解关键理念，并将课程内容更有效地带回团队实践。这一本地化举措显著提升了课程参与度（从25%提升至74%）及学习深度，也进一步推动了如新在大中华区的领导力发展成效。

守护身心健康，营造幸福职场

如新全方位关注员工身心福祉，打造健康安全、舒适便捷的办公环境，完善福利保障与文化活动，平衡工作与生活，提升员工幸福感与归属感。

打造健康职场

如新严格遵循健康职场政策和原则，致力于为员工提供一个安全且受尊重的工作环境，确保员工免受骚扰、欺凌、歧视等一切不符合健康职场的行为。公司设立健康职场热线，在集团内部网站为员工开设报告渠道，并通过定期开展的健康职场培训和在线学习资源，确保所有员工理解如新对健康职场的定义和高标准，明确自身作为公司一员应有的态度和行动，也清楚了解包括健康职场热线、人力资源和法务等相关部门、自身主管在内的各方面支持资源，在遇到相关问题与疑虑时，有可靠的反馈问题、寻求帮助渠道。如新始终践行公司的文化和价值，既不断培养员工的健康职场理念，也给予员工切实的关爱和保护，用行动创造并强化一个健康的职场，确保所有员工能够乐享健康友好的工作环境。

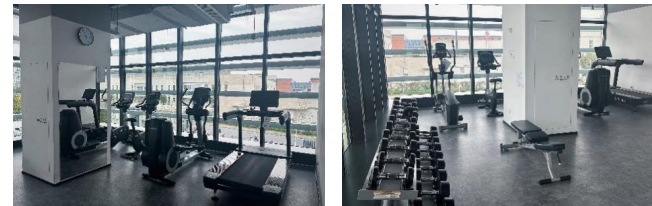


健康办公设施

如新中国上海总部设有三个办公地点：如新大中华创新总部园区一期(以下简称GCIP 1)、如新大中华创新总部园区二期(以下简称GCIP 2)、上海来福士广场办公室。

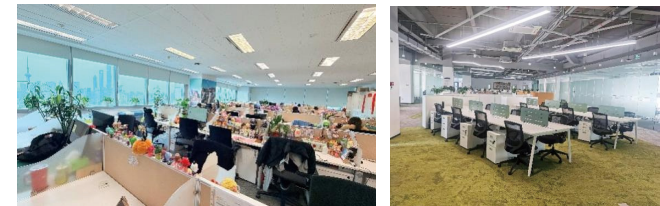


◎ 园区内设施：GCIP 2配备有健身房、乒乓球、户外篮球场等活动设施，健身房内涵盖跑步机、椭圆机、动感单车、背部伸展训练器、哑铃等各类健身器材，并配备基础医疗应急用品。



◎ 消防演习：园区每年都会组织全员消防演习，以加强员工的消防安全意识，提高应对火灾的能力。演习中，员工听从指挥有序撤离，并接受消防器材介绍和使用演练，提升自救应急能力。通过这一活动，员工在遇到火情时能迅速做出有效反应，确保自身安全。

◎ 人体工学办公椅：办公室选用德国 Wilkhahn 品牌人体工学办公椅，产品充分贴合人体健康需求，凭借高弹性坐垫与灵活靠背结构，为腰部提供有效支撑；配合同步倾仰设计，可让员工在工作或休息时保持舒适、健康的坐姿。



如新持续优化福利保障体系。在确保全体员工享有五险一金等基本福利的同时，积极推行弹性工作制度，以兼顾员工的工作与生活平衡，持续推行商业医疗保险、员工健康体检、关爱礼金等补充福利项目，提升员工的健康安全感与归属感。同时，我们深入了解员工需求，对于不同群体制定和实施多样化的员工关怀计划，切实将关爱落到实处，为员工的全面发展提供有力支持。

员工活动 员工活动是如新生活的重要部分，不仅有助于塑造和强化如新的价值观和企业文化，还为员工营造了一个积极向上的工作氛围。员工们在活动中充分交流、相互合作，极大提升了团队的凝聚力和敬业度，这也将成为如新不断发展壮大的能量来源。

Town Hall

Town Hall是 Nu Skin 每季度开展的员工活动，是员工了解公司动态、感受公司文化、促进共识、凝心聚力的重要沟通平台之一。每期活动都会邀请公司总裁分享从如新全球到如新中国的最新策略面、业务面的资讯，同时也紧扣公司当下业务或组织动态，邀请相关部门做分享，确保员工及时了解公司重要信息和可提供的资源。



与全球管理团队有约

全球管理团队一行人于2025年8月20日到访GCIP，与如新中国的员工以线下、线上相结合的方式开展了一场分享交流活动。活动中，CEO宁怀恩充分肯定并感谢了如新中国所有员工的付出和努力，全球管理团队就员工关心问题进行了现场的解答，整场活动内容精彩，互动不断。



Quick Connect

Quick Connect是Nu Skin即时性的员工沟通平台，旨在增强内部沟通、增加跨部门信息分享，让员工及时了解其他部门在做什么、以及公司业务最新动态。该会议频率将视需求而召开，员工线上参与，时间简短，信息传递及时有效。



NuMove30

NuMove30是如新在全球开展的健康生活运动，号召全体员工、事业经营伙伴一起参加，旨在赋能社区，让人们收获更年轻、更健康、更精彩的人生。30天为一个周期，透过每日改变简单的生活习惯，逐步建立更健康的生活方式，身体力行，发挥影响力，带动家庭与社群共同参与。如新中国于2025年11月正式启动NuMove30，全体员工率先行动，事业经营伙伴于2026年1月1日起加入。



如新家宴

为感谢全体员工一直以来的携手同行、全力以赴，在辞旧迎新、岁序更替的美好时刻，公司精心筹备了一场温馨祥和的如新家宴，诚邀各位同仁欢聚一堂，共话情谊、同贺新岁，凝心聚力再启新程，同心同行共赴新篇。



欢乐下午茶

我们以不定期的下午茶为纽带，在细节处营造归属感，将这份员工幸福体验转化为团队凝聚力与创新活力，形成愉快的工作氛围。



新年开工仪式

营造喜庆、积极的开工氛围，开启全年工作新征程，同时，传递公司新年祝福与关怀，增强员工归属感与凝聚力。



员工满意度

如新高度重视员工体验与反馈，2024-2025年，如新中国持续开展员工体验（Employee Experience, EX）调研，通过每半年一次的系统性问卷调查全面收集员工反馈。该调研作为公司“简化—专注—高效执行”（Simplify, Focus & Execute）策略的重要组成部分，旨在通过持续倾听员工声音，实现团队层面与组织层面的双向持续改进，最终提升员工敬业度及组织的斗志。

调研内容：聚焦关键体验维度的系统化测评

如新中国的员工体验调研围绕员工在工作场合中的核心体验展开，采用由39个问卷题目构成的专业测评体系，覆盖员工体验的24个关键维度。这些维度包括但不限于以下方面，通过量化方式帮助公司及时识别组织优势与改进机会，为后续行动提供清晰依据。

- **员工敬业度**：对工作动力、投入度与成就感的整体评估
- **组织文化与归属感**：员工对价值观、使命感以及团队氛围的感受
- **成长与发展机会**：在公司内部的晋升、学习与职业发展支持
- **领导力与管理效能**：直属主管及高层领导的沟通力、倾听度与决策质量
- **工作清晰度与执行力**：目标清晰度、优先级管理与高效执行情况
- **流程效率与障碍清除**：跨团队协作、流程简化与资源支持的水平
- **战略协同一致性**：员工对公司战略方向与部门目标一致性的理解程度

员工通过微信朋友圈或小红书，使用话题标签#numove30分享健康生活点滴，并将发布内容截图分享至NuMove30企业微信群，参与打卡互动，为同事留言点赞支持，邀请亲友加入等方式，共同营造积极健康的组织氛围。



05

Governance

治理篇——稳健新治理

我们深知，合规经营不仅是如新履行社会责任、筑牢长期发展根基的核心底线，更是如新根植于企业文化的战略选择。不忘初心，通过建立健全内部控制体系、风险管理流程以及经销商管理框架，打通内外部利益相关方沟通与管控机制，系统性防范舞弊与道德风险，守护股东、员工、合作经销商、消费者等利益相关方的切身利益。

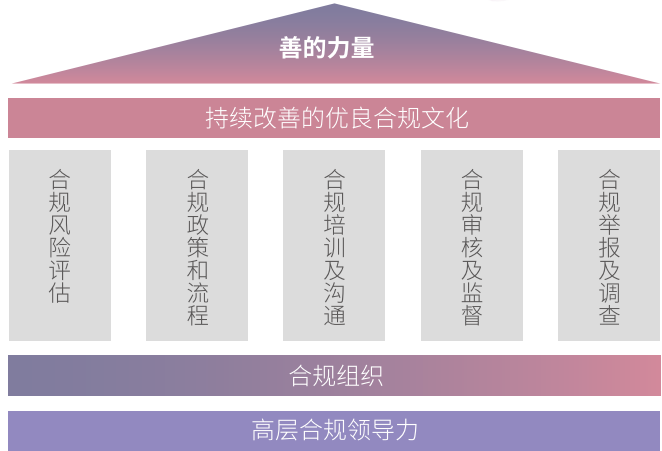


合规运营, 稳健运营

合规经营是企业可持续并稳健发展的保障。如新承诺严格遵守运营地适用的法律法规,持续完善合规和 risk 管理体系。

企业合规管理

如新通过不断完善合规管理政策,构建了如新大中华合规管理体系,以管理层合规领导力下的合规文化建设引领作为体系的根基,在此基础上,公司搭建专业化合规管控组织,设立合规部、道德与纪律委员会。公司构建起合规风险评估、合规政策落地、合规培训宣导、合规核查审计、合规举报调查全链条合规管理闭环,精进整体合规运营水平,不断丰富与升华合规文化内涵,赋能“善的力量”企业文化长效落地,以期为企业稳健可持续发展夯实保障机制。



如新大中华区合规体系

报告期内,公司面向全体员工积极开展合规培训以及文化建设活动,将合规意识提升和合规文化建设纳入丰富的合规培训活动中。每季度由如新亚洲区域总裁发布合规通讯,向全员宣导公司合规文化。2024 年,通讯重点围绕报销诚信、第三方风险管控、内部控制流程、聚力构建信任;2025 年则聚焦:健康职场、品牌与合规、利益冲突以及企业合规周等主题,持续强化员工的廉洁自律意识与合规行动力。



季度合规通讯

● 信息安全与隐私保护

在数据治理方面,公司持续加强个人信息保护。2024-2025 年,信息技术部与法务部协作,更新并制定了多项关键政策与举措:

制度建设

2025 年,公司制定并颁布了《China Data Retention Policy》,明确了个人信息的存储期限与销毁流程;同时细化了《个人信息跨境传输规则》,完成了个人信息保护负责人、人脸识别技术应用及数据跨境传输标准合同(SCC)的备案工作。

技术防护

对核心业务数据库实施了字段级加密,启用 API 应用防护系统,并建设了智能安全运营平台(阿里云 Agentic SOC),实现安全事件的自动化监测与响应。

认证与审计

持续维持核心业务系统的网络安全等级保护三级备案,并每年通过 PCI DSS 年度合规评估。2024-2025 年,协助内审部门完成了个人信息保护合规专项审计。

隐私政策更新

对《如新隐私政策》进行了多次更新,新增应用场景的个人信息收集说明,并修订 SDK 共享情况,提升了第三方信息共享的透明度。

● 法务与合规管理优化

报告期内,法务部和合规部在多个领域推动了管理优化:

隐私数据合规:针对法律变化及新上线项目,及时定制化更新《隐私政策》。

材料审核:严格遵守《广告法》等法规,拥有近10位专职人员组成的广告合规审核部门,并建立定时更新的广告法案例库,确保宣传材料合法合规。

合同管理:推出合同周期管理系统,实现从合同到采购订单的高效统一管理;在合同审核阶段,实现法务、财务、税务多部门联合审查。

赠礼招待:平衡合规管理与业务需求,优化管理流程,针对性出具内部政策解读适用手册,协助员工更加清晰全面理解和遵守赠礼招待的政策要求。

政策整合:推动GC市场政策整合至全球政策库,实现政策的集中化、规范化管理,提升员工获取政策的效率。



● 调查及伦理委员会会议

道德与纪律委员会每季度召开会议旨在引领诚信、正直的文化，处理员工道德疑虑，审议纪律处理事宜，审核流程改进计划，推动内部控制及合规管理流程不断优化。



经销商管理, 共筑商业文明

如新高度重视与事业经营伙伴的紧密合作，积极对标行业最佳实践，制定并贯彻一系列严谨的制度，包括《直销管理条例》、《禁止传销条例》、《如新约法》、《社交媒体使用指南》、《经销商展业指引》等一系列制度，并对经销商开展一系列合规培训举措，规范日常业务决策和执行过程中事业经营伙伴的行为管理和商业道德，共同营造一个诚信、透明的商业氛围。

事业经营伙伴商德规范流程

经营监管

- ▶ 日常监管事业经营伙伴及经营活动，包括舆情抓取、业务发展健康性审计、经销商监管、实地和电话拜访等
- ▶ 开展商德教育培训班，提高全体事业经营伙伴商德意识
- ▶ 采取多渠道监管方式，例如开放投诉渠道，实时监管网络平台，成立如新事业经营伙伴行为审查委员会

考核与违规处理

- ▶ 严格要求按照公司约法约束个人行为，对违规案例进行内部审查与处罚，严厉打击扰乱市场行为，确保公平性与合理性



此外，如新还落实了事业经营伙伴会议与经营场所两大规范，从会议报备、会议资料审核和会议召开三个环节进行规范管理。对于经营场所，我们综合运用定期电话和实地拜访相结合的方式，对事业经营伙伴场所进行排查，反复强调公司对商德的重视。

会议报备

- 所有事业经营伙伴在开展线上线下会议前需要进行会议报备
- 禁止未经报备的会议擅自举办

会议资料审核

- 多层审核会议材料，禁止对相关产品夸大宣传，维护消费者合法权益
- 2024-2025 年，报备会议资料审查率达到 100%

会议召开

- 落实会议召开和参与人员规范
- 2024-2025 共对 1582 场会议进行规范提醒和规范承诺书的签署。



● 日常监管与违规处理

监管举措	2024	2025
舆情抓取	搜索信息 134,478 篇，不合规 8,325 条 (6.19%)，违规删除率 51.16%	搜索信息 124,794 篇，不合规 8,829 条 (7.07%)，违规删除率 51.99%
业务发展健康性审计	审核 386 户次	审核 787 户次
实地走访	849 户 / 次	824 户 / 次
电话拜访	15,679 户 / 次	12,925 户 / 次
规范提醒短信	533,740 条 / 次	139,404 条 / 次
商德行为不规范发现与跟进	发现并反馈 325 户 / 次	发现并反馈 246 户 / 次

● 商德培育与宣传

为帮助事业经营伙伴健康发展，如新每月通过官方微信公众号、官网及微博等平台发布合规宣传素材。2024-2025 年，共计发布 65 个培育素材（包括 29 篇微信文章、24 篇教育文章、6 篇 H5 互动、6 篇漫画）。

“有温度服务”项目

2024-2025 年，如新继续开展“有温度服务”项目，深入三四线城市对事业经营伙伴进行规范讲座与交流。全年共完成交流会 18 场，覆盖 16 个城市 5 个市场，项目满意度达到 100%。



筑牢防线,应对未来挑战

为构建支撑企业经营和诚信建设的风险管理机制，确保风险管理体系有效运作，如新制定了《风险管理手册》，以优化内部控制体系，实现对内外部风险的管理和应对，坚持“走出去”与“引进来”相结合的精神，推动高质量发展，营造良好运营环境。

与外部专业机构，同行交流，了解当下风险管理的痛点

走出去

引进来

引进外部专家、专业机构以及律师意见，为高层风险管理决策和工作提供可靠性参考



同时，为进一步加强自身风险管控和识别工作，2024-2025 年，公司重点从以下方面入手，开展风险信息收集与管控优化，确保如新在风险管理层面与时俱进。

风险管控维度	2024-2025年重点工作举措
新法规变化监测与响应	- 建立“国际+国内”双轨法规监测机制，实时跟进跨境监管、直销与社交电商、个人信息保护、广告合规、数据跨境、环保与 ESG、反贿赂反腐败等新规更新，形成法规解读与风险提示清单，同步嵌入业务流程与审核标准。 - 国际方面重点关注美国《反海外腐败法》（FCPA）最新执法案例、《防止外国敲诈勒索法案》及司法部合规体系评估标准；国内方面研读《刑法修正案（十二）》（严惩民营企业内部腐败）、《反不正当竞争法》修订草案（商业贿赂认定范围调整）。
制度建设与风险评估	- 法务部牵头修订更新《公司危机管理手册》，完善预警、响应、处置、复盘全流程机制。 - 完成《2024-2025 年度风险评估及工作计划报告》编制，全面复盘风险态势，明确管控重点与年度行动方案。 - 平衡合规管理与业务需求，优化管理流程，针对性出具内部政策解读适用手册，协助员工更加清晰全面理解政策要求。 - 推动所有大中华区市场政策整合至全球政策库，实现政策的集中化、规范化管控。
常态化合规与风控培训	- 定期开展覆盖全员的风险合规培训，围绕内外部政策和监管解读、消费者权益、危机应对、利益冲突、提出报告和隐忧等主题，强化员工和管理层的风险意识与实操能力。 - 开展交易项目审核“Gatekeeper”专项培训，明确审核流程规范，强化风险识别能力，建立风险反馈机制。 - 通过每季度合规通讯（涵盖报销诚信、第三方风险管控、内部控制流程、利益冲突等主题）持续宣导合规文化。
供应商风险管控	- 完成 736 家供应商梳理，对 237 家非活跃供应商进行归档清理；完成 64 家供应商的风险尽职调查表更新。 - 依托 Coupa 平台搭建线上合规问卷，建立端到端全流程合规尽职调查和审核机制。 - 针对高风险供应商开展反贿赂和反腐败合规培训，宣导如新合规治理体系及反腐败政策。 - 加强利益冲突管理，依托专项培训及典型案例分析，帮助员工了解利益冲突内涵、危害和应对方法；搭建 Coupa 利益冲突在线披露表及标准化流程，提供便捷、规范的披露渠道。
内部流程优化	- 简化产品领用申请表：合并产品领用表与预申请表；高风险类别领用免去产品领用表填写；新增填写示例及视频解说。 - 简化赞助审查流程：制定活动赞助风险等级快速判定指引，低风险赞助由业务部门负责人直接审批。 - 优化 Coupa 系统用户体验：组织 5 场专题会议，汇总 30 位高频用户反馈，推进流程优化。

廉洁自律, 诚信经营

如新矢志不渝地践行高标准的诚信道德, 坚守反贪腐的商业底线, 与各方携手, 共同缔造一个健康、良好的商业生态环境, 为行业的可持续发展贡献力量。

廉洁自律, 铸就清风正气

如新持续构建系统化、常态化的合规培训体系, 覆盖全体员工、高级管理人员及关键业务部门。报告期内, 公司围绕反腐败反贿赂、礼品招待政策、利益冲突、全球政策治理等核心议题, 组织了多层次、多形式的培训活动, 强化廉洁自律意识。

合规培训概览

2024-2025 年, 合规部共组织开展 17 场专题培训, 覆盖大中华区全体员工、高级管理人员、及关键部门, 以及高风险供应商。



合规文化建设——合规周活动

为深化合规文化, 合规部于 2024 年、2025 年连续举办年度合规周系列活动, 打造兼具专业性、趣味性与影响力的合规宣传品牌。

➔ 2024 年合规周 (主题: “ALL In To Build Trust”)

于 12 月 9 日至 12 日开展 “All In To Build Trust” 合规周活动, 涵盖文化推广、知识测评及培训工坊。开展趣味性的合规周活动, 提高员工积极参与合规周活动的意识, 以期实现合规知识的有效传递。



➔ 2025 年合规周 (主题: “合规于心, 健康于行”)

于 12 月 22 日至 24 日举行 “合规于心, 健康于行” 的合规周系列活动, 该主题不仅响应公司的大健康战略理念, 还进一步衍生出多场景、多形式的特色活动, 打造兼具专业性与管理影响力的合规宣传品牌。在来福士办公室及 GCIP II 园区组织现场活动; 向社会传递如新合规经营决心, 实现内部深植与外部传播的双重目标。



商业道德, 引领诚信经营

如新在严格自身经营规范的同时, 与事业经营伙伴共同成长, 竭力提升商业道德管理程序的清晰度、全面度和透明度, 将良好的商业道德行为深植于事业经营伙伴心中。

商德规范和合规宣传

如新每月通过官方微信公众号如新业务资讯、如新官网及如新商德官方微博等社交媒体平台发布不同专题的文章、漫画、H5 互动及商德简报。2024 年 -2025 年期间, 如新在官方平台共计发布 65 个培育素材, 其中包括 29 篇微信文章、24 篇教育文章、6 篇商德 H5 互动、6 篇商德漫画。

2024 年 -2025 年期间, 如新持续对经销商会议进行规范监管, 并对全国经销商进行了 28,604 户 / 次电话拜访。



附录

加入的行业协会和担任职位

序号	组织 / 协会名称	公司或公司高层在其中所任职务
1	中国外商投资企业协会	副会长单位
2	中国国际商会	副会长单位
3	中国保健协会	常务理事单位
4	中国营养保健食品协会	副会长单位
5	上海市外商投资协会	副会长单位
6	中国国际投资促进会	副会长单位
7	中国质量检验协会	副会长单位
8	北京日化协会	常务副理事长单位
9	中国香料香精化妆品工业协会	会员单位
10	浙江省健康产品化妆品行业协会	副会长企业
11	国家家用电器标准化技术委员会美容及其他器具分技术委员会	观察员单位

荣誉和奖项

颁发时间	奖项名称	颁发机构
2025 年	2025 中国品牌价值评价信息	中国品牌建设促进会、中国资产评估协会
	2025 南方致敬 · 品牌企业	南方日报社
	客户服务创新典型案例	中国消费者协会、四川省市场监督管理局指导，中国消费者杂志社、四川省保护消费者权益委员会、成都市市场监督管理局
	全国产品和服务质量诚信承诺企业	中国质量检验协会
	履行企业社会责任优秀案例	中国食品报社
	2025 中经新消费驱动力优秀案例之绿色发展企业案例	中国经营报
	2025（第九届）企业社会责任活动“公益榜样”	北京商报社与《中外企业文化》杂志社
	2025【臻善奖】年度臻善企业	界面新闻
	2025 广东外资企业 ESG 优秀案例	广东外商投资企业协会
	南方日报南方公益 · 2025 公益传播创新案例	南方日报社
	绿色创新解决方案	中国国际投资促进会
	2025 上海工业年鉴	上海市经济和信息化委员会、上海市产业发展研究和评估中心

🏆 荣誉和奖项 🏆

颁发时间	奖项名称	颁发机构
2024 年	2024 中国品牌价值评价信息	中国品牌建设促进会
	2024 年度全球认可奖	
	2024 年度书香企业奖	帆书（原樊登读书）企业版
	全国产品和服务质量诚信示范企业	中国质量检验协会
	2024 年中国保健产业“朝华榜”品牌影响力企业	中国保健协会
	2024 外资企业新质生产力发展典型案例	中华人民共和国商务部国际商报社、中国外商投资企业协会
	2024 上海工业年鉴	上海市经济和信息化委员会，上海市产业发展研究和评估中心
	2024 年企业社会责任绒花奖	《中外企业文化》杂志社与北京商报社
	“最佳公益微电影”三等奖	上海市慈善基金会
	绿色创新领军企业	中国国际投资促进会
	2024 南方公益传播奖·创新奖	南方日报社
	金雁奖·尊敬中国受人尊敬公益项目	创业者领袖大会（国家市场监督管理总局举办）

	无废城市细胞	湖州市负责无废城市建设的协调机构
	无废细胞	上海市奉贤区无废城市建设工作领导小组办公室

绩效指标表

经济绩效			
指标	单位	2024	2025
营业收入	万元	165,844.00	139,173.00
利润总额	万元	11,203.00	22,262.00
纳税总额	万元	27,767.00	33,882.00
政府奖励 / 补贴	万元	55.00	9.50

环境绩效			
能源消耗			
指标	单位	2024	2025
自有车辆汽油用量 *	升	12,888.27	16,521.62
天然气消耗总量 *	立方米	90,282.00	77,287.00
耗电量 *	兆瓦时	4,064.99	3,952.19
* 自有车辆汽油用量数据仅包含行政部 * 天然气消耗量、耗电量数据包含上海生产基地、湖州生产基地			

水资源消耗			
指标	单位	2024	2025
耗水量：市政供水	立方米	77,479.00	66,558.00
* 耗水量数据包含上海生产基地、湖州生产基地			

环境绩效

物料及包材使用

指标	单位	2024	2025
制成品包装材料的使用总量 *	吨	358.10	342.61
制成品所用包装材料的回收量 *	吨	1.51	0.90
塑料填充物消耗量 *	吨	30.85	25.44
塑料包装材料消耗量（封箱带） *	吨	9.48	10.77
纸箱消耗量 *	吨	362.61	284.33
纸箱回收量 *	吨	18.18	11.15

* 制成品包装材料的使用总量数据包含上海生产基地、湖州生产基地

* 制成品所用包装材料的回收量数据仅包含湖州生产基地

* 塑料填充物消耗量数据仅包含物流部

* 塑料包装材料消耗量（封箱带）数据仅包含湖州生产基地、物流部

* 纸箱消耗量数据包含上海生产基地、湖州生产基地、物流部

* 纸箱回收量数据包含湖州生产基地、物流部

污染防治

指标	单位	2024	2025
氮氧化物（NOx）排放量	吨	0.37	0.25
硫氧化物（SOx）排放量	吨	0	0
挥发性有机物（VOCs）排放量	吨	0.38	0.36
颗粒物（PM）排放量	吨	0.04	0.04
（废水中）化学需氧量（COD）排放量	吨	1.71	1.78
（废水中）悬浮物（SS）排放量	吨	0.50	0.49
（废水中）氨氮（NH3-N）排放量	吨	0.16	0.17
所产生有害废弃物总量	吨	0.79	0.86
所产生无害废弃物总量	吨	405.57	310.56
废弃物产生总量	吨	406.36	311.42

* 污染防治指标数据包含上海生产基地、湖州生产基地

社会绩效

员工雇佣

指标	单位	2024	2025
女性员工数	人	351	337
男性员工数	人	162	153
员工总数	人	513	490
男性新进员工数	人	1	3
女性新进员工数	人	3	14
50 岁以上的新进员工人数	人	0	0
30 岁至 50 岁的新进员工人数	人	0	9
30 岁以下的新进员工人数	人	4	8
在中国大陆工作的新进员工人数	人	4	17
在港澳台及海外工作的新进员工人数	人	0	0
劳动合同制员工人数	人	510	487
劳务派遣制员工人数	人	0	0
其他雇佣形式员工数	人	3	3
50 岁以上的员工人数	人	54	48
30 岁至 50 岁的员工人数	人	430	413
30 岁以下的员工人数	人	29	29
在中国大陆工作的员工人数	人	513	490
在港澳台及海外工作的员工人数	人	0	0
高级管理层员工人数	人	9	7
中级管理层员工人数	人	169	165
基层员工人数	人	335	318
高级管理层中本地员工人数	人	5	3
离职员工总数	人	159	40

员工雇佣			
指标	单位	2024	2025
男性员工离职人数	人	51	12
女性员工离职人数	人	108	28
劳动合同制员工离职人数	人	159	40
劳务派遣制员工离职人数	人	0	0
其他雇佣形式员工离职人数	人	0	0
50 岁以上员工离职人数	人	12	6
30 至 50 岁员工离职人数	人	124	26
30 岁以下员工离职人数	人	23	8
在大陆工作的员工离职人数	人	159	40
在海外（含港澳台）工作的员工离职人数	%	0	0
员工流失率	%	23.66%	7.55%
男性员工流失率	%	23.94%	7.27%
女性员工流失率	%	23.53%	7.67%
劳动合同制员工流失率	%	23.77%	7.59%
劳务派遣制员工流失率	%	0%	0%
其他雇佣形式员工流失率	%	0%	0%
50 岁以上员工的流失率	%	18.18%	11.11%
30 岁至 50 岁员工的流失率	%	22.38%	5.92%
30 岁以下员工的流失率	%	44.23%	21.62%
在中国大陆的员工流失率	%	23.66%	7.55%
在海外（含港澳台）工作的员工流失率	%	0%	0%
违反员工雇佣及劳工法律法规所受处罚的次数	件	0	0
员工歧视事件总数	件	0	0
劳动纠纷事件数	件	0	0
员工少数民族人数	人	13	9

员工培训			
指标	单位	2024	2025
接受培训的女员工人数（时期末）	人	351	337
接受培训的男员工人数（时期末）	人	162	153
接受培训的高级管理层员工数（时期末）	人	9	7
接受培训的中级管理层人数（时期末）	人	169	165
接受培训的基层员工人数（时期末）	人	335	318
员工培训覆盖率	%	100%	100%
培训覆盖的女性员工的比例	%	100%	100%
培训覆盖的男性员工的比例	%	100%	100%
培训覆盖的高级管理层员工的比例	%	100%	100%
覆盖培训的中级管理层员工的比例	%	100%	100%
培训覆盖的基层员工的比例	%	100%	100%
高级管理层员工接受培训的总时长（时期末）	小时	252	196
中级管理层员工接受培训的总时长（时期末）	小时	4732	4620
基层员工接受培训的总时长（时期末）	小时	5360	5724
员工接受培训平均小时数	小时	20.16	21.51
高级管理层接受培训平均小时数	小时	28	28
中级管理层接受培训平均小时数	小时	28	28
基层员工接受培训平均小时数	小时	16	18
接受定期绩效及职业发展考评的员工人数	人	513	490
接受定期绩效及职业发展考评的员工占全员百分比	%	100%	100%

员工健康与安全

指标	单位	2024	2025
接受正规安保培训的保安人员数	人	11	11
职业病风险岗位员工人数	人	60	57
因工伤关系而死亡的员工人数	人	0	0
员工工伤导致的死亡数	件	0	0
员工严重后果工伤的数量	件	0	0
员工可记录的工作相关的健康问题案例数	件	0	0

产品与客户服务

指标	单位	2024	2025
在客户隐私方面发生违法违规事件的总数	件	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



供应商管理

指标	单位	2024	2025
大陆地区的供应商数	家	1,373	1,278
海外及港澳台地区的供应商数	家	11	13
开展环境影响评估的供应商数	家	9	9
开展社会影响评估的供应商数	家	2	2

社区与公益

指标	单位	2024	2025
社会公益投入总金额	万元	2,057.08	1,676.49
社会公益投入金额（现金）	万元	643.78	236.41
社会公益投入金额（非现金）	万元	1,413.30	1,440.08

