



尚新如新

NU SKIN 大中華企業社會責任報告

2016

AS FORCE FOR
GOOD
AS NU SKIN

本刊內頁全部採用環保紙及大豆油墨印刷
NU SKIN 如新和您一起愛地球





CONTENTS
目錄

關於本報告	01
開啟發現之旅	03
1 發現 · 我們	05
1.1 我們的業務	07
1.2 我們的品牌承諾	11
1.3 我們的CSR理念	13
1.4 我們的CSR管理	15
2 探索 · 品質	19
2.1 品質創新	21
2.2 品質保障	27
2.3 品質服務	29
3 追求 · 自然	31
3.1 自然理念	33
3.2 尊重自然	34
3.3 守護自然	39
4 協作 · 團隊	41
4.1 團隊管理	43
4.2 團隊發展	45
4.3 團隊關愛	47
5 攜手 · 夥伴	49
5.1 事業經營夥伴	51
5.2 商業夥伴	55
5.3 公益夥伴	57
5.4 社區夥伴	61
6 匯聚 · 善力	67
6.1 關於善與愛	69
6.2 傳遞善與愛	70
6.3 散播善與愛	81
7 外界認可	83
附錄：全球報告倡議組織 (GRI) G4內容索引	88

關於本報告

概覽

本報告是 NU SKIN 如新大中華發佈的首份企業社會責任（以下簡稱「CSR」）報告，旨在展現 NU SKIN 如新大中華在實踐企業社會責任方面「如本、如善、如新」的努力，同時與利益相關方建立溝通，向社會各界分享 NU SKIN 如新大中華區域在「善的力量」方面所做出的努力和承諾。除特別說明外，本報告數據的時間收集期為2016年1月1日至2016年12月31日。

資料來源及可靠性保證

本報告的資料和案例主要來源於公司公開文件。公司承諾本報告不存在任何虛假記載、誤導性陳述，並對其內容真實性、準確性和完整性負責。

編制依據

本報告主要依據全球報告倡議組織發佈的可持續發展報告指南第四版（「GRI G4」）進行編制。報告內容按照一套有系統的程序而展開，包括：識別和排列重要的利益相關方、識別和排列CSR相關的重要議題、確定CSR報告的界限、收集相關材料和數據、根據資料編制報告、對報告中的資料進行審閱等。

稱謂

文中出現的「NU SKIN 如新集團」、「集團」指 Nu Skin Enterprises, Inc.及其在全球展開業務的所有附屬公司。

文中出現的「NU SKIN 如新」及「我們」均指 NU SKIN 如新集團在大中華區域的相關營運，主要包括如新（中國）日用保健品有限公司、美國如新企業香港分公司、美商如新華茂股份有限公司臺灣分公司、湖州工廠（指位於湖州的生產基地 - 華茂（湖州）保健品有限公司以及如新（中國）日用保健品有限公司湖州分公司）、奉賢工廠（指位於奉賢的生產基地 - 上海新如生物科技有限公司）。

文中出現的「GCIP」指 NU SKIN 如新位於上海的大中華創新總部園區。

報告範圍及邊界

除有特別說明的內容之外，本報告主要覆蓋 NU SKIN 如新集團在大中華區域的組織及業務，包括如新（中國）日用保健品有限公司、美國如新企業香港分公司和美商如新華茂股份有限公司臺灣分公司。

發佈形式

您可通過如新香港官網查閱並下載本報告
（網址：https://www.nuskin.com/content/nuskin/zh_HK/community.html）。

如果您對本報告的內容有任何意見和建議，歡迎通過以下聯繫方式向我們反饋：

地 址：銅鑼灣威非路18號萬國寶通中心5樓

電 話：2837 7700

電 郵：48hrs_reply_china@nuskin.com



NU SKIN如新集團是全球個人保養品和營養補充品行業的領先企業之一。我們的使命是在世界各地凝聚一股善的力量，憑藉報酬優厚的事業機會、不斷創新的優質產品和充實積極的優良文化，賦予人們提高生活品質的力量。我們的願景是成為全球行業的領導者，賦予銷售人員最為豐厚的回報。

開啟發現之旅



為此，我們致力於發現生活的美好，使人們對當下充滿信心，對未來保持樂觀。2016年，我們依舊不忘初心，繼續秉持「善的力量」的核心價值觀，帶領更多人預見更好的自己。

創新是我們一貫堅持的成長動機，也是引領我們成功的關鍵動力。我們堅持創新理念，專注於產品研發，致力於為消費者帶來創新卓越的產品。品質是我們一如既往的追求，我們在產品生產及銷售的每個環節進行質素、功效和安全性等方面的嚴格監控，符合法例法規的要求。溝通是連接 NU SKIN 如新和消費者的橋樑，我們通過多種渠道，收集消費者建議並給予及時反饋。

我們的每款產品和每項行動，都是對 NU SKIN 如新環境理念的實踐。我們將可持續發展的理念貫徹於我們的發展歷程中，從高質天然的綠色產品和節能環保的生產過程，到綠色的新型建築和倡導環保的創新氣氛，無不展現出 NU SKIN 如新對自然的尊重與守護。

NU SKIN 如新團隊大家庭，是實現產品研發生產，並得以在市場廣泛推廣的重要推動力。對於 NU SKIN 如新而言，團隊成員不只是員工，更是最親的人。我們吸引誠實正直的人才，幫助他們發展領導能力和事業能力，在生活的每個細節給予關懷，並攜手互助，一同向世界散播善與愛。

在發展的路上，我們最堅實的力量來自於夥伴的支持。我們的事業經營夥伴精力充沛，胸懷夢想，將如新的產品帶到全球各個角落，而我們也為之回報以豐厚的商業機會和廣闊的發展平台，幫助他們預見更好的自己。我們的產品離不開優秀的供應商夥伴，我們遵循道德採購原則、推進綠色生產、打造綠色供應鏈，實現共同的目標。我們還紮根社區，致力於創建更美好的家園，並放眼各地，聯手眾多公益夥伴，將善的力量瀰漫每個角落。



無論是我們的家人還是夥伴，都是「善的力量」的傳播者。全球範圍內，NU SKIN 如新集團展開了數以百計的公益項目，在健康、教育、經濟、災害救助等各個領域，都有著我們義工的身影，他們用善的力量在滋潤著一個個需要幫助的人，幫助他們預見更好的自己。

過去，創立者們基於誠信、可靠和可持續的價值觀創辦了 NU SKIN 如新集團，開始起步；現在，我們擁有優秀的人才、優質的產品、優良的文化、優厚的事業機會，在業界脫穎而出；未來，我們將持續創新並抓住新的發展機遇不斷突破。我們擁有好奇的本性，擁有專有科學技術，我們將更深刻地瞭解衰老的過程和原因，從而研發出更加優質安全可靠的健康和美容產品，為消費者提供內外兼備的抗衰老解決方案。

如新娃娃是每個如新人都非常喜愛的吉祥物。接下來，就由可愛善良的如新娃娃帶領大家，開啟發現之旅，發現我們，發現本真與善。



如新娃娃：
多麼純樸的理念和追求！請問您對創辦人理念有怎樣的感受？

NU SKIN 如新高層：
改善生活質量和生命格局的強大影響力，往往始於小而簡單的第一步。在進入大中華市場之後，身邊越來越朋友親身體驗到我們產品的優異，也被 NU SKIN 如新的理念所感染，進而讓整個社會更美好。看著我們的行動能產生如此美好的影響，我感到非常欣慰，也充滿著力量！

關鍵績效

大中華地區設有**63**個體驗館、形象店、時尚店

NU SKIN 如新是**首批**
在大陸獲發直銷經營許可證的公司之一

2016年淨收益達到**108,400,000**美元
同比增加**245.38%**



發現·我們

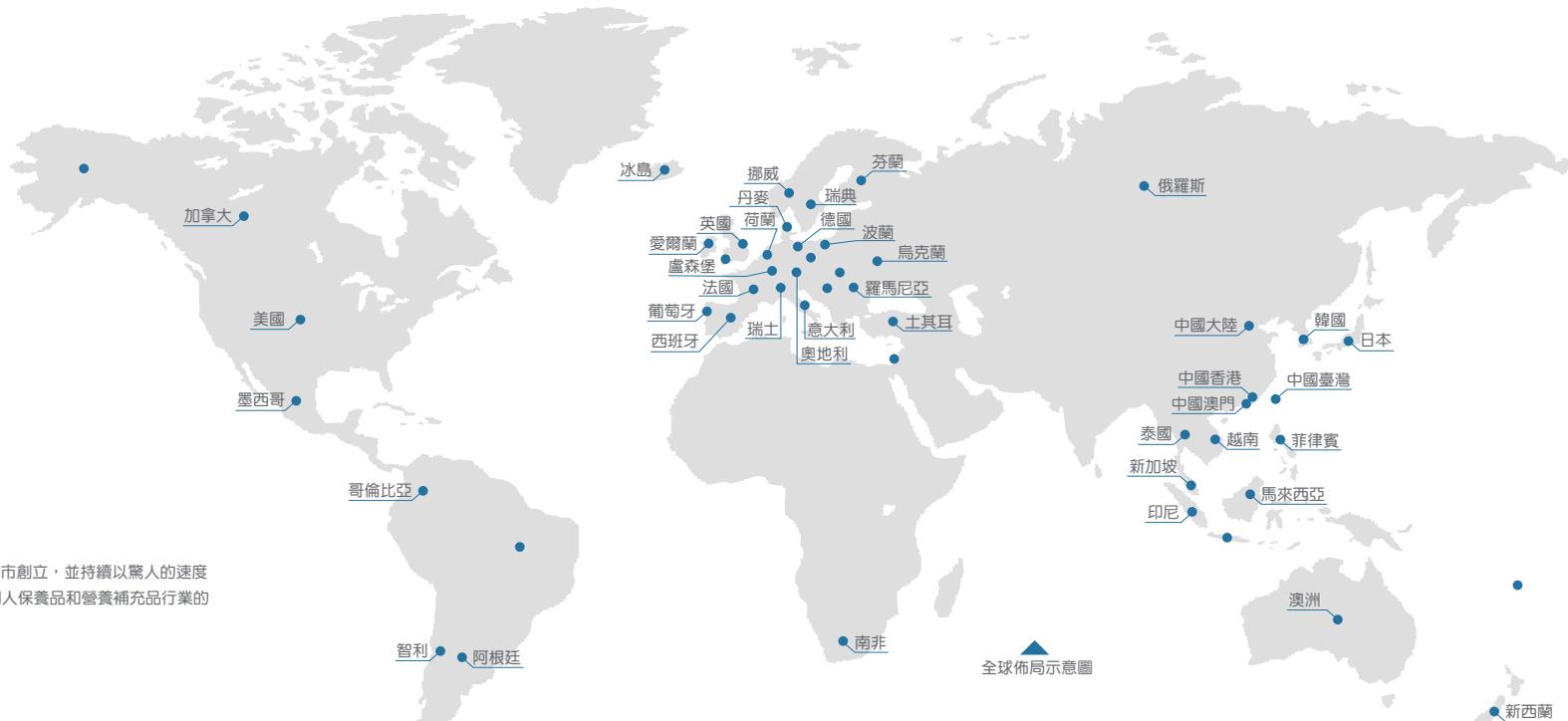


一根湯匙 夢想起飛
NU SKIN 如新集團
夢想之路的開啟

時光倒回到1984年，一個簡單而創新的念頭催生了如新，並在日後為全球無數人的生命帶來深遠的影響。那時，正準備進入法學院攻讀碩士的羅百禮(Blake Roney)先生受到啟發，與倫兆勳、戴純嫻等志同道合的夥伴，成立了一家只創造研發含有100%對皮膚有益成分的產品為理念的公司，從而開創如新事業。

當年，製成品被放在一個一加侖空罐內，寄到羅百禮家中。對產品有興趣的顧客，須自備容器前來，讓羅百禮用湯匙為他們裝滿產品。自此，「薈萃優質 純然無瑕」的如新產品廣受歡迎。這根湯匙是如新集團版圖的開端，它所代表的意義是：改善生活質量和生命格局的強大影響力，往往始於小而簡單的第一步。

自1984年創立以來，如新從最初以「薈萃優質 純然無瑕」為訴求生產個人保養產品，發展到今日成為在全球近50個市場擁有超過110萬名銷售人員的個人保養品和營養補充品行業領先企業，並建立起積極、充實、善良的企業文化，幫助無數人提升生活的質素，追尋人生的意義，進而邁向「非凡人生，無限延伸」的更高境界。



我們的業務

NU SKIN 如新集團於1984年在美国猶他州普羅沃市創立，並持續以驚人的速度在全球各地擴展業務。我們現在已經成為全球個人保養品和營養補充品行業的領先企業之一。

- | | |
|------|------|
| 1984 | 美國 |
| 1990 | 加拿大 |
| 1991 | 中國香港 |
| 1992 | 中國臺灣 |
| 1993 | 新西蘭 |
| 1993 | 澳洲 |
| 1993 | 日本 |
| 1994 | 墨西哥 |
| 1995 | 中國澳門 |
| 1995 | 法國 |
| 1995 | 德國 |
| 1995 | 比利時 |
| 1995 | 英國 |
| 1995 | 荷蘭 |
| 1996 | 韓國 |
| 1996 | 西班牙 |
| 1996 | 意大利 |
| 1996 | 愛爾蘭 |
| 1997 | 泰國 |
| 1997 | 葡萄牙 |
| 1997 | 奧地利 |
| 1998 | 菲律賓 |
| 1998 | 波蘭 |
| 1998 | 瑞典 |
| 1998 | 丹麥 |
| 1999 | 冰島 |
| 1999 | 盧森堡 |
| 1999 | 挪威 |
| 2000 | 芬蘭 |
| 2000 | 新加坡 |
| 2001 | 馬來西亞 |
| 2003 | 中國大陸 |
| 2004 | 斐濟 |
| 2004 | 文萊 |
| 2004 | 以色列 |
| 2005 | 匈牙利 |
| 2005 | 印尼 |
| 2006 | 羅馬尼亞 |
| 2006 | 俄羅斯 |
| 2007 | 瑞士 |

- | | |
|------|------|
| 2007 | 斯洛伐克 |
| 2008 | 南非 |
| 2008 | 捷克 |
| 2009 | 哥倫比亞 |
| 2009 | 土耳其 |
| 2010 | 烏克蘭 |
| 2011 | 阿根廷 |
| 2012 | 越南 |
| 2015 | 智利 |



廣闊市場 涵蓋全球

目前，我們已在全球近50個地區開展業務，其中在大中華地區擁有63個體驗館、形象店、時尚店。



深耕中華 砥礪前行

NU SKIN 如新集團於1991年開拓了亞洲地區的首個市場—香港，在銅鑼灣、旺角、澳門設有分銷點，並於銅鑼灣中心地帶成立了如新生活體驗館。在1992年，NU SKIN 臺灣成立，同年加入臺灣直銷協會。臺灣分公司於臺北、桃園、新竹、台中、高雄、台南設有如新生活體驗館。2003年，NU SKIN 如新集團正式進入中國大陸市場，總部設在上海市。2006年，如新中國成為首批在大陸獲發直銷經營許可證的直銷公司之一。迄今為止，NU SKIN 如新集團在大中華區域累計投資已近35億人民幣，其中大陸地區投資額近22億人民幣。

進入大中華區域二十餘載，NU SKIN 如新經歷了市場和資本的重重檢驗，憑藉雄厚的實力與一顆向善的心，取得了驕人的成就。



驕人業績 成就斐然

在成立短短的十餘年後，NU SKIN 如新集團於1996年在全球最具規模的紐約證券交易所上市，成為全球最大且發展最快的直銷公司之一。我們集團被全球最具權威的財務評比公司鄧白氏（D&B）評定為5A1公司，財務穩健，零負債。在大中華區域，我們是銷量規模領先的直銷公司之一，業績增長勢頭迅速。2016年，NU SKIN 如新實現總收益794.4億美元，同比增長3%，佔全球總收益的36%。

	單位	2016年	2015年	增長率
大中華區域的淨收益	百萬美元	108.4	31.4	245.38%
大中華區域的總收益	百萬美元	794.4	771.6	3%



在「預見更好的自己」的品牌口號下，我們提出 NU SKIN 如新的三大核心支柱。
我們對大中華區域市場未來的發展充滿信心，NU SKIN 如新將以更年輕、更具活力、
更富正能量的姿態繼續前行！



不斷創新的產品



值得信賴的公司



賦予能量的事業

我們的品牌承諾

「預見更好的自己」是我們向全世界傳達的品牌承諾。

我們希望通過彼此間的互動，

讓使用和分享我們創新產品的用戶、建立自身業務的事業經營夥伴、融入如新優良文化的同仁志士，
都能對當下充滿信心、對未來保持樂觀。

我們的CSR理念



NU SKIN 如新集團以「善的力量」(Force for Good)核心價值觀作為行事準則，以持續盈利與永續經營為企業生存前提，恪守社會法規，為打造和諧健康的社會環境而努力。NU SKIN 如新在大中華區域持續耕耘，一直以來堅守合法合規經營，堅持有利社會的價值觀，實現健康穩定的業績增長。

我們的CSR管理

1998年，在財務狀況已經非常穩定的情況下，NU SKIN 如新集團創辦人羅百禮認為有必要成立慈善基金會，以實現企業的社會責任與回饋，於是善的力量基金會(Force for Good Foundation)正式成立，該基金會是在美國註冊為第501(C)(3)字號的一個非營利機構。在大中華地區，為了更好的貫徹「善的力量」理念，實踐企業社會責任，我們成立了專業的部門，負責大中華區域「善的力量」戰略制定和重大決策。

與利益相關方的溝通

我們高度重視與各利益相關方之間的溝通，通過與各利益相關方充分、如實的溝通，能夠讓我們從業績之外審視自身。這將有利於加強夥伴對 NU SKIN 如新的認同感、提升經營效率和加強合規。我們也堅信雙向、透明及定期的溝通有助於加強互信及尊重、避免誤解，進而為我們的可持續發展奠定堅實的基礎。



我們識別出對如新具有決策權或影響力、與公司關係密切的幾個主要利益相關方：

- 客戶/消費者
- 員工
- 事業經營夥伴
- 合作夥伴
- 媒體
- 政府及監管機構

我們積極的與不同的利益相關方進行溝通，以充分瞭解各利益相關方的訴求、要求與期望，並定期檢討有關行動，以完善溝通渠道，更全面地反映利益相關方的意見。下表列出了報告期內不同利益相關方組別所關注的議題以及對應的溝通反饋方式。

2016年我們特別聘請了獨立的第三方顧問為我們的利益相關方展開問卷調查，以詳細瞭解利益相關方對 NU SKIN 如新應對及披露有關議題的評價以及期望。第三方顧問共計回收超過3,419份有效問卷，並與超過30位來自不同界別的利益相關方進行電話訪談或面談。

利益相關方組別	利益相關方關注的主要議題	溝通渠道 / 反饋方式
客戶 / 消費者	產品安全 服務質素	產品發佈會 推廣活動 熱線 微信 / 微博
員工	員工關愛 發展與培訓	員工活動 溝通會議 線上線下培訓課程 員工心理諮詢
事業經營夥伴	事業機會 事業經營夥伴發展及培訓	滿意度調查 線上線下培訓課程 一對一溝通平台 年會、領導力會議等 旅遊活動
合作夥伴	供應商管理要求 社區投資	現場調查 供應商合格評估
媒體	社區投資 產品安全	新聞稿 / 公告 採訪 會議
政府及監管機構	環境保護 社區投資	拜訪 業務辦理

重大性評估過程

第三方顧問通過以下三個步驟的工作，對 NU SKIN 如新涉及的CSR議題的重大性進行評估：首先識別各項可能對 NU SKIN 如新業務或利益相關方造成影響的CSR重大性議題，然後對潛在重大性議題進行排序，最後對重大性評估流程進行檢討。

1. 識別潛在重大性議題

獨立顧問公司透過詳細檢閱包括媒體分析、同行基準分析及其他相關文件後，識別能夠反映 NU SKIN 如新業務對經濟、環境和社會的影響，或影響利益相關方對 NU SKIN 如新評估和決策的潛在重要議題。

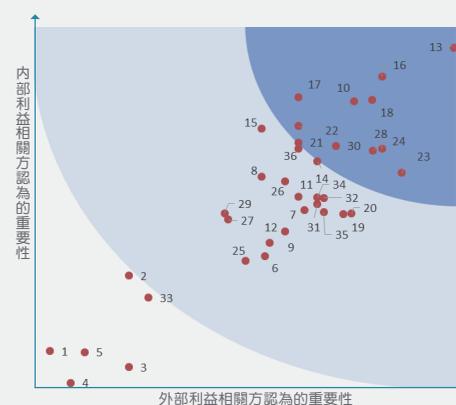
2. 對潛在重要議題進行排序

我們的獨立顧問公司制定了利益相關方溝通計劃，進行全面的問卷調查及訪談，瞭解各利益相關方所關注的優先議題，最後得出重大性矩陣，由矩陣分析辨別真正具有重大性的議題。

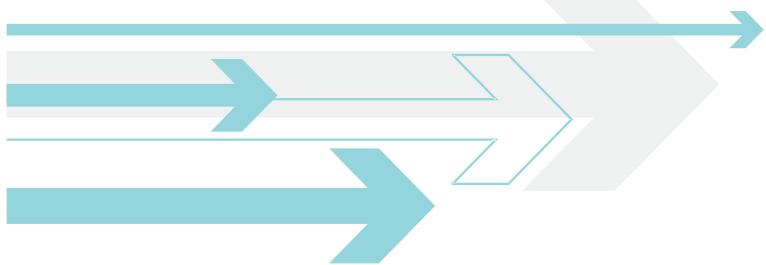
3. 回顧

檢查報告內容是否提供了關於 NU SKIN 如新的影響和可持續發展表現的合理描述，以及編制報告內容的流程是否反映了報告原則的意圖。我們會邀請各利益相關方就這方面提供意見。

通過以上評估過程識別出對於 NU SKIN 如新最重要的11項CSR議題，我們將會在本報告內詳細披露有關內容。



編號	具體議題	編號	具體議題
1	經濟效益	19	員工保留
2	產品包裝	20	員工安全健康
3	能源消耗	21	員工發展
4	環境污染	22	事業夥伴發展
5	節水降耗	23	員工背景多元化
6	氣體排放	24	關於女性發展
7	廢水及廢棄物	25	供應商勞工準則
8	環保合規	26	勞工申訴機制
9	供應商環境管理	27	僱員權利
10	產品質素管控	28	不歧視
11	客戶滿意度	29	員工工會自由與集體談判
12	產品召回	30	防止重工、強迫勞工
13	產品的創新	31	人權的管理
14	合理營銷及推廣	32	人權申訴機制
15	假冒偽劣產品	33	周邊社區得互動
16	保護客戶隱私	34	慈善公益
17	依法提供產品及服務	35	反腐敗及透明政策
18	員工福利	36	遵循法規





探索·品質



NU SKIN 如新集團 品質理念的起源

「市面上很多保養品當中真正有用的成份只佔很少部分，其餘都是蠟質、礦物油、酒精等傷害肌膚的成分或為增加容量而加入的填充物。」當年輕的法學院研究生羅百禮從姐姐的口中得知這樣一種情況，他深感震驚。為了驗證姐姐說的究竟是不是事實，他乾脆搜集了當時市面上所有肌膚保養品的相關資料開始研究分析。

幾乎所有的證據都確實地告訴他，市面上的保養品內容物大致都只包含一兩種有益成份，其他則是一大堆的無益成份。他的心中湧出千萬疑問：既然叫做保養品，不就應該是為了肌膚好嗎？人們所喜歡的，不就是包含好成份的產品嗎？但為何市面上沒有一種保養品能夠做到含有百分之百的有益成份呢？

在此之前，20歲出頭的羅百禮對保養品所知寥寥，但這一次的調查研究結果卻燃點了他心中的理想——他決定與親朋好友一起，籌措出五千美元的啟動資金，租賃最便宜的地下車庫作為辦公室，建立一家以青春之泉做為標誌，只製造及販賣百分之百含對人體有益成份 (All of the Good, None of the Bad) 的保養品公司，那就是 NU SKIN 如新！



如新娃娃：

聽了創辦人們不懈追求品質「薈萃優質，純然無瑕」的故事，如新娃娃深受感動，那 NU SKIN 如新的小夥伴們是怎麼繼續發揚 NU SKIN 如新文化的呢？

誠造部門：

NU SKIN 如新的小夥伴們追隨著羅百禮先生的理想與追求，誠意依照複雜而完整的研發與生產體系，嚴選遍及世界各地優質安全的原材料，通過快速及時的產品供應和精益的成本管理和控制，持續不斷地提供卓越的產品。

關鍵績效

0次因產品質素被召回的事件

NU SKIN 如新的研發中心有專業人員20人

大中華區域2016年用戶數佔

NU SKIN 如新集團全球用戶數量**25.1%**，
同比增長**2.67%**



品質創新



創新是 NU SKIN 如新一貫堅持的成長動機，亦是引領 NU SKIN 如新成功的關鍵動力。近30年來我們始終堅持創新理念，方才造就今日的 NU SKIN 如新。

研發理念

自創立以來，NU SKIN 如新集團就以象徵「青春之泉」的噴泉標誌，代表我們致力追尋的目標與夢想，更以嚴謹縝密的探究態度，力求將最新科研成果注入每項產品之中。我們的科學家來自不同的專業領域，幫助我們在科研的道路上不斷探索和創新。他們的專長給予我們前所未有的創造力去研發並生產出不斷創新、領先的產品。

我們的產品

NU SKIN 如新集團的主要產品線包括護膚類的 NU SKIN 系列，保健類的 PHARMANEX® 系列，抗擊老化的 ageLOC® 系列。各項產品皆有精準的定位，以最大程度滿足消費者的需求。

ageLOC® 系列	NU SKIN 系列	PHARMANEX® 系列
<ul style="list-style-type: none"> ○ ageLOC Me® 新智我® ○ ageLOC® 美體Spa ○ ageLOC® 修身美顏Spa ○ ageLOC® 煥新套裝 ○ ageLOC® 精油系列 ○ ageLOC® 睛致按摩眼霜 ○ ageLOC® 活顏倍彈源液 ○ ageLOC® 悠沛® ○ ageLOC® TR90® ○ ageLOC® R² 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 基礎面部護理 ○ 面部定期護理 ○ 煥采再生系列 ○ 潔白三效保養系列 ○ 活顏系列 ○ 淨膚系列 ○ 口腔護理 ○ 身體美膚保養 ○ 如絲秀髮護理 ○ 新域® 系列 ○ 曬特麗防曬系列 ○ 男士系列 ○ 彩妆系列 ○ 皇牌產品-精品系列 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 基礎營養 ○ 了解個人健康需要 ○ 提升個人生活質素



美國生命基因科技中心

NU SKIN 於2011年已正式收購美國生命基因科技中心，其30年來龐大細胞組織銀行與基因表現資料庫、基因相關研究之專利與知識產權等珍貴資料，將擴大NU SKIN 在抗衰老科研上的潛力。美國生命基因科技中心由美國威斯康辛大學老人學及遺傳學專家魏德理教授及彭樂濤教授成立，其宗旨是探究基因體的老化過程藉以達致延伸人類健康壽命的最終目標。魏德理教授及彭樂濤教授曾出版超過200多份關於老化和限制攝取熱量的科學論文及書籍，讓我們能認識影響人體老化的青春啟動因標。這些研究長達30年之久，為我們提供保持青春的重要關鍵。美國生命基因科技中心的前瞻性研究成果已獲得多項專利，而我們預期現正進行得多項研究將會帶來進一步得重要突破及知識產權。

學術地位：於權威科學期刊《Science》上發表的文章*

限制攝取熱量能延長恆河猴的發病和死亡率
科學期刊2009；325「5937」；
201-4 魏德理教授等著

老化基因表達圖譜及其熱量限制
科學期刊1999；285「5432」；
1390-3 魏德理教授、彭樂濤教授等著

* 有關研究獲國際媒體爭相報導，包括紐約時報、洛杉磯時報、倫敦時報、英國廣播公司、華盛頓日報、CNN、美國哥倫比亞廣播公司等



業界領先品牌合作



彭樂濤 教授
Tomas Prola, Ph.D.

- 美國生命基因科技中心創辦人之一
- 美國威斯康辛州大學遺傳學及醫學遺傳學教授
- 美國耶魯大學分子生物物理與生物化學專業博士
- 專業領域：生物化學、遺傳學
- 威斯康辛州大學遺傳學及藥用遺傳學專家小組成員
- 曾獲Shorb Lecturer獎、Basil O'Connor 起始研究者獎、Burroughs Wellcome傑出年輕探索獎及Howard Hughes醫學院創辦的新啟動計畫獎等多個業內科學獎項
- 在科學權威雜誌發表多篇學術文章



魏德理 教授
Richard Weindruch, Ph.D.

- 美國生命基因科技中心創辦人之一
- 美國威斯康辛州大學醫學院老人學及遺傳學教授
- 加利福尼亞大學洛杉磯分校實驗病理學博士
- 專業領域：病理學、生物學
- 長達35年在熱量限制與長壽課題上的研究
- 曾發表175篇專業學術論文，學術文章獲諸多業內權威雜誌刊登
- 榮獲Harman研究獎、美國抗衰老組織獎等多項學術權威獎項

提供優質的產品

NU SKIN 不斷創新領先業界

NU SKIN 歷年創新科技里程碑

一場劃時代的抗衰老過程、一項尋找多年的青春泉源探索

2016 ageLOC Me® 橫空面世，創新顛覆護膚保養品業!

2015 ageLOC® 悠沛®，顛覆年齡定義！ageLOC® 精油系列，肌因之美，油然綻放。

2014 ageLOC® 活顏倍彈源液，緊緻肌膚，觸手可及。

2013 ageLOC® TR90® 90天重啟人生。

2012 ageLOC® 科技首次引入美體領域，推出ageLOC® 緊緻凝膠及ageLOC® 緊膚乳。ageLOC® R2及ageLOC® 美體Spa® 內外兼修，達到抗衰老，美體活力同時實現。

2010 在全球推出第一套運用ageLOC® 科技的ageLOC® 煥新套裝，宣告 NU SKIN 正式邁入抗衰老的領域，持續帶給夥伴創新的產品，開創更多的事業機會!

2009 推出新一代ageLOC® 修身美顏Spa®。

2007 如新首款智能微電流修身美顏Spa® 實現 在家輕鬆享受專業美容。

2004 推出TRA™ 纖營系列，帶給消費者良好的體重控制效果。推出TRU FACE® 活膚彈力原液，後再上市活顏超級彈力原液，主要成分易色新®，可直達肌膚，臨床證實可明顯增加彈力蛋白含量。

2003 耗資5億5千萬港元，花費6年時間，與美國猶他州州立大學共同研發生物光子掃描儀為消費者提供安全、快速及無創評估身體皮膚類胡蘿蔔素指數及營養補充品成效的方法。

1999 推出煥采再生系列，其運用溫和的果酸(AHA)加速肌膚自然代謝，可明顯改善肌膚老化問題。

1998 PHARMANEX® 1998 NU SKIN 收購PHARMANEX®，使產品線更完整，發展抗衰老商機。首創業界6S品質措施，以嚴格的標準來製造營養補充品，確保產品研發及品質皆符合品質要求。

1992 推出全方位五合一營養補充品如沛補充營養素，能為身體提供理想的營養成分，更有效促進身體抗氧化健康。

1984 NU SKIN 於美國猶他州成立。秉持「善萃優質，純然無瑕」的理念，堅持在個人保養品中只添加對肌膚有益的成分，不添加任何對護膚有害的成分。

* Spa 機並未在臺灣上市
易色新為BCS的註冊商標。 產品推出年份按LTO日期或正式上市日期排列(以較早者為準)

研發團隊及外部合作

我們堅信，要研發真正能夠改善生活質素的产品，需要依靠強大的科學實力，正面解決給人類生活造成負面影響的健康問題。因此，NU SKIN 如新基於產品研發和研發管理的理念，與知名大學的科研人員保持合作，致力於組織專職科研團隊，並為多所學術機構的研究項目提供資金支持。我們始終鼓勵不同背景的專業人才將自己的知識與技能，運用於 NU SKIN 如新的創新事業。

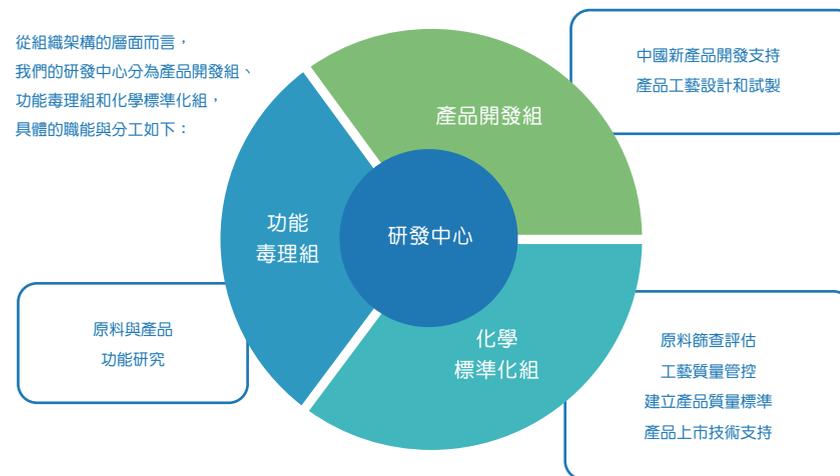
NU SKIN 如新集團在位於美國猶他州普羅沃市的總部 and 位於上海的GCIP分別設立了抗衰老科研中心，每一個科研中心都聘請數十位優秀科研人員，配置先進的科研設備，專注於研發。在大中華區，我們通過與本地學術醫療機構合作，為抗衰老專職科研團隊融入新的科研實力，同時更深刻地把握不同地區的健康問題和地域需求差異。

截至2016年末，NU SKIN 如新的研發中心的研發人員數量達到20人，其中包括5位博士，2/3以上的研發人員具有碩士學歷，專業背景涉及藥學、生物學以及化學等相關領域。我們的研發中心實驗室配備有生物大分子與生化研究相關設備，包括HPLC，UPLC，GC-FID，GC-MS/MS，LC-MS/MS，ICP-MS，IR，UV等精密科學儀器，給予研發充分的技術支持。



2016年，我們推出了全新研發的產品ageLOC Me，它是一套度身訂造的護膚儀，可以根據年齡、膚質、膚色、膚齡、皮膚狀況、地點、生活方式和護膚習慣等，提供多達2000多種的個人化護膚方案，讓消費者擁有更精準更有效的護膚體驗。ageLOC Me目前獲得的專利為4個，1個正在申請中。作為ageLOC旗下的又一明星產品，ageLOC Me僅在2016年的預售活動中就實現了4.1億人民幣的銷售額，成功引領了度身訂做化的護膚新潮流。

從組織架構的層面而言，我們的研發中心分為產品開發組、功能毒理組和化學標準化組，具體的職能與分工如下：





品質保障

我們始終致力於生產高品質的護膚品和保健品。我們為產品制定了嚴格的標準，對每個環節進行質素、效果和安全性嚴格監控，保證最終的成品都能秉持高標準。

6S品質措施

我們的研發中心在1996年獨創6S品質措施，作為研發產品和管控產品質素的基本原則和思路。6S為選題（selection）、來源（sourcing）、規格（specification）、標準化（standardization）、安全（safety）、及實證（substation）。

這一措施包含了一系列環環相扣的精密監管行為，在不同層面上進行科學實驗，對每一個細節都嚴格把控。6S品質措施要求的是整個團隊在各環節的緊密合作以及對產品質量共同一致的承諾。

在對生產過程的控制上，我們實行嚴格的質素管理體系。我們在大中華區域的生產基地均已獲得ISO 9001：2005質素管理體系認證。此外，利用產品質素的「防火牆」QA（Quality Assurance，即質素保證）和QC（Quality Control，即質素控制），從原材料到成品的生產鏈進行全程跟蹤，保證質素。

一絲不苟 精細研發

我們對產品材料的選擇有嚴格的考量標準，以保證產品質素可靠、產品本身與所在環境的可持續性。其中，安全性、有效性、可持續性與環境保護是我們考量標準的核心。

安全性	原料本身要符合食品或保健食品相關法法規及 NU SKIN 如新集團內部的要求，沒有重金屬及殘留農藥的污染。
有效性	NU SKIN 如新集團會對原料質素進行篩選，來自大自然的原料如中草藥或植物成分會受環境影響，成分含量差異會比較大，原料中有效成分的濃度必需達到所研發的功能之要求，所以我們會選擇含量有效及符合要求的原料使用。
可持續性	產品上市之後的原材料供給符合可持續性，不能「涸澤而漁」，對物種的繁衍和生態平衡造成破壞。
環境保護	原材料選擇注重產地及周邊的環境狀況，材料不能被環境所污染，生產種植環節中也不能對環境產生污染。

品質服務

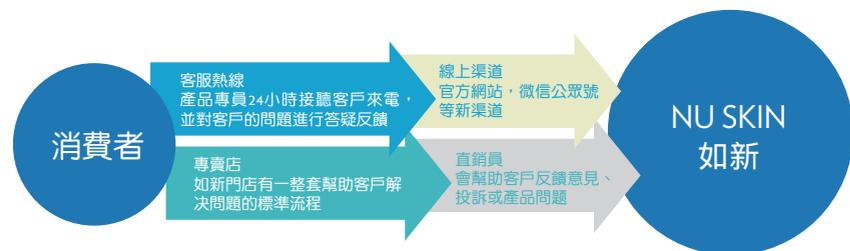


作為全球性個人保養品和營養補充品行業的領先企業之一，NU SKIN 如新必須架起長久有效溝通之橋，用心聆聽消費者的心聲。為完整呈現我們希望透過產品帶給消費者的價值，消費者意見的收集、反饋與改進工作必不可少。

用心溝通 客戶滿意

為了跟緊消費者的使用方式和習慣，如新一方面透過客服電話、專賣店、直銷員、官方網站與微信公眾號等多種渠道打開與消費者溝通的管道，對建議或投訴進行妥善處理；另一方面，產品研發、製造部門也會充分參考消費者的意見與建議，從而生產出更符合消費者需求的產品。

為了保護客戶的個人隱私，我們認真做好數據保密工作，保證所有會員顧客私人訊息僅作公司內部使用，嚴禁外泄甚至作為商業用途。



NU SKIN 如新的多項提升消費者體驗的措施：

- 315消費者權益保護日成立義工站
- 直銷員通過短訊、微信等形式定期與客戶溝通
- ARO（忠誠客戶計劃）：忠誠顧客可享受產品折扣、積分兌換服務
- 400熱線或體驗店接受顧客投訴
- 所有的反饋和投訴處理情況的都會經過量化統計，定期製作成專門報告供公司參考研究
- 堅決按照國家相關規定進行售後保用

大中華區域用戶數量

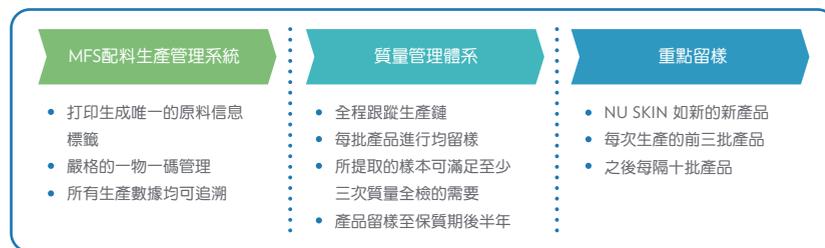


大中華區域的用戶比率



產品追溯及召回

為了讓消費者能夠放心的使用我們的產品，每個消費者都可以通過「中國產品質素電子監管網」網站輸入電子監管碼信息查找到產品批次信息和生產日期等。我們的產品建立了「批號唯一性」和「電子監管碼唯一性」，從而全面實現可追溯。



截至2016年12月31日，我們未發生任何因產品質素問題而被監管機構要求召回的事件。但為了防止未來可能存在的產品質素問題，我們制定了詳細的召回流程規定，並已實行過多次模擬召回的演習，以最大程度守護消費者的健康與安全。



追求·自然



雨林守護者 柯伯爾博士與EPOCH

NU SKIN 如新與自然的淵源，可以追溯到1996年。Epoch系列的研發創辦人柯伯爾博士，是被時代雜誌評為「醫學界11位風雲人物」世界級種族植物學家之一。

在一個項目中，他在白宮科學青年領袖研究計劃獎金的資助下前往薩摩亞的薩微島展開研究。薩摩亞位於南太平洋環火山帶，工業與農業都不發達，卻擁有珍貴的雨林與上千種珍貴動植物。從1970年代起，美國伐木工廠大量進駐，生活貧困的村民們不得不忍痛背棄雨林，將伐木權賣給不業集團，使這個低地熱帶雨林區面臨極大的危機。

柯伯爾博士決定傾其所能去阻止這場雨林浩劫，他的妻子也非常支持，於是他們賣掉了手上唯一有價值的房產，但資金仍然不足，前期奔走籌款的效果也並不理想，正當一籌莫展之際，NU SKIN 如新的管理層主動捐出了一筆資金，才終於使這片雨林得到保護。從這次危機當中，柯伯爾博士感受到了NU SKIN 如新無比的真誠，於是決定與NU SKIN 如新展開合作，開發出一系列擷取自薩摩亞原住民祖先智慧的保養產品，讓這片受到保護的熱帶雨林產生新的價值。

多年來，這項守護雨林的行動一直都在「善的力量」基金會支持下持續地累積運作中。「一次救一個村落、一片森林，最後我們可以拯救全世界。」這是柯伯爾博士與NU SKIN 如新共同的願景。



如新娃娃：

「雨林守護者」，真是了不起！柯伯爾博士偉大的理想是否得到了傳承呢？

善的力量部門：

每一件產品、每一項行動背後，都是如新對創立之初的環境理念的實踐。直到現在，每售出一套ageLOC®煥新套裝，我們都會捐出部分收入用作專項基金，讓如新善待自然的理念得到延續。

關鍵績效

GCIP已獲得**10**項LEED綠色建築認證。

2016年GCIP內所有Go Green活共節約碳排放**28,399kg**。

2016年GCIP園區的節水系統與雨水收集系統能減少**50.3%**的用水量。

生產用熱水循環再用。每年節約用水**1,500**噸，蒸汽**250**噸，
年節省約**77,000**人民幣。

氨水循環再用。每年可節省氨水購買費用約**130,000**元。
減少含氮廢水排放量**1,000**噸，廢水排放量**1,500**噸，
年節省人民幣約**140,000**元。

可再生能源證書(RECs)是可以用於交易的能源商品，
我們贊助了**3,825,000**千瓦時每年的可再生能源項目。

2016年總耗水量較上一年有下降**11.25%**。
生產和辦公類廢棄物回收率**100%**。



如新的環境理念

「薈萃優質，純然無瑕」，如新對美好自然環境的追求，傳承自創辦人對環境的理念，植根於如新的企業文化之中。在人們日益關注健康、天然和環保的今天看來，這種追求顯得尤為珍貴。從具有著回饋自然理念的綠色產品，到生產營運中的節能環保；從保護環境的新型建築，到倡導和實踐綠色的創新氣氛，NU SKIN 如新始終堅持可持續發展的營運理念。



自然理念



我們的綠色管理

自2015年起，以GCIIP為基礎，NU SKIN 如新啟動「Go Green」計劃，在提倡綠色健康的生產生活方式的同時，從根本、從細節做起，減少如新營運活動中的資源使用和排放，致力於成為綠色企業。我們專注綠色生產、綠色辦公，結合實際的生產經營活動，尋找可以進一步降低資源消耗、耗能、排放的方法，每年設計推出新的Go Green項目並長期執行。

我們致力於不斷完善保護環境的管理體系，精心設計營運中的每一個環節，打造綠色理念產品，節約資源，保護環境。我們所有的化妝及保健品生產基地均獲得了ISO14001:2004環境管理體系認證。



尊重自然

節約資源

秉承「善的力量」的使命，NU SKIN 如新從初創時就致力於將生產銷售過程中所消耗的資源降至最低，在鑄造「一根湯匙」傳奇的同時，避免不必要的資源浪費。

在產品生產運輸環節中，我們精心設計生產流程，科學規劃物流方式與路徑，建立有效的運輸網絡，將生產運輸過程中的資源損耗降到最低。

生產加工

- 各產區生活垃圾全部分類回收。
- 各工廠通過能耗目標設定情況，對比同期同產，每月考察用水情況。結合政府指定的指標，制定未來用水計劃。
- 生產用熱水循環利用。每年節約用水1,500噸，蒸汽250噸，年節省約77,000人民幣。
- 對植物提取工序中的耗水進行回用。
- 將G3果汁的洗瓶水作為冷卻用水。

包裝運輸

- 發貨用紙箱換箱型，減少紙箱損耗及包裝人力。年可節省約102,000元。
- 節約包裝材料，兩類箱型取消打包帶，年可節省約5,500元。
- 發貨單重新設計，減少面積，並使用再生紙雙面打印。
- 發貨分揀流程優化，減少所需工單。



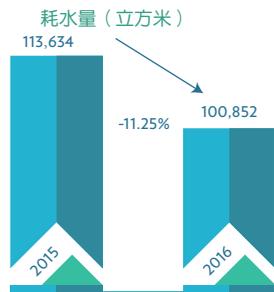
的成效，你我共見

園區生活與辦公中，我們通過各類Go Green活動來宣揚厲行節約的理念。
在2016年，我們共展開了十餘項Go Green活動，取得了一系列的成果。

01	素食節	每月節約 115 公斤肉食
02	自帶水杯	每月節省 2,386 個一次性紙杯
03	雙面用紙	每月節省 18,894 張紙
04	換用環保紙	訂購用紙每包單價降低 5 元 年度節約近 37,000 元
05	水瓶回收	每年回收 840 個塑料水瓶 收入全部捐給 「NU SKIN 如新中華兒童心臟病基金」
06	紙箱、袋再利用	全年可回收近 3,600 個紙箱 全年回收近 1,500 個袋
07	衣來衣往	已回收 245 件衣物 已取走 90 件衣物

GCIP園區內安裝有十分先進的節水系統和雨水收集系統，所有安裝於辦公區的用水設備均為節水型號；雨水收集系統可有效收集屋面雨水，通過雨水重用，可減少沖廁用水50.3%並100%代替灌溉用水。借助這些措施，我們的園區相較於傳統設計，可減少50.3%的用水量。

2016年，儘管年度產量有所提升，但通過採取一系列降低資源消耗、提升使用效率的手段，NU SKIN 如新全年的總耗水量較上一年仍有大幅的下降。



注：數據包括GCIP、奉賢工廠、湖州工廠

節約能源

基於 NU SKIN 如新的自然理念，今天如新正在探索更佳的環境管理模式。綠色辦公方面，GCIP整個園區是按照美國綠色建築協會的LEED金牌認證的設計要求建造而成。NU SKIN 如新集團美國全球創新中心和GCIP均已經獲得LEED金牌認證。到目前為止，GCIP已經獲得10項LEED認證，包括綠色環保材料、節水、效能、採光與視野、熱島效應控制、雨水流徑控制、雨水收集與處理、工作環境優化、綠色能源與透水路面等。



GCIP園區的節能性取決於建築設計及系統性能測試。GCIP辦公樓的項目外牆設計、鍋爐效能、照明系統均超過ASHRAE（美國採暖、製冷與空調工程師學會）的標準，且綜合耗能與美國標準相比降低18.55%，值得一提的是，耗能的電腦模擬在項目全程中得到應用以優化並監測耗能表現。



GCIP的節能策略主要有：



在園區的日常營運中，

NU SKIN 如新通過一系列管理制度和Go Green相關的行動，

來鼓勵大家從點滴做起，共創美好自然。



Go Green的節能降耗理念也深深地貫徹在 NU SKIN 如新的生產活動中。位於奉賢和湖州的工廠，均參照當地的政府提出指標要求，通過設定耗能目標，每月考察耗能情況，對比同期同產，制定出未來的用電計劃和節電方式。具體措施有：

NU SKIN 如新生產環節的節能措施

餘熱回收器

兩座工廠均已安裝餘熱回收器，通過用水循環加熱達到節能的目的。僅湖州工廠每年可少使用柴油9噸，少二氧化碳排放24噸。

LED燈換裝

兩作工廠均已展開更換LED燈工作，以降低能耗。湖州工廠在完成換裝後，2016年3月—12月期，共節約電費20,000元。

技術改造

兩座工廠正在進行技改：

- 湖州工廠循環水冷卻風機將由人工控制改為溫度自動開關，每年將降低能耗成本約20,000元。
- 奉賢工廠將通過時間繼電器，使風機週期性開放，預計每年將省電14,000千瓦時。

2016年，由於我們生產經營業績的提升，NU SKIN 如新的能源消耗總量有所提升，但每萬元產值的平均耗能卻大為降低，由2015年的0.43千兆焦耳/萬元減少到2016年的0.17千兆焦耳/萬元，由外購電力消耗產生的每萬元產值溫室氣體排放量（範疇二）由2015年的0.084噸/萬元減少到2016年的0.034噸/萬元，下降幅度均接近60%。可見我們的能源使用效率得到了有效的提升。

電力消耗總量（千瓦時）



注：數據包括GCIP、奉賢工廠、湖州工廠

柴油消耗總量（公升）



注：數據包括GCIP

能源消耗總額（千兆焦耳）



注：數據包括GCIP、奉賢工廠、湖州工廠

萬元產值總能耗（千兆焦耳/萬元）



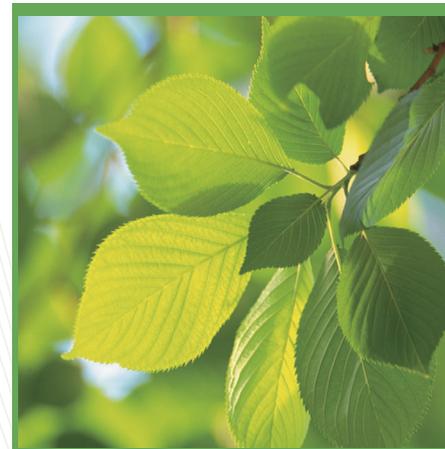
注：數據包括GCIP、奉賢工廠、湖州工廠

守護自然

減少排放

NU SKIN 如新一直以來都在孜孜不倦地追求生產流程的優化，降低生產過程中的排放，用積極的行動實踐共建美好環境的社會責任。

我們的生產活動產生的污染物主要為廢水和固體廢物。針對固體廢棄物，我們嚴格將危險廢物與非危險廢物進行分類存放和處置。我們製作了危廢清單，所有的危險廢棄物都交由有資格的單位進行統一處理。NU SKIN 如新在所有護膚品及保健品生產基地均建有專門的廢水處理設施，污水處理系統採取「物化+生化」法為主的工藝處理生產廢水。在經過處理和檢測後，所有廢水將按國家相關標準統一納管排放。



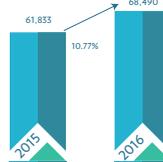
憑藉先進完善的清潔生產管理體系，湖州工廠於2013年1月獲得浙江省經濟和信息化委員會以及浙江省環境保護廳的認證，還榮獲由浙江省經濟和信息化委員會以及浙江省環境保護廳共同授予的「2015年度浙江省綠色企業（清潔生產先進企業）」稱號。

在綠色生產的實踐過程中，NU SKIN 如新也對現有的生產設備和生產方法進行了一系列持續的改進，在點滴的進步中優化我們的環境。湖州工廠於2016年8月進行了污水站活性污泥壓濾進泥方式改進。在此之前，我們已將生產用氨水循環再用，每年可節省氨水購買費用約人民幣130,000元。同時我們還減少了含氮廢水排放量1,000噸，減少廢水排放量1,500噸，年節省人民幣約140,000元。

2016年因為生產量的提升，使得廢水排放量有所增長。但我們通過一系列技術升級和資源管理措施，使排放的污水中COD量大幅下降，進而提高水質。



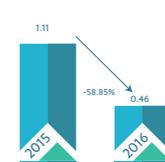
廢水排放量 (噸)



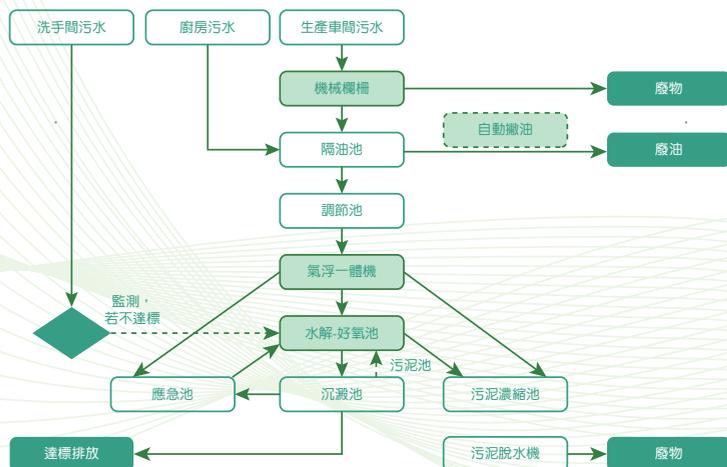
COD減排量 (噸)



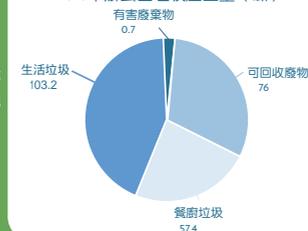
萬元產值廢水排放量 (噸)



注：以上三圖數據包括GCIIP、奉賢工廠及湖州工廠



2016年辦公區垃圾產生量 (噸)



我們的生產與辦公廢棄物歷年來均100%合規回收，同樣因本年內產量提升、經營活動增加，工業和辦公區廢棄物產生量也較上一年有所增加。為此，我們通過在工廠改進生產設備，提升加工工藝，在辦公區採取節約資源等綠色措施以減少垃圾產生，力求降低廢棄物產生量。



協力·團隊



是員工，
更是家人

工廠職工張師傅在 NU SKIN 如新的工廠工作多年，在他心目中，NU SKIN 如新已經不僅僅是自己的工作單位，也是自己的家。

談及在如新多年的職業歷程，張師傅說：「在來如新之前，我在七八個工廠待過，可是都做不長。有的工廠從不考慮工時長短，我們常常要在生產線連續工作十幾個小時，身體實在捱不住；還有些廠偷工減料，我們都看在眼裡……直到後來來了如新。」

在如新的工廠，張師傅才發現，原來工廠的安全教育和安全設施可以如此完善，對工人的關心可以如此無微不至：勞保手套、耳塞、防護衣物一一齊全，還按時讓工人休息。「既然如新對我們這麼好，我當然要盡心盡力、盡職盡責地完成每項工作！」



如新娃娃：
我剛剛看到園區有大草地，有咖啡角，有卡拉ok，有健身房……實在太棒了！可這兒不是辦公樓嗎？

人力資源部門：

每個如新人不僅是我們的員工，更是我們的家人。我們希望他們能快樂地工作、生活，勞累時可以休息放鬆，有想法時可以交流討論。所以我們竭力為我們的團隊提供舒適、開放的環境，讓每個人都樂在其中。



關鍵績效

截止至2016年底，
NU SKIN 如新的行政員工規模達1,670人，

NU SKIN 如新全年付出5,400,000元的員工培訓費用，

培訓總時長達29,200小時，
員工平均受訓時數19小時。





團隊管理

人才是如新的優勢與核心。
我們吸引誠實正直的人才加入；
我們秉持「弘揚善心」的理念培養人才；
我們幫助奮進的如新人發展領導能力；
我們攜手每個成員，向世界散播善與愛。

招募人才



培訓人才



發展人才



我們的目標



NU SKIN 如新是一個多元化的大家庭，

我們有**1,670**名家人，

來自**兩岸三地**多個城市，

少數民族**45**名，

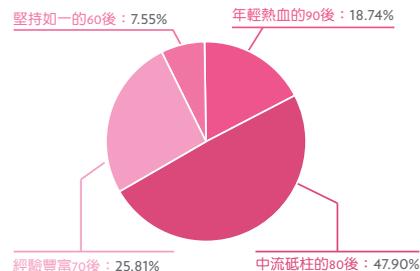
外籍員工**15**名，

從年輕熱血的**90**後，到成熟穩重的**60**後，

都始終充滿熱情，胸懷助人之心。

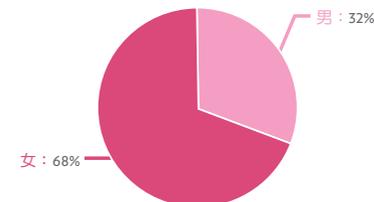
我們是一個年輕而有活力的團隊，

80後、90後成員佔比達**67%**；



如新大中華團隊年齡分佈

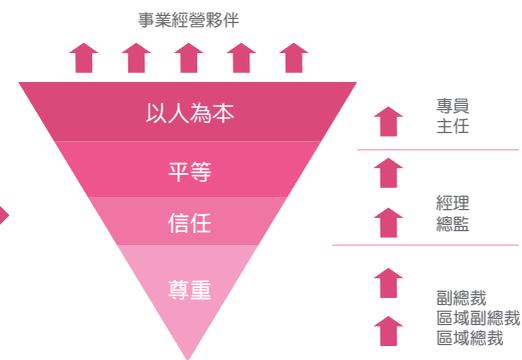
我們是一個尊重女性、呵護女性的團隊，
女性員工佔比達**68%**，是團隊中不可或缺的力量；



如新大中華團隊性別分佈

我們是一個溫馨平等的團隊，沒有繁複的階層，有的是團結一心的和諧。NU SKIN 如新通過「自上而下」的「倒三角」的組織架構，倡導以人為本、平等、信任以及尊重的理念。我們的人才戰略是希望透過組織的發展，來幫助所有的員工在如新能夠獲得成功，並通過職業上的成功，改善、提升員工家庭的生活品質。

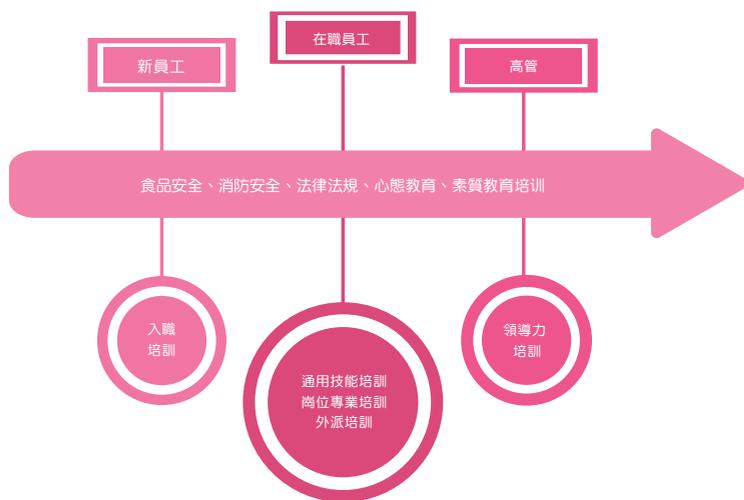
NU SKIN 如新創新的
「倒三角」組織理念



領航人、領導人——支持者

團隊發展

我們為員工提供廣闊的發展平台，在幫助一個個發奮上進的如新人實現事業夢想，凝聚、傳遞「善的力量」。我們向員工提供高品質的教育資源，從剛剛入職的職場新人，到經驗豐富的管理高層，我們的全體家人在學習、奮鬥的路上都未曾止步。



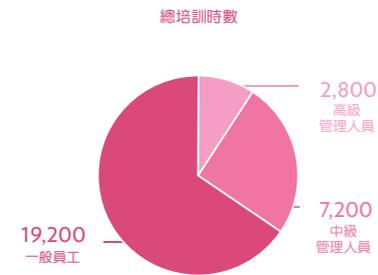
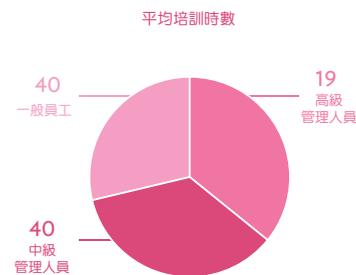
為了創造更加精益求精的 NU SKIN 如新團隊，2016年我們全面升級了 NU SKIN 如新的人才培訓體系：

培訓費投入為**5,400,000**元，比2015年增加**59%**

參與培訓人次為**700**人次，比2015年人次增加**105%**

總培訓時為**29,200**小時，比2015年增加**98%**

人均培訓是數為**32**小時，比2015年增加**100%**



團隊關愛

每個員工都是我們大家庭的一員，我們關心 NU SKIN 如新人生活的點點滴滴，從最細微的小事入手，賦予最真誠的關懷，讓每個 NU SKIN 如新人快樂工作、健康生活，幫助員工預見更好的自己。



在GCIIP，除了設施齊備的健身房，還有动感單車、舞蹈室、乒乓球桌、投籃機……你選哪個呢？

-  與專業諮詢機構合作，每年 2-3 次心理諮詢
-  為女性員工提供女性健康及家庭生活講座
-  女性員工一年 2-3 次「帶小孩上班」的福利
-  設施完善的健身房，幫助員工打造強健體魄

我們心懷著綠色生活的關懷理念，鼓勵每個 NU SKIN 如新人節能環保，並力所能及為大家提供便利。

-  配備電動充電樁，為駕駛電動車上班的員工提供方便
-  配備專用浴室，騎行上班的員工再也不怕大汗淋漓
-  37 條班車接送專線，覆蓋市區主要地鐵站

-  為每一個如新人購買員工保險，進行員工體檢
-  工廠均獲得 OHSAS18001 職業健康安全管理体系認證
-  工人師傅適時休息，崗位輪換，各種勞保用品必不可少
-  倉庫定時對員工進行安全教育，採取眾多日常安全措施

我們用心守護每個如新人的安全，無論是總部園區、工廠或是倉庫，一絲不苟的安全管理是我們最基本的要求。

在 2016 年，我們實現了 0 事故的安全目標：
工傷人數為 0，
工傷事故率為 0，
損失工作日數為 0，
因工死亡事故人數為 0。



如新小課堂：倉庫安全措施有多少？

安全教育 + 日常安全項 = 倉庫安全

倉庫安全 SOP 更新修訂
與現場學習
邀請消防隊到倉庫指導
進行火警安全演習

配置庫區安全標識，逃生路線圖，
劃分具體功能區
防火、叉車等設備定期維護
配備安全人員
嚴格要求進倉進行安全裝備穿戴
配備防暑降溫設施
為三方人員提供休息室
配備緊急藥箱與水等能力補充品





攜手·夥伴



從加入 NU SKIN 如新開始
開啟全新的人生價值之旅

NU SKIN 如新的事業經營夥伴當中，很多人都有著極為豐富的人生經歷，但從他們加入 NU SKIN 如新的那一刻開始，新的人生便在他們面前開啟。

他們有的已經具備很高的學歷，但 NU SKIN 如新的事業讓他們發現更加廣闊的學習領域。

他們有的當過兵，做過各種生意，在社會上摸爬打滾多年，漂泊於五湖四海，但 NU SKIN 如新讓他們找到一項真正值得堅持終身的事業。他們有的做過非常成功的職業經理人，甚至自己當過老闆，但 NU SKIN 讓他們發現新的目標，並不斷自我超越。

很多事業經營夥伴告訴我們，自從加入如新，就未曾將直銷單純地視為一個可以賺錢的生存工具，而是將其視為實現人生價值的途徑。這使得他們在遇到事業低潮期時，也能以不變的信念，從容堅定地面對挫折；在取得成績時，他們也不得意忘形，而是繼續頑強進取。

在事業經營夥伴們心目中，生命，就是要不斷成長才有意義。



如新娃娃：
我們如新的大家庭太溫暖了！那我們還有哪些好朋友呢？

外事部門：
在如新前進的路上，我們有很多夥伴相伴，跟我們一起成長，傳播「善的力量」。我們有遍佈兩岸三地的事業經營夥伴，一同實現事業夢想；我們嚴格選擇綠色供應商，和我們一同守護綠色供應鏈；我們與眾多公益夥伴形成緊密的關係，一起推動善的力量；我們在奉賢區攜手社區夥伴，建設更美社區。

關鍵績效

截止至2016年12月，
我們有**1,292**名供應商夥伴，
中國大陸當地供應商採購支出比例達**85.96%**；

我們與超過**20**個公益夥伴形成緊密的關係，
包括基金會、NGO、慈善組織、醫院等；

我們紮根奉賢區**16**年，攜手社區夥伴傳播善的力量。



事業經營夥伴

除了 NU SKIN 如新大家庭，我們還有一支尤其重要的事業經營夥伴團隊。我們致力於對遍佈兩岸三地的事業經營夥伴提供最佳的發展平台與高質的教育資源，我們給予廣闊的成長空間和完善的支持與保障，幫助更多的追夢者實現人生夢想，預見更好的自己。

事業經營夥伴留言牆

很多人都不缺錢，但內心真正的幸福感卻很低，所以我真的希望透過如新這個平台，帶給大家這種真正的幸福感，而我此時此刻正在享受這種感覺，非常非常的美妙。

永遠都要記得你的「為什麼」，當你的夢想越大時，所有的問題都會迎刃而解。

我覺得我的人生精彩，並不是因為我駕什麼車，拿了什麼名牌手袋，而是在這邊我們有機會改變好多人的人生，看到很多人的人生能一樣的精彩！而我自己也有機會跟一幫很有夢想、很有未來、很有上進心的人一起度過我的這一生。



順暢溝通，傾聽你我

2016年，我們針對事業經營夥伴展開了對 NU SKIN 如新服務滿意度的調查，調查結果顯示：



事業經營夥伴對「NU SKIN 如新要帶動 NU SKIN 如新集團成為全球創造最多微笑的企業」

願景的認同度：**4.88分**（滿分5分）

對「NU SKIN 是值得信賴品牌並能實現夢想的平台」的認同度：**4.86分**（滿分5分）

注：數據來自於2016年8月由北京特恩斯市場研究諮詢有限公司發佈的《NU SKIN 如新事業發展夥伴服務滿意度調查報告》

階梯培訓，伴你成長

我們建立層次分明的培訓體系，幫助事業經營夥伴一步步成長。



堅持信念，商德可貴

我們設立如新德儀約章，發佈商德培育素材，督促事業經營夥伴合法合規經營，堅持信念，進德修業。

自2014年4月起，NU SKIN 如新為事業經營夥伴展開 NU SKIN 如新商德認證班。開班以來，得到了全國事業經營夥伴的熱烈響應和積極參與。認證班分為起步班、進階班以及領袖班三個階段，所有課程由文化、產品、事業三個版塊組成。通過學習，事業經營夥伴能全方位瞭解公司充實積極的優良文化、不斷創新的優質產品以及報酬優厚的事業機會，為如新事業合法合規、健康、長久、可持續的發展助力。當完成整個課程的學習並通過考試後，事業經營夥伴將獲得商德認證，此認證將影響晉升、表彰、獎勵旅遊以及季度評估的考核。





尊榮獎勵，鼓舞人心

我們構建鼓舞人心的獎勵機制，以嘉獎不辭辛勞、成績斐然的事業經營夥伴。

創星學院
讓事業經營夥伴
學習更多知識，
聚集更多正能量。

創星登峰遊
享受如新精心打造的夢幻旅程，
留下珍貴記憶。

寰宇之旅
精英匯聚出謀劃策，
為 NU SKIN 如新的發展
提出寶貴建議。



創星登峰遊：在 NU SKIN 如新2016悉尼之旅中，4000名夥伴齊聚悉尼歌劇院，完成4000人世紀大合照

我們的事業經營夥伴對 NU SKIN 如新給予了極大的肯定：

- 與 NU SKIN 如新的合作滿意度達到**94%**；
- 對 NU SKIN 如新的認可和信任程度評分達**91分**；
- 94%**的夥伴表示將與 NU SKIN 如新繼續合作。

注：數據來自於2016年8月由北京特恩斯市場研究諮詢有限公司發佈的《NU SKIN 如新事業發展夥伴服務滿意度調查報告》

商業夥伴

優質產品，始於綠色

NU SKIN 如新一直堅持與綠色供應商合作，共同推進綠色生產，打造綠色供應鏈。目前，我們的供應商中已經90%的供應商夥伴承諾：遵循道德採購原則，在採購實踐中履行社會及環境責任。

在選擇夥伴的過程中，我們十分注重供應商的社會責任表現，要求並督促供應商做好勞工合規、環保節能等工作。

2016年，中國大陸當地供應商採購支出比例達85.96%。

合作前考察：

是否合法合規履行環境和社會責任：

- 保護環境
- 合規排放
- 提供員工福利
- 購買員工保險



合作後關注：

從合作的角度而非強制和命令的方式：

- 鼓勵在管理過程中制定環境和社會績效標準
- 推動績效評估進度

為了保證綠色生產，我們對供應商夥伴的篩選毫不含糊。但只要你能通過這些考驗，我們必將與您攜手共進，創建綠色未來。



綠色建築，用心建造

如果您細心留意，便會注意到GCIP處處體現可持續發展理念，環保綠意滿滿。我們得以在這個榮獲LEED綠色建築認證的家工作、生活，要感謝的是我們最優秀的建築設計團隊，最出色的服務供應商。

NU SKIN 是一個很負責任的公司，對每種建設材料的使用都有嚴格的標準，對每項規章制度都要求我們認真遵守。建設總部園區的數據中心時，他們提出按照國家二類機房(最高為一類)標準並參照北美通信標準設計建造，裝修以環保、節能、安全為主，牆壁、門窗都需要是防輻射材質，防火性能必須達到A級，靜音指數需達到在機房外聽不到機房內設備的運行噪音。我們很高興也很榮幸能跟如此嚴謹、負責的客戶合作，一起建造最環保的建築。

—GCIP建築設計團隊

公益夥伴

我們一直將凝聚「善的力量」作為 NU SKIN 如新使命宣言的核心。漫漫公益路上，我們與許多公益夥伴結成了長久、穩定、共同進步的合作關係，一路相伴，一起傳播「善的力量」。

「受飢兒滋養計劃」合作夥伴



長期以來，我們與 NU SKIN 如新保持著穩定、愉快的合作。2010年起，每年我們都會聯合 NU SKIN 如新和世界兒童基金會，推動大中華區域的「受飢兒滋養計劃」；2014年開始我們聯手展開了「集善如新創星計劃」，支持殘疾人自主創業；在 NU SKIN 如新捐贈1000萬的資金支持下，我們已完成了5部電影的拍攝，極大推動了中國殘疾人福利基金會宣傳殘捐事業。

—— 中國殘疾人福利基金會
項目一部項目主管 林尚



NU SKIN 如新集團2002年發起了「受飢兒滋養計劃」。在該計劃中，NU SKIN 如新集團凝聚遍佈全球的事業經營夥伴、顧客及員工的力量，透過持續性的營養餐捐助，以滋養全球飢餓及營養不良的兒童，並拯救他們的生命。NU SKIN 如新的事業經營夥伴、顧客及員工可購買營養餐然後選擇自用或捐贈。NU SKIN 如新鼓勵將營養餐捐贈給第三方非營利性機構，由它們將營養餐分發給正在遭受飢餓及營養不良的兒童。

從2004年起，我們相繼攜手中國扶貧基金會、中國兒童少年基金會、中國殘疾人福利基金會、世界兒童基金會，在中國推廣「受飢兒滋養計劃」，已經為中國29個省份地區，超過56萬名貧困兒童送上營養餐。



中國扶貧基金會

5.12小額信貸基金項目

我們與中國扶貧基金會合作，在汶川大地震之後成立「5.12小額信貸基金」項目，致力於為受災居民及其他貧困人民提供援助，重建家園。

2014年起，NU SKIN 如新集團通過中國扶貧基金會向蜜兒餐受益學校捐贈「愛心廚房」設備，結合營養知識宣教，打造全方位的「受飢兒滋養計劃」。截至2016年12月，NU SKIN 如新集團已捐贈愛心廚房47套，受益兒童超過9,300人。



中國兒童少年基金會

孤兒保險

2010年-2016年，我們與中國兒童少年基金會合作，通過「孤兒保障大行動」為孤兒孩童送去疾病公益保險，幫助他們健康成長。



中國殘疾人福利基金會

集善如新創星計劃

自2014年起，NU SKIN 如新集團十年內每年向中國殘疾人福利基金會捐贈100萬元人民幣，共計1000萬元人民幣，成立「集善如新創星計劃」，用於支持中國大陸地區殘疾人創業，激發殘疾人創業積極性，為殘疾人創業提供啟動資金，摸索並建立起針對殘疾人自主創業就業的幫扶體系。自2014年成立以來，「集善如新創星計劃」已經先後在陝西、甘肅、福建、青海、湖北5省落地，幫助了殘疾人項目20個。



鮮魚行學校

未來棟樑

我們與鮮魚行學校合作，舉辦「摘星獎勵計劃」，更在校外多次舉辦義工服務，支援貧困家庭兒童的身心需要。



對話體驗

實現夢想

我們與黑暗中對話攜手舉辦「超能英雄夢想計劃 2016」。為青少年實現理想，透過追夢預見更好的自己。

「NU SKIN 如新中華兒童心臟病基金」合作夥伴



中國青少年發展基金會



上海市慈善基金會



台灣心臟病兒童基金會
臺灣心臟病兒童基金會



CHILDREN'S HEART FOUNDATION
香港兒童心臟基金會

「NU SKIN 如新中華兒童心臟病基金」是由 NU SKIN 如新針對貧困先天性心臟病患兒所發起的慈善救助項目。目前，我們已攜手中國青少年發展基金會、上海市慈善基金會、復旦大學附屬兒科醫院、臺灣心臟病兒童基金會、台大醫院附屬兒童醫院和香港兒童心臟基金會等合作夥伴，立足臺灣、香港、上海、新疆、吉林、山東、廣東、雲南、黑龍江、廣西、陝西、河北，影響整個大中華區域。截止2016年底，「NU SKIN 如新中華兒童心臟病基金」已經救治5,716名病童。



「NU SKIN 如新中華兒童心臟病基金」項目開啟了中國青少年發展基金會服務青少年的新領域，NU SKIN 如新公司和員工的持續支持和參與，將為每一個受救助的生命及更多的貧困家庭帶來新夢想，心希望！

社區夥伴

NU SKIN 如新與上海市奉賢區結緣已久。2000年，NU SKIN 如新就在奉賢工業綜合開發區龍洋工廠登記註冊，2014年4月，在上海奉賢區落成，成為最早入駐奉賢美麗健康產業的拓荒者和創領者。

2016年，我們繼續致力於在社區傳播善的力量，通過與當地各部門形成良好互動，結成穩定的夥伴關係，來幫助社區居民預見更好的自己。



履行依法納稅責任

依法納稅、誠信納稅是企業最大的社會責任。NU SKIN 如新作為社會的成員，認真履行納稅責任。

	2016	2015
大陸地區（人民幣）	901,696,096	720,791,656
香港（港幣）	9,095,074	2,233,825
臺灣（新臺幣）	111,219,978	74,814,690

NU SKIN 如新榮獲2015年度奉賢區納稅財富100強企業第2名
NU SKIN 如新榮獲2016年度上海工業稅收排名第40名



普及消費者權益

2016年3月15日，NU SKIN 如新作為唯一企業代表，受邀參與奉賢區消保委現場「3.15國際消費者權益日」諮詢活動，為消費者答疑解惑。3月19日，NU SKIN 如新與奉賢區消保委、上海商學院等在文法學院模擬法庭共同舉辦「新消費，我做主--消費維權校園行」活動。12月14日，由上海市消費者權益保護委員會、上海社會科學研究所及上海商學院主辦的「新消費，我做主」第四屆消費維權論壇在如新GCIPI劇院舉辦。



上海中心 NU SKIN 如新全新品牌主張「預見更好的自己」

帶動產業發展

2016年5月，在奉賢區政府的支持下，NU SKIN 如新受邀參與發起東方美谷產業促進中心，幫助推進美麗健康產業的大發展。7月，我們又與東方美谷在上海中心塔冠簽訂深層次的戰略合作協議，雙方攜手促進奉賢區美麗健康產業的長遠發展。

我們要譜寫好「中國夢」的奉賢篇章，就要實現「奉賢強、奉賢美」。「東方美谷」是體現奉賢發展的強與美的最佳結合點。

——奉賢區委書記 莊木弟



與「東方美谷」的完美「聯姻」，不但是我們作為企業的進一步發展，也是我們為提升奉賢區美麗健康產業的競爭力和影響力所作的努力。作為紮根奉賢十多年的產業拓荒者和引領者，我們希望依託 NU SKIN 如新的全球影響力，進一步促進企業、政府和產業集群的資源整合並形成協同效果，實現優勢互補共生共榮，共同推動「東方美谷」，成就新一代世界時尚之都。

優化社區環境

社區就是我們的家。NU SKIN 如新投資80餘萬元，進行社區環境綠化、周邊道路修正，致力於優化社區自然環境。為了讓農村農民獲得更好的社區生存環境，我們向奉賢海港開發區民福村捐贈「如新號」拖拉機，改善農民的勞作條件及生活環境。



2016年6月11日，在民福村委書記董書記熱情洋溢的主持下，民福村的拖拉機捐助儀式圓滿完成，NU SKIN 如新的捐贈得到了民福村村民、工商奉賢分局江局、海港開發區施主任的讚賞。村民表示，將完成夏耕工作，將如新「善的理念」發揚光大。

NU SKIN 「善的力量，點亮星光」星光小學公益項目於2014年正式啟動，並建立了 NU SKIN 如新在上海奉浦社區的首個義工服務點。

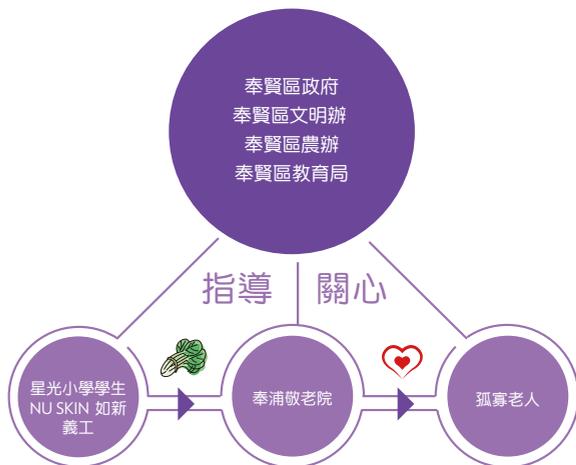
2016年11月11日，我們與結伴三年多的星光小學再次相遇，展開都市菜園，傳播「愛的種子，善的力量」。在孩子們耕種、採摘之後，在奉浦敬老院的協助下，將蔬菜送到了孤寡老人的手中，將 NU SKIN 如新善的文化理念傳遍上海奉賢。

2016年6月26日，東方美谷，風雨彩虹——「圓夢行動在賢城“愛心集市”」開市儀式在奉賢區行政服務中心舉行。NU SKIN 如新作為圓夢行動的一員，為實現一位老人與家人合影的夢想，由 NU SKIN 如新團隊義工克服重重困難，聯繫上老人長期在外的子女及其他親戚，最終助他圓夢。

影響周邊社區

教育兒童，關愛老人

NU SKIN 如新力爭用企業的理念影響和感染身邊人，以自身的文化喚起大家的尊重和認可，帶動大家建設美好社區。



2016年6月5日世界環境日，我們提出了「『衣』舊如新，預見更好的自己」的主題，攜手上海市奉賢區環保局及上海市工業綜合開發區，在全區範圍內收集舊衣，並捐贈予弱勢群體。

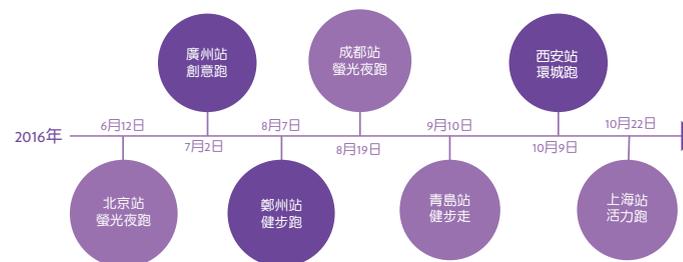
引領
健康中國



2016年是 NU SKIN 如新舉辦健康中國行的第三年
已有8萬餘人參與，跑過26座城
總計里程達到33萬公里



文化名城西安古城牆的漢唐魅力、青島嶗山區海岸線的沙灘海浪、上海陸家嘴的時尚奔放、廣州羊城創意園的夏日風情……此等美景有沒有吸引到你？北京和成都的熒光夜跑、廣州的創意跑、鄭州和青島的健步走、西安的環城跑、上海的活力跑，還覺得跑步枯燥無趣嗎？





准聚善力



蜜兒餐
滋養小若雅

從小到大，安若雅的家庭一直在貧困線上掙扎。父母辛苦勞作，收入微薄，若雅不得不跟著年邁體弱的爺爺奶奶一起生活，在常年營養不良的條件下慢慢長大。漸漸地，跟同齡人相比，若雅顯得身材矮小，面黃肌瘦，學業成績也跟不上同齡人。家人看在眼裡，急在心裡，卻也無可奈何。

2016年，蜜兒餐來到了陽光小學，若雅和其他同學得以嘗到營養豐富又美味的蜜兒餐。正在成長的若雅在食用蜜兒餐幾個月之後，氣色明顯改善，精神狀態好轉，身高也有所增長。更重要的是，豐富營養的餐食使若雅打起精神，努力學習，成績大有改善，各科考試接近滿分，還曾在整個贊皇縣考試中排名第一。這正是「受飢兒滋養計劃」的目標，幫助每個兒童補充營養，快樂成長，預見更好的自己。



如新娃娃：
剛剛我在GCIP的使命牆上看到一個標誌，那是什麼意思呢？

善的力量部門負責人：

那是 NU SKIN 使命「善的力量」的標誌。五個小朋友手拉手連成一個圈，代表我們將善的力量傳遞到世界各個角落。這個標誌生動地展現了「如新善的力量基金會」和 NU SKIN 如新的目標：讓世界上每天有更多的兒童因如新而開心歡笑。

我們希望將「善的力量」傳遞給世界，緩解、消除貧困兒童的不幸，保護脆弱的地球環境，提高人們的生活品質，創造一個更美好的世界。

關鍵績效

截至2016年底，我們在大中華區域的事業經營夥伴

購買並捐贈蜜兒餐超過**1億份**

中國貧困地區的蜜兒餐受捐數量超過**5,900份**

「NU SKIN 如新中華兒童心臟病基金」已成功在大中華區域
募集善款超過**8,100萬元**人民幣，共救治**5,716名**貧困先心病病童

「NU SKIN 如新5.12小額信貸基金」已持續發放貸款逾**4億元**
受益農戶逾**14,000戶**

如新小學已經培育**28,799名**學生，

義工團隊在大華區域已累積超**31,704人次**

幫助陪伴了**55,239位**受助人，貢獻義工時間**121,959.5小時**

關於善與愛

「善的力量」不僅是我們的責任，更是如新人的使命。我們吸引正直、善良、傑出的人才，鼓勵人們在互助、助人中發現樂趣。善的力量基金會自誕生起，已經在全球展開了數以百計的公益項目，資助範圍涵蓋健康、教育、經濟、災害救助四個領域。

我們每天起來的第一件事情，是要思考今天最起碼有一個人我們可以幫助，讓他的生活品質可以得到提升。

—— NU SKIN 如新集團創辦人羅百禮

基金理念及基金來源



傳遞善與愛

營養蜜兒餐，滋養受飢兒

你知道嗎？全世界有1/9的人口仍處於飢餓之中，6600萬學齡兒童遭受飢餓與營養不良，每年有超過310萬兒童因此而死亡。（注：數據來自聯合國發佈的報告《2015年世界糧食不安全狀況》）

2002年，身為八個小孩的父親，NU SKIN 如新集團創辦人羅百禮無法漠視兒童遭受因飢餓所帶來的生命威脅。於是，他決定發起「受飢兒滋養計劃」（Nourish the Children），通過凝聚遍布全球事業經營夥伴、顧客及員工的力量，透過持續性的蜜兒餐捐助，以滋養全球飢餓及營養不良的兒童，並拯救他們的生命。

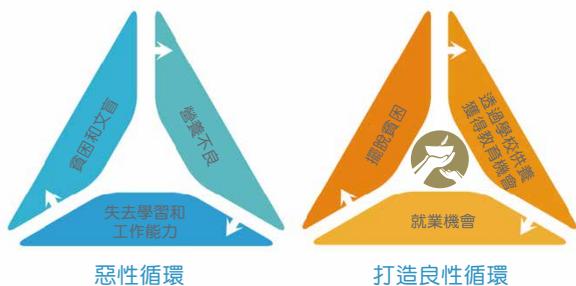
「受飢兒滋養計劃」的使命是為全球各地的悲慘生命注入希望與光芒！我有信心，此一計劃將改變飢餓及營養不良兒童的命運！我相信，「受飢兒滋養計劃」只是我們所做的5%，但卻體現了我們生命價值的95%！

—— NU SKIN 如新集團創辦人羅百禮



2016年9月，我們及中國扶貧基金會組織20多名夥伴參與蜜兒餐探訪之旅，前往貴州貧困地區，與孩子們進行親密互動，共同食用蜜兒餐，親身感受蜜兒餐為孩子們帶來的改變。

我們還為貴州省威寧縣營養不良的孩子們發放了9403份營養手冊，填補孩子們對營養知識的空白，讓孩子們可以在日常生活中注意營養均衡，促進健康茁壯成長。



「授人以漁」的救理念

我們結合教育與生產，旨在打破貧困地區的惡性循環，創造多贏局面。

我們研發並生產蜜兒餐；我們的事業經營夥伴、顧客、員工從 NU SKIN 如新購買蜜兒餐，並捐贈給專業的慈善機構；慈善機構再將蜜兒餐送到貧困地區的學校，而非直接送給當地家庭。我們希望通過蜜兒餐吸引貧困地區的兒童去學校接受教育，讓飢餓及營養不良兒童既吃得健康又學到知識，從而獲得自力更生的能力，改變貧困現狀。

贈予營養食物，打破貧困的惡性循環，是善的力量「授人以漁」理念的體現。



NU SKIN 如新

- 以創新的商業模式實踐 NU SKIN 如新善的力量和使命

飢餓兒童和社區

- 長期免費獲得營養豐富的飽肚食物，智力發展和健康更有保障
- 有機會接受教育，學習維生技能
- 蜜兒餐工廠為當地社區提供就業機會



NU SKIN 如新事業經營夥伴

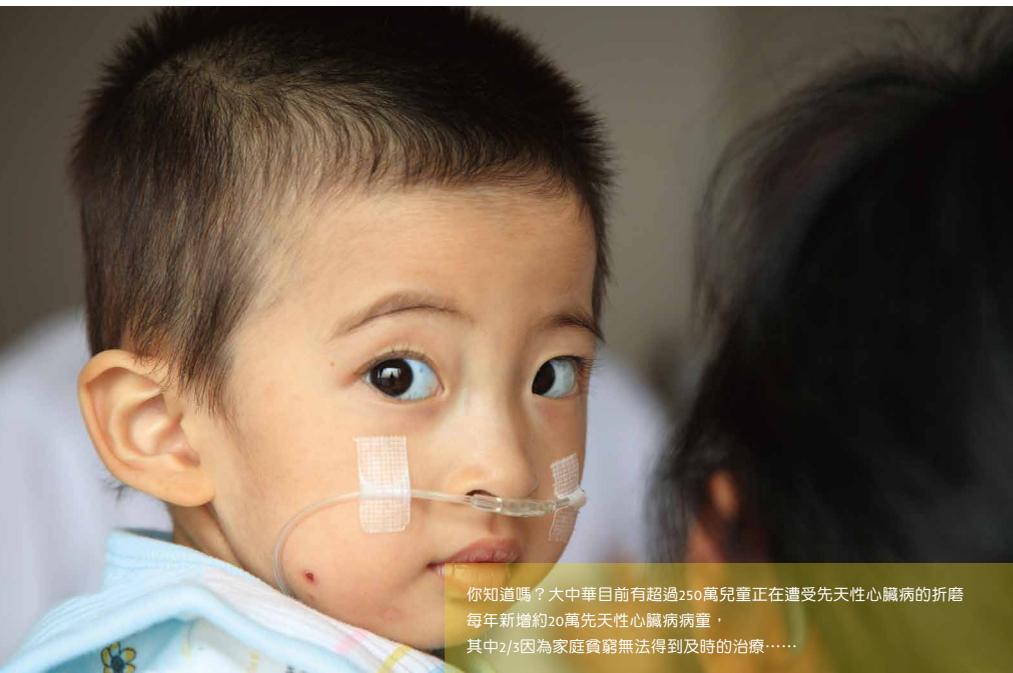
- 通過購買並捐贈蜜兒餐，傳遞善的力量，帶動更多人參與

慈善機構

- 無需付費購買，把資源集中於慈善項目
- 擁有長期捐助客戶，有效管理其慈善項目

▲ 打造四贏局面

設立愛心基金，挽救先心病小孩



你知道嗎？大中華目前有超過250萬兒童正在遭受先天性心臟病的折磨
每年新增約20萬先天性心臟病病童，
其中2/3因為家庭貧窮無法得到及時的治療……

「NU SKIN 如新中華兒童心臟病基金」是由 NU SKIN 如新針對貧困先天性心臟病病童所發起的慈善救助項目。
自2008年起，我們攜手多個合作夥伴，立足臺灣、香港、上海、新疆、吉林、山東、廣東、雲南、黑龍江、廣西、陝西、河北等地，挽救分佈於整個大中華地區的先心病小孩們。

從2009年每三天讓**1**名病童獲得如新的生命，
進步到2012年每一天讓**1**名病童獲得如新的生命，
再到2013年每天讓**3**名病童獲得如新的生命，
我們已經累計幫助**5,716**名先心病病童進行手術，獲得如新的生命

如新小課堂： 資金從哪兒來， 到哪裡去？



完整的救助鏈條



2016年

- 5月 ● “「NU SKIN 如新中華兒童心臟病基金」全國新生兒先心病協作網交流培訓研討會議及專科醫生培訓項目” 2016 年度會議舉辦，通過與復旦大學附屬兒科醫院的合作，對全國**40**多家的醫院進行相關培訓指導，不斷提高先心病的防治水平
- 6月 ● 我們資助復旦大學附屬兒科醫院的先心病篩查項目取得重大進展，將常規先心病篩查有效指標從**七項**減少到**兩項**，並發表在世界權威醫學雜誌《柳葉刀》上，最終推動上海市政府通過將新生兒先心病篩查納入到常規篩查項目的建議，今後所有上海市新生兒都將進行先心病常規篩查
- 我們開啟在陝西省的慈善救助，未來十年內將向陝西青少年發展基金會捐贈善款人民幣**1,000**萬元，攜手中國青少年發展基金會、陝西青少年發展基金會、第四軍醫大學西京醫院，共同幫助當地貧困先心病病童及時接受手術治療，幫助更多病童獲得如新的生命。對於6-18周歲受該項目資助的病童，陝西省青基會通過社會化動員另行籌集資金，形成**救病助學一體化**
- 7月 ● 如新中華兒童心臟病基金2016年度理事全會在代表中國高度的上海中心舉辦，相關合作機構代表、媒體及200多位基金理事出席會議，分享項目新高度，探討項目新未來
- 8月 ● 「NU SKIN 如新中華兒童心臟病基金」榮獲陝西省青少年公益項目大獎金獎以及希望工程貢獻獎
- 9月 ● 我們開啟在河北省的慈善救助，未來十年內將向河北青少年發展基金會捐贈善款人民幣**500**萬元，攜手中國青少年發展基金會、河北青少年發展基金會、河北省兒童醫院，共同幫助當地貧困先心病病童及時接受手術治療
- 12月 ● 「NU SKIN 如新中華兒童心臟病基金」2016全年累計共救助貧窮先心病病童達**1,257**名



改寫子超命運的天使

7個月大的子超，在旁人看來與普通嬰兒並無差異，圓嘟嘟的小臉蛋、笑起來小眼睛眯成一條線的模樣十分討人喜愛，然而他卻是一個先天性心臟病小孩，因為受疾病折磨，常常疼到哭啼不止。靠種田為生的家庭本已拮据不已，加上子超的父親在孩子出生前出了車禍，子超媽媽獨木難支，常常只能落淚歎息。

就在全家人決定要放棄的時候，小子超得到了「NU SKIN 如新中華兒童心臟病基金」的愛心救助，成為項目在河北救治的首位受助者。在 NU SKIN 的幫助下，子超順利完成了手術。2016年，子超和媽媽還一起參加了「NU SKIN 如新中華兒童心臟病基金」慈善救治項目河北落地儀式。看著康復中的子超和 NU SKIN 樂善匯義工的快樂互動，子超的媽媽頻頻抹淚，感謝 NU SKIN 如新讓孩子和她都有機會預見更好的自己。



甯澤濤擔任青春公益大使

2016年，「亞洲飛魚」寧澤濤正式受邀成為「NU SKIN 如新中華兒童心臟病基金青春公益大使」，攜手如新及公益組織，帶動全社會對先天性心臟病重群體的關注與關愛，幫助他們獲得新生命。2016年10月，寧澤濤走進復旦大學附屬兒科醫院，看望病房裡的孩子們，瞭解他們的身體情況，寄予最大的祝福。他承諾將發揮自己作為 NU SKIN 如新青春大使的影響力，帶動更多年輕人關注貧困兒童的健康問題。

共襄「善」舉，讓兒童重獲「心」生

香港雖然擁有完善的醫療管理系統，但事實上不是每個家庭都有能力支付心瓣手術的費用。如新善的力量基金會香港分會配合香港兒童心臟基金會的需要，每年資助定額先天性心臟病兒童的手術費用，捐贈接近港幣170,000給有需要兒童更換心臟，幫助更多先天性心臟病童重獲「心」生，預見更好的自己。如新遷於銅鑼灣如新生活體驗館及旺角分銷中心設置善款收集箱，更透過各項義工活動，如一年一度的慈善步行及運動日，籌款幫助患先天性心臟病的兒童及其家人。

由2005年至今，公司已捐出逾港幣1,000萬予香港兒童心臟基金會，以資助患先天性心臟病的兒童進行手術。而參與義工活動人數更累積超過10,000人，可見我們一直不遺餘力支持慈善活動。活動除了可以籌款並幫助有需要的先天性心臟病兒童外，更可以讓義工體驗齊心協力幫助別人的熱心，發揮善的力量，感染其他人。從往年的活動可見如新樂善滙義工隊熱心公益，對慈善活動一向都是一呼百應，義不容辭，使活動得以持續發展。



「預見更好的」孩子

如新善的力量基金會香港分會贊助兒童心臟基金會的心律失常性猝死症候群(SADS)基因測試。醫療研究人員透過測試評估患先天性心臟病的患者及其家人是否與基因遺傳有關，資料庫的內容會經數碼化統計方式，應用在診斷與治療，以預測尚未發生疾病的風險，及避免患者的突然死亡。

在2016年，基金會贊助了近50位患者及家庭進行基因測試，我們期望每年可增加測試數目以擴大資料庫的數據以進行分析，從而有效提高對先心病病童救助的診斷和治療的研究工作。



全面支援「愛心之家」

「愛心之家」是兒童心臟基金會為病童及其家人而設的臨時宿舍，透過在醫院附近提供臨時宿舍及配套服務，使病童家長能更方便地照顧患病孩子。有見及此，如新善的力量基金會香港分會於2014年起為「愛心之家」提供資助及支援，更發放超過港幣20萬元的日常生活用品如洗髮水、洗手液、以及營養補充品供病童父母使用，同時亦展開義工活動，為病童家庭帶來溫暖和關懷。每年撥出超過港幣40萬元作為兒童心臟基金會「愛心之家」的營運經費，「愛心之家」於2016年曾接待幫助1,228個兒心病童及其家人。



溫馨樂善匯 匯聚樂善心

你知道嗎？

NU SKIN 如新有個義工的大家庭，

為 NU SKIN 如新的家人和事業經營夥伴提供實踐、傳遞善的力量平台。



2016年，我們共計7,641位義工累計貢獻了26,039小時，服務9,045位受助者，其中包括長者、多元人才及有關需要的小孩。

截止2016年底，樂善匯大中華地區已累計超31,704人次義工幫助陪伴了55,239位受助人，貢獻服務時間121,959.5小時。



新生農場保育新體驗

2016年3月23日，23名如新樂善匯義工隊成員，陪同130位來自鮮魚行學校的小三及小四學生及其家長，到位於香港屯門的新生農場體驗生態保育之旅。義工帶領同學們分成20小組分別進行綠色體驗工作坊，由康復者擔任的導賞員，沿途為他們介紹及講解有機種植及環保知識。雖然過程中下著大雨，但是學生仍然表現得非常興奮雀躍。義工和同學們更須合力完成指定任務，發揮創意利用環保物料設計上衣及製作「環保小花盆」和「有機香草肥皂」。最後他們便一同品嚐特色健康午餐。不只學生，還有家長及義工在活動後也增加對大自然的保育意識，共建更美好的生活，預見更美好的自己！

如新小學，圓貧困學子之夢

你知道嗎？目前，全國有635個貧困縣，超過1400萬農村孩子面臨就學問題。如何讓孩子們擺脫貧困的阻礙，得到接受教育的機會，已經成為一個迫在眉睫的問題。



如新小學「愛的回訪」



截至2016年2日，我們在全國投資了24所如新小學，每所學校投入資金約30萬元，幫助學校建設教學樓與宿舍，改善教學條件，並持續組織一年2次的義工回訪活動。已幫助近24,000名貧困學子圓學習之夢。

吉林省豐滿區旺起鎮中心小學校	2011年9月	30萬	山西省呂梁市溫泉鄉龍子窰如新小學	2014年4月	35萬
黑龍江雞西市雞西小學	2007年10月	15萬	河北省石家莊市平山縣古月如新小學	2013年11月	30萬
黑龍江雞西市東風小學如新幼兒園	2007年10月	15萬	河北省邯鄲市涉縣馬布如新小學	2014年10月	32萬
重慶市渝北區王家鎮中心學校	2010年9月	30萬	四川省成都市都江堰市北街小學	2014年-2016年	180萬
陝西省寶雞市陳倉區新街鎮菜園村如新小學	2012年9月	30萬	青海省西寧市湟源縣寺寨鄉如新中心學校	2014年11月	30萬
湖南省長沙市岳麓區青山如新小學	2011年9月	30萬	安徽省阜陽市潁州區徐寨如新小學	2015年3月	30萬
浙江省杭州市淳安縣家鎮如新小學	2002年3月	30萬	遼寧省撫順市新賓縣水河如新學校	2015年5月	30萬
浙江省湖州市安吉縣遞鋪鎮如新小學	2004年2月	30萬	貴州黔南州惠水縣好花紅如新民族小學	2015年7月	30萬
江蘇省宿遷泗陽縣眾興鎮北京路如新小學	2005年4月	30萬	河南省南陽市厚樞盤如新完全小學	2016年5月	30萬
廣東省梅州市興甯縣刁坊鎮大橋新小學	2005年4月	30萬	天津濱河區齊家埠如新小學	2016年9月	30萬
江西省新余市渝水區姚圩鎮新宋如新小學	2006年12月	30萬	雲南省普洱市江城如新小學	2016年12月	30.4萬
湖北武漢市梅田如新完全小學	2013年8月	30萬			

散播善與愛

NU SKIN 如新一直致力於將善的力量滲透到各個細微的角落。我們留心每個需要幫助的邊緣群體，力所能及地探索、涉足新的援助領域。

「謝謝你們願意相信我」

張明沖連小學都沒念過，年輕時生活很艱唐。輾轉組成家庭，妻子很懂持家，將他轉變成誠實正直的人。地震發生後，原本有起色的生活全毀了，更因為年輕時的荒唐，他連一毛錢都借不到。看到 NU SKIN 如新的5.12小額信貸基金項目宣傳後很興奮，便嘗試著向基金借了一萬元。

張明沖沒想到真的如願了！「一輩子都沒有人會借錢給我，因為你們願意借給我，我才可以有機會重新再來。」原本張明沖計劃在一年之內還清款項。後來，只要一有錢，他就立刻去把他能還的部分都還了。最後，只用了六七個月就還完全部款項。

一萬元不僅讓張明沖可以重新再來，更重要的是重燃了他對人生的希望——「原來還是有人願意再相信我」。

為了幫助2008年5.12汶川大地震中的受災同胞，我們攜手中國扶貧基金會，成立了「NU SKIN 如新5.12小額信貸基金」，通過善款的循環滾動，幫助災民重建家園。截至2016年年底，中國扶貧基金會「NU SKIN 如新5.12小額信貸基金」已持續發放貸款逾4億元，受益農戶逾14,000戶。

NU SKIN 如新5.12小額信貸基金

集善如新創星計劃

2016年5月12日，「集善如新創星計劃」落地湖北武漢，最終黃銀華的「雲客服」項目獲得本次比賽的一等獎——15萬元創業啟動資金。

19歲那年，肢體殘疾的黃銀華隻身來到武漢。從路邊裁縫攤到連鎖書店老闆，再到創辦學校，20多年的創業歷程的艱辛難以言述。2009年，機緣巧合下，黃銀華的學校開始與阿裡巴巴合作，利用互聯網培訓幫助殘疾人就業，連續獲得各類獎項。集善如新創星計劃的肯定，也使黃銀華更有信心，為更多殘疾人圓就業夢。

為了響應國家的脫貧扶貧政策，實現精準扶貧，為了幫助有專項技能的殘疾人更好的創業，獲得新的生活，我們自2014年起，承諾十年內向中國殘疾人福利基金會捐贈1000萬元人民幣，以支持、帶動殘疾人創業。自成立以來，這項計劃已經先後在陝西、甘肅、福建、青海、湖北5省落地，幫扶殘疾人項目20個。2016年5月12日，我們又聯合中國殘疾人福利基金會、湖北省殘聯展開「湖北省「助殘圓夢」殘疾人創業新星爭鋒大賽」，將集善如新創星計劃落地湖北，無息貸款幫助三位殘疾人創業，帶動多位殘疾人就業。同時這筆無息貸款將持續滾動幫助湖北省更多的殘疾人創業就業。



為了提升大眾對罕見病的認知，我們聯手財團法人罕見疾病基金會，2016年我們在臺灣展開了2016馬凡氏症歌手——張瓊玉「向麻煩Say Yes!」新書認購暨生命教育巡迴講座，所認購的新書作為頒獎及贈予之用，一共有超過250人出席講座。我們還在線上發佈了2016罕見病公益影片，共計358, 373人次觀看；藉由2季度共5-8幅列車燈箱廣告、46-48面公車車體廣告、播放超過250檔罕見病廣告，我們進一步向公眾傳達罕見病的訊息，提升大家對罕見病患者的關懷。

罕見疾病宣傳暨病友活動計劃

「SuperHero」超能英雄夢想計劃 2016

2016年10月11日, 由 NU SKIN 如新全力支持的「SuperHero」夢想計劃2016正式啟動。此計劃旨在尋訪兒童、青少年及「多元人才」(People of Differences殘疾人士)的追夢故事, 合共收到超過1,370份的夢想計劃書, 最終從眾多年輕參加者中甄選出十位「追夢英雄」, 予以港幣一萬元的定額資助, 將其故事公開發表, 藉此鼓勵香港的兒童及青少年敢夢敢追, 活出真我, 預見更好的自己。

該活動已推廣至全港90間學校, 接觸超過4,520位年青人, 官方Facebook已有超過2,000位追隨者。

鮮魚行學校兒童及其他青少年支援工作

我們提供援助的對象主要是未來的社會棟樑。NU SKIN 如新與鮮魚行學校合作舉辦摘星獎勵計劃, 目的是透過多元化獎勵, 鼓勵學生自我完善。計劃由2014年開始策劃, 2015年正式起動。我們在每班設立了「進步之星」、「品德之星」、「中文閱讀至多星」以及「英文閱讀至多星」, 以鼓勵及嘉獎於該時段有進步、有良好品德及閱讀最多書的同學, 更特別以洗頭水、護髮素、沐浴露等日常用品作為鼓勵禮物。對於基層家庭而言, 以日常用品作為獎勵不但可幫忙緩解家庭需要, 更可讓同學感到能以自己的努力為家裡作一份貢獻。基金會會繼續以「授人以漁」的理念及實際的方式改善各個家庭的生活狀況, 並借此機會鼓勵同學們力爭上游, 努力學習。至今, 此計劃共鼓勵超過300名鮮魚行學校學生。

積極推動社會公益獲得認同

秉承「NU SKIN 如新善的力量基金會香港分會」的理念, NU SKIN 如新集團香港分公司一直不遺餘力參與慈善活動。於2016年, NU SKIN 如新已第11次榮獲香港社會服務聯會頒發「商界展關懷」標誌, 而 NU SKIN 如新中華兒童心臟病基金更榮獲2015年度國際企業大獎 (Stevie Award) 一年度企業社會責任計劃金獎, 及於兒童心臟基金會慈善步行2016活動中成為籌款金額最高機構勇奪「尊貴盃」, 更獲得社會福利署頒發的「2016年最高服務時數獎冠軍」及義務工作嘉許狀金獎。另外, 公司更榮獲由企業亞洲頒發2009亞洲企業社會責任獎中的社會公益獎, 表揚 NU SKIN 如新對社區所作出的貢獻。公司除了會繼續與相關機構訂定周詳計劃外, 亦正計劃與更多社會機構合作, 舉行更多義工活動, 以滿足全港有需要的小朋友。

企業實力

2016年	榮獲2016年度上海工業稅收排名第40名
2016年9月	榮獲質檢總局聯合中宣部、發改委、工信部等42個相關部門、行業協會等單位共同頒發的全國質量誠信標杆典型企業
2016年9月	憑藉 NU SKIN 如新大中華2015創星登峰榮獲「2016年度國際企業大獎 — 最佳表揚活動金獎」
2016年9月	榮獲「2016年度國際企業大獎 — 年度人力資源部銀獎」
2016年8月	榮獲上海市奉賢區人民政府頒發的2015年「財富100強企業」
2016年6月	榮獲Vmware頒發的2016移動商務創新大獎
2014年6月	榮獲「全國質量檢驗工作先進企業」證書
2014年1月	首度獲香港傑出企業公民獎——企業優異獎
2014年1月	獲得2013年度工業產值獎、2013年度畝均納稅獎、2013年度稅收總額獎
2013年11月	榮獲2013 Stevie Awards「年度健康產品與服務產業最佳企業銅獎」
2013年11月	榮獲2013 Stevie Awards「最佳管理團隊銅獎」
2013年11月	憑藉大中華區域大會榮獲2013 Stevie Awards「最佳商展銅獎」
2013年11月	榮獲2013 Stevie Awards「年度國際企業大獎——最受愛戴企業」
2013年11月	榮獲2013 Stevie Awards「年度國際企業大獎——十佳企業」
2013年11月	榮獲2013 Stevie Awards「成長最快速企業金獎」
2013年11月	榮獲2013 Stevie Awards「最具創新力企業金獎」
2013年7月	NU SKIN 如新榮獲2013《天下雜誌》金牌服務大賞「直銷業第一名」
2013年7月	NU SKIN 如新榮獲2013「中國最佳客戶服務獎」



外界·認可



我們在企業實力、品質品牌、慈善公益、社會責任等方面所作的努力均獲得了各方認可，榮獲國內外多個重大獎項。

品質品牌

2016年11月	憑藉ageLOC Me獲得2016年度「Top100嘉人美妝百大賞評選」之「美妝技術宅」大獎
2016年10月	憑藉ageLOC Me贏得 Happi 雜誌讀者推薦獎 - 年度抗老產品獎
2016年6月	憑藉如新華茂牌如沛礦物質膠囊，如新華茂牌如沛維生素膠囊，如新華茂牌如沛綠沛膠囊榮獲中國保健協會頒發的中國保健品公信力產品
2016年1月	憑藉ageLOC Me新智我獲得了2015年度「優良設計獎」(Good Design Award)。「優良設計獎」由芝加哥雅典娜建築與設計博物館和歐洲建築藝術與都市研究中心聯合頒發，是世界上最為悠久和廣受認可的卓越設計獎項之一
2015年12月	榮獲由《中國經營報》頒佈的「2015年度卓越表現獎·最佳品牌價值獎」
2015年11月	憑藉「星火燃夢，依如新生——2015年如新健康中國」榮獲「2015中國最佳國際品牌建設案例“金象獎”」
2014年11月	ageLOC活顏倍彈源液獲得「2014異想大會年度產品稱號」
2013年11月	憑藉Discovery頻道《人類基因解碼》榮獲2013 Stevie Awards「最佳品牌科技領域銀獎」

慈善公益

2016年12月	「NU SKIN 如新中華兒童心臟病基金」的青春大使甯澤濤獲得2016中國公益年會頒發的「2016年度中國公益人物」
2016年12月	榮獲2016中國公益年會頒發的「2016年度中國公益企業」
2016年10月	榮獲連續七次榮獲「中國慈善排行榜·十大慈善企業」稱號
2016年9月	第四次榮獲中華慈善獎，此前曾在2008年，2011年，2012年分別獲得「中華慈善獎之最具愛心外資企業」稱號，「中華慈善獎最具影響力慈善項目」獎項以及「中華慈善獎最具愛心捐贈企業」稱號
2016年8月	憑藉如新「中華兒童心臟病基金」榮獲2016年陝西省青少年公益項目大獎金獎
2016年3月	榮獲由中國扶貧基金會頒發的2015年度扶貧大使獎
2016年3月	憑藉「受飢兒滋養計劃」項目，NU SKIN 如新希望小學項目，NU SKIN 如新中華兒童心臟病基金項目榮獲由中國消費者報社頒發的消費者心目中最值得點贊的公益慈善項目
2016年12月	連續11年榮獲香港社會福利署頒發的義務工作嘉許金狀

2016年1月	獲得中國企業公益事業發展組織委員會頒發的2015年中國公益事業傑出成就勳章獎
2015年10月	憑藉「NU SKIN 如新中華兒童心臟病基金」榮獲「跨國企業在上海」最佳創新實踐案例Top 12
2015年4月	再度榮獲由中國殘疾人福利基金會頒發的「集善鑽石獎及集善貢獻獎」
2015年3月	連續第三次榮獲由中國扶貧基金會頒發的「年度突出貢獻獎」
2015年3月	連續第三次榮獲「中國兒童慈善獎——突出貢獻獎」
2014年3月	榮獲由中國扶貧基金會頒發的「2013年度突出貢獻獎」
2014年1月	「如新愛心義工隊」連續四年榮獲香港傑出企業公民獎——傑出義工隊優異獎
2014年1月	榮獲2013年度公益慈善獎
2013年	「NU SKIN 如新中華兒童心臟病基金」項目榮獲美國「社群奉獻獎(Communitas Awards)」之傑出慈善貢獻獎
2013年1月	榮獲「中國扶貧基金會2012年度突出貢獻獎」
2012年12月	榮獲中國殘疾人福利基金會「集善鑽石獎」
2012年12月	蜜兒餐項目在善播中國2012公益嘉年華系列活動榮獲「第二屆跨國企業社會責任十佳案例」和「第二屆跨國企業社會責任優秀案例」
2012年2月	「受飢兒滋養計劃」榮獲第四屆「中國公益新聞年會媒體關注公益品牌項目」
2011年1月	榮獲「2011跨 國公司企業社會責任(CSR)十佳案例獎」
2011年12月	榮獲「2011第一財經中國企業社會責任榜」「仁商貢獻獎」
2011年8月	「NU SKIN 如新中華兒童心臟病基金」項目榮獲「亞洲年度企業社會責任」榮譽大獎
2010年5月	榮獲中國殘疾人聯合會頒發的「白金愛心企業獎」

企業責任

2016年12月	連續5年獲得智聯招聘頒發的「中國年度最佳僱主100強」獎
2016年12月	連續2年獲得前程無憂頒發的「2016年中國典範僱主」獎
2016年12月	憑藉集善如新創星計劃獲得2016中國企業社會責任卓越獎
2016年12月	榮獲「2016年度中國社會責任傑出企業獎」
2016年11月	憑藉中華兒童心臟病基金會項目榮獲2016年中國食品企業社會責任「優秀案例獎」
2016年11月	榮獲2016年度中國食品企業社會責任百強企業稱號
2016年2月	第十次榮獲香港社會服務聯會頒發的「商界展關懷」標誌
2016年1月	榮獲由新華網、中央財經大學商學院聯合頒發的2015在華外資企業十佳企業公民
2015年12月	榮獲新華網和中國社科院經濟學部企業社會責任研究中心主辦頒發的2015年度中國社會責任年度傑出企業獎
2015年12月	榮獲由公益時報頒發的「中國企業社會責任卓越獎」
2015年10月	四度蟬聯「中國年度最佳僱主」
2012年12月	榮獲2012年第一財經·中國企業社會責任榜「傑出企業獎」
2012年12月	榮獲「2012上海年度最佳僱主」
2011年9月	榮獲「2011年卓越僱主——中國最適宜工作的公司」

附錄: 全球報告倡議組織 (GRI) G4內容索引

指標	標準披露項標題	索引	備註
戰略與分析			
G4-1	機構最高決策者就可持續發展與機構的相關性及機構可持續發展戰略的聲明	開啟發現之旅	
機構概況			
G4-3	機構名稱	關於本報告	
G4-4	主要品牌、產品和服務	我們的業務	
G4-5	機構總部的地址	我們的業務	
G4-6	機構在多少個國家營運，在哪些國家有主要業務，或哪些國家與報告所述的可持續發展主題特別相關	我們的業務	
G4-8	機構所服務的市場（包括地區細分、所服務的行業、客戶/受益者的類型）	我們的業務	
G4-9	機構規模，包括：員工人數；營運地點數量；淨銷售額；按債務和權益細分的總市值；所提供的產品或服務的數量	我們的業務	
G4-10	僱員統計數據	團隊管理	
G4-11	集體談判協議涵蓋的員工總數百分比	團隊管理	
G4-12	描述機構的供應鏈情況	商業夥伴	
G4-13	報告期內，機構規模、架構、所有權或供應鏈的重要變化		報告期內未有相關變化
G4-14	機構是否及如何按預警方針及原則行事	品質創新 品質保障	
G4-16	機構加入的協會（如行業協會）和國家或國際性倡議機構	外界認可	
確定的重大性方面和邊界			
G4-17	列出機構的合併財務報表或同等文件中包括的所有實體說明在合併財務報表或同等文件包括的任何實體中，是否有未納入可持續發展報告的實體	關於本報告	
G4-18	說明界定報告內容和方面邊界的過程及機構如何應用「界定報告內容的報告原則」	我們的CSR管理	
G4-19	列出在界定報告內容的過程中確定的所有重大性方面	我們的CSR管理	
G4-20	對於每個重大性方面，說明機構內方面的邊界	我們的CSR管理	
G4-21	對於每個重大性方面，說明機構範圍外方面的邊界	我們的CSR管理	
G4-22	說明重訂前期報告所載信息的影響，以及重訂的原因		不適用 此份為首份報告
G4-23	說明範圍、方面邊界與此前期報告期間的重大變動		不適用 此份為首份報告

利益相關方參與			
G4-24	機構的利益相關方列表	我們的CSR管理	
G4-25	就所選定的利益相關方，說明識別和選擇的根據	我們的CSR管理	
G4-26	利益相關方參與的方法，包括按不同的利益相關方類型及組別的參與頻率，並指明是否有任何參與是專為編制報告而進行	我們的CSR管理	
G4-27	利益相關方參與的過程中提出的關鍵主題及顧慮，以及機構回應的方式，包括以報告回應。說明提出了每個關鍵主題及顧慮的利益相關方組別	我們的CSR管理	
報告概況			
G4-28	所提供信息的報告期	關於本報告	
G4-29	上一份報告的日期（如有）		不適用 此份為首份報告
G4-30	報告週期	關於本報告	
G4-31	關於報告或報告內容的聯絡人	關於本報告	
G4-32	說明機構選擇的「符合」方案。針對所選方案的GRI內容索引	附錄GRI G4 內容索引	
G4-33	機構為報告尋求外部鑒證的政策和目前的做法		不適用
治理			
G4-34	機構的治理架構，包括最高治理機構下的各個委員會說明負責經濟、環境、社會影響決策的委員會	我們的CSR管理	
G4-37	利害關係人與最高治理機構在經濟、環境和社會議題上諮詢的流程	我們的CSR管理	
商業倫理與誠信			
G4-56	說明機構的價值觀、原則、標準和行為規範，如行為準則和道德準則	我們的品牌理念 我們的CSR管理	
經濟			
方面: 經濟效益			
G4-DMA	管理方法披露	我們的業務	
G4-EC1	機構產生和分配的直接經濟價值	我們的業務	
G4-EC9	在重要營運地點，向當地供應商採購支出的比例	商業夥伴	
方面: 物料			
G4-DMA	通用管理方法披露	品質保障	

方面: 能源			
G4-DMA	通用管理方法披露	尊重自然	
G4-EN3	機構內部的能源消耗量	尊重自然	
G4-EN5	能源強度	尊重自然	
G4-EN6	減少的能源消耗量	尊重自然	
G4-EN7	產品和服務所需能源的降低	尊重自然	
方面: 水			
G4-DMA	通用管理方法披露	尊重自然	
G4-EN8	按源頭說明的總耗水量	尊重自然	
方面: 廢氣排放			
G4-DMA	通用管理方法披露	尊重自然	
G4-EN16	能源間接溫室氣體排放量（範疇二）	尊重自然	
方面: 污水和廢棄物			
G4-DMA	通用管理方法披露	追求 ● 自然	
G4-EN22	按水質及排放目的地分類的污水排放總量	守護自然	
G4-EN23	按類別及處理方法分類的廢棄物總重量	守護自然	
G4-EN24	嚴重洩露的總次數及總量		報告期內未發生
方面: 產品和服務			
G4-DMA	通用管理方法披露	守護自然	
G4-EN27	降低產品和服務環境影響的程度	守護自然	
方面: 合規			
G4-EN29	違反環境法律法規被處重大罰款的金額，以及所受非經濟處罰的次數		報告期內未發生
方面: 交通運輸			
G4-DMA	通用管理方法披露	尊重自然	
G4-EN30	為機構營運而運輸產品、其他貨物及物料以及員工交通所產生的重大環境影響	尊重自然	
方面: 整體環境情況			
G4-DMA	通用管理方法披露	自然理念	

方面: 供應商環境評估			
G4-DMA	通用管理方法披露	商業夥伴	
方面: 僱傭			
G4-DMA	通用管理方法披露	協作 ● 團隊	
G4-LA1	按年齡組別、性別及地區劃分的新進員工和離職員工總數及比例	團隊管理	
G4-LA2	按重要運營地點劃分, 不提供给臨時或兼職員工, 只提供给全職員工的福利	團隊關愛	
方面: 職業健康與安全			
G4-DMA	通用管理方法披露	團隊關愛	
G4-LA6	按地區和性別劃分的工傷類別、工傷、職業病、誤工及缺勤比例, 以及和因公死亡人數	團隊關愛	
方面: 培訓與教育			
G4-DMA	通用管理方法披露	團隊發展	
G4-LA9	按性別和員工類別劃分, 每名員工每年接受培訓的平均小時數	團隊發展	
方面: 多元化與機會平等			
G4-DMA	通用管理方法披露	團隊管理	
方面: 供應商勞工實踐評估			
G4-DMA	通用管理方法披露	商業夥伴	
方面: 非歧視			
G4-HR3	歧視事件的總數, 以及機構採取的糾正行動		報告期內未發生
方面: 童工			
G4-HR5	已發現具有嚴重使用童工風險的營運點和供應商, 以及有助於有效杜絕使用童工情況的措施		報告期內未發生
方面: 強迫與強制勞動			
G4-HR6	已發現具有嚴重強迫或強制勞動事件風險的營運點和供應商, 以及有助於消除一切形式的強迫或強制勞動的措施		報告期內未發生
方面: 供應商人權評估			
G4-DMA	通用管理方法披露	商業夥伴	
方面: 供應商社會影響評估			
G4-DMA	通用管理方法披露	商業夥伴	

方面: 社會影響問題申訴機構			
G4-SO11	經由正式申訴機制提交、處理和解決的社會影響申訴的數量		報告期內未發生
方面: 客戶健康與安全			
G4-DMA	通用管理方法披露	品質創新	
方面: 產品及服務標識			
G4-PR3	機構關於產品和服務信息與標識的程序要求的產品及服務信息種類, 以及需要符合這種信息要求的重要產品及服務類別的百分比	品質保障	
G4-PR4	按後果類別說明, 違反有關產品和服務信息及標識的法規及自願性準則的事件總數		報告期內未發生
G4-PR5	客戶滿意度調查的結果	品質服務	
方面: 客戶私隱			
G4-DMA	通用管理方法披露	品質服務	
G4-PR8	經證實的侵犯客戶隱私權及遺失客戶資料的投訴總數		報告期內未發生

