



P&G

宝洁成长方式... 可持续发展

2007年全球可持续性发展报告
精华版

CEO 寄语

2007年10月标志着宝洁经营进入了第170年。通过坚持宝洁目标-用微小但有意义的方式美化消费者每一天的生活-我们得以百余年保持持续的增长。

对于可持续发展的承诺是我们履行宝洁宗旨的重要组成部分。宝洁宗旨就是“在现在和未来的世代代确保每个人有更高的生活质量”。我们有着引领可持续发展的优良传统。我们通过宝洁品牌及通过为实现我们所在的星球及生活与工作的社区的可持续发展做出贡献来美化消费者的生活。

我们在过去十年取得了长足的进步。我们通过产品帮助节约能源及降低温室气体排放，例如汰渍冷水(Tide Cold Water)及碧浪冰凉清洁产品(Ariel Cool Clean)通过冷水洗衣降低能量消耗。通过“生活,学习,成长”这一公司公益主题，我们正在帮助需要帮助的儿童。我们为发展中国家在自然灾害发生时提供干净安全的饮用水。

宝洁正期待着下一个170年甚至更长历史时刻的到来，通过我们的目标、产品、企业运营以及公益事业，将可持续性发展更进一步地融入到宝洁的商业运营中。

- 我们目前正在将可持续发展写入我们公司的宗旨。这清楚表明我们正在集中精力，在现在和未来的世代代美化消费者生活。对于以宗旨为出发点的宝洁公司，该内容的加入具有深远的启迪意义，因为它为我们全公司的抉择及行动指明了方向。
- 我们正在通过公司的产品、包装及运营体现出我们对于可持续发展的重视。我们的重点是：当我们提供产品和服务时，可以使消费者能够在实现可持续发展的同时获得产品的功能和价值。
- 我们正在利用我们的专长及关系来创造新的机遇和途径。作为道琼斯可持续发展指数的创始成员之一及世界领先零售商、非政府组织与其他机构的伙伴，宝洁可以为应对可持续发展挑战提供众多资源。

可持续发展是宝洁明确的商业战略。它和日常的业务决策紧密相连。它是现在及未来的世代代里宝洁成长方式的重要组成部分。



A.G. Lafley 雷富礼
董事长兼首席执行官



宝洁公司的宗旨

可持续发展是一个非常简单的理念，就是在现在和未来的世代代确保每个人有更高的生活质量。可持续发展和慈善是宝洁公司实现其美化生活在每一天的宗旨的基础。

我们已经为宝洁公司的宗旨、价值观和原则增加了两个新的内容以保证公司的可持续发展。我们已经把可持续发展写入了宝洁公司的宗旨（“现在和未来的世代代”），并把一个新的可持续发展的经营原则融入我们工作的每一个方面。

公司的宗旨

为现在和未来的世代代，提供优质超值的品牌产品和服务，美化世界各地消费者的生活。

作为回报，我们将会获得领先的市场销售地位、不断增长的利润和市值，从而令我们的员工、股东以及我们生活和工作所处的社会共同繁荣。

公司的价值观



宝洁品牌和宝洁人是公司成功的基石。在致力于美化世界各地消费者生活的同时，宝洁人实现着自身的价值。

公司的原则

根据公司的宗旨和价值观，制定了下列原则和行为准则。

我们尊重每一位员工

- 我们相信每一位员工都能够，并且愿意发挥其最大潜力。
- 我们珍视每个员工的不同之处。
- 我们激发和帮助员工去实现更高的期望、标准和具有挑战性的目标。
- 我们如实反映个人的工作表现。

公司与个人的利益休戚相关

- 我们相信诚实正直地为公司业务发展做正确的事，将为公司和个人带来共同的成功。我们对共同成功的追求将我们紧密联系在一起。
- 我们鼓励员工入股，提倡主人翁精神。

我们从策略上重视我们的工作

- 我们的业务运作我们根据相互联系、相辅相成的目标和策略来运作。
- 我们努力工作的唯一目标就是，增加公司的价值。
- 我们尽量简化和标准化现有的工作，提高工作效率。

创新是我们成功的基石

- 我们极为重视重大的、全新的消费品创新。
- 我们挑战陈规，开拓新的工作方法，从而在市场上赢得更大的成功。

我们重视公司外部环境的变化和发展

- 我们力求最好地了解消费者及其需要。
- 我们创造和提供一流的产品和包装，倡导全新的消费观念，树立成功的品牌形象。
- 我们发展与客户、供应商之间紧密互惠的关系。
- 我们的公司是有良好素质的企业公民。
- 我们将可持续性融入我们的产品、包装和运营。

我们珍视个人的专长

- 我们相信不断完善自我并且发展他人是每一个员工的责任。
- 我们鼓励并且期望员工有精湛的技术和突出的执行能力。

我们力求做到最好

- 我们力求在公司所有的重点策略上都做到最好。
- 我们对照公司内外的最高标准来认真衡量我们的工作表现。
- 我们善于从过去的成功和失败中吸取经验教训。

互相依靠、互相支持的生活方式

- 我们的各个业务组织、部门、品类和区域之间相互信任，紧密合作。
- 我们对采用他人的建议及方法取得的成绩感到自豪。
- 我们与所有为实现公司宗旨作出贡献的各方，包括我们的客户、供应商、高校和政府，建立真诚友好的关系。

远景目标

除了将可持续发展融入宝洁公司的宗旨、价值观和原则之外，我们重新制定了公司的可持续发展战略，为我们的产品，业务运作和程序制定了新的五年计划。

1. **宝洁公司的业务增长将继续依靠不断的产品创新以满足消费者需求，并不断提高产品的环保性能。**宝洁公司计划未来五年内（2008-2012）最少生产累计价值200亿美元的对环境影响比较小的产品。像汰渍冷水（Tide Cold Water）或浓缩型清洁剂等产品将使环境得到实质性的和明显的改善。
2. **宝洁公司将继续提高公司业务运营的环保意识。**目前，95%以上宝洁公司购进的原材料，经过各个生产线和工序后，都变成产成品，发送到客户手中。在剩下的这一部分中，一半以上的原料是在循环使用。宝洁公司承诺，在未来五年中（2008-2012），将目前产品单位产量产生的二氧化碳排量、能量和水的消耗及在废品产出在各自的基础上各减10%。这将使2002至2012十年间的总减少量达到40%。
3. **宝洁公司将继续通过社会责任活动持续改善民生。**在未来五年中（2008-2012），宝洁公司承诺其全球公益活动，即“帮助0到13岁儿童生活，学习，成长”，将使全球超过2.5亿儿童从中受益。宝洁公司的“儿童安全饮用水项目”已经为世界提供了超过7亿升安全饮用水，并将在未来五年（2008-2012）提供总共20亿升安全饮用水，相当于为1万人提供8000万天的安全饮用水。
4. **宝洁公司将激励并吸引其138,000名雇员，将“可持续性发展的思想和行为”融入每个员工的日常工作。**人们广泛认为宝洁公司是当今世界上最强大的商业组织之一。激励并吸引其遍及世界各个角落的138,000名雇员不断创新，将可持续性发展成为他们业务运作的一部分，必将对世界产生巨大的影响。
5. **宝洁公司将继续与外部股东合作，为迎接全球可持续性发展的挑战提供新的机会和解决方案。**需要特别说明的是，这里所说的股东包括具有先进理念的零售商和合作伙伴，如疾病控制中心、联合国儿童基金会、世界卫生组织和国际人口服务组织（PSI）等。

我们对可持续性发展全新的承诺和目标将确保宝洁公司能够像过去170年一样持续稳定、负责任地发展。我们必将成为这个可持续性发展的世界中一个更加可持续性发展的一员。



Peter R. White 彼得·怀特
全球可持续发展总监



宝洁公司简介

每天，在世界各地，宝洁公司的产品与消费者有三十亿次的亲密接触。因为宝洁公司提供优质超值的品牌产品和服务，美化世界各地消费者的生活。作为回报，我们将会获得领先的市场销售地位和不断增长的利润，从而令我们的员工、股东以及我们生活和工作所处的社会共同繁荣。

宝洁公司经营着300多个品牌，产品畅销130多个国家和地区。宝洁公司在全球80多个国家和地区拥有138,000名雇员。总部位于美国俄亥俄州辛辛那提市。

为了优化宝洁公司资源，适应其不断发展的全球业务，并加快公司的创新发展，宝洁公司的经营分为以下三个全球业务运作部：

- 美容与保健
- 家居护理
- 吉列全球业务运作部

宝洁公司是一家上市公司。它的股票在美国纽约和法国巴黎两个股票交易所交易。

截止2007年6月30日，宝洁公司大约有222万普通股股东持有，其中包括在册股东，股东投资计划的参与者，宝洁公司股份拥有计划的参与者，以及在银行和证券公司开立帐户的人群中的受益者。

这是宝洁公司全球经营业务的第九个可持续发展报告。数据采集自2006年7月1日至2007年6月30日。报表中金额为美元。



23个十亿美金品牌...

报表中数量以百万为单位 每股数量除外	2007	2006	2005
净销售额	\$76,476	\$68,222	\$56,741
销售运营及 管理成本	24,340	21,848	18,400
所得税	4,370	3,729	3,058
净收益	10,340	8,684	6,923
每股净收益	3.22	2.79	2.70
摊薄后每股净收益	3.04	2.64	2.53
总资产	138,014	135,695	61,527
长期债务	23,375	35,976	12,887
股东收益	66,760	62,908	18,475

详细财务信息，见宝洁公司2007年年报
www.pg.com/investors/annualreports/jhtml

全球主要品牌

在宝洁公司超过300个的品牌中，以下23个是我们认为最主要的，它们每一个品牌的销售额都超过了10亿美元。

全球业务运作部	下属部门	主要产品	销售额超过10亿美元的品牌	以各全球业务运作部为单位的净销售额 (以10亿美元为单位)
美容与保健	美容	化妆品, 体香剂, 女性护理产品, 香水, 护发产品, 个人清洁产品, 护肤产品	护舒宝, 海飞丝, 玉兰油, 潘婷, 威娜	\$31.9
	保健	口腔护理用品, 个人护理产品, 药物	佳洁士, 欧乐B, Actonel	
	家用护理	织物及家居护理	织物洗涤用品, 空气护理产品, 碟洗涤剂, 表面护理产品	碧浪, 汰渍, Dawn, Downy, Gain
吉列全球业务运作部	婴儿用品和家庭护理用品	纸尿裤, 婴儿湿巾, 卫生纸, 面巾纸, 纸巾	帮宝适, Bounty, Charmin	
	快餐, 咖啡和宠物护理	咖啡, 宠物食品, 食品	品客, Folgers, Iams	
	刀片与剃刀	男用和女用刀片与剃刀	吉列, 锋速3	\$ 9.3
	金霸王和博朗	电池, 电动剃刀, 小家电	博朗, 金霸王	

(1) 被售净额部分抵消以减除位业务部门中的未整理项目。
明年，宝洁公司的全球业务运作部将分为美容，保健和健康，以及家用护理。

公司发展战略与2012年的目标



策略1 通过产品，实现可持续性发展

宝洁公司的业务增长将继续依靠不断的产品创新以满足消费者需求，并不断提高产品的环保形象。

目标

- 宝洁公司计划开发和销售累计销售额为200亿美元的“可持续的创新产品”，其对环境的影响在以前的基础上减少10%。

策略2 通过生产，实现可持续性发展

宝洁公司提高公司业务运营新模式中的环保意识。

目标

- 宝洁公司承诺将目前产品单位产量产生的二氧化碳排量、能源、水的消耗及在废品产出在各自的基础上各减10%，这将使2002至2012十年间的总减少量达到40%。

资源与废物概要

这是宝洁公司首次将其技术中心计入环境数据统计。宝洁公司的技术中心由小规模的生产部门和研发实验室组成。它们的数据已被计入以下三年的数据中（2005，2006和2007）。数据还包括威娜和吉列部门。

	总量（与生产有关的）			2007年各全球业务运作部详细数据*（绝对单位的1000倍）			
	2007	2006	2005	BH	HC	G	TC
生产（以1000公吨为单位）							
产品输出总量	21,742	20,660	18,802	2,810	18,212	720	0
可再生的原材料总量	79	65	71	0	79	0	0
废弃物（吨/1000吨产品）							
产生废弃物总量	44.7	43.2	47.1	234	670	50	18
循环使用的废弃物利用率	55%	59%	57%	54%	56%	60%	20%
经过处理的废弃物（吨/1000吨产品）							
固体废弃物							
无危害废弃物	16.1	14.8	16.2	97.6	226.4	14.0	12.2
有危害废弃物	2.2	1.0	1.4	4.5	39.9	1.6	2.0
排出废弃物（不包括水）	1.0	1.3	1.8	5.5	11.5	4.1	0.4
气体排放量**	0.77	0.77	0.91	0.8	15.5	0.4	0.1
其它							
能量消耗（千兆焦耳/公吨）	3.64	3.78	4.13	9,205	62,589	4,908	2,489
温室气体排放**（公吨/公吨）	0.14	0.14	0.17	272	2,491	135	72
水消耗（立方米/公吨）	4.2	4.4	5.0	9,252	71,028	1,687	9,263
美国超级基金修正案与再授权法案所定义的排放物***（公吨/公吨）	0.00008	0.00010	0.00009	0.210	1.061	0.396	0.058

* BH代表美容与健康部，包括美容与保健部。

HC代表家用护理部，包括织物及家居护理部，婴儿用品和家庭护理用品部，宠物护理部，快餐和咖啡部。

G代表吉列全球业务运作部，包括刀片与剃刀部，金霸王和博朗部。

TC代表技术中心，包括支持各业务单位的每一个研究中心。

** 气体排放包括微粒物质，二氧化硫，氮氧化物，一氧化碳和挥发性有机化合物。温室气体排放包括燃料燃烧产生的二氧化碳。

*** 美国超级基金修正案与再授权法案(SARA)所定义的排放物由美国国家环保局定义

1 公吨 = 1,000 千克 = 2,205 磅

产品输出总量仅来自宝洁公司制造部门的数据，不包括外包产品。



策略 3 通过企业社会责任活动，实现可持续性发展

继续通过宝洁公司的企业社会责任活动持续改善消费者生活。

目标

- 宝洁公司承诺其全球公益活动，即“帮助0到13岁儿童生活，学习，成长”，将帮助全球超过2.5亿儿童。
- 宝洁公司的“儿童安全饮用水项目”将在未来五年提供总共20亿升安全饮用水，相当于为1万人提供8000万天的安全饮用水。



策略 4 通过员工的共同努力，实现可持续性发展

激励并吸引宝洁公司138,000名雇员，将“可持续性发展的思想和行为”融入每个员工的日常工作。

工人健康与安全数据

三年中（2005，2006和2007）反映工人健康与安全的两个关键性能指标

工伤发生率

每名百名员工中受伤或生病人数	2007	2006	2005
合计	0.49	0.54	0.48

损失工时事故率

每名百名员工损失工时	2007	2006	2005
合计	0.26	0.29	0.19

以上数字包括宝洁公司的各技术中心。

违反安全规定行为和处罚情况

三年中（2005，2006和2007）反映工人由于环境因素，交通因素，健康因素和违反安全规定行为造成的处罚情况。

	2007	2006	2005
发生次数	37	48	80
处罚金额	\$106,257	\$127,500	\$147,400

有关员工多元化的数据

宝洁公司始终认为多元化是一个全球趋势，并期望它的员工队伍能够日趋多元化。以下数据反映了宝洁公司在全球范围内的分性别雇员情况：

全球范围女性雇员百分比

	2007 ²	2006	2005
管理层岗位	38.9	39.3	38.0
管理层以外岗位 ¹	39.1	39.0	38.4

以下数据反映了宝洁公司在美国雇用少数民族和女性雇员的百分比：

美国用工情况

	2007 ²	2006	2005
少数民族所占比例			
管理层岗位	21.1	21.0	19.6
管理层以外岗位 ¹	21.8	18.6	18.7
女性所占比例			
管理层岗位	37.9	37.3	36.3
管理层以外岗位 ¹	38.1	39.5	39.6

¹ 从事管理，技术开发和工厂技术员
² 包括首次整合的所有吉列员工



策略 5 通过股东，实现可持续性发展

宝洁公司通过透明化的工作向股东描绘未来，并以负责任的方式保证持续的创新自由。

实施策略



博朗支持“绿色新生计划”

今年，所有博朗男用电动剃须刀产品赢得了能源之星资格认证，这是世界上首个赢得此项认证的剃须刀品牌。

博朗剃须系列产品的特色是，其智能插头能比标准剃须刀节约64%的能量。这相当于每年减少排放5,583公吨的二氧化碳，路上减少了1,073辆汽车，种植了1,526英亩森林或为5,861家庭提供长达一年的照明。

美国国家环境保护局于1992年设立了能源之星计划作为区分节能产品的标志。标有能源之星标志的产品必须严格遵守美国国家环境保护局与能源部制定的能效标准。



配送中心的未来？

宝洁公司的一个项目正致力于研究如何设计和建造可持续的制造中心和配送中心。以法国的亚眠配送中心为例，它占地600,000平方英尺，能容纳和处理70,000托盘的宝洁公司的产品。

亚眠配送中心集合了可持续设计的最佳创意，无论是来自宝洁公司和外部。以下是配送中心应用此创意的范例：

- 用太阳能电池板供应热水和用光伏电池发电
- 风力发电机的发电量占到该中心用电量的10%
- 充分利用自然光源，节约能量30%
- 节能灯、日光调光和移动探测器，节约能量70%
- 装有再生发动机的叉车能够节约30%的能量
- 使用再循环材料的墙体和覆屋面护墙板
- 地毯含有80%的再造毛



通过冷水洗涤剂降低能量消耗

今年，宝洁公司在意大利推出了达诗冷水洗衣产品，在英国推出了碧浪冰凉清洁产品，并发起了帮助消费者养成绿色消费习惯的运动。冷水洗衣产品通过鼓励消费者降低洗涤温度来达到节约能源的目的，并且让消费者看到，即使在低温环境下依然能够达到使衣物亮丽如新的洗衣效果。

在意大利，达诗的冷水洗衣产品被命名为 Impeccabile a Freddo (Impeccable in Cold)。达诗通过近400个意大利家庭的参与，研究了其产品给他们带来的影响。他们确实通过使用达诗冷水洗衣产品改变了他们的消费习惯。他们降低了洗涤温度，平均节约10%的能量，最高节约55%的能量。他们中仍然有人不愿意降低洗涤温度。这更加说明了发起这次节能运动的重要性。通过教育和培训消费者，使他们知道降低洗涤温度的好处。如果全意大利都使用冷水洗衣，其节能潜力将达到15亿千瓦时，这相当于全佛罗伦萨的所有家庭的能源消耗。



儿童安全饮用水

宝洁公司的PUR纯净水技术给生活在发展中国家人们带来了新的机会，在那里，超过10亿人无法得到安全的饮用水，成百万的人死去，其中包括两百万儿童。PUR纯净水技术挽救了人的生命并美化了他们的生活。

PUR纯净水技术为人们提供了快捷、简单而且经济的方法清洁被污染的水源。它能够杀死导致伤寒和霍乱的病毒和细菌。它有效地减少了水中的寄生虫、杀虫剂、重金属和其它危险物质。

宝洁公司为世界上最需要净水的家庭提供PUR产品，无论是在危难时刻（如海啸、地震或飓风）还是在向发展中国家提供的持续帮助过程中。我们主要的挑战是如何把PUR产品送到需要它的地方，并保证它能够被长期使用。为应对这些挑战，宝洁公司与公共卫生组织合作把PUR产品送到了世界最贫穷的地区，并教会了那里的人们如何使用它。宝洁公司的一个主要合作伙伴是国际人口服务组织（PSI），它在非盈利的前提下将健康产品销售到发展中国家。



宝洁公司的全球 可持续发展战略

提高生活质量，现在和未来的世代代

亲近生活，美化生活 **P&G™**

封面图片说明

在智利的圣地亚哥，宝洁公司在拉丁美洲地区的30名总经理在会议的间隙中，抽出时间参加了La Pintana低收入居民区的一个社区改善活动。他们参与建造了一个娱乐中心和一个沙坑（沙池），在果园中植树和粉刷围栏。Sociedad Activa，联合劝募协会在当地的一个分部，正在建造一块能容纳140名儿童（年龄在2到5岁）的游乐场。

联系方式

电子邮件地址：sustainrep.im@pg.com
阅读报告全文请登陆：www.pg.com/sr