

欧莱雅 中国

可持续发展报告

2009



让世界更美好

目录

■ 欧莱雅始终高度重视中国市场与可持续发展	02
■ 我们的承诺 将可持续理念贯穿业务发展始终	04
■ 可持续创新 我们是负责任的美丽创新者	06
■ 环境保护 我们承诺保护地球之美	10
■ 信息透明 负责任的美丽承诺	16
■ 企业社会责任 坚信美之社会价值	20
■ 审验声明	28

可持续发展里程碑

销售额连续 **9** 年在中国实现两位数增长

单位成品的用水量
量相比2005年减少 **36%**

单位成品的能耗相比2005年减少 **5.26%**

每个中国员工平均接受 **41** 小时的培训

新的浦东研发中心正式启用，该建筑于2010年获得 **LEED** 金级认证

员工分享公司利润中的 **1,690** 万元人民币

我们的废弃物
回收利用率达到 **99%**

欧莱雅（中国）公益慈善捐助总额达 **769** 万元人民币，相比2008年增长 **14%**

员工接受环境、健康和安全教育培训 **14,475** 小时

欧莱雅始终高度重视中国市场与可持续发展

整整一个世纪以来，欧莱雅不懈发展美的事业并取得辉煌业绩。1909年，怀揣梦想的化学家欧仁·舒莱尔在法国成立了一家只有一种染发剂产品的小公司，而如今，我们已经成为世界最大的化妆品企业。我们对卓越孜孜不倦的追求，让欧莱雅在历史发展的长河中屹立不倒。极少有公司能够取得这样出色的成就。我们集团准确把握消费者的需求、开展严谨的科学研究、管理世界一流的产品，我们的员工奋进勃发、开拓创新，不断为消费者提供最优质的产品。对于可持续发展的不懈追求已经融入企业运营的各方面，同时也将成为确保企业在未来100年健康发展的根本。

欧莱雅追求卓越的精神同样延续到了中国。自1996年进入中国以来的短短十几年间，欧莱雅（中国）从零开始，蓬勃成长，如今，我们已拥有19个品牌，并且连续9年销售额保持两位数增长，在中国市场上的地位稳步上升并最终成为中国最大的化妆品企业之一。我们致力于为中国消费者创造价值，与合作伙伴追求共赢，让我们3,000名中国员工实现梦想。更重要的是，我们在江苏苏州和湖北宜昌投资设立了两个世界级的工厂，并于2005年在上海建立了世界顶级的研发中心，这些都是欧莱雅扎根于中国市场的重要承诺。

我们为欧莱雅在中国取得的成绩感到无比骄傲，同时我深信，欧莱雅（中国）将永远是欧莱雅全球版图中至关重要的部分。

■ 安巩（Jean-Paul AGON）

欧莱雅集团首席执行官

欧莱雅承诺与中国共成长，2009年，欧莱雅又迈出了坚实的一步。这份报告是欧莱雅集团发布的第一份可持续发展国别报告，我非常荣幸能借此机会与大家分享欧莱雅（中国）可持续发展的成就、目标和面临的挑战。

辉煌的成绩只是驿站，而远非终点。面向未来，欧莱雅（中国）还将继续朝着宏伟的长期环境目标而不懈努力。为达成集团公司2015年环境目标，我们将在2005年的基础上，实现温室气体排放总量减少50%，单位成品的用水量减少50%，单位成品产生的废弃物减少50%。2005年至2009年间，我们的环境绩效持续提高，单位成品能源消耗降低5.26%，并且单位成品用水量减少36%。同时，2009年浦东研发中心的规模增长了一倍，并于2010年获得LEED金级认证。

我们致力于员工发展，2009年，每个中国员工平均接受了41个小时的培训；2009年，欧莱雅（中国）公益慈善捐助总额达769万元人民币，相比2008年增长14%；我们秉承世博理念“城市，让生活更美好”，以成为上海世博会及法国馆的官方赞助商而万分自豪。

高度的企业社会责任感铸就了欧莱雅（中国）的骄人业绩。我坚信，实现可持续发展与企业战略之间的融合也将成为欧莱雅可持续发展永恒的基石。

■ 盖保罗（Paolo GASPARRINI）

欧莱雅（中国）有限公司总裁



安巩 (Jean-Paul AGON, 左) 与 盖保罗 (Paolo GASPARRINI, 右) 于上海世博会法国馆外

“我们为欧莱雅在中国取得的成绩感到无比骄傲，同时我深信，欧莱雅（中国）将永远是欧莱雅全球版图中至关重要的部分。”

— 引自安巩 (Jean-Paul AGON) 欧莱雅集团首席执行官

我们的承诺

将可持续理念贯穿业务发展始终



欧莱雅（中国）员工在长城庆祝公司成立百年

创新之美

我们的创新承诺以实验室里的科学发现为源头，深深融入业务运营的各个环节，如产品生产、消费者参与以及欧莱雅员工培养等方面。欧莱雅研发团队一直致力于探索、开发最适合中国消费者的护发、护肤和彩妆产品，并且十分重视提升中国团队的研究能力。欧莱雅（中国）研发中心的研究范围覆盖了从分子级原材料开发到产品改良等众多领域。

绿色生产

在过去的五年，欧莱雅（中国）的总产量提升52%，然而，通过将产品创新与环保性能进行有机结合，单位成品能耗则削减5.26%，用水量也直降36%。

关注消费者

观察消费者的美容消费习惯，是欧莱雅创意与灵感的不竭源泉。通过了解消费者选择、使用产品的方式及对效果的期待，我们为中国市场“量身定制”众多国际一流水准的产品。以2009年为例，为了洞悉当地的消费趋势，欧莱雅（中国）每月平均邀请1,500名消费者到产品评估中心来体验产品。此外，我们训练有素的美容顾问团队不仅面对面地为消费者提供专业建议，更系统地收集和分析客户的反馈，帮助我们实现当地消费需求与产品研发的完美融合。

关爱员工

员工是我们创新文化的核心。欧莱雅（中国）大力投资于员工职业发展，力争成为一

个开放、多元、言论自由的工作场所。在过去五年中，欧莱雅（中国）大多数部门的员工流失率一直维持在10%以下，且空缺职位大多由内部人员晋升填补。

产品立足之道

我们承诺，保证所有产品安全且有效。从原材料供应到成品生产，我们严格评估每一环节的安全性及可靠性。2009年，欧莱雅（中国）在上海浦东的新研发中心正式启用，规模比原有的研发中心扩大了一倍，研发能力也大大加强。这意味着，中国消费者将会获得更好、更安全、更有效的产品。

道德之美 美之道德

商业道德规范是产品质量和业务关系维护的有力保障，更有助于我们在企业内部营造出相互尊重的工作环境。我们坚信，道德是企业生存之本。我们将两项道德指标纳入管理层考核评估体系：人性化领导和以正当手段实现目标，充分保证各项商业行为均符合道德规范。此外，我们通过一个坦诚交流项目（Open Talk）创造充分的交流空间，让员工就关注的道德诉求畅所欲言。

工作场所安全为本

欧莱雅（中国）高度重视员工安全，我们在中国设立了零事故率的明确目标，努力营造重视员工安全的浓厚氛围。2009年，欧莱雅总部委托第三方对全球各工厂进行安全文化审核，苏州工厂最终得分在全球各分公司名列前茅。

[实例]



2009年，欧莱雅（中国）的二氧化碳排放总量比2008年减少了64吨*。排放主体包括苏州尚美国际化妆品有限公司（以下简称“苏州工厂”）、宜昌天美国际化妆品有限公司（以下简称“宜昌工厂”）和配送中心。

* 由二氧化碳排放范围一的计算方式得出。

可持续创新

我们是负责任的美丽创新者



欧莱雅（中国）研发中心
的科研人员



沈雷杰

“为满足顾客需求，欧莱雅（中国）研发中心始终致力于更好地了解中国人的发质与肤质。”

— 引自沈雷杰（Didier Saint-Leger） 欧莱雅（中国）研发中心总监

整整一个世纪以来，欧莱雅集团从未停止创新的步伐，始终致力于向全球顾客提供安全、高效而优质的产品。我们考虑不同消费群体的需求差异，整合道德、社会及环境标准，从而与消费者建立起互信互利的良好关系。欧莱雅全球研发团队更将可持续的责任创新奉为日常工作准则。

- 自2006年以来，我们针对中国市场研发出300多种产品；
- 我们的科研团队规模持续扩大，团队成员研究背景覆盖15个以上的科学领域；
- 新建的位于上海浦东的研发中心获得Leadership in Energy and Environmental Design（以下简称“LEED”）金级认证。LEED是一项国际认可的绿色建筑认证体系，用以对建筑设计与建造是否采用了环保方式（能源节约、水资源利用效率、二氧化碳减排等等）进行第三方评估；
- 研发团队与中国一流的科研机构建立了长期合作伙伴关系，其中包括中国科学院昆明植物研究所、中华医学会等。

[实例]



研发中心的科研人员总数已从2004年的7位增加到2009年的118位。

可持续创新 我们是负责任的美丽创新者



欧莱雅（中国）研发中心的科研人员



陈 静

“2005年，我加入了欧莱雅（中国）研发中心。和许多同事一样，我被派往欧洲，学习欧莱雅产品研发的先进知识和经验，同时，我也把对中国市场的独到见解与欧洲同事分享。”

— 引自陈静 欧莱雅（中国）研发中心彩妆实验室高级经理

致力于可持续研发

在欧莱雅集团，我们可持续创新的承诺体现为：

保护消费者、员工和专业人员

欧莱雅的每一份产品均经过积极有效的安全评估机制检验，我们对可能出现的细微风险迹象进行实时监测，采用更高端的分析技术来监测杂质，并在全球产品中禁用动物提取物、邻苯二甲酸盐、三氯生等成份。

环境保护

欧莱雅历来注重研发过程中的可持续创新，并在环境保护领域取得显著成效。例如，1950年，我们研发出用以监测产品成份纯度和稳定性的化学分析方法；1995年，我们发布第一份评估产品对生态系统和生物多样性影响的生态毒理性研究。最新的一次环保改革是在玻色因等成份的合成中，采用环保工艺，严格恪守绿色化学原则。

道德规范

借助于生命科学的发展，如组织工程、人类基因组计划、生物信息学手段、基因及蛋白重组技术及成像技术等，我们对临床效果的评估不再依赖于活体检验，努力寻找替代动物实验的新方式，从而更好地满足顾客的道德期许。

公平交易

我们遵从更宽泛的公平贸易定义，旨在帮助当地居民获得公平回报。

创新的社会与商业影响

欧莱雅的市场全球化及创新必须充分考虑和尊重人文地理环境的差异性，以及杂交育种、人类寿命延长等社会发展最新态势。

探索新成分之美

欧莱雅集团一直坚持使用可再生的环保原材料，减少操作流程的废弃物产生，降低生产过程的能源消耗。这一承诺也同样适用于中国。2009年，欧莱雅（中国）：

- 40%的成分直接萃取自植物；
- 欧莱雅集团约有400多种属于有机生产或公平贸易的原料，其中170种来自有机农业。

在中国，我们正在积极探索将中草药成分应用于护发、护肤和彩妆产品之中。研发团队与中国科学院昆明植物研究所、上海中医药大学、中国科学院上海有机化学研究所等国内领先科研机构合作，测试各种中草药的用途和安全性。中草药在中国已有几千年历史，其在养生和医学上的功效举世闻名。

[实例]



灵芝是能够显著增强细胞能量、促进新生焕活的一味名贵中草药。我们经过科学研究，将天然灵芝萃取精华加入羽西的生机之水灵芝调理液中。该产品自推出以来，市场好评如潮，迅速成为羽西的明星产品之一。

环境保护

我们承诺保护地球之美



宜昌工厂工程师检查太阳能设备

不断追求卓越 成就美好未来

欧莱雅（中国）承诺减少对资源的消耗和对环境的影响。通过严格审查生产经营的每个环节和不断创新，我们的环境绩效得到显著提高：

- 单位成品能源消耗比2005年降低5.26%；
- 单位成品的用水量比2005年减少36%；
- 二氧化碳排放量比2008年减少64吨（范围一）；
- 单位成品产生的废弃物比2008年减少15%。

辉煌的成绩只是驿站，而远非终点，面向未来，欧莱雅（中国）还将继续朝着宏伟的长期环境目标而不懈努力。我们将在2005年的基础上力争实现集团总部2015年环境目标：



温室气体排放总量



单位成品的用水量



单位成品产生的废弃物

为此，我们必须持续改善全部业务环节的资源利用方式：

- 在工厂生产方面，我们与环境专家共同制订五年规划，通过清洁生产、使用可再生能源和节能减排技术等方式，进一步降低对自然环境的影响；
- 在物流配送方面，我们采用全球领先的计算工具来测算和减少水、陆、空等运输方式造成的环境影响，同时优化本地的物流配送网络；
- 在办公场所方面——小到节能灯，大到浦东研发中心大楼这样荣获LEED金级认证的绿色建筑，我们都充分考虑环保因素。

环境保护 我们承诺保护地球之美

减少二氧化碳排放总量

为实现2015年二氧化碳排放总量较2005年降低50%的目标，我们持续地改善生产经营过程中的能源利用方式，公司也在过去三年先后开展了一系列卓有成效的节能项目。例如，在采购新设备时考量能耗标准、在生产经营场所安装节能灯、在所有工厂使用可再生能源、在员工中开展环保知识培训等。

欧莱雅（中国）工厂能耗明细表（单位：万千瓦时）

能源类型	2007		2008		2009	
	总量	比例	总量	比例	总量	比例
电能	1,215	62.5%	1,416	63.1%	1,369	64.4%
天然气	14	0.8%	21	0.9%	24	1.1%
燃料	94	4.8%	143	6.4%	99	4.7%
其他	621	31.9%	663	29.6%	633	29.8%
总计	1,944		2,243		2,125	

水资源管理革新：水资源利用方式再设计

要实现单位成品耗水量减少50%的目标，我们必须转变运营过程中的用水方式。举例来说，在工厂层面，2008年全球工厂和仓库清洗设备用水占到总用水量的42%，位居所有生产经营活动用水量之首。我们在中国设计出一种新方法，可以过滤和循环利用设备的清洗用水，从而大大降低了对水资源的消耗。同时，我们在苏州工厂、宜昌工厂和浦东研发中心先后建立起



慎利民

“水资源管理，就是在工厂层面思考水资源利用和水循环使用之方式。”

— 引自慎利民 亚洲营运部，亚洲区安全健康环保经理

专门收集雨水的池塘，回收的雨水经处理后，循环用于清洁卫生设施，有效降低了该部分的用水总量。不仅如此，我们还在着手开发一套新的水资源系统，对已用于清洗的废水进行再次利用。

减少废弃物 变废为宝

公司所产出的废弃物主要包括：塑料泡沫、纸质废弃物、铲板木板、报废油脂、废水污泥等。为实现单位成品废弃物排放量减少50%的目标，欧莱雅（中国）采取了以下几项措施：

- 产品设计阶段，提前考虑如何减少废弃物的产生；
- 尽量采用可回收的包装材料；
- 通过员工培训加强减少废弃物的责任意识；
- 优化供应链，帮助供应商减少生产过程中的原料和能源消耗。

除了减少废弃物产生，欧莱雅（中国）还利用废弃物回收指标来评估我们的废弃物管理成效。2009年，公司的废弃物回收率达到99%，而在2006年这一比率仅为85%。

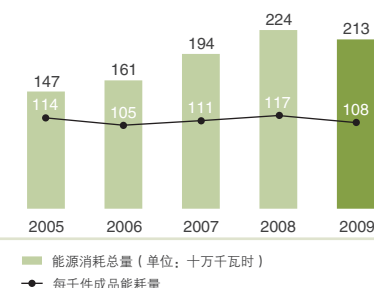
在宜昌和苏州工厂，我们用污水处理设备对生产废水进行处理，之后再排放到市政污水管网。通过有效地废水物化和生化处理工艺，排放的废水质量大大优于当地和国家相关排放标准。同时，废水处理产生的污泥约占工厂产出废弃物的40%。在过去三年，我们对废水处理和废水污泥干化不断进行试验和工艺优化，在苏州工厂已成功将污泥固体含量提高至20%以上，从而大大降低了污泥的产生量。

【实例】

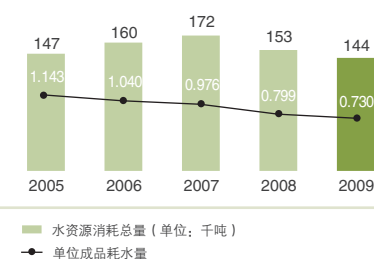


在中国，2009年公司重新利用约422吨纸质包装材料，相比2007年增长25%。

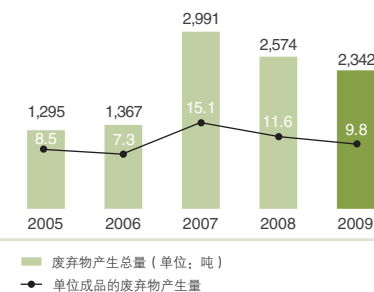
中国工厂能源消耗总量



中国工厂水资源消耗总量



中国工厂废弃物产生总量



环境保护 我们承诺保护地球之美



[实例]



2008年北京奥运会期间，我们的运输伙伴开始使用环保车辆运送产品。这种新型的交通工具利用尖端科技来提高燃料效率，直至今天，我们的物流合作伙伴仍在继续使用这些环保车辆。

优化物流体系 提升运输效率

中国是欧莱雅全球最大的市场之一。同其他快速消费品公司一样，迅捷及时的物流配送是公司成功的重要因素之一。尽管我们没有自己的运输队伍，但是通过欧莱雅配送中心以及与运输伙伴的合作，我们建立了一整套庞大的物流体系。

我们目前正努力优化物流体系并降低产品运输对环境的不利影响。我们通过使用欧莱雅集团统一开发的计算工具，根据运输方式、货物体积和运输距离等进行数据细分，最终得出产品运输对环境影响的分析数据。此分析有助于评估运输效率，进而提高经济效益，并降低对环境的影响。比如，2008年我们通过数据分析得出，空运是我们整个物流体系中最昂贵也是对环境挑战最大的运输方式。如今，我们已经把空运货物的比例从2007年的3.7%降到2.1%。

与此同时，我们也与分销商、代理商积极合作，共同提高内部运营的环境绩效，采用更准确地预测配送量、合并订单、提高履约率等方式，在帮助我们优化内部程序的同时，也显著降低了产品运输造成的环境影响。

推广与使用绿色建筑

欧莱雅（中国）租用、自建和购买的办公建筑也充分考虑环保因素，因为我们深信，既充分考虑员工舒适度又环境友好的办公环境，是营造最佳工作场所的关键。从欧莱雅（中国）上海总部的办公楼、浦东新研发中心、苏州配送中心，到苏州和宜昌的工厂，我们都秉承了绿色办公的理念，并在这一领域取得骄人业绩：

- 我们严格遵守集团设立的可持续建筑指南，在所有决策中融入环保因素；
- 浦东新研发中心于2009年落成，并于2010年获得由美国绿色建筑委员会颁发的LEED金级认证。



浦东新研发中心

浦东新研发中心始建于2007年，耗时两年完工。建设期间，我们充分考虑建筑工程的节能以及环保，以求最大限度地减少对自然环境的影响。其中，22%的建筑材料为可回收材料，100%采用FSC认证的木材，加之多项环保节能技术的运用，我们比传统建筑节约了24%的能源和40%的水资源。

信息透明

负责任的美丽承诺



欧莱雅（中国）美容顾问为顾客试妆

了解中国的消费者

为顾客提供有价值的产品是企业成功的关键。为此，我们需要学习和了解中国消费者的需求、使用习惯以及他们对于欧莱雅产品的评价，并且建立中国顾客的品牌忠诚度。2009年，我们通过多种方式不断改善、加强与顾客的关系。

欧莱雅（中国）开发并提供了种类丰富的产品，以满足中国消费者多元化、个性化的购买需求。为全面系统地追踪消费者行为的发展趋势，欧莱雅（中国）于2005年建立起评估中心。到目前为止，已经有超过4.5万名消费者对我们的1,000余种护发产品配方进行了测试。2009年，评估中心平均每月接待1,500人，从中总结出的结果直接影响到产品研发。举例来说，我们所有的洗发产品都根据中国人的不同发质进行评估。同时，我们也通过评估中心来了解消费者使用产品的不同习惯。比如，根据我们的观察，中国消费者在每次洗发时希望使用较少量的洗发液，却期望产生大量的泡沫。类似的分析可以帮助我们研发出更符合中国消费者习惯的产品。

2009年，在上海浦东的新研发中心大楼，我们也设置了新的评估中心，采用更加先进的技术对消费者进行测试。同时，产品研发团队也可以更方便、全面且及时地洞悉消费者需求。



王红斌

“消费者通常在家里等私密场所使用我们的产品。我们必须知道在特定环境下，产品如何为消费者带来价值。这就要求我们对中国消费者的需求、使用习惯等进行深入的了解。”

— 引自王红斌 欧莱雅（中国）战略与消费者洞察中心，市场信息及调研总监

[实例]



“干洗”服务在中国的美发店极为常见。每次干洗通常需要30分钟以上，顾客可以坐着放松地享受。2010年，欧莱雅（中国）在《国际美容科学期刊》发表了《用干洗洗发液挑战中国男士的头发：实体研究》。研究发现，干洗完全不影响头发健康和洗发效果，而且根据估算，每次干洗可以节水2-8升。

信息透明 负责任的美丽承诺



欧莱雅（中国）顾客咨询热线服务人员



欧莱雅（中国）美容顾问为顾客试妆

信息透明与客户关爱

欧莱雅（中国）始终以及时提供顾客所需信息为宗旨。这种快速响应机制不仅能够有效提升产品使用效果，更营造出良好互信的顾客关系。在中国，我们通过多种方式与消费者保持畅快的沟通。欧莱雅（中国）顾客咨询部为旗下的品牌整合了顾客咨询热线，遍布全国的消费者可以通过电话和电子邮件两种渠道得到咨询服务。2009年，顾客咨询热线共处理138,687次顾客咨询，其中99.2%顾客咨询服务通过电话完成，0.8%通过电子邮件完成。客服人员系统全面的培训帮助他们更加专业而周全地解答消费者的问题，而下一步，我们还将建立更加完善的消费者需求跟踪分析系统。

在中国，美容顾问是向消费者提供产品信息与建议的重要环节。受中国市场规模和特性等因素的影响，欧莱雅（中国）的美容顾问总数远远高于欧莱雅的其他任何一个市场。在其它国家，通常只有高端百货公司才会聘请美容顾问，但在中国，即使是在连锁超市里也可以见到美容顾问的身影。人性化的互动机制保证了消费者可以随时随地获得专业建议，而这对于建立消费者忠诚度而言尤为重要。此外，我们系统追踪和分析从美容顾问那里获得的产品反馈，这也成为洞悉中国消费者需求最重要的途径之一。

2010年，中国政府要求所有化妆品企业必须明确标注美容产品的配方成份。欧莱雅（中国）率先响应并积极配合政府工作，恪守企业合法经营的基本准则——这也成为我们在中国市场保障消费者知情权的里程碑。



劳一萍

“作为一名美容顾问，我的工作了解消费者的产品需求，同时，确保他们所有的疑问都得到最满意的解答。消费者有权利知道每件产品的功效、使用方法及其相比于其它产品的独特益处。”

— 引自劳一萍 巴黎欧莱雅品牌美容顾问



2008年7月，卡尼尔携手山水自然保护中心，成立“卡尼尔社区植物保护基金”，这是中国第一个由企业支持的植物保护社区基金。在过去两年，基金先后提供了21笔小额资助，旨在长远、有效地保护中国西南地区丰富而珍贵的植物资源，鼓励结合传统知识进行植物保护，并支持与珍稀植物有关的小型研究工作，为生态环境和生物多样性保护尽到品牌的社会责任。

可持续发展宣传

越来越多的中国消费者在购买欧莱雅产品时，也希望了解我们的可持续发展作为。从材料包装、产品研发到成品生产，我们在企业运营的各项环节践行可持续发展的理念，并且乐于与消费者分享。目前，我们正在积极探索信息分享的渠道建设和内容甄选。

在这一方面，卡尼尔品牌已率先做出表率。2008年起，每半年卡尼尔都会与沃尔玛（中国）合作举办环保月的活动，通过卖场展示、宣传手册、赠品以及品牌官方网站等方式来向消费者介绍卡尼尔携手山水自然保护中心推出的“卡尼尔社区植物保护基金”，分享卡尼尔的绿色理念。截至目前，共计约2万份宣传手册已发往中国各地。

产品创新与功效

我们承诺，欧莱雅（中国）每一款产品的功效都经过严格的科学检测。

欧莱雅（中国）恪守承诺，将最前沿的创新技术应用于产品生产、检验与评估，研发部门负责对产品功效严格把关，更通过无数次科学测试来探索如何满足中国消费者的独特需求，提供最优质的产品。

产品安全

欧莱雅（中国）致力于为消费者提供安全可靠的产品，承诺产品安全“零风险”。从原材料供应到成品生产，我们严格评估每一环节的安全性与可靠性。欧莱雅（中国）旗下所有品牌一以贯之地遵循全球以及中国产品研发的最高标准。

企业社会责任

坚信美之社会价值



员工积极参与“欧莱雅与我”项目

为员工发展投资

大力投资员工的职业发展是欧莱雅成功的关键。欧莱雅（中国）致力于创造一个良好的工作环境，为各级别员工的职业发展提供机会并给予支持，许多管理职位直接通过内部晋升填补。为促进员工的职业发展，我们从多方面不断努力：

- **“欧莱雅与我”项目：**员工发展是一项需要长远规划的系统工程。欧莱雅通过大力推广一项名为“欧莱雅与我”（L'Oréal and Me）的全球性项目，积极开展培训、评估、职业发展建议和资助，并着手建立起员工发展的激励机制；
- **员工培训：**2009年，欧莱雅（中国）员工接受培训平均时长高达41小时；
- **“导师项目”：**通过“导师项目”（Mentoring Programme）搭建起高层的国际员工与中国员工沟通的桥梁。国际员工可以介绍专业知识，而中国员工则分享他们对本土市场需求的真知灼见，让双方都获益匪浅；
- **管理培训生：**专门针对新进大学生开展管理培训生项目。该项目为期12个月，通过轮岗见习机制帮助新进员工发现与之最为匹配的工作，为职业规划奠定基础；
- **“发现之旅”项目：**通过“发现之旅项目”（Discovery Programme）对新进职员开展培训，帮助他们深入了解公司各项业务并且更加高效地融入工作角色；
- **利润分享：**构建员工和雇主的和谐关系是欧莱雅企业文化的重要内涵。我们每年都通过一个全国性的利润分享机制来激励员工，仅在2009年，员工便分享了公司利润中的1,690万元人民币；
- **开放的企业文化：**在公司内部建立员工投诉与建议机制，鼓励各级别员工建言献策、畅所欲言。2008年，欧莱雅（中国）在中华全国总工会的指导下设立工会。作为上下级沟通的重要纽带，工会在建设健康、开放的企业文化方面发挥着重要作用。

[实例]



全球顶尖的优信咨询 (Universum) 针对60所中国一流高校的16,000名大学生开展过一项理想雇主调查，欧莱雅位列榜单前三十强。



张耀东

“自欧莱雅进入中国市场起，我便加入了公司。13年来，我为在这里度过的每一天、获得的每一份经验而感到由衷的自豪。公司培养我承担越来越多的重要职责，到今天为止，欧莱雅的工作一直是给予我挑战、支持和发展的最佳平台。”

— 引自张耀东 欧莱雅（中国）副总裁，大众化妆品部总经理

企业社会责任 坚信美之社会价值



中外员工在培训中积极交流

多元化之美

欧莱雅（中国）尊重并倡导多元化之美。我们努力探究不同肤质和发质的差异，量身定制适合中国市场需求的独特产品。

多元化之美不仅体现于产品研发，更贯穿于我们的整个团队建设。在欧莱雅（中国），我们致力于建立多样性、多元文化的工作队伍，截至2009年底，21%的欧莱雅（中国）管理人员为女性，2007年则为18%。

作为致力于在中国谋求长期战略发展的跨国企业，组建多元化、多国籍的员工队伍将是实现这一战略目标的关键。我们有来自15个国家的员工，其中中国员工占95.6%。中国本土员工对于市场和社会需求的深入了解弥足珍贵，而国际员工则拥有欧莱雅百年历程中积累的系统知识和专业技术。

工作场所安全为本

工作场所的健康与安全，一直是欧莱雅（中国）发展的重中之重。

- 仅在2009年，我们就举办14,475小时的环境、健康和安全教育培训，共计38,820人次参加；
- 2009年，欧莱雅总部委托第三方对全球各工厂进行安全文化审核，苏州工厂最终得分在全球各分公司中名列前茅。

我们的健康安全管理不仅关注最终结果，更注重过程管理和整体文化的塑造。欧莱雅在全球启动了多项鼓励员工参与健康安全管理的计划。MESUR项目（Managing Effective Safety Using Recognition & Realignment，通过自我认可和校正有效管理安全生产）就是其中之一。在该项目中，管理人员通过对话的形式，引导员工认可自己的安全行为并校正不安全行为，而不是直接地告知员工怎么做。另一个在苏州和宜昌工厂开展的KYT项目（Kiken Yochi Training，风险预警培训），针对生产过程的环境、健康与安全风险，以作业班组形式开展“自我安全管理”活动，目的是预测和预防可能发生的突发事故。

与合作伙伴共成长

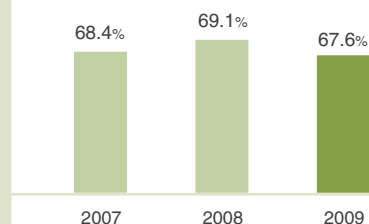
欧莱雅（中国）一直致力于与合作伙伴共同成长。在中国，我们建设了自有工厂，这也使我们更加清晰地了解到一个完善、高效的生产流程的重要性。欧莱雅（中国）借助丰富的本土经验和强大的全球专业资源支持，不断提升合作伙伴的可持续发展能力，实现双赢。

欧莱雅（中国）高度重视本土化采购，期望与本土供应商共同发展。截至2009年底，非生产类物资（包含销售材料、员工物资、办公耗材以及其他生产相关的办公材料等）采购的98%来自于本土供应商，有力推动了本土供应商的发展。比如，在商场使用的化妆品展柜方面，在欧莱雅刚进入中国市场之初，很少有供应商能够提供符合要求的展柜。但是，经过13年的发展，欧莱雅不断灌输意识、强化理念，培养了一大批高水平的展柜生产供应商，不论是在技术还是质量方面都实现了质的飞跃。与此同时，我们还通过与供应商的合作，使行业运作更加规范，比如采用高能效照明系统等。

《欧莱雅采购规范》、《欧莱雅伦理道德守则》等一系列公司政策有效确保了公司整体的合规运营，建设环境友好型、符合伦理道德的价值链体系也是欧莱雅（中国）一直追求的目标。这一切都已经融入我们的企业运营之中。同时，欧莱雅（中国）出资对供应商的伦理和环境绩效进行审核，以帮助其识别不足，实现持续改善。2008年，欧莱雅（中国）荣获《WTO经济导刊》颁发的“责任采购奖”，这也是相关方对我们工作成绩的肯定。

同时，我们还拨付专款，邀请第三方专业审计机构开展供应商审计，以此提高合作伙伴的业务质量与诚信水平。截至2009年底，根据《商业道德规范》和SA8000标准，欧莱雅（中国）对供应商、分包商和代理商进行了审计，结果显示，在非产品类采购方面，41%的供应商工厂完全合乎要求或者只需稍作改进。为继续提升其绩效表现，我们开展了供应商能力建设项目。2009年，欧莱雅（中国）召开了供应商大会，为供应商打造了一个经验分享与共同进步的平台。

女性员工的百分比(%)



女性管理人员的百分比(%)



14,475

2009年，员工接受
环境、健康和安全教育
14,475小时。

企业社会责任 坚信美之社会价值



第六届“中国青年女科学家奖”颁奖仪式



欧莱雅“真情互动”校园义卖

公益之美

截至2009年底，我们的公益慈善捐助总额达769万元人民币（包括集团层面和品牌层面的慈善捐助），相比2008年增长14%。

尊重知识之美 鼓励女性投身科学

作为当今世界唯一一项在全球范围内奖励和资助从事生命科学和基础科学研究所有女性的奖项，“为投身于科学的女性”计划诞生于1998年，由欧莱雅与联合国教科文组织共同创立，旨在全球范围内彰显女性在科学领域发挥的重要作用，从而对于她们在此方面作出的独特贡献给予充分的认可，为鼓励年轻一代投入科研事业树立榜样。鉴于“为投身于科学的女性”计划所取得的巨大成功及其影响和声势的日渐加大，联合国教科文总部及欧莱雅集团积极倡导该计划在各个国家的发展和延伸，以更大范围的激励女性从事科学事业。在中华全国妇女联合会、中国科学技术协会、中国联合国教科文组织全国委员会及欧莱雅（中国）的共同支持下，“中国青年女科学家奖”于2004年7月21日正式成立。该奖项旨在表彰在科学领域取得重大科技成果的女性青年科学家，激励她们在科学技术领域取得更加丰硕的研究成果。该奖项每年评选一次，从2004年至2009年，共有来自全国19个省（直辖市）的49位女性获得该项殊荣，欧莱雅（中国）的资助总额达310万元人民币。

支持高等教育 欧莱雅“真情互动”校园义卖助学活动

欧莱雅于2003年联合中国青少年发展基金会启动“真情互动”校园义卖助学活动，将旗下的优质产品以优惠的价格在大学校园中进行义卖，并用义卖所筹得款项设立“欧莱雅西部助学金”，资助来自西部地区品学兼优的贫困大学生。截至2009年，“欧莱雅西部助学金”已累计捐款达500万元，惠及全国14个城市的22所高校，近1,700名来自西部的贫困大学生得到了资助。为了让更多的莘莘学子能加入到奉献爱心的行列中来，欧莱雅（中国）还安排了“做一天欧莱雅人”的重要环节，既从在校大学生中招募一批义卖员工，为其提供全方位的专业培训，之后他们与欧莱雅的正式员工一起直接组织、实施校园义卖的工作，包括销售、物流、美容咨询和活动宣传等，使大学生加入到帮助同龄人的爱心活动中，也为同学们创造一次有意义的社会实践机会。在过去的七年中，超过两千名在校学生作为临时员工亲身参与了校园义卖助学活动，实现了广大学生之间的“真情互动”。



兰珍珍

“欧莱雅（中国）致力于成为负责任的优秀企业公民。结合企业的核心能力与优势，我们不断开拓战略性公益项目，持续地为当地社区做贡献。”

— 引自兰珍珍 欧莱雅（中国）副总裁，主管对外交流和公共事务

传播绿色之美 赞助全国“母亲河奖”

2009年，欧莱雅（中国）独家赞助了第四届全国“母亲河奖”。作为中国最权威的环保奖项之一，“母亲河奖”是共青团中央、全国人大环境与资源委员会、环境保护部、水利部、农业部、国家林业局等部委在2000年设立的在资源节约和生态环保领域方面的最高奖项，旨在表彰对环保有突出贡献的个人、组织和项目。欧莱雅（中国）将从第四届“母亲河奖”起，连续赞助三届该奖项。第四届“母亲河奖”的评选历时半年，共收到申报材料189份、网络来信1,530余封、网上留言1.4万余条，并且，公众网络投票达到745万票次，是历届评选活动中社会参与度最高的一次。经过公示、投票和专家评审等严格程序，共有7位个人、5个组织和5个项目最终脱颖而出。我们希望通过支持“母亲河奖”，倡导公众关注大地母亲的生态状况。

投身环保教育 “Green Cup” 社区绿色宣传行动

2002年，欧莱雅（中国）在苏州厂区正式启动“Green Cup”绿色环保计划，并在苏州和宜昌厂区持续开展活动，重点面向工厂周边的学校宣传环境保护的重要性。在中国，工厂通常选建在远离居民区的工业区，与周边社区相隔离。而欧莱雅（中国）正是要通过“Green Cup”计划打破隔阂，积极开展环保宣传工作教育。

关注公共健康 “欧莱雅携手美发师抗击艾滋病” 预防教育项目

和其他国家一样，防治艾滋病也是中国社会面临的严峻挑战，而宣传教育正是预防艾滋病蔓延的重要举措之一。2006年以来，欧莱雅（中国）利用遍布全国的美发师培训网络，为中国的美发师启动了“欧莱雅携手美发师抗击艾滋病”预防教育项目，这是欧莱雅全球基金会与联合国教科文组织合作的一项重要内容。在中国，累计有4万名美发师参与了该项目。同时，在2008年欧莱雅在中国启动了近50家抗艾大使发廊，免费提供相关宣传教育材料，鼓励美发师在接受培训后，进一步积极地向消费者普及艾滋病防治知识。

【实例】



吕植，2005年度“中国青年女科学家奖”获得者。1985年至1995年，吕植教授一直从事大熊猫的野外生态学、社会行为学、保护生物学和种群分子遗传学研究。2002年她创建保护国际在中国的项目。2007年她和团队成立山水自然保护中心，专注于中国西部乡村示范人与自然和谐相处最佳实践。2008年她创立北京大学自然保护与社会发展研究中心。



孩子们参加“Green Cup”项目

2010年上海世博会合作伙伴 城市，让生活更美好



中国2010年上海世博会
化妆品行业项目赞助商

让世界更美好



欧莱雅集团已经走过100年的发展历程，拥有着悠久的历史 and 无限的发展前景。尽管我们在中国的发展时间尚短，但是我们坚信，我们的承诺和荣耀将助推中国业务的长期发展。

欧莱雅为成为2010上海世博会和法国国家馆的官方赞助商感到自豪。至今，欧莱雅已经发起、组织、参与了众多世博活动，多方面来履行自己“可持续之美”的承诺，并通过牵手各地、各行业的公众，助力世博，传播世博“城市，让生活更美好”的主题和欧莱雅可持续发展核心价值观，为“和谐世博”尽自己的一份力量。这些活动包括：

- 参加世博局“世博城市之星”评选活动，北京大学教授吕植（2005年欧莱雅“中国青年女科学家奖”获奖者）和青海三江源生态环境保护协会秘书长哈希·扎西多杰（2009年第四届全国“母亲河奖”获得者）被选为“世博城市之星”的代表；
- 受世博局和共青团中央共同授权，组织“世博礼仪讲堂”；
- 羽西品牌培训世博礼仪人员，为其专门设计了名为“中国式美妆”妆容，并为世博会特别推出羽西“国色天香”光彩粉盒；
- 签署“绿色出行”备忘录并购买世博绿色出行低碳交通卡，赠予我们的员工；
- 1935年扬名于布鲁塞尔世博会的兰蔻品牌在世博园举行其75周年庆典；
- 为参加法国馆浪漫婚典的新人订制2010套婚礼美容礼包。

2010年是中国世博年，也是欧莱雅第二个百年的开始。欧莱雅将继续以追求可持续发展为目标，为公众呈上更多多样化的美。

“欧莱雅进入中国已经有13年了，作为全球及中国化妆品市场的领导者，欧莱雅为广大消费者的美不遗余力地耕耘与创造，而欧莱雅对上海世博会的全力支持印证了集团对中国市场不变的承诺与长期投资的决心。欧莱雅非常自豪能成为上海世博会和法国国家馆的双料赞助商。上海世博这一盛会表明中国为可持续的未来发展做好了准备，这奠定了欧莱雅全力助力世博的坚实基础。欧莱雅预祝2010上海世博会圆满成功！”

— 引自安玎（Jean-Paul AGON）欧莱雅集团首席执行官

“作为全球最大的化妆品公司，欧莱雅始终致力于‘美’的事业。我们的使命是‘让世界更美好’，这与上海世博会主题不谋而合。世博会为全世界人民提供了了解中国、了解上海的平台，同时也成为中国连接世界的纽带。”

— 引自盖保罗（Paolo GASPARRINI）欧莱雅（中国）有限公司总裁

审验声明

欧莱雅（中国）2009年可持续发展报告



■ 审验目标

必维国际检验集团（以下简称BV）受欧莱雅（中国）有限公司（以下简称“欧莱雅（中国）”）的委托对《欧莱雅（中国）2009年度可持续发展报告》（以下称《报告》）执行第三方验证工作。《报告》中所有信息全部由欧莱雅（中国）提供，BV未参与《报告》策划及编写过程。BV的职责是在评审《报告》信息和数据收集、分析和处理过程的基础上，针对《报告》披露信息的客观性和可靠性提供独立的审验声明。

■ 审验范围

- 验证《报告》在披露期限(2009.1.1–2009.12.31)内的关键数据、信息及其管理支持系统的客观性；
- 对《报告》中数据和信息的收集、分析、检查等管理过程进行评价；
- 审验小组访问的现场包括：
 - 欧莱雅中国上海总部；
 - 上海浦东欧莱雅中国研究与发展中心；
 - 苏州尚美国际化妆品有限公司；
 - 欧莱雅中国 – 苏州分销中心；
 - 未访问其他现场及外部利益相关者。
- 以下信息排除在验证范围之外：
 - 信息披露期限之外的活动信息和数据；
 - 通过第三方财务审计的财务数据和信息；
 - 关于欧莱雅中国发展目标、未来意图和承诺等的陈述。

■ 审验方法

审验过程包括如下活动：

- 访谈欧莱雅（中国）相关工作人员；
- 评审文件和记录等证据；
- 数据收集和统计系统的抽样验证；
- 评价信息的收集及相关管理流程。

审验活动根据《必维验证程序》进行，同时参考AA1000审验标准、GRI G3和 ISAE3000 进行验证，同时评价《报告》内容的完整性、客观性、实质性、适宜性和响应性。

■ 审验结论

《报告》中的信息和数据来源是可靠的、客观的，BV未发现重大系统性或实质性错误。

BV在审验过程中发现，欧莱雅（中国）在可持续发展报告编制方面存在持续改进的机会，具体建议见“改进建议”。

■ 完整性

《报告》从可持续发展战略、经济投资、环境管理、产品质量管理，员工管理、公益项目运作、信息透明及对社会承诺等方面披露了欧莱

雅（中国）在企业可持续发展方面的方针政策、管理制度、具体行动、绩效数据和典型案例。《报告》中所披露的数据和信息均来源于欧莱雅（中国）总部及下属运营实体，《报告》的内容基本可以满足其关键利益相关的期望。《报告》具有完整性。

■ 客观性

欧莱雅（中国）基于原有ERP系统的平台，开发设计了针对环境和职业健康安全等相关的信息管理系统，并由相关管理部门负责数据和信息的收集、整理、分析和审查，《报告》中所披露的数据和信息的来源和收集途径可追溯，《报告》具有客观性和可靠性。

■ 实质性

《报告》承袭欧莱雅全球可持续发展报告的框架，结合化妆品行业特点及中国区发展情况，识别出与经济、环境及社会等方面相关的关键绩效指标。《报告》披露了欧莱雅（中国）在基于欧莱雅全球可持续发展管理体系的平台下，调整内部管理机制以符合中国地区要求，同时开展对外公益项目，传播责任理念。《报告》具有实质性。

■ 适宜性

《报告》以“美丽”为主题，体现了欧莱雅（中国）将自身的可持续发展理念与其行业特点相呼应，较清楚地诠释了欧莱雅（中国）的企业文化和价值观。《报告》版面和语言风格贴切主题，《报告》具有较好的适宜性。

■ 响应性

《报告》披露了欧莱雅（中国）与其主要利益相关方的沟通渠道和效果，比较客观地回应了利益相关方关注的关键问题。《报告》具有较好的响应性。

■ 改进建议

通过现场验证和《报告》评价活动，欧莱雅（中国）在可持续发展报告的编制和管理方面有以下改进的机会：

- 为了更加充分的满足主要利益相关方的期望，建议建立利益相关方筛选机制，并根据自身发展要求、所处行业和区域特点调整主要利益相关方范围；
- 为进一步提高《报告》的适宜性，建议欧莱雅（中国）根据区域特点，调整《报告》框架，增加《报告》的影响程度。

■ 验证独立性、公正性及能力声明

BV是一家拥有180多年历史，在质量、环境、职业健康安全和社会责任领域提供独立验证服务的机构。验证小组成员与委托方欧莱雅（中国）无任何利益或冲突关系，验证活动是独立的、公正的。

张万泽
中国区总监
必维国际检验集团认证部
2010年6月10日

联系我们：

我们非常欢迎您对《欧莱雅（中国）2009年可持续发展报告》提出宝贵意见和建议。

联系邮箱：

sustainabledevelopment@cn.loreal.com

L'ORÉAL
PROFESSIONNEL

KÉRASTASE
PARIS

MATRIX
BY L'ORÉAL PARIS

L'ORÉAL
PARIS

Take care
GARNIER

M
小护士®
MININURSE

MAYBELLINE
NEW YORK

LANCÔME
PARIS

羽
西
YUE SAI

GIORGIO ARMANI

RALPH LAUREN

BIOtherm

HR
HELENA RUBENSTEIN

shu uemura

Kiehl's
SINCE 1851

DIESEL

VICHY
LABORATOIRES

LA ROCHE-POSAY
LABORATOIRE PHARMACEUTIQUE

SKINCUTICALS

关于本报告：这是欧莱雅集团在全球范围内的第一份可持续发展国别报告，由欧莱雅（中国）有限公司对外交流与公共事务部出版。

如果您希望对欧莱雅集团可持续发展信息有更多了解，请登录集团官方网站（www.loreal.com）下载全球报告。



本报告采用环保纸印刷

欧莱雅 中国

中国 上海
南京西路1601号越洋广场 25层
邮编：200040
电话：(86 21) 5200 8999
传真：(86 21) 5200 7999

www.loreal.com.cn